



Auswirkungsanalyse Nachbelegung ehemaliger Media Markt in Hallstadt, Laubanger 31 / Im Heganger

AUFTRAGGEBER: Stadt Hallstadt

PROJEKTLEITUNG: Gabriele Ostertag
Dr. Gino Meier

München, den 10.04.2024

GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit auf eine genderkonforme Schreibweise. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro München
Westenriederstraße 19
80331 München

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel 089 210 1992-22 / Fax 089 210 1992-10
Gabriele.ostertag@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen	5
1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung	5
2. Rechtsrahmen	7
2.1 Bauplanungsrechtliche Vorgaben	7
2.2 Interkommunale Abstimmungspflicht gemäß BauGB	8
2.3 Regionalplanung	8
2.4 Interkommunale Abstimmung gemäß ARGE-Vereinbarung B ² H ²	8
2.5 Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) der Stadt Hallstadt	10
3. Marktentwicklungen im untersuchungsrelevanten Einzelhandel	12
3.1 Der Markt mit Bekleidung / Textil	12
3.2 Der Markt mit Schuhen	13
3.3 Der Markt mit Sportartikeln	14
II. Konzentrationsgebot – Raumordnerische Kernregelung	15
1. Makrostandort Hallstadt	15
2. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben	18
3. Bewertung des Konzentrationsgebotes	18
III. Integrationsgebot	19
1. Mikrostandort „Laubanger 31“	19
2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben	22
3. Bewertung des Integrationsgebotes	23
IV. Kongruenzgebot – Zulässige Verkaufsfläche	24
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Bevölkerungspotenzial	24
2. Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet	26
3. Umsatzprognose	27
3.1 Methodik	27
3.2 Umsatzerwartung	28
4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	28
5. Bewertung des Kongruenzgebotes	29

V. Beeinträchtigungsverbot	30
1. Projektrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	30
2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben	32
3. Prognose und Bewertung möglicher Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	33
3.1 Methodik	33
3.2 Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben	33
3.3 Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	35
4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes	35
VI. Zusammenfassung	36

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

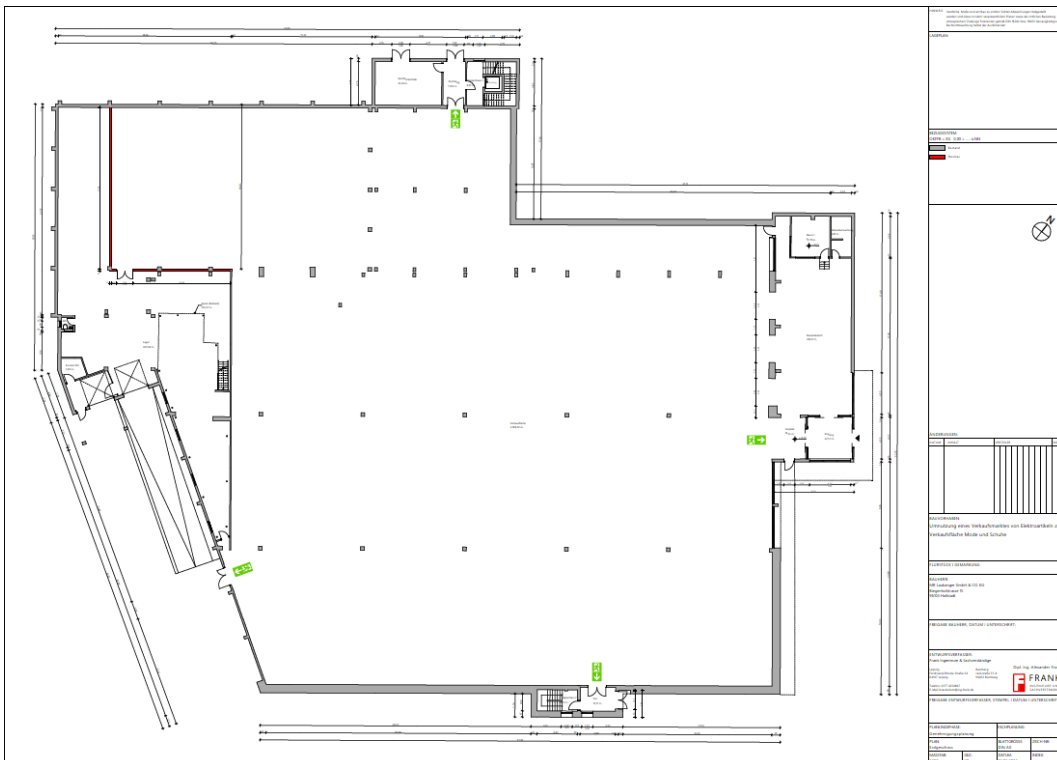
Die Fa. Regus ist Eigentümerin einer Bestandsimmobilie im Gewerbegebiet Laubanger, für die ein rechtskräftiger Bebauungsplan Nr. 30 „Heganger“ (Satzungsbeschluss vom 01.10.2008) vorliegt. Nach dem rechtskräftigen Bebauungsplan sind für das in Rede stehende Areal

- /// 3.500 m² VK „Elektrofachmarkt“
- /// 500 m² VK „Textilfachmarkt“
- /// 500 m² VK „Schuhfachmarkt“

zulässig. Aktuell werden am Standort der genehmigte Bekleidungsfachmarkt der Fa. KiK mit ca. 480 m² VK sowie ein weiterer Textildiscounter (Mister & Lady Jeans) mit ca. 400 m² VK betrieben. Diese sind von der Planung nicht berührt. Der dort langjährig ansässige Elektromarkt Media Markt hat den Standort in Richtung LEZ, Fachmarkt am Laubanger 14 a verlassen. Die Fläche ist nunmehr vakant.

Nach den uns vorliegenden Unterlagen beabsichtigt der Eigentümer, Fa. Regus, die Nachnutzung durch einen Fachmarkt mit Fokus Textil, Schuhe, Sport. Die Untersuchung geht gem. vorliegender Planung von der Realisierung von knapp 3.780 (3.778,4) m² VK aus, davon 3.588 m² reine Verkaufsflächen, der Rest entfällt auf den Kassenbereich, Eingang und den Vorplatz, welche definitorisch gem. Rechtsprechung als Verkaufsfläche zugeordnet ist (vgl. Planung).

Abbildung 1: Planung



Quelle: Fa. Regus, Stand 21.03.2024

Die Sortimentsgliederung ist wie folgt vorgesehen¹:

- /// Textil / Bekleidung (inkl. Kinderbekleidung): 1.830 m²
- /// Schuhe: 880 m²
- /// Sport/Freizeit: 610 m²
- /// Randsortimente (nicht näher bestimmt): 270 m²

Unter Berücksichtigung der aktuell durch die bestehenden Märkte Mister & Lady Jeans (400 m² VK) sowie KiK (480 m² VK) resultiert eine zusätzliche „vakante“ Verkaufsflächendifferenz i. H. von 120 m² VK zum genehmigten Bestand (Textil-, Schuhfachmarkt mit 1.000 m² VK).

Grundsätzlich ist somit die vorgesehene Planung mit knapp 3.590 m² VK (zum genehmigten Bestand; aktuell Leerstand Media Markt = 3.500 m² VK) für eine Weiternutzung – und zwar im Einzelhandel – möglich bzw. denkbar.

Im Einvernehmen mit der Stadt Hallstadt soll der Bebauungsplan mit dem Ziel neu aufgestellt werden, langfristig funktionierende Nutzungen bei städtebaulicher Verträglichkeit zu ermöglichen.

Die Summe der nachfolgend aufgeführten Einzelflächen liegt knapp im maximal zulässigen Verkaufsflächenrahmen von 3.500 m².

Hinsichtlich der Zentrenrelevanz der künftigen Sortimente ist anzuführen, dass mit der Fortschreibung der ARGE-Regelungen 2022 das komplette Elektrosortiment den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet ist. Demnach dürfte gem. § 17 der ARGE-Vereinbarung² de facto auch nur mit ebenfalls nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nachgenutzt werden. Das nunmehr der Prüfung und Planung zugrundeliegende Flächenkonzept (Fachmarkt Schwerpunkt Textil, Schuhe, Sport) ist in toto den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Eine Realisierung steht damit den aktualisierten ARGE-Regelungen entgegen. Im final abzuklärenden Einvernehmen mit allen ARGE-Kommunen, insbesondere mit der Nachbarkommune Bamberg, kann hier dem Vorschlag gefolgt werden, die bisherige Liste der ARGE in Ergänzung zur noch gültigen Bamberger Sortimentsliste aus dem städtischen Einzelhandelskonzept (2015) bzw. Hallstadt (2010) zugrunde zu legen, wonach das Elektrosortiment (Media Markt) als zentrenrelevant eingeordnet ist. Dies würde auch den landesweiten Empfehlungen des LEP Bayern (Sortimentsliste) entsprechen.

Insgesamt stehen die Revitalisierung der Gesamtimmobilie und seine Anpassung an marktfähige Strukturen sowie die Behebung eines städtebaulichen Missstandes gem. § 18 ARGE-Regelung im Fokus.

Bei dem Vorhaben handelt es sich um ein regional bedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt. Entsprechend sind die Auswirkungen des Vorhabens gemäß den landes- und regionalplanerischen Regelungen bzw. den ARGE-Regelungen und somit die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Verträglichkeit zu prüfen und zu bewerten.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

¹ Grundlage BGF und Aufteilung nach Teilsortimenten gemäß Mailmitteilung vom 08.01.2024 der Stadt Hallstadt.

² Nutzungsänderungen innerhalb bestehender und genehmigter großflächiger Einzelhandelsbetriebe (= Erweiterter Bestandsschutz II).

