

## STADT NEUMARKT I.D.OPF.

### Gutachterliche Verträglichkeitsprüfung der geplanten Neukonzeption des Fachmarktzentrums Nürnberger Straße 'Bereich Ost'



Bestehendes Fachmarktzentrum Nürnberger Straße 'Bereich Ost'



Foto: Dr. Heider

Augsburg, den 11. März 2019

Gutachterliche Verträglichkeitsprüfung der geplanten Neukonzeption des  
Fachmarktzentrum Nürnberger Straße 'Bereich Ost' in  
92318 Neumarkt i.d.OPf.

Auftraggeber: Stadt Neumarkt  
Stadtplanungsamt  
Rathausplatz 1  
92318 Neumarkt i.d.OPf.

Projektleitung: Dr. Manfred Heider  
Bearbeitung: Dipl.-Geogr. Herbert Brunner  
Ausführung: Datenerfassung, Analyse 03.-05.2018, Aktualisierung 03.2019

---

Die vorliegende Untersuchung unterliegt dem deutschen Urheberrecht. Verwendung, Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung, die Bereitstellung im Internet u.ä. von einzelnen Inhalten oder des gesamten Werkes sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Nutzungs- und Urheberrechte verbleiben bei der Dr. Heider Standort- und Wirtschaftsberatung GmbH.

Die enthaltenen Karten und Daten sowie etwaig zu Layoutzwecken enthaltene Signets und Logos können urheberrechtlich geschützte Inhalte umfassen, deren Nutzungsrechte keine Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung zulassen. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder Separierung von Teilen des Gutachtens löst das vollständige Haftungsrisiko gegenüber etwaigen Ansprüchen Dritter aus.

Bei Nichtbeachtung dieser Regelungen ist der Verursacher für daraus entstehende oder auftretende Urheberrechtsverletzungen und deren Ansprüche ebenso wie für die Abwehr und die daraus entstehenden Kosten von Urheberrechtsansprüchen verantwortlich.

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Aufgabenstellung und Vorgehen</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Standortrahmenbedingungen und Vorhaben</b>	<b>8</b>
2.1	Standortrahmenbedingungen der Stadt Neumarkt	8
2.2	Einzelhandelsnutzungen, Vorhaben und Standortrahmenbedingungen EXKURS Marktanforderung und Größe Möbel- und Baumarkt	11 15
2.3	Städtebauliche Ziele – Einordnung in das Zentrenkonzept der Stadt Neumarkt i.d.OPf.	18
<b>3</b>	<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenziale sowie bestehende Wettbewerbssituation</b>	<b>21</b>
3.1	Einzugsgebiet und vorhandenes Kaufkraftpotenzial	21
3.2	Aktuelle Angebotssituation in den vorhabenrelevanten Sortimenten in Neumarkt und im überörtlichen Einzugsgebiet	24
3.3	Ermittlung bestehender Ausbaupotenziale	26
<b>4</b>	<b>Prüfung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen</b>	<b>27</b>
4.1	Bewertungskriterien und Methodik	27
4.2	Umsatz, Umsatzherkunft und Wirkungsanalyse	31
4.2.1	Haushaltstextilien	31
4.2.2	Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel	34
4.2.3	Bekleidung/Trachtenmode	37
4.2.4	Nicht-innenstadtrelevante (Haupt-)Sortimente im zu überplanenden Fachmarktzentrum	39
<b>5</b>	<b>Prüfung der landesplanerischen / raumordnerischen Verträglichkeit</b>	<b>40</b>
5.1	Lage im Raum	41
5.2	Lage in der Gemeinde	42
5.2.1	Voraussetzungen der städtebaulichen Integration lt. LEP	42
5.2.2	Überprüfung der städtebaulichen Integration des Vorhabenstandortes	43
5.3	Zulässige Verkaufsflächen	47
5.3.1	Fachmarkt für Trachtenmode	47
5.3.2	Möbelhaus sowie Mitnahmemarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren	48
5.3.3	Bau- und Gartenmarkt	51
5.3.4	Fachmarkt für Autoteile/-zubehör	55
<b>6</b>	<b>Zusammenfassende Bewertung / Fazit</b>	<b>57</b>
	<b>ANHANG</b>	<b>63</b>
	'Neumarkter Sortimentsliste'	63

# 1 Aufgabenstellung und Vorgehen

Die vorliegende gutachterliche Stellungnahme wurde zunächst als vorläufiger Untersuchungsbericht zur Vorbereitung und Klärung weiterer Planungsschritte im Hinblick auf die Erstellung des Bebauungsplanes "154 – FMZ Nürnberger Straße, Bereich Ost" erstellt. Die Bearbeitung dazu erfolgte von März bis Mai 2018, Berichtsstand 24. Mai 2018.

Im Zuge der Beteiligung der Behörden und Träger öffentlicher Belange nach § 4 Abs. 2 BauGB, hier insbesondere die landesplanerische Stellungnahme der Regierung der Oberpfalz v. 18.09.2018, sowie durch ergänzende Angaben der Eigentümer zu den Einzelhandelsbetrieben und Sortimentsanforderungen im vorgesehenen Geltungsbereich des Bebauungsplanes "154 – Fachmarktzentrum Nürnberger Straße, Bereich Ost" ergaben sich zusätzliche Aspekte, mit inhaltlicher Relevanz für den angestrebten Bebauungsplan. Um der geänderten Ausgangslage gerecht zu werden, war eine Aktualisierung der gutachterlichen Betrachtung erforderlich. Diese Aktualisierung zu den Betrieben und Einzelhandels Sortimenten im Geltungsbereich des angestrebten Bebauungsplanes sowie die daraus resultierenden Ergebnisse für die Inhalte des Bebauungsplanes wurden im vorliegenden Untersuchungsbericht, Berichtsstand 11. März 2019, eingearbeitet.

Folgende Rahmenbedingungen, Aufgabenstellungen und Bearbeitungsschritte lagen der Ausarbeitung zu Grunde:

Der Eigentümer des Fachmarktzentums Nürnberger Straße 'Bereich Ost' (Flst.Nrn. 914/3, 918/8, 920/1, 920/2, 921 und 922) in Neumarkt in der Oberpfalz plant eine Umstrukturierung des dortigen Einzelhandels. Neben den langjährigen Bestandsbetrieben (Toom Baumarkt, Möbel Werner in Schließung, Dänisches Bettenlager, ATU) erfolgte im Mai 2018 die Ansiedlung eines Trachtenmode-Fachmarktes (Trachten Moser). Der 2018 geschlossene Möbel Werner soll April 2019 durch ein Möbelhaus der Fa. Wohnorama ersetzt werden. Gemäß Eigentümerangaben strebt die Fa. Toom zur Standortsicherung einen deutlich vergrößerten Bau- und Gartenmarkt an.

Die genehmigte Verkaufsflächengröße des Fachmarktzentums resultierte aus den dort situierten großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Durch die nicht-innenstadtrelevanten Hauptnutzungen war, trotz des erheblichen Umfangs der im Fachmarktzentrum situierten Verkaufsflächen, die Innenstadtverträglichkeit gewährleistet. Etwaige Anpassungen oder Änderungen der Sortimentsstruktur am Standort des Fachmarktzentums erfordern eine Regelung, um die Innenstadtverträglichkeit und die für den Standort geltenden städte-

baulichen Einzelhandelsziele<sup>1</sup> der Stadt Neumarkt i.d.OPf. auch künftig gewährleisten zu können. Grundlage der Regelungen soll ein Bebauungsplan sein.

Die vorliegenden Einzelhandelsbetriebe überschreiten mit den dort situierten Einzelhandelsnutzungen erheblich die Schwellenwerte der Regelvermutung des §11 Abs. 3 BauNVO, so dass das Fachmarktzentrum – unabhängig davon, ob ein Einkaufszentrum vorliegt, das den Regelungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO in jedem Fall unterläge - als großflächiger Einzelhandel einzustufen ist, der den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt. Um diese baurechtlichen Anforderungen sowie eine den Zielen der Stadt Neumarkt entsprechende Einzelhandelsentwicklung am Standort umzusetzen, soll ein Sondergebiet Fachmarktzentrum nach § 11 Abs. 2 und 3 BauNVO festgesetzt werden.

Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO ist eine Vereinbarkeit mit der städtebaulichen Entwicklung und Ordnung ebenso erforderlich wie eine Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung. Besondere Bedeutung für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung besitzt die Vereinbarkeit des Vorhabens mit den einzelhandelsbezogenen Entwicklungszielen der Stadt Neumarkt<sup>2</sup>. Die Belange der Raumordnung und Landesplanung in Bayern, sind, gem. Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), insbes. im Hinblick auf die Erfüllung der Ziele 5.3.1, 5.3.2 und 5.3.3 zu prüfen und deren Vorgabeerfüllung aufzuzeigen.

Die Maßgaben des §11 Abs. 3 BauNVO erfordern, außer der Vereinbarkeit mit raumordnerisch/landesplanerischen sowie städtebaulichen Zielen, auch eine Ermittlung und Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens (aufgezeigt in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO) unter den Voraussetzungen und Anforderungen der städtebaulichen Entwicklung. Art, Lage und Umfang des Vorhabens werden dazu in Abhängigkeit von den Auswirkungen auf Einzelhandels-/Nahversorgungsstrukturen sowie die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche bewertet.

Die vorliegende gutachterliche Stellungnahme soll der Klärung der Verträglichkeit des Vorhabens bzw. speziell der mit dem Vorhaben ggf. einhergehenden Auswirkungen dienen. Die Arbeitsschritte im Einzelnen:

- ▶ Erfassung der bestehenden Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes "154 – Fachmarktzentrum Nürnberger Straße Bereich Ost", Struktur der Betriebe (Betriebstyp, Erfassung der Teil-/Randsortimente, Flächenprogramm); Definition des zu untersuchenden Sortimentsspektrums (vo-

---

<sup>1</sup> Definiert im Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Neumarkt in der Oberpfalz (2015).

<sup>2</sup> Definiert im Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Neumarkt in der Oberpfalz (2015).

raussichtlich: Möbel, inkl. differenzierte Randsortimente; Baumarkt, inkl. differenzierte Randsortimente; Haushaltstextilien; Bekleidung/Trachten)

- ▶ Erfassung der für die bestehenden und vorgesehenen Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes "154 – Fachmarktzentrum Nürnberger Straße Bereich Ost" relevanten aktuellen Strukturen von Kundenpotenzial (Einwohner, Bevölkerungsentwicklung), Kaufkraft und Wettbewerb sowie der städtebaulichen und einzelhandelsstrukturellen Rahmenbedingungen Neumarkts sowie der umliegenden Gemeinden im möglichen Einzugsgebiet
- ▶ Erfassung der Standortssituation (Mikro-/Makrostandort) für den Geltungsbereich des Bebauungsplanes
- ▶ Einordnung und Bewertung der Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes im Hinblick auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung gemäß den städtebaulichen Zielen der Stadt Neumarkt i.d.OPf. gemäß Einzelhandelskonzept
- ▶ Erfassung und Umsatzschätzung des Einzelhandelsangebotes in Neumarkt und den ggf. betroffenen Gemeinden im Einzugsgebiet nach Standortlagen für das zu untersuchende Sortimentsspektrum des Bebauungsplanes
- ▶ Bewertung der Funktionsfähigkeit von Einzelhandel und Innenstadt sowie möglicherweise durch das Vorhaben tangierter weiterer Standortbereiche
- ▶ Ermittlung der sortimentspezifischen Projekteinzugsgebiete und der projektrelevanten Kaufkraftvolumina
- ▶ Ermittlung der prognostizierbaren Umsätze für die zu untersuchenden Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes
- ▶ Modellrechnung der Kaufkraftströme und Kaufkraftbindung für die zu untersuchenden Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes (Varianten: Status-Quo; bei Vorhabenrealisierung)
- ▶ Analyse und Bewertung der vorliegenden bzw. zu erwartenden umsatzrelevanten Auswirkungen der Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes – ökonomische Wirkungsanalyse
- ▶ Bewertung der städtebaulichen Verträglichkeit der vorliegenden bzw. zu erwartenden umsatzrelevanten Auswirkungen der Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes an Hand der Auswirkungen auf Einzelhandelsstruktur, Zentrenstruktur und Versorgungssituation in Neumarkt i.d.OPf. und im Projekteinzugsgebiet gemäß § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO - städtebauliche Wirkungsanalyse
- ▶ Ermittlung der raumordnerisch und landesplanerisch relevanten Rahmenbedingungen und Prüfgrößen

- ▶ Prüfung der Vereinbarkeit der zu untersuchenden Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung
- ▶ Einordnung des zu untersuchenden Vorhabens in die raumordnerischen und landesplanerischen Anforderungen
- ▶ Fazit / zusammenfassende Bewertung für die Nutzungen (Sortimente) im Geltungsbereich des Bebauungsplanes nach städtebaulichen Zielen, Auswirkungen (städtebauliche Verträglichkeit), landesplanerische Vereinbarkeit
- ▶ Gutachterliche Empfehlung der Festsetzungen zur Art der Nutzung

## 2 Standortrahmenbedingungen und Vorhaben

### 2.1 Standortrahmenbedingungen der Stadt Neumarkt

Die wesentlichen Standortrahmenbedingungen der Stadt Neumarkt i.d.OPf. können folgendermaßen zusammengefasst werden:

- ▶ Die Große Kreisstadt Neumarkt i.d.OPf., Verwaltungssitz des gleichnamigen Landkreises, verfügt derzeit über ca. 39.575 Einwohner<sup>3</sup> und ist damit die viertgrößte Stadt im Regierungsbezirk Oberpfalz. Die Prognose der Bevölkerungsentwicklung auf Basis der Ergebnisse der regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes lässt in Neumarkt in den nächsten Jahren noch einen leichten Anstieg (um etwa 1% bis 2025) erwarten.
- ▶ Aus ökonomischer Sicht ist Neumarkt ein ebenso etablierter wie wichtiger Wirtschafts- und Einzelhandelsstandort in der mittleren Oberpfalz an der Grenze zum unmittelbar benachbarten Mittelfranken. Speziell der untersuchungsrelevante Einzelhandel nimmt für die Stadt Neumarkt i.d.OPf. sowohl als herausragender Zentralitäts- und Wirtschaftsfaktor, als auch als wesentlicher Funktions-träger der Innenstadt eine besondere Bedeutung ein.
- ▶ Derzeit sind in der Stadt Neumarkt rund 20.720 Arbeitnehmer sozialversicherungspflichtig beschäftigt<sup>4</sup>, wobei die Zahl in den letzten fünf Jahren stark angestiegen ist – zwischen 2010 und 2016 um rund 16%. Die Beschäftigtendichte ist mit ca. 0,52 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten je Einwohner überdurchschnittlich und liegt nicht nur deutlich über dem Wert des Landkreises Neumarkt i.d.OPf. (0,35), sondern auch klar über dem Durchschnittswert Bayerns (0,41). Die hohe Arbeitsplatzbedeutung der Stadt zeigt auch der Pendler-saldo, welcher seit Jahren deutlich positiv ist (d.h. erkennbarer Einpendlerüber-schuss bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten). Bei Betrachtung der Wirtschaftsstruktur zeigt sich ein vergleichsweise ausgewogenes Verhältnis zwischen den drei bedeutendsten Wirtschaftsbereichen<sup>5</sup>. Wichtige Arbeitgeber im Stadtgebiet sind u.a. die Bionorica AG (Entwicklung und Herstellung pflanzlicher Arzneimittel), Dehn + Söhne GmbH & Co. KG (Elektrotechnik) oder auch die Klebl GmbH (Bau und Baustoffe).
- ▶ Die Stadt Neumarkt i.d.OPf. ist durch die unmittelbare Anbindung an die Bundesautobahn A 3 (Passau – Würzburg) gut in das überregionale Straßennetz eingebunden; dies gilt umso mehr, als über die A 3 auch das in alle Richtungen

<sup>3</sup> Gemäß Angaben des Bay. Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung, Stand: 31.12.2016.

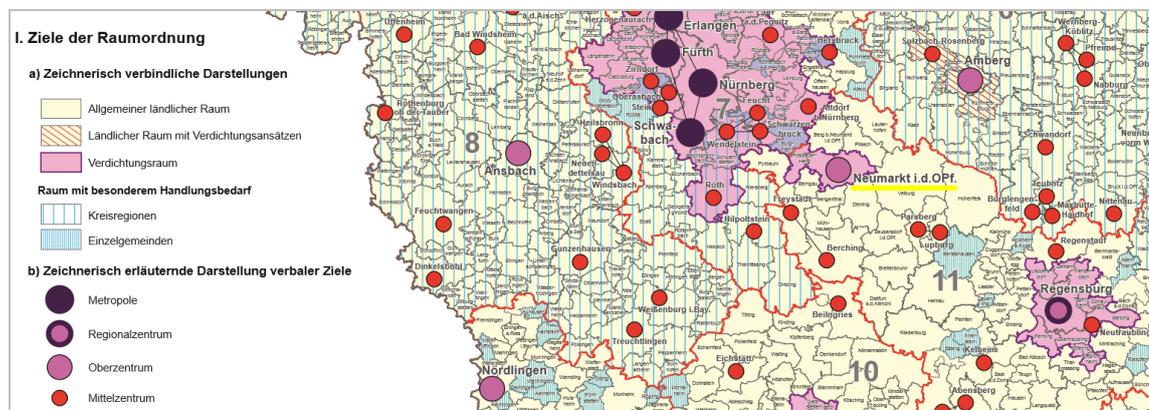
<sup>4</sup> Am Arbeitsort; Stand: 30.06.2016 (vorläufiger Wert).

<sup>5</sup> D.h. Produzierendes Gewerbe, Handel und Verkehr und unternehmensbezogene, öffentliche und private Dienstleistungen.

gut ausgebaute Autobahn-/Fernstraßennetz rund um Nürnberg schnell zu erreichen ist. Durch das Stadtgebiet von Neumarkt i.d.OPf. verlaufen ergänzend dazu die regional bedeutsamen Bundesstraßen B 8 (Nürnberg – Regensburg) und B 299 (Amberg – Landshut), womit die Stadt im Ergebnis im Individualverkehr sehr gut zu erreichen ist. Ähnliches gilt auch im ÖPNV. Die Stadt verfügt sowohl über IC-, als auch RE-Verbindungen nach Regensburg und Nürnberg; einen eigenen ICE-Halt gibt es in Neumarkt hingegen nicht. Darüber hinaus ist die Stadt mit einem eigenen S-Bahn-Anschluss und verschiedenen Buslinien in das Liniennetz des Verkehrsbundes Großraum Nürnberg GmbH (VGN) integriert. Alles in allem ist Neumarkt somit auch im ÖPNV gut zu erreichen.

