



Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen am Standort Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße in Altenberg

AUFTRAGGEBER: IVG Grimmer, Dresden

PROJEKTLEITUNG: Dr. Eddy Donat

PROJEKTBEARBEITUNG: M. Sc. Geogr. Subani Gesang

Dresden, den 26.02.2026

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird die Sprachform des generischen Maskulinums verwendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung des Maskulinums geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Dresden
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Geschäftsführung: Birgitt Wachs & Markus Wagner

Tel 0351 / 2157273
info@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Vorhabenbeschreibung	6
2.1 Netto Lebensmittelmarkt	6
2.2 Drogeriefachmarkt	8
2.3 Textilfachmarkt und Nonfood-Discounter	8
3. Rechtsrahmen	9
3.1 Baurechtliche Vorgaben	9
3.2 Landes- und Regionalplanung	10
II. Standortbeschreibung und -bewertung	12
1. Makrostandort Altenberg	12
2. Mikrostandort Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße	14
III. Nachfragesituation	18
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	18
2. Projektrelevantes Kaufkraftvolumen	20
IV. Wettbewerbssituation	22
1. Projektrelevanter Einzelhandel im Einzugsgebiet (Zone I - II)	22
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebiets im Untersuchungsraum	23
3. Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	27
3.1 Altenberg – „Stadtkern Altenberg“	27
3.2 Dippoldiswalde – Zentraler Versorgungsbereich „historische Altstadt“	28
3.3 Schmiedeberg – „Ortskernlage Schmiedeberg“	29
3.4 Glashütte – „Ortskernlage Glashütte“	29
4. Zusammenfassung der Wettbewerbssituation	30
V. Auswirkungenanalyse des Vorhabens	31
1. Umsatzprognose für das Planvorhaben	31
2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen	33
2.1 Methodik	33
2.2 Umsatzumverteilungen	33
3. Prüfung möglicher versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen	36
3.1 Netto-Lebensmittelmarkt	36
3.2 Drogeriefachmarkt	37
3.3 Textilfachmarkt	39
3.4 Nonfood-Discounter	39

4. Kumulierte Betrachtung und Fazit	40
5. Nachnutzungsoption des Netto-Bestandsmarktes Max-Niklas-Straße 4	41
VI. Bewertung des Vorhabens aus Sicht der Raumordnung und Landesplanung	42
1. Konzentrationsgebot	42
2. Integrationsgebot	42
3. Kongruenzgebot	43
4. Beeinträchtigungsverbot	43
5. Agglomerationsregel	45
VII. Zusammenfassung	46
VIII. Anhang: Definitionen und Grundlagen zu den Betriebsformen und Marktentwicklungen	48
1. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	48
1.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	48
1.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	49
2. Marktentwicklung im Drogeriewarenbereich	50
3. Textilfachmarkt	52
4. Nonfood-Discounter	53
5. TEDI	54
IX. Verzeichnisse	56

I. Aufgabenstellung und Vorhabenbeschreibung

1. Aufgabenstellung

In der **Stadt Altenberg** ist am **Standort Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße**, benachbart zum Bahnhof Altenberg, die Ansiedlung mehrerer Einzelhandelsnutzungen geplant. Primär ist die Verlagerung des aktuell ca. 250 m nordöstlich des Planstandortes an der Max-Niklas-Straße / Hirschsprunger Straße ansässigen Netto-Lebensmittelmarktes vorgesehen. Ergänzend sollen auf dem Projektgrundstück auch Fachmärkte etabliert werden (vgl. Kapitel I.2). Das Vorhaben soll im Zuge der Aufstellung eines Bebauungsplanes mit der Festlegung Sondergebiet Handel realisiert werden.¹

Bereits in einer Stellungnahme der GMA vom 13.11.2018 wurden die vertragliche Dimensionierung und Sortimentsstruktur potenzieller Einzelhandelsbetriebe sowie die entsprechenden Kaufkraftpotenziale in Altenberg analysiert. Diese Grundlagen bildeten die Basis für ein Gutachten aus dem Jahr 2020, das infolge von Rückmeldungen im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der Träger öffentlicher Belange (u. a. Landesdirektion, Regionaler Planungsverband) überarbeitet wurde.

Aufgrund veränderter Planungen hinsichtlich der Verkaufsflächengrößen ist eine Anpassung des Bebauungsplanes erforderlich. In diesem Zusammenhang wurde auch das vorliegende Gutachten entsprechend überarbeitet. Dabei erfolgte eine Aktualisierung der relevanten Rahmendaten, insbesondere in Bezug auf das Bevölkerungspotenzial, die Kaufkraftkennziffer sowie die Wettbewerbssituation.

Vorliegendes Gutachten stellt eine **städtebauliche Auswirkungsanalyse auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO** dar. Diese Analyse hat die Aufgabe, mögliche städtebauliche, versorgungsstrukturelle und raumordnerische Effekte des Vorhabens zu untersuchen. Im Vordergrund stehen dabei mögliche Auswirkungen auf die Nahversorgung und zentrale Versorgungsbereiche in Altenberg bzw. in den Städten und Gemeinden im Untersuchungsraum.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im **Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte** zu bearbeiten:

- /// Definition und Daten des Ansiedlungsvorhabens (Verkaufsflächen, Sortimente usw.)
- /// Beschreibung und Bewertung des Makrostandortes Altenberg und des Mikrostandortes Max-Niklas-Straße/Dresdner Straße
- /// Abgrenzung und Zonierung des potenziellen betrieblichen Einzugsgebietes
- /// Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und Berechnung des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet
- /// Darstellung der Wettbewerbssituation in den projektrelevanten Sortimenten
- /// Berechnung der Umsatzerwartung
- /// Darstellung und Bewertung potenzieller Umsatzumverteilungen bzw. wettbewerblicher Auswirkungen des Vorhabens

¹ vgl. vorhabenbezogener Bebauungsplan mit integriertem Grünordnungsplan „Einkaufszentrum am Bahnhof Altenberg, Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße“, Stand: 19.02.2024 (geändert gemäß Genehmigungsbescheid)

- // Prüfung möglicher schädlicher Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung in Altenberg bzw. in den umliegenden Gemeinden
- // Kompatibilitätsprüfung mit den Vorgaben der Raumordnung in Sachsen.

Zur Aktualisierung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im **Juni 2025 eine aktuelle Erhebung des relevanten Einzelhandels** im Untersuchungsraum durchgeführt. Zudem erfolgte eine Begehung des Planstandortes Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße, des Stadtkerns Altenberg sowie weiterer relevanter Einzelhandelslagen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Vorhabenbeschreibung

Am **Vorhabenstandort Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße** ist die Ansiedlung mehrerer Einzelhandelsnutzungen vorgesehen (vgl. Karte 1).² Das Projektgrundstück befindet sich westlich des Altenberger Bahnhofs, wobei die Immobilie des Netto-Marktes im westlichen Grundstücksbereich positioniert wird. Die Fachmärkte sollen südöstlich davon angeordnet werden. Die Zufahrt soll über die Max-Niklas-Straße im Nordosten des Planareals erfolgen. Ein Fußweg bindet den Standort direkt an den Bahnhof an. Auf dem Grundstück werden ausreichend Kundenparkplätze geplant. Ziel ist die **Etablierung eines modernen Nahversorgungsstandortes**, der in zentraler Ortslage von Altenberg ein umfassendes Einzelhandelsangebot mit Schwerpunkt auf die Nahversorgung bietet, wobei die Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs und ausschnittsweise des mittelfristigen Bedarfs für die Stadt und die Einwohner im Nahbereich im Vordergrund steht.

Die Konzeption ist als **Einzelhandelsagglomeration** zu sehen, die sich aus mehreren eigenständigen Einzelhandelsbetrieben zusammensetzt. Obwohl sich die Betriebseinheiten auf mehrere Gebäudekörper verteilen, separate Eingänge sowie Lager-, Sanitär- und Sozialräume aufweisen, wird das Projektvorhaben als Einzelhandelsagglomeration bewertet, da es hinsichtlich der Ausstrahlungskraft sowie insbesondere durch die gemeinsame Zufahrt und das gemeinsame Parkplatzangebot einen gemeinsamen Handelskomplex darstellt. So werden die potenziellen Auswirkungen des Vorhabens auch kumuliert untersucht (vgl. Kapitel V.4).

Folgende Märkte sind am Standort projektiert:

2.1 Netto Lebensmittelmarkt

Bei Netto handelt es sich um eine Verlagerung und Erweiterung einer bereits in Altenberg existierenden Filiale an der Max-Niklas-Straße 4, ca. 250 m nordöstlich des Planstandortes. So soll dieser Bestandsmarkt in Zuge der Verlagerung geschlossen werden. Für den Neubau ist eine **Vergrößerung der Verkaufsfläche (VK)** von derzeit rd. 880 m² auf dann **rd. 1.190 m²** (inkl. Windfang und Backshop) geplant. Der Markt dient ausschließlich der besseren Grund- und Nahversorgung im Zentrum von Altenberg.

Für den Bestandsmarkt ist zu empfehlen, eine Nachnutzung als großflächigen Einzelhandelsstandort auszuschließen.

² Bezüglich der Betriebstypenspezifika, Sortimentszusammensetzungen und Leistungskennziffern der geplanten Einzelhandelsbetriebe werden diese im **Anhang** näher erläutert.

Karte 1: Vorhabenbezogener Bebauungsplan „Einkaufszentrum am Bahnhof Altenberg, Max-Niklas-Straße/Dresdner Straße“ (Ausschnitt)



Quelle: Auftraggeber 2025

2.2 Drogeriefachmarkt

Der **Drogeriefachmarkt** soll das Nahversorgungsangebot in qualitativer Hinsicht ergänzen und ausbauen, da ein derartiger Anbieter derzeit nicht in Altenberg ansässig ist. Mit der Entwicklung dieses Betriebstyps kann es gelingen, die **Grundversorgung in Altenberg umfassender** zu sichern, was vor dem Hintergrund der Erreichbarkeitsdefizite höherrangiger zentraler Orte (v. a. Dippoldiswalde) zu sehen ist. Hinsichtlich der **Verkaufsfläche** wird eine Größe von **703 m²** geplant.

2.3 Textilfachmarkt und Nonfood-Discounter

Zur Abrundung des Einzelhandelsstandortes werden darüber hinaus zwei weitere kleine Fachmärkte konzipiert, so dass auch in den **Segmenten Bekleidung /Wäsche** bzw. durch die zahlreichen Teilsortimente eines **Nonfood-Discounters** (u. a. Haushaltswaren / Einrichtung) eine weitergehende Bedarfsdeckung erfolgt. Dies ist vor dem Hintergrund der besonderen peripheren Gebirgs- und Grenzlage des Grundzentrums Altenberg zu sehen, wobei die nächstgelegenen vergleichbaren Angebote erst in deutlicher Entfernung (z. B. Dippoldiswalde) zu finden sind.

Bei diesen ergänzenden Fachmärkten ist von einer gegenüber der ursprünglichen Planung **veränderten Verkaufsfläche** auszugehen. Für den **Textilfachmarkt sind 434 m² VK** und für den **Nonfood-Discounter 644 m² VK** vorgesehen. Trotz dieser Anpassungen bewegen sich die Marktgrößen weiterhin innerhalb der für vergleichbare Betriebstypen üblichen Bandbreiten und bleiben hinsichtlich ihrer räumlichen Wirkungen als verträglich einzustufen. Eine über den Nahbereich von Altenberg hinausreichende Zentrenrelevanz oder Fernwirkung ist auf Grundlage der Sortimentsstruktur sowie der städtebaulichen Einbindung nicht zu erwarten. Vielmehr ist von einer funktionalen Ergänzung des Nahversorgungsstandortes auszugehen, insbesondere im Hinblick auf die Ankerbetriebe (Netto, Drogeriemarkt). Die Ergänzung der Nah- bzw. Grundversorgung am Standort stellt das vorrangige Ziel auch mit der Ansiedlung weiterer Fachmärkte aus dem Textilbereich sowie mit dem Nonfood-Discounter dar. Damit einhergehende Sortimentsanteile, die nicht der Grundversorgung dienen, dürfen jedoch in Grundzentren nur kleinflächig (d. h. < 800 m² VK) in Summe in ihrer Standortagglomeration angesiedelt werden. Für beide neu anzusiedelnde Betriebe wird deshalb eine detaillierte Differenzierung nach Sortimenten mit Blick auf deren Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion oder der sonstigen Zentrenrelevanz und nicht Zentrenrelevanz vorgenommen.

Tabelle 1: Anteil der zentrenrelevanten Sortimente (Planwerte)

Betrieb	Zusätzl. Gesamt-VK in m ²	VK Sortimente kurzfristiger bzw. Grundbedarf in m ²	VK sonst. zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente in m ²
Textilmarkt	434	0	434
Nonfood-Discounter ³	644	279	365
Insgesamt	1.076	279	799

GMA-Berechnung 2026

³ Die Aufteilung erfolgte anhand einer detaillierten Sortiments- und Einrichtungsplanung des Unternehmens bzw. Planungsbüros, s. dazu Abschn. IX Pkt. 5

3. Rechtsrahmen

3.1 Baurechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der **Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben** ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:⁴

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Ob ein **Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt** einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird.⁵
2. Die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen müssen zu erwarten sein, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung).

Die **Regelvermutung** ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die im § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und

⁴ Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132) zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023.

⁵ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

3.2 Landes- und Regionalplanung

Den **Rechtsrahmen zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten** bilden mit Bezug auf die Landes- und Regionalplanung der Landesentwicklungsplan Sachsen 2013 (LEP), der Regionalplan Oberes Elbtal / Osterzgebirge 2. Gesamtfortschreibung 2020 und die Handlungsanleitung des Sächsischen Staatsministerium des Innern über die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Freistaat Sachsen (HA großflächige Einzelhandelseinrichtungen 2024).

Als generelle **Aufgabe der sächsischen Landesplanung** wird mit Bezug auf den Einzelhandel definiert, in allen Gemeinden des Freistaates eine angemessene Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen zu sichern. Der LEP Sachsen (2013) formuliert dies konkret im Abschnitt Z 6.1.3 und 6.1.4 folgendermaßen:

„Es ist darauf hinzuwirken, dass die Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs in allen Gemeinden verbrauchernah gesichert wird. Dazu sollen auch neue, am örtlichen Bedarf orientierte Versorgungsmodelle umgesetzt werden.“

„Die Zentralen Orte sollen die zentralörtliche Daseinsvorsorge eigenverantwortlich sichern.“

Abschnitt 2.3.2 Handel des LEP Sachsen (2013) konkretisiert die vorstehenden allgemeinen Zielsetzungen unter Bezugnahme auf die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelbetriebe:

„Z 2.3.2.2 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen ist zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs auch in Grundzentren zulässig.“

Z 2.3.2.3 Bei überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten oder bei einer Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Sortimente von mehr als 800 m² ist die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. In den Zentralen Orten, in denen zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind, sind diese Vorhaben nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.“

Z 2.3.2.4 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll nicht dazu führen, dass der Einzugsbereich den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes wesentlich überschreitet.“

Z 2.3.2.5 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen darf weder durch Lage, Größe des Vorhabens oder Folgewirkungen das städtebauliche Gefüge, die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungszentrums oder die verbrauchernahe Versorgung des Zentralen Ortes sowie der benachbarten Zentralen Orte substantiell beeinträchtigen.“

G 2.3.2.6 Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.“

Dem **Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge 2. Gesamtfortschreibung 2020** sind keine weitergehenden bzw. über die Regelungen des Landesentwicklungsplanes hinausgehende Steuerungsempfehlungen zum Einzelhandel zu entnehmen. Altenberg wird weiterhin als Grundzentrum ausgewiesen.

Die **Handlungsanleitung großflächige Einzelhandelseinrichtungen**⁶ weist unter Bezugnahme auf die Überprüfung von Ansiedlungen oder Erweiterungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe zunächst auf die Steuerungsmöglichkeiten durch das BauGB und die BauNVO sowie den Landesentwicklungsplan des Freistaates Sachsen hin. Es wird hervorgehoben, dass der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in den Städten und Gemeinden sowie die Differenzierung zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten von herausragender Bedeutung sei. Lt. Handlungsanleitung zeichnen sich zentrenrelevante Sortimente dadurch aus,

„(...) dass sie z. B. vorrangig Innenstadtbesucher anziehen, häufig in Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden, überwiegend ohne Pkw transportiert werden können und einen geringen Flächenanspruch im Verhältnis zur Wertschöpfung haben (...)“.

Im Abgleich der **Sortimentsliste der Handlungsanleitung** mit den in den Planvorhaben geführten Waren ist zu konstatieren, dass ein Großteil des Sortimentes der Vorhaben (u. a. Lebensmittel, Drogeriewaren) als „zentrenrelevant“ einzustufen ist.

⁶ Handlungsanleitung des Sächsischen Staatsministeriums des Innern vom 19. November 2024.

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Altenberg

Die **Stadt Altenberg** (rd. 7.462 Einwohner⁷) liegt im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge in Grenzlage zur Tschechischen Republik. Gemäß Regionalplan⁸ ist Altenberg als Grundzentrum ausgewiesen. Vor diesem Hintergrund kommt dem städtischen Einzelhandel die Aufgabe zu, den Grundbedarf sowohl für die ortsansässige Bevölkerung als auch für die Einwohner im zugehörigen Nahbereich (Gemeinde Hermsdorf/Erzgeb.) abzudecken. Das nächstgelegene Mittelzentrum ist Dippoldiswalde (ca. 21 km südlich). Die Landeshauptstadt Dresden (Oberzentrum) liegt rd. 43 km südlich⁹ (vgl. Karte 2).

Siedlungsstrukturell zeichnet sich Altenberg durch eine kompakte Kernstadt aus, welche von 21 Orts- bzw. Stadtteilen, die größtenteils über weniger als 500 Einwohner verfügen, ergänzt wird. Die Kernstadt Altenberg stellt mit ca. 1.942 Einwohnern den einwohnerstärksten Stadtteil dar.¹⁰ Das Stadtgebiet wird topographisch durch die Gebirgslage am Erzgebirgskamm geprägt. Weite Teile werden durch Waldflächen belegt.

Die Einwohnerzahl von Altenberg ist seit dem Jahr 2014 um ca. 9 % gesunken (- 743 Personen). Langfristig ist weiterhin mit einem Bevölkerungsverlust zu rechnen. So wird in Altenberg für das Jahr 2035 eine Einwohnerzahl von rd. 7.310 prognostiziert. Das entspricht einem Verlust von ca. 2 % (ca. 152 Personen) im Vergleich zur aktuellen Bevölkerungszahl.¹¹

Von besonderer Bedeutung für Altenberg sind auch der **Tourismus und der Sport**. So ist die Stadt anerkannter Kurort (Stadt- und Ortsteile Altenberg, Oberbärenburg und Schellerhau) und verfügt über eine Kurklinik (Johannesbad Fachklinik & Gesundheitszentrum Raupennest). Darüber hinaus bietet die Stadt sowohl im Sommer (u. a. Wanderwege, Sommerrodelbahn, Kletterlabyrinth) als auch im Winter (u. a. Winterwanderwege, Skihang, Rodelhang) ein vielfältiges Angebot für Touristen. Diese Bedeutung wird auch gem. Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge anerkannt, indem Altenberg die besondere Gemeindefunktion „Fremdenverkehr“ bzw. „Tourismus“ zugewiesen wird. Außerdem übernimmt die Gemeinde die besondere Funktion „Sport“.¹²

In den Begründungen zu diesen besonderen Gemeindefunktionen heißt es, dass ...