- /// Rahmenbedingungen am Makrostandort Hallstadt
- /// Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes "Laubanger 31"
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes auf Basis einer Kundenwohnorterberhebung und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für die projektrelevanten Nutzungen anhand des Marktanteilkonzepts
- /// Darstellung und Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Hallstadt und im Umland (Wettbewerbsanalyse) in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- /// Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Bayern 2023, ARGE-Regelungen bzw. Regionalplan Oberfranken-West hinsichtlich
 - Konzentrationsgebot
 - Integrationsgebot
 - Kongruenzgebot
 - Beeinträchtigungsverbot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen in Hallstadt und im Umland vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer), auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik sowie EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechtsrahmen

2.1 Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:³

- „1. *Einkaufszentren,*
 2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
 3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der*

³ Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Interkommunale Abstimmungspflicht gemäß BauGB

Gemäß § 2 Abs. 2 BauGB sind die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden aufeinander abzustimmen. Dabei können sich Gemeinden auch auf die ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Obwohl wettbewerbliche Wirkungen zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen in der Leistungsfähigkeit führen können, schützt das interkommunale Abstimmungsgebot nicht den bestehenden Einzelhandel in den Nachbarkommunen vor Konkurrenz.

2.3 Regionalplanung

Der **Regionalplan Oberfranken-West** führt zum Thema Einzelhandel in Kapitel B II Gewerbliche Wirtschaft und Dienstleistungen, Punkt 3.4 Handel folgende Ziele und Grundsätze aus:⁴

3.4.1 (Z) Auf die Sicherstellung einer ausreichenden Warenversorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft durch den Handel in allen Teilen der Region soll hingewirkt werden.

3.4.2 (Z) Der Ausbau der Handelseinrichtungen soll insbesondere zur Stärkung Zentraler Orte sowie zur Verbreiterung des Arbeitsplatzangebots beitragen. Die städtebaulichen und infrastrukturellen Voraussetzungen dafür sollen verbessert werden.

3.4.3 (Z) Es soll darauf hingewirkt werden, dass eine ausreichende Vielfalt an mittelständischen Handelsbetrieben in der Region erhalten bleibt.

2.4 Interkommunale Abstimmung gemäß ARGE-Vereinbarung B²H²

Das Interkommunale Entwicklungskonzept der ARGE B²H² ist als ordnungspolitisches Instrument zur Umsetzung der ARGE-Ziele zu verstehen. In der ARGE-Vereinbarung⁵ werden mit Blick auf das Vorhaben folgende Ziele formuliert:

- § 16 Nutzungsänderungen innerhalb bestehender und genehmigter großflächiger Einzelhandelsbetriebe (erweiterter Bestandsschutz I)

⁴ In seiner gültigen Fassung vom 16.03.1995.

⁵ Vgl. ARGE-Vereinbarung, Stand: 10.10.2022, verabschiedet 2022 und unterzeichnet am 28.02.2023.

- (1) *Vom erweiterten Bestandschutz werden großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachmarktzentren, Einkaufszentren, Einzelbetriebe o. ä.) als genehmigte Bestandsbetriebe erfasst, die laut Standortatlas der Besonderen Arbeitsgemeinschaft in der beantragten Form nicht zulässig sind.*
 - (2) *Umstrukturierungen und bauliche Anpassungen im Bestand sollen im Rahmen der interkommunalen Abstimmung ermöglicht werden. Umstrukturierungen sind nur ausnahmsweise zulässig und erfordern stets eine Einzelfallprüfung. Eine Ausnahme liegt vor, wenn*
 - *städtebauliche Missstände (siehe § 18) vorliegen, die durch die Umstrukturierung in besonderem Maße behoben werden können und anderweitig nicht behoben werden können,*
 - *der/die Vorhabenträger:in bereit ist, die Umstrukturierung im Rahmen eines Bauleitplan-verfahrens umzusetzen und falls erforderlich, zusätzliche Vereinbarungen in einem städtebaulichen Vertrag zu treffen,*
 - *die Umstrukturierung unter Berücksichtigung der Bestandslage im Hoheitsgebiet der Beteiligten städtebaulich vertretbar ist (Einzelfallprüfung gemäß S. 13) und*
 - *die Beteiligtenversammlung einen positiven Beschluss zur Umstrukturierung fasst.*
 - (3) *In der Anwendung der §§ 15 bis 18 gelten die Bestimmungen der §§ 12 bis 13 (Prüf- und Moderationsverfahren) analog.*
- /// § 17 Nutzungsänderungen innerhalb bestehender und genehmigter großflächiger Einzelhandelsbetriebe (erweiterter Bestandsschutz II)
- (1) *Die sich aus den Festsetzungen eines rechtskräftigen Bebauungsplanes, aus städtebaulichen Vereinbarungen oder aus bestandskräftigen Nutzungsgeheimigungen ergebenden Verkaufs-flächenobergrenzen insgesamt bzw. für einzelne Anlagetypen (nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente) müssen im Rahmen der Umstrukturierung eingehalten werden. Liegen sortimentsbezogene Festsetzungen, Vereinbarungen oder Genehmigungen vor, so sind diese gemäß der Sortimentsliste der Besonderen Arbeitsgemeinschaft einzelnen Anlagetypen zuzuordnen.*
 - (2) *Verschiebungen der Verkaufsflächengrößen für einzelne Sortimente sind innerhalb der Anlagetypen möglich.*
 - (3) *Eine Verschiebung der Verkaufsflächengrößen innerhalb des Anlagetyps nahversorgungsrelevante Sortimente von „Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren“ zu Gunsten der „Drogeriewaren (inkl. Kosmetik, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel)“ ist nicht zulässig.*
 - (4) *Zulässig ist eine Flächenspende der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zu Gunsten der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Durch die Flächenspende darf sich die zulässige Verkaufsfläche für nicht zentrenrelevante Sortimente erhöhen.*
 - (5) *Eine Flächenspende von zentrenrelevanten zu nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist in Abhängigkeit der Einzelfallprüfung möglich.*

2.5 Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) der Stadt Hallstadt

Das ISEK für die Stadt Hallstadt aus dem Jahr 2010 wurde vom Stadtrat beschlossen und dient als Beurteilungsgrundlage für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet.⁶ Wesentliche Ziele und Handlungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung sind:⁷

- eine ausgewogene Stadtentwicklung vor dem Hintergrund des demographischen Wandels mittels wohnortnaher, fußläufig erreichbarer Einzelhandelsangebote (Orientierung an den Bedürfnissen der Einwohner)
- Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Waren des täglichen und mittelfristigen Bedarfs in komfortabler fußläufiger Entfernung
- Erhaltung und Verbesserung der Einkaufsqualität, u. a. durch:
 - Sicherung der vorhandenen innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe
 - Maßnahmen zur Leerstandbeseitigung (auch Wohnen)
 - Ansiedlung nachgefragter Sortimente und Positionierung gegenüber regionalen Wettbewerbern
 - Schaffung eines Instrumentariums für die Stadtverwaltung zur Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen
 - Umwidmung von Einzelhandelsstandorten und Versagung von Ansiedlungsgesuchen, die in Konkurrenz zum Stadtzentrum stehen
 - Verstärkung der Kooperation der Einzelhändler durch Stadtmarketing und Standortgemeinschaften

Im Zuge der Fortschreibung des Interkommunalen Einzelhandelskonzepts der Arbeitsgemeinschaft „B²H²“ 2022 erfolgte eine umfassende Bestandsaufnahme und Bewertung der Einzelhandelssituation in Hallstadt. Im Einklang mit dem ISEK aus dem Jahr 2010 wurde mit der Hallstadter Innenstadt der einzige zentrale Versorgungsbereich bestätigt (Vgl. Karte 1 und 2). Ergänzt wird das hiesige Angebot vor allem durch die Angebotsstrukturen an (perspektivischen) Nahversorgungslagen im Stadtgebiet (Am Sportplatz) sowie die beiden dezentrale Handlungslagen „Einkaufszentrum market Oberfranken“ und „Gewerbegebiet Laubanger“ (Vgl. Karte 3). Insbesondere der zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt Hallstadt“ ist aus städtebaulicher Sicht als besonders schützenswert einzustufen.

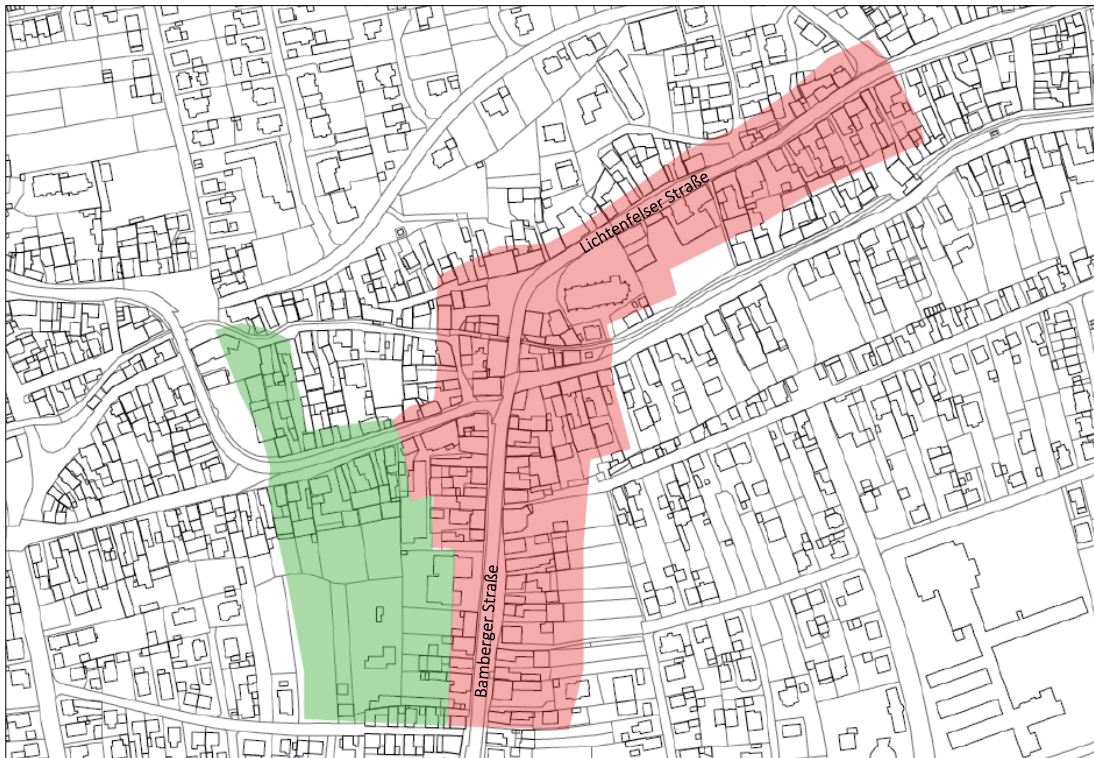
Das integrierte städtebauliche Entwicklungskonzept dient der räumlichen Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Ergänzt wird dieses Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB durch weitere Planwerke wie die Rahmenplanung zum Laubanger sowie das Interkommunale Einzelhandelskonzept der Arbeitsgemeinschaft „B²H²“⁸. Die genannten Planungen sind im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

⁶ Die Hallstadter Sortimentsliste als Teil des ISEKs aus dem Jahr 2010 stellt die aktuellste, politisch legitimierte Beurteilungsgrundlage dar. Sie deckt sich im Wesentlichen mit der ARGE-Sortimentsliste aus dem Jahr 2011 (IEK-Fortschreibung 2021 mit aktualisierter ARGE-Sortimentsliste noch nicht beschlossen).