- Landesplanerisch ist die Stadt Neumarkt i.d.OPf. als Oberzentrum ausgewiesen und hat demnach nicht nur eine lokale, sondern explizit auch eine wichtige überörtliche Versorgungsfunktion für die gesamte Region zu erfüllen. Der sog. einzelhandelspezifische Verflechtungsbereich des Oberzentrums Neumarkt ist entsprechend groß und weist laut Angaben der bayerischen Landesplanung ein Kundenpotenzial von 195.815 Personen auf.

### Ausschnitt aus der Strukturkarte des Landesentwicklungsprogramms Bayern



Quelle: Landesentwicklungsprogramm Bayern, Stand 01. März 2018, Ausschnitt.

- Die nächstgelegenen höher bzw. gleichwertigen Zentren (d.h. mindestens Oberzentrum) und wichtigsten Wettbewerbsstädte im Umland sind Nürnberg (zusammen mit Erlangen, Fürth und Schwabach) im Nordwesten, Regensburg im Südosten, Ingolstadt im Süden sowie Amberg im Nordosten, wobei v.a. letztgenanntes lediglich eine als nachgeordnet einzustufende Wettbewerbswirkung aufweist. Nichtsdestotrotz üben die umliegenden Oberzentren/Regionalzentren/Metropolen eine begrenzende Funktion auf die Ausstrahlungskraft und damit auch auf das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes Neumarkt auf.
- Der Einzelhandelsstandort Neumarkt i.d.OPf. weist eine dichte und differenzierte Einzelhandelsausstattung auf, die insbesondere bei den sog. innenstadtrele-

vanten Sortimenten<sup>6</sup> über eine große regionale Anziehungskraft verfügt. Standortstrukturell wird das Einzelhandelsangebot der insgesamt recht gut und breit aufgestellten Innenstadt im Wesentlichen durch Fachmarkttagglomerationen an der Nürnberger Straße (u.a. Toom und BayWa Baumärkte, Möbel Werner, Edeka, Lidl und Aldi Lebensmittelmärkte, dm Drogeriefachmarkt) und der Freystädter Straße (u.a. Obi Bau- und Gartenmarkt, Real SB-Warenhaus, Penny Lebensmittelmarkt, Vedes Spielwarenfachmarkt) sowie durch drei Nahversorgungsstandorte (Regensburger Straße, Altdorfer Straße, Amberger / Leipziger Straße) ergänzt. Hinzu kommt eine Reihe von Betrieben in sog. Streulagen, die über das gesamte Stadtgebiet verteilt sind.

- ▶ Gemäß Angaben des 2015 erstellten Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes der Stadt Neumarkt<sup>7</sup> sind im Stadtgebiet insgesamt 342 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 106.050 m<sup>2</sup> ansässig. Diese erwirtschaften zusammen einen Gesamtumsatz von ca. 335,5 Mio. €. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass die zwischenzeitlich erfolgten Veränderungen im Einzelhandelsbesatz – neben der Eröffnung des Einkaufszentrums Neumarkt<sup>8</sup> gab es auch einzelne weitere Veränderungen – selbstverständlich noch nicht in diesen Zahlen berücksichtigt sind.
- ▶ Die Einzelhandelszentralität<sup>9</sup> bzw. die Umsatz-Kaufkraft-Relation, welche die BBE im Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept 2015 ausweist, liegt mit einem Wert von 135<sup>10</sup> deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt (= 100) und zeigt die hohe Attraktivität/Magnetwirkung des Einzelhandelsstandortes Neumarkt für sein Umland auf.

 **Neumarkt i.d.OPf. ist sowohl ein starker Wirtschafts- als auch Einzelhandelsstandort, dem eine bedeutende regionale Anziehungskraft und Versorgungsfunktion zukommt. Dies ist z.B. am deutlich positiven Pendler-saldo bzw. an der ausgeprägten Einzelhandelszentralität der Stadt abzulesen.**

---

<sup>6</sup> Hierzu zählen u.a. Bekleidung, Schuhe, Sportwaren, Bücher, Spielwaren, Haushaltswaren/GPK.

<sup>7</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz; April 2015. S. 12.

<sup>8</sup> Mit rund 14.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

<sup>9</sup> Die Relation von Einzelhandelsumsatz einer Stadt zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ihrer Wohnbevölkerung bildet die Einzelhandelszentralität. Übersteigt der Umsatz im Einzelhandel die am Ort verfügbare Kaufkraft der Wohnbevölkerung, handelt es sich um einen Einzelhandelsstandort mit Kaufkraftzufluss, dies wird durch einen Indexwert über 100 ausgedrückt – entsprechend drückt umgekehrt ein Indexwert unter 100 Kaufkraftabfluss aus .

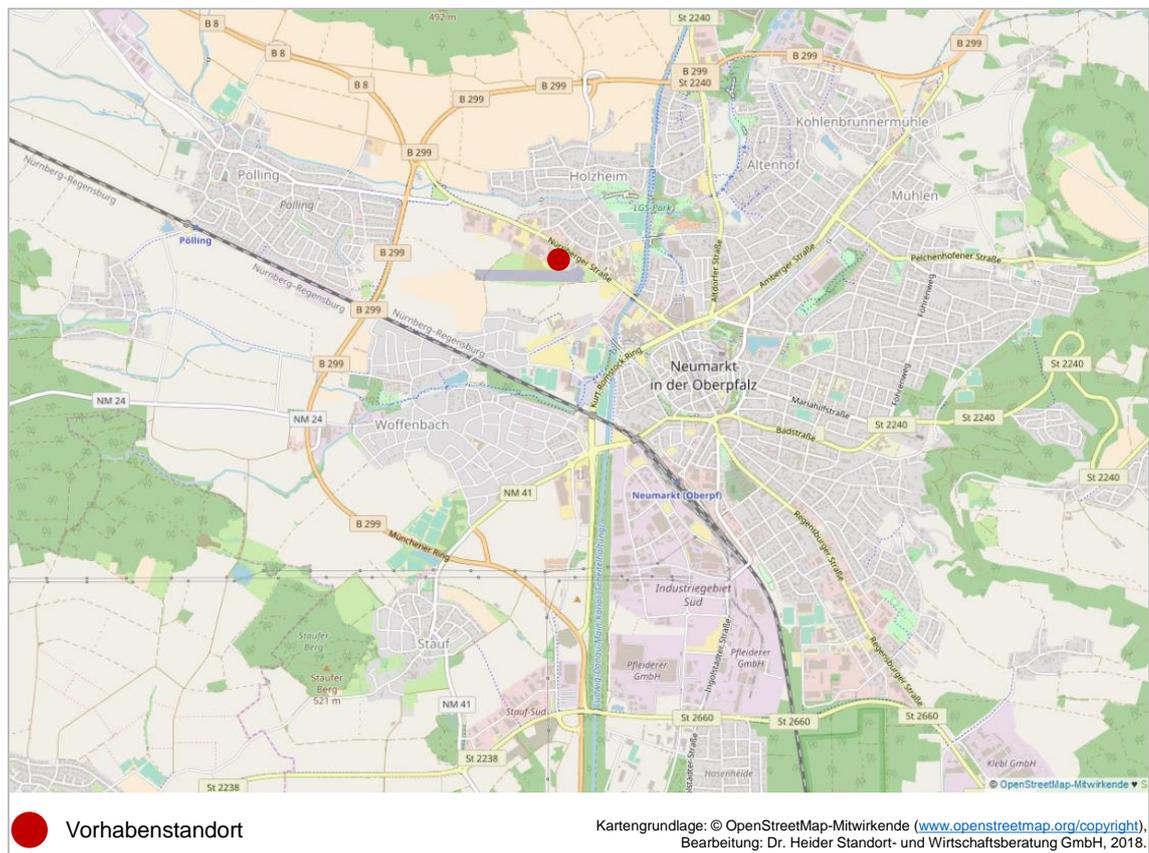
<sup>10</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz; April 2015. S. 20.

## 2.2 Einzelhandelsnutzungen, Vorhaben und Standortrahmenbedingungen

- ▶ Im Bereich des Fachmarktzentrums Nürnberger Straße 'Bereich Ost' (Flst.Nrn. 914/3, 918/8, 920/1, 920/2, 921 und 922) waren im Einzelhandel, Bearbeitungsstand 24. März 2018, situiert:
  - Möbelvollsortimentsbetrieb Möbel Werner mit genehmigten ca. 6.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; eine abschließende Bezifferung der Verkaufsfläche war aufgrund des zum Aufnahmezeitpunkt bereits laufenden Räumungsverkaufes nicht möglich, da hier im Abgleich mit den genehmigten sowie bei früheren Einzelhandelserhebungen ermittelten Verkaufsflächen Differenzen auftraten, welche möglicherweise aus im Räumungsverkauf kundenzugängliche Lager-, bzw. vorher nichtzugängliche Flächen resultierten
  - Toom Baumarkt mit ca. 4.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche unter Anrechnung der Freiflächen (gewichtet)
  - Dänisches Bettenlager Fachmarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren mit ca. 1.010 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
  - ATU Fachmarkt für Autozubehör/Werkstattbetrieb mit ca. 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
  - Trachten Moser Trachtenmode-Fachmarkt mit ca. 795 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- ▶ Durch die Schließung von Möbel Werner entstand das Erfordernis einen der beiden Hauptanbieter im Fachmarktzentrum zu ersetzen. Hierzu soll April 2019 die Nachfolgenutzung im Objekt durch einen Möbelmarkt der Fa. Wohnorama erfolgen, der den Betrieb mit 5.021 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, weniger als der am Standort bisher genehmigten 6.094 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für ein Möbelhaus, aufnehmen soll.
- ▶ Der Toom Baumarkt läßt im Branchen- und Betreibervergleich einen Aufwertungsbedarf erkennen, die derzeitige Verkaufsflächengröße bewegt sich im unteren Bereich der Wettbewerbsfähigkeit für das vorliegende Betriebskonzept. Betreiberseits, wird, laut Angaben des Eigentümers, zur Standortsicherung ein Bau- und Gartenmarkt mit ca. 9.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ungewichtet, entsprechend ca. 8.200 bis 8.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gewichtet, angestrebt.
- ▶ Das Dänische Bettenlager als Fachmarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren ist mit der vorliegenden Verkaufsfläche im Branchen- und Betreibervergleich als weitgehend marktgerecht einzustufen.

- Der ATU Fachmarkt für Autozubehör mit dem verbundenen Werkstattbetrieb befindet sich in neuen Räumlichkeiten, so dass hier kein Veränderungs-/Umstrukturierungsbedarf zu vermuten ist.
- Mit der Ansiedlung eines Trachtenmode-Fachmarktes erfolgte eine Ergänzung des Einzelhandelsangebotes im Fachmarktzentrum. Bei dem angesiedelten Trachtenmode-Fachmarkt handelt es sich um einen bereits vorher in Neumarkt (Amberger Straße) bestehenden Anbieter (Trachten Moser), der vergrößert (statt vorher ca. 400 m<sup>2</sup> aktuell ca. 795 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ins Fachmarktzentrum Nürnberger Straße umsiedelte.
- Weitere Informationen zu geplanten Einzelhandels(nach)nutzungen im Bereich des Fachmarktzentrum Nürnberger Straße 'Bereich Ost' liegen nicht vor.

### Lage des Vorhabenstandortes im Stadtgebiet



- Unter Einschätzung der Kundenattraktivität und Marktfähigkeit ist anzumerken, dass das Fachmarktzentrum in der derzeitigen Form nur noch bedingt aktuellen Marktanforderungen entspricht. Umstrukturierungen und Modernisierungen sollen die Zukunftsfähigkeit des Standortes sichern, der mit seinen gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Magnetbetrieben für den Einzelhandelsstandort Neumarkt i.d.OPf. insgesamt bedeutsam ist.

- Das Vorhaben unterliegt den Regelungen nach § 11 Abs. 2 und 3 BauNVO, so dass am Standort ein Sondergebiet erforderlich ist.

### Zu überplanender Bereich an der Nürnberger Straße in Neumarkt i.d.OPf.



Quelle: Stadt Neumarkt i.d.OPf.; Ausschnitt Bebauungsplan "154 – Fachmarktzentrum Nürnberger Straße, Bereich Ost" Entwurf v. 11.03.2019

- Durch die Lage an der Nürnberger Straße, welche nicht nur eine wichtige Zufahrts- und Erschließungsstraße des Neumarkter Nordwestens darstellt, sondern an ihrem westlichen Ende auch in die B 299 einmündet bzw. als B 8 in nordwestlicher Richtung weiterführt, ist der Vorhabenstandort im Individualverkehr sehr gut zu erreichen. Das Stellplatzangebot ist – zumindest so wie es sich derzeit darstellt – als begrenzt einzustufen, so dass den Kunden- und Kapazitätserfordernissen aktuell nur bedingt entsprochen werden kann.
- Neben der guten Anfahrbarkeit im Individualverkehr ist der Standort des zu untersuchenden Fachmarktzentrums gut in das Nahverkehrsnetz der Stadt

Neumarkt i.d.OPf. eingebunden. Die Bushaltestelle 'Flugplatz', welche u.a. vom Stadtbus der Linie 561 bedient wird, liegt unmittelbar vor dem Fachmarktzentrum, womit auch ohne Pkw eine problemlose Erreichbarkeit gewährleistet ist.<sup>11</sup>

### Unmittelbar vor dem Fachmarktzentrum liegende Bushaltestelle



Foto: Dr. Heider, 2018.

- ▶ Unter den oben genannten Angaben und Informationen zu den am Standort vorliegenden bzw. in Betracht kommenden Einzelhandelsnutzungen des Fachmarktzentriums sind folgende einzelhandelsbezogene Sortimente zu berücksichtigen:
  - Möbel/Küchen
  - typische Möbelhausrandsortimente, d.h. insbesondere Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel und Haus- und Haushaltstextilien, Leuchten
  - Bau- und Heimwerkerartikel
  - typische Baumarkttransortimente, d.h. insbesondere Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel und Haus- und Haushaltstextilien, Leuchten, Zooartikel
  - Trachtenmode.
- ▶ Beim Abgleich mit der 'Neumarkter Sortimentsliste'<sup>12</sup> ist festzuhalten, dass es sich bei Möbel/Küchen, Bau- und Heimwerkerartikel, Leuchten und Zooartikel um nicht-innenstadtrelevante Sortimente handelt. Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel, Haus- und Haushaltstextilien sowie insbesondere auch Trach-

<sup>11</sup> Vgl. Kap. 5.2

<sup>12</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH (2015): Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, Kap. 7; vgl. Anhang vorliegenden Untersuchungsberichte

tenmode (als Teilsortiment Bekleidung) sind hingegen als innenstadtrelevant eingestuft und somit für die städtebaulichen Ziele zur Innenstadtsicherung entscheidend. Zur Klärung der Innenstadtverträglichkeit und der Übereinstimmung in Betracht kommender Sortimente im Fachmarktzentrum Nürnberger Straße mit den städtebaulichen Zielen sind die innenstadtrelevanten Sortimente im Fachmarktzentrum entscheidend. Dies basiert auf den Maßgaben des "Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz" (vgl. Kap. 2.3).

- ▶ Basierend auf den bisher genehmigten Einzelhandelsflächen, der aus städtebaulichen Gründen angestrebten Grundfläche des Planbereiches und einer die Gesamtsituation des Einzelhandels im Standortraum Nürnberger Straße berücksichtigenden Entwicklung, ist aus städtebaulichen Gründen im Fachmarktzentrum eine maximale Gesamtverkaufsfläche von 13.700 m<sup>2</sup> vorgesehen.

## ■ EXKURS Marktanforderung und Größe Möbel- und Baumarkt

### 1) Möbelmarkt

Der Möbelmarkt in Deutschland befindet sich in einem erheblichen Umbruch. Das in Neumarkt i.d.OPf. vorliegende Betriebskonzept eines mittelgroßen Möbelhauses (wie bisher von Möbel Werner betrieben) ist bundesweit auf dem Rückzug. Verschiedene, meist regional ausgerichtete Betreiber verstehen es u.a. durch Kunden- nahe und geschickte Kundenansprache dennoch, sich am Markt zu behaupten. Im Allgemeinen bestimmen jedoch einerseits große Einrichtungshäuser, wie z.B. IKEA, Segmüller und XXXLutz, sowie andererseits (mittelgroße) Möbeldiscounter, wie v.a. Poco und Roller, das derzeitige Marktgeschehen. Während große Einrichtungshäuser am Vorhabenstandort in Neumarkt größen- und standortmäßig nicht realisierbar sind, stellen die Betreiber der mittelgroßen Möbeldiscounter, für welchen die bestehenden bzw. am Vorhabenstandort möglichen Verkaufsflächengrößen prinzipiell ausreichen würden, i.d.R. auch hohe Anforderungen an die Geschäftsräume sowie v.a. auch an das zur Verfügung stehende Parkplatzangebot. Die ausgewiesenen Expansionsanforderungen der beiden genannten Möbeldiscount-Betreiber lauten:

#### Roller

- ▶ mindestens 100.00 Einwohner im Einzugsgebiet
- ▶ gute Verkehrsanbindung und Sichtbarkeit
- ▶ weiterer Einzelhandel (gerne Baumarkt, Lebensmittelmarkt) im Nahumfeld

- ▶ notwendige Verkaufsfläche: 2.500 bis 7.000 m<sup>2</sup>
- ▶ notwendige Lagerflächen: 2.000 bis 5.000 m<sup>2</sup>
- ▶ Kfz-Stellplätze: 80 bis 150.

### Poco

- ▶ mindestens 100.00 Haushalte im Umkreis von 20 Autominuten
- ▶ gute Verkehrsanbindung (Nähe zu Hauptverkehrsachse) und Sichtbarkeit
- ▶ Anbindung an etablierte Fachmarktstandorte
- ▶ notwendige Verkaufsfläche: mindestens 5.800 m<sup>2</sup> – bevorzugt ebenerdig, aber maximal zweigeschossig (Erdgeschoss: mind. 2.600 m<sup>2</sup> VKF)
- ▶ ausreichende Lagerflächen von mindestens 10.000 m<sup>2</sup>, welche direkt an die Verkaufsflächen angeschlossen oder zumindest in der Nähe liegen sollten
- ▶ Kfz-Stellplätze: mindestens 120.

