

Aktualisierung Punkt 2.5.1.5 „Einzelhandel und Nahversorgung“ des Integrierten Gemeindeentwicklungskonzepts der Gemeinde Mülsen

1. Bestandsanalyse

In der Gemeinde Mülsen ist ein **flächenseitiger Einzelhandelsbestand** von knapp über 4.000 m² Verkaufsfläche ausgebildet; die Verkaufsflächendichte¹ liegt mit ca. 0,4 m² je Einwohner deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts (rd. 1,5 m²/Ew.) bzw. auch der Flächenausstattung umliegender Orte. Folglich ist für die Gemeinde eine niedrige Einzelhandelsausstattung zu konstatieren, eine umfängliche Bedarfsabdeckung ist nicht möglich.

Tabelle 1: Verkaufsflächendichte von Mülsen

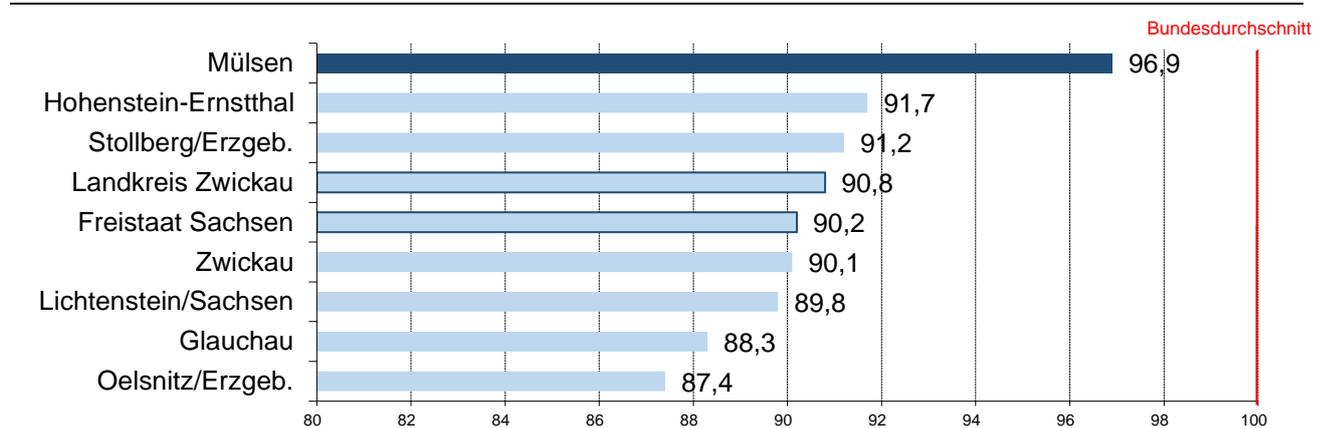
	Verkaufsfläche	Einwohner	Verkaufsflächendichte
	m ²	abs.	m ² /Einwohner
Mülsen	4.100	10.771	0,38

Quelle: BBE Handelsberatung, Erhebung 2022

Das **Handelsangebot** in Mülsen beschränkt sich im Wesentlichen auf die bestehenden Lebensmittelmärkte und weitere – ausschließlich – kleinere Handelsbetriebe. Aktuell agieren mit zwei Märkten von Netto Marken-Discount und einer Penny-Filiale nur drei großformatige Betriebe in Mülsen; das restliche Handelsangebot bezieht sich auf verschiedene kleinteilige Betriebe der Non-Food-Branchen. Mit Blick auf den rudimentären Handelsbesatz ist im Verhältnis zur Einwohnerzahl nur ein unterdurchschnittlich attraktives Angebot ausgeprägt. In Summe generiert der Einzelhandel in Mülsen einen jährlichen Umsatz² von rd. 21,4 Mio. EUR.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** – durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt – stellt für den Handel einen wichtigen Faktor dar. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel verfügbar ist.

Abbildung 1: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021

Im nationalen Vergleich weist Mülsen – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine niedrigere einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 96,9 % unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0 %) liegt. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Mülsen ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung. Im regionalen Vergleich rangiert der Kaufkraftindex von Mülsen jedoch deutlich über dem Landesdurchschnitt (90,2 %) und auch über dem Mittel des Landkreises Zwickau (90,8 %) und nimmt im Vergleich mit umliegenden Orten in der Region einen Spitzenplatz ein.

