

# Kon-<sup>11/2022</sup> zept

**Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes  
für die Stadt Naumburg (Saale)**



# Impressum

---

## AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und  
Föhler Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de  
www.stadt-handel.de  
Amtsgericht Dortmund  
Handelsregisternummer  
PR 3496  
Hauptsitz Dortmund

### **Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11  
44263 Dortmund  
Fon +49 231 86 26 890  
Fax +49 231 86 26 891

### **Standort Hamburg**

Tibarg 21  
22459 Hamburg  
Fon +49 40 53 30 96 46  
Fax +49 40 53 30 96 47

### **Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22  
76137 Karlsruhe  
Fon +49 721 14 51 22 62  
Fax +49 721 14 51 22 63

### **Standort Leipzig**

Markt 9  
04109 Leipzig  
Fon +49 341 92 72 39 42  
Fax+49 341 92 72 39 43

---

## AUFTRAGGEBER

**Stadt Naumburg**

## ENDBERICHT

---

## VERFASSTER

**Dipl.-Ing. Marc Föhler  
Dipl.-Geogr. Lucas Beyer  
Annika Heinlein, M. Sc.**  
Leipzig,  
02.11.2022

# Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	<b>Einführung</b>	<b>6</b>
2	<b>Rechtliche Rahmenvorgaben</b>	<b>8</b>
2.1	Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten	8
2.2	Raumordnerische Regelungen	9
3	<b>Methodik</b>	<b>14</b>
4	<b>Markt- und Standortanalyse</b>	<b>18</b>
4.1	Trends im Einzelhandel	18
4.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	25
4.3	Gesamtstädtische Nachfrageanalyse	26
4.4	Gesamtstädtische Angebotsanalyse	30
4.5	Städtebauliche Analyse	36
4.6	Nahversorgungsanalyse	60
4.7	Zwischenfazit	66
5	<b>Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung</b>	<b>69</b>
5.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	69
5.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Naumburg (Saale)	78
6	<b>Zentrenkonzept</b>	<b>80</b>
7	<b>Nahversorgungskonzept</b>	<b>104</b>
7.1	Nahversorgungsstandorte	104
7.2	Handlungsprioritäten	108
7.3	Empfehlungen für die Naumburger Ortsteile	110
8	<b>Sonderstandortkonzept</b>	<b>112</b>
8.1	Konzeptionelle Einordnung von Sonderstandorten	112
8.2	Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration weißenfelser Straße	113
8.3	Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration Ostbahnhof	114
9	<b>Zentren- und Standortmodell</b>	<b>115</b>
10	<b>Sortimentsliste</b>	<b>116</b>
10.1	Methodische Herleitung	116
10.2	Sortimentsliste für Naumburg (Saale)	117
11	<b>Steuerungsleitsätze</b>	<b>120</b>
11.1	Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze	120
11.2	Steuerungsleitsätze für Naumburg (Saale)	121
12	<b>Schlusswort</b>	<b>125</b>





Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Die Einzelhandelsentwicklung unterliegt bundesweit einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Diese Wirkungen sind auch in der Stadt Naumburg (Saale) zu erkennen: Veränderte Rahmenbedingungen auf der Angebotsseite (z. B. anhaltende Konzentrationsprozesse, Entwicklung neuer Betriebstypen und des Online-Handels, steigende Standortanforderungen) und der Nachfrageseite (z. B. demografischer Wandel, Individualisierungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten) äußern sich in Mittelstädten wie Naumburg (Saale) in Form von Betriebsaufgaben kleinerer, inhabergeführter Geschäfte auf der einen Seite und Einzelhandelsansiedlungen bzw. -verlagerungen von meist flächenintensiven, filialisierten Betrieben auf der anderen Seite.

Den größtenteils betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Zusätzlich sind lokale und regionale Strukturmerkmale zu berücksichtigen. Die rd. 40 km südwestlich des Oberzentrums Halle gelegene Mittelstadt im Landkreis Burgenlandkreis hat in der Funktion als Mittelzentrum einen Versorgungsauftrag in Bezug auf den Einzelhandel vornehmlich die Versorgung für den qualifizierten Grundbedarf sowie zusätzlich für den gehobenen Bedarf für ihre Bürger zu übernehmen. Gleichzeitig gilt es, die Altstadt Naumburg sowie das Ortszentrum Bad Kösen mit ihren Funktionen als städtebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitten der Stadt zu sichern und die weiteren Zentren hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion weiterzuentwickeln. Inwiefern der Einzelhandel einen Beitrag zu diesem Ziel zu leisten vermag, wird im folgenden Konzept spezifiziert. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Naumburg (Saale) eine bedeutende Rolle.

Im Jahr 2008 fand im Auftrag der Stadt Naumburg (Saale) eine Untersuchung der Angebots- und Nachfragestrukturen des Einzelhandelsbestands im Zusammenhang mit der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Naumburg (Saale) statt. Nach der Eingemeindung des Grundzentrums Bad Kösen 2010 sowie angesichts der oben beschriebenen Dynamik im Einzelhandel wird nach nunmehr über vierzehn Jahren nach Konzepterstellung die Notwendigkeit gesehen, das Einzelhandelskonzept fortzuschreiben. Auch die zwischenzeitlich angepassten rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen erfordern eine Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes.

Die Stadt Naumburg (Saale) beabsichtigt daher, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur auf eine entsprechend tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch die Vitalität und Attraktivität der Versor-

gungsstandorte gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, verbrauchernahe Grundversorgung gesichert und optimiert. Dabei werden die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Markt- und Standortanalyse der aktuellen Einzelhandelssituation in Naumburg (Saale) inkl. Ermittlung von warengruppenspezifischen Umsätzen sowie einer Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Naumburg (Saale)
- Auswertung der Passantenbefragung im Rahmen der Befragung „Vitale Innenstädte“<sup>1</sup>
- Darstellung der zukünftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der Bevölkerungsentwicklung, den allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Trends im Einzelhandel und dem mittelfristigen Versorgungsauftrag der Stadt Naumburg (Saale)
- Ableitung übergeordneter Entwicklungszielstellungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in der Gesamtstadt Naumburg (Saale)
- Abgrenzung, Beschreibung und Bewertung der zentralen Versorgungsgebiete von Naumburg (Saale) sowie Darstellung der städtebaulich-funktionalen Stärken und Schwächen
- Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung und Weiterentwicklung der Altstadt Naumburg in Form von Maßnahmenpaketen sowie Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur in den Hauptorten Naumburg und Bad Kösen sowie den weiteren Ortsteilen.
- Überprüfung der Naumburger Sortimentsliste und Anpassung an aktuelle Einzelhandelsentwicklungen sowie Rechtsprechungen
- Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabensspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten ermöglichen

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Naumburg (Saale) zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandelskonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: Die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft, das Citymanagement sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung sowie im Rahmen von drei Arbeitskreissitzungen mit weiteren lokalen und regionalen Stakeholdern abgestimmt. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Naumburg (Saale) Berücksichtigung finden.

---

<sup>1</sup> Quelle: IFH Köln 2020.

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

## 2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Stadtteil- oder Nahversorgungszentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische und städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung<sup>2</sup>. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.<sup>3</sup>

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

Das Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Stadtentwick-

<sup>2</sup> Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

<sup>3</sup> Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

lungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

## 2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Naumburg wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

### Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010

Im Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt (LEP) aus dem Jahr 2010 finden sich Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels. Im Folgenden werden die relevanten Inhalte zusammenfassend dargestellt. Sie haben bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Naumburg (Saale) Beachtung bzw. Berücksichtigung zu finden.

- **[Z 34]** „Mittelzentren sind als Standorte für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Bereich und für weitere private Dienstleistungen zu sichern und zu entwickeln. Sie sind Verknüpfungspunkte der öffentlichen Nahverkehrsbedienung und sollen die Verbindung zum regionalen und überregionalen Verkehr sichern.“
- **[Z 37]** „Mittelzentrum ist jeweils der im Zusammenhang bebaute Ortsteil als zentrales Siedlungsgebiet der Stadt einschließlich seiner Erweiterungen im Rahmen einer geordneten städtebaulichen Entwicklung in den Städten:

[...]

11. Naumburg (Saale)

[...]

Der Zentrale Ort soll durch die Regionalplanung im Einvernehmen mit den Städten räumlich abgegrenzt werden.

- **[G 40]** „Die Versorgungsinfrastruktur ist so auszurichten, dass die Erhaltung der Selbständigkeit älterer Menschen angemessen berücksichtigt wird.“
- **[Z 46]** „Die Ausweisung von Sondergebieten für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ist an Zentrale Orte der oberen oder mittleren Stufe zu binden. Die Ausweisung von Sondergebieten für eine spezifische Form großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center - FOC), ist nur an integrierten Standorten in Zentralen Orten der oberen Stufe (Oberzentren) vorzusehen und darf die Attraktivität der Innenstädte nicht gefährden.“

- **[Z 47]** „Verkaufsfläche und Warensortiment von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen.“
- **[Z 48]** „Die in diesen Sondergebieten entstehenden Projekte
  1. dürfen mit ihrem Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten,
  2. sind städtebaulich zu integrieren,
  3. dürfen eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden,
  4. sind mit qualitativ bedarfsgerechten Linienverkehrsangeboten des ÖPNV sowie mit Fuß- und Radwegenetzen zu erschließen,
  5. dürfen durch auftretende Personenkraftwagen- und Lastkraftwagenverkehre zu keinen unverträglichen Belastungen in angrenzenden Siedlungs-, Naherholungs- und Naturschutzgebieten führen.“
- **[Z 49]** „Erweiterungen bestehender Sondergebiete für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe sind auf städtebaulich integrierte Standorte in Zentralen Orten in Abhängigkeit des Verflechtungsbereiches des jeweiligen Zentralen Ortes zu beschränken.“
- **[Z 50]** „Nutzungsänderungen in bestehenden Sondergebieten für Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe an nicht städtebaulich integrierten Standorten dürfen nicht zulasten von innenstadtrelevanten Sortimenten an innerstädtischen Standorten erfolgen.“
- **[Z 51]** „Bei planerischen Standortentscheidungen zugunsten von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist auch die kumulative Wirkung mit bereits am Standort vorhandenen Einrichtungen hinsichtlich der Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und ihrer Innenstadtentwicklung in die Bewertung einzubeziehen.“
- **[Z 52]** „Die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädlichen Wirkungen, insbesondere auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne erwarten lassen, ist neben den Ober- und Mittelzentren auch in Grundzentren unter Berücksichtigung ihres Einzugsbereiches zulässig. Ausschließlich der Grundversorgung dienen großflächige Einzelhandelsbetriebe, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke und Drogerieartikel umfasst. Voraussetzung ist die Anpassung des grundzentralen Systems durch die Regionalen Planungsgemeinschaften an die Kriterien im Landesentwicklungsplan.“

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandelskonzepts wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP Sachsen-Anhalt 2010 erarbeitet.

### Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Naumburg (Saale) relevante regionale Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle befindet sich aktuell in der Aufstellung<sup>4</sup>. Mit Beginn der öf-

<sup>4</sup> Vgl. Regionalplan Planungsregion Halle.



fentlichen Beteiligung gelten für das Gebiet der Planungsregion Halle in Aufstellung befindliche Ziele der Raumordnung, die als sonstige Erfordernisse der Raumordnung gemäß § 4 Abs. 1, 2 ROG in Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen und bei sonstigen Entscheidungen öffentlicher Stellen und über die Zulässigkeit raumbedeutsamer Planungen und Maßnahmen zu berücksichtigen sind. Der regionale Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle übernimmt die einzelhandelsrelevanten Grundsätze und Ziele des LEP 2010.

Darüber hinaus enthält der für die Stadt Naumburg (Saale) geltende sachliche Teilplan „Zentrale Orte, Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge sowie großflächiger Einzelhandel“ für die Planungsregion Halle des regionalen Entwicklungsplans für die Planungsregion Halle aus dem Jahr 2019 weitere Festsetzungen zur zentralörtlichen Gliederung in der Planungsregion. Die für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für Naumburg (Saale) relevanten Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** werden im Folgenden zusammenfassend dargestellt. Sie haben bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Naumburg (Saale) Beachtung bzw. Berücksichtigung zu finden:

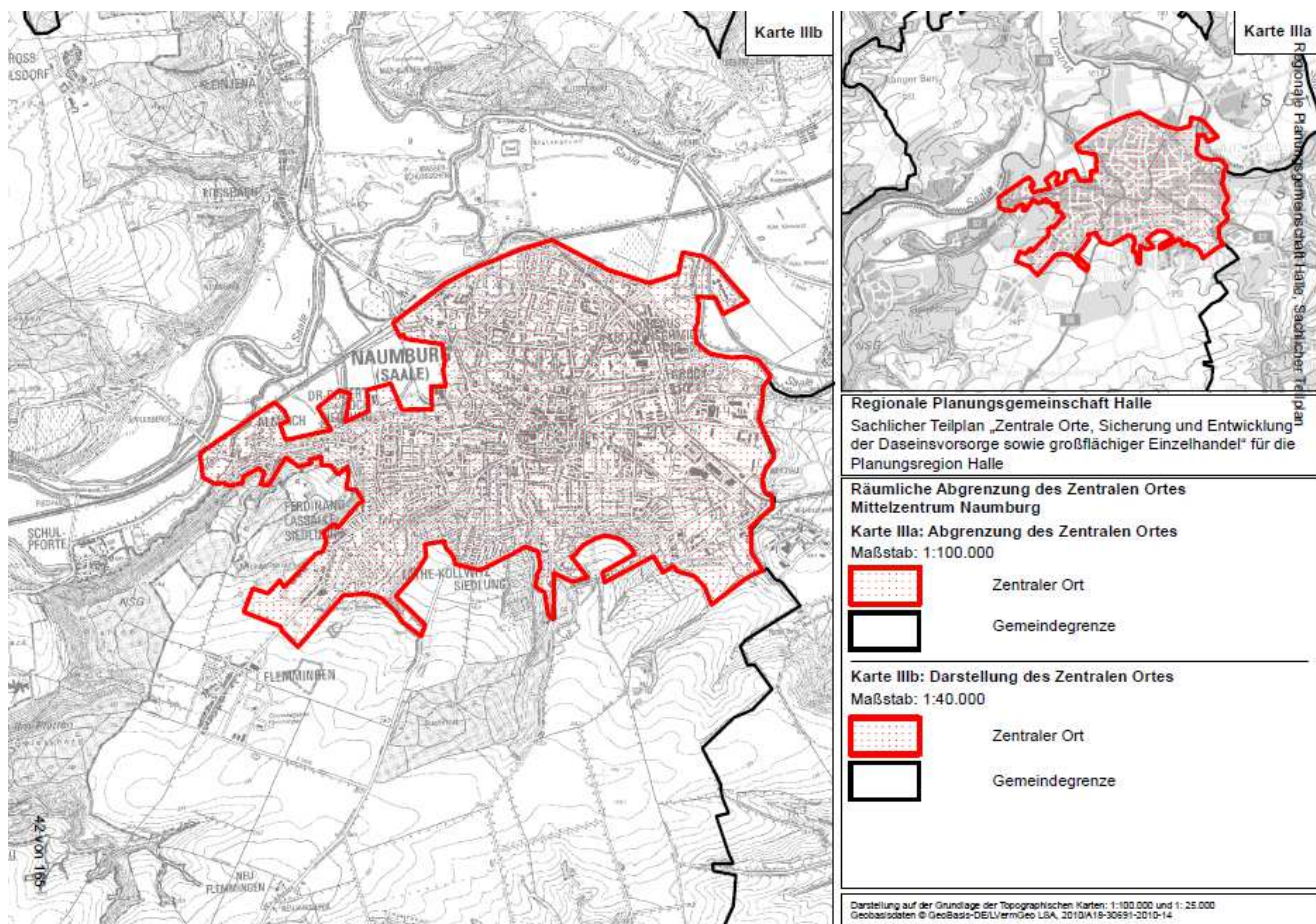
### 3.1.2.1 Zentrale Orte

- **[Z 1]** Die räumliche Abgrenzung des Mittelzentrums in den Städten:

[...]

#### 3. Naumburg (Saale) (siehe Beikarten III a/b)

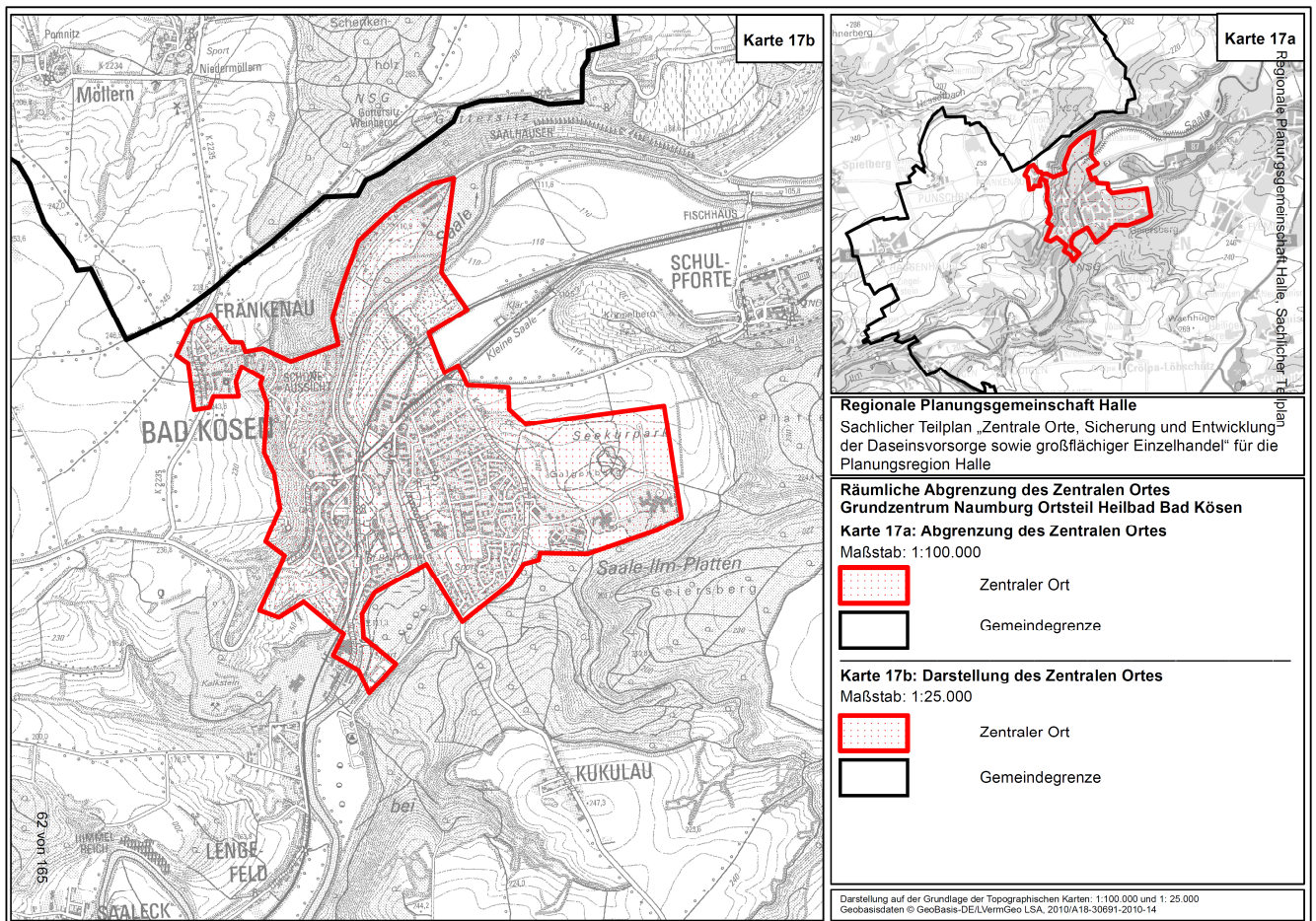
Ist in den Beikarten I a, IIa, IIIa, IV a und V a rechtsverbindlich festgelegt.



**Abbildung 1: Räumliche Abgrenzung des Zentralen Ortes Mittelzentrum Naumburg**

Quelle: Regionale Planungsgemeinschaft Halle (2019).

- **[Z 2]** „Grundzentren in der Planungsregion Halle sind:  
[...]  
17. Naumburg Ortsteil Heilbad Bad Kösen (BLK)  
[...]"
- **[Z 3]** „Die räumliche Abgrenzung der Grundzentren ist gemäß Z 39 LEP LSA 2010 in den Beikarten 1 a bis 25 a rechtsverbindlich festgelegt.“  
Zu 3.1.2.1, Ziel 3: „Grundzentrum Naumburg Ortsteil Heilbad Bad Kösen: Die räumliche Abgrenzung schließt im Osten die überregional bedeutsamen Kuranlagen als zentralörtliches Arbeitsplatzzentrum und Standort von sozialen und medizinischen Einrichtungen mit ein. Außerhalb der räumlichen Abgrenzung ist der Ortsteil Schulpforte mit der Landesschule Pforta bereits im REP Halle 2010 als Regional bedeutsamer Standort gesichert.“



**Abbildung 2: Räumliche Abgrenzung des Zentralen Ortes Grundzentrum Naumburg Ortsteil Heilbad Bad Kösen**

Quelle: Regionale Planungsgemeinschaft Halle (2019).

### 3.1.2.2 Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge

- **[Z 1]** „Die überörtliche Grundversorgung in den Zentralen Orten ist auf städtebaulich integrierte, verbrauchernahe Standorte auszurichten.“

### 3.1.2.3 Großflächiger Einzelhandel

- **[Z ]** „In den unter Punkt 3.1.2.1. Z 2 festgelegten Grundzentren ist die Ausweisung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß Ziel 52 LEP LSA 2010 nur innerhalb ihrer räumlichen Abgrenzung zulässig.“



- **[G 1]** „In Grundzentren ist auf eine maßvolle Erweiterung bzw. Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel zur Grundversorgung zu achten. Vor einer Neuinanspruchnahme von unversiegelten Flächen ist eine nachvollziehbare Alternativprüfung durchzuführen.“
- **[G 2]** „Zur Sicherung der Grundversorgung in ländlichen Teilräumen mit Angebots- und Erreichbarkeitsdefiziten sollen alternative Nahversorgungsangebote unterstützt werden.“

Die landes- und regionalplanerischen Rahmenvorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Naumburg (Saale) sind im vorliegenden Einzelhandelskonzept entsprechend berücksichtigt worden. Das kommunale Einzelhandelskonzept konkretisiert diese Zielstellungen auf der gesamtstädtischen Ebene und ist künftig als die entscheidende Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

# 3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische, empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:



**Abbildung 3: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

## Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentsspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

## Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

**Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen**

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
<b>Bestands- erhebung</b>	Erhebung durch Stadt + Handel	07/2021	Flächendeckende Vollerhebung in Naumburg (Saale)	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergän- zende Funktionen, Leerstände
<b>Befragung</b>	IfH Studie Vitale Innenstädte	09-10/2020	Auswertung der Vor-Ort Be- fragung in der Naumburger In- nenstadt (n= rd. 420)	Besucherstruktur; Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Stär- ken/Schwächen Analyse
<b>Online Check</b>	Online Recherche durch Stadt + Handel	05/2022	Analyse der digitalen Präsenz der Gewerbetreibenden in der Naumburger Altstadt	Branchen, Kommunikationskanal
<b>Zentren- spazier- gänge</b>	Durchführung durch Stadt + Handel	11/2021 01/2022	Begehung der Innenstadt/Ort- szentrum mit relevanten Sta- keholdern	Diskussion und Einschätzungen lokaler Stakeholder zu Stärken/Schwächen,
<b>Sekundär- statistische Analysen</b>	Kaufkraftzahlen IFH Retail Consul- tants GmbH	2021	Berechnung der Umsatzwerte durch S+H auf Basis branchen- und be- triebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensver- öffentlichungen (u.a. EHI Handel aktuell, Factbook Einzelhandel, lau- fende Auswertung der LM-Zeitung)	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe wurde im Juli 2021 im Naumburger Stadtgebiet flächendeckend durchgeführt. Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Fleischer, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden.<sup>5</sup> Im gleichen Zeitraum wurden außerdem die zentrenergänzenden Funktionen der Zentren erhoben, da Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.) Bestandteile von zentralen Versorgungsbereichen sind.

Bei der von Stadt + Handel durchgeführten Erhebung wurden neben der Lage der Betriebe zwei zentrale Messgrößen erfasst: Zum einen wurden die Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können. Zum anderen wurden die Warensortimente differenzierter aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels.

<sup>5</sup> Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche wurden lediglich strukturprägende Leerstände (> 400m² GVVK) erfasst.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die eigenständige Vermessung der VKF oder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurde außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

### **Online-Check**

Im Rahmen des Online-Checks wird die digitale Sichtbarkeit verschiedener Akteure der Naumburger Altstadt analysiert. Dazu wurde die digitale Präsenz der stationären Einzelhandelsbetriebe sowie der Gastronomen anhand verschiedener Benchmarks sowohl qualitativ als auch quantitativ untersucht und bewertet. Neben der Analyse der Inhalte der betreibereigenen Websites wurde auch die digitale Sichtbarkeit hinsichtlich der „Google My Business“-Profile sowie die Aktivität auf sozialen Kommunikationsplattformen („Social Media“) wie Facebook und Instagram erfasst.

Ziel der Erfassung und Bewertung anhand verschiedener Kriterien ist die Messung des Status-Quo der digitalen Sichtbarkeit der Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister.

In der Naumburger Altstadt wurden im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung 120 Einzelhandelsbetriebe für die Analyse der digitalen Sichtbarkeit erfasst. Im Bereich der Gastronomie wurden 36 Betriebe, bei den Dienstleistern 50 Betriebe untersucht.

### **Zentrenspaziergänge**

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Naumburg (Saale) wurde in den jeweiligen Zentren des Mittelzentrums Naumburg sowie des Grundzentrums Bad Kösen ein Innenstadtspaziergang durchgeführt. Bei diesem wurde mit innenstadtrelevanten Stakeholdern vor Ort über Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der jeweiligen Zentren gesprochen und diskutiert. Ziel der Innenstadtspaziergänge ist es, lokales Know-How in den Prozess miteinfließen zu lassen. Die Rundgänge beinhalten die zentralsten Lagen und Platzsituationen in den jeweiligen Zentren.

## **Auswertung der Passantenbefragung im Rahmen der „Vitalen Innenstädte“ 2020**

Die Passantenbefragung fand im Rahmen der „Vitalen Innenstädte“ im September und Oktober 2020 auf Basis eines standardisierten Fragebogens statt. Es handelt sich hierbei um eine bundesweite Befragung der IFH mit 107 Teilnehmern in allen Größenkategorien. Die Stadt Naumburg befindet sich in der Ortsgröße 2 mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern. In dieser Größenkategorie nahmen 38 Städte teil. Durch den standardisierten Fragebogen ist es möglich eine hohe Aussagefähigkeit und Vergleichbarkeit der Stichproben zu erzielen. An sämtlichen Werktagen und zu unterschiedlichen Tageszeiten wurden insgesamt 422 Passanten befragt. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes findet eine Auswertung statt (vgl. Kapitel 4.5.1).

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Naumburg (Saale). Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

## 4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends resultierenden Herausforderungen für die Stadt Naumburg (Saale) als Mittelzentrum sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

### 4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

**Wertewandel:** Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf individuelles Wohlbefinden und Nachhaltigkeit<sup>6</sup>, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

**Individualisierung:** Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.<sup>7</sup> Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

**Demografischer Wandel:** Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.<sup>8</sup> Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Be-

<sup>6</sup> LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

<sup>7</sup> 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

<sup>8</sup> 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

deutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Zudem steigt das Interesse an innerstädtischem Wohnen insbesondere auch bei den jungen Alten. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Lesehilfen, niedrigere Regale, breitere Gänge, Bring- und Lieferdienste).

**Online-/Sharing-Affinität:** Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumenten-seite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung gegenüber dem eigentlichen Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend negativ und unterscheiden sich deutlich zwischen den Warengruppen. Allerdings zeigen sich die für Städte wie Naumburg (Saale) so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust“. Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmitteln sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtreionen betreffen.



**Abbildung 4: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse**

Quelle: Fotos (von links nach rechts) Fotos © M-SUR/Fotolia, © Worawut/AdobeStock, © oneinchpunch/Fotolia, © zapp2photo/Fotolia.

**Kopplung und Entkopplung von Konsum:** Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf

dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

**Erlebnisorientierung:** Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

**Segmentierung der Nachfragemärkte:** Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf<sup>9</sup> (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf<sup>10</sup> (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.

**Preis-/Zielgruppenpolarisierung:** Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck.

#### 4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

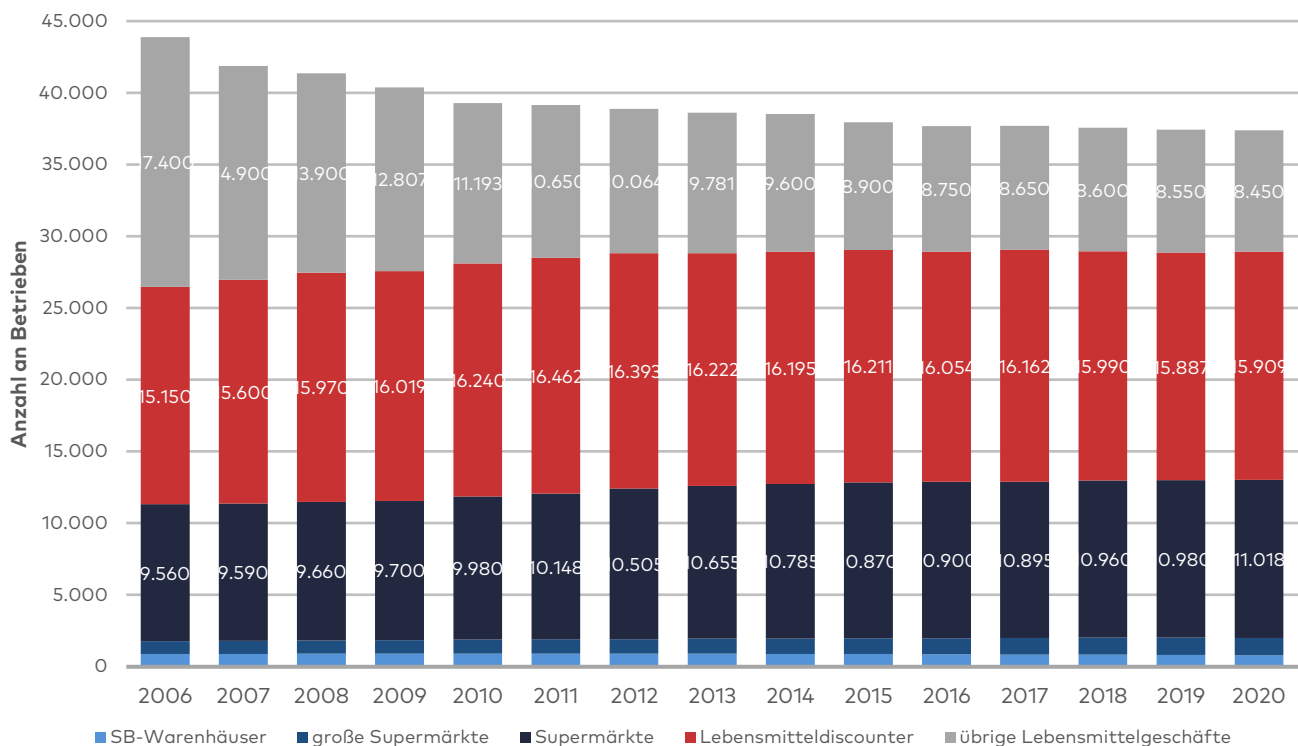
**Filialisierung/Konzentration:** Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig – deutlich wird dies insbesondere in Klein- und Mittelstädten. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Dies betrifft im besonderen Maße den Lebensmittel Einzelhandel in dem die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe seit Jahren deutlich rückläufig ist (siehe Abbildung 5). Das Angebot konzentriert sich zunehmend auf

<sup>9</sup> Ein Preiseinkauf bezeichnet einen Einkauf, bei dem auf Waren mit geringen Preisen zurückgegriffen wird. Diese lassen sich in Discontern finden, welche sich durch ein relativ schmales und flaches Warensortiment, einfache Warenpräsentation und Eigenmarken auszeichnen, um so einen Preisvorteil gegenüber Markenwaren zu erzielen. Besonders preissensible Kunden führen Preiseinkäufe durch.

<sup>10</sup> Bei einem Schnäppcheneinkauf werden besonders (Marken-)waren/Dienstleistungen preiswert erworben. Sie zeichnen sich durch einen erheblichen Rabatt auf den normalen Preis aus und sind meist zeitlich befristet.



großformatige Lebensmittelmärkte, die v. a. Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung präferieren. Eine wohnungsnah (fußläufige) adäquate Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlichen, dünn besiedelten Raum und in Gebieten mit negativer Bevölkerungsentwicklung häufig nicht mehr gesichert oder nur schwer zu erreichen.



**Abbildung 5: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel**

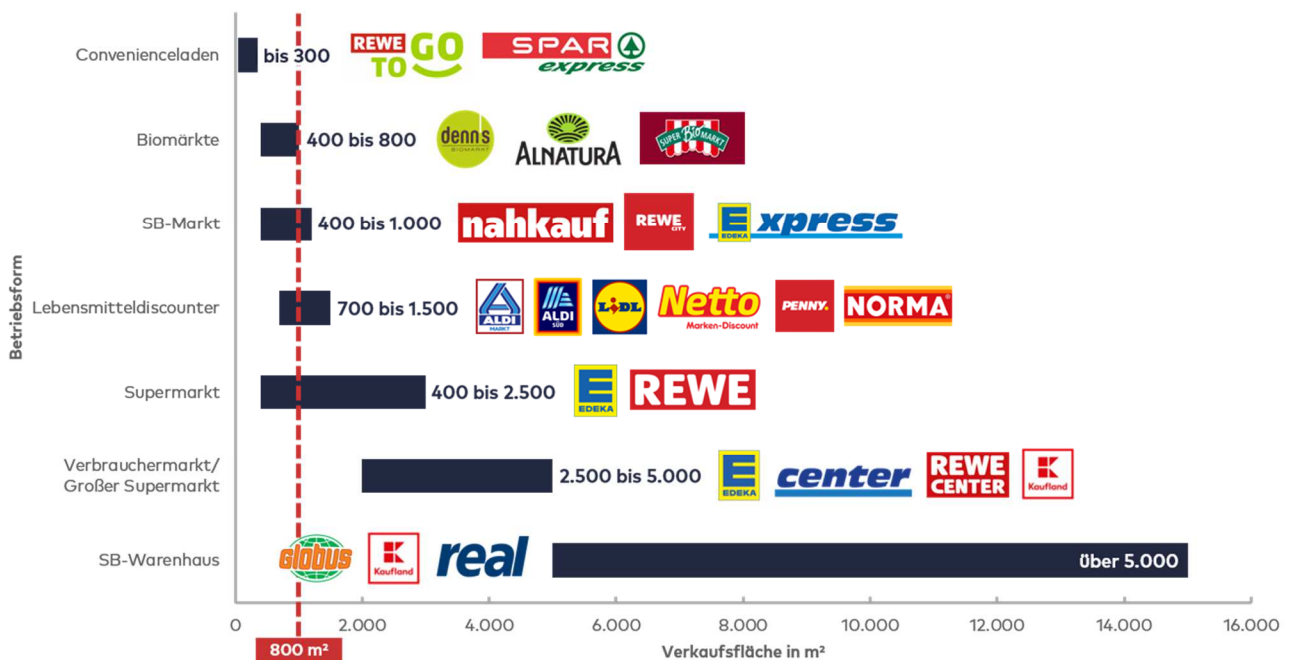
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert. Für kleinere Städte gestaltet es sich jedoch zunehmend anspruchsvoll, ein qualitativ hochwertiges Angebot in der Warengruppe Drogeriewaren vorzuhalten, da insbesondere grenzrentable Standorte im ländlichen Raum oder in Grundzentren von den Konzentrationsprozessen im Drogeriewarensegment betroffen sind.

**Verkaufsflächen- und Standortansprüche:** Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen (bspw. in Hinblick auf die Ladengestaltung und einer daraus resultierenden Erhöhung des Einkaufserlebnisses) sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen sowie ein zunehmender Verkaufsflächenanteil an zentrenrelevanten Randsortimente v. a. in Drogeriefachmärkten) ergibt.<sup>11</sup> Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, ist für kleinere Städte und ländliche Räume aktuell von einer

<sup>11</sup> Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m<sup>2</sup>, 2016 rd. 804 m<sup>2</sup> (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m<sup>2</sup>, 2016 rd. 1.245 m<sup>2</sup> (+17 %).

Mindestgröße von 800 m<sup>2</sup> bis 1.200 m<sup>2</sup> VKF bei Neuansiedlungen auszugehen<sup>12</sup> (siehe Abbildung 6). Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtreionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.



**Abbildung 6: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis ILG Gruppe 2019 (leicht modifiziert und ergänzt).

**Wandel der Betriebsformen:** Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen. Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und

<sup>12</sup> Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

positionieren sich als „Kleinkaufshäuser“ mit einem entsprechend großen Warenangebot auch im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente (bspw. Spielwaren, Schreibwaren, Unterhaltungselektronik oder Bekleidung). Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

**Umsatzentwicklung:** Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.<sup>13</sup> Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten vieler Betriebe v. a. bedingt durch den Online-Handel und mit dem räumlichen Fokus auf Klein- und Mittelstädte.

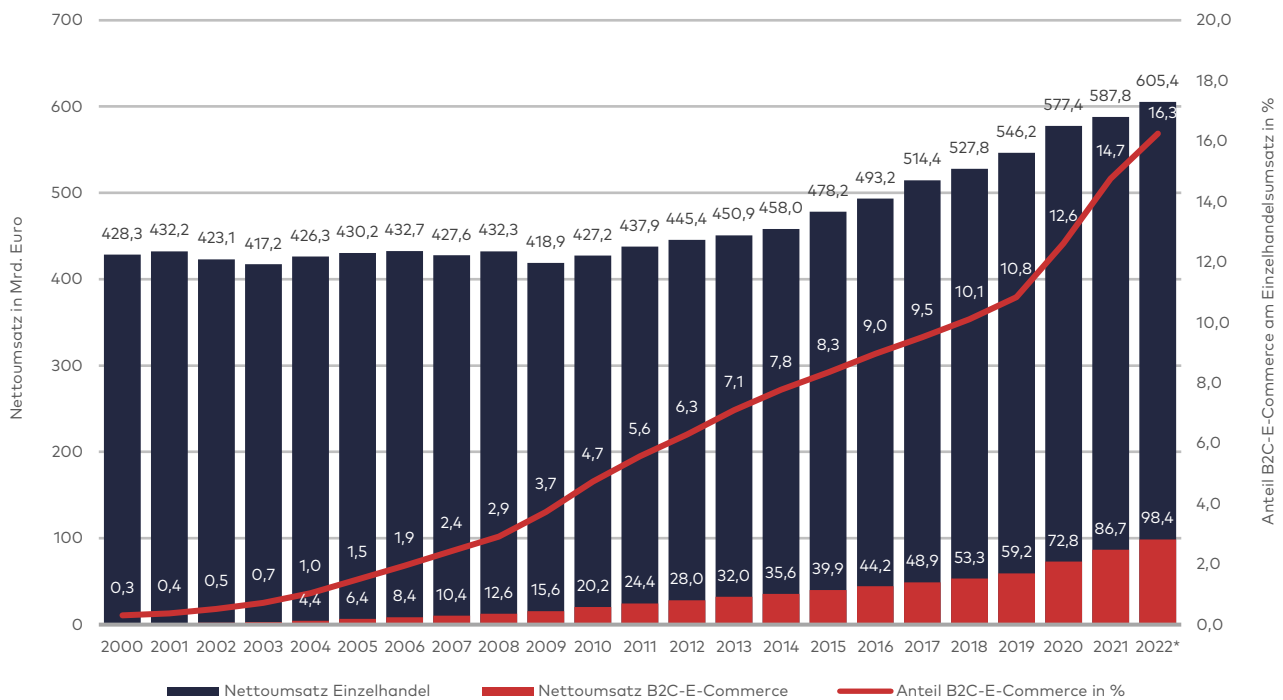
**Nachfolgeproblematik:** Insbesondere in kleineren Städten mit einem hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langer Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümerseitiger Erwartungen an die Miethöhe und der weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche zunehmend anspruchsvoller. So stehen Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

**Neue Handelsformen und -formate:** Fachgeschäfte haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Ortskerne größtenteils verloren. In Kleinstädten stellen stattdessen filialisierte Anbieter des täglichen Bedarfs (insbesondere Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriefachmärkte) sowie discountorientierte Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (u. a. Non-Food-Discounter in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK<sup>14</sup>/Hausrat/Einrichtungszubehör) die wichtigsten Magnetbetriebe dar. Weitere Handelsformen wie z. B. Shopping-Center und Factory-Outlet-Center sind primär in größeren Städten zu finden. Lediglich kleinere, zu meist autokundenorientierte Fachmarktzentren stellen eine gängige Handelsagglomeration in Kleinstädten dar, die aufgrund ihres Flächenanspruchs und oftmals mangelnder städtebaulichen Qualität nur schwer in integrierte Siedlungslagen bzw. zentrale Versorgungsbereiche einzubinden sind.