⁷ Vgl. ISEK der Stadt Hallstadt 2010, Kapitel 7 Einzelhandel, S. 58

⁸ IEK-Fortschreibung 2021 noch nicht beschlossen und unterzeichnet 2022 bzw. 2023.

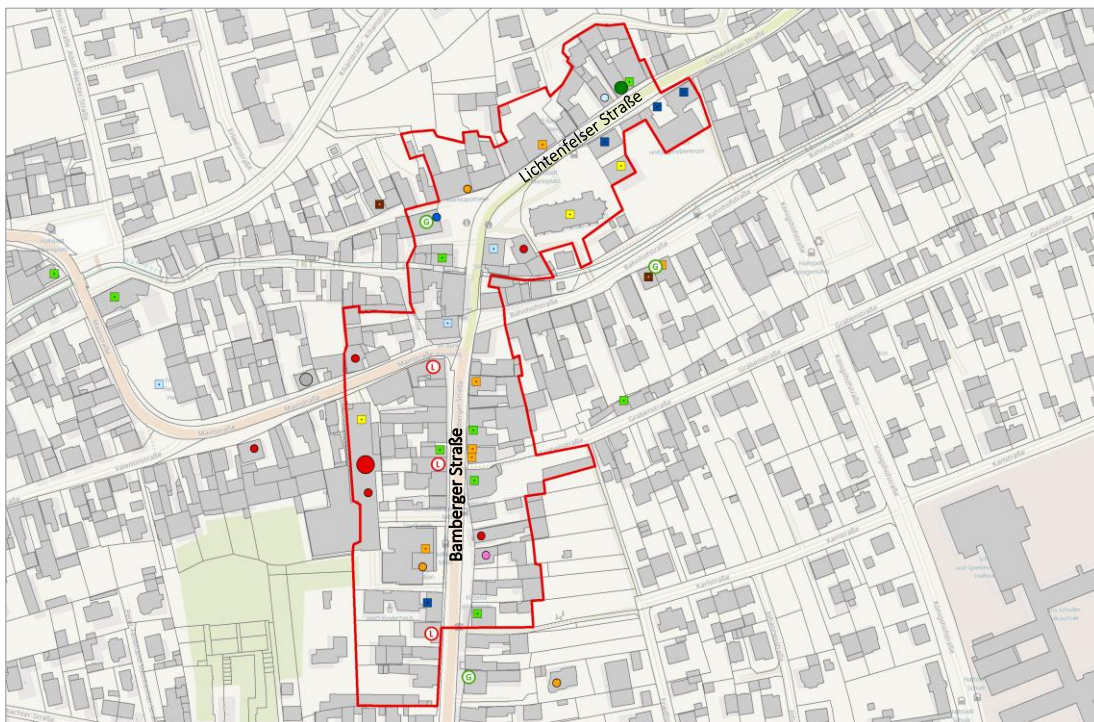
Karte 1: Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Hallstadt“ gemäß ISEK 2010



- Zentraler Versorgungsbereich
- künftige Erweiterung des Zentralen Versorgungsbereichs in Hallstadt (Vorschlag)

Quelle: ISEK der Stadt Hallstadt 2010

Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Hallstadt“ gemäß IEK 2021



- Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Hallstadt“

Quelle: GMA-Bearbeitung 2021 (Kartengrundlage: Stadt Hallstadt 2020 sowie OpenStreetMap-Mitwirkende)

Karte 3: Standortatlas der Stadt Hallstadt gemäß IEK 2021



Quelle: GMA-Bearbeitung 2021 (Kartengrundlage: Stadt Hallstadt 2020)

3. Marktentwicklungen im untersuchungsrelevanten Einzelhandel

In diesem Kapitel wird auf die planungsrelevanten Sortimente und deren Entwicklung eingegangen. Folgende Definitionen zur Verkaufsfläche und Sortimentsstruktur liegen allen betrachteten Betriebseinheiten zugrunde:

- Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutannahmen und Windfang. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Flächen, die dem Kunden nicht zugänglich sind, reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Service- und Gastronomieflächen und Sozialräume.⁹

Mit dem geplanten Fachmarkt handelt es sich um einen Anbieter aus den Segment Schuhe, Textilien und Sportartikel (= Textil und Schuhe). Im Folgenden wird auf die einzelnen Teilmärkte eingegangen.

3.1 Der Markt mit Bekleidung / Textil

Nach Angaben des Europäischen Handelsinstituts Köln (EHI) belief sich der Umsatz im Einzelhandel mit **Bekleidung** und Textilien im Jahr **2022 auf rd. 67,3 Mrd. €**. Seit 2012 verzeichnete der Einzelhandel in diesem Segment ein kontinuierliches Wachstum, welches für den Zeitraum 2012 bis 2022 bei rd. 13,5 % lag.¹⁰

⁹ Vgl. EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2021); Handelsdaten aktuell 2021, S. 366.

¹⁰ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2023); Handelsdaten aktuell für 2022: vorläufige Werte.

Die positive Entwicklung wurde dabei maßgeblich vom Versand- und Onlinehandel getrieben. So lag hier der Bruttoumsatz mit Bekleidung und Textilien im Jahr 2022 bei rd. 19,9 Mrd. € bzw. bei knapp 24 % des gesamten Bekleidungs- und Textilumsatzes.¹¹ Im Zuge der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Geschäftsschließungen des stationären Einzelhandels verstärkt sich dieser Effekt umso mehr.

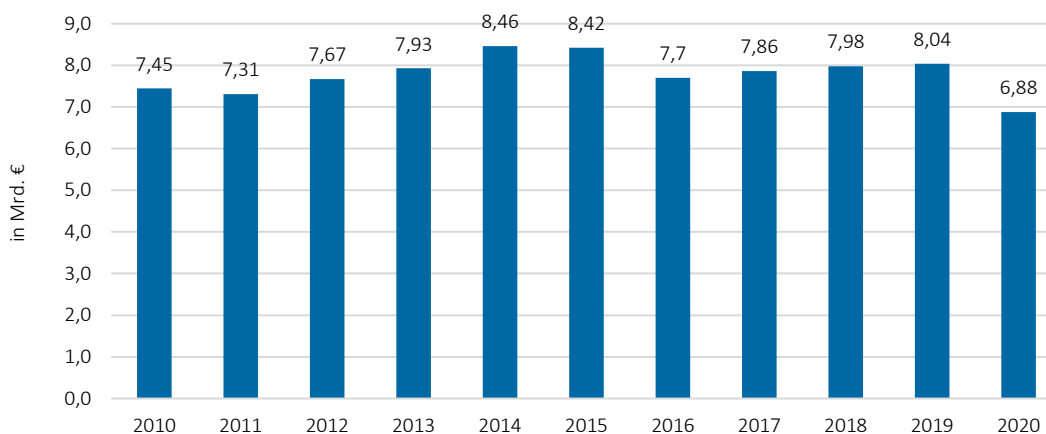
Der Handel mit Textilwaren und Bekleidung nutzt im Bereich des Ladeneinzelhandels mehrere Vertriebschienen:

- /// Fachgeschäfte mit gemischtem Sortiment,
- /// Textilkaufhäuser und Kaufhäuser mit gemischtem Sortiment,
- /// Textilfachmärkte mit gemischtem Sortiment,
- /// Factory Outlet Center mit gemischtem Sortiment,
- /// Herstellerverkaufsstellen mit gemischtem Sortiment,
- /// Mehrbranchenunternehmen mit textilen Randsortimenten (z. B. SB-Warenhäuser).

3.2 Der Markt mit Schuhen

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes belief sich das Marktvolumen im deutschen Schuhfachhandel (inkl. Onlinehandel) für das Jahr 2020 auf insgesamt rd. 6,88 Mrd. €. ¹² Die Vertriebslandschaft der Branche ändert sich derzeit stark, was auf den erhöhten Wettbewerbsdruck des Onlinehandels auf den stationären Handel zurückzuführen ist. Demnach legte der Onlinehandel in den letzten Jahren deutlich zu, wohingegen der stationäre Handel Umsatzverluste hinnehmen musste. Die Entwicklungen im Onlinebereich gehen somit zu Lasten des klassischen Facheinzelhandels.

Abbildung 2: Umsatzentwicklung des stationären Schuheinzelhandels 2010 – 2020



Quelle: GMA-Darstellung 2024 auf Datenbasis des Statistischen; zit in: Onlinedatenbank Handelsdaten.de; 2024.

¹¹ Quelle: HDE Online-Monitor 2023.