1 Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis von Verkaufsfläche zu Einwohnern eines Ortes oder einer Region. Bei der Berechnung dieser Kennziffer wurde der Bevölkerungsbestand des jeweiligen Jahres zugrunde gelegt.

2 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsumsatz Mülsen 2021.

Das **Marktpotenzial** wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel bestimmt. Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer an die lokalen Verhältnisse angepasst. Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit der Einwohnerzahl von Mülsen multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen für die Gemeinde errechnet.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial in der Gemeinde Mülsen

	Einwohner	Verbrauchsausgaben p.a.	einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Mülsen	10.771	6.760	96,9	70,55

Quelle: MB-Research Nürnberg, Verbrauchsausgaben und einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2021 für Mülsen

Basierend auf der Einwohnerzahl von Mülsen, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des Kaufkraftniveaus errechnet sich eine jährliche Nachfrageplattform für den Einzelhandel von Mülsen von rd. 70,5 Mio. EUR, die dem lokalen Handel zur Bindung zur Verfügung steht.

Die **Kaufkraftbindungsquote** drückt das Verhältnis zwischen den Einzelhandelsumsätzen und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (inkl. Ausgaben für den Online-Handel) einer Kommune aus. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner umliegender Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Kaufkraftbindungsquote ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität einer Stadt.³

Tabelle 3: Kaufkraftbindungsquote (Zentralität) der Gemeinde Mülsen

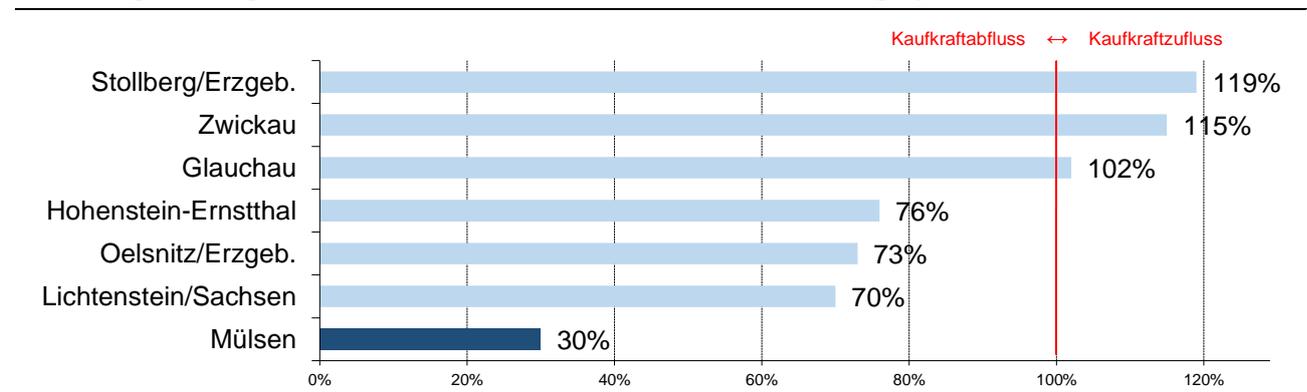
	Marktpotenzial	Einzelhandelsumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Mülsen	70,55	21,37	30	-49,18

Quelle: BBE Handelsberatung

Auf Basis des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens und der lokalen Einzelhandelsumsätze errechnet sich für Mülsen eine Kaufkraftbindungsquote von 30 %. Demnach können die lokalen Handelsbetriebe die örtliche Kaufkraft bei Weitem nicht binden, es zeigt sich Kaufkraftabfluss in umliegenden Städte und zum Online-Handel in Höhe von rd. 49,2 Mio. EUR.

Im Vergleich zu anderen Orten in der Region lässt sich die Kaufkraftbindungsquote von Mülsen wie folgt einordnen.

Abbildung 2: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftbindungsquoten



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2021⁴

³ Eine Kaufkraftbindungsquote von über 100 % drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 % besteht per Saldo ein Umsatzabfluss in anderen Orte und/oder zum Online-Handel.

