

Einzelhandelsentwicklungskonzept 2017

Stadt Regen

Bericht

März 2017

Inhaltsverzeichnis

A	Hintergrund und Anforderungen	4
B	Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen	6
B 1	Nachfrageseite	6
B 2	Angebotsseite.....	10
C	Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen für den Makrostandort Stadt Regen	21
C 1	Raustrukturelle und raumordnerische Rahmenbedingungen	21
C 2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	30
C 3	Marktgebiet und Nachfragevolumen.....	34
D	Mikrostandort Stadt Regen	41
D 1	Räumliche und planungsrechtliche Ausgangslage.....	41
D 2	Einzelhandelsbesatz in der Stadt Regen	45
D 3	Lebensmitteleinzelhandel.....	63
E	Tragfähigkeitsanalyse	65
E 1	Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs	67
E 2	Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs.....	69
F	Einzelhandelsgutachtens 2009 und städtebauliches Entwicklungskonzept 2011	72
F 1	Standortbereiche und Entwicklungsspielräume im Einzelhandelsgutachten	72
F 2	Entwicklungsziele im Einzelhandelsgutachten und im ISEK	76
F 3	Fazit aus dem Einzelhandelskonzept 2009 und dem ISEK 2011	79
G	Einzelhandelskonzept für den Einzelhandel in der Stadt Regen	81
G 1	Strategisches Fazit der Bestandsanalyse und Ableitung des kommunalen Steuerungsbedarfs	81
G 2	Entwicklungsziele	85
G 3	Sortimentskonzept.....	89
G 4	Standortkonzept und Steuerungsgrundsätze	94
G 5	Standortstrategie	97

H	Wirkungsanalyse	101
H 1	Vorhaben.....	101
H 2	Konzeptionelle Bewertung.....	102
H 3	Wettbewerbs- und Wirkungsanalyse	105

Literatur

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (BSt-WMET) (2013): Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013. München.

Bunzel, Arno; Janning, Heinz; Kruse, Stefan und Kühn, Gerd (2009): Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Berlin.

EHI (diverse Jahrgänge): Handelsdaten aktuell. Köln.

Institut für Handelsforschung (IFH) (diverse Jahrgänge): Handel in Zahlen aktuell. Köln.

KPMG (Hrsg.) (2006): Trends im Handel 2010. Köln.

KPMG (Hrsg.) (2012): Trends im Handel 2020. Köln.

KPMG (Hrsg.) (2013): Die Zukunft des Einkaufens. Köln

Krüger, Thomas; Anders, Sascha; Walther, Monika; Klein, Kurt und Segerer, Matthias (2013): Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel. (= Studie der Hafen City Universität Hamburg und der International Real Estate Business School der Universität Regensburg im Auftrag des Handelsverbands Deutschland (HDE) und des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels (BVL)). Hamburg/Regensburg.

Weers-Hermanns, T. F. (2007): Planerische Steuerung des Einzelhandels aus kommunaler und regionaler Sicht. (=Planungsrecht 12) V & R Unipress, Osnabrück.

A Hintergrund und Anforderungen

Die Stadt Regen verfügt über eine Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahr 2009, in der Entwicklungspotenziale des Regener Einzelhandels bilanziert und konkrete Ansiedlungsabsichten bewertet wurden. Darüber hinaus sollten die Ergebnisse dieses Gutachtens aus dem Jahr 2009 auch in ein integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept einfließen, das ebenfalls im Jahr 2009 als Fördergrundlage für das Städtebauförderprogramm Stadtumbau West erstellt wurde. Entsprechend dieser Anforderung wurde im Einzelhandelsgutachten dessen Einbindung in ein städtebauliches Entwicklungskonzept beschrieben. Allerdings wurde hierbei kein verbindliches Standort- und Sortimentskonzept für eine planerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung definiert. Vielmehr blieb es bei der Beschreibung eines „Leitbildes für eine organische und nachhaltige Weiterentwicklung des Regener Einzelhandels“. Darüber hinaus wurden in den Handlungsfeldern

- Beitrag der Einzelhändler
- Verbesserung von öffentlichen Räumen und Stadtgestalt
- Private Sanierungsanstrengungen
- Fließender und ruhender Verkehr

Einzelmaßnahmen benannt, die im Rahmen des Stadtumbaus aus Sicht des Fachbereichs Einzelhandel erforderlich wären.

Das beauftragte Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Regen soll nicht mehr als Einzelhandelsgutachten, sondern als Einzelhandelskonzept angelegt sein. Es soll Entwicklungsziele definieren und anschließend eine Entwicklungsstrategie benennen, um die definierten Ziele zu erreichen.

Ein Einzelhandelskonzept geht von einem kommunalen Gestaltungswillen aus, der auch in der Formulierung eines integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes gefordert ist. Gegenüber einem Einzelhandelsgutachten, das in der Regel lediglich auf Entwicklungsabsichten der Angebotsseite reagiert, erfordert ein Einzelhandelsentwicklungskonzept ein kommunales Selbstverständnis als aktiv gestaltender und koordinierender Akteur, der die Entwicklungsmöglichkeiten für Einzelhandel in der Bauleitplanung so definiert, dass die städtebaulichen Entwicklungsziele unterstützt werden. Dies muss allerdings stets vor dem Hintergrund der örtlichen Markt- und Wettbewerbssituation erfolgen, da kommunale Entwicklungsvorstellungen letztlich nur dann realisiert werden können, wenn sie marktgängige Renditen für private Investoren bzw. eine existenzsichernde Ertragslage erwarten lassen. Das Marktvolumen zusammen mit der örtlichen Wettbewerbssituation sind hierfür die entscheidenden Größen.

Sofern in den vergangenen ca. 30 Jahren keine kommunale Steuerung der Einzelhandelsentwicklung erfolgte, die auf Innenentwicklung setzte, hat der fortschreitende Betriebsformenwandel in der Regel zu deutlichen Veränderungen der örtlichen Handelslandschaft geführt. Dabei wurden üblicherweise inhabergeführter Fachgeschäfte aus den historisch gewachsenen Handelslagen einer Stadt von neu entstandenen Fachmärkte an verkehrsgünstig gelegenen Standorten verdrängt. Dies hat dann zwangsläufig zu Verkaufsflächenverlusten der historischen Stadtmitte geführt sowie zu neu entstandenen Standorten am Stadtrand, deren Handelsfunktion die Handelsfunktion der Stadtmitte mittlerweile oft deutlich überflügelt. Wenn auch abgeschwächt, so findet dieser Betriebsformenwandel auch weiterhin noch statt. Gleichzeitig ist die Standortwahl neuer Anbieter nicht mehr auf die Stadtmitte ausgerichtet, sondern es werden gerade im ländlichen Raum Standorte im Umfeld von frequenzgenerierenden Lebensmittelmärkten gewählt, die im örtlichen Kontext häufig die stärkste Kundenfrequenz aufweisen. Der dadurch fortschreitende wettbewerbsbedingte Strukturwandel im stationären Einzelhandel wird zudem durch die Veränderungen überlagert, die der Onlinehandel sowie der demographische Wandel hervorrufen. Beide Entwicklungen sorgen dafür, dass das Marktvolumen für den stationären Einzelhandel in Gebieten, die einem Bevölkerungsrückgang und einer verstärkten Alterung ausgesetzt sind, abnimmt. Dies mindert nicht nur die Revitalisierungschancen der historisch gewachsenen Standortlagen in den Stadtmitten, sondern setzt auch die Einkaufs- und Fachmarktzentren einem stärkeren Modernisierungs- und Wettbewerbsdruck aus. Unter diesen Rahmenbedingungen ist nicht mehr sichergestellt, dass eine Revitalisierung der Innenstadt überhaupt bewerkstelligt werden kann. Hierfür müsste innerhalb der Innenstadt eine Verkaufsflächenausweitung erfolgen, die dem Standort Innenstadt zumindest bei den Leitsortimenten wieder eine Anziehungskraft verleiht, die zumindest adäquat zu der der übrigen Versorgungsstandorte ist. Gleichzeitig müsste eine weitere Verkaufsflächenausweitung außerhalb der Innenstadt gestoppt werden. Ob und wenn ja in welchen Sortimenten eine derartige Revitalisierungsstrategie für die Innenstadt möglich ist, hängt von einer Reihe von örtlichen Faktoren ab. Hierzu zählt die Verfügbarkeit größerer Entwicklungsflächen innerhalb der Innenstadt ebenso wie das Ausmaß des Ungleichgewichtes zwischen den Verkaufsflächen innerhalb und außerhalb der Innenstadt.

Grundlage des nachfolgenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes ist deshalb zunächst die Betrachtung der Entwicklungen und Trends auf der Angebots- und Nachfrageseite des Einzelhandels sowie eine Betrachtung der räumlichen Struktur und Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Regen und damit der Ausgangs- und Wettbewerbssituation, die herrscht. Sie determiniert sowohl die Entwicklungsmöglichkeiten auf der Angebotsseite als auch die kommunalen Steuerungsmöglichkeiten.

B Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen

Ein Einzelhandelskonzept kann nicht losgelöst von den grundsätzlichen Entwicklungen auf der Angebots- und Nachfrageseite im Einzelhandel formuliert werden. Sie sind die Triebfeder für den raumstrukturellen Wandel im Einzelhandel aber auch das Potenzial für Revitalisierung im Sinne kommunaler Zielsetzungen. Die kommunalen Ziele zur Einzelhandelsentwicklung liegen in der Regel allerdings nicht darin, für alle wahrnehmbaren Entwicklungen und Trends auf der Angebots- und Nachfrageseite eine passende Bauleitplanung vorzunehmen. Vielmehr ist die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung Bestandteil einer strategischen Stadtplanung und verfolgt primär stadtentwicklungsbezogene sowie städtebauliche Zielsetzungen. Hierzu zählt beispielsweise der Erhalt der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt bzw. des Standortes Innenstadt. Die kommunalen Ziele für die städtebauliche und funktionale Entwicklung der Stadt definieren somit den Rahmen, innerhalb dessen sich der marktwirtschaftlich geprägte Wettbewerb entfalten kann. Nur wenn dieser Rahmen gewahrt wird, unterbleiben etwaige wettbewerbliche Verdrängungseffekte ohne negative städtebauliche Konsequenzen.

Beim Blick auf die Entwicklungstrends auf der Angebots- und Nachfrageseite stehen deshalb die jeweiligen städtebaulichen Folgen dieser Entwicklungstrends im Vordergrund. Sofern diese einer nachhaltigen Stadtentwicklung entgegenstehen und nicht den kommunalen Entwicklungszielen dienen, hat die Kommune die Möglichkeit, im Rahmen ihrer Bauleitplanung steuernd einzugreifen. Ein kommunales Einzelhandelskonzept, das an den städtebaulichen Zielen der Kommune ausgerichtet ist, bildet hierfür die wesentliche Steuerungsgrundlage. Gleichzeitig schafft es vor Ort einen wettbewerblichen Rahmen, der Innenentwicklung bzw. die Revitalisierung der Innenstadt ermöglicht.

Im Folgenden werden kurz die wesentlichen Entwicklungen im Einzelhandel auf der Angebots- und Nachfrageseite beschrieben. Datenquellen dieser Darstellung sind eigene Erhebungen und Analysen im Zuge der Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen im Fachbereich Einzelhandel sowie weitere wissenschaftliche und fachwissenschaftliche Veröffentlichungen sowie Publikationen und Vorträge einschlägiger Institute und Verbände (z.B. EHI, HDE, DSSW, BBE, ISW, IHK u.a.).

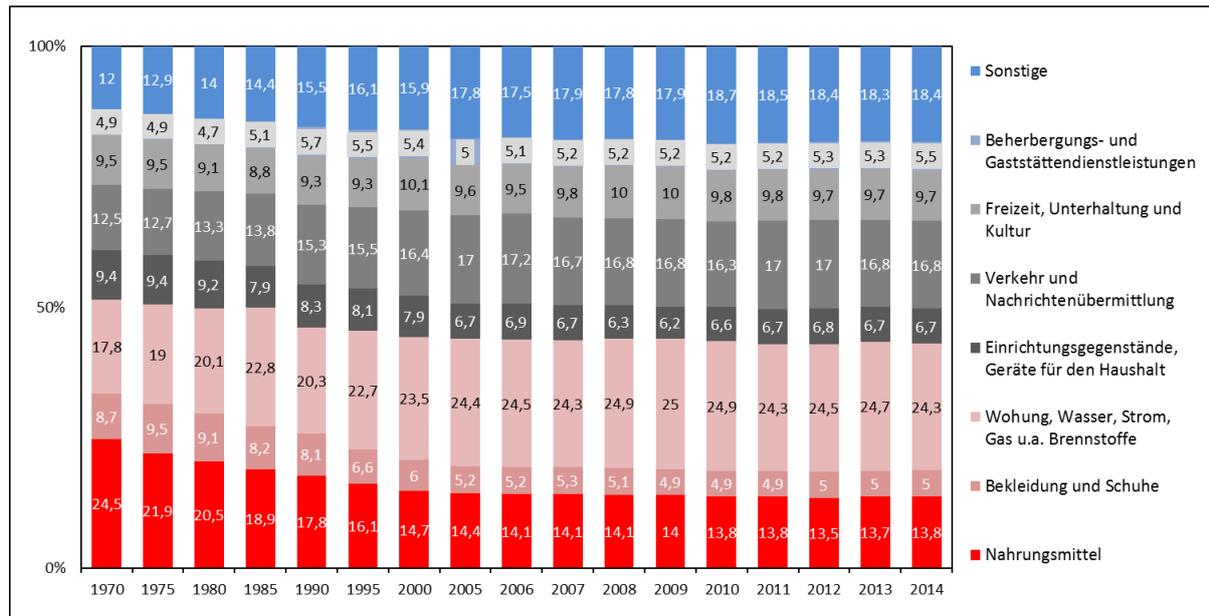
B 1 Nachfrageseite

Auf der Nachfrageseite sind im Einzelhandel zwei große Themenbereiche maßgeblich. Diese betreffen zum einen die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft und damit das monetäre Volumen der Nachfrage und zum anderen die Veränderungen im Einkaufsverhalten und der Einkaufsorientierung bei der Bevölkerung.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft bzw. Marktvolumen

Der Einzelhandelsumsatz in Deutschland hat sich in den letzten Jahren im Vergleich zu den insgesamt steigenden Konsumausgaben der privaten Haushalte schwächer entwickelt. Ursache hierfür ist ein weiter rückläufiger Anteil der Ausgaben für Einzelhandel (vgl. Abb. 1) an den gesamten Konsumausgaben privater Haushalte.

Abbildung 1: Konsumausgaben der privaten Haushalte



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Für die Zukunft wird für die gesamten Konsumausgaben maximal eine Stagnation prognostiziert, da einerseits die Realeinkommen weitestgehend stagnieren und zudem weiter steigende Aufwendungen für Altersvorsorge aufgebracht werden müssen. Nachdem zudem in Bereichen wie Energie und Mobilität höhere Aufwendungen zu erwarten sind, wird der Anteil des Einzelhandels am privaten Verbrauch bzw. an den gesamten Konsumausgaben auch weiterhin eher von einem Rückgang gekennzeichnet sein.

Wesentliche Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel durch die Nachfrageseite, die sich aus einem erhöhten einzelhandelsbezogenen Kaufkraftvolumen speisen müssten, sind dementsprechend nicht zu erwarten. Damit ist verbunden, dass jede zusätzliche Angebotsausweitung die häufig schon stark angespannte Wettbewerbssituation weiter verschärfen wird und verstärkt Verdrängungsmechanismen in Gang setzen dürfte. Diese sind als Bestandteil der Marktwirtschaft systemimmanent und gewünscht, ihnen sollte aber unter der Zielsetzung einer Weiterentwicklung der Stadtzentren ein städtebaulich verträglicher Rahmen gesetzt werden. Ziel ist es hierbei, wettbewerbsbedingte Prozesse von „Entstehung“ auf der einen Seite und „Niedergang“ auf der anderen Seite nicht zu Lasten städtebaulich relevanter Standorte zu vollziehen, sondern für die Modernisierung oder Revitalisierung an einem

Standort zu nutzen. Dieser Standort sollte aus städtebaulichen Erwägungen heraus der Standort Innenstadt sein, kann aber auch andere integrierte Handelsstandorte betreffen.

Sofern wettbewerbliche Effekte (Verdrängung bestehender Betriebe) am Standort Innenstadt oder an anderen integrierten Handelsstandorten nicht durch eine Weiterentwicklung oder Neuansiedlung von Handelbetrieben an städtebaulich ungeeigneten oder weniger geeigneten Standorten auftreten, sondern nur durch eine Weiterentwicklung oder Neuansiedlung von Handelbetrieben innerhalb des Standortes der Innenstadt oder innerhalb anderer integrierter Handelsstandorte auftreten, sind wettbewerbliche Wirkungen aus städtebaulicher Sicht nicht als negativ zu werten. Sie werden im Gegenteil sogar befürwortet, da sie insgesamt zu einer Verbesserung des Standortes Innenstadt und seiner Attraktivität führen.

Änderungen im Einkaufsverhalten und der Einkaufsorientierung

Im Einkaufsverhalten und der Einkaufsorientierung lassen sich allgemeine Änderungen feststellen, die mit einer entsprechenden Angebotsentwicklung korrespondieren und damit auch raumrelevante Veränderungen zur Folge haben bzw. diese manifestieren. Hierzu zählen u.a.:

- Preisbewusstsein: Nach Angaben des HDE (2008) kaufen mittlerweile nahezu 100 % aller Verbraucher Artikel aus dem Lebensmittelbereich bei Discountern. Die Verbraucher nutzen für den rein versorgungsorientierten Grundeinkauf bevorzugt die preisorientierten Discounter, während mit dem Einkauf in Supermärkten in stärkerem Maße auch qualitative Elemente wie Auswahl, Frische, Warenpräsentation, Ladenatmosphäre und Service verbunden werden. Eine Studie zur qualifizierten Nahversorgung in Deutschland (vgl. Krüger et al. 2013) kommt dementsprechend auch zu dem Ergebnis, dass Discounter gegenüber anderen Betriebsformen wesentlich häufiger für den Ergänzungskauf genutzt werden. Kauft ein Haushalt neben dem Haupteinkaufsort regelmäßig noch bei einem weiteren Lebensmittelmarkt ein, was für 53 % aller Haushalte gilt, so ist dieser zweite Einkaufsort in 55 % der Fälle ein Discounter. Gleichzeitig kaufen Discounterkunden auch deutlich häufiger (zu rd. 61 %) als Supermarktkunden (zu rd. 44 %) oder Kunden von Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern (rd. 49 %) überhaupt noch bei einem weiteren Lebensmittelmarkt ein (vgl. Krüger et al. 2013, 35).
- Ausdifferenzierung der Nachfrage: Hinsichtlich des Konsumentenverhaltens lassen sich die fünf Grundorientierungen Erlebnis/Freizeit/Spaß, Convenience, Marken, Preis und Öko/Bio/Gesundheit unterscheiden. Die unterschiedlichen Einkaufsorientierungen, die diese Nachfragetypen aufweisen, sorgen auch auf der Angebotsseite für eine weitere Ausdifferenzierung der Konzepte.

- Steigende Bedeutung des Erlebniskonsums bei abnehmender Toleranz gegenüber Defiziten im Einkaufsumfeld (z.B. Beeinträchtigungen durch Witterung, soziale Randgruppen, fehlende Sauberkeit). Die Einkaufsaktivität wird dabei im Zuge des Erlebniskonsums mit weiteren Freizeitaktivitäten gekoppelt. Im Vordergrund steht dabei der Besuch gastronomischer Einrichtungen oder kultureller Veranstaltungen. Damit wird vor allem die städtebaulich qualitative Weiterentwicklung der Innenstadt und ihrer Aufenthaltsqualität als dem städtischen Standort mit Erlebnisqualität sowie die Positionierung als Treffpunkt und Veranstaltungsort zu einer vordringlichen Aufgabe auch einer innenstadtorientierten Einzelhandelsentwicklung.
- Zunehmendes Anspruchsniveau bei der Wahl des Einkaufsstandortes sowohl hinsichtlich der Vielfalt des Warenangebotes als auch hinsichtlich Preis-Leistungs-Verhältnis, gekoppelt mit einer hohen Mobilität der Bevölkerung sowie einer hohen Mobilitätsbereitschaft. Dies führt zu einer Dominanz der Größe sowohl im Zuge der Standortentwicklung als auch auf einzelbetrieblicher Ebene. Der Versuch der Anbieterseite, Flächenführerschaft herzustellen, setzt erneut die gewachsenen integrierten Versorgungslagen und deren Bestand stärker unter Druck.
- Hohe Bedeutung des Convenience-Gedankens bzw. von Aufwandsminimierung und Effizienz (One-Stop-Shopping) speziell beim reinen Versorgungseinkauf von Gütern des kurzfristigen Bedarfs. Im Sinne einer Aufwandsminimierung suchen Verbraucher hierbei bevorzugt Einkaufsstätten in der näheren Umgebung auf, bevorzugen dabei aber auch Verbundstandorte mehrerer Betriebstypen und grundversorgungsrelevanter Anbieter, um Zeit und Kosten (z.B. Benzinkosten) zu sparen. Dieses rationale Einkaufsverhalten kann für die Ausbildung einer wohnstandortnahen Grundversorgung genutzt werden.

Die Veränderungen auf der Nachfrageseite wirken sich auf die Betriebsformenwahl der Verbraucher beim Einkauf der unterschiedlichen Sortimente aus und sind damit nicht nur treibende Kraft für die Entwicklung der unterschiedlichen Betriebsformen im Handel, sondern auch – als Folge davon – für die unterschiedliche Entwicklung der jeweiligen Einkaufsstandorte. Es profitieren diejenigen Standorte, die über einen entsprechenden Besitz mit Betriebsformen verfügen, die von Verbraucherseite bevorzugt werden. Im Bereich des Lebensmittelhandels sind dabei nach Angaben des HDE die Discounter, gefolgt von Supermärkten und den Verbrauchermärkten die Betriebsformen, die häufig aufgesucht werden. Im Modebereich führen dagegen Multilabel-Fachgeschäfte die Rangliste der bevorzugten Geschäfte an, gefolgt von der Betriebsform Warenhaus und Bekleidungshaus. Textil-Discounter rangieren dagegen erst auf zehnter Position. Die bevorzugte Einkaufsstätte für Schuhe ist dagegen noch das Einzelhandelsfachgeschäft.

Nachdem die Standortwahl der an Bedeutung zunehmenden Betriebsformen Fachmarkt und Lebensmittel-Discounter häufig zu Gunsten autokundenorientierter Standorte am Stadtrand oder an Ausfallstraßen ausfällt, erleiden sowohl die innerstädtischen Zentren als auch die integrierten Nahversorgungsstandorte in Wohngebietslagen einen deutlichen und teilweise vollständigen Bedeutungsverlust. Dies gilt speziell für den Lebensmitteleinzelhandel. Hiermit verbunden sind:

- eine Verschlechterung der wohnstandortnahen Grundversorgung,
- eine Zunahme der Distanzüberwindung bzw. des Verkehrsaufkommens sowie
- eine funktionale und möglicherweise auch städtebauliche Schwächung der integrierten Zentren bzw. der Innenstadt.

Diese Folgen stehen nicht im Einklang mit einer nachhaltigen Stadtentwicklung.

Mit dem demographischen Wandel lassen sich auch für den Einzelhandel deutliche Veränderungen auf der Nachfrageseite erwarten. Nachdem in vielen Regionen gerade die Altersgruppe der über 65-Jährigen bzw. der über 67-Jährigen und damit die Personengruppe, die nicht mehr erwerbstätig ist, deutlich zunimmt, steigt letztlich auch die Anzahl der Personen, die sich tagsüber an ihrem Wohnort aufhält und ein großes Zeitbudget zur Verfügung hat. Soziale Kontakte und Kommunikation vor Ort werden dann bei allen Alltagstätigkeiten wieder wichtiger und damit stärker und auch häufiger nachgefragt, da eine Einbindung in das berufliche soziale Umfeld und ein durch das Berufsleben strukturierter Tagesablauf nicht mehr vorhanden sind. Zudem entfällt mit dem Wegfall der berufsbedingten Mobilität auch die Kopplung von Einkaufstätigkeit und Arbeitsweg. Die Einkaufstätigkeit am Arbeitsort oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsort nimmt entsprechend ab. Quartierszentren und Einkaufsstandorte vor Ort können vor diesem Hintergrund wieder eine größere Bedeutung als Treffpunkte und Orte der Kommunikation und des Verweilens erhalten. Hiervon kann der stationäre Einzelhandel profitieren.

Der demographische Wandel hat aber auch spürbare ökonomische Folgen. Mit dem Austritt aus dem Erwerbsleben ist in der Regel ein spürbares Absinken des zur Verfügung stehenden Einkommens verbunden. Rentner-Haushalte haben durchschnittlich nur etwa 50 % ihres Nettoeinkommens aus der Erwerbstätigkeit zur Verfügung. Nach Angaben des RWI (2012) liegt das Durchschnittseinkommen der Rentner-Haushalte deutschlandweit um 27,5 % unter dem Durchschnittseinkommen aller Haushalte. Damit führt der demographische Wandel insgesamt zu einer deutlichen Abnahme der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

B 2 Angebotsseite

Die Änderungen auf der Nachfrageseite werden meist durch die Angebotsseite induziert und anschließend weiter intensiviert. Das Wecken von Bedürfnissen, das Erkennen von Nachfra-

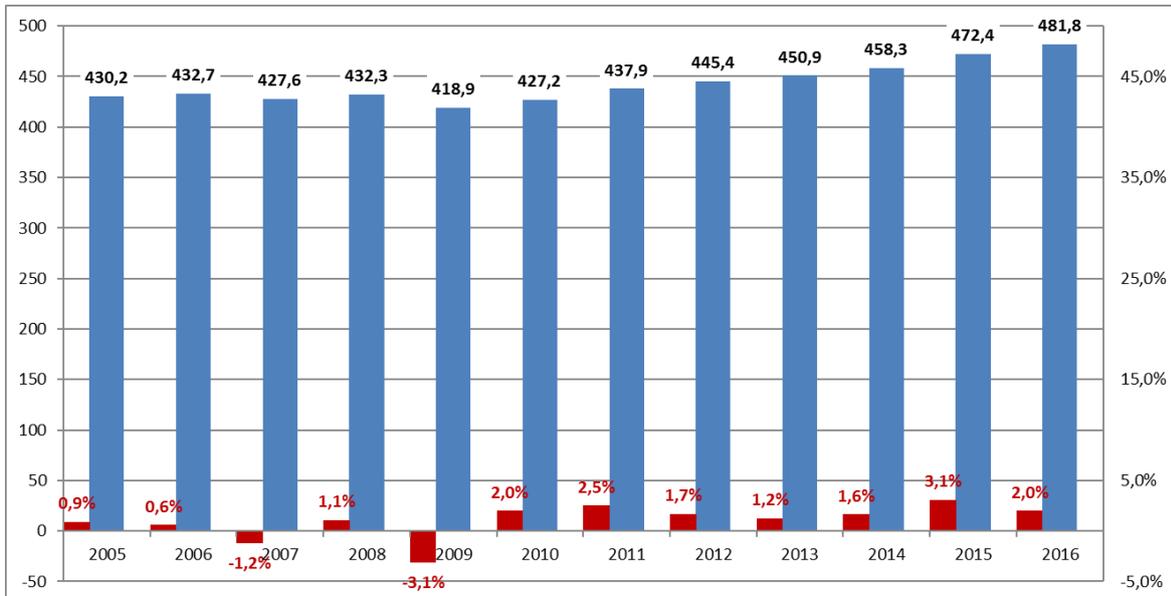
gewünschten und eine dementsprechend nachfragegerechte Angebotsgestaltung sind eine der Grundlagen für eine wettbewerbsfähige Positionierung der Anbieter. Ihre aus dieser Form der Angebotsgestaltung resultierende Standortpräferenz und Standortwahl besitzt aber auch Folgen für die Stadtentwicklung und bedingt häufig einen stadtstrukturellen Wandel. Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend die wesentlichen raumrelevanten Entwicklungstrends auf der Angebotsseite dargestellt, denen die kommunale Stadtentwicklungsplanung einen städtebaulich verträglichen Rahmen setzen kann.

Flächenwachstum und rückläufige Flächenproduktivität

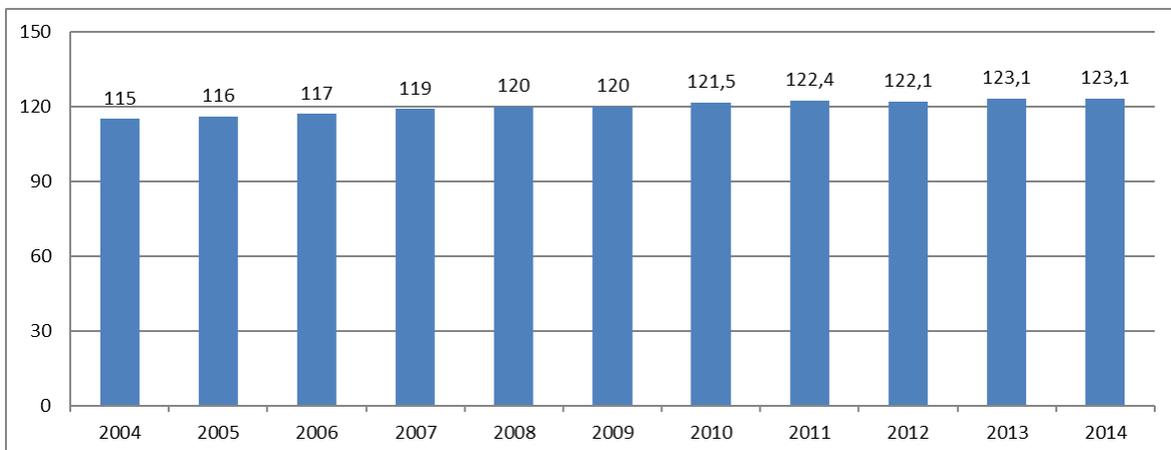
Trotz stagnierender Nachfrage hat die Gesamtverkaufsfläche bis zum Jahr 2013 weiter zugenommen (vgl. Abb. 2).

Abbildung 2: Umsatz- und Flächenentwicklung im Einzelhandel

Einzelhandelsumsatz in Mrd. € und Veränderung zum Vorjahr in %



Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (in Mio. m²)



Quelle: HDE, eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

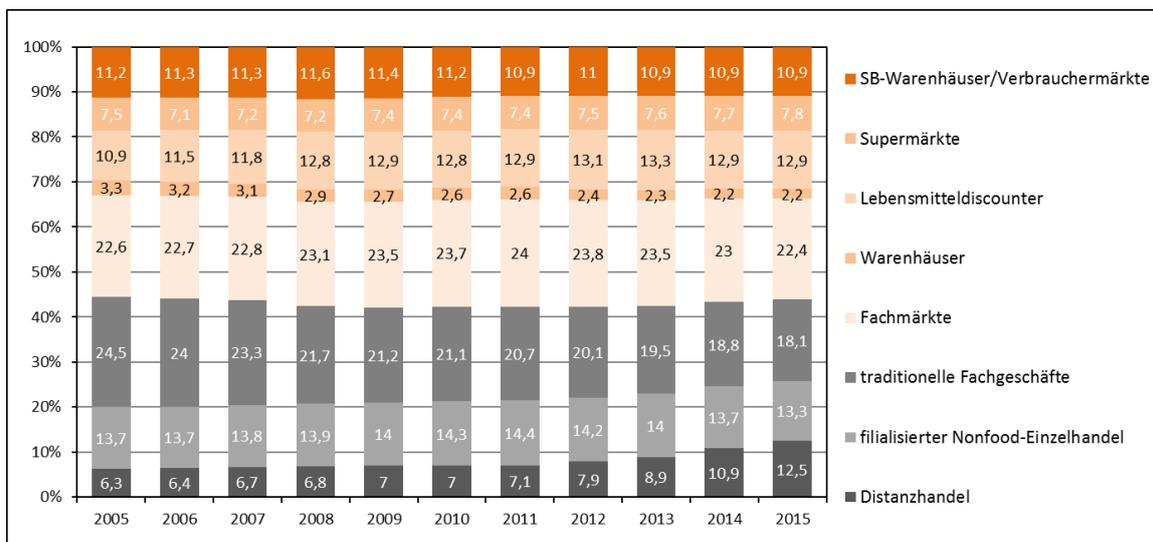
Nach Abgaben des HDI legte die Verkaufsfläche allein zwischen 1995 und 2008 in Deutschland um ca. 26,3 % zu. Im Zeitraum von 1996 bis 2008 stieg dagegen der Einzelhandelsumsatz nominal um lediglich 6,2 %, dagegen war real ein Rückgang von -5,1 % auszumachen. Eine insgesamt um - 16,1 % abnehmende Flächenproduktivität im Einzelhandel war damit für den Zeitraum von 1995 bis 2008 zwangsläufig die Folge. Diese (real) rückläufige Flächenproduktivität setzt sich seither – wenn auch in geringerem Maße – fort. Nach Angaben des EHI hat sich die durchschnittliche Betriebsgröße im Lebensmitteleinzelhandel zwischen 1997 und 2007 um fast 70 % erhöht, während die Flächenleistung einen Rückgang von fast 32 % zu verzeichnen hatte.

Betriebsformenwandel

Mit der zunehmenden Polarisierung zwischen preis- und qualitäts-/serviceorientiertem Einkauf bzw. den veränderten Präferenzen der Verbraucher bei der Betriebsformenwahl für den Einkauf entwickeln sich auch die einzelnen Handelsformate unterschiedlich. Die Betrachtung der Umsatzanteile einzelner Handelsformate am Gesamtmarkt zeigt die wesentlichen Veränderungen (vgl. Abb. 3).

- Der Umsatzanteil des nicht-filialisierten Fachhandels ist kontinuierlich rückläufig und selbst der filialisierte Nonfood-Einzelhandel verzeichnet rückläufige Marktanteile.
- SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Warenhäuser und selbst Fachmärkte verlieren leicht an Marktanteilen.
- Nach einem zwischenzeitlichen Rückgang der Marktanteile haben sich Discounter nun stabilisiert, Supermärkte verzeichnen sogar wachsende Marktanteile.
- Deutliche Zugewinne an Marktanteilen verzeichnet der Internethandel als wesentliche Komponente des Distanzhandels.

Abbildung 3: Veränderung der Umsatzanteile der Handelsformate von 2005 bis 2015



Quelle: GfK, eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Wachsender Online-Handel

Der Betriebsformenwandel setzt sich weiter zu Lasten der traditionellen Fachgeschäfte fort, wobei nun aber stärker der Umsatzzuwachs im Online-Handel für die Umsatzeinbußen im traditionellen Facheinzelhandel verantwortlich gemacht wird. Der Online-Handel verzeichnete in den Jahren 2009 bis 2014 ein deutliches Wachstum von jährlich etwa 21 %. Im Jahr 2014 wurden 8,5% des gesamten deutschen Einzelhandelsumsatzes über das Internet abgewickelt. Bezogen auf den reinen Nonfood-Umsatz betrug der Online-Anteil im Jahr 2014 sogar 15,3%. Der Online-Anteil an gesamten Einzelhandelsumsatz fällt damit nach Warengruppen sehr unterschiedlich aus. Während im Lebensmittelbereich derzeit nur ein Umsatzanteil von 1,5 % auf den Online-Handel entfällt, sind es im Bereich „Einrichten und Wohnen“ sowie „Garten und Heimwerk“ bereits knapp 8 %. Die höchsten Online-Umsatzanteile von um die 20 % lassen sich derzeit aber für die Bereiche „Fashion und Lifestyle“, „Sport und Freizeit“ sowie „Technik und Medien“ ausmachen.

Nach einer GfK Prognose zum Verkaufsflächenbedarf der Warengruppen bis 2025 werden sich die gesamten Online-Umsätze im Einzelhandel bis zum Jahr 2025 auf 15 % verdoppeln und im Nonfood-Segment wird ein Online-Umsatzanteil von ca. 25 % prognostiziert. Nach Warengruppen differenziert werden für die Bereiche „Fashion und Lifestyle“, „Sport und Freizeit“ sowie „Technik und Medien“ Umsatzanteile von über 30 % erwartet. Auch für die Warengruppen „Einrichten und Wohnen“ sowie „Garten und Heimwerk“ wird ein deutlicher Zuwachs auf ca. 15 % prognostiziert. Lediglich im Bereich Lebensmittel bleibt der erwartete Online-Umsatzanteil noch bei unter 5 %.

Die Konsequenzen des weiter zunehmenden Online-Handels fallen – was den daraus folgenden, künftigen Verkaufsflächenbedarf betrifft – je nach räumlichem Lagetyp ganz unterschiedlich aus. Insgesamt wird zwar weiterhin von einem – wenn auch sehr geringen – Verkaufsflächenwachstum von jährlich etwa 0,1 % ausgegangen. Während hierbei aber die 1A-Lagen von Großstädten weiterhin an Verkaufsfläche zunehmen, werden benachbarte Kleinstädte, periphere und wenig verdichtete ländliche Räume sowie Nebenlagen in allen Stadtkategorien, in denen die Erosion des Einzelhandelsbesatzes schon seit Jahrzehnten zu beobachten ist, überproportional an Verkaufsfläche verlieren.

Standortwahl

Der Betriebsformenwandel geht mit veränderten Standortpräferenzen einher, was ohne Einflussnahme durch die Kommunen zu einer verstärkten Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben bzw. zu einer Verkaufsflächenzunahme an nicht-integrierten, autokundenorientierten Standorten führt, insbesondere in Gewerbegebieten. Neben dem zunehmenden Flächenbedarf der immer größer dimensionierten Betriebe, stellt vor allem der Stellplatzbedarf hohe Anforderungen an die Grundstücksgröße, die innerhalb gewachsener Lagen zumindest

ebenerdig kaum kurz- und mittelfristig herstellbar sind. Mit der insgesamt geringeren Flächenleistung der Fachmärkte gegenüber den Fachgeschäften einerseits und dem andererseits höheren Flächenbedarf der Fachmärkte liegen auch ökonomische Zwänge der Standortwahl vor. So ist die Betriebsform Fachmarkt für vergleichsweise teure Standortlagen, wie sie beispielsweise die Hauptlagen der Innenstädte derzeit noch darstellen, häufig ungeeignet und auch vor diesem Hintergrund entstehen entsprechende Standorte an der Peripherie.

Flächenwachstum und Konzentrationstendenz

Wie in vielen anderen Bereichen des Einzelhandels können auch für den Lebensmitteleinzelhandel ein betriebsspezifisches Flächenwachstum und ein Rückgang der Betriebszahl (Konzentrationstendenz) festgestellt werden. Für die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung erweist sich der Revitalisierungs- und Modernisierungsbedarf einzelner Betriebstypen derzeit als stärkster Treiber der Handelsentwicklung. Nahezu alle Betreiber von Lebensmittelmärkten haben ihren Marktauftritt in den letzten drei Jahren modernisiert und bringen diese neuen Konzepte nun in die Fläche. Die Modernisierung geht bei den Lebensmitteldiscountern mit einem gleichzeitigen Flächenwachstum einher, wobei weniger ein zunehmendes Warenangebot ursächlich für diese Entwicklung ist, sondern eine großzügigere und hochwertigere Art der Warenpräsentation. In der Konsequenz führt dies dazu, dass Lebensmitteldiscounter mittlerweile ca. 1.200 m² bis 1.300 m² Verkaufsfläche bei Modernisierungen oder Neuansiedlungen realisieren.

