



INZELHANDELSKONZEPT FREIBERG

Erkenntnisse Einzelhandelskonzepte, City-
Check, Aufwertungsmaßnahmen Innenstadt

Workshop am 13.07.2021

Dr. Eddy Donat, Niederlassungsleiter GMA Dresden

Franziska Haase, GMA Dresden

AGENDA

Zielsetzung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Einzelhandelsentwicklung in Deutschland

Rahmendaten des Freiburger Einzelhandels / Citycheck / Befragung

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Ausblick

Kurz zu uns

48 Jahre Erfahrung









> 1.000 Analysen jährlich

40 Mitarbeiter

5 Standorte



Beratungsfelder GMA

Einzelhandel		<ul style="list-style-type: none">/// Einzelhandels- / Zentrenkonzepte/// Auswirkungs- / Verträglichkeitsanalysen/// Nahversorgungskonzepte/// Standortanalysen/// Forschung und Studien	Tourismus		<ul style="list-style-type: none">/// Tourismuskonzepte/// Regionalwirtschaftliche Effekte von Tourismuseinrichtungen/// Standortanalysen/// Potenzialanalysen
Immobilien		<ul style="list-style-type: none">/// Due Diligence/// Wertermittlung/// Umsatz- und Mietanalysen/// Nutzungskonzepte/// Standort- und Marktanalysen	Gastro / Hotel		<ul style="list-style-type: none">/// Gastronomieentwicklungskonzepte/// Hotelbedarfsanalysen/// Standortanalysen
Innenstädte		<ul style="list-style-type: none">/// Innenstadtkonzepte/// Stadtmarketingkonzepte/// Städtebauliche Konzepte/// Bürgerbeteiligung	Befragungen		<ul style="list-style-type: none">/// Bürgerbefragungen/// Unternehmensbefragungen/// Kommunalbefragungen/// Besucher- und Kundenbefragungen/// Individuelle Befragungsleistungen
Kommunalberatung		<ul style="list-style-type: none">/// Integrierte Stadtentwicklungskonzepte/// Wohnraumbedarfsanalysen/// Gewerbeflächenentwicklungskonzepte/// Kommunale Infrastrukturplanung/// Vergnügungsstättenkonzepte/// Dialogforen	Geomarketing		<ul style="list-style-type: none">/// Daten/// Web-Gis/// Online-Standortanalysen/// Filialnetz- und White-Spot-Analysen/// Geocodierung/// Individuelle Geomarketing-Analysen



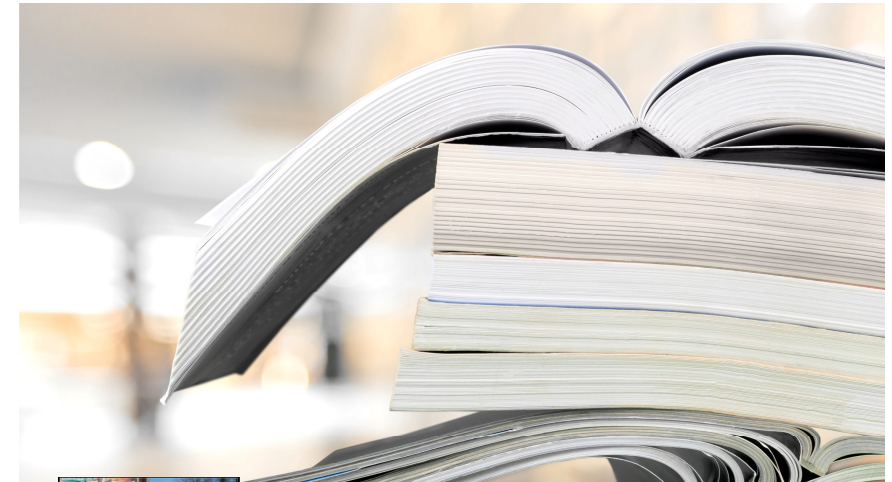
Einzelhandelskonzept –
was und warum?

Was ist ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept?

Mehr als nur Papier!

- // leitet Ziele für die lokale Handelsentwicklung ab
- // sachliche Grundlage zur planungsrechtlichen Steuerung, insbesondere des großflächigen Einzelhandels (ab 800 m² VK)
- // Grundlage zur Weiterentwicklung des Handelsstandortes unter angebotsbezogenen Gesichtspunkten (...über die Steuerung hinaus)

Voraussetzung für eine geordnete Stadtentwicklung

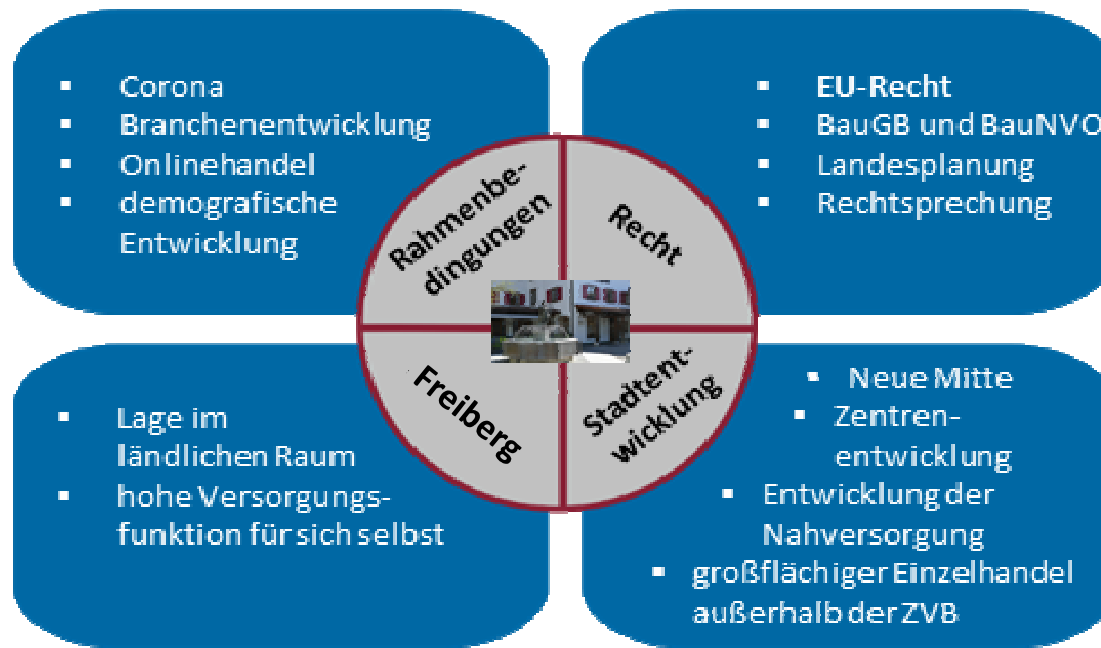


Entwicklungsziele zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

- // Sicherung der Versorgungsfunktion
 - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes
- // Stärkung der Innenstadt von Freiberg
 - Sicherung und qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandels- bzw. Geschäftsbesatzes in der Innenstadt als funktionales und vitales Zentrum von Freiberg
- // Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung im Stadtgebiet
 - Sicherung und ausgewogene Weiterentwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebotes, v. a. in derzeit unterversorgten Bereichen bzw. v. a. in den Ortsteilen
- // Steuerung der Standortentwicklung des Einzelhandels
- // Erarbeitung Standort- und Sortimentskonzept



Herausforderungen Einzelhandels- und Zentrenkonzept Freiberg



Rechtssicheres Einzelhandelskonzept
gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB und
Beachtung der europäischen
Entwicklungen

Chancen und Grenzen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Chancen mit einem EHK

- // Definition und Stärkung der Zentren
- // Verhinderung von Entwicklungen an städtebaulich unerwünschter Stelle (§ 34 BauGB i. V. mit § 9 Abs. 2a BauGB)
- // Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung
- // Sicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung in Gewerbegebieten
- // Absicherung öffentlicher und privater Investitionen
- // Stabilisierung und Absicherung der Versorgungsfunktion von Freiberg

Grenzen der Steuerung

- // nicht steuerbarer Betriebsformenwandel
- // hohe Anforderungen an Erreichbarkeit, Atmosphäre und Funktionalität der Standorte
- // allgegenwärtiger Onlinehandel
- // kein (einseitiger) Wettbewerbsschutz

AGENDA

Zielsetzung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Einzelhandelsentwicklung in Deutschland

Rahmendaten des Freiburger Einzelhandels/ Citycheck / Befragung

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

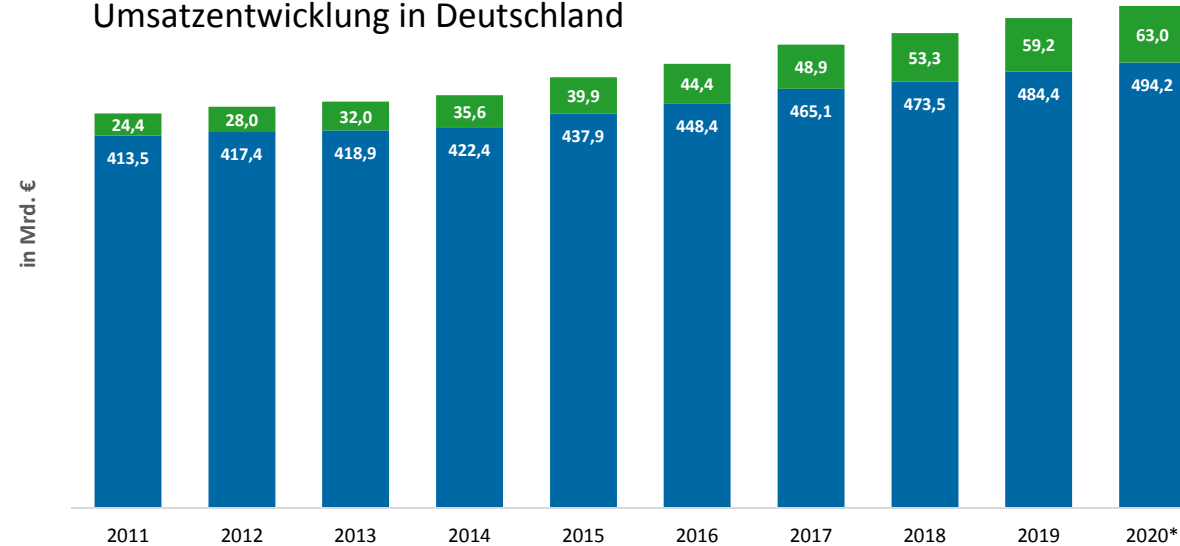
Ausblick

Aktuelle Trends im Einzelhandel

Veränderung der Rahmenbedingungen

- Strukturwandel, dynamisches Marktumfeld (ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien)
- strategische Zielsetzungen für die Handelsentwicklung auf dem Prüfstand
- zunehmende Digitalisierung
- „hybrider Kunde“