⁴ Die ausgewählten Kaufkraftbindungsquoten dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

Mülsen ist durch die „Sandwichlage“ zwischen Zwickau und Glauchau / Lichtenstein / Oelsnitz geprägt; in diese Städte fließt – neben dem Online-Handel – maßgeblich die lokale Kaufkraft ab. Historisch betrachtet ist Mülsen kein gewachsener bzw. traditioneller Einkaufsort. Mit Blick auf den langgezogenen Siedlungskörper⁵ der Gemeinde, der polyzentrischen Siedlungsstruktur und den daraus folgenden „langen Wegen“, dem Fehlen eines Zentrums bzw. einer Einkaufsinnenstadt – insbesondere auch eines zentralen Versorgungsgebietes – und dem Nichtvorhandensein einer größeren Einkaufsdestination (z.B. Einkaufszentrum oder Fachmarktzentrum) ist in Mülsen nur ein geringer Handelsbestand ausgeprägt. Aus Einzelhandelssicht ist der Anbieterbesatz in Mülsen als kleinteilig, dispers und discountorientiert zu beschreiben.

Die **Grundversorgung** wird aktuell von drei Lebensmitteldiscountern getragen, deren Angebot durch verschiedene weitere Anbieter (Ladenhandwerker, Getränkemarkte) arrondiert wird. Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl errechnet sich für den Lebensmittelhandel eine Verkaufsflächendichte von knapp 0,3 m² je Einwohner, die deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts und unter dem Wert vergleichbar großer Kommunen rangiert.⁶

Tabelle 4: Verkaufsflächendichte des Lebensmittelhandels (LEH) in Mülsen

	Verkaufsfläche LEH m ²	Einwohner abs.	Verkaufsflächendichte m ² /Einwohner
Mülsen	3.020	10.771	0,28

Quelle: BBE Handelsberatung, Erhebung 2022

Die Auswahlbreite des Lebensmittelhandels zeigt sich auf Grund des ausschließlichen Angebots an Discountern – zudem noch mit zwei angebotsgleichen Märkten – als eingeschränkt. In Mülsen ist kein Supermarkt ansässig; das aktuelle Fehlen eines entsprechenden, qualitativ höherwertigen Vollsortimentsmarktes⁷ stellt – auch unter Berücksichtigung der verhältnismäßig hohen Kaufkraft in Mülsen (vgl. Abb. 1) – ein lokales Angebotsdefizit dar.

Die abschließende **Stärken-Schwächen-Analyse** stellt überblicksartig eine zusammenfassende Bewertung des Einzelhandelsstandortes Mülsen dar.

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ hohes einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau ▪ hohes lokales Nachfragepotenzial von rd. 70,5 Mio. EUR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ polyzentrische Siedlungsstruktur, Fehlen eines kompakten Zentrums bzw. einer Einkaufsinnenstadt ▪ Mülsen ist keine gewachsene Einkaufsstadt ▪ geringes flächenseitiges Einzelhandelsangebot, keine Magnetbetriebe in Mülsen ansässig ▪ hoher Abfluss von lokaler Kaufkraft, sehr geringe Kaufkraftbindung durch den örtlichen Handel ▪ gering ausgeprägtes und strukturell einseitiges Lebensmittelangebot; es sind ausschließlich discountlastige Märkte ansässig, das Fehlen eines Vollsortimentsmarktes ist ein (qualitatives) Angebotsdefizit

5 Mülsen gilt als „längste“ Gemeinde Sachsens.

6 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,55 bis 0,70 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Im Bundesvergleich wird eine Flächendichte von ca. 0,44 m² je Einwohner erreicht.

7 Ein Vollsortimentsmarkt deckt nahezu alle Warengruppen innerhalb des Lebensmittelsortiments ab, er ermöglicht eine fast lückenlose Versorgung. Als Ergänzungssortimente werden auch Drogeriewaren und Tiernahrung geführt. Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten deutlich über der durchschnittlichen Auswahlbreite von Discountern, die vor allem schnelldrehende Waren führen.