¹² Quelle: EHI Europäischen Handelsinstitutes Köln (2023): Onlinedatenbank Handelsdaten.de

3.3 Der Markt mit Sportartikeln

Der stationäre Sparteinzelhandel in Deutschland ist durch eine hohe Dynamik und nach wie vor durch eine große Vielfalt von Groß- und Fachanbietern gekennzeichnet. Dies hängt auch damit zusammen, dass das aktive Betreiben von Sport fest in der deutschen Gesellschaft verankert ist. Nach der Corona-Pandemie verzeichnen die deutschen Landessportbünde, olympischen Spitzenverbände und Sportvereine einen deutlichen Mitgliederzuwachs.¹³

Vor diesem Hintergrund wurden 2021 über 12,7 Mrd. Euro im Einzelhandel für Sportartikel und Fahrräder erwirtschaftet. Die Tendenz ist seit 2011 steigend (2011: 5,88 Mrd. €). Auch der durchschnittliche Einkaufsbetrag im deutschen Textileinzelhandel (inkl. Sportfachmärkte, -fachgeschäfte) stieg 2022 auf 60,23 €. ¹⁴ Der Bruttoumsatz im deutschen Outdoor- und Sporthandel (ohne Fahrräder und Campingartikel) lag 2022 bei 10,7 Mrd. ¹⁵

Sportartikel werden jedoch längst nicht mehr nur im Fachhandel, sondern auch bei den Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl, etc.), bei Tchibo oder in Tankstellenshops verkauft. Während die Lebensmitteldiscounter Sportartikel nur in bestimmten Wochen (Aktionsware) verkaufen, hat Tchibo mittlerweile fast ganzjährig entsprechende Sortimente im Angebot. Auch die Bedeutung von Internet-Playern wie eBay oder Amazon nimmt ständig zu, wie die Einrichtung eigener Sportshops bzw. -abteilungen im Rahmen ihres Onlineauftritts zeigt. Dies bedeutet, dass Ausgaben für Sportartikel z. B. in Lebensmitteldiscountern, ebenfalls in dem Pro-Kopf-Ausgabewert für Sport Berücksichtigung finden sollten.

Zu Sportartikeln werden zudem regelmäßig auch die Angebote aus dem Bereich Mode (z. B. Turnschuhe / Sportschuhe, die im Schuhfachhandel verkauft werden oder modische Funktionsjacken) gezählt. Eine Trennschärfe im Sportsegment ist somit nicht in Gänze gegeben.

¹³ Quelle: Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB): Bestandserhebung 2023. Aktualisierte Fassung vom 01. November 2023, Stichtag der Erfassung: 1. Januar 2023.

¹⁴ Nettoumsatz, Quelle: EHI handelsdaten aktuell, 2023.

¹⁵ Quelle: Hahn-Gruppe, 18. Retail Real Estate Report 2023/2024.

II. Konzentrationsgebot – Raumordnerische Kernregelung

1. Makrostandort Hallstadt

Zur Bewertung des Vorhabens sind folgende Rahmenbedingungen für den Makrostandort Hallstadt zusammenfassend festzuhalten:

Tabelle 1: Wesentliche Standortmerkmale des Grundzentrums Hallstadt

Standortkriterien	Merkmale Hallstadt
	<p>Lage im Raum</p> <ul style="list-style-type: none"> /// zentrale Lage im Landkreis Bamberg zwischen den Oberzentren Bamberg (unmittelbar angrenzend in südlicher Richtung), Bayreuth (ca. 50 km in östlicher Richtung), Forchheim (ca. 25 km in südliche Richtung), Schweinfurt (ca. 50 km in westliche Richtung) und Coburg (ca. 40 km in nördliche Richtung) /// ländlich geprägte Region nahe dem Natur- und Tourismusraum „Fränkische Schweiz“
	<p>Landesplanerische Einordnung</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Teil der Planungsregion Oberfranken-West /// Funktion eines Grundzentrums
	<p>Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels: 29.254¹⁶</p>
	<p>Siedlungsstruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> /// insgesamt aufgelockerte Siedlungsstruktur mit zum Teil dörflichem Charakter (z. B. Stadtteil Dörfleins) /// Kernstadt Hallstadt überwiegend von Agrar- bzw. Freiflächen umgeben /// Stadtteil Dörfleins räumlich abgesetzt und vom Verlauf des Mains von Kernstadt getrennt /// zwei strukturprägende Gewerbegebiete im östlichen (Gewerbegebiet Boerstig mit EKZ market Oberfranken) und südlichen (Gewerbegebiet Laubanger) Stadtgebiet /// Verlauf der Autobahn A 70 schneidet Gemarkung
	<p>Demographie</p> <ul style="list-style-type: none"> /// aktuell rd. 8.930 Einwohner¹⁷ /// Bevölkerungsentwicklung 2013 – 2023: + 570 Einwohner bzw. + 6,8 %¹⁸ /// Prognose 2033¹⁹: rd. 8.370 Einwohner (- 560 Personen bzw. - 6,3 % zu heute) /// aktive Wohnbaupolitik im Norden der Kernstadt im Bereich „Am Sportplatz“ sowie ehemaliger Michelin-Standort, daher perspektivisch eher wachsende als schrumpfende Bevölkerung

Fortsetzung auf übernächster Seite

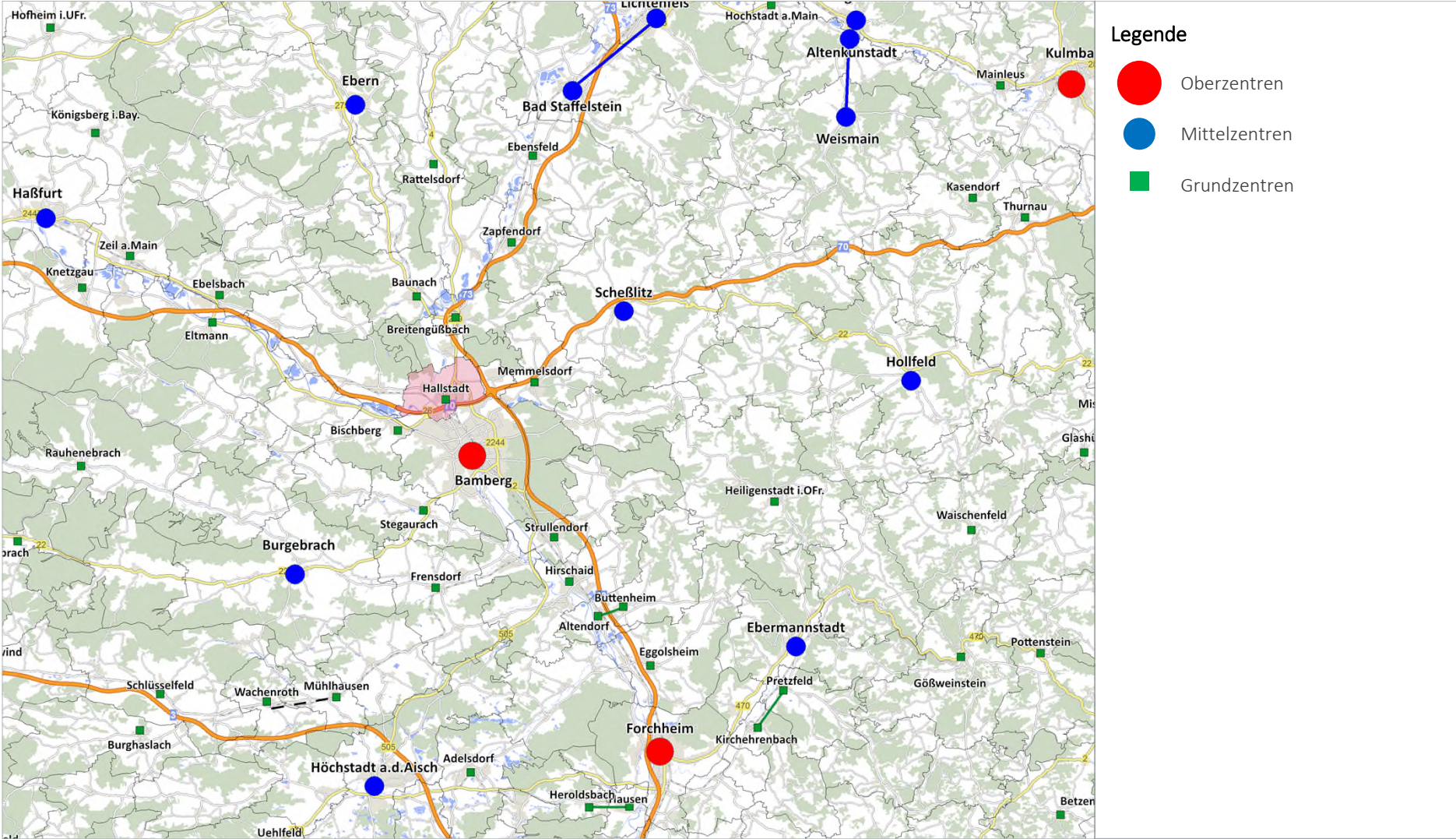
¹⁶ Quelle: LEP Bayern 2023; Anlage Verflechtungsbereiche, Stand: 14.03.2023.

¹⁷ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik: Fortschreibung der Bevölkerung nach Gemeinden (Stand: zum 30.09.2023).





¹⁸ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik: Fortschreibung der Bevölkerung nach Gemeinden (Stand: 31.12.2013 und 30.09.2023).

¹⁹ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik: Bevölkerungsvorausberechnung (Stand: 31.12.2033).