Umsatzentwicklung in Deutschland



Discount-Shopping

Smart-Shopping

Convenience-Shopping/
Schnelllebigkeit

No parking, no business



Stärkeres Qualitäts- und
Regionalbewusstsein

Nachhaltigkeit / Sicherheit /
Sauberkeit

Multi-Channelhopping /
Showrooming

■ davon Umsatzanteil stationärer Handel

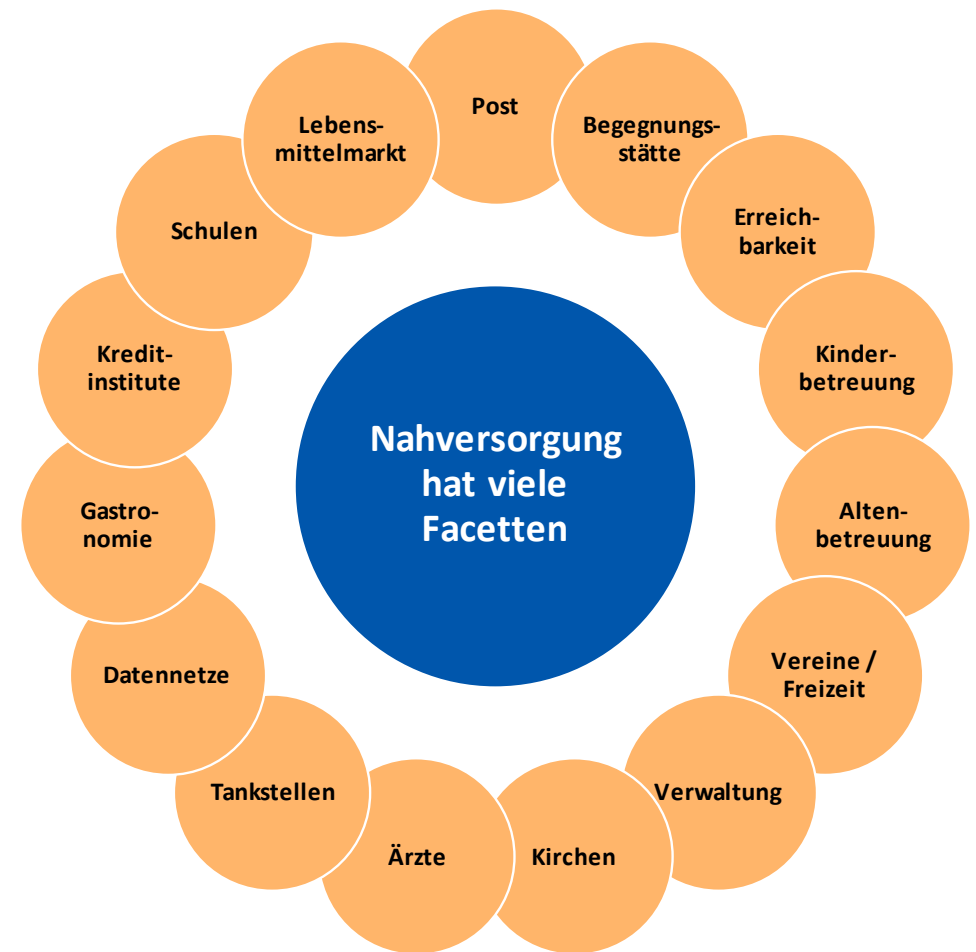
■ davon Umsatzanteil Onlinehandel

Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE, zit. in: handelsdaten aktuell 2020, S. 64

* Prognose (ohne Lockdowneffekt)

Was ist Nahversorgung?

- /// Idealerweise existiert ein zentral gelegenes, auch fußläufig erreichbares Angebot mit Gütern des täglichen Bedarfs.
- /// Lebensmittel- und Drogeriewarenangebote stehen im Mittelpunkt der Nahversorgung.
- /// Dienstleistungen und Angebote der medizinischen Versorgung stellen ergänzende Bestandteile der Nahversorgung dar.
- /// Nahversorgung ist die **Grundlage für Lebens- und Standortqualität** durch **soziale Treffpunkte** im Alltag, Kopplungseffekte mit anderen Anbietern und Belebung des öffentlichen Raumes.



Quelle: GMA-Darstellung 2021

So soll Nahversorgung nahe bei den Menschen funktionieren

Funktionale Ebene

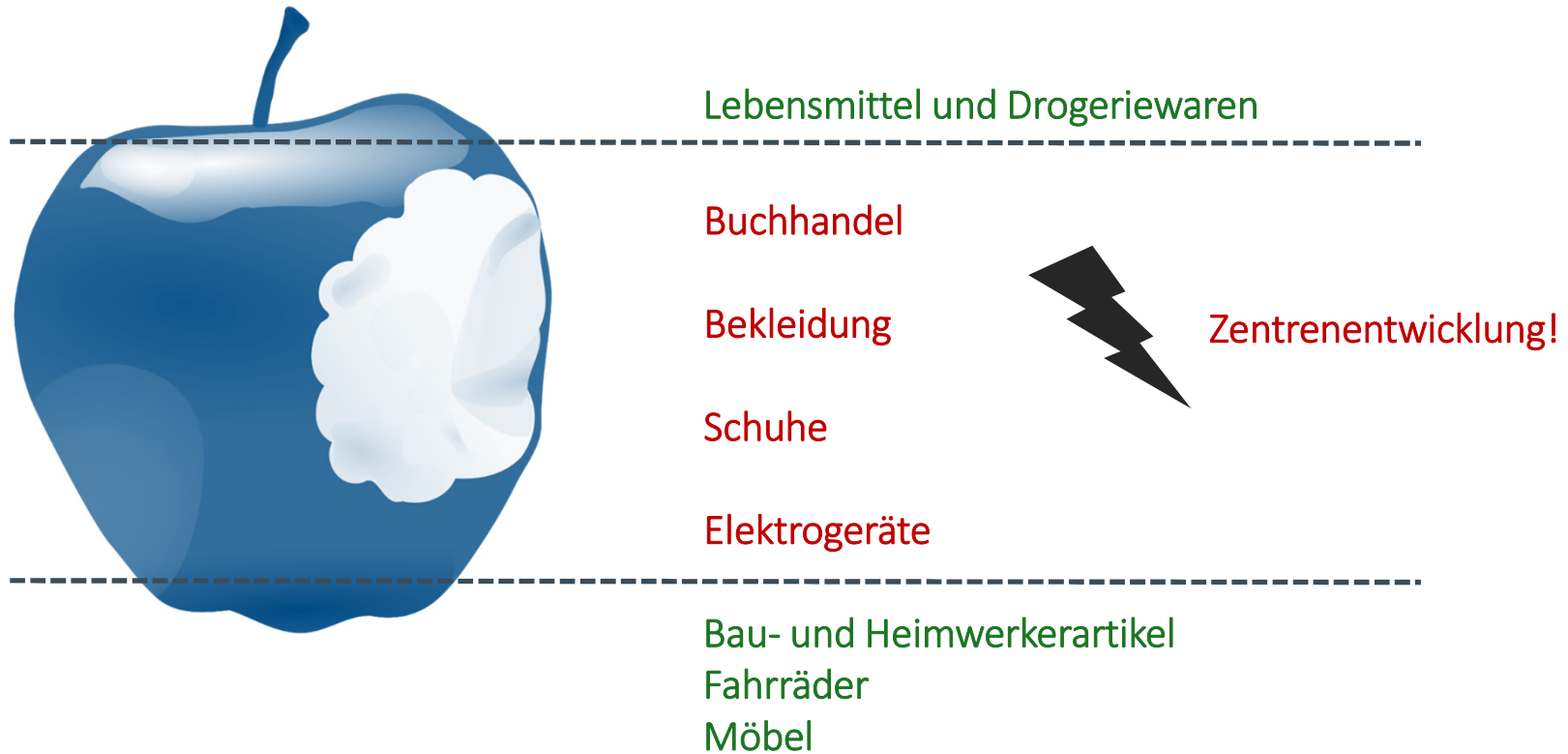
- umfassende Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs (vor allem Lebensmittel, Drogeriewaren)
- lange Öffnungszeiten
- ausreichende Parkmöglichkeiten
- gute Erreichbarkeit zu Fuß, mit dem Rad und ÖPNV
- Ladestationen für E-Mobility
- zusätzliche Dienstleistungen wie z. B. Paketabholstation, Toilette, Kaffeeausschank, Zusammenstellung bestellter Waren zur Abholung („click & collect“)

Grund- und Nahversorgung

Emotionale Ebene

- Adressbildung
- sozialer Treffpunkt
- Kontakt, Gespräche mit Nachbarn
- Dienstleister, Gastronomieverbund
- Zugehörigkeits- und Heimatgefühl
- Wohlfühl- und Aufenthaltsqualität
- Bedienung, Beratungskompetenz
- Orientierungsfunktion für die Quartiersbevölkerung

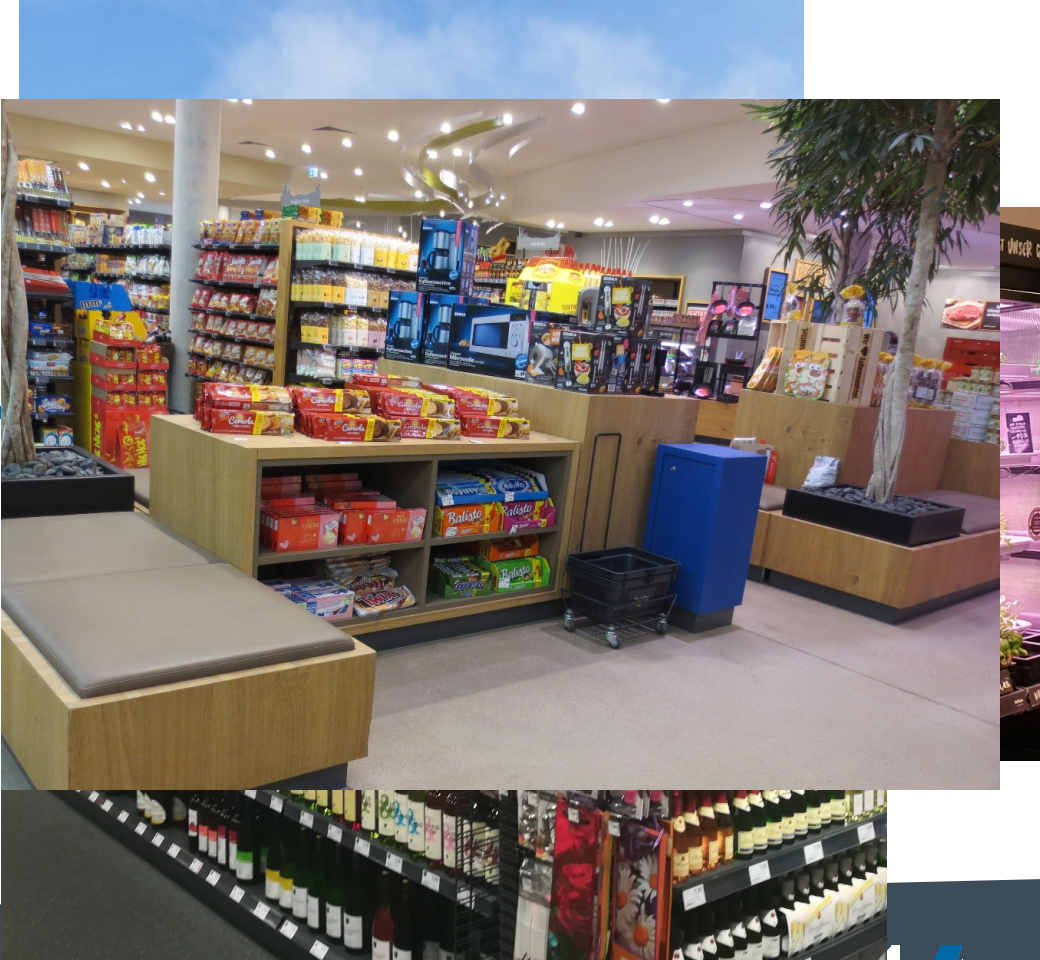
Nicht in allen Branchen beißen Corona und Online zu...



