

# **Aktualisierung und Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Neumarkt in der Oberpfalz**

---

Auftraggeber:

Stadt Neumarkt i. d. OPf.

**Ihre Ansprechpartner**

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper  
(Projektleitung)

Dipl.-Kaufm. Jörg Lehnerdt  
(Niederlassungsleitung)

**BBE Handelsberatung GmbH**

Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln  
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail [lehnerdt@bbe.de](mailto:lehnerdt@bbe.de)

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

**Wissen schafft Zukunft.**

Köln, im April 2015

## Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Ausgangssituation und Zielsetzung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes .....	4
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung .....	7
3 Einzelhandelssituation der Stadt Neumarkt i. d. OPf. ....	12
3.1 Einzelhandelsausstattung nach Lage .....	12
3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten .....	14
3.3 Einzelhandelszentralität .....	19
4 Standortanalyse .....	21
4.1 Innenstadt.....	21
4.2 Entwicklung „Neuer Markt“ .....	24
4.3 Wohnungsnahe Versorgung der Stadt Neumarkt i. d. OPf. ....	25
4.4 Fachmarktstandorte und Nahversorgungsbereiche .....	28
5 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung.....	32
6 Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept Neumarkt i. d. OPf.....	34
6.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus städtebaulicher Sicht .....	34
6.2 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus landesplanerischer Sicht .....	36
6.3 Leitziele des Zentrenkonzeptes .....	38
6.4 Zentrenhierarchie .....	39
6.5 Hauptzentrum Innenstadt.....	41
6.6 Fachmarktstandorte .....	45
6.7 Nahversorgungsstandorte.....	47
7 Neumarkter Sortimentsliste.....	49
8 Bewertung konkreter Einzelhandelsvorhaben .....	55
9 Fazit und abschließende Empfehlungen.....	58
Anlagen .....	61

## Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Statistikbezirke der Stadt Neumarkt i. d. OPf. nach Einwohnerzahlen 2014 .....	8
Abbildung 2:	Kaufkraftpotenzial im Verflechtungsbereich der Stadt Neumarkt i. d. OPf. ....	10
Abbildung 3:	Entwicklung der Einzelhandelsausstattung nach Standortlagen im Zeitraum 2010 - 2014.....	12
Abbildung 4:	Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Neumarkt i. d. OPf.....	13
Abbildung 5:	Lebensmittelangebot der Stadt Neumarkt i. d. OPf. nach Betriebsformen .....	14
Abbildung 6:	Verkaufsflächen nach Sortimenten in den Jahren 2010 und 2014 .....	16
Abbildung 7:	Umsätze nach Sortimenten in den Jahren 2010 und 2014 .....	17
Abbildung 8:	Verkaufsfläche und Umsätze in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. nach Sortimenten .....	18
Abbildung 9:	Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo .....	20
Abbildung 10:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt.....	22
Abbildung 11:	Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt .....	23
Abbildung 12:	Nahversorgungssituation in Neumarkt i. d. OPf. ....	27
Abbildung 13:	Verkaufsfläche der Fachmarkt- und Nahversorgungsstandorte.....	29
Abbildung 14:	Fachmarkt- und Nahversorgungsstandorte .....	30
Abbildung 15:	Zentrenkonzept.....	40
Abbildung 16:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt .....	42
Abbildung 17:	Sortimentsliste der innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente der Stadt Neumarkt i. d. OPf.....	53
Abbildung 18:	Verkaufsflächen in m <sup>2</sup> nach Sortimenten in den Jahren 2010 und 2014 .....	61
Abbildung 19:	Umsätze in Mio. € nach Sortimenten in den Jahren 2010 und 2014 .....	62

## **1 Ausgangssituation und Zielsetzung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes**

Die Stadt Neumarkt i. d. OPf. ist als Oberzentrum berechtigt und verpflichtet, ihre Einzelhandelsstrukturen so leistungsfähig auszubauen und zu erhalten, dass sie ihren staatlichen Versorgungsauftrag erfüllen kann. Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit genießt sie dabei sehr weitgehende Handlungsfreiheit. Größere Vorhaben („Einzelhandelsgroßprojekte“) dürfen allerdings nur geplant und genehmigt werden, wenn sie sich hinsichtlich ihres Standortes und ihrer Verkaufsfläche im Rahmen der Vorgaben des Landes (Landesentwicklungsprogramm / LEP 2013) bewegen.

Der Einzelhandel selbst hat sich in den vergangenen Jahren stets sehr dynamisch entwickelt und eine große Bandbreite an Betreiberformaten hervorgebracht. So haben beispielsweise Fachmärkte und Discounter inzwischen in vielen Branchen große Marktanteile erreicht, während kleinteilige, oft noch inhabergeführte Betriebe an Bedeutung verloren haben. Aufgrund der Verbrauchernachfrage nach großen und gut mit dem Pkw erreichbaren Einkaufszentren haben Investoren und Betreiber weiterhin starkes Interesse, bestehende Standorte dieser Ausrichtung auszubauen und neue zu erschließen. Hinzu kommt eine gegenwärtig sehr starke Nachfrage nach Handelsimmobilien, die als Anlageobjekte in Deutschland als vergleichsweise krisensicher gelten. Damit sind neben guten innerstädtischen Einkaufslagen in attraktiven Groß- und Mittelstädten vor allem peripher gelegene Standorte gefragt.

Hinzu kommt das dynamische Wachstum des internetgestützten Einkaufs („eCommerce“): Zwischen 2012 und 2020 wird dessen Anteil am Einzelhandel insgesamt von 9 % auf 20 % steigen, absolut erreichte das Volumen in 2013 bereits rund 33,5 Mrd. €. Besonders hoch und weiter steigend ist der Anteil bei den besonders innenstadtprägenden Sortimenten – etwa Bekleidung, Schuhen, Spielwaren und Sport.

Die Stadt Neumarkt steht damit vor der Herausforderung, einerseits den Anforderungen der Investoren und Betreiber möglichst weitgehend entgegenzukommen, um leistungsfähige Angebotsstrukturen und Arbeitsplätze zu sichern; andererseits muss sie der freien Entfaltung des „Marktes“ aber im öffentlichen Interesse (v.a. LEP 2013) auch Schranken setzen, wenn ansonsten die Innenstadt oder die wohnortnahe Lebensmittelversorgung gefährdet würden.

Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepte auf kommunaler Ebene haben sich in den vergangenen Jahren in Deutschland durchgesetzt und bewährt. Sie sind in der Lage, die von der Stadt angestrebten Versorgungsstrukturen nicht nur zu analysieren und zu bewerten, sondern auch längerfristig deren Planung und Steuerung zu unterstützen. Damit können Diskussionen um einzelne Planvorhaben im gesamtstädtischen Zusammenhang und mit Blick auf die gewollte Entwicklung geführt werden und sachgerechte Entscheidungen schneller getroffen werden. Die Verlässlichkeit

einer Stadt als Ansprechpartner für Investoren spielt im Wettbewerb der Standorte eine wesentliche Rolle.

Die Rechtsprechung hat die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten erkannt und zuletzt sogar hervorgehoben, dass sie nicht nur als wesentliche Grundlage für die Bauleitplanung im Allgemeinen dienen können, sondern dass der Begründungsaufwand bei einzelnen Planvorhaben deutlich reduziert wird, wenn ein in sich schlüssiges Gesamtkonzept vorliegt. Dabei ist es in begründeten Einzelfällen und bei geänderten Rahmenbedingungen selbstverständlich auch möglich, Zielsetzungen und Prioritäten anzupassen und eine Fortschreibung vorzunehmen. Eine wichtige Voraussetzung für die rechtssichere Anwendung des Konzepts im Rahmen der Bauleitplanung ist allerdings, dass es vom Stadtrat (oder einem dazu bevollmächtigten Ausschuss) als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen wird.

In Neumarkt i. d. OPf. wurde ein Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept zuletzt 2005 vom Stadtrat beschlossen. Die 2009 erarbeitete Fortschreibung (ohne Stadtratsbeschluss) bezog sich in erster Linie auf die Aktualisierung der Datengrundlage und bewegte sich ansonsten in der Systematik der Vorgängerfassung. Zwischenzeitlich ist es aber aus mehreren Gründen sinnvoll geworden, eine grundsätzliche Neuaufstellung durchzuführen:

- Die Marktsituation im Einzelhandel wird zunehmend nicht nur vom demographischen Wandel, sondern auch durch eCommerce beeinflusst.
- Der „Neue Markt“ verändert die Gesamtsituation des Einzelhandels und stellt das Standortgefüge der Stadt auf den Prüfstand.
- Die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln steht vor neuen Herausforderungen und macht bei Ansiedlungsentscheidungen eine Abwägung zwischen Standortalternativen erforderlich.
- Der Rechtsrahmen für die Einzelhandelsplanung (LEP 2013, Rechtsprechung des BVerwG) hat sich weiterentwickelt und die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten zuletzt stark betont.
- An einigen Standorten ergibt sich die Notwendigkeit, die von der Stadt gewollten Versorgungsstrukturen auch planungsrechtlich abzusichern. Soweit eine Zustimmung des Regierungspräsidiums Regensburg erforderlich ist, ist ein aktuelles Einzelhandelskonzept dafür eine wichtige Voraussetzung.

Der Beschlussfassung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepts im Stadtrat soll eine intensive Erörterung vorangehen, damit eine möglichst breite fachliche und politische Unterstützung bei der Umsetzung erwartet werden kann. Ziel ist es, die Mitglieder des Rates, der zuständigen Ausschüsse und der relevanten Träger öffentlicher Belange (v. a. Industrie- und Handelskammer,

HBE - Handelsverband, Regierungspräsidium) sowie nicht zuletzt die interessierte Öffentlichkeit in angemessener Form zu beteiligen und zu informieren.

Aktuell liegen der Stadt Neumarkt i. d. OPf. mehrere (modifizierte) Ansiedlungs- und Erweiterungsplanungen vor, zu denen eine Beurteilung erforderlich ist. Dabei handelt es sich bei den Vorhaben Regensburger Straße/WASAG-Straße und Lange Gasse/ Schwalbenhof um Ansiedlungen von großflächigen Lebensmittel-Vollsortimentern, mitunter ergänzt um weitere kleinflächige Fachmärkte und damit Einzelhandelsagglomerationen mit großflächigen Fachmärkten. Zwar stehen Sortimente und Betreiber noch nicht im Detail fest, dennoch ist in diesen Fällen auch von einer Relevanz für die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen der Stadt Neumarkt i. d. OPf. auszugehen. Hinzu kommt eine weitere Ansiedlungs-/ Erweiterungsanfrage für einen Fachmarkt mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment am Standort Blomenhof.

Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass sich mit der Realisierung des Einzelhandels- und Dienstleistungszentrums (Neuer Markt) am Unteren Tor ein wesentlicher Baustein des integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes ISEK der Stadt Neumarkt i. d. OPf. zur Stärkung der Einkaufsinnenstadt in der Umsetzung befindet.

Die Stadt Neumarkt i. d. OPf. engagiert sich darüber hinaus auch aus städtebaulicher Sicht für eine Stärkung der Innenstadt. Im Rahmen eines Architektenwettbewerbs wurde nach Ansätzen und Lösungen zur baulich-funktionalen Aufwertung und Attraktivitätssteigerung der Neumarkter Innenstadt gesucht. Seit März 2014 steht das Büro "Levin Monsigny Landschaftsarchitekten" aus Berlin als Sieger fest und ist mit der Planung der Umgestaltung der Neumarkter Innenstadt beauftragt.

Die vorliegende neuerliche Fortschreibung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes legt den Schwerpunkt neben der Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion Neumarkts auch auf die Entwicklung und Sicherung der Nahversorgung. Zu berücksichtigen sind hierbei auch die neuen Vorgaben der Landesplanung (LEP Bayern 2013).

Aufbauend auf einer Aktualisierung der wesentlichen Rahmenbedingungen wird eine erste Bewertung konkret anstehender Vorhaben vorgelegt.

## **2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung**

### **Räumliche Lage**

Die Stadt Neumarkt i. d. OPf. ist Verwaltungssitz des gleichnamigen Landkreises und liegt rd. 40 Kilometer südöstlich von Nürnberg. Mit 38.735 Einwohnern ist Neumarkt nach Regensburg, Weiden und Amberg die viertgrößte Stadt im Regierungsbezirk Oberpfalz. Das Bayerische Landesentwicklungsprogramm stuft Neumarkt i. d. OPf. als Oberzentrum ein.

### **Verkehrliche Erreichbarkeit**

Durch das Stadtgebiet von Neumarkt i. d. OPf. verlaufen die Bundesstraßen 8 (Nürnberg – Passau) und 299 (Waldsassen – Chiemgau). Im Norden stellt die B 299 den Anschluss an die A 3 zu den Verdichtungsräumen Regensburg sowie Nürnberg/ Fürth/ Erlangen her.

Die Stadt Neumarkt i. d. OPf. verfügt über IC-Verbindungen in Richtung Regensburg und Nürnberg. Der im Zwei-Stunden-Takt verkehrende Regional-Express sowie die halbstündlich verkehrende Regionalbahn sorgen für eine direkte Schienenverkehrsanbindung an die Städte Nürnberg und Regensburg, von wo aus eine Anbindung an das Fernverkehrsnetz besteht. Mit der S-Bahnlinie 3 ist Nürnberg innerhalb von rd. einer halben Stunde zu erreichen.

### **Siedlungsstruktur**

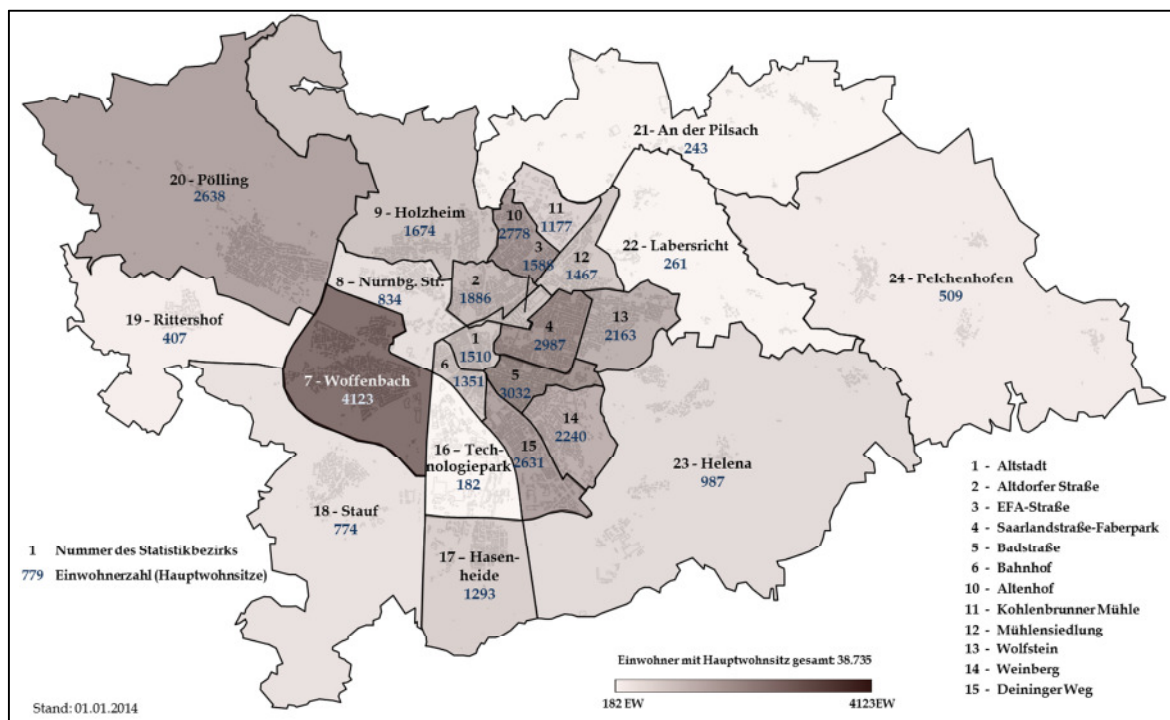
Die Stadt Neumarkt i. d. OPf gliedert sich in 24 statistische Bezirke. Die statistischen Bezirke beziehen sich auf einzelne Stadtteile des Hauptortes (z. B. Altstadt) oder auf einzelne Ortsteile außerhalb des Siedlungskernes.

Der einwohnerstärkste Bezirk ist Woffenbach mit 4.123 Einwohnern, wohingegen der statistische Bezirk Technologiepark mit 182 Einwohnern die geringste Bevölkerungszahl aufweist. Die Einwohnerdichten schwanken erheblich zwischen den einzelnen Bezirken. Während die Statistikbezirke im Hauptort, wie etwa der Bezirk EFA-Straße mit rd. 7.940 Einwohnern je km<sup>2</sup> eine besonders hohe Konzentration aufweisen, sind es in den nordöstlichen Statistikbezirken weniger als 100 Einwohner je km<sup>2</sup>.

Die Bevölkerungsprognose der Stadt Neumarkt geht bis zum Jahre 2030 von einem Rückgang von 1,0 % aus. Bereits für das Jahr 2033 weist die Prognose jedoch aufgrund des zunehmenden Sterbeüberschusses einen Wert von - 2,0 % im Vergleich zum Referenzjahr 2014 aus. Die Projektion wird insgesamt von hohen Zuwanderungsbewegungen aus den Jahren 2012 und 2013 geprägt, die u. a. aus einem starken Aufkommen von Asylbewerbern und ausländischen (Saison-)Arbeitskräften hervorging. Die Nachhaltigkeit dieser Entwicklung ist ungewiss, so dass in einer vorsichtigen

Schätzung von einem Bevölkerungsrückgang von 1,0 - 1,5 % gegenüber dem Basisjahr 2014 auszugehen ist.