**Digitalisierung:** Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und lag im Jahr 2021 unter anderem bedingt durch einen verstärkten Online-Absatz hervorgerufen durch die COVID-19 Pandemie bereits bei rd. 86,7 Mio. Euro (rd. 14,7 % des Einzelhandelsumsatzes) (siehe Abbildung 7). Auch für das Jahr 2022 wird ein deutlicher Anstieg des Online-Absatzes prognostiziert, , auf Grund der momentanen Rahmenbedingungen (Corona-Pandemie, Krieg in der Ukraine und seine Auswirkungen) ist diese Prognose jedoch mit großen Unsicherheiten verbunden.

<sup>13</sup> In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

<sup>14</sup> GPK = Glas, Porzellan, Keramik.



**Abbildung 7: Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE). \*Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist<sup>15</sup>, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang mit rd. 3,3 % noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen<sup>16</sup>. Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden. Für Städte wie Naumburg (Saale) werden sich in der mittleren Frist voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung – verstärkt durch die durch Covid-19 bedingten zeitweiligen Schließungen im stationären Einzelhandel – allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

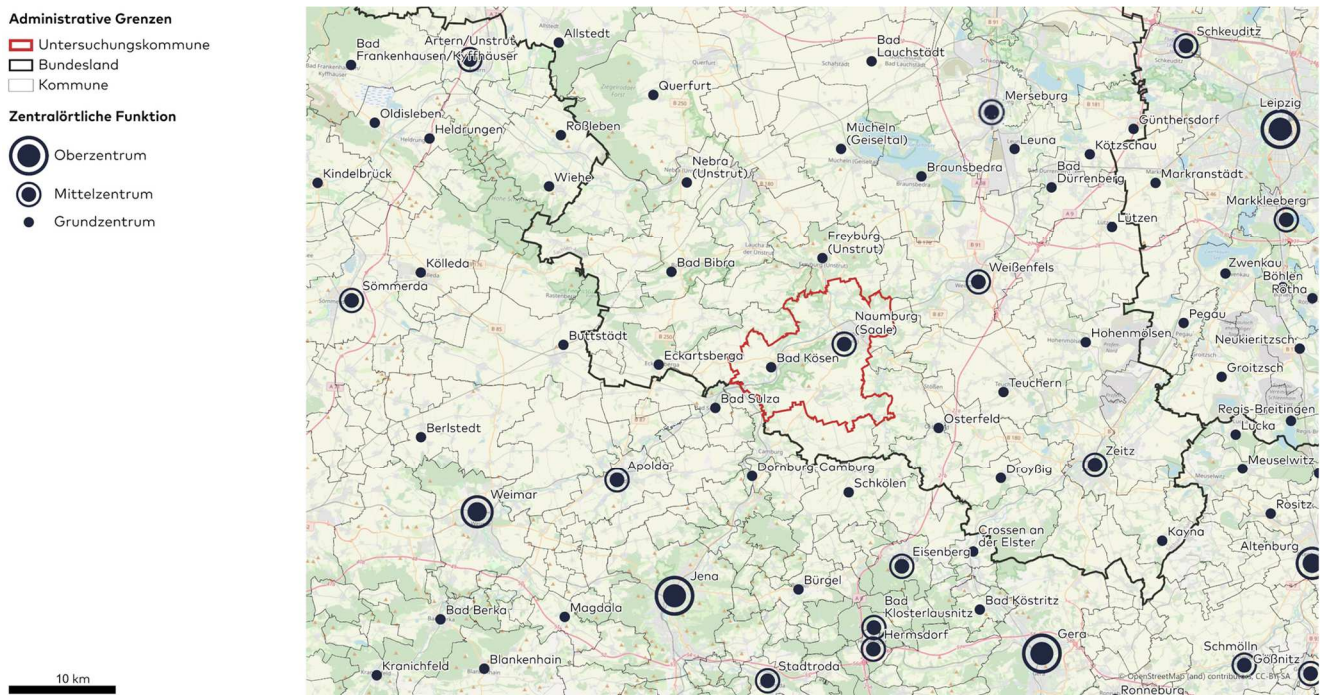
<sup>15</sup> Unterhaltungselektronik rd. 38,9 %, Fashion & Accessoires rd. 39,8 %, Freizeit & Hobby rd. 33,2 %, Büro & Schreibwaren rd. 30,8 % (vgl. HDE/IFH 2021).

<sup>16</sup> Vgl. HDE/IFH 2021.

## 4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Stadt Naumburg (Saale) im südlichen Sachsen-Anhalt, die sowohl das Mittelzentrum Naumburg als auch das Grundzentrum Bad Kösen beinhaltet, zählt insgesamt 32.831 Einwohner<sup>17</sup>. Für Naumburg wird ein relativer Bevölkerungsrückgang von rd. 4,8 % bis zum Jahr 2027 prognostiziert<sup>18</sup>. Neben der Kernstadt gliedert sich Naumburg in 31 Ortsteile. Darunter befinden sich auch der 2010 eingemeindete Ortsteil Bad Kösen und seine zugehörigen Ortsteile.

Im Umland Naumburgs befinden sich neben zahlreichen Grundzentren die Mittelzentren Weißenfels (ca. 16 km), Merseburg (ca. 33 km), Zeitz (ca. 30 km) und Apolda (ca. 33 km). Die nächstliegenden Oberzentren sind Leipzig (ca. 60 km) sowie Gera (ca. 60 km), Jena (ca. 42 km) und Weimar (ca. 50 km), die im südlich angrenzenden Thüringen liegen. Im Naumburger Stadtgebiet liegt das Grundzentrum Bad Kösen (vgl. Abbildung 6).



**Abbildung 8: Zentralörtliche Funktion Naumburg**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Im Hinblick auf die siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen ergibt sich aus dem dargestellten Zentrengefüge das Wettbewerbsumfeld der Stadt Naumburg (Saale) im regionalen Kontext. Die Pkw-Fahrzeit zu den nächstgelegenen Mittelzentren Weißenfels, Merseburg, Zeitz und Apolda beträgt zwischen 20 und 40 Minuten. Ebenso sind die leistungsstarken Oberzentren Leipzig und Jena in Fahrzeiten von 50 bis 60 Minuten mit dem PKW erreichbar. Darüber hinaus beeinflusst das Einkaufszentrum Nova-Eventis in Günthersdorf die Wettbewerbssituation.

Verkehrlich ist Naumburg (Saale) über die B87 aus Richtung Ilmenau bzw. Leipzig, die B88 aus Richtung Jena, der B176 in Richtung Weißenfels sowie der B180 in die Richtungen Zeitz und Erfurt. Die Bundesautobahn A9 (Berlin/München) verläuft ca. 10 km östlich des Stadtgebiets. Hinsichtlich der Einbindung an den öffentlichen Personennahverkehr besteht eine Anbindung an das Busliniennetz der PVG

<sup>17</sup> Quelle: Stadt Naumburg, Stand: 31.12.2021

<sup>18</sup> Quelle: 7. Regionalisierte Bevölkerungsprognose Sachsen-Anhalt.



Burgenlandkreis mbH (u.a. Zeitz) sowie an das innerstädtische Straßenbahnnetz der Naumburger Straßenbahn GmbH. Der Anschluss an das regionale Bahnnetz ist in die Richtungen Eisenach, Erfurt Jena, Nürnberg Halle und Leipzig durch die Deutsche Bahn AG sowie dem Abellio Mitteldeutschland gegeben. In diesem Zusammenhang ist insbesondere die Funktion des Naumburger Hauptbahnhofs als ICE-Haltepunkt hervorzuheben.

### **4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE**

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

#### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Die Stadt Naumburg verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 207,3 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 6.314 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.493 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

**Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen**

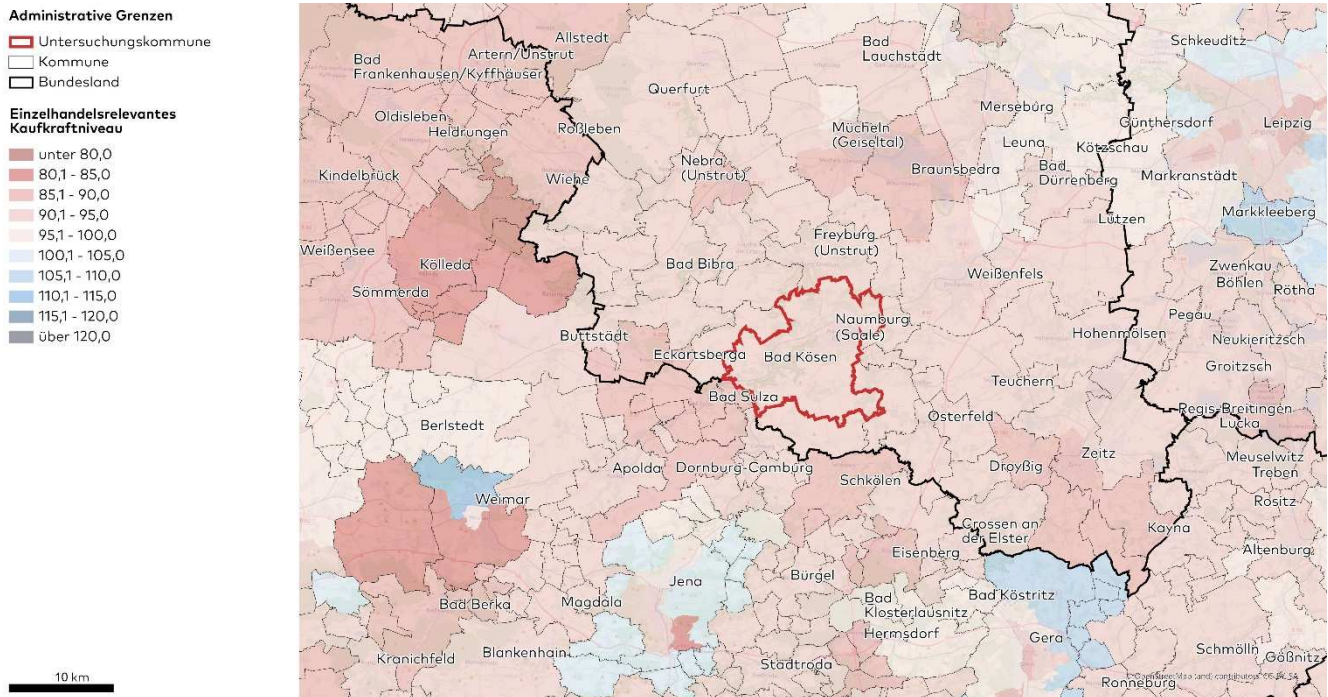
Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	81,8	2.493
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	13,8	421
Blumen, zoologischer Bedarf	3,9	120
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	5,1	155
<b>Kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>104,7</b>	<b>3.188</b>
Bekleidung	15,7	479
Schuhe/Lederwaren	4,1	125
Pflanzen/Gartenbedarf	4,7	144
Baumarktsortiment i. e. S.	16,7	509
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	4,1	126
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	4,5	126
Sportartikel/Fahrräder/Camping	6,8	208
<b>Mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>56,6</b>	<b>1.726</b>
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	4,7	144
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	2,1	64
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	2,1	63
Möbel	11,6	353
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	7,0	214
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	14,4	438
Uhren/Schmuck	2,1	64
Sonstiges	2,0	60
<b>Langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>46,0</b>	<b>1.401</b>
<b>Gesamt</b>	<b>207,3</b>	<b>6.314</b>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2021; PBS = Papier, Bürobbedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Briefmarken, Münzen; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer<sup>19</sup> beträgt in Naumburg (Saale) rd. 93 und liegt damit leicht über dem Durchschnitt von Sachsen-Anhalt (rd. 91), aber unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Die Nachbarkommunen von Naumburg (Saale) verfügen größtenteils über ein vergleichbares Kaufkraftniveau, die

<sup>19</sup> Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

südlich und westlich gelegenen Kommunen weisen hingegen ein vergleichsweise niedrigeres Kaufkraftniveau auf (siehe Abbildung 9).



**Abbildung 9: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Naumburg (Saale) und Umgebung**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2021; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014.

### Einzugsgebiet der Stadt Naumburg (Saale)

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Einzugsgebiete nicht als statisches Gebilde anzusehen sind, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil der betrachteten Stadt stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb und Abflüsse von innerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet deshalb nicht an den dargestellten Grenzen. Der über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehende Bereich ist als Ferneinzugsgebiet zu definieren, aus welchem mit Streuumsätzen<sup>20</sup> zu rechnen ist. Dieses Gebiet ist nicht zum Einzugsgebiet zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und die Einflüsse von Konkurrenzstandorten deutlich überwiegen.

Bei der **Abgrenzung des Einzugsgebietes** von Naumburg (Saale) haben insbesondere folgende Punkte Berücksichtigung gefunden:

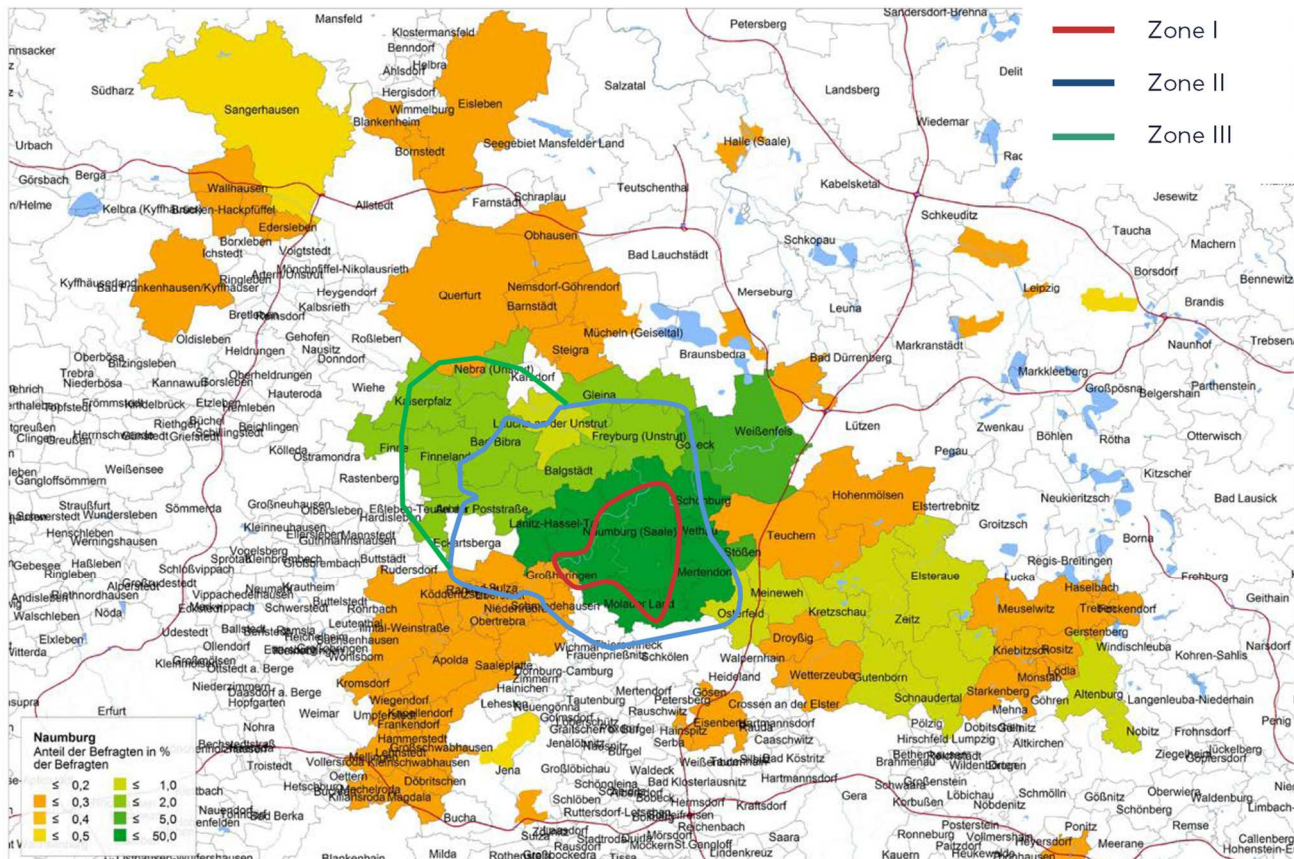
- Herkunft der befragten Passanten im Rahmen der Studie „Vitale Innenstädte“ der IFH 2020
- die Attraktivität und Anziehungskraft der Bestandsstrukturen in Naumburg (Saale) (u. a. Branchen, Betreiber, Größen, Standorteigenschaften)
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. Entfernung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Umfeld
- die sozioökonomischen Rahmenbedingungen von Naumburg (Saale) im Vergleich zum engeren und weiteren Umfeld (insb. Bedeutung als Arbeitsort)

<sup>20</sup> diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug



- die verkehrlichen, topografischen und naturräumlichen Gegebenheiten im engeren und weiteren Umfeld
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung
- die administrative Gliederung im engeren und näheren Umfeld
- die Versorgungsfunktion Naumburgs
- die traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung

Unter Berücksichtigung der oben genannten Aspekte kann für die Stadt Naumburg (Saale) das in Abbildung 10 dargestellte Einzugsgebiet abgegrenzt werden.



**Abbildung 10: Einzugsgebiet der Stadt Naumburg (Saale)**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: IfH Studie Vitale Innenstädte 2020.

Es ist davon auszugehen, dass ein Großteil des Einzelhandelsumsatzes in Naumburg (Saale) überwiegend aus dem aufgezeigten Einzugsgebiet generiert wird. Dabei ist eine Differenzierung des Einzugsgebietes in mehrere Zonen zielführend.

**Zone I** umfasst das Stadtgebiet von Naumburg (Saale). Es ist davon auszugehen, dass der ganz überwiegende Teil des Einzelhandelsumsatzes von Naumburg (Saale) aus diesem Gebiet generiert wird. Zone I stellt somit sowohl den grundzentralen Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Naumburg als auch des Grundzentrums Bad Kösen dar.

**Zone II** umfasst aufgrund der attraktiven Versorgungsangebote in Naumburg (Saale) Bereiche über die Stadtgrenze hinaus und entspricht in etwa dem mittelzentralen Verflechtungsbereich Naumburgs. Dazu zählen Teile des Burgenlandkreises und des Saalekreises, u. a. die Gemeinden Freyburg (Unstrut), Balgstätt und Lanitz-Hassel-Tal. Aufgrund der räumlichen Nähe, der Angebotssituation und

der verkehrlichen Erreichbarkeit sind Einkaufsfahrten in relevanter Zahl nach Naumburg (Saale) zu erwarten.

**Zone III** umfasst schließlich Gemeinden und Städte im Burgenlandkreis, welche z. T. etwas höhere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen, u. a. Nebra. Hier sind jedoch nur Einkaufsfahrten in relativ geringer Zahl nach Naumburg (Saale) zu erwarten.

#### 4.4 GESAMTSTÄDTISCHE ANGEBOTSANALYSE

Im Stadtgebiet von Naumburg (Saale) wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung (07/2021) insgesamt 264 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 69.100 m<sup>2</sup> verfügen (siehe Tabelle 3). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Naumburg (Saale) mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,10 m<sup>2</sup> je Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m<sup>2</sup> VKF/Einwohner<sup>21</sup>) liegt.

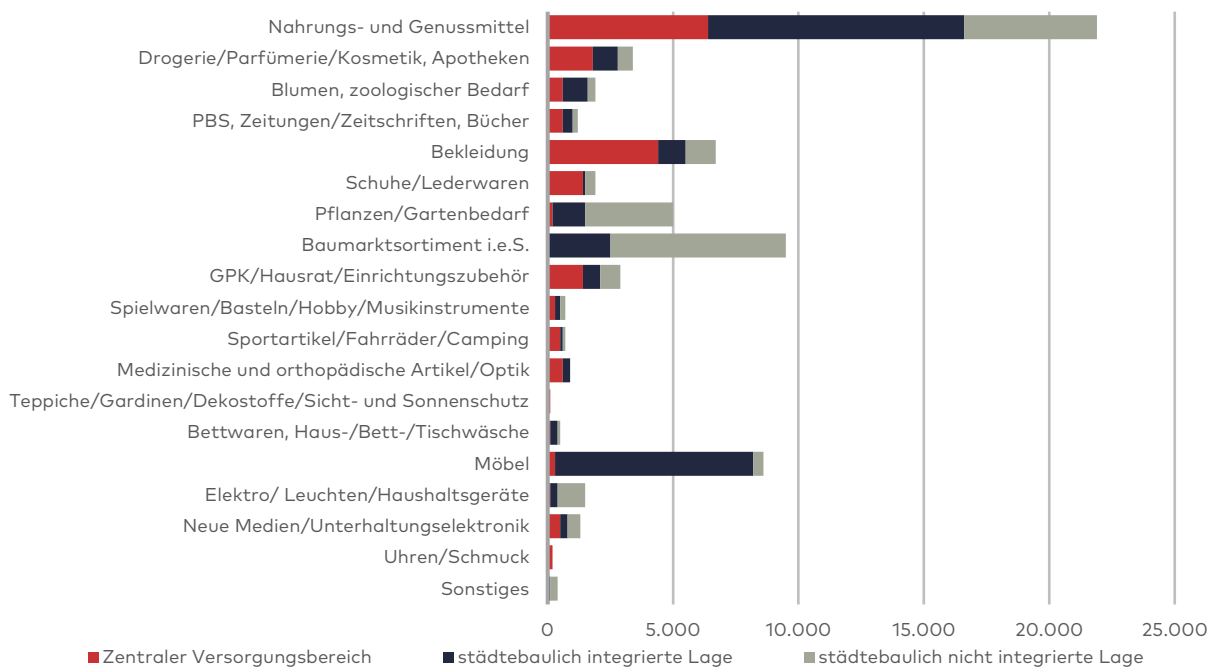
**Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Naumburg (Saale)**

Strukturdaten	Erhebung 07/2021
Einwohner	32.831
Anzahl der Betriebe	264
Gesamtverkaufsfläche in m <sup>2</sup>	69.100
Verkaufsflächenausstattung in m <sup>2</sup> je Einwohner	2,10

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Saale) (Stand: 31.12.2021); Verkaufsfläche auf 100 m<sup>2</sup> gerundet.

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Naumburg Einzelhandelsbetriebe mit rd. 68 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen (rd. 28 % in ZVB (gem. EHK 2009), rd. 40 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen) angesiedelt sind. Die übrigen Betriebe mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 32 % sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Abbildung 11 stellt die in Naumburg erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

<sup>21</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).



**Abbildung 11: Einzelhandelsbestand in Naumburg (Saale) nach Warengruppen und Lagebereichen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: GMA 2009; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Hinsichtlich der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in Naumburg (Saale) ist hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung besonders durch die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel und Bausortiment i.e.S. geprägt. Dies begründet sich v. a. durch großflächige Angebotsformen in den Sortimentsbereichen (u. a. Kaufland, E-Center, Obi, Naumburger Möbel-Center, Dänisches Bettenlager), die im Stadtgebiet vorzufinden sind. Zudem finden sich erhebliche Verkaufsflächenanteile in den Warengruppen Bekleidung, Möbel sowie Pflanzen/Gartenbedarf.
- Die zentralen Versorgungsbereiche sind insbesondere durch zentrenrelevante Sortimente (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Drogeriewaren) geprägt, das leistungsstarke Angebot ist hierbei, insb. in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren, v. a. durch Filialisten geprägt.
- Das Verkaufsflächenangebot in städtebaulich nicht integrierten Lagen besteht zu einem großen Teil aus den Warengruppen, Baumarktsortiment i. e. S. und Pflanzen/Gartenbedarf. Betriebe mit diesen Sortimenten sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i. d. R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche.
- Allerdings werden an Standorten in städtebaulich z. T. nicht integrierter Lage absolut betrachtet auch im erhöhten Maße Waren aus dem Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sowie nachgeordnet aus den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung oder GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör angeboten. Innerhalb dieser Warengruppen ist von Wettbe-

werbsbeziehungen insbesondere zwischen den zentralen Versorgungsbereichen bzw. Einzelhandelslagen zur Nahversorgung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und den Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen auszugehen. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung ist dies vornehmlich auf das Angebot am Standortbereich Weißenfelser Straße zurückzuführen. Der hohe Verkaufsflächenanteil in städtebaulich nicht integrierter Lage in der Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör ist insbesondere auf den Randsortimentsanteil der Möbellhäuser und der Baumärkte zurückzuführen und dementsprechend z. T. zu relativieren.

- Daneben wird das Angebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche v. a. durch Lebensmittelmärkte geprägt. Diese können – sofern sie in städtebaulich integrierten Lagen verortet sind – einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung leisten.

### Umsatzschätzung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze<sup>22</sup> im Einzelhandel von Naumburg (Saale) basiert auf allgemeinen und für die Stadt Naumburg (Saale) spezifizierten Angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung dienen Stadt + Handel vorliegende **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter**. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortiments-spezifischen Umsätze werden abschließend mit **nachfrageseitigen Rahmenbedingungen** (s. dazu Kapitel 4.3) plausibilisiert. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft.
- Im Rahmen eines Desk-Researchs werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in Ingelheim a. R. und dem Nahbereich beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 211,1 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzel-

<sup>22</sup> Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

handelsrelevanten Kaufkraft von rd. 207,3 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität<sup>23</sup> von rd. 1,02. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion Naumburgs als Mittelzentrum im ländlichen Umfeld angemessen. Wie Tabelle 4 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Naumburg (Saale) je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

---

<sup>23</sup> Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) gibt das Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 1,00 ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 1,00 ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

**Tabelle 4: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Naumburg (Saale)**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	21.900	102,3	81,8	1,25
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	3.400	18,0	13,8	1,30
Blumen, zoologischer Bedarf	1.800	4,3	3,9	1,10
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	1.200	4,4	5,1	0,86
<b>Kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>28.200</b>	<b>128,9</b>	<b>104,7</b>	<b>1,23</b>
Bekleidung	6.600	16,4	15,7	0,93
Schuhe/Lederwaren	1.900	4,6	4,1	1,12
Pflanzen/Gartenbedarf	5.000	5,6	4,7	1,18
Baummarktsortiment i. e. S.	9.500	19,4	16,7	1,16
GPK/Hausrat/Einrichtungszu- behör	3.000	3,7	4,1	0,89
Spielwaren/Basteln/Hobby/Mu- sikinstrumente	800	2,1	4,5	0,48
Sportartikel/Fahrräder/Cam- ping	600	2,9	6,8	0,42
<b>Mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>27.400</b>	<b>52,8</b>	<b>56,6</b>	<b>0,93</b>
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	900	5,3	4,7	1,12
Teppiche/Gardinen/Deko- stoffe/Sicht- und Sonnenschutz	100	0,2	2,1	0,11
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tisch- wäsche	500	1,1	2,1	0,54
Möbel	8.600	7,2	11,6	0,62
Elektro/Leuchten/Haushaltsge- räte	1.500	4,1	7,0	0,58
Neue Medien/Unterhaltungs- elektronik	1.300	8,8	14,4	0,61
Uhren/Schmuck	200	1,4	2,1	0,68
Sonstiges	400	1,2	2,0	0,59
<b>Langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>13.500</b>	<b>29,3</b>	<b>46,0</b>	<b>0,64</b>
<b>Gesamt</b>	<b>69.100</b>	<b>211,1</b>	<b>207,3</b>	<b>1,02</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2021; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2021; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

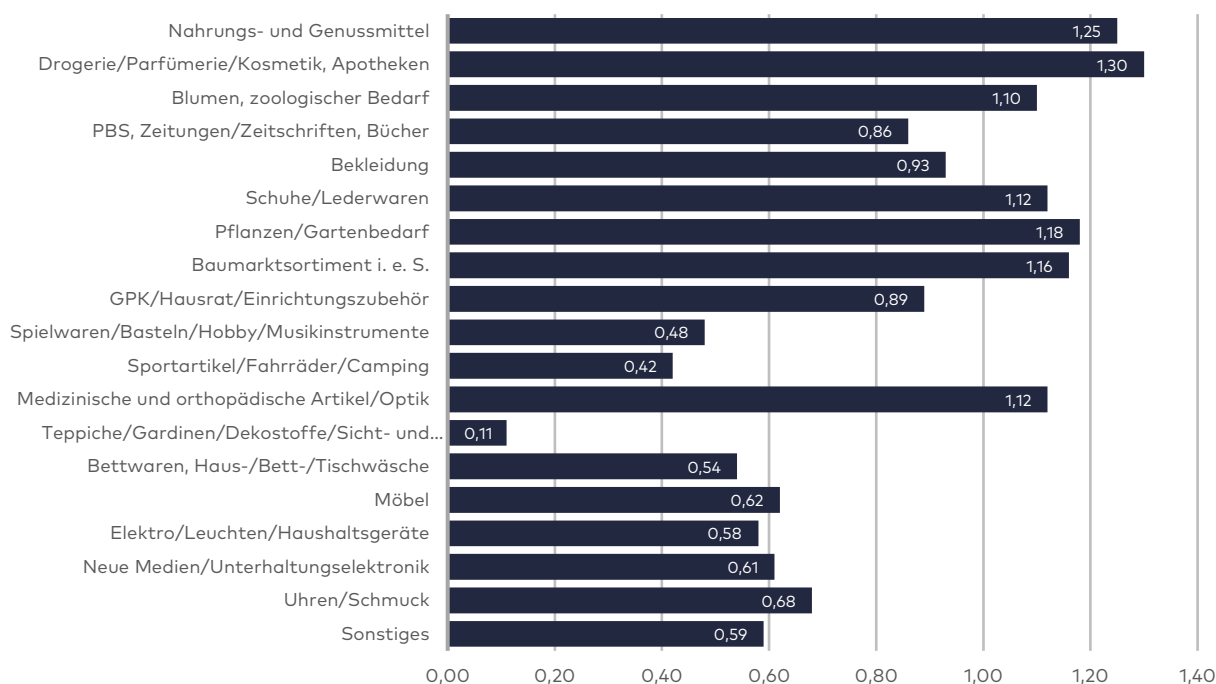
In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren/Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken können mit Zentralitäten von rd. 1,25 bzw. rd. 1,30 deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Umgebung generiert werden (siehe Tabelle 4).

In den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe ist in der Summe mit einer Zentralität von rd. 1,23 auch insgesamt ein deutlicher Kaufkraftzufluss festzustellen, so dass Naumburg (Saale) über die Stadtgrenzen hinaus



Versorgungsfunktionen im Bereich des Grundbedarfs erfüllt. Die vergleichsweise hohen Zentralitäten sind dabei insbesondere auf die Drogeriefachmärkte sowie auf die Verbrauchermärkte zurückzuführen. Auch die Versorgungsstrukturen in Bad Kösen erfüllen insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel aufgrund des ländlich geprägten Umlandes Versorgungsfunktionen deutlich über das eigene Stadtgebiet hinaus.

Als Mittelzentrum hat die Stadt Naumburg neben der Versorgung mit Gütern des qualifizierten Grundbedarfs auch die Versorgung für den gehobenen und spezialisierten Bedarf für die Naumburger Bürger und die im Einzugsgebiet lebende Bevölkerung zu übernehmen. Im Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches weist Naumburg mit rd. 0,93 und rd. 0,64 deutlich geringere Zentralitäten auf. Die höchsten Werte werden dabei in den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf (rd. 1,18), Baumarktsortiment i. e. S. (rd. 1,16) sowie medizinische und orthopädische Artikel/Optik (rd. 1,12) generiert. Die typischen Randsortimente GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (rd. 0,89) und Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche (rd. 0,54) verzeichnen unterdurchschnittliche Zentralitäten. Auch die Sortimente Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte (rd. 0,58) und Neue Medien/Unterhaltungselektronik (rd. 0,61) weisen niedrige Zentralitäten und somit einen deutlichen Kaufkraftabfluss zu den benachbarten Zentren und Konkurrenzstandorten sowie in den Online-Handel auf. Auch in den innerstädtischen Leitsortimenten wie z. B. Bekleidung und Schuhe/Lederwaren generiert Naumburg mit Zentralitäten von rd. 0,93 und rd. 1,12 ebenfalls im Saldo keine deutlichen Kaufkraftzuflüsse. Während die Zentralität im mittelfristigen Bedarfsbereich für ein Mittelzentrum als gering zu bezeichnen ist, ist die Zentralität im langfristigen Bedarfsbereich für ein Mittelzentrum im ländlich geprägten Raum und vor dem Hintergrund der in Kapitel 4.1 skizzierten Rahmenbedingungen jedoch als angemessen zu bezeichnen.



**Abbildung 12: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Naumburg (Saale)**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Anhand der dargestellten Zentralitäten über alle Warengruppen wird deutlich, dass Naumburg (Saale) den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag in weiten Teilen über die Stadtgrenzen hinaus erfüllen kann. Welche Rolle die Naumburger Altstadt dabei im Vergleich zu anderen Einzelhandelsstandorten einnimmt, wird in den folgenden Kapiteln weitergehend dargestellt.

## **4.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE**

Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse und unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Naumburg (Saale) aus dem Jahr 2008 können neben den dort festgelegten zentralen Versorgungsbereichen weitere strukturprägenden Standortbereiche in Naumburg (Saale) identifiziert werden. Die zentralen Versorgungsbereiche aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Naumburg (Saale) aus dem Jahr 2008 sowie die Versorgungskerne aus dem regionalen Einzelhandelskonzept „Nahversorgung in den grundzentralen Verflechtungsräumen der Planungsregion Halle“ (2014) im Stadtgebiet werden im Folgenden hinsichtlich ihrer städtebaulich-funktionalen Aspekte analysiert.



# ZVB „ALTSTADT NAUMBURG“ I

## Räumliche Analyse

Versorgungsgebiet

Stadt Naumburg (Saale) und Einzugsbereich

### Administrative Grenzen

□ Kommune

### Funktion

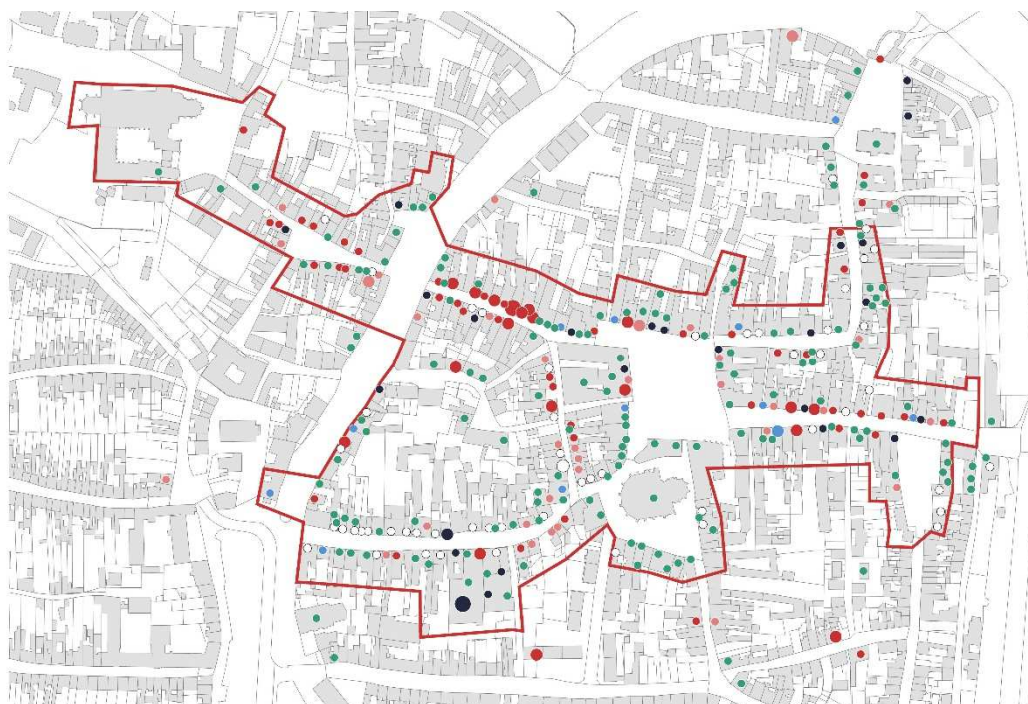
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

### Betriebsgrößenstruktur in m²

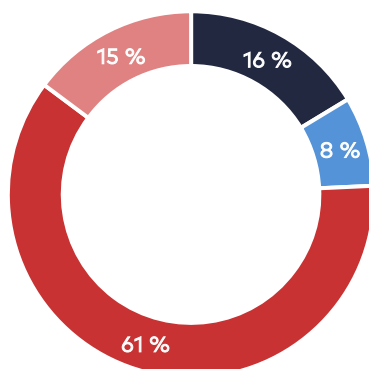
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

### Zentren- und Standortabgrenzungen

■ ZVB-Abgrenzung EHK 2008



### Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

### Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt) 32.831

### Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	120	45 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	9.300	13 %
Anzahl der Leerstände**	53	31 %
Zentrenergänzende Funktionen	145	-

### Magnetbetriebe

Netto, Mode Hempel, Mäc Geiz

### Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.12.2021); Kartengrundlage: Stadt Naumburg; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

## ZVB „ALTSTADT NAUMBURG“ II

### Räumliche Integration



Die Altstadt wird begrenzt durch die Salzstraße im Süden und dem Domplatz im Westen, im Osten reicht der ZVB entlang der Jakobsstraße bis zur Einmündung in die Straße Marienmauer, nach Norden wird der ZVB an der Marienstraße durch die Straße Wendeplan begrenzt; größtenteils umschlossen von Geschosswohnungsbau; makroräumlich zentral im Naumburger Stadtgebiet gelegen; der ZVB ist städtebaulich in umgebende Strukturen integriert; keine Ausbildung einer Knochenstruktur im ZVB; der ZVB Altstadt verfügt über verhältnismäßig kurze Wege (Ausdehnung rd. 660 m), ist jedoch nicht kompakt hinsichtlich seiner Abgrenzung.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



(Über-)örtliche PKW-Erreichbarkeit durch B 180 und B 87 gegeben als wichtige Verbindungsachsen zum ZVB; Flächen für den ruhenden Verkehr v. a. durch die Parkplätze Altstadt (Luisenstraße & Poststraße), Marienstraße und Domstadt Hotel (Mühlgasse), keine direkte Anbindung an das regionale Bahnnetz (Bahnhof rd. 1,7 km Fußweg entfernt); Anbindung an den ÖPNV in direkter Nähe durch mehrere Straßenbahn-Haltepunkte am Innenstadtring, ebenso Anbindung an das städtische und regionale Busnetz, eigenständige Radwegeverbindungen entlang der Hauptverkehrsachsen nur teilweise ausgewiesen; Fußgängerzone im Bereich Jakobsstraße, Herrenstraße und Salzstraße.

### Versorgungsfunktion



Hinsichtlich der Betriebsanzahl stärkster Einzelhandelsagglomeration im Stadtgebiet. Übernahme der Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und das zentralörtliche Einzugsgebiet im Einzelhandel nur bedingt gegeben; eher geringes städtebauliches Gewicht in Bezug auf die gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung (rd. 13 %), jedoch mit deutlichen sortimentsbezogenen Unterschieden; hohes Verkaufsflächengewicht insbesondere in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör als wesentliche Leitsortimente für die Altstadt.