Rückzug aus Wohnlagen und Realisierung großflächiger Verbundstandorte

Konsequenz des Flächenwachstums und der Konzentrationstendenzen sind strukturelle Verschiebungen zu Gunsten größerer Betriebseinheiten. Damit gehen auch Veränderungen im räumlichen Standortsystem der Nahversorgung einher. Sofern keine kommunale Steuerung der Einzelhandelsentwicklung stattfindet, versuchen die einzelnen Anbieter sich gegenüber den örtlichen Wettbewerbern gerade auch durch die drei Komponenten

- erreichbarkeitsbezogene Standortvorteile,
- Verkaufsflächengröße und
- Verbundstandort

Vorteile gegenüber den Wettbewerbern zu verschaffen. Bei Neuentwicklungen werden in der Regel Verbundstandorte mit Anbietern aus weiteren, insbesondere nahversorgungsorientierten Sortimenten realisiert (Drogeriemarkt, Tiernahrung, Getränkemarkt), die ein umfassendes und möglichst vollständiges Grundversorgungsangebot mit starkem Kopplungsangebot bereitstellen. An diesen Nahversorgungszentren profitieren die einzelnen Anbieter wechselseitig von der Frequenz, die die einzelnen Anbieter generieren sowie von der Reichweite des Einzugsgebietes, das die einzelnen Anbieter bereits für sich ausbilden.

Alle drei Komponenten zusammen führen zur Planung und Entwicklung immer größerer Grundversorgungsstandorte, die einerseits kaum mehr in Wohnlagen oder gewachsene Zentren zu integrieren sind und andererseits auch auf eine immer größere Mantelbevölkerung angewiesen sind, um tragfähig zu sein. So entsteht letztlich ein immer weitmaschigeres Standortnetz mit immer stärker ausgebildeten Knoten, was unter dem Aspekt einer fußläufigen Erreichbarkeit sowie der städtebaulichen Weiterentwicklung von gewachsenen Zentren nachteilig ist. Seit mehreren Jahren ist ein Rückzug von Einzelhandelsbetrieben aus Stadtteilen und Wohngebieten festzustellen. Diese verlagern in der Regel an größere Verbundstandorte, die üblicherweise an überörtlich relevanten Verkehrsadern neu platziert werden, da sie auch für die Umlandbevölkerung gut erreichbar sein sollen. Eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und weiteren Waren des kurzfristigen Bedarfs (Zeitschriften, Blumen, Getränke, Drogerie- und Apothekerwaren) geht dadurch oft verloren. Dadurch geraten am „Altstandort“ auch konsumnahe Dienstleister wie Friseur, Reinigung, Banken und Sparkassen oder Post unter Druck, da sie auf die Frequenz angewiesen sind, die durch die Lebensmittelmärkte erzeugt wird.

Das wettbewerbliche und ökonomisch ausgerichtete, unternehmerische Standortwahlverhalten, das rein autokundenorientierte Standorte mit umfangreicher Flächenverfügbarkeit bevorzugt, liegt in der Regel nicht im Einklang mit den städtebaulichen Gegebenheiten, Anforderungen und Zielen der Standortkommunen. Gelegentlich lassen sich aber integrierte Standorte realisieren, wenn großflächige Nutzungen wie Gärtnereien oder Gewerbebetriebe aus integrierten Lagen ausgelagert werden und diese Flächen für die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums nachgenutzt werden. Dies kann die wohnstandortnahe Grundversorgung dann stärken, wenn die Standorte einen räumlichen Bezug zu bereits gewachsenen und multifunktional ausgerichteten Zentren aufweisen.

Dimensionierung und Strukturierung

Eine weitere Entwicklung auf der Angebotsseite liegt in der Zunahme der betriebswirtschaftlich notwendigen Mindestverkaufsfläche und damit in der Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgröße (Dimensionierung). Gleichzeitig sinkt die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe, wobei vor allem die inhabergeführten Fachgeschäfte Opfer des Konzentrationsprozesses sind.

Gerade Versorgungsstandorte in peripherer Lage sind in ihrer inneren Strukturierung auf das Vorhandensein von entsprechenden Frequenzbringern oder Magnetbetrieben angewiesen. Dabei kann es sich einerseits um Betriebe handeln, die allein auf Grund ihrer Größe eine besondere Anziehungskraft besitzen, wie dies beispielsweise für Möbelhäuser bzw. Wohnwelten der Fall ist. Häufiger lässt sich aber eine Agglomeration von Anbietern des mittel- oder langfristigen Bedarfs mit Lebensmittelmärkten und Drogeriemärkten feststellen, die

einem Standort die entsprechende Frequentierung sichern. Sofern eine Kommune kein entsprechendes Sortimentsleitbild definiert hat, sind insbesondere (discountorientierte) Fachmärkte beispielsweise der zentren- bzw. innenstadtrelevanten Sortimente Bekleidung und Schuhe häufig in Verbindung mit Lebensmittelmärkten als sogenannte „Fachmarktstandorte moderner Prägung“ vorzufinden. Auch diese Konzeption erfordert eine Flächenverfügbarkeit und stellt auf eine Autokundenorientierung ab, die an gewachsenen, integrierten Standorten zumindest nicht kurzfristig und auch nicht ohne gezielte Projektentwicklung herstellbar ist.

Wandel der Standortkategorien bzw. der Handelsimmobilien

Eine Schwächung des Handelstandortes Innenstadt lässt sich außerhalb der Großstädte auf breiter Front feststellen. Ursächlich ist der Betriebsformenwandel, der zu Lasten des inhabergeführten Facheinzelhandels verläuft und zu Gunsten von Fachmarktstandorten, Shopping-Centern und dem Online-Handel. Sehr dynamisch entwickeln sich aktuell die Fachmarktstandorte, für die insgesamt ein starker Revitalisierungsbedarf auszumachen ist. Modernisierungen aber auch Neuentwicklungen verfolgen zum einen die Neuausrichtung hin zu einer höheren baulichen Qualität sowie zum anderen die Integration von shoppingcentertypischen Elementen. Dies geht auch mit der Platzierung von Textilanbietern einher, die üblicherweise in Shopping-Centern zu finden sind. Damit treten Fachmarktzentren stärker in Konkurrenz zu den Shopping-Centern und damit auch zu den Innenstädten. Für die Shopping-Center lässt sich ebenfalls ein Prozess der Modernisierung und des Umbaus feststellen, was den Wettbewerbs- und Anpassungsdruck auf die Innenstädte weiter erhöht. Moderne Shopping-Center Konzepte sind auf die Convenience-Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet. Sie bieten eine hohe Aufenthaltsqualität und einen höheren Gastronomieanteil. Shopping-Center entwickeln sich somit als Produkt nach wie vor im Sinne einer Alternative zum Innenstadtbesuch weiter. Dabei geht der Besuchsanlass, der geschaffen wird, über die Einkaufsaktivität hinaus.

Kommunaler Steuerungsbedarf

Der oben angesprochene Betriebsformenwandel führt zu einem Wettbewerb im Einzelhandel, der auf sämtlichen Kanälen – Großstadt gegen Kleinstadt, online gegen offline, Innenstadt gegen Peripherie etc. ausgetragen wird. Wollen Anbieter weiterhin Umsatzzuwächse erzielen, benötigen sie entweder neue Konzepte oder neue Standorte oder beides zusammen. Nachfolgend verdrängen die marktfähigen Angebote die nicht mehr zeitgemäßen. Findet dieser Verdrängungswettbewerb nicht an einem Standort statt, sondern zwischen zwei Standorten bzw. Standorten und Online-Handel, dann kann dies zum Verlust der Funktionsfähigkeit eines Standortes führen. Mit ihrem aktuellen Besitz sind es in der Regel die Innenstädte kleinerer Städte und auch die Mittelzentren, die Betriebsformen aufweisen, die Marktanteile verlieren. Nur wenn die Innenstädte künftig Betriebsformen aufnehmen, die wachsende Marktanteile verzeichnen, bleiben sie als Handelsstandort wettbewerbsfähig. Hierfür

müssten allerdings die Kommunen über ihre kommunale Bauleitplanung die Voraussetzungen zu schaffen und eine gezielte Standortentwicklung betreiben oder diese zumindest koordinieren und unterstützen.

Im Zuge der Beschreibung der Entwicklungstrends auf der Nachfrage- und Angebotsseite wurde bereits mehrfach auf den kommunalen Steuerungsbedarf hingewiesen. Dieser begründet sich aus städtebaulichen Erwägungen, die im wettbewerblichen Marktgeschehen auf Seiten der Anbieter keine entsprechende Relevanz besitzen. So ist das Marktgeschehen blind gegenüber versorgungsbezogenen und städtebaulichen Qualitäten, deren Sicherung ist aber ein wesentliches gesellschaftliches Anliegen und eine wesentliche Anforderung an die kommunale Bauleitplanung. Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend die kommunale Ausgangsposition und der kommunale Handlungsbedarf dargestellt.

Nutzung des örtlichen Marktvolumens ergänzend zur kommunalen Planungshoheit zur Durchsetzung der eigenen Entwicklungsvorstellungen

Die Problematik für die städtische Einzelhandelsentwicklung liegt darin, dass für die Attraktivität einer Stadt als Einkaufsstandort der Besitz mit modernen Betriebstypen wie Fachmärkten, Discountern oder Filialisten, die von Seiten der Verbraucher bevorzugt werden, als Angebotsbaustein innerhalb der gesamten städtischen Einzelhandelslandschaft eine wesentliche Rolle spielt. Dementsprechend ist eine Stadt für den Erhalt ihrer Versorgungsfunktion bzw. der Anziehungskraft innerhalb des Marktgebietes von der Ansiedlung derartiger Betriebsformen abhängig. Sie trägt dadurch zur Sicherung ihrer Position als Handels- und Versorgungszentrum gegenüber konkurrierenden Kommunen im Umland bei. Gerade wenn – vor dem Hintergrund eines insgesamt stagnierenden Nachfragevolumens – ein Ausbau des Angebotsumfangs und damit die Sicherung der Standortattraktivität insgesamt schwierig ist, wird den wettbewerbsbedingten Standortpräferenzen der Anbieterseite entgegengekommen und Planungsrecht für Standorte in autokundenorientierter und häufig nicht-integrierter Lage geschaffen. Dies ist zwar aus der Perspektive der Immobilienentwickler und Betreiber betriebswirtschaftlich notwendig, um im Verdrängungswettbewerb mit dem bestehenden Einzelhandel einen Standortvorteil zu besitzen, wird aber den kommunalen Anforderungen an eine nachhaltige Stadtentwicklungsplanung nicht gerecht.

Mit Blick auf das Marktpotenzial der eigenen Bevölkerung einer hohen Distanzempfindlichkeit der Verbraucher beim reinen Versorgungseinkauf sowie der hohen Bedeutung einer Sicherung von Marktanteilen auf Seiten der Anbieter verfügen gerade die Mittelzentren im ländlichen Raum über eine eher starke Position gegenüber der Anbieterseite. Sie können ihre Entwicklungsvorstellungen im Sinne einer nachhaltigen städtebaulichen Entwicklung formulieren und auf Grundlage der kommunalen Planungshoheit realisieren. Sie verfügen damit grundsätzlich sowohl über die planungsrechtlichen Voraussetzungen als auch über ein

nachfrageseitiges Potenzial das ihnen eine aktive Einzelhandelsentwicklungsplanung nach eigenen Vorstellungen ermöglicht.

Weiterentwicklung der Handelsfunktion der bestehenden integrierten Standorte und der Innenstadt

Vollzieht sich der Betriebsformenwandel hin zu einem stärkeren Verkaufsflächenanteil der Filialisten und der Fachmärkte bei einem rückläufigen Verkaufsflächenanteil der Fachgeschäfte und Fachkaufhäuser nicht innerhalb der Innenstadt und ihrer unterschiedlichen Standortlagen bzw. der gewachsenen integrierten Nahversorgungsstandorte, sondern in Form eines Verkaufsflächenrückgangs der Innenstadt als Folge von Betriebsaufgaben bei gleichzeitig zunehmender Verkaufsfläche außerhalb der Innenstadt als Folge einer Neuansiedlung oder Erweiterung von Fachmärkten, sind negative städtebauliche Wirkungen zu erwarten. Diese drücken sich letztlich in einem Rückgang der Handelsfunktion der Innenstadt und einer Zunahme der handelsbezogenen Leerstände in der Innenstadt und gerade auch in den Nebenlagen aus.

Mit einem Verlust der Einzelhandelsausstattung als Leitfunktion in Teilen der Innenstadt geht zudem eine sinkende Attraktivität dieses gesamten Standortes nicht nur als Einkaufsstandort, sondern auch als Treffpunkt, Aufenthaltsbereich sowie als öffentlicher Kommunikations- und Identifikationspunkt einher. Hiervon sind auch die Gastronomie und personenorientierte Dienstleistungen betroffen. Um eine derartige Abwärtsspirale nicht zu beschreiten und der Innenstadt die Möglichkeit zu erhalten, sich gemäß dem Leitbild einer europäischen Stadt als multifunktionales, wahrnehmungsbezogenes und identitätsprägendes Zentrum weiterzuentwickeln, sind die Kommunen gefordert eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorzunehmen. Ziel ist es, die Handelsfunktion als Leitfunktion der Innenstadt und als Teilfunktion im gesamten innerstädtischen Bereich zu stärken und weiterzuentwickeln.

Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch ein kommunales Entwicklungskonzept

Die Standortpräferenz der meisten Fachmärkte sowie der Lebensmittelmärkte ist in der Regel auf Standorte gerichtet, die gut erreichbar sind, eine ausreichende Flächenverfügbarkeit besitzen, gut einsehbar sind und geringe Standortkosten verursachen. Nachdem die Summe dieser Standortanforderungen häufig nur außerhalb der Innenstadt und außerhalb der gewachsenen, städtebaulich integrierten Lagen zu erfüllen ist, besteht meist eine Diskrepanz zwischen dem einzelbetrieblich bzw. unternehmerisch bevorzugten Standort derartiger fachmarkt- oder discountorientierten Anbieter und den Standorten, die aus stadtplanerischer bzw. städtebaulicher Sicht geeignet sind, um den Anforderungen an eine nachhaltige Stadt- und städtische Einzelhandelsentwicklung gerecht zu werden.

Diese bestehen zum einen darin, der zentralörtlichen Versorgungsfunktion gerecht zu werden und eine gewisse Vollständigkeit des Angebotes hinsichtlich Sortiment und Betriebstyp

zu erreichen. Zum anderen gilt es die Funktionsfähigkeit der Innenstadt insgesamt weiterzuentwickeln, ihre Handelsfunktion zu stärken und bestehende integrierte Nahversorgungsstandorte zu sichern. Vor diesem Hintergrund hat sich in vielen Städten eine Standortstruktur im Einzelhandel herausgebildet, die neben der Innenstadt und integrierten Versorgungsstandorten auch einen Fachmarkt- bzw. Versorgungsstandort in nicht-integrierter Lage umfasst.

Sofern derartige, nicht-integrierte Fachmarkt- bzw. Versorgungsstandorte planungsrechtlich als Gewerbegebiet ausgewiesen sind, das keinen Einzelhandelsausschluss beinhaltet, kann eine sortimentspezifische Steuerung der weiteren Einzelhandelsentwicklung nicht bzw. kaum erfolgen. Da diese Standorte zudem häufig über eine umfassende Flächenverfügbarkeit verfügen, der Einzelhandel meist die einzige, kurzfristig verfügbare oder realisierbare Entwicklungsoption darstellt und die Flächen gegenüber der Innenstadt und den integrierten Nahversorgungsstandorten bei den Standortfaktoren Erreichbarkeit, Flächenverfügbarkeit, Einsehbarkeit und Kosten gerade für Fachmärkte und großflächige Lebensmittelbetriebe außerordentlich attraktiv sind, entwickeln sie sich nach und nach zu überörtlich bedeutsamen Versorgungsstandorten.

Legt man einen ausschließlich engen Blick auf den Erhalt der gesamtstädtischen Anziehungskraft im Einzelhandel an, zeigt die Entwicklung nicht-integrierter Standorte oder neuer Standorte außerhalb der Innenstadt zunächst durchaus positive Effekte und kann zu einer Stabilisierung der gesamtstädtischen Einzelhandelszentralität führen. Zudem können großflächige Betriebe nur durch eine aktive Koordination der Standortentwicklung in der Innenstadt realisiert werden. Sofern es sich um Anbieter aus dem unteren Preissegment handelt, entsprechen diese Anbieter teilweise auch gar nicht der gewünschten Angebotsstruktur im zentralen Bereich der Innenstadt. Allerdings wächst die örtliche Verkaufsfläche häufig über ein tragfähiges Volumen hinaus und die Innenstadt und die Nahversorgungsstandorte werden ohne eine entsprechende sortimentspezifische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zusätzlich zur bestehenden Konkurrenz am jeweiligen Standort auch einer verschärften Konkurrenz zwischen den Standorten ausgesetzt. Wegen der hierdurch ausgelösten Umsatzverteilungseffekte im System der städtischen Versorgungsstandorte besteht dabei die Gefahr, der Innenstadt eine deutliche Schwächung zuzufügen, eine Zunahme der Leerstandsproblematik zu verursachen und die Innenstadt in ihrer Funktionsfähigkeit als multifunktionales Zentrum zu beeinträchtigen. Auch die Bestandsfestigkeit der Nahversorgungsstandorte wird gefährdet.

Beide Entwicklungen sind mit einer nachhaltigen kommunalen Einzelhandelsentwicklungsplanung unvereinbar und widersprechen explizit den übergeordneten städtebaulichen Zielen der Städtebauförderung sowie den landes- und regionalplanerischen Zielen. So kommt es zum einen verstärkt zur Ansiedlung von Betrieben mit zentren- bzw. innenstadtrelevantem

Sortiment des mittel- und langfristigen Bedarfs außerhalb der Innenstadt und zum anderen zur Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels außerhalb der integrierten Nahversorgungsstandorte.

Dieser Entwicklung kann nur dann gegengesteuert werden, wenn die Kommune ihre Planungshoheit vollumfänglich wahrnimmt, eine den eigenen Entwicklungsvorstellungen angepasste Steuerungsstrategie formuliert und diese konsequent anwendet.

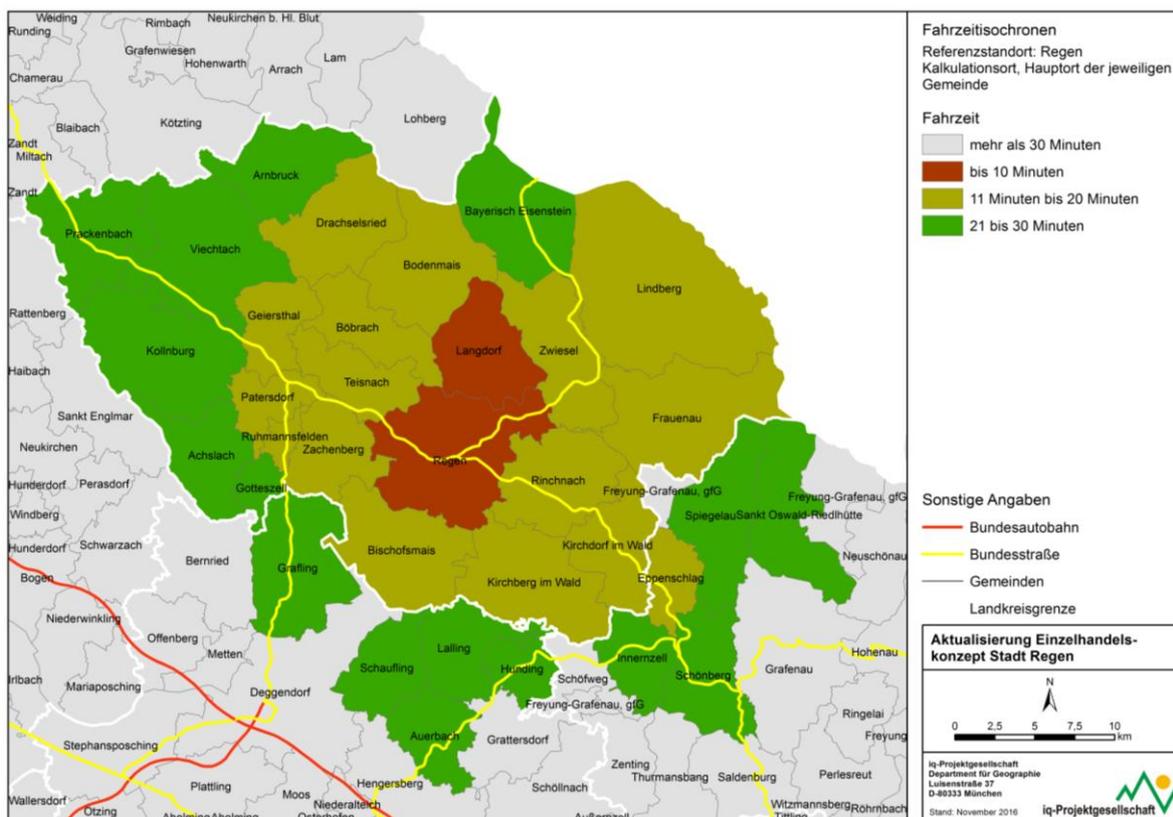
C Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen für den Makrostandort Stadt Regen

C 1 Raumstrukturelle und raumordnerische Rahmenbedingungen

Die raumordnerischen und raumstrukturellen Rahmenbedingungen haben sich seit dem Einzelhandelsgutachten aus dem Jahr 2009 nicht wesentlich verändert. Die lagebezogenen Gegebenheiten sowie die Verkehrsanbindung und damit die Erreichbarkeit der Stadt Regen sind ebenso wie die administrativen Gegebenheiten gänzlich unverändert.

Die Stadt hat die Funktion als Kreisstadt mit Sitz des Landratsamtes sowie als Standort der Bundeswehr und beheimatet in der Bayerwald-Kaserne das Panzergrenadierbataillon 112 mit ca. 600 Dienstposten. Sie ist mit ca. 10.900 Einwohnern (Jahresende 2015) die größte Stadt im Landkreis Regen. Allerdings befindet sich die zweitgrößte Stadt des Landkreises, die Stadt Zwiesel mit 9.400 Einwohnern (Jahresende 2015) in nur ca. 8 km bzw. 14 Fahrzeitminuten Entfernung, wenn man die Distanz zwischen den beiden nächstgelegenen Versorgungsstandorten als Maß heranzieht.

Abbildung 4: Erreichbarkeit der Stadt Regen



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Die Stadt Regen ist Standort von Berufs- und Fachoberschulen sowie weiterer öffentlicher Einrichtungen und erreicht hieraus eine besondere Zentralität. Die Stadt Zwiesel ist Standort der Gymnasien und besitzt ebenso wie die Stadt Regen weitere zentralörtliche Einrichtungen.

gen, die ebenfalls für besondere Besuchsanlässe sorgen. Die räumliche Nähe beider Städte zueinander führt dazu, dass die jeweiligen Einrichtungen und höherwertigen Versorgungsangebote in beiden Städten auf annähernd dasselbe Einzugs- bzw. Marktgebiet zielen.

Wesentliche Voraussetzung für die Ausbildung eines umfassenden Einzugs- und Marktgebietes ist eine entsprechend gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes. Bezogen auf die Stadt Regen tragen die B11 und die B85 die überörtliche Verkehrserschließung. Sie stellen die Verbindung zwischen der Stadt Regen und den umliegenden Mittelzentren her und binden Umlandkommunen an die Stadt Regen an. Ergänzt wird dieses übergeordnete Verkehrsnetz durch die Staatsstraßen 2134 und 2135, die auch die kleineren Umlandgemeinden an die Stadt Regen anbinden. Im Schienenverkehr ist Regen an die Bahnstrecke der Waldbahn Plattling–Bayerisch Eisenstein angebunden, die Züge verkehren im Stundentakt. Ebenfalls am Bahnhof ist der Busbahnhof situiert und Regional- und Stadtbuslinien verbinden die Stadt mit dem Umland.

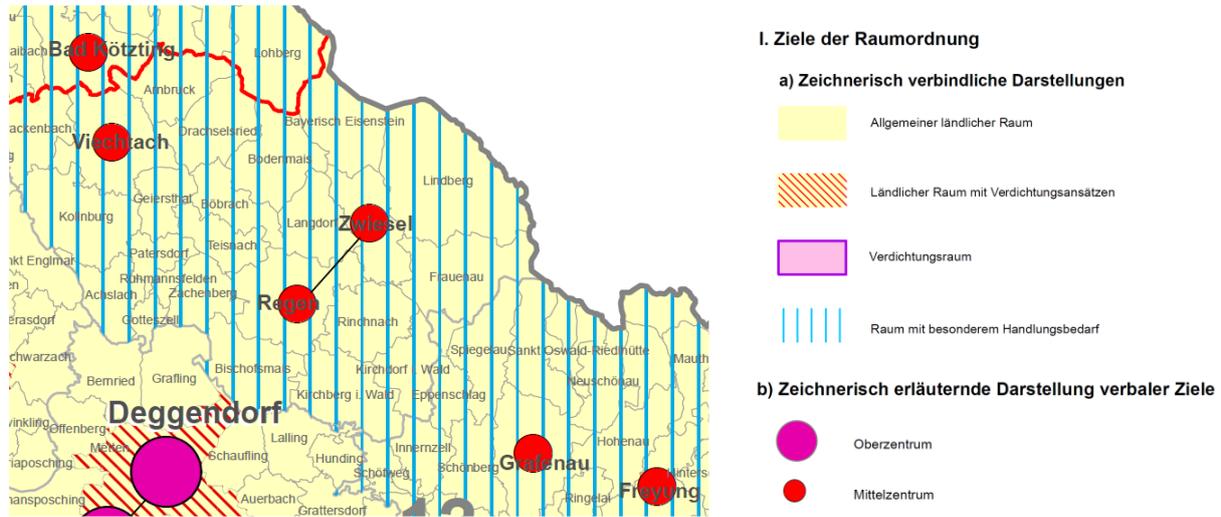
Zusammen mit den Einwohnern der Stadt Regen selbst erreichen knapp 60.000 Personen die Stadt Regen innerhalb einer Fahrtzeitdistanz von maximal 20 Minuten. Darüber hinaus profitiert die Stadt von jährlich etwa 77.000 Übernachtungen, die für zusätzliche Nachfrage im örtlichen Einzelhandel und der örtlichen Gastronomie sorgen. Touristisch ist die Stadt Regen zusammen mit umliegenden Kommunen im Verbund „Arberland“ organisiert und Bestandteil der touristischen Destination „Bayerischer Wald“.

Im aktuellen Landesentwicklungsprogramm (LEP) ist die Stadt Regen wie auch schon im Jahr 2009 gemeinsam mit der Stadt Zwiesel als Mittelzentrum ausgewiesen (vgl. Abb. 5). Als zentraler Doppelort soll die Stadt Regen die mittelzentrale Versorgungsfunktion dementsprechend gemeinsam mit der Stadt Zwiesel erfüllen. Mittelzentren haben entsprechend dem LEP die Aufgabe, die Bevölkerung in allen Teilräumen mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs in zumutbarer Erreichbarkeit zu versorgen.

Als Mittelzentrum im strukturschwachen ländlichen Raum besitzt die Stadt Regen eine besondere Versorgungsfunktion für ihr Umland, wengleich die umliegenden Mittel- und Oberzentrum das Einzugsgebiet der Stadt Regen begrenzen. Innerhalb des Einzugsgebietes der Stadt Regen hat sich seit 2009 keine Änderung in der Einstufung der Zentralen Orte ergeben. Weiterhin ist die zentralörtliche Lage der Stadt Regen zwischen dem Oberzentrum Deggendorf-Plattling sowie den Mittelzentren Viechtach und Bad Kötzing sowie Grafenau und Freyung prägend. Weitere Zentrale Orte im Einzugsgebiet der Stadt Regen sind das Unterzentrum Bodenmais sowie die Kleinzentren Ambruck-Drachselried, Teisnach, Ruhmannsfelden, Kirchberg, Rinchnach und Frauenau (vgl. Abb. 6). Nachdem die Kleinzentren kein - nach Betriebsformen und Umfang - vollständiges Grundversorgungsangebot aufwei-

sen, besteht auch aus diesen Umlandkommunen eine regelmäßige Einkaufsorientierung auf die Stadt Regen.

Abbildung 5: Raumordnerische Rahmenbedingungen

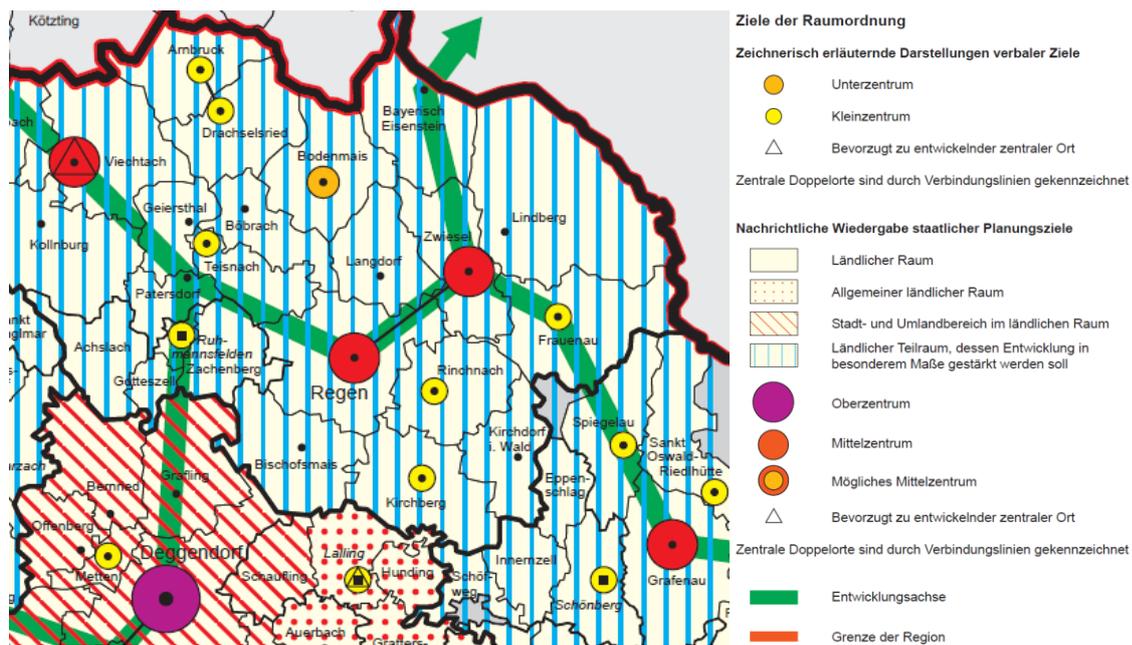


Quelle: Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013.

iq-Projektgesellschaft

Der planerisch abgegrenzte Mittelbereich des Mittelzentrums Regen-Zwiesel fasst diejenigen Umlandkommunen zusammen, deren Bevölkerung in der Versorgung auf die Städte Regen oder Zwiesel als Mittelzentrum der Region orientiert sind (vgl. Abb.7). Ihm gehören neben Regen und Zwiesel selbst die Umlandgemeinden Bischofsmais, Kirchberg, Kirchdorf i.Wald, Frauenau, Rinchnach, Lindberg, Bayerisch-Eisenstein, Bodenmais, Drachselsried und Arnbruck an. Die Bevölkerung des Mittelbereichs summiert sich insgesamt auf 46.782 Personen (Stand 12/2015).

Abbildung 6: Zentralörtliche Raumstruktur

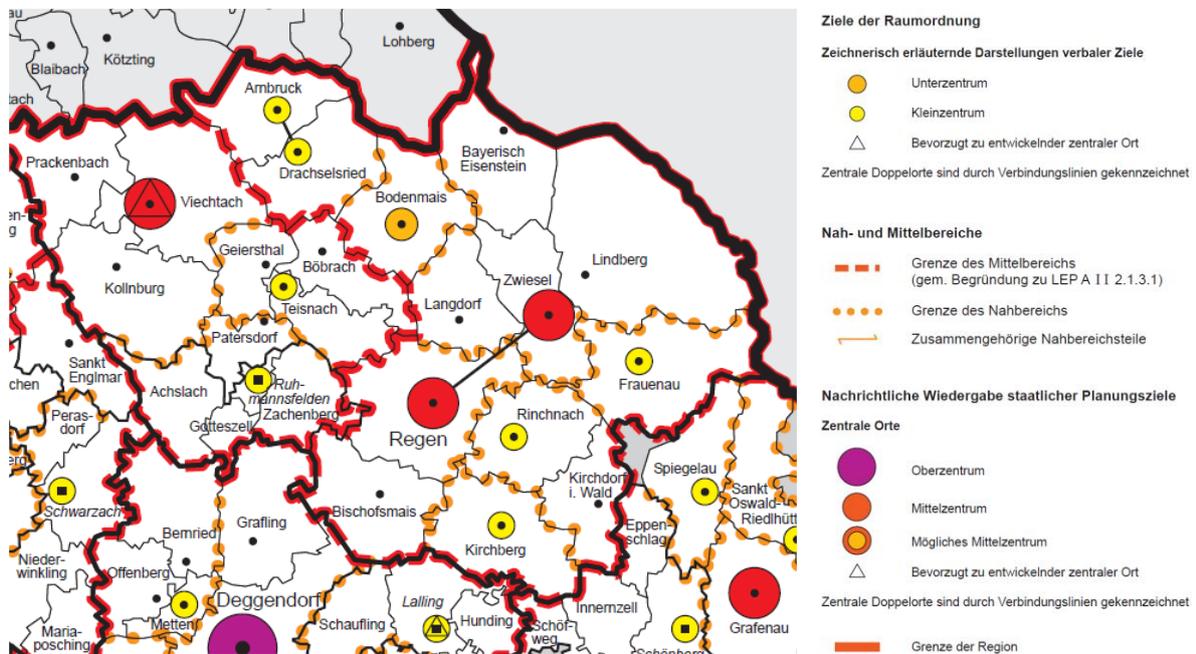


Quelle: Regionalplan der Region Donau-Wald.

iq-Projektgesellschaft

Der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich der Stadt Regen reicht deutlich über diesen definierten Mittelbereich hinaus und wird mit einer Einwohnerzahl von ca. 62.000 Personen angegeben. Dabei fällt das Bevölkerungsvolumen im Einzugsgebiet der Stadt Regen und somit auch die Tragfähigkeit für die Einzelhandelsausstattung einerseits deutlich größer aus, als das der konkurrierenden Mittelzentren Freyung (einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich mit ca. 21.000 Einwohnern), Grafenau (einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich mit ca. 28.000 Einwohnern) oder Viechtach (einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich mit ca. 25.000 Einwohnern), andererseits teilt sich die Stadt Regen ihr Einzugsgebiet mit der Stadt Zwiesel, deren einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich mit über 64.000 Einwohner angegeben wird, aber weitestgehend dieselben Kommunen umfasst, die auch der Stadt Regen zugeordnet sind.

Abbildung 7: Mittelbereich und Nahbereich



Quelle: Regionalplan der Region Donau-Wald.

iq-Projektgesellschaft

Zum Nahbereich des Mittelzentrums Regen als dem Gebiet, das die Stadt Regen mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs versorgen soll, zählen nur die Stadt Regen selbst sowie die Gemeinde Bischofsmais. Zusammen erreichen diese beiden Kommunen eine Einwohnerzahl von ca. 14.000.

Die im Regionalplan abgegrenzten Mittel- und Nahbereiche spiegeln die tatsächliche Einkaufsorientierung nur bedingt wieder. Gerade im Bereich der Grundversorgung bestimmt das Standortnetz der Lebensmittelmärkte die Einkaufsstättenwahl der Bevölkerung. Eine hohe Distanzempfindlichkeit und der Wunsch nach Aufwandsminimierung sind hierbei die bestimmenden Faktoren.

Im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013 sind eine Reihe von Zielen und Grundsätzen formuliert, die die Entwicklung des Einzelhandels betreffen und in der kommunalen Einzelhandelsentwicklungsplanung zu berücksichtigen sind. Sie dienen dazu, eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung aufrecht zu erhalten und die hierfür erforderliche Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte zu sichern. Das Landesentwicklungsprogramm formuliert vor diesem Hintergrund Zielsetzungen zu drei unterschiedlichen Aspekten. Es wird die Lage im Raum angesprochen sowie die Lage innerhalb der Kommune. Ziel ist es, die Innenstädte und die historisch gewachsenen zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten und zu revitalisieren. Der dritte Aspekt betrifft die Dimensionierung von Vorhaben. So wird die maximal mögliche, sortimentsspezifische Dimensionierung großflächiger Einzelhandelsvorhaben begrenzt. Dadurch soll auch im regionalen Maßstab die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung aufrechterhalten werden. Die Begrenzung der Dimensionierung soll verhindern, dass Einzelhandelsgroßprojekte ein zu hohes Maß der im Einzugsgebiet zur Verfügung stehenden Kaufkraft abschöpfen und dadurch in anderen Kommunen als der Standortkommune flächendeckende Geschäftsaufgaben, insbesondere im Stadtzentrum bzw. im Ortskern auslösen. Dies würde das übergeordnete Ziel der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung erheblich beeinträchtigen.

Bestimmungen des Landesentwicklungsprogramms Bayern 2013

- Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden. Abweichend sind Ausweisungen zulässig
 - für Nahversorgungsbetriebe bis 1.200 m² Verkaufsfläche in allen Gemeinden,
 - für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.
- Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn
 - das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder
 - die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.
- Einzelhandelsgroßprojekte dürfen,
 - soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H.,
 - soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v.H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v.H.der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.

Um eine erste Abschätzung vorzunehmen, welcher Verkaufsflächenumfang sich nach den obigen Abschöpfungsgrenzen ergibt, wurde zunächst das sortimentspezifische Kaufkraftpotenzial im einschlägigen Bezugsrahmen bestimmt. Anschließend wurden zur Ermittlung der daraus resultierenden Verkaufsflächen jeweils durchschnittliche Flächenproduktivitäten für die Betriebsform „Fachmarkt“ angesetzt. Tabelle 1 zeigt die Ergebnisse, die als Abschätzung hinsichtlich einer landesplanerisch möglichen Dimensionierung zu verstehen sind.

Tabelle 1: Abschätzung zur maximal möglichen Verkaufsfläche für Vorhaben nach dem Landesentwicklungsprogramm

Sortiment	Betriebstyp	maximale Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel (Verbrauchermarkt)	Verbrauchermarkt	1.900 m ²
Nahrungs- und Genussmittel (Supermarkt)	Supermarkt	2.100 m ²
Nahrungs- und Genussmittel (Discounter)	Discounter	1.700 m ²
Baby- und Kinderartikel	Fachmarkt	550 m ²
Bekleidung	Fachmarkt	7.000 m ²
Drogeriewaren	Drogeriemarkt	950 m ²
Elektroartikel	Fachmarkt	1.650 m ²
GPK, Geschenkartikel, Haushaltswaren	Fachgeschäft	450 m ²
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	alle Betriebstypen	850 m ²
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	Fachmarkt	550 m ²
Schuhe	Fachmarkt	850 m ²
Spielwaren	Fachmarkt	350 m ²
Sport- und Campingartikel	Fachmarkt	600 m ²
Baumarktartikel	Baumarkt	3.600 m ² *
Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen	Gartencenter	1.800 m ² *

*) als Bezugsrahmen ist hier der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich angesetzt

Quelle: eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Die landesplanerische Begrenzung der Dimensionierung von Vorhaben ist nicht gleichbedeutend damit, dass die zulässigen Verkaufsflächen in der jeweiligen Kommune auch tragfähig sind. Ebenso wenig ist daraus abzuleiten, ob es zu wettbewerblichen Verdrängungseffekten innerhalb der jeweiligen Kommune kommen wird. Erfolgreiche Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in einer Kommune sind stets mit Veränderungen der bestehenden Kaufkraftströme verbunden. Dementsprechend werden durch erfolgreiche Neuansiedlungen immer Umsatzumverteilungen ausgelöst, die entweder zu Lasten bestehender Anbieter innerhalb der Standortkommune gehen oder zu Lasten von Anbietern in anderen Standortkommunen. Dies ist Bestandteil des marktwirtschaftlichen Systems und die wettbewerbliche Verdrängung bestehender Anbieter durch neue Anbieter ist nicht unerwünscht, sondern ein möglicher Entwicklungspfad, der zur Revitalisierung und Weiterentwicklung des Handelsbe-

standes beiträgt. Allerdings geben die Bestimmungen des Landesentwicklungsprogramms diesem Wettbewerb einen räumlich verträglichen Rahmen vor. Nachdem Handelsunternehmen gerade auch durch ihre Standortwahl versuchen, Wettbewerbsvorteile gegenüber ihren Mitbewerbern zu erzielen, sollen die Bestimmungen des Landesentwicklungsprogramms zumindest sicherstellen, dass die wettbewerblichen Verdrängungseffekte nicht dazu führen, dass eine verbrauchernahe Versorgung und die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte gänzlich verloren gehen.