„[...] Grundzentren eine deutlich herausgehobene Funktion gegenüber den anderen Aufgaben eines Grundzentrums hat. Durch G 1.4.2 LEP ist es den Regionen erlaubt, zusätzlich zu den Zentralen Orten Gemeinden mit besonderen Funktionen festzulegen, in denen in Bezug auf die jeweilige Funktion eine über den Eigenbedarf hinausgehende Entwicklung zulässig ist.“¹³

⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen, Stand: 31.12.2024

⁸ Quelle: Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge, 2. Gesamtfortschreibung, S. 21 und Karte 7 Nahbereiche der Zentralen Orte.

⁹ Alle Angaben jeweils in Straßenkilometern.

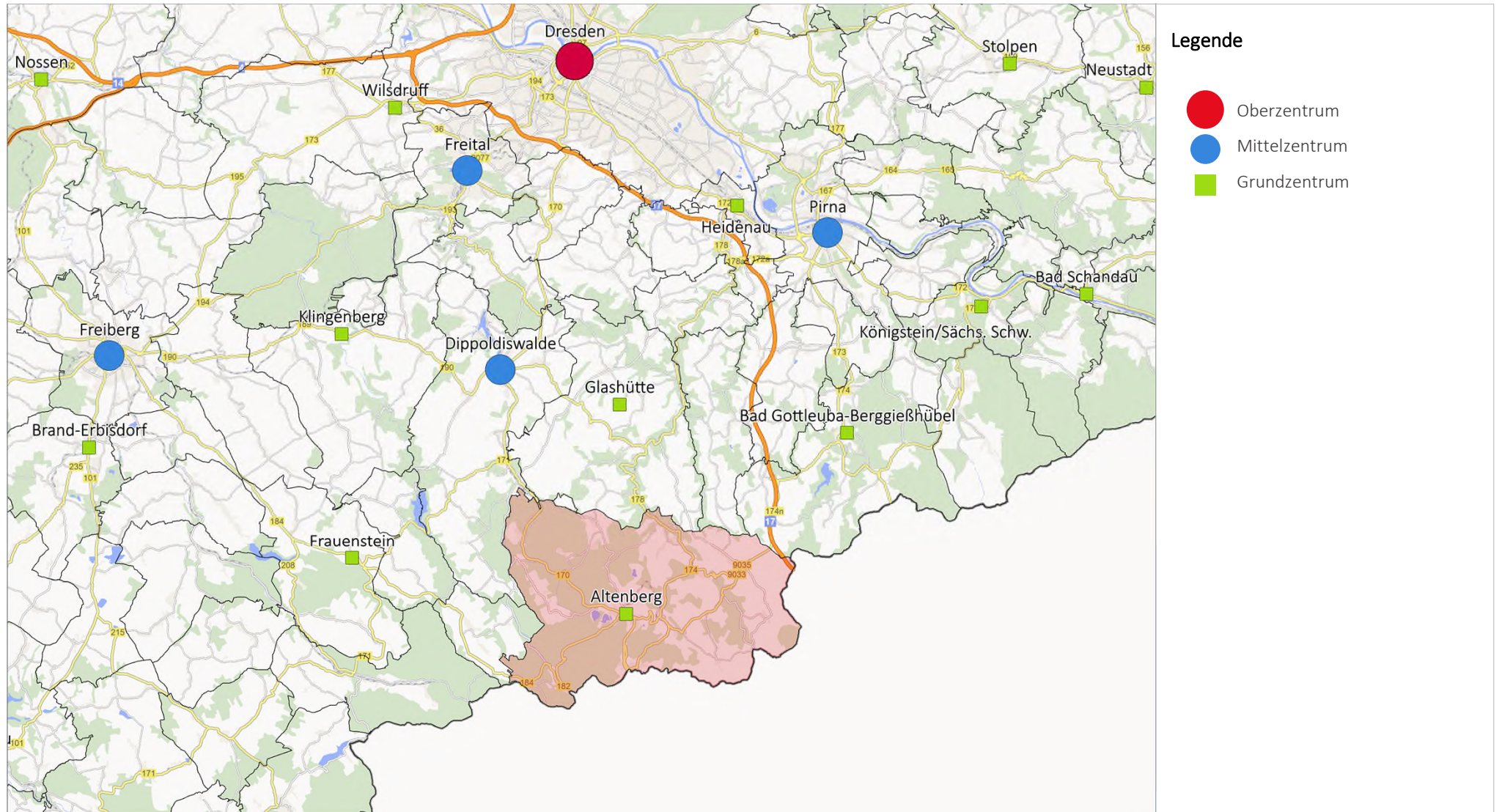
¹⁰ Quelle: Homepage der Stadt Altenberg, Stand: 31.12.2024, aufgerufen am: 23.06.2025.

¹¹ Quelle: 8. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für den Freistaat Sachsen, Variante 1.

¹² Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge, 2. Gesamtfortschreibung, Ziel Z. 1.2.3 und Z. 1.2.5.

¹³ vgl. Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge, 2. Gesamtfortschreibung, S. 23

Karte 2: Lage der Stadt Altenberg und zentralörtliche Funktion der Region



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

Zwar wird der Einzelhandel i. S. einer über den örtlichen Bedarf hinausgehenden Nachfrage nicht explizit benannt, allerdings ist auf das Ausgabenverhalten von Touristen hinzuweisen, die zusätzliche Nachfrage generieren (vgl. Kapitel III. 3).

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** Altenbergs für den Individualverkehr kann als gut eingestuft werden. Diese wird primär über die Bundesstraße B 170 (Grenzübergang Tschechische Republik – Dresden) gewährleistet, die durch das Stadtgebiet und mehrere Ortsteile verläuft. Die Autobahn A 17 (Prag – Autobahndreieck Dresden-West) kann nach ca. 18 km über die Anschlussstelle Bad Gottleuba erreicht werden. An den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) ist Altenberg über das Busnetz des RVD (Regionalverkehr Dresden) und innerhalb des VVO (Verkehrsverbund Oberelbe) mit mehreren Buslinien angebunden. Zudem besteht eine Regionalbahnverbindung nach Heidenau sowie z. T. an Wochenenden nach Dresden. Durch die Gebirgslage und die Weitläufigkeit des Stadtgebiets von Altenberg ergeben sich z. T. Erreichbarkeitsdefizite für die Ortsteile, was die Anbindung an die höherrangigen Zentren bzw. die Landeshauptstadt Dresden betrifft.

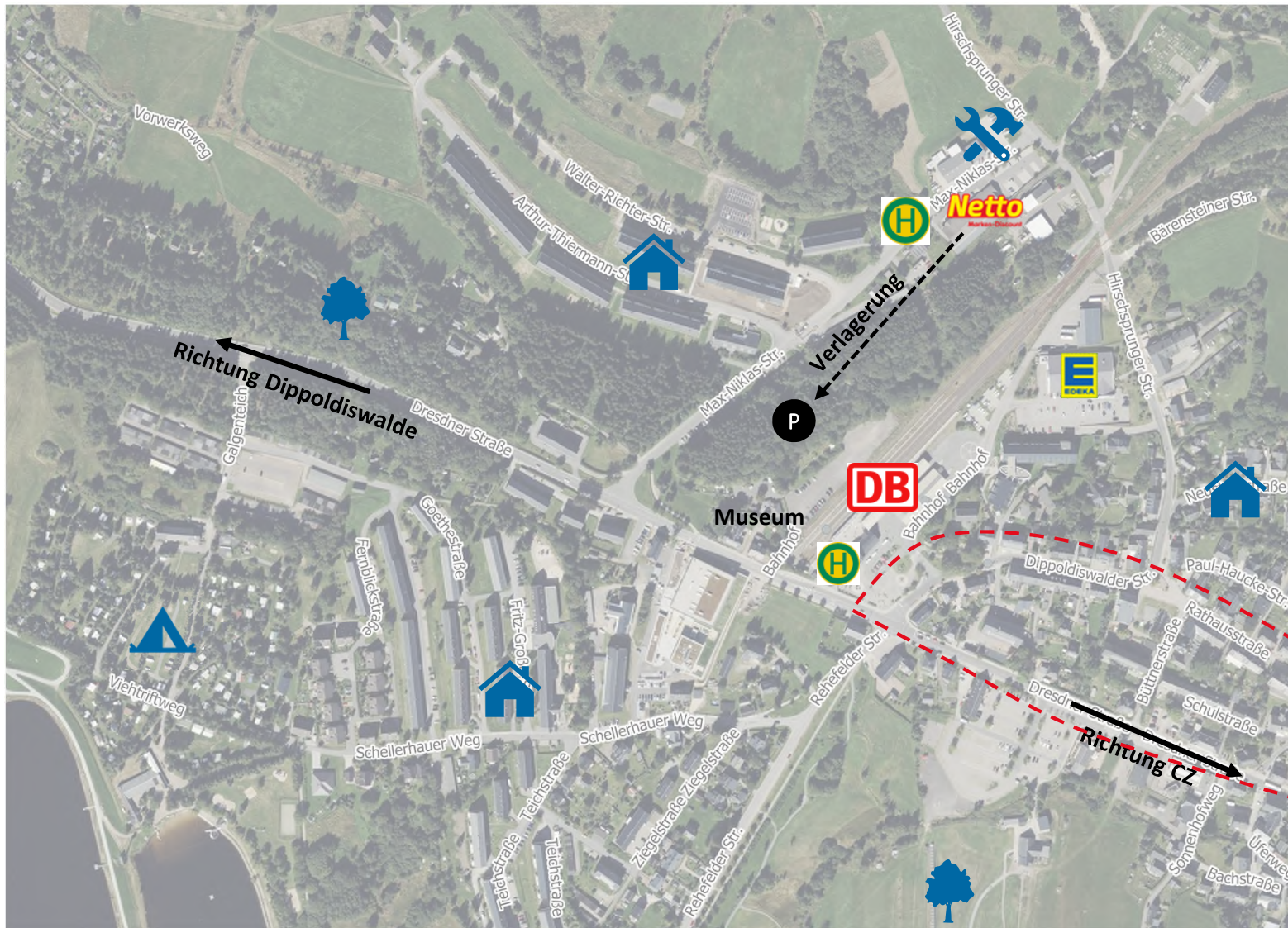
Der **Einzelhandelsbesatz** in Altenberg konzentriert sich v. a. auf die Kernstadt. Größte Anbieter sind hier der Edeka-Markt an der Hirschsprunger Straße und der zu verlagernde Netto-Markt (Max-Niklas-Straße) im nordwestlichen Bereich der Kernstadt. Ein weiterer Netto-Markt an der Zinnwalder Straße sowie ein Penny-Markt im Stadtteil Geising komplettieren das Angebot im Nahrungs- und Genussmittelbereich. In den weiteren Stadt- bzw. Ortsteilen bestehen lediglich rudimentäre Einzelhandelsangebote.

2. Mikrostandort Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße

Der **Standort für die geplanten Einzelhandelsnutzungen** (vgl. Karte 3) liegt zentral innerhalb der Kernstadt Altenberg im Kreuzungsbereich der Max-Niklas-Straße und Dresdner Straße (Bundesstraße B 170). Beide Straßen begrenzen das Planareal nach Nordwesten bzw. Süden. Weiterhin befinden sich einzelne Wohngebäude sowie das Museum „Historische Sammlung Altenberg“ südlich an der Dresdner Straße. Im Osten sind die Gleisanlagen des Altenberger Bahnhofs gelegen. Aktuell ist das Gelände z. T. mit Bäumen und Büschen bewachsen, mit Garagen bebaut bzw. wird als Parkplatz genutzt.

Das **Standortumfeld** ist durch Mischnutzungen geprägt, wobei Wohnfunktionen überwiegen. So befindet sich direkt südlich der Dresdner Straße ein größeres Wohngebiet in Richtung Schellerhauer Weg. Hier sind auch ein Gymnasium mit Sporthalle sowie ein Hotel vorhanden. Weitere verdichtete Siedlungsbereiche befinden sich westlich des Planstandortes im Bereich Arthur-Thiermann-Straße und Walter-Richter-Straße. Rund 250 m nördlich des Planstandortes Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße ist der zu verlagernde Netto-Markt verortet (Max-Niklas-Straße 4, im Kreuzungsbereich Hirschsprunger Straße). Östlich angrenzend an das Projektgrundstück liegt der Altenberger Bahnhof. Dieser bildet die Grenze zum Altenberger Stadtkern, wobei direkt östlich angrenzend an den Bahnhofsvorplatz u. a. die Tourist-Information und der Busbahnhof liegt sowie mit dem Geschäftsbesatz an der Dippoldiswalder Straße der **Stadtkern Altenberg** beginnt. Die Distanz von dem geplanten Eingang der Geschäfte am Planstandort bis zur Tourist-Information beträgt diesbezüglich nur rd. 100 – 150 m. Hier ist davon auszugehen, dass die **geplante Einzelhandelslage an der Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße den Stadtkern Altenberg funktional ergänzt** (vgl. Kapitel IV.3.1).

Karte 3: Lage des Planstandortes und Umfeldnutzungen



Legende

- Planstandort
- Grünfläche/ Park
- überwiegend Wohnbebauung
- überwiegend gewerbliche Nutzungen
- Campingplatz
- Bushaltestelle
- Bahnhof
- Stadtkern Altenberg

Quelle: Microsoft® Bing™ Maps; GMA-Bearbeitung 2025

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes wird primär über die Dresdner Straße (Bundesstraße B 170) hergestellt, die als wichtige Verkehrsachse den östlichen Erzgebirgsraum mit der Landeshauptstadt Dresden verbindet. Weiterhin verläuft sie auf tschechischem Staatsgebiet als Staatsstraße (Silnice) I/8 ins benachbarte Teplitz (Teplice). Durch die Nahlage zur Kreuzung Rehefelder Straße / Dippoldiswalder Straße (Staatsstraße S 182) ist der Standort auch aus den Ortsteilen Altenbergs gut zu erreichen. Die Kunden- und Lieferzufahrt zum Projektareal erfolgt wiederum über die Max-Niklas-Straße, ca. 100 m vom Kreuzungsbereich mit der Dresdner Straße entfernt. Eine weitere Zuwegung zu den geplanten Einzelhandelsbetrieben ist von der Dresdner Straße geplant, so dass ein direkter Zugang vom Bahnhof bzw. vom Stadtkern aus möglich ist.

Die **Anbindung des Planstandortes an den ÖPNV** ist durch die direkte Lage am Bahnhof Altenberg (Regionalbahnverbindung nach Heidenau) bzw. den benachbarten Busbahnhof (u. a. Verbindungen nach Dresden, Dippoldiswalde, Teplitz / Tschechische Republik) als sehr gut einzustufen. Straßenbegleitende Gehwege sichern weiträumig die **fußläufige Erreichbarkeit** aus den umliegenden Wohnbereichen. Die **fußläufige Anbindung** an den Bahnhof Altenberg bzw. den Bahnhofsvorplatz und damit der Hauptgeschäftslage des Stadtkerns Altenberg soll durch einen direkten Fußweg (ca. 100 – 150 m) hergestellt werden.

Insgesamt ist der Standort sowohl aus dem gesamten Kernstadtgebiet Altenberg als auch aus den Ortsteilen sowie aus Hermsdorf/Erzgeb. im Rahmen der örtlichen Verhältnisse zu Fuß / Fahrrad, per PKW und im ÖPNV als sehr gut einzustufen.



zu verlagernder Netto-Markt Max-Niklas-Straße



Projektstandort Max-Niklas-Straße/Dresdner Straße



Projektstandort Max-Niklas-Straße/Dresdner Straße



Wohnbebauung entlang der Dresdner Straße

GMA-Aufnahmen 2025

Für den Standort wird nach Realisierung des Planvorhabens eine **Nahversorgungsfunktion** mit einer unmittelbar fußläufigen Erreichbarkeit zu konstatieren sein. Diese Funktion ergibt sich aus der Ansiedlung der beiden als Nahversorger zu charakterisierenden Märkte Netto und des Drogeriefachmarktes und seiner Lage und Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten sowie der unmittelbaren Anbindung an den Stadtkern.

Siedlungsstrukturell handelt es sich bei dem Planstandort zweifelsfrei um einen integrierten Standort, da er für die verdichteten Wohngebiete südlich und nordwestlich des Standortes

fußläufige Nahversorgungsfunktion übernehmen kann. Zudem verfügt er noch über einen direkten Lagebezug zum Stadtkern Altenberg und ergänzt diesen funktional. Der Standort kann aufgrund der beschriebenen Einbindung in das Siedlungsgefüge und der angrenzenden Wohnräume eine Nahversorgungsfunktion für die dort lebende Bevölkerung übernehmen. Er ist an das Fußwege- und ÖPNV-Netz angebunden und somit auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen im Rahmen der örtlichen Gegebenheiten erreichbar. Darüber hinaus ist der Standort an der Max-Niklas-Straße durch die Anbindung an die Dresdner Straße verkehrlich günstig aus den umliegenden Stadt- und Ortsteilen von Altenberg zu erreichen und verfügt zudem über einen ÖPNV-Anschluss. In Anbetracht der Siedlungsstrukturen in Altenberg und der Lage des Planstandortes in **Anbindung an den Stadtkern Altenberg** kann eine **städtebaulich integrierte Lage** festgestellt werden.

III. Nachfragesituation

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als **Einzugsgebiet** wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Planstandort zu erwarten sind. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Einzugsgebiets wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung **folgende Kriterien** herangezogen:

- /// **Projektkonzeption** (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit des Betreibers usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// **Erreichbarkeit** des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// **projektrelevante Wettbewerbssituation** im Untersuchungsraum (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungsstarker Lebensmittelmärkte)
- /// **Filialnetz** des Betreibers
- /// **Anziehungskraft** des Makrostandorts Altenberg (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung, usw.)
- /// **Zeit- / Distanzwerte** des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).¹⁴

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich das **Einzugsgebiet** des Vorhabens wie in Karte 4 dargestellt abgrenzen.