### Einzelhandelsbesatz



Hauptfrequenzlage und höchste Einzelhandelsdichte entlang der zentralen Achsen Herrenstraße – Markt – Jacobstraße; Nutzungsmix aus Einzelhandel (insgesamt eher geringe Anzahl an Filialisten und hoher Anteil an Fachgeschäften, teilweise mit einem individuellem Angebot, das sich positiv vom Standardangebot abhebt) und zentrenergänzenden Funktionen; Netto als Einzelhandelsbetrieb im ZVB Altstadt mit Magnetfunktion; tendenzielle Trading-Down-Prozesse in den Randlagen; z. T. gestalterische Defizite hinsichtlich Modernität der Ladenlokale und Warenpräsentation, insb. in den Randlagen; Angebot teilweise auf Tourismus ausgerichtet, Wochenmarkt aktuell auf dem Markt; erhöhte Leerstandsquote in der Altstadt. Teilweise Markt- abgang bedeutender Frequenzbringer in der Altstadt (bspw. Rossmann, Intersport).

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Insb. kleinteiliger Einzelhandelsbesatz, ergänzt durch einige wenige Fachmärkte; Angebotsschwerpunkt eindeutig im Sortiment Bekleidung, Schuhe, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör sowie Nahrungs- und Genussmittel als Leitsortimente der Altstadt Naumburg; Ergänzung durch inhabergeführte Fachgeschäfte; Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit Lebensmittel-Discounter als Magnetbetrieb vorhanden; insgesamt geringer Filialisierungsgrad in der Altstadt.

### Zentrenergänzende Funktionen



Zentrenergänzende Funktionen in allen Lagen des ZVB verortet; breiter Angebotsmix mit Schwerpunkt auf sonstigen einzelhandelsnahen Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten; touristische Angebote als zusätzliche Frequenzbringer in der Altstadt.

### Städtebauliche Struktur



Gewisse Einzelhandelsdichte nur in wenigen Lagen der Altstadt Naumburg gegeben; keine Ausbildung einer Knochenstruktur oder eines Rundlaufes; jedoch hoher städtebaulich-funktionale Zusammenhang im ZVB Altstadt durch kurze Wege und Nutzungsmischung von Einzelhandel und zentrenergänzenden Funktionen; Sichtachse aufgrund der räumlichen Struktur lediglich im Bereich Markt gegeben; z. T. bedingt wahrnehmbare Eingangssituationen zum ZVB (Holzmarkt, Salzstraße).

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Rund um den Markt attraktive historische Bausubstanz und Gebäudefassaden, Dom, Rathaus und St. Wenzel Kirche als attraktive städtebauliche Dominanten; ansprechend gestaltete Platzsituation mit gepflegtem Stadtmobiliar am Markt; Sanierungsbedarf in Rand- und Nebenlagen ansteigend, dadurch geringere Aufenthaltsqualität; z. T. saisonale gastronomische Bepflanzung der Außenflächen.

### Markante Entwicklungen seit 2008



Insgesamt Rückgang der Betriebszahlen um rd. 26 % sowie Rückgang der Verkaufsfläche um rd. 17 %, wobei insb. die Nebenlagen von dieser Entwicklung betroffen sind. Umzug des Drogeriefachmarktes Rossmann in der Herrenstraße in das STZ UTA Center.

Die Einzelhandelsfunktion der Altstadt ist insbesondere durch Fachgeschäfte geprägt, die teilweise ein attraktives, individuelles Angebot aufweisen, in Teilen jedoch Defizite hinsichtlich des Angebots, der Modernität und der Warenpräsentation vorhanden. Infolge von Marktabgängen in den letzten Jahren nur ein Lebensmitteldiscounter Netto als größerer Magnetbetrieb in der Altstadt verortet. Städtebaulich attraktive Hauptlage mit der höchsten Nutzungsdichte, jedoch hoher Anteil an Neben- und Ergänzungslagen mit nachgeordneter Einzelhandelsfunktion, in Teilen Trading-Down Tendenzen erkennbar, teilweise Umnutzung durch Wohnen oder Ferienwohnungen. Die Altstadt weist insgesamt eine hohe Dichte an zentrenergänzenden Funktionen auf, die eine hohe Bedeutung für die Frequentierung des Zentrums aufweisen. Insgesamt hohe touristische Bedeutung.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# ZVB STADTTEILZENTRUM „BAHNHOFSTRASSE“ I

## Räumliche Analyse

Versorgungsbereich

Nördliche Kernstadt

### Administrative Grenzen

□ Kommune

### Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

### Betriebsgrößenstruktur in m²

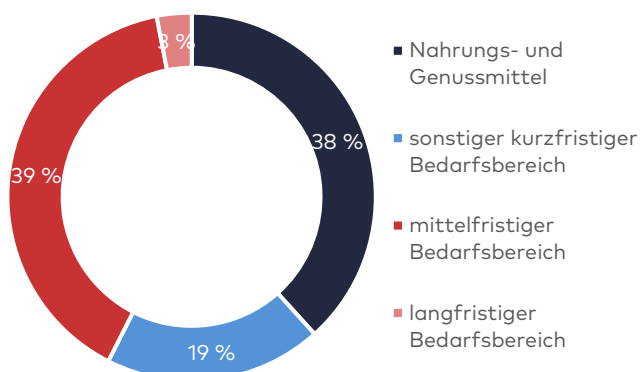
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

### Zentren- und Standortabgrenzungen

■ ZVB-Abgrenzung EHK 2008



## Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	12	4 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	4.900	7 %
Anzahl der Leerstände**	0	0 %
Zentrenergänzende Funktionen	7	-

## Magnetbetriebe

Aldi Nord, dm, Takko, Tedi

## Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.12.2021); Kartengrundlage: Stadt Naumburg; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.



## ZVB STADTTEILZENTRUM „BAHNHOFSTRASSE“ II

### Räumliche Integration



Nordwestlich des ZVB Altstadt am Stadtrand gelegen; direkt Lage am Hauptbahnhof entlang der Bahnhofstraße. Südlich angrenzende Wohnbebauung, im Westen durch Kleingartenanlage begrenzt. Im Norden und Nordwesten Bahntrasse verortet.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Verkehrliche Erreichbarkeit für den MIV und ÖPNV (Straßenbahn und Bus) über die Straßen Markgrafenweg und Bahnhofstraße gegeben; vereinzelt straßenbegleitende Parkmöglichkeiten innerhalb des ZVB sowie Parkplätze der Einzelhändler, durch den Hauptbahnhof ebenfalls Anbindung an das überregionale und regionale Bahnnetz.

### Versorgungsfunktion



Vornehmliche Versorgungsfunktion im nahversorgungsrelevanten Bereich für den unmittelbaren Nahbereich sowie die Wohnbevölkerung der nördliche Kernstadt; insgesamt angemessene Verkaufsflächendimensionierung und städtebauliches Gewicht im gesamtstädtischen Vergleich (rd. 7 %), bedeutende Nahversorgungsfunktion für die aufgeführten Bereiche; nicht unerheblicher Anteil an mittel- und langfristigen Angebotsstrukturen.

### Einzelhandelsbesatz



Discountorientiertes Lebensmittelangebot; Drogeriefachmarkt ergänzt Angebotsstrukturen im kurzfristigen Bedarfsbereich, Ergänzung durch Betriebe im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich mit eher preisorientiertem Angebot (u. a. Takko, Tedi, Deichmann); Arrondierung des Angebotes durch kleinteiligen Einzelhandelsbesatz; keine Leerstandsproblematik.

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Lebensmitteldiscounter Aldi und Drogeriefachmarkt dm als Magnetbetriebe, sonst überwiegend Fachmarkt- und kleinteilige Betriebsstrukturen; nicht unerheblicher Anteil an mittelfristigen Sortimenten, hier aber eher discountorientiertes Angebot (Takko, Kik, Tedi); Filialisten werden um einzelne kleinere Geschäfte Apotheke, Bäcker, Lotto ergänzt; insgesamt ist das standörtliche Angebot in Hinblick auf die Versorgungsfunktion als angemessen zu klassifizieren. Angebotslücken lediglich im Bereich eines vollsortimentierten Lebensmittelangebotes.

### Zentrenergänzende Funktionen



gesamter Standortbereich durch zentrenergänzende Funktionen mitgeprägt; funktionsgerechte Ausstattung der Zahl und Art der Funktionen; wichtiger Frequenzbringer in Form der Agentur für Arbeit.

### Städtebauliche Struktur



Weitläufiges Stadtteilzentrum; keine Rundlaufe und klare Wegeführung vorhanden; Mix aus unterschiedlichen Bebauungsstrukturen und -formen; z. T. multifunktional genutzte Bebauung mit Nutzungsmix aus v. a. Einzelhandel im EG und zentrenergänzenden Funktionen im OG; Fachmarktstruktur mit großflächigem Baukörper und großzügig dimensionierten Parkplatzflächen.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



funktional ausgerichtetes Stadtteilzentrum ohne höhere Verweil- und Aufenthaltsqualität; funktionaler Baustilmix mit gewissen baulichen Mängeln; keine Platzsituationen mit Aufenthaltsqualität im ZVB verortet; z. T. Prägung durch großzügig dimensionierte Stellplatzanlagen; allgemein geringe Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre durch autokundenorientierte Ausrichtung des ZVB.

### Markante Entwicklungen seit 2008



Marktabgang des Lebensmittelvollsortimenters Rewe, dafür Ansiedlung dm Drogeriefachmarkt. Insgesamt Anstieg der Gesamtverkaufsfläche um rd. 7 %.

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Funktionsgerecht ausgestattetes Stadtteilzentrum, mit vielfältigem Angebot; bedeutende Nahversorgungsfunktion für das nördliche Stadtgebiet, die deutlich über den Nahbereich hinausgeht; jedoch funktionale Gestaltung und geringe Aufenthaltsqualität sowie nicht vollumfängliches Angebot im Bereich Lebensmittel.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# ZVB STADTTEILZENTRUM „UTA-CENTER“ I

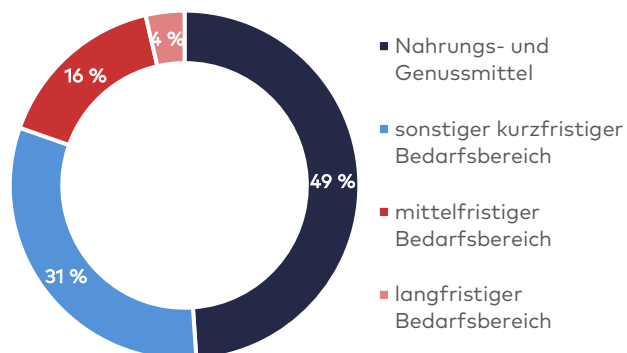
## Räumliche Analyse

Versorgungsbereich

Östliche Kernstadt



## Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	Anteilig
Anzahl der Betriebe*	8	3 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	3.300	5 %
Anzahl der Leerstände**	2	20 %
Zentrenergänzende Funktionen	8	-

## Magnetbetriebe

Lidl, Rossmann, Netto

## Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.12.2021); Kartengrundlage: Stadt Naumburg; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.



## ZVB STADTTEILZENTRUM „UTA-CENTER“ II

### Räumliche Integration



Östlich des Naumburger Altstadt gelegen; westlich angrenzende Wohnbebauung mit Mehrfamilienhäusern; makroräumlich in östlicher Lage in der Naumburger Kernstadt lokalisiert; überwiegend autokundenorientiert, jedoch mit guter fußläufiger Erreichbarkeit und naher ÖPNV Haltestelle.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Weißensefelder Straße (B 180) in Ost-West-Richtung für den MIV; Rosa-Luxemburg-Straße und Schönburger Straße als wichtige Verbindungsachse; direkt angrenzende Parkmöglichkeiten mit Zufahrt über Rosa-Luxemburg-Straße; Anbindung an den Bus-Haltepunkt (Linie 2) Schönburger Straße in rd. 200 m Entfernung.

### Versorgungsfunktion



Vornehmliche Versorgungsfunktion im nahversorgungsrelevanten Bereich für den unmittelbaren Nahbereich sowie die Wohnbevölkerung der östlichen Kernstadt; insgesamt angemessene Verkaufsflächendimensionierung und städtebauliches Gewicht für Stadtteilzentrum (rd. 5,0 %), bedeutende Nahversorgungsfunktion für die aufgeführten Bereiche; nicht unerheblicher Anteil an mittel- und langfristigen Angebotsstrukturen.

### Einzelhandelsbesatz



Discountorientiertes Lebensmittelangebot in zwei Betrieben (Netto und Lidl); Drogeriefachmarkt ergänzt Angebotsstrukturen im kurzfristigen Bedarfsbereich, Ergänzung durch Betriebe im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich, z. B. Futterhaus und mit z. T. eher preisorientiertem Angebot (u. a. Kik); Arrondierung des Angebotes durch kleinteiligen Einzelhandelsbesatz; geringe Leerstandsquote.

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Lebensmitteldiscounter Lidl und Netto sowie und Drogeriefachmarkt Rossmann als Magnetbetriebe, sonst eher Fachmarkt- und kleinteilige Betriebsstrukturen; untergeordneter Anteil an mittelfristigen Sortimenten (Kik); Filialisten werden um einzelne kleinere Geschäfte wie Fleischer, Lotto ergänzt; insgesamt ist das standörtliche Angebot in Hinblick auf die Versorgungsfunktion im nahversorgungsrelevanten Segment als angemessen zu klassifizieren. In diesem bestehen Angebotslücken lediglich im Bereich eines vollsortimentierten Lebensmittelangebotes.

### Zentrenergänzende Funktionen



Insbesondere Prägung des nördlichen Standortbereiches durch zentrenergänzende Funktionen in Erd- und Obergeschosslagen; funktionsgerechte Ausstattung der Zahl und Art der Funktionen.

### Städtebauliche Struktur



Räumlich kompaktes Nahversorgungszentrum; Zweiteilung des Stadtteilzentrums: Prägung des nördlichen Teilbereiches durch das zweigeschossige, nicht mehr marktgerechte UTA-Center. Südlicher Teilbereich durch moderne Fachmarktstrukturen mit zugehörigem großzügigem Parkplatzareal geprägt; keine Rundläufe und klare Wegführung vorhanden.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



funktional ausgerichtetes Stadtteilzentrum ohne höhere Verweil- und Aufenthaltsqualität; funktionaler Baustilmix mit Notwendigkeit zur baulichen Aufwertung im nördlichen Teilbereich; Prägung insb. des südlichen Bereichs durch moderne Fachmarktstrukturen und großzügig dimensionierte Stellplatzanlagen; allgemein geringe Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre durch autokundenorientierte Ausrichtung des ZVB.

### Markante Entwicklungen seit 2008



Deutlicher Anstieg der Gesamtverkaufsfläche um rd. 19 % seit 2008. Neuansiedlung des Rossmann-Drogeriefachmarktes im südöstlichen Bereich des Stadtteilzentrums.

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Angebot überwiegend durch Waren der kurzfristigen Bedarfsstufe geprägt; bedeutende Nahversorgungsfunktion für das östliche Stadtgebiet, die deutlich über den Nahbereich hinausgeht; jedoch funktionale Gestaltung und geringe Aufenthaltsqualität. Angebotsdefizite im vollsortimentierten Lebensmittelsegment. Notwendigkeit zur baulichen Aufwertung im nördlichen Teilbereich.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „JENAER STRASSE“ I

## Räumliche Analyse

### Versorgungsbereich

südwestliche Siedlungsbereiche der Kernstadt

#### Administrative Grenzen

□ Kommune

#### Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

#### Betriebsgrößenstruktur in m²

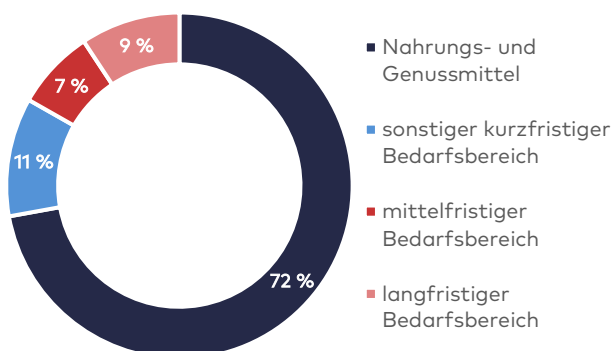
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

#### Zentren- und Standortabgrenzungen

■ ZVB-Abgrenzung EHK 2008



### Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



#### Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	4	1 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	1.000	1 %
Anzahl der Leerstände**	1	20 %
Zentrenergänzende Funktionen	6	-

## Magnetbetriebe

Edeka

### Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.12.2021); Kartengrundlage: Stadt Naumburg; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

## ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „JENAER STRASSE“ II

### Räumliche Integration



Südwestliche Lage in der Kernstadt Naumburg; vornehmlich durch mehrgeschossige Wohnanlagen und Einfamilienhäuser definiertes Umfeld; optimal integriert in Wohnbebauung.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Jenaer Straße als zentrale Erschließungsstraße mit Verbindungsfunktion zur Innenstadt; Standortbereich weist ein anbieterbezogenes Stellplatzangebot auf; ÖPNV-Haltepunkt (Linie 103) Lepsiusstr./Parkstr. direkt an dem Standortbereich angrenzend; Radabstellmöglichkeiten jedoch kein separater Fahrradweg vorhanden; sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus umliegenden Wohngebieten.

### Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion vornehmlich für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete; sehr geringes städtebauliches Gewicht hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung (rd. 1 %), Ausstattung entspricht nicht einer funktionsgerechten Dimensionierung eines NVZ.

### Einzelhandelsbesatz



geringe Einzelhandelsdichte mit Fokus auf die Nahversorgungsfunktion; Lebensmittelvollsortimenter Edeka als einziger Magnetbetrieb, arrondiert durch wenige kleinteilige nahversorgungsrelevante Betriebe. Magnetbetrieb mit optimiertem Marktauftritt jedoch vergleichsweise geringer Verkaufsflächenausstattung.

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Edeka-Markt als Magnetbetrieb, sonst lediglich kleinteilige Betriebsstrukturen; Fehlen von weiteren nahversorgungsrelevanten Angeboten (z. B. Bäckerei, Fleischer); Arrondierung durch kleinteilige mittel- und langfristige Angebote (Blumenladen, Optiker, Hörakustiker); insgesamt geringer Angebotsmix für NVZ; Angebotslücken v. a. im Bereich von weiterem arrondierendem kurz- und mittelfristigem Bedarfsbereich.

### Zentrenergänzende Funktionen



Schwerpunkt v. a. bei einzelhandelsnahen und sonstigen Dienstleistungen (Bank, Versicherung); Dimensionierung insgesamt angemessen, jedoch Diversifizierung wünschenswert.

### Städtebauliche Struktur



Sehr kompakter Standortbereich; optimal eingebettet in umgebende Wohngebiete mit Einfamilienhäusern und z. T. Geschosswohnungsbau; funktionale Eingangssituation zum ZVB.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Eher funktionale gestalteter, gepflegter Gebäudebestand; Einkaufsatmosphäre durch punktuelle Konzentration des Angebotes vorhanden, jedoch eher geringe städtebauliche Qualität und geringe Aufenthaltsqualität.

### Markante Entwicklungen seit 2008



Rückgang der Verkaufsfläche seit 2008 um rd. 35 %.

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Anforderungen der Rechtsprechung an ein Nahversorgungszentrum aufgrund geringer Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und zu geringer quantitativer Verkaufsfläche nur bedingt erfüllt. Entwicklungsflächen weisen aufgrund geringer Dimensionierung nur ein geringes Potenzial für die Ansiedlung weiterer Betriebe auf, somit eingeschränktes Entwicklungspotenzial. Die Ausweisung als Nahversorgungsstandort wird empfohlen.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „KÖSENER STRASSE“ I

## Räumliche Analyse

### Versorgungsbereich

Westliche Kernstadt

#### Administrative Grenzen

□ Kommune

#### Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

#### Betriebsgrößenstruktur in m²

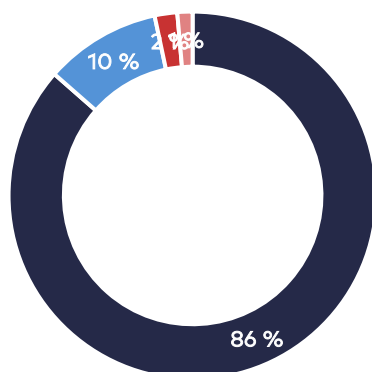
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

#### Zentren- und Standortabgrenzungen

■ ZVB-Abgrenzung EHK 2008

50 m

### Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

#### Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	3	1 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	800	1 %
Anzahl der Leerstände**	0	0 %
Zentrenergänzende Funktionen	7	-

### Magnetbetriebe

Netto

### Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.12.2021); Kartengrundlage: Stadt Naumburg; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

## ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM „KÖSENER STRASSE“ II

### Räumliche Integration



Lage im westlichen Bereich der Stadt Naumburg und westlich des ZVB „Altstadt“ an der B 87 (Kösener Straße); Optimale städtebauliche Integration durch mehrgeschossige mixed-use Immobilie und Einbettung in aufgelockerte Wohnbebauung

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Die MIV-Erschließung erfolgt aus dem Osten und Westen über die B 87 (Kösener Straße); Parkplätze sind in ausreichender Menge anbieterbezogen vorhanden, jedoch aus Betreibersicht nicht optimal angeordnet; Bus-Haltepunkt (diverse Linien) Thüringer Pforte in rd. 320 m fußläufiger Entfernung mit Anbindung in Richtung Innenstadt; breite Gehwege entlang der Zufahrtsstraßen ermöglichen eine gute Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten; Radabstellmöglichkeiten vorhanden.

### Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion vornehmlich für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete; sehr geringes städtebauliches Gewicht hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung (rd. 1 %), Ausstattung entspricht nicht einer funktionsgerechten Dimensionierung eines NVZ; Versorgungsfunktion durch fehlendes vollsortimentiertes Angebot eingeschränkt.

### Einzelhandelsbesatz



geringe Einzelhandelsdichte mit Fokus auf die Nahversorgungsfunktion; Lebensmitteldiscounter Netto als einziger Magnetbetrieb, arrondiert durch wenige kleinteilige nahversorgungsrelevante Betriebe. Magnetbetrieb z. T. mit Optimierungsbedarf im Marktauftritt (insb. Verkaufsflächenausstattung).

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Netto-Markt als Magnetbetrieb, sonst lediglich kleinteilige Betriebsstrukturen; nahversorgungsrelevante Konzessionäre (Bäckerei, Lotto); insgesamt geringer Angebotsmix für NVZ; Angebotslücken v. a. im Bereich eines vollsortimentierten Lebensmittelangebotes sowie weiterem arrondierendem kurz- und mittelfristigem Bedarfsbereich.

### Zentrenergänzende Funktionen



zentrenergänzenden Funktionen in Form von einzelhandelsnahen Dienstleistungen und einem Imbiss; angemessene Angebotsstruktur für ein NVZ mit der Versorgungsfunktion.

### Städtebauliche Struktur



Sehr kompakter Standortbereich; optimal eingebettet in mixed-use Immobilie und umgebende Wohngebiete mit Einfamilienhäusern; funktionale Eingangssituation zum ZVB, zudem überwiegend auf die PKW-Erreichbarkeit ausgerichtet.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Eher funktional gestalteter, etwas in die Jahre gekommener Gebäudebestand; Einkaufsatmosphäre durch punktuelle Konzentration des Angebotes vorhanden, jedoch eher geringe städtebauliche Qualität und geringe Aufenthaltsqualität.

### Markante Entwicklungen seit 2008



Rückgang der Verkaufsfläche seit 2008 um rd. 30 %.

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Anforderungen der Rechtsprechung an ein Nahversorgungszentrum aufgrund geringer Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und zu geringer quantitativer Verkaufsfläche nur bedingt erfüllt. Entwicklungsflächen weisen aufgrund geringer Dimensionierung nur ein geringes Potenzial für die Ansiedlung weiterer Betriebe auf, somit eingeschränktes Entwicklungspotenzial. Eine Ausweisung als Nahversorgungsstandort wird empfohlen.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



STANDORTBEREICH „ORTSZENTRUM BAD KÖSEN“ I

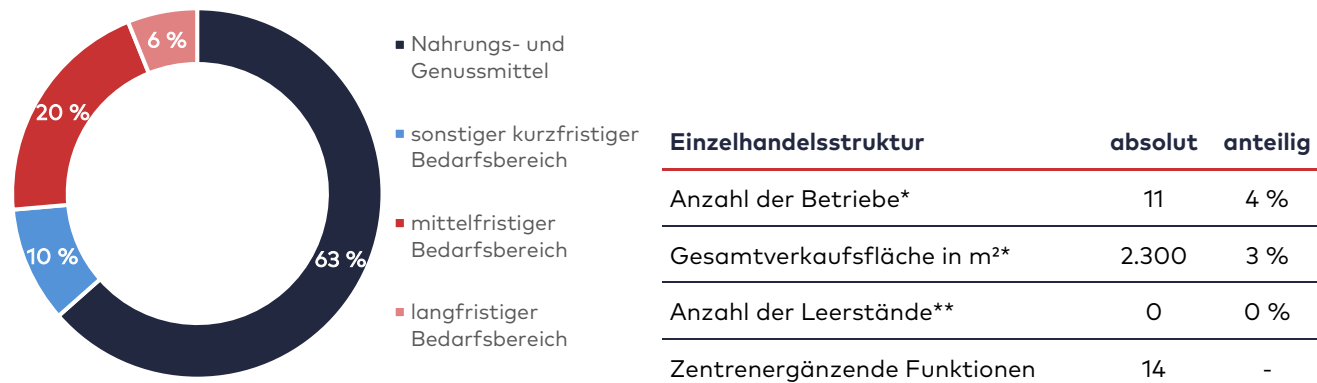
Räumliche Analyse

Versorgungsbereich

Kernort Bad Kösen



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Magnetbetriebe

Netto, Norma, NKD

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.12.2021); Kartengrundlage: Stadt Naumburg; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.



## STANDORTBEREICH „ORTSZENTRUM BAD KÖSEN“ II

### Räumliche Integration



Das Ortszentrum Bad Kösen erstreckt sich im Wesentlichen nördlich und südlich der Naumburger Straße (B 87) östlich der Saale und wird nordwestlich durch die Uferstraße begrenzt. Das Ortszentrum befindet sich zentral im Siedlungsgebiet Bad Kösens und ist im nördlichen Bereich städtebaulich optimal durch mehrgeschossige mixed-use Immobilien integriert. Im südlichen Bereich ist das Ortszentrum in aufgelockerte Wohnbebauung eingebettet.

### Verkehrliche Erreichbarkeit



Erreichbarkeit für den MIV über Naumburger Straße (B 87); Parkplätze sind in ausreichender Menge anbieterbezogen vor dem Lebensmittelmärkten vorhanden, sowie entlang der Käthe-Kruse-Straße; Erschließung für den ÖPNV durch den Bus-Haltepunkt Kaufhalle in rd. 100 m Entfernung; Radweg entlang der Naumburger Straße.

### Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete, den Kernort Bad Kösen und den grundzentralen Verflechtungsbereich; vergleichsweise hohes städtebauliches Verkaufsflächen-Gewicht für Bad Kösen, insgesamt hohe Funktionsdichte; nachgeordneter Anteil an mittel- und langfristigen Angebotsstrukturen. Versorgungsfunktion reicht deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.

### Einzelhandelsbesatz



Sortiments- und Preisniveau im Fachmarktzentrum im nördlichen Teilbereich überwiegend discountorientiert (Netto, Norma, NKD); Fachmarktzentrum als Einzelhandels-Schwerpunkt im ZVB; in weiteren Lagebereichen eher punktuelle Ergänzung durch kleinteilige Angebote.

### Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Lebensmittelbetriebe im Fachmarktzentrum als Magnetbetriebe im nördlichen Bereich des Ortszentrums; sonst überwiegend Fachmarkt- und kleinteilige Betriebsstrukturen (u. a. Bäckerei, Optiker, Apotheke); Angebotslücken v. a. im Bereich eines vollsortimentierten Lebensmittelangebotes sowie Drogeriewaren und weiterem arrondierendem mittelfristigem Bedarfsbereich.

### Zentrenergänzende Funktionen



Zahlreiche zentrenergänzende Funktionen in Form von einzelhandelsnahen Dienstleistungen und gastronomischen bzw. teilweise touristischen Angeboten; insbesondere der südliche Teilbereich weist eine hohe Dichte an hochwertigen gastronomischen bzw. touristischen Angeboten auf; funktionsgerechte Ausstattung hinsichtlich Anzahl und Art der Funktionen.

### Städtebauliche Struktur



Weitläufiges Zentrum mit Zweiteilung des Ortszentrums; durch Funktionsunterbrechungen (B 87) nur bedingter städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zwischen dem südlichen und nördlichen Bereich des Ortszentrums. Aufgrund der Weitläufigkeit Sichtachse lediglich im nördlichen Teilbereich vorhanden; nördlicher Bereich mit großzügig dimensionierten Parkplatzflächen.

### Städtebauliches Erscheinungsbild



Nördlicher Bereich mit Fachmarktzentrum als städtebauliche Dominante mit funktionalem Erscheinungsbild; Ansätze zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität sind vorhanden (Sitz- und Spielgelegenheiten); Südlicher Teil mit aufgelockerter Baustruktur mit touristischer Nutzung, höherer Aufenthaltsqualität und geringer Angebotsdichte;

### Markante Entwicklungen seit 2008

-

### Zukunftsfähigkeit (Fazit)



**Standortbereich mit Nord-Süd-Zweiteilung: Nördlicher Bereich mit discountorientiertem Lebensmittelangebot, ergänzt durch vornehmlich kleinteilige Angebote; Nahversorgungsfunktionen für den Kernort Bad Kösen, die deutlich über den Nahbereich hinausgeht; Südlicher Teilbereich mit deutlich nachgeordneter Einzelhandelsfunktion, jedoch hoher Aufenthaltsqualität und hohem touristischen Wert.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben den im Einzelhandelskonzept 2008 dargestellten zentralen Versorgungsbereichen befinden sich im Stadtgebiet zwei weitere Standortbereiche, die eine hervorgehobene, wenn auch unterschiedliche Versorgungsfunktion im städtischen Einzelhandelsgefüge aufweisen. Diese Bereiche weisen ein zusätzliches perspektivisches Entwicklungspotenzial auf:

- Standortbereich Weißenfelser Straße
- Standortbereich Ostbahnhof

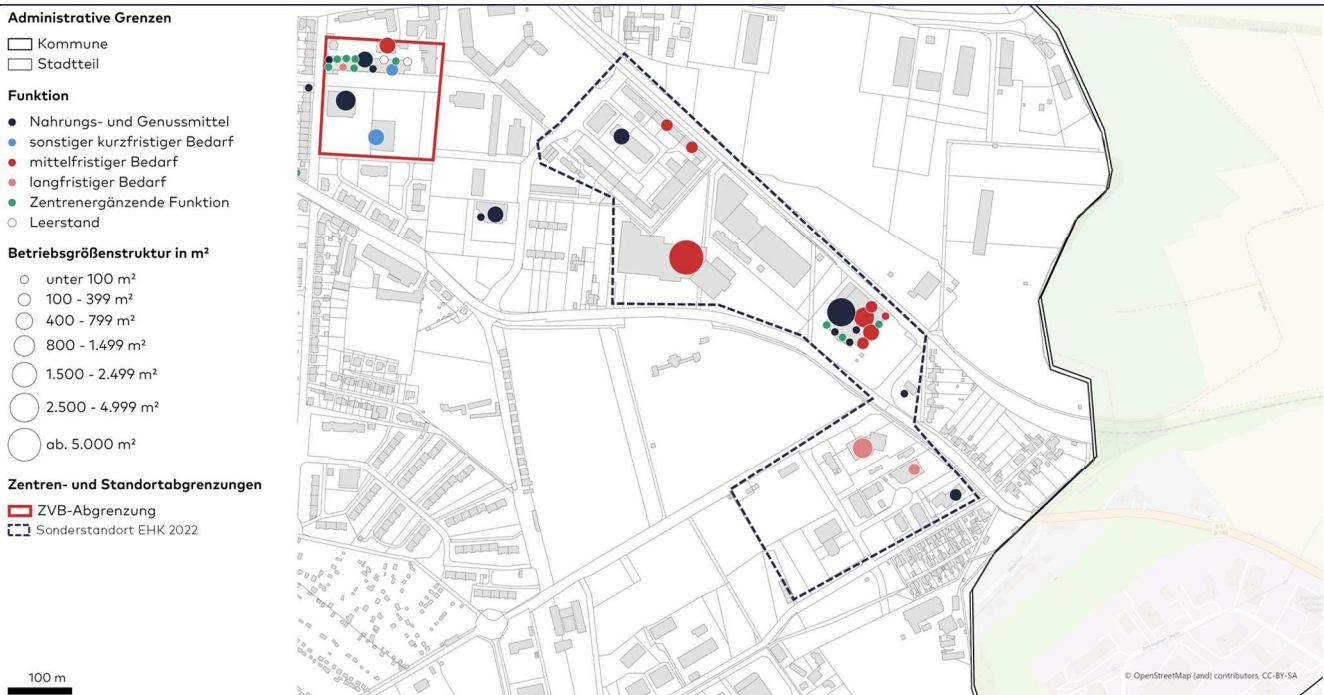
Die Standortbereiche werden im Folgenden vertiefend analysiert.

# STANDORTBEREICH WEISSENFELSER STRASSE

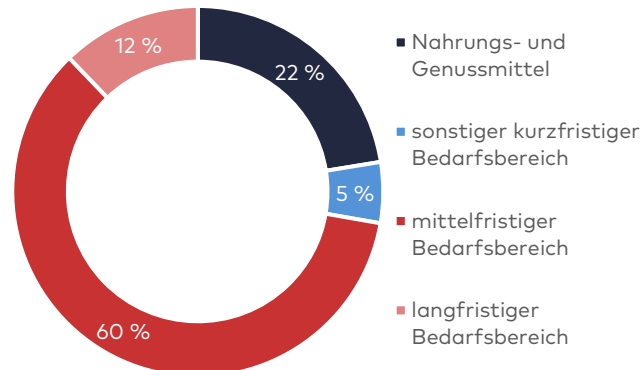
## Räumliche Analyse

Einzugsbereich

Stadtgebiet, überörtlich



## Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	17	6 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	19.500	28 %
Anzahl der Leerstände**	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	-	-

## Magnetbetriebe

Obi, Kaufland, AWG

## Standortmerkmale

- Autokundenorientierter Standort
- Direkte Lage und leistungsfähige Anbindung über die B 180
- Angebotsschwerpunkte: Baumarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik
- Standort strahlt deutlich über das Stadtgebiet hinaus aus
- In einigen Sortimenten Konkurrenzbeziehungen zu zentralen Versorgungsbereichen sowie städtebaulich integrierten Standorten (Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/ Einrichtungszubehör)

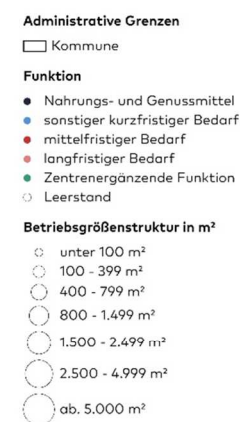
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.12.2021); Kartengrundlage: Stadt Naumburg; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

# STANDORTBEREICH OSTBAHNHOF

## Räumliche Analyse

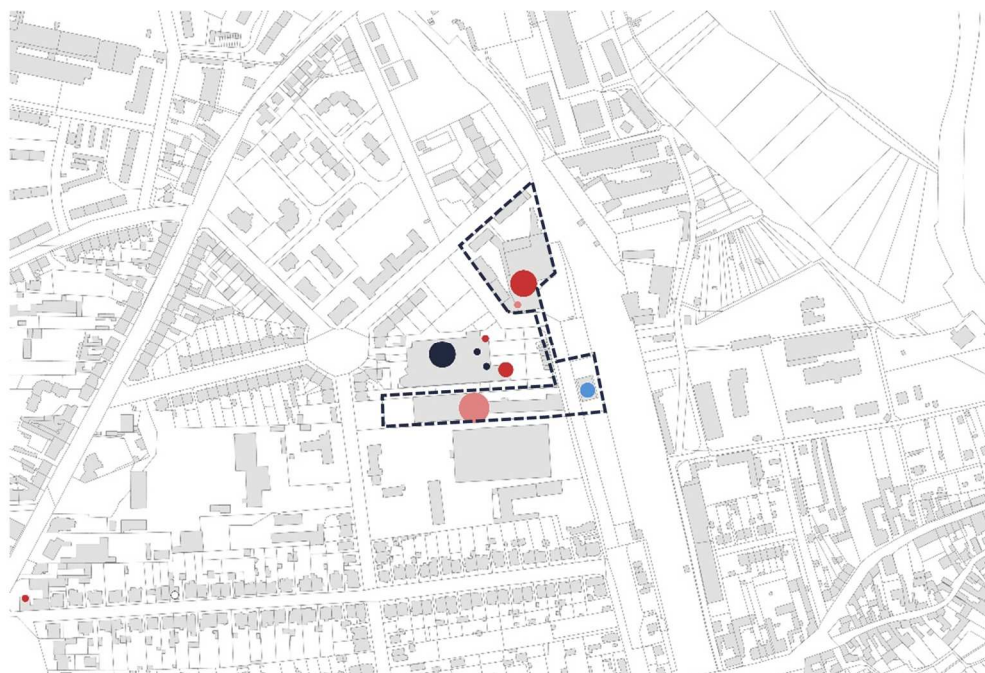
Einzugsbereich

Stadtgebiet, überörtlich

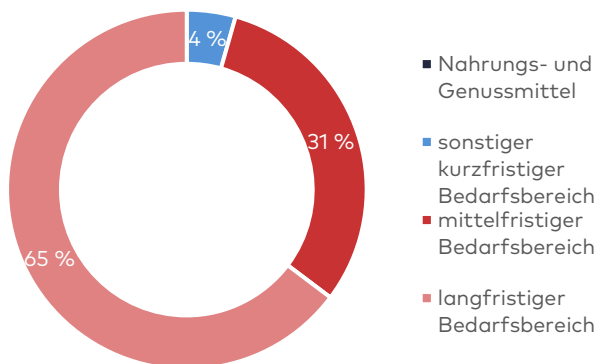


☐ Sonderstandort EHK 2022

100 m



## Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	4	2 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	11.400	16 %
Anzahl der Leerstände**	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	-	-

## Magnetbetriebe

Naumburger Möbel-Center, Raiffeisenmarkt

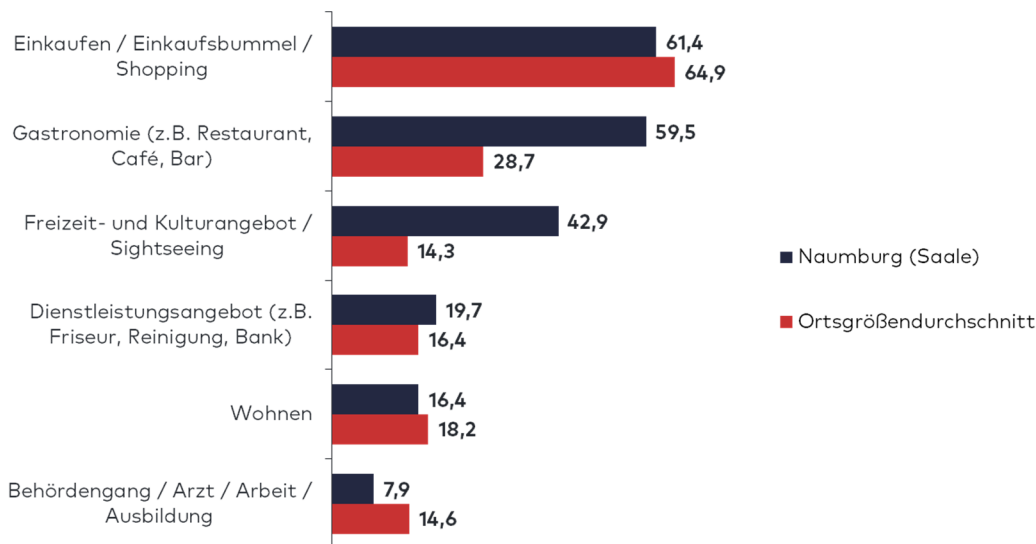
## Standortmerkmale

- Überwiegend autokundenorientierter Standort
- MIV Anbindung über Straßen Am Ostbahnhof und Overwegstraße
- Angebotsschwerpunkte: Möbel, Baumarktsortimente
- Standort strahlt über das Stadtgebiet hinaus aus
- Eher geringe Konkurrenzbeziehung zum Innenstadtzentrum

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.12.2021); Kartengrundlage: Stadt Naumburg; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; \*anteilig bezogen auf Gesamtstadt; \*\*anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

#### 4.5.1 Passantenbefragung der IFH „Vitale Innenstädte“

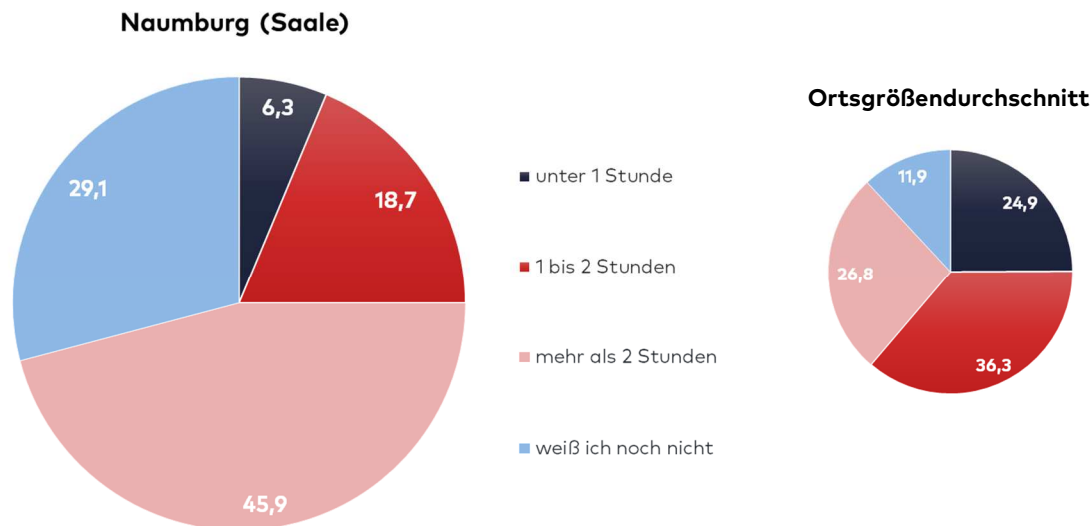
Im Rahmen der Untersuchung „Vitale Innenstädte“ wurde von September bis Mitte Oktober 2020 durch die IFH Köln, gemeinsam mit der Stadt Naumburg (Saale), eine Passantenbefragung in Naumburg (Saale) durchgeführt. Insgesamt wurden 422 Passanten an mehreren Donnerstagen und Samstagen in der Naumburger Altstadt befragt. Der Ortsgrößendurchschnitt berechnet sich anhand der Befragungsergebnisse aus insgesamt 37 weiteren Städten in der Ortsgröße 2 mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern. Durch einen standardisierten Fragebogen kann eine hohe Aussagefähigkeit und Vergleichbarkeit erzielt werden. In den folgenden Abbildungen werden daher nicht nur die Ergebnisse aus Naumburg, sondern auch die aus dem entsprechenden Ortsgrößendurchschnitt zum Vergleich dargestellt. Des Weiteren enthalten einige der Abbildungen ebenfalls die Angaben zu einem Benchmark-Wert, der den jeweils besten Wert innerhalb der eigenen Ortsklasse aufzeigt. Die Ergebnisse stellen jeweils den Durchschnitt beider Befragungstage dar.