Während die hierfür erforderlichen Bestimmungen des Landesentwicklungsprogramms restriktiv formuliert sind, fallen die Formulierungen des Regionalplans eher im Sinne von Empfehlungen aus. Sie stellen den Erhalt der Funktionsfähigkeit der Innenstädte und Ortsteilzentren und damit eine städtebaulich geordnete Entwicklung in die kommunale Verantwortung. Es ist wesentlich, darauf hinzuweisen, dass die landesplanerische Zulässigkeit eines Vorhabens keine Aussage darüber trifft, wie das Vorhaben und seine wettbewerblichen Wirkungen im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung zu bewerten sind und auch nicht dazu, wie diese hinsichtlich der städtebaulichen Entwicklung der Kommune einzuschätzen sind. Der Regionalplan der Region Donau Wald nennt aber die hierfür relevanten Ziele und Grundsätzen, die für die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung relevant sein sollten:

Bestimmungen und Erläuterungen aus dem Regionalplan Donau Wald

- In der gesamten Region soll auf eine ausreichende Versorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft mit Waren und Dienstleistungen hingewirkt werden.
 - Vor dem Hintergrund der nach wie vor anhaltenden Konzentrationstendenzen im Handel und dem absehbaren demographischen Wandel sind erhebliche Anstrengungen notwendig, die Versorgungsstrukturen auch in den dünner besiedelten Bereichen der Region aufrecht zu erhalten. Dabei ist darauf zu achten, **dass durch die Erweiterung bzw. Neuansiedlung von Einzelhandelsvorhaben die Versorgungsstrukturen regional ausgewogen erhalten bleiben.**
- Die Grundversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs soll in allen Gemeinden der Region sichergestellt werden.
 - In einigen Gemeinden der Region besteht aber die Gefahr, dass aufgrund von altersbedingten Betriebsaufgaben, Marktkonzentration im Handel, Mobilität der Bevölkerung und eines geänderten Einkaufsverhaltens in absehbarer Zukunft keine Grundversorgungseinrichtungen mehr vorhanden sein werden, wenn nicht rechtzeitig gegengesteuert oder alternative Versorgungsformen entwickelt werden. Die Kommunen haben hier im Rahmen ihrer Planungshoheit eine besondere Verantwortung.
- Die historisch gewachsenen Geschäfts- und Dienstleistungszentren in den Innenstädten und Ortskernen sind als Standort der Versorgungseinrichtungen von besonderer Bedeu-

tung. Es ist anzustreben, sie in ihrer Funktionsfähigkeit zu erhalten und auszubauen bzw. wiederzubeleben.

- Gerade bei der Ansiedelung von Einzelhandelsgroßprojekten an Standorten außerhalb der Zentrenlagen liegt es dabei in der **Verantwortung der Kommunen, die zentralen Versorgungsbereiche nicht über Gebühr zu belasten und in ihrer Funktionsfähigkeit nicht zu gefährden.**
- Im Rahmen der kommunalen Planung, insbesondere im Zusammenhang mit städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen, ist anzustreben, dass geeignete Standorte für Handels- und Dienstleistungsbetriebe vor allem auch in den Zentrenlagen erhalten und weiterentwickelt werden.
 - Zum Erhalt bzw. zur **Wiederbelebung der traditionellen zentralen Versorgungsbereiche** stehen den Städten und Gemeinden verschiedene Instrumente (z.B. kommunales Flächenressourcenmanagement) zur Verfügung. Im Rahmen ihrer kommunalen Planungshoheit verfügen sie mit § 9 Abs. 2 a BauGB über ein besonderes Steuerungsinstrument.
 - Ein wichtiges Ziel der städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen ist der Erhalt der Funktionsvielfalt in den Innenstädten und Ortszentren, wobei Einzelhandel und Dienstleistungen wesentlich zu deren Funktionsfähigkeit und Attraktivität beitragen. Vor diesem Hintergrund ist es von besonderer Bedeutung, dass auch bei städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen geeignete Standorte für Handels- und Dienstleistungsbetriebe auch in den Zentrenlagen erhalten und weiterentwickelt werden. **Nur wenn in den Zentrenlagen Entwicklungsflächen bzw. Entwicklungsmöglichkeiten im Bestand zur Verfügung stehen, kann dort auch eine Weiterentwicklung des Handels zur Stärkung der Innenstädte und Ortszentren stattfinden.**

Die Bestimmungen des Regionalplans sind im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung zu berücksichtigen und den Kommunen kommt dementsprechend eine steuernde Funktion bei der einzelhandelsbezogenen Standortwahl zu. Die planungsrechtliche Festsetzung möglicher Handelsstandorte innerhalb einer Kommune ist dabei nicht nur eine Option, sondern eine unabdingbare Grundvoraussetzung für eine Standortlenkung im Einzelhandel. Im marktwirtschaftlichen System entscheiden unterschiedliche Arten von Wettbewerbsvorteilen über den ökonomischen Erfolg eines Unternehmens und hierzu zählen gerade im Einzelhandel auch die Standortvorteile, die aus der Standortwahl resultieren. Eine Lenkung der Standortwahl auf die traditionellen zentralen Versorgungsbereiche setzt dementsprechend voraus, dass eine örtliche Wettbewerbssituation vorliegt oder hergestellt werden kann, die es Anbietern überhaupt erst ermöglicht, eine Standortwahl zu Gunsten des zentralen Versorgungsbereichs vorzunehmen. Nur dann kann der Handel, der auch in den traditionellen zentralen Versorgungsbereichen den wettbewerblichen Marktmechanismen unterliegt, zur Revitalisierung der zentralen Versorgungsbereiche genutzt werden. Ohne eine wettbewerbliche und

damit auch ökonomische Vorteilhaftigkeit kann und wird die einzelbetriebliche Standortwahl nicht zu Gunsten der zentralen Versorgungsbereiche ausfallen.

Die Einordnung der einzelnen Areale mit Handelsbesatz anhand ihrer städtebaulichen Charakteristik ist vor dem Hintergrund der Bestimmungen des Landesentwicklungsprogramms und des regionalplans sowie vor dem Hintergrund der besonderen Stellung des sog. zentral-örtlichen Versorgungsbereichs entscheidend.

Ein "Versorgungsbereich" stellt zunächst einen räumlich abgrenzbaren Bereich innerhalb eines Gemeindegebietes dar, dem eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Dies setzt das Vorhandensein von Nutzungen voraus, die zur Versorgung eines Teils oder der gesamten Bevölkerung notwendig sind. Neben Einzelhandelsnutzungen sind damit in der Regel auch Dienstleistungsbetriebe und gastronomische Einrichtungen wichtiger Bestandteil von Versorgungsbereichen. Die räumliche Ausdehnung bzw. Größe ist für die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs nicht entscheidend, insbesondere existiert zunächst keine Mindestgröße. Die Einzelhandelsagglomeration sollte jedoch in der Regel entsprechend ihres Einzugsgebietes eine gewisse Mindestverkaufsfläche aufweisen.

Das Adjektiv "zentral" ist nicht siedlungsräumlich zu werten, sondern soll die erforderliche funktionale Bedeutung des Versorgungsbereichs als Zentrum ausdrücken. Diese funktionale Bedeutung als Zentrum erfordert für einen Bereich mit einer Einzelhandelsagglomeration eine städtebaulich integrierte Lage, eine entsprechende verkehrliche Erreichbarkeit und die Versorgung eines Gemeindegebietes oder eines Teilbereichs mit – je nach Einzugsbereich – Waren der kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsstufe sowie Dienstleistungseinrichtungen. Die konkrete Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche muss dementsprechend unter Berücksichtigung mehrerer funktionaler und städtebaulicher Kriterien erfolgen. Hierzu zählen (vgl. Bunzel et al. 2009):

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Passantenfrequenz
- Verkehrliche Erreichbarkeit (ÖPNV, Pkw, Radfahrer, Fußgänger, ruhender Verkehr)
- Multifunktionalität (öffentliche und private Dienstleistungen, Gastronomieanbieter)
- Entsprechende Festsetzungen in Bauleitplänen

Städtebauliche Kriterien

- Siedlungsräumliche Lage im Stadtgebiet

- Städtebauliche Einheit
- Bebauungsstruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur
- Barrieren (Straße, Bahnlinie)
- Gestaltung des öffentlichen Raumes (Pflasterung, Begrünung, etc.)
- Ladengestaltung und -präsentation

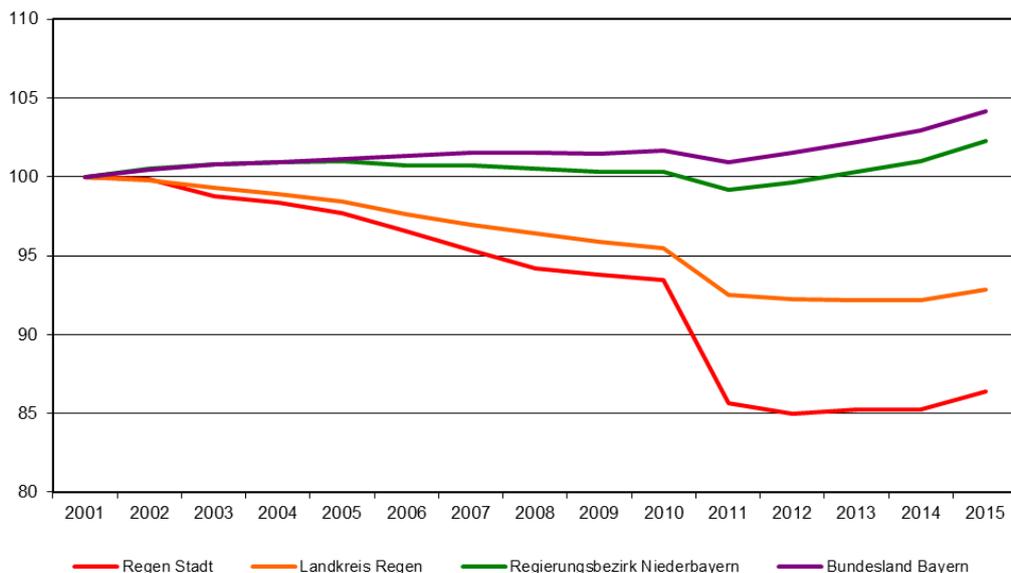
Bisher ist in der Stadt Regen kein zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt. Dies erfolgt entsprechend den oben angegebenen Kriterien im Standortkonzept (vgl. Kap. G4).

C 2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen der Stadt Regen und der Kommunen in ihrem Einzugsbereich beschreiben in erster Linie die Nachfragesituation und damit die aktuelle und perspektivische Tragfähigkeit von Einzelhandelsbesatz in der Stadt Regen. Im Vergleich zur Ausgangssituation der Erarbeitung des Einzelhandelsgutachtens 2009 hat sich die Einwohnerzahl der Stadt Regen deutlich verringert (vgl. Abb. 8). Dies ist aber nicht auf einen tatsächlichen Einwohnerrückgang zurückzuführen, sondern mit dem Zensus 2011 mussten in vielen Kommunen die bis dahin fortgeschriebenen Einwohnerzahlen nach unten korrigiert werden. Hieraus ergeben sich allerdings Konsequenzen für die Tragfähigkeit von Einzelhandelsbesatz, die der Stadt tatsächlich zugeschrieben werden kann. Die heutige Einwohnerzahl der Stadt Regen liegt um knapp 1.000 Einwohner unter derjenigen, die bei den Bedarfsermittlungen im Jahr 2009 angesetzt wurden.

Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Regen und übergeordneter Raumeinheiten

Indexdarstellung (Bevölkerungsstand 2001 = 100)



Quelle: eigener Entwurf.

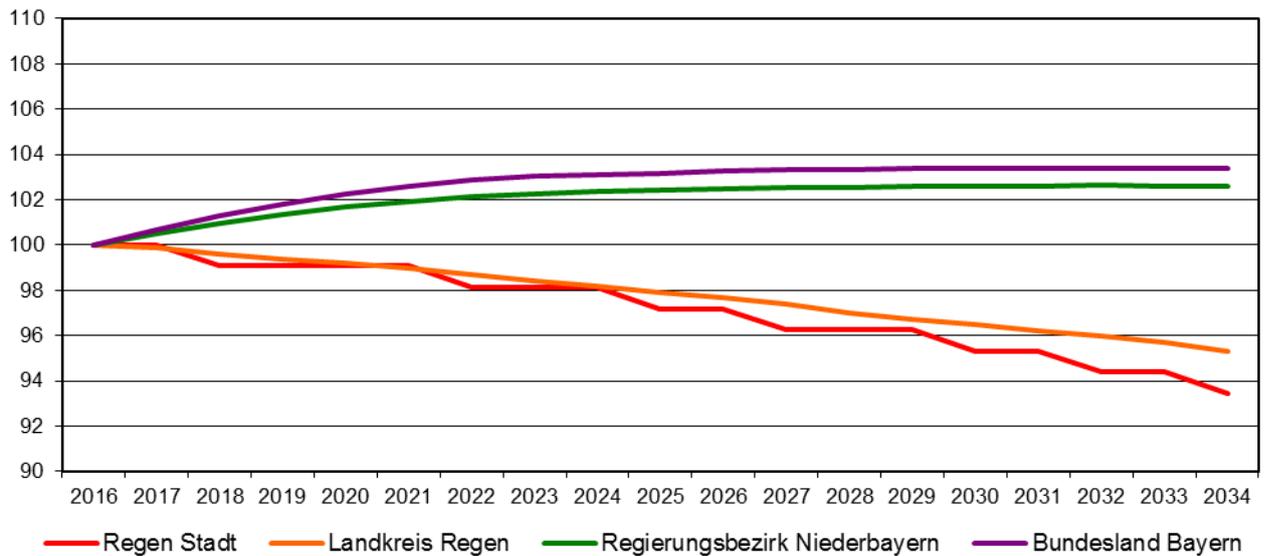
iq-Projektgesellschaft

Unabhängig von den statistischen Korrekturen war die Einwohnerentwicklung der Stadt Regen aber auch des Landkreises Regen seit dem Jahr 2000 rückläufig. Erst seit dem Jahr 2011 verzeichnen sowohl die Stadt Regen als auch der Landkreis Regen wieder eine stabile Entwicklung der Bevölkerungszahl.

Der Rückgang der Bevölkerungszahl der Stadt Regen ist in erster Linie auf die natürliche Bevölkerungsentwicklung zurückzuführen. So übersteigt die Anzahl der Sterbefälle die Anzahl der Geburten seit dem Jahr 2000. Mit Blick auf die letzten zehn Jahre (2005-2015) verzeichnet die Stadt allein auf Grund der natürlichen Bevölkerungsentwicklung einen Bevölkerungsrückgang von 427 Personen. Neben der natürlichen Bevölkerungsentwicklung war auch das Wanderungssaldo für die Stadt Regen im Zeitraum zwischen 2002 und 2012 negativ. Zumindest für die letzten drei Jahre lässt sich ein Wanderungsgewinn ausmachen. Selbst wenn man das Jahr 2015 aufgrund der Sondersituation der Zuwanderung von Flüchtlingen ausblendet, verbleibt in den Jahren 2013 und 2014 weiterhin ein Wanderungsgewinn, der zu einer Stabilisierung der negativen natürlichen Bevölkerungsentwicklung in diesen Jahren ausreicht.

Abbildung 9: Bevölkerungsprognose für die Stadt Regen und übergeordnete Raumeinheiten

Indexdarstellung (Bevölkerungsstand 2016 = 100)



Quelle: eigener Entwurf.

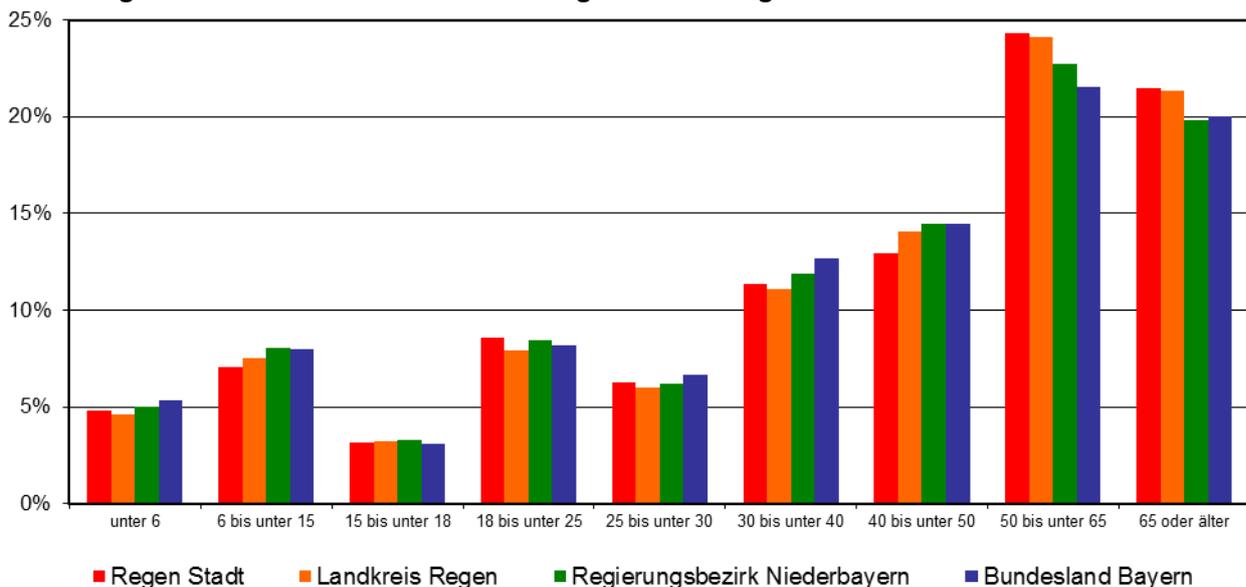
iq-Projektgesellschaft

Eine rückläufige bzw. stagnierende Bevölkerungsentwicklung der Stadt und des Landkreises Regen und die damit einhergehende Stagnation des Nachfragevolumens mindert die Attraktivität der Stadt Regen für Investitions- oder Standortentscheidungen im Einzelhandel. Damit hat sich auch die Ausgangslage für eine Revitalisierung des Einzelhandelsbestandes insgesamt nicht verbessert. Dies gilt umso mehr, als auch die Bevölkerungsprognose für die Stadt Regen wie auch für den Landkreis Regen negativ ausfällt (vgl. Abb. 9). In den nächsten zehn Jahren wird – ohne Berücksichtigung der Zuwanderung von Flüchtlingen – für die Stadt Re-

gen ein Bevölkerungsrückgang von - 3,7 % erwartet. Für den Landkreis Regen wird ein Bevölkerungsrückgang von etwa - 2,4 % in den nächsten zehn Jahren prognostiziert.

Der demographische Wandel mit einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung, einem steigenden Durchschnittsalter und einer rückläufigen Bevölkerungszahl in den Altersgruppen unter 19 Jahren sowie einer deutlichen Zunahme der Bevölkerung über 60 Jahren ist sowohl für die Stadt als auch den Landkreis Regen auszumachen. So weist die Stadt Regen im Vergleich zu den übergeordneten Raumeinheiten schon heute einen höheren Anteil der über 65-Jährigen auf. Auch für die Zukunft wird der demographische Wandel in der Stadt Regen zu einer weiteren zahlenmäßigen Zunahme der älteren Bevölkerung führen, während die jüngeren Altersgruppen zahlenmäßig abnehmen. Dies gilt auch für den Landkreis Regen. Das Statistische Landesamt prognostiziert im Landkreis Regen eine Bevölkerungszunahme in der Altersgruppe der über 65-Jährigen im Zeitraum von 2014 bis zum Jahr 2034 um 38,8 %. Für die Stadt Regen wird für diesen Zeitraum eine Bevölkerungszunahme in dieser Altersgruppe von 39,5 % prognostiziert.

Abbildung 10: Altersstruktur der Bevölkerung der Stadt Regen



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Der demographische Wandel ist für die Einzelhandelsentwicklung in einer Kommune insofern relevant, als damit spürbare ökonomische Folgen verbunden sind. Mit dem Austritt aus dem Erwerbsleben ist in der Regel ein deutliches Absinken des zur Verfügung stehenden Einkommens verbunden. Rentner-Haushalte haben durchschnittlich nur etwa 50 % ihres Nettoeinkommens aus der Erwerbstätigkeit zur Verfügung. Nach Angaben des RWI (2012) liegt das Durchschnittseinkommen der Rentner-Haushalte deutschlandweit um 27,5 % unter dem Durchschnittseinkommen aller Haushalte. Damit führt der demographische Wandel insgesamt zu einer deutlichen Abnahme der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in den Kommunen, die über Bevölkerungswachstum keinen Ausgleich erzielen können. Selbst bei einem

Wachstum der Bevölkerungszahl der Stadt und des Landkreises Regen im Zuge der Flüchtlingsthematik ist langfristig dennoch nicht von einer realen Zunahme der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft auszugehen.

Zumindest in den letzten Jahren hat sich die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die in Regen wohnen, noch kontinuierlich erhöht. Dies gilt in einem ähnlichen Umfang sowohl für die Stadt Regen (im Zeitraum 2008 bis 2014: +10,8 %) als auch für den Landkreis Regen (im Zeitraum 2008 bis 2014: + 10,2 %). Deutlich stärker als die Zunahme der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die in der Stadt Regen wohnen, fällt die Zunahme der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten aus, die in Regen arbeiten (im Zeitraum 2008 bis 2014: + 19,3 %). Dies führt zu einer steigenden Arbeitsplatzzentralität der Stadt, was sich auch in einem steigenden Einpendlerüberschuss ausdrückt. Hatte die Stadt Regen im Jahr 2009 noch einen Einpendlerüberschuss von 1.353 Personen, so ist dieser Wert bis 2014 wieder auf 2.012 Personen angestiegen. Selbst als Mittelzentrum verzeichnet die Stadt Regen insgesamt eine vergleichsweise hohe Arbeitsplatzzentralität, was sich positiv auf die Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung auf die Stadt Regen auswirkt. Ursächlich hierfür ist, dass der Versorgungseinkauf häufig mit dem Weg zur oder von der Arbeit verbunden wird. Eine deutschlandweite Untersuchung aus dem Jahr 2013 kommt zu dem Ergebnis, dass 21 % der Versorgungsfahrten vom Arbeitsort aus und nicht vom Wohnstandort aus beginnen (vgl. Krüger et al. 2013). Arbeiten nun mehr Einpendler in der Stadt Regen oder weniger Personen der eigenen Bevölkerung außerhalb der Stadt Regen, so erhöht dies den Anteil der Personen, die ihre Grundversorgung am Arbeitsort und damit innerhalb der Stadt Regen erledigen.

Die Wirtschaftsstruktur der Stadt Regen hat sich gegenüber der Situation im Jahr 2009 leicht verändert. So hat sich die Beschäftigtenzahl im Dienstleistungsbereich (Unternehmensdienstleister sowie öffentliche und private Dienstleister) stärker erhöht, als im Produzierenden Gewerbe. Waren 2009 noch fast 42 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Regen im Produzierenden Gewerbe tätig, so hat sich dieser Anteil bis 2014 – trotz einem Zuwachs der absoluten Zahlen – auf 36 % verringert. Ursächlich hierfür ist ein vergleichsweise stärkerer Anstieg der Beschäftigungsverhältnisse im Dienstleistungsbereich. Die Stadt Regen verfügt im Jahr 2014 über einen – verglichen mit dem Landkreis Regen – geringen Anteil an Beschäftigten im Produzierenden Gewerbe. Dagegen fallen die Beschäftigten im Bereich der öffentlichen und privaten Dienstleister stark überdurchschnittlich aus, was die Stellung der Stadt als Kreisstadt und Mittelzentrum mit den entsprechenden Bildungs- und Gesundheitseinrichtungen sowie als Standort der Bundeswehr widerspiegelt.

Die touristische Bedeutung der Stadt Regen hat sich in den letzten Jahren wieder verbessert. Im Jahr 2015 verzeichnete die Stadt fast 22.000 Gästeankünfte, die 77.000 Übernachtungen in der Stadt Regen tätigten. Hieraus ergibt sich ein zusätzliches Nachfragevolumen

für den örtlichen Einzelhandel. Nach Angaben des DWIF betragen die Tagesausgaben der Übernachtungsgäste im Bayerischen Wald 14,10 €. Dieser für das Jahr 2010 ermittelte Wert setzt sich aus Ausgaben für Lebensmittel in einem Umfang von 4,10 € sowie sonstige Ausgaben für sonstige Einkäufe von 10,00 € zusammen. Ergänzend zu diesen Tagesausgaben der Übernachtungsgäste gilt es zudem die Ausgaben von Tagesgästen zu berücksichtigen. Diese werden mit einer Höhe von 15 € pro Tag und Gast angesetzt (vgl. dwif 2010).

C 3 Marktgebiet und Nachfragevolumen

Als Marktgebiet der Stadt Regen wird der Raum bezeichnet, dessen Bevölkerung in einem wahrnehmbaren Umfang zum Einkauf in der Stadt Regen neigt. Die Größe des Marktgebietes für den Einzelhandel der Stadt Regen wird von einer Reihe unterschiedlicher Faktoren beeinflusst. Im Wesentlichen zählen hierzu:

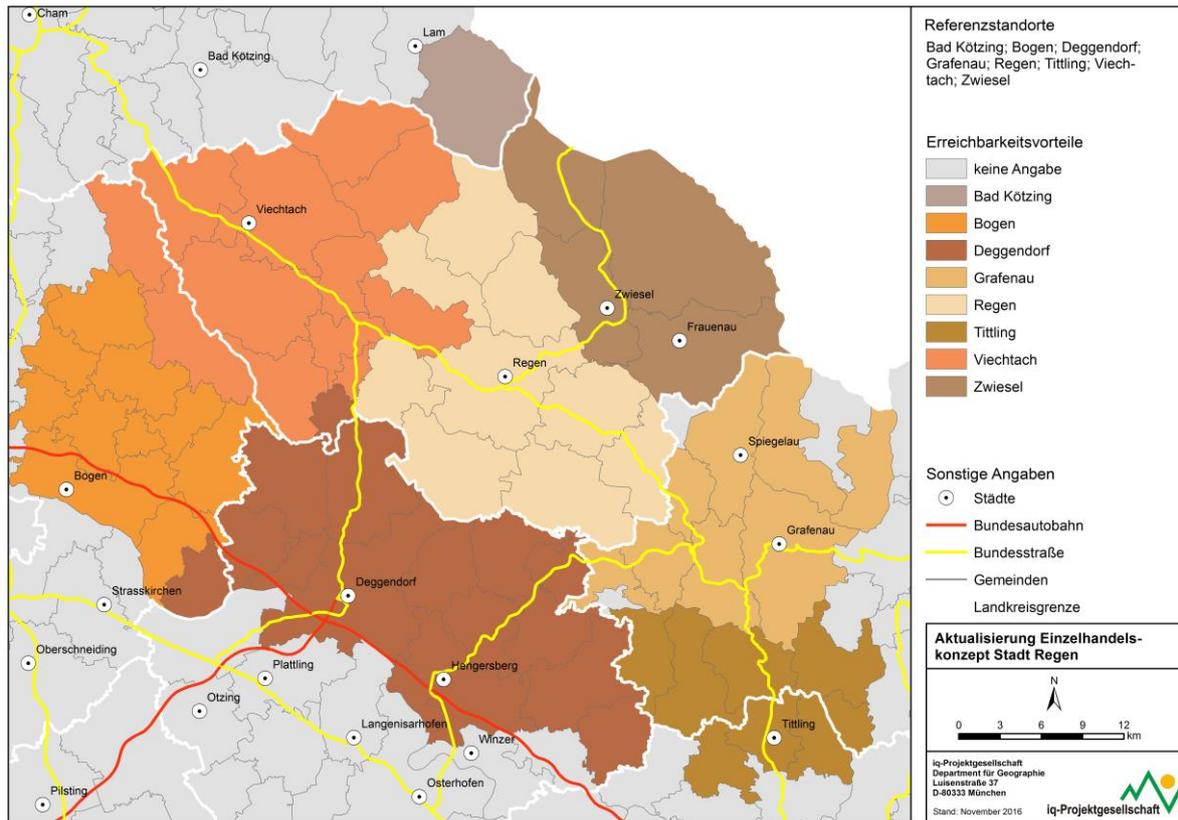
- Umfang, Struktur und räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes innerhalb des Stadtgebietes der Stadt Regen,
- Branchen-Mix und Sogkraft ansässiger (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe,
- Lage zu anderen zentralen Orten sowie Nähe zu Konkurrenzorten,
- Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum und Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerverflechtungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- topographische Bedingungen, Verkehrsinfrastruktur und Erreichbarkeit.

Letztlich bestimmen zwei Faktoren die Wahl des Einkaufsstandortes. Zum einen die Attraktivität des Standortes für den Einkauf der benötigten Produkte bzw. für die Einkaufstätigkeit an sich, zum anderen der damit verbundene Aufwand. Betrachtet man zunächst die Attraktivität des Standortes für die Einkaufsaktivität, dann wird diese entscheidend dadurch bestimmt, welcher Angebotsumfang am jeweiligen Standort vorhanden ist. Dieser ist über die Zeit variabel und auch Ergebnis des marktwirtschaftlichen Selektionsprozesses. So entwickeln alle Kommunen ihr Einzelhandelsangebot in der Hoffnung weiter, ein möglichst großes Marktgebiet auszubilden bzw. in ihrem Einzugsgebiet einen möglichst hohen Marktanteil zu erreichen. Dies führt zwangsweise zu temporärer Überentwicklung und zu einzelwirtschaftlichen Verdrängungsprozessen, was Bestandteil eines marktwirtschaftlichen Systems ist.

Eine Stadt im Vergleich mit anderen Städten grundsätzlich umso mehr Verkaufsfläche dauerhaft ausbilden, je mehr Einwohner ihr dafür selbst zur Verfügung stehen. Die Stadtgröße bestimmt somit zunächst die Tragfähigkeit von Verkaufsflächen am Ort, ohne auf Kaufkraft aus den Umlandkommunen zurückgreifen zu müssen. Betrachtet man vor diesem Hintergrund die räumlichen Gegebenheiten, dann limitieren in jedem Fall die Städte Deggendorf,

Passau, Straubing, Regensburg und Cham das mögliche Marktgebiet der Stadt Regen. Diese Städte verfügen über eine so hohe Einwohnerzahl, dass sie ein weitgehend vollständiges und damit überdurchschnittlich attraktives Einzelhandelsangebot ausbilden können. Nur im Ausnahmefall werden Einwohner im Einzugsgebiet dieser Städte andere Einkaufsstandorte regelmäßig aufsuchen.

Abbildung 11: Erreichbarkeitsvorteile der Stadt Regen



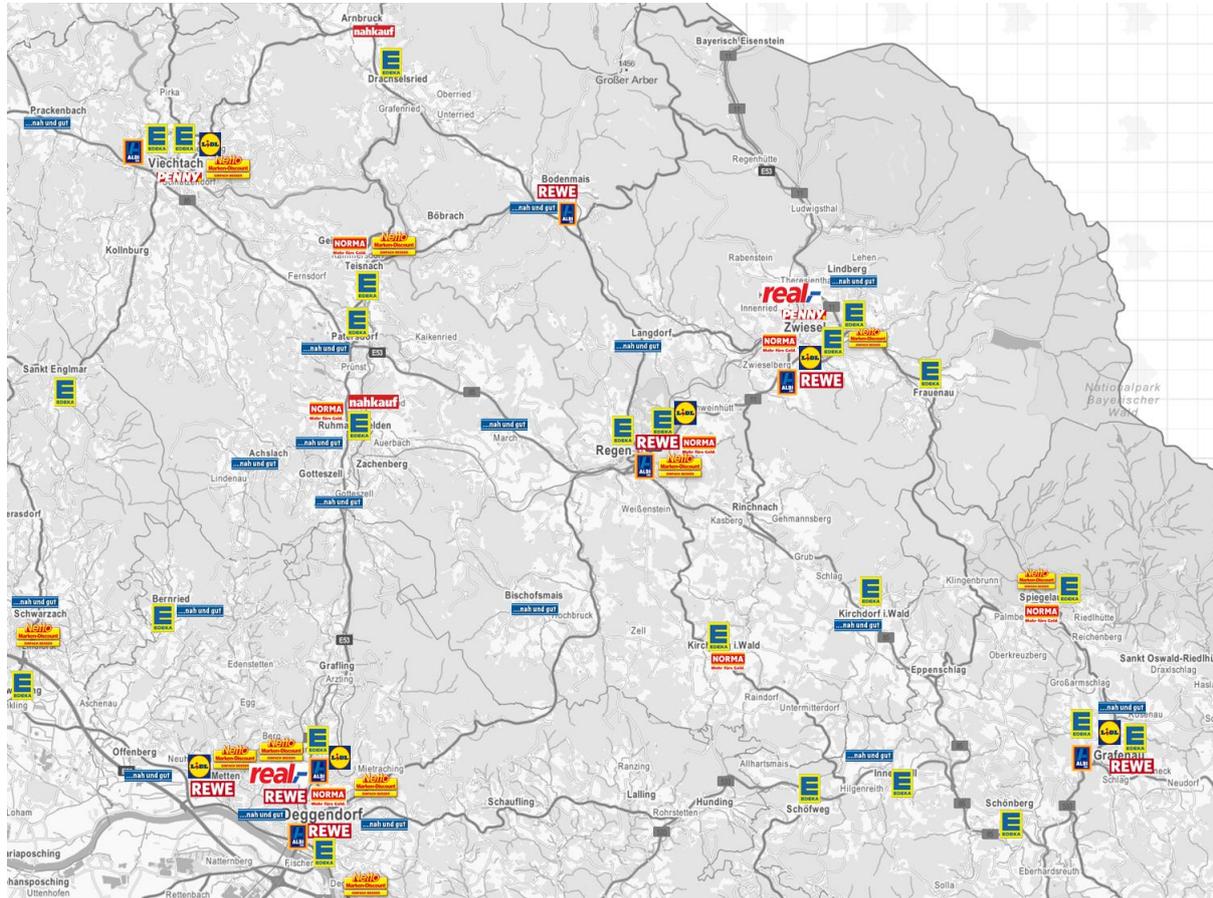
Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Diese Gesamtbetrachtung über alle Sortimente muss aber weiter differenziert werden. So reicht bei einigen Sortimenten schon eine deutlich geringere Einwohnerzahl aus, um ein nach Betriebstypen und Anbietern weitgehend vollständiges Warenangebot vorhalten zu können. Bei Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs begrenzen bereits Städte, die in ihrer Einwohnerzahl eine ähnliche Größenordnung wie die Stadt Regen erreichen, das Einzugsgebiet der Stadt Regen. In diesen Städten, zu denen Zwiesel, Grafenau und Viechtach zählen, ist ein qualitativ und quantitativ zur Stadt Regen vergleichbares Angebot tragfähig. Das Einzugsgebiet der Stadt Regen umfasst deshalb bei den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs nur diejenigen Kommunen, für die sich zur Stadt Regen gegenüber den angesprochenen Wettbewerbsstandorten eine zumindest vergleichbare Erreichbarkeit ergibt. Hierzu zählen neben der Stadt Regen selbst die Kommunen Langdorf, Bodenmais, Böbrach, Bischofsmais, Zachenberg, Kirchberg, Kirchdorf und Rinchnach. Für diese Kommunen stellt die Stadt Regen den nächstgelegenen Versorgungsstandort mit einem weitestgehend voll-

ständigen Angebot bei den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs dar. Hinzu kommen die Kommunen Eppenschlag, Geiersthal, Gotteszell, Patersdorf, Teisnach und Ruhmannsfelden, die eine zumindest ähnliche Erreichbarkeit zur Stadt Regen im Vergleich zu einem anderen Mittelzentrum aufweisen.

Abbildung 12: Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Ein Blick auf den aktuellen Besitz mit Lebensmittelmärkten im Einzugsgebiet der Stadt Regen (vgl. Abb. 12) zeigt die Wettbewerbssituation. Im Lebensmitteleinzelhandel weisen die Standorte Viechtach und Grafenau einen weitestgehend vollständigen sowie die Standorte Deggendorf und Zwiesel einen vollständigen Besitz auf und sind somit alternative Versorgungsstandorte zur Stadt Regen. Lediglich die Betriebsform SB-Warenhaus ist innerhalb des Marktgebietes nur in der Stadt Zwiesel und in der Stadt Deggendorf (Anbieter real), vertreten. Der Wettbewerber Kaufland ist weder im Oberzentrum Deggendorf, noch in der Region präsent.

Eine auf der Verbraucherseite bevorzugte örtliche Ausstattung bestehend aus Lebensmittelsupermarkt und Lebensmitteldiscounter weisen eine ganze Reihe der Umlandkommunen der Stadt Regen auf. Die Angebotskombination dieser beiden Betriebstypen deckt bereits einen Großteil der nachfrageseitigen Einkaufspräferenzen ab und ermöglicht in den jeweiligen

Kommunen Kaufkraftbindungen im Bereich des kurzfristigen Bedarfs bis an die 80 % je nach örtlichem Anbieter. Die auf der Nachfrageseite präferierten LM-Discounter, die den höchsten Marktanteil erreichen und ein vergleichsweise großes Einzugsgebiet ausbilden, sind die Anbieter Aldi und Lidl. Filialen dieser Anbieter sind innerhalb des Einzugsgebietes der Stadt Regen nicht nur in allen umliegenden Mittelzentren präsent, sondern die Firma Aldi ist auch am Standort Bodenmais verortet und bildet auch an diesem Standort ein eigenes Marktgebiet aus, was das im Umkehrschluss das Marktgebiet des Standortes Regen begrenzt.

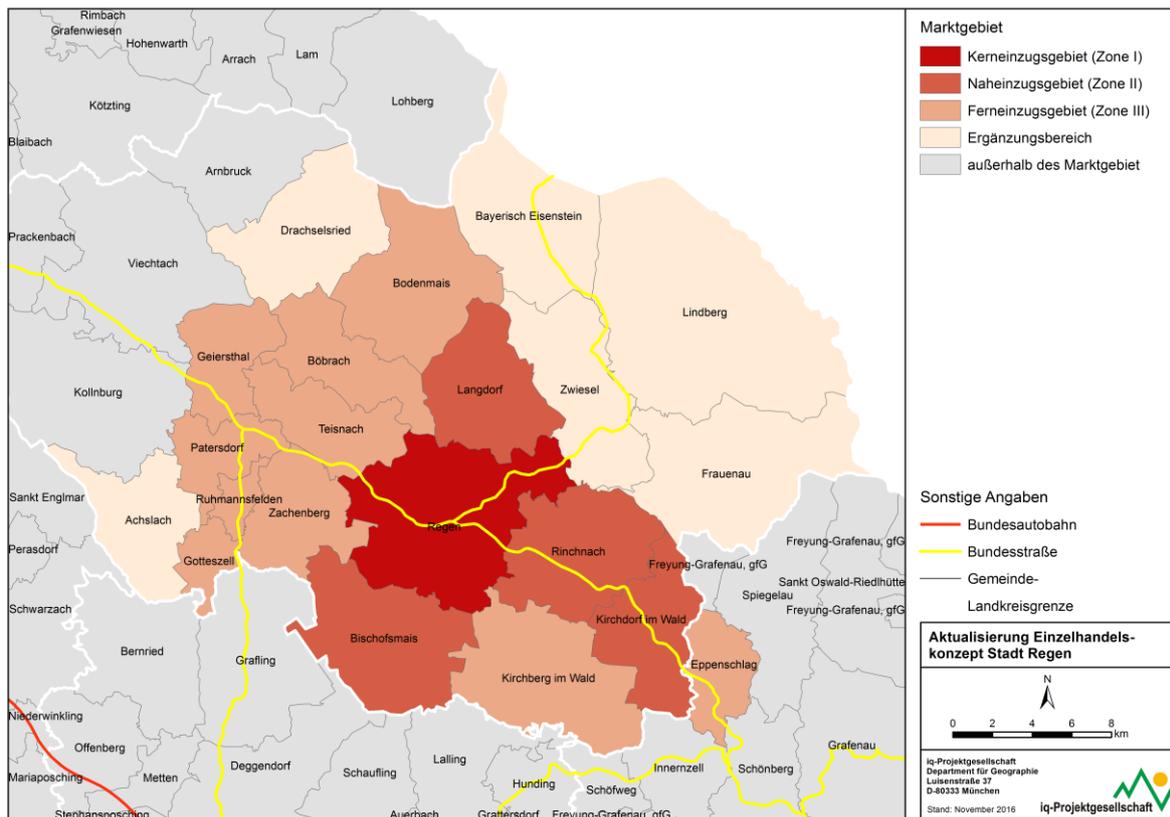
Für die Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs ergibt sich ein anderes Kalkül. Betriebe dieser Warengruppen bilden in der Regel ein größeres Einzugsgebiet aus. Das Marktgebiet einer Stadt bestimmt sich bei diesen Warengruppen nicht nur aus dem städtischen Angebotsumfang insgesamt, sondern insbesondere aus dem Angebotsumfang und der Ausstattung der einzelnen Einkaufsstandorte innerhalb der Stadt zusammen mit ihrem jeweiligen Ambiente. Hieraus begründet sich die Attraktivität einer Stadt als Einkaufs- bzw. Shoppingstandort. Shopping-Center oder moderne Fachmarkt-Center mit höherer Aufenthaltsqualität prägen hier die Erwartungshaltung der Kunden. Nächstgelegener Wettbewerbsstandort im Bereich der Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs im Einzugsgebiet der Stadt Regen ist die Nachbarstadt Zwiesel. Darüber hinaus reicht in erster Linie auch das Marktgebiet der Stadt Deggendorf im Bereich der Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs bis nach Regen und darüber hinaus. Entsprechende Einkaufsstandorte in Deggendorf sind neben der Innenstadt und Fußgängerzone das Einkaufszentrum Degg's.