 **Mit Vorliegen des neuen Betreibers des Möbelhauses (Wohnorama), sollte, unter Orientierung an dessen im Bauantrag konkretisierten Flächen sowie unter Berücksichtigung der bisher genehmigten Flächen und von Standortsicherungsaspekten, für ein im Geltungsbereich zu etablierendes Möbelhaus eine zulässige Gesamtverkaufsfläche von ca. 6.100 m<sup>2</sup> (im Rahmen der maximalen Gesamtverkaufsfläche des Fachmarktzentruns von 13.700 m<sup>2</sup>) planungsrechtlich angestrebt werden. Der davon maximal zulässige, städtebaulich verträgliche Flächenanteil notwendiger innenstadtrelevanter Randsortimente ist dabei noch zu klären (vgl. Kap. 4.2).**

## 2) Baumarkt

Für den Erhalt des im Fachmarktzentrum ansässigen Toom-Baumarktes stellen die bestehenden Größenvoraussetzungen ein Problem dar. Die bestehende Verkaufsfläche von ca. 4.500 m<sup>2</sup> erfüllt nur mehr sehr eingeschränkt die aktuellen Marktanforderungen an einen modernen, zeitgemäßen Baumarkt, insbesondere unter der vorliegenden Wettbewerbssituation in Neumarkt i.d.OPf. mit einer Vielzahl von Fachmärkten und Anbietern im Bau- und Gartenmarktbereich sowie in Teilsortimenten eines Baumarktes, wobei der als Hauptwettbewerber einzustufende OBI-Bau- und Gartenmarkt deutlich mehr als die doppelte Verkaufsfläche des Toom-Baumarktes aufweist. Insofern dürfte zur Sicherung des Betreibers auch hier eine Modernisierung/Neuaufstellung notwendig sein. Die aktuelle, betreiberseits ausge-

wiesene Verkaufsflächenanforderung eines marktgerechten Toom-Baumarktes beläuft sich auf durchschnittlich rund 7.500 bis 8.000 m<sup>2</sup>, wobei überdachte bzw. nicht-überdachte Freiflächen gewichtet eingerechnet sind. Dies dürfte angesichts der bestehenden Angebots-/Wettbewerbssituation in Neumarkt i.d.OPf. auch für den zu modernisierenden Toom-Baumarkt im Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße anzusetzen sein, um am Markt bestehen zu können. Eigentümerseits erfolgte die Angabe, dass am Standort durch die Fa. Toom eine ungewichtete Verkaufsfläche von ca. 9.500 m<sup>2</sup> für einen Bau- und Gartenmarkt, entsprechend ca. 8.200 bis 8.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gewichtet, angestrebt wird.

 **Für den bestehenden Toom-Baumarkt, welcher im Fachmarktzentrum auch zukünftig in modernisierter/zeitgemäßer Form angestrebt wird, sollte eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 8.000 m<sup>2</sup> planungsrechtlich nicht unterschritten werden. Die betreiberseits angestrebte Verkaufsfläche für einen vorgesehenen Bau- und Gartenmarkt mit ca. 9.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ungewichteter, entsprechend ca. 8.200 bis 8.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gewichtet, kann als realistische Größe für den Betrieb eines zeitgemäßen Bau- und Gartenmarktes am Standort eingestuft werden. Der davon maximal zulässige, städtebaulich verträgliche Flächenanteil notwendiger innenstadtrelevanter Randsortimente ist dabei noch zu klären(vgl. Kap. 4.2).**



## 2.3 Städtebauliche Ziele – Einordnung in das Zentrenkonzept der Stadt Neumarkt i.d.OPf.

Die Ziele der Stadt Neumarkt i.d.OPf. zur Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels sind im "Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz" aus dem Jahr 2015 bzw. im darin enthaltenen Zentrenkonzept definiert.<sup>13</sup> Unter Berücksichtigung der dort beschriebenen Leitziele sowie weiterer Aussagen dieses Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes kann der Vorhabenstandort an der Nürnberger Straße 25-31 im Nordwesten der Kernstadt folgendermaßen eingeordnet werden:

- ▶ Der Vorhabenstandort ist dem im Zentrenkonzept ausgewiesenen 'Fachmarktstandort – Nürnberger Straße' zuzuordnen (vgl. nachfolgende Karte).
- ▶ Hierzu heißt es im Einzelhandelskonzept:  
*"Die Fachmarktzentren übernehmen wichtige gesamtstädtische Versorgungsfunktionen in Ergänzung zu den städtebaulich integrierten Lagen der Innenstadt bzw. der gewachsenen Ortskerne. Demgemäß werden der Erhalt und die bestandssichernde Weiterentwicklung der Geschäftsbereich empfohlen. Zukünftig sollen die Fachmarktstandorte die Funktion von Ergänzungsstandorten für nicht-innenstadtrelevante Sortimente übernehmen.*

*Für die Weiterentwicklung der Fachmarktzentren sind folgende grundsätzliche Empfehlungen zu treffen:*

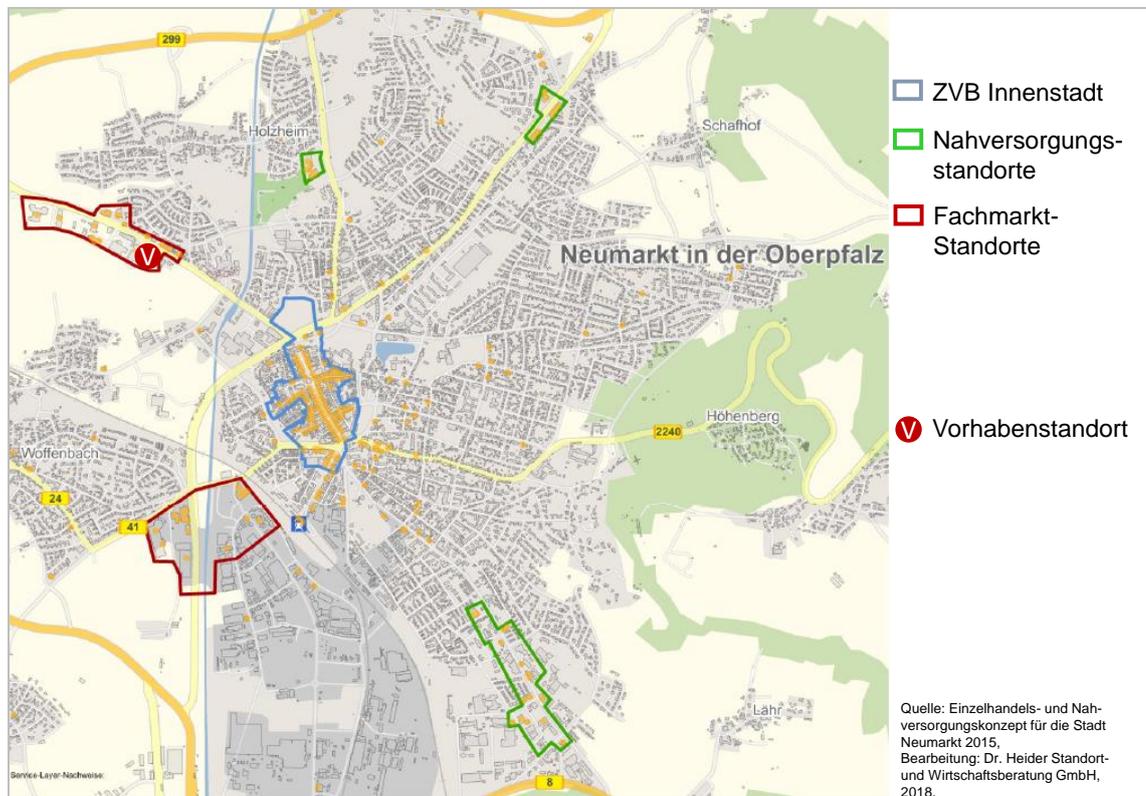
- *Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gemäß Neumarkter Sortimentsliste sollen grundsätzlich zulässig sein,*
- *die genehmigten innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente sollen auf den Bestand festgeschrieben werden,*
- *maßvolle Sortimentserweiterungen bzw. -ergänzungen im Rahmen der Modernisierung von Betrieben mit innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können im Einzelfall zugelassen werden, wenn der Nachweis der Innenstadtverträglichkeit erbracht werden kann. (...)"<sup>14</sup>*

---

<sup>13</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, April 2015, Kap. 6.3.

<sup>14</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, April 2015, Kap. 6.6.

## Zentrenkonzept des Einzelhandels der Stadt Neumarkt i.d.OPf., Verortung des Vorhabenstandortes



- ▶ Der Vorhabenstandort im Nordwesten der Kernstadt soll dementsprechend insbesondere als Ergänzungsstandort für nicht-innenstadtrelevante Sortimente weiterentwickelt werden. Darüber hinaus ist eine maßvolle Sortimentsergänzung im Rahmen der Modernisierung von Betrieben mit innenstadt-relevanten Kernsortimenten im Einzelfall möglich, sofern der Nachweis der Innenstadtverträglichkeit erbracht werden kann.
- ▶ Der Großteil der im Fachmarktzentrum zu betrachtenden Betriebe bzw. Verkaufsflächen ist als nicht-innenstadtrelevant einzustufen (vgl. Kap. 2.2). Speziell ein Möbelhaus sowie auch der Baumarkt sind am Vorhabenstandort somit konzeptionell gewünscht und vorgesehen. Dem ergänzend ist anzumerken, dass moderne Möbelhäuser wie auch Baumärkte heute zwingend über ein gewisses innenstadtrelevantes Zusatzsortiment verfügen müssen, um bei den gegebenen Marktanforderungen und Wettbewerbsbedingungen langfristig bestehen zu können. Insofern kann auch das innenstadtrelevante Randsortiment des Möbelhauses bzw. auch des Baumarktes als konzeptkonform betrachtet werden, soweit es innenstadtverträglich ist.

- ▶ Ähnliches gilt im Prinzip auch für den Mitnahmemarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren (Dänisches Bettenlager), wengleich sich hierbei innenstadt<sup>15</sup>- und nicht-innenstadtrelevante<sup>16</sup> Sortimente i.d.R. etwa die Waage halten.
- ▶ Der Trachtenmode-Fachmarkt mit dem innenstadtrelevanten Sortiment Bekleidung wurde auf Basis bisheriger Baurechtssituation am Standort genehmigt, und ist zum Zeitpunkt der aktuell vorgesehenen Bebauungsplanung als Bestandsbetrieb zu werten, der den konzeptionellen Vorgaben des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes folgend auf den Bestand festzuschreiben ist.
- ☞ **Der Standort des zu untersuchenden Fachmarktzentruns ist dem im Einzelhandels-/Zentrenkonzept ausgewiesenen 'Fachmarkt-Standort – Nürnberger Straße' zuzuordnen. Den konzeptionellen Vorgaben gemäß, sind nicht-innenstadtrelevante Sortimente grundsätzlich zulässig, bestehende Betriebe innenstadtrelevanter Sortimente sind im Bestand festzuschreiben, im Rahmen notwendiger Modernisierungsmaßnahmen von Betrieben sind bei Innenstadtverträglichkeit auch maßvolle Sortimentserweiterungen bzw. -ergänzungen innenstadtrelevanter Nutzungen konzeptkonform.**

---

<sup>15</sup> V.a. Haus- und Heimtextilien, Bettwäsche.

<sup>16</sup> V.a. Möbel und Einrichtungsgegenstände.

## 3 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenziale sowie bestehende Wettbewerbssituation

### 3.1 Einzugsgebiet und vorhandenes Kaufkraftpotenzial

Als Einzugsgebiet von Einzelhandelsbetrieben wird der Raum bezeichnet, innerhalb dessen sich die Verbraucher in mehr oder weniger hohem Maß zum Einkaufen auf die Angebote des zu untersuchenden Betriebes orientieren. Die Faktoren **Erreichbarkeit, Einkaufsattraktivität und Wettbewerbsbeziehungen zwischen Einzelhandelsstandorten** sind wesentliche Kriterien für bestehende Einkaufsorientierungen und die entscheidenden Faktoren zur Ausformung eines Einzugsgebietes.

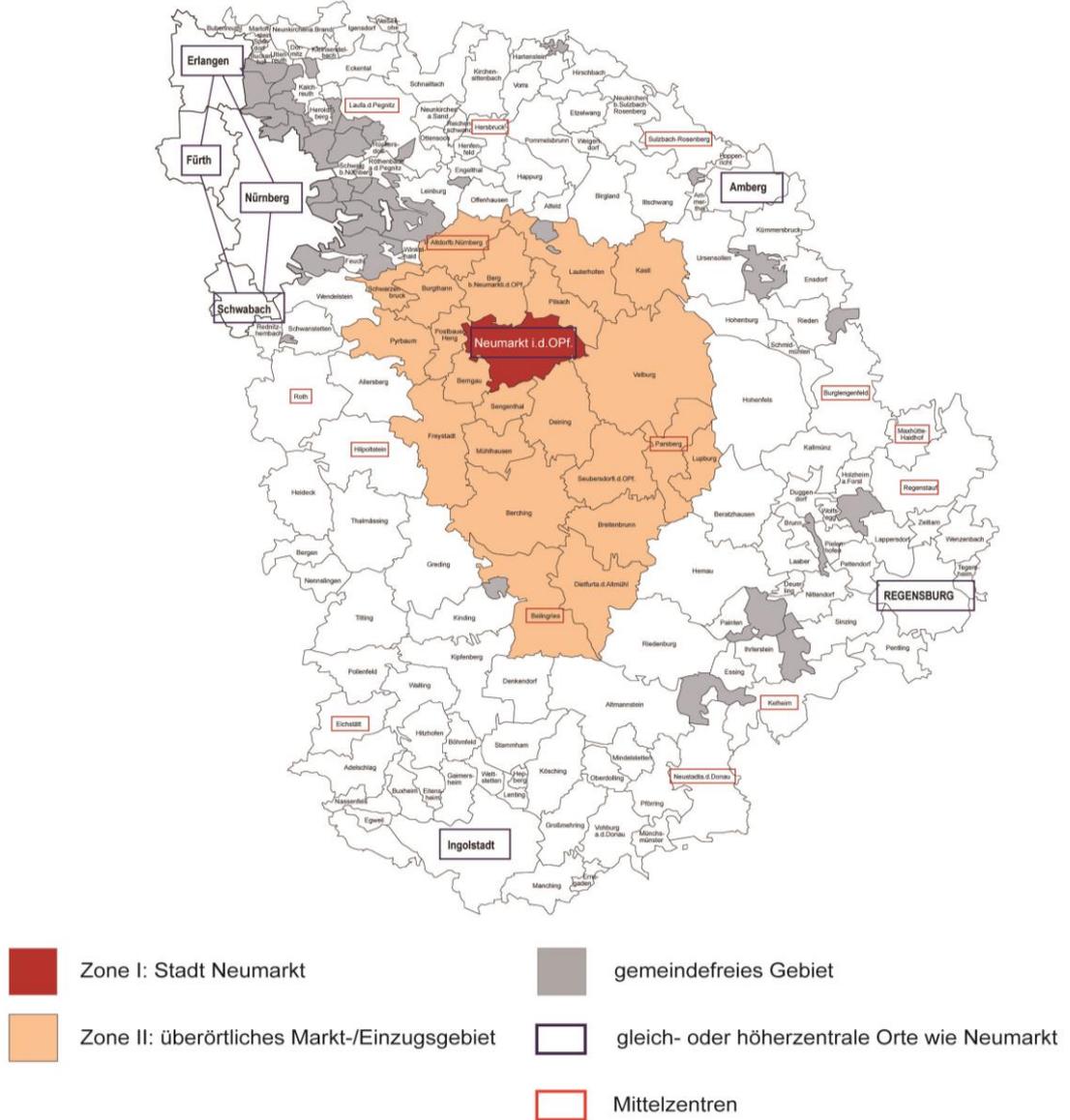
Für die Ermittlung des Einzugsgebietes der im zu untersuchenden Fachmarktzentrum angesiedelten bzw. vorgesehenen Einzelhandelsnutzungen wurden speziell folgende Faktoren berücksichtigt:

- ▶ die Größe und Struktur des Vorhabens
- ▶ die gegebenen Verkehrs- und Lagebedingungen
- ▶ die aktuelle Einzelhandelsausstattung der Stadt Neumarkt i.d.OPf.
- ▶ die Einzelhandelsausstattung der umliegenden Einzelhandels-/Wettbewerbsstandorte
- ▶ die zu erwartende Anziehungskraft des zu bewertenden Gesamtvorhabens im Wettbewerbsvergleich
- ▶ die Zeit- und Wegedistanzen zu den Wohnorten der potentiellen Verbraucher.

Das Einzugsgebiet der Einzelhandelssortimente und deren Betriebe in der vorgesehenen Neukonzeption des Fachmarktzentums läßt sich folgendermaßen abgrenzen:

Der Gesamtstandort des Fachmarktzentums wird durch das Einzugsgebiet des bestehenden sowie weiterhin bestehen bleibenden Baumarktes – gleiches gilt derzeit und im Fall eines Anbieterwechsels für das Möbelhaus – entscheidend geprägt, so dass für alle zu betrachtenden Sortimente/Anbieter des Fachmarktzentums ein gemeinsames Einzugsgebiet angenommen werden kann. In Anbetracht der bestehenden Angebots-/Marktsituation in Neumarkt sowie auch im Neumarkter Umland ist davon auszugehen, dass das projektrelevante Einzugsgebiet des Fachmarktzentums sich mit dem gesamtstädtischen Marktgebiet Neumarkts, mit dessen ca. 162.000 Einwohnern, deckt – wenngleich die Kaufkraftabschöpfung/Bindungsquoten in den Gemeinden des überörtlichen Einzugsgebietes je nach Sortiment und Betrieb erkennbar differieren werden.