**Abbildung 13: Passantenbefragung: Warum sind sie heute in dieser Innenstadt?**

Quelle: n = 421, Angaben in % der Befragten. Darstellung Stadt + Handel nach Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ IFH Köln 09-10/2020.

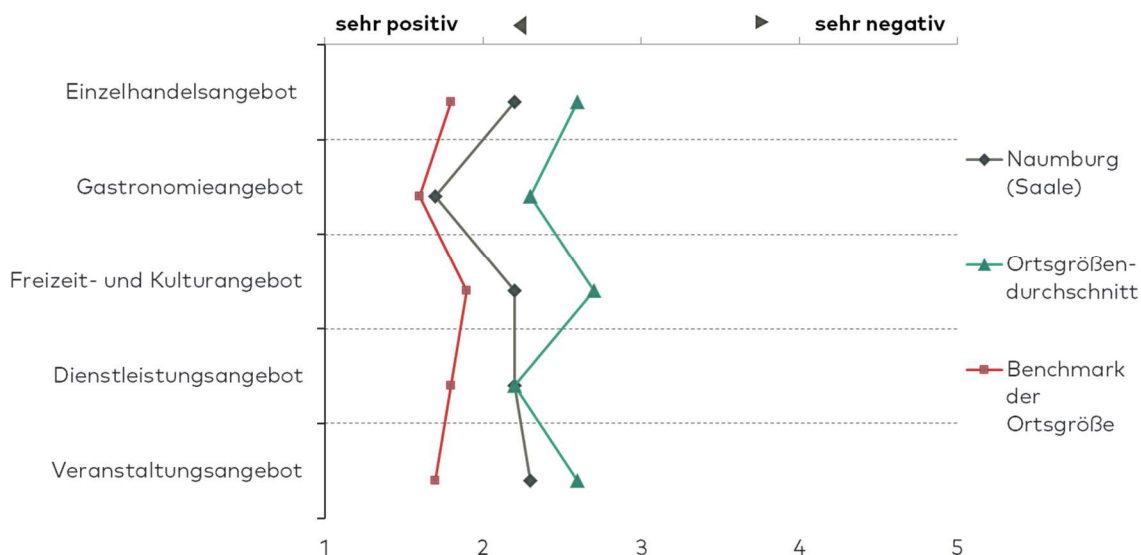
Abbildung 13 zeigt die Motive, warum sich die Passanten zum Befragungszeitpunkt in der Innenstadt aufgehalten haben. Im Vergleich zum Ortsgrößendurchschnitt schneidet die Innenstadt von Naumburg in den Kategorien Gastronomie, Freizeit- und Kulturangebot sowie Dienstleistungen deutlich besser ab. Schlechter, wenn auch nur um drei Prozentpunkte, steht die Innenstadt von Naumburg in den Kategorien Einkaufen und Wohnen dar. Behördengänge/Arzt/Arbeit/Ausbildung werden nur von 7,9 % der Befragten als Besuchsgrund genannt.



**Abbildung 14: Passantenbefragung: Wie lange werden Sie sich heute voraussichtlich in dieser Innenstadt aufhalten?**

Quelle: n = 417, Angaben in % der Befragten. Darstellung Stadt + Handel nach Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ IFH Köln 09-10/2020.

Im Vergleich zu anderen Städten ähnlicher Größe ist in der Naumburger Altstadt eine längere Aufenthaltsdauer festzustellen (mehr als 2 Stunden, vgl. Abbildung 14). Dies kann im Zusammenhang mit den häufig genannten Gastronomiebesuchen stehen. Des Weiteren zeigt Abbildung 15, dass das Angebot der Innenstadt in allen Kategorien besser oder mindestens gleich wie im Ortsdurchschnitt bewertet wird. Dabei schneidet die Innenstadt besonders gut im Bereich Gastronomie und am schlechtesten im Veranstaltungsangebot ab (vgl. Abbildung 15).

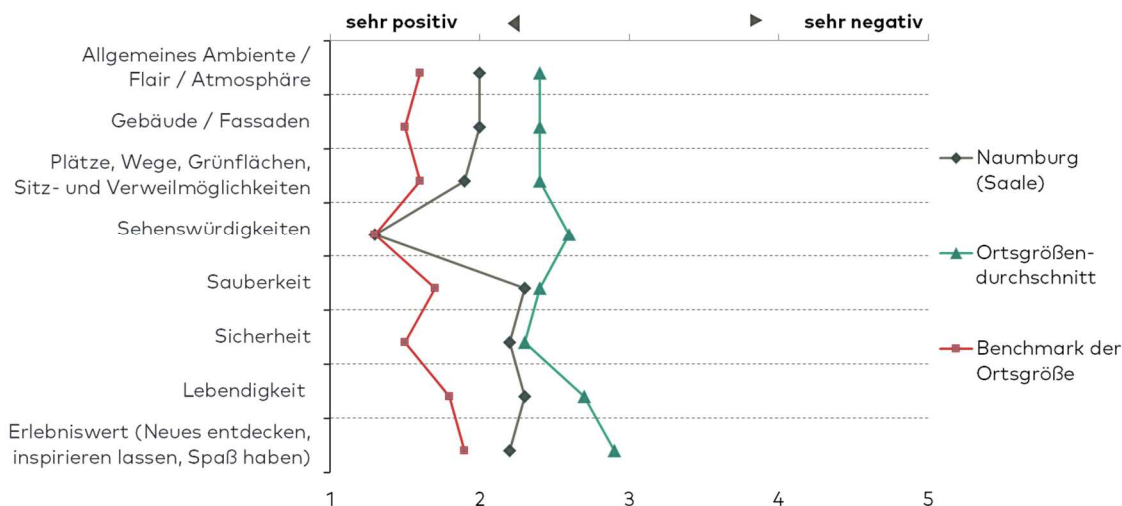


**Abbildung 15: Passantenbefragung: Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das Angebot der Stadt...**

Quelle: 419 ≥ n ≥ 415. Darstellung Stadt + Handel nach Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ IFH Köln 09-10/2020.

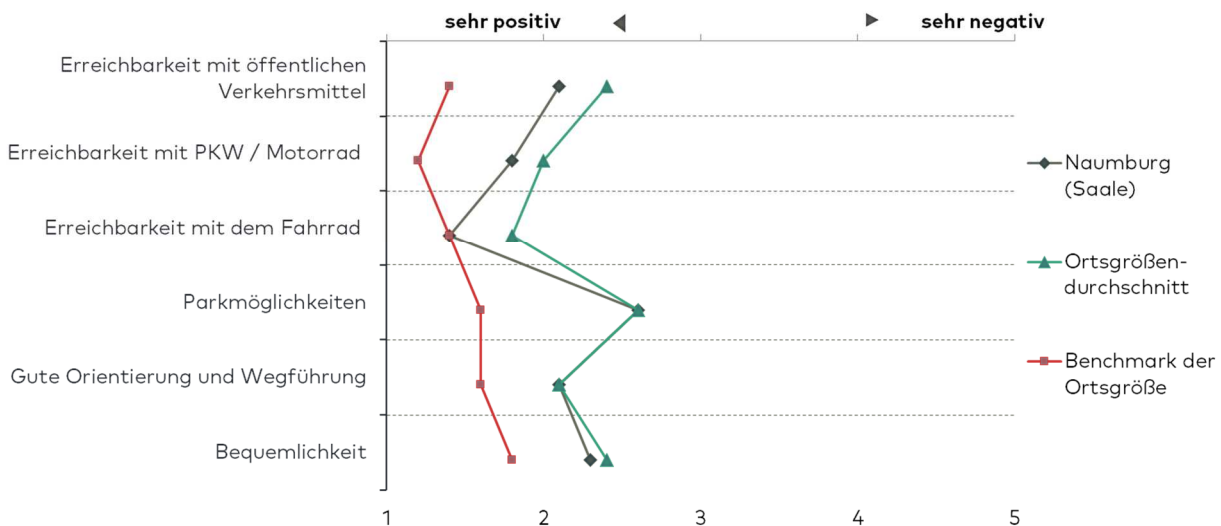
Gleiches Bild zeigt sich auch bei der Bewertungsfrage im Hinblick auf Ambiente und Erlebnis (vgl. Abbildung 16). In allen Kategorien schneidet die Naumburger Innenstadt besser als der Ortsgrößendurchschnitt ab. In der Kategorie Sehenswürdigkeiten setzt die Altstadt sogar den Benchmark für alle 38 Städte der Ortsgröße. Am schlechtesten werden die Punkte Sauberkeit und Lebendigkeit bewertet, gefolgt von der Sicherheit und dem Erlebniswert.





**Abbildung 16: Passantenbefragung: Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf Ambiente und Erlebnis ...**  
 Quelle: 422 ≥ n ≥ 415. Darstellung Stadt + Handel nach Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ IFH Köln 09-10/2020.

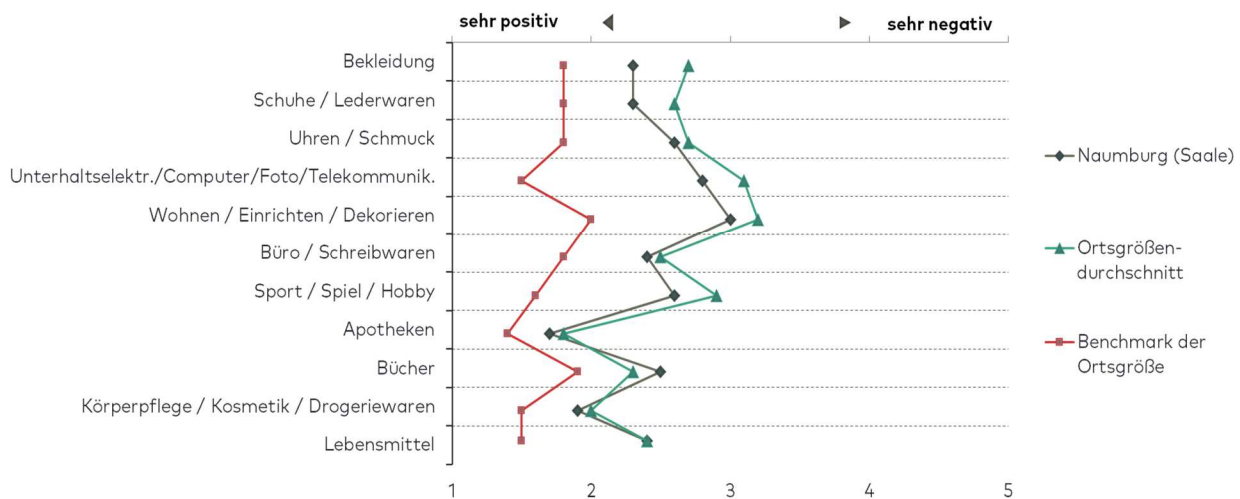
Im Hinblick auf das Kriterium „Convenience der Naumburger Innenstadt“ (Abbildung 17), die sowohl die Parameter Erreichbarkeit mit verschiedenen Verkehrsmitteln, als auch die Orientierung und Bequemlichkeit enthält, sticht die als sehr positiv eingestufte Erreichbarkeit mit dem Fahrrad heraus. Diese erreicht ebenfalls den Benchmark-Wert. Während die Erreichbarkeit der Innenstadt mit PKW/Motorrad als positiv bewertet wird, schneiden die Parkmöglichkeiten am schlechtesten ab, stehen aber im Ortsgrößervergleich als durchschnittlich dar. Ebenfalls weniger positiv bewertet wird der Parameter Bequemlichkeit. Zusammengefasst steht die Naumburger Innenstadt im Hinblick auf die Convenience gleich oder positiver als der Ortsgrößendurchschnitt dar.



**Abbildung 17: Passantenbefragung: Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf Convenience ...**  
 Quelle: 421 ≥ n ≥ 416. Darstellung Stadt + Handel nach Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ IFH Köln 09-10/2020.

Bezüglich der Bewertung des Einzelhandelsangebotes einzelner Warengruppen im ZVB Altstadt liegt Naumburg jeweils in etwa im Ortsgrößendurchschnitt (vgl. nachfolgende Abbildung). Besonders positiv bewertet das Angebot an Apothekensortimenten, gefolgt von Körperpflege/Kosmetik/Drogerie. Negativer, aber dennoch besser als der Ortsgrößendurchschnitt, bewertet ist das Angebot in den

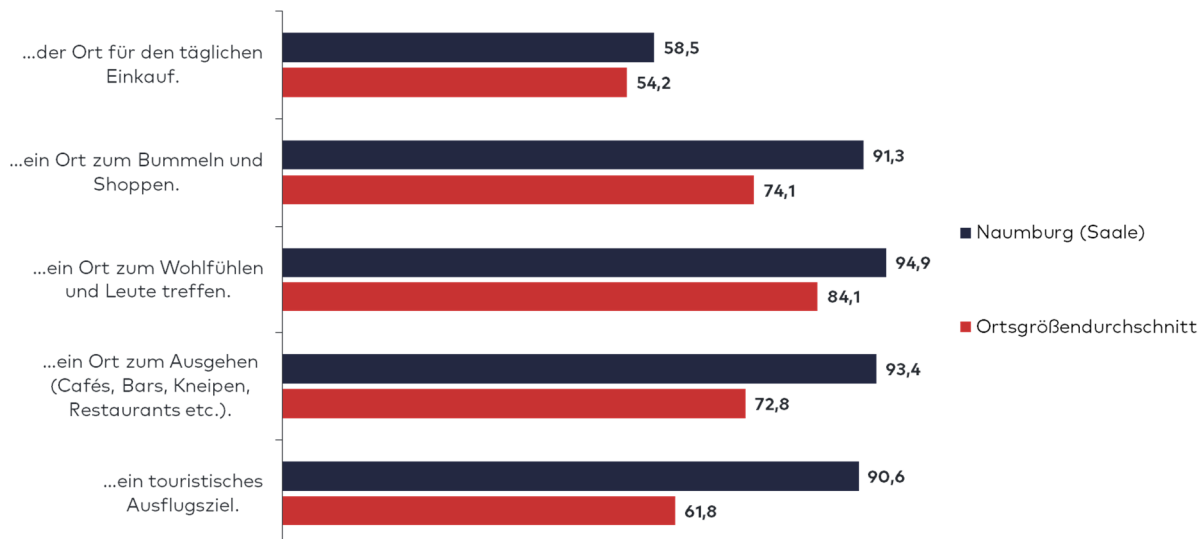
Warengruppen Wohnen/Einrichten/Dekorieren, Unterhaltungselektronik/Computer/Foto/Telekommunikation sowie Uhren/Schmuck und Sport/Spiel/Hobby. Das Leitsortiment der Innenstadt Bekleidung liegt zwischen dem Benchmark-Wert und dem Ortsgrößendurchschnitt. Einzig das Angebot an Bücher wird etwas schlechter als im Ortsgrößendurchschnitt bewertet. Insgesamt wird das Einzelhandelsangebot in der Naumburger Innenstadt von den befragten Passanten als eher durchschnittlich angesehen.



**Abbildung 18: Passantenbefragung: Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf ...**

Quelle: 421 ≥ n ≥ 413. Darstellung Stadt + Handel nach Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ IFH Köln 09-10/2020.

Von rd. 420 befragten Passanten gaben 58,5 % an, dass für sie die Innenstadt „ein Ort für den täglichen Einkauf“ sei. Damit liegt die Naumburger Innenstadt zwar rd. vier Prozentpunkte über den Ortsgrößendurchschnitt, es zeigt sich jedoch, dass sie aber nicht primär für den täglichen Einkauf dient. Vielmehr stellt die Naumburger Innenstadt für 91,3 % der Passanten „ein Ort zum Bummeln und Shoppen“ dar. 94,9 % der Passanten stimmten der Aussage die Innenstadt sei „ein Ort zum Wohlfühlen und Leute treffen“ zu. Dies ist somit auch die meist genannte Kategorie. Gefolgt wird diese mit 93,4 % von der Aussage „ein Ort zum Ausgehen“. Beide Kategorien liegen damit rd. 20 Prozentpunkte über den Ortsgrößendurchschnitt. Die größte Differenz mit rd. 29 Prozentpunkten wird allerdings in der letzten Aussage „ein touristischen Ausflugsziel“ erzielt. Hier schneidet die Naumburger Innenstadt mit 90,6 % sehr positiv ab. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Innenstadt eher als ein Ort für soziale Interaktion im Rahmen mit gastronomischen Besuchen oder Verweilen gesehen wird und weniger ein Ort für täglichen Einkauf darstellt (vgl. Abbildung 19).



**Abbildung 19: Passantenbefragung: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Diese Innenstadt ist für mich persönlich...**

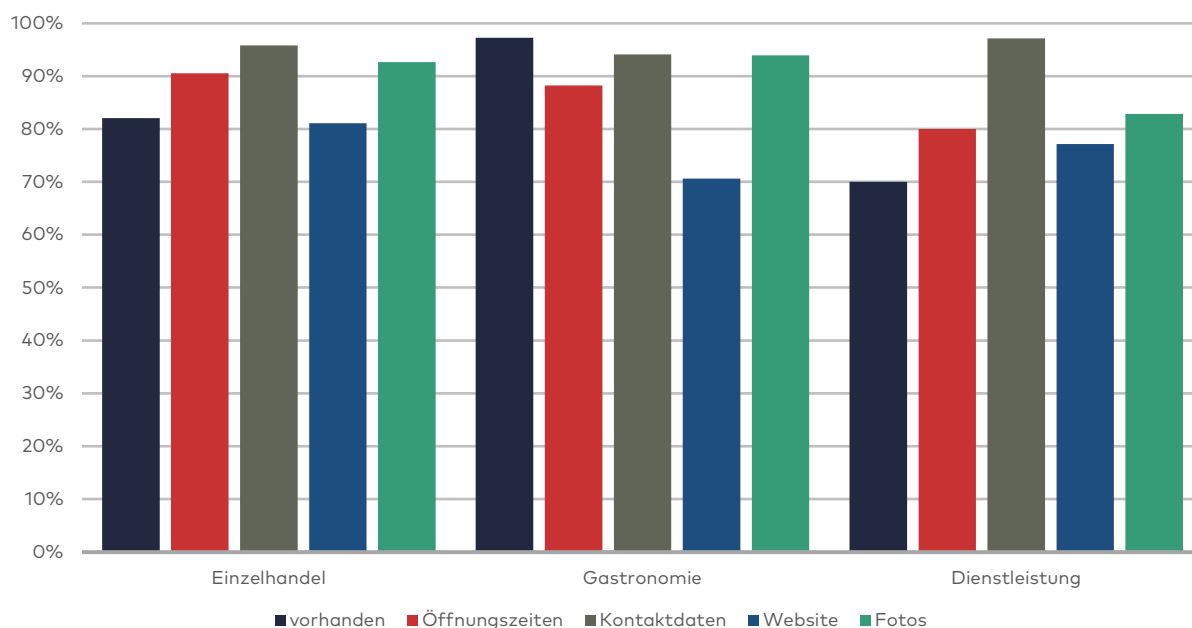
Quelle: 421 ≥ n ≥ 418. Darstellung Stadt + Handel nach Passantenbefragung „Vitale Innenstädte“ IFH Köln 09-10/2020.

#### 4.5.2 Online-Check der Naumburger Altstadt

Da inzwischen rd. zwei Drittel der Einkäufe des aperiodischen Bedarfs online vorbereitet werden, ist die Online-Präsenz der Angebote im ZVB Altstadt von hoher Bedeutung. Im Rahmen des Online-Checks wird daher die digitale Präsenz der Gewerbebetreibenden im Bereich der Naumburger Altstadt nach Branchen (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) und nach Kommunikationskanal (z. B. eigene Website, Google My Business, Online-Shop, Facebook, Instagram...) geprüft. Zusätzlich erfolgt eine Auswertung von Google und Social-Media-Aktivitäten in Bezug auf die Naumburger Altstadt. In einem weiteren Schritt wird eine inhaltliche Bewertung der Online-Auftritte hinsichtlich technischer Umsetzung, des Informationsgehalts, der Aktualität und der Aktivität vorgenommen.

Im ersten Schritt wurden die Gewerbebetreibenden der Naumburger Altstadt auf ihre Sichtbarkeit bei Google My Business untersucht. Google My Business bezeichnet den Brancheneintrag eines Unternehmens auf Google, insbesondere in den Kartendiensten von Google Maps. Eine Listung erhöht die digitale Sichtbarkeit des Unternehmens immens und ist ebenso ein Teil der Suchmaschinenoptimierung. Je vollständiger die Informationen (Anschrift, Öffnungszeiten, Kontaktmöglichkeiten, Bilder etc.) über ein Unternehmen dort eingepflegt werden, desto schneller wird ein Händler von potenziellen Kunden gefunden und kann diesen schnell einen ersten Eindruck von dem bieten, was sie vor Ort erwartet. Ebenso kann über Rezensionen mit Kunden interagiert werden und auf den ersten Blick beispielsweise über Google Maps eine Anfahrsbeschreibung generiert werden.

Abbildung 20 zeigt, dass der Anteil der Gewerbebetreibenden, welche über einen Google My Business Eintrag verfügen sowohl in allen Branchen mit mind. 70 % relativ hoch ist. Den höchsten Wert erreicht mit rd. 97,5 % die Branche der Gastronomen. Am häufigsten werden bei allen Branchen Kontaktdaten hinterlegt, gefolgt von Fotos, die den jeweiligen Betrieb zeigen. Seltener hingegen wird bei allen Branchen eine Website verlinkt.



**Abbildung 20: Online-Check: Google My Business**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.de.

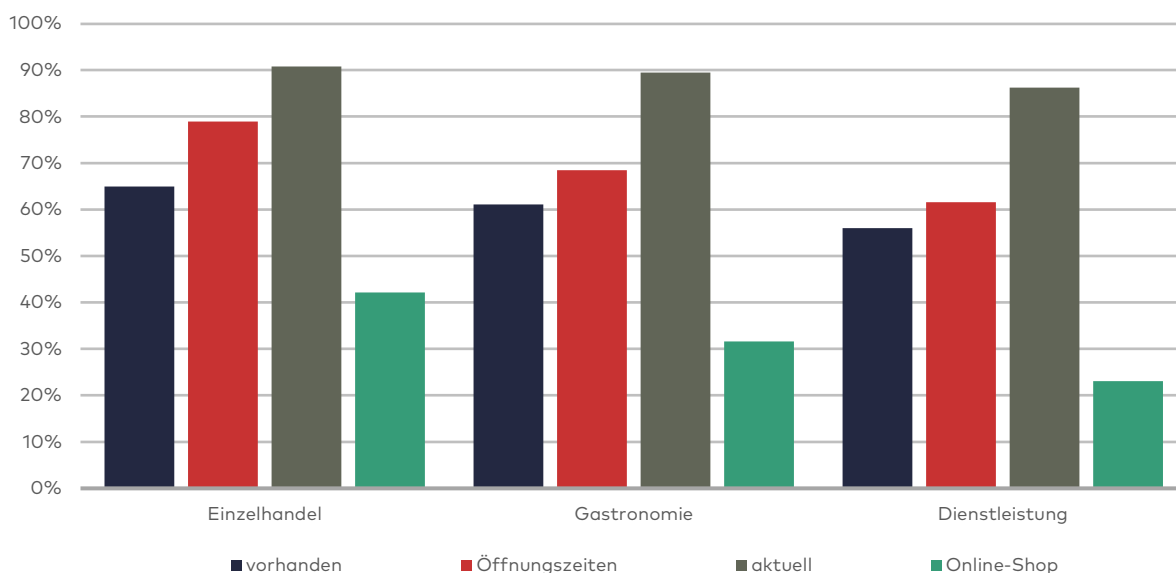
Von den 120 in der Naumburger Altstadt ansässigen Unternehmen des Einzelhandels präsentieren 65 % ihren Betrieb online auf einer eigenen Website (vgl. Abbildung 21). Dieser Wert kann als vergleichsweise niedrig eingeordnet werden, da im deutschen Handel im Jahr 2020 immerhin rd. 71 % eine eigene Website unterhielten.<sup>24</sup> Ähnliche Werte sind bei den Gastronomen zu verzeichnen, bei den Dienstleistern ist es mit rd. 56 % ein etwas geringerer Anteil. Dieser Wert ist insbesondere von Bedeutung, da die Sichtbarkeit im Internet von der ersten Kundenerreichung und -akquise bis hin zur langfristigen Kundenbindung von großer Relevanz ist. Die Möglichkeit für Kunden zur modernen und bequemen Informationsgewinnung kann durch die Verknüpfung mit anderen digitalen sowie analogen Serviceleistungen ausgebaut werden und den Einzelhandel einer Stadt lokal unterstützen und dadurch das städtische Gefüge stärken. Weitere Kriterien der Benutzerfreundlichkeit umfassen die Präsentation von wichtigen Schlüsselmerkmalen der Betriebe. Dazu zählen insbesondere Informationen zu aktuellen Öffnungszeiten, die ohne großes technisches Know-how auf den Websites zu hinterlegen sind. Sie bilden u. a. den ersten Schritt zu einem positiven Internetauftritt. Diese sind nur bei rd. 80 % der Einzelhändler, rd. 70 % der Gastronomen und rd. 60 % der Dienstleister auf der Website angegeben. Ein höherer Wert ist hingegen bei der Aktualität der Website festzustellen. Hier ist immerhin bei rd. 90 % der Einzelhändler und Gastronomen sowie rd. 86 % der Dienstleister festzustellen, dass die Website regelmäßig aktualisiert und gepflegt wird.

Das stetige Wachstum des Online-Handels<sup>25</sup> fordert auch von lokalen Geschäften einen Ausbau des Absatzkanals Internet, um den oben beschriebenen Omni-Channel-Wünschen von Kunden gerecht werden zu können. Die Vorlieben zum

<sup>24</sup> Vgl. Destatis 2021 (zu finden unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Unternehmen/IKT-in-Unternehmen-IKT-Branche/Tabellen/ikti-04-anteil-unternehmen-internetzugang-web-site.html>).

<sup>25</sup> Vgl. HDE 2018 (zu finden unter: <https://einzelhandel.de/presse/zahlenfaktengrafiken/861-online-handel/1889-e-commerce-umsaetze>).

Online-Einkauf sind dabei branchenspezifisch, sodass besonders Artikel aus den Bereichen Bekleidung und Technik zu großen Anteilen online nachgefragt werden.<sup>26</sup> Für Naumburger Kunden, die das Einkaufen aus der Distanz bevorzugen, bieten etwa rd. 40 % der ansässigen und onlinepräsenten Einzelhändler einen eigenen Online-Shop an, was in Anbetracht der dominierenden kleinteiligen Unternehmensstruktur aus fachgutachterlicher Perspektive als gut bewertet werden kann. Bei den Branchen Gastronomie und Dienstleistung verfügen deutlich weniger Betriebe über einen eigenen Online-Shop. Da hier i. d. R. weniger Waren bzw. Produkte verkauft werden, sind diese Werte erwartungsgemäß niedriger.

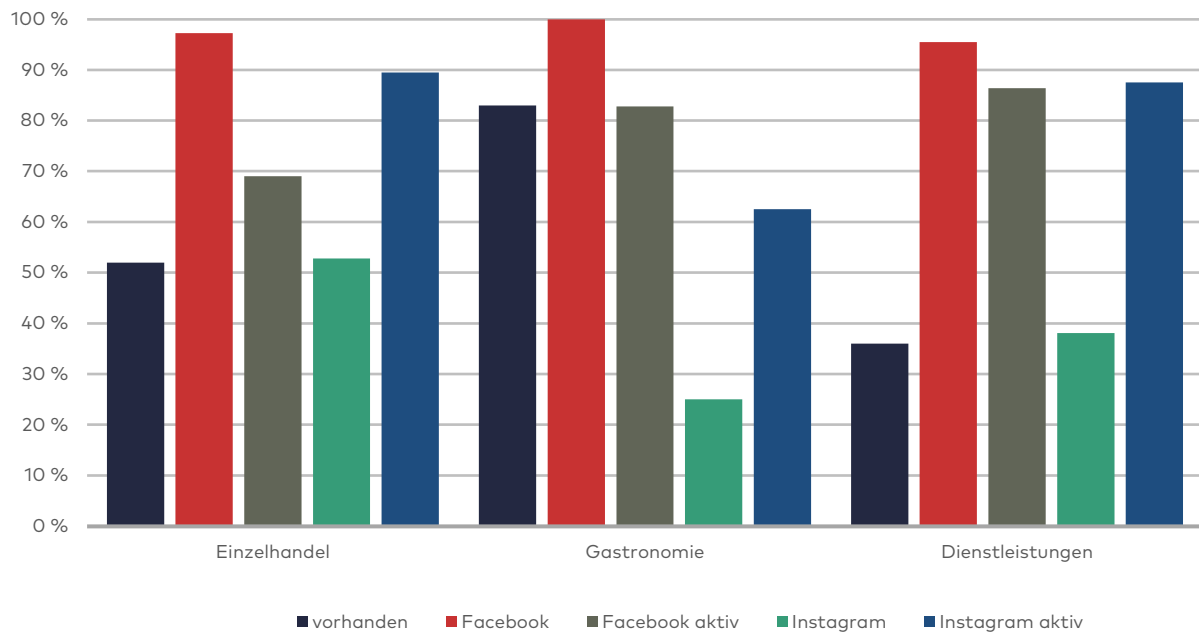


**Abbildung 21: Online-Check: Website**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.de.

Abschließend wurde die Präsenz auf Social-Media-Plattformen der Gewerbetreibenden untersucht. Die Analyse zeigt, dass insb. die Gastromomen mehrheitlich über eine Präsenz auf den gängigsten Kanälen Facebook oder Instagram verfügen. Bei den Einzelhändlern ist es immerhin rd. die Hälfte. Bei den Dienstleistern ist etwas mehr als ein Drittel bei den genannten sozialen Medien vertreten (vgl. Abbildung 22). Allen Branchen ist gleich, dass Facebook im Vergleich zu Instagram deutlich häufiger genutzt wird. Besonders in den Branchen Gastronomie und Dienstleistung wird Instagram selten genutzt. Für beide Plattformen gilt, dass der überwiegende Teil der Nutzer die unternehmenseigene Präsenz durchaus pflegt bzw. aktiv Beiträge zur Information als auch zur Interaktion mit den Nutzern schaltet.

<sup>26</sup> Vgl. Statista 2021 (zu finden unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/717465/umfrage/onlineumsatz-nach-branchen-in-deutschland/>).



**Abbildung 22: Online-Check: Social Media**  
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel.de.

## 4.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur von Naumburg (Saale) im Folgenden vertiefend analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ, qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

### Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Naumburg (Saale)

Naumburg (Saale) weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 21.900 m<sup>2</sup> in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 3.400 m<sup>2</sup> in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken<sup>27</sup> auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,66 m<sup>2</sup> je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,10 m<sup>2</sup> je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Naumburg (Saale) im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,41 m<sup>2</sup> je Einwohner<sup>28</sup> und im Bereich der Drogeriewaren etwa auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts von rd. 0,08 m<sup>2</sup> je Einwohner<sup>29</sup>.

Die Zentralitäten von rd. 1,25 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 1,30 im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nahezu vollständig im eigenen Stadtgebiet gebun-

<sup>27</sup> Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.  
<sup>28</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m<sup>2</sup>); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.  
<sup>29</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.



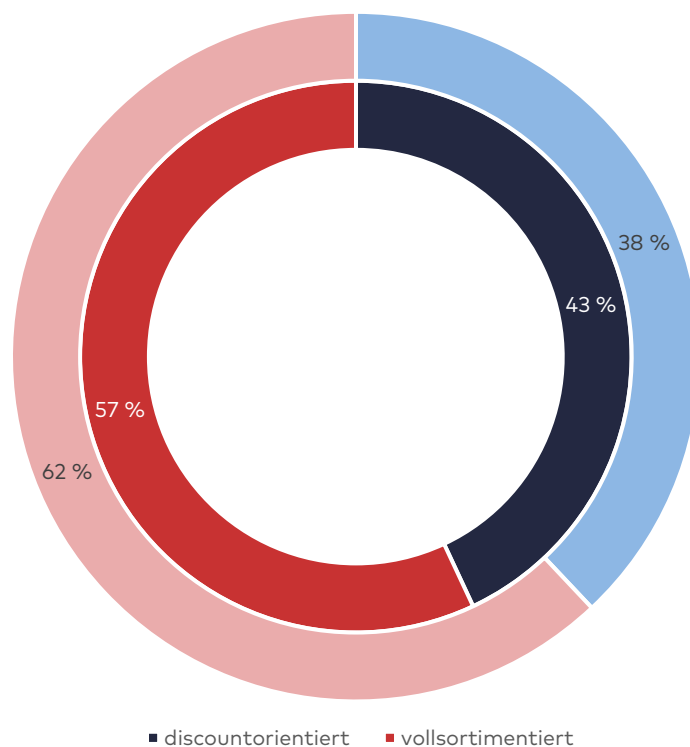
den werden kann und darüber hinaus noch eine Versorgungsfunktion für das Umland vorhanden ist. Tabelle 5 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

**Tabelle 5: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Naumburg (Saale)**

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
Einwohner	33.103					
Sortimentsspezifische Verkaufsfläche in m²	21.900 (2008: 16.890 m², +29,7 %)			3.400 (2008: 3.075 m², +10,6 %)		
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	0,67			0,10		
Sortimentsspezifische Zentralität	125 %			130 %		
Verkaufsfläche nach Lagebereich	29 % ZVB	47 % siL	24 % niL	53 % ZVB	29 % siL	18 % niL
Betriebstypenmix	2x 4x 11x 7x 69x	Verbrauchermarkt Lebensmittelsupermarkt Lebensmitteldiscounter Getränkemarkt sonstige Lebensmittelgeschäfte		2x 11x 1x	Drogeriefachmarkt Apotheken sonstige Drogeriewarengeschäfte	
Quantitative Nahversorgungssituation	<div><div></div><div></div><div></div></div>			<div><div></div><div></div><div></div></div>		
Qualitative Nahversorgungssituation	<div><div></div><div></div><div></div></div>			<div><div></div><div></div><div></div></div>		

Quelle: Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; Einwohner: Stadt Naumburg (Stand: 31.01.2020); ZVB-Abgrenzung: GMA 2008; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet).

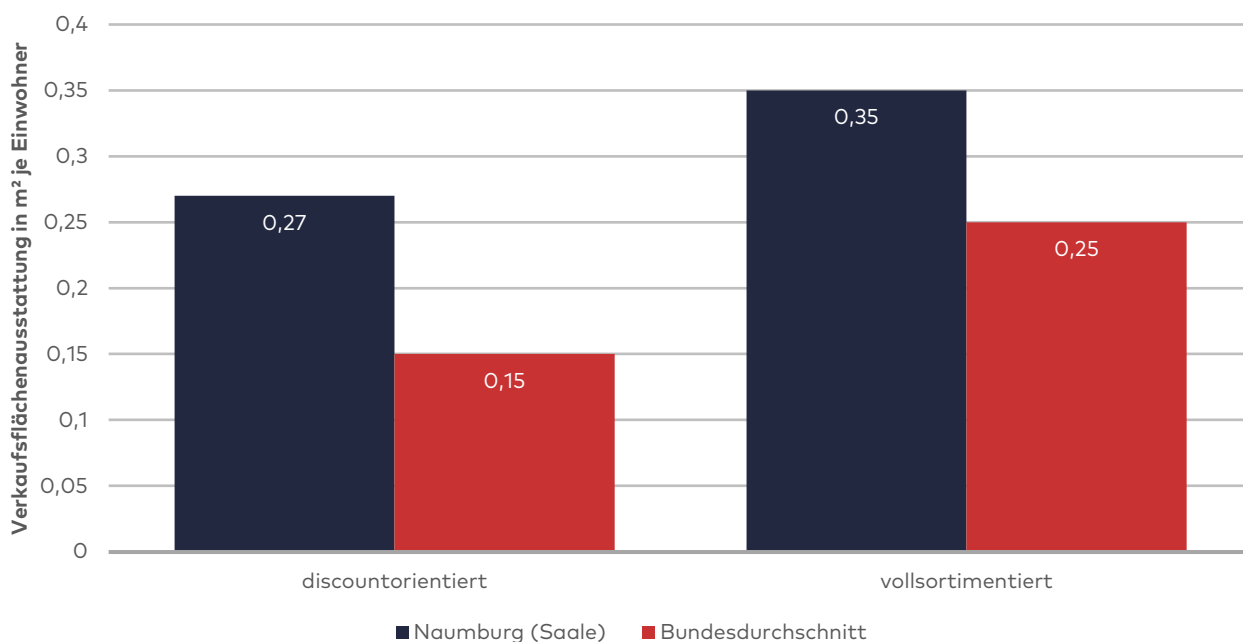
Insgesamt sind im Stadtgebiet 17 strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind elf Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei weiteren vier Betrieben handelt es sich um Supermärkte. Außerdem sind zwei Verbrauchermärkte im Naumburger Stadtgebiet verortet. Ergänzt wird das Angebot an strukturprägenden Märkten durch sieben Getränkemarkte. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Naumburg hinsichtlich des Betriebstypenmixes als ausgewogen zu bewerten. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation (siehe dazu Abbildung 23) und die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp deutlich, die nahezu dem Bundesdurchschnitt entspricht.



**Abbildung 23: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2021, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen; innerer Ring: Stadt Naumburg; äußerer Ring: Bundesdurchschnitt.