Insgesamt zeigt sich die Anziehungskraft der einzelnen Einkaufsstandorte im Einzugsgebiet der Stadt Regen anhand der Einzelhandelszentralität, die diese Kommunen besitzen. Dabei wird die örtliche Kaufkraft in Beziehung zum örtlichen Umsatz im Einzelhandel gesetzt. Werte über 100 zeigen, dass der örtliche Einzelhandel vergleichsweise mehr Umsatz binden kann als Kaufkraft der örtlichen Bevölkerung zur Verfügung steht. Die Einzelhandelszentralität der Stadt Regen hat sich nach Angaben der GfK seit dem Jahr 2008 von 134 auf einen Wert von ca.174 im Jahr 2016 erhöht. Für die Stadt Regen wird ein Einzelhandelsumsatz von 105,4 Mio. € für das Jahr 2015 und 103,3 Mio. € für das Jahr 2016 angegeben, bei einer Kaufkraft der Regener Bevölkerung von 70,4 Mio. € im Jahr 2015 und 66,6 Mio. € im Jahr 2016. Dementsprechend fließt nicht nur in erheblichem Umfang Kaufkraft aus den Umlandkommunen in den Einzelhandel der Stadt Regen, sondern die Bedeutung der Stadt als Einkaufsstadt in der Region hat sich auch weiter verstärkt. Dagegen ist die Einzelhandelszentralität der Oberzentren Straubing (224 im Jahr 2008 und 205 im Jahr 2016) sowie Deggendorf (204 im Jahr 2008 und 190 im Jahr 2016) rückläufig. Die Stadt Passau konnte dagegen ihre Einzelhandelszentralität erhöhen (216 im Jahr 2008 und 237 im Jahr 2016).

Um die unterschiedliche Intensität der Kundenbindung im Marktgebiet der Stadt Regen zum Ausdruck zu bringen, wird das Marktgebiet der Stadt in unterschiedliche Zonen unterteilt (vgl. Abb. 13)

- Zone 1 umfasst die Stadt Regen selbst und ist als Kerneinzugsgebiet zu verstehen, innerhalb dessen eine deutliche Orientierung der Verbraucher auf das Einzelhandelsangebot in der Stadt Regen vorliegt.
- Zone 2 umfasst die Kommunen im Umland der Stadt Regen, die über alle Sortimente betrachtet aber insbesondere im Bereich der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs eine überwiegende Orientierung der Verbraucher auf die Stadt Regen aufweisen.
- Zone 3 umfasst die Kommunen im Umland der Stadt Regen, deren Wohnbevölkerung aufgrund der größeren räumlichen Distanz zur Stadt Regen oder der Nähe zu alternativen Versorgungsstandorten nur mehr eine mäßig ausgeprägte Einkaufsorientierung auf die Stadt Regen aufweist.

Abbildung 13: Marktgebiet der Stadt Regen nach Zonen



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Außerhalb der Zonen 1 bis 3 befinden sich die Kommunen, deren Wohnbevölkerung aufgrund der räumlichen Distanz oder der Nähe zu alternativen Versorgungsstandorten zwar nur eine schwach ausgeprägte Einkaufsorientierung auf die Stadt Regen besitzt, die aber dennoch zum Marktgebiet der Stadt Regen gezählt werden können. Dieses Ergänzungsbereich fällt aufgrund der Sondersituation, dass die Stadt Regen ein gemeinsames Mittelzentrum

mit der Stadt Zwiesel ausgebildet und beide Standorte nah beisammen liegen vergleichsweise groß aus.

Das Marktgebiet der Stadt Regen umfasst insgesamt gut 62.000 Einwohner, wobei aufgrund der räumlichen Ausgangssituation nur etwa 43.500 Einwohner auch unter Erreichbarkeitsgesichtspunkten der Stadt Regen zugerechnet werden können. Beim zugeordneten Marktvolumen von 43.500 Einwohnern entfällt die Hälfte dieser Einwohnerzahl auf das Kern- und Nahgebiet der Stadt, was einen vergleichsweise hohen Wert darstellt. Die Bestandsentwicklung ist allerdings rückläufig. Gegenüber der Ausgangssituation im Jahr 2009 hat die Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet der Stadt Regen um ca. 3 % abgenommen. Der stärkste Rückgang ist dabei für die Stadt Regen selbst auszumachen. Mit dem Bevölkerungsrückgang ist ein entsprechend rückläufiges Nachfrage- und damit Kaufkraftvolumen verbunden.

Tabelle 2: Veränderung der Bevölkerungszahl im Marktgebiet der Stadt Regen

Zone	Städte und Gemeinden	Einwohner 2009	Einwohner 2015	Einwohnerentwicklung in %
Kerneinzugsgebiet (Zone I)	Stadt Regen	11.748	10.855	- 7,9
Naheinzugsgebiet (Zone II)	Bischofsmais, Kirchdorf i. Wald, Langdorf, Rinchnach	10.598	10.234	- 3,5
Ferneinzugsgebiet (Zone III)	Bodenmais, Kirchberg i. Wald, Ruhmannsfelden, Böbrach, Epenschlag, Geiersthal, Gotteszell, Patersdorf, Teisnach, Zachenberg	22.552	22.462	- 0,4
Zone I + II + III		44.934	43.574	- 3,1
Ergänzungsbereich	Achslach, Bayerisch Eisenstein, Drachselsried, Frauenau, Lindberg, Zwiesel	19.456	18.785	- 3,4
Marktgebiet gesamt		64.390	62.332	- 3,2

Quelle: eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Das Kaufkraftniveau der Stadt Regen liegt zwar mit 96,4 % etwas unter dem Bundesdurchschnitt von 100, aber im regionalen Kontext weist die Stadt Regen ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf. Während der Landkreis insgesamt ein Kaufkraftniveau von 92,3 erreicht und die Nachbarstadt Zwiesel einen Wert von 92,5, lässt sich für die Stadt Regen ein höherer Wert ausmachen. Insgesamt beträgt die pro Kopf Kaufkraft für den Einzelhandel in der Stadt Regen 6.485 €. Im Landkreis Regen liegt dieser Wert nur bei 6.209 €. Dies führt dazu, dass die Einwohner der Stadt Regen 24,9 % aller Einwohner im Einzugsgebiet der Stadt Regen ausmachen, aber 25,7 % der gesamten Kaufkraft aller Einwohner im Einzugsgebiet von insgesamt 273,4 Mio. € auf sich vereinen. Nach Angaben der GfK generiert der Regener Einzelhandel einen Umsatz von 103,3 Mio. €.

Tabelle 3: Kaufkraft im Einzugs- und Marktgebiet der Stadt Regen

	Zone I	Zone II	Zone I+II	Zone III	Zone I+II+III	EB
Lebensmittel (inkl. Getränke, Bäcker, Metzger)	26,1	23,6	49,7	51,7	101,4	43,3
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	3,8	3,5	7,3	7,6	14,9	6,4
Apotheken	6,1	5,5	11,7	12,2	23,9	10,2
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	1,0	0,9	1,9	2,0	3,8	1,6
Blumen	0,7	0,7	1,4	1,4	2,8	1,2
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	0,6	0,5	1,1	1,2	2,3	1,0
Bekleidung/Wäsche	6,0	5,4	11,4	11,8	23,2	9,9
Schuhe (ohne Sportschuhe)	1,1	1,0	2,1	2,2	4,3	1,8
Lederwaren	0,3	0,2	0,5	0,5	1,1	0,4
Sport/Campingartikel	1,1	1,0	2,1	2,2	4,3	1,8
Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	1,1	1,0	2,2	2,3	4,4	1,9
Papier-, Büro-, Schreibwaren	1,0	0,9	1,9	2,0	3,9	1,7
Spielwaren, Kinder- und Babyartikel, Hobby	1,1	1,0	2,0	2,1	4,2	1,8
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	4,0	3,6	7,6	7,9	15,4	6,6
GPK, Haushaltswaren, Geschenkartikel	0,7	0,6	1,3	1,3	2,6	1,1
Haus, Tisch-, Bettwäsche	0,3	0,2	0,5	0,5	1,0	0,4
Heimtextilien, Gardinen	0,3	0,2	0,5	0,5	1,0	0,4
Bettwaren	0,5	0,5	1,0	1,0	2,0	0,8
Lampen und Leuchten	0,5	0,4	0,9	0,9	1,8	0,7
Elektrogeräte	1,2	1,1	2,3	2,4	4,7	2,0
Unterhaltungselektronik., Computer, Telekom.	4,0	3,6	7,6	7,9	15,5	6,6
Foto und Optik	1,1	1,0	2,1	2,2	4,3	1,8
Uhren/Schmuck	0,8	0,8	1,6	1,7	3,3	1,4
Bau- und Heimwerkerbedarf	3,0	2,7	5,7	5,9	11,6	4,9
Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche	0,9	0,8	1,7	1,8	3,5	1,5
Pflanzen, Gartenbedarf	1,5	1,3	2,8	3,0	5,8	2,5
Fahrräder, Fahrradzubehör	0,4	0,4	0,8	0,9	1,7	0,7
Autozubehör	0,6	0,5	1,1	1,1	2,2	0,9
Sonstiger Einzelhandel	0,7	0,6	1,3	1,3	2,6	1,1
Summe	70,4	63,5	133,9	139,5	273,4	116,6

Quelle: eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

D Mikrostandort Stadt Regen

D 1 Räumliche und planungsrechtliche Ausgangslage

Die Eignung von Flächen für eine Einzelhandelsnutzung bestimmt sich zunächst aus den erforderlichen topographischen Voraussetzungen sowie den lage- und erreichbarkeitsbezogenen Gegebenheiten. Dementsprechend weisen relativ ebene Flächen im örtlichen Siedlungszusammenhang, die an überörtlich relevanten Verkehrswegen liegen marktseitig die besten Voraussetzungen für eine Einzelhandelsnutzung auf.

Abbildung 14: Übersicht zum Hauptort der Stadt Regen



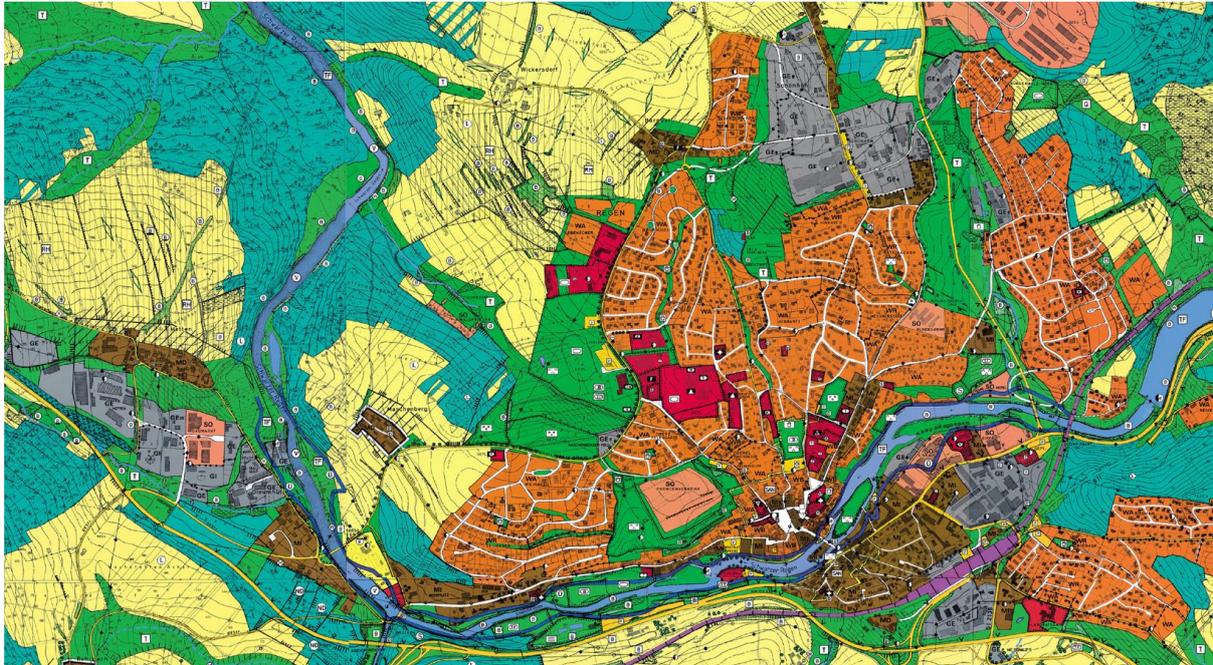
Quelle: Bayernatlas.

iq-Projektgesellschaft

Bereits die topographischen Bedingungen sind dafür verantwortlich, dass die Stadt Regen am Hauptort nur über wenige Eignungsflächen verfügt, die für eine großflächige Einzelhandelsnutzung neu entwickelt werden könnten. Lediglich nördlich des Regen sind topographisch geeignete und noch unbebaute Flächen im Bereich des Gewerbegebietes Schönhöh vorzufinden, die auch über die erforderliche Zuordnung zu einer überörtlich relevanten Verkehrsachse verfügen. Südlich des Regen finden sich in geeigneter Zuordnung zur B85 als der überörtlich bedeutenden Verkehrsachse keine noch unbebauten Flächen für eine großflächige Einzelhandelsnutzung.

Die funktionale Grundstruktur am Hauptort der Stadt Regen sowie die kommunalen Entwicklungsvorstellungen zur weiteren städtebaulichen und funktionalen Entwicklung des Hauptortes dokumentiert der Flächennutzungsplan.

Abbildung 15: Flächennutzungsplan der Stadt Regen (Ausschnitt)



Quelle: Stadt Regen.

iq-Projektgesellschaft

Der weit überwiegende Teil der Wohnbauflächen befindet sich in der Stadt Regen ebenso wie die Flächen für Verwaltungseinrichtungen-, Freizeit- und Bildungsinfrastruktur und auf der nördlichen Seite des Regen. Dagegen sind die Mischgebiete, die üblicherweise die gewachsenen Versorgungszentren markieren, zu einem großen Teil südlich des Regen vorzufinden. Speziell im Umfeld des Stadtplatzes weisen die Mischgebiete nur eine sehr geringe räumliche Ausdehnung auf. Mischgebiete haben sich in Regen entlang der historisch relevanten Hauptverkehrswege ausgebreitet. Sie befinden sich entlang der heutigen Deggendorfer Straße Richtung Westen sowie auf der südlichen Seite des Regen entlang der heutigen Bahnhofstraße und Zwieseler Straße Richtung Osten. Heute reicht das Mischgebiet auf der südlichen Seite des Regen bis zur Bahnlinie. Betrachtet man aber die tatsächliche Nutzung innerhalb dieses Mischgebietes, so zeigt sich, dass nach wie vor nur entlang der Bahnhofstraße eine tatsächliche Mischnutzung vorliegt. Auf den weiter südlich gelegenen Flächen dominiert dagegen die Wohnnutzung.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass sich Handel mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion historisch direkt am Stadtplatz sowie im Bereich des Moizerlitzplatzes und entlang der Bahnhofstraße entwickelt hat. Dieses gewachsene Versorgungszentrum, wies bereits historisch eine langgestreckte Grundstruktur auf und wurde später nach Osten weiterentwickelt.

Planungsrechtlich sind Einzelhandelsnutzungen unterhalb der Großflächigkeit – sofern sie in ihrer Versorgungsfunktion über das umliegende Gebiet hinausreichen – in Mischgebieten und Gewerbegebieten zulässig. Für großflächige Handelsnutzungen müssen entsprechende Sondergebiete ausgewiesen sein. In der Stadt Regen finden sich Mischgebiete – wie zum Teil schon angesprochen – nördlich des Regen im direkten Umfeld des Stadtplatzes, entlang der Bodenmaier Straße bis auf Höhe der Bürgerholzstraße bzw. Adalbert-Stifter-Straße sowie entlang der Deggendorfer Straße. Südlich des Regen sind umfangreiche Flächen als Mischgebiete entlang der Ruselstraße und der Bahnhofstraße bis zu den Bahngleisen sowie entlang der Zwieseler Straße ausgewiesen. Darüber hinaus finden sich verkehrsgünstig gelegene Mischgebiete entlang der Rinchnacher Straße, im Bereich Peschlhof sowie südlich des Gewerbegebietes Schönhöh. Gewerbegebiete, die für eine Einzelhandelsnutzung aufgrund ihrer Lage und Erreichbarkeit besonders geeignet sind, befinden sich im Bereich Schönhöh und Metten sowie an der Molkereistraße und an der Rodenstockstraße.

Neben diesen Arealen, die auf Grund der festgesetzten Art der Nutzung als Standorte für Einzelhandelsbetriebe unterhalb der Großflächigkeit in Frage kommen sind weitere Areale als Standorte ausgewiesen, die auch für großflächigen Einzelhandel zulässig ist.

- Das Areal Bahnhofstraße 1 bis Bahnhofstraße 7 ist als Kerngebiet ausgewiesen. In diesem Gebietstyp ist großflächiger Einzelhandel zulässig.
- Entlang der Zwieseler Straße wurde im Jahr 1990 der Bebauungsplan Bahnhofstraße II aufgestellt, der zwei Sondergebiete für Einzelhandel zur Errichtung eines Einkaufszentrums (Sondergebiet I) sowie großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Sondergebiet II) vorsieht und weitere Flächen als Mischgebiet und Gewerbegebiet festsetzt, in denen weiterer Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit nicht ausgeschlossen wird. Der Bebauungsplan legt in den Sondergebieten keine sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen fest und auch die gesamte Verkaufsfläche ist nicht durch einen konkreten Wert begrenzt. Regelungen zur Art oder zum Umfang eines ergänzenden Dienstleistungsbesatzes existieren ebenfalls nicht.
- Im Jahr 1997 wurde das Sondergebiet II des Bebauungsplans Bahnhofstraße II an der Zwieseler Straße weitergeführt. Hierfür wurde ein weiteres Sondergebiet für klein- und großflächigen Handel, Ausstellung und Gastronomie festgesetzt. Die Gesamtverkaufsfläche ist auf maximal 3.000 m² festgesetzt. Darüber hinaus existieren folgende sortimentsbezogenen Obergrenzen:
 - Nahrungs- und Genussmittel: 1.000 m²
(einschließlich des branchenüblichen non-food-Anteils und eines Getränkemarktes)
 - Textilien: 2.000 m²
 - zentrenrelevante Sortimente: jeweils 300 m²

- Im Jahr 2004 hat die Kommune den Bebauungsplan „Äußeren Bahnhofstraße“ beschlossen. Dieser umfasst ein Sondergebiet Einzelhandel (Lebensmittel-SB-Markt) sowie ein Mischgebiet, in dem ebenfalls Einzelhandel zulässig ist. Die zentrengenerierende Eigenschaft, über die Lebensmittelmärkte grundsätzlich verfügen, ist nicht weiter eingeschränkt. Eine Anreicherung des Standortumfeldes mit weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben ist möglich, da die nördlich und südlich anschließenden Flächen ebenfalls als Mischgebiet bzw. als Gewerbegebiet festgesetzt sind. Innerhalb des Sondergebietes wurde die Gesamtverkaufsfläche auf 1.600 m² begrenzt, wovon maximal 1.200 m² Verkaufsfläche für Lebensmittel und maximal 400 m² Verkaufsfläche für non-food-Artikel als weitere Obergrenzen festgesetzt sind.

- Im Jahr 2012 hat die Stadt Regen ein weiteres Sondergebiet für Einzelhandel beschlossen. Es befindet sich gegenüber dem bestehenden Einkaufspark, auf einer Teilfläche des Rodenstock-Geländes. Mit einem verglasten Übergang über die Zwieseler Straße soll eines der neuen Gebäude direkt an das Kaufhaus Bauer bzw. an den bestehenden Einkaufspark angebunden werden. Neben Verkaufsflächen in Einzelhandelsbetrieben sind auch Flächen für Gastronomie und Dienstleistungen zulässig. Die maximal mögliche Verkaufsfläche beträgt 12.750 m² und es sind folgende sortimentspezifischen Obergrenzen festgelegt:
 - Textilien: 2.400 m²
 - Drogerie: 1.650 m²
 - Schuhe: 450 m²
 - Bau- und Heimwerkerbedarf: 3600
 - Gartenbedarf: 2.400 m²
 - Freiflächen Baumarkt und Gartencenter: 800 m²
 - Zudem ist eine sortimentsbezogen unspezifische Obergrenze für diverse Warengruppen von 1.350 m² festgesetzt.

Auf dem Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel auf dem Rodenstock-Gelände wurde bisher keine Neubebauung realisiert und es sind dort bisher auch keine Handelsnutzungen vorhanden.

Insgesamt zeigt sich, dass in der Stadt Regen zwar aufgrund der topographischen Situation kaum geeignete Flächen für die Neuausweisung von Handelsnutzungen vorhanden sind, allerdings liegt ein sehr umfangreiches Innenentwicklungspotenzial in bestehenden Gewerbe- und Mischgebieten vor, das planungsrechtlich auch schon für umfangreiche Neuansiedlungen gesichert ist. Eine besondere Schwierigkeit für die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung stellt die planungsrechtliche Ausgangssituation im Sondergebiet Bahnhofstra-

ße II dar. Es fehlen Regelungen zur Verkaufsflächenobergrenze insgesamt sowie zu den sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen. Zudem sind keine Regelungen zum ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz vorhanden. Somit existiert letztlich kein planungsrechtlich gesetzter Entwicklungsrahmen zur Versorgungsfunktion dieses Areals. Grundsätzlicher Regelungsbedarf besteht hier aber nicht nur im örtlichen Kontext, sondern der Bebauungsplan ist auch nicht mehr konform zu den Bestimmungen des aktuellen Landesentwicklungsprogramms und sollte entsprechend angepasst werden.

D 2 Einzelhandelsbesatz in der Stadt Regen

Der gesamte Hauptort der Stadt Regen wurde Ende des Jahres 2016 abgegangen und der dort vorhandene Einzelhandel im Rahmen einer Vor-Ort Erhebung nach Art und Größe erfasst. Diese Bestandserfassung liefert die Grundlage für die Abgrenzung und Charakterisierung der unterschiedlichen Handelslagen. Hierfür wurden ergänzend zum Einzelhandel auch weitere Dienstleister aufgenommen und der handelsbezogene Leerstand erfasst. Die Erfassungseinheit ist das „Ladenlokal“. So sind Flächen des Kaufhauses Bauer, die sich im Einkaufspark befinden dem Kaufhaus Bauer zugerechnet. Räumlich separate Ladeneinheiten des Kaufhauses Bauer im Einkaufspark (z.B. Bauer Sportwelt, ...) sind als eigenständige Einheiten erfasst.

Am Hauptort der Stadt Regen wurden insgesamt 114 betriebliche Einheiten des stationären Einzelhandels mit insgesamt ca. 41.200 m² Verkaufsfläche identifiziert. Gegenüber der Bestandserfassung im Jahr 2009 zeigt sich somit eine ähnliche Größenordnung für die Verkaufsfläche. Zu den flächenbezogen größten Einheiten mit deutlich über 1.000 m² Verkaufsfläche zählen die Unternehmen Schiller Holz, Hagebaumarkt, Kaufhaus Bauer, Edeka Center, Möbel Geiger, König Bauzentrum, Rewe und Expert. Allein diese acht Betriebe verfügen über knapp 52 % der in Regen vorhandenen Verkaufsfläche. Zählt man den Einkaufspark Regen mit seinen ca. 6.800 m² Verkaufsfläche (inkl. EDEKA) als eine Einheit, dann steigt der Anteil, den diese acht größten Einheiten an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Regen ausmachen, auf 62 %. Hieraus wird bereits die, für das Einzelhandelsangebot der Stadt Regen typische, starke Konzentration des gesamten Angebotes auf vergleichsweise wenige Einheiten deutlich.

Im Lebensmitteleinzelhandel sind alle, für eine Stadt dieser Größe gängigen Filialisten ansässig und auch im Bereich der Fachmärkte finden sich die zu erwartenden Filialisten wie dm, Fressnapf, kik, Takko und NKD, wenngleich das Angebot hier nicht vollständig ist. Unter anderem fehlen beispielsweise Anbieter wie Müller, Vögele, Ernesting's family, AWG oder Mister+Lady. Daneben verfügt die Stadt Regen aber auch über ein Angebot im gehobenen Qualitäts- und Preisniveau im Bereich Bekleidung sowie Schuhe und Sport, das durch den Einkaufspark sowie das Kaufhaus Bauer vorgehalten wird.

Tabelle 4: Einzelhandelsbesatz in der Stadt Regen

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²	Anteil an der Gesamtverkaufs- fläche in %
Aktionsware/Multisortiment	1.100	2,7
Bekleidung, Baby- und Kinderbekleidung, Sportbekleidung	6.096	14,8
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	299	0,7
Geschenkartikel/Kunstgewerbe	984	2,4
GPK, Bestecke, Töpfe	262	0,6
Heimtextilien	574	1,4
medizinische und orthopädische Artikel	270	0,7
Optik, Akustik, Fotoartikel	475	1,2
Parfümeriewaren	109	0,3
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	519	1,3
Schuhe und Lederwaren	1418	3,4
Spielwaren	261	0,6
Sportartikel	136	0,3
Telekommunikationsartikel	236	0,6
Uhren, Schmuck	224	0,5
Summe der innenstadtrelevanten Sortimente	12.962	31,5
Apotheke	210	0,5
Drogerie	1.359	3,3
Nahrungs- und Genussmittel	8.404	20,4
Tiernahrung	924	2,2
Summe der nahversorgungsrelevanten Sortimente	10.897	26,5
baumarktspezifisches Sortiment	10.052	24,4
Blumen, Topfpflanzen	219	0,5
Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte, Leuchten	909	2,2
Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie	603	1,5
Gartenartikel, Gartengeräte	280	0,7
Gartenpflanzen	656	1,6
Kfz Zubehör	377	0,9
Möbel, Küchen, Matratzen	3.383	8,2
Sonstige Waren	341	0,8
Teppiche, Wand-, Bodenbeläge	455	1,1
Summe der nicht-innenstadtrelevanten Sortimente	17.274	42,0
gesamt	41.133	100,0

Quelle: eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Mit einer Verkaufsflächendichte von 3,79 m² Verkaufsfläche je Einwohner weist die Stadt Regen einen – selbst für ein Mittelzentrum – überdurchschnittlichen Wert auf. Selbst wenn der Betrieb Holz Schiller nicht als Einzelhandel gewertet wird, ergibt sich mit 3,33 m² Verkaufsfläche je Einwohner ein weiterhin überdurchschnittlicher Wert. Gleiches gilt auch für die Verkaufsflächendichte im Lebensmitteleinzelhandel und auch im Bereich Bekleidung. Mit einer Verkaufsflächendichte von 0,77 m² je Einwohner im Lebensmitteleinzelhandel bewegt sich die Stadt Regen ebenso deutlich über dem Bundesdurchschnitt (0,4 m² Verkaufsfläche je Einwohner) wie im Bereich Bekleidung mit 0,56 m² Verkaufsfläche je Einwohner (Bundesdurchschnitt: 0,21 m² Verkaufsfläche je Einwohner).

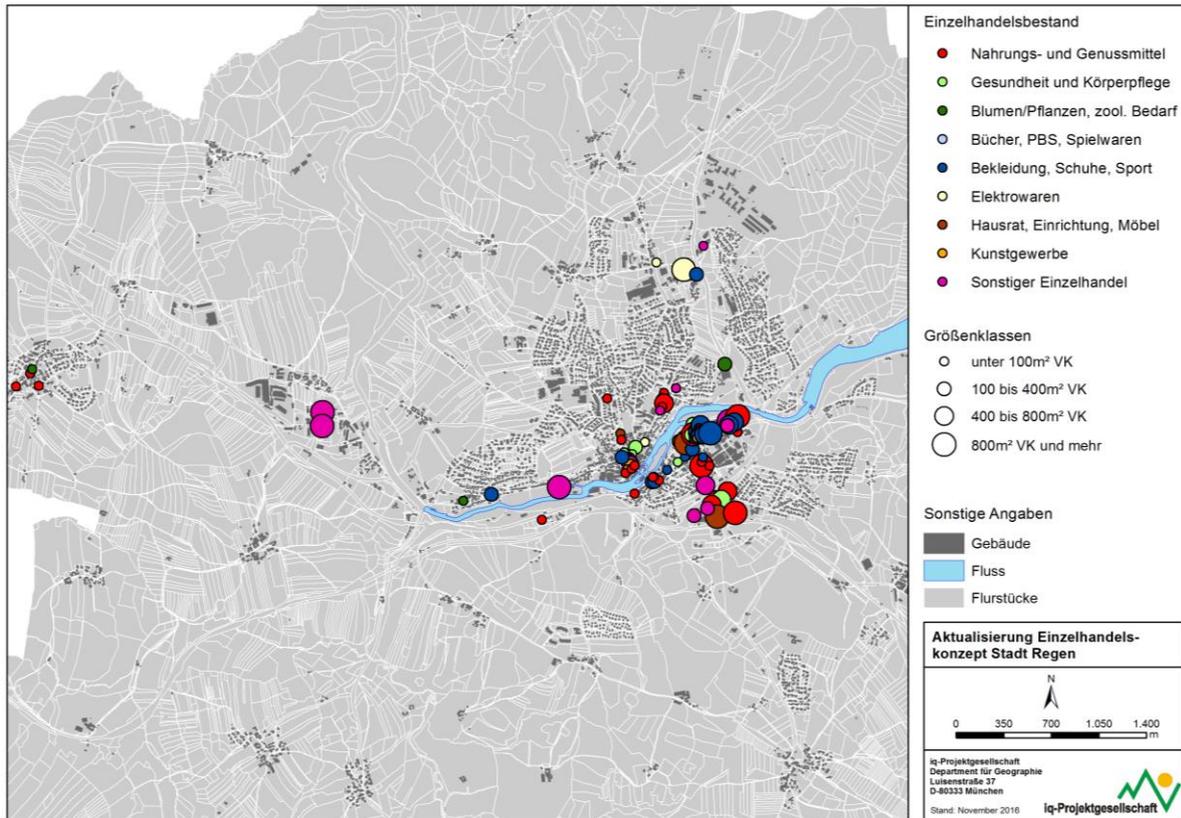
Insgesamt entspricht das Angebot in Regen der Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum, die sie sich allerdings mit der Stadt Zwiesel teilt. Vor diesem Hintergrund ist relevant, ob eine Spezialisierung im Warenangebot der beiden Städte auszumachen ist, oder ob eher ein Gleichgewicht in der Einzelhandelsausstattung vorliegt. Bezogen auf die absoluten Größen ist für die Stadt Zwiesel ein deutlich höherer Besitz im Lebensmitteleinzelhandel auszumachen. Ursächlich hierfür ist in erster Linie die Betriebsform SB-Warenhaus, die in Zwiesel mit dem Anbieter real vorhanden ist sowie einer höheren Anzahl an LM-Discountern. Auch im Bereich der Drogeriewaren bzw. Gesundheit und Körperpflege verfügt die Stadt Zwiesel über das umfangreichere Angebot, wofür zum einen der umfangreichere Besitz mit Lebensmittelmärkten verantwortlich ist, zum anderen der mittlerweile aber nicht mehr vorhandene Anbieter Müller, der in Regen nicht ansässig ist. Dagegen zeigt sich für die Stadt Regen eine umfangreichere Verkaufsflächenausstattung in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel und Möbel. In der Gesamtausstattung liegen beide Städte annähernd gleichauf, wenn man den Betrieb Holz Schiller nicht als stationären Einzelhandel, sondern als Großhandel wertet.

Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsbestandes innerhalb der Stadt Regen zeigt unterschiedliche räumliche Schwerpunkte. Zu den Standorten mit einer hohen Dichte an Einzelhandelsnutzung, die als eigenständige Standortbereiche entwickelt sind, zählen:

- die Innenstadt als historisch gewachsene Handelslage um den Stadtplatz (Stadtplatz, Kirchplatz, Am Platzl, Am Sand) und den Moizerlitzplatz,
- das Einkaufszentrum an der Zwieseler Straße bestehend aus dem Kaufhaus Bauer zusammen mit dem Einkaufspark Regen,
- das Fachmarktzentrum an der Zwieseler Straße sowie
- die Handelsagglomeration im Gewerbegebiet Molkereistraße (Molkereistraße, Rinchnacher Straße).

Darüber hinaus sind weitere großflächige Einzelhandelsbetriebe in den Gewerbegebieten Metten und Schönhöh sowie an der Deggendorfer Straße (Schiller Holz) und an der Bahnhofstraße (Rewe) verortet.

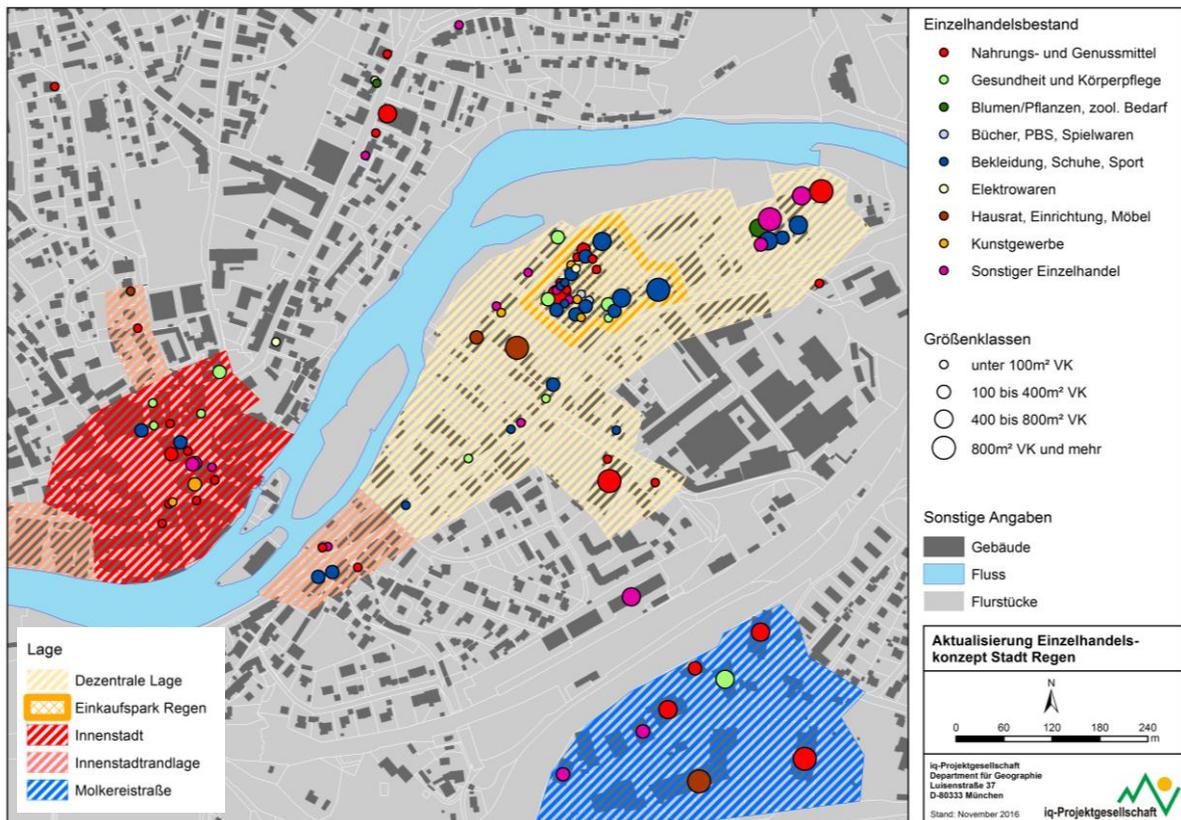
Karte 1: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe innerhalb der Stadt Regen



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Karte 2: Handelslagen innerhalb der Stadt Regen



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

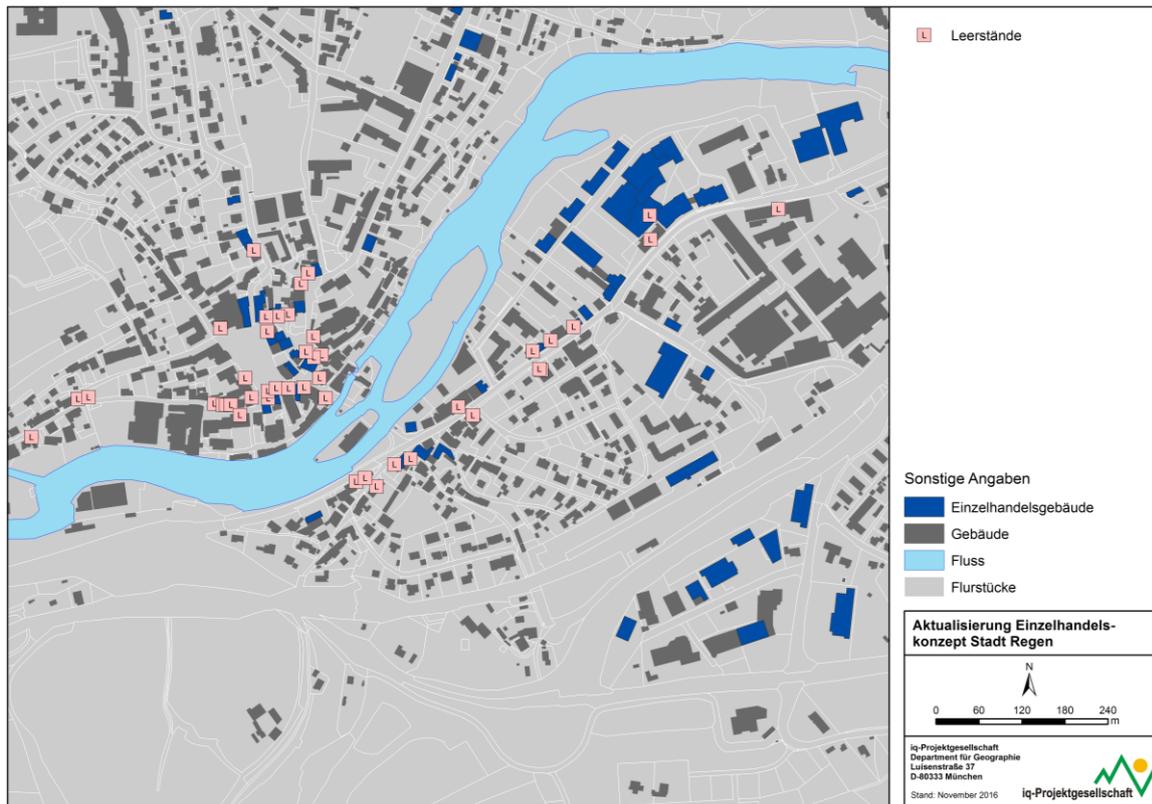
Für analytische Zwecke wird die räumliche Verteilung des Handelsbesatzes nach siedlungsräumlichen Handelslagen differenziert. Unterschieden werden:

- die Innenstadt als siedlungsräumlich zentrale Handelslage, bestehend aus einem Innenstadtkern um den Stadtplatz sowie dem Innenstadtrand, der die direkt anschließenden historisch bestimmten Mischgebiete umfasst,
- die siedlungsräumlich dezentrale Handelslage, die an der historisch gewachsenen Innenstadt anschließt und am Hauptort der Stadt Regen bis an den Ortsrand reicht,
- die gewerblich geprägte Handelslage „Gewerbegebiet Molkereistraße“ sowie
- die Streulage, in die alle anderen Standorte ohne räumliche Agglomeration von Handelsbetrieben fallen. Hierzu zählen auch die Gewerbegebiete Schönhöh und Metten.