2. Entwicklungsziele

In der folgenden Übersicht werden die zwei wesentlichen Entwicklungsziele für den Bereich Handel überblicksartig formuliert

Abbildung 3: Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Mülsen

Städtebauliche Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

- Erhalt, Stabilisierung und Ausbau der Versorgungsfunktion von Mülsen
- Sicherung und Qualifizierung der verbrauchernahen Versorgung, insbesondere mit dem Sortiment Lebensmittel sowie optimale Erreichbarkeit dieser Versorgungseinrichtungen

Auf Basis der skizzierten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Gemeinde- und Siedlungsstruktur ist das Ausbilden einer langfristig tragfähigen und vollumfänglichen Einzelhandelsstruktur in Mülsen – insbesondere im Non-Food-Handel – nicht realistisch. Dennoch sollte eine **Attraktivierung des lokalen Handels** durch eine größere Auswahlbreite an Handelsgeschäften erfolgen, wenngleich sich die Akquisition von Betrieben⁸ schwierig darstellt. Ein wesentliches Ziel ist daher neben der Neuansiedlung von Betrieben vor allem auch die Sicherung und Stabilisierung der bestehenden Handelsbetriebe.

Die prospektive Einzelhandelsentwicklung in Mülsen soll sich im Bereich der Grundversorgung⁹ u.a. auf die möglichst **flächendeckende wohnortnahe Versorgung** der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereichs, insbesondere mit Lebensmitteln fokussieren. Dies ergibt sich vor allem aus der Prämisse des demographischen Wandels und der Zielsetzung, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden bzw. Verkehr generell zu minimieren.

Folgende Projekte sind zur **Sicherung der Grundversorgung** umzusetzen:

- Neuansiedlung eines Supermarktes am Standort St. Jacober Hauptstraße
 - Die Ansiedlung erfolgt an einem städtebaulich integrierten Standort in der Ortsmitte von St. Jakob. Im Umfeld sind weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie die Gemeindeverwaltung, eine Schule und eine Kindertageseinrichtung ansässig. Ferner bieten Arztpraxen, eine Physiotherapie und zwei Bankfilialen ihre Dienstleistungen bereits an; es besteht eine hohe Angebotsagglomeration von privatwirtschaftlichen und öffentlichen Nutzungen in diesem Bereich. Des Weiteren ist der Standort direkt an den ÖPNV-angebunden. Nach der Ansiedlung eines Supermarktes als „Frequenzbringer“ kann sich dieser Bereich u.U. als sog. zentraler Versorgungsbereich¹⁰ entwickeln; dies ist seitens der Gemeinde mit begleitenden Maßnahmen und einer weiteren Angebotsverdichtung zu forcieren.
 - Ein Supermarkt führt zu einer Abrundung des derzeit ausschließlich discountorientierten Lebensmittelangebots. Perspektivisch kann eine umfassende Versorgung durch diesen geplanten Vollsortimentsmarkt¹¹ – arbeitsteilig mit den drei Discountern – sichergestellt werden; die Auswahlbreite und -tiefe wird sich deutlich verbessern.

8 Die Einzelhandelslandschaft unterliegt jedoch seit Jahren einem Strukturwandel, der sich zunächst zwischen inhabergeführten Fachgeschäften und Kleinfilialisten hin zu überregionalen Filialisten, Franchisesystemen und fachmarktorientierten Vertriebsformen vollzog. Seit etwa einer Dekade tritt zudem verstärkt die Konkurrenz des Online-Handels hinzu, der zusehends das „typische“ Fachgeschäft in kleineren bis mittleren Städten ablöst. Diese Entwicklung setzt bestehende Fachgeschäfte nicht nur unter wirtschaftlichen Druck, sondern limitiert auch die Weiterführung bestehender Handelsbetriebe im Zuge eines Generationenwechsels; ebenso wie die Neugründung von Geschäften. Somit stehen immer häufiger keine Betreiber als Nachfolge für ausscheidende Betriebe – insbesondere in Kleinstädten – zur Verfügung; ebenso ist die Zahl der Existenzgründungen im Handel in kleineren Orten seit Jahren rückläufig.