LEH: Wachstum durch attraktivere Immobilien auch während Corona



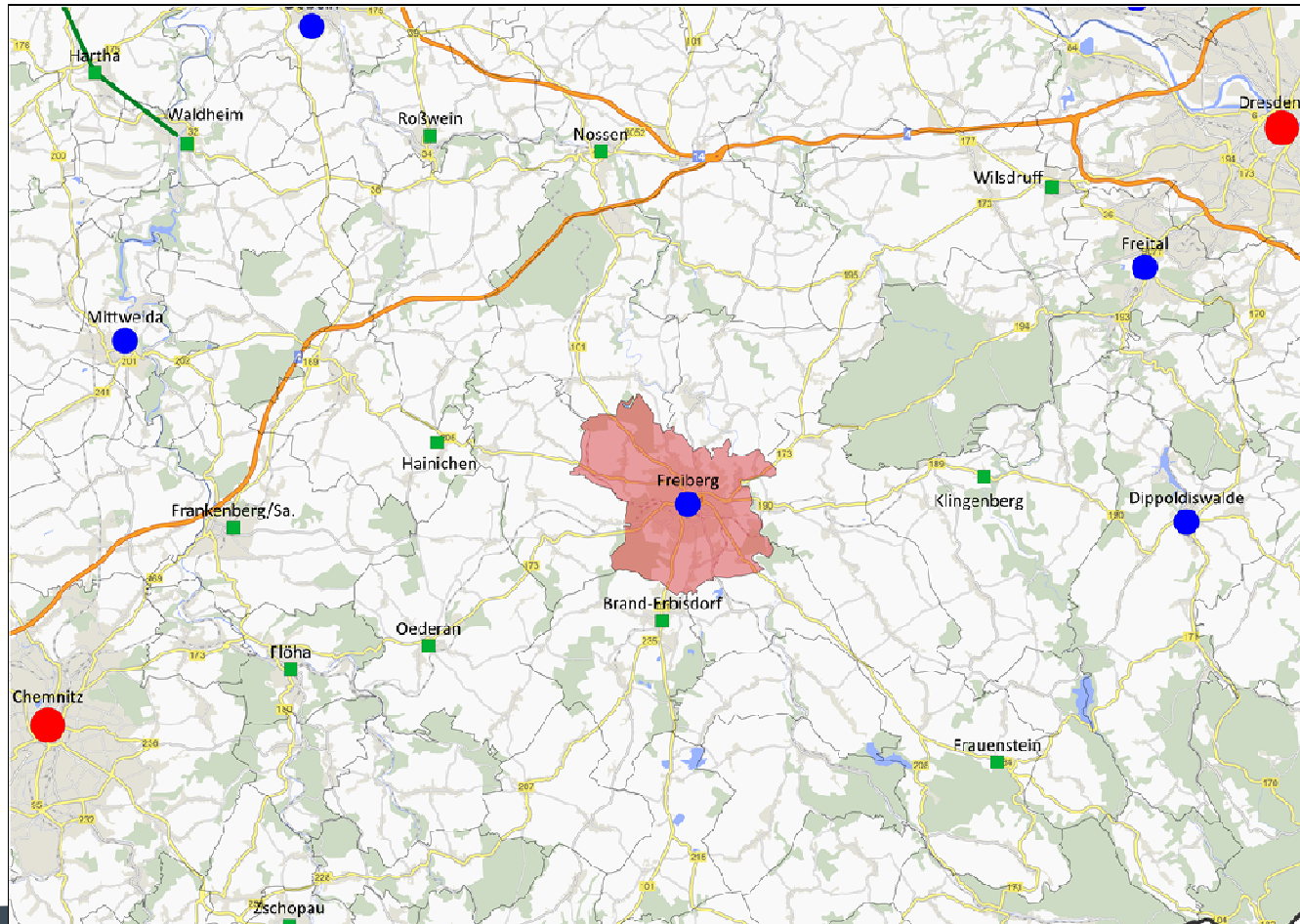
moderner
integrierter
größer





Rahmendaten des Freiburger Einzelhandels

Lage von Freiberg und zentralörtliche Struktur

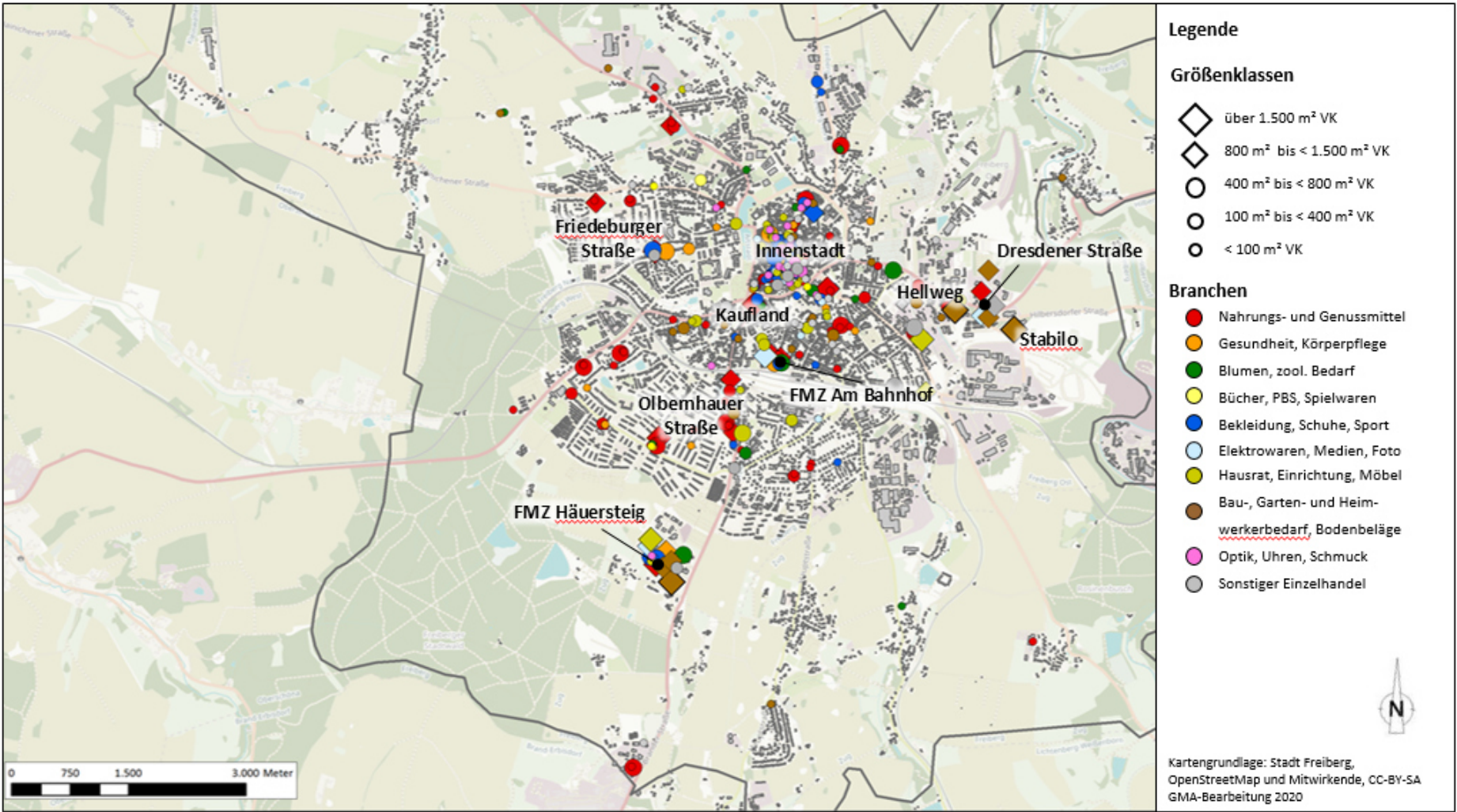


Freiberg

- / Mittelzentrum
- / Bevölkerung 2019: 41.136 Einwohner

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum / in Funktionsteilung

Einzelhandelsbestand in Freiberg



Angebotsanalyse Einzelhandel & Ladenhandwerk

Bedarfsbereich	Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz**(brutto)	
		abs.	in %	abs.	in %	in Mio. €	in %
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	115	30	28.515	26	114,7	40
	Gesundheit, Körperpflege	31	8	6.736	6	36,3	13
	Blumen, zool. Bedarf	18	5	3.188	3	8,4	3
mit-telfristig	Bücher, Schreib- / Spielwaren	14	4	2.055	2	5,3	2
	Bekleidung, Schuhe, Sport	55	15	13.686	12	35,6	12
langfristig	Elektrowaren, Medien, Foto	16	4%	4.855	4	16,4	6
	Hausrat, Einrichtung, Möbel	54	14	20.208	18	26,6	9
	Bau-, Heimw.-, Gartenbedarf	24	6	25.500	23	30,1	10
	Optik / Uhren, Schmuck	21	6	930	1	5,7	2
	Sonstige Sortimente***	31	8	4.165	4	8,5	3
	Nichtlebensmittel insg.	264	70	81.325	74	172,8	60
	Einzelhandel insg.	379	100	109.840	100	287,5	100