Karte 4: Lage des Grundzentrums Hallstadt und zentralörtliche Struktur der Region



Quelle: GMA-Bearbeitung 2024 (Karten- und Datengrundlage: GfK GeoMarketing 2021)

Standortkriterien	Merkmale Hallstadt
 	<p>Verkehrliche Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> /// unmittelbare Lage an der Maintalautobahn A 70 (Schweinfurt – Bayreuth) mit den Anschlussstellen „Hallstadt“ und „Bamberg“ sowie zur nahe gelegenen A 73 (Nürnberg – Coburg) /// Anbindung durch regionalbedeutsame Bundesstraßen B 4 (Bamberg – Coburg) und B 26 (Hallstadt – Karlstadt) /// Anbindung an das Netz der Deutschen Bahn durch den Fernbahnhof Hallstadt /// verschiedene Buslinien des Verkehrsverbund Großraum Nürnberg (VGN)
	<p>Wirtschaftsstandort</p> <ul style="list-style-type: none"> /// rd. 5.603 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort²⁰, davon rd. 4.964 Einpendler und rd. 3.442 Auspendler /// positiver Pendlersaldo: + 1.522 Personen /// Kaufkraftkennziffer: 99,7²¹
	<p>Einzelhandelsstruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Hallstadt“ entlang der Bamberger Straße und Lichtenfelser Straße zwischen Einmündung Pfarrer-Wachter-Straße über Marktplatz bis zur Einmündung Pfarrgasse /// Umgriff Marktscheune als Handels- und Versorgungsschwerpunkt /// Nahversorgungsfunktion für Innenstadtbewohner, innerhalb des Stadtzentrums hoher Wohnanteil /// Prägung der kleinteiligen Angebotsstruktur durch inhabergeführte Geschäfte /// kleinteilige Handelsstrukturen im Wohnumfeld /// insgesamt zwei größere gewerblich geprägte Bereiche <ul style="list-style-type: none"> ▪ Laubanger: regionalbedeutsamer Einkaufsstandort mit hoher Ausstrahlungskraft ▪ Boerstig: gewerblich geprägt mit Angeboten des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich (u. a. Lebensmittel und Bekleidung im EKZ market Oberfranken)

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2024

²⁰ Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2023): Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik (Stand: 31.12.2023).

²¹ Quelle: MB Research (2020): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2020 in Deutschland. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

2. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

In einem ersten Schritt ist zu bewerten, ob der Standort Hallstadt unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sogenannte „Konzentrationsgebot“ oder auch die „raumordnerische Kernregelung“ zu prüfen.

Maßgeblich hierfür ist Ziel 5.3.1 des Landesentwicklungsprogramms (LEP) Bayern 2023:

/// Lage im Raum (LEP-Ziel 5.3.1)

„Flächen für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in zentralen Orten ausgewiesen werden.“ [...]

Auch im Regionalplan Oberfranken-West²² wird die oben genannte Regelung im Ziel 3.4.2 aufgegriffen („Stärkung Zentraler Orte“).

3. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Der Projektstandort „Laubanger 31“ befindet sich in Hallstadt, dem gemäß LEP Bayern sowie Regionalplan Oberfranken-West die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen ist. Die Stadt Hallstadt ist als Standort für Einzelhandelsgroßprojekte ausdrücklich vorgesehen.

Das LEP-Ziel 5.3.1 (Lage im Raum) wird durch das Vorhaben erfüllt.



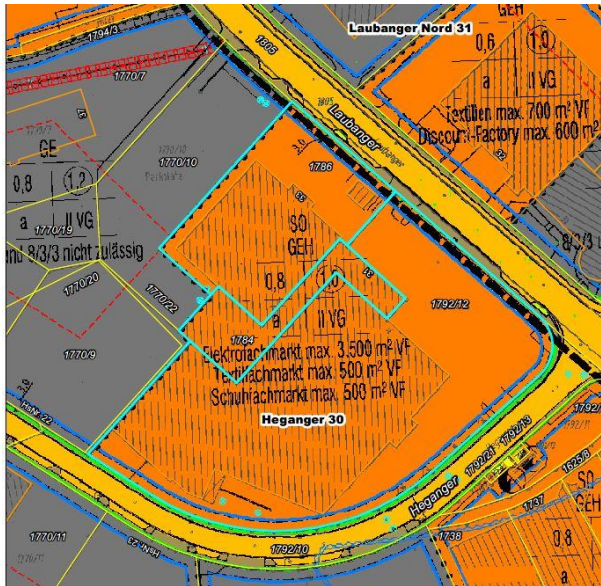
²² In seiner gültigen Fassung vom 16.03.1995

III. Integrationsgebot





Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zu zentralen Versorgungsbereichen, Lage zu den Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgrades und seiner Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion zu beurteilen.

1. Mikrostandort „Laubanger 31“

Tabelle 2: Standortrahmendaten „Laubanger 31“

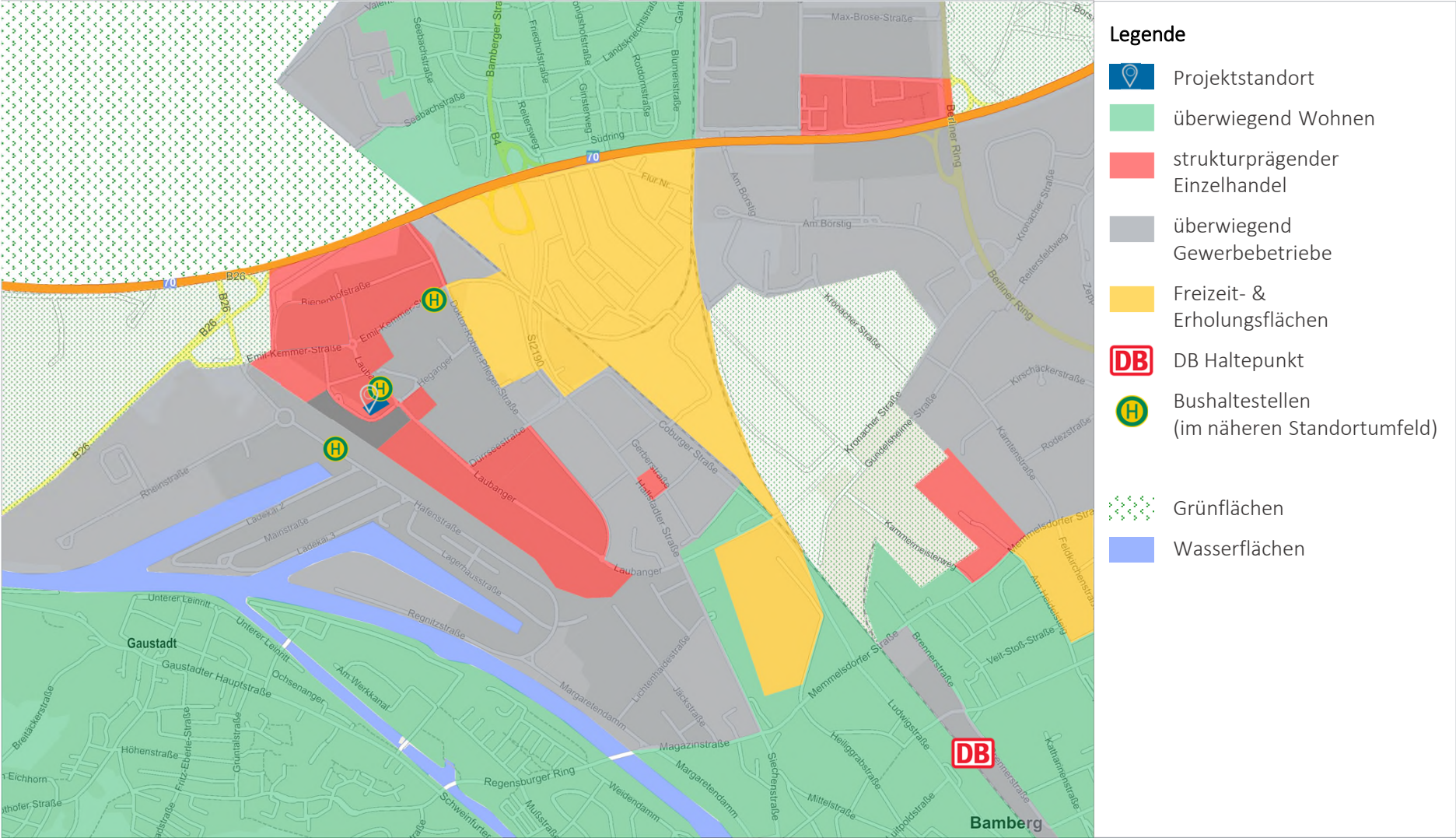
Standortkriterien	Merkmale
	<p>Lage im Stadtgebiet</p> <ul style="list-style-type: none"> /// dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lage im südwestlichen Gemarkungsgebiet von Hallstadt /// im regional bedeutsamen Gewerbepark Laubanger (gemarkungsübergreifend mit Bamberg) /// zwischen Laubanger – Heganger – Kaufland (ehem. real)
	<p>Baurechtliche Situation</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Geltungsbereich des rechtskräftigen Bebauungsplans Nr. 30 „Heganger“ der Stadt Hallstadt Satzungsbeschluss am (in Kraft seit 01.10.2008) /// Festsetzung eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 BauNVO (SO GEH) /// Zugelassen für diesen Bereich ist: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 3.500 m² VK Elektrofachmarkt ▪ 500 m² VK Textilfachmarkt ▪ 500 m² VK Schuhfachmarkt <p>Einordnung des Vorhabens</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Planung fügt sich weitgehend in den baurechtlichen Genehmigungsrahmen ein unter Maßgabe der ARGE-Regelung von vor 2022 bzw. LEP Bayern und ihren kommunalen Konzepten Bamberg und Hallstadt (zentrenrelevante Sortimente); vgl. hierzu ausführlich Kap. I. 1. i. V. mit Kap. 2.
	 <p>Quelle: Hallstadt</p>