Die Verkaufsflächenausstattung sowohl für Lebensmitteldiscounter mit rd. 0,27 m<sup>2</sup> je Einwohner als auch für Lebensmittelvollsortimenter mit rd. 0,35 m<sup>2</sup> je Einwohner liegt über dem bundesweiten Durchschnitt (siehe Abbildung 24)<sup>30</sup>.



**Abbildung 24: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2021, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

<sup>30</sup> Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch zwei Drogeriefachmärkte im Stadtgebiet sichergestellt. Bei elf weiteren Einzelhandelsbetrieben mit einem entsprechenden Hauptsortiment handelt es sich um Apotheken. Die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung resultiert hier direkt aus den in Naumburg (Saale) vorhandenen Anbietern im Sortimentsbereich Drogeriewaren.

Die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation der Stadt Naumburg (Saale) ist insbesondere aus den oben genannten Gründen als **sehr gut** zu bewerten. Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der quantitativen und qualitativen Nahversorgung finden sich in Kapitel 7.

### Benchmarking: Nahversorgungsrelevante Kennwerte

Im Folgenden werden die nahversorgungsrelevanten Kennwerte der Stadt Naumburg (Saale) mit Daten nahegelegener oder vergleichbarer Städte im Rahmen eines Benchmarkings verglichen (siehe Tabelle 6).

**Tabelle 6: Nahversorgungsrelevante Kennwerte im Vergleich**

Strukturdaten	Naumburg (Saale)	Halberstadt (MZ mit TF OZ)	Eisenach (MZ mit TF OZ)	Wernigerode (MZ)	Weißenfels (MZ)
Veröffentlichungsjahr	2021	2019	2020	2018	2016
Einwohner	<b>32.831</b>	41.681	41.848	33.110	40.398
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in m <sup>2</sup>	<b>21.900</b>	22.600	30.500	27.700	33.300
Verkaufsfläche Drogeriewaren in m <sup>2</sup>	<b>3.400</b>	4.500	5.500	2.300	4.500
Verkaufsflächenausstattung NuG in m <sup>2</sup> je Einwohner	<b>0,67</b>	0,54	0,73	0,84	0,82
Verkaufsflächenausstattung Drog in m <sup>2</sup> je Einwohner	<b>0,10</b>	0,11	0,13	0,07	0,11

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: laufend aktualisierte Datenbank Stadt + Handel (beinhaltet auch Fremdgutachten); Verkaufsfläche auf 100 m<sup>2</sup> gerundet; \*Daten nicht in Originalquelle ausgewiesen.

Das Benchmarking bestätigt die im Bundesvergleich als überdurchschnittlich zu bewertete Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel nur bedingt. Insbesondere im Verhältnis zum Mittelzentrum Wernigerode verfügt Naumburg über deutlich weniger Verkaufsfläche je Einwohner. Im Sortimentsbereich Drogeriewaren stellt sich die Verkaufsflächenausstattung in Naumburg (Saale) im direkten Vergleich eher leicht unterdurchschnittlich dar. Die gegenüber den Bundeswerten überdurchschnittlichen Ausstattungskennziffern sind typisch für Mittelzentren in ländlich geprägten Räumen, hier konzentriert sich insbesondere das Angebot an Verbrauchermärkten und Drogeriemärkten in den größeren zentralen Orten, wo auch eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist. Die Einzugsgebiete entsprechender Anbieter sind deshalb zumeist entsprechend weitläufig.

### Räumliche Nahversorgungssituation in Naumburg (Saale)

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 400 m<sup>2</sup> VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R.

ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen, wird eine Gehzeit von rd. 10 min als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen<sup>31</sup>. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 25). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

In Abhängigkeit von der Dichte der Wohnbebauung, topografischen Gegebenheiten, städtebaulichen/naturräumlichen Barrieren, der Attraktivität der Fußwegetze sowie dem Wettbewerbsumfeld sollte für die einzelfallbezogene Betrachtung jedoch ein an den örtlichen Gegebenheiten orientierter **situativer Nahbereich** abgegrenzt werden. Für Naumburg ist die Darstellung der Gehzeit-Isochronen daher lediglich als erste Einschätzungshilfe zu verstehen. So kann z. B. auch die Ausweisung eines deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehenden Nahbereiches in begründeten Ausnahmefällen zielführend sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft nicht optimal fußläufig erreichbare Siedlungslagen (z. B. aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen.

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden alle strukturprägenden, filialisierten Lebensmittelmärkte dargestellt.

Weitere konzeptionelle Empfehlungen leiten sich aus den **quantitativen und qualitativen Versorgungskriterien** ab, die u. a. folgende Aspekte berücksichtigen können:

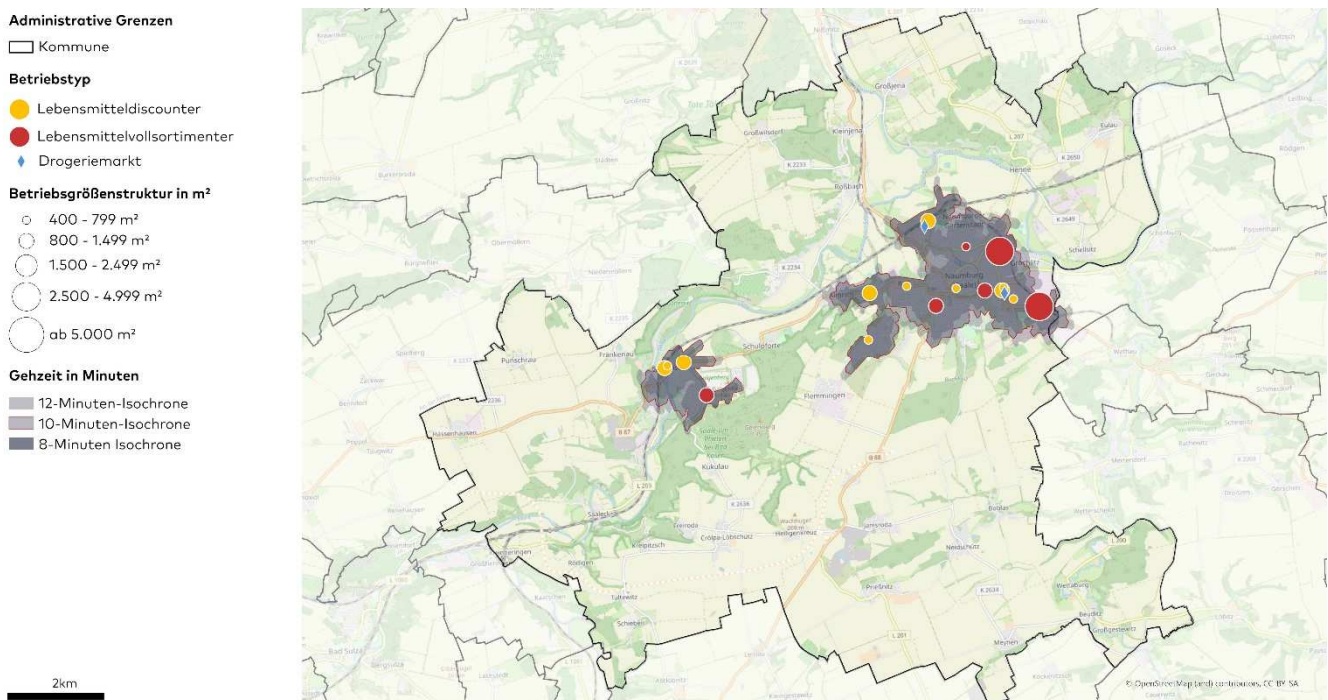
- Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>
- Gesamtstädtische Zentralität
- Verkaufsflächenausstattung (in m<sup>2</sup> je Einwohner)
- Verkaufsflächenanteile nach Lagebereich (ZVB, sonstige städtebaulich integrierte Lage, städtebaulich nicht integrierte Lage)
- Betriebstypenmix

Auch diese Qualitätskriterien wurden bei der Ausweisung von Standorttypen und Entwicklungszielen der Nahversorgung berücksichtigt. So kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleich-

<sup>31</sup> Auf Grundlage einer durchschnittlichen Fußgängergeschwindigkeit von 5 km/h.

zeitiger (geringer) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.<sup>32</sup>

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen Nahversorgungsstruktur in Naumburg (Saale). Dabei ist eine überwiegend fußläufige Erreichbarkeit nahezu sämtlichen Teilbereichen der Kernstadt Naumburgs sowie in Bad Kösen teilweise sogar über mehrere Versorger gegeben. Gleichzeitig ist in einzelnen Randlagen der Hauptsiedlungsgebiete wie zum Beispiel im Süden, Westen oder Osten des Stadtgebiets eine eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit bis hin zu einer fehlenden fußläufig erreichbaren Nahversorgungsmöglichkeit festzustellen. Das Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzial in den jeweiligen Gebieten ist jeweils jedoch zu gering, um dort einen tragfähigen Lebensmittelmarkt etablieren zu können.

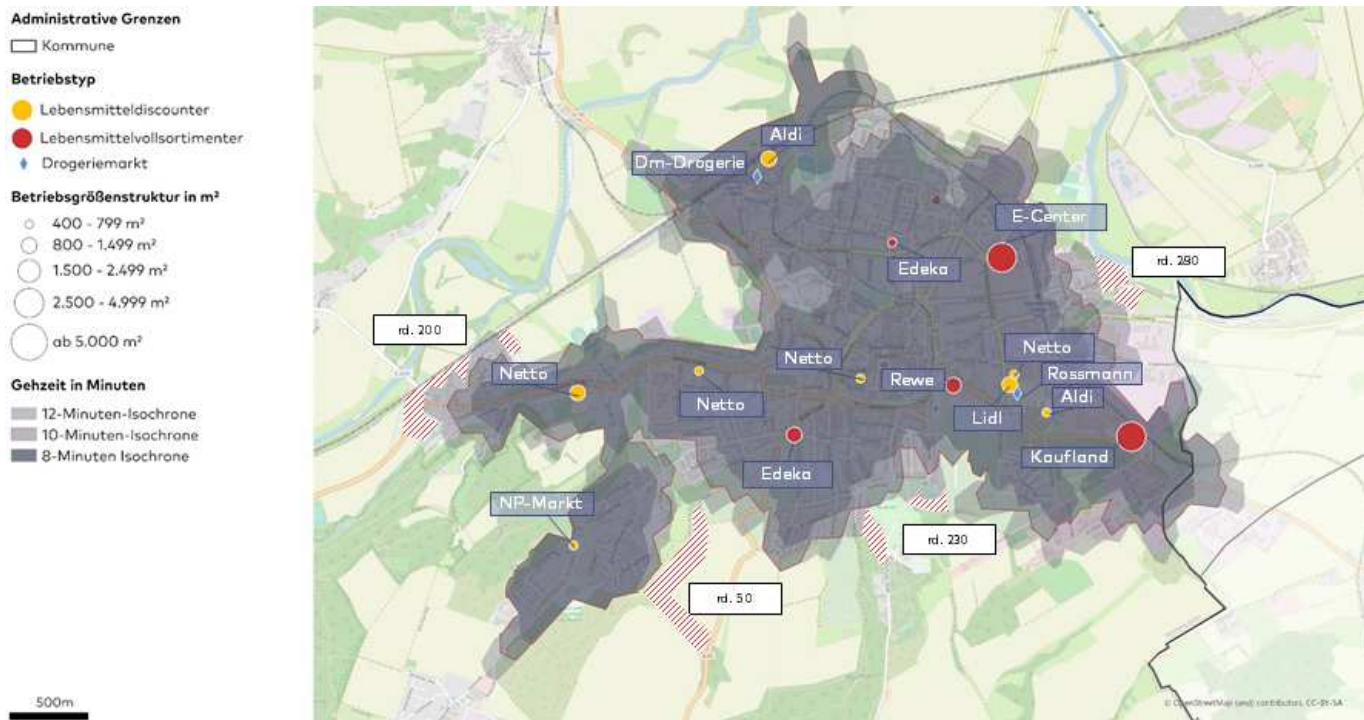


**Abbildung 25: Räumliche Nahversorgungssituation von Naumburg (Saale)**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2021; Kartengrundlage: OpenStreet-Map – veröffentlicht unter ODbL.

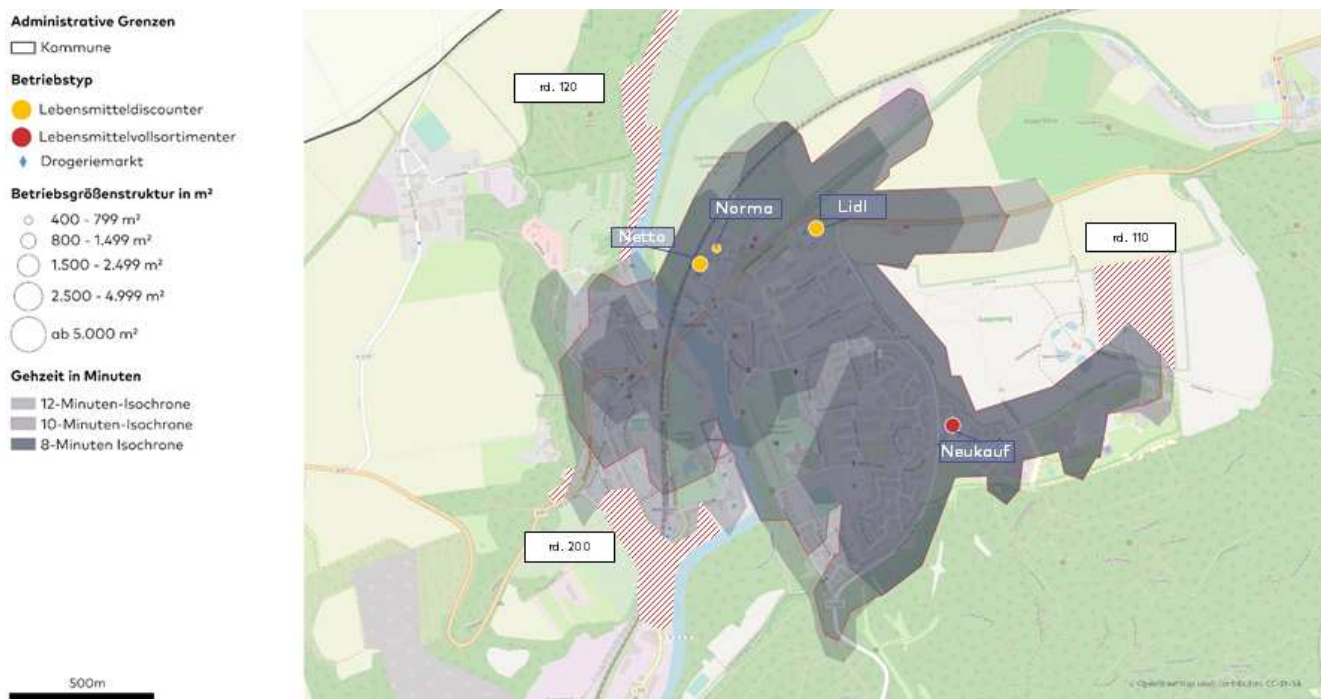
<sup>32</sup> Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.





**Abbildung 26: Räumliche in der Kernstadt Naumburg**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2021; Kartengrundlage: OpenStreet-Map – veröffentlicht unter ODbL.



**Abbildung 27: Räumliche im Kernort Bad Kösen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2021; Kartengrundlage: OpenStreet-Map – veröffentlicht unter ODbL.

## 4.7 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentlichen Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen



zur Fortentwicklung der Zentren- und Standortstruktur in Naumburg (Saale) dienen.

### Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Stadt Naumburg (Saale) übernimmt als **Mittelzentrum** die Versorgungsfunktion für 32.831 Einwohner im eigenen Stadtgebiet.
- Naumburg (Saale) von mehreren Mittelzentren (u. a. Weißenfels, Merseburg, Zeitz, Apolda) umgeben. Die nächstliegenden Oberzentren sind Leipzig (ca. 60 km), Halle (ca. 47 km), Gera (ca. 60 km), Jena (ca. 42 km) und Weimar (ca. 50 km). Insgesamt ist von einem **eher leistungsfähigen Wettbewerbsumfeld** auszugehen.

### Gesamtstädtische Nachfragesituation

- Mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftkennziffer von rd. 93** liegt die Stadt Naumburg (Saale) etwas über dem Durchschnitt von Sachsen-Anhalt (rd. 91), aber unter dem Bundesdurchschnitt von 100.
- Das **Einzugsgebiet** von Naumburg (Saale) umfasst im Wesentlichen die Stadt Naumburg (Saale) selbst (Zone I), die angrenzenden Städte und Gemeinden, insb. im Nord-Westen (Zone II) und deutlich nachgelagert noch westlichere Gemeinden und Städte des Burgenlandkreises, welche z. T. höhere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. (Zone III).

### Gesamtstädtische Angebotssituation

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 2,10 m<sup>2</sup> je Einwohner deutlich **über dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,50 m<sup>2</sup> je Einwohner.
- Die Einzelhandelsbetriebe in Naumburg (Saale) sind **überwiegend städtebaulich integriert**. In Bezug auf die Verkaufsfläche ist jedoch mit rd. 32 % über die Hälfte in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Dies ist insbesondere auf die großformatigen Anbieter im Bereich Baumarkt, Pflanzen/Gartenbedarf sowie Nahrungs- und Genussmittel in nicht integrierter Lage zurückzuführen.
- Das Einzelhandelsangebot in Naumburg (Saale) ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche als **angemessen** für ein Mittelzentrum zu bewerten.
- Dies wird durch die **Einzelhandelszentralität** von rd. 1,02 bestätigt, die jedoch je nach Warengruppe differenziert ausfällt.
- In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken können mit Zentralitäten von rd. 1,25 bzw. rd. 1,30 **deutliche Kaufkraftzuflüsse** aus den umliegenden Regionen festgestellt werden.
- Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind mit einer Einzelhandelszentralität von rd. 0,93 bzw. rd. 0,64 jedoch z. T. deutliche **Kaufkraftabflüsse** zu verzeichnen.

### ZVB Altstadt Naumburg

- In der Naumburger Altstadt sind insgesamt **120 Einzelhandelsbetriebe** (rd. 45 % aller Betriebe in Naumburg (Saale)) mit einer Verkaufsfläche von **rd. 9.300 m<sup>2</sup>** (rd. 13 % der Gesamtverkaufsfläche in Naumburg (Saale))

angesiedelt. Neben den Einzelhandelsbetrieben sind **145 zentrenergänzende Funktionen** verortet, sodass sich die Altstadt als für Naumburg (Saale) größter **strukturprägender Standortbereich** beschreiben lässt.

- Die Altstadt ist im Wesentlichen geprägt durch die Standortbereiche Herrenstraße – Markt – Jacobstraße als **Hauptfrequenzlage** mit höchster Einzelhandelsdichte, den Bereichen Steinweg, Salzstraße, Marienstraße, Holzmarkt und Engelsgasse als **Nebenlage** mit einem Branchenmix aus Einzelhandelsangeboten, Gastronomie und Dienstleistung sowie den Bereichen um den Reußenplatz und Topfmarkt als **Ergänzungsbereich** mit einer deutlich nachgeordneten Bedeutung für klassische Einzelhandelsnutzungen.
- Die Leerstandquote im ZVB Altstadt ist mit rd. 31 % als hoch zu beurteilen. Ein Großteil der Leerstände konzentriert sich dabei auf Neben- und Ergänzungslagen, in den Randlagen sind z. T. leichte Trading-Down-Tendenzen festzustellen

### Nahversorgungssituation

- Die quantitative Nahversorgungssituation ist in der Stadt Naumburg (Saale) ist mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,66 m<sup>2</sup> je Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,10 m<sup>2</sup> je Einwohner im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als **leistungsfähig** zu bezeichnen.
- Die qualitative Nahversorgungssituation ist hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u. a. Verbrauchermarkt, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte, Drogeriefachmärkte) als insgesamt **diversifiziert und somit als attraktiv** zu bewerten.
- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist in Naumburg und Bad Kösen nur **ein geringes Optimierungspotenzial** zu erkennen. Lediglich in einigen Siedlungsbereichen am Rande der Kernorte ist aktuell nur eine eingeschränkte fußläufige Nahversorgung möglich, die jeweiligen Kaufkraftpotenziale in den Bereichen sind jedoch zu gering, um einen marktgängigen Lebensmittelmarkt zu etablieren. Außerhalb der Hauptsiedlungsbereiche Naumburgs und Bad Kösens sind lediglich in wenigen Ortsteilen Nahversorgungsmöglichkeiten vorhanden.

Handlungsbedarf ergibt sich für die Sicherung und Weiterentwicklung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in Naumburg (Saale) auf der einen Seite und der Sicherung der Altstadt als soziale, wirtschaftliche und kulturelle Mitte der Stadt auf der anderen Seite. Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung seinen Beitrag dazu leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter, insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel und geänderten Konsumverhaltensmustern.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht zu erarbeiten.

# Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Naumburg (Saale) zu erarbeiten.

## 5.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSRAHMEN

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Im Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

### 5.1.1 Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Die nachfolgend vorgestellten Entwicklungsperspektiven sind im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Die absatzwirtschaftliche Betrachtung dient der **Ermittlung möglicher Entwicklungsperspektiven** auf der Basis zukünftigen angebots- und nachfrageseitigen Entwicklung. Die Betrachtung stellt somit **keine „Grenze der Entwicklung“** dar. Sie dient vielmehr als Leitplanke für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung.
- Insbesondere im Zusammenhang mit dem aktuellen Urteil des Europäischen Gerichtshofs in der Sache Visser/Appingedam<sup>33</sup> sollen die hier aufgezeigten Entwicklungsperspektiven **keinen abschließenden Begründungszusammenhang** für die Beurteilung von Einzelhandelsentwicklungen liefern, sondern eine erste Einschätzung bezüglich der **Auswirkungsintensität neuer Entwicklungen** bieten. Diese sind zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen **im Einzelfall** zu untersuchen.
- Geringe oder fehlende Entwicklungsperspektiven stellen somit **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot“** dar, sondern sind im Rahmen einer späteren **standortbezogenen und städtebaulichen Gesamtabwägung** zu berücksichtigen. Insbesondere Entwicklungen in den zentralen Versorgungsbereichen sind unter Beachtung landesplanerischer und städtebaulicher Ziele und Grundsätze sowie der Zielstellungen des Zentren- und Nahversorgungskonzeptes zu befürworten.
- Werden über diese Entwicklungsperspektive hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.

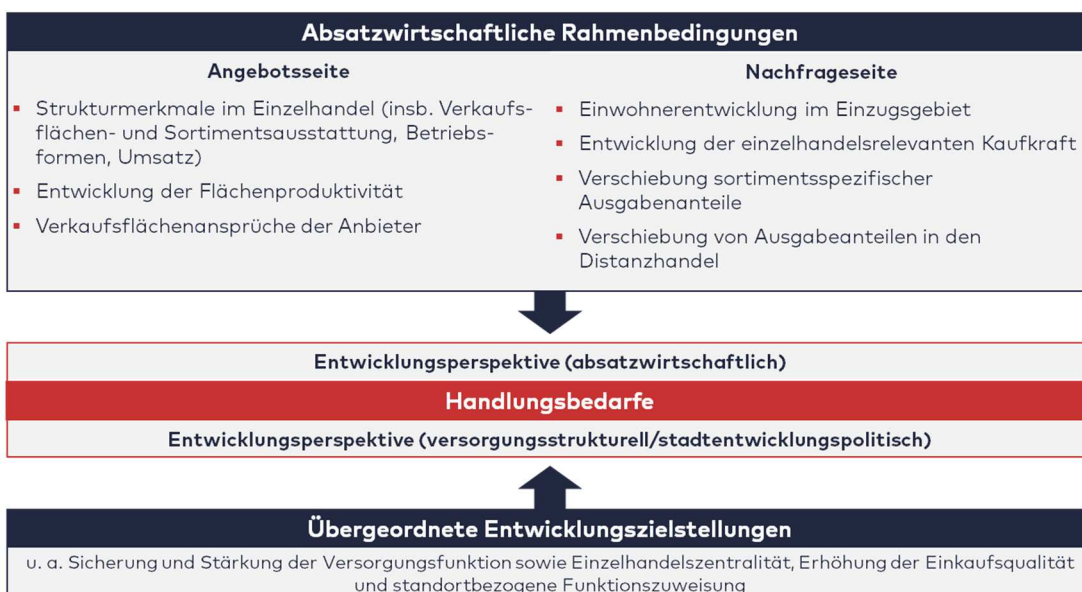
<sup>33</sup> vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123)

- Dies impliziert, dass die hier beschriebene Entwicklungsperspektive im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen sind. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann die Erfüllung der Entwicklungsperspektive zur Verfolgung gemeindeentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Naumburg (Saale) gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

### 5.1.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten Angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Naumburg (Saale) werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.



**Abbildung 28: Methodik zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsperspektiven**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

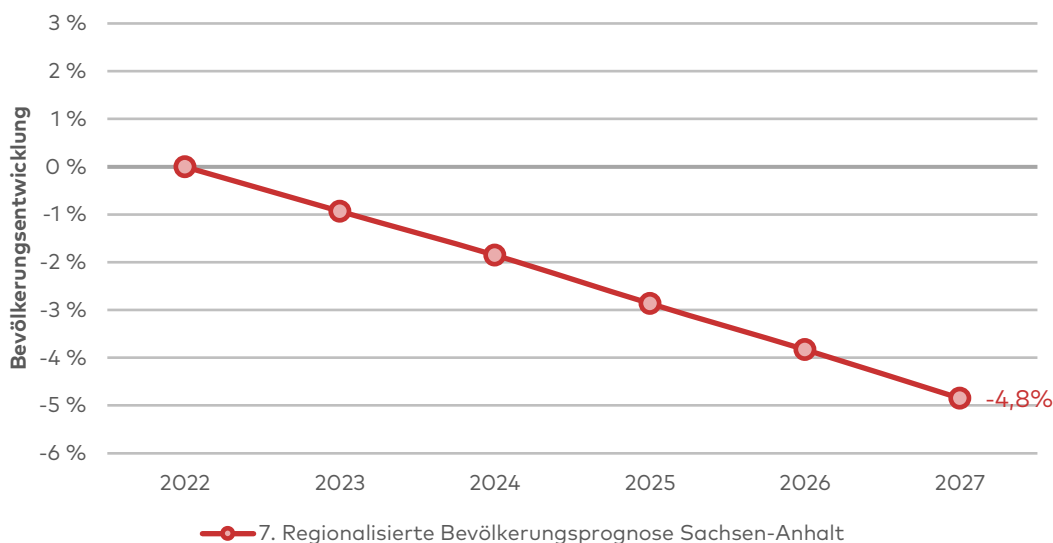
Neben der Entwicklung Angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich

zugebilligte Versorgungsauftrag wird hier als so genannte Ziel-Zentralität aufgegriffen.

Die absatzwirtschaftliche Entwicklungsprognose wird für einen Zeitraum von fünf Jahren ermittelt, um realistische Eingangsparameter zu verwenden und die Möglichkeit von Scheingenauigkeiten zu minimieren. Im Folgenden werden daher die Eingangsgrößen für das **Prognosejahr 2027<sup>34</sup>** einzeln erläutert.

### Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Naumburg (Saale) werden Prognosedaten des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt zugrunde gelegt. Die Prognose geht von rückläufigen Einwohnerzahlen von rd. 4,8 % bis 2027 in Naumburg (Saale) und seinem Einzugsgebiet aus<sup>35</sup>. Diese Entwicklung ist zudem mit einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung verbunden, was nachfrageseitige Veränderungen mit sich bringt.



**Abbildung 29: Einwohnerprognose für Naumburg (Saale)**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

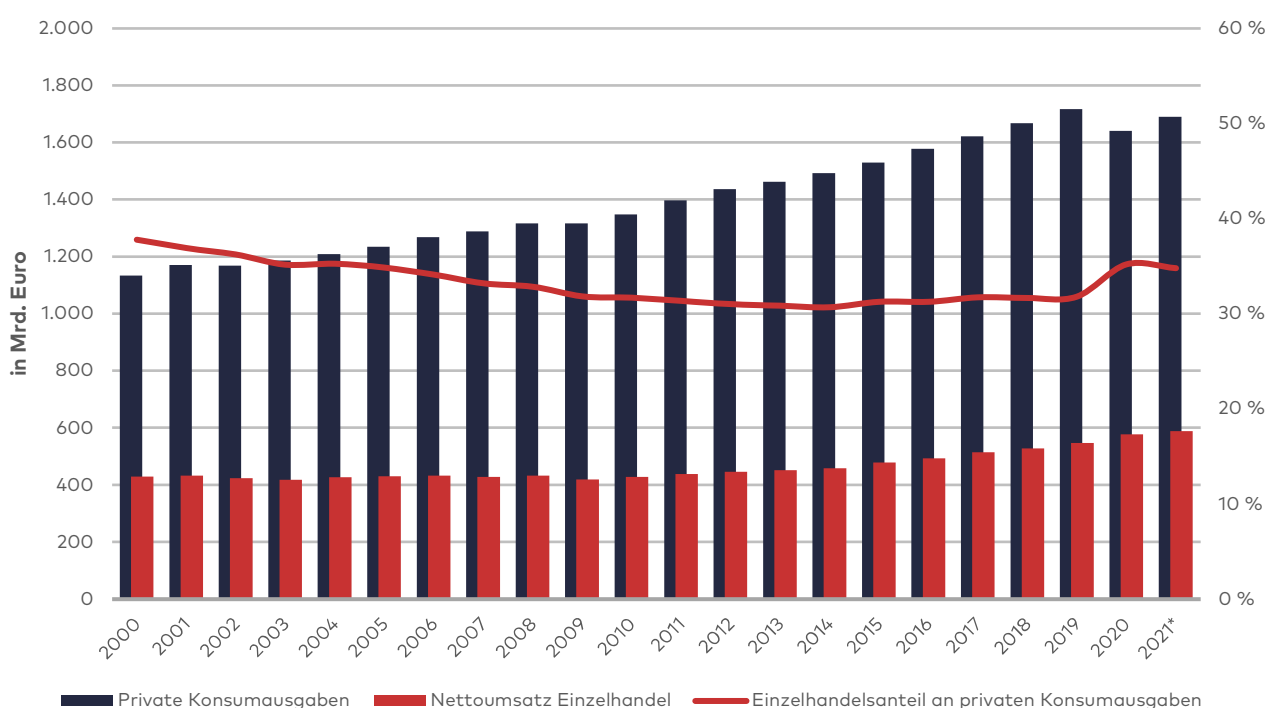
### Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Von etwa 2010 bis 2019 war spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2019 bei rd. 543,6 Mrd. Euro lagen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 19 % von 2014 bis 2019. Im Jahr 2020 sind die privaten Konsumausgaben durch die Corona-Pandemie um rd. 7 % gesunken (geschlossene Gastronomie, geringere Reisetätigkeit etc.). Der Nettoumsatz des Einzelhandels stieg allerdings auch 2020 um rd. 6 % (jedoch umfänglichen Verschiebungen in digitale Absatzkanäle) und folgt dem seit 2010 andauernden Anstieg des Nettoumsatzes. Zwischen 2015 und 2020 stieg der Nettoumsatz des Einzelhandels um rd. 21 %. Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil um rd. 32 % und ist im Jahr 2020 sogar auf 35 % gestiegen. Dieser

<sup>34</sup> Ein Prognosezeitraum von fünf Jahren erscheint aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels und den aktuellen Unwägbarkeiten durch die Covid-19-Pandemie und die Folgen des Ukraine-Krieges als sachgerecht. Größere Prognosezeiträume erhöhen nach gutachterlicher Auffassung nicht die Qualität der Entwicklungsprognose.

<sup>35</sup> Quelle: 7. Regionalisierte Bevölkerungsprognose Sachsen-Anhalt.

deutliche Anstieg ist mit einem erhöhten Anteil an Ausgaben für Lebensmittel und Güter des kurzfristigen Bedarfsbereichs während der Corona-Pandemie zu erklären. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln (z. B. Selbstversorgung im Rahmen des Home-Office), hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre (ausgenommen die Jahre seit 2020) zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.). Im Jahr 2022 sind die privaten Konsumausgaben insgesamt wieder deutlich angestiegen (rd. 3 %), dies ist im Wesentlichen auf einem Rückgang der pandemiebedingten Kurzarbeit zurückzuführen. Der relative Anteil der Konsumausgaben, die im Einzelhandel ausgegeben werden ist wieder leicht rückläufig, erreicht jedoch noch nicht das Vor-Corona-Pandemie Niveau.



**Abbildung 30: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland**

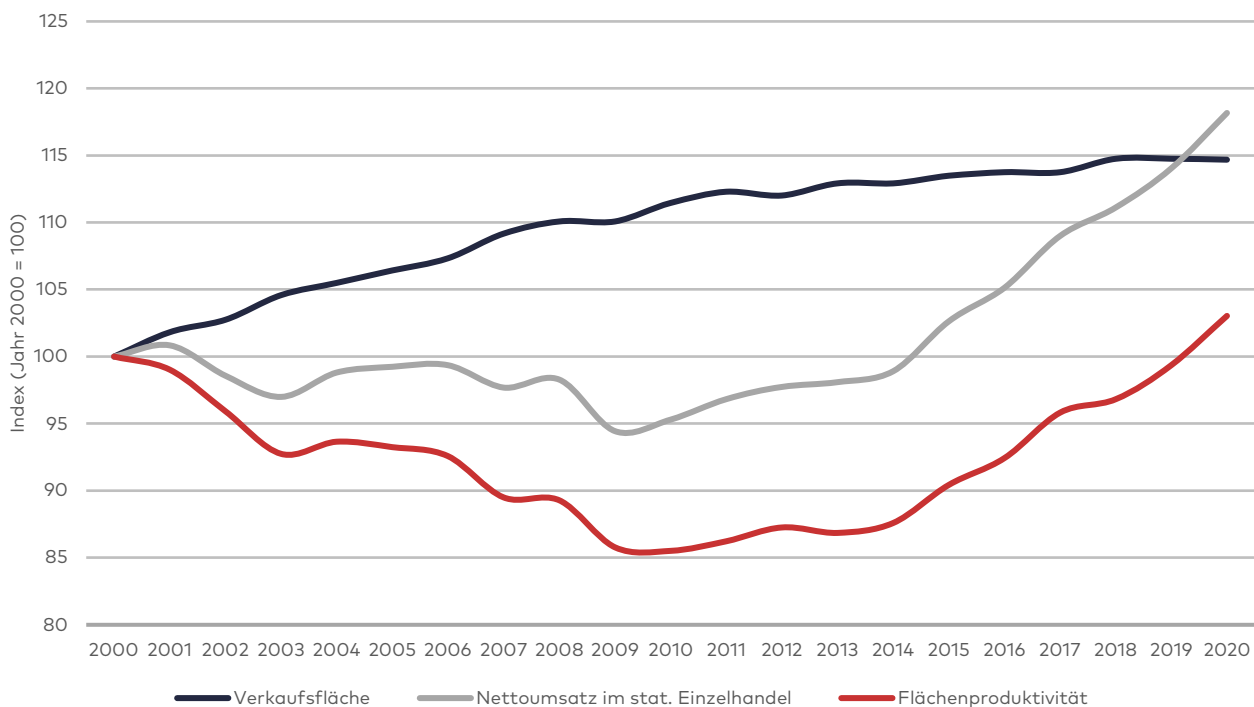
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

In der Summe ist somit eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentsspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede. Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.



## Entwicklung der Flächenproduktivität

Die Verkaufsfläche hat in Deutschland in den letzten Jahrzehnten durch Erweiterungen und Neuansiedelungen stark zugenommen. Aktuell entfallen auf jeden Bundesbürger rd. 1,50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>36</sup> Durch den beschriebenen Rückgang der absoluten Zahl der Einzelhandelsbetriebe herrschen immer mehr großflächige Betriebe vor. Die gleichzeitige Stagnation der Umsätze im Einzelhandel hat bis 2013 zu einem Rückgang der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d. h. dem Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, geführt (siehe nachfolgende Abbildung). Seit 2013 ist im Saldo ein leichter Anstieg der Flächenproduktivitäten zu beobachten, dieser ist jedoch auf wenige Segmente des Einzelhandels beschränkt (u. a. Lebensmitteleinzelhandel).



**Abbildung 31: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

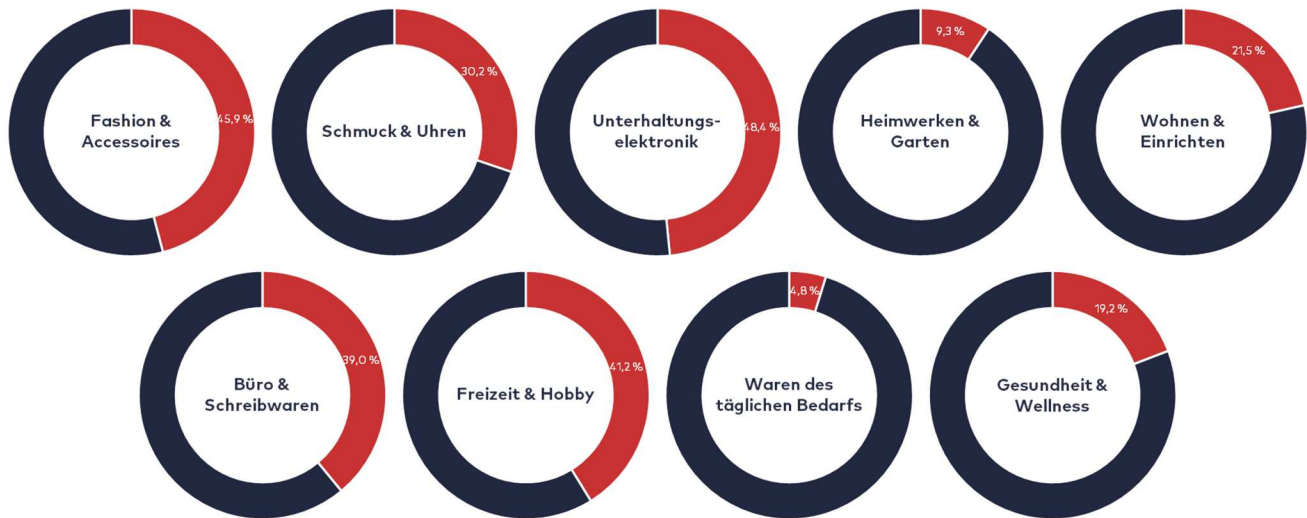
Inzwischen nehmen die Flächenproduktivitäten deutlich stärker zu. Die weitere Entwicklung ist aufgrund der konjunkturellen Lage unsicher, bedingt durch Preissteigerungen wird es jedoch auch weiter (insb. im Lebensmittelbereich) einen Anstieg des Umsatzes je Quadratmeter geben.

In Hinblick auf die Entwicklung der Verkaufsfläche in Deutschland ist seit 2007 zunehmend eine Abschwächung des Wachstums bzw. eine Stagnation zu erkennen. Die Gründe hierfür liegen u. a. in dem sukzessive gesättigten Marktniveau, dem erstarkenden Online-Handel und den daraus resultierenden Insolvenzen prägender Einzelhandelskonzerne wie Schlecker, Praktiker, Strauss-Innovation, etc. Expansive Einzelhandelssegmente sind aktuell insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel sowie Fachmarktzentren.

<sup>36</sup> vgl. HDE 2018.

## Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. So wird für das Jahr 2022 im Online-Segment ein Einzelhandelsumsatz von rd. 98,4 Mio. Euro (rd. 16,3 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) prognostiziert. Der Anteil ist sortimentsspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt.



**Abbildung 32: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2027 (Prognose)**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel Daten: Modellierung Stadt + Handel auf Grundlage Online-Monitor 2021.

Der Anteil ist sortimentsspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Online-Anteil am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Online-Anteil im Jahr 2027 je nach Sortiment zwischen rd. 4,8 % und rd. 48,4 % liegen wird. Die im Zuge der COVID-19-Pandemie auferlegten Kontaktbeschränkungen und Geschäftsschließungen haben in der Tendenz zu einem deutlichen Wachstumsimpuls des Online-Handels geführt. Damit sind die Annahmen zum Online-Anteil als konservative Annahmen einzuordnen.

## Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (zentren- und nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu

ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

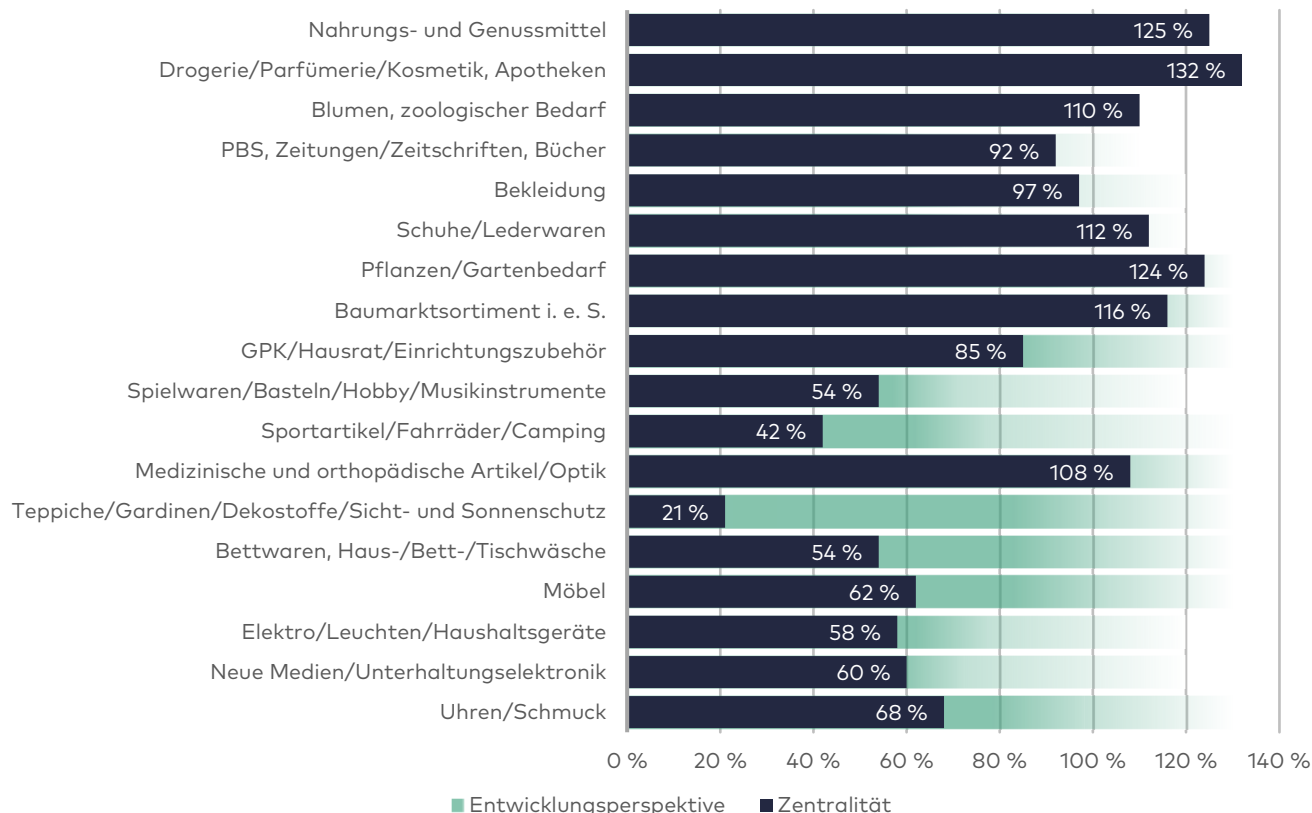
### Mögliche warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Naumburg (Saale) beträgt rd. 1,02, wobei sortimentsspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen mögliche Entwicklungsperspektiven im Rahmen von Ansiedlungen oder Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben.

Demnach ist für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht eine versorgungsstrukturelle Perspektive der Zentralität von 1,10 stadtentwicklungspolitisch und hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages für Naumburg (Saale) langfristig plausibel.

Für die Mehrheit der Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches wird eine versorgungsstrukturelle Perspektive der Zentralität von 1,20 bis 1,30 als stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell angemessen erachtet.

Aus den dargestellten versorgungsstrukturellen Perspektiven der Zentralität (siehe Abbildung 33) ergeben sich gewisse Entwicklungspotenziale für die Mehrheit der Warengruppen. Es ist dabei jedoch zu berücksichtigen, dass aufgrund der Entwicklungen im Online-Handel bereits das Erreichen des „stationären Anteils“ der versorgungsstrukturellen Perspektiven der Zentralität (d. h. abzüglich des Online-Anteils im Prognosejahr) als Erfüllung des stadtentwicklungspolitischen und landesplanerischen Versorgungsauftrages bewertet werden kann.



**Abbildung 33: Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Für die Stadt Naumburg (Saale) ergeben sich damit stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungspotenziale v. a. in den Warengruppen Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, Sportartikel/Fahrräder/Camping, Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz, Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Möbel, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte, Neue Medien/Unterhaltungselektronik sowie in der Warengruppe Uhren/Schmuck.

### Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 7 zu entnehmen.

**Tabelle 7: Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Naumburg (Saale)**

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für Naumburg (Saale) bis 2027
Demografische Entwicklung		rückläufige Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft		moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter		leichte Impulse bei Filialisten insbesondere im periodischen Bedarfsbereich
Entwicklung der Flächenproduktivität		insgesamt stagnierend bis leicht zunehmend mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden
Online-Handel		konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden
Versorgungsauftrag (Ziel-Zentralität)		sortimentsspezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des mittelzentralen Versorgungsauftrages

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### 5.1.3 Handlungsbedarfe für die Einzelhandelsentwicklung in Naumburg (Saale)

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten Angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der möglichen Entwicklungsimpulse ergeben sich für die Stadt Naumburg (Saale) bis 2027 Spielräume, die in der Tabelle 8 in qualitativer Form dargestellt werden.

**Tabelle 8: Entwicklungsprognose für 2027**

Warengruppe	Spielräume	Entwicklungsmöglichkeiten & Zielstellung
Nahrungs- und Genussmittel		geringes Entwicklungspotenzial aufgrund der vorhandenen Bestandsstrukturen, insb. qualitativer Ausbau der Nahversorgung und Verbesserung der räumlichen Nahversorgung
Drogerie, Parfümerie & Kosmetik		sehr gute Angebotsabdeckung insb. durch vorhandene FM-Strukturen, Sicherung und Ergänzung des Angebots durch Fachgeschäfte (mit Priorität im zentralen Versorgungsbereich Altstadt)
Sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich		geringes Entwicklungspotenzial aufgrund der vorhandenen Bestandsstrukturen, mögliche Ergänzung um Fachgeschäfte
Fashion & Accessoires		Ergänzung um größere Fachgeschäfte oder kleinen Fachmarkt
Heimwerken & Garten		Sicherung der Versorgungsfunktion und qualitative Weiterentwicklung

Freizeit & Hobby	■ ■ ■	Etablierung von größeren Einzelhandelsgeschäften/kleinem Fachmarkt mit den Warengruppen Spielwaren/Basteln/Hobby/ Musikinstrumente und Sportartikel/Fahrräder/Camping
Gesundheit & Wellness	■ □ □	kleinteilige Ergänzung des Angebotes durch auf Best-Ager orientierte Handelskonzepte (insb. bei steigenden Bedarfen im Zuge des demografischen Wandels)
Wohnen & Einrichten	■ ■ □	Ergänzung von Angeboten insb. in der Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör, Stärkung der Versorgungsfunktion im Bereich Möbel
Elektronik & Haushaltsgeräte	■ ■ ■	Ergänzung um zwei kleinere oder einen größeren Fachmarkt mit den Warengruppen Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik
Uhren & Schmuck	■ □ □	geringes Entwicklungspotenzial aufgrund der vorhandenen Bestandsstrukturen, mögliche Ergänzung um Fachgeschäfte

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■■■ = hoher Handlungsbedarf vorhanden; □□□ = geringer Handlungsbedarf vorhanden.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Spielräume in verschiedenen Warengruppen. Der Kernort Naumburg (Saale) als Mittelzentrum sowie der Kernort Bad Kösen als Grundzentrum übernehmen eine Versorgungsfunktion im Bereich des periodischen Bedarfs. Dieser Aufgabe werden die beiden zentralen Orte aktuell mit teilweise überdurchschnittlichen Ausstattungskennwerten im kurzfristigen Bedarfsbereich vollumfänglich gerecht.

Entwicklungen im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** sollten daher vornehmlich zur bedarfsgerechten Angebotssicherung und Stärkung an stadtentwicklungspolitisch und konzeptionell gewünschten Standorten (insb. zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte) erfolgen. Die Handlungsbedarfe im Bereich **Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheke** sind aufgrund der aktuellen Ausstattung als gering zu bezeichnen, hier sollte die Sicherung und Ergänzung des Angebots durch Fachgeschäfte (mit Priorität im zentralen Versorgungsbereiche Altstadt sowie im Ortszentrum Bad Kösen) im Fokus stehen.

Auch bei den sonstigen Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereiches** ist lediglich ein geringes rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial vorhanden.

In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** liegt der höchste Handlungsbedarf im Erhalt und der Stärkung der bestehenden Betriebe in Konkurrenz zum Online-Handel. Darüber hinaus sollten in den Warengruppen die Bestandsbetriebe in ihrer Funktion gesichert werden und mögliche Erweiterungen des Sortimentsmixes angestrebt werden.

In der Warengruppe **Freizeit & Hobby** wird auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Betrachtungen die Ansiedlung von entsprechenden Fachgeschäften bzw. -märkten für die Sortimente Spielwaren/Basteln/Hobby/ Musikinstrumente und Sportartikel/Fahrräder/Camping empfohlen.

Weitere Potenziale in den Warengruppen des **langfristigen Bedarfsbereiches** ergeben sich insbesondere in der Warengruppe Möbel und Einrichtungszubehör, wobei die bestehenden Angebote insb. um Angebote im Bereich der Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör ergänzt werden sollte und die Versorgungsfunktion im Bereich Möbel gestärkt werden sollte. In der Warengruppe Elektronik & Haushaltsgeräte kann das bestehende Angebot um zwei kleinere oder einen

größeren Fachmarkt mit den Warengruppen Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik ergänzt werden.

## 5.2 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN FÜR NAUMBURG (SAALE)

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Stadt Naumburg (Saale) bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der Gesamtstadt:** Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion des Kernortes Naumburg im regionalen Kontext durch Ausschöpfung der ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale. Sicherung und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion Bad Kösen.
2. **Städtebaulich-funktionale Stärkung der Zentren:** Erhalt und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche im Kontext ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion mit Schwerpunkt auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die Nahversorgung.
3. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Sicherung, Stärkung und Ergänzung der Nahversorgungsangebote in den Kernorten an städtebaulich integrierten Standorten, wobei schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche vermieden werden sollen. Etablierung bzw. Sicherung einer ortsteilspezifisch angepassten Nahversorgung in kleineren Ortsteilen.
4. **Bereitstellung ergänzender Standorte:** Bereitstellen von Flächen für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (v.a. großflächig). Vermeidung von Verdrängungsprozessen von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebieten durch eine Störung des Bodenpreisgefüges. Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermeiden. Die restriktive Handhabung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente wird empfohlen.

Abbildung 34 veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für die Stadt Naumburg (Saale).



1. Ziel Stärkung der Gesamtstadt	2. Ziel Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche	3. Ziel Sicherung und Stärkung der Nahversorgung	4. Ziel Ergänzende Standorte bereitstellen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erhalt und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion Naumburgs</li> <li>▪ Erhalt und bedarfsgerechte Weiterentwicklung der grundzentralen Versorgungsfunktion Bad Kösens</li> <li>▪ Erhöhung der Einkaufsqualität</li> <li>▪ Ausschöpfung der absatzwirtschaftlichen Potenziale</li> <li>▪ Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stärkung und Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche durch Ergänzung und Weiterentwicklung des Angebotes sowie Etablierung leistungsfähiger Strukturen gemäß Versorgungsauftrags des Zentrums</li> <li>▪ Bündelung von Angeboten und Nutzungen jenseits des Einzelhandels als Frequenzbringer und belebender Faktor für die zentralen Versorgungsbereiche</li> <li>▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung vermeiden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kernstadt: sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen</li> <li>▪ Kernort Bad Kösen: sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen</li> <li>▪ kleinere Ortsteile: ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung ermöglichen bzw. sichern</li> <li>▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermeiden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bauleitplanerische Vorbereitung von Flächen für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (v.a. großflächig)</li> <li>▪ Vermeidung von Verdrängungsprozessen von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebiete durch eine Störung des Bodenpreisgefüges</li> <li>▪ Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermeiden</li> <li>▪ Zentrenrelevante Randsortimente nur im begrenzten Umfang an ergänzende Standorte zulässig</li> </ul>

**Abbildung 34: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Naumburg (Saale)**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen in Form eines Zentren- und Standortkonzeptes, einer Liste zentrenrelevanter und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Sortimentsliste für Naumburg (Saale)) sowie in Form von bei Standortfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätzen.

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Stadt Naumburg (Saale) entwickelt.

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen zentralen Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

## 6.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Neben- bzw. Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

### Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

## Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadt-/Ortszentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 35). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

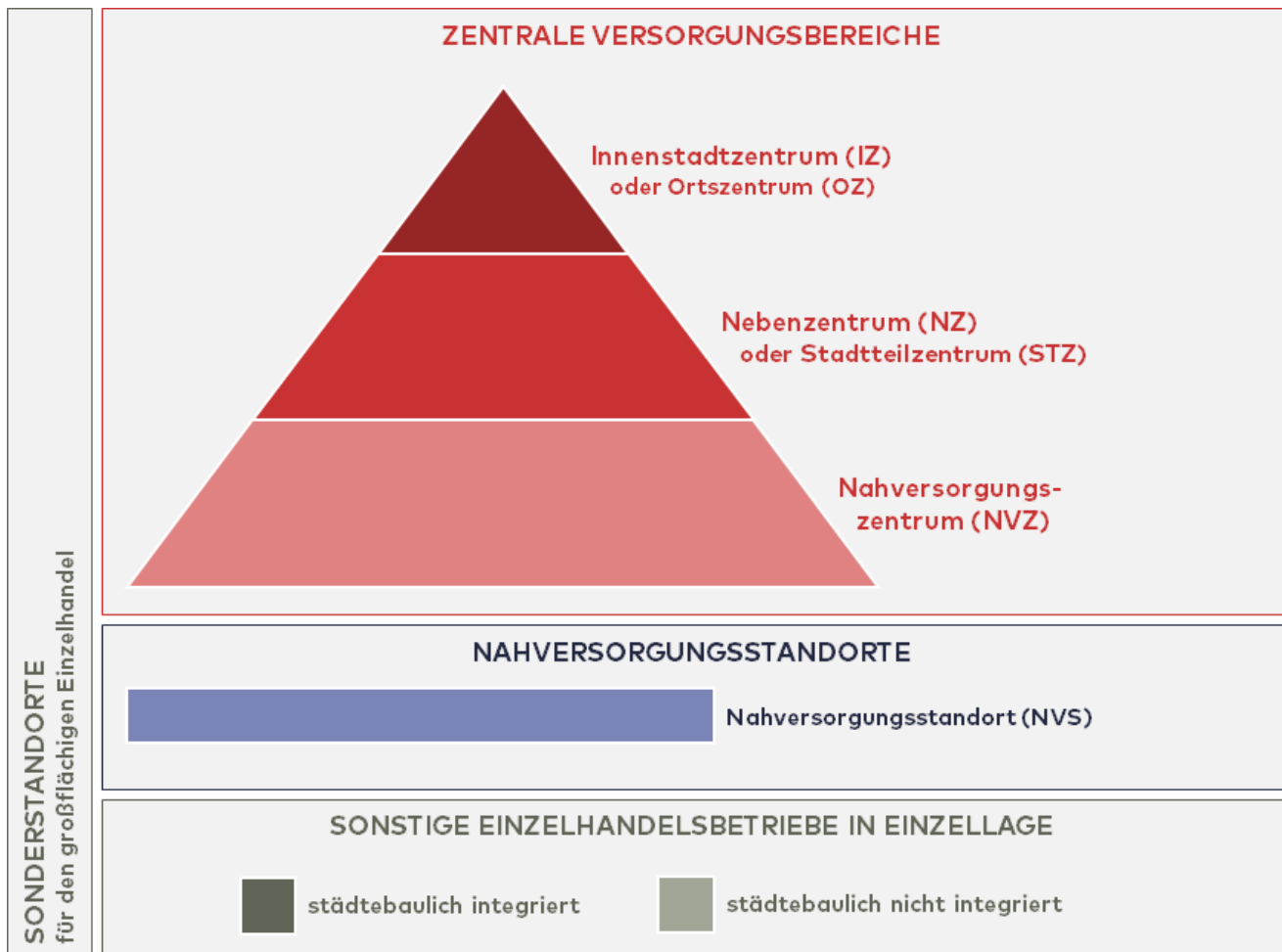


Abbildung 35: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentren typen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:<sup>37</sup>

1. **Innenstadtzentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
2. **Stadtteilzentren** verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.
3. **Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren).

<sup>37</sup> Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.<sup>38</sup>

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>39</sup>

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.<sup>40</sup>

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.<sup>41</sup>

---

## **EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN**

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung

---

<sup>38</sup> Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

<sup>39</sup> Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

<sup>40</sup> Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

<sup>41</sup> Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbraucherernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.<sup>42</sup>

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.<sup>43</sup>

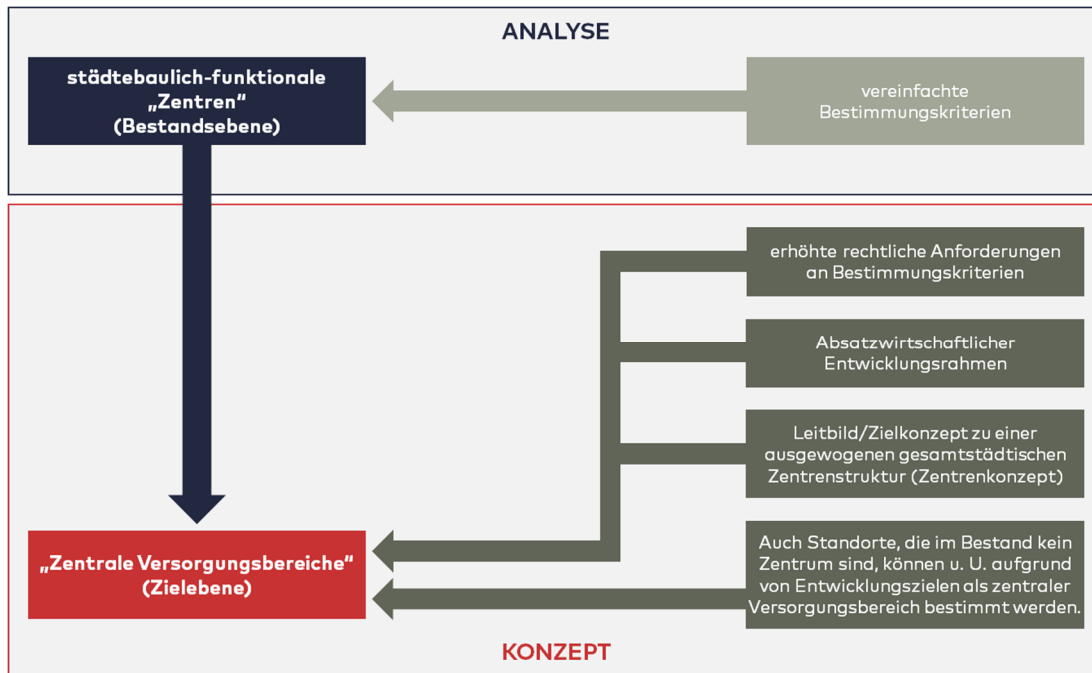
Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 36 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

---

<sup>42</sup> Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

<sup>43</sup> Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.



**Abbildung 36: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:



---

## FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

### Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

### Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.<sup>44</sup>

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.<sup>45</sup>

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl

---

<sup>44</sup> Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

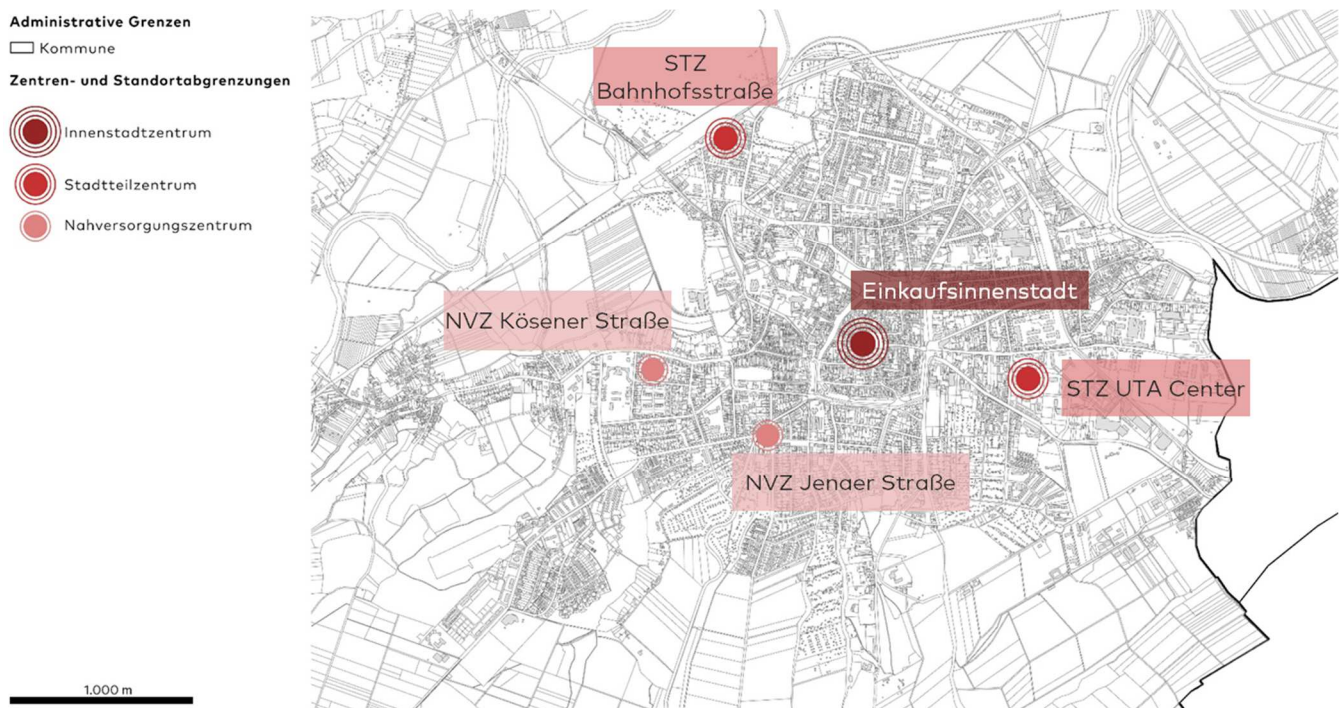
<sup>45</sup> Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder

- wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

### 6.1.2 Zentrenstruktur von Naumburg

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Naumburg aus dem Jahr 2008 definiert mit dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt, den Stadtteilzentren Bahnhofstraße und UTA-Center sowie den Nahversorgungszentren Köseiner Straße und Jenaer Straße insgesamt fünf zentrale Versorgungsbereiche innerhalb des Naumburger Stadtgebietes (siehe Abbildung 37). Zudem wird der Sonderstandort Weissenfelser Straße mit zentralitätsbildender Funktion aufgeführt.



**Abbildung 37: Zentrenstruktur Naumburg 2008**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Naumburg.

Aus fachgutachterlicher Sicht erfüllt der ZVB Altstadt eindeutig die Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, eine vertiefende Darstellung ist hierbei den Zentrensteckbriefen zu entnehmen (vgl. Kapitel 4.5). Für die bestehenden Stadtteilzentren, die Nahversorgungszentren sowie potenzielle Standortbereiche wird zunächst eine Analyse durchgeführt, inwieweit diese im hinreichenden Maße die rechtlichen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen.

Als plakative Darstellungsform der Analyseergebnisse dient eine Ampelsystematik, aus der sich ein Erfüllen bzw. ein Nicht-Erfüllen der einzelnen Kriterien aufzeigen lässt. Folgende Kriterien kommen hierbei zur Anwendung:

- **Räumliche Integration:** Einstufung, inwieweit ein Standort als städtebaulich integriert (Einbettung in Wohnbebauung bzw. direkter räumlich-funktionaler Bezug zur Wohnbebauung, d. h. er ist in der Regel von mindestens zwei (besser drei) Seiten von Wohnbebauung umgeben und fußläufig erreichbar) oder als städtebaulich nicht integriert (gewerbliche Lage/„Grüne Wiese-Standort“) einzustufen ist.

- **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe:** Prüfung inwieweit die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe an einem Standortbereich hinreichend für die Ausweisung eines Stadtteil- oder Nahversorgungszentrums ist.
- **Mind. ein größerer Nahversorgungsbetrieb:** Prüfung, ob ein Standort eine Nahversorgungsfunktion übernehmen kann.
- **Versorgungsfunktion:** Prüfung, ob ein Standort eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich (modellhaft 1.000 m fußläufig) hinaus aufweist.
- **Städtebauliches Gewicht:** Einstufung, ob ein Standort hinsichtlich seines Verkaufsflächengewichtes für eine Ausweisung als Stadtteil- oder Nahversorgungszentrum eine hinreichende Ausstattung aufweist.
- **Zentrenergänzende Funktionen (ZEF):** Bewertung und Vielfalt der ZEF (private und öffentliche Dienstleitungen, Gastronomie, Kultur- oder Bildungseinrichtungen) an einem Standortbereich.
- **Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen):** Prüfung, ob ein Standort bei einer aktuell unterdurchschnittlichen Ausstattung hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und städtebaulichem Gewicht entwickelt werden kann.

Zunächst werden hierbei die Bestandsstrukturen der im Einzelhandelskonzept 2008 ausgewiesenen Stadtteil- und Nahversorgungszentren bewertet:

**Tabelle 9: Bewertung der Stadtteil- und Nahversorgungszentren gem. Einzelhandelskonzept 2008 (Bestand)**

Standortbereich	Räumliche Integration	Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	Mind. ein größerer Nahversorgungsbetrieb	Versorgungsfunktion	Städtebauliches Gewicht	ZEF	Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen)	Fazit
STZ Bahnhofstraße								
STZ UTA-Center								
NVZ Jenaer Straße								
NVZ Köseiner Straße								

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Es zeigt sich hierbei, dass die Standortbereiche

- **Stadtteilzentrum Bahnhofstraße** und
- **Stadtteilzentrum UTA-Center**

in der Bestandssituation im hinreichenden Maße die rechtlichen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen. Die weiteren bisher als Nahversorgungszentrum ausgewiesenen Standortbereiche **Köseiner Straße** und **Jenaer Straße** erfüllen in ihrer Bestandssituation nicht hinreichend die Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich.

Für einen weiteren zu prüfenden Standortbereich im Stadtgebiet von Naumburg wurde folgende Bewertung des Ortszentrums für die eingemeindete Stadt Bad Kösen vorgenommen:

**Tabelle 10: Bewertung des zu prüfenden Standortbereiches (Bestand)**

Standortbereich	Räumliche Integration	Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	Mind. ein größerer Nahversorgungsbetrieb	Versorgungsfunktion	Städtebauliches Gewicht	ZEF	Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen)	Fazit
ZVB Ortszentrum Bad Kösen								

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Hierbei zeigt sich, dass der Standortbereich Ortszentrum Bad Kösen die rechtlichen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich im hinreichenden Maße erfüllt.

Darüber hinaus lassen zwar mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelssicht zu bewertende Agglomeration erkennen, diese weisen jedoch nicht hinreichend die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere sind bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten – etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden weitere Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche identifiziert (siehe Kapitel 7).

Für die zentralen Versorgungsbereiche wurde ein idealtypischer Ausstattungskatalog entwickelt, der bei zukünftigen Entwicklungsmaßnahmen als Zielkriterium Beachtung finden sollte. Für den ZVB Altstadt sind sämtliche der nachfolgenden Ausstattungsmerkmale von besonderer Relevanz. Für das Stadtteilzentrum und die Nahversorgungszentren finden sich z. T. nach Zentrentyp zu differenzierende Ausstattungsmerkmale im nachfolgenden Katalog wieder. Die Ausstattungsmerkmale sind nach unterschiedlichen Aspekten (Einzelhandelsausstattung, zentrenergänzende Funktionen, Städtebau/ Gestaltung, Erreichbarkeit) eingestuft worden.

**Tabelle 11: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Einzelhandelsausstattung)**

Einzelhandelsausstattung	Orts-/Stadtteilzentrum	Nahversorgungszentrum
Ein strukturprägender Lebensmittelmarkt		
Diversifiziertes Angebot an Lebensmittelmärkten		
Drogeriefachmarkt		
Ergänzende Betriebe des Lebensmittelhandwerks		
Weitere Sortimente der kurzfristigen Bedarfsstufe		
Sortimentsbereiche der mittelfristigen Bedarfsstufe		
Sortimentsbereiche der langfristigen Bedarfsstufe		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; = notwendig; = optimale Ausstattung; = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

**Tabelle 12: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (zentrenergänzende Funktionen)**

Zentrenergänzende Funktionen	Orts-/ Stadtteil- zentrum	Nahversorgungs- zentrum
Imbissorientierte Gastronomieangebote	■ ■	■ □
Höherwertige Gastronomieangebote mit Freisitzen (Café, Restaurant)	■ □	■ □
Medizinische Angebote (Arztpraxen und weitere Angebote)	■ □	■ □
Banken	■ □	■ □
weitere einzelhandelsnahe Dienstleistungen	■ ■	■ ■
Öffentliche Einrichtungen	■ □	■ □
Packstation/Post	■ □	■ □
Spielgeräte/Spielplatz für Kinder	■ □	■ □
Elektro-Tankstelle	■ □	■ □
Imbissorientierte Gastronomieangebote	■ □	■ □

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

**Tabelle 13: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Städtebau/Gestaltung)**

Städtebau/Gestaltung	Orts-/ Stadtteil- zentrum	Nahversorgungs- zentrum
Ansprechende städtebauliche Gestaltung	■ □	■ □
Angenehme Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre	■ □	■ □
Barrierefreie Gestaltung	■ □	■ □

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

**Tabelle 14: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Erreichbarkeit)**

Erreichbarkeit	Stadtteil- zentrum	Nahversorgungs- zentrum
Stellplatzanlagen standortspezifisch bemessen	■ □	■ □
Gute fußläufige Erreichbarkeit	■ ■	■ ■
Fahrradfreundliche Erreichbarkeit und Stellplatzmöglichkeiten	■ ■	■ ■
Gute MIV-Anbindung (Erschließungsstraße 1. Priorität)	■ □	■ □
Gute ÖPNV Anbindung (Qualität und Quantität)	■ ■	■ ■

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp



### 6.1.3 Altstadt Naumburg

Der ZVB Altstadt Naumburg ist hinsichtlich der Ausdehnung der größte zusammenhängende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Stadt Naumburg (Saale). Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

#### Räumliche Ausprägung

Der ZVB Altstadt Naumburg umfasst diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Abgrenzung des ZVB aus dem Einzelhandelskonzept 2008 erweist sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als sachgerecht und wird lediglich mit geringen Modifikationen fortgeschrieben. Hier ist insb. anzuführen, dass im Norden des ZVB der Bereich um den Marienplatz mit den ZVB aufgrund der dort verorteten Nutzungen im Bereich des Einzelhandels sowie der zentrenergänzenden Funktionen aufgenommen wurde. Im Westen wurde ein kleiner Bereich, der über den Lindenring hinausgeht, eingekürzt.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 38 für die Altstadt Naumburg dargestellt.



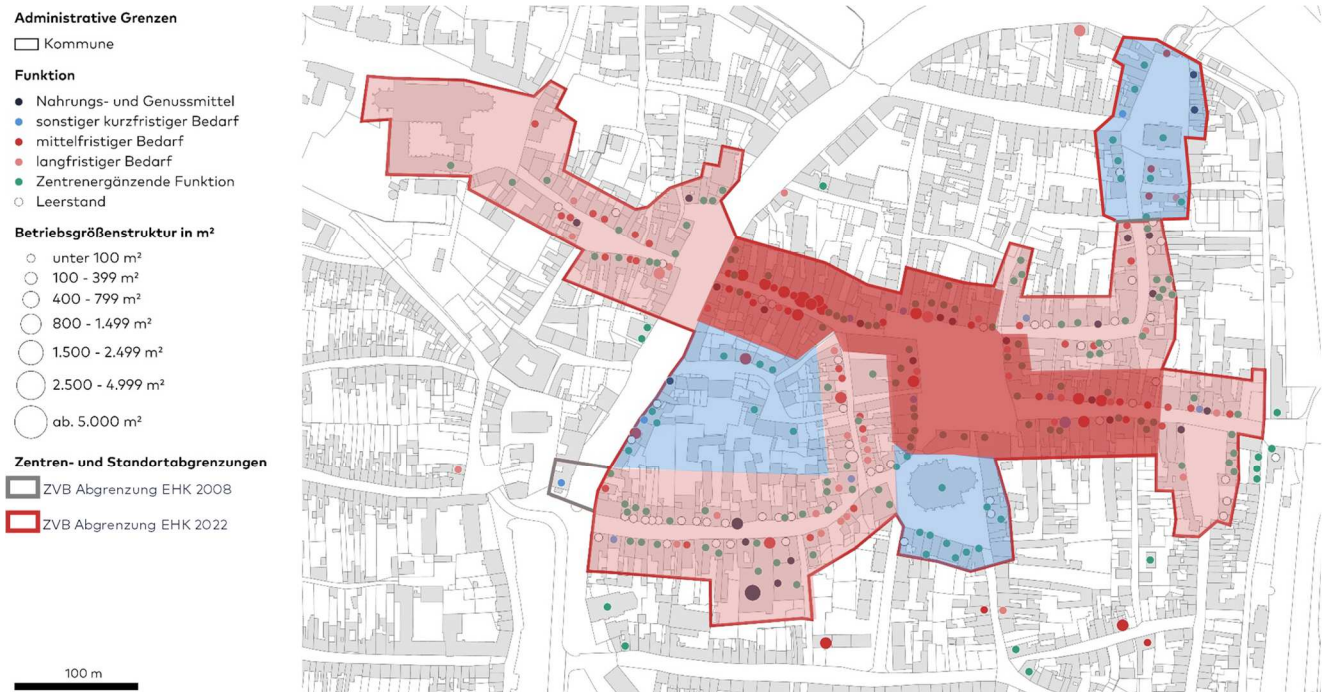
**Abbildung 38: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt Naumburg**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2021; Kartengrundlage: Stadt Naumburg.



## Innere Organisation

Die Einkaufsinnenstadt Naumburg ist kein homogenes Gebilde, sondern kann in verschiedene Lagekategorien differenziert werden. Zur inneren Gliederung des zentralen Versorgungsbereiches werden Hauptlage, Nebenlagen und Ergänzungsbereiche im Folgenden näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt dabei anhand der baulichen und handelsprägenden Strukturen der verschiedenen Lagebereiche.



**Abbildung 39: Innere Organisation des ZVB Altstadt Naumburg.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2021; Kartengrundlage: Stadt Naumburg.

Die **Hauptlage** der Altstadt Naumburg erstreckt sich im Wesentlichen um den Markt, entlang der westlich gelegenen Herrenstraße und der östlich gelegenen Jakobsstraße bis zum Holzmarkt. Diese Bereiche stellen die Lage mit der höchsten Einzelhandelsdichte und Passantenfrequenz in der Naumburger Innenstadt dar. Die Lage ist geprägt durch eine Bündelung von Einzelhandelsnutzungen, von denen zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte darstellen. Insgesamt ist der Lagebereich geprägt durch frequenzsteigernde und frequenzabhängige Nutzungen und weist einen hohen städtebaulich-funktionaler Zusammenhang auf, der sich u. a. in der hohen Handelsdichte und dichter Bebauung widerspiegelt. Positiv hervorzuheben ist die städtebauliche Gestaltung des öffentlichen Raums um den Markt mit der historischen Fassadengestaltung.

## LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: HAUPTLAGE

- Hauptlage als primärer Ansiedlungsraum für zentrenrelevante Sortimente in der Altstadt von Naumburg
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion sowie der Vielfalt kleiner Fachgeschäfte
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch städtebauliche Aufwertung des Zentrums (z. B. Aufwertung der Eingangssituationen)
- Profilierung der Hauptlage durch zielgruppenspezifische Angebote

- Schwerpunkt: Qualitative, filialisierte und inhabergeführte Angebote
- Prüfung der Möglichkeit von Herstellung marktgängiger Ladenlokalgrößen (>400 m² GVKF)

Die **Nebenlage** der Naumburger Altstadt erstreckt sich vom Domplatz über die Steinstraße bis zum Lindenring. Außerdem grenzen weitere Teile der Nebenlage an den Markt und erstrecken sich östlich über die Marienstraße bis zum Wendeplan sowie südwestlich entlang der Engels-gasse und Salzstraße. Der Heumarkt und der direkt angrenzende Teil der Jakobsstraße bilden ebenfalls eine Nebenlage der Naumburger Innenstadt. Die Lage ist durch eine geringere Handelsdichte gekennzeichnet und bildet in den Randlagen häufig auslaufende Lauflagen. Der Lagebereich ist geprägt durch wenige Fachmärkte im Bereich der Salzstraße sowie eine überwiegend kleinteilige Einzelhandelsstruktur sowie weniger frequenzbedeutsame Nutzungen, welche beispielsweise einen stärkeren Fokus auf den Zieleinkauf aufweisen. Zudem sind in den Nebenlagen insgesamt wenige Magnetbetriebe ansässig. Durch die Verteilung der Nebenlagen kann sich zwischen den in Rede stehenden Lagebereichen und der Hauptlage keine Knochenstruktur etablieren.

Die städtebauliche Gestaltung der auslaufenden Lauflagen (u. a. Salzstraße, Holzmarkt) weisen gestalterische Mängel (u. a. Stadtmöblierung, Pflasterung, Stadtgrün) auf und besitzen somit nur eine vergleichsweise geringe Aufenthaltsqualität.

---

## LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: NEBENLAGE

- Sicherung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion
- Erhalt und Stärkung von zentrenergänzenden Funktionen bzw. der Funktionsvielfalt (bspw. Gastronomie, Packstation), die zu einer weiteren Frequentierung der Altstadt führt.
- Positivraum für weitere arrondierende Nutzungen und Angeboten als funktionale Ergänzung zur Hauptlage
- Sicherung und Stärkung von frequenzabhängigen und frequenzerzeugenden Gastronomiebetrieben, insbesondere am und in räumlicher Nähe zum Marktplatz
- Aufwertung des Holzmarktes als östliches Eingangstor zur Altstadt
- sofern möglich: Aktivierung von Leerständen (z. B. durch Flächenzusammenlegungen; insb. in der Salzstraße und Engels-gasse)

Die **Ergänzungsbereiche** befinden sich im südlichen Bereich des ZVB um den Topfmarkt, im westlichen Bereich des ZVB Einkaufsinnenstadt Naumburg entlang der Straßen Reußenplatz sowie der Badergasse sowie im nördlichen Bereich um den Marienplatz. In diesen Bereichen dominieren zentrenergänzende Funktionen die Strukturen. Insgesamt verfügt der Bereich über eine deutlich untergeordnete Zentrenfunktion im Vergleich zur Haupt- und Nebenlage und bildet eine funktionale Ergänzung.

---

## LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: ERGÄNZUNGSBEREICH I

- Entwicklung frequenzunabhängiger Nutzungen im Bereich des Einzelhandels
- Sicherung als ergänzender Lagebereich des Zentrums im Bereich einzelhandelsferner Nutzungen (insb. Gastronomie, Ärzte, Dienstleister)
- Stärkung des Topfmarktes als Gastronomiestandort

Im der nachfolgenden Tabelle werden für Handlungsfelder und Maßnahmenpakete für die Weiterentwicklung und Stärkung der Altstadt Naumburg dargestellt.

Sie gliedern sich in die Oberziele Organisations-Strukturen, Einzelhandelsqualität, Standort und Marketing.