Insgesamt wird das **betriebliche Einzugsgebiet** wie folgt definiert:

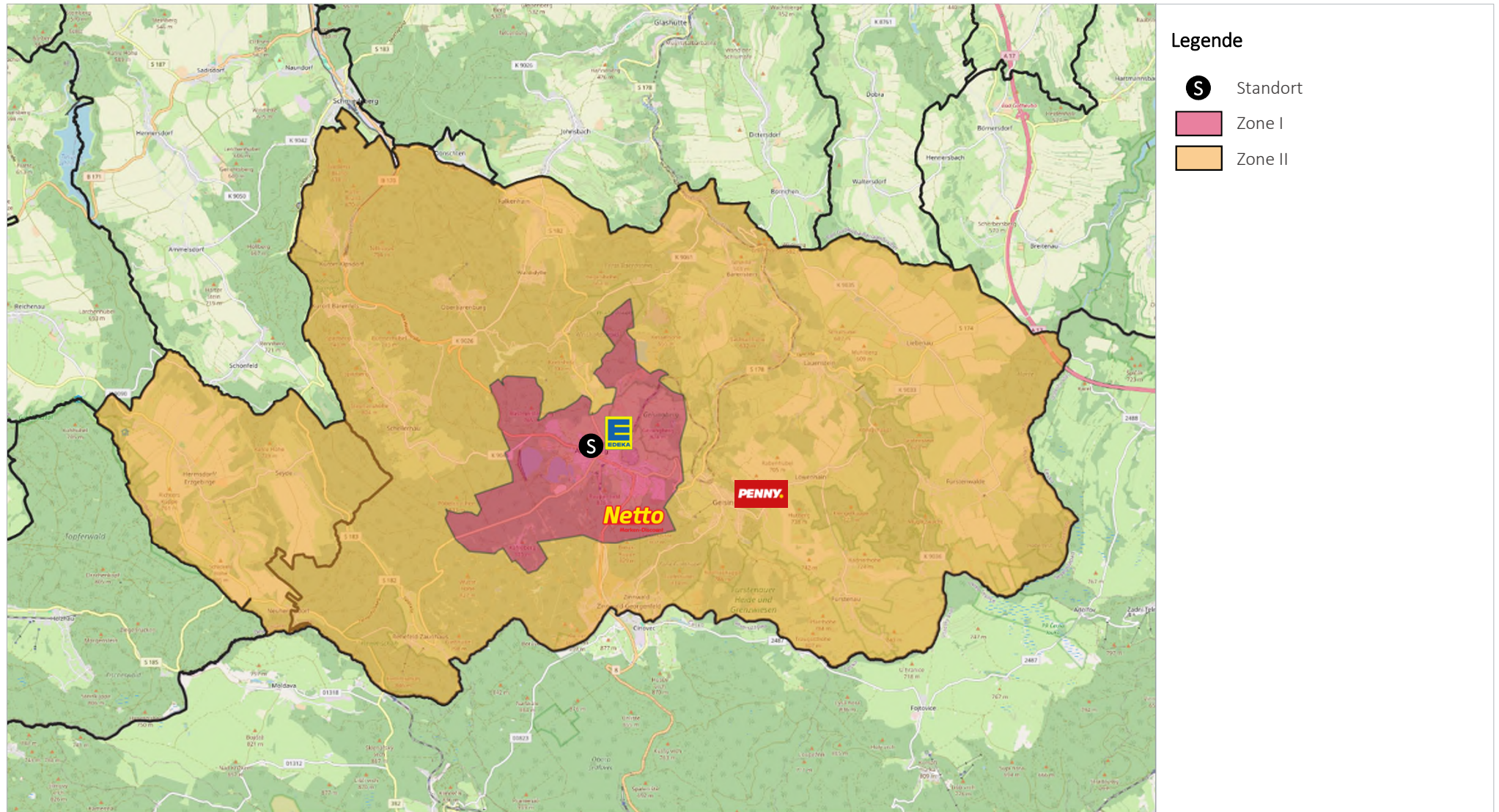
- /// Zone I: Altenberg (Kernstadt) ca. 1.942 Einwohner¹⁵
- /// Zone II: Altenberg (übrige Ortsteile), Hermsdorf/Erzgeb. ca. 6.245 Einwohner¹⁶
- /// **Zone I – II gesamt: ca. 8.187 Einwohner.**

¹⁴ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

¹⁵ Quelle: Homepage der Stadt Altenberg, Stand: 31.12.2024, aufgerufen am: 23.06.2025.

¹⁶ Quelle: Homepage der Stadt Altenberg, Stand: 31.12.2024, aufgerufen am: 23.06.2020 sowie für Hermsdorf/Erzgeb. Statistisches Landesamt Sachsen, Stand 31.12.2024.

Karte 4: Einzugsgebiet und Lage der Hauptwettbewerber im Einzugsgebiet



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. 8.187 Einwohner, davon ca. 1.942 Einwohner bzw. ca. 24 % im Kerneinzugsgebiet (Zone I). Das erweiterte Einzugsgebiet in Zone II umfasst ein Bevölkerungspotenzial von ca. 6.245 Einwohnern (ca. 76 %).

Das **Kerneinzugsgebiet** (Zone I) umfasst zunächst die Kernstadt Altenberg selbst, da der Planstandort eine zentrale Ortslage sowie die Nähe zum Bahnhof aufweist. Hier ist eine gute Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Fahrrad sowie mit dem PKW über die Bundesstraße B 170 gegeben.

Die weiteren Stadtteile von Altenberg sowie die Gemeinde Hermsdorf/Erzgeb. sind aufgrund der Ausstrahlungskraft der Einzelhandelsagglomeration noch dem **erweiterten Einzugsgebiet (Zone II)** zuzurechnen. Dieses erstreckt sich auf die Ortsteile rund um die Kernstadt Altenberg sowie bis Hermsdorf/Erzgeb. östlich von Altenberg. Im Süden reicht das Einzugsgebiet bis an die Grenze zur Tschechischen Republik. Die zu erwartenden Kaufkraftabschöpfungen aus Zone II des betrieblichen Einzugsgebietes sind unter Berücksichtigung des vorhandenen regionalen Wettbewerbs sowie der Fahrdistanzen bereits etwas geringer einzuschätzen. Das Einzugsgebiet entspricht damit dem grundzentralen Verflechtungsbereich (=Altenberg sowie Hermsdorf/Erzgeb.).

Das geplante Vorhaben würde nach Umsetzung den bedeutendsten Einzelhandelsstandort in Altenberg darstellen, welcher maßgeblich die grundzentrale Versorgungsfunktion stärken würde, zumal die nächstliegenden strukturprägenden Anbieter in den projektrelevanten Sortimenten erst in den umliegenden Mittelzentren verortet sind und hier Erreichbarkeitsdefizite bestehen.

Ein weiteres Ausgreifen des regelmäßigen Einzugsgebietes ist dagegen nicht zu erwarten, was auf die Gebirgs- und Grenzlage von Altenberg sowie der Lage weiterer starker Wettbewerbsstandorte, v. a. im Erzgebirgsvorland und im Elbtal zurückzuführen ist (u. a. Freiberg, Dippoldiswalde, Freital, Pirna und Dresden). Allerdings ist auch ein anteiliges Einzugsgebiet in der Tschechischen Republik zu unterstellen. Dieses wird im Rahmen von Streuumsätzen berücksichtigt.

2. Projektrelevantes Kaufkraftvolumen

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Berechnungen beträgt die ländereinzelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben pro Kopf der Wohnbevölkerung aktuell ca. **6.864 €** pro Jahr.¹⁷ Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel ca. **2.930 €** und auf Nichtlebensmittel ca. **3.934 €**.

Für die nachfolgende Kaufkraftberechnung sind die Verbrauchsausgaben auf die projektrelevanten Sortimente der anzusiedelnden Fachmärkte abzustimmen. Demnach betragen die Pro-Kopf-Ausgaben aktuell

¹⁷ Ohne Kaufkraftanteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

- /// Nahrungs- und Genussmittel: ca. 2.930 €¹⁸
- /// Drogeriemarktsortiment: ca. 466 €¹⁹
- /// Bekleidung / Wäsche: ca. 555 €.²⁰

Mit Bezug auf den geplanten bzw. zu prüfenden **Nonfood-Discounter** wird keine gesonderte Pro-Kopf-Kaufkraft ausgewiesen, da sich die angebotenen Waren auf eine Vielzahl an Warengruppen verteilen (vgl. Anhang, Kapitel 4). Im Folgenden wird daher auch keine gesonderte Kaufkraftberechnung angestellt.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das **lokale Kaufkraftniveau**²¹ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Altenberg bei 88,8 und in Hermsdorf bei 96,5 und damit jeweils auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Bundesdurchschnitt = 100,0). Für das Einzugsgebiet beläuft sich das **Kaufkraftpotenzial** für die untersuchungsrelevanten Sortimente wie in Tabelle 2 dargestellt.

Tabelle 2: Untersuchungsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Sortimente	Zone I	Zone II	Gesamt
	Kaufkraft in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	5,1	16,4	21,5
Drogeriemarktsortiment	0,8	2,6	3,4
Bekleidung / Wäsche	1,0	3,1	4,1

Quelle: Kaufkraft: MB Research 2024, GMA-Berechnung 2025, Rundungsdifferenzen möglich

Durch die Lage des Planstandortes an der Bundesstraße B 170 ist darüber hinaus von Kundenzuführungseffekten von außerhalb des Einzugsgebietes auszugehen. Zudem bestehen auch durch Besucher der **Tourismusdestination Altenberg** sowie **Kunden aus der benachbarten tschechischen Republik** erhebliche Kaufkraftzuflüsse (vgl. Kapitel III. 3).

¹⁸ Ohne Randsortimente (Nonfood I und II), wie z. B. Drogeriewaren, Haushaltswaren, Tiernahrung.

¹⁹ Enthalten sind sämtliche Pro-Kopf-Ausgaben, die auf den Betriebstyp Drogeriefachmarkt entfallen. Hinzu kommen noch betreiberspezifische Aufschläge für besondere Sortimentsausprägungen (z. B. Spielwaren, Kinderbekleidung).

²⁰ Ohne Schuhe/ Lederwaren.

²¹ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

IV. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung des Vorhabens ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation in Altenberg bzw. im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden prüfungsrelevanten städtebaulichen Auswirkungen ermitteln.

Die Einzelhandelssituation im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum wurde von der GMA im März 2020 durch eine aktuelle Vor-Ort-Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe untersucht. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die auch durch die Betriebe des Planvorhabens geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder – ähnliche Betriebe als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

1. Projektrelevanter Einzelhandel im Einzugsgebiet (Zone I - II)

Im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** sind neben dem zu verlagernden Netto-Markt (Max-Niklas-Straße 4) folgende drei Hauptwettbewerber zu nennen:

- (1) **Edeka**, Hirschsprunger Straße, Altenberg
- (2) **Netto**, Zinnwalder Straße, Altenberg
- (3) **Penny**, Bahnhofplatz, Altenberg, Stadtteil Geising.

Das Angebot wird durch kleinere Betriebe, v. a. aus dem Lebensmittelhandwerk, abgerundet.

Im Sortimentsbereich **Drogeriewaren** gibt es lediglich im Stadtteil Geising²² ein kleineres Fachgeschäft (Drogerie Krusche), das z. T. noch Teilsortimente wie Reformwaren anbietet. Zudem wird das Sortiment in den Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet als Randsortiment angeboten. Ein spezialisierter Drogeriefachmarkt ist dagegen bereits seit der Schlecker-Pleite 2012 nicht mehr in der Stadt ansässig. Somit besteht im Drogeriewarensegment derzeit ein Angebotsdefizit, was dazu führt, dass der Altenberger Einzelhandel hier keine adäquate Grundversorgung gewährleisten kann.

Das **Bekleidungssegment** umfasst nur wenige Fachgeschäfte im Einzugsgebiet, wobei es sich bei den verbleibenden Betrieben²³ um Sportfachgeschäfte handelt. Die Anbieter sind kleinteilig aufgestellt und bieten nur ein ausschnittsweises und spezialisiertes Angebot an. Magnetbetriebe bzw. Systemwettbewerber zu einem Textilfachmarkt existieren derzeit nicht.

Derzeit sind keine **größeren filialisierten Nonfood-Discounter** (z. B. Tedi, MäcGeiz, Pfennigpfeiffer, Action) in Altenberg ansässig. Aufgrund der Vielzahl der angebotenen Warengruppen dieses Betriebstyps (vgl. Anhang, Kapitel 4) kann in gewisser Weise nahezu jeder Einzelhandelsbetrieb in sehr geringem Maße als Wettbewerber gelten. Daher tritt ein derartiger Anbieter aufgrund seiner Sortimentsstruktur mit zahlreichen Betrieben aus dem Nichtlebensmittel-sektor im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum in den Wettbewerb, wobei aber jeweils nur partiell Überschneidungen beim Angebot auftreten. Relevante Anbieter, die als

²² Die Bergdrogerie Richter an der Dippoldiswalder Straße hat mittlerweile ihren Standort aufgegeben. Hier befindet sich jetzt ein Sanitätshaus.

²³ Das Bekleidungsgeschäft Thräne im Stadtkern Altenberg ist mittlerweile geschlossen.

Hauptwettbewerber für das Planvorhaben gelten können, sind erst außerhalb des Einzugsgebietes in den größeren zentralen Orten ansässig (vgl. Kapitel IV., 2.). Als ähnlich strukturierter Betrieb ist aktuell der Anbieter „Ihre Preisbombe“ an der Zinnwalder Straße zu nennen, der diverse Einzelsortimente führt. Daneben sind weitere Betriebe von kleinteiligen Anbietern mit Sortimentsparallelen u. a. bei Hausrat / Haushaltswaren und Büroartikel im Einzugsgebiet verortet. In Altenberg sind mehrere Läden für Erzgebirgische Holzkunst ansässig, die v. a. Touristen als Zielgruppe ansprechen. Haushaltswaren werden zudem in geringem Umfang auch in Lebensmittelmärkten als Randsortimente angeboten. Im Bereich Heimtextilien sind keine Wettbewerber vorhanden.

Zusammengefasst trifft das Vorhaben im Einzugsgebiet lediglich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auf einen moderaten Wettbewerb mit insg. drei Lebensmittelmärkten. In den Bereich Drogeriewaren und Textilien kann die Ausstattung als wenig ausgeprägt bzw. nicht einem Grundzentrum angemessen eingestuft werden. Im Bereich Sonderposten ist ein größerer Wettbewerber (Preisbombe) im Einzugsgebiet vorhanden.

2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum

Neben den Betrieben im unmittelbaren Einzugsgebiet gehen auch noch **wettbewerbliche Wirkungen von den Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum** aus. Der Untersuchungsraum definiert sich aufgrund der wettbewerblichen Interdependenzen, welche v. a. mit Betrieben zu sehen sind, deren Einzugsgebiete sich mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens überschneiden. So ist zu konstatieren, dass aufgrund der örtlichen siedlungsstrukturellen Situation in Altenberg und Hermsdorf/Erzgeb., der Gebirgslage mit entsprechender Straßeninfrastruktur, der Grenzlage zur Tschechischen Republik, der derzeitigen Angebotschwäche des Altenberger Einzelhandels im periodischen Bedarfsbereich und der Ausstrahlungskraft leistungsfähiger regionaler Versorgungsstandorte (u. a. Dippoldiswalde, Freital, Freiberg, Dresden) Kunden- bzw. Kaufkraftabflüsse an Einzelhandelsstandorte außerhalb Altenbergs zu verzeichnen sind. Mit der Entwicklung der Nahversorgungslage „Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße“ ist davon auszugehen, dass Kunden aus Altenberg, die derzeit nach außerhalb von Altenberg zum Einkaufen fahren, zukünftig wohnortnah gebunden werden können. Damit sind auch Wettbewerbsstandorte außerhalb von Altenberg von Umsatzumverteilungseffekten betroffen.

Die vier Märkte mit ihren unterschiedlichen Sortimenten, die am Standort Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße geplant sind, weisen aufgrund ihrer jeweiligen Wettbewerbssituation und Bedarfsfristigkeit (kurz- oder mittelfristig) **verschiedene Untersuchungsräume** auf, die im Folgenden aufgezeigt werden.

Für den Netto-Markt konnten aufgrund der räumlichen Nähe und der Erreichbarkeit die Städte **Dippoldiswalde** und **Glashütte** identifiziert werden, die im Weiteren als engerer Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes definiert werden. Somit begrenzen diese zwei Standorte den Untersuchungsraum in nördlicher Richtung. **Eine weitere Ausdehnung darüber hinaus ist nicht anzunehmen.** Durch die direkte Grenzlage zur Tschechischen Republik kann

auch das **Angebot in Teplitz**²⁴ zum regionalen Wettbewerb gezählt werden. Folgende Märkte sind als Wettbewerber (worst-case-Ansatz: nur in Deutschland) zu nennen:

Dippoldiswalde

- /// Edeka, Supermarkt, Alte Altenberger Straße
- /// Kaufland, großer Supermarkt, Industriering
- /// Lidl, Discounter, Am Firstenweg
- /// Aldi, Discounter, Gewerbering
- /// Netto, Discounter, Altenberger Straße (OT Schmiedeberg)
- /// Penny, Discounter, Marktgasse (OT Schmiedeberg)
- /// Rewe, Supermarkt, Planberg²⁵
- /// Diska, Discounter, Rabenauer Straße

Glashütte²⁶

- /// Netto, Discounter, Müglitztalstraße

Für die drei weiteren geplanten Fachmärkte (Drogerie- und Textilfachmarkt, Nonfood-Discounter) konnten aufgrund der nur schwach ausgeprägten Angebotssituation im Einzugsgebiet neben **Dippoldiswalde** und **Glashütte** auch die **Standorte Freiberg, Freital, Pirna, Heidenau, Bannewitz und Dresden** als Wettbewerbsstandorte identifiziert werden, die als weiterer Untersuchungsraum einzustufen sind. Da es dem Altenberger Einzelhandel nur bedingt gelingt, die Grundversorgung der Stadt zu sichern und die Kaufkraft in der Stadt zu halten, erfolgt die Bedarfsdeckung in den Sortimenten Drogerie und Textil zu großen Teilen an leistungsfähigen Standorten außerhalb des Einzugsgebietes in den o. g. Städten. Hier ist auf den umfangreichen Wettbewerb im untersuchungsrelevanten Einzelhandel hinzuweisen. So verfügen die genannten Städte i. d. R. über ausdifferenzierte Angebotsstrukturen im Bereich der Drogerie- und Textilmärkte sowie der Nonfood-Discounter. Hierbei sind nicht nur die jeweiligen Fachmarktkonzepte zu nennen, sondern auch SB-Warenhäuser/große Supermärkte, die derartige Teilsortimente in größerem Umfang anbieten.

Für den **geplanten Drogeriefachmarkt** können u. a. folgende Märkte als Wettbewerber im weiteren Untersuchungsraum genannt werden:

- /// Rossmann, Am Firstenweg, Dippoldiswalde
- /// Rossmann, Bahnhofstraße, Heidenau
- /// dm, Gabelsberger Straße, Heidenau
- /// Rossmann, Hospitalstraße, Pirna

²⁴ Entfernung von der Altenberger Stadtgrenze bzw. Staatsgrenze ins Teplitzer Zentrum ca. 16 km.

²⁵ Das Objekt befindet sich derzeit im Neubau. Die geplante Verkaufsfläche beträgt rd. 1.600 m². Die Eröffnung ist für das 2. Quartal 2026 geplant.

²⁶ Sowohl der Penny-Discounter als auch der Edeka-Supermarkt wurden mittlerweile geschlossen. Aktuell bestehen lediglich für den ehemaligen Edeka-Markt Überlegungen hinsichtlich einer möglichen Nachnutzung durch einen Diska-Markt. Konkrete Planungen liegen hierzu jedoch noch nicht vor.

- /// Müller, Dohnaer Straße, Dresden (im Kaufpark Nickern)
- /// Rossmann, An der Spinnerei, Freital (im Weißeritz Park)
- /// Müller, Häuersteig, Freiberg
- /// Rossmann, Am Bahnhof, Freiberg
- /// dm, Friedeburger Straße, Freiberg

Diese Drogeriefachmärkte sowie die großen Supermärkte/SB-Warenhäuser²⁷ im Untersuchungsraum zählen – wenn auch nur jeweils schwach ausgeprägt – u. a. auch Altenberg zu ihrem Einzugsgebiet. Sie bewerben auch die Bewohner in Altenberg und ziehen demnach Kaufkraft dieses Segments aus dem Einzugsgebiet ab.