Die Vitalität der einzelnen Handelslagen zeigt sich unter anderem an der Leerstandsituation. Diese ist im Einzelhandelsgutachten aus dem Jahr 2009 hinsichtlich ihrer quantitativen Größenordnung zwar insgesamt noch als „nicht unüblich“ eingestuft, aber auch damals wurde schon die räumliche Konzentration auf das Umfeld des Stadtplatzes als problematisch angesehen. Diese Konzentration des Leerstandes auf die Innenstadt hat sich weiter verstärkt und der Leerstand betrifft fast ausschließlich die Mischgebietszonen der historisch gewachsenen Innenstadtlage. Dagegen sind in dezentraler Lage sowie am Standort Gewerbegebiet Molkereistraße kaum einzelhandelsbezogene Leerstände auszumachen. Es zeigt sich hier, dass die neu entwickelten Handelsagglomerationen in dezentraler Lage und im Gewerbegebiet Molkereistraße im örtlichen Standortwettbewerb gut aufgestellt sind. Dagegen hat in der Innenstadt keine grundlegende Revitalisierung des gewachsenen Bestandes stattgefunden.

In der Innenstadt sind heute keine neuen, frequenzgenerierenden Handelsformate vorhanden und die hohe Anzahl an Leerständen drückt die aktuell fehlende Wettbewerbsfähigkeit der Innenstadt für eine marktgetriebene Handelsentwicklung aus. Es wird deutlich, dass in der Innenstadt die Voraussetzungen für eine Revitalisierung aus sich heraus nicht gegeben sind und keine marktwirtschaftlich induzierte Revitalisierung der Handelsfunktion zu erwarten ist. Es fehlt dem Standort der Innenstadt die einzelhandelsbezogene Standortattraktivität, die im örtlichen Anbieterwettbewerb Standortvorteile insbesondere gegenüber der dezentralen Standortlage erwarten ließe. Dementsprechend konzentriert sich Ansiedlungsinteresse nahezu ausschließlich auf die dezentrale Standortlage sowie auf Standorte im direkten Umfeld von Lebensmittelmärkten.

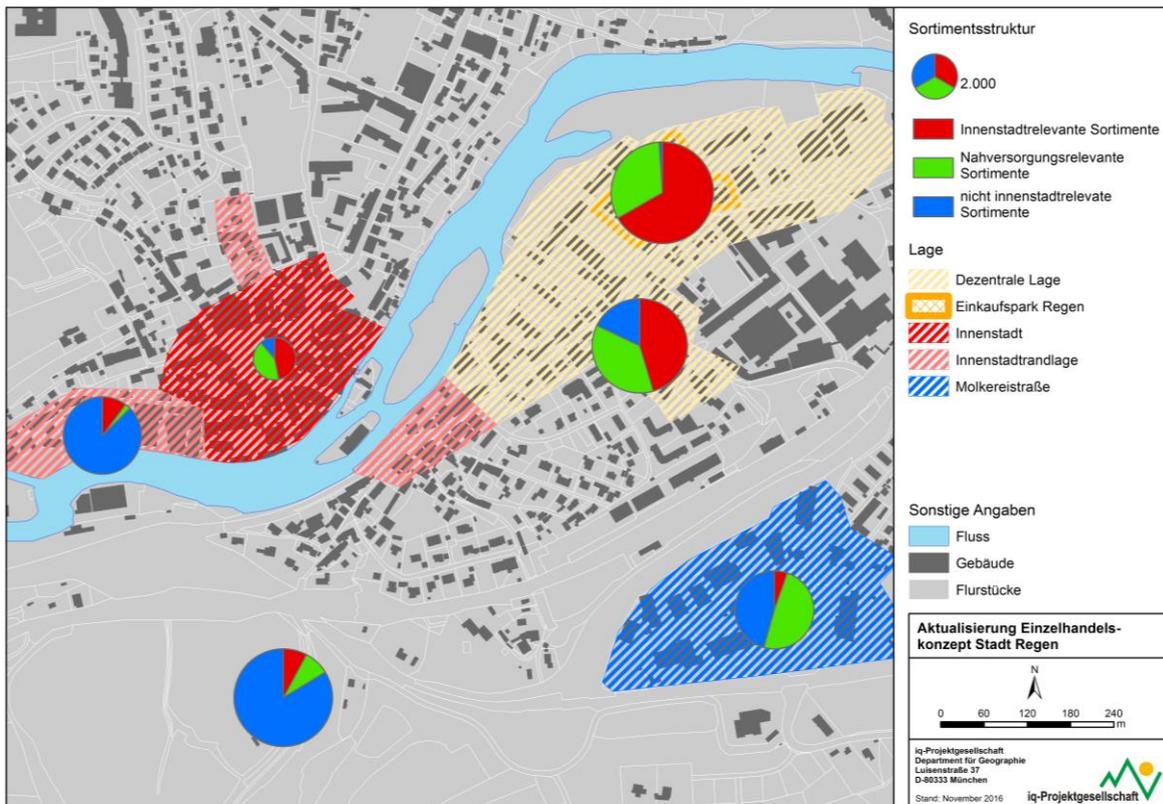
Karte 3: Leerstandsituation in den Handelslagen der Stadt Regen



Quelle: eigene Erhebung und eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Karte 4: Sortimentstyp des Verkaufsflächenbesatzes der Handelslagen der Stadt Regen



Quelle: eigene Erhebung und eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

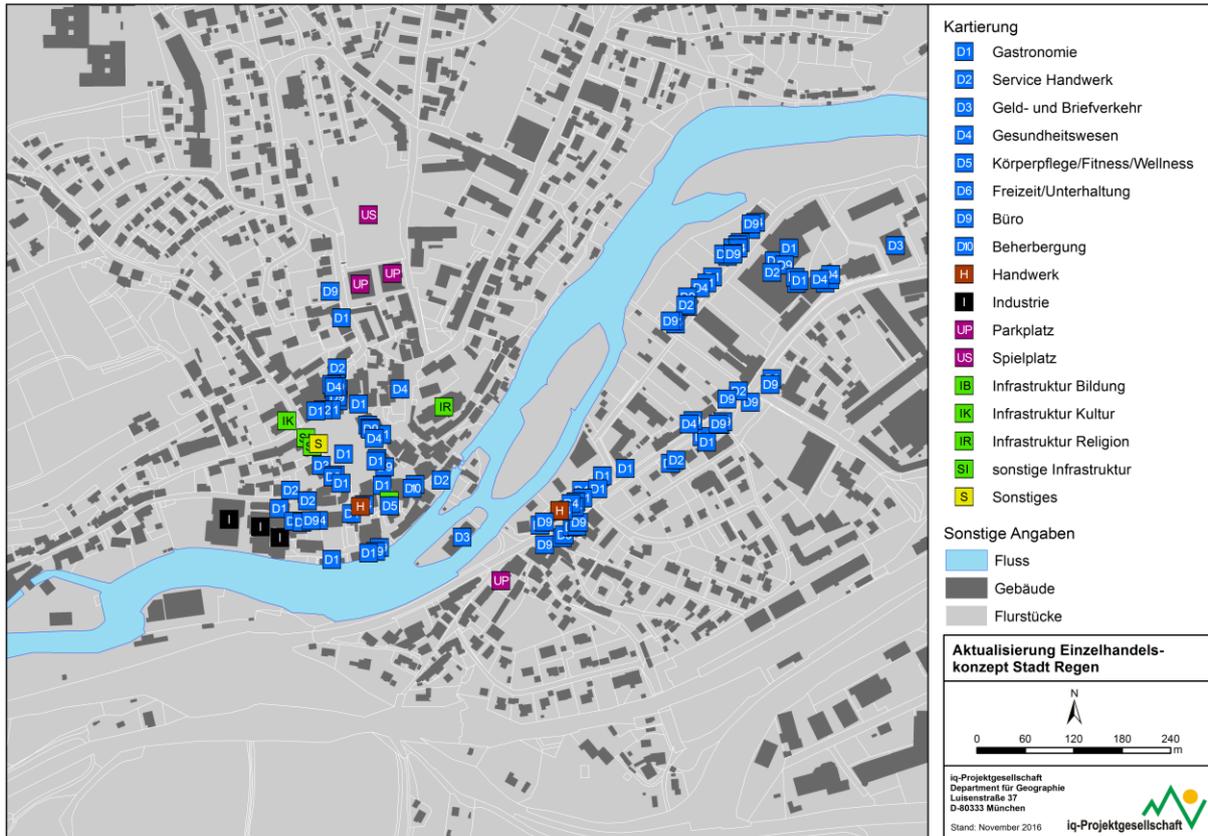
Betriebliche Einheiten des großflächigen Einzelhandels mit über 800 m² Verkaufsfläche sind in der Innenstadt nicht zu finden. Alle großflächigen Fachmärkte und zentrengenerierenden Einheiten sind außerhalb der Innenstadt platziert. Von einer betriebsformbezogenen funktionalen Differenzierung zwischen der Innenstadt und den dezentralen Standorten, die üblicherweise angestrebt wird, um dem Innenstadteinzelhandel eine wettbewerblich weitgehend unangetastete Entwicklungsperspektive zu bieten, kann in der Stadt Regen nicht gesprochen werden. Das Einkaufszentrum weist in hohem Umfang betriebliche Einheiten mit Verkaufsflächenzuschnitten unter 400 m² sowie auch unter 100 m² auf, die klassischerweise ebenfalls in der Innenstadt vorzufinden sind. Gerade Einheiten unter 100 m² Verkaufsfläche sind vor allem für eine von historischer Bausubstanz und kleinen Flächenzuschnitten geprägten Innenstadt besonders geeignet.

Die Versorgungsfunktion der einzelnen Standorte lässt keine Arbeitsteilung zwischen der Innenstadt und den dezentralen Standorten feststellen. Das Einkaufszentrum an der Zwieseler Straße (Einkaufspark zusammen mit dem Kaufhaus Bauer) wurde nicht als komplementäre Innenstadtergänzung konzipiert, sondern als Innenstadterweiterung – mit den entsprechenden Wettbewerbseffekten. Der Angebotsumfang im Einkaufszentrum übersteigt heute das Angebot der Innenstadt in allen Sortimentstypen bei Weitem und trägt die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Regen mittlerweile alleine. Dagegen fehlt der Innenstadt für eine adäquate Versorgungsfunktion und eine ausreichende Attraktivität für Shopping-Aktivitäten heute der erforderliche Angebotsumfang. Das gesamte Verkaufsflächenangebot der Innenstadt beläuft sich nur mehr auf ca. 1.700 m² wobei weniger als 50 % dieser an sich schon geringen Verkaufsfläche auf tatsächlich innenstadtrelevante Sortimente entfallen. Rechnet man die Flächen am Innenstadtrand hinzu, erreichen die innenstadtrelevanten Sortimente dennoch nur einen Angebotsumfang von knapp 1.400 m² Verkaufsfläche und damit weniger als 11 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in diesem Sortimentsbereich. So fungiert die Innenstadt heute handelsbezogen eher als Quartiersmitte denn als zentralörtlicher Versorgungsbereich.

Der Dienstleistungsbesatz außerhalb des Einzelhandels weist dagegen noch einen relativ geschlossenen Besatz sowohl innerhalb der Innenstadt als auch entlang des historisch gewachsenen Mischgebietes entlang der Bahnhofstraße bis zur Zwieseler Straße auf. Aber auch das Einkaufszentrum und sein direktes Umfeld entlang des Auwiesenweges verfügen über einen starken Dienstleistungsbesatz. Es zeigt sich, dass die hohe Angebotskonzentration des Einzelhandels im Bereich der Zwieseler Straße die sonstigen Dienstleistungen weniger betrifft und das gesamte Areal bestehend aus Innenstadt und Innenstadterweiterung funktional einen Versorgungsbereich darstellt. Allerdings darf dies nicht darüber hinwegtäuschen, dass die geringe Bedeutung der Handelsfunktion die multifunktionale Vielfalt und Dichte im Bereich Stadtplatz und Moizerlitzplatz entscheidend mindert. Dies hat entsprechend negativen Konsequenzen für die Frequentierung dieses Bereichs, der damit im örtli-

chen Standortwettbewerb nur eine geringe Standortattraktivität für künftige Nutzungen aus dem Bereich Handel oder Gastronomie besitzt.

Karte 5: Dienstleistungsbesatz der Handelslagen der Stadt Regen



Quelle: eigene Erhebung und eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Insgesamt wird deutlich, dass der gesamte Standortbereich, vom Stadtplatz über den Moizerlitzplatz entlang der Bahnhofstraße über den Einkaufspark und das Kaufhaus Bauer bis hin zum Fachmarktzentrum an der Zwieseler Straße bisher ohne differenzierte Steuerungsstrategie im Einzelhandel entwickelt wurde. Speziell das Einkaufszentrum an der Zwieseler Straße (Einkaufspark zusammen mit dem Kaufhaus Bauer) steht im Standortwettbewerb zur Innenstadt (Stadtplatz und Moizerlitzplatz) und fungiert hierbei funktional mehr als Innenstadtalternative denn als Innenstadterweiterung.

Nachfolgend ist die Ausgangslage der einzelnen Handelsstandorte knapp beschrieben und die wesentlichen Strukturdaten sind zusammengefasst.

Innenstadt

Anders als in Mittelzentren üblich, hat die Innenstadt der Stadt Regen nicht die funktionale Bedeutung als Stadtzentrum mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion im Handel. Hierfür sind sowohl der Angebotsumfang als auch das Angebotspektrum zu gering. Leerstand häuft sich in der Innenstadt und zeigt die geringe Standortattraktivität für Ansiedlungen im Einzel-

handel und damit ein fehlendes Revitalisierungspotenzial. Die Innenstadt nimmt heute die Versorgungsfunktion als Quartierszentrum für die Innenstadtbewohner wahr. Nur mehr außerhalb des Handels übernimmt sie noch Teile der Funktion eines Stadtzentrums. So verfügt die Innenstadt außerhalb des Handels über Besatz in den Bereichen öffentliche Verwaltung, private Dienstleistungen und Gastronomie und ist weiterhin multifunktional entwickelt. Der Einzelhandel hat dabei nach wie vor eine Leitfunktion in der Innenstadt inne, allerdings nicht mehr mit gesamtstädtischer Bedeutung. So ist der Handelsbesatz weiterhin für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt als Zentrum von entscheidender Bedeutung. Dies ist unabhängig davon, ob es sich nun um ein Quartierszentrum oder ein Stadtzentrum handelt.

Die stadträumliche Qualität, der Besatz mit Dienstleistungen und insbesondere der Besatz mit Gastronomie zusammen mit Besuchsanlässen, die durch die Verwaltungseinrichtungen und den Lebensmittelmarkt generiert werden, tragen mittlerweile die - wenn auch eingeschränkte - Funktionsfähigkeit des Standortes. Der öffentliche Raum ist hochwertig gestaltet und verfügt über eine hervorgehobene Aufenthaltsqualität. Der Standort wird für Veranstaltungen und einen Wochenmarkt genutzt und stellt nach wie vor das wahrnehmungsbezogene Identifikationszentrum der Stadt Regen dar.

Einkaufszentrum (Einkaufspark Regen und Kaufhaus Bauer)

Dieser Standortbereich übernimmt in der Stadt Regen in weiten Teilen die gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktion. Es ist der Standort mit dem größten Einzugsgebiet und das Warenangebot umfasst sowohl Waren des kurz- als auch des mittel- und langfristigen Bedarfs. Das Einzelhandelsangebot wird ergänzt durch personenorientierte Dienstleistungen, Gastronomie und sonstigen Dienstleistungen. Der Standort bietet Verweilmöglichkeiten innerhalb der Gebäude und entwickelt seine Aufenthaltsqualität durch entsprechenden Service weiter. Zudem finden im Einkaufspark auch immer wieder Veranstaltungen und Aktionen statt, die dem Standort auch den Charakter eines öffentlichen Raumes geben. Versorgungsfunktional und hinsichtlich seiner Frequentierung ist dieses Areal der dominierende Schwerpunkt innerhalb der Stadt Regen. Lagebezogen handelt es sich um einen dezentralen Standort, der zwar siedlungsräumlich integriert ist, aber ohne einen hohen Anteil an Wohnbevölkerung im zugeordneten, fußläufig erreichbaren Umfeld steht und eine vorwiegend autokundenorientierte Nachfrage aufweist.

Der Einkaufspark weist mittlerweile einen deutlichen Modernisierungs- und Revitalisierungsbedarf auf. Dies betrifft sowohl die räumliche Organisation und Gestaltung als auch die Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität. Einkaufszentren entwickeln vor dem Hintergrund des Internethandels gerade ihre Aufenthaltsqualität hochwertig weiter und sehen für diese Funktion entsprechend großzügig dimensionierte und hochwertig gestaltete Flächen vor. Diese Entwicklung hat der Einkaufspark bisher nicht nachvollzogen. Um im Wettbewerb bestehen zu können, ist eine entsprechende Weiterentwicklung erforderlich. Vollzieht sich diese analog

zur Branchenentwicklung, dann wird das Einkaufszentrum künftig verstärkt weitere Funktionen bedienen, die auch in der Innenstadt bedient werden. Allerdings sichert auch nur ein zeitgemäß aufgestelltes Einkaufszentrum die derzeit hohe Einzelhandelszentralität der Stadt Regen.

Fachmarktzentrum Zwieseler Straße

Dieser Standortbereich ist als Ergänzungsstandort zu werten, der discount-orientierte Fachmärkte aufnimmt. Er verfügt zwar über einen überörtlichen Einzugsbereich, ist aber nicht multifunktional entwickelt und bleibt ohne Verweilmöglichkeit und ohne Aufenthaltsqualität. Hinsichtlich seiner Lage und Versorgungsfunktion ist der Standort als autokundenorientierter, dezentraler Sonderstandort zu werten. Die Gestaltungsqualität ist sowohl hinsichtlich der Gebäude als auch hinsichtlich der Freiflächen als sehr einfach zu charakterisieren.

Insgesamt tritt der Standort zwar in seinem Besitz in Konkurrenz zur Innenstadt, zumal Anbieter vormals in der Innenstadt platziert waren, aber hinsichtlich Aufenthalts- und Verweilqualität ist der Standort komplementär zur Innenstadt entwickelt.

Gewerbegebiet Molkereistraße

Dieser Standortbereich verfügt über einen gesamtstädtischen und überörtlichen Einzugsbereich und ist einerseits als Grundversorgungsstandort mit Lebensmittel-, Getränke- und Drogeriemärkten konzipiert, andererseits ist auch ein Möbelhaus an diesem Standort ansässig. Lagebezogen handelt es sich um einen dezentralen Versorgungsstandort mit lediglich formal zugeordneter Wohnbevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich. Der Standort ist vorwiegend autokundenorientiert und die Standortattraktivität wird durch die Lage an der Bundesstraße bestimmt.

Standort Innenstadt und Innenstadtrand



Charakteristik

- 18 Handelsbetriebe in der Innenstadt und weitere 8 Handelsbetriebe am Innenstadtrand
- Edeka Oswald (kleiner Lebensmittelsupermarkt) und mehrere Lebensmittel-Spezialanbieter als frequenzgenerierender Handelsbesatz
- räumliche Verteilung der Handelsbetriebe konzentriert sich auf die östliche Seite des Stadtplatzes und die Bereiche Kirchplatz, Bachgasse, Am Sand und Am Platzl.
- insgesamt perforierter Besatz und keine funktionale Verknüpfung zum Standortbereich Moizerlitzplatz oder zum Handelsbesatz in der Bodenmaiser Straße
- ansprechende städtebauliche Gestaltung und hohe Aufenthaltsqualität am Stadtplatz
- zeitlich befristete Stellplätze direkt am Stadtplatz und Parkhaus mit kostenpflichtigen Stellplätzen in ca. 200 m Entfernung (unattraktive Anbindung) nördlich des Stadtplatzes
- 26 Leerstände/Teilleerstände (EG) im Standortbereich; Standortlage dünnt weiter aus (Sport & Spiel Stern), Anbieter verlagern an dezentrale Standorte (TEDI, Schuhe Huber)
- Dienstleistungsbesatz und Besatz mit zentralen Einrichtungen: Rathaus, Förderschule, Landwirtschaftsmuseum, Realschule und Polizeiinspektion

Tabelle 5: Verkaufsflächenausstattung am Standort Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche Innenstadt		Verkaufsfläche Innenstadt & Innenstadtrand	
	in m ²	in % von gesamt	in m ²	in % von gesamt
Aktionsware	0	0,0	0	0,0
Bekleidung, Baby-, Kinder- und Sportbekleid.	328	5,4	528	8,7
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	12	3,9	12	3,9
Geschenkartikel, Kunstgewerbe	117	11,9	117	11,9
GPK, Bestecke, Töpfe	0	0,1	0	0,1
Heimtextilien	40	7,0	81	14,1
medizinische und orthopädische Artikel	130	48,1	130	48,1
Optik, Akkustik, Fotoartikel	175	36,7	175	36,7
Parfümerie	0	0,0	0	0,0
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	5	1,0	5	1,0
Schuhe und Lederwaren	0	0,0	340	24,0
Spielwaren	0	0,0	0	0,0
Sportartikel	0	0,0	0	0,0
Telekommunikationsartikel	0	0,0	0	0,0
Uhren, Schmuck	0	0,0	0	0,0
innenstadtrelevante Sortimente	807	6,2	1.388	10,7
Apotheke	69	32,8	69	32,8
Drogerie	55	4,0	55	4,0
Lebensmittel	599	7,1	736	8,8
Tiernahrung	0	0,0	0	0,0
nahversorgungsrelevante Sortimente	723	6,6	860	7,9
baumarktspezifisches Sortiment	183	1,8	5.233	52,1
Blumen, Topfpflanzen	0	0,0	0	0,0
Elektrogroß- und Elektrokleingeräte, Leuchten	3	0,3	3	0,3
Unterhaltungselektronik und Informations- technologie	0	0,0	0	0,0
Gartenartikel, Gartengeräte	0	0,0	0	0,0
Gartenpflanzen	0	0,0	0	0,0
Kfz Zubehör	0	0,0	0	0,0
Möbel	0	0,0	0	0,0
Sonstige Ware	6	1,7	6	1,7
Teppiche, Wand-, Bodenbeläge	0	0,0	0	0,0
nicht innenstadtrelevante Sortimente	192	1,1	5.242	30,3
gesamt	1.721	4,2	7.489	18,2

Quelle: eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Standort Einkaufszentrum und Fachmarktzentrum (dezentrale Lage)



Ebene 6 Centermanagement

Ebene 5 Praxis Dr. med. Kronschnabl
Allgemein- und Sportm
Praxis Dr. med. Taubenhansl
Chirurgie und Unfallchir
Praxis Sepp Ernst
Physiotherapie und Krar

**Medizinisches Versorgungsze
Bayerischer Wald (MVZ)**

Ebene 4 Kaufhaus Bauer

Ebene 3 Café Lila
Unser Radio
TUI ReiseCenter
Herzblut
Der Pizzabäcker
Harry's Bar
Esprit men
Der Wohnladen
Apotheke
Geldautomat (Sparkasse) im Auß
Parfümerie Simone K.
Esprit Woman

Ebene 2 Bauer's Sportwelt
Schuh Huber
Handy Shop
Gina Laura
Street One
Cecil
Optik Paradies
dm Drogeriemarkt
NKD
Tabaiba
Der Juwelier
Tabakwaren Neumeler
Bücher Utz
Bäckerei Welter
Metzgerei Königsbauer
Bauer's Kinderwelt
Kinderspielzimmer
HUK Coburg im Außenbereich

Ebene 1 Markgrafen Getränkemarkt
Ökoshop
Herzlichst ... Geschenke
E - Center (Edeka)
Bäckerei Welter
Livello - mediterrane Spezialitäten
Top Hair



Charakteristik Einkaufszentrum

- Einkaufszentrum mit mäßiger Aufenthaltsqualität und Modernisierungsbedarf
- ergänzender Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz
- Arztpraxen und medizinisches Versorgungszentrum
- EDEKA und Drogeriemarkt dm als Frequenzbringer im Bereich des kurzfristigen Bedarfs
- Magnetbetriebe: Kaufhaus Bauer, Bauers Sportwelt, Bauers Kinderwelt, Huber Schuhe
- Marktauftritt des Verbrauchermarktes modernisierungsbedürftig
- Bausubstanz mit Gestaltungsbedarf
- ausschließliche Innenorientierung
- schlechte Verknüpfung mit anderen Handelslagen und dem umliegenden Stadtraum
- Entwicklungsoption Richtung Osten und Westen

Charakteristik Fachmarktzentrum

- Fachmarktzentrum mit Discount-Orientierung und Filialisten-Besatz
- Lebensmitteldiscounter LIDL als Frequenzbringer aus dem Bereich des kurzfristigen Bedarfs
- Magnetbetriebe: Deichmann, Takko, kik, Tedi
- Bausubstanz mit Gestaltungsbedarf
- schlechte Verknüpfung mit den anderen Handelslagen und dem umliegenden Stadtraum

Tabelle 6: Verkaufsflächenausstattung dezentrale Lage (Einkaufspark, Kaufhaus Bauer und Fachmarktzentrum an der Zwieseler Straße)

Sortiment	Verkaufsfläche in dezentraler Lage	
	in m ²	in % von gesamt
Aktionsware	1.100	100,0
Bekleidung, Baby-, Kinder- und Sportbekleidung	5.422	88,9
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	229	76,4
Geschenkartikel, Kunstgewerbe	555	56,5
GPK, Bestecke, Töpfe	236	90,2
Heimtextilien	404	70,4
medizinische und orthopädische Artikel	140	51,9
Optik, Akkustik, Fotoartikel	268	56,5
Parfümerie	109	100,0
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	413	79,7
Schuhe und Lederwaren	1.059	74,7
Spielwaren	235	89,9
Sportartikel	127	93,6
Telekommunikationsartikel	23	9,5
Uhren, Schmuck	222	99,2
innenstadtrelevante Sortimente	10.542	81,3
Apotheke	137	64,9
Drogerie	772	56,8
Lebensmittel	4.742	56,4
Tiernahrung	720	77,9
nahversorgungsrelevante Sortimente	6.371	58,5
baumarktspezifisches Sortiment	198	2,0
Blumen, Topfpflanzen	6	2,9
Elektrogroß- und Elektrokleingeräte, Leuchten	38	4,2
Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie	26	4,3
Gartenartikel, Gartengeräte	0	0,0
Gartenpflanzen	0	0,0
Kfz Zubehör	5	1,4
Möbel	928	27,4
Sonstige Ware	97	28,4
Teppiche, Wand-, Bodenbeläge	335	73,6
nicht innenstadtrelevante Sortimente	1.634	9,5
gesamt	18.547	45,1

Quelle: eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Standort Gewerbegebiet Molkereistraße/Rinchnacher StraßeCharakteristik

- acht Handelsbetriebe mit insgesamt 5.900 m² Verkaufsfläche
- drei Lebensmittelmärkte
- Aldi-Markt zeitgemäß dimensioniert und gegenüber dem Jahr 2009 vergrößert
- Norma-Markt und Netto-Markt modernisiert, aber nicht mehr zeitgemäß dimensioniert
- Drogeriemarkt Rossmann neu angesiedelt

Tabelle 7: Verkaufsflächenausstattung Molkereistraße/Rinchnacher Straße

Sortiment	Verkaufsfläche Molkereistraße/Rinchnacher Straße	
	in m ²	in % von gesamt
Aktionsware	0	0,0
Bekleidung, Baby-, Kinder- und Sportbekleidung	48	0,8
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	23	7,7
Geschenkartikel, Kunstgewerbe	23	2,3
GPK, Bestecke, Töpfe	0	0,0
Heimtextilien	47	8,1
medizinische und orthopädische Artikel	0	0,0
Optik, Akkustik, Fotoartikel	32	6,8
Parfümerie	0	0,0
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	100	19,3
Schuhe und Lederwaren	5	0,4
Spielwaren	27	10,1
Sportartikel	9	6,4
Telekommunikationsartikel	0	0,0
Uhren, Schmuck	2	0,8
innenstadtrelevante Sortimente	315	2,4
Apotheke	5	2,3
Drogerie	532	39,1
Lebensmittel	2.251	26,8
Tiernahrung	104	11,2
nahversorgungsrelevante Sortimente	2.891	26,5
baumarktspezifisches Sortiment	2	0,0
Blumen, Topfpflanzen	12	5,6
Elektrogroß- und Elektrokleingeräte, Leuchten	20	2,2
Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie	7	1,2
Gartenartikel, Gartengeräte	0	0,0
Gartenpflanzen	0	0,0
Kfz Zubehör	180	47,7
Möbel	2.350	69,5
Sonstige Ware	4	1,0
Teppiche, Wand-, Bodenbeläge	120	26,4
nicht innenstadtrelevante Sortimente	2.694	15,6
gesamt	5.900	14,3

Quelle: eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Tabelle 8: Verkaufsflächenausstattung in Streulage

Sortiment	Verkaufsfläche Innenstadt	
	in m ²	in % von gesamt
Aktionsware	0	0,0
Bekleidung, Baby-, Kinder- und Sportbekl.	98	1,6
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	36	12,0
Geschenkartikel, Kunstgewerbe	289	29,4
GPK, Bestecke, Töpfe	25	9,6
Heimtextilien	42	7,4
medizinische und orthopädische Artikel	0	0,0
Optik, Akkustik, Fotoartikel	0	0,0
Parfümerie	0	0,0
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	0	0,0
Schuhe und Lederwaren	14	1,0
Spielwaren	0	0,0
Sportartikel	0	0,0
Telekommunikationsartikel	214	90,5
Uhren, Schmuck	0	0,0
innenstadtrelevante Sortimente	718	5,5
Apotheke	0	0,0
Drogerie	0	0,0
Lebensmittel	675	8,0
Tiernahrung	100	10,8
nahversorgungsrelevante Sortimente	775	7,1
baumarktspezifisches Sortiment	4.619	46,0
Blumen, Topfpflanzen	200	91,5
Elektrogroß- und Elektrokleingeräte, Leuchten	848	93,3
Unterhaltungselektronik und Informationstechnologie	570	94,5
Gartenartikel, Gartengeräte	280	100,0
Gartenpflanzen	656	100,0
Kfz Zubehör	192	50,9
Möbel	105	3,1
Sonstige Ware	235	68,9
Teppiche, Wand-, Bodenbeläge	0	0,0
nicht innenstadtrelevante Sortimente	7.704	44,6
gesamt	9.197	22,4

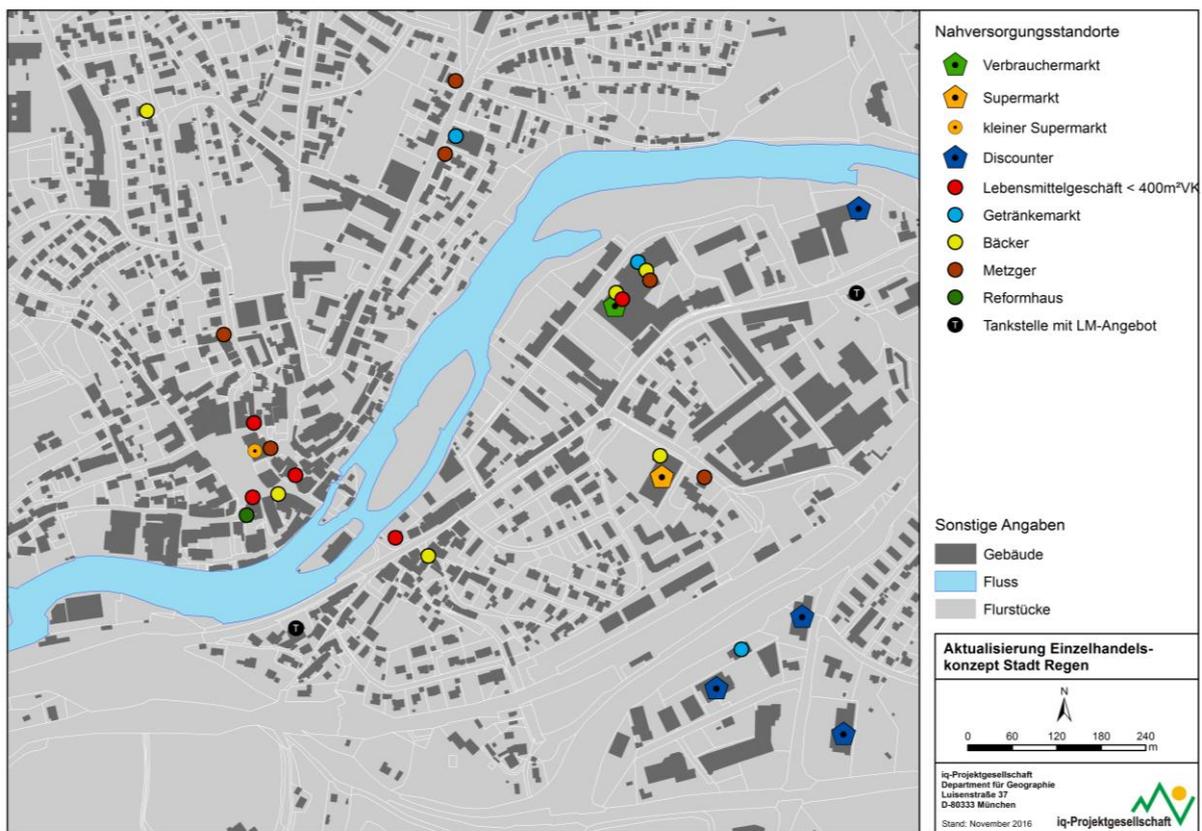
Quelle: eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

D 3 Lebensmitteleinzelhandel

Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels hat der Standort Innenstadt nur knapp 9 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche inne, aber mit dem Lebensmittelmarkt am Stadtplatz ein attraktives Versorgungsangebot für die Wohnbevölkerung der Innenstadt sowie für die Beschäftigten und die Besucher der Innenstadt. In Verbindung mit den weiteren Anbietern aus dem Lebensmittelbereich ist die Innenstadt im Sinne einer attraktiven Quartiersmitte entwickelt. Tragender Baustein hierfür ist der noch ansässige Lebensmittelmarkt, dessen Fortstand eine hohe Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des Stadtplatzes als Versorgungszentrum sowie als Treffpunkt und Aufenthaltsbereich besitzt.

Karte 6: Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Regen



Quelle: eigene Erhebung und eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Die Angebotsstandorte der großflächigen Lebensmittelmärkte befinden sich ausnahmslos in dezentraler oder autokundenorientierter Lage. Ihr Standortmuster ist insofern von besonderer Relevanz, als sie für Frequenz an einem Standort sorgen und diesen damit attraktiv für weitere Ansiedlungen im Umfeld machen. Diese zentregenerierende Eigenschaft der Lebensmittelmärkte ist für die Etablierung neuer Handelsstandorte oder die Revitalisierung überkommener Handelslagen von entscheidender Bedeutung.

Verbundstandorte mit einer standortbezogenen Kopplung der Betriebstypen Lebensmittel-Supermarkt und Lebensmittel-Discounter sind bisher nicht realisiert. Sowohl der EDEKA-

Verbrauchermarkt im Einkaufspark als auch der REWE-Lebensmittel-Supermarkt sind ohne begleitenden Discounter. Während der REWE-Markt gänzlich als Solitär entwickelt ist, ist der EDEKA-Verbrauchermarkt Bestandteil des Einkaufsparks und wird im Bereich der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs u.a. von einem dm Drogeriemarkt flankiert.

Die Märkte der Lebensmittel-Discounter sind ausnahmslos an autokundenorientierten Standorten am Stadtrand situiert. Während der Lidl-Markt als frequenz- und damit zentren-generierender Baustein des Fachmarktzentrums an der Zwieseler Straße fungiert, sind die Märkte der Anbieter Aldi, Norma und Netto mit jeweils eigener Zufahrt im Standortumfeld Molkereistraße angeordnet. Der Anbieter Netto bildet einen Standortverbund mit dem Drogeriemarkt ROSSMANN und der Anbieter Norma ist im Standortverbund mit einem Getränkemarkt angeordnet.

Die Standortattraktivität des Gewerbegebietes Molkereistraße setzt den Maßstab im örtlichen Standortwettbewerb für die Entwicklung eines weiteren Grundversorgungsstandortes. Allerdings sind von Seiten der üblichen Betreiber von Lebensmittelmärkten (ohne den Betriebstyp SB-Warenhaus) in der Region derzeit nur die Anbieter Penny und Kaufland nicht in Regen vertreten.

E Tragfähigkeitsanalyse

Für Kommunen stellt sich im Zuge der Einzelhandelsentwicklungs- und der dazugehörigen Bauleitplanung grundsätzlich die Frage, welche Anzahl an Handelsbetrieben vor Ort tragfähig ist bzw. welcher Umfang an Verkaufsfläche im Einzelhandel dauerhaft tragfähig ist. Dies soll einen Anhaltspunkt dafür liefern, in welchem Umfang Handelsflächen planungsrechtlich geschaffen werden sollen. Es darf dabei aber nicht außer Acht gelassen werden, dass ein marktwirtschaftliches Wettbewerbsumfeld vorliegt und „Weiter- oder auch Überentwicklung“ zusammen mit örtlicher Umsatzumverteilung sowie ggf. Verdrängung zum Wesen einer funktionierenden Marktwirtschaft gehören.

Welcher Umfang an Verkaufsfläche in der Stadt Regen zumindest rechnerisch tragfähig ist, hängt davon ab, welcher Anteil der einzelhandelsbezogenen Kaufkraft der Bevölkerung im Marktgebiet der Stadt Regen (Kaufkraft- bzw. Marktvolumen) durch den hier ansässigen Einzelhandel gebunden werden kann (Bindungsquote bzw. Marktanteil). Dabei beeinflussen sich beide Größen wechselseitig. Dies liegt daran, dass sowohl die räumliche Ausdehnung des Marktgebietes als auch die Bindungsquote davon abhängig sind, welche Anziehungskraft der Regener Einzelhandel im Verhältnis zum Einzelhandel in anderen Städten auf die Bevölkerung im Einzugsgebiet ausübt. Im Fall der Stadt Regen greifen insbesondere die Städte Deggendorf und Zwiesel mit ihrem Einzelhandelsangebot auf ein Einzugsgebiet zu, das auch die Stadt Regen als ihr Marktgebiet auffasst. Im Wettbewerb um Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet gilt der Grundsatz, dass die Kaufkraftbindung mit zunehmender Einzelhandelsausstattung und damit zunehmender Attraktivität als Einkaufsstandort steigt und mit zunehmender Entfernung bzw. steigendem Aufwand, den Standort zu erreichen abnimmt. Setzt man diese Größen bezogen auf alle relevanten Angebotsstandorte für alle Nachfrageorte in einer Modellrechnung in Beziehung, lassen sich die entsprechenden Kaufkraftströme modellieren.

