



# ANALYSEN ZUR HANDESENTWICKLUNG

CMVO-TAGUNG IN HALLE

Dr. Eddy Donat, Niederlassungsleiter GMA Dresden  
06. Mai 2022

# Fakten, Konzepte, Strategien - Projekte und Maßnahmen

- Förderprogramme
- Wettbewerbe (ZIZ, „Ab in die Mitte!“)
- Netzwerke

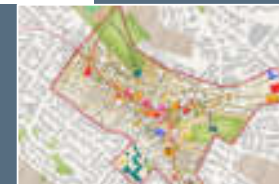
- Integrierte Stadtentwicklungskonzepte (INSEK)
- Stadt-Strategien, Regionalentwicklung
- Leitbilder Stadt und Innenstadt, Quartiersentwicklungen

- Einzelhandelserfassungen (Handelsatlas)
- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte
- Projektbezogene Analysen, Prüfungen
- Leerstands- bzw. Geschäftsstraßenmanagement
- Zentrenmanagement
- Bürgerbeteiligung

Projektentwic-  
klung und -  
umsetzung



Masterpläne, Innenstadt- und  
Quartierskonzepte



Analysen



# Von der Idee zur Maßnahme

Stärken Visionen  
Schwächen Maßnahmen  
Ziele



Fotoquelle u. a. Wiesbaden Congress & Marketing GmbH

## Erstellung eines Maßnahmenkatalogs

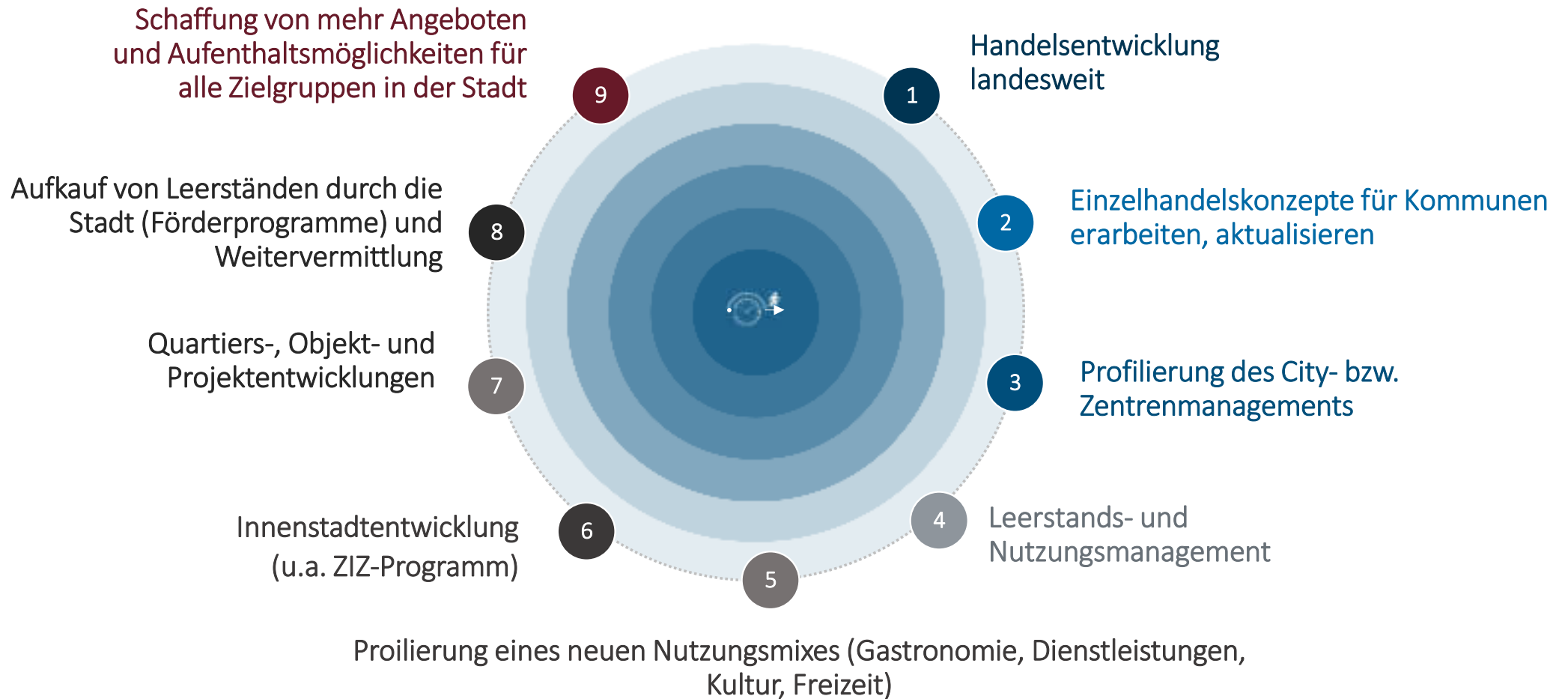
Oberziele zur  
Innenstadtentwicklung

Themenfelder

Priorisierung der  
Maßnahmen

Hinweise zur  
Umsetzbarkeit /  
Finanzierung