**Tabelle 15: Handlungsfelder und Maßnahmenpakete für die Altstadt in der Stadt Naumburg (Saale) (Vorschläge)**

Oberziele/Teilziele/Maßnahmen	Akteure	Umsetzung
<b>Oberziel: Organisations-Strukturen</b>		
<b>Teilziel: Verstetigung Citymanagement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Citymanagement als „Kümmerner“, Vernetzer, Organisator, Multiplikator und Ansprechpartner für Gewerbetreibende etabliert</li> <li>Verstetigung und Fortführung der Funktion eines Citymanagements in der Altstadt Naumburg</li> <li>Ziel: Weitere langfristige Stärkung und Vernetzung der Innenstadt</li> </ul>	Citymanagement Innenstadtverein Stadt	Mittelfristig
<b>Teilziel: Etablierung einer „Task-Force Altstadt“</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ausgründung eines Netzwerks, um innerstädtische Akteure zu vernetzen</li> <li>Vorhandene Strukturen (z.B. Innenstadtverein) können als Ansatz dienen</li> <li>Mögliche Ziele: <ul style="list-style-type: none"> <li>Veranstaltung eines regelmäßiges Austauschtreffen zur Stärkung der innerstädtischen Kommunikation</li> <li>Schaffung einer agilen Arbeitsgruppe</li> <li>Planung gemeinsamer Aktionen</li> <li>Etablierung von (thematischen) Planungswerkstätten („City-Camps“)</li> <li>Entwicklung einer digitalen Darstellungsplattform</li> </ul> </li> <li>Aufteilung der Akteurinnen und Akteure in kleinere Arbeitskreise zu verschiedenen Themenbereichen</li> <li>Mögliche Akteure: Citymanagement, Stadtverwaltung, Innenstadtverein, Gewerbetreibende, Initiativen und Vereine, Immobilieneigentümer/GWG Wohnungsgesellschaft, Jugendeinrichtungen, Bildungseinrichtungen, kirchliche Einrichtungen, Kreative, Kulturschaffende</li> </ul>	Stadt Innenstadtverein Citymanagement Politik Gewerbetreibende Kunst/Kultur Soziales Vereine „Stadtmacher“ Immobilieneigentümer Investoren	Mittelfristig
<b>Teilziel: Lokale Kooperationen stärken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mögliche lokale Strukturen: <ul style="list-style-type: none"> <li>Schulen, Kindertagesstätten</li> <li>IHK</li> <li>VHS</li> <li>Firmen</li> <li>Gewerbetreibende</li> <li>Gastronomie</li> </ul> </li> <li>Erschließung neuer Zielgruppen über lokale Kooperationen</li> <li>Lokale Gutscheine zu Firmen-Jubiläen</li> <li>Mögliche Aktionen im Rahmen von Kooperationen: z. B. Kinderfeste, Führungen für Schulklassen auf dem Wochenmarkt, Kochkurse mit lokalen Lebensmitteln (vom Wochenmarkt)</li> </ul>	Einzelhandel Stadt Citymanagement Innenstadtverein Immobilieneigentümer Gastronomen Firmen Investoren	Mittelfristig

## Oberziel: Einzelhandelsqualität

### Teilziel: Stärkung des Facheinzelhandels durch Serviceoffensive & Erlebnisorientierung, z. B.:

- Lange Shopping Nacht
- „Curated Shopping“
- Verkaufs-Events für Stammkunden
- Erhöhung der Service-Leistungen der Betriebe
- Einheitliche Kernöffnungszeiten

Einzelhandel  
Innenstadtverein  
Citymanagement  
Stadt

Kurz- bis mittelfristig

### Teilziel: Weiterbildungs- und Beratungsangebote für Gewerbetreibende, z. B.:

- Nachfolgeregelung und –netzwerk (z. B. IHK)
- Online-Marketing (z. B. IHK)
- Schaufenstergestaltung
- Shop-Check

Einzelhandel  
Innenstadtverein  
Citymanagement  
Stadt  
Gastronomen  
IHK

Kurz- bis mittelfristig

### Teilziel: Stärkung von regionalen Produkten

- Ausbau von regionalen Produkten, z. B. Nahrungs- und Genussmittel, Pflegeprodukte, Kunsthandwerk
- Stärkung der Marke „Naumburg (Saale)“ für regionale Produkte
- Attraktivierung der Online-Präsenz und der Auffindbarkeit entsprechender Produkte
- Identifikationsstiftende Wirkung für Bürger
- Zusätzlich Fokus auf Tourismus

Einzelhandel  
Innenstadtverein  
Citymanagement  
Stadt  
Gastronomen

Mittelfristig

### Teilziel: Schaffung einheitlicher Kernöffnungszeiten

- Gemeinsamer Beschluss von einheitlichen Kernöffnungszeiten für den Einzelhandel zur Attraktivitätssteigerung für Kunden

Einzelhandel  
Innenstadtverein  
Citymanagement  
Stadt  
Investoren

Kurz- bis mittelfristig

## Oberziel: Standort

### Teilziel: Flächen- und Leerstandsmanagement

- Etablierung eines dauerhaften und institutionalisierten „Kümmerers“ für leerstehende Gewerbeeinheiten in der der Naumburger Altstadt
- Schaffung eines Leerstandsmanagements zur Prävention/Beseitigung von Leerständen
- Zwischennutzungen zur Kaschierung von Leerständen und Attraktivitätssteigerung/Verbesserung der touristischen Wahrnehmung, z. B.:
  - Pop-Up-Stores
  - Zwischennutzungen
  - Leerstandskaschierung

Citymanagement  
Eigentümer  
Stadt  
Innenstadtverein

Mittelfristig

### Teilziel: Optimierung der Aufenthaltsqualität und städtebauliche Aufwertung

- Sanierung von Gebäudeensembles und Einzelimmobilien, z. B. in
  - Salzstraße
  - Jacobstraße
- Ergänzung/Modernisierung der Stadtmöblierung, insbesondere kommunikationsorientierte Sitzmöblierung, u. a. an
  - Marktplatz
  - Holzmarkt
  - Marienplatz
- Stadtgestaltung durch temporäre und zeitlich unbefristete Elemente (z. B. Grünelemente wie Pocket Parks)
- Installation von Spielgeräten bzw. eines Kinderspielplatzes
- Aufenthaltsmöglichkeiten für Jugendliche
- Schaffung attraktiver Wegesituationen und Parkmöglichkeiten insb. für ältere Bevölkerungsgruppe
- Aufwertung der Eingangssituationen

Stadt  
Sponsoren  
Immobilien-eigentümer  
Investoren  
Citymanagement  
Innenstadtverein

Mittelfristig

### Teilziel: Multifunktionale Angebote und Ansiedlung von Frequenzbringern aus den Bereichen zentrenergänzende Funktionen

- Etablierung und Ansiedlung von weiteren Frequenzbringern im Bereich zentrenergänzender Funktionen, z. B.:
  - Co-Working Space
  - Packstation/Paket-Hubs
  - Fahrrad Service-Point (Kombination aus Ladestation (vorhanden), Reparaturstation, Waschanlage etc.)
  - Weitere Ladestationen für E-Mobilität (Fahrrad und Auto)
  - Stärkung des außergastronomischen Angebote

Stadt  
Sponsoren  
Innenstadtverein  
Immobilien-eigentümer  
Citymanagement  
Investoren  
Gastronomen

Mittelfristig



<b>Teilziel: Weiterentwicklung des Wochenmarktes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weitere Qualifizierung des Wochenmarktes</li> <li>▪ Erschließung neuer Zielgruppen (junge Menschen, Familien, ältere Menschen etc.)</li> <li>▪ Prüfung der Etablierung von Themenmärkten (z. B. Feierabendmarkt, Regionalmarkt etc.)</li> <li>▪ Kooperation mit lokalen Akteuren und Einrichtungen (u. a. IHK, Schulen und Kindertagesstätten etc.)</li> <li>▪ Erstellung eines vielfältigen Beschickerkatasters</li> </ul> Regionsweites und ortsspezifisches Marketingkonzept (u. a. Labelfindung)	Stadt Sponsoren Innenstadtverein Gastronomen Lebensmitteleinzelhandel Citymanagement	Mittelfristig
<b>Oberziel: Marketing</b>		
<b>Teilziel: Kundenspezifische Sichtbarkeit erhöhen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gezielte Ausschilderung/Bewerbung des Einzelhandelsangebotes</li> <li>▪ Zielgruppenanalyse</li> <li>▪ Zusätzlicher Fokus auf Tourismus</li> <li>▪ Etablierung eines gemeinsamen Einkaufsführers/Informationsbroschüre (digital/analog)</li> <li>▪ Vernetzung von Einzelhandel, Gastronomie und zentrenergänzenden Funktionen, z. B. gemeinsame Kundenbindungsmaßnahmen</li> </ul>	Einzelhandel Innenstadtverein Citymanagement Stadt Gastronomen	Mittelfristig
<b>Teilziel: Onlinepräsenz Altstadt</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stärkung der Online-Präsenz der Altstadt, z. B. durch: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Digitale Erreichbarkeit bzgl. wichtiger Informationen (u. a. aktuelle Öffnungszeiten, Kontaktdaten, ggf. Homepage)</li> <li>○ Darstellung des vollständigen Geschäftsbereiches</li> <li>○ Online-Plattformen zur Erhöhung der Sichtbarkeit</li> <li>○ Attraktiver und freundlicher Online-Auftritt</li> </ul> </li> </ul>	Einzelhandel Innenstadtverein Citymanagement Stadt Gastronomen	Kurz- bis mittelfristig
<b>Teilziel: Verknüpfung von Veranstaltungen mit der Altstadt</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bei Durchführung erfolgreicher Veranstaltungen außerhalb der Innenstadt auf Synergieeffekte und stärkere Verknüpfung zur Altstadt achten</li> <li>▪ Schaffung von möglichst bereichsübergreifenden Veranstaltungen</li> <li>▪ Umsetzung z. B. durch Anreize die Altstadt zu besuchen (Gutscheine, Rabattcodes für Besucher etc.)</li> </ul>	Einzelhandel Innenstadtverein Citymanagement Stadt Gastronomen	Mittelfristig

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### 6.1.4 Stadtteilzentrum Bahnhofstraße

Das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße ist nach der Altstadt Naumburg hinsichtlich des städtebaulichen Gewichts der größte zusammenhängende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Stadt Naumburg (Saale). Das Stadtteilzentrum weist dabei städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte und Nutzungsmischung auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5. Das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße übernimmt für das nördliche Stadtgebiet und die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungslagen eine Versorgungsfunktion für den qualifizierten Grundbedarf und darüber hinaus in auch für den mittelfristigen Bedarfsbereich.

#### Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an der im Einzelhandelskonzept 2008 festgelegten Abgrenzung, welche sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als sachgerecht erwiesen hat und somit mit lediglich einer geringen Modifikation fortgeschrieben wird (vgl. Abbildung 40).

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 40 für das Stadtteilzentrum Bahnhofstraße dargestellt.



**Abbildung 40: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtteilzentrum Bahnhofstraße**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2022; Kartengrundlage: Stadt Naumburg.

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums Bahnhofstraße, welche über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht, steht die Sicherung der bestehenden Angebote insbesondere im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Naumburg (Saale), die einen Bezug zum Stadtteilzentrum Bahnhofstraße aufweisen, berücksichtigt werden.

---

## ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN STADTTEILZENTRUM BAHNHOFSTRAßE

- Positivstandort für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel
- Sicherung und Weiterentwicklung des breiten Angebotes
- Zentrenrelevanter Einzelhandel nur im funktionsgerechten Umfang (i.d.R. kleinflächig)
- Räumliche Versorgungsfunktion insb. für die nördlichen Siedlungsbereiche der Kernstadt
- Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen
- Aufwertung des Angebotes anhand des Ausstattungskataloges

### 6.1.5 Stadtteilzentrum UTA-Center

Neben dem Stadtteilzentrum Bahnhofstraße gibt es mit dem UTA-Center noch einen weiteren Bereich im Stadtgebiet Naumburgs (Saale), der ein Stadtteilzentrum darstellt. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier im kurzfristigen Bedarfsbereich und ist neben Nahrungs- und Genussmittel auch durch den Sortimentsbereich Drogeriewaren geprägt. Das Stadtteilzentrum weist ebenfalls städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte und Nutzungsmischung auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5. Das Stadtteilzentrum UTA-Center übernimmt insb. für die Wohnsiedlungsbereiche in der östlichen Kernstadt und die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungslagen eine Versorgungsfunktion für den qualifizierten Grundbedarf und darüber hinaus in geringerem Maß für den mittelfristigen Bedarfsbereich.

#### Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an der im Einzelhandelskonzept 2008 festgelegten Abgrenzung, welche sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als sachgerecht darstellt und somit fortgeschrieben wird.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 40 für das Stadtteilzentrum UTA-Center dargestellt.



**Abbildung 41: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtteilzentrum UTA-Center**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2022; Karten-grundlage: Stadt Naumburg.

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums UTA-Center, welche über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht, steht die Sicherung der bestehenden Angebote im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Naumburg (Saale), die einen Bezug zum Stadtteilzentrum UTA-Center aufweisen, berücksichtigt werden.

## ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN ZVB STADTTEILZENTRUMS UTA-CENTER

- Positivstandort insbesondere für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel
- Sicherung und Weiterentwicklung des breiten Angebotes
- Entwicklung der Leerstände ggf. auch durch einzelhandelsferne Nutzungen
- Zentrenrelevanter Einzelhandel nur im funktionsgerechten Umfang (i.d.R. kleinflächig), arrondierend auch nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (i.d.R. klein- und großflächig)
- Räumliche Versorgungsfunktion insb. für die östlichen Siedlungsbereiche der Kernstadt
- Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen
- Aufwertung des Angebotes anhand des Ausstattungskataloges
- Notwendigkeit zur städtebaulichen Aufwertung im nördlichen Teilbereich

### 6.1.6 Ortszentrum Bad Kösen

Aufgrund der Standortmerkmale und der Darstellung des Standortbereichs als Versorgungskern im regionalen Einzelhandelskonzept „Nahversorgung in den grundzentralen Verflechtungsräumen der Planungsregion Halle“ soll zukünftig der Standortbereich Ortszentrum Bad Kösen als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden.

Das Ortszentrum weist eine Versorgungsfunktion primär für den kurzfristigen Bedarf auf, ergänzt wird diese durch Waren des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs. Der zentrale Versorgungsbereich übernimmt eine Versorgungsfunktion für das Grundzentrum Bad Kösen sowie für die umliegenden Gemeinden, insb. im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

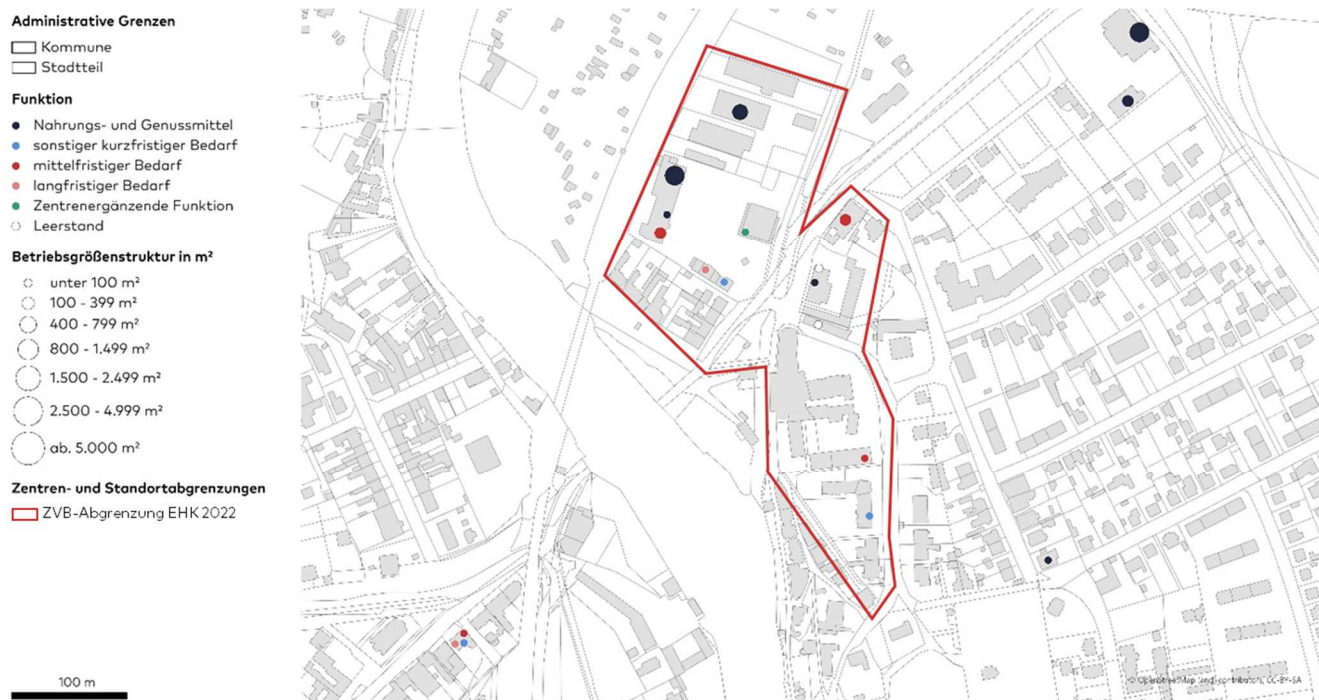
### **Räumliche Ausprägung**

Das Ortszentrum Bad Kösen gliedert sich im Wesentlichen in zwei Bereiche, die durch die B 87 getrennt werden. Der nördliche Teilbereich wird insb. durch ein Fachmarktzentrum geprägt, wodurch der Bereich eher ein funktionales Erscheinungsbild und eine geringere Aufenthaltsqualität aufweist. Der südliche Teilbereich erstreckt sich südlich der B 87 im Bereich zwischen der Loreleypromenade und der Rudolf-Breitscheid-Straße bzw. Käthe-Kruse-Straße. Dieser Teilbereich wird geprägt durch aufgelockerte Bebauung mit touristischer Nutzung und einer hohen Aufenthaltsqualität. Die Angebotsdichte ist hier deutlich niedriger als im nördlichen Teilbereich.

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (siehe Kapitel 6.1.1) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches:

- Im Norden begrenzen die rückwärtigen Grundstücksgrenzen des Fachmarktzentrums sowie die daran anschließende Bahnlinie den zentralen Versorgungsbereich.
- Nach Westen wirkt insb. die Saale als begrenzendes Element des Ortszentrums.
- Die südliche Grenze des ZVB bildet die Mündung der Rudolf-Breitscheid-Straße und in die Straße Am Solschacht. Südlich daran grenzen Wohnbebauung, touristische Nutzungen und ein Friedhof an.
- Im Osten wird das Ortszentrum vor allem durch den Verlauf der Käthe-Kruse-Straße bzw. Rudolf-Breitscheid-Straße begrenzt.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 42 für das Ortszentrum dargestellt.



**Abbildung 42: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Ortszentrum Bad Kösen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2022; Kartengrundlage: Stadt Naumburg.

## Entwicklungsziele und -empfehlungen

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Ortszentrums Bad Kösen für das Gebiet der ehemals selbstständigen Stadt Bad Kösen sowie die umliegenden Gemeinden, steht die Sicherung und Stärkung der bestehenden Angebote im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt. Auch die bessere Vernetzung der beiden Standortbereiche sowie die weitere Etablierung als neues Ortszentrum für das Grundzentrum Bad Kösen stellen eine künftige Herausforderung dar. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Naumburg (Saale), die einen Bezug zum Ortszentrum Bad Kösen aufweisen, berücksichtigt werden.

## ENTWICKLUNGEMPFEHLUNGEN ORTSZENTRUM BAD KÖSEN

- Bestandssicherung der Versorgungsfunktion im periodischen Bedarf
- Zentrenrelevanter Einzelhandel nur im funktionsgerechten Umfang (i.d.R. kleinflächig, kein Eigengewicht, zur Ergänzung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels), eine Ausweisung von Sondergebieten für den zentren- oder nicht zentrenrelevanten, großflächigen Einzelhandel würde den Vorgaben des LEP LSA widersprechen.
- Erhalt und qualitative Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen
- Stärkung des Standortes anhand des Ausstattungskataloges
- Bessere Vernetzung des Standortbereiches mit der Kurbetriebsgesellschaft (u.a. gemeinsame Bewerbung, Aktionen, „Kur-Shuttle“ für immobile Gäste)
- Schaffung von Angeboten für (Kur-) Gäste
- Weiterentwicklung zum touristischen Kompetenz-Standort
- Stärkerer Fokus auf regionale Produkte
- Langfristig Prüfung einer Verlegung der Tourist-Information
- Stärkung der Rad-Tourismus-Funktion (Lade- und Reparaturstationen, Ausleihstandort etc.)
- Verknüpfung zu Angeboten im Bereich westlich der Saale stärken (z.B. Kurpark)
- Stärkung der Verbindung zwischen dem nördlichen und südlichen Bereich



**Entwicklungsempfehlungen für den nördlichen Teilbereich:**

- Fokus auf (großflächigen) Einzelhandel
- Stärkung der funktionalen Verbindung im Bereich zwischen den Lebensmittelmärkten
- Weitere gestalterische Aufwertung

**Entwicklungsempfehlungen für den südlichen Teilbereich:**

- Etablierung als „Identifikationsstandort“
- Fokus auf ergänzende Funktionen
- Sicherung und Ausbau der touristischen Nutzungen
- Schaffung von Parkmöglichkeiten im südlichen Bereich
- Erhöhung der Sauberkeit (Mülleimer, Grünpflege etc.)

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.6 bereits tiefergehend analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in Naumburg (Saale) ausgesprochen.

## 7.1 NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

Neben den zentralen Versorgungsbereichen wird in Naumburg (Saale) die Ausweisung sogenannter Nahversorgungsstandorte geprüft. Dabei handelt es sich um Einzelhandelsstandorte von Lebensmittelmärkten (sowie zum Teil ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben), die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber nicht die rechtlichen Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen (siehe dazu auch Kapitel 6.1.1). Die gezielte Ausweisung solcher Nahversorgungsstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Stadt Naumburg (Saale) dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln. Zur Ausweisung eines Nahversorgungsstandortes müssen dabei die nachfolgend dargestellten Voraussetzungen erfüllt sein.

Die Prüfung von Nahversorgungsstandorten in diesem Bericht orientiert sich an den Bestandsstrukturen der Stadt Naumburg (Saale). Um auch zukünftige, zum Zeitpunkt der Konzeptausarbeitung noch nicht absehbare Standortentwicklungen bewerten zu können, werden im Folgenden die durch das Einzelhandelskonzept vorgegebenen Kriterien für Nahversorgungsstandorte aufgeführt.

---

### KRITERIEN FÜR NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

- **Städtebauliche Integration:** Der Standort steht im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung bzw. ist idealerweise von dieser umgeben.
- **ÖPNV-Erreichbarkeit:** Der Standort ist an das Netz des ÖPNV angebunden.
- **Ausrichtung auf Nahversorgung:** Das Einzelhandelsangebot (Bestand/geplant) ist überwiegend auf Nahversorgung ausgerichtet (90 % der Verkaufsfläche kurzfristiger Bedarf, abweichend max. Fachgeschäfte).
- **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung:** Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der (räumlichen, quantitativen oder qualitativen) Nahversorgungssituation bei.

#### Städtebauliche Integration

Der Standort soll überwiegend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sein bzw. in einem engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu diesen stehen. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn der Vorhabenstandort mindestens von zwei Seiten (besser drei Seiten oder mehr) von Wohnbebauung umgeben ist.

Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren).

Ein nur teilweise städtebaulich integrierter Standort (z. B. bei umgebender Wohnbebauung an nur zwei Seiten und Lage an stark befahrener Straße ohne Querungshilfe) erfährt bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt ein Ausschlusskriterium dar.

### **ÖPNV-Erreichbarkeit**

Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen regelmäßig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr ausreichend dar. Das Kriterium gilt in diesem Fall in der Regel als nicht erfüllt.

### **Ausrichtung auf Nahversorgung**

Das Einzelhandelsangebot eines Einzelhandelsbetriebes (Bestand/geplant) ist überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet. Dieses Kriterium gilt als erfüllt, wenn mind. 90 % der Verkaufsfläche für den kurzfristigen Bedarf aufgewendet werden. Hiervon abweichen können max. Fachgeschäfte.

### **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung**

Der Standort soll zudem einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung oder Optimierung der räumlichen, qualitativen und/oder quantitativen Nahversorgung liefern.

Zur Sicherung oder Optimierung der **räumlichen Nahversorgungssituation** soll der Lebensmittelmarkt wesentlich zur Verbesserung der fußläufigen/wohnsortnahen Nahversorgungssituation beitragen.

Die Sicherung oder Optimierung der **quantitativen Nahversorgung** ist gegeben, wenn der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Verkaufsflächenausstattung bzw. Zentralität im Stadtteil liefert. Dies kann der Fall sein, wenn der Stadtteil über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügt. Eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist hingegen ein Hinweis darauf, dass kein weiterer Bedarf an einer quantitativen Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht.

Sofern der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes im Stadtteil liefert bzw. zum Erhalt attraktiver und vielfältiger Nahversorgungsstrukturen beiträgt, ist eine Sicherung oder Optimierung der **qualitativen Nahversorgung** gegeben. So kann z. B. die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters bei einem fehlenden vollsortimentierten oder nicht mehr marktgängigen Angebot zur Optimierung der qualitativen Nahversorgung beitragen.

Sofern im Nahbereich eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist, kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus

einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.<sup>46</sup>

Im Folgenden werden die strukturprägenden Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auf die vorab genannten Kriterien überprüft:

**Tabelle 16: Prüfung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte auf Eignung als Nahversorgungsstandort**

Standortbereich	Städtebauliche Integration	ÖPNV-Erreichbarkeit	Ausrichtung auf Nahversorgung	Sicherung/ Optimierung der Nahversorgung	Fazit
<b>Naumburg</b>					
Franz-Julius-Hoeltz-Straße (Aldi Nord)					NVS
Overwegstraße (Edeka Center)					NVS
Flemminger Weg (NP)					NVS
Jeanaer Straße (Edeka)					NVS
Kösener Str. Ost (Netto)					NVS
Kösener Str. West (Netto)					NVS
Weißenfelsers Straße West (Rewe)					NVS
Friedrich-Nietzsche-Straße (Edeka)					NVS
Weißenfelsers Straße Ost (Kaufland)					niL
<b>Bad Kösen</b>					
Elly-Kutscher-Straße (Edeka)					NVS
Salinenstraße (Lidl)					niL

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \*: Handlungsbedarf. NVS = Nahversorgungsstandort, BNVS = Besonderer Nahversorgungsstandort, niL = nicht integrierte Lage.

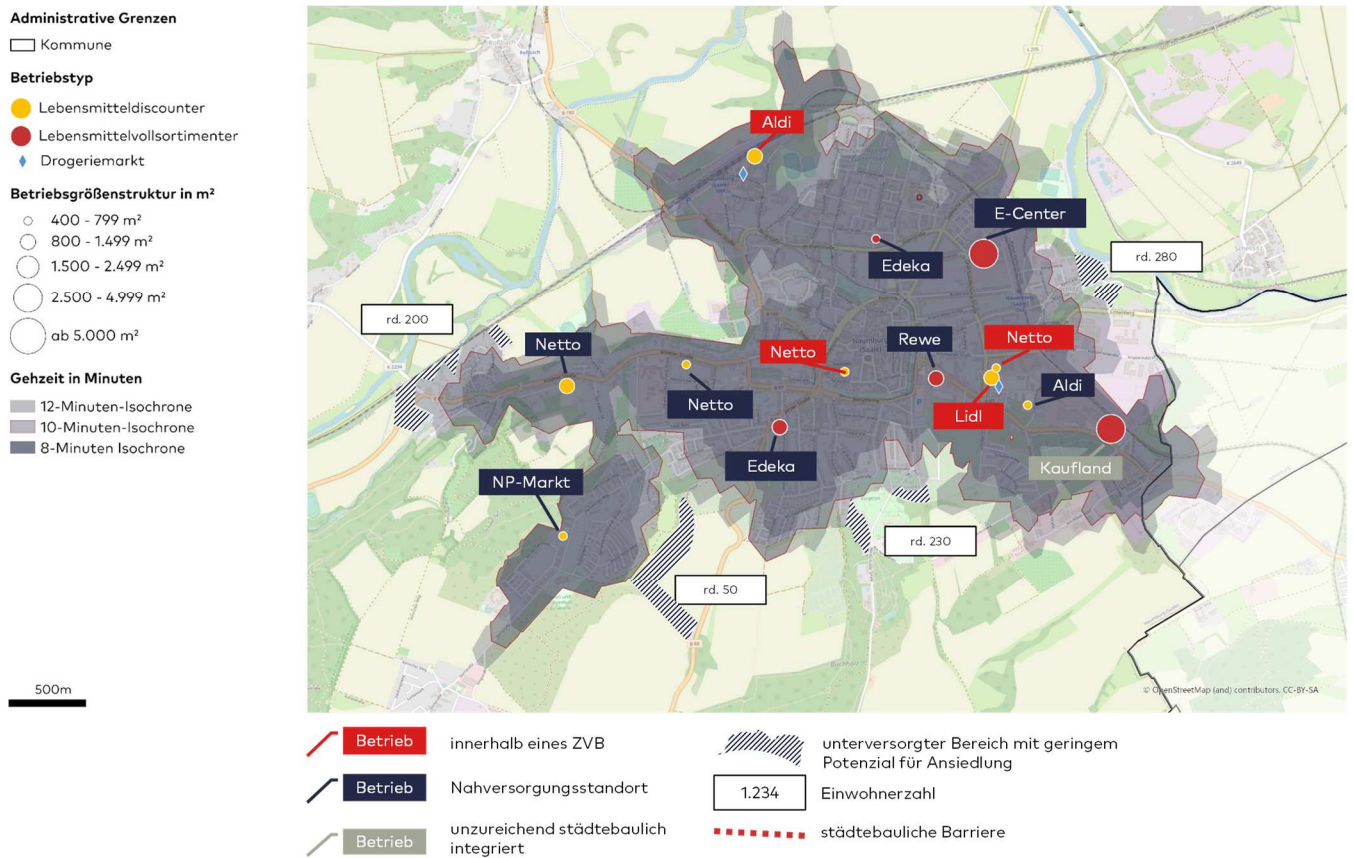
Es zeigt sich hierbei, dass die strukturprägenden Lebensmittelmärkte

- **Franz-Julius-Hoeltz-Straße (Aldi Nord)**
- **Overwegstraße (Edeka Center)**
- **Flemminger Weg (NP)**
- **Jeanaer Straße (Edeka)**
- **Kösener Str. Ost (Netto)**
- **Kösener Str. West (Netto)**
- **Weißenfelsers Straße West (Rewe)**
- **Friedrich-Nietzsche-Straße (Edeka)**
- **Elly-Kutscher-Straße (Edeka)**

<sup>46</sup> Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

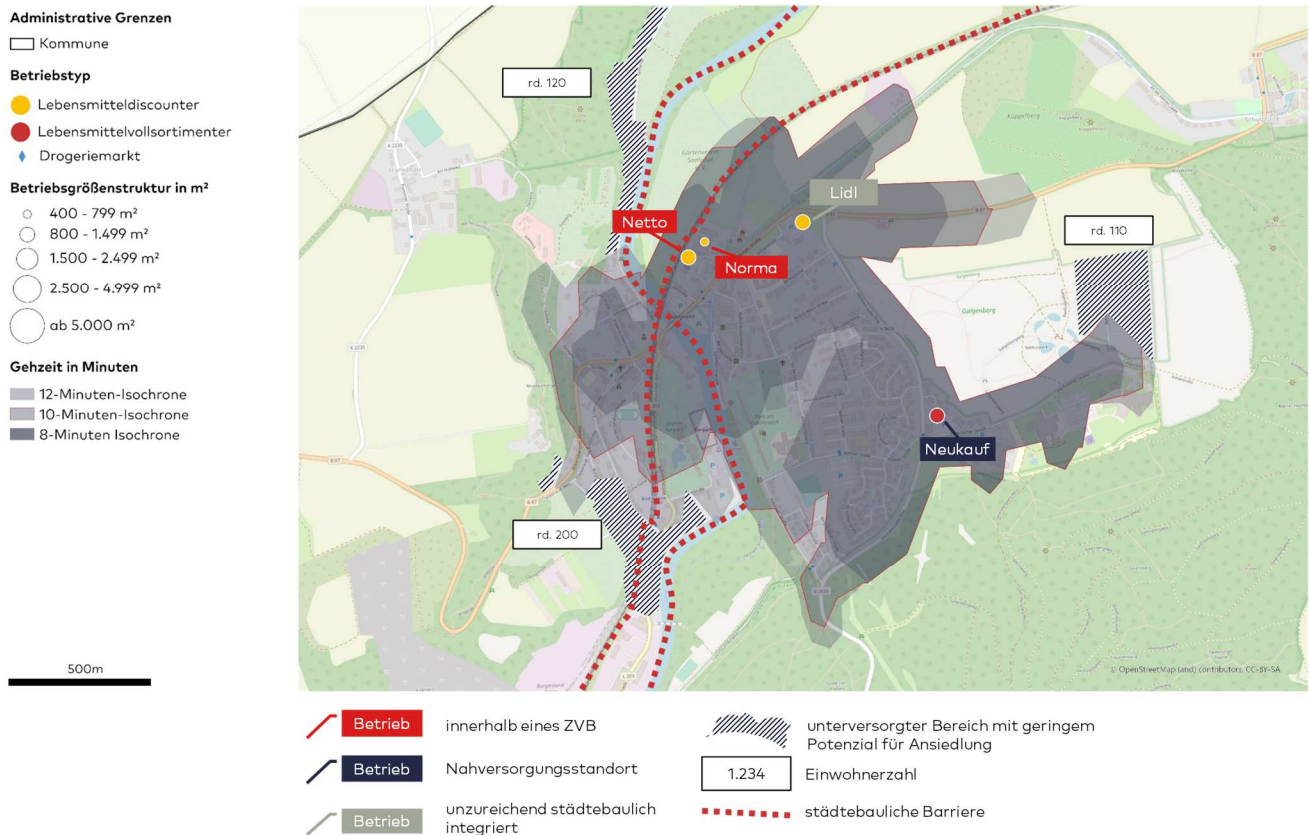
in der Bestandssituation in hinreichendem Maße die Kriterien für Nahversorgungsstandorte erfüllen.

Abschließend wird die räumliche Nahversorgungssituation in der Stadt Naumburg (Saale) zusammenfassend kartographisch dargestellt (vgl. nachfolgende Abbildungen).



**Abbildung 43: Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Naumburg (Saale) (Kernstadt)**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2022; Kartengrundlage: Stadt Naumburg und OpenStreepMap.



**Abbildung 44: Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Bad Kösen**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2022; Kartengrundlage: Stadt Naumburg und OpenStreepMap.

## 7.2 HANDLUNGSPRIORITÄTEN

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Naumburg (Saale) ist begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Naumburg (Saale) aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:



---

## EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN NAUMBURG (SAALE)

### Ziel 1: Fokus der Nahversorgung auf die zentralen Versorgungsbereiche

- Sicherung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

### Ziel 2: Integrierte Nahversorgungsstandorte entwickeln, sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Entwicklung, Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung bestehender konzeptkonformer Standorte
- Verbesserung der verbrauchernahen Grundversorgung, insbesondere fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte (ggf. auch durch Optimierung des Fußwegenetzes)
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels) ohne gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Nahversorgung auszuüben
- Orientierung an den Kriterien für Nahversorgungsstandorte bei betrieblichen Neuansiedlungen an konzeptionell wünschenswerte Standorte

### Ziel 3 Restriktiver Umgang mit Planvorhaben in städtebaulich nicht integrierten Lagen

- Keine Neuansiedlungen an städtebaulich nicht integrierten Standorten
- Bestehende Betriebe genießen jedoch Bestandsschutz.<sup>47</sup> Der sogenannte aktive oder dynamische Bestandsschutz beinhaltet auch Maßnahmen zur Sicherung und Erhaltung des Eigentums im Rahmen des vorhandenen Bestandes. Diese Maßnahmen können auch genehmigungsbedürftige bauliche Maßnahmen umfassen, die der Aufrechterhaltung des ausgeübten Eigentums dienen und auf Modernisierung abzielen. Des Weiteren umfasst der aktive oder dynamische Bestandsschutz auch geringfügige Erweiterungen der Verkaufsfläche, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandbetriebes im Sinne der Erhaltung und zeitgemäßen Nutzung des Betriebes unbedingt notwendig sind und wenn hierdurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Nahversorgung resultiert, ein entsprechender Nachweis der Verträglichkeit ist notwendig.

### Sonstige Empfehlungen:

- grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes und wenn keine negativen Auswirkungen für die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind
- qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung von alternativen Angeboten in kleineren Ortsteilen ohne das Kaufkraftpotenzial für einen eigenen marktgängigen „Standard“-Lebensmittelmarkt
- ansonsten konsequenter Ausschluss von zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

---

<sup>47</sup> Bestandsschutz wird aus dem Grundgesetz Artikel 14 abgeleitet. Der Bestandsschutz verleiht einem rechtmäßig begründeten Bestand und seiner Nutzung grundsätzlich Durchsetzungskraft gegenüber neuen ggf. entgegenstehenden Gesetzen und Anforderungen.

Für diese Empfehlungen gelten die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 11), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der verbrauchernahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

### 7.3 EMPFEHLUNGEN FÜR DIE NAUMBURGER ORTSTEILE

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden verbrauchernahen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Außerhalb der zentralen Orte sind keine weiteren strukturprägenden Lebensmittelmärkte ( $G\text{-VKF} > 400 \text{ m}^2$ ) verortet, hier bestehen jedoch kleinteilige nahversorgungsrelevante Angebote, wie beispielsweise Hofläden, Fleischer oder regionaltypische Weingüter (vgl. nachfolgende Tabelle).

**Tabelle 17: (Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Naumburg (Saale)**

Ortsteile	Ausstattung
Roßbach	2x Weingut
Großjena	Fleischerei
Neujanisroda	Tankstelle
Janisroda	Kelterei
Schulpforte	Weingut
Tultewitz	Hofladen

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021.

Diese übernehmen teilweise bedeutende Nahversorgungsfunktionen für die örtliche Bevölkerung, insbesondere vor dem Hintergrund einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung, die häufig mit einem Rückgang der individuellen Mobilität verbunden ist.

Die für die Ansiedlung von marktüblichen, strukturprägenden Lebensmittelmärkten notwendige Mantelbevölkerung von rd. 3.000 bis 5.000 Einwohnern (in Abhängigkeit von den örtlichen Strukturen) wird aktuell außerhalb der Kernstadt in keinem Ortsteil erreicht, so dass diese kaum rentabel betrieben werden könnten.

In Zukunft sollte deshalb der Fokus in diesen Lagen auf alternativen Vertriebskonzepten und Versorgungsangeboten liegen. Dazu gehören:

- Kleinflächenkonzepte/Multifunktionsladen
- Mobiler Handel (Verkaufswagen)
- „Gebündelter“ mobiler Handel (mehrere Anbieter mit verschiedenen Sortimenten zur gleichen Zeit am gleichen Ort, Ansatz einer „Wochenmarktfunktion“)
- Liefer- und Bestellservice
- Hofläden

Gerade der mobile Handel in Form von Verkaufswagen ist im ländlichen Raum eine Alternative die Nahversorgung sicherzustellen, entweder als Spezialanbieter (z. B. Eier oder Fleisch) oder mit einem breiten gefächerten Sortiment als mobiler Laden. Eine zeitliche, wie räumliche Bündelung mehrerer Verkaufswagen bietet zudem die Möglichkeit der Schaffung eines „Minimarkts“ mit einem vielfältigeren Angebotsspektrum. Darüber hinaus können an Einzelhandelsbetriebe angegliederte Bringdienste das Nahversorgungsangebot in einem Ortsteil ergänzen und durch Attraktivitätssteigerung gleichzeitig dessen Marktdurchdringung erhöhen. Bisher gibt es in diesem Bereich jedoch keinen bundesweit tätigen Anbieter und auch hinsichtlich der Ausgestaltung der Angebote lassen sich deutliche Unterschiede feststellen.<sup>48</sup>

Eine weitere Alternative, die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen, sind Hofläden, welche meist als Direktverkauf landwirtschaftlicher Betriebe dienen. Diese Läden bieten zudem die Möglichkeit, durch eine Erweiterung einen Multifunktionsladen zu gestalten, welche dem Konsumenten, ähnlich wie Nahversorgungsagglomerationen oder Zentren vielfältige Kopplungsmöglichkeiten bieten können.