### Das Marktgebiet der Stadt Neumarkt in der Oberpfalz bzw. das Projekteinzugsgebiet des zu untersuchenden Fachmarktzentrum



Kartengrundlage: HEIDER  
 Bay. Landesamt für Digitalisierung,  
 Breitband und Vermessung;  
 Entwurf u. Kartographie: Dr. Heider 2018

Das **Kaufkraftvolumen in den zu untersuchenden, vorhabenrelevanten Sortimenten** im Marktgebiet der Stadt Neumarkt i.d.OPf. bzw. im projektspezifischen Einzugsgebiet setzt sich unter Berücksichtigung aktueller Einwohnerzahlen und der spezifischen Kaufkraftwerte folgendermaßen zusammen:

vorhabenrelevante Sortimente/ Sortimentsbereiche	aktuell vorhandenes Kaufkraftpotenzial		
	in der Stadt Neumarkt (in Mio. €)	im überört- lichen Markt/ Einzugs- gebiet (in Mio. €)	gesamt (in Mio. €)
Haus- und Haushaltstextilien	5,2	16,6	<b>21,8</b>
Haushaltswaren/GPK/Geschenk- artikel	3,4	11,0	<b>14,4</b>
Trachtenmode*	20,6	65,7	<b>86,3</b>
Möbel/Einrichtungsgegenstände**	12,3	39,3	<b>51,6</b>
Leuchten**	1,4	4,4	<b>5,8</b>
Zooartikel**	2,4	7,5	<b>9,9</b>
Heimwerken/Farben/Boden- beläge**	16,0	51,1	<b>67,1</b>

\* Trachtenmode ist Teilsortiment Bekleidung, dargestellte Zahlen für Gesamtsortiment Bekleidung

\*\* nicht innenstadtrelevant, deshalb städtebaulich nicht relevant (vgl. Kap. 2.2)  
ca.-Werte, gerundet

- ▶ Aufgrund der für die Stadt wie auch für den Landkreis Neumarkt i.d.OPf. weitgehend stagnierenden bzw. nur leicht positiven amtlichen Bevölkerungsprognosen des Bayerischen Landesamtes für Statistik ist davon auszugehen, dass das in den vorhabenrelevanten Sortimenten/Sortimentsbereichen zur Verfügung stehende Kaufkraftpotenzial in den nächsten Jahren in der Summe nur gering ansteigen wird. Nennenswerte Kaufkrafteffekte/-steigerungen in Folge der Bevölkerungsentwicklung, welche der Markt in größerem Umfang nutzen könnte, sind demnach kaum zu erwarten.
- ▶ Zusätzliche, außerhalb des abgegrenzten Marktgebietes erwirtschaftete Umsätze (u.a. aufgrund von Einkäufen der Beschäftigten am Ort, Pendler und weiteren Kunden u.a. aufgrund der verkehrsgünstigen Lage) werden in Form von sog. **Streuumsätzen** erfasst und bei den nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt.

### 3.2 Aktuelle Angebotssituation in den vorhabenrelevanten Sortimenten in Neumarkt und im überörtlichen Einzugsgebiet

Die derzeit bestehende<sup>17</sup> **Angebotssituation in Neumarkt** stellt sich in den im Rahmen dieser Verträglichkeitsanalyse vertieft zu untersuchenden Sortimenten – d.h. den am Vorhabenstandort bzw. im zu erstellenden Bebauungsplan vorgesehenen, innenstadtrelevanten Sortimenten/Sortimentsbereichen – im Ergebnis wie in nachfolgenden Tabellen dargestellt dar. Standorträumlich wurde dabei zwischen der Innenstadt (= zentraler Versorgungsbereich) und dem sonstigen Stadtgebiet unterschieden.

Nicht-innenstadtrelevante Sortimente (d.h. Möbel/Einrichtungsgegenstände, Leuchten, Zooartikel, Heimwerken/Farben/Bodenbeläge) spielen im Gegensatz zu den innenstadtrelevanten Sortimenten/Sortimentsbereichen aus städtebaulich-konzeptioneller Sicht keine relevante Rolle zur Einschätzung der Verträglichkeit des Vorhabens und werden im Rahmen dieser Verträglichkeitsprüfung nicht vertieft untersucht.

#### Haushaltstextilien

Lage	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	320	0,7
sonstiges Stadtgebiet	1.710	3,1
<b>gesamt</b>	<b>2.030</b>	<b>3,8</b>

ca.-Werte, gerundet

#### Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel

Lage	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	1.340	3,4
sonstiges Stadtgebiet	900	1,3
<b>gesamt</b>	<b>2.240</b>	<b>4,7</b>

ca.-Werte, gerundet

<sup>17</sup> Die am Vorhabenstandort (Stand März 2018) bestehenden Betriebe sind in den Zahlen enthalten.

**Bekleidung, inkl. Teilsortiment Trachtenmode**

Lage	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	17.720	57,2
sonstiges Stadtgebiet	2.130	5,7
<b>gesamt</b>	<b>18.850</b>	<b>62,9</b>

ca.-Werte, gerundet

Für das zu untersuchende Sortiment Trachtenmode ist zu berücksichtigen, dass Trachten/ Trachtenmode als Spezialsegment im Bekleidungsbereich lediglich von wenigen Anbietern geführt wird. Dies sind hauptsächlich Trachtenhof Nübler sowie Trachten Moser (beide außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt). Im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' verfügen lediglich C&A, K&L Ruppert sowie Adler zumindest teilweise/temporär über ein nennenswertes Trachtenmode-Teil-/Randsortiment. Eine separate Darstellung von Trachtenmode ist nicht sinnvoll, da diese als Teilsortiment bei bestehenden Bekleidungsanbietern in veränderlichen Anteilen vorliegt sowie bei Veränderungen ohne genehmigungsbezogene Erfordernisse innerhalb bestehender Bekleidungsverkaufsflächen realisierbar ist.

- ☞ **Alle vertieft zu untersuchenden Sortimente, d.h. alle innenstadtrelevanten Sortimente des zu überplanenden Fachmarktzentnums, sind aktuell auch in der Innenstadt Neumarkts bzw. im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' ansässig. Dabei ist jedoch anzumerken, dass Trachten/ Trachtenmode dort nicht als eigenständiges Angebot eines Betriebes, sondern "lediglich" (teils temporär) als Teil-/Randsortiment angeboten werden.**

### 3.3 Ermittlung bestehender Ausbaupotenziale

Der Vergleich des in Neumarkt bzw. im projektrelevanten Einzugsgebiet prognostizierten Kaufkraftpotenzials mit den dort bestehenden, projektrelevanten Betrieben und den von diesen generierten Umsätzen zeigt einerseits die bereits bestehende Bindung des verfügbaren Kaufkraftpotenzials sowie andererseits auch die marktbezogenen, umverteilungsneutralen<sup>18</sup> Ausbaumöglichkeiten des Einzelhandels auf. Dieses kann durch das zu überplanende Fachmarktzentrum in Neumarkt genutzt werden.

Das marktseitig **bestehende Ausbaupotenzial in Neumarkt bzw. im projektrelevanten Einzugsgebiet in den projektrelevanten, vertieft zu untersuchenden Innenstadt-Sortimenten** stellt sich dementsprechend folgendermaßen dar:

Sortimentsbereich	bestehendes Ausbaupotenzial bis 2025 (in Mio. €)
Haushaltstextilien	0,1
Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel	0,1
Bekleidung/Trachtenmode	--- <sup>19</sup>

ca.-Werte, gerundet

 **Aufgrund der prognostizierten, leicht positiven Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung sind in den nächsten Jahren nur sehr geringe, umverteilungsneutrale Ausbaupotenziale in den vorhabenrelevanten, vertieft zu untersuchenden Innenstadt-Sortimenten des zu überplanenden Fachmarktzentrums an der Nürnberger Straße zu erwarten. Deren Realisierung am Vorhabenstandort führen zu keinen Umsatzumverteilungswirkungen gegenüber Bestandsbetrieben in Neumarkt bzw. im projektrelevanten Einzugsgebiet.**

<sup>18</sup> Allein auf Basis zu erwartender Bevölkerungs- und damit auch Kaufkraftzuwächse bis 2025; d.h. ohne einen Ausbau bestehender Abschöpfungsquoten.

<sup>19</sup> Durch prognostizierte Bevölkerungszuwächse zu erwartende zusätzliche Kaufkraftpotenziale bei Bekleidung (inkl. Teilsortiment Trachtenmode) werden perspektivisch komplett durch entsprechende Angebote im EKZ NeuerMarkt abgeschöpft (zunehmende Marktdurchdringung seit Center-Eröffnung bestehender Anbieter sowie zusätzliche Kaufkraftabschöpfung durch seither neu hinzugekommene Anbieter im Zuge der erfolgten Erweiterung/Umstrukturierung).

## 4 Prüfung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen

### 4.1 Bewertungskriterien und Methodik

Für das zu überplanende Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße ist ein Sondergebiet<sup>20</sup> "Fachmarktzentrum" vorgesehen. Die Verträglichkeit und daraus resultierenden Zulässigkeiten bemessen sich nach den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO. Hierbei sind die städtebaulichen Ziele der Stadt Neumarkt i.d.OPf., zu erfüllen, welche am vorliegenden Standort im Fall der Innenstadtverträglichkeit des Vorhabens erreicht werden (vgl. Kap. 2.3) außerdem dürfen keine wesentlichen negativen städtebaulichen Auswirkungen, gemäß § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO mit dessen Nennung städtebaulich relevanter Auswirkungen, vorliegen.

Die Maßgaben des §11 Abs. 3 BauNVO erfordern – über die Vereinbarkeit mit raumordnerisch/landesplanerischen sowie städtebaulichen Zielen hinaus – eine Ermittlung und Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens unter den Voraussetzungen und Anforderungen der städtebaulichen Entwicklung. Art, Lage und Umfang des Vorhabens werden in Abhängigkeit von den Auswirkungen auf bestehende Einzelhandels-/Nahversorgungsstrukturen sowie die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche bewertet.

Beim zu untersuchenden Vorhaben sind im Hinblick auf mögliche strukturell, städtebaulich und ggf. auch überörtlich relevant werdende Auswirkungen folgende wesentliche Aspekte zu beachten:

- ▶ die Funktionsfähigkeit des 'zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt' der Stadt Neumarkt i.d.OPf. sowie ggf. weiterer zentraler Versorgungsbereiche im Umland
- ▶ die bestehende Einzelhandelsstruktur als Träger von Attraktivität und Funktionsfähigkeit
- ▶ mögliche weitere negative Auswirkungen lt. BauNVO §11 Abs. 3, wie insbes. überörtliche Auswirkungen und Verkehr.

Die Kriterien von Vorhaben des Einzelhandels, mit denen sich diese Aspekte erfassen lassen, sind insbesondere die Größe des Vorhabens, das bestehende wie auch das geplante Warenangebot und die Standortsituierung sowie die daraus abzuleitende Umsatzerwartung und -zusammensetzung bzw. Umsatzherkunft.

---

<sup>20</sup> Nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

Zur Beurteilung der möglichen strukturell, funktional und städtebaulich relevanten Auswirkungen werden die zu erwartenden Umsatzumverteilungen in den projektrelevanten, vertieft zu untersuchenden Sortimenten als Indiz der ökonomischen Wirkungen des Vorhabens ermittelt und darauf aufbauend bewertet. Methodisch erfolgen hierzu drei Schritte:

- ▶ Bestimmung von Umsatz und Umsatzherkunft
- ▶ ökonomische Wirkungsanalyse
- ▶ Bewertung der zu erwartenden strukturellen, funktionalen und städtebaulichen Auswirkungen

### Bestimmung von Umsatz und Umsatzherkunft des Vorhabens

Die zu betrachtende Umsatz-/Kaufkraftherkunft wird durch das bestehende Angebot sowie das Vorhaben in seiner Wirkung auf die Kundenorientierungen im projektrelevanten Einzugsgebiet und dessen angrenzenden Räumen bestimmt. Die Ermittlung der durch das Vorhaben zu erwartenden ökonomischen Auswirkungen wird durch die zu erwartenden Umsätze unter Einbeziehung der für das Vorhaben zur Verfügung stehenden Kaufkraft möglich.

### Ökonomische Wirkungsanalyse

Werden durch zusätzliche Einzelhandelsvorhaben Umsätze erzielt, welche bisher bereits in Geschäften der Standortgemeinde bzw. ggf. auch der Nachbargemeinden gebunden waren, ist der Umfang der im Bestand zu erwartenden Umsatzumverteilungen dafür entscheidend, inwieweit eine Gefährdung der bestehenden Betriebe und damit auch der Standorträume in denen diese situiert sind, zu erwarten ist.

Die tatsächlich für den Einzelhandel relevant werdenden Auswirkungen werden durch eine differenzierte Betrachtung der zu erwartenden Umsatzumverteilungen im Bestand, welche durch die erwarteten Umsätze des zu beurteilenden Vorhabens eintreten werden, aufgezeigt.

Die ökonomische Wirkungsanalyse des Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße in Neumarkt i.d.OPf. zeigt die zu erwartenden Umsatzumverteilungen gegenüber dem bestehenden Einzelhandelsbesatz in den projekt-/innenstadtrelevanten Sortimenten. Der Stadt Neumarkt bzw. speziell dem konzeptionell aus-

gewiesenen 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt'<sup>21</sup> Neumarkts kommt dabei im zu untersuchenden Vorhaben/Fachmarktzentrum eine besondere Berücksichtigung zu. Dies ist v.a. damit zu begründen, dass städtebaulich relevante Auswirkungen auf benachbarte Städte und Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet insbesondere aufgrund der seit jeher bestehenden, intensiven Einkaufsbeziehungen der Bewohner dieser Städte und Gemeinden in Richtung Neumarkt i.d.OPf. und den daher im Zuge der geplanten Modernisierung des Fachmarktzentruns nur bedingt zu erwartenden Veränderungen der Kaufkraftströme zu Lasten der entsprechenden Anbieter in diesen Städten und Gemeinden des überörtlichen Einzugsgebietes nicht zu erwarten sind. Hinzu kommt, dass außer dem jüngst angesiedelten Trachtenmodeanbieter die einzubeziehenden Sortimente/Betriebe bereits langjährig bestehen und diese daher keine Änderungen bestehender Kaufkraftströme mehr auslösen. Dies gilt grundsätzlich auch für das Möbelhaus, wengleich mit einem anstehenden Betreiberwechsel auch gewisse Sortimentsverschiebungen möglich bzw. sogar zu erwarten sind. In der Gesamtbetrachtung kann alles in allem plausibel davon ausgegangen werden, dass im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung die zu erwartenden Umsatzumverteilungen vollständig auf Neumarkt projiziert werden können, um das Maximum etwaiger Negativauswirkungen abzubilden. Eine detaillierte Betrachtung und Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen findet somit nachfolgend für Neumarkt; in den überörtlichen Gemeinden des Einzugsgebietes können städtebauliche relevante Negativauswirkungen hingegen bereits an dieser Stelle ausgeschlossen werden.

Die Berechnungsgrundlage der ökonomischen Wirkungsanalyse stellt der prognostizierte Umsatz des Vorhabens in dessen Wirkung auf die bestehenden Angebots-, Standort- und Marktstrukturen dar. Für die Ermittlung der standortspezifischen Auswirkungen wurde neben räumlichen Kriterien berücksichtigt, dass Umsatzauswirkungen verstärkt bei Wettbewerbern derselben bzw. einer vergleichbaren Betriebsform wirksam werden.

### Bewertung der zu erwartenden strukturellen, funktionalen und städtebaulichen Auswirkungen

Allgemein gilt: Städtebauliche Relevanz besitzen grundsätzlich nur innenstadtrelevante Sortimente. Nicht-innenstadtrelevante Sortimente lösen üblicherweise keine städtebaulich relevanten Auswirkungen aus. Standortstrukturell sind Auswirkungen insbesondere im Hinblick auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche städtebaulich relevant.

---

<sup>21</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, April 2015, Kap. 6.5.

Die Wahrscheinlichkeit relevanter Auswirkungen steigt mit den durch ein Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen: je höher die Umsatzumverteilung, desto höher ist üblicherweise die Wahrscheinlichkeit relevanter Auswirkungen. Wettbewerbliche Auswirkungen und Betriebsgefährdungen stellen einen wichtigen Indikator für strukturell, funktional und städtebaulich relevante Beeinträchtigungen dar. Inwieweit jedoch entsprechend relevante Beeinträchtigungen durch ein Vorhaben vorliegen, hängt von dessen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit relevanter Standortbereiche und Versorgungsaufgaben unter der vorliegenden städtebaulichen Situation ab. Neben der reinen Umverteilungsgröße hat also zusätzlich auch eine räumlich-städtebauliche Einordnung des Vorhabens in den bestehenden Standortstrukturen/-lagen, unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche, zu erfolgen.

Die abschließende Klärung, ob nennenswerte negative Auswirkungen in einem zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind, beruht auf der Beurteilung eines Vorhabens in seiner Wirkung auf den Wettbewerb unter den vorliegenden städtebaulichen sowie markt- und standortbezogenen Rahmenbedingungen. Hierbei ist methodisch auf die Verwendung der 10 Prozent-Schwelle der Umsatzumverteilung als Indiz auf mögliche städtebaulich negative Auswirkungen bei innenstadt- bzw. zentrenrelevanten Sortimenten gemäß § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu verweisen. Die 10 Prozent-Schwelle wurde gestützt auf empirische Ergebnisse<sup>22</sup> und floss in einer Vielzahl von Verträglichkeitsprüfungen und Projektbeurteilungen als wesentliches Kriterium des Vorliegens oder Nicht-Vorliegens städtebaulicher Auswirkungen ein. Demnach waren ab zu erwartenden Umsatzumverteilungen von 10 Prozent i.d.R. städtebaulich relevante Auswirkungen anzunehmen, darunter nicht.<sup>23</sup> Diese Beurteilungsmethodik ist aus heutiger Sicht zu starr und entspricht den spezifischen lokalen Ausprägungen mit den jeweilig unterschiedlichen städtebaulichen und einzelhandelsstrukturellen Ausprägungen nicht ausreichend.

---

<sup>22</sup> Vgl. GMA: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaften der IHKS in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums in Baden-Württemberg, Ludwigsburg 1997.