Die Intensität, mit der Kaufkraft aus dem Marktgebiet durch den Einzelhandel der Stadt Regen gebunden werden kann, ändert sich allerdings im Laufe der Zeit. Dies wird mit Blick auf die Einzelhandelszentralität deutlich. Je höher dieser Wert ausfällt, umso stärker ist die Ausschöpfung der Kaufkraft aus dem Marktgebiet. Im Laufe der letzten Jahre konnte die Stadt Regen eine steigende Einzelhandelszentralität verbuchen, was eine zunehmende Anziehungskraft auf die Kaufkraft im Marktgebiet widerspiegelt. Auch die Bestimmung von Kaufkraftströmen bleibt letztlich eine Momentaufnahme und kann sich insofern wieder ändern, als sich mit einer Weiterentwicklung des Angebotes an den Wettbewerbsstandorten Deggendorf oder Zwiesel deren Anziehungskraft wieder zunimmt, wodurch sich die Kaufkraftströme wieder stärker in Richtung dieser Städte verändern können. Nachdem also die Intensität, mit der das Marktpotenzial durch den Einzelhandel in der Stadt Regen ausgeschöpft werden kann, variiert, ist bei einer Tragfähigkeitsbetrachtung weniger die aktuelle Wettbewerbssituation im

Marktgebiet die entscheidende Größe. Es gilt vielmehr abzuschätzen, welcher Anteil der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Marktgebiet der Stadt Regen dauerhaft - und damit in einer Art Gleichgewichtszustand gegenüber den wettbewerblich relevanten Kommunen - in der Stadt Regen bindungsfähig ist. Diese rechnerische Größe ist dann Grundlage für die Bestimmung des tragfähigen Einzelhandelsbesatzes und einer nachhaltigen kommunalen Einzelhandelsentwicklungsplanung.

Diese „kommunale“ Sichtweise unterscheidet sich elementar von der Sichtweise, die Investoren oder Marktteilnehmer vornehmen. Sie folgen einem marktwirtschaftlichen Kalkül, das die Verdrängung von Wettbewerbern und damit die Verlagerung der Handelsfunktionen von einem zu einem anderen Standort sowohl innerhalb einer Stadt als auch zwischen Städten einkalkuliert. Auf der Anbieterseite ist dementsprechend das Marktpotenzial insgesamt die entscheidende Größe. Jeder der Anbieter versucht, sich aus diesem Marktpotenzial einen möglichst hohen Marktanteil zu sichern. Überentwicklung und wettbewerbliche Verdrängung sind hierbei die gängigen Mechanismen. Sie finden sowohl zwischen einzelnen Städten statt als auch zwischen Handelsstandorten innerhalb einer Stadt, sofern diese mit einer ähnlichen Versorgungsfunktion entwickelt wurden. Gegenüber der Standortkommune wird von Anbieter-/Entwicklerseite häufig diese Sichtweise verwendet und mit noch offenen Umsatzpotenzialen argumentiert, die zu einer Weiterentwicklung der Handelsflächen Anlass sein sollen. Bei diesen offenen Umsatzpotenzialen handelt es sich allerdings um Kaufkraft im Marktgebiet einer Stadt, die zwar nicht als Umsatz im örtlichen Einzelhandel gebunden ist, die aber durchaus im Einzelhandel anderer Kommunen gebunden sein kann. Greifen nun mehrere Kommunen auf dasselbe Marktgebiet zurück, wie das im Fall der Städte Regen, Deggendorf und Zwiesel der Fall ist, kann die Kaufkraft nicht jeweils jeder Stadt vollständig als Umsatzpotenzial zugeschrieben werden. Vielmehr gilt es eine Aufteilung vorzunehmen, die einen Gleichgewichtszustand widerspiegelt.

In einem ersten Schritt gilt es nun abzuschätzen, welcher Einzelhandelsbesatz in der Stadt Regen unter Gleichgewichtsbedingungen voraussichtlich tragfähig ist. Hierfür gilt es zu ermitteln, welches Kaufkraftvolumen in der Stadt Regen unter Gleichgewichtsbedingungen als Einzelhandelsumsatz gebunden werden kann. Nachdem auf Seiten der Verbraucher je nach Bedarfsstufe der Warengruppen eine unterschiedliche Distanzempfindlichkeit vorliegt, unterscheidet sich sowohl die Ausdehnung des Marktgebietes als auch die zu erzielende Kaufkraftbindung je nach Bedarfsstufe. Die Betrachtung wird dementsprechend getrennt nach Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs sowie Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs durchgeführt.

E 1 Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs

Leitsortiment im Bereich der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs sind Nahrungs- und Genussmittel. Das Marktgebiet umfasst für dieses Sortiment im Wesentlichen das Kerneinzugsgebiet sowie das Naheinzugsgebiet der Stadt Regen. Für den gesamten Lebensmitteleinzelhandel (food und nonfood) steht im Kern- und Naheinzugsgebiet der Stadt Regen (Zone I und Zone II) eine Kaufkraft von knapp 50 Mio. € zur Verfügung. Es kann nun aber nicht die gesamte sortimentspezifische Kaufkraft für den Lebensmitteleinzelhandel, die im Marktgebiet der Stadt Regen vorhanden ist, auch dem Regener Einzelhandel als Umsatzpotenzial zugerechnet werden. Zum einen fließt Kaufkraft gerade der weiter entfernt liegenden Kommunen auch an andere Versorgungsstandorte und zum anderen verfügen die Kommunen teilweise auch über ein eigenes Versorgungsangebot im Lebensmitteleinzelhandel, das Kaufkraft bindet. Derzeit finden sich in zahlreichen Kommunen noch kleine Lebensmittelgeschäfte aber auch moderne Marktkonzepte sind an den einwohnerstärkeren Standorten realisiert.

Beim Blick auf die aktuellen Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel muss auch in Zukunft davon ausgegangen werden, dass die Konzentrationstendenzen weiter anhalten. Bezogen auf das Marktgebiet der Stadt Regen ist davon auszugehen, dass sowohl die Standorte Bodenmais und Kirchberg als auch der gesamte Standortbereich Teisnach, Geiersthal, Gotteszell, Patersdorf und Zachenberg eine Einwohnerstärke aufweisen, die auch langfristig ein eigenes Versorgungsangebot tragen. Aus diesen Standorten wird dementsprechend vergleichsweise wenig Kaufkraft für den Lebensmitteleinzelhandel nach Regen fließen. Eine dauerhaft starke Kaufkraftbindung im Lebensmitteleinzelhandel der Stadt Regen ist dagegen für die Kaufkraft aus den Kommunen Rinchnach, Langdorf, Kirchdorf und Bischofsmais zu erwarten. Diese Standorte weisen eine vergleichsweise kurze Distanz nach Regen auf und verfügen jeweils über eine Einwohnerzahl, bei der ein umfangreicheres örtliches Angebot im Lebensmitteleinzelhandel nicht tragfähig erscheint.

Vor diesem Hintergrund wird für die Kommunen aus dem Naheinzugsgebiet der Stadt Regen ein dauerhaft bindungsfähiger Kaufkraftanteil im Lebensmitteleinzelhandel der Stadt Regen von 80 % angesetzt. Für die Stadt Regen selbst wird eine Kaufkraftbindung im Lebensmitteleinzelhandel in Höhe von 90 % angesetzt. Kaufkraftabflüsse ergeben sich durch Pendlerverflechtungen, durch Aufenthalte in anderen Kommunen und auch der Internethandel mindert den Anteil der vor Ort bindungsfähigen Kaufkraft. Der Bevölkerung der Kommunen des Ferneinzugsgebietes (Zone 3) kann dagegen nur mehr eine sehr geringe dauerhafte Einkaufsorientierung auf die Stadt Regen zugesprochen werden. Diese Kommunen verfügen häufig über ein eigenes Angebot oder es sind alternative Versorgungsstandorte ähnlich gut erreichbar. Deshalb wird die Kaufkraft für den Lebensmitteleinzelhandel der Bevölkerung

dieser Kommunen nur zu 5 % dem Lebensmitteleinzelhandel der Stadt Regen als Umsatzpotenzial zugerechnet.

Insgesamt ergibt sich damit für den Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Regen ein dauerhaft bindungsfähiges Marktvolumen von ca. 45,9 Mio. €. Dies entspricht der vollständigen sortimentspezifischen Kaufkraft für den Lebensmitteleinzelhandel von ca. 19.100 Einwohnern. Hieraus leitet sich eine Einzelhandelszentralität von 176 ab, die das dauerhaft in der Stadt Regen bindungsfähige Kaufkraftvolumen quantifiziert, das seinerseits Grundlage für die Bestimmung der in Regen tragfähigen Verkaufsflächenausstattung ist. Das zusätzliche Nachfragevolumen, das durch den Tourismus aufgebracht wird, führt zu keiner weiteren Erhöhung des bindungsfähigen Marktvolumens. Es kompensiert lediglich die Kaufkraftrückgänge, die durch den demographischen Wandel (zunehmender Anteil nicht mehr erwerbsfähiger Bevölkerung) und die demographische Entwicklung (prognostizierter Bevölkerungsrückgang in der Stadt und dem Landkreis Regen) für die nächsten zehn Jahre erwartet werden.

Wird eine Anziehungskraft im Lebensmitteleinzelhandel realisiert, die einer Einzelhandelszentralität von 176 entspricht, dann ergibt sich hieraus ein tragfähiges Flächenpotenzial von ca. 8.800 m² Verkaufsfläche in konventionellen Lebensmittelmärkten. Zusätzlich hierzu ist ein entsprechender Besitz in der Stadt Regen mit Lebensmittel-Spezialanbietern (Bäckereien und Backshops, Metzgereien, Obst und Gemüsemarkt), Getränkemärkten und einem Bio-Lebensmittelmarkt berücksichtigt. Setzt man zeitgemäße Betriebsgrößen der Lebensmittelmärkte an und einen üblichen Betriebsformen-Mix, so sind in der Stadt Regen zusätzlich zu den Betriebsformen Bäckerei/Backshop, Metzgerei, Getränkemarkt und Bio-Markt tragfähig (mittlere Variante):

- 4,0 Lebensmitteldiscounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsflächendimensionierung von 1.100 m²
- 2,2 Supermärkte/Verbrauchermärkte mit einer durchschnittlichen Verkaufsflächendimensionierung von 2.000 m²

Vergleicht man diese in der Stadt Regen rechnerisch tragfähige Verkaufsfläche in Lebensmittelmärkten mit dem vorhandenen Bestand, so zeigt sich, dass die absolute Anzahl der Märkte erreicht ist und das noch offene Flächenpotenzial im Zuge einer wettbewerblichen Neuaufstellung aller in der Stadt bereits ansässigen Lebensmittelmärkte aufgebraucht wird. Die Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelmarktes geht deshalb mit einer höheren Wahrscheinlichkeit einher, dass es zu wettbewerblichen Verdrängungseffekten kommt. Dabei weist aktuell der Lebensmittelmarkt am Stadtplatz hinsichtlich Größe und Standortgegebenheiten die schwächste Wettbewerbsposition auf und wäre dementsprechend am stärksten von Wettbewerbswirkungen tangiert.

Setzt man auch bei den weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine dauerhaft tragfähige Einzelhandelszentralität von 176 an und hinterlegt durchschnittliche Flächenleistungen, so zeigen sich folgende rechnerischen Verkaufsflächenspielräume:

- Drogerie- und Parfümeriewaren: + 350 m²
- Tiernahrung: + 50 m²
- Apotheke: + 60 m²
- Blumen: + 50 m²

Hieraus leitet sich zwar kein größerer Ergänzungsbedarf ab, aber speziell die Ansiedlung eines Drogeriemarktes des sowohl in Regen als mittlerweile auch in Zwiesel nicht mehr präsenten Anbieters Müller wäre eine Angebotsergänzung, die auch durch ein gewisses Entwicklungspotenzial hinterlegt ist.

E 2 Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs

Bezüglich der Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs liegt die Stadt Regen im Einzugsgebiet des Oberzentrums Deggendorf. Das Einzelhandelsgutachten der Stadt Deggendorf aus dem Jahr 2009 sieht die Stadt Regen in Zone II des Einzugsgebietes der Stadt Deggendorf und ermittelt eine Abschöpfungsleistung von fast 60 % für die Warengruppen Bekleidung, Textil, Schuhe und Lederwaren. Insgesamt wird über alle Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs eine Abschöpfungsquote von knapp 36 % angegeben.

Um eine Einschätzung zur Größenordnung der in der Stadt Regen tragfähigen Verkaufsfläche geben zu können, gilt es Abschöpfungsquoten aus dem Marktgebiet zu ermitteln, die dauerhaft und unter Gleichgewichtsbedingungen zu erreichen sind. Hierbei gilt es insbesondere zu berücksichtigen, dass der Standort Zwiesel über ein vergleichbares Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet verfügt und grundsätzlich ein zur Stadt Regen vergleichbares Einzelhandelsangebot ausbilden kann. Sofern es zu keiner Spezialisierung im Einzelhandelsbesatz beider Städte kommt, schöpft auch die Stadt Zwiesel ebenso wie die Stadt Deggendorf Kaufkraft aus dem Marktgebiet der Stadt Regen ab. Die dauerhaft mögliche Kaufkraftabschöpfung im Bereich der Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs sinkt mit der zunehmenden Distanz zur Stadt Regen, allerdings ist die Distanzempfindlichkeit bei diesen Bedarfsstufen geringer, als dies bei den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs der Fall ist.

Es kann davon ausgegangen werden, dass sowohl in der Zone I als auch in der Zone II des Marktgebietes der Stadt Regen eine Abschöpfungsquote von 60 % erreicht werden kann und für die Zone III ist eine Größenordnung von 40 % anzunehmen. Für das Ergänzungsgebiet kann dagegen nur mehr eine Abschöpfungsquote von 10 % angenommen werden. Setzt

man diese Abschöpfungsquoten an und berücksichtigt zudem die touristische Nachfrage, mögliche Streuumsätze und die perspektivische Entwicklung der Einwohnerzahl im Marktgebiet der Stadt Regen, so kann die Stadt dauerhaft auf ein Kaufkraftvolumen von 23.500 Einwohnern zurückgreifen, das am Standort Regen vollständig gebunden werden kann. Als Wert für die mögliche dauerhafte Anziehungskraft des Einzelhandels in der Stadt Regen bei den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs ergibt sich damit ein Wert von 216 für den Parameter der Einzelhandelszentralität.

Tabelle 9: Rechnerisch tagfähige Verkaufsflächen in der Stadt Regen für ausgewählte Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs

Warengruppe	rechnerischer Tragfähigkeitsspielraum Verkaufsfläche in m ²	rechnerischer Tragfähigkeitsspielraum bei wachsendem Online-Handel Verkaufsfläche in m ²
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	0	- 80
Bekleidung/Wäsche	+ 750	- 100
Schuhe (ohne Sportschuhe) und Lederwaren	+ 200	0
Sport-/Campingartikel	+ 400	+ 250
Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	+ 150	+ 100
Papier-, Büro-, Schreibwaren	+ 250	+ 200
Spielwaren, Kinder und Babyartikel, Hobby, Musikinstrumente	+ 800	+ 650
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	+ 6.800	+ 6.000
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel	+ 100	- 100
Haus, Tisch-, Bettwäsche, Heimtextilien, Gardinen	+ 100	0
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten)	+ 200	+ 100
Elektroartikel	+ 700	+ 400
Optik	- 50	- 60
Uhren und Schmuck	0	0
Bau- und Heimwerkerbedarf, Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche Pflanzen, Gartenbedarf	- 300	- 800
Fahrräder, Fahrradzubehör	+ 500	+ 450
Autozubehör	0	- 50
Sonstiger Einzelhandel	- 150	- 300

Quelle: eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Die sich hieraus ergebenden Verkaufsflächenspielräume sind allerdings nur dann langfristig tragfähig, wenn es nicht zu weiteren Verlagerungen von Umsätzen hin zum E-Commerce Ergänzend sind. In Tabelle 9 wurden deshalb auch die Verkaufsflächenrückgänge einbezogen, die ein zunehmender Internethandel erwarten lässt.

Die oben angegebenen Werte zur tragfähigen Verkaufsfläche können nicht als Ergebnis einer einzelbetrieblichen Standortanalyse herangezogen werden. Insbesondere lassen sich die ökonomischen Erfolgsaussichten eines Vorhabens daraus nicht ermitteln. So ist ein höheres Maß an Verkaufsfläche dann tragfähig, wenn Wettbewerbsstandorte ein geringeres Angebot realisieren und somit mehr Kaufkraft nach Regen fließt. Aber auch der umgekehrte Fall ist möglich. Im örtlichen Kontext zeigt sich aber, welche Wettbewerbssituation herrscht und es lässt sich einschätzen, ob bei einem weiteren Verkaufsflächenausbau örtliche Verdrängungseffekte zu erwarten sind.

Bilanziert man die tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale, so ergibt sich zwar eine theoretische Ausbauoption, allerdings werden gerade die Warengruppen, in denen sich größere Spielräume bieten, durch Betriebsformen besetzt, die ein vergleichsweise großes Einzugsgebiet ausbilden. Hierzu zählen Möbelhäuser ebenso wie Elektromärkte. Zudem werden einzelne Sortimente in der Nachbarstadt Zwiesel abgedeckt. Warengruppen, die für zentrale Lagen oder Einkaufszentren von besonderer Relevanz sind, wie Schuhe und Bekleidung oder GPK und Geschenkartikel verfügen über wenig quantitativen Ausbauspielraum. Angebotsausweitungen bergen hier ein höheres Risiko von Verdrängungseffekten bzw. innerörtlichen Verlagerungen. Dies gilt insbesondere mit Blick auf die zu erwartenden zunehmenden Umsätze im Online-Handel.

F Einzelhandelsgutachtens 2009 und städtebauliches Entwicklungskonzept 2011

Das Einzelhandelsgutachten aus dem Jahr 2009 definiert unterschiedliche innerörtliche Standortlagen des Einzelhandels. Diese sind Grundlage für die Empfehlungen zur räumlichen Weiterentwicklung der einzelnen Handelslagen. Darüber hinaus werden rechnerische Verkaufsflächenspielräume ermittelt, die Grundlage für bauleitplanerische Empfehlungen vor dem Hintergrund eines konkreten Ansiedlungsvorhabens sind. Schließlich werden Ziele und Erfordernisse für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Regen genannt und ergänzend in den vier Handlungsfeldern

- Beitrag der Einzelhändler,
- Verbesserung von öffentlichen Räumen und Stadtgestalt,
- private Sanierungsanstrengungen sowie
- fließender und ruhender Verkehr

Einzelmaßnahmen aufgeführt, die im Rahmen des Stadtumbaus aus Sicht des Einzelhandels zielführend sind.

Nachfolgend sind die Einschätzungen, Ergebnisse und Empfehlungen des Gutachtens 2009 sowie die darauf folgende Einzelhandelsentwicklungsplanung der Kommune dokumentiert. Sie bilden den Ausgangspunkt für die Formulierung der aktuellen Strategie der Einzelhandelsentwicklungsplanung in der Stadt Regen.

F 1 Standortbereiche und Entwicklungsspielräume im Einzelhandelsgutachten

Im Einzelhandelsgutachten 2009 ist kein zentraler Versorgungsbereich im Sinne des BauGB abgegrenzt. Es wurde aber eine Einordnung der einzelnen Standortbereiche des Handels unter städtebaulichen Gesichtspunkten vorgenommen. Das Gutachten (vgl. Abb. 16) untergliedert das gesamte Stadtgebiet Regen im Hinblick auf die Einzelhandelsfunktion in folgende Bereiche:

Städtebaulich integrierte Lagen

- Innenstadt-Zentrum
- Innenstadt-Rand
- Gemeindeteil-Zentrum
- Ortsrand

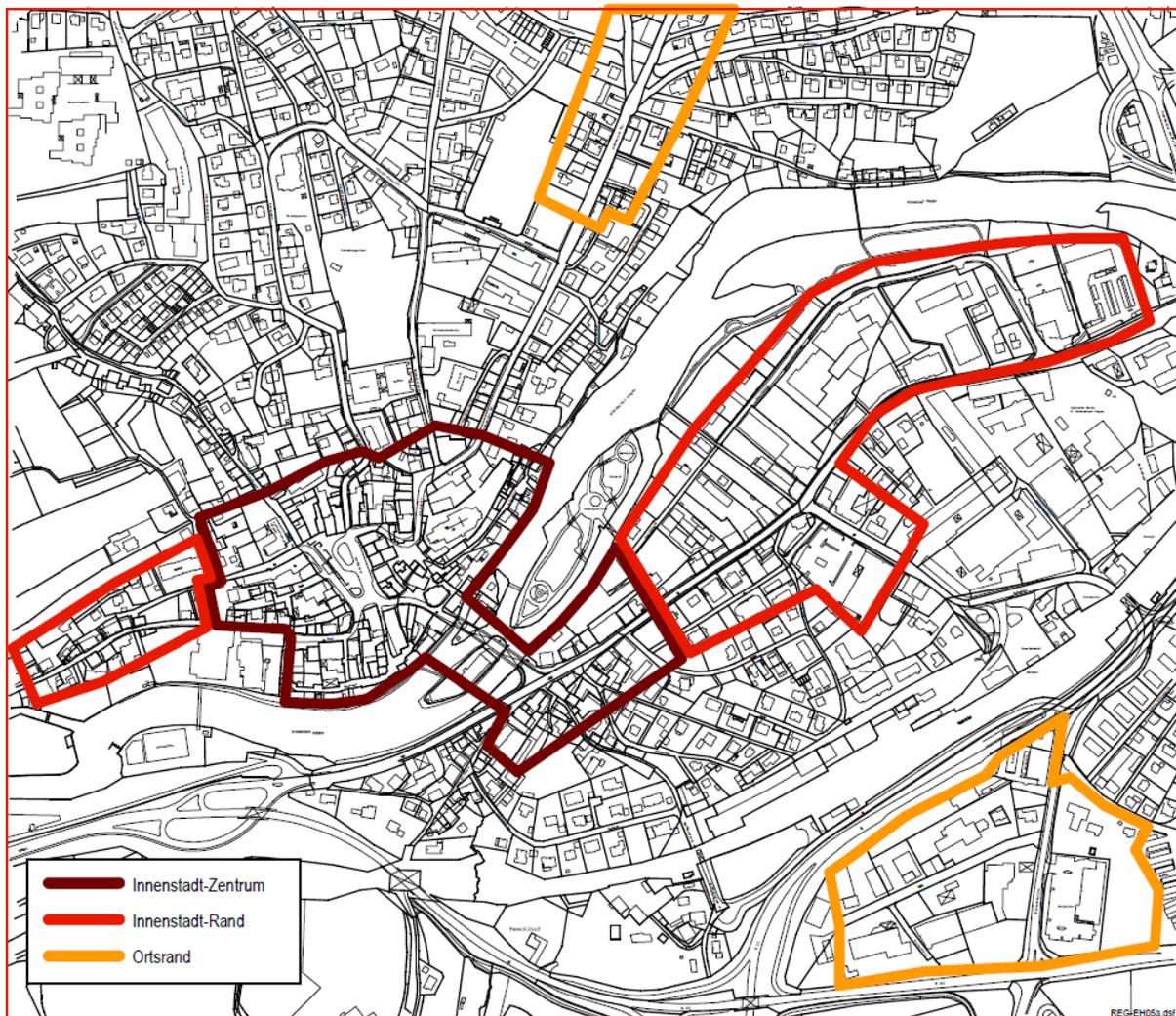
Städtebaulich nicht integrierte Lagen

- Randlagen

Dem Standort Innenstadt wird im Gutachten 2009 nicht nur der historische Bestand sowie der historisch ausgeprägte Brückenkopf im Bereich des heutigen Moizerlitzplatzes zugeordnet, sondern auch die Haupteinkaufsbereiche von Regen in der Bahnhofstraße, am Auwiesenweg und der Zwieseler Straße. Darüber hinaus auch Abschnitte der Abschnitte der Bachgasse, der Bodenmaiser Straße und der Deggendorfer Straße.

Die Standorte Rinchnacher Straße mit Molkereistraße sind als integrierte Standorte am Ortsrand eingestuft. Lediglich die Gewerbegebiete Schönhöh und Metten sind als nicht-integrierte Lagen gewertet.

Abbildung 16: Räumliche Übersicht über die zur Innenstadt zählenden Bereiche aus dem Einzelhandelsgutachten 2009



Quelle: Einzelhandelsgutachten 2009

Stadt Regen

Insbesondere die Abgrenzung der Innenstadt im Gutachten 2009 ist entscheidend, da sie Grundlage der bisherigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Regen war und somit entscheidend zur aktuellen Ausgangssituation beigetragen hat. Nur unter der im Einzelhandelsgutachten 2009 erfolgten Innenstadtabgrenzung ist das auf dem Rodenstock-Gelände neu

geschaffene Planungsrecht plausibel. Die stark expansive Handelsentwicklung außerhalb des historischen Innenstadtzentrums wird somit als Innenstadtentwicklung eingestuft. Wettbewerbliche Verdrängungseffekte, die durch eine Weiterentwicklung des Standortbereichs an der Zwieseler Straße im historischen Innenstadtzentrum bisher ausgelöst wurden oder künftig ausgelöst werden, sind unter dieser Innenstadtabgrenzung als Wirkungen innerhalb der Innenstadt zu interpretieren und nicht grundsätzlich negativ zu werten. Unter dieser Sichtweise erfolgte seit den 1990er Jahren eine neue räumliche Schwerpunktsetzung der Einzelhandelszentren in Regen. Mit dem Bebauungsplan für das Rodenstock-Gelände wurde dieser Entwicklungsprozess auch nach dem Einzelhandelsgutachten 2009 und dem Beschluss des ISEK 2011 bis ins Jahr 2012 fortgeführt.

Unabhängig von der Lagezuordnung des Standortbereichs an der Zwieseler Straße hat die Stadt Regen an diesem Standortbereich in der Vergangenheit eine Handelsentwicklung ermöglicht, die ihn spätestens heute als den eindeutigen Handelsschwerpunkt innerhalb der Stadt ausweist. Die daraus resultierende, örtliche Wettbewerbssituation führt dazu, dass diese neue räumliche Struktur absehbar nicht mehr umkehrbar ist.

Bereits eine Befragung aus dem Jahr 2005 weist eindeutig darauf hin, dass der Einkaufspark Regen zusammen mit dem Kaufhaus Bauer die auf Kundenseite bevorzugten Einkaufsstandorte der Stadt sind. Die historische Innenstadt, der Moizerlitzplatz und der Stadtplatz, werden von Kundenseite erst nach den Discounter-Standorten an der Rinchnacher Straße und an der äußeren Zwieseler Straße genannt. Diese besondere wettbewerbliche Ausgangssituation ist heute als Gegebenheit bei allen kommunalen Entwicklungsabsichten zu berücksichtigen. Insgesamt ergibt sich damit eine Ausgangssituation bei der das gesamte Areal, das im Einzelhandelsgutachten 2009 als Innenstadt-Zentrum bzw. Innenstadt-Rand gewertet wurde, heute anhand der tatsächlichen Situation als Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Regen gewertet werden muss.

Betrachtet man die räumliche Verteilung des Einzelhandels innerhalb der Stadt, so sind die Kernaussagen des Gutachtens 2009, die sich vor dem Hintergrund der besonderen Innenstadtabgrenzung ergeben, nach wie vor gültig:

Bemerkenswert an der räumlichen Verteilung des Regener Einzelhandels sind folgende Aspekte, wobei aus städtebaulicher und funktionaler Sicht vor allem die innenstadtrelevanten Sortimente interessieren:

- *Beim Regener Einzelhandel liegt ein ungewöhnlich hohes Potential in der Innenstadt. Die periphere "grüne Wiese" spielt als Standort wie als strukturelles Problem keine Rolle.*
- *Mit 81 Prozent Anteil an der Verkaufsfläche innenstadtrelevanter Waren besitzt die Innenstadt von Regen einen außerordentlich hohen Anteil.*

Diese zunächst positive Wertung muss allerdings etwas relativiert werden.

- *Es dominiert ganz eindeutig ein einziger Standort am äußeren Innenstadtrand an der Zwieseler Straße mit Auwiesenweg: Der Einkaufspark Regen, das Kaufhaus Bauer und das unmittelbar östlich anschließende Fachmarktzentrum stellen allein über 50 Prozent der gesamten innenstadtrelevanten Verkaufsfläche!*
- *Dagegen nimmt sich das Innenstadt-Zentrum bescheiden aus. Im Innenstadt-Zentrum befinden sich rund 3.500 m² innenstadtrelevante Verkaufsflächen oder acht Prozent.*

Heute befinden sich knapp 11 % der Verkaufsfläche innenstadtrelevanter Sortimente im Standortbereich Stadtplatz und Moizerlitzplatz. Der gegenüber dem Jahr 2009 höhere Anteilswert ist aber lediglich das Ergebnis einer passiven Anteilserhöhung. Absolut betrachtet hat sich die Verkaufsfläche im Innenstadtkern von ursprünglich 3.500 m² im Jahr 2009 weiter reduziert auf nur mehr 1.400 m² im Jahr 2016.

Das Gutachten 2009 konstatiert einen schwachen Einzelhandelsbesatz des Stadtplatzes und seines Umfeldes sowie eine Konzentration der Leerstände im historischen Zentrum, was als Hinweis auf eine städtebauliche Problemzone gewertet wird. Dennoch wird mit Blick auf die privaten Dienstleistungen, die Gastronomiebetriebe und die öffentlichen Einrichtungen noch ein ausreichendes Besucherpotenzial für den Stadtplatz ausgemacht, das für eine erfolgversprechende Revitalisierung notwendig ist. Es wird aber darauf hingewiesen, dass der Stadtplatz nicht isoliert gesehen werden kann, sondern in seiner Verknüpfung mit dem Standort Einkaufspark betrachtet werden muss.

Zudem stellt das Gutachten fest:

- *Der Stadtplatz von Regen mit seinem unmittelbaren Umgriff ist die "gefühlte", "emotionale" und gewachsene funktionale Mitte der Stadt. Die Rolle als wirtschaftliches Zentrum wie auch als Brennpunkt der Passantenströme hat er allerdings verloren.*
- *Der Stadtplatz hat auf Dauer nur eine echte Chance auf Rückgewinnung an Vitalität, wenn er an die hohe Frequenz und an das Potential des Einkaufsparks angebunden bleibt. Es muss deutlich werden, dass die notwendigen Passanten nicht vom Stadtplatz zum Einkaufspark kommen, sondern umgekehrt vom Einkaufspark zum Stadtplatz geleitet werden sollten. Der Einkaufspark wird zukünftig ohne Stadtplatz bestehen können, der Stadtplatz aber nicht ohne die Besucherströme (bzw. eines Teils) des Einkaufsparks.*
- *Die Achse Moizerlitzplatz – Bahnhofstraße – Zwieseler Straße wird ihrer Aufgabe aber in keiner Weise gerecht: die Aufenthaltsqualität ist infolge Durchgangs- und Schwerlastverkehrs, unzureichender Bewegungsräume für Fußgänger und Radfahrer und zahlreicher Gestaltmängel im öffentlichen Raum wie auch bei privaten Gebäuden desolat.*

Die Ausstattung der Stadt Regen mit Lebensmitteleinzelhandel wurde im Gutachten 2009 als weit überdurchschnittlich eingestuft. Vor dem Hintergrund einer rechnerischen Überkapazität

von mehr als 20 % wurde davon abgeraten, eine weitere Ausweitung der Lebensmittel-Verkaufsfläche vorzunehmen. Es wurde argumentiert, dass eine weitere deutliche Erhöhung der Lebensmittel-Verkaufsfläche zu erheblichen Umsatzumverteilungen führen würde, wodurch bei bestehenden Betrieben insbesondere auch im Zentrum Geschäftsaufgaben zu befürchten sind. Dies würde wiederum zu einer Verringerung von Betrieben unterschiedlicher Größe, zu einem (weiteren) Attraktivitätsverlust und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt führen.

Außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels wurde bei allen anderen Warengruppen ein etwaiges Überangebot nicht als gravierendes Problem angesehen. Eine planungsrechtliche Steuerung der weiteren Entwicklung bestehender Handelsstandorte beispielsweise bei innenstadtrelevanten Sortimenten mit rechnerischer Überkapazität (Sportartikel) wurde nicht angeregt. Sortimente, für die Entwicklungsmöglichkeiten im Sinne von offenem Verkaufsflächenpotenzial ausgemacht wurden sind:

- Drogeriewaren: 1.340 m²
- Bekleidung: 980 m²
- Heimtextilien, Bettwäsche, Gardinen: 910 m²
- Baby- und Kinderausstattung: 750 m²
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf: 870 m²
- Bücher: 780 m²
- Elektro, Elektronik: 1.760 m²
- Zooartikel: 740 m²
- Möbel: 6.820 m²

Diese rechnerischen Entwicklungsspielräume ergaben sich aus der ökonomischen Betrachtung und wurden durch die Restriktionen der Landesplanung weiter reduziert.

F 2 Entwicklungsziele im Einzelhandelsgutachten und im ISEK

Das Einzelhandelsgutachten 2009 formuliert Entwicklungsziele und nennt Maßnahmen, die in das Leitbild des integrierten Stadtentwicklungskonzeptes der Stadt Regen einfließen sollten. Es ist nicht immer nachvollziehbar, wie diese Zielsetzungen mit den Ergebnissen der Bestandsanalyse zusammenpassen und welche Strategie daraus resultieren sollte. Empfehlungen zur Weiterentwicklung einzelner Standorte fehlen und es ist nicht ersichtlich, in welcher Funktionalität das Innenstadt-Zentrum im Verhältnis zum Einkaufsbereich an der Zwieseler Straße entwickelt werden soll. Gleichzeitig ist unklar, wie der Bebauungsplan zum Ro-

denstock-Gelände mit diesen Entwicklungszielen im Einklang steht. Folgende Ziele sind formuliert, die auch in das ISEK 2011 eingeflossen sind:

- *Oberstes Ziel ist die behutsame Weiterentwicklung des recht leistungsfähigen Einzelhandels von Regen, der den Aufgaben des gemeinsamen Mittelzentrums gerecht wird und die Versorgung der Bürger im Stadtgebiet und im Verflechtungsbereich sicherstellt.*
- *Ein durchaus möglicher Zuwachs an Verkaufsfläche muss sich zukünftig – nach Sortimenten unterschiedlich bezogen – vor allem am Bedarf der Stadt und ihres Versorgungs- und Verflechtungsbereichs und somit an der Tragfähigkeit des innerstädtischen Einzelhandels orientieren.*
- *Damit sind deutlich ausgebildete Überkapazitäten zu vermeiden. Dies gilt derzeit insbesondere für den Lebensmittel-Einzelhandel, bei dem eine Ausweitung der Verkaufsflächen nicht vertretbar ist.*
- *Die Standorte neuer Kapazitäten sind so zu wählen, dass die Funktionsfähigkeit des innerstädtischen Einzelhandels, insbesondere die des Stadtzentrums, gewahrt bleibt und nach Möglichkeit gestärkt wird.*
- *Die qualitative Aufwertung vorhandener und traditionell gewachsener Handelsstandorte steht vor der Ausweisung und Erschließung neuer Areale für innenstadtrelevante Sortimente oder Warengruppen außerhalb des Innenstadt-Zentrums.*
- *Um dem Einzelhandel für die Zukunft Planungs- und Gestaltungssicherheit zu geben, wird die Stadt ihre planungsrechtlichen Steuerungsinstrumente (Bauleitplanung mit Sortimentsvorgaben) verstärkt konzeptorientiert einsetzen.*
- *Die Stadt Regen nimmt ihr Potential als Einkaufsstadt wahr und bewirbt in ihren Tourismus-Medien neben Natur, Tradition oder Kultur in angemessener Weise auch den Handel.*

Für den Bereich der Grundversorgung sind folgende Erfordernisse formuliert:

- *Um die Grundversorgung der Bevölkerung im Stadtgebiet Regen nachhaltig zu sichern, muss die Funktionsfähigkeit, die räumliche Streuung wie auch die Vielfalt von Angebotstypen und -formen des Regener Lebensmitteleinzelhandels erhalten bleiben.*
- *Es sind die Rahmenbedingungen zu wahren, damit die kleinen Nahversorgungsläden im Stadtzentrum, in den Wohngebieten (z.B. Bereich Bachgasse, Mirebeauplatz, Bürgerholz) und den Dörfern (March, Schweinhütt) in ohnehin sehr schwieriger Marktlage eine Überlebenschance bekommen. Dazu gehört in erster Linie, dass die bereits überproportional*

vorhandenen Lebensmittel-Verkaufsflächen in der Stadt Regen nicht mehr ausgeweitet werden.

Die räumlich-funktionalen Entwicklungsziele lauten:

- *Ludwigsbrücke, Moizerlitzplatz, Bahnhofstraße und Zwieseler Straße bilden die "Nabelschnur" oder zentrale Lebensader zwischen Stadtplatz und Einkaufspark. Die Verbindungsachse ist aus städtebaulich-funktionaler Sicht von höchster Bedeutung, sofern man den Stadtplatz in seiner Existenzfähigkeit und Lebendigkeit erhalten will. Insofern erscheint es zwingend notwendig, neben dem Stadtplatz samt unmittelbarem Umfeld (Am Platzl, Am Sand, Kirchplatz) die Verbindungsachse über Ludwigsbrücke – Moizerlitzplatz – Bahnhofstraße – Zwieseler Straße als "Umbaugebiet" zu definieren.*
- *Verbesserung der Aufenthaltsqualität der öffentlichen Straßenräume. Diese bezieht sich auf die gesamte Achse von Stadtplatz über Ludwigsbrücke, Moizerlitzplatz und Bahnhofstraße bis zur Zwieseler Straße.*
- *Insgesamt ist eine sichere und angemessen breite "Flaniermeile" zu schaffen, die sich deutlich von der Fahrbahn abgrenzt. An geeigneten Stellen sind "Verweilinseln" anzulegen und mit Ruhebänken, Tischen, Stühlen sowie Informationspunkten auszustatten. Ziel dabei ist, die Besucher und Kunden kurzweilig und angenehm in das Stadtzentrum zu leiten.*
- *Im Einkaufspark Regen ist darauf hinzuwirken, dass dieser sich nicht nach Innen hin als autonome Institution abschottet, sondern sich räumlich-funktional in Richtung Zentrum mit schlüssigen Wegeverbindungen öffnet. Dazu sind ergänzend die Wegebeziehungen zwischen Einkaufspark und Zentrum durchgehend auszuschildern.*

Das Stadtentwicklungskonzept hat die Zielsetzungen aus dem Einzelhandelsentwicklungskonzept weitgehend übernommen. Allerdings bleibt unklar, wie unter den vorhandenen wettbewerblichen Ausgangsbedingungen eine handelsbezogene Revitalisierung des Innenstadtzentrums stattfinden könnte. Es wird zwar darauf hingewiesen, dass die Stadt ihre planungsrechtlichen Steuerungsinstrumente (Bauleitplanung mit Sortimentsvorgaben) verstärkt konzeptorientiert einsetzt, eine diesbezügliche Steuerungsstrategie ist allerdings nicht formuliert. Damit blieben die Zielsetzungen zur handelsbezogenen Revitalisierung des Stadtplatzes letztlich Wünsche, die unter den gegebenen ökonomischen Rahmenbedingungen ohne Aussicht auf Erfolg waren. Mittlerweile hat sich der Einzelhandelsbesatz des Innenstadtzentrums weiter reduziert, während der Einzelhandelsentwicklung im Standortbereich an der Zwieseler Straße planungsrechtlich nicht eingeschränkt wurde.