Abbildung 1: Statistikbezirke der Stadt Neumarkt i. d. OPf. nach Einwohnerzahlen 2014



Quelle: Stadt Neumarkt i. d. OPf., Stand 01.04.2014

### Wirtschaftsstruktur

Mitte des Jahres 2012 waren 18.737 sozialversicherungspflichtige Personen in Neumarkt beschäftigt. Damit konzentrieren sich rd. 45 % der sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze im Landkreis auf die Stadt Neumarkt i. d. OPf.<sup>1</sup> Die Arbeitsplatzdichte liegt damit mit 488 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort je 1.000 Einwohner deutlich über dem Landesdurchschnitt von 392 Beschäftigten je 1.000 Einwohner. Auch im Vergleich zu den Umlandgemeinden ist der Beschäftigtenbesatz in Neumarkt i. d. OPf. hoch, lediglich im südlich angrenzenden Sengenthal ist die Beschäftigtenzahl im Verhältnis zu den Einwohnern höher.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung: Statistik kommunal 2013

<sup>2</sup> Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung: Statistikatlas Bayern



Die Stellung der Stadt Neumarkt i. d. OPf. als regional bedeutender Arbeitsplatzstandort äußert sich auch im Einpendlerüberschuss von 3.918, lediglich Sengenthal (Firmensitz u. a. von Max Bögl) erreicht mit einem Pendlersaldo von 2.754 einen vergleichbar hohen Wert. In den übrigen Städten des Landkreises - mit Ausnahme des Mittelzentrums Parsberg (46) und des Grundzentrums Hohenfels (142) - sind ausschließlich Auspendlerüberschüsse zu verzeichnen. In ähnlich großen Städten der Region werden allerdings z. T. deutlich höhere Pendlersalden (Amberg: 9.706, Weiden/ OPf.: 11.075 und Anbach: 9.530) erzielt.<sup>3</sup>

Positiv zu bewerten ist darüber hinaus die Arbeitslosenquote für den Landkreis Mitte des Jahres 2013 von 2,1 %, die deutlich unter dem Landesschnitt von 3,6 % liegt.<sup>4</sup>

Für Neumarkt ist der Dienstleistungssektor mit einem Beschäftigtenanteil von ca. 62 % prägend, während im Produzierenden Gewerbe rd. 38 % der Beschäftigten tätig sind. Auf den Primären Sektor entfällt weniger als 1 % der Beschäftigten.

### Verflechtungsbereich

Das Bayerische Landesentwicklungsprogramm ordnet Neumarkt i. d. OPf. als Oberzentrum einen Nahbereich sowie einen einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich zu.

Der zentrale Ort übernimmt die zentralörtliche Grundversorgung für die zum Nahbereich zugeordneten Gemeinden. Hingegen ist der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich das Gebiet, wo die maximale Kaufkraftabschöpfung bei Innenstadtbedarf erreicht wird. Dieser Bereich orientiert sich an der erreichbaren Bevölkerung innerhalb einer Fahrdistanz von bis zu 40 Minuten.

Dem Nahbereich von Neumarkt i. d. OPf. sind, neben der Stadt selbst, die Gemeinden Berggau und Sengenthal mit insgesamt ca. 43.810 Einwohnern zugeordnet. Das Bevölkerungspotenzial im einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich beträgt 195.815 Einwohner.<sup>5</sup>

### Kaufkraft

Die einzelhandelsbezogene Kaufkraft errechnet sich aus der Multiplikation der Einwohnerzahl mit den sortimentsspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben und den ortsbezogenen Kaufkraftkennziffern. Im

---

<sup>3</sup> Bundesagentur für Arbeit Statistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, Stand: 30.06.2013 (Revision 2014)

<sup>4</sup> Bundesagentur für Arbeit Statistik

<sup>5</sup> Vgl. Regierung der Oberpfalz, Zentrale Orte der Oberpfalz mit Nahbereichen und einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereichen, Stand der Einwohner 2013

Bundesdurchschnitt werden jährlich ca. 6.205 € pro Kopf in Deutschland im Einzelhandel ausgegeben. In der Stadt Neumarkt i. d. OPf. liegt das Kaufkraftniveau rd. 3,4 % über dem Bundesdurchschnitt.

**Abbildung 2: Kaufkraftpotenzial im Verflechtungsbereich der Stadt Neumarkt i. d. OPf.**

Bedarfsstufe/ Sortiment	Stadt Neumarkt i. d. OPf.	Nahbereich*	Einzelhandelsbez. Verflechtungsbereich*
	Kaufkraft in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Bäcker/ Metzger)	89,5	102,3	445,8
Blumen/ Heimtierbedarf	4,9	5,7	25,6
Drogerie-/ Parfümerie-/ Kosmetikbedarf	11,8	13,4	58,3
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	26,0	29,5	127,3
Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher	8,8	10,0	43,0
<b>überw. kurzfristiger Bedarf</b>	<b>141,0</b>	<b>160,9</b>	<b>700,0</b>
Bekleidung/ Wäsche/ Meterware	20,7	23,6	102,3
Schuhe/ Lederwaren	5,6	6,4	28,0
Bau- und Gartenmarktsortiment**	25,6	29,8	133,8
GPK***, Hausrat, Geschenkartikel	6,6	7,5	33,1
Spielwaren/ Hobby	2,4	2,8	12,6
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	3,6	4,2	19,0
<b>überw. mittelfristiger Bedarf</b>	<b>64,5</b>	<b>74,3</b>	<b>328,8</b>
Teppiche/ Gardinen/ Deko/ Sicht-, Sonnenschutz	2,7	3,1	13,7
Bettwaren/ Haustextilien	2,3	2,6	11,4
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	12,5	14,4	62,6
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	6,1	6,9	29,9
Unterhaltungselektronik/ Multimedia	11,5	13,2	57,4
Foto/ Optik/ Akustik	4,8	5,5	23,9
Uhren/ Schmuck	2,4	2,7	11,5
<b>überw. langfristiger Bedarf</b>	<b>42,3</b>	<b>48,4</b>	<b>210,4</b>
<b>Gesamt</b>	<b>247,8</b>	<b>283,6</b>	<b>1.239,2</b>

\* inkl. Stadt Neumarkt i. d. OPf.

\*\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

\*\*\* Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung der BBE-Markt- und Strukturdaten im Einzelhandel 2013 und MB-Research-Kaufkraftkennziffern 2013

Im Umland wird ein Kaufkraftniveau erreicht, das überwiegend leicht unter dem Bundesdurchschnitt liegt. Über dem Bundesdurchschnitt liegen jedoch auch u. a. die Gemeinden Sengenthal, Berg b. Neumarkt, Postbauer-Heng, Pyrbaum, Beilngries, Altdorf b. Nürnberg und Burgthann.

In der Stadt Neumarkt i. d. OPf. steht ein Kaufkraftpotenzial von ca. 248 Mio. € zur Verfügung. Im einzelhandelsbezogenen Verflechtungsbereich beläuft sich das Kaufkraftpotenzial auf ca. 1,2 Mrd. €.

### 3 Einzelhandelssituation der Stadt Neumarkt i. d. OPf.

#### 3.1 Einzelhandelsausstattung nach Lage

In der Stadt Neumarkt i. d. OPf. sind aktuell insgesamt 342 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 106.050 m<sup>2</sup> ansässig, die zusammen einen Gesamtumsatz von 335,5 Mio. € erwirtschaften.

**Abbildung 3: Entwicklung der Einzelhandelsausstattung nach Standortlagen im Zeitraum 2010 - 2014**

Stadtteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz in Mio. €	
	2014	2010	2014	2010	2014	2010
Innenstadt	179	197	30.580	29.250	126,2	122,7
Sonstige Lagen	163	186	75.470	71.735	209,3	198,7
<b>Stadt Neumarkt gesamt</b>	<b>342</b>	<b>383</b>	<b>106.050</b>	<b>100.985</b>	<b>335,5</b>	<b>321,3</b>

Quelle: BBE-Erhebungen 2014/ 2010 (Rundungsdifferenzen möglich)

Im Vergleich zur Einzelhandelsausstattung im Jahre 2010 hat sich die absolute Betriebszahl um 41 Betriebe verringert, während die Verkaufsfläche und der Umsatz um rd. 5 % angestiegen sind. Somit ist eine leichte Tendenz zur Konzentration zu erkennen, denn weniger Betriebe vereinen mehr Verkaufsfläche und Umsatz auf sich.

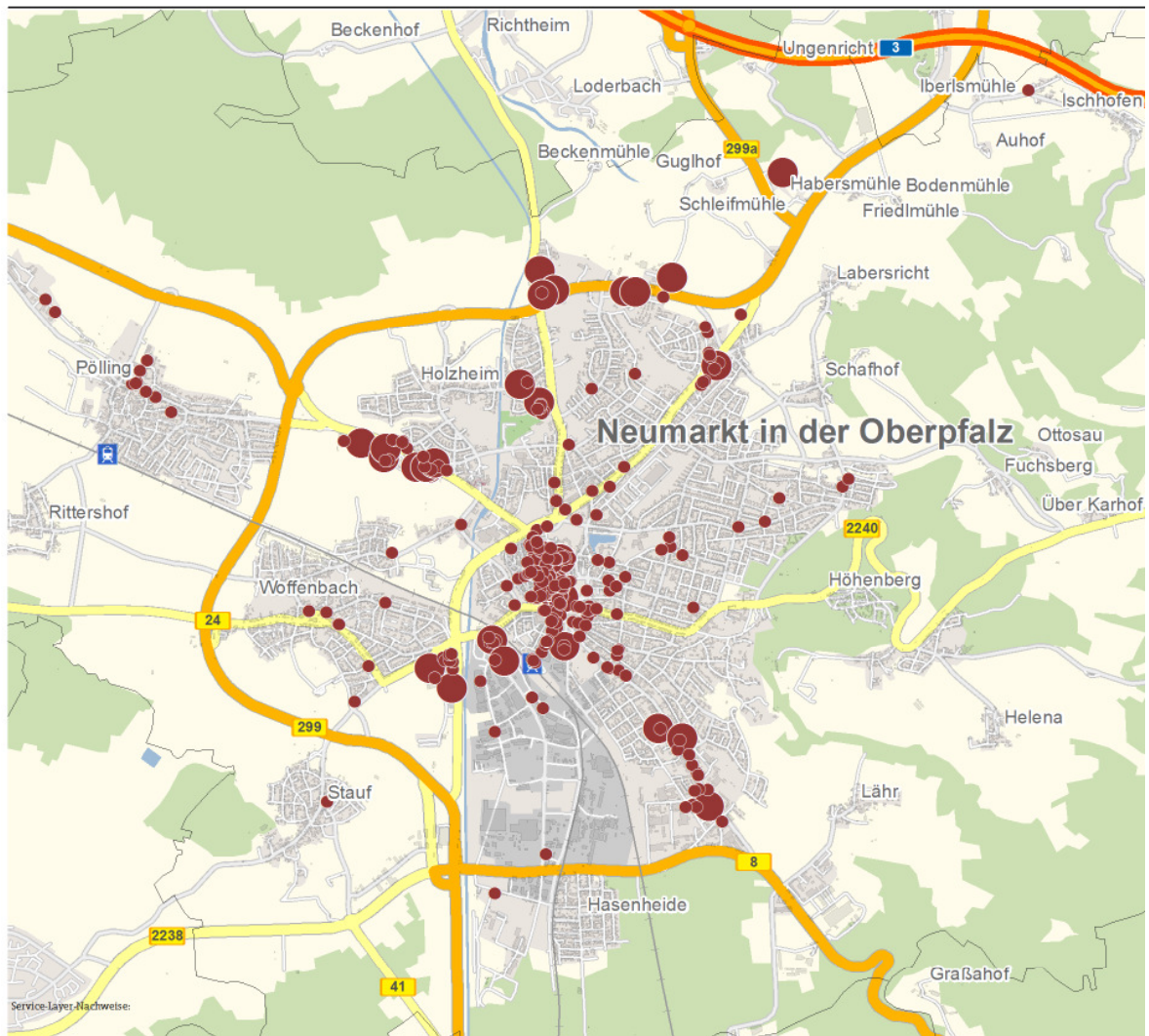
Die Bedeutung der Standortlagen hat sich nicht verändert, da nach wie vor knapp über die Hälfte der Betriebe in der Innenstadt vorzufinden ist. Die höhere Verkaufsflächenzunahme in den sonstigen Lagen resultiert vor allem aus der Erweiterung des Obi-Marktes, so dass hier von keinem generellen Bedeutungszuwachs der Fachmarkt- und Nahversorgungsstandorte des restlichen Stadtgebietes gesprochen werden kann.

Im Stadtgebiet von Neumarkt i. d. OPf. dominieren kleinflächige Betriebe, die sich vor allem auf den Innenstadtbereich konzentrieren. Unter dem gesamtstädtischen Einzelhandelsbesatz sind 32 großflächige Betriebe<sup>6</sup> (2010: 31 großflächige Betriebe) vorhanden, die eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 62.590 m<sup>2</sup> auf sich vereinen. Es handelt sich dabei um acht Lebensmittelmärkte, jeweils sechs Bekleidungsanbieter und Bau- und Heimwerkermärkte, vier Sportfachmärkte, drei Möbelan-

<sup>6</sup> Betriebe mit mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, können je nach Sortiments- und Standortausrichtung Magnetfunktionen für benachbarte Betriebe übernehmen.

bieter sowie je einen Zoofachmarkt, einen Drogeriemarkt, einen Tapeten- und Teppichfachmarkt, einen Anbieter für Bettwaren und einen Elektrofachmarkt. Verglichen mit dem Bestand im Jahre 2010, ist nun ein Bekleidungsanbieter mehr zu den großflächigen Betrieben zu zählen. In der Innenstadt befinden sich sieben großflächige Betriebe, während sich die übrigen Großflächen in Verbundstandorten entlang wichtiger Ausfallstraßen dispers über das Stadtgebiet verteilen (vgl. Abbildung 4).

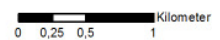
Abbildung 4: Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Neumarkt i. d. OPf.



Einzelhandelssituation in der Stadt Neumarkt i. d. OPf.

Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>

- ≤ 800 m<sup>2</sup>
- > 800 m<sup>2</sup>



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung 2014

### 3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Mit einem Anteil von rd. 29 % am Gesamtumsatz wird der höchste Umsatz bei den **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Dieser Anteil lag mit 31 % noch etwas höher, wobei zumindest unter den Filialisten kaum Veränderungen stattgefunden haben. Zu den prägenden Anbietern zählen Kaufland und Real als größte Anbieter, die eine über das Stadtgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion übernehmen. Dabei wird Kaufland durch einen Netto-Markt ergänzt; im Standortumfeld des Real-Marktes befindet sich eine Penny-Filiale. Darüber hinaus gibt es räumliche Konzentrationen im südlichen Stadtgebiet an der Regensburger Straße (Rewe, Mix-Markt Mini, Aldi, Lidl, Netto, Norma) und im Westen an der Nürnberger Straße (Edeka, Lidl, Aldi). In solitärer Lage befinden sich ein Lidl-Markt am nördlichen Ortseingang sowie Norma und Edeka im östlichen Stadtgebiet. Das innenstädtische Angebot umfasst nach der Schließung des Edeka-Marktes nur noch eine Norma-Filiale. Im Rahmen des in Bau befindlichen innerstädtischen Einkaufszentrums „Neuer Markt“ wird das Lebensmittelangebot in der Innenstadt durch einen Supermarkt und ergänzende kleinteilige Angebote ergänzt werden.

**Abbildung 5: Lebensmittelangebot der Stadt Neumarkt i. d. OPf. nach Betriebsformen**

Vertriebstypen	Stadt Neumarkt (38.735 EW)		Bundesdurchschnitt (80.523.750 EW)	
	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Arealität in VKF m <sup>2</sup> /EW	Verkaufsfläche in Mio. m <sup>2</sup>	Arealität in VKF m <sup>2</sup> /EW
SB-Warenhäuser (> 5.000 m <sup>2</sup> VKF)	-	-	6,25	0,08
Große Supermärkte/ Verbrauchermärkte (2.500 – 5.000 m <sup>2</sup> VKF)	6.850	0,18	3,61	0,04
Supermärkte (400 – 2.500 m <sup>2</sup> VKF)	2.335	0,06	10,16	0,13
Discounter	7.985	0,21	12,09	0,15
sonstige LE-Geschäfte (SB-Läden, SB-Märkte)	380	0,01	2,80	0,03
<b>Summe</b>	<b>17.550</b>	<b>0,45</b>	<b>34,98</b>	<b>0,43</b>

Quelle: EHI Handelsdaten (Stand: 2013), BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittel-SB-Märkten/ -Geschäften liegt in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. mit rd. 0,45 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner nur leicht über dem Bundesschnitt von 0,43 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner. Ausgehend von einer Einwohnerzahl von 39.246 Personen lag das Ausstattungsniveau in 2010 bei rd. 0,43 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner (zum Vergleich Bundesdurchschnitt 2010: 0,41 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner). Damit weist die Stadt Neumarkt i. d. OPf. die bundesdurchschnittliche Steigerungsrate der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelhandel auf. Besonders gut ausgestattet ist Neumarkt i. d. OPf. mit großen Supermärkten/ Verbrauchermärkten und Discountern, die Arealitätskennziffer ist für diese Betriebstypen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

besonders hoch. Die Ausstattung mit Supermärkten liegt rechnerisch unter dem Bundesdurchschnitt.

Komplementiert wird das Nahrungs- und Genussmittelangebot durch kleinteilige Anbieter (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte/ Hofläden, Getränkehandel, Kiosk), das sich auf 88 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.960 m<sup>2</sup> bezieht.

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik sowie Pharmazie. Im Stadtgebiet von Neumarkt i. d. OPf. sind zwei Drogeriefilialisten ansässig, die durch zwei Fachgeschäfte im Parfümerie- und Kosmetikbereich ergänzt werden. Die Apothekendichte mit zehn Betrieben entspricht dem Bundesdurchschnitt von ca. 3.900 Einwohnern je Apotheke<sup>7</sup> und verdeutlicht genauso wie die Ausstattung mit drei Sanitätshäusern im Stadtgebiet eine hohe Versorgungsbedeutung im medizinischen Bereich.

Im Sortimentsbereich **Bekleidung, Schuhe und Sport** weist die Stadt Neumarkt i. d. OPf. ein differenziertes und attraktives Warenangebot auf, welches sowohl filialisierte Anbieter als auch Fachgeschäfte umfasst. Das Bekleidungssortiment gehört zu den dominierenden Sortimenten sowohl in Bezug auf die städtische Gesamtverkaufsfläche als auch auf den Umsatz. Im Vergleich zu 2010 ist die Verkaufsfläche und der Umsatz nur leicht um 1 bzw. 2 %-Punkte gestiegen. Ein Großteil des Angebotes ist in der Innenstadt vorzufinden. Zu den Magnetbetrieben zählen hier H&M, K&L Ruppert, C&A, Wöhrle, Kaufhaus Hackner, Reno, Deichmann und Intersport. Insgesamt sind in der Innenstadt 69 Betriebe dieser Sortimentskategorie zu finden. Im restlichen Stadtgebiet sind es nochmals 22 Betriebe, darunter vor allem Sportfachmärkte. Zu den dominierenden Anbietern außerhalb der Innenstadt zählen das Zweirad-Geschäft Peter Stadler, Sport & More sowie die Fachgeschäfte Fritz Berger und Fisherman's Partner.

Das **Bau- und Gartenmarktsortiment** hat mit rd. 22 % den höchsten Verkaufsflächenanteil. Gegenüber 2010 hat sich dieser Anteil um rd. 4 %-Punkte gesteigert, womit in diesem Segment die höchste Dynamik zu verzeichnen ist. Diese Entwicklung ist in erster Linie mit der Erweiterung des Obi-Marktes an der Freystädter Straße um rd. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu begründen. Zu den weiteren Magnetbetrieben dieser Branche zählen Toom Baumarkt und BayWa am Fachmarktstandort Nürnberger Straße sowie der inhabergeführte Fachmarkt Götz-Technik in Gewerbegebietslage am nordöstlichen Siedlungsbereich von Neumarkt i. d. OPf. an der B 299.