<sup>23</sup> Zur Diskussion um die 10%-Schwelle als Prüfwert städtebaulich relevanter Auswirkungen darf darauf verwiesen werden, dass deren Relevanz als Orientierungswert nach wie vor Gewicht hat, da diese als Orientierungswert auch in einem Urteil des BVerwG 4 BN 15.11 v. 03.08.2011 genannt wird. In diesem Urteil wird die Frage der Verträglichkeit zudem auf die Abhängigkeit vom jeweiligen Einzelfall herausgestellt, der zu klären ist. In einem auf dieses BVerwG-Urteil verweisenden Urteil des niedersächsischen Oberverwaltungsgerichtes vom 25. April 2012 (OVG Niedersachsen, 25.04.2012 – 1 KN 215/10) findet dies insofern eine griffige Formulierung, als dass hier klargestellt wird, dass die 10%-Marke als ein sachlicher Anhaltspunkt für die Beurteilung von schädlichen bzw. erheblichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche herangezogen werden kann. Städtebaulich relevante Auswirkungen können aber bereits bei Umsatzumverteilungen von weniger als 10 Prozent, aber auch erst bei mehr als 10 Prozent Umsatzumverteilung auftreten. Entscheidend sei eine Würdigung des Einzelfalls.

Vielmehr hat eine standortgerechte Beurteilung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen jeweils fallspezifisch zu erfolgen. Die Wirkung eines Vorhabens ist unter den jeweiligen Ausprägungen des Einzelhandelsangebotes, von Anziehungskraft und Funktionsfähigkeit betroffener Standortbereiche zu betrachten. Wichtige Kriterien zur Beurteilung der Auswirkungen auf die betroffenen Standortbereiche sind: inwieweit liegen ggf. Vorschädigungen der Standortbereiche vor und wären Leitbetriebe in den jeweiligen Standortbereichen betroffen.<sup>24</sup> Die 10 Prozent-Schwelle kann zwar noch als Orientierungswert verstanden werden, städtebaulich relevante Auswirkungen können aber bereits bei Umsatzumverteilungen von weniger als 10 Prozent, aber auch erst bei mehr als 10 Prozent Umsatzumverteilung auftreten. Dies gilt auch für die städtebauliche Bewertung des zu untersuchenden Vorhabens in Neumarkt i.d.OPf.

## 4.2 Umsatz, Umsatzherkunft und Wirkungsanalyse

Nachfolgend werden die im Hinblick auf ihre städtebauliche Relevanz vertieft zu untersuchenden innenstadt-relevanten Sortimente des Fachmarktzentrum am Standort Nürnberger Straße 25-27 einzeln betrachtet und die durch eine potenzielle Ansiedlung zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen aufgezeigt. Nicht-innenstadtrelevante Sortimente lösen, wie oben erläutert, üblicherweise keine städtebaulich relevanten Auswirkungen aus. Für das zu untersuchende Fachmarktzentrum heißt dies, dass die Obergrenzen der nicht-innenstadtrelevanten Hauptsortimente insbesondere des weiterhin vorgesehenen Möbelhauses und des Baumarktes v.a. durch die am Vorhabenstandort zur Verfügung stehende Grundstücksfläche, die bestehenden Marktanforderungen möglicher Betreiber<sup>25</sup> sowie die aus landesplanerischer/raumordnerischer Sicht maximal zulässigen Verkaufsflächen<sup>26</sup> bestimmt wird.

### 4.2.1 Haushaltstextilien

Die im zu überplanenden Fachmarktzentrum einzubeziehende Verkaufsfläche für Haushaltstextilien setzt sich aus den marktaktiven Verkaufsflächen im Fachmarktzentrum sowie den künftigen Verkaufsflächen in einem dortigen Möbelhaus zusammen. Die Verkaufsflächen für Haushaltstextilien des dortigen Möbelhauses basieren auf marktüblich zu erwartenden Sortimentsanteilen eines marktgängigen Möbelhauses der vorliegenden Größenordnung sowie unter Einschätzung des ge-

<sup>24</sup> Vgl. BVerwG 4 C 7.07 v. 11.10.2007, Bayerischer VGH 2 BV 10.397 v. 14.04.2011.

<sup>25</sup> Vgl. Exkurs Kap. 2.2.

<sup>26</sup> Vgl. Kap. 5.

planten Anbieters Wohnorama. Demnach ist insgesamt im Fachmarktzentrum von Rand-/Teilsortimenten für Haushaltstextilien von ca. 800 m<sup>2</sup> auszugehen.

Basierend auf der Auswertung verfügbarer Quellen zu den Flächenleistungen für Haushaltstextilien<sup>27</sup> und einer eigenen Bewertung der Standortlage, des Standortumfeldes, der Wettbewerbssituation und Anbieter/Betriebstypen ist im zu überplanenden Fachmarktzentrum für dieses Rand-/Teilsortiment eine durchschnittliche jährliche Flächenleistung von ca. 1.700 €/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anzusetzen. Die Ermittlung des relevanten Gesamtumsatzes für Haushaltstextilien stellt sich folgendermaßen dar:

► Umsatzprognose Haushaltstextilien:

Verkaufsfläche x Umsatz je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche = Soll-Umsatz

ca. 800 m<sup>2</sup> x ca. 1.700 €/m<sup>2</sup> = ca. 1,4 Mio. €.

In der Summe ist für Haushaltstextilien dementsprechend ein Gesamtumsatz von ca. 1,4 Mio. € zu erwarten. Dieser setzt sich perspektivisch folgendermaßen zusammen:

zu erwartender Umsatz im <u>Sortimentsbereich Haushaltstextilien</u> Fachmarktzentrum Nürnberger Straße	1,4 Mio. €
<i>davon:</i>	
<i>bereits durch (Teil-)Sortimente in bestehenden Anbietern gebundene Kaufkraft</i>	1,0 Mio. €
<i>Nutzung bestehender Ausbaupotenziale (durch prognostizierte Bevölkerungs-/Kaufkraftentwicklung im projektspezifischen Einzugsgebiet)</i>	0,1 Mio. €
<i>durch zusätzliche (Streu-) Umsätze von außerhalb des Einzugsgebietes</i>	0,1-0,2 Mio. €
<i>durch Umsatzumverteilung</i>	0,1-0,2 Mio. €

ca. Werte, gerundet

Die nachfolgend dargestellte Wirkungsanalyse zeigt die zu erwartenden Umsatzumverteilungen im betrachteten Sortimentsbereich Haushaltstextilien aus dem bestehenden Einzelhandel der Stadt Neumarkt i.d.OPf. unterschieden nach relevanten Standortbereichen. Berechnungsgrundlage stellen die prognostizierten Umsätze des Vorhabens in deren Wirkung auf die bestehenden Angebots-, Standort- und Marktstrukturen dar. Dem 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' der Stadt

<sup>27</sup> U.a. EHI Retail Institute, Angaben der Landesplanung Bayern.

Neumarkt als städtebaulich wichtigsten und besonders schützenswerten Teilbereich kommt dabei eine besondere Aufmerksamkeit zu. Wie in Kap. 4.1 dargelegt, ist nochmals darauf hinzuweisen, dass die vorliegend zu bewertenden Sortimente des Vorhabens Umsatzeffekte quasi ausschließlich in Neumarkt selbst erwarten lassen.

Umsatzumverteilung nach Standortlagen <u>Sortimentsbereich Haushaltstextilien</u> Fachmarktzentrum Nürnberger Straße	insgesamt 0,1-0,2 Mio. € erwartete Umsatzumverteilungen	
	in Mio. €* in %*	in %*
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Neumarkt i.d.OPf.	< 0,1	5,2
sonstige Standortlagen in Neumarkt i.d.OPf.	0,1-0,2	6,1
<b>gesamt</b>	<b>0,2</b>	<b>5,9</b>

\* ca.-Werte, gerundet

- ▶ Bei der Berechnung der durch das zu untersuchende Fachmarktzentrum unter den dargelegten Voraussetzungen perspektivisch ausgelösten Umverteilungswirkungen ergeben sich gegenüber Betrieben im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' der Stadt Neumarkt Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Haushaltstextilien von unter 0,1 Mio. € bzw. ca. 5,2%. Hieraus sind unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsstrukturen wie auch des besonderen Schutzbedarfs der Innenstadt unter städtebaulichen Aspekten keine unverhältnismäßig hohen Negativauswirkungen zu erwarten. Insbesondere durch die bei einem neuen, marktgerechten Möbelanbieter perspektivisch neu hinzukommenden Rand-/Teilsortimente für Haushaltstextilien wird es im Stadtgebiet zwar zu wettbewerblichen Auswirkungen kommen, betriebliche Auswirkungen sind unter Betrachtung des bestehenden Angebotsbesatzes sowie der berücksichtigten Verkaufsfläche für ein nachfolgendes Möbelhaus bei einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 800 m<sup>2</sup> im gesamten Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße jedoch nicht anzunehmen. Unverhältnismäßig hohe Auswirkungen auf die vorhandenen Betriebe, eine tiefgreifende Schädigung der Bestandsstrukturen oder gar ein Verlust innerstädtischer Leitbetriebe sind nicht zu erwarten.
- ▶ Die Umverteilungsquoten von ca. 6,1 Prozent gegenüber Betrieben in den sonstigen Standortlagen im Stadtgebiet Neumarkts lassen zwar ebenfalls wettbewerbliche Effekte auf die dort ansässigen Bestandsbetriebe<sup>28</sup> annehmen,

<sup>28</sup> Dabei handelt es sich wie beim zu untersuchenden Vorhaben überwiegend um Rand-/Teilsortimente von Fachmärkten mit anderem Hauptsortiment (z.B. Obi, TTL etc.).

aufgrund der fehlenden städtebaulichen Relevanz dieser Umverteilungswirkungen können davon aber keine städtebaulich relevant werdenden Negativauswirkungen abgeleitet werden.

 **Im zu überplanenden Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße in Neumarkt ist im Sortimentsbereich Haushaltstextilien bis zu einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 800 m<sup>2</sup> als Rand-/Teilsortimente der bestehenden/untersuchten Anbieter keine wesentliche Beeinträchtigung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' in Neumarkt oder weiterer Angebotsstrukturen im Stadtgebiet bzw. auch darüber hinaus zu erwarten.**

#### 4.2.2 Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel

Die im zu überplanenden Fachmarktzentrum einzubeziehende Verkaufsfläche für Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel setzt sich aus den bereits marktaktiven Verkaufsflächen im Fachmarktzentrum sowie den künftigen Verkaufsflächen in einem dortigen Möbelhaus zusammen. Die Verkaufsflächen für Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel des dortigen Möbelhauses basieren auf marktüblich zu erwartenden Sortimentsanteilen eines marktgängigen Möbelhauses<sup>29</sup> der vorliegenden Größenordnung sowie unter Einschätzung des geplanten Anbieters Wohnorama. Demnach ist insgesamt im Fachmarktzentrum von Rand-/ Teilsortimenten für Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel von ca. 500 m<sup>2</sup> auszugehen.

Basierend auf der Auswertung verfügbarer Quellen zu den Flächenleistungen für Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel<sup>30</sup> und einer eigenen Bewertung der Standortlage, des Standortumfeldes, der Wettbewerbssituation und Anbieter/Betriebstypen ist im zu überplanenden Fachmarktzentrum für dieses Rand-/Teilsortiment eine durchschnittliche jährliche Flächenleistung von ca. 2.000 €/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anzusetzen. Die Ermittlung des relevanten Gesamtumsatzes für Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel stellt sich folgendermaßen dar:

---

<sup>29</sup> Im zum Erhebungszeitpunkt noch bestehenden Möbelhaus Werner wurden zum Besichtigungszeitpunkt, welcher bereits in den Räumungsverkauf fiel, keine Haushaltstextilien verkauft.

<sup>30</sup> U.a. EHI Retail Institute, Angaben der Landesplanung Bayern.

► Umsatzprognose Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel:

Verkaufsfläche x Umsatz je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche = Soll-Umsatz

ca. 500 m<sup>2</sup> x ca. 2.000 €/m<sup>2</sup> = ca. 1,0 Mio. €.

In der Summe ist für Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel dementsprechend ein Gesamtumsatz von ca. 1,0 Mio. € zu erwarten. Dieser setzt sich perspektivisch folgendermaßen zusammen:

<b>zu erwartender Umsatz im <u>Sortimentsbereich Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel</u> Fachmarktzentrum Nürnberger Straße</b>	<b>1,0 Mio. €</b>
<i><u>davon:</u></i>	
<i>bisher bereits durch entsprechende (Teil-)Sortimente in bestehenden Anbietern gebundene Kaufkraft</i>	<i>0,6-0,7 Mio. €</i>
<i>Nutzung bestehender Ausbaupotenziale (durch prognostizierte Bevölkerungs-/Kaufkraftentwicklung im projektspezifischen Einzugsgebiet)</i>	<i>0,1 Mio. €</i>
<i>durch zusätzliche (Streu-) Umsätze von außerhalb des Einzugsgebietes</i>	<i>---</i>
<i>durch Umsatzumverteilung</i>	<i>0,2-0,3 Mio. €</i>

ca. Werte, gerundet

Die nachfolgend dargestellte Wirkungsanalyse zeigt die zu erwartenden Umsatzumverteilungen im betrachteten Sortimentsbereich Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel aus dem bestehenden Einzelhandel der Stadt Neumarkt i.d.OPf. unterschieden nach relevanten Standortbereichen. Berechnungsgrundlage stellen die prognostizierten Umsätze des Fachmarktzentrums in deren Wirkung auf die bestehenden Angebots-, Standort- und Marktstrukturen dar. Dem 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' der Stadt Neumarkt als städtebaulich wichtigsten und besonders schützenswerten Teilbereich kommt dabei eine besondere Aufmerksamkeit zu.

Umsatzumverteilung nach Standortlagen Sortimentsbereich Haushaltswa- ren/GPK/Geschenkartikel Fachmarktzent- rum Nürnberger Straße	insgesamt 0,2-0,3 Mio. € erwartete Umsatzumverteilungen	
	in Mio. €* in %*	in %*
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Neumarkt i.d.OPf.	0,2	5,9
sonstige Standortlagen in Neumarkt i.d.OPf.	<0,1	7,5
<b>gesamt</b>	<b>0,2-0,3</b>	<b>6,2</b>

\* ca.-Werte, gerundet

- ▶ Bei der Berechnung der durch das Fachmarktzentrum unter den dargelegten Voraussetzungen perspektivisch ausgelösten Umverteilungswirkungen ergeben sich gegenüber Betrieben im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' der Stadt Neumarkt Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel von ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 5,9%. Hieraus sind unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsstrukturen wie auch des besonderen Schutzbedarfs der Innenstadt unter städtebaulichen Aspekten ebenfalls noch keine unverhältnismäßig hohen Negativauswirkungen abzuleiten. Dies gilt umso mehr, als die bestehenden Hauptanbieter im 'zentralen Versorgungsbereich' Innenstadt, allen voran der Hauptanbieter Rackl am Rathaus mit seinem recht hochwertigen Angebot, nicht nur als vergleichsweise marktgerecht, anziehungs- und wettbewerbsstark einzustufen ist/sind, sondern auch nur bedingt mit den entsprechenden Rand-/Teilsortimenten der im Fachmarktzentrum ansässigen bzw. geplanten Möbelanbieter<sup>31</sup> konkurrieren werden. Die bei einem neuen, marktgerechten Möbelanbieter perspektivisch neu hinzukommenden Rand-/Teilsortimente für Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel werden zwar den Wettbewerbsdruck im gesamten Stadtgebiet erhöhen, städtebaulich relevante Auswirkungen – speziell im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' sind unter Betrachtung des bestehenden Angebotsbesatzes sowie der angesetzten (zusätzlichen) Verkaufsfläche von ca. 150 m<sup>2</sup> bzw. einer Gesamtverkaufsfläche von dann ca. 500 m<sup>2</sup> im gesamten Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße aber nicht zu erwarten. Eine nachhaltige Schädigung des 'zentralen Versorgungsbereiches' Innenstadt inklusive eines Verlustes der Versorgungsfunktion oder gar innerstädtischer Leitbetriebe kann unter den gesetzten Prämissen ausgeschlossen werden.
- ▶ Die Umverteilungsquoten von ca. 7,5 Prozent gegenüber Betrieben in den sonstigen Standortlagen im Stadtgebiet Neumarkts lassen auch hier wettbe-

<sup>31</sup> Möbelhaus (Nachfolger Möbel Werner) sowie Mitnahmemarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren (Dänisches Bettenlager).

werbliche Effekte auf die dort ansässigen Bestandsbetriebe<sup>32</sup> annehmen, aufgrund der fehlenden städtebaulichen Relevanz dieser Umverteilungswirkungen können davon aber – analog zu den Haushaltstextilien – auch hier keine städtebaulich relevant werdenden Negativauswirkungen abgeleitet werden.

 **Im zu überplanenden Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße in Neumarkt ist im Sortimentsbereich Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel bis zu einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 500 m<sup>2</sup> keine wesentliche Beeinträchtigung des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' in Neumarkt oder auch weiterer Angebotsstrukturen im Stadtgebiet bzw. darüber hinaus zu erwarten.**

#### 4.2.3 Bekleidung/Trachtenmode

Der Trachtenmode-Fachmarkt im Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße siedelte von der Amberger Straße ins Fachmarktzentrum um. Mit der im vorliegenden Bebauungsplan angestrebten Umsetzung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes, soll die Festschreibung dieser vorliegenden innenstadtrelevanten Nutzung erfolgen. Unabhängig von einer konzeptionell angestrebten Festschreibung der Nutzung, muss gewährleistet sein, dass die jüngst erfolgte Ansiedlung des Trachtenmode-Fachmarktes, mit der Erweiterung von ca. 400 m<sup>2</sup> auf aktuell ca. 795 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auch mit den Maßgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO im geplanten Sondergebiet Fachmarktzentrum vereinbar ist. Für diese Klärung ist die Innenstadtverträglichkeit des Trachtenmodemarktes entscheidend.

Das Sortiment Trachtenmode stellt prinzipiell ein Teilsortiment bzw. -segment des Bekleidungsbereiches dar und ist dementsprechend gemäß 'Sortimentsliste der innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente der Stadt Neumarkt i.d.OPf.', wie das Bekleidungs-sortiment, grundsätzlich als innenstadtrelevant<sup>33</sup> einzustufen. Dies gilt umso mehr, als Trachtenmode, als Teilsortiment des Bekleidungs-sortiments, vom Flächenanspruch und den Sortimentseigenheiten potenziell auch in der Innenstadt situiert sein kann bzw. könnte und einen Beitrag für einen attraktiven und zugkräftigen Sortiments- und Angebotsmix der Innenstadt leisten kann/könnte.