9 Unter Grundversorgung wird die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

10 Inwieweit sich der Bereich als zentraler Versorgungsbereich entwickeln kann, ist nach der Umsetzung des Ansiedlungsvorhabens zu prüfen. Die Abgrenzung eines solchen Bereiches – der einen Schutz i.S.d. des Baugesetzbuches und der Baunutzungsverordnung genießt – ist in einem späteren Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu konkretisieren..

11 Ein Discounter ist auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumsatz ausgerichtet und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discountniveau an. Demgegenüber offeriert ein Supermarkt ein breites und umfassendes Angebot (Vollsortiment), welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis legt. Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten bei 12.000 bis 15.000 Artikeln und somit deutlich über der Auswahlbreite in Discountern mit 2.000 bis 4.000 Artikeln.

Die beiden Betriebstypen Supermarkt und Discounter sprechen zum Teil auch unterschiedliche Kundengruppen an bzw. initiieren unterschiedliche Kaufanlässe. Während bei einem Discounter meist preisorientiert der Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt wird, werden bei einem Besuch in einem Supermarkt vorwiegend Frischeprodukte (inkl. Convenience) und qualitativ höherwertige Lebensmittel nachgefragt.

- Mit der Ansiedlung erfolgt eine erhöhte Kaufkraftbindung vor Ort in Mülsen, da die Nachfrage in diesem Segment derzeit – in Ermangelung eines qualifizierten Angebots – in andere Orte außerhalb von Mülsen abfließt. Das Projektvorhaben führt zu einer Steigerung der Kaufkraftbindungsquote von Mülsen (vgl. Tab 3).
- In der Ortsmitte des Ortsteils St. Jacob ist kein Lebensmittelmarkt ansässig; demnach erfolgt im Rahmen der Entwicklung eine versorgungsstrukturell sinnvolle Angebotsverdichtung.
- Im fußläufigen Umfeld des Planstandortes ist eine verdichtete Wohnbebauung vorzufinden. In einer Gehzeit von rd. 10 Minuten wohnen rd. 1.200 Personen, somit kann der Betrieb für einen nicht unwesentlichen Teil der lokalen Bevölkerung eine fußläufige Nahversorgung anbieten.

■ Verlagerung und Erweiterung des Penny-Marktes am Standort St. Jacober Nebenstraße.

- Der Penny-Markt kann an seinem Bestandsstandort mit einer Verkaufsfläche von knapp über 600 m² seinen Anspruch an einen modernen und attraktiven Discounter nicht mehr gerecht werden; die Handelsimmobilie stellt sich – insbesondere auch unter energetischen Aspekten – baulich verschlissen dar und entspricht nicht den aktuellen Maßgaben des Betreibers.
- Bei einer Verlagerung und Erweiterung dieses Marktes erfolgt eine langfristige Bindung des Marktbetreibers und folglich eine Sicherung dieses Betriebes in Mülsen. Die Attraktivierung des Angebots führt zu einer Ertüchtigung der Lebensmittelversorgung in der Gemeinde.
- Im Standortverbund sind ein Getränkemarkt (ca. 400 m² VK) und zwei Ladenhandwerker (Bäcker/ Fleischer) angedacht. Folglich ist perspektivisch an diesem Standort eine umfängliche Lebensmittelversorgung möglich.
- Penny kann für sein näheres Umfeld eine qualifizierte Nahversorgung anbieten und ebenfalls für die direkt nördlich an St. Jacob angrenzenden Ortsteile (St. Micheln, Stangendorf) – hier existiert kein Lebensmittelmarkt – eine qualifizierte Grundversorgung übernehmen.
- Die frei werdende Penny-Immobilie sollte mit Handel aus dem Segment Non-Food genutzt werden.¹² In diesem Bereich zeigt sich eine sehr geringe Angebotsdichte in Mülsen, so dass eine Ausweitung des Angebots – auch unter dem Aspekt der Minimierung des hohen Kaufkraftabflusses aus Mülsen (vgl. Tab. 3) – sinnvoll und wünschenswert ist. Ferner können durch die räumliche Nähe zu dem neuen Penny-Standort Kopplungs- und Synergieeffekte ausgebildet werden.
- Um die Nachbelegung des Penny-Altstandortes im Sinne einer geordneten Gemeindeentwicklung zu steuern, sollte eine Überplanung der Liegenschaft mit einem Bebauungsplan erfolgen; hiermit kann u.a. die Sortimentszulässigkeit für diesen Standort geregelt werden. Ein Aufstellungsbeschluss für eine entsprechende Bauleitplanung ist vom Gemeinderat zu fassen.