Das Segment **Möbel und Einrichtungsbedarf** wird vorrangig durch kleinere und mittlere Einrichtungshäuser und Fachgeschäfte geprägt, in Randsortimenten der Lebensmittel- und Baumärkte

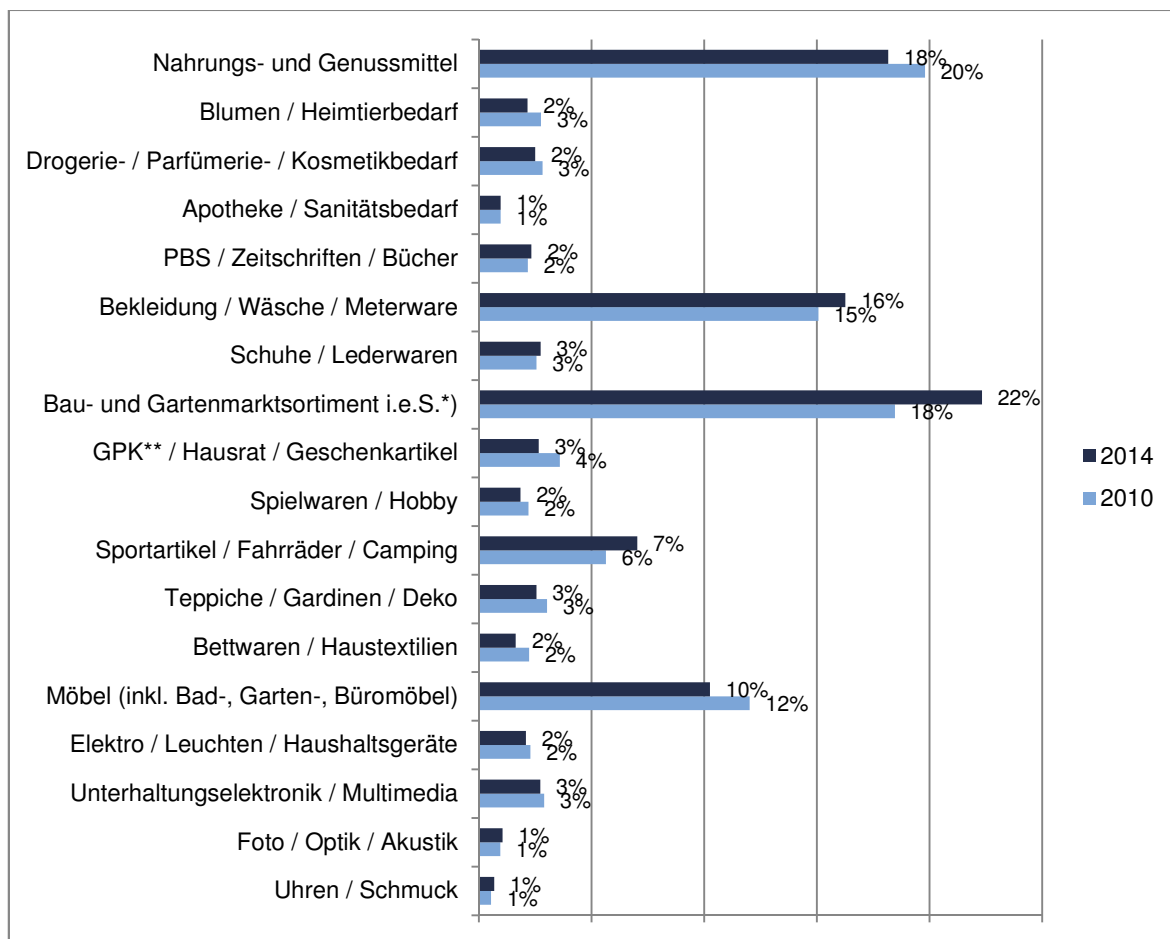
---

<sup>7</sup> Quelle: APDA-Statistik 2013

und sonstiger Einrichtungsgeschäfte bestehen ergänzende Angebote. Der größte Anbieter ist das Möbelhaus Werner mit ca. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche am Fachmarktstandort Nürnberger Straße. Zu den größeren Anbietern zählen darüber hinaus das Möbelhaus Walter und der Fachmarkt Dänisches Bettenlager sowie der preisorientierte Anbieter Möbel Schnäppchenhalle. Die Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren ist durch eine Vielzahl von Fachgeschäften in der Innenstadt vertreten.

Das Segment **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation und Foto** wird durch ein Elektrofachgeschäft, sechs Mobilfunkshops und drei Fotofachgeschäfte in der Innenstadt sowie durch einen Elektronikfachmarkt, vier weitere Elektrofachgeschäften und einen weiteren Mobilfunkshop im sonstigen Stadtgebiet angeboten.

**Abbildung 6: Verkaufsflächen nach Sortimenten in den Jahren 2010 und 2014**



\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

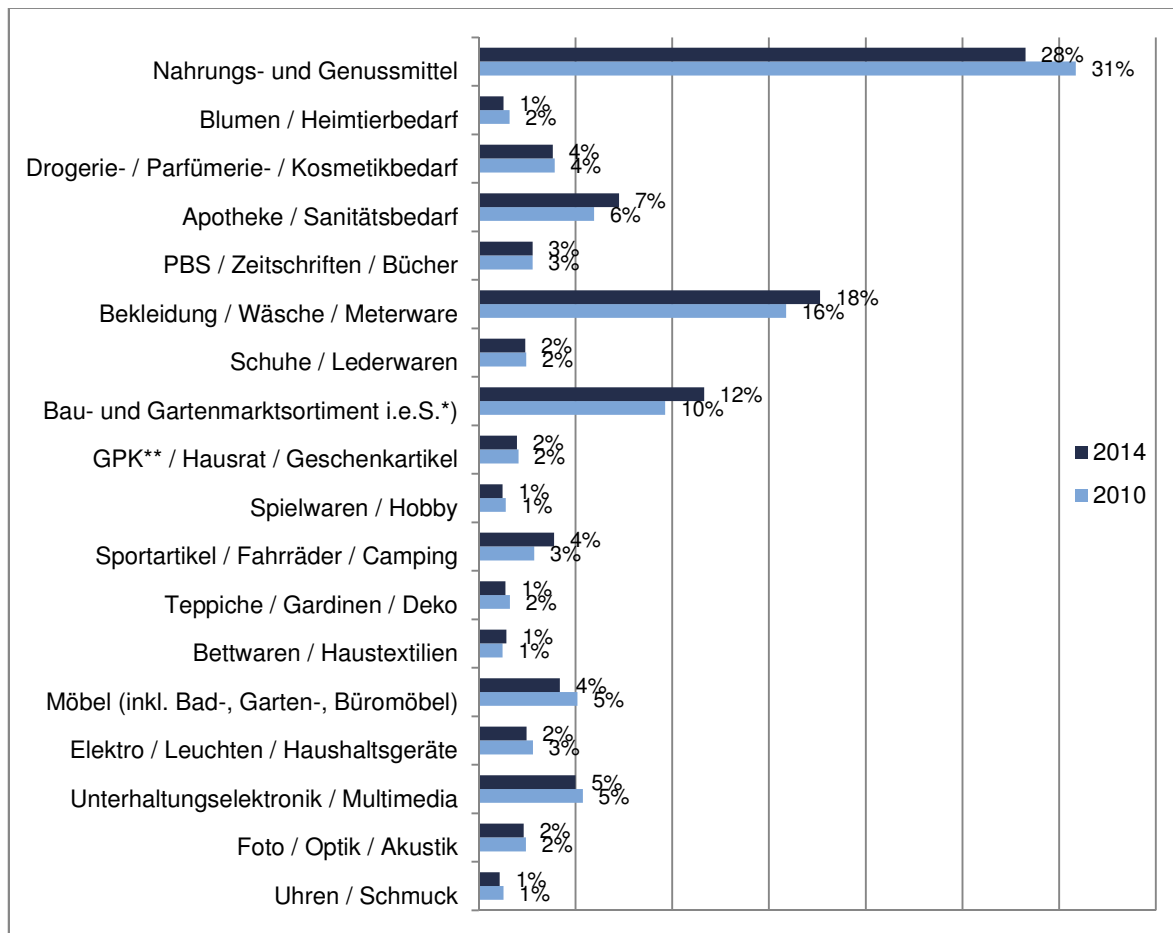
\*\* Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Erhebungen 2014/ 2010



Im Zeitraum 2010 – 2014 ist die Verkaufsfläche um rd. 5.000 m<sup>2</sup> gestiegen, während das Einzelhandelsangebot um 42 Betriebe gesunken ist. Insbesondere kleinere Fachgeschäfte wurden zwischen 2010 und 2014 geschlossen. Die Zunahme im Bau- und Gartenmarktsortiment ist vor allem mit der Vergrößerung des Obi-Marktes zu erklären.

**Abbildung 7: Umsätze nach Sortimenten in den Jahren 2010 und 2014**



\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

\*\* Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Erhebungen

Die Gesamtübersicht zu den sortimentsbezogenen Verkaufsflächen und Umsätzen in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. sind der Abbildung 8 zu entnehmen. Eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität ist bei den Nahrungs- und Genussmitteln abzulesen. Dagegen weisen die flächenintensiven Sortimente, wie Bau- Heimwerker- und Gartenbedarf und Möbel, deutlich geringere flächenbezogene Umsätze auf.

**Abbildung 8: Verkaufsfläche und Umsätze in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. nach Sortimenten**

Bedarfsstufe/ Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Bäcker/ Metzger)	19.270	18	94,8	28
Blumen/ Heimtierbedarf	2.290	2	4,3	1
Drogerie-/ Parfümerie-/ Kosmetikbedarf	2.650	2	12,8	4
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	1.030	1	24,3	7
Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher	2.470	2	9,3	3
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>27.710</b>	<b>25</b>	<b>145,5</b>	<b>43</b>
Bekleidung/ Wäsche/ Meterware	17.250	16	59,2	18
Schuhe/ Lederwaren	2.910	3	8,0	2
Bau- und Gartenmarktsortiment*	23.680	22	39,1	12
GPK**, Hausrat, Geschenkartikel	2.810	3	6,6	2
Spielwaren/ Hobby	1.950	2	4,1	1
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	7.460	7	13,1	4
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>56.060</b>	<b>53</b>	<b>130,1</b>	<b>39</b>
Teppiche/ Gardinen/ Deko/ Sicht-, Sonnenschutz	2.710	3	4,6	1
Bettwaren/ Haustextilien	1.740	2	4,8	2
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	10.900	10	14,1	4
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	2.210	2	8,3	3
Unterhaltungselektronik/ Multimedia	2.890	3	16,8	5
Foto/ Optik/ Akustik	1.110	1	7,8	2
Uhren/ Schmuck	720	1	3,6	1
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>22.280</b>	<b>22</b>	<b>59,9</b>	<b>18</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>106.050</b>	<b>100</b>	<b>335,5</b>	<b>100</b>

\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

\*\* Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Berechnungen 2014 (Rundungsdifferenzen möglich)

Die Stadt Neumarkt i. d. OPf. zeichnet sich durch ein leistungsfähiges Einzelhandelsangebot aus. Neben einer Vielzahl von Fachgeschäften gibt es im Bekleidungssegment eine Reihe von bundesweit agierenden Filialisten, die als Magnetbetriebe fungieren. Zu den bedeutenden Standorten au-

Berhalb der Innenstadt gehören vor allem die Fachmarktstandorte Nürnberger Straße und Freystädter Straße, die ein Einzelhandelsangebot mit gesamtstädtischer und auch übergemeindlicher Versorgungsbedeutung vorhalten.

### 3.3 Einzelhandelszentralität

Die funktionale Bedeutung des Einzelhandels lässt sich anhand der Einzelhandelszentralität bewerten. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Einzelhandels in Neumarkt i. d. OPf. und dem Kaufkraftpotenzial der Neumarkter Bevölkerung dar. Für die Stadt Neumarkt i. d. OPf. liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei rd. 135 %, somit überschreitet der erwirtschaftete Gesamtumsatz das vorhandene Kaufkraftpotenzial um 35 %-Punkte, so dass per Saldo rd. 88 Mio. € Kaufkraft aus dem Umland zufließen.

Die sortimentsbezogenen Umsatz-Kaufkraft-Relationen lassen Stärken und Schwächen des Einzelhandelsangebots der Stadt Neumarkt i. d. OPf. erkennen.

Eine hohe regionale Ausstrahlungskraft kann die Einkaufsstadt bei den innenstadttypischen Sortimenten Bekleidung, Sportartikeln sowie bei Fahrrädern und Campingartikeln entfalten. Auch für die ergänzenden Angebote des „persönlichen Bedarfs“ (u. a. Foto, Optik, Uhren, Schmuck) sowie bei Spielwaren, Schuhen und Bau- und Gartenbedarf hat Neumarkt eine regionale Versorgungsbedeutung. Dagegen kann der kurzfristige Angebotsbereich per Saldo nur geringe Kaufkraft aus dem Umland binden. Im Bereich der Möbel und des Einrichtungsbedarfs kann Neumarkt keine oberzentralen Funktionen übernehmen. Auch bei Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik dient der örtliche Einzelhandel nur begrenzt der Versorgung des Umlandes.

Die Kaufkraftsteigerungen im Zeitraum 2010 – 2014 sind nur teilweise in Umsatzsteigerungen des Neumarkter Einzelhandels vorzufinden. Insgesamt ist die Umsatz-Kaufkraft-Relation um ca. 13 %-Punkte zurückgegangen. Dies ist vor allem auf den Bereich des kurzfristigen Angebotes zurückzuführen, da hier die größten Steigerungen der Verbrauchsausgaben festzustellen sind.

Im Fazit ist festzustellen, dass die Stadt Neumarkt i. d. OPf. eine hohe Ausstrahlungskraft in die Region hat und damit ihrer Rolle als Oberzentrum mit einer übergemeindlichen Versorgungsfunktion gerecht wird. Angebotsdefizite sind nach wie vor bei den Segmenten Möbel/ Einrichtungsbedarf, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik und bei einer differenzierten Nahversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln festzustellen.

Abbildung 9: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo

Bedarfsstufe/ Sortiment	Kaufkraft in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- saldo in Mio. €	Umsatz- Kaufkraft- Relation in %
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Bäcker/ Metzger)	89,5	94,8	5,3	106
Blumen/ Heimtierbedarf	4,9	4,3	-0,6	87
Drogerie-/ Parfümerie-/ Kosmetikbedarf	11,8	12,8	1,0	109
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	26,0	24,3	-1,7	93
Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher	8,8	9,3	0,5	106
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>141,0</b>	<b>145,5</b>	<b>4,5</b>	<b>103</b>
Bekleidung/ Wäsche/ Meterware	20,7	59,2	38,5	286
Schuhe/ Lederwaren	5,6	8,0	2,5	145
Bau- und Gartenmarktsortiment*	25,6	39,1	13,5	153
GPk**, Hausrat, Geschenkartikel	6,6	6,6	0,0	101
Spielwaren/ Hobby	2,4	4,1	1,7	169
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	3,6	13,1	9,5	363
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>64,5</b>	<b>130,1</b>	<b>65,6</b>	<b>202</b>
Teppiche/ Gardinen/ Deko/ Sicht-, Sonnenschutz	2,7	4,6	1,9	172
Bettwaren/ Haustextilien	2,3	4,8	2,5	211
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	12,5	14,1	1,5	112
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	6,1	8,3	2,2	137
Unterhaltungselektronik/ Multimedia	11,5	16,8	5,2	145
Foto/ Optik/ Akustik	4,8	7,8	3,0	162
Uhren/ Schmuck	2,4	3,6	1,2	153
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>42,2</b>	<b>59,9</b>	<b>17,6</b>	<b>142</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>247,8</b>	<b>335,5</b>	<b>87,8</b>	<b>135</b>

\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

\*\* Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

## 4 Standortanalyse

### 4.1 Innenstadt

Innerhalb des Stadtgebietes von Neumarkt i. d. OPf. bildet die Innenstadt den größten Einzelhandelschwerpunkt und ist zugleich das Hauptzentrum von Neumarkt i. d. OPf.

Die Innenstadt von Neumarkt konzentriert sich hauptsächlich auf den Altstadtbereich, der durch die Ringstraße begrenzt wird. Der Altstadtbereich zeichnet sich durch eine hohe städtebauliche Qualität aus, die durch historische Bausubstanz geprägt wird. Dank des attraktiven, geschlossenen Gesamtbildes, einer Reihe herausragender Baudenkmäler und der großzügig angelegten zentralen Achse der Oberen und der Unteren Marktstraße bietet die Neumarkter Innenstadt sehr gute Voraussetzungen für Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie, insbesondere für innenstadtypische, eher „erlebnisorientierte“ Angebote.

Der überwiegende Teil der Einzelhandelsbetriebe konzentriert sich auf die Obere und Untere Marktstraße sowie auf die Klostergasse. Die Haupteinkaufslage ist die Obere Marktstraße mit einem durchgehenden Ladenbesatz mit den wichtigsten Magnetbetrieben und Filialisten der Innenstadt. Die Nebenlagen befinden sich in der Unteren Marktstraße und der Klostergasse. Hier ist ebenfalls eine hohe Einzelhandelsdichte gegeben, dabei ist das Angebot durch inhabergeführte Fachgeschäfte und preisorientierte Anbieter geprägt. Das Kaufhaus Hackner ist der prägende Anbieter in diesem Teil der Innenstadt.

Das Innenstadtangebot umfasst 179 Einzelhandelsbetriebe (ca. 52 % der Stadt), die eine Verkaufsfläche von rd. 30.580 m<sup>2</sup> (ca. 29 %) vorhalten und einen Gesamtumsatz von rd. 126,2 Mio. € (ca. 38 %) erzielen (vgl. Abbildung 10).

Der Angebotsschwerpunkt liegt bei den Warengruppen Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren sowie Büchern und Schreibwaren. Darüber hinaus umfasst das Innenstadtangebot schwerpunktmäßig auch die Sortimente Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, pharmazeutische Artikel/ Sanitätswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltsgegenstände, Foto/ Optik/ Akustik sowie Uhren/ Schmuck.

Besonders im Bereich Möbel und Bau- und Gartenmarktsortiment beschränkt sich das Angebot auf wenige Betriebe bzw. kleinere Verkaufsflächen. Das innerstädtische Lebensmittelangebot weist neben einem Norma Discounter vor allem Ladenhandwerksbetriebe und spezialisierte Anbieter auf.

Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 170 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Betrieb und verdeutlicht die kleinteilige Struktur der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt. Der überwiegende Teil der Betriebe hat eine Verkaufsfläche von unter 100 m<sup>2</sup> (vgl. Abbildung 10). Insgesamt sind sieben großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) in der Innenstadt ansässig. Dazu gehö-

ren ein Drogeriemarkt (Müller) sowie sechs Bekleidungsgeschäfte (u.a. Hennes & Mauritz, C&A, Wöhr). Der größte Anbieter ist das Kaufhaus Hackner.

**Abbildung 10: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt**

Bedarfsstufe/ Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m <sup>2</sup>	in % der Stadt*	in Mio. €	in % der Stadt*
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Bäcker/ Metzger)	2.380	12	13,1	14
Blumen/ Heimtierbedarf	230	10	0,6	14
Drogerie-/ Parfümerie-/ Kosmetikbedarf	1.000	38	4,8	37
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	460	45	15,6	64
Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher	2.030	82	7,5	81
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>6.100</b>	<b>22</b>	<b>41,6</b>	<b>29</b>
Bekleidung/ Wäsche	14.990	87	52,2	88
Schuhe/ Lederwaren	2.170	74	6,5	81
Bau- und Gartenmarktsortiment**	570	2	1,0	3
GPK***, Hausrat, Geschenkartikel	1.310	47	3,4	52
Spielwaren/ Hobby	800	41	1,6	39
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	1.050	14	2,3	18
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>20.890</b>	<b>37</b>	<b>67,0</b>	<b>51</b>
Teppiche/ Gardinen/ Deko/ Sicht-, Sonnenschutz	500	18	1,0	22
Bettwaren/ Haustextilien	400	23	0,7	15
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	210	2	0,3	2
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	310	14	1,1	13
Unterhaltungselektronik/ Multimedia	690	24	4,1	24
Foto/ Optik/ Akustik	960	86	7,1	92
Uhren/ Schmuck	520	72	3,3	92
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>3.590</b>	<b>16</b>	<b>17,6</b>	<b>29</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>30.580</b>	<b>29</b>	<b>126,2</b>	<b>38</b>

\* Prozentsatz des jeweiligen Sortiments innerhalb der Stadt

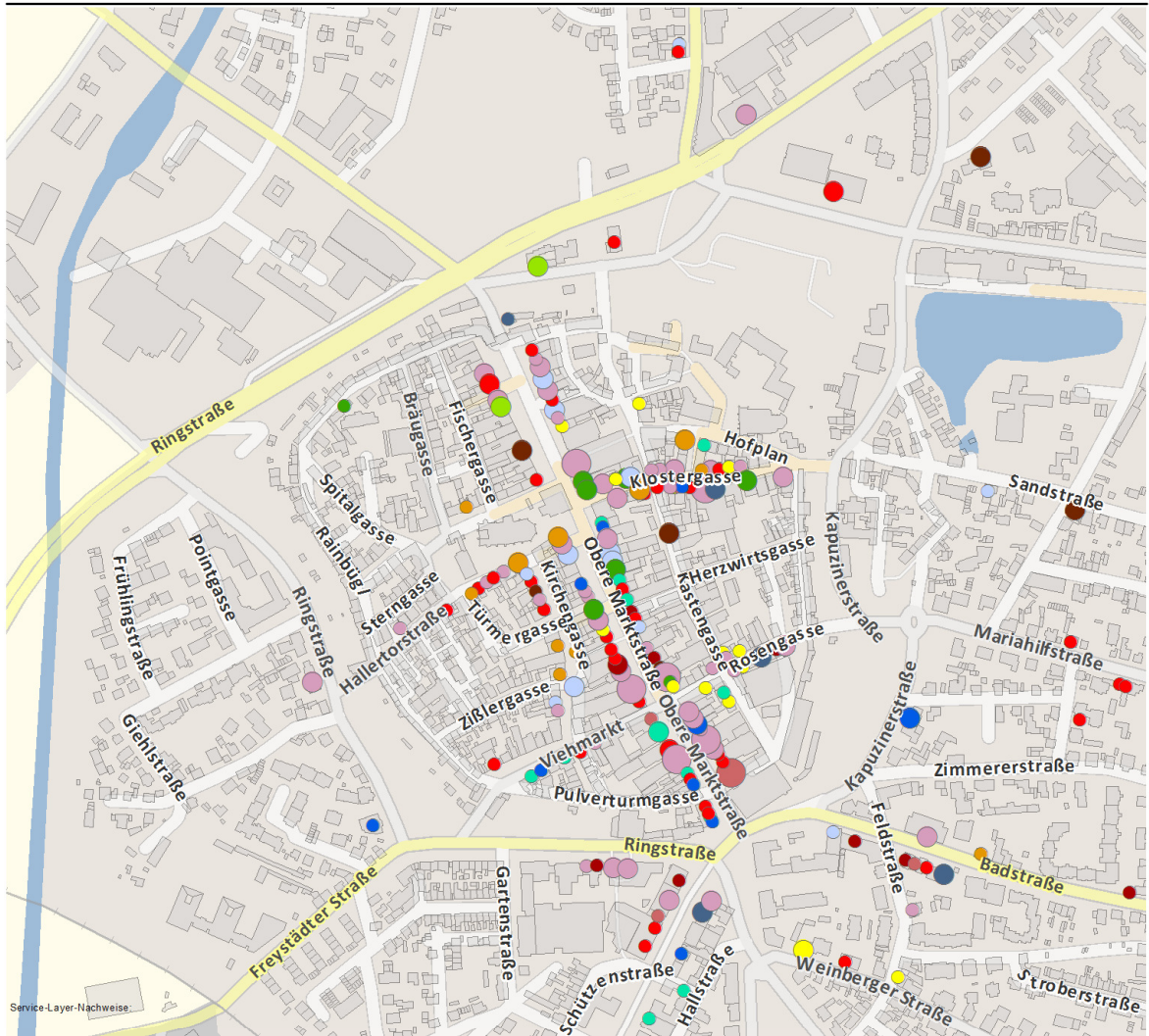
\*\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

\*\*\* Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Insgesamt bietet die Innenstadt ein attraktives Einzelhandelsangebot mit einem breit aufgestellten Sortimentsbereich.

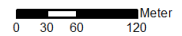
Abbildung 11: Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt



**Einzelhandelssituation in der Innenstadt**

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie, Parfümerie, Kosmetik
- Apotheken, Sanitätsartikel
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Sport, Fahrräder, Camping
- Bau- / Gartenbedarf, Blumen, Zoo
- Möbel, Einrichtungsbedarf
- Unterhaltungselektronik, Elektro, Foto
- Spielwaren, Hobby
- PBS, Bücher, Zeitschriften
- Optik, Akustik
- Uhren, Schmuck

- Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>**
- ≤ 100 m<sup>2</sup>
  - 100 m<sup>2</sup> - 800 m<sup>2</sup>
  - > 800 m<sup>2</sup>



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMap

Quelle: BBE-Darstellung 2014

### 4.2 Entwicklung „Neuer Markt“

Den Schwerpunkt des Nutzungskonzeptes für den Neuen Markt macht mit ca. 13.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der Einzelhandel aus. Daneben wird das Einkaufszentrum in den Obergeschossen ca. 1.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche für Gastronomie, etwa 1.250 m<sup>2</sup> Nutzfläche für ein Ärztehaus sowie ca. 3.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche für Büros aufweisen. Ein Hotel mit 108 Zimmern sowie ein Multiplex-Kino mit 7 Sälen runden das Nutzungskonzept des Projektes ab.<sup>8</sup>

Der Standort befindet sich am nördlichen Rand der Altstadt. Ende der 1990er Jahre wurden die gewerblichen Nutzungen (insbesondere der Schlachthof und ein Mineralölhandel) aufgegeben, so dass eine großflächige Gewerbebrache in integrierter städtischer Lage entstand.

Im Rahmen der Einzelhandelskonzepte von 2005/ 2009 wurden wesentliche Defizite in der innerstädtischen Einzelhandelsausstattung festgestellt und die Empfehlung ausgesprochen, innerstädtische Flächen für zusätzliche Magnetbetriebe zu schaffen und gleichzeitig die Fachmarktentwicklung außerhalb der Innenstadt einzuschränken. Um den Einzelhandelsstandort zu stärken, soll in unmittelbarem Anschluss an die Innenstadt weiterer Einzelhandel angesiedelt werden. Das Plangebiet stellt geeignete Flächen für eine integrierte Ansiedlung von Einzelhandel zur Verfügung.

Der Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan erfolgte im Sommer 2010. In einem Bürgerentscheid sprachen sich im Sommer 2011 knapp 80 % der Neumarkter Wähler für ein großes Einkaufszentrum aus. Nach Abschluss des vereinfachten Raumordnungsverfahrens hat die Regierung der Oberpfalz als landesplanerische Beurteilung im Sommer 2012 festgestellt, dass die Bauleitplanung „Unteres Tor II“ unter Berücksichtigung von sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen den Erfordernissen der Raumordnung und Landesplanung entspricht.

Das Dienstleistungs- und Einkaufszentrum wird somit seit dem Jahre 2010 geplant und soll nach zweijähriger Bauphase voraussichtlich im Herbst 2015 eröffnen.

Als Ankermieter der Einzelhandelsflächen sind ein Lebensmittelmarkt, ein Unterhaltungselektronik-Markt und ein Bekleidungsanbieter vorgesehen, die durch einen Young Fashion-Anbieter, einen Sportanbieter, einen Drogeriemarkt, einem Anbieter für Wohnaccessoires und eine Parfümerie ergänzt werden sollen. Darüber hinaus sollen rund 30 weitere Shops mit jeweils ca. 30 – 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entstehen. Der Angebotsschwerpunkt soll auch hier bei Textilien liegen, ergänzt um Schuhe, Schreibwaren, Bücher, Uhren/ Schmuck, Optik, Geschenkartikel, Lebensmittel/ Feinkost, Blumen u. a.

---

<sup>8</sup> Vgl. [www.max-boegel.de/neuermarkt](http://www.max-boegel.de/neuermarkt)



Mit der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und auch eines Drogeriemarktes wird das Angebot an nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Innenstadt nach Weggang des Edeka-Marktes und der Schlecker-Filiale in der Altstadt wieder gestärkt. Der Elektrofachmarkt wird ebenfalls als wichtiger Magnetbetrieb fungieren, da bisherige Angebote als unzureichend einzustufen sind.

Im Bereich der Bekleidung wird eine Kombination von bereits vorhandenen Betrieben und neuen Angeboten realisiert werden, so dass insgesamt eine Stärkung des innerstädtischen Angebotes zu erwarten ist.

Das Einkaufszentrum ist als Verlängerung der Innenstadt zu bewerten und wird bisherige innerstädtische Angebotsdefizite ausgleichen können und zusätzlich eine gesamtstädtische Magnetfunktion mit neuen Angeboten übernehmen.

### 4.3 Wohnungsnahe Versorgung der Stadt Neumarkt i .d OPf.

Als wohnungsnah Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten (im fußläufigen Radius von ca. 500 – 1.000 m) erfolgen soll.<sup>9</sup>

Die Nahversorgungsstrukturen sind durch ein überwiegend kleinteiliges Lebensmittelangebot von Ladenhandwerksbetrieben und einem Norma Discountmarkt in der Innenstadt geprägt. Darüber hinaus bestehen mit den Verbrauchermärkten Real im südlichen und Kaufland im nördlichen Stadtgebiet zwei große Lebensmittelmärkte, die eine Versorgung über die reine Nahversorgung hinaus jeweils für größere Stadtquartiere übernehmen. Beiden Anbietern kommen darüber hinaus auch übergemeindliche Versorgungsfunktionen zu.

Eine wohnungsnah Versorgungsfunktion übernehmen vor allem die größeren Lebensmittelmärkte an der Nürnberger Straße, an der Regensburger Straße und an der Amberger Straße. In einer Randlage zum Siedlungsbereich der **Kernstadt** befindet sich der Lidl-Markt am Standort Blomendorf. Damit besteht ein räumlich differenziertes Angebot der wohnungsnahen Versorgung, das sich vor allem an den wichtigen Verkehrsachsen der Stadt orientiert. Die Kernstadt weist damit eine fast flächendeckende Nahversorgung auf, da von allen Siedlungsbereichen ein Lebensmittelmarkt in einer Entfernung von 500 – 700 m erreicht werden kann. Einzig für das östliche Kernstadtgebiet ist keine bedarfsgerechte Versorgung vorhanden. Der ansässige kleinteilige Edeka-Markt dient in ers-

---

<sup>9</sup> Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 8 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten.

ter Linie dem „Vergesslichkeitsbedarf“<sup>10</sup>. Auch der Norma-Markt an der Amberger Straße kann keine Vollversorgung für das östliche Stadtgebiet sicherstellen, so dass eine Angebotsergänzung sinnvoll erscheint.

In den **Ortsteilen Pölling und Woffenbach** sind kleinere Lebensmittelbetriebe (vor allem Bäckereien, Metzgereien, Lebensmittelgeschäft) vorhanden, die nur eine ausschnittsweise Nahversorgung der Wohnbevölkerung sicherstellen können. In den sonstigen Ortsteilen sind keine Versorgungseinrichtungen vorhanden, so dass die Versorgung der Bevölkerung durch die Kernstadtangebote übernommen wird. So sind im westlich liegenden Pölling zur Nahversorgung lediglich Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien und Metzgereien) und ein Blumengeschäft vorhanden. Auch in Woffenbach befindet sich neben zwei Bäckereien, einem Metzger und einem spezialisierten Lebensmittelgeschäft kein größerer Lebensmittelmarkt, der eine umfassende Nahversorgung sicherstellen kann.

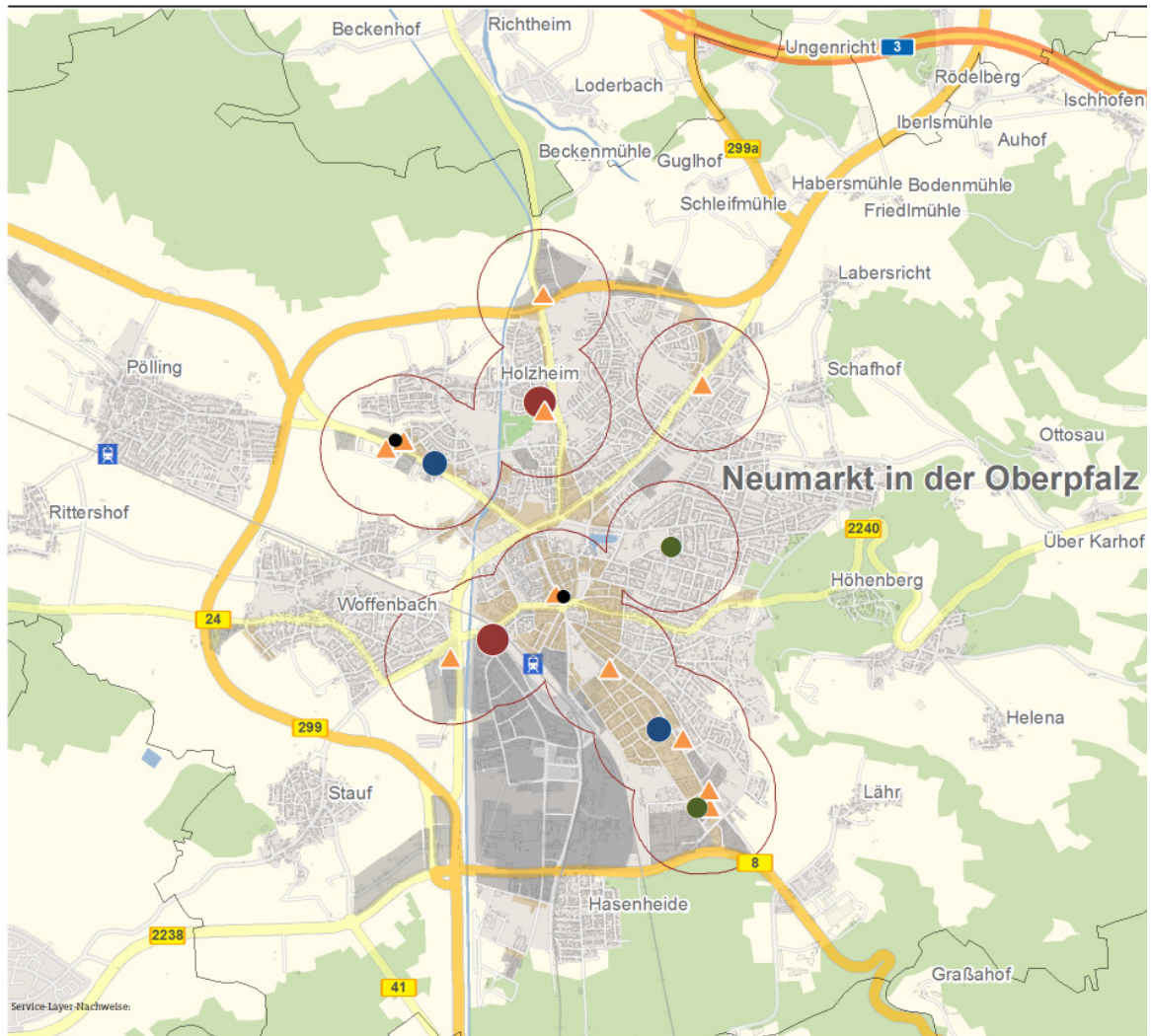
Aufgrund der geringen Einwohnerzahl der Ortsteile Pölling, Stauf und Hasenheide wird auch zukünftig keine ortsteilbezogene Vollversorgung wirtschaftlich tragfähig sein. Die Entwicklungsfähigkeit für eine Lebensmittelvollversorgung in zentraler Lage des Ortsteils Woffenbach wird durch den Wettbewerb mit den großen Anbietern am Fachmarktstandort Freystädter Straße eingeschränkt.

Im Fazit ist festzuhalten, dass ein differenziertes Standortnetz der Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet vorhanden ist, das eine bedarfsgerechte Nahversorgung sicherstellen kann. Einzig im östlichen Stadtgebiet besteht ein Angebotsdefizit, so dass ein zusätzlicher Versorgungsstandort realisiert werden sollte. Im sonstigen Stadtgebiet ist eine Weiterentwicklung der bestehenden Versorgungsstrukturen zu empfehlen. Dabei sollte sich die Dimensionierung der Betriebe an der zu versorgenden Bevölkerung im Umfeld orientieren, um auch zukünftig eine flächendeckende Nahversorgung in der Kernstadt zu erhalten.

---

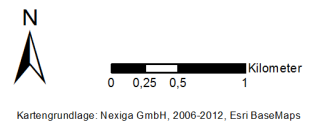
<sup>10</sup> Die Größe des Marktes geht mit einem eingeschränkten Sortiment einher. In der Regel kaufen mobile Kunden den Großteil des Bedarfs bei Wettbewerbern mit einer größeren Sortimentsbreite und –tiefe, häufig werden in den kleineren Märkten nur Artikel gekauft, die vergessen wurden oder für die der Weg zu einem größeren Markt nicht lohnt.