Für den projektierten **Textilfachmarkt** können u. a. folgende filialisierte Textilfachmärkte als Wettbewerber im Untersuchungsraum genannt werden:

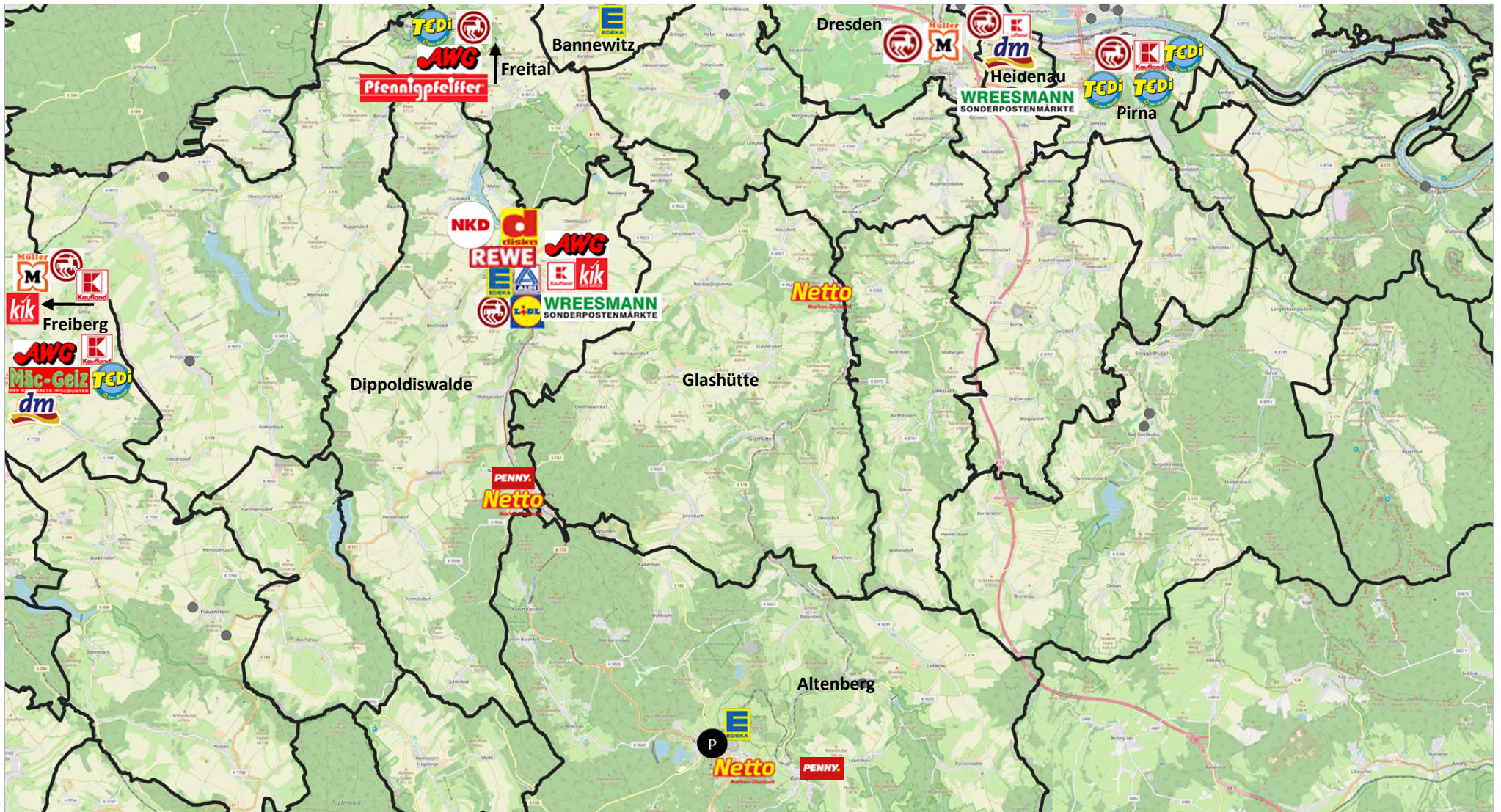
- /// AWG, Industriering, Dippoldiswalde
- /// NKD, Gartenstraße, Dippoldiswalde
- /// Kik, Am Bauzentrum, Dippoldiswalde
- /// AWG, An der Spinnerei, Freital (im Weißeritz Park)
- /// AWG, Häuersteig, Freiberg
- /// Kik, Friedeburger Straße, Freiberg

Da der geplante **Nonfood-Discounter** zahlreiche Sortimente anbietet, steht er darüber hinaus mit einer Vielzahl von Betrieben im Wettbewerb, die Sortimentsüberschneidungen mit einem Nonfood-Discounter aufweisen. Exemplarisch sind hier der Pfennigpfeiffer und der Tedi-Markt in Freital, der Wreesmann Sonderpostenmarkt in Heidenau und Dippoldiswalde und der MäcGeiz- und Tedi-Markt in Freiberg, sowie mehrere Tedi-Märkte in Pirna anzuführen. Ebenfalls sind die großen Supermärkte/SB-Warenhäuser in Bannewitz und Heidenau mit ihren zahlreichen Teilsortimenten wie z. B. Haushaltswaren/Hausrat zu nennen.

In Karte 5 sind daher auch die identifizierten strukturprägenden Hauptwettbewerber > 400 m² VK des Untersuchungsraums außerhalb des Einzugsgebietes dargestellt.

²⁷ Edeka Simmel in Bannewitz, Kaufland in Heidenau, Dresden-Nickern und zwei Mal in Freiberg.

Karte 5: Überblick Hauptwettbewerber im Untersuchungsraum (Auswahl)



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

3. Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes ist zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) in der Standortgemeinde bzw. ggf. in den umliegenden Städten und Gemeinden auftreten. Insofern ist zunächst zu ermitteln, ob zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet vorliegen. Auch die nächstgelegenen zentralen **Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum** des Vorhabens sind hierbei zu berücksichtigen und zu bewerten, da hier erwartungsgemäß die deutlichsten Auswirkungen durch das Planvorhaben anzunehmen sind.

3.1 Altenberg – „Stadtkern Altenberg“

Die Stadt Altenberg verfügt derzeit nicht über ein Einzelhandelskonzept. Daher ist bei der Identifikation möglicher zentraler Versorgungsbereiche auf die konkrete tatsächliche Situation vor Ort abzustellen. Anhand der Vor-Ort-Begehung durch die GMA im Juni 2025 konnte der Standortbereich Stadtkern Altenberg als Hauptgeschäftslage der Stadt identifiziert werden (vgl. Karte 3).

Dieser erstreckt sich vom Rathaus entlang der Rathausstraße und der Dippoldiswalder Straße bis zum Bahnhofvorplatz. Die südlich der Rathausstraße parallel verlaufende Dresdner Straße (B 170), an welcher u. a. eine Tankstelle, ein Sportgeschäft und eine Konditorei mit Café verortet sind, kann ebenfalls dem Stadtkern zugeordnet werden. Entlang der Rathausstraße sind ein kleinteiliger Geschäftsbesatz u. a. mit Bäckerei, Apotheke, und Schreibwarenhandel sowie ergänzende Dienstleistungen anzufinden. Am südöstlichen Ende des Stadtkerns befinden sich am Platz des Bergmanns das Rathaus und ein großer öffentlicher Parkplatz. Auch ein Sportbekleidungsgeschäft ist hier vorhanden. Da im südlichen Bereich die Bundesstraße B 170 innerhalb des Stadtkerns verläuft, kann zumindest in diesem Bereich von eingeschränkter Aufenthaltsqualität gesprochen werden. Aufgrund der touristischen Bedeutung der Stadt sind auch mehrere Geschäfte für Erzgebirgische Holzkunst vorhanden. Insgesamt ist aus Einzelhandelsicht nur eine eingeschränkte, auf einzelne Sortimente bezogene Versorgungsfunktion zu konstatieren. Die Funktion als Geschäftszentrum übernimmt der Stadtkern Altenberg vielmehr durch seine multifunktionale Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen (u. a. Sparkassenfiliale, Reisebüro, Post), Gastronomie, Arztpraxen, Gesundheitsangeboten (u. a. Logopädie) und Verwaltungseinrichtungen. **Eine Anerkennung als faktischer zentraler Versorgungsbereich ist daher nur bedingt vertretbar.** Eine auffällige Tendenz zu vermehrten Leerständen ist nicht festzustellen. Somit bleibt insgesamt eine stabile Struktur des durch kleinteilige Fachhandels- und Komplementäranbieterstrukturen geprägten Stadtkerns Altenberg zu konstatieren, der auch vom Tourismus profitiert.

Eine Versorgungsbedeutung im kurzfristigen Bedarf über den Nahbereich hinaus kann der Stadtkern durch das Fehlen eines Lebensmittelmarktes zunächst nicht übernehmen. So ist der Edeka-Markt in der Hirschsprunger Straße ca. 100 – 150 m nördlich außerhalb des Stadtkerns gelegen, wobei der räumlich-funktionelle Zusammenhang mit der beschriebenen Hauptgeschäftslage an der Rathausstraße / Dippoldiswalder Straße – u. a. wegen fehlender fußläufiger Kundenaustauschbeziehungen – nicht unmittelbar zu sehen ist. Vielmehr besteht hier eine Lücke im Hinblick auf den Einzelhandels- und Komplementärbesatz an der Hirschsprunger Straße (Hs. Nr. 3 – 9).²⁸ So beträgt die Distanz, die zu Fuß zwischen Edeka und dem Stadtkern Altenberg zu überbrücken ist, rd. 100 – 150 m. Somit liegt der Edeka-Markt zwar außerhalb

²⁸ So weisen die zwischen Edeka und Friseur Haar Petzold (Hirschsprunger Straße Nr. 2) (=Ende Geschäftsbesatz des Stadtkerns) gelegenen Wohngebäude keine Ladenlokale auf.

des Stadtkerns, kann diesen aber funktional ergänzen.²⁹ Angebotsüberschneidungen mit dem Projektvorhaben sind bei Bekleidung, Lebensmitteln und Drogeriewaren vorhanden, wobei die Fachgeschäfte des Stadtkerns nur eingeschränkt als Wettbewerber für die geplanten Fachmärkte an der Max-Niklas-Straße gelten.

3.2 Dippoldiswalde – Zentraler Versorgungsbereich „historische Altstadt“

Dippoldiswalde verfügt derzeit nicht über ein Einzelhandelskonzept. Als faktischer **zentraler Versorgungsbereich** können jedoch Teile der **historischen Altstadt** definiert werden. In diesem Bereich besteht in unterschiedlicher Nutzungsdichte ein breiter Mix von Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und öffentlichen Einrichtungen. Auf Basis der Standortbegehung im Juni 2025 kann anhand der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse nach fachgutachterlicher Einschätzung der zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt Dippoldiswalde“ wie folgt abgegrenzt werden:

Im Norden stellt der Verlauf der Technikumallee, des Niedertorplatzes sowie der Brauhoferstraße den Abschluss des zentralen Versorgungsbereiches dar. Im Osten verläuft die Grenze dem Verschwenken der Brauhoferstraße folgend nach Süden bis zum Obertorplatz, wo sich ebenfalls mehrere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe befinden. Vom Obertorplatz nach Süden umfasst der zentrale Versorgungsbereich auch noch den als innerstädtische Ergänzungslage zu charakterisierenden Standortbereich mit Rewe³⁰ am Planberg. In diesem Bereich liegt auch der Busbahnhof in Dippoldiswalde. Hier stellt der südliche Randbereich der Straße Am Busbahnhof die Grenze dar. Nach Westen verlaufend bis etwa auf Höhe der Straße Pfortenberg und weiter südlich entlang der Bahnhofstraße erstreckt sich der faktische zentrale Versorgungsbereich über die Rote Weißeritz bis auf den Bereich südlich des Flusses. In etwa auf Höhe des Freiburger Platzes bzw. der Freiburger Straße und des Gerberplatzes können auch noch die hier verorteten Einzelhandelsbetriebe dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden. Die südwestliche Grenze des zentralen Versorgungsbereichs verläuft westlich der Bahnhofstraße bis zur Dr.-Friedrichs-Straße und umfasst hier noch den Bereich der Post und verschwenkt dann nach Osten zurück zum historischen Altstadtbereich. Innerhalb des skizzierten zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Dippoldiswalde“ stellt der Bereich rund um den Markt die Hauptgeschäftslage dar. Hier besteht die höchste Nutzungsdichte im Bereich Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie. Zudem befinden sich hier auch das Rathaus sowie der Marktplatz, der ebenfalls in Form des Wochenmarktes einzelhändlerisch genutzt wird. Als Nebenlagen, die jedoch eine geringere Nutzungsdichte aufweisen, sind die Herrengasse, die vom Kirchplatz nach Osten abzweigt, sowie die Achse Kirchplatz und Bahnhofstraße zu charakterisieren. Wie bereits erwähnt, ist zudem als Ergänzungslage noch der Standort am Planberg mit Rewe der Innenstadt zuzuordnen.

Als wesentliche Magnetbetriebe sind im Innenstadtbereich neben den zahlreichen kleineren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben v. a. Rewe (Planberg) sowie NKD (Gartenstraße)

²⁹ Diese Konstellation ist auch für die geplante Einzelhandelslage Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße zu konstatieren: So beträgt die Distanz von den Eingängen der geplanten Einzelhandelsbetriebe bis zur Touristin-formation / Bahnhofsvorplatz ebenfalls rd. 100 – 150 m. **Entsprechend erlangt die Einzelhandelslage Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße die gleiche Bedeutung wie der Edeka-Markt an der Hirschsprunger Straße.** Weiterhin sind **innerhalb des Stadtkerns Altenberg keine geeigneten Potenzialflächen** für die Ansiedlung von größeren Fachmärkten vorhanden. Der Projektstandort stellt hier nach gutachterlicher Einschätzung den bestmöglichen Standort dar.

³⁰ Derzeit im Bau, Eröffnung des Neubaus ist 2026 geplant.

zu nennen. Aus dem Bereich Lebensmitteleinzelhandel ist Rewe mit Abstand der größte Anbieter³¹. Ferner ist auf ein kleines Lebensmittelgeschäft am Markt (Frischemarkt) hinzuweisen. Diese größeren Betriebe werden von mehreren Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischereien) ergänzt. Anlässlich der Standortbegehung konnten auch mehrere Ladenleerstände im Innenstadtbereich festgestellt werden. Somit ist zwar der unmittelbare Kernbereich um den Markt nicht in größerem Umfang von Leerständen betroffen, allerdings weisen die Nebenlagen bereits Tendenzen zu einer Vorschädigung auf.

3.3 Schmiedeberg – „Ortskernlage Schmiedeberg“

Ein weiterer zentraler Versorgungsbereich konnte in dem zu Dippoldiswalde gehörenden Ortsteil Schmiedeberg festgestellt werden. Dieser Bereich weist zwar bei Weitem nicht die Versorgungsbedeutung der Dippoldiswalder Innenstadt auf, kann jedoch aufgrund der vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe noch als zentraler Versorgungsbereich i. S. eines Nahversorgungszentrums definiert werden.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Altenberger Straße, welche die Hauptverkehrsachse innerhalb von Schmiedeberg markiert (B 170). Im Norden stellt die Marktgasse mit dem an der Altenberger Straße vorhandenen Bäckereibetrieb die Grenze dar. Im Süden endet der zentrale Versorgungsbereich in etwa auf Höhe der Kirche. Ebenfalls noch dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden kann ein kurzer Abschnitt der nach Westen abzweigenden Pöbeltalstraße in etwa bis auf Höhe der Bahnunterführung. Ein Geschäftsbesatz ist v. a. rund um den Schmiedeberger Markt, welcher mit dem Penny Lebensmitteldiscounter hier auch den größten Magnetbetrieb aufweist, sowie östlich der Altenberger Straße feststellbar. Insbesondere der Bereich um den Schmiedeberger Markt ist mit zwei Betrieben des Lebensmittelhandwerks, dem bereits genannten Penny Lebensmitteldiscounter sowie einer Sparkassenfiliale insgesamt als leistungsfähig zu betrachten. Aufenthaltsdefizite bestehen allerdings aufgrund der stark befahrenen Bundesstraße 170 entlang der Altenberger Straße. Insgesamt bleibt festzuhalten, dass es sich i. S. eines Nahversorgungszentrums um einen funktionierenden zentralen Versorgungsbereich handelt, wobei allerdings auch Ladenleerstände an der Altenberger Straße festzustellen sind, so dass insgesamt bereits leichte Tendenzen zu einer Vorschädigung bestehen.

3.4 Glashütte – „Ortskernlage Glashütte“

In Glashütte lässt sich ebenfalls eine Hauptgeschäftslage im Ortskern identifizieren. Diese umfasst die Hauptstraße, die Schillerstraße und den Markt. Innerhalb des ZVB sind u. a. Bäckereien, Lebensmittel- und Feinkostgeschäfte, ein Elektrogeschäft sowie zwei Hobby- und Bastelbedarfsläden anzufinden. Auch die für Glashütte typischen Uhrenfabriken sind mit Verkaufsstellen im ZVB präsent. Neben den Einzelhandelsnutzungen sind u. a. noch zwei Geldinstitute, ein Museum sowie ergänzende Paket-Stationen vorhanden. Die Aufenthaltsqualität ist aufgrund der Sitzgelegenheiten und Bepflanzungen als sehr gut einzustufen. Einzelne Leerstände sind entlang der Hauptstraße ersichtlich. Hinzukommt, dass sich innerhalb der Hauptgeschäftslage kein Magnetbetrieb befindet, somit kann nur bedingt von einer Funktionalität i. S. eines zentralen Versorgungsbereiches gesprochen werden.

³¹ Die zukünftige Verkaufsfläche beträgt rd. 1.600 m².

4. Zusammenfassung der Wettbewerbssituation

Zusammenfassend kann nur im **Lebensmittelbereich** eine solide Versorgungssituation im Einzugsgebiet konstatiert werden, wobei auch hier größere Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Altenberg bestehen. Dagegen fehlt im **Drogeriewaresegment** ein angemessenes Angebot, um die Grundversorgung über die Randsortimente in den Lebensmittelmärkten hinaus abzusichern. **Textilfachmärkte** sind derzeit nicht im Einzugsgebiet ansässig, so dass hier die Bedarfsdeckung größtenteils außerhalb von Altenberg erfolgt und die Kaufkraft an Standorte außerhalb des Einzugsgebietes abfließt. Im Bereich **Nonfood-Discounter** ist in Altenberg nach der Schließung der Pfennig Oase lediglich auf einen Anbieter mit diversen Teilsortimenten hinzuweisen. Der geplante Nonfood-Discounter weist darüber hinaus mit zahlreichen weiteren Betrieben Sortimentsüberschneidungen auf (u. a. Lebensmittelmärkte, Haushalts- und Schreibwarenläden), so dass an dieser Stelle auf eine gesonderte Flächen- und Umsatzausweisung verzichtet wird.