Unter Berücksichtigung der beiden Planvorhaben errechnet sich für Mülsen ein Flächenaufwuchs¹³ von ca. 2.200 m² Lebensmittelverkaufsfläche. Auf Basis der Bestandsfläche zeigt sich eine Flächendichte im Lebensmittelhandel von knapp 0,5 m² je Einwohner, die für die Ortsgröße von Mülsen angemessen ist.

Tabelle 5: Verkaufsflächendichte des Lebensmittelhandels (LEH) in Mülsen (Plan)

	Verkaufsfläche LEH	Einwohner	Verkaufsflächendichte
	m ²	abs.	m ² /Einwohner
Mülsen	ca. 5.200	10.771	0,48

Quelle: BBE Handelsberatung, Erhebung 2022

Auf Basis der hinzugewonnenen Verkaufsfläche ergibt sich nach Umsetzung der beiden Projektvorhaben eine prospektive Verkaufsflächendichte des gesamten Einzelhandels von Mülsen von 0,58 m² je Einwohner.

12 Mögliche Aussagen zu dem Bestandsobjekt von Penny in der St. Jacober Nebenstraße hinsichtlich der Nachnutzung können grundsätzlich nicht getroffen werden, da es sich bei dem Markt um ein Mietobjekt handelt. Demnach besteht seitens der Handelskette Penny nach Ablauf der Mietzeit keine Möglichkeit der Einflussnahme auf potenzielle Nachmieter; ebenso nicht durch die Gemeinde bei Auszug von Penny.

Der Eigentümer kann grundsätzlich einen neuen Mieter akquirieren, theoretisch auch einen neuen Lebensmittelmarkt, da mit der Betreiberaufgabe des Penny-Marktes die ausgesprochene Baugenehmigung nicht erlischt. Sofern sich ein anderer Betreiber in die Baugenehmigung einpasst, ist die Wiederaufnahme eines entsprechenden Marktes i.d.R. möglich.