Fortsetzung auf nächster Seite

Standortkriterien	Merkmale
	<p>Aktuelle Nutzungsstruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Leerstand (ehem. Elektrofachmarkt Media Markt) /// 400 m² VK Textildiscounter (Mister & Lady Jeans) /// 480 m² VK Bekleidungsfachmarkt KiK
	<p>Standortumfeld</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Parkplatzanlage vor dem Gebäude /// unmittelbar nördlich angrenzend: Kaufland, ehem. real /// Einzelhandelsnutzungen aus verschiedenen Bedarfsbereichen, darunter u. a. ein Bau- und Heimwerkmarkt, Drogeriefachmarkt, Biosupermarkt, Elektrofachmarkt, Fahrradfachmarkt, Sportfachmarkt, Textil-, Elektrofachmarkt („LGZ“) Zoofachmarkt etc. ... /// Gewerbebetriebe, u. a. Baustoffe, Autohändler, Pharmaunternehmen, Natursteinwerk /// Industrieanlagen (Hafenbereich) /// kleinteilige Gastronomie-/Imbissangebote /// Müllheizkraftwerk in westlicher Richtung /// Agrar- bzw. Freiflächen in nördlicher und westlicher Richtung
	<p>Verkehrliche Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> /// sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes per Auto über die A 70 und B 26 aus den Stadtgebieten von Hallstadt und Bamberg sowie aus dem überörtlichen Umland /// unkomplizierte Zu- und Abfahrt des Grundstücks über Laubanger und Heganger /// Autobahnanschlussstellen „Bamberg-Hafen“ (0,5 km) und „Hallstadt“ (0,8 km) in unmittelbarer Umgebung /// ÖPNV-Haltestelle „Hallstadt Heganger“ am Standort (30-Minuten-Takt) /// Erreichbarkeit zu Fuß und mit dem Fahrrad grundsätzlich möglich, vorrangig autoorientierte Lage (in der Praxis kein fußläufiges Aufsuchen des Standortes)
	<p>Zusammengefasste Standortfaktoren</p> <ul style="list-style-type: none"> + gute Sichtbarkeit + hohe Frequenz + überörtlich/regional bedeutsamer Einkaufsstandort „Laubanger“ + eingeführter Meso- und Mikrostandort (ehem. Media Markt) + gute Erreichbarkeit mit dem Auto + intensive Kopplungs- und Synergieeffekte durch benachbarte Einzelhandelsnutzungen möglich - lagebedingt fehlendes Nahpotential infolge fehlender Wohngebiete im Standortumfeld - dichte Wettbewerbslandschaft - nachrangiger Standort aus Sicht des ISEKs der Stadt Hallstadt sowie des Interkommunen Entwicklungskonzepts der ARGE B²H² für Sortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2024

Karte 5: Mikrostandort „Am Laubanger 31“ und bestehende Umfeldnutzungen



Quelle: GMA-Bearbeitung 2024 (Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2021)



Vorhabenstandort ehemaliger Media Markt



Vorhabenstandort ehemaliger Media Markt

Nachbargrundstück Real

Quelle: GMA-Aufnahmen 2024

2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf das Ziel 5.3.2 des Landesentwicklungsprogramms (LEP) Bayern zurückzuführen:

„Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

- *das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder*
- *die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte aufgrund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.“*

Nach der Begründung zum LEP sind städtebaulich integrierte Lagen

„Standorte innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend, die über einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich und eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) verfügen.“

Direkt an einen Siedlungszusammenhang angrenzende Standorte sind nur dann städtebaulich integriert, wenn sie an einen Gemeindeteil anschließen, der nach Bevölkerungsanteil und Siedlungsstruktur einen Hauptort darstellt und in dem die Einrichtungen zur Deckung des wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Grundbedarfs für die Gemeindebevölkerung im Wesentlichen vorgehalten werden.“

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Das Integrationsgebot ist wie folgt zu bewerten:

- /// Der Projektstandort „Laubanger 31“ befindet sich im südlichen Stadtgebiet von Hallstadt.
- /// Das Standortumfeld ist trotz intensiver Handelsnutzungen insgesamt als gewerblich geprägter Standortbereich ohne Wohngebietsbezug zu beschreiben und somit als städtebauliche Randlage von Hallstadt einzustufen.
- /// Gemäß LEP Bayern sowie den planerischen Grundlagen der Stadt Hallstadt²³ und der Besonderen Arbeitsgemeinschaft Bamberg-Bischberg-Hallstadt-Hirschaid („B²H²“)²⁴ sind Einzelhandelsgroßprojekte mit Sortimenten des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs in städtebaulich integrierten Lagen zu realisieren. Ausnahmen können an städtebaulichen Randlagen gemacht werden, wenn Einzelhandelsgroßprojekte überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen bzw. i. R. von Bestandsschutzregelungen (§§ 16 und 17 Ausführungen der vorliegenden Analyse.
- /// Die vorgesehenen Nutzungen beinhalten Sortimente des Innenstadtdarfs und ersetzen dort die angesiedelten Sortimente des Elektrosortiments.
- /// Der Standort ist sowohl mit dem Pkw als auch per ÖPNV sehr gut zu erreichen.
- /// Für das Vorhaben ist relativierend festzuhalten, dass mit der Nachbelegung des Standortes kein neuer Standort etabliert wird, sondern einem städtebaulichen Missstand entgegengewirkt werden soll.

Obwohl der Standort in Anbetracht seiner Lage ohne Anbindung an baulich verdichtete Siedlungsstruktur die **Anforderungen des LEP-Ziels 5.3.2 (Lage in der Gemeinde)** nicht erfüllen kann, wird mit der Neustrukturierung der bereits existierenden handelsorientierten Nutzungen einem drohenden ortsbildprägenden städtebaulichen Missstand vorgebeugt.

²³ Vgl. ISEK der Stadt Hallstadt (2010).

²⁴ Vgl. ARGE-Vereinbarung B²H² (2022)

IV. Kongruenzgebot – Zulässige Verkaufsfläche

Für die Prüfung des sogenannten Kongruenzgebotes ist das erschließbare Einzugsgebiet und das dort vorhandene Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial zu ermitteln. Über das Marktanteilkonzept ist in einem weiteren Schritt die Umsatzprognose und letztlich die Umsatzherkunft vorzunehmen.

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Bevölkerungspotenzial

Die Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebietes stellt die wesentliche Grundlage für die Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft für den untersuchten Fachmarkt mit Schwerpunkt Textil, Schuhe und Sport in Hallstadt dar. Es bildet gleichsam die Basis für die Umsatzprognose.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung der Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus nach Zonen untergliedern, aus denen eine gleichmäßig abgestufte Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei in der Regel von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

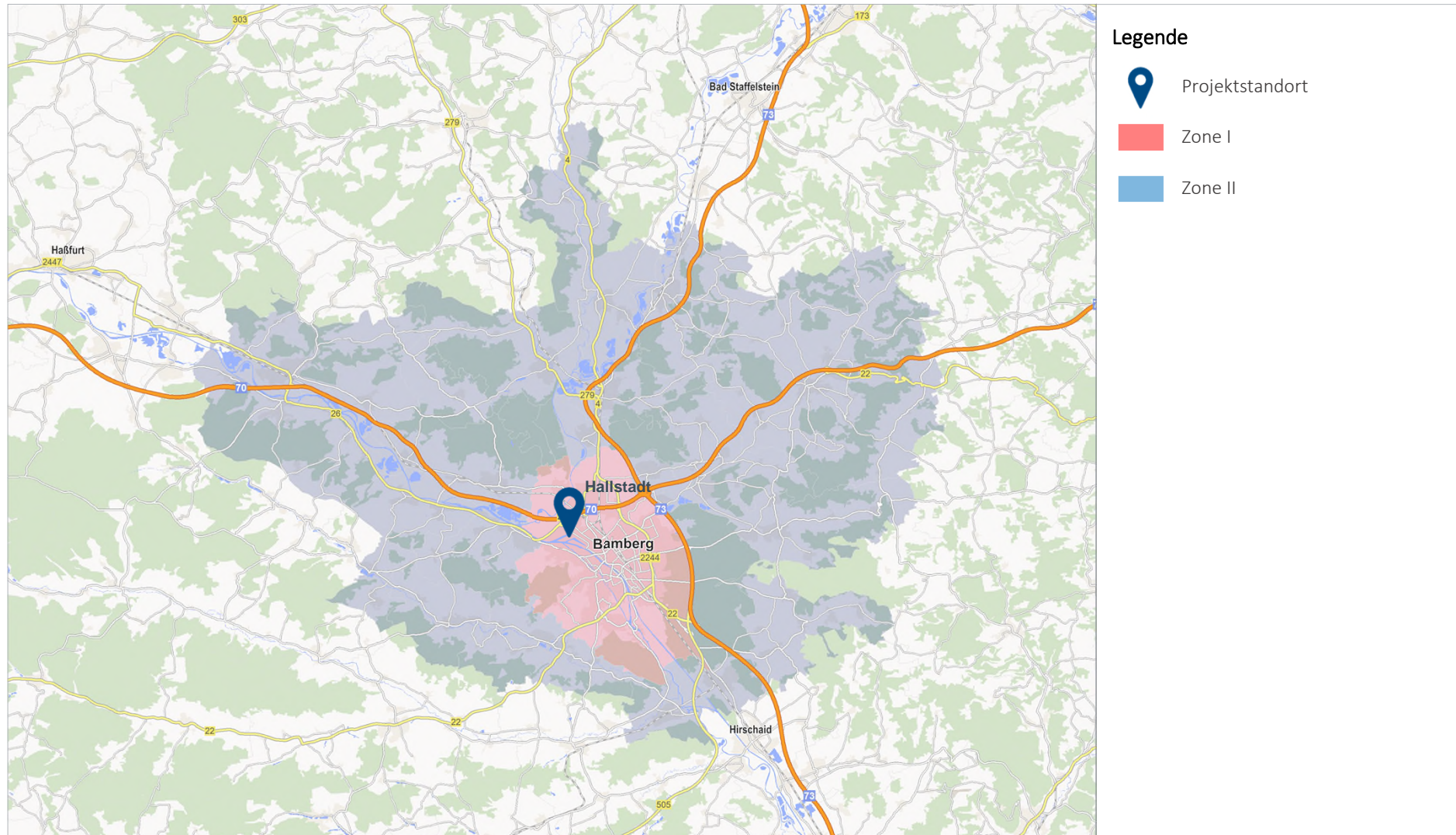
Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit und Bewerbungskonzept der Betriebe usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung,
- /// Eigenschaften des Mikrostandortes unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen auf Basis von Fahrzeitisochronen / generelle Anziehungskraft des Mesostandortes „Gewerbepark Laubanger“,
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation (vor allem Lage und Erreichbarkeit anderer projektrelevanter Fachmärkte) / Filialnetz der Betreiber mit weiteren Filialstandorten in den Umlandkommunen,
- /// Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte) sowie
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Aufgrund der schon heute bestehenden überregionalen Bedeutung des Gesamtstandortes „Gewerbepark Laubanger“ als Einkaufs-, Wirtschafts- und Arbeitsplatzstandort erschließt auch die Planung ein überörtliches Einzugsgebiet.