---

<sup>32</sup> Dabei handelt es sich wie beim zu untersuchenden Vorhaben überwiegend um Rand-/Teilsortimente von Fachmärkten mit anderem Hauptsortiment (v.a. Obi).

<sup>33</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, April 2015, Kap. 7.

In Neumarkt i.d.OPf. wird Trachtenmode als Spezialsegment im Bekleidungsbe- reich hauptsächlich vom Trachtenhof Nübler (an der Amberger Straße außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, neben Altstandort Trachten Moser) sowie von Trachten Moser angeboten. Im 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' verfügen lediglich einzelne Anbieter über ein nachgeordnetes, teils nur temporäres Trachtenmode-Teil-/Randsortiment (vgl. Kap. 3.2). Aus diesem Grund sind durch Trachten Moser mit dessen erweiterter Verkaufsfläche weit überwiegend Auswirkungen auf den direkten Wettbewerber Trachtenhof Nübler zu erwarten. Dieser befindet sich außerhalb des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' in dezentraler Standortlage (d.h. außerhalb der ausgewiesenen Zentren). Eine städtebaulich relevante Schutzfunktion ist für den Betrieb bzw. dessen Standortlage daher – trotz einer hohen zu erwartenden Umverteilungsquote – nicht abzuleiten; dementsprechend können von Trachten Moser städtebaulich relevante Auswirkungen gegenüber diesen Betrieb bzw. dessen Standortlage per se ausgeschlossen werden.

Für den 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' gilt: Aufgrund des begrenzten bzw. kaum vorhandenen Angebotsbesatzes im Bereich Trachtenmode im 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' der Stadt Neumarkt i.d.OPf. kann/muss dieses Spezialsegment des Bekleidungsbe- reiches trotz seiner grundsätzlichen Innen- stadtrelevanz nicht als innenstadtprägend bzw. strukturbedeutsam für den Besatz im 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' der Stadt Neumarkt i.d.OPf. eingestuft werden. Durch die recht deutliche Angebots- erweiterung, welche mit dem Um- zug in das Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße einherging, lassen sich vom zu untersuchenden Trachtenmode-Fachmarkt Trachten Moser daher auch keine städtebaulich relevanten Auswirkungen gegen den 'zentralen Versorgungs- bereich Innenstadt' und dessen Angebot ableiten.

 **Der Trachtenmode-Fachmarkt (Trachten Moser) im Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße zeigt mit seiner jüngst erfolgten Ansiedlung und Verkaufsflächenerweiterung, trotz der grundsätzlich bestehenden Innen- stadtrelevanz des Sortimentsbereiches aufgrund des weitgehend fehlen- den Besatzes und der daraus abzuleitenden, fehlenden Strukturbedeut- samkeit des Bekleidungs-Spezialsegments Trachtenmode für den Ange- botsmix des 'zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt' der Stadt Neumarkt i.d.OPf. keine Beeinträchtigung für die Innenstadt. Städtebau- lich relevante Negativauswirkungen liegen durch den Trachtenmode- Fachmarkt nicht vor.**

#### 4.2.4 Nicht-innenstadtrelevante (Haupt-)Sortimente im zu überplanenden Fachmarktzentrum

Den größten Teil der Verkaufsfläche im zu überplanenden Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße nehmen die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente Möbel/Küchen, Bau- und Heimwerkerartikel, Leuchten, Zooartikel und Autozubehör sowie Gartenbedarf (inkl. Pflanzen)<sup>34</sup> ein. Nicht-innenstadtrelevante Sortimente weisen aus städtebaulicher wie auch aus konzeptioneller Sicht – wie in Kap. 4.2 erläutert – keine besondere Bedeutung für die Versorgungs- und Zentrumsfunktion der Neumarkter Innenstadt auf.

-  **Aufgrund der fehlenden Innenstadtrelevanz der Kernsortimente des zu überplanenden Fachmarktzentrum sind auch hier keine städtebaulich relevant werdenden Auswirkungen zu erwarten.**
  
-  **Städtebaulich relevant werdende Negativauswirkungen können für das gesamte Fachmarktzentrum in der untersuchten / zu Grunde gelegten Größenordnung – für die hinsichtlich Größe und Sortimentsaufteilung definierten Betriebe<sup>35</sup> wie auch für die untersuchte Größenordnung und Flächenaufteilung eines Bau- und Gartenmarktes sowie eines Möbelhauses – durchwegs ausgeschlossen werden.**

---

<sup>34</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, April 2015, Kap. 7.

<sup>35</sup> D.h. Dänisches Bettenlager, ATU und Trachten Moser.

## 5 Prüfung der landesplanerischen / raumordnerischen Verträglichkeit

Für die raumordnerischen Anforderungen des § 11 Abs. 3 BauNVO, ebenso wie im Hinblick auf eine mögliche Betrachtung des Vorhabens als Betrieb i. S. d. § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandels-großprojekte) durch die Landesplanung in Bayern wird das Kap. 5.3 'Einzelhandels-großprojekte' des Landesentwicklungsprogrammes Bayern (LEP)<sup>36</sup> relevant. *"...Die landesplanerische Steuerung von Einzelhandelsgroßprojekten umfasst die Regelungsbereiche „Lage im Raum“ (Lenkung in Zentrale Orte), „Lage in der Gemeinde“ (städtebaulich integrierte Lage) und „Zulässige Verkaufsflächen“ (Begründung Zu 5.3 (B)), mit den einzelhandelsrelevanten Zielen 5.3.1, 5.3.2 und 5.3.3.*

Dies erfordert vorliegend die Klärung folgender Kerninhalte:

- ▶ **Lage im Raum (Z 5.3.1):**  
Klärung des Vorliegens als Betrieb i. S. d. § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte); zentralörtliche Eignung der Projektgemeinde, d.h. der Stadt Neumarkt i.d. OPf.
- ▶ **Lage in der Gemeinde (Z 5.3.2):**  
städtebauliche Integration des Standortes
- ▶ **zulässige Verkaufsflächen (Z 5.3.3):**  
sortimentspezifische Beurteilung basierend auf den entsprechenden räumlichen Beurteilungsgrundlagen und maximal zulässigen sortimentspezifischen Kaufkraftabschöpfungsquoten.

---

<sup>36</sup> Das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) vom 01. September 2013, 'Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)' vom 22. August 2013, wurde nach Veröffentlichung im Bayerischen Gesetz- und Verordnungsblatt (GVBl) gemäß 'Verordnung zur Änderung der Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern' vom 21. Februar 2018 teilfortgeschrieben. Die Änderungsverordnung vom 21. Februar 2018 ist am 01. März 2018 in Kraft getreten. Alle in vorliegender Untersuchung die Ziele und Inhalte der Landesplanung in Bayern und das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) betreffenden Inhalte beziehen sich auf den vorstehend angeführten, zum Ausarbeitungsstand der Untersuchung gültigen Stand des Landesentwicklungsprogrammes Bayern (LEP) vom 01.09.2013, geändert am 01.03.2018.

## 5.1 Lage im Raum

Laut LEP, 5.3.1 (Z), gilt: *"Flächen für Betriebe im Sinn des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden."*

Klärung des Vorliegens als Betrieb i. S. d. § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte)

Sowohl im Fall der Einstufung als Einkaufszentrum als auch unter Berücksichtigung der Verkaufsflächen ist das zu überplanende Fachmarktzentrum Nürnberger Straße 'Bereich Ost' als Betrieb im Sinn des § 11 Abs. 3 Satz 1 der BauNVO einzustufen.

Eine landesplanerische Agglomeration im Sinne des LEP liegt vor, wenn beim zu betrachtenden Vorhaben ein räumlich-funktionaler Zusammenhang von mindestens drei Betrieben, die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind, besteht.

Beim zu untersuchenden Vorhaben, also dem zu überplanenden Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße 25-31 in Neumarkt, sind mit den vorgesehenen Einzelhandelsbetrieben Möbelhaus, Baumarkt, Mitnahmemarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren und Trachtenmode-Fachmarkt sowie einem ergänzenden Fachmarkt für Kfz-Zubehör mehr als drei Betriebe, die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind, vorgesehen. Daneben ist zwar eine Reihe weiterer Einzelhandelsbetriebe im Umfeld vorhanden, diese weisen aber durch die bestehenden Standortstrukturen bzw. speziell der trennenden Wirkung der Nürnberger Straße zu gegenüberliegenden Betrieben (v.a. Edeka, Intersport) bzw. der ebenfalls trennenden Wirkung eines dazwischenliegenden Autohauses zu den weiter nordwestlich angrenzenden Einzelhandelsbetrieben (u.a. Aldi, Expert, BayWa Baustoffhandel) u.E. keine räumlich-funktionaler Zusammenhang mit dem zu untersuchenden Fachmarktzentrum mehr auf.

 **Die landesplanerische Voraussetzung für das Vorliegen eines Einzelhandelsgroßprojektes im Sinne des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP) liegt vor.**

## Zentralörtliche Eignung der Projektgemeinde

Flächen für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden. Abweichend davon sind u.a. Betriebe bis 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden zulässig.

Neumarkt i.d.OPf. ist im Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) sowie im Regionalplan der Region Regensburg als Oberzentrum ausgewiesen. Demnach ist die Stadt Neumarkt i.d.OPf. in jedem Fall ein grundsätzlich geeigneter Standort für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte).

-  **Neumarkt i.d.OPf. ist als Oberzentrum ein geeigneter Standort für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte).**
-  **Das zu überplanende Fachmarktzentrum ist als Einzelhandelsgroßprojekt i.S.d. des Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) zu werten. Neumarkt i.d.OPf. ist als Oberzentrum ein geeigneter Standort für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte). Das Ziel 5.3.1 des Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) zur Lage im Raum wird durch das Vorhaben erfüllt.**

## 5.2 Lage in der Gemeinde

### 5.2.1 Voraussetzungen der städtebaulichen Integration lt. LEP

Gemäß LEP, Begründung zu 5.3.2 (B), bemisst sich die städtebauliche Integration folgendermaßen:

*"...Städtebaulich integrierte Lagen sind Standorte innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend, die über einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich und eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) verfügen. Direkt an einen Siedlungszusammenhang angrenzende Standorte sind nur dann städtebaulich integriert, wenn sie an einen Gemeindeteil anschließen, der nach Bevölkerungsanteil und Siedlungsstruktur einen Hauptort darstellt und in dem die Einrichtungen zur Deckung des wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Grundbedarfs für*

*die Gemeindebevölkerung im Wesentlichen vorgehalten werden. Dagegen sind städtebauliche Randlagen Standorte innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs ohne wesentliche Wohnanteile oder direkt angrenzend. In städtebaulichen Randlagen ist eine fußläufige Erreichbarkeit nicht erforderlich, wohl aber – zur Sicherstellung der Erreichbarkeit für alle Bevölkerungsgruppen – eine ortsübliche Anbindung an den ÖPNV..."*

Um als städtebaulich integriert eingestuft werden zu können, muss der Vorhabenstandort demnach...

- ▶ innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt daran angrenzend – falls es sich um den Hauptort der jeweiligen Gemeinde handelt – liegen,
- ▶ über einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich und
- ▶ eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) verfügen.

### 5.2.2 Überprüfung der städtebaulichen Integration des Vorhabenstandortes

Die städtebauliche Integration von Betrieben im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie von Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dient einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und ist Ausdruck einer nachhaltigen Siedlungsentwicklung. Städtebauliche Integration bedeutet, dass sich ein Standort sowohl baulich als auch funktional in vorhandene städtebauliche Strukturen einfügt. Die städtebauliche Integration eines Standortes erfordert laut LEP als wesentliche Kennzeichen einen baulich verdichteten Siedlungszusammenhang, einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich sowie eine den örtlichen Gegebenheiten entsprechende Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr.

#### Baulich verdichteter Siedlungszusammenhang

Der Vorhabenstandort in Neumarkt i.d.OPf. befindet sich im nordwestlichen Siedlungsbereich der Kernstadt. Das Standortumfeld ist neben verschiedenen Einzelhandels-/Gewerbebetrieben in nordwestlicher sowie vereinzelt auch in nordöstlicher Richtung, dem südlich gelegene Flugfeld/-platz und daran anschließender landwirtschaftlicher Nutzflächen sowie dem etwas weiter östlich gelegenen Klinikum speziell in nördlicher und nordöstlicher Richtung (unmittelbar gegenüberliegend an der Nürnberger Straße) auch von verdichteter Wohnbebauung geprägt. Der Vorhabenstandort liegt demnach trotz seiner Stadtrandlage in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen.

- **Der Vorhabenstandort ist Teil eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs, der auch von verdichteter Wohnbebauung geprägt ist. Z 5.3.2 (Lage in der Gemeinde) des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP) kann damit als erfüllbar gewertet werden.**

### Anteiliger fußläufiger Einzugsbereich

Die Frage, welche Entfernung einem fußläufigen Einzugsbereich zu Grunde zu legen ist, lässt sich nicht eindeutig beantworten. Hierzu bestehen – teils gestützt auf planerische Erfahrungswerte, teils basierend auf Kundenerhebungen und stadtplanerische Untersuchungen – unterschiedliche Auffassungen.

Wesentliche Grundlagen zur Eingrenzung der fußläufigen Erreichbarkeit sind folgenden Einschätzungen zu entnehmen:

- Eine Vielzahl empirischer Untersuchungen und planerischer Auseinandersetzungen mit der Frage der fußläufigen Erreichbarkeit geben ein breites Spektrum von Gehwegentfernungen an, welche als Einkaufsdistanzen bei der Nahversorgung von den Kunden akzeptiert werden bzw. akzeptiert werden können. Schwerpunkt der Schwellenwertangaben liegt im Bereich von 400 m bis 600 m Luftlinienentfernung. Borchers 1990 gibt in Auswertung vielfältiger Kundenbefragungen und wissenschaftlichen Untersuchungen die Zumutbarkeitsgrenze der Nahversorgungsdistanz (als fußläufige Einkaufsdistanz) mit 500 m als ausreichend begründet an, wobei dies mit sieben bis zehn Minuten Gehzeit gleichgesetzt wird.<sup>37</sup>
- Lt. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung<sup>38</sup> wird ausgeführt, dass je nach Kontext die Distanz, bis zu welcher von Fußläufigkeit gesprochen werden kann, einer gewissen Schwankungsbreite unterliegt. In der zur Nahversorgungssituation und zu Anforderungen an Indikatoren der Nahversorgung in Deutschland durchgeführten Untersuchung wird ein Schwellenwert von 1.000 m Luftliniendistanz als maximale Obergrenze der Fußläufigkeit definiert.

Basierend auf den angeführten Untersuchungen und der Mehrheit der hierzu dem Verfasser bekannten Einschätzungen wird der fußläufige Einzugsbereich mit dem

---

<sup>37</sup> S. Borchers, John: Verlust von wohnungsnaher Einzelhandelsversorgung aus Sicht der Bewohner, Univ. Dortmund. 1990) zit. n. Callies Christian: Kommunale Einzelhandelszentrenkonzepte und ihre Anwendung als Steuerungsinstrument der städtischen Einzelhandelsentwicklung, Diss. Universität Dortmund. 2004, S. 534, S. 541.

<sup>38</sup> Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR): Indikatoren zur Nahversorgung, BBSR-Analysen KOMPAKT 10/2015, Bonn Juni 2015, S. 16.

als Untergrenze einzustufenden Wert einer Luftliniendistanz von 500 m sowie dem als Maximalwert einzustufenden Wert einer Luftliniendistanz von 1.000 m eingegrenzt. Wie auf nachfolgender Karte zu erkennen ist, ist der Standort sowohl innerhalb einer Luftliniendistanz von 500 Metern vom Vorhabenstandort, als nochmals deutlich verstärkt innerhalb einer Luftliniendistanz von 1.000 Metern vom Vorhabenstandort an größere Wohngebiete angeschlossen, aus denen das Fachmarktzentrum mit den zugehörigen Märkten fußläufig gut zu erreichen ist.

### Wohnbebauung im Umfeld des neukonzipierten Fachmarktzentrams



**Der Vorhabenstandort des zu untersuchenden Fachmarktzentrams verfügt über einen unmittelbar zugeordneten fußläufigen Einzugsbereich.**

## Ortsübliche Anbindung an den ÖPNV

Unmittelbar vor dem Fachmarktzentrum bzw. dem Vorhabenstandort an der Nürnberger Straße 25-31 befindet sich die Bushaltestelle 'Flugplatz', welche u.a. vom Stadtbus der Linie 561 bedient wird. Mehrere weitere Bushaltestellen liegen ebenfalls in guter fußläufiger Erreichbarkeit (vgl. nachfolgende Karte). Insofern ist die ÖPNV-Anbindung des Vorhabenstandortes als sehr gut und in jedem Fall den örtlichen Gegebenheiten entsprechend einzustufen.

## ÖPNV-Anschluss des Vorhabenstandortes



● Vorhabenstandort

Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende ([www.openstreetmap.org/copyright](http://www.openstreetmap.org/copyright)),  
Bearbeitung: Dr. Heider Standort- und Wirtschaftsberatung GmbH, 2018.

- ☞ Eine angemessene ÖPNV-Anbindung des Vorhabens bzw. Vorhabenstandortes, welche den ortsüblichen Gegebenheiten entspricht, ist gewährleistet.
- ☞ In der Zusammenschau der Anforderungen an die städtebauliche Integration (laut LEP Bayern) kann festgestellt werden, dass alle geforderten Kriterien zur städtebaulichen Integration positiv eingestuft werden können. Die Anforderungen der Lage in der Gemeinde Z 5.3.2 des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP) sind somit erfüllt.

## 5.3 Zulässige Verkaufsflächen

Durch die landesplanerische Steuerung des sortimentspezifischen Umfangs von Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten wird die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung aufrecht erhalten.