# Profilierungsmaßnahmen



# Kontinuierliche Analyse und Schlussfolgerungen

- Bund
- Bundesländer

Handels- und Gaststättenzählung (1993)  
Handelsatlanten (BB: 2021/22 , Sa. SMWA: 2022,  
Thüringen 2018)

- Kammerbezirke
- Regionen

Sa-Anh. KB Halle-Dessau ... 2016, 2022,  
Kammerbezirke Leipzig, Dresden, Chemnitz 2016

- Städte
- Quartiere

Dessau-Roßlau, Wernigerode, Schönebeck,  
Köthen 2022;  
Freiberg, Markranstädt, Brandis-Borsdorf 2022;  
Oranienburg 2022, Prenzlau, Kö-Wusterhausen  
2019

# Fakten... KB Halle-Dessau 2016

## a) Verkaufsfläche gesamt 2016

Kreisfreie Städte / Landkreise	Verkaufsfläche 2016		VK je EW Durchschnitt Deutschland
	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup> je Einwohner	
IHK-Bezirk gesamt	1.981.370	1,67	1,46
Kreisfreie Städte			
Dessau-Roßlau	191.355	2,31	
Halle (saale)	364.600	1,54	
Landkreise			
Anhalt-Bitterfeld	239.635	1,45	
Burgenlandkreis	302.925	1,65	
Mansfeld-Südharz	206.785	1,46	
Saalekreis	383.480	2,06	
Salzlandkreis / Bernburg	98.595	1,69	
Wittenberg	193.995	1,51	

Gesamtverkaufsfläche in Deutschland 2015: 118,3 Mio. m<sup>2</sup> VK; 2016 (Prognose): 119,0 Mio. m<sup>2</sup> VK