Zu empirisch belastbaren Prognosen kann auf eine vorliegende Kundenherkunftsbefragung am Projektstandort aus dem Jahr 2022 zurückgegriffen werden. Dabei konnten 300 Kunden erfasst werden. Daraus ergaben sich auswertbare Informationen, die die Prognose des abgrenzbaren Einzugsgebiets bestätigen.

Karte 6: Einzugsgebiet des Vorhabens



Quelle: GMA-Bearbeitung 2024 (Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2021)

Als wesentliche Erkenntnis aus der empirischen Untersuchung zeigt sich, dass der größte Kundenanteil im Projektumfeld aus Bamberg und Hallstadt stammen. Darüber hinaus kommen Kunden vor allem aus den östlich, nördlich und westlich entlang der prägenden Verkehrsachsen liegenden Umlandgemeinden. Aus diesen Gemeinden bestehen jedoch deutlich schwächer ausgeprägte Einkaufsbeziehungen an den Standort, was auf Kundenmehrfachorientierungen an die Wettbewerbsstandorte innerhalb des Gewerbeparks „Laubanger“ bzw. eigene lokale Angebote zurückzuführen ist.

Unter Berücksichtigung, der Lage, der Wettbewerbssituation und der empirischen Ergebnisse ist das abgegrenzte Einzugsgebiet aus dem Kerneinzugsgebiet (Zone I) und einem erweiterten Einzugsgebiet (Zone II)²⁵ definiert. Aufgrund der Lage des Vorhabens in dem gemeinsamen Gewerbepark „Laubanger“ von Hallstadt und Bamberg wird auch die Stadt Bamberg dem Kerneinzugsgebiet zugerechnet.

Im abgegrenzten Einzugsgebiet leben aktuell rd. 183.062 potenzielle Kunden, die sich wie folgt verteilen (Vgl. Tabelle 3):

Tabelle 3: Bevölkerung im Einzugsgebiet der geplanten Fachmarktzeile

Zone	Kommune	Einwohner
I	Hallstadt, Bamberg	89.493
II	Baunach, Bischberg, Breitengüßbach, Gundelsheim, Kemmern, Lauter, Lisberg, Litzendorf, Memmelsdorf, Oberhaid, Pettstadt, Rattelsdorf, Scheßlitz, Stegaurach, Strullendorf, Viereth-Trunstadt, Walsdorf, Zapfendorf, Ebelsbach, Eltmann, Stettfeld	93.569
Einzugsgebiet insgesamt		183.062

Quelle: GMA-Berechnungen 2024 in Verbindung mit dem Bayerischen Landesamt für Statistik (2024): Fortschreibung der Bevölkerung (Stand: 30.09.2023)

2. Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet

Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet erschließbaren Nachfragepotenziale wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Als Grundlage dienen aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie die Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020 in Bayern.

Für die geplanten Nutzungen ist von folgenden jährlichen Pro-Kopf-Ausgaben differenziert nach Sortimenten auszugehen:²⁶

/// Bekleidung	533 €
/// Schuhe	96 €
/// Sport (Sportbekleidung, Sportschuhe)	81 €

²⁵ Die Ergebnisse der Kundenherkunftsbefragung zeigen, dass Einkaufsbeziehungen in einem etwa 15- bis 20-minütigen Fahrzeitradius an den Standort bestehen.

²⁶ Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2020): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020, S. 20 ff.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu beachten.²⁷ Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Hallstadt bei knapp 100,0 und damit im Bundesdurchschnitt (= 100,0). In den weiteren Gemeinden des Einzugsgebietes liegt der Kaufkraftkoeffizient zwischen 89,8 (Oberhaid) und 106,8 (Gundelsheim).

Es lässt sich auf dieser Basis folgendes Kaufkraftpotenzial differenziert nach Zonen für die vorgesehenen Nutzungen berechnen:

Tabelle 4: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zone	Bekleidung/ Textilien	Schuhe	Sport (Schuhe, Textil)	Gesamt
	in Mio. €			
I	48,1	8,7	7,3	64,1
II	49,4	8,9	7,5	65,8
Gesamt	97,5	17,6	14,8	129,9

Quelle: GMA-Berechnungen 2024 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

3. Umsatzprognose

3.1 Methodik

Die potenzielle Umsatzleistung der projektierten Fachmärkte wird anhand des **Marktanteilkonzepts** berechnet. Dieses stellt dem relevanten Angebot im Untersuchungsraum das für das Einzugsgebiet errechnete Nachfragevolumen (Kaufkraft) gegenüber. Allerdings lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. Mit der Frage, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und welche Folgen die Vorhabenrealisierung für die vorhandenen Wettbewerber hat, setzt sich die Betrachtung der Umsatzumverteilungen (Vgl. Kapitel V.3) auseinander. Im Anschluss daran werden die möglichen städtebaulichen und versorgungsbezogenen Wirkungen analysiert.

Es ist bereits an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass das abgegrenzte Marktgebiet vor allem aufgrund der deutlich überörtlichen Ausstrahlungskraft und Bedeutsamkeit des Gesamtstandortes „Laubanger“ in dieser Form in die Untersuchung eingestellt wird. Die jeweiligen geplanten Angebote stellen jedoch reine Angebotsduplizierungen dar, die in Hallstadt und Bamberg im Allgemeinen, aber v. a. im Gewerbepark „Laubanger“ im Besonderen mehrfach vorkommen, wenngleich mit einem Fachmarkt für Bekleidung, Schuhe, Sport (Bekleidung und Schuhe) ein neuer Anbieter in der Gemengelage platziert wird. Die Nutzungen werden daher nur eine sehr nachgeordnete Marktdurchdringung realisieren können (= geringe Marktanteile), da zahlreiche Einkaufsalternativen bestehen.

²⁷ Quelle: MB Research 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

3.2 Umsatzerwartung

Folgende **Umsatzprognosen** lassen sich für den geplanten Fachmarkt anhand des Marktanteil-konzeptes ermitteln:²⁸

Tabelle 5: Umsatzerwartung des geplanten Fachmarktes Textil, Schuhe, Sport (3.320 m² VK²⁹)

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	64,1	6	3,8	58 - 59
Zone II	65,8	3	2,0	31
Streuumsätze			0,7	10 - 11
Gesamt			6,5	100

Quelle: GMA-Berechnungen 2024 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- /// Für den zur Ansiedlung geplanten Textil-, Schuh- und Sportfachmarkt wird ein maximaler Gesamtumsatz in Höhe von rd. 6,5 Mio. € prognostiziert.
- /// In Verbindung mit der projektierten Verkaufsfläche im Umfang von rd. 3.320 m² (ohne Randsortiment) wird knapp 2.000 € / m² VK erreicht. Dies entspricht einer durchschnittlichen Raumleistung für Textil-, Schuh- und Sportfachmärkte³⁰ und ist vor allem auf Kopplungs- und Synergieeffekte innerhalb des Gewerbeparks Laubanger zurückzuführen.
- /// Höhere Umsätze sind vor dem Hintergrund der intensiven Wettbewerbssituation im Laubanger, aber auch an anderen Standorten innerhalb der Vorhabenkommune (z. B. Einkaufszentrum market Oberfranken) nicht zu erwarten.

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot gemäß LEP-Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsfläche“) fokussiert auf die Ableitung maximal zulässiger Verkaufsflächen für Einzelhandelsgroßprojekte. Nach landesplanerischer Rechenarithmetik dürfen Einzelhandelsgroßprojekte mit einer VK > 800 m² (Überschreitung der landesplanerischen Relevanzschwelle)

- /// 30 % des im einschlägigen Bezugsraum vorhandenen, sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials für Sortimente des Innenstadtbedarfs (bis 100.000 Einwohner; für die 100.000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl nur noch 15 %)³¹

abschöpfen.

²⁸ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens

²⁹ Ohne Randsortiment.

³⁰ Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2020): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020, S. 19.

³¹ Gemäß LEP Bayern 2020, Punkt 5.3.4 wird eine Sonderregelung für „zusammengewachsene Gemeinde“ formuliert: „Wenn Gemeinden (Grundzentrum Hallstadt) mit mindestens einem Zentralen Ort (Oberzentrum Bamberg) einen baulich verdichteten Siedlungszusammenhang (= gemeinsame Fachmarkttagglomeration „Laubanger“) bilden, sind Ausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte, die innerhalb dieses Siedlungszusammenhangs oder direkt angrenzend liegen, in allen Gemeinden des Siedlungszusammenhangs zulässig; [...]. Dabei dürfen Einzelhandelsgroßprojekte bei Sortimenten des Innenstadtbedarfs zusätzlich auf 7,5 v. H. der nach 5.3.3 maßgeblichen Kaufkraft einer zentralörtlich nicht niedriger eingestuften Gemeinde (= Bamberg) innerhalb des gemeinsamen Siedlungszusammenhangs zurückgreifen.“

Als Bezugsraum gilt gemäß landesplanerischen Vorgaben für

- / Sortimente des Innenstadtbedarfs (zentrenrelevant) der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern³²,
 - im vorliegenden Fall rd. 29.254 Einwohner (hiervon 30 % der vorhanden Kaufkraft) zzgl. 350.020 Einwohner (hiervon 7,5 % der vorhanden Kaufkraft) gemäß LEP Bayern 2023 Ausnahmeregelung für zusammengewachsene Gemeinden

Die sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgabewerte sind der Studie „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020“ zu entnehmen. In Verbindung mit dem errechneten sortimentspezifischen Marktpotenzials ergeben betriebstypenspezifische Raumleistungen die landesplanerisch zulässige Verkaufsfläche.