Gemäß den Bestimmungen des LEP ist für das zu untersuchende Einzelhandelsvorhaben dabei in Abhängigkeit von den zu betrachtenden Sortiment der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich (bei Sortimenten des Innenstadtbedarfs) des Oberzentrums Neumarkt i.d.OPf. oder das projektrelevante Einzugsgebiet (bei Sortimenten des sonstigen Bedarfs) heranzuziehen. Die dortigen Einwohner mit deren Kaufkraft stellen unter Berücksichtigung der landesplanerisch zulässigen Abschöpfungsquoten das Messkriterium dafür dar, ob die zu erwartenden Umsätze bzw. die projektierte Größe des zu bewertenden Vorhabens, d.h. vorliegend der geplanten Nutzungen im Bebauungsplanbereich, landesplanerisch verträglich sind.

### 5.3.1 Fachmarkt für Trachtenmode

Für den zu untersuchenden Fachmarkt für Trachtenmode im Hauptsortiment 'Bekleidung' als 'Sortiment des Innenstadtbedarfs' (gemäß LEP Bayern) stellt der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich die relevante Berechnungsgrundlage dar. Die der landesplanerischen Überprüfung zugrunde zu legende Einwohnerzahl beträgt damit ca. **195.815 Personen**.

Die zweite wichtige Berechnungsgrundlage zur Ermittlung des im zu überprüfenden Hauptsortiment 'Bekleidung' im Jahr zur Verfügung stehenden Kaufkraftpotenzials ist das in den Strukturdaten des Einzelhandels<sup>39</sup> ausgewiesene Kaufkraftpotenzial je Einwohner. Dieses liegt gemäß der genannten Landesplanungsdatengrundlage für das Gesamtsortiment 'Bekleidung' derzeit bei **533 €/Jahr**. Grundlage der Berechnung ist dabei ein überregionaler Pro-Kopf-Durchschnittswert. Für das Teilsortiment 'Trachtenmode' liegen keine landesplanerischen Kaufkraftzahlen vor. Damit wird eine teilsortimentscharfe Kaufkraftpotenzialermittlung aus landesplanerischer Sicht nicht möglich. Eine auf Landesplanungsgrundlagen basierende detaillierte Ermittlung der landesplanerisch zulässigen Verkaufsfläche wird deshalb in Konsequenz teilsortimentsbezogen auch nicht möglich.

<sup>39</sup> Vgl. Bay. Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie: Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017.

Unter Plausibilitätsannahmen ist zu folgern, dass angesichts der umfangreichen Kaufkraftpotenziale am Standort Neumarkt i.d.OPf. für das gesamte Bekleidungs-sortiment eine Verkaufsfläche im Teilsortiment 'Trachtenmode', welche unterhalb der Großflächigkeitsschwelle liegt und welche laut städtebaulicher Überprüfung keine wesentlichen Auswirkungen erwarten lässt, aus landesplanerischer Sicht als zulässig eingestuft werden kann.

 **Die Verkaufsfläche des Trachtenmode-Fachmarktes lässt in der vorliegenden Größe unterhalb der Großflächigkeit eine landesplanerische Zulässigkeit erwarten.**

### 5.3.2 Möbelhaus sowie Mitnahmemarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren

Für das zu untersuchende (discountorientierte) Möbelhaus (Wohnorama) sowie auch für den Mitnahmemarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren (Dänisches Bettenlager) mit dem Hauptsortiment 'Möbel/Küchen' als Sortiment des 'sonstigen Bedarfs' (gemäß LEP Bayern) stellt das projektrelevante Einzugsgebiet die relevante Berechnungsgrundlage dar. Dieses ist, wie vorstehend beschrieben (vgl. Kap. 3.1), für das neukonzipierte Fachmarktzentrum und entsprechend auch für alle darin enthaltenen Märkte mit dem gesamtstädtischen Marktgebiet der Stadt Neumarkt gleichzusetzen. Die der landesplanerischen Überprüfung zugrunde zu legende Einwohnerzahl beträgt demnach ca. **168.185 Personen**.

Das Kaufkraftpotenzial je Einwohner, welches für die zu ermittelnde Kaufkraftabschöpfung als Berechnungsgrundlage dient, ergibt sich aus der im Durchschnitt jedem Einwohner des projektrelevanten Einzugsgebietes bzw. des einzelhandels-spezifischen Verflechtungsbereiches für die zu überprüfenden Sortimente im Jahr zur Verfügung stehenden Kaufkraft, welche auch im Einzelhandel realisiert wird. Grundlage der Berechnung ist ein überregionaler Pro-Kopf-Durchschnitt. Als Basis der Berechnung ist der Pro-Kopf-Durchschnitt laut Landesplanungsdatengrundlagen Bayern zu Grunde zu legen:

- ▶ Pro-Kopf-Ausgaben Möbelhaus-Kernsortimente ('Sortimente des sonstigen Bedarfs'): 315 €/Jahr
- ▶ Pro-Kopf-Ausgaben Möbelhaus-Randsortimente ('Sortimente des Innenstadtbearbeitungsbedarfs'): 51 €/Jahr.

Entsprechend der genannten Angaben zum perspektivischen Einzugsgebiet bzw. dem für die innenstadtrelevanten Randsortimente anzusetzenden einzelhandels-spezifischen Verflechtungsbereich Neumarkts und den sortiments-spezifischen Pro-Kopf-Ausgabewerten ergeben sich folgende Kaufkraftvolumina:

Möbelhaus/Möbelmitnahmemarkt: Kernsortimente

Einwohner im Projekteinzugsgebiet x Pro-Kopf-Ausgabe/Jahr

168.185 Einwohner x 315 €/Einwohner = 52.978.275 €

Möbelhaus/Möbelmitnahmemarkt: Randsortimente

Einwohner im einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich x Pro-Kopf-Ausgabe/Jahr

195.815 Einwohner x 51 €/Einwohner = 9.986.565 €

Zur Feststellung der landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen sind wiederum die landesplanerisch akzeptablen Kaufkraftabschöpfungen der jeweiligen sortiments-spezifischen Kaufkraftpotenziale zu ermitteln. Die aus landesplanerischer Sicht akzeptablen Kaufkraftabschöpfungsquoten betragen für 'sonstige Sortimente' 25% des im projektspezifischen Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials und für die 'Sortimente des Innenstadtbedarfs', die über den kurzfristigen, täglichen Bedarf hinausgehen, für die ersten 100.000 Einwohner 30% und für die darüber hinausgehenden Einwohner 15% des im einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich von Neumarkt vorhandenen Kaufkraftpotenzials.

Entsprechend der oben dargestellten Vorgaben errechnen sich in den einzelnen Sortimenten bzw. Sortimentsbereichen folgende, aus landesplanerischer Sicht abschöpfbare Kaufkraftvolumina:

- ▶ Möbelhaus/Möbelmitnahmemarkt: Kernsortimente: 13.244.569 €
- ▶ Möbelhaus/Möbelmitnahmemarkt: Randsortimente: 2.262.985 €

#### Landesplanerisch zulässige Verkaufsflächen des geplanten Möbelhauses sowie des Mitnahmemarktes für Möbel, Bett- und Haushaltswaren

Die aus landesplanerischer Sicht maximal zulässige Verkaufsfläche für Möbel errechnet sich aufbauend darauf aus den für das Vorhaben zur Verfügung stehenden, landesplanerisch akzeptablen, sortiments-spezifischen Kaufkraftpotenzialen in

Bezug auf die zu erwartende Gesamtraumleistung, d.h. dem je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erzielenden Umsatz pro Jahr<sup>40</sup>.

Die Höhe des durchschnittlichen Flächenproduktivitätswertes eines Möbelhauses bzw. Möbelvollsortimenters ist gemäß der zugrunde zu legenden 'Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017' wie folgt:

Umsatzerwartung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eines Möbelvollsortimenters:  
650-850 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Unter Ansatz der für das Vorhaben anzusetzenden Flächenproduktivität (Mittelwert) und der oben erläuterten, abschöpfbaren Kaufkraftpotenziale, errechnen sich folgende, aus landesplanerischer Sicht zulässigen Verkaufsflächengrößen:

Möbelvollsortimeter: Kernsortimente des 'sonstigen Bedarfs':  
abschöpfbares Kaufkraftpotenzial / durchschnittliche Raumleistung  
13.244.569 € / 700 € je m<sup>2</sup>/Verkaufsfläche = ca. 18.920 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Möbelvollsortimeter: Randsortimente des 'Innenstadtbedarfs':  
abschöpfbares Kaufkraftpotenzial / durchschnittliche Raumleistung  
2.262.985 € / 700 € je m<sup>2</sup>/Verkaufsfläche = ca. 3.230 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Die aus landesplanerischer Sicht maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche eines Möbelvollsortimenters in Neumarkt liegt – gemäß oben angeführter Berechnungsmethode und angesetzter mittlerer Durchschnittsraumleistung – bei insgesamt ca. 22.150 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche, wobei hiervon ca. 18.920 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf das Kernsortiment des 'sonstigen Bedarfs' und weitere ca. 3.230 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf Randsortimente des 'Innenstadtbedarfs' entfallen.

Bei entsprechenden alternativen Berechnungen für einen Möbelmitnahmemarkt, anstatt eines Möbelvollsortimenters, liegt die aus landesplanerischer Sicht maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche eines solchen Betriebes in Neumarkt – bei mittlerer Durchschnittsraumleistung – bei insgesamt ca. 13.485 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche, wobei hiervon ca. 11.520 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf das Kernsortiment des 'sons-

---

<sup>40</sup> In den zugrunde zu legenden 'Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017' werden in den einzelnen Sortimenten und den jeweils vorhandenen Betriebstypen jeweils Spannen (Minimum, Durchschnitt, Maximum) der üblicherweise zu erwartenden Raumleistung angegeben. In der Regel ist bei der Prüfung eines Vorhabens der jeweilige Mittelwert anzusetzen.

tigen Bedarfs' und weitere ca. 1.965 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf Randsortimente des 'Innenstadtbedarfs' entfallen.

Vergleicht man die projektierten Größen des geplanten Möbelhauses bzw. auch des Mitnahmemarktes für Möbel, Bett- und Haushaltswaren mit den aus landesplanerischer Sicht zulässigen Verkaufsflächengrößen, so ist zu beachten, dass beide Märkte/Betriebe bei der landesplanerischen Überprüfung – aufgrund des gleichen Hauptsortiments ('Möbel/Küchen') kumuliert zu betrachten sind. Bei Zugrundelegung der bisher am Standort genehmigten und der unter Standortsicherungsaspekten empfohlenen Verkaufsfläche für das Möbelhaus von ca. 6.100 m<sup>2</sup> sowie des Mitnahmemarktes für Möbel, Bett- und Haushaltswaren von ca. 1.010 m<sup>2</sup> ist in jedem Fall von einer landesplanerischen Zulässigkeit der Verkaufsflächengrößen beider Betriebe auszugehen.

 **Die kumulierten Verkaufsflächen im Möbelbereich, also (discountorientiertes) Möbelhaus + Mitnahmemarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren), liegen deutlich unter der zulässigen Gesamt-Verkaufsfläche (Möbel/Küchen) aus Landesplanungssicht.**

### 5.3.3 Bau- und Gartenmarkt

Für den zu untersuchenden Bau- und Gartenmarkt mit dem Hauptsortiment 'Baumarktartikel/Bauelemente/Baustoffe/Eisenwaren' bzw. 'Gartenartikel/Gartenbedarf/Pflanzen' als Sortimente des 'sonstigen Bedarfs' (gemäß LEP Bayern) stellt das projektrelevante Einzugsgebiet die relevante Berechnungsgrundlage dar. Die der landesplanerischen Überprüfung zugrunde zu legende Einwohnerzahl beträgt demnach ca. **168.185 Personen**.

Das Kaufkraftpotenzial je Einwohner, welches für die zu ermittelnde Kaufkraftabschöpfung als Berechnungsgrundlage dient, ergibt sich aus der im Durchschnitt jedem Einwohner des projektrelevanten Einzugsgebietes bzw. des einzelhandelspezifischen Verflechtungsbereiches für die zu überprüfenden Sortimente im Jahr zur Verfügung stehenden Kaufkraft, welche auch im Einzelhandel realisiert wird. Grundlage der Berechnung ist ein überregionaler Pro-Kopf-Durchschnitt. Als Basis der Berechnung ist der Pro-Kopf-Durchschnitt laut Landesplanungsdatengrundlagen Bayern zu Grunde zu legen:

- ▶ Pro-Kopf-Ausgaben Baumarkt-Kernsortimente ('Sortimente des sonstigen Bedarfs'): 298 €/Jahr
- ▶ Pro-Kopf-Ausgaben Baumarkt-Randsortimente ('Sortimente des Innenstadtbedarfs'): 35 €/Jahr.
  
- ▶ Pro-Kopf-Ausgaben Gartenmarkt-Kernsortimente ('Sortimente des sonstigen Bedarfs'): 148 €/Jahr
- ▶ Pro-Kopf-Ausgaben Gartenmarkt-Randsortimente ('Sortimente des Innenstadtbedarfs'): 21 €/Jahr.

Entsprechend der genannten Angaben zum perspektivischen Einzugsgebiet bzw. dem anzusetzenden einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich Neumarkts und den sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgabewerten ergeben sich folgende Kaufkraftvolumina:

Baumarkt: Kernsortimente

Einwohner im Projekteinzugsgebiet x Pro-Kopf-Ausgabe/Jahr

$$168.185 \text{ Einwohner} \times 298 \text{ €/Einwohner} = 50.119.130 \text{ €}$$

Baumarkt: Randsortimente

Einwohner im einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich x Pro-Kopf-Ausgabe/Jahr

$$195.815 \text{ Einwohner} \times 35 \text{ €/Einwohner} = 6.853.525 \text{ €}$$

Gartenmarkt: Kernsortimente

Einwohner im Projekteinzugsgebiet x Pro-Kopf-Ausgabe/Jahr

$$168.185 \text{ Einwohner} \times 148 \text{ €/Einwohner} = 24.891.380 \text{ €}$$

Gartenmarkt: Randsortimente

Einwohner im einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich x Pro-Kopf-Ausgabe/Jahr

$$195.815 \text{ Einwohner} \times 21 \text{ €/Einwohner} = 4.112.115 \text{ €}$$

Entsprechend der oben dargestellten Vorgaben und Erläuterungen errechnen sich in den einzelnen Sortimenten folgende, aus landesplanerischer Sicht abschöpfbare Kaufkraftvolumina:

- ▶ Baumarkt: Kernsortimente: 12.529.783 €
- ▶ Baumarkt: Randsortimente: 1.553.029 €.
- ▶ Gartenmarkt: Kernsortimente: 6.222.845 €
- ▶ Gartenmarkt: Randsortimente: 931.817 €.

### Landesplanerisch zulässige Verkaufsflächen des geplanten Bau- und Gartenmarktes

Die aus landesplanerischer Sicht maximal zulässige Verkaufsfläche des geplanten Bau- und Gartenmarktes errechnet sich aus den für das Vorhaben zur Verfügung stehenden, landesplanerisch akzeptablen, sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzialen in Bezug auf die zu erwartende Gesamtraumleistung, d.h. dem je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erzielenden Umsatz pro Jahr<sup>41</sup>.

Die Höhe des durchschnittlichen Flächenproduktivitätswertes eines Baumarktes ist, gemäß der zugrunde zu legenden 'Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017', wie folgt:

Umsatzerwartung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eines Baumarktes:

1.000-2.000 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Unter Ansatz der für das Vorhaben anzusetzenden Flächenproduktivität (Mittelwert) und der oben erläuterten, abschöpfbaren Kaufkraftpotenziale, errechnen sich folgende, aus landesplanerischer Sicht zulässigen Verkaufsflächengrößen:

Baumarkt: Kernsortimente des 'sonstigen Bedarfs':

abschöpfbares Kaufkraftpotenzial / durchschnittliche Raumleistung

$12.529.783 \text{ €} / 1.500 \text{ € je m}^2/\text{Verkaufsfläche} = \text{ca. } 8.355 \text{ m}^2 \text{ Verkaufsfläche}$

Baumarkt: Randsortimente des 'Innenstadtbedarfs':

abschöpfbares Kaufkraftpotenzial / durchschnittliche Raumleistung

$1.553.029 \text{ €} / 1.500 \text{ € je m}^2/\text{Verkaufsfläche} = \text{ca. } 1.035 \text{ m}^2 \text{ Verkaufsfläche}$

<sup>41</sup> In den zugrunde zu legenden 'Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017' werden in den einzelnen Sortimenten und den jeweils vorhandenen Betriebstypen jeweils Spannen (Minimum, Durchschnitt, Maximum) der üblicherweise zu erwartenden Raumleistung angegeben. In der Regel ist bei der Prüfung eines Vorhabens der jeweilige Mittelwert anzusetzen.

Die Höhe des durchschnittlichen Flächenproduktivitätswertes eines Gartenmarktes/-centers ist gemäß der zugrunde zu legenden 'Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017' wie folgt:

Umsatzerwartung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eines Gartenmarktes:

900-1.500 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Unter Ansatz der für das Vorhaben anzusetzenden Flächenproduktivität (Mittelwert) und der oben erläuterten, abschöpfbaren Kaufkraftpotenziale, errechnen sich folgende, aus landesplanerischer Sicht zulässigen Verkaufsflächengrößen:

Gartenmarkt: Kernsortimente des 'sonstigen Bedarfs':

abschöpfbares Kaufkraftpotenzial / durchschnittliche Raumleistung

6.222.845 € / 1.200 € je m<sup>2</sup>/Verkaufsfläche = ca. 5.185 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Gartenmarkt: Randsortimente des 'Innenstadtbedarfs':

abschöpfbares Kaufkraftpotenzial / durchschnittliche Raumleistung

931.817 € / 1.200 € je m<sup>2</sup>/Verkaufsfläche = ca. 775 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Die aus landesplanerischer Sicht maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche eines Bau- und Gartenmarktes liegt in Neumarkt – gemäß oben angeführter Berechnungsmethode und angesetzter mittlerer Durchschnittsraumleistung – bei insgesamt ca. 15.350 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche, wobei hiervon ca. 13.540 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf die beiden Kernsortimente (Bau- bzw. Gartenmarkt) und weitere ca. 1.810 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf die Randsortimente des 'Innenstadtbedarfs' (Bau- bzw. Gartenmarkt) entfallen. Die vorliegende Eigentümer-/Betreiberangabe eines künftig aus betrieblichen und markttechnischen Gründen angestrebten Bau- und Gartenmarktes von ca. 8.200 bis 8.300 m<sup>2</sup> liegt somit klar unterhalb der landesplanerischen Zulässigkeitsgrenze und wäre damit als zulässig einzuordnen. Die landesplanerische Zulässigkeit ist auch für die im Bau- und Gartenmarkt situierbaren innenstadtrelevanten Randsortimente zu erwarten.