Quelle: GfK 2017 in: Hahn Retail Real Estate Report Germany 2016/17



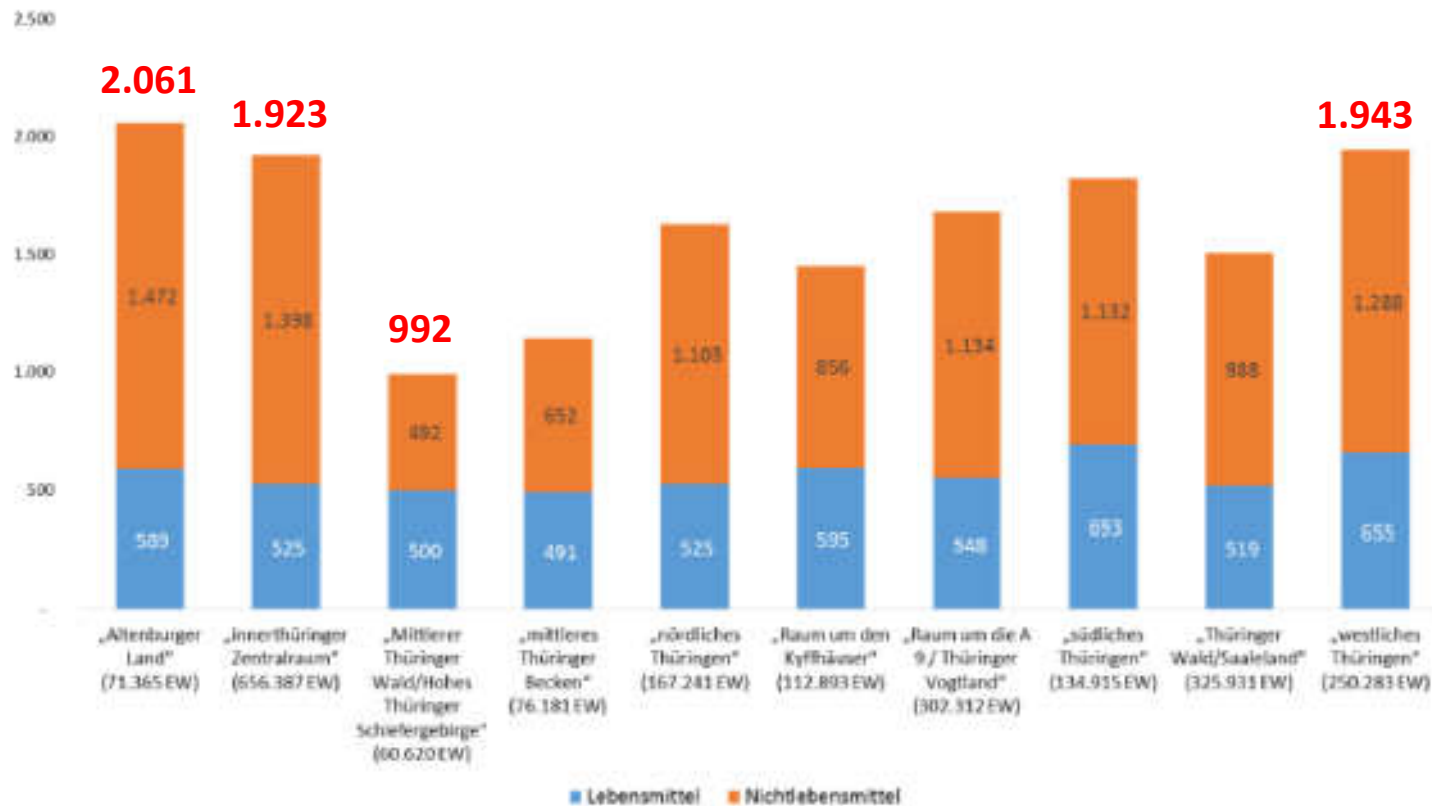
# Kammerbezirke in Sachsen 1997 - 2016

Verkaufsfläche	1997	2001	2006	2010	2015 **
in m <sup>2</sup> :					
Freistaat Sachsen	6.368.500	7.033.504	6.920.260	7.011.979	6.856.324
IHK-Bezirk Chemnitz *	2.571.385	2.641.651	2.745.390	2.761.125	2.611.763
IHK-Bezirk Dresden	2.440.907	2.857.384	2.588.739	2.624.974	2.570.253
IHK-Bezirk Leipzig *	1.356.208	1.534.469	1.586.131	1.625.880	1.674.308
in m <sup>2</sup> pro Kopf:					
Freistaat Sachsen	1,41	1,59	1,62	1,68	1,69
IHK-Bezirk Chemnitz *	1,47	1,55	1,71	1,79	1,78
IHK-Bezirk Dresden	1,40	1,67	1,56	1,61	1,62
IHK-Bezirk Leipzig *	1,32	1,51	1,58	1,63	1,69

it Sachsen

# Raumstrukturgruppen in Thüringen 2018

Abbildung 17: Verkaufsflächenausstattung (m<sup>2</sup> / 1.000 EW) im Vergleich nach Raumstrukturgruppen



\* VK der Mehrbranchenbetriebe nicht aufgeteilt

Quelle: GMA-Erhebungen und -Berechnungen 2017 / 2018 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen); Erhebungssystematik und Sortimentszuordnung vgl. Kapitel I. 2.