Außerhalb des Einzugsgebietes sind **im jeweiligen Untersuchungsraum** mehrere Lebensmittelmärkte, Drogeriefachmärkte, Textilfachmärkte sowie Nonfood-Discounter verortet. Hier sind die Städte Dippoldiswalde und Glashütte bzw. auch Freiberg, Freital, Pirna, Heidenau, Bannewitz und Dresden zu nennen. Diese begrenzen zum einen das betriebliche Einzugsgebiet des Planstandortes und weisen zum anderen partielle Einzugsgebietsüberschneidungen auf und sind daher von Wettbewerbseffekten betroffen. Derzeit profitieren diese Standorte von Kaufkraftzuflüssen aus der Stadt Altenberg. Mit der Umsetzung des Planvorhabens ist davon auszugehen, dass zukünftig ein Teil dieser bisher aus dem Einzugsgebiet abfließenden Kaufkraft wieder verbrauchernah gebunden und damit die Funktion des Grundzentrums Altenberg gestärkt werden kann.

Nachfolgende Tabelle stellt die **derzeitige Zentralität in den relevanten Sortimenten** innerhalb des Einzugsgebietes dar.³²

Tabelle 3: Derzeitige Zentralität im Einzugsgebiet

Sortiment	Kaufkraft im Einzugsgebiet in Mio. €	Umsatz im Einzugsgebiet in Mio. €	Kaufkraftbindung in %
Nahrungs- und Genussmittel	21,5	19,0	88
Drogeriewaren	3,4	1,2	35
Bekleidung, Wäsche	4,1	0,9	22

Umsatz von Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt; inkl. Umsätze des Netto-Bestandsmarktes, Max-Niklas-Straße / Hirschsprunger Straße; Umsatz ohne Umsätze mit Streukunden (u. a. Pendler, tschechische Kunden, Touristen)

GMA Berechnung 2025; ca.-Werte gerundet, Rundungsdifferenzen möglich

Hierbei wird deutlich, dass im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel die Bindungsquote mit rd. 88 % bereits relativ hoch ist und nur ca. 12 % der Kaufkraft abfließt. In den Sortimenten Drogeriewaren und Bekleidung / Wäsche kann jedoch nur eine Zentralitätsquote von 35 % bzw. 22 % konstatiert werden. Aufgrund des unzureichenden Angebotes kann hier ein Großteil der jeweiligen Kaufkraft nicht in Altenberg bzw. im Einzugsgebiet gehalten werden und fließt demnach an Standorte außerhalb des Einzugsgebietes ab. Dahingehend wird es dem Vorhaben absehbar gelingen, in erhöhtem Maße Kaufkraft innerhalb der Standortgemeinde zu binden, die aktuell an diverse Standorte außerhalb des Einzugsgebietes abfließt.

³² Aufgrund der zahlreichen und wechselnden Sortimente in einem Nonfood-Discounter wird hierfür keine gesonderte Kaufkraftbindung ausgewiesen.

V. Auswirkungsanalyse des Vorhabens

1. Umsatzprognose für das Planvorhaben

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das **Marktanteilkonzept** verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.³³ Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Neben der Berechnung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich anhand des Marktanteilkonzepts ebenfalls die perspektivische **Umsatzherkunft des Vorhabens** ableiten. Diese ergibt sich aus der Relation zwischen den in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebiets generierten Umsätzen und dem Gesamtumsatz des Vorhabens. Hingegen lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen zu. So gibt das Marktanteilkonzept keine Auskunft darüber, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und wie sich diese nach dem Markteintritt des Vorhabens neu verteilen werden.

Für die Einzelvorhaben der geplanten Märkte wurde von modernen marktüblichen Verkaufsflächen und Immobilienkonzepten ausgegangen, so dass die Einzelbetriebe jeweils zur Ausstrahlungskraft der gesamten Handelslage beitragen. **Agglomerationseffekte** wurden berücksichtigt. Folgende Umsatzprognose lässt sich für den verlagerten und erweiterten Netto-Markt sowie die Neuansiedlung eines Drogeriefachmarktes und eines Textilfachmarktes anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:³⁴

Tabelle 4: Umsatzprognose Netto-Lebensmittelmarkt mit ca. 1.190 m² VK

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	5,1	22 – 23	1,1	0,2	1,3	24
Zone II	16,4	18 – 19	3,1	0,4	3,5	66
Einzugsgebiet	21,5	19 – 20	4,2	0,6	4,8	90
Streuumsätze			0,4	0,1	0,5	10
Insgesamt			4,6	0,7	5,3	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter Netto 13 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

³³ In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

³⁴ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens. Die Höhe der Streuumsätze wurde bei allen Märkten mit ca. 10 % angesetzt bzw. aufgrund der TöB-Hinweise reduziert (vgl. Kapitel III. 3.).

Aktuell ist kein **Drogeriefachmarkt** in Altenberg ansässig. Daher ist von einem deutlichen Abfluss von Kaufkraft in die umliegenden Städte (u. a. Dippoldiswalde, Freiberg, Freital, Pirna und Dresden) auszugehen. Demnach kann ein neuer attraktiver Anbieter einen erheblichen Anteil der Kaufkraft in Altenberg binden und eine Lücke in der Nahversorgung schließen. Mit Blick auf die zentrale verkehrsgünstige Ortslage des Planstandortes in Altenberg dürfte ein hoher Marktanteil von ca. 62 – 63 % im gesamten Einzugsgebiet zu erzielen sein.

Tabelle 5: Umsatzprognose Drogeriefachmarkt mit 703 m² VK

Zonen	Kaufkraft Drogerie in Mio. €	Marktanteil Drogerie in %	Umsatz Drogerie in Mio. €	Umsatz Randsortimente in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	0,8	70	0,6	0,1	0,7	24
Zone II	2,5	60	1,5	0,4	1,9	65
Einzugsgebiet	3,3	62 – 63	2,1	0,5	2,6	89
Streuumsätze			0,2	0,1	0,3	11
Insgesamt			2,3	0,6	2,9	100

* Der Umsatzanteil mit Randsortimenten beträgt beim Betriebstyp Drogeriefachmarkt rd. 20 % und unterliegt betrieberspezifischen Besonderheiten. So bietet z. B. dm teilweise Baby- und Kleinkindbekleidung an wohingegen in Rossmann-Filialen teilweise Schreib- und Spielwaren vorzufinden sind.

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Bei Bekleidung / Wäsche ist derzeit ebenfalls kein leistungsstarker **Textilfachmarkt** in Altenberg ansässig. Hier bestehen erhebliche ungebundene Kaufkraftpotenziale, die auch mit einem derartigen Anbieter nur teilweise gebunden werden können.

Tabelle 6: Umsatzprognose Textilfachmarkt mit 434 m² VK

Zonen	Kaufkraft Bekleidung in Mio. €	Marktanteil Bekleidung in %	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	1,0	20 – 21	0,2	25
Zone II	3,1	16 – 17	0,5	65
Einzugsgebiet	4,1	18 – 19	0,7	90
Streuumsätze			0,1	10
Insgesamt			0,8	100

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Der ebenfalls geplante **Nonfood-Discounter** wird am Standort mit einer VK von ca. 644 m² voraussichtlich max. 0,9 – 1,0 Mio. € erwirtschaften können. Eine Ermittlung des Marktanteils für alle geführten Teilsortimente (vgl. Anhang 4.) dieses Fachmarkttyps würde auf einem monetär kaum darstellbaren Niveau erfolgen (jeweils < 0,1 Mio. € Umsatz je Teilsortiment) und wird daher nicht vorgenommen. Daher basiert diese Prognose auf typischen Filialleistungen von vergleichbaren Standorten.³⁵

³⁵ Gemäß Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024 (Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie) liegt die durchschnittliche Flächenleistung für sog. Multisortimenter / Nonfood-Discounter, mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von 800 m², bei einer Raumleistungen von ca. 1.500 € je m² VK / Jahr.

2. Prognose und Bewertung von Umsatzumverteilungen

2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die **Attraktivität** der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Darüber hinaus sind auch folgende Kriterien zu berücksichtigen:

- /// die **aktuelle Einzelhandelsausstattung** im Einzugsgebiet und den zentralen Versorgungsbereichen und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Ansiedlungsvorhaben
- /// die **Wettbewerbssituation in der Umgebung** inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- /// die aktuellen Kaufkraftströme bzw. **Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse**.

Das **Umsatzumverteilungsmodell** stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen (d. h. Umsatzumverteilungen) ist die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel, wenngleich auch ein Verkaufsflächenvergleich und die Entfernung zu Wettbewerbsstandorten herangezogen werden können.

Für das Vorhaben in Altenberg ist eine **Gesamtbetrachtung im Hinblick auf die Ausstrahlungskraft** vorzunehmen. So wirkt der Einzelhandelsstandort „Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße“ als Ganzes, wobei maßgeblich Netto und der Drogeriefachmarkt die Marktreichweite bestimmen. Mit Bezug auf die aktuelle Angebotssituation im Einzugsgebiet wird weiterhin insbesondere bei Drogeriewaren, Textilien und bei den Sortimenten des Sonderpostenmarkt (z. B. Haushaltswaren, Hausrat) eine stärkere Kundenbindung innerhalb von Altenberg zu erwarten sein, was sich in einer **Erhöhung der Kunden- und damit Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet** bemerkbar macht. Diese Umsatzanteile werden nicht innerhalb des Einzugsgebiets, sondern gegenüber den Handelsplätzen außerhalb des Einzugsgebietes im Untersuchungsraum wirksam werden (vgl. Kapitel IV. 2.).

2.2 Umsatzumverteilungen

Für die **Bewertung des Projektvorhabens** am Standort Altenberg, Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen folgenden Annahmen getroffen:

Der **Netto-Markt** wird an seinem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.190 m² eine Umsatzleistung von ca. 5,3 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 4,6 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 0,7 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass der Lebensmittelanbieter Netto **bereits seit Jahren am Standort Max-**

Niklas-Straße 4 auf einer Verkaufsfläche von ca. 880 m² ansässig ist. Dieser Markt erwirtschaftet nach gutachterlicher Einschätzung derzeit eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 4,5 Mio. €. Davon entfallen rd. 3,9 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 0,6 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der erweiterte Netto-Markt nicht dieselben Flächenleistungen erzielen wird wie der Bestandsmarkt.³⁶ Diese Umsätze werden bereits heute durch den Bestandsmarkt generiert und auch weiterhin am neuen, nur rd. 250 m verlagerten Projektstandort gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Vielmehr rückt der Netto-Markt näher an die umgebende Wohnbebauung heran.³⁷

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben von Netto zu erwarten:

Tabelle 7: Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben von Netto

		Bestandsumsatz in Mio. €	Umsatzumlenkung	
			in Mio. €	In %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Netto-Marktes	–	3,9	–
	▪ Umsatzumlenkungen innerhalb des Einzugsgebietes	16,5*	0,4	2 – 3
	▪ davon ggü. Anbietern im Stadtkern Altenberg	1,0	<< 0,1	n. n.
	▪ Umsatzumlenkungen außerhalb des Einzugsgebietes	54,0	0,3	n. n.
	▪ davon ggü. Anbietern im ZVB Dippoldiswalde	5,4	<< 0,1	n. n.
	▪ davon ggü. Anbietern im ZVB Schmiedeberg	2,8	<< 0,1	n. n.
	▪ davon ggü. Hauptwettbewerbern in sonstigen Lagen	45,8	0,2	< 1
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Lebensmittelbereich	–	4,6	–
Nichtlebensmittelbereich	▪ Umsatz des bestehenden Netto-Marktes	–	0,6	–
	▪ Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum	–	0,1	n. n.
	▪ Umsatz erweiterter Markt im Nichtlebensmittelbereich	–	0,7	–
Umsatz geplanter Markt insgesamt		–	5,3	–

*ohne Netto-Bestandsmarkt, Max-Niklas-Straße, n. n. = nicht nachweisbar

GMA-Berechnungen 2025, ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

³⁶ So ist in der Handelswissenschaft unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche von sinkenden Flächenleistungen (Verkaufsflächenproduktivität in € / m² VK) auszugehen ist. Ein flächenproportionaler Umsatzzuwachs wird i. d. R. nicht zu erwarten sein. Dies ist darauf zurückzuführen, dass ein Großteil der zusätzlichen Verkaufsfläche dem Komfort der Kunden (breitere Gänge, bessere Übersichtlichkeit) sowie den betrieblichen Abläufen (v. a. Regalbestückung) zugutekommt, ohne dass damit ein Zuwachs an Umsatzleistung verbunden wäre. Der prognostizierte Umsatz des erweiterten Netto-Marktes stellt somit ein Maximalwert im Sinne möglicher Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens dar (worst-case-Ansatz).

³⁷ Eine Nachnutzung des Bestandsobjektes ist nach gutachterlicher Einschätzung nicht abzusehen (vgl. Kapitel V.3)

Damit werden rd. 0,4 Mio. € gegenüber den Lebensmittelanbietern im Einzugsgebiet umverteilt was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 2 – 3 % entspricht. Weiterhin wird der attraktivere Netto-Markt in geringem Maße zu einer Erhöhung der Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet beitragen, wobei noch ca. 0,3 Mio. € außerhalb des Einzugsgebietes umverteilt werden, was einzelbetrieblich mit weniger als 1 % kaum nachweisbar sein dürfte.

Für den geplanten **Drogeriefachmarkt** ist ein Umsatz von ca. 2,9 Mio. € (davon ca. 2,3 Mio. € Drogeriewarenkernsortiment) anzusetzen. Derzeit ist kein Drogeriefachmarkt im Einzugsgebiet ansässig. Es besteht jedoch eine hohe Kundenpräferenz für diesen Betriebstyp, weshalb derzeit von erheblichen Kaufkraftabflüssen v. a. nach Dippoldiswalde, Freiberg, Pirna, Dresden und Freital bzw. in die dortigen Drogeriefachmärkte und SB-Warenhäuser auszugehen ist. So beträgt die aktuelle Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet (abzüglich der Streuumsätze) im Bereich Drogeriewaren lediglich ca. 35 %. Diese wird derzeit vorwiegend in den vorhandenen Lebensmittelmärkten (Drogeriewarensortiment) und untergeordnet auch im einzigen Drogeriegeschäft in Geising erzielt.

- /// Von den 2,4 Mio. € Umsatz im Drogeriewarenbereich werden ca. 0,5 Mio. € gegenüber Wettbewerbern im **Einzugsgebiet** umverteilt. Dies entspricht bei einem Bestandsumsatz bei Drogeriewaren von ca. 1,6 Mio. € rechnerisch einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 30 %. Unter Zugrundelegung der Gesamtumsätze der betroffenen Wettbewerber³⁸ von ca. 13,3 Mio. € relativiert sich die Umsatzumverteilungsquote allerdings, da nur ein Teil des Gesamtumsatzes der Anbieter von Umsatzrückgängen betroffen ist. Die Quote liegt dann bei ca. 3 – 4 %. Davon werden zum einen die bestehenden Lebensmittelmärkte mit ihrem Randsortiment bei Drogeriewaren und zum anderen die Fachdrogerie betroffen sein (vgl. Kapitel V.2.3).
- /// Die restlichen ca. 1,9 Mio. € werden im Sinne der Kaufkraftrückholung von Standorten außerhalb des Einzugsgebietes im **Untersuchungsraum** wieder am Standort Altenberg gebunden (Vgl. Kapitel IV.2). Die Kaufkraftbindung kann nach gutachterlicher Einschätzung signifikant erhöht werden, indem bisherige Umverteilungen im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes zurückgeholt bzw. nach Altenberg gelenkt werden. Bei einem Bestandsumsatz der betroffenen Hauptwettbewerber im Untersuchungsraum i. H. v. ca. 44 – 45 Mio. € bei Drogeriewaren entspricht dies einer rechnerischen Umverteilungsquote von max. 5 %. Bezogen auf den Gesamtumsatz der betroffenen Anbieter von mindestens 200 Mio. € liegt die Umverteilungsquote allerdings bei unter 1 %.
- /// Der geplante **Textilfachmarkt** wird einen Umsatz von max. 0,8 Mio. € erwirtschaften. Weniger als 0,1 Mio. € werden hierbei im Einzugsgebiet gegenüber Wettbewerbern umverteilt, was i. W. auf das Fehlen von Systemwettbewerbern zurückzuführen ist. Hier fließt aufgrund des derzeitigen Angebotsdefizits in Altenberg Kaufkraft des Segments zu großen Teilen an Standorte außerhalb des Einzugsgebietes ab. Die derzeitige Kaufkraftbindung beträgt nur rd. 22 %. Die Ansiedlung eines Textilfachmarktes kann derzeit nicht in Altenberg gebundene Kaufkraft zurückholen und somit zu einer Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote auf rd. 40 % beitragen. Auch hier kann die Umsatzumverteilung gegenüber Anbietern im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes als **Kaufkraftrückholung** bezeichnet werden. Somit wird nahezu der komplette Umsatz gegenüber Märkten im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes umverteilt.

³⁸ I. W. Fachdrogerien, Lebensmittelmärkte

- Der geplante **Nonfood-Discounter** wird einen Umsatz von max. 1,0 Mio. € erwirtschaften. Dieser wird v. a. Auswirkungen auf andere Sonderpostenmärkte hervorrufen, die, wie bereits dargestellt, außerhalb des Einzugsgebietes positioniert sind (u. a. Wreesmann-Sonderpostenmärkte in Dippoldiswalde und Heidenau, Pfennigpfeiffer-Markt in Freital. Ebenso sind hier die Mehrbranchenbetriebe wie Edeka oder Kaufland als Wettbewerber anzuführen. Im Einzugsgebiet selbst werden nur geringe Wettbewerbseffekte, u. a. gegenüber dem Anbieter „Ihre Preisbombe“ wirksam. Durch die zahlreichen angebotenen Sortimente und demnach betroffenen Betriebe ist eine einzelbetriebliche Auswirkung im Folgenden daher nicht darstellbar. Es ist unter gutachterlicher Annahme vielmehr davon auszugehen, dass weder in einzelnen Sortimenten noch in einzelnen Betrieben nachweisbare Auswirkungen zu erwarten sind.

3. Prüfung möglicher versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende **versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen durch das Planvorhaben** zu erwarten.

3.1 Netto-Lebensmittelmarkt

- Bei **Nahrungs- und Genussmitteln** werden durch die geplante Erweiterung und Verlagerung von Netto ca. 0,7 Mio. € umverteilt. Aus dem Vorhaben von Netto resultieren demnach nur geringe wettbewerbliche Effekte.

- Die Umsatzumlenkungen im **Einzugsgebiet** betreffen den dortigen Wettbewerb mit ca. 0,4 Mio. €, was einer Quote von ca. 2 – 3 % entspricht. Damit resultieren aus dem Vorhaben zwar wettbewerbliche Effekte, der Orientierungswert von ca. 10 % ab dem schädliche städtebauliche Effekte (z. B. Leerstandbildung) zu erwarten sind, wird aber deutlich unterschritten. Die Umsatzumlenkungen finden hierbei v. a. gegenüber den im Einzugsgebiet gelegenen systemgleichen Hauptwettbewerber Netto, Zinnwalder Straße und dem nahegelegenen Edeka-Markt, Hirschsprunger Straße statt. Mit Blick auf die Gesamthöhe der Umsatzumverteilung sind nennenswerte Umsatzverluste bei den bestehenden Anbietern nicht zu erwarten. Beide Märkte übernehmen ebenso wie der zu erweiternde Netto-Markt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Stadt Altenberg und werden diese Funktion auch weiterhin ausüben.