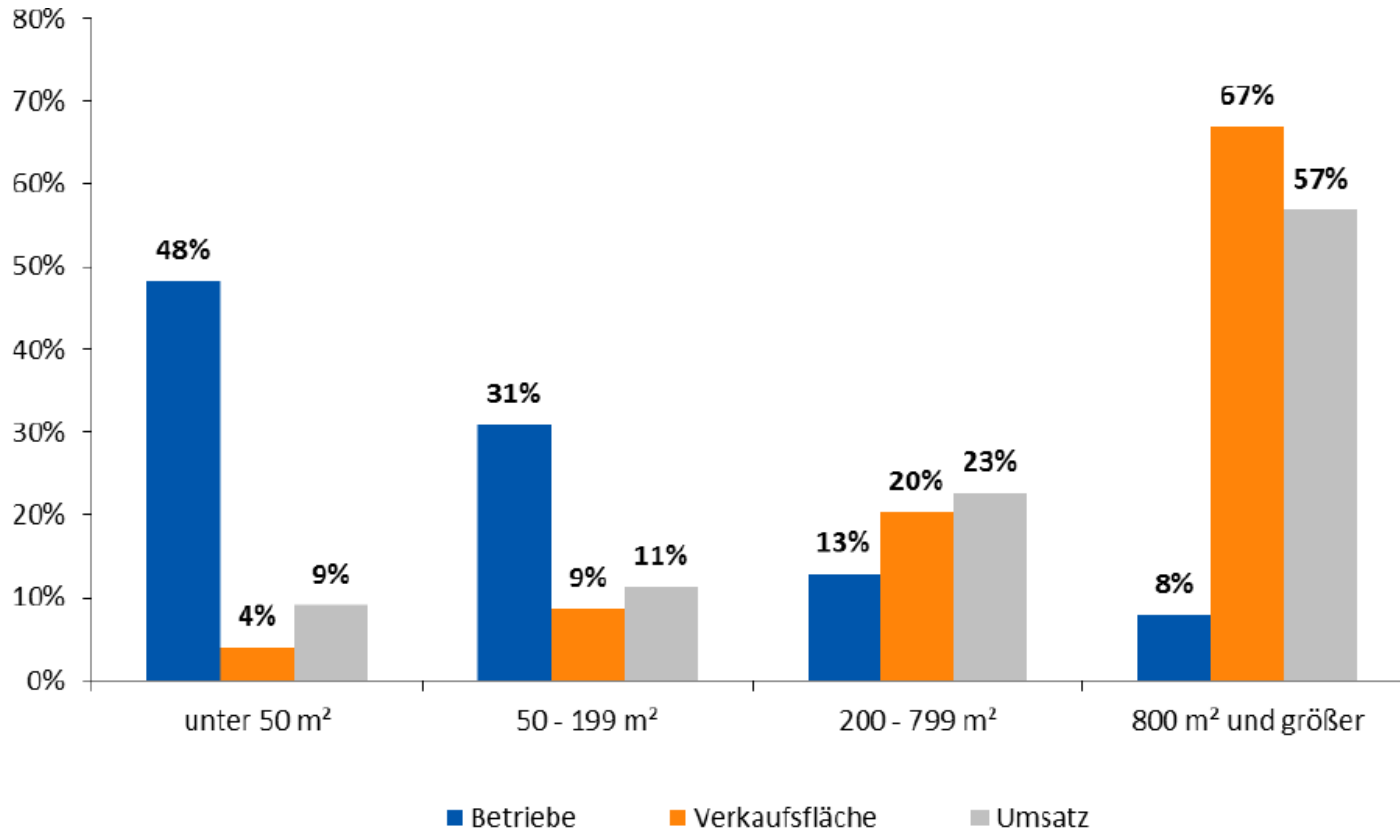
* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen (> 700 m² VK) aufgeteilt; Umsätze der Lebensmittelmärkte (> 700 m² VK) aufgeteilt; Die Verkaufsfläche der ansässigen Baumärkte wurde entsprechend der Nutzung der einzelnen Bereiche (z.B. Warmhalle, Kalthalle, Baustofflager) gewichtet und aufgeteilt.

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

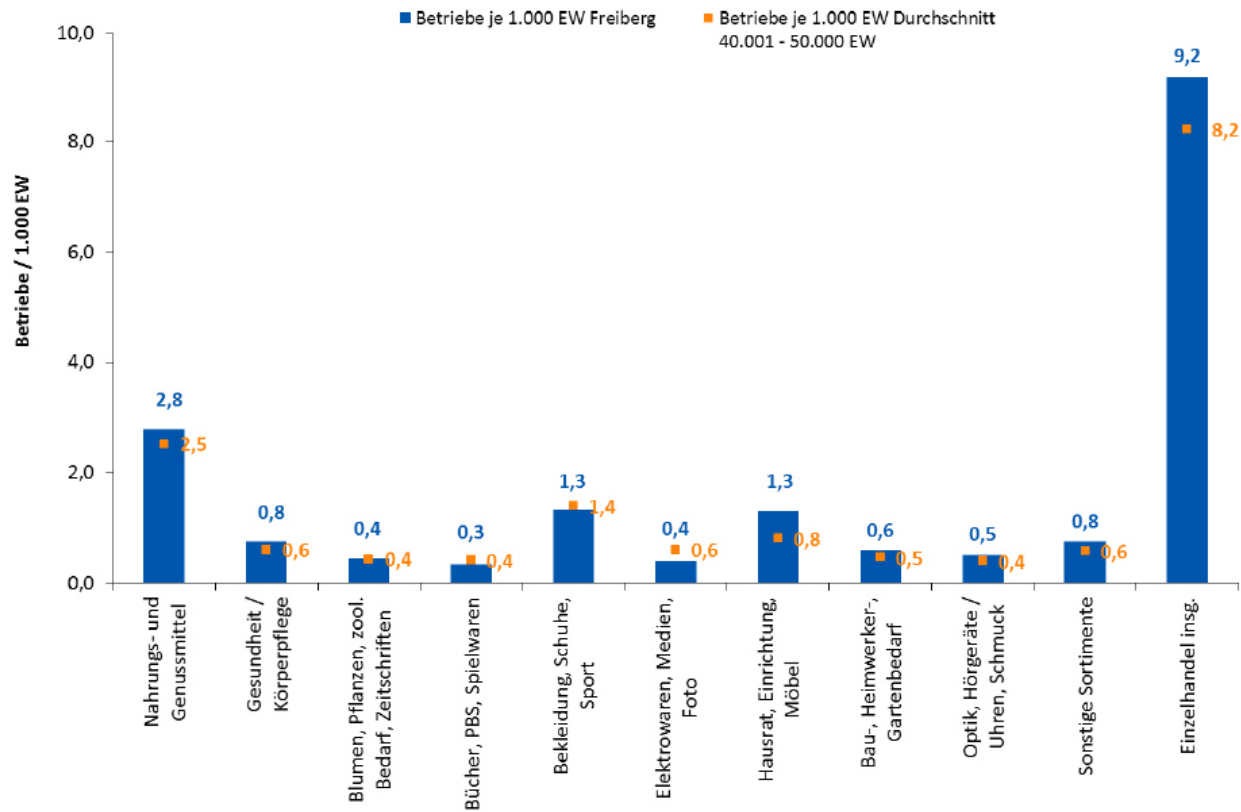
GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020 (ca.-Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Größenstruktur der Einzelhandelsbetriebe in Freiberg



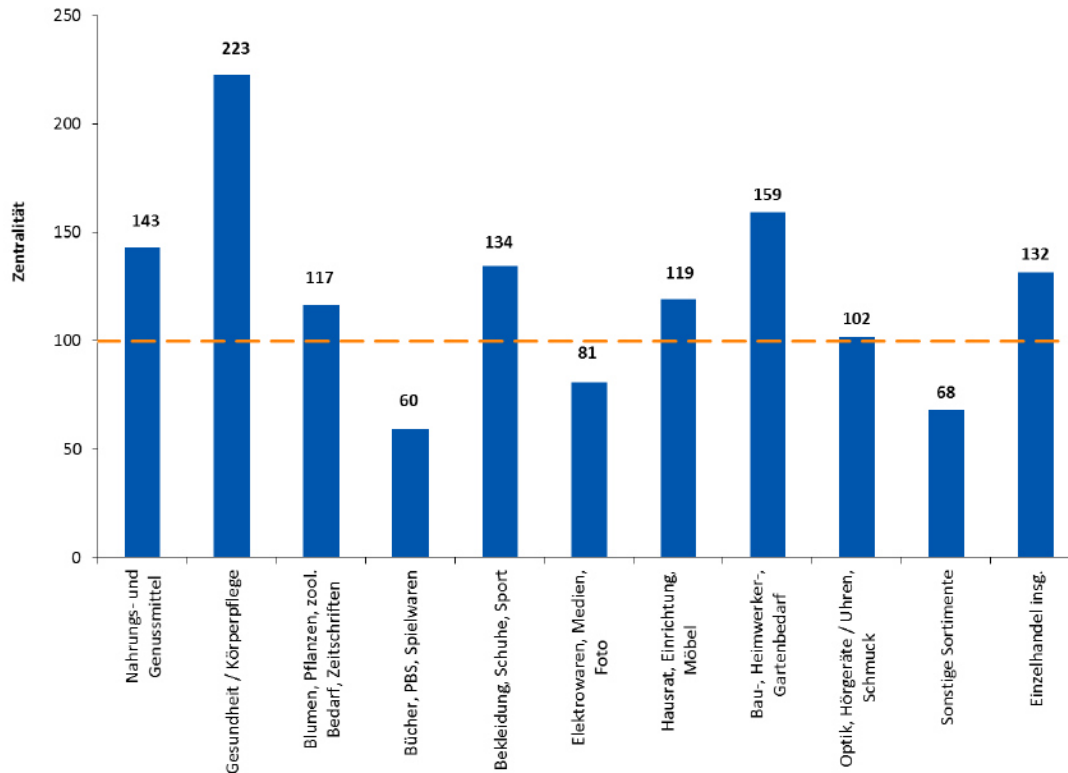
GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020

Einzelhandelsausstattung im Vergleich



Quelle: GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2009“, Durchschnitt für Kommunen mit 40.001 – 50.000 Einwohnern.

Einzelhandelszentralität* von Freiberg



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation

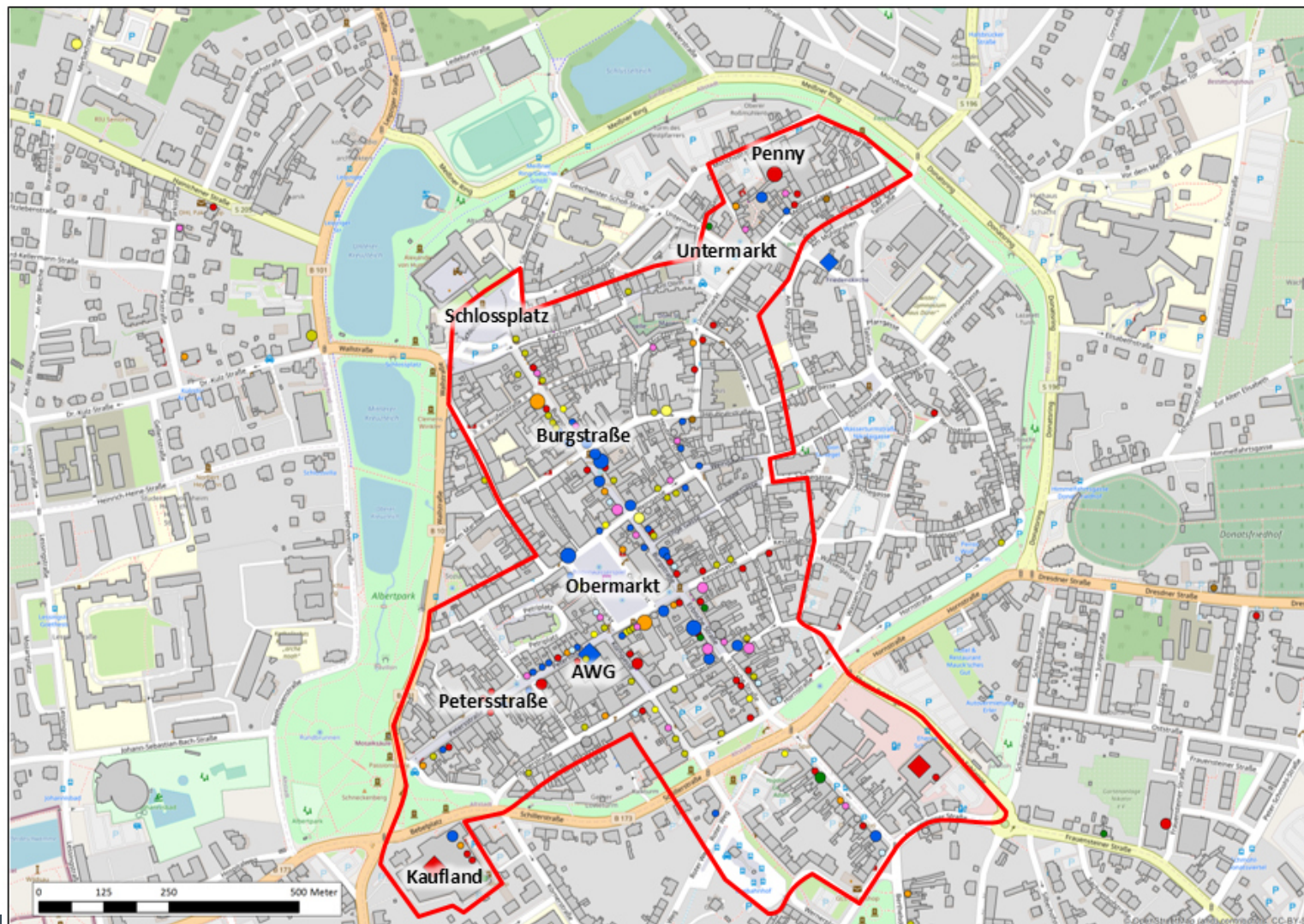
GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