Abbildung 12: Nahversorgungssituation in Neumarkt i. d. OPf.



**Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Neumarkt i. d. OPf.**

- Verbrauchermarkt (1.500 - 5.000 m<sup>2</sup> VKF)
- Supermarkt (400 - 3.000 m<sup>2</sup> VKF)
- SB-Markt (<= 400 m<sup>2</sup> VKF)
- ▲ Discounter
- Drogerieanbieter (> 200 m<sup>2</sup> VKF)
- 500 m-Radius
- MK/ MI Gebiet
- GE/ GI Gebiet



Quelle: BBE-Darstellung 2014

## 4.4 Fachmarktstandorte und Nahversorgungsbereiche

### **Fachmarktstandort Nürnberger Straße**

Der Verbundstandort an der Nürnberger Straße ist der größte dezentral gelegene Fachmarktstandort. Die insgesamt 20 Einzelhandelsbetriebe umfassen eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 20.480 m<sup>2</sup>. Rund ein Drittel der Betriebe ist großflächig (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), zusammen weisen diese Betriebe eine Verkaufsfläche von rd. 16.050 m<sup>2</sup> auf. Zu den größten Anbietern zählen die Lebensmittelanbieter Edeka und Aldi, die Baumärkte BayWa und Toom sowie der Bettenfachmarkt Dänisches Bettenlager, das Möbelhaus Werner und der Elektrofachmarkt TeVi.

Der Fachmarktstandort übernimmt wichtige gesamtstädtische/ regionale Versorgungsfunktionen bei innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Darüber hinaus handelt es sich um einen Nahversorgungsschwerpunkt vor allem für den nordwestlichen Siedlungsbereich des Hauptortes Neumarkt i. d. OPf. und für das westlich gelegene Pölling, zumal in Pölling selbst nur kleinere Ladenhandwerksbetriebe zur Nahversorgung bestehen.

### **Fachmarktstandort Freystädter Straße**

Der Fachmarktstandort liegt beiderseits des Ludwig-Donau-Main-Kanals in den Gewerbegebieten Schwalbenhof und Dreieichlinger Straße. Insgesamt sind hier 20 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 20.200 m<sup>2</sup> ansässig. Zu den prägenden Anbietern gehören Obi, Real und das Klebl Bauzentrum. Die vier großflächigen Betriebe werden ergänzt durch eine Reihe von sehr kleinen Anbietern (< 100 m<sup>2</sup> VKF) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Daneben sind Betriebe mit den Sortimenten Bau- und Gartenbedarf, Möbel und Spielwaren dort vorzufinden.

In Ergänzung zur wohnungsnahen Versorgung, vor allem für den südwestlichen Siedlungsbereich inklusive des Bezirks Woffenbach, übernimmt der Fachmarktstandort eine gesamtstädtische bzw. übergemeindliche Versorgungsbedeutung.

### **Nahversorgungsbereich Regensburger Straße**

Der Standort ist gekennzeichnet durch eine lose Anordnung diverser Fachmärkte entlang der Regensburger Straße. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Die Gesamtverkaufsfläche von 6.500 m<sup>2</sup> verteilt sich auf insgesamt 17 Einzelhandelsbetriebe, davon sind drei großflächig. Neben dem Rewe-Markt als größtem Anbieter gehören die Lebensmittel-discounter Aldi und Lidl zu den prägenden Anbietern.

Der Versorgungsbereich übernimmt Nahversorgungsfunktionen vor allem für die Bevölkerung im südlichen Siedlungsgebiet.

Abbildung 13: Verkaufsfläche der Fachmarkt- und Nahversorgungsstandorte

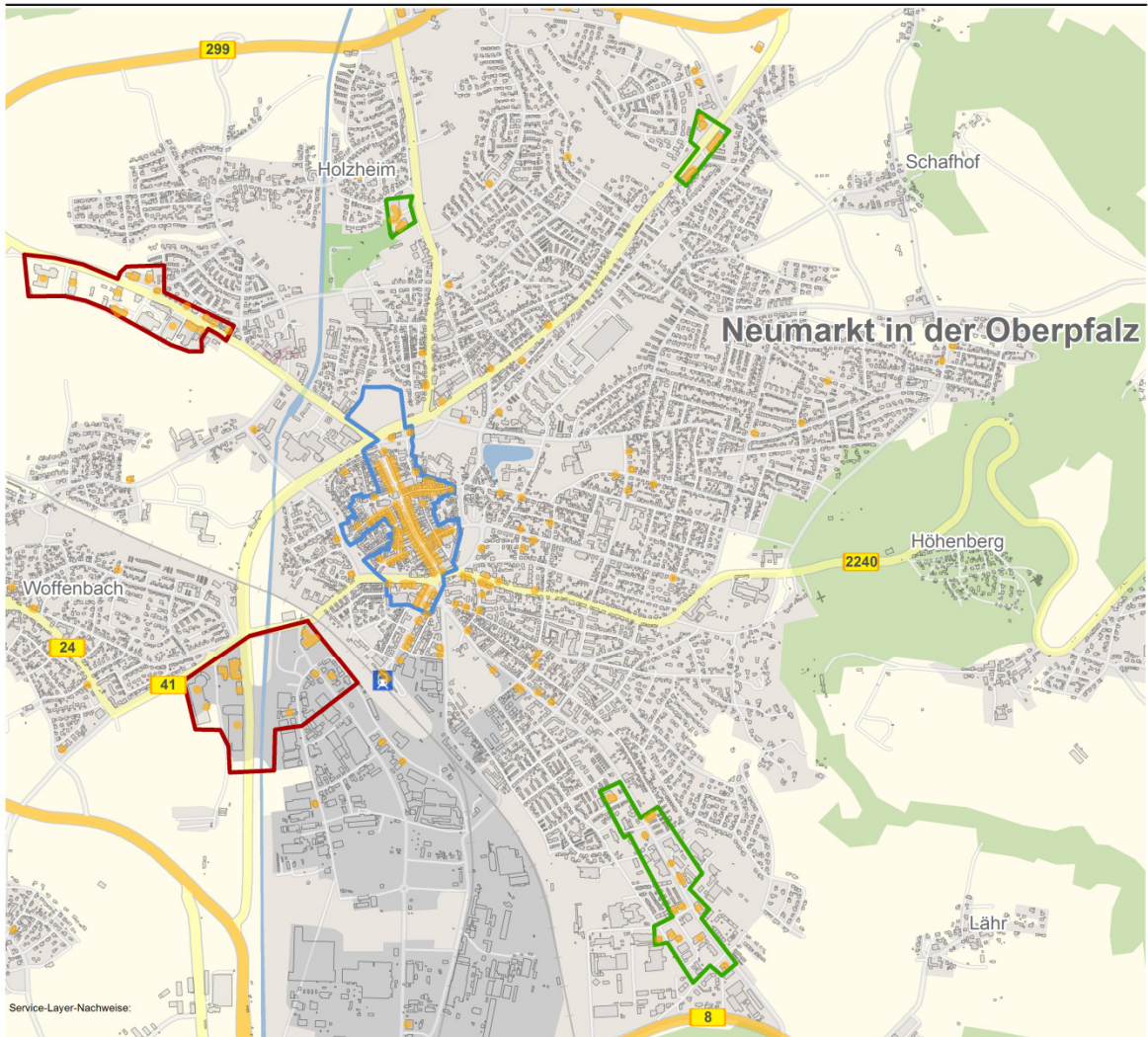
Bedarfsstufe/ Sortiment	FM Nürn- berger Straße	FM Frey- städter Straße	NVB Re- gensbur- ger Straße	NVB Alt- dorfer Straße	NVB Am- berger/ Leipziger Straße
	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>				
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Bäcker/ Metzger)	3.120	3.280	3.570	3.610	720
Blumen/ Heimtierbedarf	120	70	50	60	1.030
Drogerie-/ Parfümerie-/ Kosmetik- bedarf	680	260	260	290	60
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	200	40	90	-	-
Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeit- schriften/ Bücher	60	140	30	100	-
<b>überw. kurzfristiger Bedarf</b>	<b>4.180</b>	<b>3.790</b>	<b>4.000</b>	<b>4.060</b>	<b>1.810</b>
Bekleidung/ Wäsche/ Meterware	500	250	150	90	750
Schuhe/ Lederwaren	60	60	40	450	10
Bau- und Gartenmarktsortiment*	5.770	13.060	910	80	60
GPK**, Hausrat, Geschenkartikel	510	570	30	130	-
Spielwaren/ Hobby	170	810	20	40	10
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	720	150	20	-	10
<b>überw. mittelfristiger Bedarf</b>	<b>7.730</b>	<b>14.900</b>	<b>1.170</b>	<b>790</b>	<b>840</b>
Teppiche/ Gardinen/ Deko/ Sicht-, Sonnenschutz	600	150	10	-	-
Bettwaren/ Haustextilien	650	40	380	30	10
Möbel (inkl. Bad-, Garten-, Büro- möbel)	5.340	450	690	10	10
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	720	640	220	70	10
Unterhaltungselektronik/ Multimedia	1.200	220	60	90	20
Foto/ Optik/ Akustik	60	-	10	-	-
Uhren/ Schmuck	-	-	-	-	-
<b>überw. langfristiger Bedarf</b>	<b>8.570</b>	<b>1.500</b>	<b>1.370</b>	<b>200</b>	<b>50</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>20.480</b>	<b>20.190</b>	<b>6.540</b>	<b>5.050</b>	<b>2.700</b>

\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

\*\* Glas, Porzellan, Keramik

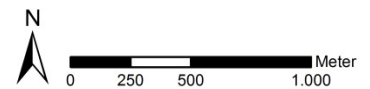
Quelle: BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 14: Fachmarkt- und Nahversorgungsstandorte



**Einzelhandelssituation in der Innenstadt**

- Einzelhandel
- ZVB Innenstadt
- Fachmarkt-Standorte
- Nahversorgungsstandorte



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

### **Nahversorgungsbereich Altdorfer Straße/ Am Ziegelanger**

Die sieben Einzelhandelsbetriebe am Standort Altdorfer Straße/ Am Ziegelanger haben ihren Schwerpunkt bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Die Gesamtverkaufsfläche von 5.050 m<sup>2</sup> wird von dem Anbieter Kaufland dominiert. Zu den weiteren prägenden Anbietern gehören Netto sowie der Schuh-Filialist Deichmann. Der Standort übernimmt vor allem die Versorgung der Bevölkerung im nördlichen Siedlungsbereich.

### **Nahversorgungsbereich Amberger Straße/ Leipziger Straße**

Das östliche Stadtgebiet weist nur eine geringe Einzelhandelsausstattung auf. Auch die wohnungsnaher Versorgung wird nur durch wenige kleinteilige Lebensmittelbetriebe hergestellt. Potenziale zur Verbesserung der Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten kann ein zu entwickelnder Versorgungsbereich am Standort Amberger Straße/ Leipziger Straße übernehmen. Derzeit sind ein Norma Discountmarkt, ein Fressnapf Zoomarkt und weitere kleinteilige Nutzungen ansässig.

### **Sonstige Standorte**

Darüber hinaus sind vor allem im Bereich der Gewerbegebiete Berliner Ring, Koppenmühle, Bloemenhof und Dahmit I, Fritz-Berger-Straße weitere Fachmärkte ansässig, die jedoch keine oder nur geringe Verbundeffekte mit anderen Einzelhandelsnutzungen generieren und somit als Solitärstandorte des Einzelhandels zu bewerten sind.

## 5 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung

Die Stadt Neumarkt i. d. OPf. weist eine differenzierte Einzelhandelsausstattung auf, die vor allem bei den innenstadtbezogenen Angeboten eine große regionale Ausstrahlungskraft entfalten kann. Wichtige Wettbewerbsstandorte sind Nürnberg und Regensburg mit einem ebenfalls umfassenden Einzelhandelsangebot. Im Bereich Möbel/ Einrichtungsbedarf sind zudem strukturprägende Anbieter in Parsberg und Amberg ansässig.

Das innerstädtische Einzelhandelsangebot mit Schwerpunkt bei Bekleidung, Schuhen, Sport und sonstigen Artikeln des persönlichen Bedarfs wird durch Fachmarkttagglomerationen an der Nürnberger Straße und Freystädter Straße ergänzt. Die Versorgungsfunktionen der Geschäftsbereiche beziehen sich vor allem auf die nahversorgungsbezogenen Angebote Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren und auf den Bau- und Gartenbedarf sowie Einrichtungsbedarf. Die Geschäftsbereiche übernehmen gesamtstädtische Versorgungsfunktionen.

Darüber hinaus bestehen weitere Nahversorgungsstandorte an der Altdorfer Straße, Regensburger Straße und Amberger Straße/ Leipziger Straße, so dass ein annähernd flächendeckendes Netz von Lebensmittelmärkten vorhanden ist. Einzig im östlichen Kernstadtgebiet besteht quantitativ und qualitativ kein bedarfsgerechtes Nahversorgungsangebot, so dass die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes sinnvoll erscheint. Die kleineren Ortsteile verfügen über eine ausschnittsweise wohnungsnaher Versorgung, für die aufgrund des Einwohnerpotenzials auch nur begrenzte Entwicklungspotenziale bestehen. Zur Schaffung einer angemessenen Nahversorgung ist die Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen durch moderne Lebensmittelmärkte an zentralen Standorten (vor allem in der Innenstadt und an den bestehenden Nahversorgungsstandorten) unter Beachtung der zugeordneten Versorgungsbereiche zu empfehlen.

Die Innenstadt weist eine regionale Ausstrahlungskraft auf. Mit der Entwicklungsfläche des innerstädtischen Einkaufszentrums „Neuer Markt“ wird eine Stabilisierung und marktgerechte Weiterentwicklung des innerstädtischen Geschäftszentrums ermöglicht.

Dabei ist eine **Diversifizierung des innerstädtischen Angebotes** u. a. um kompetente Bekleidungs-, Schuh- und Sportanbieter sowie in den Bereichen Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik und Drogerie- und Parfümeriewaren sinnvoll. Dies sollte mit einem Ausschluss von (großflächigen) Betrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches einhergehen, um durch die Vorrangstellung des Hauptzentrums eine innenstadtbezogene Entwicklung zu unterstützen.



In den sonstigen innenstadtypischen Sortimenten (u. a. Bücher, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren/ Schmuck, Apotheke) sind Entwicklungspotenziale in einem innerstädtischen Gesamtkonzept (als ergänzende Nutzungen in/ zu dem geplanten Einkaufszentrum) zu erwarten.

Die Entwicklungsperspektiven der dezentralen Einzelhandelsstandorte liegen vor allem in einer Bestandssicherung der Versorgungsstrukturen und einer Weiterentwicklung durch Betriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Angeboten. Insbesondere im Bereich **Möbel/ Einrichtungsbedarf** sind mit Blick auf die regionale Wettbewerbssituation Ergänzungen im spezialisierten Angebot möglich.

## **6 Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept Neumarkt i. d. OPf.**

### **6.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus städtebaulicher Sicht**

Aufgabe eines Einzelhandelskonzeptes ist es, ein Ordnungskonzept für eine Gemeinde zu entwickeln, das eine räumliche Abgrenzung und eine Funktionszuweisung für zentrale Versorgungsbereiche vornimmt, den Einzelhandel hinsichtlich der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz einer Gemeinde bewertet und Ansiedlungsregeln vorschlägt. Der Schutz und die Stärkung der Zentren ist ein wichtiges städtebauliches Anliegen des Bauplanungsrechtes.

Unter bauplanungsrechtlichen Aspekten kommt der Festlegung zentraler Versorgungsbereiche eine wichtige Bedeutung zu, da diese nach den Rechtsvorschriften des Baugesetzbuches und der einschlägigen Rechtsprechung einem besonderen städtebaulichen Schutz unterliegen. Sie sollen als städtebaulich integrierte Schwerpunkte der Waren- und Güterversorgung eine Mittelpunktfunktion in den Gemeinden wahrnehmen und - gestützt auf großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten - eine bedarfsgerechte und wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung sicherstellen.

Die Novellen des Baugesetzbuches der letzten Jahre weisen deutlich darauf hin, dass dem Gesetzgeber die Stärkung der Innenentwicklung und Urbanität der Städte sowie der wohnungsnahen Versorgung besonders wichtig ist. So wurde durch Ergänzung des § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB im Jahre 2004 der Zentrenschutz in der gemeindenachbarschaftlichen Abstimmung besonders hervorgehoben. Mit der Einführung des § 34 Abs. 3 BauGB wurde der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vor schädlichen Auswirkungen von Vorhaben im unbeplanten Innenbereich aufgenommen. Seit dem Jahre 2007 ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche einer der bei der Bauleitplanung besonders zu berücksichtigender Belange (vgl. § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Mit dem einfachen Bebauungsplan gem. § 9 Abs. 2 a BauGB wurde zudem die Möglichkeit des Schutzes und der Stärkung von Zentren erleichtert. Die Gesetzesnovelle von 2013 eröffnet zudem die Möglichkeit, zentrale Versorgungsbereiche im Flächennutzungsplan darzustellen.

In der Entschließung vom 25.04.2013 stellt der Deutsche Bundestag fest:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind entscheidende Voraussetzungen für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und für die Innenentwicklung der Städte und Gemeinden, auch im ländlichen Raum, und damit auch für deren Lebensfähigkeit und Urbanität. Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomischen Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt; es kann sich dabei um Innenstadtzentren vor allem in Städten mit größerem Einzugsbereich, Nebenzentren

in Stadtteilen sowie Grund- und Nahversorgungszentren in Stadt- und Ortsteilen und nichtstädtischen Gemeinden handeln.“

Die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten für die Bauleitplanung wird in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB festgelegt, indem städtebauliche Entwicklungskonzepte mit Aussagen über vorhandene und zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen sind.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die in die Abwägung einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche** spielen dabei eine wichtige Rolle.

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und Funktionen** der zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte zu bestimmen.

Für den einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB hat der Bundesgesetzgeber die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten im Satz 2 ausdrücklich betont. Diese Regelung lautet wie folgt:

*„Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“.*

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass ein Einzelhandelskonzept ein städtebauliches Ordnungskonzept darstellt, das nach städtebaulichen Kriterien geeignete Standorte zur Weiterentwicklung der einzelhandelsbezogenen Versorgungsfunktionen aufzeigt. Es ist kein Instrument zur Verhinderung von Wettbewerb. Ein vom Rat beschlossenes Einzelhandelskonzept stellt eine wichtige Grundlage für die Bauleitplanung dar. Die Begründung von Bebauungsplänen kann auf das Einzelhandelskonzept verweisen und somit Investitionssicherheit herstellen.