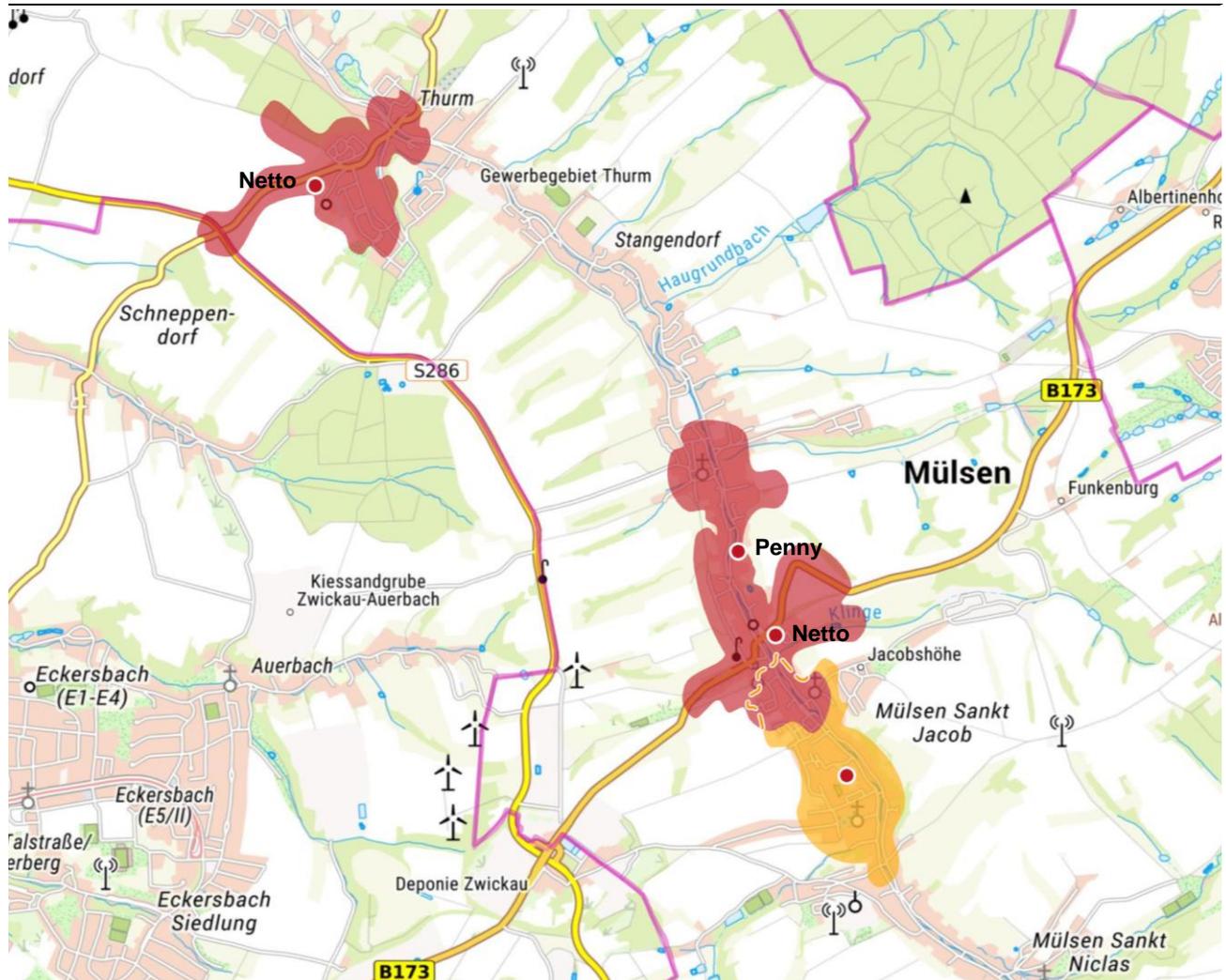
Mit Blick auf die Flächengröße des Bestandsmarktes, den baulichen Zustand und die Marktsituation im Lebensmittelhandel in Mülsen erscheint eine Nachvermietung an einen neuen Lebensmittelmarkt jedoch nicht realistisch.

13 Penny wird seiner Verkaufsfläche um ca. 200 m² erhöhen, im Standortverbund ist ein Getränkemarkt (400 m² VK) angedacht. Die Planfläche des Supermarktes liegt bei knapp 1.600 m².

Dieser Wert (vgl. aktuellen Wert in Tab. 1) liegt weiterhin deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts, so dass nach Umsetzung der beiden Projektvorhaben kein überdimensionierter Verkaufsflächenaufwuchs für Mülsen einhergeht.

In der nachstehenden Karte wird das **Zielkonzept für die Grundversorgung** für Mülsen kartographisch abgebildet. Die Darstellung der fußläufigen Nahbereiche¹⁴ weist die jeweiligen Einwohnerzahlen im 800 Meter Laufweg aus, wobei als maßgebliche Träger der Grundversorgung insbesondere die drei bestehenden Lebensmittelmärkte und der neu hinzutretenden Supermarkt fungieren sollen.

Karte 1: Nahversorgungskonzept für die Gemeinde Mülsen (Zielkonzept)



Fußläufige Erreichbarkeit

- Lebensmittelmärkte
- 800m-Gehwegzone (geplanter Lebensmittelmarkt)
- 800m-Gehwegzone (bestehende Lebensmittelmärkte)
- Überschneidungsbereich

N

0 250 500 1.000 m

BBE

Quelle: © BKG 2022.
Datenquelle: http://sg.geodatenzentrum.de/web_Public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf,
BBE Handelsberatung 2022

<u>Einwohner in den</u>	Netto (Zwickauer Straße) ca. 1.270 Ew.
<u>Gehwegzonen:</u>	Penny (St. Jacober Nebenstraße) ca. 1.080 Ew.
	Netto (Dresdner Straße) ca. 910 Ew.
	Planstandort Supermarkt (St. Jacober Hauptstraße) ca. 1.220 Ew.

¹⁴ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Radius von 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten bzw. Gebieten können auch Laufwege bis 1.000 m unterstellt werden.