$$*Zentralität = \frac{\text{Umsatz}}{\text{Kaufkraft der Stadt Freiberg}}$$

- /// **Zentralität 2020: 132**
- /// **überdurchschnittlicher Wert** bei Lebensmitteln, Drogeriewaren, Bau-/ Heimwerker-/Gartenbedarf
- /// **unterdurchschnittliche Werte** in mehreren Sortimenten
- /// Freiberg erfüllt weitestgehend seine mittelzentrale Versorgungsfunktion

GMA-Berechnungen 2020

Einzelhandelsbestand in der Innenstadt Freiberg



Legende
 — Zentraler Versorgungsbereich
 — Innenstadt Freiberg 2020

Größenklassen

- ◇ über 1.500 m² VK
- ◇ 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

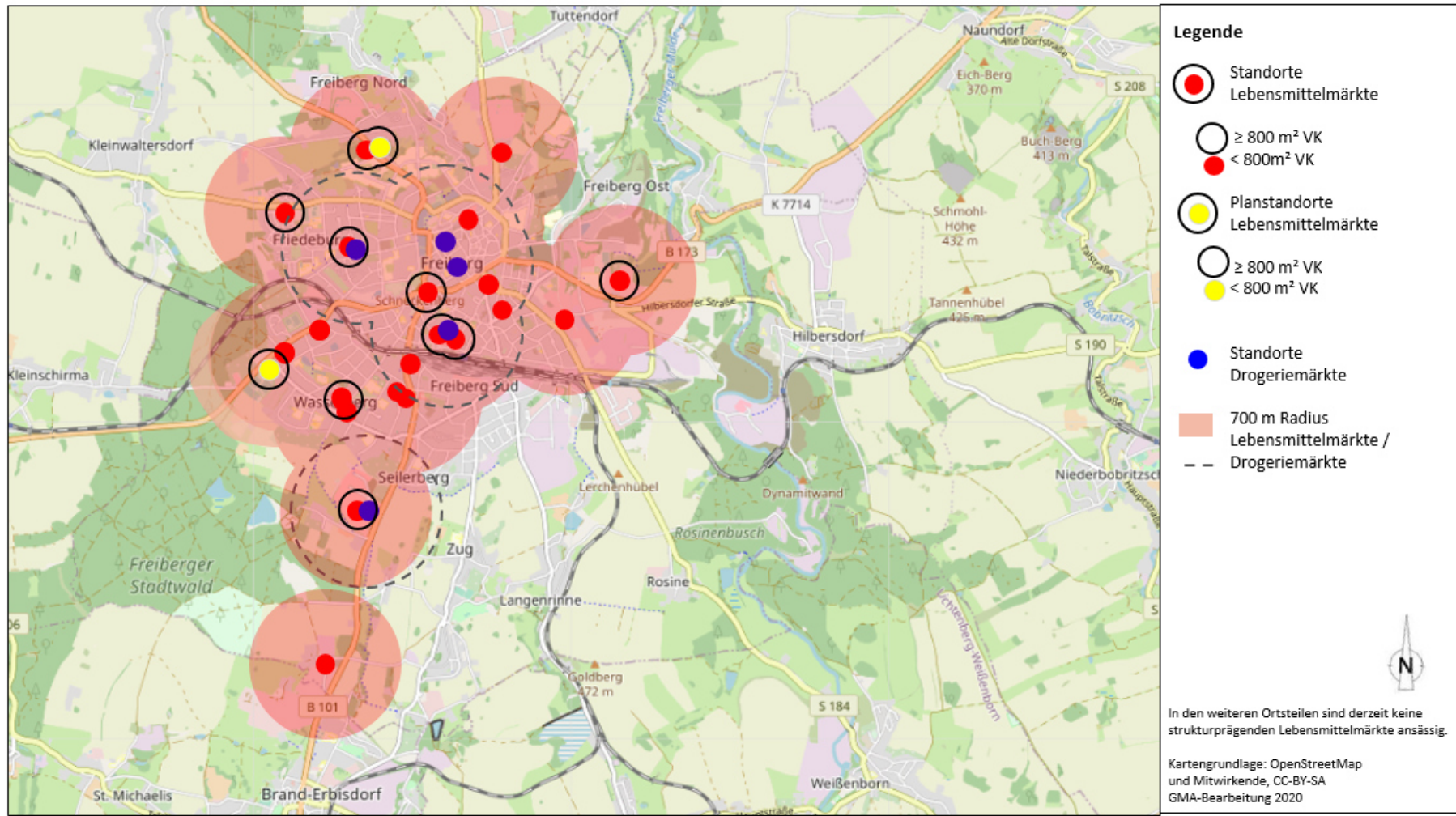
Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
- Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel



Kartengrundlage: Stadt Freiberg,
 Kartenhintergrund: OpenStreetMap
 und Mitwirkende, CC-BY-SA;
 GMA-Bearbeitung 2020

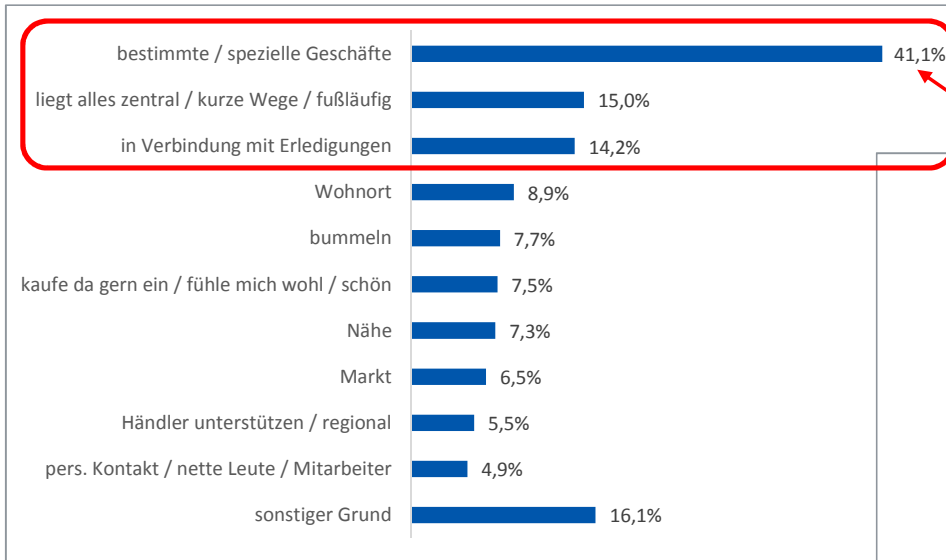
Nahversorgungssituation in Freiberg



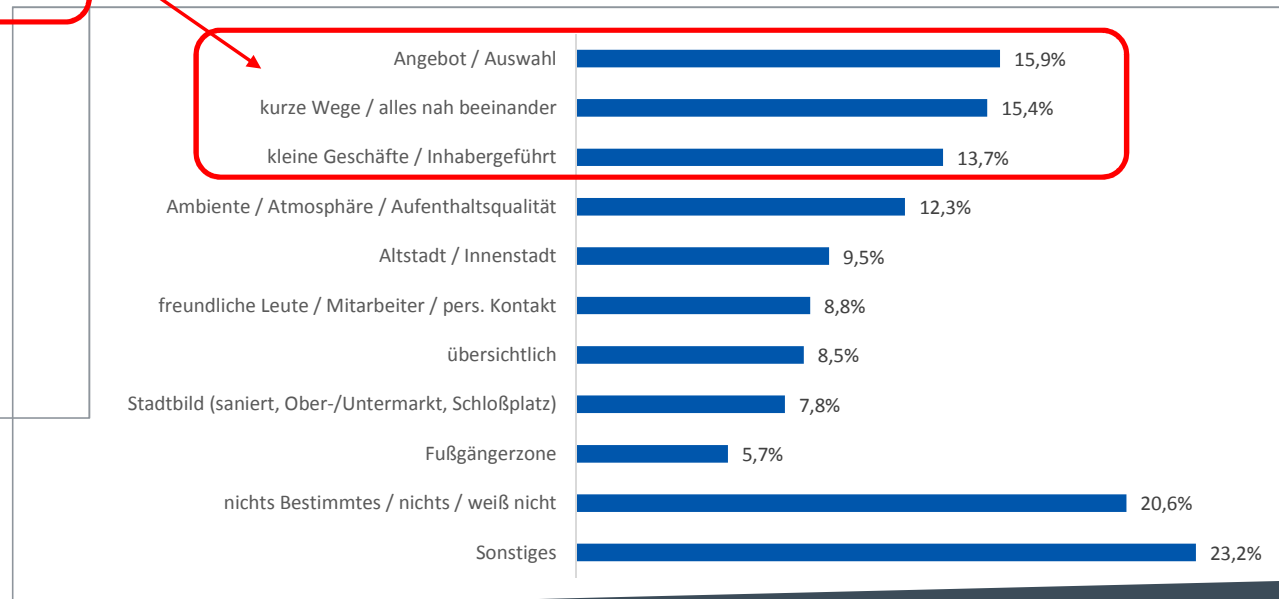
Befragungsergebnisse

Kundenbefragung – Frühjahr 2020

Aus welchen Gründen kaufen Sie in der Innenstadt von Freiberg ein?