## 6.2 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus landesplanerischer Sicht

Die Leitziele der Landesentwicklung sind die Schaffung gleichwertiger Lebens- und Arbeitsbedingungen. Das Landesentwicklungsprogramm Bayern konkretisiert dies durch die Ziele der Verbesserung der Standortqualitäten und Wettbewerbsfähigkeit, der Vermeidung der Zersiedelung und des Erhalts der Natur- und Erholungsräume. Dabei ist die Landesentwicklung nicht an Einzelinteressen, sondern am Allgemeinwohl orientiert. Aufgabe der Landesplanung ist es zum einen, durch Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten wesentliche Beeinträchtigung der überörtlichen Versorgungsfunktionen der zentralen Orte zu verhindern. Dabei stehen die Innenstädte als wichtigste Standorte für die überörtlichen Versorgungsfunktionen eines zentralen Ortes im Vordergrund. Zum anderen soll die Landesplanung im Sinne von gleichwertigen Lebensbedingungen auch eine ausreichende Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen sichern. Im Mittelpunkt steht dabei die Sicherung und Entwicklung einer verbrauchernahen Versorgung. Damit finden ausschließlich Aspekte des Gemeinwohls im Sinne der Sicherung von funktionsfähigen Versorgungsstrukturen Berücksichtigung, die Landesplanung nimmt keine Bedarfsprüfung vor oder soll nicht dem Konkurrenzschutz dienen.<sup>11</sup>

Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandelskonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln. Mit dem Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) vom 01.09.2013 bestehen folgende Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes auf die örtlichen Gegebenheiten angewendet und im Rahmen von Bauleitplanverfahren in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen:

- Konzentrationsgebot (5.3.1 Lage im Raum):  
Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind nur in zentralen Orten zulässig. Eine Ausnahme gilt für Nahversorgungsbetriebe mit max. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und für Einzelhandelsgroßprojekte des sonstigen (= nicht-innenstadtrelevanten) Bedarfs.
- Städtebauliches Integrationsgebot (5.3.2 Lage in der Gemeinde):  
Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur an städtebaulich integrierten Standorten (baulich verdichteter Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen, fußläufigem Einzugsgebiet und ÖPNV-Anbindung) errichtet werden.

---

<sup>11</sup> Vgl. Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern, 2002

Ausnahmsweise sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen für Einzelhandelsgroßbetriebe des sonstigen Bedarfs zulässig oder wenn keine geeigneten städtebaulich integrierten Standorte vorliegen.

- Nichtbeeinträchtigungsgebot (5.3.3 Zulässige Verkaufsflächen):  
Großflächige Betriebe dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet nicht wesentlich beeinträchtigen. Die landesplanerischen Relevanzschwellen werden wie folgt festgelegt:
  - Nahversorgungsbedarf: max. 25 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im landesplanerischen Nahbereich (bzw. in der Gemeinde)
  - Innenstadtbedarf: max. 30 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im einzelhandelspezifischen Verflechtungsbereich (bis 100.000 Einwohner, 15 % für die übersteigende Bevölkerungszahl)
  - sonstiger (= nicht-innenstadtrelevanter) Bedarf: max. 25 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im Projekteinzugsgebiet.

Der Regionalplan Region Regensburg<sup>12</sup> konkretisiert die landesplanerischen Ziele und Grundsätze, um die Funktion der räumlichen Steuerung raumbedeutsamer Vorhaben und Maßnahmen zu übernehmen (u. a. Bestimmung der Klein- und Unterzentren sowie der Siedlungsschwerpunkte, Darstellung der Nah- und Mittelbereiche).

Auch für die Landesplanung stellt das Einzelhandelskonzept damit eine wichtige Grundlage dar, indem es u. a. Aussagen zu den städtebaulich integrierten Siedlungsbereichen und zum Einzugsgebiet der Stadt trifft.

---

<sup>12</sup> U. a. Teilfortschreibung vom März 2011 zur Festlegung der Zentralen Orte und Siedlungsschwerpunkte. Anmerkung: Die Teilfortschreibung des Regionalplanes erfolgte noch auf Basis des Landesentwicklungsprogramms in der Fassung aus dem Jahre 2006.

### 6.3 Leitziele des Zentrenkonzeptes

Für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. werden folgende Leitziele vorgeschlagen, die bei der Bewertung von konkreten Ansiedlungsvorhaben berücksichtigt werden sollen:

#### ■ **Erhalt und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion**

Der Einzelhandel der Stadt Neumarkt i. d. OPf. soll auch zukünftig die oberzentralen Versorgungsfunktionen erfüllen, so dass eine nach städtebaulichen Kriterien ausgerichtete Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen erfolgen soll. Dem zentralen Versorgungsbereich wird dabei eine Vorrangstellung im Bereich der innenstadtrelevanten Angebote eingeräumt.

#### ■ **Priorität der Innenstadtentwicklung**

Das Hauptzentrum Innenstadt stellt den wichtigsten Geschäftsbereich der Stadt Neumarkt i. d. OPf. dar, für das eine quantitative und qualitative Sicherung und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen angestrebt wird. Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. In besonderem Maße gilt dies für Betriebe mit Verkaufsflächen oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO.

#### ■ **Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsangebote an wohngebietsintegrierten Standorten (Nahversorgungsstandorte)**

Die differenzierte wohnungsnaher Versorgung soll erhalten und marktgerecht weiterentwickelt werden. Dazu wird eine Konzentration auf den zentralen Versorgungsbereich und die sonstigen Nahversorgungsstandorte verfolgt. Die Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wird an die Bedingungen geknüpft, dass

- der Standort einen deutlichen Bezug zu einem durch Wohnungsnutzung geprägten Gebiet aufweist (wohngebietsintegrierte Lage),
- der Betrieb hinsichtlich Größe und Sortiment der wohnungsnahen Versorgung dient und
- keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind.

#### ■ **Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten auf geeignete Ergänzungsstandorte**

Durch die Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte soll eine weitere Streuung des Einzelhandels

innerhalb des Stadtgebiets vermieden werden. Somit wird auch für den überwiegend nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel eine Konzentration möglicher neuer Betriebe auf im Stadtgebiet gut erreichbare Standorte verfolgt, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und einen möglichst geringen Flächenverbrauch zu generieren. Zudem wird durch die Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte der Ressourceneinsatz reduziert (Verbrauch von Flächen, Bau und Unterhaltung von Verkehrswegen). Dabei ist eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen - auch bei großflächigen Betrieben - nicht notwendig. Als Verbundstandorte weisen die bereits entwickelten Fachmarktstandorte Nürnberger Straße und Freystädter Straße günstige Rahmenbedingungen auf.

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten dürfen durch innenstadtrelevante Randsortimente keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein, so dass im Rahmen einer Einzelfallprüfung für die Zulässigkeit eines Vorhabens die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu untersuchen sind.

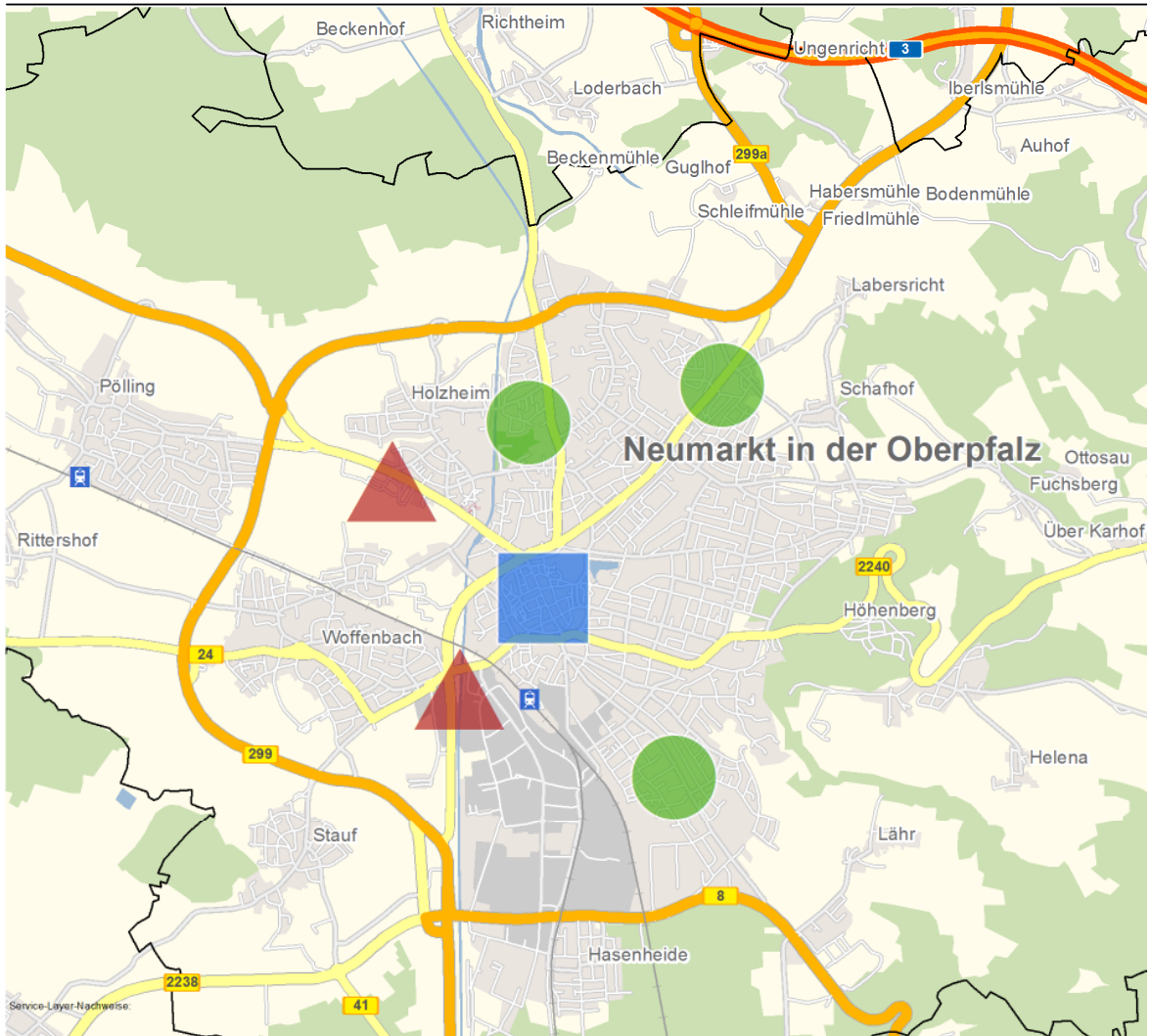
### 6.4 Zentrenhierarchie

Zur Umsetzung der Leitziele des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes wird folgende Zentrenhierarchie empfohlen, die eine räumlich-funktionale Aufgabenverteilung zwischen den Versorgungsbereichen im Stadtgebiet verfolgt:

- Hauptzentrum Innenstadt
- Ergänzungsstandorte/ Fachmarktstandorte für Betriebe mit überwiegend nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten
- Nahversorgungsstandorte mit wohngebietsbezogenem Einzelhandel.

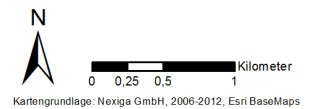
Im Folgenden werden eine räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte vorgenommen und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen aufgezeigt.

Abbildung 15: Zentrenkonzept



Zentrenkonzept der Stadt Neumarkt i. d. OPf.

-  Innenstadt
-  Fachmarkt-Standorte
-  Nahversorgungsstandorte



Quelle: BBE-Darstellung



### 6.5 Hauptzentrum Innenstadt

Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten. Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt zeigt auf, dass sich der Einzelhandelsbesatz und die ergänzenden Nutzungen der privaten und öffentlichen Dienstleistungen auf die Achse Untere und Obere Marktstraße und die Bahnhofstraße in der Verlängerung sowie auf die Querachsen Klostersgasse, Hallertorstraße/ Kirchengasse, Viehmarkt/ Rosengasse konzentrieren (vgl. Abbildung 16). Im Norden wird mit dem derzeit in Bau befindlichen Einkaufszentrum „Neuer Markt“ eine Innenstadtergänzung geschaffen. Das Einkaufszentrum wird u. a. mit einem Lebensmittelmarkt, einem Drogeriemarkt, Bekleidungsanbietern und einem Elektromarkt zusätzliche innerstädtische Magnetbetriebe aufnehmen. Die Anbindung an den gewachsenen Geschäftsbereich wird durch eine Passage unter der Dammstraße erfolgen. Das projektierte Einkaufszentrum stellt damit den nördlichen Abschluss des innerstädtischen Versorgungszentrums dar.

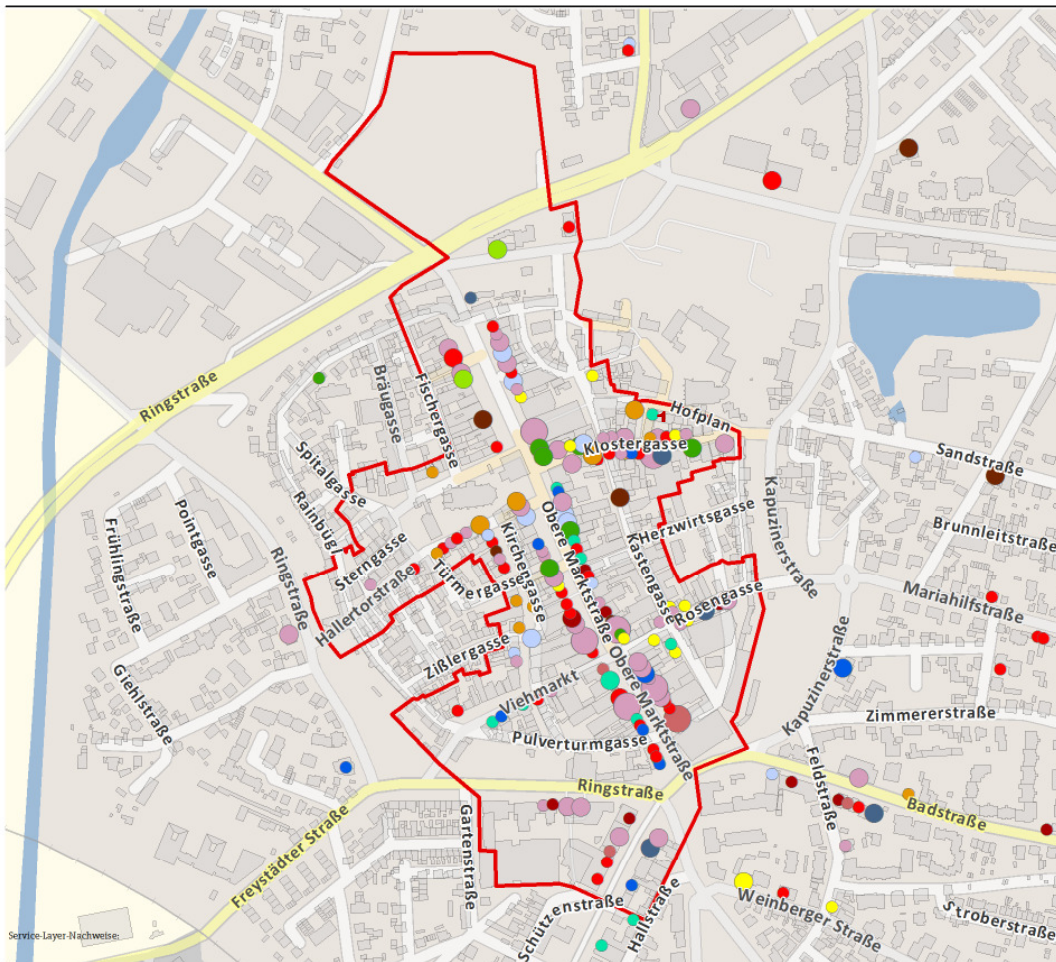
Im Westen und Osten orientiert sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches an der mittelalterlichen Stadtmauer, wobei u. a. in den Bereichen Zißberggasse, Spitalgasse, Bräugasse und Herzwirtsgasse Areale ausgeklammert werden, die keine publikumsintensiven Innenstadtnutzungen aufweisen und die überwiegend dem innerstädtischen Wohnen dienen.

Im Süden überschreitet die vorgeschlagene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches die historische Altstadt und umfasst den angrenzenden Bereich der Bahnhofstraße/ Ringstraße, der durch Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen geprägt ist. Die südliche Grenze stellt die Einmündung der Schützenstraße dar. Südlich bricht der Einzelhandelsbesatz ab, es sind nur noch wenige publikumsintensive Nutzungen ansässig, so dass in der Nutzungsstruktur eine deutliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches ablesbar ist.

Damit sind alle strukturprägenden Betriebe der Innenstadt von Neumarkt dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Die Längenausdehnung beläuft sich in Nord-Süd-Richtung auf ca. 800 m und in West-Ost-Richtung auf ca. 500 m, so dass das Versorgungszentrum im Zusammenhang mit der hohen Nutzungsdichte fußläufig erlebbar ist.

Für die Neumarkter Innenstadt ist eine Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes in den innenstadttypischen Kernsortimenten durch Ansiedlung größerer und namhafter Betriebe zu empfehlen, so dass auch der ansässige Einzelhandel von Verbundeffekten profitieren kann. Dabei steht eine Diversifizierung des Angebotes bei Bekleidung, Schuhen, Sport und Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik im Vordergrund. Darüber hinaus besteht für die Innenstadt Bedarf, die Nahversorgung neu aufzustellen, da sowohl bei Nahrungs- und Genussmitteln als auch bei Drogeriewaren Ergänzungs- bzw. Erweiterungsflächen notwendig sind.

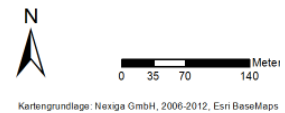
Abbildung 16: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Einzelhandels-situation in der Innenstadt

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie, Parfümerie, Kosmetik
- Apotheken, Sanitätsartikel
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Sport, Fahrräder, Camping
- Bau-/ Gartenbedarf, Blumen, Zoo
- Möbel, Einrichtungsbedarf
- Unterhaltungselektronik, Elektro, Foto
- Spielwaren, Hobby
- PBS, Bücher, Zeitschriften
- Optik, Akustik
- Uhren, Schmuck
- ZVB Innenstadt

- Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>
- ≤ 100 m<sup>2</sup>
  - 100 m<sup>2</sup> - 800 m<sup>2</sup>
  - > 800 m<sup>2</sup>



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Erhebungen

Die Entwicklung der Neumarkter Innenstadt wird weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt sein. Denn die Einzelhandelslandschaft in Deutschland steht vor tiefgreifenden Umwälzungen. So wird der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt derzeit im Wesentlichen durch folgende Faktoren bestimmt:

- demographischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel,
- neu erwachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce,<sup>13</sup>
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

Hierbei ist die höchste Dynamik im E-Commerce zu beobachten, dessen Erfolg auf die große Verbreitung von Computer und Smartphone sowie dem barrierefreien Zugang zum Internet basiert. Durch die rasante Verbreitung von Smartphones ist der nächste Schritt im Online-Handel geebnet, die Integration von stationärem Einzelhandel und Online-Handel durch den Multichannel-Ansatz setzt sich zunehmend durch.