Die im **Stadtkern Altenberg** ansässigen ausschließlich kleinteiligen (Fach-)Anbieter für Lebensmittel (Bäckereien, Spezialanbieter) werden nur in untergeordnetem Maße tangiert. Hier sind keine strukturprägenden Nahversorger ansässig, so dass schädliche städtebauliche Effekte auszuschließen sind.

- Weitere ca. 0,3 Mio. € werden im **Untersuchungsraum** außerhalb des Einzugsgebietes umverteilungswirksam. So ist davon auszugehen, dass durch die Modernisierung / Erweiterung und Verlagerung des Netto-Marktes, Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße eine gewisse Attraktivitätssteigerung für die lokale Bevölkerung eintritt und diese ihre Versorgungseinkäufe zukünftig verstärkt am Planstandort tätigt. Entsprechend werden diese Umorientierungen von Kunden zu geringen Umsatzrückgängen bei den umliegenden Wettbewerbsstandorten in Dippoldiswalde und Glashütte führen, die aktuell von Kaufkraftzuflüssen aus Altenberg profitieren. Mit einer Umsatzumverteilung von insgesamt ca. 0,3 Mio. € entspricht dies einem Rückgang von weniger als 1 % bezogen auf den Bestandsumsatz der Anbieter im Untersuchungsraum. Daraus sind keine vorhaben-

bedingten Betriebsaufgaben und damit eine Gefährdung der wohnortnahen Versorgung abzuleiten. Insgesamt ist eine Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung im Untersuchungsraum auszuschließen.

In den **faktischen ZVB Dippoldiswalde, Schmiedeberg und Glashütte** liegt die Umverteilung jeweils unterhalb der gutachterlichen Nachweisbarkeit (< 0,1 Mio. €). Somit werden hier keine unmittelbar aus dem Vorhaben resultierenden Geschäftsaufgaben und damit keine Schädigung des jeweiligen Zentrums zu erwarten sein. Schädliche städtebauliche Auswirkungen sind auszuschließen.

In **sonstigen Lagen des Untersuchungsraums** werden ca. 0,2 Mio. € umverteilt. Mit einer Umverteilungsquote von weniger als 1 % liegen die wettbewerblichen Effekte auf einem sehr geringen Niveau. Zudem verteilen sich diese auf insg. 9 Betriebe in den Städten Dippoldiswalde und Glashütte. Diese Betriebe befinden sich z. T. in nahversorgungsrelevanter Lage. Eine Aufgabe von einem der betroffenen Märkte ist aufgrund der geringen Höhe der Umverteilungen auszuschließen. Eine Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung ist demnach zu verneinen.

- Im **Nichtlebensmittelbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,1 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Lebensmittelmärkten und in untergeordneter Form ebenfalls gegenüber den sonstigen Anbietern, wie z. B. Fachmärkten v. a. außerhalb des Einzugsgebietes wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind auch im Einzelfalle nicht zu erwarten.

3.2 Drogeriefachmarkt

- Bei **Drogeriewaren** werden durch die geplante Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes ca. 2,9 Mio. € umverteilt, davon entfallen ca. 2,4 Mio. € auf das Drogeriekernsortiment.
- Im Einzugsgebiet werden ca. 0,5 Mio. € gegenüber den Wettbewerbern umverteilt, was bei einem Bestandsumsatz von ca. 13,3 Mio. € einer Quote von ca. 3 – 4 % entspricht³⁹. Hier werden v. a. die zwei Lebensmittelmärkte Edeka und Netto mit ihren jeweiligen Drogeriewarensortimenten sowie das etablierte Drogeriefachgeschäft Krusche im Ortsteil Geising betroffen sein.
 - Die **Lebensmittelmärkte** weisen u. a. durch das Fehlen eines leistungsfähigen Drogeriefachmarktes in Altenberg hier aktuell überdurchschnittliche Umsätze auf, wobei sich diese im Falle der Ansiedlung eines derartigen Anbieters wieder auf ein typisches Niveau normalisieren. Da davon nur ein Teilbereich des Bestandsumsatzes der Lebensmittelmärkte betroffen ist, werden die Umsatzumverteilungseffekte gut kompensiert werden können. Eine Bestandsgefährdung und damit eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung in Altenberg sind damit auszuschließen.
 - Anders verhält es sich mit der im Einzugsgebiet etablierten **Fachdrogerie Krusche** im Stadtteil Geising.⁴⁰ Hier wird der moderne Drogeriefachmarkt einen erheblichen

³⁹ Legt man nur die Drogeriewarenumsätze zugrunde, so beträgt die Quote ca. 30 %.

⁴⁰ Aufgrund eingegangener Hinweise der LDS zur Thematik möglicher Auswirkungen auf die Drogeriefachgeschäfte wird an dieser Stelle vertiefend darauf eingegangen.

Anteil des Bestandsumsatzes bei Drogeriewaren umverteilen (ca. 40 – 50 %). Wirkungsmildernd ist hier aber zu berücksichtigen, dass der Anbieter durch einen Postservice und einer Lotto-Aannahmestelle auch weitere Umsatzquellen erschließt bzw. eine teils differenzierte Kundengruppe anspricht. Dennoch müsste der Anbieter das Sortiment weiterentwickeln um die Umsatzeinbußen zu kompensieren. Darüber hinaus ist zu konstatieren, dass der Betrieb nur eingeschränkt den aktuellen Anforderungen im Drogeriewareneinzelhandel entspricht. Das vorhandene Sortiment ist lediglich ausschnittsweise ausgeprägt und die Verkaufsfläche ist vergleichsweise gering. Vor diesem Hintergrund ist die Drogerie als „Grenzertragsbetrieb“ einzustufen und in der bestehenden Größe und Form wahrscheinlich auch ohne Wettbewerbsveränderungen mittelfristig nicht zukunftsfähig. Gleichwohl übernimmt der Betrieb eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung im Stadtteil Geising. Aufgrund seiner Lage innerhalb des Orts teils erschließt die Drogerie ein eigenes, lokales Nahversorgungsgebiet, dass in Teilen unabhängig von zentraleren Angebotslagen funktioniert. Vor diesem Hintergrund ist anzunehmen, dass die grundsätzliche Versorgungsfunktion für die unmittelbare Wohnbevölkerung auch bei veränderten Wettbewerbsbedingungen in gewissem Umfang erhalten bleibt.

- Ein kleineres Drogeriefachgeschäft hat seinen Standort in der Kernstadt mittlerweile aufgeben, da es offensichtlich kein ausreichendes Sortimentsspektrum anbieten konnte. So ist im Zentrum von Altenberg aktuell kein moderner Fachmarkt in dieser Branche vertreten.
- **Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf den Stadtkern Altenberg bzw. die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsgebiet sind in jedem Falle nicht zu erwarten.** Dem gegenüber steht der geplante Drogeriemarkt, der deutlich zur Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion im kurzfristigen Bedarfsbereich beiträgt und in jedem Falle eine Angebotsverbesserung in Altenberg bewirkt. Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass auch eine Verkleinerung der Verkaufsfläche des geplanten Drogeriemarktes hier zu keiner anderen Einschätzung führen würde. Die voranstehende Beurteilung wäre auch für einen verkleinerten Drogeriemarkt am Planstandort zu treffen, da sich an der grundsätzlichen Konstellation der dann, bei ausbleibender Marktanpassung und Neuaufstellung, absehbar nicht mehr wirtschaftlich zu betreibenden Drogeriegeschäfte in Altenberg in Gegenüberstellung eines marktgängigen Drogeriefachmarktes nichts ändert. **Aus gutachterlicher Sicht sowie auch aus städtebaulichen Gründen ist eine Reduzierung der geplanten Verkaufsfläche des Drogeriefachmarktes am Planstandort Max-Niklas-Straße nicht erforderlich.**
- Unabhängig von möglichen Veränderungen im Bestand der Drogeriewarenfachgeschäfte in Altenberg/Geising ist hervorzuheben, dass die **Ansiedlung eines modernen Drogeriefachmarktes zu einer deutlichen Verbesserung der Angebotsqualität** in diesem kurzfristigen Bedarfsbereich führen würde. Bestehende Kaufkraftabflüsse könnten eingedämmt werden, wodurch die Zentralität des Grundzentrums Altenberg stabilisiert wird.

- Im **Untersuchungsraum** außerhalb des Einzugsgebietes werden ca. 1,9 Mio. € umverteilt, was einer Umsatzumverteilungsquote von max. 1 % entspricht.⁴¹ Demnach liegen die wettbewerblichen Effekte auf einem sehr geringen Niveau. Hinzu kommt, dass sich diese Umverteilungen auf eine Vielzahl von Betrieben auswirken. Hier sind neben den Drogeriefachmärkten in Dippoldiswalde, Freiberg, Freital, Dresden, Heidenau und Pirna auch die SB-Warenhäuser/großen Supermärkte in Dippoldiswalde, Freiberg, Bannewitz, Heidenau und Dresden mit ihren umfassenden Drogerieabteilungen anzuführen. Eine Aufgabe von einem der betroffenen Märkte ist aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilung auszuschließen. Eine Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung in den betroffenen Städten bzw. Gemeinden ist demnach zu nicht zu erwarten.
- Bei den sonstigen **Randsortimenten des Drogeriefachmarktes** werden Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,6 Mio. € v. a. gegenüber den anderen Drogeriefachmärkten im Untersuchungsgebiet bzw. in untergeordneter Form auch gegenüber den sonstigen Anbietern, wie z. B. Fachmärkten, Lebensmittelmärkten, SB-Warenhäusern v. a. außerhalb des Einzugsgebietes wirksam werden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als sehr gering zu bewerten und verteilen sich zudem auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind auch im Einzelfalle nicht zu erwarten.

3.3 Textilfachmarkt

Bei **Textilwaren** werden ca. 0,8 Mio. € im gesamten **Untersuchungsraum** umverteilt. Dabei ist zu konstatieren, dass derzeit nur eine sehr geringe Kaufkraftbindung in Altenberg bei Bekleidung / Textilien erfolgt (rd. 22 %), wobei auch nach Ansiedlung des geplanten Fachmarktes am Projektstandort (Erhöhung Kaufkraftbindung auf ca. 40 %) noch erhebliches ungebundenes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet zur Verfügung steht.

- Im **Einzugsgebiet** ist mit weniger als 0,1 Mio. € Umsatzumverteilung zu rechnen. Die kleinteiligen Anbieter werden aufgrund ihrer Spezialisierung und des Fachgeschäftscharakters davon im Einzelfall nicht spürbar tangiert. Eine vorhabeninduzierte Betriebsaufgabe kann nicht geschlussfolgert werden. Schädliche städtebauliche Effekte sind daher auszuschließen.
- Im **Untersuchungsraum** außerhalb des Einzugsgebietes sind v. a. ähnliche Textilfachmarktkonzepte (z. B. AWG, NKD, Kik) betroffen, die es an mehreren Standorten wie z.B. Dippoldiswalde, Freital, Freiberg und Heidenau gibt. Auch hier sind zusätzlich die SB-Warenhäuser bzw. großen Supermärkte betroffen, die teilweise über Textilabteilungen (Tchibo) verfügen. Mit Blick auf die Gesamthöhe der Umsatzumverteilung sind nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern nicht zu erwarten. Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf die Funktion oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung sind auszuschließen.

3.4 Nonfood-Discounter

Der **Nonfood-Discounter** mit 644 m² VK löst eine Umsatzumverteilung von ca. 1,0 Mio. € im gesamten Untersuchungsraum aus. Durch die zahlreichen Sortimente (u. a. Heimtextilien, Hausrat / Haushaltswaren, Drogeriewaren, Schreibwaren) ist eine Vielzahl von Betrieben betroffen.

⁴¹ Legt man nur die Drogeriewarenumsätze zugrunde, so beträgt die Quote ca. 4 – 5 %.

- /// Im **Einzugsgebiet** ist ein Markt mit ähnlichem discountartigem Sortiment ansässig (Träger Preisbombe), der von Umsatzrückgängen betroffen sein wird. **Da dieser jedoch nicht in städtebaulich schützenswerten Lage liegt, sind** schädliche städtebauliche Auswirkungen auszuschließen.
- /// Der vormals im Stadtkern Altenberg ansässige Betrieb Pfennig-Oase wurde zwischenzeitlich aufgegeben. Im Stadtkern bestehen insgesamt nur wenige kleinteilige Fachgeschäfte mit den relevanten Sortimenten, darunter Angebote im Bereich Schreibwaren – und Bürobedarf. Diese Betriebe bedienen spezifische Sortimentsnischen und richten sich an eine andere Zielgruppe als der geplante Nonfood-Discounter. Eine spürbare Beeinträchtigung dieser Betriebe durch das Vorhaben ist daher **nicht zu erwarten**. Darüber hinaus ist festzuhalten, dass weder die genannten Fachgeschäfte noch der ehemalige Betrieb *Pfennig-Oase* eine tragende Anker- oder Magnetfunktion im Stadtkern einnehmen bzw. einnehmen. Aufgrund ihrer kleinteiligen Struktur sind sie **nicht als strukturprägende Betriebe** im Sinne der städtebaulichen Funktionsfähigkeit des Zentrums einzustufen. Eine Aufgabe würde daher per se nicht zu einer Schädigung des Stadtkerns führen. **Schädliche städtebauliche Auswirkungen auf den Stadtkern Altenberg bzw. die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsgebiet sind in jedem Falle nicht zu erwarten**. Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass auch eine Verkleinerung der Verkaufsfläche des geplanten Sonderpostenmarktes hier zu keiner anderen Einschätzung führen würde. Die voranstehende Beurteilung wäre auch für einen verkleinerten Sonderpostenmarkt am Planstandort zu treffen, da sich an der grundsätzlichen Konstellation nichts ändert. Aus gutachterlicher Sicht sowie auch aus städtebaulichen Gründen ist eine Reduzierung der geplanten Verkaufsfläche des Sonderpostenmarktes am Planstandort Max-Niklas-Straße nicht erforderlich.
- /// Im **Untersuchungsraum** sind besonders weitere Sonderpostenmärkte bzw. Nonfood-Discounter tangiert, exemplarisch können hier folgende Anbieter im Untersuchungsraum genannt werden: der Pfennigpfeiffer-Markt in Freital, die Wreesmann Sonderpostenmärkte in Dippoldiswalde und Heidenau und der MäcGeiz-Markt in Freiberg. Aufgrund der jeweiligen Spezialisierung und der geringen Höhe der Umsatzumverteilung sind auch im Einzelfall keine nachweislichen Auswirkungen oder gar Bestandsgefährdungen im Untersuchungsraum zu erwarten. Negative städtebauliche Auswirkungen sind auszuschließen.

4. Kumulierte Betrachtung und Fazit

In der **Gesamtbetrachtung** (kumulierten Betrachtung) werden durch das Vorhaben im Lebensmittelbereich ca. 1,0 Mio. € umverteilt⁴². Davon entfallen auf das Einzugsgebiet ca. 0,5 – 0,6 Mio. €, so dass die Umverteilungsquote bei ca. 3 – 4 % liegt und demnach noch immer auf einem unkritischen Niveau. Die Aufgabe eines strukturprägenden Nahversorgungsbetriebes ist nicht zu erwarten. Negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung sind auszuschließen. Im **Stadtkern Altenberg** sind auch bei agglomerierter Betrachtung schädliche städtebauliche Effekte auszuschließen, da hier keine strukturprägenden Nahversorger ansässig sind. Für die weiteren am Projektstandort geplanten Sortimente (insb. Drogeriewaren) sind auch bei kumulierter Prüfung keine über die bereits dargestellten Auswirkungen zu erwarten.

⁴² Hierbei handelt es sich um den zusätzlichen Umsatz durch die Netto-Erweiterung (ca. 0,7 Mio. €) und den Lebensmittelumsatz des Drogeriefachmarktes (ca. 0,3 Mio. €).

Bei einer **Einordnung der im Einzugsgebiet ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte** lässt sich festhalten, dass geringe Umsatzverluste insbesondere bei den bestehenden Lebensmittelmärkten zu erwarten sind, wobei nicht mit Marktaustritten zu rechnen ist. Vielmehr wird sich die qualitative Versorgungssituation v. a. mit Drogeriewaren und Textilien im Einzugsgebiet bzw. im Grundzentrum Altenberg verbessern und bis dato abfließende Kaufkraft nach Altenberg zurückgeholt. Negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche außerhalb des Einzugsgebietes sind zudem auszuschließen. Auch wird die verbrauchernahe Versorgung im Untersuchungsraum nicht gefährdet. **Insgesamt sind negative Auswirkungen i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen.**

5. Nachnutzungsoption des Netto-Bestandsmarktes Max-Niklas-Straße 4

Für eine **mögliche Nachnutzung der Bestandsimmobilie** von Netto, Max-Niklas-Straße 4 durch einen anderen Lebensmittelmarkt sind die wirtschaftlichen Bedingungen als ungünstig einzustufen. Zum einen entspricht die Altimmoblie nicht mehr heutigen Betreiberanforderungen und zum anderen würde ein potenzieller Lebensmittelmarkt im direkten Wettbewerb mit dem modernisierten und erweiterten Markt von Netto, Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße sowie auch dem Edeka-Markt stehen.

Nach gutachterlicher Einschätzung ist daher die Nachnutzung durch einen anderen Lebensmittelmarkt nicht wahrscheinlich, was wie folgt zu begründen ist:

- /// Ein möglicher Nachnutzer der Altimmoblie von Netto, Max-Niklas-Straße 4 (z. B. Discountmarkt) würde ein **vergleichbares Einzugsgebiet** wie der neue Netto-Markt, Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße erschließen.
- /// Das hier vorhandene **Kaufkraftpotenzial ist begrenzt**, die erzielbare Marktdurchdringung des Nachnutzers ist vor dem Hintergrund des attraktiveren Netto-Marktes in ca. 250 m Entfernung unterdurchschnittlich.
- /// **Kaufkraftzuflüsse aus entfernteren Siedlungsbereichen der Stadt bzw. von außerhalb des Einzugsgebietes sind nicht zu erwarten**, da die Altimmoblie von Netto an der Max-Niklas-Straße 4 keine hohe Attraktivität für den Kunden aufweist.
- /// Für den **Nachnutzer** sind damit **nur geringe Umsätze zu erwarten**, die v. a. gegenüber dem neuen Netto-Markt und dem Edeka-Markt erwirtschaftet werden müssten. Dies dürfte nicht in einem Maße gelingen, mit dem ein wirtschaftlicher Betrieb möglich ist.
- /// Selbst im theoretischen Fall einer möglichen Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt wären keine nachhaltige Schwächung der übrigen in Altenberg bestehenden Lebensmittelanbieter bzw. keine signifikant höheren Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten. Nach gutachterlicher Einschätzung sind **schädliche städtebauliche Effekte auf zentrale Versorgungsbereiche auch dann auszuschließen**. Dies gilt auch für andere flächengrößere Lebensmittelanbieter (z. B. Getränkemärkte), die aber in jedem Fall als umsatzschwächer einzustufen wären.
- /// Sowohl der Edeka-Markt, Hirschsprunger Straße als auch der neue Netto-Markt stellen in jedem Fall die attraktiveren und leistungsfähigeren Alternativen dar. Damit ist selbst bei einer Ansiedlung eines Lebensmittelmarkt-Nachnutzers eine **nachhaltige Schwächung der genannten Anbieter nicht zu erwarten**. Auch gegenüber anderen Lebensmittelmärkten im Untersuchungsraum sind stärkere (kumulative) Wettbewerbseffekte auszuschließen.