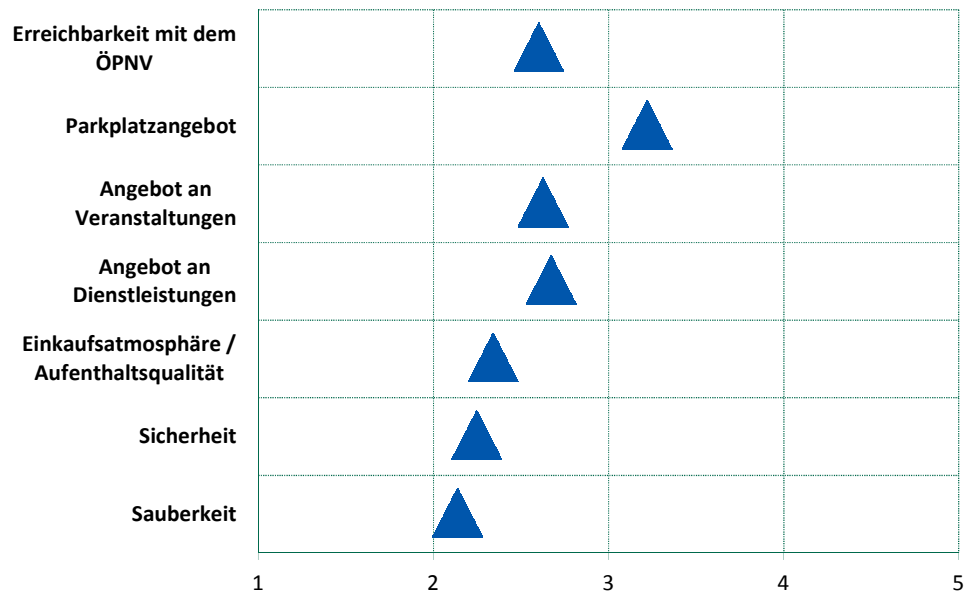
Wenn Sie die Innenstadt von Freiberg in Bezug auf den Einzelhandel mit anderen Städten vergleichen, was fällt Ihnen besonders positiv auf?



Befragungsergebnisse

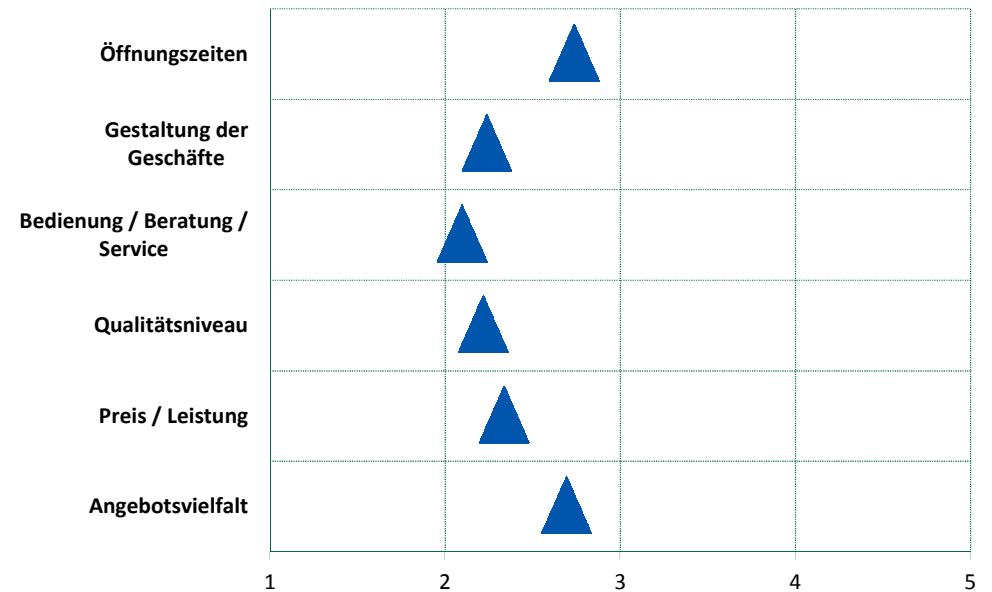
Kundenbefragung – Frühjahr 2020

Wie benoten Sie Freiberg und vor allem die Innenstadt in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten?



- 2,1 bis 3,2 je Thematik / gut bis befriedigend
- schlechte Bewertung der Parkplatzsituation deckt sich mit weiteren Ergebnissen

Wie benoten Sie den innerstädtischen Einzelhandel in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten?

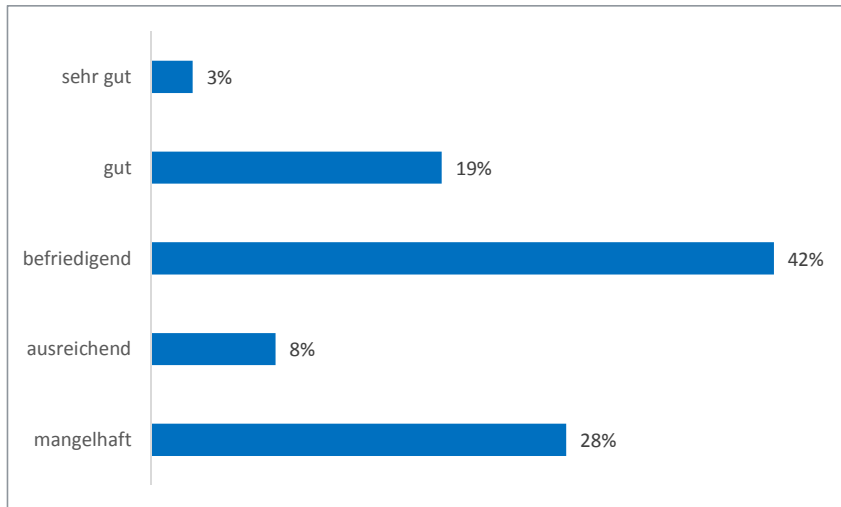


- 2,1 bis 2,8 je Thematik / gut bis befriedigend
- schlechte Bewertung Öffnungszeiten & Angebotsniveau

Befragungsergebnisse

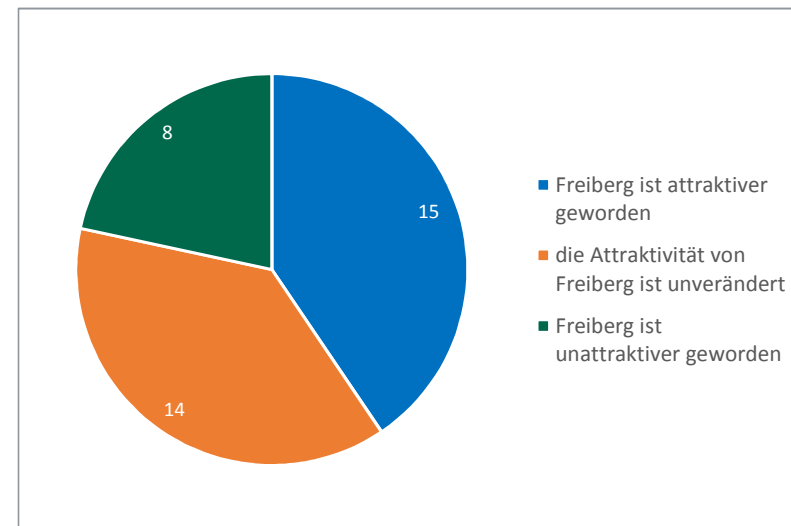
Händlerbefragung / Sept. – Dezember 2020

Wie bewerten Sie die Einzelhandels- und Gewerbesituation in der Innenstadt von Freiberg?



- knapp ein Viertel schätzt Situation als gut oder sehr gut ein
- ca. ein Drittel zeichnet schlechtes Bild der aktuellen Situation

Hat sich aus Ihrer Sicht die Attraktivität der Innenstadt von Freiberg in den letzten 3 – 5 Jahren verändert?

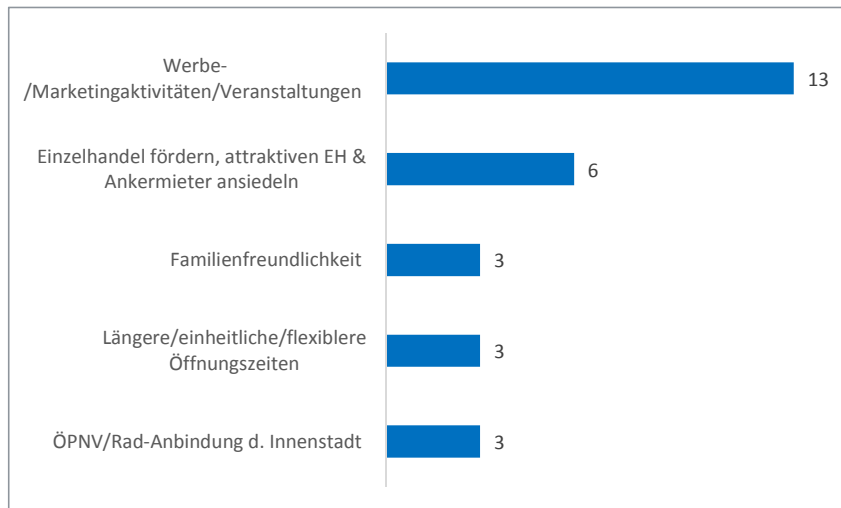


- 15 von 36 Befragten sieht eine positive Veränderung
- nur 8 von 36 eine schlechte Entwicklung

Befragungsergebnisse

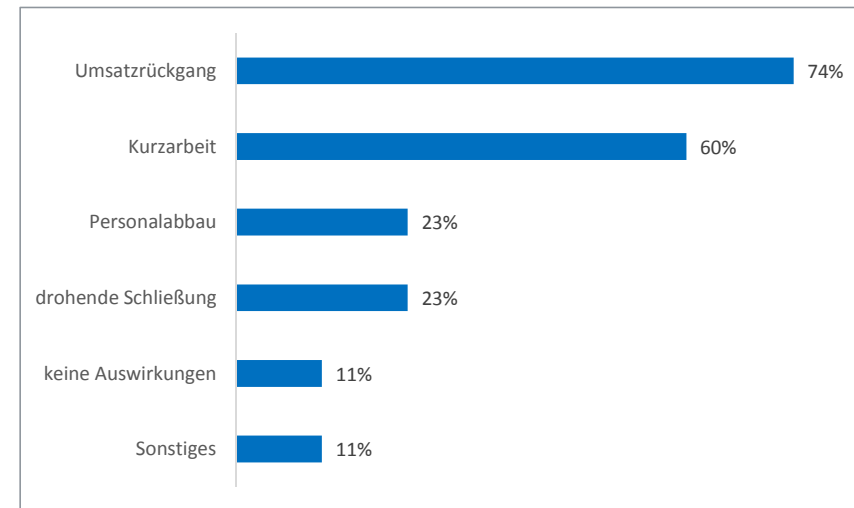
Händlerbefragung / Sept. – Dezember 2020

Worauf sollte Ihrer Meinung nach (auch) in Zukunft zur Stärkung der Magnet- und Einkaufsfunktion der Stadt Freiberg gesetzt werden?



→ Werbe- und Marketingmaßnahmen um sich ggü. Chemnitz und Dresden zu positionieren

Wie sehr ist / war Ihr Unternehmen von den Corona-Auswirkungen betroffen? (Mehrfachnennungen möglich)



→ nur 11 % der Befragten gaben an, gar keine Auswirkungen gespürt zu haben (VOR 2. Lockdown!)