So wird durch den Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Nur Einzelhändler, die diesen Multichannel-Ansatz konsequent verfolgen, werden sich auch weiterhin auf dem Markt mit einem immer härter werdenden Preiswettbewerb behaupten können.

Da der E-Commerce bislang in erster Linie ältere Formen des Versandhandels substituiert hat, wird derzeit deutschlandweit nur ein vergleichsweise geringer Flächenrückgang im Einzelhandel erwartet. So erwartet IVG Research bis zum Jahr 2025 einen Flächenrückgang im Einzelhandel um 4 % des derzeitigen Bestands. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser bundesdurchschnittliche Gesamtwert starke Schwankungen überdeckt. Während in Zuwanderungsgebieten teilweise noch Flächenzuwächse zu erwarten sind, droht in strukturschwachen Regionen ein Flächenschwund, der deutlich über 4 % des derzeitigen Bestands liegen dürfte.<sup>14</sup>

Investoren, und damit auch die Kommunen, müssen sich daher in manchen Segmenten tendenziell auf fallende Mieten und kürzere Laufzeiten der Mietverträge einstellen. Auch erhöht sich durch den

---

<sup>13</sup> M-Commerce: Mobile Commerce ist eine spezielle Ausprägung des elektronischen Handels unter Verwendung mobiler Endgeräte (vor allem Smart Phones).

<sup>14</sup> Retail-Logistik Deutschland, Einzelhandelsimmobilienmarkt 2025, IVG Immobilien AG, 2013

potenziellen Verlust zahlreicher Ankermieter das Mietausfallrisiko. Zudem wird sich die Polarisierung zwischen guten und weniger guten Objekten und Standorten weiterhin fortsetzen. So ist davon auszugehen, dass sich die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen in Städten mit einem überregionalen Einzugsbereich sowohl in 1-A-Lagen als auch in B- und Nebenlagen positiv entwickeln wird und somit hier ein hohes Investmentpotenzial gegeben ist. Aber schon bei Städten, die nur ein regionales Einzugsgebiet aufweisen, ist nur noch in den 1-A-Lagen ein positives Investmentpotenzial zu erwarten. In den B- und Nebenlagen dieser Städte dürften sich die zukünftige Flächennachfrage und der zusätzliche Flächenbedarf dagegen rückläufig entwickeln. So gehen Handelsnutzer in diesen Städten und in diesen Lagen kaum Kompromisse bzgl. der Grundrissgestaltung, der Objektausstattung und der Miethöhe ein.

Im Fazit wird somit damit zu rechnen sein, dass sich der innerstädtische Flächenbedarf auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflächen zunehmend abschmelzen werden. Für die Weiterentwicklung der Neumarkter Innenstadt ist somit auch von Bedeutung, dass es vor allem mit dem Neuen Markt gelingt, weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu integrieren.

Die projektierten Nutzungen des innerstädtischen Einkaufszentrums - insbesondere in den Bereichen Bekleidung, Schuhe und Sport, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik sowie Nahrungs- und Genussmittel - können damit eine sinnvolle Angebotsdiversifizierung für die Innenstadt darstellen, indem die Etablierung weiterer kundenfrequenzstarker Filialisten auch die Standortbedingungen für den kleinteiligen Einzelhandel im Umfeld verbessern werden. Dabei ist von Bedeutung, dass es gelingt, den Einkaufsstandort der Neumarkter Innenstadt auch für die auswärtigen Verbraucher attraktiv zu erhalten.

Unabhängig von den konkreten Nutzungsüberlegungen stellt der Standort die wichtigste Entwicklungsfläche für das innerstädtische Versorgungszentrum dar. Diese Einschätzung begründet sich aus folgenden strukturellen Gegebenheiten:

- Durch die Schaffung von zusätzlichen Geschäftsflächen für moderne Betriebstypen in Form eines Einkaufszentrums wird das innerstädtische Einzelhandelsangebot erweitert, die Ausstrahlungskraft der Innenstadt als Einkaufsort wird verstärkt.
- Das Einkaufszentrum grenzt direkt an den innerstädtischen Geschäftsbereich, so dass Verbundeffekte für die ansässigen Betriebe zu erwarten sind. Insbesondere die heute als „B-Lage“ einzustufende Untere Marktstraße wird als Verbindungsachse zwischen der bestehenden Haupteinkaufslage Obere Marktstraße und dem neuen Einkaufszentrum von dem Frequenzgewinn profitieren. Dagegen kann es insbesondere für Rand- und Nebenlagen der Innenstadt zu einer weiteren Reduzierung der Kundenfrequenz kommen.

- Voraussetzung für die Kopplungseffekte ist eine optimale Einbindung des Einkaufszentrums in das innerstädtische Fußwegenetz. Die Dammstraße stellt als stark befahrene innerstädtische Erschließungsstraße eine städtebauliche Zäsur dar. Zur Anbindung des Einkaufszentrums ist eine Unterführung unter der Dammstraße im Bau. Die Abgänge der Passage werden von Sitzbänken, Grünelementen und Brunnen-Kaskaden begleitet. Für Barrierefreiheit sorgt zusätzlich ein Aufzug. Die Passage wird hell gestaltet und durch Ausstellungsvitrinen gegliedert, so dass eine attraktive Wegebeziehung geschaffen werden kann.
- Die projektierte Tiefgarage stellt einen wichtigen zusätzlichen innerstädtischen Kundenparkplatz dar, der das ehemalige Parkhaus an der Dammstraße ersetzt. Damit können vormals eingeführte Kundenwegebeziehungen aufgegriffen werden.
- Der Standort ist funktionsfähig über die Nürnberger Straße und die Ringstraße/ Dammstraße in das innerstädtische Verkehrserschließungsnetz eingebunden.

### 6.6 Fachmarktstandorte

Die Fachmarktzentren Nürnberger Straße und Freystädter Straße stellen neben der Innenstadt weitere Versorgungsschwerpunkte (jeweils > 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) dar, die vor allem durch größere Betriebseinheiten geprägt sind. Beim Fachmarktzentrum Nürnberger Straße handelt es sich um nahversorgungsrelevante Betriebe (Edeka, Aldi, Lidl, dm u. a.). Daneben bietet der Standort mit dem Möbelhaus Werner, den Toom und BayWa Baumärkten einen Angebotsschwerpunkt bei den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Fachmärkte mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten (u. a. Intersport, Expert TeVi) belegen eine relativ geringe Verkaufsfläche.

Die Fachmarkttagglomeration Freystädter Straße umfasst als prägende Betriebe den Real Verbrauchermarkt mit den Konzessionären, den Penny Discountmarkt sowie den OBI Bau- und Gartenmarkt.

Darüber hinaus sind Fachmärkte an folgenden Standorten vorhanden, ohne dass das Kriterium einer Verbundlage mit verschiedenen Anbietern ausgeprägt ist:

- Gewerbegebiet Blomenhof (Sport- und Fahrradfachmärkte, Lebensmitteldiscountmarkt)
- Gewerbegebiete Koppenmühle/ Am Berliner Ring (u. a. Elektrofachmärkte, Tapeten-/ Teppich-Fachmarkt, Fahrradfachmarkt)
- Fritz-Berger-Straße (Camping-Fachmarkt)
- Gewerbegebiet Hans-Dehn-Straße (Möbel- und Einrichtungshaus)

Die Fachmarktzentren übernehmen wichtige gesamtstädtische Versorgungsfunktionen in Ergänzung zu den städtebaulich integrierten Lagen der Innenstadt bzw. den gewachsenen Ortskernen. Demgemäß werden der Erhalt und die bestandssichernde Weiterentwicklung der Geschäftsbereiche empfohlen. Zukünftig sollen die Fachmarktstandorte die Funktion von **Ergänzungsstandorten für nicht-innenstadtrelevante Sortimente** übernehmen.

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

- Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gemäß Neumarkter Sortimentsliste sollen grundsätzlich zulässig sein,
- die genehmigten innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente sollen auf den Bestand festgeschrieben werden,
- maßvolle Sortimentserweiterungen bzw. –Ergänzungen im Rahmen der Modernisierung von Betrieben mit innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können im Einzelfall zugelassen werden, wenn der Nachweis der Innenstadtverträglichkeit erbracht werden kann.

Die Ansiedlung zusätzlicher innenstadtrelevanter Einzelhandelsnutzungen soll zukünftig der Innenstadt als gesamtstädtisch bedeutsamem Hauptzentrum vorbehalten bleiben.

Für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten wird die Konzentration auf die bestehenden Verbundstandorte empfohlen, um Kopplungseffekte zu nutzen, einen sparsamen Flächenverbrauch sicherzustellen und Gewerbeflächen in anderen Standortbereichen für emittierende Betriebe vorzuhalten. Als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind Standorte geeignet, die folgende Kriterien erfüllen:

- Zentrale Lage innerhalb des städtischen Siedlungsraumes bzw. des Verflechtungsbereiches,
- funktionsfähige Verkehrsanbindung im Kontext des Verflechtungsbereiches,
- leistungsfähige Erschließung des Grundstücks,
- ggf. Nachnutzungsmöglichkeiten leer stehender Gebäude oder mindergenutzter Grundstücke.

Die vorhandenen Fachmarktstandorte erfüllen die Kriterien, so dass eine Lenkung von Ansiedlungen auf die durch Einzelhandelsnutzungen bereits entwickelten Standorte empfohlen wird, bevor neue (Gewerbe-)Standorte für Einzelhandelsnutzungen entwickelt werden.

### 6.7 Nahversorgungsstandorte

Die Lebensmittelversorgung in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. erfolgt schwerpunktmäßig in den Fachmarktzentren Nürnberger Straße und Freystädter Straße, an den Nahversorgungsstandorten Regensburger Straße, Altdorfer Straße und Amberger Straße/ Leipziger Straße sowie an wohnungsnahen Standorten, während in der Innenstadt neben kleinteiligen Einzelhandelsangeboten aktuell nur ein kleinerer Lebensmittel-discounter ansässig ist. Mit der Realisierung des Neuen Marktes ist auch eine Ergänzung des Lebensmittelangebotes durch verschiedene Betriebstypen vorgesehen (u. a. Supermarkt, Ladenhandwerk). Die vorhandene Nahversorgung soll gesichert und weiterentwickelt werden. Dabei sind ggf. eine Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an aktuelle Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben notwendig.

Das vorgeschlagene Standortkonzept für die Nahversorgung basiert auf einem funktional und räumlich differenzierten Versorgungsmodell. Die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollte grundsätzlich auf den zentralen Versorgungsbereich und die Nahversorgungsstandorte beschränkt werden. Darüber hinaus ist eine aktive Bestandssicherung für die Nahversorgungsangebote in den Fachmarktstandorten Nürnberger Straße und Freystädter Straße notwendig, um eine bedarfsgerechte Versorgungsfunktion mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. auch zukünftig sicher zustellen.

Für das östliche Kernstadtgebiet besteht nach wie vor keine bedarfsgerechte Nahversorgung. Das Angebotsdefizit sollte durch einen zusätzlichen Nahversorgungsstandort reduziert werden. Unter Berücksichtigung der Aspekte Flächenverfügbarkeit, Zuordnung zu den Siedlungsbereichen, Einbindung in das Verkehrsnetz und Berücksichtigung der sich aus dem Ziel- und Quellverkehr eines größeren Lebensmittelmarktes ergebenden Immissionsbelastungen wird der Ausbau des Standortes Amberger Straße/ Leipziger Straße zum Nahversorgungsstandort vorgeschlagen. Im Bereich der Amberger Straße sind bereits Einzelhandelsnutzungen (u. a. Norma) vorhanden, die durch einen Lebensmittelvollsortimenter und ggf. zusätzliche kleinteilige Nahversorgungsangebote ergänzt werden sollen.

In den Wohnsiedlungsbereichen sind teilweise kleinteilige Angebotsstrukturen der wohnungsnahen Grundversorgung (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte/ Hofläden, Kioske/ Getränkehandel) vorhanden. Die Versorgungsangebote erreichen jedoch nicht die für einen zentralen Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) notwendige Nutzungsvielfalt, da kein zentrenty-

pisches Einzelhandelsangebot unterschiedlicher Betriebstypen und -größen sowie Sortimente besteht. Vielmehr sind einzelne ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote zur Versorgung der im Umfeld ansässigen Bevölkerung vorhanden, die jedoch nicht die notwendige Nutzungsdichte eines zentralen Versorgungsbereiches aufweisen. Diese vorhandenen Angebotsstrukturen sollen erhalten und ggf. entsprechend der zu versorgenden Bevölkerung weiterentwickelt werden.



## 7 Neumarkter Sortimentsliste

Die Neumarkter Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der Strukturen im örtlichen Einzelhandel und der Marktentwicklung im deutschen Einzelhandel aufzustellen. Dabei werden folgende Charakterisierungen zu Grunde gelegt:

- Innentadtrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Als innenstadtrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in zentralen Versorgungsbereichen führen können.
- Dagegen sind als nicht-innenstadtrelevant Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch innenstadtrelevant.

Im Rahmen des LEP Bayern werden folgende innenstadtrelevanten Leitsortimente definiert, von denen jedoch im Rahmen der Bauleitplanung abgewichen werden kann, wenn die örtliche Situation eine andere Bewertung erfordert:

- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Drogerie- und Parfümeriewaren

- Elektronikartikel (inkl. Unterhaltungselektronik, Haushaltselektronik, Computer, Foto, Film)
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Lederwaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck.

Nahrungs- und Genussmittel sowie Getränke werden als Sortimente des Nahversorgungsbedarfs definiert. Der sonstige Bedarf (= nicht-innenstadtrelevant) umfasst nach der landesweiten Sortimentsliste folgende Sortimentsbereiche

- Autozubehör
- Bau- und Heimwerkerartikel (inkl. Sanitär, Farben, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge)
- Gartenbedarf (inkl. Pflanzen)
- Möbel, Küchen
- Leuchten
- Sportgroßgeräte (inkl. Boote, Fahrräder und Zubehör)
- Zooartikel.

Die Rechtsprechung in Nordrhein-Westfalen zieht die Allgemeingültigkeit solcher Landeslisten für die Bauleitplanung in Zweifel. So wurde bereits im Jahre 2002 vom Oberverwaltungsgericht Münster eine vergleichbare Sortimentsliste als rechtswidrig bewertet, da es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentren- bzw. innenstadtrelevanten Sortimentes gäbe. Die in diesem Zusammenhang geprüfte Liste des "Einzelhandelserlasses NRW" kann nicht ohne weitere Prüfung der örtlichen Gegebenheiten von einer Kommune benutzt werden. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht-integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen

Situation. Vor diesem Hintergrund ist nicht ausgeschlossen, dass auch die bayerische LEP-Sortimentsliste in ihrer Bedeutung relativiert werden kann.

Für die Bewertung der Innenstadtrelevanz der Sortimente in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. wird folgende Vorgehensweise gewählt:

- Bewertung der Angebotsstruktur nach Standorten
- Bewertung der sortimentsbezogenen Ausstattung im zentralen Versorgungsbereich
- Bewertung der Bedeutung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Neumarkt i. d. OPf..

Von den Vorschlägen der Landesplanung ausgehend, wird für die Stadt Neumarkt i. d. OPf. eine ortsspezifische Sortimentsliste vorgeschlagen. Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Innenstadt- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit durch die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel sowie pharmazeutische Artikel sichergestellt. Die strukturprägenden Betriebe mit diesen Sortimenten befinden sich in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. in dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich, in den Fachmarktzentren und Nahversorgungsstandorten bzw. an sonstigen wohnungsnahen Standorten. Sie sind als **nahversorgungsrelevant** zu bewerten.
- Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum) sind die wesentlichen Angebote in den Sortimenten Sanitätsartikel, Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sportartikel, Bücher/ Zeitschriften, Schreibwaren, Spiel-/ Hobbywaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren, Haushaltstextilien, Telekommunikation, Foto, Optik, Uhren/ Schmuck, Kunst, Bilder und -Rahmen konzentriert. Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten sind diese Sortimente in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. faktisch als **innenstadtrelevant** zu bewerten.
- Darüber hinaus zeichnen sich die Sortimentsbereiche Unterhaltungselektronik und Computer durch ein Sortiment aus, das hinsichtlich des Flächenbedarfs und der Leistungsfähigkeit (Flächenproduktivität) in zentrale Geschäftslagen integrierbar ist. Diese Sortimente sind aktuell überwiegend außerhalb der Neumarkter Innenstadt vorzufinden. Sie sind für einen attraktiven Branchenmix im zentralen Versorgungsbereich wünschenswert. Gleichzeitig besteht auch die Entwicklungsfähigkeit im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Neumarkt i. d. OPf., so dass die Kriterien der Innenstadtrelevanz erfüllt sind.
- Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und des großen Flächenbedarfs der Artikel sind die Sortimente Bau- und Gartenbedarf (inkl. Farben, Tapeten, Teppiche, Boden-

beläge, Pflanzen), Möbel/ Küchen, Sportgroßgeräte, Leuchten und Zooartikel in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. als **nicht-innenstadtrelevant** zu bewerten. Die strukturprägenden Betriebe befinden sich außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches. Für die Angebotssegmente ist eine Entwicklungsfähigkeit innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten.

- Das Sortiment Bettwaren (Matratzen, Lattenrost, Decken, Kissen) wird im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Neumarkt i. d. OPf. in nur sehr begrenztem Umfang angeboten. Aufgrund der Sperrigkeit der angebotenen Waren ist auch bei einer möglichen Ansiedlung keine Integration in den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten, so dass diese als nicht-innenstadtrelevant zu bewerten sind.
- Die Angebotsstrukturen für Campingartikel sind in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. durch einen Betrieb außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches geprägt. Der zunehmende Flächenbedarf und die geringe Flächenproduktivität in diesem Angebotssegment lassen eine Zentrenintegration ähnlich wie bei Sportgroßgeräten (Fahrräder, Reitsport, Angel- und Bootsbedarf) nicht erwarten. Diese Sortimente sind als nicht-innenstadtrelevant zu bewerten.
- Das Sortiment Baby- und Kinderartikel (u. a. Kinderwagen, Autositze, ohne Spielwaren, Bekleidung) wird in der Stadt Neumarkt i. d. OPf. nicht angeboten. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte wird es sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für die Neumarkter Innenstadt entwickeln, so dass empfohlen wird, diese Warengruppe als nicht-innenstadtrelevant einzustufen.