F 3 Fazit aus dem Einzelhandelskonzept 2009 und dem ISEK 2011

Im Rückblick wird sichtbar, dass die Stadt Regen den Empfehlungen des Einzelhandelsgutachtens 2009 zumindest in Teilen gefolgt ist. So wurden keine neuen Flächen für Lebensmittelmärkte ausgewiesen und damit die Bestandsfestigkeit des Lebensmittelmarktes am Stadtplatz nicht weiter direkt gefährdet. Mit der Bauleitplanung am Rodenstock-Gelände wurden allerdings umfangreiche Kapazitäten genehmigt, die weit über das Maß hinausreichen, das im Einzelhandelsgutachten 2009 als tragfähig angesehen wurde. Gleichzeitig wurden auch die räumlichen Zielsetzungen der Stärkung des Moizerlitzplatzes und der Verbindungsachse zum Einkaufspark nicht umgesetzt, sondern mit der Anbindung an das Kaufhaus Bauer und den Einkaufspark wird der bereits dominierende Schwerpunkt weiter gestärkt.

Eine handelsbezogene Revitalisierung des Stadtplatzes wäre zwar wünschbar, aber unter der gegebenen Ausgangssituation im örtlichen Standortwettbewerb ist sie wenig wahrscheinlich. Selbst unter einer restriktiven bauleitplanerischen Haltung der Kommune ist der Unterschied in der Anziehungskraft und Standortattraktivität zwischen Stadtplatz bzw. Innenstadt-Kern und dem Standort Einkaufspark/Kaufhaus Bauer bzw. Innenstadt-Rand so groß, dass von Anbieterseite keine Nachfrage für den Innenstadt-Kern vorliegt. Letztlich sind die räumlichen Gegebenheiten in Regen nicht mehr geeignet, um eine handelsbezogene Revitalisierung des Innenstadt-Kerns zu empfehlen, die gleichzeitig eine absolut restriktive Handhabung des gesamten Versorgungsbereichs an der Zwieseler Straße umfassen müsste, um überhaupt Aussicht auf Erfolg zu haben. Ein Entwicklungsstopp für die Zwieseler Straße verhindert im schlimmsten Falle die ebenfalls erforderliche Neuaufstellung des Einkaufszentrums, ohne dass die Innenstadt im Bereich Stadtplatz oder Moizerlitzplatz über entsprechende Entwicklungsflächen verfügen würden, um einen wettbewerbsfähigen Handelsstandort zu etablieren. Gleichzeitig müsste das Planungsrecht im Sondergebiet Einzelhandel für den Einkaufspark so weit als möglich eingeschränkt werden. Allerdings fehlt mit der Bauleitplanung auf dem Rodenstock-Gelände, die nach Beschluss des ISEK erfolgte, eine schlüssige Begründung zur planerischen Strategie der Kommune und zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs.

Der räumlichen Entwicklungsstrategie im Einzelhandelsentwicklungskonzept 2009 lag darin, die Verbindungsachse Ludwigsbrücke, Moizerlitzplatz, Bahnhofstraße und Zwieseler Straße zu revitalisieren. Ihr wurde die Funktion als zentrale Lebensader zwischen Stadtplatz und Einkaufspark zugeschrieben, die aus städtebaulich-funktionaler Sicht von höchster Bedeutung ist, sofern man den Stadtplatz in seiner Existenzfähigkeit und Lebendigkeit erhalten will. Aus einer städtebaulichen Aufwertung dieser Achse kann aber keine Revitalisierungschance für den Stadtplatz abgeleitet werden. Dies ist spätestens heute nicht mehr gerechtfertigt, als es keine fußläufig intakten Beziehungen zwischen dem Innenstadtzentrum und dem Innenstadtrand gibt. Beide Standorte werden separat angefahren und auch als separate Einkaufs-

standorte wahrgenommen. Insbesondere die Verbindung zwischen dem Moizerlitzplatz und dem Einkaufspark ist zu weitläufig und im Handelsbesatz stark perforiert. Ein fußläufiger Kundenaustausch zwischen den Standorten Innenstadt kern und Kaufhaus Bauer bzw. Einkaufspark Regen ist nicht nachweisbar. Ihn zu entwickeln würde nicht nur eine entsprechende Handelsdichte auf dieser Verbindungsachse erfordern, sondern auch einen Handelsmagneten am Stadtplatz, mit einer zum Einkaufspark komplementären Versorgungsfunktion. Dies ist nicht herstellbar. Selbst die Standorte Einkaufspark und Fachmarktzentrum Zwieseler Straße werden trotz ihrer geringen räumlichen Distanz zueinander als unterschiedliche Standorte wahrgenommen. Dies liegt an der jeweiligen Zuordnung der Stellplätze und der fehlenden Gestaltung der fußläufigen Verbindung zwischen beiden Standorten. Beide Standorte wurden isoliert zueinander entwickelt, es fehlt eine funktionale sowie räumliche Vernetzung und dies kommunizieren beide Standorte auch in ihrer Wirkung nach außen.

Die räumliche Verbindungsachse zwischen Stadtplatz und Einkaufspark Regen über Moizerlitzplatz, Bahnhofstraße und Zwieseler Straße war im Jahr 2009 noch stärker mit Dienstleistungsanbietern besetzt. Bis heute hat sich das Angebot weiter ausgedünnt und der Leerstand hat zugenommen. Dies wurde allerdings bereits im Gutachten 2009 mit Blick auf die massive Verkehrsbelastung, die desolate Gestaltung und die geringe Aufenthaltsqualität dieses Areals erwartet.

G Einzelhandelskonzept für den Einzelhandel in der Stadt Regen

Ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Regen kann nicht losgelöst vom bisherigen Entwicklungspfad der Kommune, den örtlichen wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie von den grundsätzlichen Entwicklungen auf der Angebots- und Nachfrageseite im Einzelhandel formuliert werden. Gerade Letztere sind die Triebfeder für den raumstrukturellen Wandel im Einzelhandel. Sie außer Acht zu lassen würde dazu führen, dass lediglich Entwicklungswünsche formuliert werden, die aber ökonomisch durch die Marktteilnehmer zumindest auf absehbare Zeit nicht umgesetzt werden können. Im Rahmen eines kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes, das stadtentwicklungsbezogene sowie städtebauliche Zielsetzungen verfolgt gilt es deshalb, ökonomische Zusammenhänge zu berücksichtigen, da langfristig nur diejenigen städtebaulich gewünschten Entwicklungen stattfinden können, die eine wettbewerbliche Überlebenschance besitzen. Dennoch besteht die kommunale Zielsetzung nicht darin, für die heute wahrnehmbaren Entwicklungen und Trends auf der Angebots- und Nachfrageseite eine passende Stadtplanung vorzunehmen. Vielmehr ist die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung Bestandteil der strategischen Stadtplanung und dieser untergeordnet. Dementsprechend sind die Kommunen gefordert, ein räumliches Entwicklungsleitbild zu formulieren und zu dessen Umsetzung aktiv beizutragen, das dem Wettbewerb einen städtebaulich verträglichen Rahmen gibt.

Im Sinne einer geordneten städtebaulichen Entwicklung gilt es für Kommunen Leerstand zu vermeiden und insbesondere die Innenstadt aber auch den Siedlungskörper insgesamt attraktiv und vital zu halten. Mit dieser Zielsetzung agiert die kommunale Einflussnahme auf die Standortentwicklung im Einzelhandel. Der wettbewerbliche Selektionsprozess wird dabei allerdings nicht obsolet. Unabhängig von der interkommunalen Wettbewerbssituation sollte der kommunale Standortwettbewerb aber so gesteuert werden, dass sich Wettbewerb an den einzelnen Handelsstandorten einer Stadt vollzieht und nicht zwischen den Handelsstandorten einer Stadt. Dadurch lässt sich sicherstellen, dass der marktwirtschaftliche Selektionsprozess zu einem wettbewerbskonformen Wandel der Handelsstandorte führt, anstatt zu einer Verdrängung bestehender Standorte durch die Entwicklung neuer Standorte.

G 1 Strategisches Fazit der Bestandsanalyse und Ableitung des kommunalen Steuerungsbedarfs

Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in einer Kommune setzt an zwei unterschiedlichen Aspekten an. Zum einen wird durch die kommunale Bauleitplanung festgesetzt, an welchen Standorten eine Einzelhandelsnutzung möglich ist, insbesondere wenn es sich um eine großflächige Einzelhandelsnutzung handelt. Zum anderen können der Gesamtumfang und der sortimentsbezogene Umfang der Handelsnutzung im Rahmen der Bauleitplanung festgesetzt werden sowie der Umfang ergänzender bzw. kopplungsaffiner Nutzungen beispielsweise aus dem Bereich Gastronomie und sonstige Dienstleistungen.

Die einzelhandelsbezogene Bauleitplanung der Stadt Regen war bis Ende der 1990er Jahre von der Vorstellung geprägt, eine geschlossene Einkaufszone zwischen dem Stadtplatz und dem Einkaufspark zu schaffen. Dieses Vorhaben muss als gescheitert betrachtet werden und konnte unter den örtlichen Voraussetzungen auch nicht gelingen. Abgesehen von der großen räumlichen Distanz zwischen beiden Handelspolen von fast 800 m fehlt auch grundsätzlich eine funktionale Verknüpfung, die einen Besuchsanlass schaffen würde. Der Einkaufspark wurde ohne ein auf die Funktionalität des Stadtplatzes abgestimmtes Konzept entwickelt. Dementsprechend existieren für den Einkaufspark keine Verkaufsflächenbeschränkungen und auch der Umfang des möglichen Gastronomie- und sonstigen Dienstleistungsbesatzes ist nicht geregelt.

Zur großen räumlichen Distanz, die eine geschlossene Handelslage in einer Stadt der Größe von Regen ausschließt, der fehlenden funktionalen Abstimmung zur Erhaltung von Koppungs- und damit Besuchsanlässen kommt die Charakteristik des Handelsformates „Einkaufszentrum“ der 1990er Jahre. Die Grundkonzeption sieht einen versorgungsfunktional autarken Standort vor, der eine ausschließliche Innenorientierung aufweist. Ziel ist es, die Aufenthaltsdauer der Kunden im Einkaufszentrum möglichst zu maximieren und Besuchsanlässe außerhalb des Einkaufszentrums zu minimieren. Eine stadträumliche und fußläufige Verknüpfung des Einkaufszentrums nach außen ist über die reine Schaffung einer Wegeverbindung hinaus nicht Zielsetzung. So bündelt ein Einkaufszentrum Handelsnutzungen auf vergleichsweise kleiner Grundfläche in einer sehr hohen Dichte. Wollte man eine geschlossene Handelslage bis zum Stadtplatz ausbilden, wäre genau die gegenteilige Strategie erfolgversprechend, den Besatz entlang der Wegeverbindung zu verteilen. Mit der hohen Handelsdichte im Einkaufszentrum fehlt ein entsprechender Besatz an der Wegeverbindung über die Zwieseler Straße, die Bahnhofstraße und den Moizerlitzplatz. Diese ist nicht nur grundsätzlich zu weitläufig, sondern nun auch ohne attraktiven Handelsbesatz und gestalterisch unattraktiv. Der Wegeverbindung über den Kurpark fehlt grundsätzlich die funktionale Dichte.

Neben den fehlenden räumlichen Voraussetzungen für die Ausbildung einer geschlossenen Handelslage zwischen Stadtplatz und Einkaufspark sind mittlerweile auch die funktionalen und wettbewerblichen Voraussetzungen nicht mehr gegeben, um eine handelsbezogene Revitalisierung des Stadtplatzes und seines Umfeldes erfolgversprechend erscheinen zu lassen. Vielmehr hat die ungesteuerte Wettbewerbssituation zwischen dem Stadtplatz und dem Standort Einkaufszentrum an der Zwieseler Straße dazu beigetragen, dass weitere Verluste im Besatz des Stadtplatzes auftraten (TEDI, Schlecker, Sport-Spiel Stern). Mittlerweile ermöglichen die örtlichen Wettbewerbsgegebenheiten keine handelsbezogene Revitalisierung des Stadtplatzes und seines Umfeldes. Für eine Entwicklung als Versorgungsstandort von gesamtörtlicher oder gar überörtlicher Bedeutung fehlt dem Stadtplatz mittlerweile der entsprechende Besatz und damit die Anziehungskraft sowie die Grundfrequenz. Einer Revi-

alisierung der Handelsfunktion am Stadtplatz aus sich heraus fehlt damit heute auch die Grundlage.

Das Einzelhandelsgutachten 2009 postuliert zwar die Notwendigkeit, einer Verknüpfung zwischen Stadtplatz und Einkaufspark und empfiehlt neue Kapazitäten so zu schaffen, dass der Standortbereich des Innenstadtkerns gestärkt wird, eine darauf abgestimmte standortbezogene Steuerungsstrategie wurde allerdings nicht definiert. So ist weder eine planungsrechtliche Begrenzung der Entwicklungsmöglichkeiten am Standort Einkaufspark erfolgt noch wurde eine aktive Ansiedlungsstrategie für die Innenstadt definiert. Damit wurde die Verknüpfung von Stadtplatz und Einkaufspark weiterhin nicht funktional definiert, sondern lediglich stadträumlich. Ohne eine aufeinander abgestimmte Entwicklungsstrategie bleiben aber die Flächen außerhalb des Einkaufszentrums unattraktiv und letztlich nicht wettbewerbsfähig, um sie mit einer Handelsfunktion zu besetzen, die dem Wettbewerb zum stark frequentierten Standort des Einkaufszentrums standhält.

Der Moizerlitzplatz und sein Umfeld haben weiter an Anziehungskraft verloren, sind von deutlichem Revitalisierungsbedarf gekennzeichnet und profitieren kaum von der Frequenz des Angebotsschwerpunktes am östlichen Stadtrand. Für ausgeprägte Kopplungsbeziehungen fehlen die Voraussetzungen, da der östliche Angebotsschwerpunkt und der Moizerlitzplatz nicht arbeitsteilig entwickelt sind. So verfügt der Moizerlitzplatz und sein Umfeld über keine Sortimentsschwerpunkte im Bereich des zentrenrelevanten Bedarfs, die nicht auch am östlichen Standortpol angesiedelt sind. Für eine stärker autarke Entwicklung fehlt dem Standortbereich ein Frequenzgenerator. Gleiches gilt für den Standortbereich zwischen Einkaufspark und Moizerlitzplatz. Auch dieses Areal verfügt ist von deutlichem Revitalisierungsbedarf gekennzeichnet, verfügt über zahlreiche Potenzialflächen zur Weiterentwicklung der Handelsfunktion, ist aber ohne Frequenzbringer.

An der im Gutachten 2009 empfohlenen stadträumliche Aufwertung der Verbindung über die Zwieseler Straße, die Bahnhofstraße und den Moizerlitzplatz zum Stadtplatz wird zwar weiter festgehalten, dies stellt aber eine grundsätzliche städtebauliche Anforderung dar, unabhängig von der Entwicklung als Handelslage. Mit der Erweiterung des Fachmarktzentrums an der Zwieseler Straße nach Osten und der Schaffung von Planungsrecht für weiteren großflächigen Einzelhandel auf dem Rodenstock-Gelände wurden die Weichen nicht im Sinne einer Verstärkung des Besatzes auf der Verbindungsachse zwischen Einkaufspark und Stadtplatz gestellt. Vielmehr wurde der Standortbereich Einkaufspark weiter gestärkt und die Dimensionierung der Verkaufsflächen auf dem Rodenstock-Gelände greift in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe sowie Bau- und Gartenmarkt weit über die im Gutachten 2009 ermittelten Flächenpotenziale hinaus. Eine tatsächliche Steuerungsstrategie wird nicht ersichtlich.

Zusammenfassend kann damit als Ausgangslage für die weitere kommunale Einzelhandelsentwicklung festgehalten werden:

- Die bisherige räumliche Entwicklungsvorstellung, die von einer bipolaren Grundstruktur ausgeht, wobei der Einkaufspark und sein Umfeld den einen Pol darstellen und der Moirerlitzplatz zusammen mit dem Stadtplatz den anderen Pol, ist nicht geeignet, um eine homogene Handelslage auszubilden. Insbesondere dem Stadtplatz fehlt die Anziehungskraft und Versorgungsfunktion im Einzelhandel, um ihn als Versorgungsbereich von überörtlicher Bedeutung einzustufen. Vor dem Hintergrund der Ausgangslage im örtlichen Standortwettbewerb sind auch perspektivisch die Voraussetzungen nicht mehr gegeben, um den Stadtplatz und sein Umfeld mit einer Handelsfunktion zu entwickeln, die wettbewerbsfähig gegen den Standortbereich Zwieseler Straße bestehen könnte. Der „klassischen“ Strategie, die eine Verkaufsflächenausweitung außerhalb der Innenstadt planerisch unterbindet und Neuansiedlungen auf die Innenstadt lenkt, fehlen somit die Grundvoraussetzungen.
- Die räumliche Strategie der Ausbildung einer geschlossenen Handelslage zwischen Stadtplatz und Einkaufspark ist nicht umsetzbar, da zum einen die Distanz für eine fußläufige Nutzung im Rahmen von Einkaufsaktivitäten zu groß ist und zum anderen der Stadtplatz nicht mehr die erforderliche Anziehungskraft aufweist, um ergänzend zum Standortbereich Zwieseler Straße einen zusätzlichen Besuchsanlass im Rahmen von Einkaufsaktivitäten zu bieten. Dementsprechend sollte eine zumindest in Teilen funktional komplementäre Entwicklungsstrategie zwischen den Arealen Stadtplatz und Einkaufspark/Kaufhaus Bauer verfolgt und im ISEK auch stärker dargelegt werden.
- Der Einkaufspark entspricht in seiner räumlichen Organisation und Aufenthaltsqualität nicht mehr den heutigen Anforderungen an ein wettbewerbsfähiges Einkaufszentrum und weist Modernisierungs- und Revitalisierungsbedarf auf. Weiterentwicklungsbedarf besteht auch bei den Themen Aufenthalts- und Verweilqualität aber auch hinsichtlich der räumlichen Anordnung der Magnetbetriebe, der Wegeführung und des Besatzes.
- Der Standortbereich Zwieseler Straße (Fachmarktzentrum, Einkaufspark und Kaufhaus Bauer) dominiert die örtliche Wettbewerbssituation. Der Besatz und damit die Anziehungskraft und Frequenz an diesem Areal setzt den Maßstab im örtlichen Standortwettbewerb. Neue Handelsstandorte in der Stadt Regen, die dem Verkauf von Warengruppen der innenstadtrelevanten Sortimente dienen, sind nur dann wettbewerbsfähig überlebensfähig, wenn Sie im Vergleich zum Standortbereich Zwieseler Straße Standortvorteile besitzen. Dementsprechend müsste hierfür eine Größenordnung realisiert und mit einem Magnetbetrieb aus dem Lebensmitteleinzelhandel kombiniert werden, die deutlich über die örtliche Tragfähigkeit hinausreicht und letztlich Verdrängungs- bzw. Verlagerungsprozesse in Gang setzt. Das noch nicht ausgeschöpfte Planungsrecht auf dem Rodenstock-

Gelände sowie der Umstand, dass für das Sondergebiet Einkaufszentrum keine Flächenobergrenzen festgesetzt sind, verschärfen diese Situation und mindern die Entwicklungsmöglichkeiten von Standorten ohne Bezug zum Einkaufspark/Kaufhaus Bauer weiter.

- Die Lebensmittelmärkte konzentrieren sich auf der südlichen Seite des Regen und weisen damit eine vergleichsweise schlechte Zuordnung zu den örtlichen Wohngebieten auf. Lediglich der Lebensmittelmarkt am Stadtplatz erschließt ein tatsächlich fußläufiges Einzugsgebiet auf der nördlichen Seite des Regen. Die Weiterentwicklung des Systems der Grundversorgungsstandorte in Regen muss berücksichtigen, dass der heutige Besatz hinsichtlich der Anzahl der Märkte bereits die rechnerische Tragfähigkeit ausschöpft.

G 2 Entwicklungsziele

Grundlage einer kommunalen Steuerung der künftigen Einzelhandelsentwicklung ist ein entsprechendes räumliches und versorgungsfunktionales Steuerungsleitbild. Es umfasst die von kommunaler Seite angestrebten Entwicklungsziele sowie eine darauf abgestimmte Steuerungsstrategie. Inhaltlich gilt es Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung bezogen auf die überörtliche Versorgungsfunktion der Stadt zu treffen, die räumliche Verteilung und Entwicklung der örtlichen Versorgungsstandorte innerhalb der Stadt Regen festzulegen und die Versorgungsfunktion der einzelnen Versorgungsstandorte zu definieren.

Nachfolgend sind die Zielsetzungen der kommunalen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Regen definiert und die damit verbundenen Aspekte erläutert.

Zielsetzung A

Erhalt und Weiterentwicklung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Regen durch Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs.

- Als Mittelzentrum (gemeinsam mit der Stadt Zwiesel) kommt der Stadt Regen eine entsprechende zentralörtliche Versorgungsfunktion für ihr Umland zu. Der Umfang der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Regen sowie die räumliche Anordnung der Versorgungsstandorte sind daher nicht nur im örtlichen, sondern auch im überörtlichen Kontext zu betrachten. Es gilt der überörtlichen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum gerecht zu werden und ein Einzelhandelsangebot zu entwickeln, das eine ausreichend starke Anziehungskraft auf das Marktgebiet ausübt, um tragfähig zu bleiben. Vor diesem Hintergrund gilt es, die Stadt Regen überörtlich bzw. regional als Einkaufsstandort zu positionieren, das bestehende Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot nachfragegerecht weiterzuentwickeln und die überörtlich relevanten Einkaufsstandorte der Stadt zu revitalisieren.
- Die einzelhandelsbezogene Attraktivität der Stadt Regen als Wohnstandort für die eigene Bevölkerung und als Einkaufsstandort für die Umlandbevölkerung definiert sich entschei-

dend über den Umfang, die Vollständigkeit und die Qualität des Einzelhandelsangebotes (Verkaufsflächenausstattung, Branchen- und Betriebsformen-Mix) sowie seiner Erreichbarkeit vom jeweiligen Wohnstandort aus. Ziel für die Stadt Regen ist es daher, eine Handelsvielfalt zu erlangen bzw. zu sichern, die den nachfrageseitigen Vorstellungen entspricht. Eine Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes nach Betriebstypen, Qualitäten und Sortimenten ist damit ebenso erwünscht, wie wettbewerbliche Selektionseffekte im Einzelhandel, sofern diese innerhalb eines städtebaulich verträglichen Rahmens stattfinden und so insgesamt zu einer Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebotes in Sinne der nachfrageseitigen Vorstellungen beitragen.

- Mit dem Einzelhandelsgutachten 2009 hat die Stadt Regen den gesamten Standortbereich im Umfeld der Zwieseler Straße der Standortkategorie Innenstadt zugeschrieben und als zentralen Versorgungsbereich der Stadt weiterentwickelt. Die Anziehungskraft der Anbieter in diesem Bereich sichert im Wesentlichen das überörtliche Einzugsgebiet der Stadt Regen im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente. Dementsprechend trägt die Revitalisierung und Weiterentwicklung dieses Standortbereichs zur Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion bei und führt das bisherige planerische Verhalten der Stadt Regen weiter.
- Sie Standorte Gewerbegebiet Metten und Schönhöh sichern mit den dort platzierten Anbietern im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente ebenfalls das überörtliche Einzugsgebiet der Stadt Regen. Auch diese Anbieter gilt es in der Stadt Regen zu sichern.

Zielsetzung B

Sicherung der Multifunktionalität der Stadtmitte und Weiterentwicklung ihrer gesamtstädtischen Funktion als Dienstleistungsstandort sowie als Treffpunkt und Ort der Kommunikation

- Sicherung der Nahversorgungsfunktion für die Innenstadt
Nördlich des Regens stellt der Stadtplatz mit seinem verbliebenen Handelsbesatz (Lebensmittelmarkt, Apotheke, Bäckerei, Metzgerei) den einzigen qualifizierten Grundversorgungsstandort dar. Er besitzt somit eine besondere Qualität als tatsächlicher Nahversorgungsstandort für die Wohnbevölkerung der Stadtmitte, nachdem alle übrigen Grundversorgungsstandorte ausschließlich autokundenorientiert platziert sind. Dies stellt eine besondere Qualität im Standortsystem der Grundversorgung dar, die es zu erhalten gilt. Neben seiner quartiersbezogenen Versorgungsfunktion trägt das Grundversorgungsangebot der Innenstadt auch grundsätzlich zur Frequentierung des Stadtplatzes bei, was diesen sowohl in seiner Funktion als Quartiersmitte als auch als gesamtstädtischen Treffpunkt stärkt.

- Entwicklung der Innenstadt mit gesamtstädtischer Funktion als Dienstleistungsstandort
Neben dem Einzelhandel tragen die Gastronomie und sonstige Dienstleistungen zur Multifunktionalität der Innenstadt und zur funktionalen Dichte der Erdgeschoßzone bei. Während sich die überörtlich relevante Handelsfunktion in Regen auf den Erweiterungsbereich außerhalb der historischen Stadtmitte konzentriert, bietet der Stadtplatz und sein Umfeld nach wie vor eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion in den Bereichen Gastronomie und sonstige Dienstleistungen. Mit der Sanierung des Stadtplatzes wurde die Aufenthaltsqualität insgesamt verbessert und so bietet der Stadtplatz geeignete Voraussetzungen, um zumindest die Dienstleistungsfunktion außerhalb des Einzelhandels mit gesamtstädtischer Bedeutung weiterzuentwickeln. Dementsprechend gilt es speziell die Bereiche Gastronomie und sonstige Dienstleistungen als Besatz für den Stadtplatz zu sichern und eine Funktionsanreicherung innerhalb der besonderen räumlichen Organisationsformen des Einzelhandels (Fachmarktzentrum, Einkaufszentrum) mit derartigen Dienstleistungen planungsrechtlich einzuschränken. Folgt man dieser Empfehlung, so sollte die Handelsentwicklung am Innenstadt-Rand künftig möglichst ohne weitere Flächenangebote für Nutzungen außerhalb des Einzelhandels auskommen. Dementsprechend sollten in den bestehenden Sondergebieten für Einzelhandel die Flächen für Gastronomie, sonstige Dienstleistungen, Büros oder Praxen so weit als möglich reduziert werden und bei neuen Einzelhandelsvorhaben sollten Flächen für Gastronomie und sonstige Dienstleistung allenfalls eine deutlich untergeordnete Rolle spielen, Flächen für Büros und Praxen sollten nicht vorgesehen werden. Als Anhaltspunkt für eine „untergeordnete Rolle“ kann gelten, dass die Verkaufsflächen für Gastronomie, Shops und Dienstleistung eine Größenordnung von 6 % der Verkaufsfläche im Einzelhandel nicht überschreiten sollte.
- Erhalt von Besuchsanlässen
Der Besatz der Innenstadt mit zentralen und zentralörtlichen Einrichtungen schafft Besuchsanlässe, die unabhängig vom Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz bestehen. Vor diesem Hintergrund gilt es eine weitere Auslagerung von Funktionen zu vermeiden und die Innenstadt als Arbeitsort und Wohnstandort zu stärken. Beide Funktionen tragen zur Steigerung der Frequenz und Nachfrage in Handel und Gastronomie am Standort Innenstadt bei.
- Entwicklung als Veranstaltungsort, Treffpunkt sowie als Zentrum der Kommunikation
Neben einer ausreichenden funktionalen Dichte gilt eine besondere Aufenthaltsqualität als zweite Voraussetzung, die für die Funktionsfähigkeit einer Innenstadt maßgeblich ist. Mit der Sanierung des Stadtplatzes und weiteren Teilen der Innenstadt hat die Stadt Regen die städtebaulichen und gestalterischen Voraussetzungen verbessert. Dies gilt es weiter zu nutzen und die Innenstadt auch unter identitäts- und wahrnehmungsbezogenen Gesichtspunkten als Zentrum der Stadt im Sinne eines Treffpunktes und als Ort der Kommu-

nikation zu platzieren. Durch Märkte, Veranstaltungen, Events und Marketingmaßnahmen sollen immer wieder Besuchsanlässe in der Innenstadt geschaffen werden, um deren Frequentierung zu steigern und ihre Präsenz in der Wahrnehmung der Bürgerinnen und Bürger als gesamtstädtisches Zentrum zu wahren.

Zielsetzung C

Bündelung der Handelsfunktion auf den zentralen Versorgungsbereich

- Bei einem insgesamt rückläufigen Marktvolumen und einer verminderten Tragfähigkeit von stationären Einzelhandelsnutzungen kommt der räumlichen Platzierung von neuen Einzelhandelsnutzungen eine besondere städtebauliche Relevanz zu. Das Risiko, dass wettbewerbliche Verdrängungsprozesse Leerstand hinterlassen, der nicht mehr handelsbezogen nachgenutzt werden kann, steigt künftig weiter an. Dies gilt insbesondere für Handelslagen, die im örtlichen Standortwettbewerb eine schwache Position hinsichtlich Besatz, Kopplungspotenzial und Frequenz haben. Dementsprechend sollen in der Stadt Regen über die bestehenden Handelsstandorte hinaus keine weiteren neuen Handelsstandorte entwickelt werden.
- Im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung ist es das Ziel, die städtebaulich negativen Prozesse des Niedergangs eines örtlichen Handelsstandortes als Folge der Neuentwicklung an anderer Stelle durch die Revitalisierung und Weiterentwicklung des bestehenden Standortbereichs zu ersetzen. In der Stadt Regen bietet der Zentrale Versorgungsbereich ein umfangreiches Flächenpotenzial mit Revitalisierungsbedarf. Dieses Innenentwicklungspotenzial des zentralen Versorgungsbereichs soll genutzt und vordringlich dieser Standortbereich weiterentwickelt werden. Die Bündelung der Handelsfunktion auf dieses Areal verbessert die Chancen, wettbewerblich verursachte Leerstände innerhalb dieses Areals langfristig wieder einer handelsbezogenen Nutzung zuzuführen.
- Die Bündelung der Handelsfunktion auf den zentralen Versorgungsbereich gilt nicht nur für zentrenrelevante Sortimente, sondern ist auch eine Option für nicht-zentrenrelevante Sortimente. Werden nahversorgungsrelevante Betriebstypen wie Lebensmittelmärkte (LM-Discounter, LM-Supermarkt, Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus) außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zur Verbesserung der Nahversorgung angesiedelt, so wird deren zentrengenerierende Eigenschaft auf den umliegenden Flächen planungsrechtlich eingeschränkt.

Zielsetzung D

Weiterentwicklung des Grundversorgungsangebotes als Nahversorgungsangebot

- Eine wohnstandortnahe Grundversorgung ist insbesondere unter versorgungsbezogenen Aspekten ein wichtiger Bestandteil des städtischen Einzelhandelsangebotes. Ziel der Stadt Regen ist es, die Standortverteilung der Grundversorgungsstandorte räumlich aus-

gewogener zu gestalten. Hierfür kann im nördlichen Bereich des Hauptortes ein Grundversorgungsstandort entwickelt werden.

G 3 Sortimentskonzept

Für die städtebaulich gerechtfertigte, planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist eine konkret auf die Stadt Regen bezogene Sortimentsliste zur Feinsteuerung des Einzelhandels definiert. Dabei werden sowohl der Bestand im zentralen Versorgungsbe- reich als auch die städtebaulichen Entwicklungsvorstellungen berücksichtigt.

Für die Stadt Regen erweist sich für die oben angegebenen einzelhandelsbezogenen und städtebaulichen Entwicklungsziele eine Unterscheidung zwischen den Sortimentskategorien

- zentrenrelevantes Sortiment,
- nahversorgungsrelevantes Sortiment sowie
- nicht-zentrenrelevantes Sortiment

als zielführend für eine künftige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

In der Stadt Regen sind Hauptwarengruppen bzw. Sortimente zentrenrelevant, die

- in der Innenstadt am stärksten vertreten sind
(Kriterium: Einzelhandelsbestand),
- für einen attraktiven Branchen-Mix in der Innenstadt notwendig sind oder einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind
(Kriterium: Einzelhandelsstruktur),
- Innenstadtbesucher anziehen
(Kriterium: Frequentierung),
- einen relativ geringen, sortiments- bzw. betriebsformspezifischen Flächenbedarf besitzen
(Kriterium: Integrationsfähigkeit),
- über eine relativ hohe Versorgungsbedeutung bzw. Zentralität verfügen, da sie nur selten
(bzw. nur in Mittel- und Oberzentren) angeboten werden
(Kriterium: Einzelhandelszentralität),
- häufig im Zusammenhang mit anderen Einrichtungen in der Innenstadt besucht werden
(Kriterium: Kopplungsaffinität),
- leicht transportiert werden können (Handtaschensortiment)
(Kriterium: Transportfähigkeit).

In der Stadt Regen sind Sortimente nahversorgungsrelevant,

- für die eine flächendeckende Versorgung angestrebt wird
(Kriterium: Abdeckung),
- die häufig benötigt und dem kurzfristigen Bedarf zugeordnet werden können
(Kriterien: Bedarfshäufigkeit und Fristigkeit),
- für die eine Zuordnung zu Wohnstandorten angestrebt wird
(Kriterium: fußläufige Erreichbarkeit),
- bei denen der Versorgungseinkauf im Vordergrund steht
(Kriterium: Effizienz).

In der Stadt Regen sind Sortimente nicht-zentrenrelevant, die

- in der Innenstadt derzeit ohne Bedeutung sind und diese nicht prägen
(Kriterium: Relevanz),
- zukünftig kein Entwicklungspotenzial für die Innenstadt bieten
(Kriterium: Impulsfunktion),
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. des betriebsformspezifischen Flächenbedarfs für eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich (Kernbereich oder erweiterter Bereich) nicht geeignet sind
(Kriterium Integrationsfähigkeit),
- eine geringe Umsatzleistung je m² Verkaufsfläche aufweisen
(Kriterium: Flächenproduktivität).

Mit der nachfolgenden Sortimentsliste (vgl. Tab.10) für die Stadt Regen ist eine einheitliche Vorgehensweise bei der Steuerung von Einzelhandelssortimenten an den jeweiligen Standorttypen gewährleistet die dem Bestimmtheitsgrundsatz gerecht wird.

Tabelle 10: Sortimentsliste Stadt Regen

Hauptwarengruppe	Sortiment	Zentrenrelevanz
Nahrungs- und Genussmittel	Back- und Konditoreiwaren	nahversorgungsrelevant
	Metzgerei- und Fleischereiwaren	nahversorgungsrelevant
	Obst und Gemüse	nahversorgungsrelevant
	Lebensmittel, Naturkost und Reformwaren	nahversorgungsrelevant
	alkoholfreie und alkoholische Getränke Spirituosen	nahversorgungsrelevant
Gesundheits- und Körperpflege	Drogeriewaren (Kosmetika, Körperpflege, Wach-, Putz- und Reinigungsmittel, etc.)	nahversorgungsrelevant
	Parfümeriewaren	zentrenrelevant
	freiverkäufliche Apothekerwaren und Pharmazeutika	nahversorgungsrelevant
	Sanitätsbedarf (med. und orthopädische Artikel)	zentrenrelevant
	Hörgeräte	zentrenrelevant
Schreibwaren, Papier, Bücher	Zeitungen, Zeitschriften	zentrenrelevant
	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	zentrenrelevant
	Büromaschinen, Organisation	zentrenrelevant
	Bücher	zentrenrelevant
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung	zentrenrelevant
	Kinderbekleidung	zentrenrelevant
	Wäsche, Nachtwäsche, Miederwaren, Dessous	zentrenrelevant
	Sportbekleidung, Bademoden	zentrenrelevant
	sonstige Bekleidung (Berufsbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Motorradbekleidung etc.)	zentrenrelevant
	Handarbeitsbedarf, Kurzwaren, Meterware Stoffe, Wolle	zentrenrelevant
Schuhe, Lederwaren	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme	zentrenrelevant
	Schuhe	zentrenrelevant
	Sportschuhe	zentrenrelevant

Hausrat, Glas, Porzellan	Geschenkartikel	zentrenrelevant
	Glas, Porzellan, Keramik	zentrenrelevant
	Haushaltswaren, Bestecke, Schneidwaren	zentrenrelevant
Sportartikel, -geräte, Fahrräder, Camping	Fahrräder und Zubehör	nicht-zentrenrelevant
	Camping- und Outdoorartikel	nicht-zentrenrelevant
	Reiter- und Anglerbedarf	nicht-zentrenrelevant
	Sportgeräte	zentrenrelevant
	Sportgroßgeräte	nicht-zentrenrelevant
Spielwaren, Hobby	Spielwaren	zentrenrelevant
	Baby- und Kleinkindausstattung	zentrenrelevant
	Künstlerbedarf, Bastelbedarf, Bastelzubehör	zentrenrelevant
	Musikinstrumente und Zubehör	zentrenrelevant
	Jagdbedarf, Waffen, Pokale	zentrenrelevant
Einrichtungsbedarf	Wohnmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel, Gartenmöbel, Küchen	nicht-zentrenrelevant
	Bilder, Bilderrahmen, Kunstgewerbe, Antiquitäten	nicht-zentrenrelevant
	Haus-, Bett- und Tischwäsche	zentrenrelevant
	Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen	zentrenrelevant
	Bettwaren, Matratzen	nicht-zentrenrelevant
Elektroartikel und Leuchten	Elektrogroßgeräte (weiße Ware: Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäsche-trockner, Geschirrspülmaschinen, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixergeräte, Staubsauger, Bügeleisen etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Unterhaltungselektronik und Zubehör (Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Videokameras, Videorekorder, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Informationstechnik (Computer und Zubehör, Hardware, Software, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Telekommunikation und Zubehör	nicht-zentrenrelevant
	Bild- und Tonträger (Schallplatten, CDs, Video, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Leuchten	nicht-zentrenrelevant

Uhren und Schmuck	Uhren	zentrenrelevant
	Schmuck	zentrenrelevant
Foto, Optik	Foto	zentrenrelevant
	Optik, Augenoptik	zentrenrelevant
Bau- und Gartenmarkt- sortiment	Bauelemente, Baustoffe	nicht-zentrenrelevant
	Türen, Fenster, Wintergärten	nicht-zentrenrelevant
	Rollläden, Markisen	nicht-zentrenrelevant
	Kamine, Kachelöfen	nicht-zentrenrelevant
	Bodenbeläge (Fliesen, Teppich, Aus- legware, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Farben und Lacke, Tapeten	nicht-zentrenrelevant
	Maschinen und Werkzeuge	nicht-zentrenrelevant
	Eisen-, Metall-, Kunststoffwaren, Elektroinstallationsmaterial	nicht-zentrenrelevant
	Bad, Sanitär, Heizung, Klima	nicht-zentrenrelevant
	Kfz- und Motorrad-Zubehör	nicht-zentrenrelevant
	zoologischer Bedarf	zentrenrelevant
	Tiernahrung	nahversorgungsrelevant
	Holz	nicht-zentrenrelevant
	Blumen (Schnittblumen)	zentrenrelevant
	Pflanzen (Topf- und Freilandpflan- zen), Sämereien,	nicht-zentrenrelevant
	Gartenartikel und Gartengeräte	nicht-zentrenrelevant
	Pflanzengefäße, Erde, Torf, Pflege- und Düngemittel, Gartenhäuser, Zäune, Teichbau	nicht-zentrenrelevant
Sauna- und Schwimmbadanlagen	nicht-zentrenrelevant	
Kfz-Handel	Kraftfahrzeuge, Reifen	nicht-zentrenrelevant

Quelle: eigene Zuordnung.