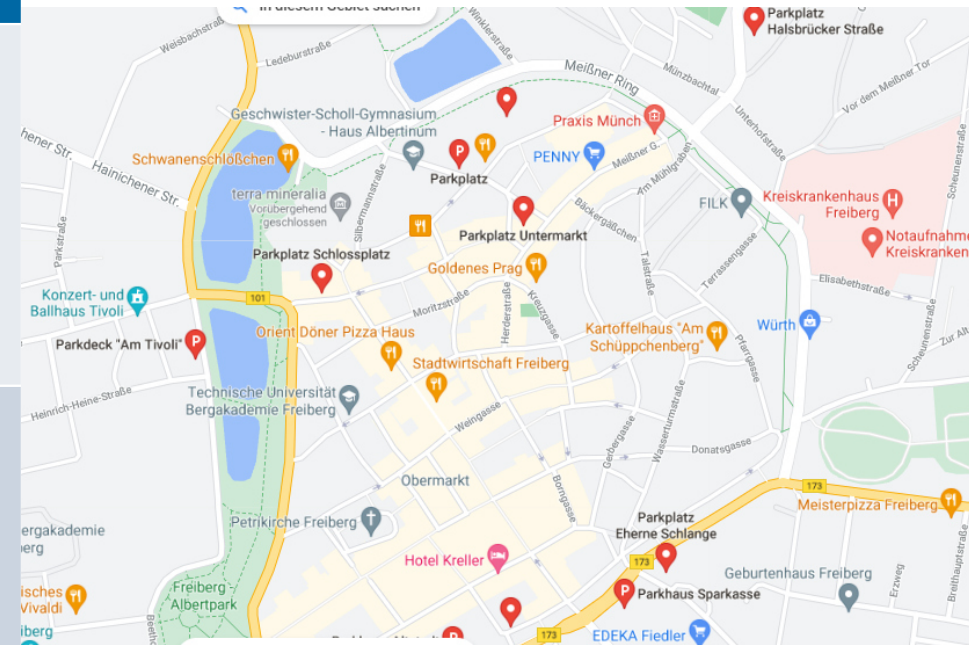
Ergebnisse City-Check

Themen	Bewertung	Handlungsbedarf
Erreichbarkeit und Parken		
Begrüßung am Stadtrand	<ul style="list-style-type: none"> Hinweis Ortseingang Zentrum zweites Hinweisschild Hotelroute gesondertes Schild Parkhaus Altstadt und Innenstadt mit Angabe Stellplätze nächstes Kreuzung nochmaliges Hinweisschild Parkhaus Altstadt, Tivoli und Sparkasse 	<ul style="list-style-type: none"> Evtl. eigenständige Begrüßung „Silberstadt Freiberg“ Info-Points mit Übersichtskarte an Ortseingängen mit Parkbuchten prüfen
abgestimmte einheitliche Leitsysteme	<ul style="list-style-type: none"> Beschilderung Zentrum und Parken siehe oben attraktive übersichtliche Orientierungstafeln mit Innenstadtplan und Hinweis zu Sehenswürdigkeit im Fußgängerbereich optimal verteilt Touristinformation über Hinweistafeln am Schloßplatz klar erkennbar 	



Ergebnisse City-Check

Themen	Bewertung	Handlungsbedarf
Erreichbarkeit und Parken		
ausreichend Kundenparkplätze	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ausreichend Parkplätze über Parkhäuser in Zentrumsnähe sowie Stellplätze am oder im Fußgängerbereich (Verbindung Obermarkt Postplatz) ▪ zahlreiche Fahrradabstellplätze (einheitlich) im gesamten Fußgängerbereich ▪ Parkmöglichkeiten auf Orientierungstafeln (Stadtplan) gekennzeichnet 	
Mobilitätsvernetzung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ durch großzügig verkehrsberuhigten Bereich in der Innenstadt Fahrradfreundlichkeit gegeben ▪ ÖPNV über Busbahnhof Wernerplatz (?) regional gut vernetzt ▪ keine auffälligen Hinweise auf E-Tankstellen etc. ▪ durch historisches Pflaster und Höhenunterschiede unattraktiv für E-Roller 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einrichtungen für moderne Mobilität prüfen (E-Tankstellen, E-Roller?)



Ergebnisse City-Check

Themen	Bewertung	Handlungsbedarf
Attraktivität und Aufenthaltsqualität		
öffentlicher Raum	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nahezu durchgehend sanierter historischer Belag (Pflasterung) im gesamten Innenstadtbereich ▪ überwiegend behindertengerechter Belag (keine erhöhten Bürgersteige) ▪ einheitliche Möblierung (stabile Holzlattenbänke) im Ensemble mit Baumscheiben, Mülleimern etc., verteilt über den gesamten Fußgängerbereich ▪ Ergänzung der Sitzgelegenheiten durch zahlreiche außergastronomische Möblierungen ▪ Begrünung und Bepflanzung (Blumenkästen) auch an einzelnen Gebäuden, insbesondere auch öffentliche Gebäude ▪ abwechslungsreiche, z. T. historische Firmierung an nahezu allen Geschäften ▪ Infokästen in Burgstraße für städtische u. a. kulturelle Veranstaltungen ▪ verteilt Einzelinitiativen zur Gestaltung attraktiver Ladeneingänge, insbesondere in Seitenstraßen ▪ überwiegend sanierte Fassaden, nur bei offensichtlichen Leerständen gesamtes Haus sanierungsbedürftig ▪ öffentliche Toilette über Hinweistafeln zu finden, hier auch QR-Code vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere Begrünungen an Fassaden initiieren ▪ Einzelinitiativen für attraktive Geschäftseingänge weiter motivieren ▪ Laden- bzw. Hausleerstände prüfen ▪ Infokästen für Veranstaltungen weiter qualifizieren (weithin sichtbarer Hinweis, Qualität der Materialien, Anordnung)



Ergebnisse City-Check

Themen	Bewertung	Handlungsbedarf
Attraktivität und Aufenthaltsqualität		
Straßenbild	<ul style="list-style-type: none"> ▪ interessante und abwechslungsreiche Architektur mit verschiedenen Baustilen, gepflegte Fassaden (bis auf Leerstände) ▪ im Stadtzentrum herausragende bedeutende Sehenswürdigkeiten wie z. B. Freiburger Dom, Schloß Freudenstein, Rathaus am Obermarkt, kleines Museum Silbermannorgel am Schloßplatz ▪ Stadtreiefmodell auf dem Schloßplatz ▪ attraktive Wasserspiele auf dem Obermarkt ▪ mehrere kleine Brunnen mit Figuren an verschiedenen Stellen im Zentrum ▪ mehrere Ladenleerstände in der Petersstraße (jeweils gesamtes Gebäude) sowie zahlreiche an den Fußgängerbereich angrenzenden Seitenstraßen ▪ Innenhöfe tlw. vorhanden, gastronomisch genutzt ▪ Gute Orientierung, Ordnung und Sauberkeit und damit gefühlte Sicherheit vorhanden ▪ Verteilerkästen und andere logistische Einrichtungen (städtische Hüllen) überwiegend mit Graffiti-Bemalungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Graffiti auf Verteilerkästen beseitigen
Mittelpunkt Marktplatz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obermarkt nach Neugestaltung mit Wasserspielen und vorhandenem Denkmal sowie weiteren unterschiedlichen Sitzgelegenheiten als Aufenthaltsbereich erkennbar ▪ durch attraktive Geschäfte und Fassaden im Umfeld als Treffpunkt und „gute Stube“ akzeptabel ▪ Obermarkt aktive Einbindung in das Stadtfest sowie andere Events und insbesondere Hauptort des Freiburger Weihnachtsmarktes 	



Ergebnisse City-Check

Themen	Bewertung
1. Funktionsvielfalt und Branchenmix	
lebendiges und multifunktionales Stadtzentrum	<ul style="list-style-type: none"> ▪ abwechslungsreicher Mix aus Einzelhandel und vielseitigen gastronomischen Einrichtungen mit zahlreichen Außensitzplätzen ▪ ebenso Durchmischung mit Dienstleistungen, Kultur und Kunst ▪ nächste Seitenstraßen unmittelbar vom Fußgängerbereich abgehend bereits überwiegend Wohnstadt-Rolle
Leitfunktion Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 180 Einzelhandelsgeschäfte im Innenstadtbereich ▪ darunter relativ wenige Magnetbetriebe (AWG, Sport Richter, Intersport, New Yorker, Rossmann, dm Drogeriemarkt), Kaufland und Edeka eher in Randbereichen bzw. angrenzend zum Fußgängerbereich ▪ durch Vielzahl der Geschäfte Angebote in allen Preissegmenten ▪ Schaufenstergestaltung im Innenstadtbereich ansprechend ▪ zum Teil hervorragende Qualität der Geschäftseingänge mit historischer Architektur ▪ zum Teil eigene Gestaltung der Geschäftseingänge durch Blumenkübel, Teppiche, Sitzgelegenheiten etc. ▪ Fußgängerbereich von Petersstraße über Obermarkt, Burgstraße bis zum Untermarkt als sehr ausgedehnt zu sehen ▪ durch fehlenden Endpunkt an der Petersstraße starker Abfall der Frequenz und des Geschäftsstraßenbesatzes ▪ Untermarkt überwiegend durch Parken sowie auch gastronomischen Bereich genutzt, angrenzend daran Untermarkt-Passage, welche jedoch durch diese Lage auch unter Frequenzproblemen leidet
Kommunikationsort Innenstadt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Freiberg ist Studentenstadt, jedoch nur teilweise offensichtliche Treffpunkte für Studenten erkennbar (entlang der Burgstraße) ▪ Elemente der Straßenkultur und Kunst (Skulpturen, Wasserspiele etc.) vom Schloß entlang der Burgstraße bis über den Obermarkt vorhanden



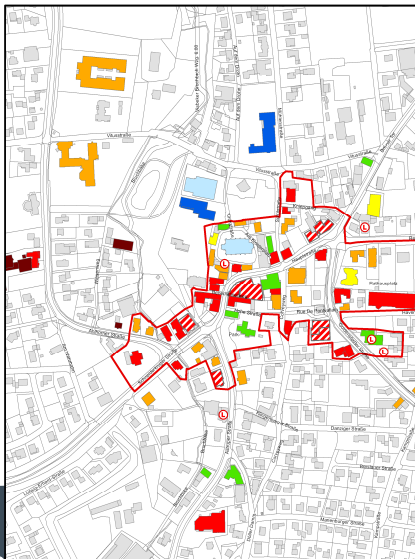


Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Struktur Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Standortkonzept