VI. Bewertung des Vorhabens aus Sicht der Raumordnung und Landesplanung

Im Rahmen der Bewertung potenzieller raumordnerischer Auswirkungen des Vorhabens sind die Festlegungen des LEP Sachsen 2013 (Ziele und Grundsätze Z 2.3.2.1 – Z 2.3.2.7, Kapitel Handel) und der Regionalplanung (Regionalplan Oberes Elbtal/Osterzgebirge, 1. Gesamtfortschreibung und Entwurf der 2. Gesamtfortschreibung) zu beachten.

1. Konzentrationsgebot

Konzentrations- bzw. Zentralitätsgebot (Z 2.3.2.2): Zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen ausnahmsweise auch in Grundzentren zulässig.

Der Regionalplan Oberes Elbtal / Osterzgebirge⁴³ weist Altenberg als Grundzentrum aus. Damit obliegt der Stadt die Versorgung der ortsansässigen Bevölkerung sowie der Bevölkerung von Hermsdorf/Erzgeb. Die geplante Verlagerung und Erweiterung des Netto-Marktes auf ca. 1.190 m² VK sowie auch der geplante Drogeriefachmarkt mit 703 m² VK verfolgen primär das Ziel, die verbrauchernahe Versorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich in Altenberg und Hermsdorf/Erzgeb. zu sichern. So umfasst das Einzugsgebiet der geplanten Handelslage Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße lediglich den Nahbereich des Grundzentrums Altenberg. Das als großflächig einzustufende Vorhaben des Netto-Marktes ist demnach zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs zulässig. Die grundsätzliche Tragfähigkeit des Vorhabens allein auf Basis der Kaufkraft im Nahbereich wurde nachgewiesen. Als arrondierende Nutzungen sind weiterhin ein Textilfachmarkt mit 434 m² VK und ein Non-Food-Discountmarkt mit ca. 644 m² VK geplant, welche das Gesamt-Vorhaben Stärkung der Nahversorgungsstruktur ergänzen und durch spezifische Sortimentsanteile bestehende Angebotslücken ebenfalls der Grundversorgung der Einwohner im Einzugsgebiet dienen. Im Gegenzug dazu entspricht der Anteil nicht nahversorgungsrelevanter Sortimente 365 m² und damit in der Zusammenfassung mit dem Textilmarkt als insgesamt nicht nahversorgungsrelevantes Sortiment 799 m². Damit wird die Maßgabe, dass Grundzentren keine großflächigen Einzelhandelsangebote mit nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten ansiedeln dürfen, Rechnung gehalten.

Das Konzentrationsgebot wird eingehalten.

Schließlich übernimmt Altenberg die Sonderfunktionen „Tourismus/Fremdenverkehr“, so dass auch ein zusätzlicher Versorgungsauftrag für Touristen besteht. Weitere Kundennachfrage besteht durch tschechische Kunden durch die atypische Lage von Altenberg an der Grenze zur Tschechischen Republik, die als Streuumsätze zu berücksichtigen sind.

2. Integrationsgebot

Integrationsgebot (Z 2.3.2.3): Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten sind nur in städtebaulich integrierter Lage bzw. (sofern ausgewiesen) in zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Zudem soll eine ausreichende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet werden.

⁴³ Grundzentrum i. S. des Regionalplans Oberes Elbtal/Osterzgebirge, 2. Gesamtfortschreibung 2020,

Der Planstandort liegt in **Nahlage zum Stadtkern Altenberg**. Nach Realisierung der geplanten Fachmärkte ist der Planstandort Max-Niklas-Straße / Dresdner Straße in Altenberg voraussichtlich als bedeutendster Einzelhandelsstandort der Stadt einzustufen und wird sowohl fußläufige Nahversorgungsfunktionen als auch gesamtstädtische Versorgungsfunktionen übernehmen. Somit kann der Planstandort den Stadtkern Altenberg faktisch ergänzen bzw. erweitern. Durch die siedlungsintegrierte Lage benachbart zu z. T. verdichteten Wohnbereichen kann der Planstandort zudem als städtebaulich integriert eingestuft werden. Zudem verfügt er über seine Nahlage zum Bahnhof Altenberg eine vorbildliche Anbindung an das ÖPNV-Netz.

Das Integrationsgebot wird erfüllt.

3. Kongruenzgebot

Kongruenzgebot (Z 2.3.2.4): Der Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes darf den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreiten.

Das abgegrenzte Einzugsgebiet umfasst neben der Stadt Altenberg die Gemeinde Hermsdorf/Erzgeb., welche dem Verflechtungsbereich des Grundzentrums angehört. Damit wird der Nahbereich von Altenberg durch das regelmäßige Einzugsgebiet des Planvorhabens nicht überschritten.⁴⁴

Demnach wird das Kongruenzgebot eingehalten.

Der Streukundenanteil von ca. 10 % von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes ist darüber hinaus aus der besonderen Gemeindefunktionen „Tourismus/Fremdenverkehr“ sowie durch tschechische Kunden durch die Grenzlage von Altenberg zu begründen.

4. Beeinträchtigungsverbot

Beeinträchtigungsverbot (Z 2.3.2.5): Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen keine substanziellen schädlichen Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge sowie die Funktionsfähigkeit zentraler Orte ausüben. Zudem darf die verbrauchernahe Versorgung der Zentralen Orte nicht beeinträchtigt werden.

Mit Blick auf die **Funktionsfähigkeit des Stadtkerns Altenberg** ist folgende Situation zu konstatieren:

- /// Altenberg verfügt nicht über einen per Einzelhandelskonzept definierten zentralen Versorgungsbereich. Der Stadtkern Altenberg umfasst nur wenige Einzelhandelsbetriebe, die überwiegend kleinteilig strukturiert sind. Größere Magnetbetriebe fehlen. Der Planstandort befindet sich in Nahlage zum westlichen Rand der Hauptgeschäftslage (Bahnhofsvorplatz / Dippoldiswalder Straße), wobei ein direkter Fußwegezugang geplant ist.
- /// Nach Realisierung der Fachmärkte würde der Planstandort als bedeutendste Handelslage faktisch den Stadtkern ergänzen bzw. erweitern und als dessen Magnet fungieren. Damit führt das Vorhaben vielmehr zu einer Stärkung des Stadtkerns aus Handelssicht, so dass dieser auch eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernimmt. Für Altenberg ist damit eine Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion verbunden.

⁴⁴ Aufgrund der eingegangenen Stellungnahmen im Rahmen der TöB-Beteiligung wurde der Streukundenanteil von rd. 30 % auf rd. 10 % reduziert.

Potenzielle schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung oder das städtebauliche Gefüge in Altenberg sind zudem nicht zu erwarten:

- /// Durch die **geplante Verlagerung von Netto** werden dessen Bestandsumsätze „mitgenommen“, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Einzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden. Darüber hinaus bestehen derzeit Kaufkraftabflüsse aus Altenberg, die mit der neuen Angebotsqualität der Handelslage eingedämmt werden können. Damit werden nur geringe Umsatzanteile in Altenberg umverteilt werden, die absehbar zu keinen schädlichen städtebaulichen Effekten führen werden. Eine mögliche Betroffenheit von strukturprägenden Lebensmittelmärkten innerhalb des Einzugsgebietes ist damit als sehr gering einzuschätzen. Betroffen sind hier v. a. die Märkte Edeka, Hirschsprunger Straße in Nahlage zum Planstandort und der betreiberidentische Netto-Markt⁴⁵, Zinnwalder Straße.
- /// Darüber hinaus **verbessert sich die wohnortnahe Versorgung**, indem der aktuell in Siedlungsrandlage bestehende Netto-Markt (Max-Niklas-Straße 4 / Hirschsprunger Straße) näher an die Wohnbebauung südlich der Dresdner Straße heranrückt.
- /// Mit Blick auf die geplanten **weiteren Fachmärkte** sind aktuell keine bedeutenden Wettbewerber in Altenberg ansässig. Für den Drogeriefachmarkt und den Textilfachmarkt sind keine derartigen Anbieter vorhanden. Es bestehen derzeit erhebliche Kaufkraftabflüsse aus Altenberg, die auch mit der Ansiedlung der o. g. Fachmärkte nur z. T. eingedämmt werden können. Auch weiterhin werden Kaufkraftabflüsse an die umliegenden höherwertigen Zentralen Orte zu erwarten sein. Innerhalb von Altenberg werden dagegen kaum nachweisliche Umsatzumverteilungen ausgelöst, was auf den fehlenden Wettbewerb⁴⁶ zurückzuführen ist.
- /// **Mit der Ansiedlung der drei Fachmärkte würde eine Versorgungslücke geschlossen und die grundzentrale Versorgungsfunktion von Altenberg gestärkt. Negative Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge sind auszuschließen.**

Außerhalb des Einzugsgebietes verteilen sich mögliche Wettbewerbswirkungen auf zahlreiche überwiegend leistungsfähige Wettbewerber, wie z. B. Fachmärkte in Freiberg, Dippoldiswalde, Freital, Pirna und Dresden. Diese sind jedoch bei einer Einzelbetrachtung als minimal einzustufen, weil sie sich auf eine Vielzahl von Betrieben unterschiedlichster Sortimente verteilen. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern sind im Einzelfalle nicht zu erwarten. Negative substantielle Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge sowie die Funktionsfähigkeit dieser Zentralen Orte oder auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung sind auszuschließen.

Demnach wird das Beeinträchtigungsverbot eingehalten.

⁴⁵ D. h., dass es sich hierbei um Kannibalisierungseffekte innerhalb der Firma Netto handeln wird.

⁴⁶ Das einzige Drogeriegeschäft (Bergdrogerie Richter) im Stadtkern Altenbergs ist mittlerweile geschlossen. Hier befindet sich jetzt ein Sanitätshaus.

5. Agglomerationsregel

Agglomerationsregel (Z 2.3.2.7): Die Ziele Z 2.3.2.1 bis Z 2.3.2.5 und Grundsatz G 2.3.2.6 gelten entsprechend für die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von nicht großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in enger Nachbarschaft zu einer oder mehreren bereits bestehenden Einzelhandelseinrichtungen, wenn sie in ihrer Gesamtheit wie großflächige Einzelhandelseinrichtungen wirken.

Im Falle der vier anzusiedelnden Märkte überschreiten diese im Falle von Netto die Grenze der Großflächigkeit. In der hier vorliegenden Untersuchung wurde das Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt behandelt und als solches bewertet. In der kumulierten Betrachtung der Umsatzumverteilungen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt die Umsatzumverteilungsquote bei ca. 3 – 4 % und demnach auf einem unkritischen Niveau (vgl. Kapitel V.3.4). Auch in allen weiteren Sortimentsbereichen sind keine kritischen der städtebaulich unverträglichen Auswirkungen zu erwarten.

Auch für das Gesamtvorhaben sind keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche oder der zentralörtlichen Versorgungsstrukturen im Umland zu erwarten.

VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung von vier Fachmärkten in Altenberg: Netto (Verlagerung), Drogeriefachmarkt, Textilfachmarkt, Sonderpostenmarkt ▪ Standort Max-Niklas-Straße in zentraler Lage im Ortsgebiet Altenberg, direkter Wohngebietsbezug abgrenzend an den Stadtkern Altenberg am Bahnhof, städtebaulich integrierte Lage, sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem PKW und ÖPNV
Standortrahmenbedingungen Altenberg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Stadt Altenberg, rd. 7.462 Einwohner, Grundzentrum mit besonderer Funktion „Tourismus“, atypische Lage in Gebirgsregion und in Grenzlage zur Tschechischen Republik ▪ Einzelhandelsstrukturen: neben zu verlagerndem Netto-Markt an der Max-Niklas-Straße zwei weitere Lebensmittelmärkte in Altenberg sowie ein weiterer im Ortsteil Geising ansässig, keine weitergehende Grundversorgung durch fehlenden Drogeriefachmarkt, derzeit keine leistungsfähigen Textil- oder Sonderpostenmärkte ansässig ▪ Stadtkern Altenberg: geprägt durch kleinteiligen Einzelhandel und Komplementäre
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Einzugsgebiet erstreckt sich über die Kernstadt von Altenberg (= Zone I) und über die restlichen Stadt- bzw. Ortsteile von Altenberg sowie über die Gemeinde Hermsdorf (= Zone II) ▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 8.187 Personen ▪ Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittel: 21,5 Mio. € ▪ Drogeriemarktsortiment: 3,4 Mio. € ▪ Bekleidung / Wäsche: 4,1 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatzleistung und VK-Größe der geplanten Fachmärkte (max. Werte): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto: 5,3 Mio. € / 1.190 m² VK ▪ Drogeriefachmarkt: 2,9 Mio. € / 703 m² VK ▪ Textilfachmarkt: 0,8 Mio. € / 434 m² VK ▪ Sonderpostenmarkt: 0,9 – 1,0 Mio. € / 644 m² VK
Umsatzumverteilungseffekte in %	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umverteilung Erweiterung / Verlagerung Netto: <ul style="list-style-type: none"> innerhalb des Einzugsgebietes insgesamt: max. 2 – 3 <ul style="list-style-type: none"> ▪ im Stadtkern Altenberg: nicht nachweisbar im Untersuchungsraum: nicht nachweisbar <ul style="list-style-type: none"> ▪ im ZVB Dippoldiswalde: nicht nachweisbar ▪ im ZVB Schmiedeberg: nicht nachweisbar ▪ in sonstigen Lagen: < 1

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Bewertung aus Sicht der Raumordnung

- **Konzentrationsgebot:** wird eingehalten, da Netto als großflächiger Lebensmittelmarkt der verbrauchernahen Versorgung dient und damit im Grundzentrum Altenberg zulässig ist
- **Integrationsgebot:** wird eingehalten, da der Standort als siedlungsstrukturell integriert einzustufen ist und nach Einschätzung den Stadtkern Altenberg ergänzt bzw. diesen stärkt
- **Kongruenzgebot:** wird erfüllt, da das Einzugsgebiet den grundzentralen Verflechtungsbereich nicht überschreitet
- **Beeinträchtungsverbot:** wird eingehalten, da durch die geplante Netto Verlagerung nur moderate Umsatzumverteilungen ausgelöst werden, hinsichtlich der geplanten Fachmärkte binden diese zum überwiegenden Teil aus Altenberg abfließende Kaufkraft, wobei sich mögliche Umsatzumverteilungen gegenüber zahlreichen Anbietern u. a. in Freiberg, Dippoldiswalde, Freital, Pirna und Dresden verteilen. Auswirkungen werden hier im Einzelfall nicht nachweisbar sein.
- **Agglomerationsregel:** auch bei der kumulierten Betrachtung der Umsatzumverteilungen in den projektrelevanten Sortimenten wird mit max. 3 – 4 % (Nahrungs- und Genussmittel) keine kritische Umsatzumverteilung erreicht

GMA-Zusammenstellung 2025

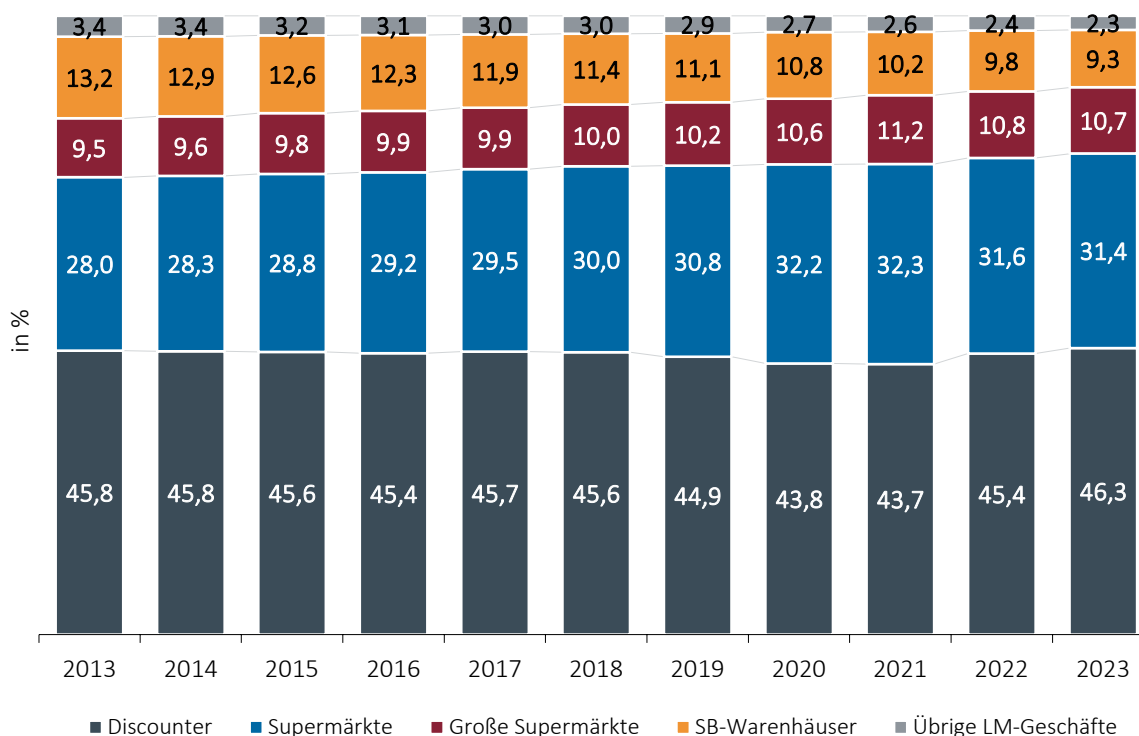
VIII. Anhang: Definitionen und Grundlagen zu den Betriebsformen und Marktentwicklungen

1. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderungen an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und der kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2013 – 2023



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2024, GMA-Darstellung 2025

1.1 Definition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁴⁷

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁴⁸ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁴⁹ führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

1.2 Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Bei der Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs kommt modernen Lebensmittelmärkten eine besondere Bedeutung zu, da sie nicht nur ein qualifiziertes Kernsortiment an Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren bieten, sondern auch die wichtigsten weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Zeitschriften, Schnittblumen, Schreibwaren, Heimtierbedarf) zumindest ausschnittsweise vorhalten. Moderne Lebensmittelvollsortimenter und -discounter sind daher als Eckpfeiler der Grundversorgung anzusehen. Ergänzende Funktionen für die Nahversorgung übernehmen Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Getränkemarkte, Biosupermärkte, kleinere Lebensmittelfachgeschäfte, Convenience-Shops (Kioske, Tankstellen), Naturkostläden, Wochenmärkte und Direktvermarkter.

Unter den im deutschen Lebensmitteleinzelhandel vertretenen Betriebsformen haben sich Lebensmitteldiscounter am dynamischsten entwickelt. Discounter weisen den größten Umsatzanteil auf (ca. 46 % im Jahr 2023); Supermärkte kommen auf knapp 32 %, Große Supermärkte auf ca. 11 %, SB-Warenhäuser auf ca. 10 % und sonstige Lebensmittelgeschäfte auf rund 2 % des Umsatzvolumens in Deutschland.⁵⁰ Discounter sind wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei deutschen Verbrauchern sehr beliebt. So ist das Angebot in Discountern deutlich straffer als in sog. Vollsortimentern (= Supermärkte und Große Supermärkte). Vollsortimenter profilieren sich dagegen v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service und eine besondere Ladenatmosphäre.