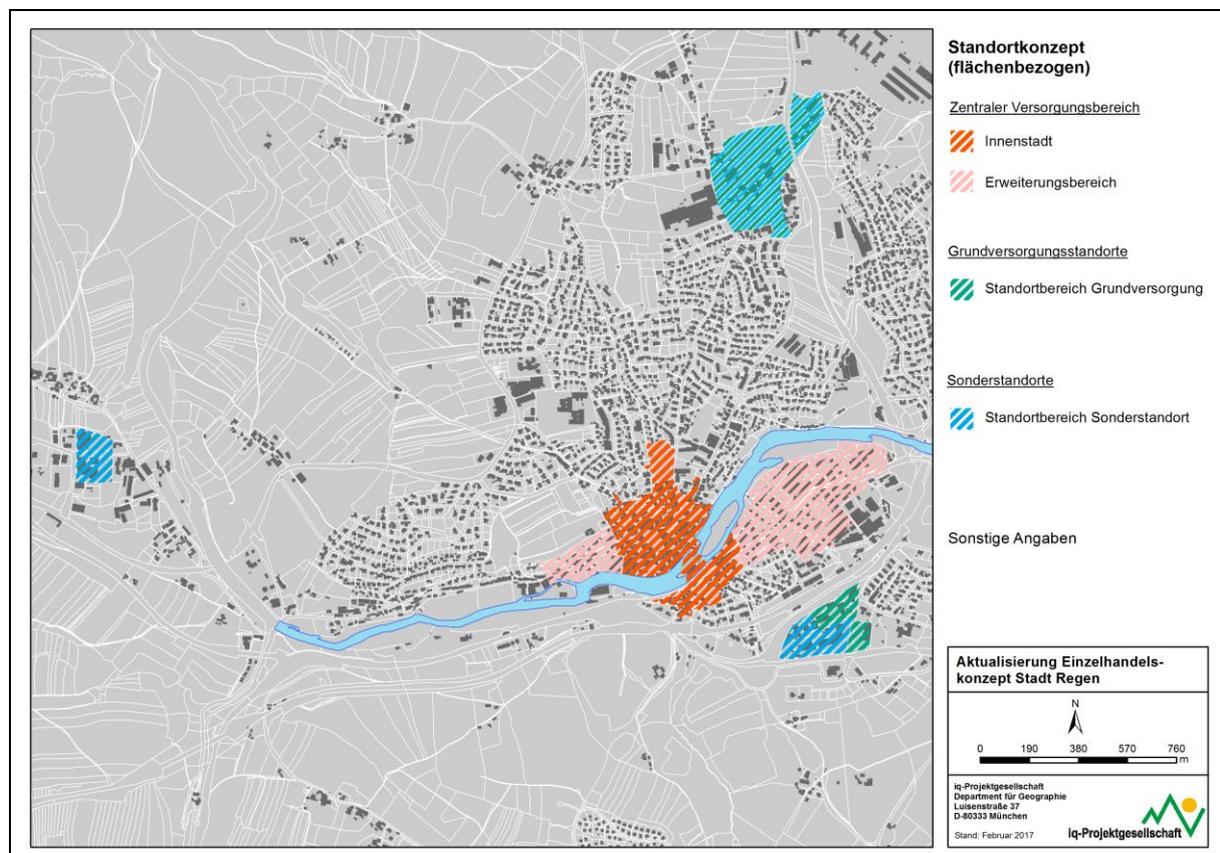
iq-Projektgesellschaft

G 4 Standortkonzept und Steuerungsgrundsätze

Für die Stadt Regen werden vor dem Hintergrund bestehender und planungsrechtlich gesicherter Einzelhandelsnutzungen sowie der beabsichtigten sortimentspezifischen Steuerungsstrategie folgende Standortkategorien (vgl. Karte 7) unterschieden:

- **Zentraler Versorgungsbereich:** neben dem Innenstadtkern mit dem Stadtplatz und seinem Umfeld sowie dem Moizerlitzplatz zählen auch die Erweiterungsbereiche Bahnhofstraße/Zwieseler Straße sowie Deggendorfer Straße zum zentralen Versorgungsbereich.
- **Grundversorgungsstandorte:** In der Stadt Regen sind zwei Areale als Grundversorgungsstandorte kategorisiert. Dabei verfügt der Standortbereich Gewerbegebiet Molkereistraße/Rinchnacher Straße bereits über einen umfangreichen Besitz mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Der Standortbereich Gewerbegebiet Schönhöh ist dagegen noch ohne Besitz im Bereich nahversorgungsrelevanter Sortimente, verfügt aber sowohl angebotsseitig als auch siedlungsräumlich über die erforderlichen Voraussetzungen zur Entwicklung eines Grundversorgungsstandortes und könnte zur besseren räumliche Verteilung des Grundversorgungsangebotes in der Stadt Regen beitragen.
- **Sonderstandort:** Dieser Standortkategorie sind das Gewerbegebiet Metten, das Gewerbegebiet Schönhöh sowie das Gewerbegebiet Molkereistraße zugeordnet.

Karte 7: Standortbereiche für den Einzelhandel in der Stadt Regen



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Für eine differenzierte planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Regen gelten die nachfolgenden Steuerungsgrundsätze, die den einzelnen Kategorien von Handelsstandorten jeweils eine spezifische Versorgungsfunktion zuweisen und somit auch deren Eignung für Planvorhaben bestimmen (vgl. hierzu auch Karte 8).

■ **Steuerungsgrundsatz 1:**

Ansiedlung von Einzelhandel mit zentrenrelevantem Sortiment nur im zentralen Versorgungsbereich.

Die Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Sortiment als Hauptsortiment erfolgt ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich. Dies gilt generell für alle Vorhaben. Ausnahmen gelten lediglich im Rahmen des erweiterten Bestandsschutzes sowie in Verbindung mit einem Gewerbebetrieb. So kann der gewerbeanhängige Verkauf an Endverbraucher zugelassen werden.

Für Einzelstandorte und/oder Einzelbetriebe des Handwerks oder des produzierenden Gewerbes sollte der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren ausnahmsweise zulässig sein. Voraussetzung hierfür ist, dass der Verkauf nach Art und Umfang in betrieblichem Zusammenhang mit der Produktion, der Ver- und Bearbeitung dieser Güter einschließlich Reparatur und Serviceleistungen steht.

■ **Steuerungsgrundsatz 2**

Ansiedlung von zentregenerierendem Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment im zentralen Versorgungsbereich sowie an den Nahversorgungsstandorten Molkereistraße und Schönhöh.

Die Ansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von größeren Betrieben (mehr als 100 m² Verkaufsfläche) mit Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortiment erfolgt unter der Maßgabe, die wohnstandortbezogene Grundversorgung zu sichern bzw. zu verbessern. Davon nicht betroffen sind Läden mit bis zu 100 m² Verkaufsfläche im nahversorgungsrelevanten Sortiment, für die keine Beschränkung auf einen Standortbereich vorgenommen wird.

Die übliche Größenordnung der für die Nahversorgung relevanten Lebensmittelanbieter liegt bei 1.000-1.200 m² Verkaufsfläche im Falle von Lebensmitteldiscountern und bei 1.500-2.500 m² Verkaufsfläche im Falle von Vollsorimentern. Die Angebotspalette dieser Betriebe umfasst zu einem gewissen Anteil – etwa 10 bis 20 % – zentrenrelevante Randsortimente (u. a. Schreibwaren, Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Bekleidung). Die Randsortimente können aufgrund der geringen Verkaufsfläche aber per se als nicht strukturprägend beurteilt werden.

■ **Steuerungsgrundsatz 3**

Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment im zentralen Versorgungsbereich sowie an den Sonderstandorten Molkereistraße, Schönhöh und Metten.

Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel könnte grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet – sofern eine Handelsnutzung anhand des Flächennutzungsplanes möglich ist – zugelassen werden. Um allerdings eine Aufsplitterung in eine Vielzahl von Handelsstandorten zu verhindern und eine räumlich ausgewogene Standortstruktur sowie eine ausreichende Anziehungskraft einzelner Versorgungsstandorte – im Sinne positiver Agglomerationseffekte – zu gewährleisten, werden auch Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente räumlich gebündelt.

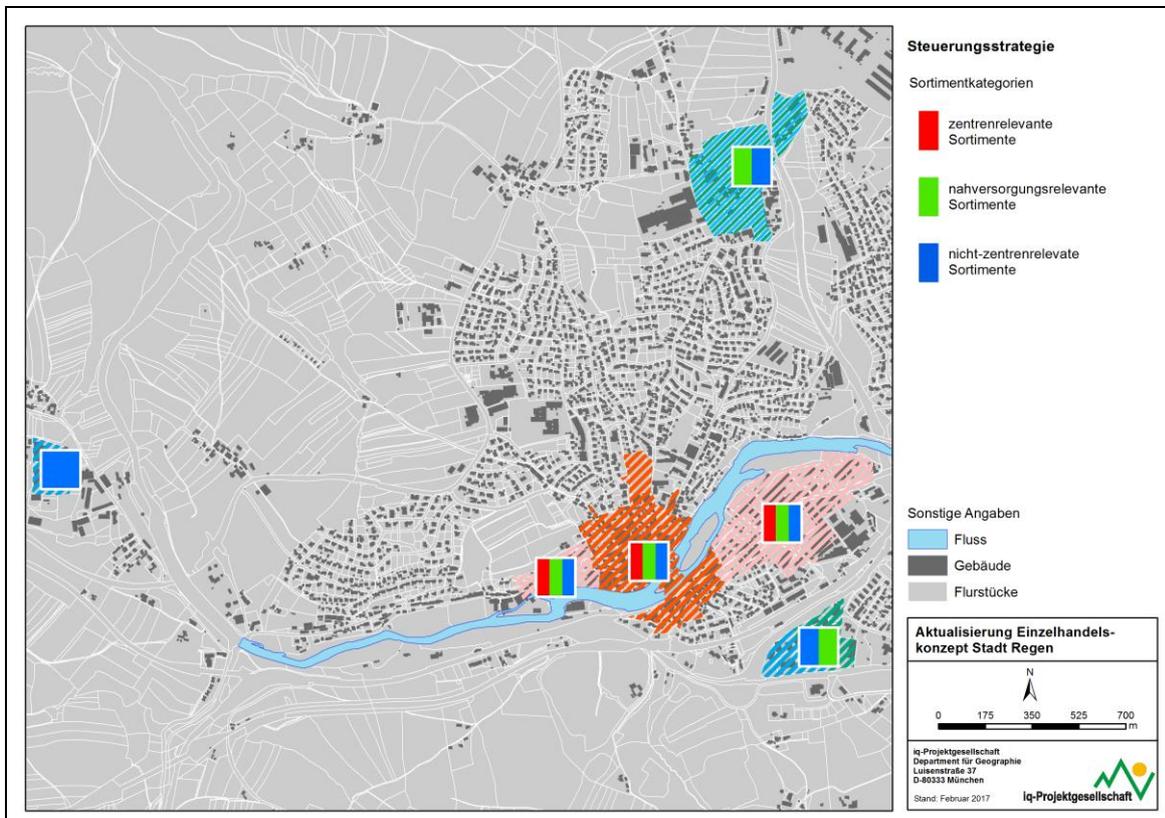
■ **Steuerungsgrundsatz 4**

Einzelhandel mit zentrenrelevantem Randsortiment mit Einschränkung auch an Sonderstandorten und Nahversorgungszentren

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten negative Auswirkungen möglich.

Zentrenrelevante Randsortimente sind deshalb nur in begrenztem Umfang zulässig. Eine Begrenzung auf rd. 10 % der gesamten Verkaufsfläche mit einer Obergrenze von maximal 700 m² insgesamt und maximal 300 m² je Sortiment sollte hierbei Anwendung finden.

Karte 8: Steuerungsgrundsätze für den Einzelhandel der Stadt Regen



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

G 5 Standortstrategie

Für die einzelnen Handelsstandorte in Regen (vgl. Karte 7) bestehen – über die Anwendung der Steuerungsgrundsätze hinaus – unterschiedliche räumliche Entwicklungsvorstellungen, die als städtebaulich wünschenswerte Entwicklung anzusehen sind.

zentraler Versorgungsbereich

Die Weiterentwicklung der Handelsfunktion im zentralen Versorgungsbereich ist eine grundlegende Anforderung an die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung. Die besondere Schwierigkeit im Fall der Stadt Regen liegt darin, dass ihr bisher als zentraler Versorgungsbereich entwickelter Standortbereich ein sehr ausgedehntes Areal umfasst, das hinsichtlich des aktuellen Besatzes sowie der Voraussetzungen zur Entwicklung der Handelsfunktion inhomogen ist. Der städtebauliche Revitalisierungs- und Entwicklungsbedarf innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs betrifft deutlich mehr Standortbereiche als die handels- und wettbewerbsbezogenen Entwicklungspräferenzen abdecken. Zentren generierende Bausteine, die handelsbezogen zu Ansatzpunkten für eine Weiterentwicklung der Handelsfunktion sein können, befinden sich in der Bahnhofstraße (Supermarkt), an der Zwieseler Straße (LM-Discounter) sowie im Einkaufspark (Verbrauchermarkt, Drogeriemarkt). Der Einkaufspark in Verbindung mit dem Kaufhaus Bauer, der Fachmarktstandort an der Zwieseler Straße und der Standort des Rewe-Marktes spannen somit einen Standortbereich auf, der die stärkste örtliche Kundenfrequenz ausbildet und die örtliche Wettbewerbssituation innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs bestimmt. Dieser Standortbereich generiert derzeit die höchste Kundenfrequenz und verfügt dementsprechend auch über die höchste Attraktivität und Anziehungskraft für Betriebsneuansiedlungen. Ausgehend von diesem Areal kann sich die Handelsfunktion weiter Richtung Moizerlitzplatz ausweiten, sofern die gesamtstädtische Nachfrage auf dieses Standortareal gebündelt wird.

Für die Weiterentwicklung der Handelsfunktion innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist aber zunächst die Modernisierung und ggf. Weiterentwicklung des Einkaufszentrums ein entscheidender Baustein. Hierfür sind unterschiedliche Varianten denkbar, die alle gemeinsam haben, dass sie an die bestehende Einzelhandelsnutzung entweder über das Kaufhaus Bauer oder über den Einkaufspark anknüpfen. Eine Weiterentwicklung des Standortes Einkaufspark/Kaufhaus Bauer könnte sowohl auf den direkt angrenzenden Grundstücken erfolgen, die bisher noch nicht handelsseitig genutzt sind, als auch auf der gegenüberliegenden Straßenseite auf dem Rodenstock-Gelände. Die Flächen südwestlich des bestehenden Einkaufsparks sind bereits als Sondergebiet Einzelhandel ausgewiesen und könnten eine Verkaufsflächenerweiterung tragen. Gleichzeitig wäre auch eine Erweiterung des Einkaufsbereichs in östlicher Richtung möglich. Siedlungsräumlich und funktional sind beide Varianten als gleichwertig zu betrachten.

Die bisherige Argumentation geht davon aus, dass Einkaufspark und Kaufhaus Bauer weiterhin als eine Einheit entwickelt werden. Ist dies nicht der Fall, dann ist letztlich von zwei eigenständigen Einheiten auszugehen, die separat entwickelt werden. Aus Sicht der Einzelhandelsentwicklungsplanung sind auch dann beide räumlichen Entwicklungsrichtungen als gleichwertig zu betrachten. Es muss allerdings davon ausgegangen werden, dass es bei einer organisatorisch und betreiberbezogen separaten Entwicklung zu wechselseitigen Verdrängungs- und Verlagerungseffekten kommt. Nachdem beide Varianten aus siedlungsräumlicher und funktionaler Sicht gleichwertig sind und zudem beide innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt sind, ergibt sich kein Anlass für eine städtebaulich-funktional begründete Steuerung zu Gunsten der einen oder anderen Variante. Dies gilt umso mehr, als mit dem Planungsrecht auf dem Rodenstock Gelände bereits eine weitere Entwicklungsoption planungsrechtlich ermöglicht wurde. Um wettbewerblich neutral zu agieren, wären die Verkaufsflächen, die am Rodenstock-Gelände genehmigt wurden, auch das Maß, das zusätzlich zum Bestand sowohl bei einer Erweiterung des Einkaufsparks als auch bei einer Neukonzeption des Kaufhauses Bauer maximal angesetzt werden sollte.

Es ist nicht davon auszugehen, dass mehrere der im Raum stehenden Varianten umgesetzt werden können. Da aber nicht abzuschätzen ist, welche tatsächliche Realisierungswahrscheinlichkeit mit den einzelnen Varianten verbunden ist, kann der Kommune kein Vorgehen empfohlen werden, das sich ausschließlich auf eine Realisierungsvariante festlegt. Dadurch würde man eine planungsrechtliche Einflussnahme auf das Wettbewerbsgeschehen vornehmen, die sich - zumindest handelsbezogen - nicht aus städtebaulichen Gründen ableiten kann, da sich alle Varianten innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs befinden. Aus handelsbezogener und städtebaulicher Sicht gilt es festzuhalten, dass kein weiterer Lebensmittelmarkt angesiedelt werden sollte. Zudem sollten die Flächen für Gastronomie und private Dienstleistungen sowie für Büros und Praxen möglichst stark eingeschränkt werden, da diese Nutzungen für eine Revitalisierung der weiteren Bereiche des zentralen Versorgungsbereichs (Stadtplatz, Moizerlitzplatz und Verbindungsachse zum Einkaufszentrum) vorgesehen sind.

Für eine Weiterentwicklung der Handelsfunktion auf der gegenüberliegenden Straßenseite mit einer direkten Anbindung zum Einkaufspark/Kaufhaus Bauer wurde bereits Planungsrecht geschaffen. Dieses Vorhaben platziert zudem zwei weitere Gebäude, die weitere Fachmärkte sowie einen Bau- und Gartenmarkt aufnehmen könnten. Eine Weiterentwicklung des Standortumfeldes in diesem Sinne entspricht der hier formulierten Steuerungsstrategie. Nachdem das Vorhaben innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt ist, würden wettbewerbliche Verdrängungseffekte keine städtebaulich „schützenswerte“ Standorte betreffen. Das im Jahr 2012 geschaffene Planungsrecht wurde bisher nicht wahrgenommen. Eine Realisierung dieser Entwicklungsoption ist auch weiterhin nicht absehbar.

Eine Erweiterung des Einkaufsparks auf den südwestlichen Flächen sollte – sobald dies planungsrechtlich erforderlich ist - dazu genutzt werden, den Bebauungsplan sowohl an die Erfordernisse der Raumordnung und Landesplanung anzupassen als auch an die städtebaulichen Erfordernisse. Unter dem zweiten Aspekt sollten Flächen für Gastronomie und sonstige Dienstleistungen so weit als möglich eingeschränkt werden. Zumindest sollte keine Ausweitung der derzeit vorhandenen Flächen erfolgen. Vor diesem Hintergrund besteht auch unabhängig von einer tatsächlichen Erweiterungs- oder Umbauabsicht des Einkaufsparks die Anforderung einer Anpassung des bestehenden Bebauungsplans, um eine sortiments- und nutzungsspezifisch geordnete Entwicklung zu definieren. Ergänzend zum Bestand sollte insgesamt kein sortimentsspezifisch umfangreicherer Verkaufsflächenzuwachs ermöglicht werden, als dies auf dem Rodenstock-Gelände vorgesehen ist. Nachdem das Vorhaben innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt ist, würden wettbewerbliche Verdrängungseffekte keine städtebaulich „schützenswerte“ Standorte betreffen. Unter dem Aspekt der Gleichbehandlung von Eigentümern/Investoren kann deshalb das bereits genehmigte Maß beibehalten werden, da davon auszugehen ist, dass nur eine der insgesamt drei Standortvarianten für zusätzlichen Einzelhandel tatsächlich umgesetzt wird.

Eine Erweiterung des Kaufhauses Bauer auf den östlichen Flächen ist analog zur Erweiterung des Einkaufsparks auf den südwestlichen Flächen zu werten. Ergänzend zum Bestand sollte auch bei dieser Variante insgesamt kein sortimentsspezifisch umfangreicherer Verkaufsflächenzuwachs ermöglicht werden, als dies auf dem Rodenstock-Gelände vorgesehen ist. Gleichzeitig sollten ergänzende Flächen für Gastronomie, private Dienstleistungen und Büros/Praxen möglichst eingeschränkt werden. Verkaufsflächenobergrenzen und die Beschränkung der Flächen für Dienstleistungen und Gastronomie sollten im Rahmen der Bauleitplanung über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan festgesetzt werden. Nachdem kein zusätzlicher Lebensmittelmarkt angesiedelt werden soll und der Verbrauchermarkt im Einkaufspark Bestandsschutz genießt, entfällt diese Entwicklungsoption derzeit auf den östlich gelegenen Entwicklungsflächen. Dies wäre allerdings dann möglich, wenn der bestehende Verbrauchermarkt auf diese Flächen verlagert.

Im Standortbereich zwischen Einkaufspark/Kaufhaus Bauer und Moizerlitzplatz aber auch am Stadtplatz und in seinem Umfeld gilt es die funktionale Dichte mit Nutzungen aus dem Bereich Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie zu erhöhen. Vor diesem Hintergrund ist eine weitere Bündelung von Anbietern auf diesen Standortbereich zu empfehlen. Dies betrifft sowohl Handelsnutzungen aus dem Bereich der zentrenrelevanten Sortimente als auch Handelsnutzungen aus dem Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente. Eine Verlagerung des Baumarktes oder des Elektromarktes in den zentralen Versorgungsbereich wären dementsprechend zu begrüßen.

Nahversorgungsstandorte

Der Besatz mit Lebensmittel- und Drogeriemärkten am Standort Molkereistraße und Rinchnacher Straße sollte nicht weiter erhöht werden. Sofern Modernisierungen am Standort mit einer Vergrößerung der Verkaufsfläche einhergehen, sollte eine Größenordnung von maximal 1.100 m² Verkaufsfläche nicht überschritten werden.

Im Areal des Gewerbegebietes Schönhöh und seinem Umfeld ist ein Standortbereich definiert, der für die Entwicklung eines Grundversorgungsstandortes in Frage kommt. Sofern diese Entwicklung durch die Verlagerung eines bestehenden Anbieters realisiert wird, könnte die aktuell starke Konzentration der Lebensmittelmärkte auf den südlichen Siedlungskörper reduziert werden. Neben einem Lebensmittelmarkt mit maximal 1.100 m² Verkaufsfläche könnte ein dort entwickelter Grundversorgungsstandort durch einen Drogeriemarkt oder einen Getränkemarkt ergänzt werden.

Sonderstandorte

Die Sonderstandorte des Einzelhandels in der Stadt Regen tragen derzeit großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment. Grundsätzlich können alle drei Standorte durch weitere Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment ergänzt werden und auch die bestehenden Anbieter können marktkonform weiterentwickelt werden. Hieraus resultieren keine städtebaulich negativen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich.

Im Sinne einer aktiven Standortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs wäre eine Bündelung der Handelsfunktion auf den zentralen Versorgungsbereich wünschenswert. Dies betrifft auch die Anbieter aus dem Bereich der nicht-zentrenrelevanten Warengruppen, die in den zentralen Versorgungsbereich verlagern könnten.

H Wirkungsanalyse

Die nachfolgende Wirkungsanalyse stellt das Vorhaben auf dem Postgelände in Bezug zur Steuerungsstrategie und den Zielsetzungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes. Hieraus wird erkennbar, ob das Vorhaben den Empfehlungen zur funktionalen Entwicklung der Stadt Regen entspricht. Unabhängig von den Ergebnissen der nachfolgenden ökonomischen Wirkungsanalyse stellt eine positive Bewertung des Vorhabens vor dem Hintergrund der angestrebten städtebaulichen Ordnung und Entwicklung auch den entscheidenden Bewertungsaspekt dar. Die anschließende ökonomische Wirkungsanalyse ist als ergänzend zu sehen und zeigt die zu erwartenden wettbewerblichen Wirkungen. Diese sind aber nur dann als negativ zu werten, wenn sie nicht nur wettbewerbliche Verdrängungseffekte auf betrieblicher Ebene hervorrufen, sondern die städtebauliche Ordnung und Entwicklung negativ beeinflussen, wobei der zentrale Versorgungsbereich einen besonderen Schutz genießt.

H 1 Vorhaben

Auf dem Flurstück östlich des Kaufhauses Bauer (Postgelände) soll Planungsrecht für großflächigen Einzelhandel geschaffen werden. Zum konkreten Vorhaben liegt derzeit noch keine Planung vor, hinsichtlich der Dimensionierung und sortimentsbezogenen Aufteilung sowie der Anreicherung mit sonstigen Nutzungen ist lediglich ein vorläufiger Rahmen abgesteckt, der die Vorstellungen der Angebotsseite aufnimmt. Dabei sind zwei Varianten formuliert, die jeweils 9.000 m² Verkaufsfläche umfassen sowie 600 m² an Flächen für einen ergänzenden Gastronomie- und Dienstleistungsbesatz. Darüber hinaus sollen weitere 700 m² Büroflächen entstehen. Die angedachte sortimentsbezogene Aufteilung der Verkaufsfläche zeigt Tabelle 11.

Tabelle 11: Dimensionierung des großflächigen Einzelhandels auf dem Postgelände

Nutzungen	Variante I	Variante II
Lebensmittelmarkt	3.500 m ²	0
Baumarkt	0	3.500 m ²
Bekleidung	1.200 m ²	1.200 m ²
Sport	1.000 m ²	1.000 m ²
Parfümerie	100 m ²	100 m ²
Schuhe	400 m ²	400 m ²
Drogerie	1.200 m ²	1.200 m ²
Elektroartikel	1.600 m ²	1.600 m ²
Fast-Food	300 m ²	300 m ²
Restaurant	300 m ²	300 m ²
Büro	700 m ²	700 m ²

Quelle: Stadt Regen.

Das Vorhaben soll in beiden Varianten hinsichtlich des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes sowie hinsichtlich des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes bewertet werden. Es liegen derzeit allerdings keine Erkenntnisse dazu vor, welche Betriebsformen oder welche Betreiber vorgesehen sind. Ebenso ist unbekannt, wie die räumliche Organisation sein wird.

Zum einen wäre vorstellbar, dass in Verbindung mit dem Kaufhaus Bauer und dem Einkaufspark letztlich eine Erweiterung des bestehenden Einkaufszentrums erfolgt, wie dies auch bei der Planung auf dem Rodenstock-Gelände vorgesehen ist. Eine zweite Alternative bestünde darin, dass das Kaufhaus Bauer zusammen mit den neuen Flächen als eigenständiges Einkaufszentrum entwickelt wird und in Konkurrenz zum bestehenden Einkaufspark um Mieter und Kunden tritt. Dies ist insofern vorstellbar, als der Einkaufspark nicht mehr zeitgemäß aufgestellt ist und Modernisierungsbedarf besitzt. Eine dritte Option wäre die Realisierung als vollkommen oder zumindest teilweise eigenständiges Fachmarkt- oder Einkaufszentrum, bei dem nur Teile eine direkte räumliche Anbindung an das Kaufhaus Bauer aufweisen.

Vor dem Hintergrund der hier geforderten Wirkungsanalyse wird angenommen, dass es sich um eine Erweiterung des Einkaufszentrums handelt, da diese Form der Realisierung die höchste Umsatzerwartung generiert und damit vor Ort die stärksten Umsatzumverteilungseffekte auslösen dürfte.

H 2 Konzeptionelle Bewertung

Konzeptionelle Grundlagen zur Bewertung des Vorhabens sind neben dem Landesentwicklungsprogramm und dem Regionalplan das oben formulierte Einzelhandelsentwicklungskonzept sowie die Zielsetzungen des integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes.

Einzelhandelsentwicklungskonzept

Der Standort des Vorhabens (Zwieseler Straße 27 und 29) ist nach dem Standortkonzept des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Standortkategorie „zentraler Versorgungsbereich“ zuzuordnen. Nach der sortimentspezifischen Steuerungsstrategie können innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zunächst alle Sortimentskategorien angesiedelt werden. Hinsichtlich der einzelnen Warengruppen existieren allerdings Restriktionen für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel bezüglich der Art und Dimensionierung von Vorhaben. Für den Erhalt der wohnstandortnahen Grundversorgung wird empfohlen, die bestehende Angebotskonzentration der Lebensmittelmärkte südlich des Regens nicht weiter zu erhöhen. Zudem wird empfohlen, keinen weiteren Lebensmittelmarkt mehr anzusiedeln, um den örtlichen Wettbewerbsdruck auf den Lebensmittelmarkt am Stadtplatz nicht weiter zu erhöhen. Vor diesem Hintergrund würde eine Neuansiedlung von 3.500 m² Verkaufsfläche im Bereich Lebensmittel nicht im Einklang zum Einzelhandelsentwicklungskonzept stehen. Lediglich

eine Verlagerung des bestehenden Verbrauchermarktes wäre denkbar, allerdings nur in einer Dimensionierung, die dem landesplanerisch zulässigen Maß entspricht. Für alle übrigen Warengruppen, die in den beiden Varianten vorgesehen sind, ergeben sich keine derartigen Restriktionen aus der Steuerungsstrategie des Einzelhandelskonzeptes.

Hinsichtlich der Zielsetzungen zum Einzelhandelsentwicklungskonzept ergibt sich folgende Bewertung:

Zielsetzung A

Erhalt und Weiterentwicklung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Regen durch Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs.

Das Vorhaben befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs und ist geeignet, diesen sowohl qualitativ als auch quantitativ weiterzuentwickeln. Ggf. werden wettbewerbliche Selektionseffekte dazu beitragen, dass bei einem Überbesatz diejenigen Anbieter am Markt bestehen, deren Angebot auf der Nachfrageseite präferiert wird. Wettbewerb innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist nicht negativ zu sehen, sondern Bestandteil der Weiterentwicklung dieses, für die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Stadt Regen wesentlichen Areals.

Zielsetzung B

Sicherung der Multifunktionalität der Stadtmitte und Weiterentwicklung ihrer gesamtstädtischen Funktion als Dienstleistungsstandort sowie als Treffpunkt und Ort der Kommunikation

Die Sicherung der Multifunktionalität der Stadtmitte betrifft in erster Linie deren Nahversorgungsfunktion sowie deren Funktion als Standort für Gastronomie und Dienstleistungen auch außerhalb des Einzelhandels. Mit der Empfehlung, auf die Neuansiedlung von Lebensmittelmärkten zu verzichten, wird dafür Sorge getragen, den Wettbewerbsdruck auf den am Stadtplatz verbliebenen Anbieter nicht weiter zu erhöhen. Sofern kein Lebensmittelmarkt platziert wird oder lediglich die Verlagerung eines bestehenden Marktes erfolgt, berührt das Vorhaben die Zielsetzung B handelsbezogen nicht negativ. Allerdings erfordert die über die Handelsfunktion hinausreichende Zielsetzung, die Stadtmitte als Dienstleistungsstandort sowie als Treffpunkt und Ort der Kommunikation zu entwickeln, eine Einschränkung der ergänzenden Nutzungen. Idealerweise sollten im Sondergebiet Einzelhandel keine Flächen für Gastronomie und sonstige Dienstleistungen realisiert werden, allerdings hängt dies entscheidend davon ab, in welcher Form die Realisierung des Vorhabens erfolgt. Handelt es sich letztlich um die Erweiterung oder Neuaufstellung des bestehenden Einkaufszentrums, so kommt dieser Betriebstyp ohne Flächen für Gastronomie nicht aus. Dennoch sollten die Flächen für Gastronomie und sonstige Dienstleistungen so weit als möglich reduziert werden und allenfalls eine deutlich untergeordnete Rolle spielen. Als Anhaltspunkt für eine „unterge-

ordnete Rolle“ kann gelten, dass die Verkaufsflächen für Gastronomie, Shops und Dienstleistung im Sondergebiet Einzelhandel eine Größenordnung von 6 % der Verkaufsfläche im Einzelhandel nicht überschreiten sollte. Flächen für Büros und Praxen sollten vor dem Hintergrund der Zielsetzung B grundsätzlich nicht in Verbindung mit einem Sondergebiet Einzelhandel realisiert werden.

Zielsetzung C

Bündelung der Handelsfunktion auf den zentralen Versorgungsbereich

Mit der Ansiedlung von Betrieben mit einem Hauptsortiment, das bisher nicht adäquat im zentralen Versorgungsbereich vertreten ist, erweist sich das Vorhaben als im Einklang mit der Zielsetzung der Bündelung der Handelsfunktion auf den zentralen Versorgungsbereich. Hierzu zählen in erster Linie die Bausteine Baumarkt und Elektromarkt, deren Anbieter derzeit außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs platziert sind.

Zielsetzung D

Weiterentwicklung des Grundversorgungsangebotes als Nahversorgungsangebot

Die Zielsetzung D ist von dem Vorhaben nicht negativ berührt, sofern die Variante ohne Lebensmittelmarkt realisiert wird oder es sich bei der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes um die Verlagerung eines bestehenden Marktes handelt.

Städtebauliches Entwicklungskonzept

Das Städtebauliche Entwicklungskonzept definiert sowohl für das Sanierungsgebiet „Innenstadt Regen“ als auch für das Sanierungsgebiet „Altstadt Nord“ die Zielsetzung, die zum Teil noch vorhandenen Strukturen der Innenstadt (Handel, Gewerbe, Dienstleistung und Wohnen) wieder zu stärken bzw. zu reaktivieren, um so der immer größer werdenden Leerstandsproblematik entgegenzuwirken. Die Aussagen im ISEK, die eine restriktive Bauleitplanung und eine Fokussierung auf die Innenstadtentwicklung beinhalten, thematisieren keinen Entwicklungsstopp für den Standortbereich an der Zwieseler Straße. Vielmehr ist davon auszugehen, dass auch das ISEK dieses Areal der Innenstadt zurechnet, da der Abgrenzung, die im Einzelhandelsentwicklungskonzept 2009 vorgenommen wird, keine andere Abgrenzung entgegengestellt wird. Dies wird auch dadurch untermauert, dass nach dem Beschluss des ISEK auf dem Rodenstock-Gelände Planungsrecht für eine großflächige Einzelhandelsentwicklung mit umfangreichem Besatz aus dem Bereich der innenstadtrelevanten Sortimente geschaffen wurde. Das aktuelle Vorhaben bleibt diesbezüglich hinter dem zurück, was an Flächen auf dem Rodenstock-Gelände festgesetzt wurde. Dementsprechend zeigen sich keine Anhaltspunkte dafür, dass das aktuelle Vorhaben hinsichtlich seines Standortes den Entwicklungszielen des ISEK widersprechen könnte.

Raumordnung und Landesplanung

Aus der Perspektive der Raumordnung und Landesplanung ist zum aktuellen Planungsstand des Vorhabens die mögliche Dimensionierung ein wesentlicher Punkt. Offen ist dabei die Frage, ob der bestehende Einkaufspark mit Kaufhaus Bauer und das neue Vorhaben gemeinsam betrachtet werden müssen. Dies ist von der Art der baulichen Umsetzung und der Funktionalität bzw. der räumlichen Organisation abhängig. Derzeit wird davon ausgegangen, dass das Vorhaben auf dem Postgelände als separater und eigenständiger Baustein entwickelt wird.

Auch unter der Maßgabe, dass es sich bei dem Vorhaben auf dem Postgelände um einen eigenständigen Baustein handelt, ist davon auszugehen, dass eine Reduzierung der Verkaufsfläche insbesondere bei der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes erforderlich wäre. Dies gilt auch, wenn es sich um die Verlagerung eines bestehenden Betriebes handelt. Wird neues Planungsrecht geschaffen, so ist davon auszugehen, dass die genehmigungsfähige Größenordnung bei maximal 2.100 m² Verkaufsfläche liegt. Gegenüber dem bestehenden Verbrauchermarkt im Einkaufspark ist dies eine deutlich reduzierte Dimensionierung.

Abgesehen von den Nutzungen Sportfachmarkt und Drogerie ist in allen anderen Sortimenten ist zu erwarten, dass sich die angestrebten Größenordnungen realisieren lassen. Im Bereich Drogerie sind 1.200 m² Verkaufsfläche nur dann möglich, wenn eine Atypik dahingehend dargestellt werden kann, dass neben dem Hauptsortiment auch andere Sortimente angeboten werden, die mit dem Hauptsortiment nicht im Zusammenhang stehen. Dies wäre beispielsweise das Sortiment Spielwaren, das der Anbieter Müller in seinen Drogeriemärkten mit anbietet. Ein klassischer Fachmarkt-Anbieter im Bereich Sportartikel müsste dagegen mit einer Verkaufsflächenobergrenze von ca. 640 m² auskommen, sofern nicht Besonderheiten des Einzelfalls eine abweichende Dimensionierung rechtfertigen.

H 3 Wettbewerbs- und Wirkungsanalyse

Die ökonomische Wirkungsanalyse folgt einer Modellrechnung zur Umsatzerwartung und Umsatzherkunft bezogen auf die neu geschaffenen Verkaufsflächen. Dabei wird davon ausgegangen, dass das Vorhaben in Anbindung an das Kaufhaus Bauer in der Organisationsform eines Einkaufszentrums realisiert wird. Ausgeklammert bleiben die Flächen im Bereich Gastronomie und Büro, die nicht dem Einzelhandel zuzurechnen sind sowie der Lebensmittelmarkt, für den keine Neuansiedlung empfohlen wird.

Werden die neu platzierten Verkaufsflächen erfolgreich betrieben, muss der dadurch neu generierte Umsatz von bestehenden Anbietern aus dem Marktgebiet abgezogen werden. Dies betrifft zum einen Anbieter außerhalb der Stadt Regen, allen voran in der Stadt Zwiesel aber auch in der Stadt Deggendorf, die beide ebenfalls auf das Marktgebiet der Stadt Regen

zurückgreifen. Allerdings fallen diese Umverteilungseffekte, die dazu führen, dass mehr Kaufkraft in Regen gebunden wird und die Einzelhandelszentralität steigt, vergleichsweise gering aus. Im Wesentlichen wird der Umsatz neuer Verkaufsflächen durch Umsatzumverteilung von bestehenden Anbietern generiert.

Tabelle 12 zeigt differenziert nach einzelnen Sortimenten, welcher Anteil von aktuellem Umsatz in Regen auf das Vorhaben umverteilt werden müsste, wenn dieses erfolgreich am Markt etabliert wird und eine branchenübliche Flächenproduktivität erreicht. Wie schon nach den Ergebnissen der Tragfähigkeitsanalyse zu erwarten war, erreicht die Umverteilungsquote in allen Sortimenten eine Größenordnung, die eine wettbewerbliche Verdrängung bestehender Anbieter sehr wahrscheinlich macht. Insgesamt ist deshalb eher damit zu rechnen, dass bestehende Anbieter auf die neu geschaffenen Flächen verlagern, als dass tatsächlich zusätzliche Anbieter in Regen platziert werden können. Dies gilt insbesondere für die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes oder eines Elektrofachmarktes in der beabsichtigten Größenordnung.

Tabelle 12: Ökonomische Wirkungsanalyse

Nutzungen	Verkaufsfläche	Umsatzerwartung in Mio. €	Umsatzumverteilung gegenüber bestehenden Anbietern in Regen
Baumarkt	3.500 m ²	3,9	72,9 %
Bekleidung	1.200 m ²	3,4	18,5 %
Sport	1.000 m ²	1,9	73,1 %
Parfümerie	100 m ²	0,5	52,3 %
Schuhe	400 m ²	1,1	23,7 %
Drogerie	1.200 m ²	4,6	48,5 %
Elektroartikel	1.600 m ²	8,2	58,3 %

Quelle: eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Hinsichtlich der städtebaulichen Bewertung wäre eine Verlagerung der Märkte aus den Gewerbegebieten Schönhöh und Metten an den Standort des Vorhabens nicht nachteilig, sondern stünde im Einklang mit der Zielsetzung, die Handelsfunktion zu bündeln und den zentralen Versorgungsbereich weiterzuentwickeln.

In den übrigen Sortimentsbereichen sind zwar Anbieter betroffen, die sich im zentralen Versorgungsbereich befinden, dies gilt aber auch für den Vorhabenstandort. Eine Verkaufsfächenausweitung ist hier zwar sehr wahrscheinlich mit wettbewerblich negativen Wirkungen auf betrieblicher Ebene verbunden, negative städtebauliche Wirkungen sind daraus aber nicht abzuleiten, da der Vorhabenstandort als städtebaulich gleichwertig zu den wettbewerblich betroffenen Standorten eingestuft ist.

In den Sortimenten Bekleidung, Sport- und Drogerieartikel ist in erster Linie der Standort Einkaufspark wettbewerblich betroffen, der im Vergleich zu dem neu geschaffenen Angebot die wettbewerblich größte Angebotsüberschneidung aufweist. Insbesondere eine Verlagerung der Flächen, die derzeit durch das Kaufhaus Bauer im Einkaufspark genutzt werden, ist ein naheliegender Entwicklungspfad für die Sortimente Bekleidung und Sportartikel. Im Sortiment Schuhe sind sowohl der Einkaufspark als auch der Standort Moizerlitzplatz rechnerisch gleichermaßen betroffen.