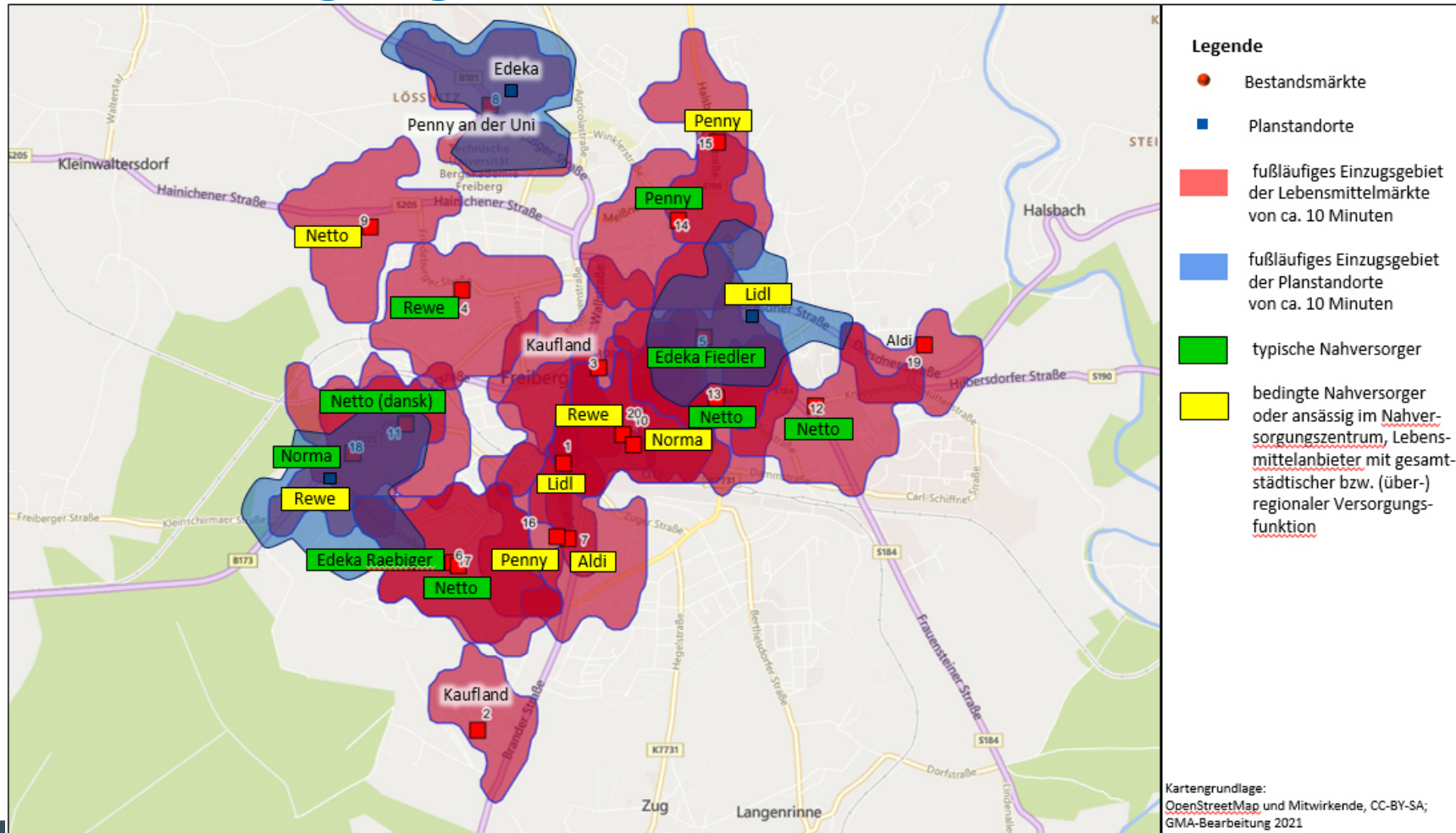
- Festlegung einer Zentren- und Standortstruktur
- Abgrenzung und Definition zentraler Versorgungsbereiche
- standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung

Sortimentskonzept



- Einordnung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente unter Berücksichtigung
- der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels
 - der städtebaulichen Zielsetzungen
 - der landesplanerischen Vorgaben

Nahversorgungsfunktion der Lebensmittelmärkte



Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente*
Nahversorgungsrelevante Sortimente <ul style="list-style-type: none"> / Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke), Reformwaren / Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika / Arzneimittel und apothekenübliche Waren / Schnittblumen / Zeitungen, Zeitschriften 	<ul style="list-style-type: none"> / Tiere, Tiernahrung, Zooartikel, zoolog. Bedarf / Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel / Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) / Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge / Sanitärartikel, Fliesen / Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel) / Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) / Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper / Elektroinstallationsbedarf / Antennen / Satellitenanlagen / Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten / Büromaschinen (gewerbliche Ausrüstung), Büroorganisationsmittel / Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen / Campingartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) / Sportgroßgeräte / Fahrräder, Fahrradzubehör / Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse / Kfz-Zubehör, Motorradzubehör / Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds***
Zentrenrelevante Sortimente <ul style="list-style-type: none"> / Schnittblumen / Bekleidung, Wäsche / Schuhe, Lederwaren / Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf / Spielwaren und Bastelartikel / Medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren / Baby-, Kinderartikel, Kinderwagen / Sportartikel, Sportkleingeräte / Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe) / Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Bettlaken / Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Dekoartikel / Kunst, Bilder, Briefmarken, Münzen, Antiquitäten / Uhren, Schmuck / Foto- und Videoartikel / Optische Erzeugnisse / Musikinstrumente / Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD-Player), Ton- /Bildträger, Elektrokleingeräte (braune Ware**) / Computer, -teile, Peripherie, Software / Elektroklein- und Großgeräte (weiße Ware**) 	

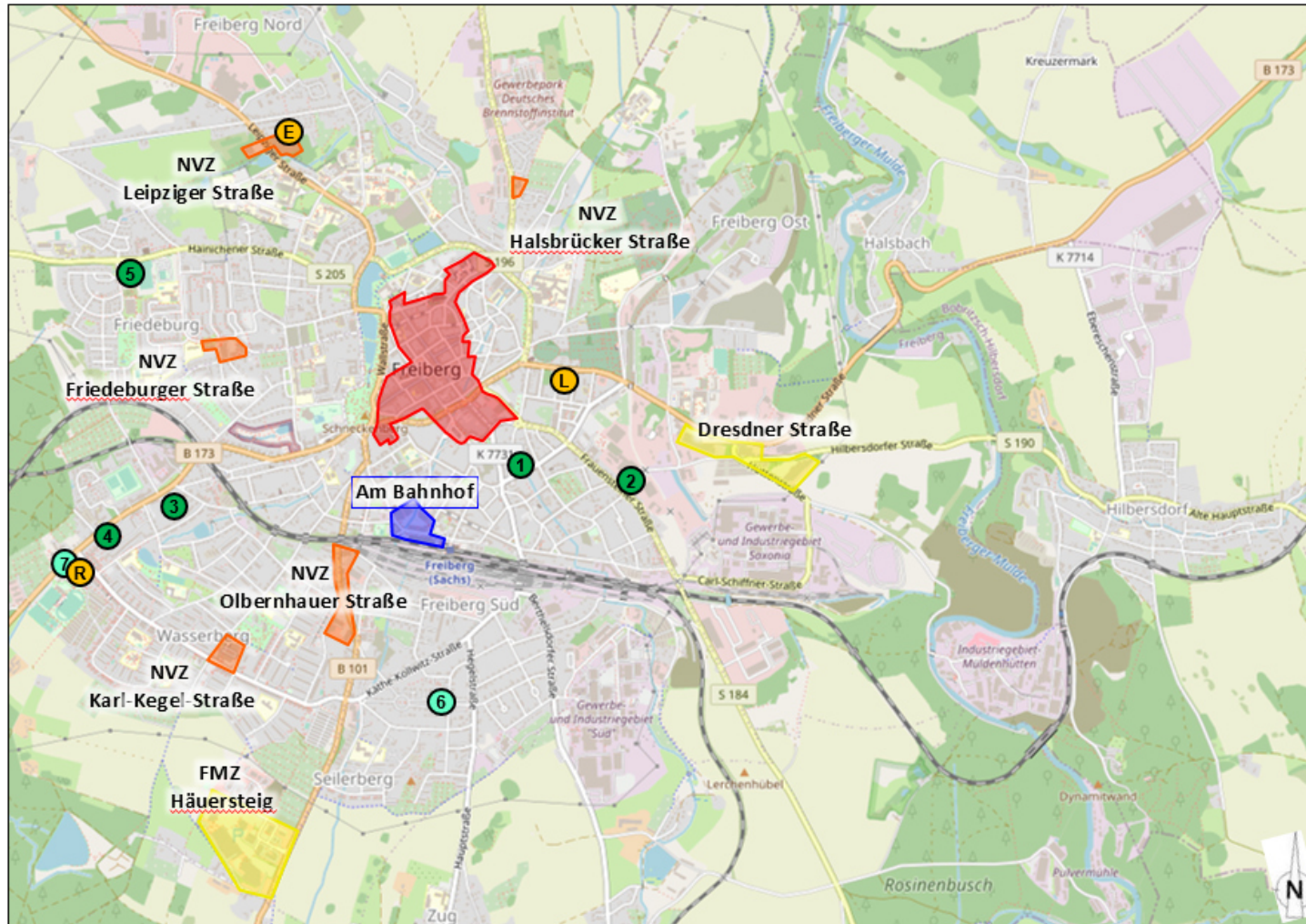
* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

** weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte; braune Ware: z. B. Radio-, Fernsehgeräte, DVD-Player

*** kein Einzelhandel im engeren Sinne

GMA-Übersicht 2020

Standortstruktur Freiberg



- Legende**
- Zentraler Versorgungsbereich**
- Hauptzentrum Innenstadt
 - Nebenzentrum
 - Nahversorgungszentrum
 - Ergänzungs-/ Sonderstandort
- Nahversorgungsstandorte**
- ① Schönlebestraße (Netto)
 - ② Frauensteiner Straße (Netto)
 - ③ Anton-Günther-Straße (Netto dansk)
 - ④ Chemnitzer Straße (Norma)
 - ⑤ Abraham-von-Schönberg-Straße (Netto)
 - ⑥ pot. Nahversorgungsstandort Franz-Mehring-Platz
 - ⑦ pot. Nahversorgungsstandort Chemnitzer Straße (Kinopolis)
- Sonstige Standorte**
- Planstandort Edeka (im NVZ Leipziger Straße)
 - Planstandort Lidl (pot. Nahversorgungsstandort)
 - Planstandort Rewe (pot. Nahversorgungsstandort)

AGENDA

Zielsetzung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Einzelhandelsentwicklung in Deutschland

Rahmendaten des Freiburger Einzelhandels/ Citycheck / Befragung

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Ausblick

Ausblick – „weiterer Fahrplan“

- **Diskussion** und **inhaltliche Ergänzungen, Anpassungen** und ggfs. **Korrekturen**
- **Vorlage** und **Zustimmung** des Stadtrates zum Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts
- öffentliche **Auslegung** und Beteiligung Träger öffentlicher Belange (IHK, Handelsverband, Landes-/ Regionalplanung)
- **Auswertung** der Stellungnahmen zum Entwurf
- **Beschlussfassung** durch den Stadtrat
- weitere **planungsrechtliche Verankerung** im Rahmen der Bauleitplanung -> Anpassung einfacher B-Plan

**VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT UND
MITWIRKUNG!**