Der zu prüfende **Netto-Markt in Altenberg** ist als **Lebensmitteldiscounter** einzuordnen. Netto-Filialen erlösen im Durchschnitt einen Umsatz von ca. 4,3 – 4,4 Mio. € (brutto), die durchschnittliche Filialgröße liegt bei ca. 814 m² VK.⁵¹

⁴⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2024.

⁴⁸ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁴⁹ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

⁵⁰ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2024; Köln 2024, S. 409; GMA-Berechnungen.

⁵¹ Vgl. Hahn Retail Estate Report 2024 / 2025.

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, so genannte "Aktionsware", zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei kleinpreisigen Haushalts- und Gebrauchsartikel, Kleinelektrowaren, Sport- und Spielartikeln, Deko-Elementen und Heimtextilien liegt, die sich auf Grund ihrer günstigen Preise als Mitnahmeartikel für den täglichen Gebrauch eignen. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung heterogen und schnelllebig, kann also keiner dauerhaften Sortimentsstruktur zugeordnet werden. Der **Anbieter Netto** ist demnach als klassischer „Lebensmitteldiscounter“ zur Grundversorgung einzuordnen.

Wegen der gestiegenen Anforderungen der Kunden an die Sortimentszusammensetzung und Ladengestaltung sind in den letzten Jahren die Verkaufsflächen von Lebensmittelmärkten (sowohl bei Discountern als auch bei Vollsortimentern) tendenziell immer größer geworden. Weitere Ursachen für die wachsende Flächeninanspruchnahme sind steigende Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel durch breitere Gänge, niedrigere Regale und einen zunehmenden Anteil an Kleinverpackungen (aufgrund des Trends zu kleineren Familien- und Versorgungseinheiten). Die größer werdenden Märkte benötigen zur wirtschaftlichen Auslastung allerdings ein gewisses Bevölkerungsaufkommen im Einzugsgebiet sowie i. d. R. eine verkehrsgünstige Lage des Marktes.

Anhand der obigen Daten kann der Netto-Markt in Altenberg als Anbieter eingeordnet werden, dessen Angebotsschwerpunkt – umsatz- und flächenbezogen – eindeutig bei nahversorgungsrelevanten Waren liegt. Das Kernsortiment des Netto-Marktes bilden Nahrungs- und Genussmittel, die mind. 85 % der Verkaufsfläche einnehmen. Diese sind als Waren des täglichen Bedarfs und somit als nahversorgungsrelevant einzustufen. Auch das bei Netto angebotene Kernsortiment an Nonfood I-Waren (Drogeriewaren, Hygiene- und Pflegeartikel / Kosmetik, Reinigungs- und Waschmittel sowie Tiernahrung; sog. „Nearfood“) ist den Waren des täglichen Bedarf zuzuordnen (im Sinne des Berichts der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“); ihr Anteil beläuft sich auf ca. 5 – 10 % der Verkaufsfläche. Insgesamt wird in typischen Netto-Märkten – und somit auch in der Filiale in Altenberg – mind. 90 % der Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt. Der Anteil von nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten beträgt sowohl im Bestand als auch in der angestrebten Größe weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche. **Somit ist der gegenständliche Netto-Markt in Altenberg eindeutig als Nahversorger einzuordnen.**

2. Marktentwicklung im Drogeriewarenbereich

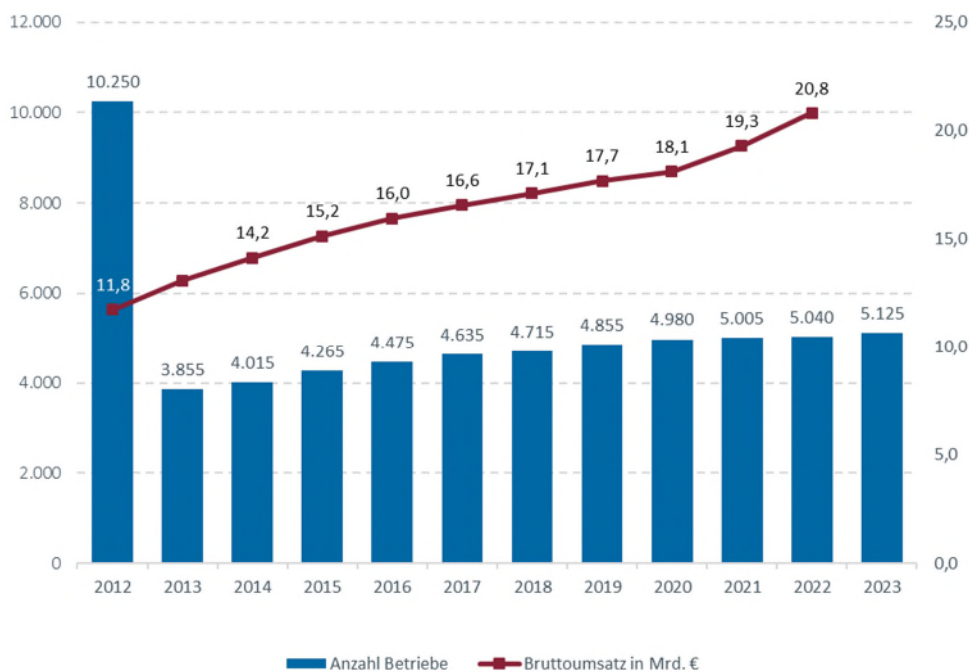
Bei dem Planobjekt handelt es sich um einen Drogeriefachmarkt. Zur Einordnung des Betriebstyps und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsraum vertretenen Betriebstypen wird hierfür im Nachfolgenden die Definition kurz vorgestellt:

„Drogeriemarkt:

Ein Drogeriemarkt ist ein mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören die frei verkäuflichen Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel, v. a. aus dem Biobereich.“⁵²

Die Drogeriebranche hat mit der Insolvenz des langjährigen Marktführers Schlecker 2012 wie keine andere Branche im deutschen Einzelhandel eine Zäsur erfahren, die bis heute nachwirkt. So ist insbesondere in ländlichen Gebieten ein deutlich ausgedünntes Standortnetz vorzufinden, was dazu führt, dass in vielen kleineren und mittleren Kommunen aktuell kein qualifiziertes Angebot vorhanden ist. Seitdem ist ein starker Expansionsdrang der verbliebenen Wettbewerber zu beobachten. Die Branche verzeichnete in den vergangenen Jahren starke Zuwächse; zwischen 2013 und 2021 hat sich die Zahl der Drogeriemärkte auf ca. 5.000 bzw. um 30 % erhöht (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Anzahl- und Umsatzentwicklung der Drogeriemärkte in Deutschland (2012 – 2023)

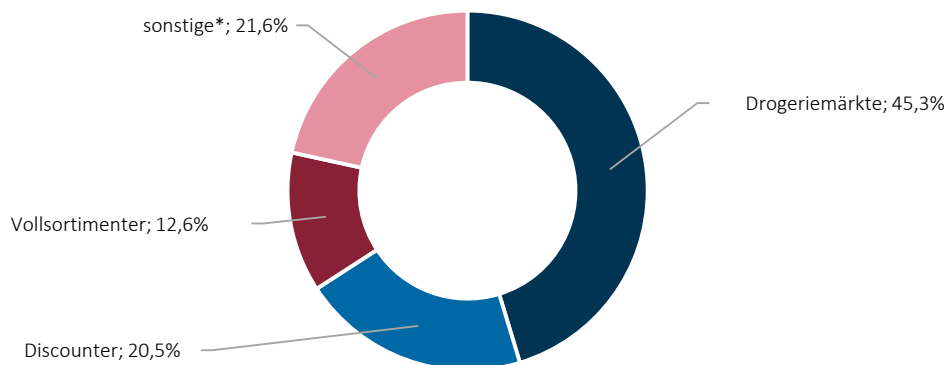


GMA-Darstellung 2025 auf Basis EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2024), S. 117 und 118

Neben Drogeriemärkten werden Drogeriewaren über den Lebensmitteleinzelhandel, Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken sowie Kauf- und Warenhäuser abgesetzt. Ein Blick auf die Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen zeigt, dass ca. 45,3 % des Umsatzes auf Drogeriemärkte entfällt, ca. 33,1 % auf den Lebensmitteleinzelhandel bzw. ca. 21,6 % auf sonstige Vertriebslinien (vgl. Abbildung 3). Die Drogeriemärkte konnten ihren Marktanteil in den vergangenen fünf Jahren weiter ausbauen. Während dm, ROSSMANN und Müller weiter kräftig expandieren und so im Wettbewerb stärker werden, verlieren die Vollsortimenter Marktanteile. Deutlich besser haben sich die Discounter am Markt positioniert, die zuletzt ihre Marktanteile wieder leicht ausbauen konnten.

⁵² Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2019, S. 398.

Abbildung 3: Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen



* sonstige Vertriebslinien, u. a. Parfümerien, Apotheken, Kauf- und Warenhäuser.

GMA 2025 nach Statista 2021

Zum Kernsortiment eines Drogeriemarktes gehören Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz-/Reinigungsmittel und Hygieneprodukte. Alle in Deutschland agierenden Drogeriemärkte verkaufen darüber hinaus Lebensmittel (insbesondere Süßwaren und Babykost), Tiernahrung, Gesundheitssortiment und Fotowaren in unterschiedlichem Umfang. In Abhängigkeit vom konkreten Betreiber wird das Kernsortiment durch weitere Randsortimente ergänzt, darunter z. B. Getränke, Tabakwaren, Hauswäsche, Kinder- und Babybekleidung, Unterwäsche, Strumpfwaren, Kurzwaren, Elektroartikel, Schmuck, Uhren, Brillen, Schreib- und Spielwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Dekorationsartikel usw.

Der Anbieter dm ist weiterhin Marktführer unter den deutschen Drogeriemärkten (vgl. Tabelle 8). Der Wettbewerbsdruck unter den verbliebenen Drogeriemarktfilialisten hält weiter an und auch der Lebensmitteleinzelhandel hat das Drogeriegeschäft als Wachstumsfeld für sich entdeckt. Die Handelsgruppen EDEKA und BUDNIKOWSKY agieren seit kurzer Zeit sogar gemeinsam und expandieren in neue Absatzgebiete.

Tabelle 8: Die größten Drogeriemarktunternehmen in Deutschland

Daten	dm	ROSSMANN	Müller	BUDNIKOWSKY
Filialen	2.108	2.290	578	186
Umsatz in Mrd. € (brutto)	11,3	9,3	3,4	0,6
durchschnittliche Filialgröße in m ²	635	614	1.330	526
Flächenproduktivität in €/m ² VK	8.357	6.560	4.417	5.762
Artikelzahl	12.500	23.000	bis 190.000	25.000

GMA Zusammenstellung 2025 auf Basis von Unternehmensangaben, Hahn Real Estate Report Germany 2024/2025

3. Textilfachmarkt

Textilfachmärkte waren in den vergangenen Jahren die mit Abstand expansivste Vertriebs-schiene. Discountorientierte Anbieter haben in diesem Zusammenhang von der gewachsenen Preissensibilität der Konsumenten profitiert. Die Ausrichtung auf preiswerte Waren hat aber auch dazu geführt, dass **Textilfachmärkte** von allen Vertriebskanälen des Textileinzelhandels die geringsten Flächenleistungen aufweisen. Sie liegen auf Basis von Erfahrungswerten der

GMA und Angaben des Bundesverbandes des Deutschen Textileinzelhandels e.V. (BTE) zwischen 1.000 € und 1.600 € je m² Verkaufsfläche brutto.⁵³

Die relativ große **Spanne der Flächenleistungen und Verkaufsflächen** bei Textilbetrieben hängt mit dem jeweils offerierten Sortimentsspektrum zusammen. So gliedern sich die Textilfachmärkte in „Bekleidungsvollsortimenter“ (z.B. Adler, Vögele) „spezialisierte Betriebe mit hoher Discountorientierung“ (z.B. Takko, Kik, NKD) und Textilfachgeschäfte.

Der **Handel mit Textilwaren und Bekleidung** nutzt im Bereich des Ladeneinzelhandels mehrere **Vertriebsschienen**:

- // Fachgeschäfte mit gemischtem Sortiment
- // Textilkaufhäuser und Kaufhäuser mit gemischtem Sortiment
- // Textilfachmärkte mit gemischtem Sortiment
- // Factory Outlet Center mit gemischtem Sortiment
- // Herstellerverkaufsstellen mit gemischtem Sortiment
- // Mehrbranchenunternehmen mit textilen Randsortimenten (z. B. SB-Warenhäuser).

4. Nonfood-Discounter

Nonfood-Discountmärkte stellen eine besondere Form im deutschen Einzelhandel dar und zeichnen sich durch ihre spezifische Sortimentsstrategie sowie eine ausgeprägte Preisorientierung aus. Die Märkte bieten ein breites Spektrum an Waren an, die im Jahresverlauf häufig wechseln. Vertreter sind u. a. Action, Mäc-Geiz, TEDi, Woolworth und Thomas Philipps.

Das Konzept der Nonfood-Discountmärkte umfasst eine Vielzahl von Warengruppen, die einen Großteil der in Deutschland für Endverbraucher angebotenen Waren abdecken. Die Märkte sind bekannt für ihre besondere Sortimentsbreite jedoch einer geringen Sortimentstiefe, was dazu führt, dass pro Warengruppe lediglich ein ausgesuchtes Sortiment geführt wird.

Ein charakteristisches Merkmal der Nonfood-Discountmärkte ist die dynamische Veränderung des Sortiments innerhalb der einzelnen Warenkategorien. Die angebotenen Produkte und deren Hersteller wechseln häufig, was zu einer variablen Artikelzahl führt. Nur ein kleiner Teil des gesamten Warenangebots ist dauerhaft im Sortiment zu finden, der Großteil der Produkte wird hingegen saisonal oder im Rahmen von Sonderaktionen angeboten. Die **Sortimentspalette umfasst nahezu alle Warengruppen des Einzelhandels**, wobei die jeweilige Flächenaufteilung je nach Betreiber und Niederlassung stark variieren kann:

- // Nahrungs- und Genussmittel
- // Drogeriewaren (inkl. Kosmetik, Reinigung)
- // Zoologischer Bedarf
- // Papier-/ Büro-/ Schreib-/ Spielwaren
- // Bekleidung / Schuhe / Lederwaren / Taschen

⁵³ Zum Vergleich: für den mittelständischen Textileinzelhandel werden die Verkaufsflächenproduktivitäten im Durchschnitt mit ca. 2.448 € je m² angegeben; vgl. BTE Betriebsvergleich 2016.

- /// Elektrowaren / Multimedia
- /// Hausrat / Haushaltswaren (inkl. Hobby, Freizeit, Geschenke, Party, Dekoration, sonstige Hartwaren)
- /// Heimtextilien
- /// Sonstiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (Heimwerkerbedarf / Camping / Outdoor/ Gartenbedarf / Teppiche / Tapeten / Kleinmöbel / Matratzen / Autozubehör / Werkzeuge)

Diese ständige Veränderung und die breite, jedoch nicht tiefe Sortimentsgestaltung ermöglichen es den Nonfood-Discountmärkten, flexibel auf Markttrends und Kundenbedürfnisse zu reagieren. Gleichzeitig erlaubt die starke Preisorientierung den Verbrauchern, eine Vielzahl von Produkten zu günstigen Preisen zu erwerben. So etablieren sich Nonfood-Discountmärkte als wichtige und besondere Akteure im deutschen Einzelhandel, die durch ihr spezifisches Geschäftsmodell eine Nische besetzen und gleichzeitig eine breite Zielgruppe ansprechen.

Hinsichtlich des Wettbewerbs konkurrieren diese Märkte mit ähnlichen strukturierten Betrieben (sog. Systemwettbewerber im Nonfood-Segment) aber auch den Randsortimentsabteilungen von bspw. Möbelhäusern und Baumärkten oder Lebensmitteldiscounter, die vergleichbare Produkte in ähnlichen Preiskategorien anbieten. Weiterhin siedeln sie sich häufig im Umfeld anderer Einzelhandelsbetriebe. Demnach gelten sie als sog. Frequenznutzer, nicht als Frequenzbringer, da sie in der Regel auch keine eigenständige überörtliche Bedeutung entfalten.

In der Regel können für Nonfood-Discounter – je nach Größe und Standort – Flächenproduktivitäten zwischen 900 € und 3.000 € / m² VK (im Durchschnitt ca. 1.500 € / m² VK⁵⁴) angesetzt werden.

5. TEDI

Aus gutachterlicher Sicht stellt sich TEDI als filialisiertes Einzelhandelsunternehmen mit discountorientierter Preisstellung und einem breit gefächerten Non-Food-Sortiment dar, das durch ausgewählte Randsortimente des kurzfristigen Bedarfs ergänzt wird. Das Sortimentsprofil ist geprägt durch eine hohe Artikelvielfalt bei zugleich niedrigen Preislagen und einer auf Aktions- und Impulswaren ausgerichteten Warenpräsentation. Typische Kernwarengruppen umfassen Haushaltswaren, Schreib- und Bastelbedarf, Dekorationsartikel, Heimtextilien, Kleinwerkzeuge, Party- und Saisonwaren sowie Drogerie- und Kosmetikartikel.

Gutachterlich hervorzuheben ist, dass TEDI über die reine Funktion eines Non-Food-Discounters hinaus auch **Elemente der Grund- und Nahversorgung** übernimmt. Hintergrund ist, dass ein relevanter Teil des Sortiments aus **Gütern des kurzfristigen, täglichen Bedarfs** besteht, die **regelmäßig und wohnortnah nachgefragt** werden. Hierzu zählen insbesondere Verbrauchs- und Gebrauchsgüter des Haushalts wie Reinigungs- und Putzmittel, Haushaltshelfer, Aufbewahrungs- und Verpackungsartikel, Hygiene- und Drogeriewaren, Tierbedarfsartikel sowie einfache Lebensmittel- und Küchenbedarfsartikel. Diese Warengruppen dienen der laufenden Deckung alltäglicher Bedarfe und werden typischerweise im Rahmen häufiger, anlassbezogener Einkäufe erworben.

⁵⁴ Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024.

IX. Verzeichnisse Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Vorhabenbezogener Bebauungsplan „Einkaufszentrum am Bahnhof Altenberg, Max-Niklas-Straße/Dresdner Straße“ (Ausschnitt)	7
Karte 2:	Lage der Stadt Altenberg und zentralörtliche Funktion der Region	13
Karte 3:	Lage des Planstandortes und Umfeldnutzungen	15
Karte 4:	Einzugsgebiet und Lage der Hauptwettbewerber im Einzugsgebiet	19
Karte 5:	Überblick Hauptwettbewerber im Untersuchungsraum (Auswahl)	26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Anteil der zentrenrelevanten Sortimente (Planwerte)	8
Tabelle 2:	Untersuchungsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	21
Tabelle 3:	Derzeitige Zentralität im Einzugsgebiet	30
Tabelle 4:	Umsatzprognose Netto-Lebensmittelmarkt mit ca. 1.190 m ² VK	31
Tabelle 5:	Umsatzprognose Drogeriefachmarkt mit 703 m ² VK	32
Tabelle 6:	Umsatzprognose Textilfachmarkt mit 434 m ² VK	32
Tabelle 7:	Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben von Netto	34
Tabelle 8:	Die größten Drogeriemarktunternehmen in Deutschland	52