# Aktuelle Entwicklungen nach Branchen in Sachsen

Branche	Handelsatlas 2015	Handelsatlas 2022	Veränderung 2015 - 2022
	pro Kopf in m <sup>2</sup>	pro Kopf in m <sup>2</sup>	absolut in %
Nahrungs- und Genussmittel/Bäckerei/Metzgerei	0,45	0,46	3,4
Gartenbedarf/Blumen/Zoo	0,14	(zu Baumarkt)	
Drogerie/Parfümerie/Apotheke/Sanitätshaus	0,08	0,09	9,2
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	0,04	0,04	-4,2
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>0,70</b>	<b>0,58</b>	<b>(-16,5)</b>
Bekleidung/Wäsche	0,19	0,18	-8,2
Schuhe (ohne Sportschuhe)	0,04	0,03	-11,3
Lederwaren	0,01	0,01	3,3
Baumarkt /Tapeten/Farbe/Lacke/Eisenw./Heimw./Autozubehör	0,20	0,37	<b>(83,6)</b>
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	0,08	0,08	1,1
Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	0,02	0,02	-25,7
Sportartikel/Fahrräder/Camping	0,03	0,03	-3,8
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>0,58</b>	<b>0,72</b>	<b>24,9</b>
Teppiche/Gardinen/Deko/Sicht- und Sonnenschutz	0,04	0,04	-46,9
Bettwaren/Haus-, Tisch- und Bettwäsche	0,03		
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	0,21	0,21	-3,7
Elektro/Leuchten/sonst. hochwertige Haushaltgeräte	0,04	0,07	-15,4
UE/Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	0,04		
Photo/Optik/Akustik	0,01	0,01	-11,2
Uhren/Schmuck	0,01	0,01	-9,9
Sonstiges	0,03	0,02	-39,4
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>0,41</b>	<b>0,34</b>	<b>-16,3</b>
<b>Verkaufsfläche des Einzelhandels gesamt</b>	<b>1,69</b>	<b>1,65</b>	<b>-2,2</b>

# Branchenentwicklungen in ausgewählten Städten (nach EHK)

Branchen	größere Städte	“mittlere“ Städte	“kleinere“ Städte	(insbes. Anzahl der Betriebe)
Nahrungs- und Genussmittel	➔	➔	➔	
Gesundheit, Körperpflege	➔	➔	➔	
Blumen, zool. Bedarf				
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>				
Bücher, Schreib- / Spielwaren				
Bekleidung, Schuhe, Sport	⬇	⬇	➔	
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>				
Elektrowaren, Medien, Foto		⬇		
Hausrat, Einrichtung, Möbel	➔		➔	
Sonstige Sortimente		➔		
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>				

# Neue Erkenntnisse

- (weiterer) Rückgang Einzelhandelsverkaufsfläche gesamt
- Rückgang Einzelhandelsverkaufsfläche je Einwohner, trotz Rückgang Einwohner absolut
- differenzierte Entwicklung bei Branchen
  - Lebensmittel: weitere Konzentration und Profilierung (Discounter + Supermärkte), Rückgang Lebensmittelhandwerk
  - Drogerie: Wachstum (Fachmarktkonzepte nach Schlecker-Pleite)
  - Bekleidung: Rückgang insbes. durch Schließung Großbetriebe, kaum Neuansiedlungen
  - Bau-, Garten-, Möbelmärkte: VKF gestiegen durch Profilierungen
  - Sonstiges (diff. Sortimente inkl. Fahrräder, So-Po.): Wachstum
- Umwandlung von Ladenflächen in andere Nutzungen



Die Transformation in den Innenstädten geht weiter und nimmt zu...

# FRAGEN? IMMER GERNE!



GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

**GMA Büro Dresden**

Königsbrücker Straße 31-33

01099 Dresden

0351 – 2167273

016096275592

[eddy.donat@gma.biz](mailto:eddy.donat@gma.biz)

[www.gma.biz](http://www.gma.biz)