Zur Konkretisierung der Neumarkter Sortimentsliste werden für die Bauleitplanung die nahversorgungsrelevanten und innenstadtrelevanten Warengruppen in einer Positivliste sowie die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente in einer Negativliste dargestellt. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene, aktuelle Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

**Abbildung 17: Sortimentsliste der innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente der Stadt Neumarkt i. d. OPf.**

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

Fortsetzung folgt

Definition innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-innenstadtrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
		47.76.1	Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchsgüter
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör

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

## 8 Bewertung konkreter Einzelhandelsvorhaben

In der Stadt Neumarkt i. d. OPf. liegen Ansiedlungs- und Erweiterungsplanungen vor, die vor dem Hintergrund der Empfehlungen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes zu beurteilen sind. Dabei handelt es sich um die Ansiedlung von Lebensmittelmärkten an den Standorten Regensburger Straße/WASAG-Straße und Lange Gasse/ Schwalbenhof sowie um die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes im Gewerbegebiet Blomenhof. Die Einzelhandelsvorhaben werden wie folgt bewertet:

### Blomenhof

Für ein unbebautes Grundstück im Gewerbegebiet Blomenhofstraße im nördlichen Stadtgebiet ist die Errichtung eines Bau-/Heimwerker- und Gartenmarktes mit einer Gesamtverkaufsfläche von 8.300 m<sup>2</sup> projektiert. Das Grundstück befindet sich im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB, für die Genehmigung des Bau- und Gartenmarktes ist die Aufstellung eines Bebauungsplanes mit Festsetzung eines Sondergebietes großflächiger Einzelhandel (SO) geplant. Im Rahmen einer projektbezogenen Auswirkungsanalyse wurden für das Genehmigungsverfahren im Jahre 2013 die Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und die zentrale Versorgungsbereiche gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO untersucht.

Unter Berücksichtigung des konkreten Sortiments- und Verkaufsflächenkonzeptes ist das Vorhaben als städtebaulich verträglich zu bewerten. Da sich die zu erwartenden Umsatzverlagerungen auf eine Vielzahl von Wettbewerbern verteilen und diese sich überwiegend außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen befinden, sind die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Versorgungsstruktur und Entwicklungsfähigkeit nur unwesentlich betroffen. Darüber hinaus werden auch die landesplanerischen Vorgaben in Bezug auf die Verkaufsflächenobergrenzen eingehalten.

Der geplante Bau- und Gartenmarkt stellt einen großflächigen Betrieb mit einem überwiegend nicht-innenstadtrelevanten Sortiment dar. Die projektierten innenstadtrelevanten Randsortimente sind als untergeordnet und dem Kernsortiment zugehörig zu bewerten. Damit ist die Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes grundsätzlich vereinbar. Als Vorrangstandorte für die Ansiedlung von Fachmärkten mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten werden zwar die bereits entwickelten Ergänzungsstandorte empfohlen. Da jedoch an diesen keine ausreichende Flächenverfügbarkeit für die Ansiedlung eines großen Bau- und Gartenmarkt besteht, ist auch die Realisierung an dem projektierten – außerhalb der vorgeschlagenen Ergänzungsbereich gelegenen – Standort unter Berücksichtigung der Lage im Verflechtungsraum und der Verkehrsanbindung mit den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes vereinbar.

Die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes am Standort Blomenhof stellt eine sinnvolle Weiterentwicklung der Einzelhandelsstrukturen der Stadt Neumarkt i. d. OPf. dar. Gleichzeitig sollte je-

doch geprüft werden, ob die baurechtlichen Voraussetzungen für die benachbarten Grundstücke zu ändern sind, um die Ansiedlung weiterer Fachmärkte - vor allem mit innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten - zu verhindern.

### **Lange Gasse/ Schwalbenhof**

Für das Einkaufszentrum Neumax erfolgte als bestandssichernde Maßnahme eine Änderung des Bebauungsplanes mit Festsetzung eines „Sondergebietes Einkaufszentrum“ und Erhöhung der zulässigen Sortimentsverkaufsfläche für Drogerieartikel, so dass die Ansiedlung eines Drogeriemarktes ermöglicht wurde. Die Gesamtverkaufsfläche des Einkaufszentrums wurde unverändert auf max. 3.150 m<sup>2</sup> festgesetzt, so dass mit der Entwicklungsmaßnahme in einem bestehenden Fachmarktzentrum keine wesentliche Ausweitung der Versorgungsreichweite einhergehen wird. Städtebaulich negative Auswirkungen können ausgeschlossen werden.

Südlich angrenzend an den bestehenden Einzelhandelsstandort Neumax im Gewerbegebiet Schwalbenhof ist auf dem Nachbargrundstück die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes mit einer Verkaufsfläche von 2.500 m<sup>2</sup> projektiert. Der Bebauungsplan setzt ein Gewerbegebiet fest, so dass großflächiger Einzelhandel am Standort derzeit nicht zulässig ist.

Der Standort ist dem „Ergänzungsstandort Freystädter Straße“ zugeordnet, für den mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept eine Beschränkung der Ansiedlung auf Fachmärkte mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten empfohlen wird.

Der projektierte Lebensmittelmarkt ist als großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu bewerten, die nach den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes nur noch in der Innenstadt bzw. an integrierten Standorten mit Wohngebietsbezug entstehen sollen.

Im fußläufigen Nahbereich (700 m-Radius) leben ca. 1.500 Einwohner, so dass dem Standort kein ausreichender Wohngebietsbezug beizumessen ist. Das Planareal ist als nicht-integriert zu bewerten, so dass die Ansiedlung nicht mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes vereinbar ist.

Auch die Einwohnerzahl in den Ortsteilen Woffenbach/ Stauf ist zu gering, um eine wirtschaftliche Auslastung des Betriebes zu gewährleisten. Vielmehr lässt die projektierte Größe des Vorhabens eine gesamtstädtische Versorgungsbedeutung erwarten, so dass auch die Entwicklungsfähigkeit der Innenstadt beeinträchtigt werden kann. In diesem Zusammenhang ist vor allem auf die Magnetfunktion des projektierten Lebensmittelmarktes im innerstädtischen Einkaufszentrum Neuer Markt hinzuweisen.



### WASAG-Straße

Am Standort WASAG-Straße/ Regensburger Straße ist die Verlagerung und Erweiterung des anässigen Netto-Marktes von rd. 800 m<sup>2</sup> auf 1.400 m<sup>2</sup> auf dem Nachbargrundstück projektiert. Für das derzeitige Ladenlokal ist eine einzelhandelsbezogene Nachnutzung vorgesehen.

Im Standortumfeld sind gewerbliche Nutzungen und Wohngebiete vorhanden. Daneben gibt es einige Einzelhandelsnutzungen, darunter die Lebensmittelmärkte Aldi und Lidl. Der Standort ist demnach städtebaulich integriert und dem Nahversorgungsstandort Regensburger Straße zugeordnet, so dass auch großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zulässig sein soll, wenn er der Sicherung und Stärkung des Versorgungsstandortes dient, ohne dass er zentrale Versorgungsbereiche und sonstige für die Nahversorgung relevanten Angebotsstrukturen negativ beeinträchtigt und die mit dem Einzelhandelskonzept zugewiesenen Versorgungsfunktionen des Gesamtareals nicht überschritten werden.

Im Rahmen einer projektbezogenen Auswirkungsanalyse konnte festgestellt werden, dass durch die Verlagerung und Erweiterung des Netto-Marktes keine städtebaulich und raumordnerisch beeinträchtigenden Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind, so dass durch einen Bebauungsplan die planungsrechtlichen Voraussetzungen eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel geschaffen werden können. Unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktionen des Standortes mit einem relativ begrenzten Einwohnerpotenzial im Nahbereich sollte jedoch weiterer Einzelhandel am Standort nur in eingeschränktem Umfang zugelassen werden. Dies gilt insbesondere für innenstadtrelevante Sortimente und betrifft sowohl die Nachnutzung des bisherigen Netto-Marktes als auch Überlegungen zur Ansiedlung weiterer Einzelhandelsflächen im Rahmen einer Überplanung des gesamten Bereiches an der WASAG-Straße. Dort sind unter anderem ein Ärztehaus sowie Wohngebäude und Sozialeinrichtungen für Behinderte geplant.

Soweit es der stadtentwicklungspolitische Wunsch der Stadt Neumarkt ist, am Standort WASAG-Straße neben dem erweiterten Netto-Markt auch einen Drogeriemarkt und weitere, ggf. innenstadtrelevante Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt dann max. rd. 2.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zuzulassen, sollte in jedem Fall eine Beurteilung der städtebaulichen Verträglichkeit des Gesamtvorhabens durchgeführt werden.

## 9 Fazit und abschließende Empfehlungen

Zusammenfassend lässt sich der Handlungsbedarf zur Weiterentwicklung des Oberzentrums Neumarkt i. d. OPf. wie folgt darstellen:

- Die Einkaufsstadt Neumarkt i. d. OPf. kann die zugewiesenen oberzentralen Versorgungsfunktionen im Bereich des Einzelhandels aktuell weitgehend erfüllen. Gleichwohl besteht für die Innenstadt unter quantitativen und qualitativen Gesichtspunkten die Notwendigkeit zur Weiterentwicklung, damit sie auch bei den aktuellen Herausforderungen (Demografie, E-Commerce etc.) ihre Wettbewerbsposition halten kann. Hierbei ist vor allem die Schaffung von Entwicklungsflächen zur Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe von Bedeutung, um die Gesamtattraktivität des Hauptgeschäftsbereiches zu steigern. Demgemäß kommt der **Entwicklung des „Neuen Marktes“** als innerstädtischem Einzelhandelsobjekt für moderne Betriebsformen die höchste Priorität zu.
- Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird die Vorrangstellung zur Ansiedlung innenstadtrelevanter Sortimente zugewiesen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass grundsätzlich die Ansiedlung von großflächigen **Betrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten an außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches** gelegenen Standorten und ggf. auch von nicht-großflächigen Betrieben (je nach Sortiment/ Standort) durch entsprechende Bauleitplanung **ausgeschlossen** werden soll.
- Der nicht-innenstadtrelevante Einzelhandel soll auf die **Ergänzungsstandorte Nürnberger Straße sowie Freystädter Straße** konzentriert werden, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und den Flächenverbrauch zu minimieren. Innenstadtrelevante Sortimente sollten in diesen Bereichen – abgesehen von den vorhandenen Betrieben - jedoch nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-innenstadtrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung). Darüber hinaus ist jedoch auch der **Bestandsschutz** der genehmigten Betriebe zu beachten, der aufgrund der Versorgungsbedeutung in der Grundversorgung auch eine angemessene Weiterentwicklung am Standort ermöglichen soll.

Der Entwicklung weiterer dezentraler Agglomerationsstandorte sollte durch eine vorausschauende Bauleitplanung entgegengewirkt werden. Im Einzelfall ist jedoch auch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Ergänzungsstandorte möglich, wenn keine geeigneten Flächen in den Vorranggebieten zur Verfügung gestellt werden können.

- Die Weiterentwicklung der **Nahversorgung** soll sich vor allem im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie an den ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten Regensburg-

ger Straße, Altdorfer Straße und Amberger Straße/ Leipziger Straße vollziehen. Darüber hinaus können im Einzelfall Standorte mit Wohngebietsbezug entwickelt werden, die der wohnungsnahen Versorgung dienen und keine städtebaulich negativen Auswirkungen auslösen.

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Neumarkt i. d. OPf. im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels in der Stadt Planungssicherheit zu vermitteln, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Stadtrates über die Grundzüge des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes Neumarkt erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die aktuelle Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts. Mit seinem Urteil vom 27.03.2013 (Az. 4 CN 7.11) hat das Bundesverwaltungsgericht klargestellt, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden.

Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrenschädlichkeit eines Sortimente bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzepts wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit intensiv an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

In Anlehnung an das Verfahren nach § 3 Baugesetzbuch sollte der Öffentlichkeit die Gelegenheit gegeben werden, Bedenken und Anregungen in die Planung einzubringen. Alle abwägungsrelevanten Eigentümer- und Betreiberbelange sollten intensiv geprüft und abgewogen werden. Besonders zu beachten sind dabei konkret angezeigte Planungsabsichten zur Erweiterung oder Neuerichtung von Einzelhandelsbetrieben.

**Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Neumarkt 2015**



Köln, im April 2015

BBE Handelsberatung GmbH

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'C. Küpper', with a long horizontal stroke extending to the right.

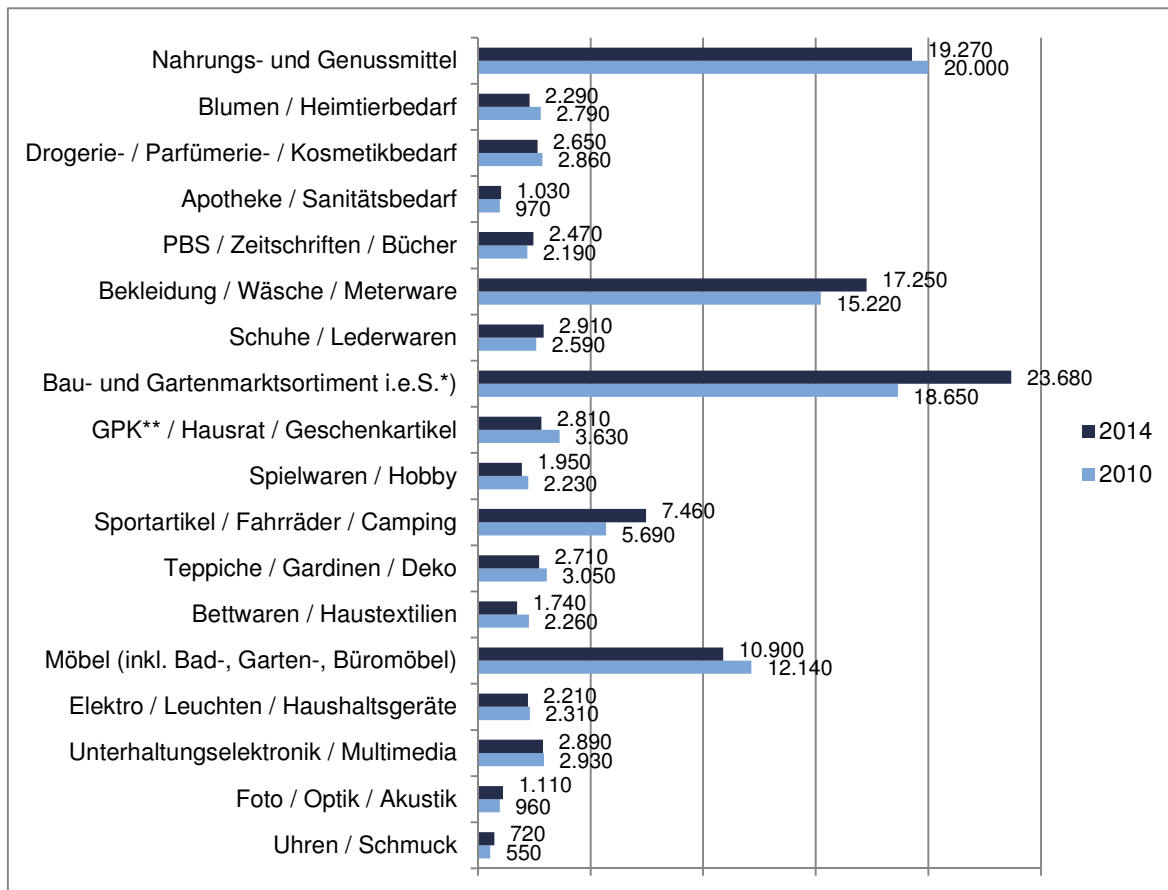
i. V. Corinna Küpper

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jörg Lehnerdt', with a stylized, cursive script.

i. V. Jörg Lehnerdt

## Anlagen

Abbildung 18: Verkaufsflächen in m<sup>2</sup> nach Sortimenten in den Jahren 2010 und 2014

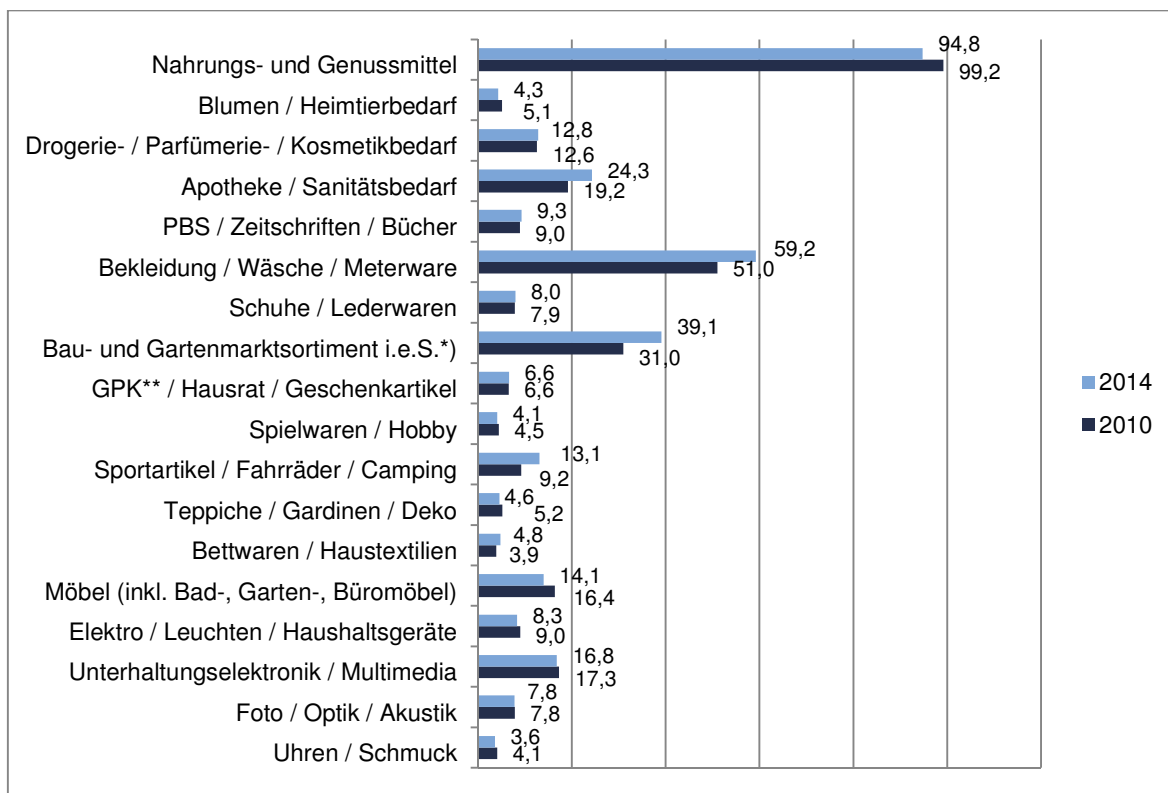


\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

\*\* Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Erhebungen 2014/ 2010

Abbildung 19: Umsätze in Mio. € nach Sortimenten in den Jahren 2010 und 2014



\* inkl. Tapeten, Farben, Lacke, Autozubehör

\*\* Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Erhebungen 2014/ 2010