 **Die Verkaufsfläche eines zur Standortsicherung künftig angestrebten Bau- und Gartenmarktes liegt unterhalb der seitens der Landesplanung sich kalkulatorisch ergebenden maximal zulässigen Verkaufsfläche.**

### 5.3.4 Fachmarkt für Autoteile/-zubehör

Für den zu untersuchenden Fachmarkt für Autoteile/-zubehör mit dem Hauptsortiment 'Autoteile und Autozubehör' als Sortiment des 'sonstigen Bedarfs' (gemäß LEP Bayern) stellt das projektrelevante Einzugsgebiet die relevante Berechnungsgrundlage dar. Die der landesplanerischen Überprüfung zugrunde zu legende Einwohnerzahl beträgt somit ca. **168.185 Personen**.

Die zweite wichtige Berechnungsgrundlage zur Ermittlung des im zu überprüfenden Hauptsortiment 'Autoteile und Autozubehör' im Jahr zur Verfügung stehenden Kaufkraftpotenzials ist das in den Strukturdaten des Einzelhandels<sup>42</sup> ausgewiesene Kaufkraftpotenzial je Einwohner. Dieses liegt gemäß der genannten Landesplanungsdatengrundlage für 'Autoteile und Autozubehör' derzeit bei **225 €/Jahr**.

Entsprechend der genannten Angaben zum projektrelevante Einzugsgebiet und den sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgabewerten ergibt sich für den im geplanten Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße in Neumarkt zuzuordnenden Fachmarkt für Autoteile/-zubehör folgendes Kaufkraftvolumen:

$$\begin{aligned} & \text{Einwohner im projektrelevante Einzugsgebiet} \times \text{Pro-Kopf-Ausgabe/Jahr} \\ & 168.185 \text{ Einwohner} \times 225 \text{ €/Einwohner} = 37.841.625 \text{ €} \end{aligned}$$

Zur Feststellung der landesplanerisch akzeptablen Verkaufsfläche des geplanten Fachmarktes für Autoteile/-zubehör ist aufbauend darauf die aus landesplanerischer Sicht zulässige Kaufkraftabschöpfungsquote des zu untersuchenden Sortiments zu ermitteln. Diese beträgt dabei für das projektrelevante Sortimente des sonstigen Bedarfs 25% des im zugeordneten projektrelevante Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials.

Entsprechend der oben dargestellten Vorgaben errechnet sich im zu untersuchenden Sortiment 'Autoteile und Autozubehör' folgendes, aus landesplanerischer Sicht abschöpfbares Kaufkraftvolumen:

$$\begin{aligned} & \text{sortimentspezifisches Kaufkraftpotenzial} \times \text{zulässige Kaufkraftabschöpfungsquote} \\ & \quad = \text{abschöpfbares Kaufkraftvolumen} \\ & 37.841.625 \text{ €} \times 0,25 = 9.460.406 \text{ €}. \end{aligned}$$

<sup>42</sup> Vgl. Bay. Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie: Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017.

## Landesplanerisch zulässige Verkaufsfläche des geplanten Fachmarktes für Autoteile/-zubehör

Die aus landesplanerischer Sicht maximal zulässige Verkaufsfläche des geplanten Fachmarktes für Autoteile/-zubehör errechnet sich aufbauend darauf aus den für das Vorhaben zur Verfügung stehenden, landesplanerisch akzeptablen, sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzialen in Bezug auf die zu erwartende Gesamtraumleistung, d.h. dem je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erzielenden Umsatz pro Jahr.

Die Höhe des durchschnittlichen Flächenproduktivitätswertes eines Fachmarktes für Autoteile/-zubehör ist gemäß der zugrunde zu legenden 'Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017' wie folgt:

Umsatzerwartung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eines Fachmarktes für Autoteile/-zubehör:

2.900-3.900 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Setzt man beim zu untersuchenden Fachmarkt für Autoteile/-zubehör den gemittelten Durchschnittswert üblicher Flächenproduktivitätsleistungen von 3.400 €/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche an, so ergibt sich für den Betrieb eine zulässige Verkaufsfläche von ca. 2.780 m<sup>2</sup>, beim Ansetzen des oberen Durchschnittswertes errechnet sich eine zulässige Verkaufsfläche von ca. 2.425 m<sup>2</sup>. Die Verkaufsfläche von ca. 250 m<sup>2</sup> liegt somit weit unterhalb der landesplanerischen Zulässigkeitsspanne und wäre damit als zulässig einzuordnen.

-  **Die Verkaufsfläche des geplanten Fachmarktes für Autoteile/-zubehör liegt deutlich unterhalb der seitens der Landesplanung sich kalkulatorisch ergebenden zulässigen Verkaufsfläche.**
  
-  **Von einer voraussichtlichen Erfüllung der landesplanerischen Anforderungen an die Verkaufsfläche des Vorhabens, Z 5.3.3 (Zulässige Verkaufsfläche) des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP), kann nach Betrachtung der einzelnen Sortimente/Betriebe des Vorhabens ausgegangen werden.**

## 6 Zusammenfassende Bewertung / Fazit

- ▶ Der Eigentümer des Fachmarktzentrums Nürnberger Straße 'Bereich Ost' (Flst.Nrn. 914/3, 918/8, 920/1, 920/2, 921 und 922) in Neumarkt in der Oberpfalz plant eine Umstrukturierung des dortigen Einzelhandels. Neben den langjährigen Bestandsbetrieben (Toom Baumarkt, Dänisches Bettenlager, ATU) erfolgte im Mai 2018 die Ansiedlung eines Trachtenmode-Fachmarktes (Trachten Moser). Der 2018 geschlossene Möbel Werner soll April 2019 durch ein Möbelhaus der Fa. Wohnorama ersetzt werden. Gemäß Eigentümerangaben strebt die Fa. Toom zur Standortsicherung einen deutlich vergrößerten Bau- und Gartenmarkt an.
- ▶ Um den baurechtlichen Anforderungen sowie einer den Zielen der Stadt Neumarkt entsprechenden Einzelhandelsentwicklung am Standort zu entsprechen, soll für das Fachmarktzentrum Nürnberger Straße 'Bereich Ost' ein Sondergebiet Fachmarktzentrum nach § 11 Abs. 2 und 3 BauNVO festgesetzt werden.
- ▶ Der Standort des zu untersuchenden Fachmarktzentrums ist dem im Einzelhandels-/Zentrenkonzept ausgewiesenen 'Fachmarkt-Standort – Nürnberger Straße' zuzuordnen. Den konzeptionellen Vorgaben gemäß, sind nicht-innenstadtrelevante Sortimente grundsätzlich zulässig, bestehende Betriebe innenstadtrelevanter Sortimente sind im Bestand festzuschreiben, im Rahmen notwendiger Modernisierungsmaßnahmen von Betrieben sind bei Innenstadtvträglichkeit auch maßvolle Sortimentserweiterungen bzw. -ergänzungen innenstadtrelevanter Nutzungen konzeptkonform.
- ▶ Gemäß der vorliegenden Angaben und Informationen zu den am Standort in Betracht kommenden Einzelhandelsnutzungen des Fachmarktzentrums wurden folgende Einzelhandelssortimente berücksichtigt:
  - Möbel/Küchen
  - typische Möbelhausrandsortimente, d.h. insbesondere Haushaltswaren/ GPK/Geschenkartikel und Haushaltstextilien, Leuchten
  - Bau-/Heimwerker- bzw. Gartenmarktartikel
  - typische Baumarkt- und Gartenmarktrandsortimente, d.h. insbesondere Haushaltswaren/ GPK/Geschenkartikel und Haushaltstextilien, Leuchten, Zooartikel
  - Trachtenmode
  - Autoteile und -zubehör
- ▶ Auf Grundlage der vorliegenden Einzelhandels-, Markt- und Kaufkraftstrukturen sowie unter Berücksichtigung erreichbarer Kaufkraftpotenziale durch die zur Prüfung vorliegenden Sortimente des Fachmarktzentrums lassen sich die zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens aus ökonomischer und darauf auf-

bauend auch aus städtebaulicher Sicht beurteilen. Sowohl im Hinblick auf die vorliegende Fragestellung als auch aufgrund der plausibel durch das Vorhaben möglich werdenden Auswirkungen waren insbes. die zu prognostizierenden Auswirkungen auf den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' der Stadt Neumarkt i.d.OPf. zu betrachten.

- ▶ Aufgrund der auch einzelhandelskonzeptionell erforderlichen Verträglichkeitsklärung der zu überplanenden Nutzungskonzeption sind zur Ermittlung der städtebaulichen Verträglichkeit des Vorhabens dessen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bzw. speziell auf den 'zentralen Versorgungsbereich Innenstadt' Neumarkts zu klären. Der Untersuchungsinhalt war auf die in vorliegender Fragestellung unmittelbar relevant werdenden Sortimente gerichtet. Den größten Teil der Verkaufsfläche im zu überplanenden Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße nehmen die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente Möbel/Küchen, Bau- und Heimwerkerartikel, Leuchten, Zooartikel und Autozubehör sowie Gartenbedarfsartikel (inkl. Pflanzen)<sup>43</sup> ein. Nicht-innenstadtrelevante Sortimente weisen aus städtebaulicher wie auch aus konzeptioneller Sicht keine besondere Bedeutung für die Versorgungs- und Zentrumsfunktion der Neumarkter Innenstadt auf; aus diesem Grund sind hinsichtlich dieser Sortimente auch keine städtebaulich relevant werdenden Auswirkungen abzuleiten. Dies gilt nicht nur für die vorgesehenen und im Rahmen dieser Verträglichkeitsprüfung genauer untersuchten nicht-innenstadtrelevanten Sortimente, sondern für alle gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste'<sup>44</sup> als nicht-innenstadtrelevant eingestuft Sortimente. Für die innenstadtrelevanten Sortimente Haushaltstextilien, Haushaltswaren/GPK/Geschenkartikel und Trachtenmode als Spezialsegment des Bekleidungsgebietes, die projekt-/untersuchungsrelevant waren, lassen die erfolgten Verträglichkeitsuntersuchungen keine städtebaulich relevanten Negativauswirkungen erwarten. Das Vorhaben kann demnach in seiner Gesamtheit in der untersuchten / zu Grunde gelegten Struktur/Größenordnung als städtebaulich verträglich eingestuft werden.
- ▶ Für die Beurteilung des Vorhabens unter raumordnerisch-landesplanerischen Anforderungen sind die einzelhandelsrelevanten Ziele 5.3.1, 5.3.2 und 5.3.3 des Landesentwicklungsprogramms (LEP) Bayern bedeutsam, für welche festzustellen ist:
  - Neumarkt i.d.OPf. ist als Oberzentrum ein geeigneter Standort für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte). Z 5.3.1 (Lage im Raum) des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP) ist erfüllbar.

<sup>43</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH: Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, April 2015, Kap. 7.

<sup>44</sup> Vgl. BBE Handelsberatung GmbH (2015): Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, Kap. 7.

- Der Vorhabenstandort ist Teil eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs, der auch von verdichteter Wohnbebauung geprägt ist. Z 5.3.2 (Lage in der Gemeinde) des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP) ist somit ebenfalls erfüllbar.
  - Von einer voraussichtlichen Erfüllung der landesplanerischen Anforderungen an die Verkaufsfläche des Vorhabens, Z 5.3.3 (Zulässige Verkaufsfläche) des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP), kann nach Betrachtung der einzelnen Sortimente/Fachmärkte des Vorhabens ausgegangen werden. Die landesplanerische Stellungnahme der Regierung der Oberpfalz v. 18.09.2018 wurde hierzu insbes. berücksichtigt, die für die Übereinstimmung der Bauleitplanung mit den Erfordernissen der Raumordnung und Landesplanung, gegenüber dem Berichtsstand 24. Mai 2018, eine Änderung der Verkaufsflächenfestsetzungen im Geltungsbereich des Bebauungsplanes auf maximal 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Sortiment "Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten" als erforderlich erachtet.
-  **Sowohl im Hinblick auf die städtebaulichen Anforderungen als auch die vorab gutachterlich bewerteten raumordnerisch / landesplanerischen Anforderungen kann von einer Verträglichkeit des zu überplanenden Fachmarktzentrum an der Nürnberger Straße 25-27 in Neumarkt i.d.Pf. in der untersuchten / zu Grunde gelegten Größenordnung ausgegangen werden.**
-  **Zur Sicherung des Standortbereiches und Ermöglichung einer den städtebaulichen Zielen entsprechenden Modernisierung und Entwicklungsfähigkeit soll im Rahmen der dortigen Gesamtverkaufsfläche eine dem überwiegend nicht-innenstadtrelevanten Charakter des Planbereiches entsprechende Flexibilisierung der dortigen Einzelhandelsnutzungen erreicht werden.**
-  **Für die planerischen Festsetzungen zur Gewährleistung der oben festgestellten und aufgezeigten Verträglichkeit und städtebaulichen Eignung des Fachmarktzentrum Nürnberger Straße 'Bereich Ost' sind folgende Festsetzungen zur Art der Nutzung geeignet:**

### Festsetzungen:

- Sondergebiet mit Zweckbestimmung "Fachmarktzentrum" gem. § 11 BauNVO
- Die maximale Gesamtverkaufsfläche des Fachmarktzentrums beträgt 13.700 m<sup>2</sup>  
 Der Verkaufsflächenberechnung sind folgende Gewichtungsfaktoren zu Grunde zu legen:
  - Innenbereich 100%
  - überdachte Freiflächen 50%
  - offene Außenbereiche 25%
- Die folgenden Betriebe und Sortimente sind als maximale Verkaufsflächen-  
 chengrößen zulässig:

<b>Möbelhaus</b>	<b>6.100 m<sup>2</sup></b>
<i>davon nicht-innenstadtrelevante Sortimente:</i>	
<b>Möbel Kernsortiment</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' 47.59.1 Wohnmöbel, Kucheneinrichtungen, Büromöbel aus 47.51 Bettwaren aus 47.59.9 Holz-, Flecht- und Korbwaren	<b>5.200 m<sup>2</sup></b>
<b>Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' 47.53 Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten	<b>400 m<sup>2</sup></b>
<b>Sonstige nicht-innenstadtrelevante Randsortimente</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' aus 47.59.9 Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel aus 47.59.9 sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)	<b>400 m<sup>2</sup></b>
<i>davon innenstadtrelevante Randsortimente:</i>	
<b>Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche)</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' aus 47.51 Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche)	<b>300 m<sup>2</sup></b>
<b>Haushaltsgegenstände, keramische Erzeugnisse und Glaswaren, Geschenkartikel</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' aus 47.59.9 Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte) 47.59.2 keramische Erzeugnisse und Glaswaren aus 47.78.3 Geschenkartikel	<b>200 m<sup>2</sup></b>

<b>Bau- und Gartenmarkt</b>	<b>8.250 m<sup>2</sup></b>
<i>davon nicht-innenstadtrelevante Sortimente:</i>	
<b>Baumarkt Kernsortiment</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' 47.52.1 Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher) 47.52.3 Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf	<b>5.000 m<sup>2</sup></b>
<b>Gartenmarkt Kernsortiment</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' 47.76.1 Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel 47.76.2 zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)	<b>3.000 m<sup>2</sup></b>
<b>Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' 47.53 Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten	<b>500 m<sup>2</sup></b>
<b>Sonstige nicht-innenstadtrelevante Randsortimente</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' aus 47.59.9 Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel aus 47.59.9 sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte) 47.64.1 Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör aus 47.64.2 Sportgroßgeräte, Campingartikel	<b>400 m<sup>2</sup></b>
<i>davon innenstadtrelevante Randsortimente:</i>	
<b>Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche)</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' aus 47.51 Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche)	<b>200 m<sup>2</sup></b>
<b>Haushaltsgegenstände, keramische Erzeugnisse und Glaswaren, Geschenkartikel</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' aus 47.59.9 Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte) 47.59.2 keramische Erzeugnisse und Glaswaren aus 47.78.3 Geschenkartikel	<b>200 m<sup>2</sup></b>

<b>Fachmarkt für Möbel, Bett- und Haushaltswaren</b>	<b>1.100 m<sup>2</sup></b>
<i>davon nicht-innenstadtrelevante Sortimente:</i>	
<b>Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' 47.53 Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten	<b>300 m<sup>2</sup></b>
<b>Möbel</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' 47.59.1 Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel aus 47.51 Bettwaren aus 47.59.9 Holz-, Flecht- und Korbwaren	<b>400 m<sup>2</sup></b>
<i>davon innenstadtrelevante Sortimente:</i>	
<b>Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche)</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' aus 47.51 Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche)	<b>300 m<sup>2</sup></b>
<b>Haushaltsgegenstände, keramische Erzeugnisse und Glaswaren, Geschenkartikel</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' aus 47.59.9 Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte) 47.59.2 keramische Erzeugnisse und Glaswaren aus 47.78.3 Geschenkartikel	<b>100 m<sup>2</sup></b>
<b>Fachmarkt für Trachtenmode</b>	<b>794 m<sup>2</sup></b>
<i>davon innenstadtrelevante Sortimente:</i>	
<b>Trachtenmode</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' Ziffer 47.71 (Teilsortiment Trachtenmode)	<b>794 m<sup>2</sup></b>
<b>Fachmarkt für Autoteile und -zubehör</b>	<b>800 m<sup>2</sup></b>
<i>davon nicht-innenstadtrelevante Sortimente:</i>	
<b>Autoteile und -zubehör</b> Warengruppen gemäß 'Neumarkter Sortimentsliste' 45.32 Kraftwagenteile und -zubehör	<b>800 m<sup>2</sup></b>

## ANHANG

### 'Neumarkter Sortimentsliste'

Definition innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-innenstadtrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
<b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b>			
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
<b>innenstadtrelevante Sortimente</b>		<b>nicht-innenstadtrelevante Sortimente</b>	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung, und Wäsche		
		aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		47.53	Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
47.54	elektrische Haushaltsgeräte		
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)

		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	Ton- und Bildträger		
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
		47.76.1	Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchtwaren
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör

Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (2008)

Aus: BBE Handelsberatung GmbH (2015): Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz, Kap. 7.