---

<sup>48</sup> Vgl.: Beckmann et al (2007): S. 51.

Neben den zentralen Versorgungsbereichen besteht in Naumburg (Saale) zwei weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomerationen mit einem gewissen Standortgewicht. Im folgenden Kapitel wird zunächst erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für Sonderstandorte grundsätzlich erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind. Darauf aufbauend werden die strukturprägenden Einzelhandelsagglomerationen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche analysiert und Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung der Standorte gegeben.

## 8.1 KONZEPTIONELLE EINORDNUNG VON SONDERSTANDORTEN

Im Sinne der gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Naumburg (Saale) (vgl. Kapitel 5.2) sind mehrere Zielstellungen mit der Ergänzung durch Sonderstandorte verbunden. Diese sind in der Zielstellung des Einzelhandelskonzeptes grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

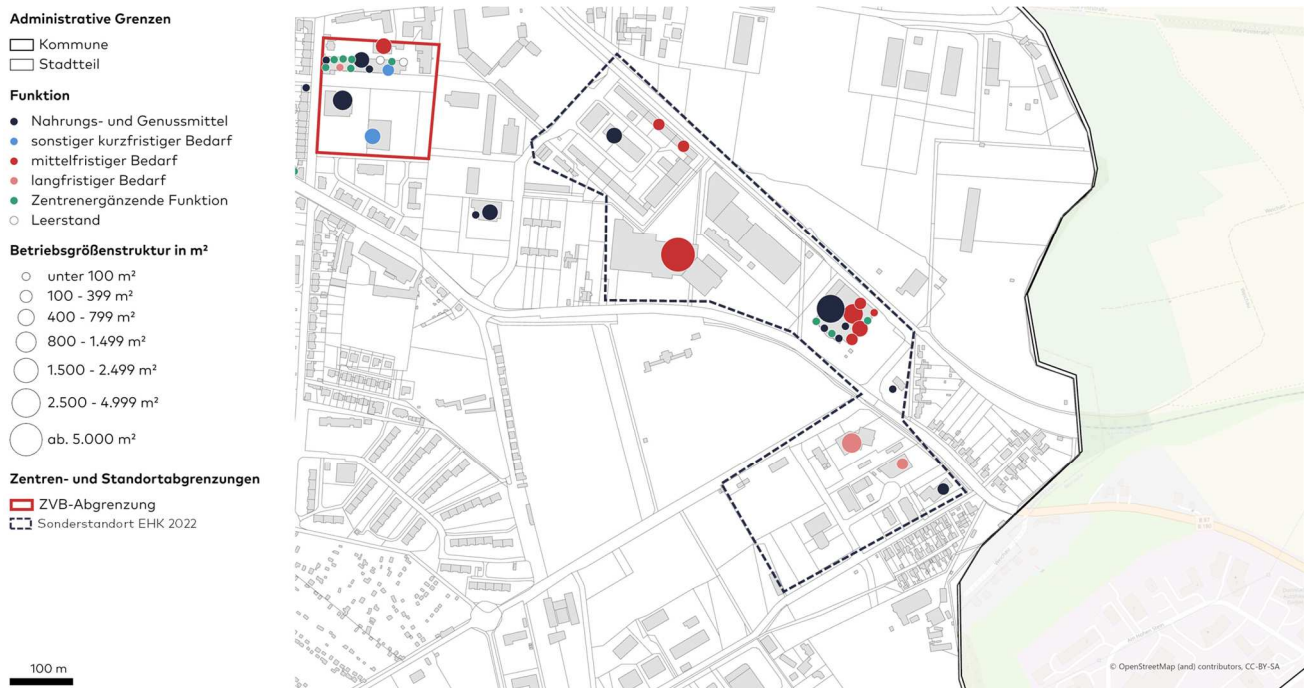
- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die in den zentralen Versorgungsbereichen räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Sonderstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Sonder- und Fachmarktstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden. Dies wird insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

## 8.2 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELSAGGLOMERATION WEIßENFELSER STRAßE

Im Zuge der städtebaulichen Analyse und Vor-Ort-Erhebung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen kann der Standortbereich an der Weißenfelser Straße als strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Naumburg (Saale) identifiziert werden. Im Rahmen des vorliegenden Konzeptes wird der Standortbereich an der Weißenfelser Straße, welcher Merkmale eines Sonderstandortes aufweist, geprüft. Der Standortbereich verfügt sowohl über zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (u. a. Kaufland, AWG Mode Center, Tedi) als auch über eine hohe Verkaufsflächenausstattung im Bereich der nicht zentren- sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortimente (u.a. Obi Baumarkt&Gartencenter).



**Abbildung 45: Einzelhandelsstruktur Standortbereich Weißenfelser Straße**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2022; Kartengrundlage: Stadt Naumburg.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Weißenfelser Straße** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

### ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Sicherung und Weiterentwicklung des Standortes für den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten (insgesamt max. 10% der GVF), einzelsortimentsbezogen ggf. deutlich weniger)
- Vorhandene Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment haben Bestandsschutz, geringfügige Verkaufsflächenänderungen sollen für bestehende Betriebe insb. im Rahmen der genehmigten Verkaufsflächen möglich sein.
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Sortimenten

### 8.3 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELSAGGLOMERATION OSTBAHNHOF

Zusätzlich zum Standortbereich an der Weißenfelder Straße kann im Zuge der städtebaulichen Analyse und Vor-Ort-Erhebung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen der Standortbereich an der Overwegstraße als strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Naumburg (Saale) identifiziert werden. Im Rahmen des vorliegenden Konzeptes wird der Standortbereich an der Overwegstraße, welcher Merkmale eines Sonderstandortes aufweist, geprüft. Der Standortbereich verfügt insbesondere über eine hohe Verkaufsflächenausstattung im Bereich der nicht zentren- sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortimente (u.a. Naumburger Möbel-Center, Raiffeisenmarkt).

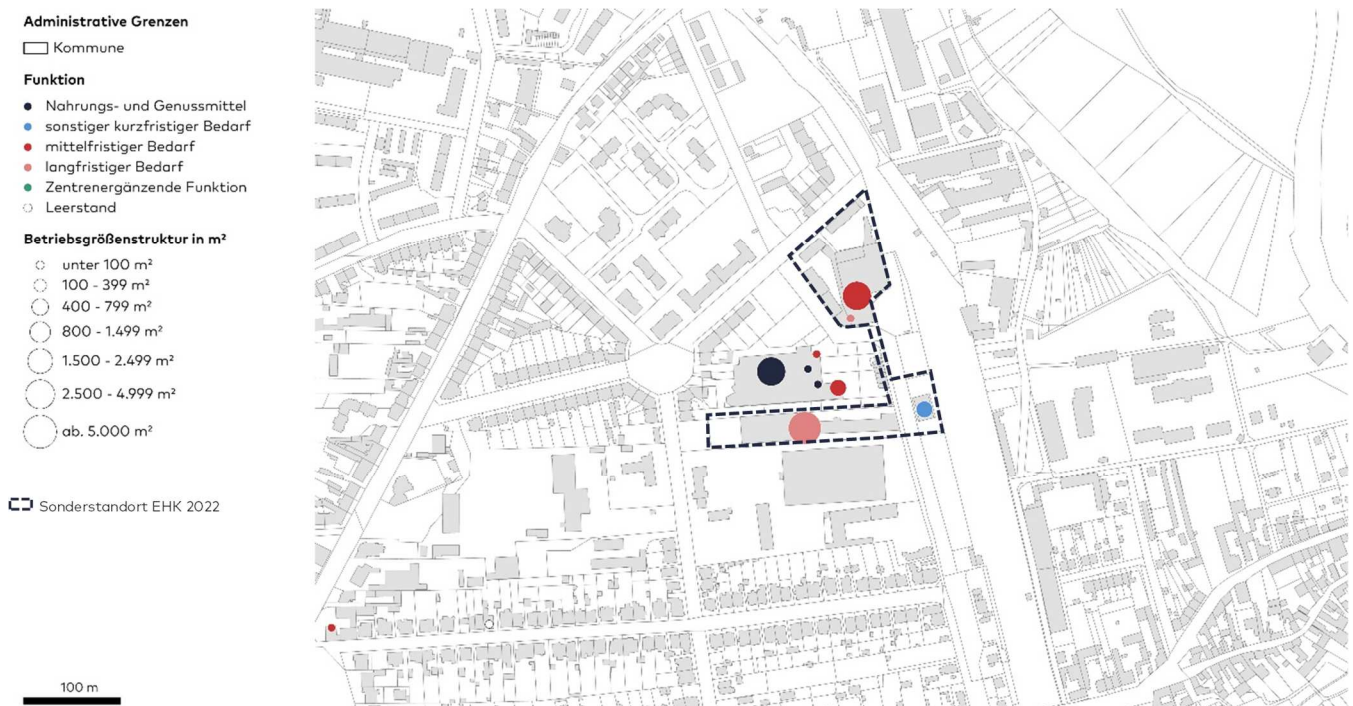


Abbildung 46: Einzelhandelsstruktur Standortbereich Ostbahnhof

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2022; Kartengrundlage: Stadt Naumburg.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Ostbahnhof** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

#### ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Sicherung und Weiterentwicklung des Standortes für den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten (insgesamt max. 10% der GVF), einzelsortimentsbezogen ggf. deutlich weniger)
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Sortimenten



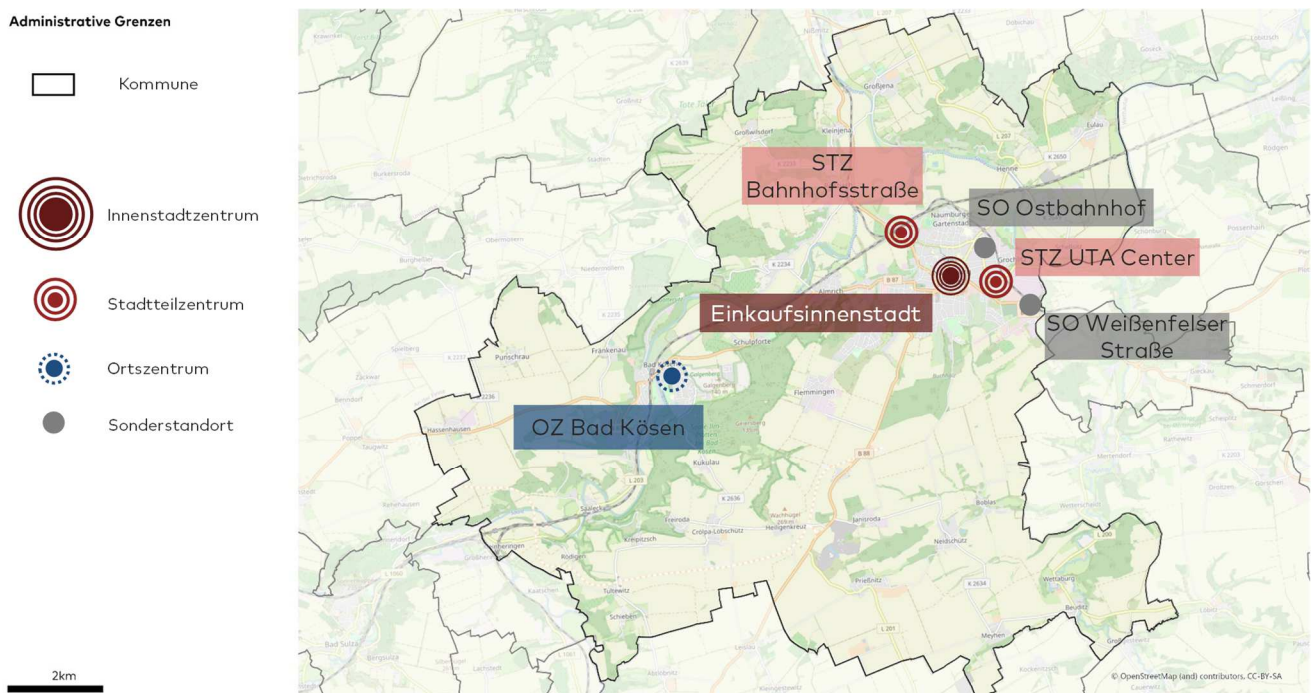
# 9

# Zentren- und Standortmodell

Der Hierarchisierung der Zentren wird das Grundprinzip einer funktional ausgewogenen Aufgabenteilung zugrunde gelegt. Neben den zentralen Versorgungsbereichen werden im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts weitere Standorte mit spezifischen Funktionszuweisungen ausgewiesen, die eine räumlich ausgewogene Versorgung der Naumburger Bevölkerung ermöglichen (vgl. nachfolgende Abbildung):

- Nahversorgungsstandorte (vgl. Kapitel 7.1)
- Sonderstandorte (vgl. Kapitel 8)

Ergänzt werden diese Standorte durch weitere solitäre Einzellagen in städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen.



**Abbildung 47: Standortmodell für die Stadt Naumburg (Saale)**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2022; Kartengrundlage: Stadt Naumburg; aufgrund der Übersichtlichkeit wurde auf eine kartografische Darstellung der Nahversorgungsstandorte verzichtet.

Im Einzelhandelskonzept für die Stadt Naumburg (Saale) werden mit dem Hauptzentrum Altstadt, den Stadtteilzentren Bahnhofsstraße und UTA Center sowie dem Ortszentrum Bad Kösen insgesamt vier zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Neben den zentralen Versorgungsbereichen verfügt die Stadt Naumburg (Saale) über Nahversorgungsstandorte, die aus dem Bestand heraus nicht als zentraler Versorgungsbereich definiert werden, aufgrund ihrer Bedeutung für das gesamtstädtische Standortgefüge und die Nahversorgung für die umliegenden Wohngebiete aber dennoch als zusätzliche Standortkategorie eingeführt wurden. Zudem werden im Zuge der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes insgesamt zwei Sonderstandorte in Naumburg (Saale) ausgewiesen.

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Naumburg (Saale) als zentrenrelevant sowie als zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht. Dabei wird die Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2008 überprüft und in modifizierter Form fortgeschrieben.

## 10.1 METHODISCHE HERLEITUNG

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Zentren- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

---

## BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

### **Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,**

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

### **Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,**

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und
- die dort zu einer flächendeckenden verbrauchernahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

### **Nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,**

- die zentrale Lagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

Neben den rechtlichen Anforderungen, unter Berücksichtigung der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen, den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der Sortimentsliste aus dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept 2008 ergibt sich die folgende Liste zentrenrelevanter bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Naumburg (Saale) als sog. „Naumburger Liste“.

## 10.2 SORTIMENTSLISTE FÜR NAUMBURG (SAALE)

Im Ergebnis ergibt sich folgende Liste zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in der Stadt Naumburg (Saale):

**Tabelle 18: Sortimentsliste für die Stadt Naumburg (Saale) (Kurzfassung)**

<b>zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>nahversorgungsrelevante Sortimente*</b>	<b>nicht zentrenrelevante Sortimente**</b>
Augenoptik	(Schnitt-)Blumen	Baummarktsortiment i. e. S.***
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	Bettwaren
Briefmarken und Münzen	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	Campingartikel (ohne Campingmöbel)
Bücher	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Elektrogroßgeräte
Elektrokleingeräte	Zeitungen/Zeitschriften	Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)
Fahrräder und Zubehör		Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz		Kinderwagen
Glas/Porzellan/Keramik		Lampen/Leuchten
Hausrat/Haushaltswaren		Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Heimtextilien		Pflanzen/Samen
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		Teppiche
Lederwaren		Waffen/Jagdbedarf/Angeln
Kürschnerwaren		Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere****
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		
Musikinstrumente und Musikalien		
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)		
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf		
Parfümerieartikel und Kosmetika		
Schuhe		
Spielwaren		
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)		
Uhren/Schmuck		
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \*gleichzeitig auch zentrenrelevant; \*\*gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, erläuternd, aber nicht abschließend; \*\*\* umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/ Parket/Fliesen; \*\*\*\*: gleichzeitig kurzfristiger Bedarf.

Gegenüber der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2008 ergeben sich mit der vorliegenden Fortschreibung somit folgende Änderungen:

- Unterteilung der Sortimente **Drogeriewaren** und **Parfümerie- und Kosmetikartikel** hinsichtlich der Zentrenrelevanz, wobei Parfümerie- und Kosmetikartikel als zentrenrelevant und Drogeriewaren zentren- und nahversorgungsrelevant eingeordnet werden.
- Zuordnung der unter Geschenkartikel subsumierten Sortimente auf eindeutig abgrenzbare Sortimente.
- Zusammenfassung der Sortimente Unterhaltungselektronik, Geräte der Telekommunikation, Computer, Büroorganisationsmittel, Büro- und Kommunikationstechnik sowie Ton- und Bildträger, Unterhaltungssoftware und Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren zum Sortiment **Neue Medien/Unterhaltungselektronik**.

- Aufgrund der überwiegend in nicht integrierten Lagen verorteten Verkaufsflächen: Einstufung des Sortiments Bettwaren sowie zoologischer Bedarf und lebendige Tiere als nicht zentrenrelevant (vorher zentrenrelevant).
- Zusätzliche Ausweisung der Sortimente (Schnitt-)Blumen, Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren), Pharmazeutische Artikel (Apotheke) sowie Zeitungen/Zeitschriften als **zentren- und nahversorgungsrelevant**.
- Wegen des bisherigen Fehlens in der Sortimentsliste 2008 werden die Sortimente **Baumarktsortiment i. e. S., Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel), Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör), Kinderwagen, Lampen/Leuchten, Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel), Pflanzen/Samen, Teppiche** sowie **Waffen/Jagdbedarf/Angeln** neu ausgewiesen. Diese werden als nicht zentrenrelevant eingeordnet.

Für die kommunale Feinsteuern empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen (s. Anhang).

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Naumburg (Saale) und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

## 11.1 EINORDNUNG UND BEGRÜNDUNG DER STEUERUNGSLEITSÄTZE

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Naumburg (Saale) insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.



## 11.2 STEUERUNGSLEITSÄTZE FÜR NAUMBURG (SAALE)

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Naumburg (Saale) empfohlen:

**Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist zukünftig primär in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.**

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig auf den **ZVB Altstadt Naumburg** fokussiert werden, um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Einzelhandelslage zu begünstigen.
- In den hierarchisch nachgeordneten Zentren (**Stadtteilzentren**) nur punktuell und hinsichtlich der Verkaufsfläche deutlich untergeordnet (kleinflächig) sowie ausschließlich zur Ergänzung der wohnortnahen Versorgung. Im Ortszentrum Bad Kösen ist gemäß der Vorgaben des LEP LSA keine Ausweisung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel möglich.
- Zusätzlich zu den genannten Regelungen können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch **in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** ausnahmsweise, in stark begrenztem Maße und deutlich untergeordnet zulässig sein, wenn keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind (bspw. Fachgeschäfte als Funktionsunterlagerung von Wohnhäusern).
- **In nicht integrierten Lagen** sollen zukünftig Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevantem Hauptsortiment im Rahmen planungsrechtlicher Möglichkeit restriktiv gehandhabt werden.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im ZVB Altstadt Naumburg als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für den ZVB Altstadt Naumburg daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei der Altstadt Naumburg um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung bzw. des Ausbaus von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment in den weiteren zentralen Versorgungsbereichen begründet sich aus dem Schutz des ZVB Altstadt vor einem zu deutlichen Standortgewicht in den hierarchisch nachgeordneten zentralen Versorgungsbereichen. Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche angemessener Entwicklungsrahmen für diese erhalten. Im Rahmen der Bauleitplanung ist im Einzelfall der Nachweis zu erbringen, dass das geplante Vorhaben vorrangig der Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs dient und daraus keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Naumburg (Saale) oder den Nachbarkommunen resultieren.

Zusätzlich zu den genannten Regelungen können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen ausnahmsweise, in stark begrenztem Maße und deutlich untergeordnet zulässig sein, wenn keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind i. d. R. dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment eine strukturprägende Größenordnung nicht überschreiten und überwiegend das auf die Nahversorgung

bezogene Angebot um weitere Sortimente punktuell im „engeren Gebiet“ begrenzt ergänzen.

**Leitsatz II: Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig primär in den zentralen Versorgungsbereichen und zur Gewährleistung der Nahversorgung sekundär auch an Nahversorgungsstandorten vorgesehen werden.**

Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär auf die **zentralen Versorgungsbereiche** fokussiert werden (klein- und großflächig).

Im **ZVB Altstadt Naumburg** vorrangig aufgrund der hohen Bedeutung als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz, sofern sich geeignete Betriebsstandorte ergeben.

In den hierarchisch nachgeordneten Zentren (**Stadtteilzentren, Ortszentrum Bad Kösen**) hinsichtlich der Verkaufsfläche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel groß- und kleinflächig sowie untergeordnet in den sonstigen nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung können Lebensmittelmärkte sekundär auch an **Nahversorgungsstandorten** (siehe Kriterien zu Nahversorgungsstandorten und Standortbewertungen im Nahversorgungskonzept) vorgesehen werden, sofern negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Grundversorgung vermieden werden.<sup>49</sup>

Unabhängig davon kann in **sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** und deutlich nachgeordnet kleinflächiger Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in Form so genannter Nachbarschaftsläden oder Convenience-Stores als Ergänzung zur bestehenden Nahversorgungsstruktur zulässig sein, sofern er der Versorgung des „engeren Gebietes“ dient.

In **städtebaulich nicht integrierten Lagen** ist zukünftig kein Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorzusehen. Ausnahmsweise können in Gewerbe- und Industriegebieten Tankstellenshops oder Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden.

Bestehende Betriebe genießen jedoch Bestandsschutz.<sup>50</sup> Der sogenannte aktive oder dynamische Bestandsschutz beinhaltet auch Maßnahmen zur Sicherung und Erhaltung des Eigentums im Rahmen des vorhandenen Bestandes. Diese Maßnahmen können auch genehmigungsbedürftige bauliche Maßnahmen umfassen, die der Aufrechterhaltung des ausgeübten Eigentums dienen und auf Modernisierung abzielen. Des Weiteren umfasst der aktive oder dynamische Bestandsschutz ausnahmsweise auch geringfügige Erweiterungen der Verkaufsfläche, wenn diese

<sup>49</sup> Neben den dargestellten Nahversorgungsstandorten können entsprechende Planvorhaben auch an Standorten entwickelt werden, die im hinreichenden Maße die Kriterien an Nahversorgungsstandorte erfüllen, sofern mehr als unerhebliche negative/schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungssituation ausgeschlossen werden können.

<sup>50</sup> Bestandsschutz wird aus dem Grundgesetz Artikel 14 abgeleitet. Der Bestandsschutz verleiht einem rechtmäßig begründeten Bestand und seiner Nutzung grundsätzlich Durchsetzungskraft gegenüber neuen ggf. entgegenstehenden Gesetzen und Anforderungen.

für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandbetriebes im Sinne der Erhaltung und zeitgemäßen Nutzung des Betriebes unbedingt notwendig sind und wenn hierdurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Nahversorgung resultiert, ein entsprechender Nachweis der Verträglichkeit ist notwendig.

**Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment kann grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet vorgesehen werden.**

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen nach Möglichkeit im zentralen Versorgungsbereich **Altstadt Naumburg** und in den **Stadtteilzentren** angesiedelt werden.

Darüber hinaus sollen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment an den **Sonderstandorten Weißenfelser Straße** und **Ostbahnhof** angesiedelt werden. Nachgeordnet können sie grundsätzlich im gesamten Mittelzentrum vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegensprechen.

Dabei ist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente<sup>51</sup> auf bis **zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche** je Betrieb zu begrenzen. Eine ausdifferenzierte Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Zudem soll stets **eine deutliche Zuordnung** des Randsortimentes zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereiche vermieden.

**Leitsatz IV: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben.**

Zulässig sind derartige Betriebe, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und die Großflächigkeit nicht überschreitet. Eine Begrenzung der

---

<sup>51</sup> Der Begriff Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil des OVG NRW – AZ: 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

- Eine **Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m<sup>2</sup>** nicht überschreitet.

Ebenso sind nur Verkaufsstellen zulässig, welche im überwiegenden Maß **selbst hergestellte Waren** veräußern sowie im Falle eines Handwerksbetriebs solche Waren, welche der Kunde des jeweiligen Gewerks als **branchenübliches Zubehör** betrachtet oder die im Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung stehen.

In jedem Fall ist eine solche Verkaufsstelle im Rahmen eines Genehmigungsverfahrens als „Fabrik- oder Werksverkauf“ bzw. als „Handwerksbetrieb mit Zubehör“ zu beantragen.

Entsprechende Ausnahmeregelungen für den ‚Annexhandel‘ auf Grundlage des § 31 Abs. 1 BauGB sind entsprechend sorgfältig in Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten (vgl. OVG NRW 10 A 1343/12; OVG NRW 2 D 13/14.NE).

Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des § 35 BauGB.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Naumburg (Saale) künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

Die Stadt Naumburg (Saale) verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und die parallel einberufenen Arbeitskreise – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 48).



Abbildung 48: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder des Citymanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa in den zentralen Versorgungsbereichen), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozess-

begleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das Einzelhandelskonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt bieten, die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten (insbesondere benachbarte Städte und Shopping-Center) sowie dem Online-Handel positionieren sollte. Eine entsprechende Positionierungsstrategie ist als umsetzungsorientierter Folgebaustein und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit diesem Konzept zu empfehlen.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.



# Literatur- und Quellenverzeichnis

## LITERATUR

---

**Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017):** Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

**GMA (2008):** Einzelhandelskonzept für die Stadt Naumburg. Erfurt.

**Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2017):** Retail Real Estate Report Germany 2017/2018. Bergisch Gladbach.

**Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017):** Online-Monitor 2017. Berlin.

**ILG Gruppe (Hrsg.) (2016):** Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2016/2017. München.

**ILG Gruppe (Hrsg.) (2017):** Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2017/2018. München.

**IFH Köln (2020):** Vitale Innenstädte 2020. Auswertungsergebnisse für Naumburg (Saale). Köln.

**IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2021):** Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2021. Köln.

**Kuschnerus, Ulrich / Bishopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018):** Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

**Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr Sachsen-Anhalt (2010):** Landesentwicklungsplan des Landes Sachsen-Anhalt.

**Regionale Planungsgemeinschaft Halle (Hrsg.) (2017):** Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle - Entwurf zur Planänderung. Halle.

**Regionale Planungsgemeinschaft Halle (Hrsg.) (2019):** Regionaler Entwicklungsplan für die Planungsregion Halle - Sachlicher Teilplan Zentrale Orte, Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge sowie großflächiger Einzelhandel für die Planungsregion Halle. Halle.

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008):** Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

## DATENBANKEN

---

**EHI Retail Institute (Hrsg.):** handelsdaten.de

**Handelsverband Deutschland (Hrsg.):** einzelhandel.de

**Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.):** regionalstatistik.de

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.):** destatis.de

# Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG	SEITE
Abbildung 1:	Räumliche Abgrenzung des Zentralen Ortes Mittelzentrum Naumburg..... 11
Abbildung 2:	Räumliche Abgrenzung des Zentralen Ortes Grundzentrum Naumburg Ortsteil Heilbad Bad Kösen..... 12
Abbildung 3:	Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes..... 14
Abbildung 4:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse ..... 19
Abbildung 5:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ..... 21
Abbildung 6:	Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten..... 22
Abbildung 7:	Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz ..... 24
Abbildung 8:	Zentralörtliche Funktion Naumburg ..... 25
Abbildung 9:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Naumburg (Saale) und Umgebung..... 28
Abbildung 10:	Einzugsgebiet der Stadt Naumburg (Saale) ..... 29
Abbildung 11:	Einzelhandelsbestand in Naumburg (Saale) nach Warengruppen und Lagebereichen..... 31
Abbildung 12:	Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Naumburg (Saale) ..... 35
Abbildung 13:	Passantenbefragung: Warum sind sie heute in dieser Innenstadt?..... 53
Abbildung 14:	Passantenbefragung: Wie lange werden Sie sich heute voraussichtlich in dieser Innenstadt aufhalten? ..... 54
Abbildung 15:	Passantenbefragung: Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf das Angebot der Stadt..... 54
Abbildung 16:	Passantenbefragung: Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf Ambiente und Erlebnis ... ..... 55
Abbildung 17:	Passantenbefragung: Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf Convenience ..... 55
Abbildung 18:	Passantenbefragung: Wie bewerten Sie das Einzelhandelsangebot insgesamt im Hinblick auf ... ..... 56
Abbildung 19:	Passantenbefragung: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Diese Innenstadt ist für mich persönlich..... 57
Abbildung 20:	Online-Check: Google My Business ..... 58
Abbildung 21:	Online-Check: Website ..... 59
Abbildung 22:	Online-Check: Social Media ..... 60
Abbildung 23:	Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt..... 62

Abbildung 24:	Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt .....	62
Abbildung 25:	Räumliche Nahversorgungssituation von Naumburg (Saale)...	65
Abbildung 26:	Räumliche in der Kernstadt Naumburg .....	66
Abbildung 27:	Räumliche im Kernort Bad Kösen.....	66
Abbildung 28:	Methodik zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsperspektiven .....	70
Abbildung 29:	Einwohnerprognose für Naumburg (Saale).....	71
Abbildung 30:	Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland....	72
Abbildung 31:	Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel .....	73
Abbildung 32:	Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2027 (Prognose).....	74
Abbildung 33:	Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität.....	75
Abbildung 34:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Naumburg (Saale).....	79
Abbildung 35:	Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft).....	81
Abbildung 36:	Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen .....	84
Abbildung 37:	Zentrenstruktur Naumburg 2008.....	86
Abbildung 38:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt Naumburg .....	90
Abbildung 39:	Innere Organisation des ZVB Altstadt Naumburg. ....	91
Abbildung 40:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtteilzentrum Bahnhofstraße .....	98
Abbildung 41:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtteilzentrum UTA-Center .....	100
Abbildung 42:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Ortszentrum Bad Kösen.....	102
Abbildung 43:	Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Naumburg (Saale) (Kernstadt) .....	107
Abbildung 44:	Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Bad Kösen .....	108
Abbildung 45:	Einzelhandelsstruktur Standortbereich Weißenfelder Straße.....	113
Abbildung 46:	Einzelhandelsstruktur Standortbereich Ostbahnhof.....	114
Abbildung 47:	Standortmodell für die Stadt Naumburg (Saale) .....	115
Abbildung 48:	Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik .....	125

# Tabellenverzeichnis

TABELLE	SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen.....15
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen..... 27
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand in Naumburg (Saale).....30
Tabelle 4:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Naumburg (Saale) ..... 34
Tabelle 5:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Naumburg (Saale) .....61
Tabelle 6:	Nahversorgungsrelevante Kennwerte im Vergleich ..... 63
Tabelle 7:	Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Naumburg (Saale) ..... 76
Tabelle 8:	Entwicklungsprognose für 2027 ..... 76
Tabelle 9:	Bewertung der Stadtteil- und Nahversorgungszentren gem. Einzelhandelskonzept 2008 (Bestand) ..... 87
Tabelle 10:	Bewertung des zu prüfenden Standortbereiches (Bestand) ....88
Tabelle 11:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Einzelhandelsausstattung).....88
Tabelle 12:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (zentrenergänzende Funktionen) .....89
Tabelle 13:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Städtebau/Gestaltung) .....89
Tabelle 14:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Erreichbarkeit) .....89
Tabelle 15:	Handlungsfelder und Maßnahmenpakete für die Altstadt in der Stadt Naumburg (Saale) (Vorschläge)..... 94
Tabelle 16:	Prüfung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte auf Eignung als Nahversorgungsstandort..... 106
Tabelle 17:	(Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Naumburg (Saale).....110
Tabelle 18:	Sortimentsliste für die Stadt Naumburg (Saale) (Kurzfassung) ..... 118
Tabelle 19:	Sortimentsliste für die Stadt Naumburg (Saale) (Langfassung) .....137

# Abkürzungsverzeichnis

<b>BauGB</b>	Baugesetzbuch	<b>VG</b>	Verwaltungsgericht
<b>BauNVO</b>	Baunutzungsverordnung	<b>VKF</b>	Verkaufsfläche
<b>BBSR</b>	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung	<b>ZVB</b>	zentraler Versorgungsbe- reich
<b>BVerfGH</b>	Bundesverfassungsge- richtshof		
<b>BVerwG</b>	Bundesverwaltungsgericht		
<b>Drog</b>	Drogeriewaren		
<b>EH</b>	Einzelhandel		
<b>EHK</b>	Einzelhandelskonzept		
<b>EuGH</b>	Europäischer Gerichtshof		
<b>EW</b>	Einwohner		
<b>GPK</b>	Glas, Porzellan, Keramik		
<b>GVKF</b>	Gesamtverkaufsfläche		
<b>IZ</b>	Innenstadtzentrum		
<b>LEP</b>	Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt		
<b>LSA</b>	Land Sachsen-Anhalt		
<b>MIV</b>	motorisierter Individualver- kehr		
<b>niL</b>	städtebaulich nicht inte- grierte Lage		
<b>NuG</b>	Nahrungs- und Genussmit- tel		
<b>NVZ</b>	Nahversorgungszentrum		
<b>ÖPNV</b>	öffentlicher Personennah- verkehr		
<b>OVG</b>	Oberverwaltungsgericht		
<b>OZ</b>	Ortszentrum		
<b>PBS</b>	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren		
<b>siL</b>	städtebaulich integrierte Lage		
<b>STZ</b>	Stadtteilzentrum		

# Glossar

## **Andienung**

Im Zusammenhang mit Einzelhandel versteht man unter Andienung die Anliefermöglichkeiten, diese kann bspw. über einen Parkplatz oder einen speziell dafür vorgesehenen Bereich geschehen.

## **Betriebsform (Betriebstyp)**

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

## **Bindungsquote**

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- ( $> 100\%$ ) oder abfließt ( $< 100\%$ ). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

## **Curated Shopping**

Vertiefende und individuelle Stilberatung im stationären Einzelhandel, bei der der Berater bspw. auf Grundlage eines Fragebogens, in dem der Kunde seine Vorlieben angeben kann, eine konkrete Auswahl an Kleidungsstücken trifft.

## **Einzelhandel**

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

## **Einzelhandelsrelevante Nachfrage**

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

## **Fachgeschäft**

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau



auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens bei weniger als 400 m<sup>2</sup>. Neben der Verkaufsflächengröße ist für die Abgrenzung zu Fachmärkten vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/ Bedienung) entscheidend.

### **Fachmarkt**

Betriebstyp der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigem Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Verkaufsfläche in der Regel > 400 m<sup>2</sup>.

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

### **Factory-Outlet-Center (FOC)**

Großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische und freizeitorientierte Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikläden) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe. In jüngerer Zeit fanden jedoch auch Ansiedlungen von Factory-Outlet-Centern in historischen Innenstädten statt (bspw. in Bad Münstereifel).

### **Fast- Fashion**

Unter fast-fashion ist ein Geschäftsmodell im Textileinzelhandel zu verstehen bei der die angebotene Kollektion laufend geändert wird (alle 1 bis 2 Monate). Die Zeit zwischen Design Erstellung und Verkauf durch den Handel wird somit drastisch reduziert. Durch das ständig sich ändernde Angebot soll der Kunde animiert werden, möglichst häufig eine Filiale aufzusuchen.

### **Fristigkeitsstufen**

Warengruppen lassen sich in 3 Fristigkeitsstufen - oder auch Bedarfsstufen genannt - aufteilen. Der kurzfristige Bedarf beinhaltet z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren und wird auch als periodischer Bedarf bezeichnet. Die mittelfristige Fristigkeitsstufe ist bereits dem aperiodischen Bedarf zuzuordnen, entsprechende Sortimente werden mindestens über mehrere Wochen oder Monate genutzt. Typische Sortimente dieser Fristigkeitsstufe sind z.B. Bekleidung, Schuhe oder Sportartikel. Die Sortimente der langfristigen Bedarfsstufe werden über einen langen Zeitraum (bspw. mehrere Jahre) hinweg genutzt, entsprechende Sortimente sind bspw. Elektrowaren, Möbel und Uhren und Schmuck.

### **Kaufkraft**

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der

Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

### **Kaufkraftbindung**

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremddregionen einem Marktgebiet zufließen.

### **Lebensmitteldiscounter**

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt in der Regel zwischen 700 – 1.400 m<sup>2</sup>, in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 – 13 %.

### **Multi- und Cross Channel Vertriebsstrategien**

Multi-Channel bezeichnet einen mehrgleisigen Vertriebsweg des Handels. Bei diesem Ansatz existieren die verwendeten Vertriebskanäle nebeneinander, ohne jedoch miteinander verknüpft zu sein (bspw. Online Shop und stationäres Geschäft).

Handelsbetriebe mit Cross-Channel Strategie verfügen ebenfalls über mehrere Vertriebskanäle, diese sind jedoch miteinander verknüpft. Der Kunde kann somit bspw. ein Produkt online vorbestellen und in einer Filiale abholen, oder bspw. in einem Online-Shop die Warenverfügbarkeit vor Ort überprüfen oder aber den Artikel direkt online bestellen.

### **Nahversorgungszentrum (NVZ)**

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die verbrauchernahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist i. d. R. innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

### **Same- Hour- Delivery/ One-Hour -Delivery**

Unter One-Hour-Delivery versteht man die Lieferung von Produkten innerhalb einer Stunde nach Bestellvorgang. Der Versandhändler „Amazon Prime“ hat dieses Liefersystem 2015 entwickelt, dieses ist jedoch nur Ballungsräumen für ein ausgewähltes Sortiment verfügbar.

### **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 – 75 % bei der Fläche (35 – 50 % des Umsatzes).

## **Sortiment**

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsoriment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsoriment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

## **In Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lage /städtebaulich integrierte Lage**

Als in Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lage werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reichen in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentralen Versorgungsbe-  
reich einzuordnen.

## **Nicht integrierte Lage (niL)/ autokundenorientierter Standort**

Nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den in Wohnsiedlungsbereichen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und in Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lagen. I. d. R. trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

## **Supermarkt**

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 2.500 m<sup>2</sup>, das Sortiment umfasst überwiegend Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Weitere Sortimente werden nur auf einem geringen Verkaufsflächenanteil angeboten.

## **Trading down Prozess**

„Trading down“ bezeichnet den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel.

Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

### **Umsatz**

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

### **Verbrauchermarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Großformatiger Betriebstypus (rd. 2.500 - 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60 %; Umsatz 20 - 40 %.

### **Verkaufsfläche**

In die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs werden grundsätzlich nicht nur die von Kunden betretbaren Bereiche mit eingerechnet, sondern auch die Kassenzone, Pack- und Entsorgungszonen, Käse-, Fleisch- und Wursttheken, Pfandrückgaberräume und ein Windfang. Weitere Räumlichkeiten wie Personalbüros, Aufenthalts- und Lagerräume, reine Lagerflächen und für Kunden nicht sichtbare Bereiche zur Vorbereitung der Waren zählen jedoch nicht zur Verkaufsfläche.

### **Warenhaus**

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleistungen (Gastronomie, Friseur, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m<sup>2</sup>, der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50 % aus.

### **Zentraler Versorgungsbereich**

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadt, Stadtteilzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z. B. nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

### **Zentralitätskennziffer**

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.

# Anhang

**Tabelle 19: Sortimentsliste für die Stadt Naumburg (Saale) (Langfassung)**

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
<b>zentrenrelevante Sortimente</b>		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Briefmarken und Münzen	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Gardinen und Sicht-/Sonnenschutz)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Heimtextilien	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselaufgaben o. ä.)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähmaschinen, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck
Kürschnerwaren	aus 47.71.0	Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NUR: Einzelhandel mit Pelzwaren)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Parfümerieartikel und Kosmetika	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
Schuhe	47.72	Einzelhandel mit Schuhen
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln und Anglerbedarf)
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Wohnrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3  aus 47.59.9 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren) Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
<b>zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>		
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wasch- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
<b>nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**</b>		
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
	47.52.3	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	aus 45.40	Handel mit Krafträdern, Krafttradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Krafttradteilen und -zubehör)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Samen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Teppiche (ohne Teppichböden)	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere****	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \*WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; \*\*Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Naumburg (Saale) als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; \*\*\*umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen. \*\*\*\*gleichzeitig kurzfristiger Bedarf



---

## **KONTAKT**

### **Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund

Handelsregisternummer

PR 3496

Hauptsitz Dortmund

### **Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

### **Standort Hamburg**

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

### **Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

### **Standort Leipzig**

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

FAX+49 341 92 72 39 43