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Vorhaben am Standort „Laubanger 31“ sieht die Ansiedlung von einem Fachmarkt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Textil-, Schuhe sowie Sportbekleidung und Schuhfachmarkt) vor.

Folgende maximal zulässige Verkaufsflächen ergeben sich gemäß landesplanerischer Rechenarithmetik (vgl. Tabelle 7):

Tabelle 6: Landesplanerische Überprüfung der vorgesehenen Verkaufsflächen

Betriebstyp	sortimentspezifische Kaufkraft im Bezugsraum ^{1,2} in Mio. €	abschöpfungsfähiges Kaufkraftvolumen in Mio. € ³	betriebstypenspezifische Raumleistung in € / m ² VK	zulässige Verkaufsfläche nach LEP Bayern in m ²	geplante Verkaufsfläche in m ²	Zulässigkeit nach LEP Bayern 2020
Textilsortiment	15,6 zzgl. 186,6	18,7	1.000 – 1.600	11.670 – 18.670	1.830	✓
Schuhsortiment	2,8 zzgl. 33,6	3,4	1.800 – 2.400	1.401 – 1.868	880	✓
Sportsortiment (Schuhe und Textil)	2,9 zzgl. 35,3	3,5	1.800 – 3.000	1.179 – 1.965	610	✓
Summe					3.320	✓

1 Als Bezugsraum für Sortimente des Innenstadtbedarfs wird der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich von Hallstadt zzgl. Bamberg gemäß LEP-Sonderregelung für zusammengewachsene Gemeinden zugrunde gelegt.

2 Die sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben ergeben sich aus den „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020“

3 Abschöpfungsfähiges Kaufkraftvolumen gemäß LEP-Sonderregelung für zusammengewachsene Gemeinden (30 % Hallstadt zzgl. 7,5 % Bamberg)

Quelle: GMA-Berechnungen 2024

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass die vorgesehenen Betriebseinheiten den Vorgaben der bayesischen Landesplanung unter Berücksichtigung der LEP-Sonderregelung für zusammengewachsene Gemeinden hinsichtlich der maximal zulässigen Verkaufsflächen entsprechen.

Das LEP-Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsflächen“) wird durch das Vorhaben erfüllt.

³² Vgl. LEP Bayern, Materialanhang Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern (aktueller Stand: 01.02.2019).

V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Prüfung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln.

1. Projektrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Zur Beurteilung der Angebotssituation wurde von der GMA im März 2024 eine Vor-Ort-Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet durchgeführt. Als Wettbewerber für das Vorhaben gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die Überschneidungen mit der zu untersuchenden Neuansiedlung aufweisen. So sind wettbewerbliche Auseinandersetzungen in erster Linie mit strukturprägenden Fachmärkten aus dem Systembereich zu erwarten (Textil, Schuh-, Sportfachmarkt).

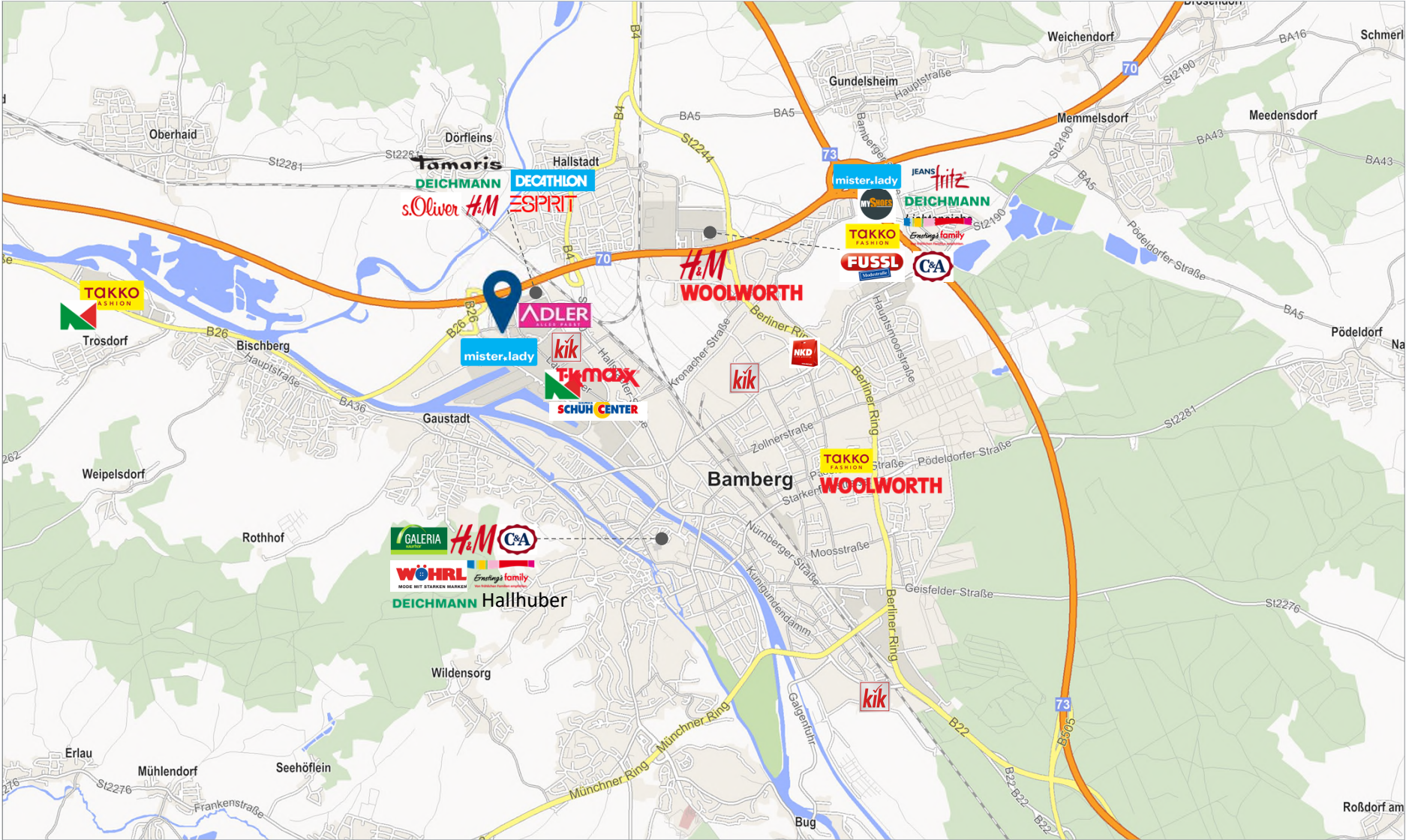
Die nachfolgende Darstellung der projektrelevanten Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand insofern Rechnung, als dass lediglich die Hauptwettbewerber differenziert nach Sortimenten namentlich aufgeführt werden:

Tabelle 7: Angebotssituation im Bekleidungs-, Schuh- und Sportsegment (> 400 m² VK)

Anbieter	Sortiment	Standort	Lage	VK in m ²
Hallstadt				
Jeans Fritz	Textil	Michelinstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	400
Mister & Lady Jeans	Textil	Laubanger	dezentrale nicht-integr. Lage	400
Mister & Lady Jeans	Textil	Michelinstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	420
Kik	Textil	Laubanger	dezentrale nicht-integr. Lage	480
Takko	Textil	Michelinstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	500
s.Oliver	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	540
Esprit	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	640
H&M	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	680
Woolworth	Textil	Biegenhofstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	1.350
C&A	Textil	Michelinstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	1.600
Adler	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	2.990
Deichmann	Schuhe	Michelinstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	740
Deichmann	Schuhe	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	700
Decathlon	Sport	Biegenhofstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	2.200
Taurus	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	400
Siemens Schuhcenter	Schuhe	Laubanger	dezentrale nicht-integr. Lage	1.100
H&M Baby und Jugend	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	650
Lucky One Kindermode	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	555
Tamaris	Schuhe	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	550
my celina	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	545
Fussl Modestraße	Textil	Michelinstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	430
Intenzione	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	450
Wäscheladen	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	450
My Shoes	Schuhe	Michelinstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	450
Perté	Textil	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	445
Sport Wittke	Sport	Bahnhofstraße	städttebaul.integr. Lage	430

Fortsetzung auf S. 32

Karte 7: Wettbewerbsituation im Bekleidungs-, Schuh- und Sportsegment



Quelle: GMA-Bearbeitung 2024 (Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2021)

Anbieter	Sortiment	Standort	Lage	VK in m ²
Bamberg				
TK Maxx	Textil	Laubanger	dezentrale nicht-integr. Lage	2.000
Nübler Trachtenoutlet	Textil	Geisfelder Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	670
Deichmann	Schuhe	Hauptwachstraße	ZVB Innenstadt Bamberg	670
Hallhuber	Textil	Grüner Markt	ZVB Innenstadt Bamberg	420
Nübler Trachten	Textil	Dr.-Robert-Pfleger-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	580
Stefans Freizeit Outdoor	Sport	Geisfelder Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	480
Sportmarken Outlet Mücke	Textil / Sport	Laubanger	dezentrale nicht-integr. Lage	2.200
Kik	Textil	Industriestraße	dezentrale nicht-integr. Lage	820
Takko	Textil	Industriestraße	dezentrale nicht-integr. Lage	570
Kik	Textil	Kärntenstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	340
New Yorker	Textil	Grüner Markt	ZVB Innenstadt Bamberg	360
NKD	Textil	An der Breitenau	dezentrale nicht-integr. Lage	400
Takko	Textil	Pödeldorfer Straße	städtebaul. integr. Lage	490
Kik	Textil	Villachstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	600
KiK	Textil	Forchheimer Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	870
H&M	Textil	Grüner Markt	ZVB Innenstadt Bamberg	1.130
Woolworth	Textil	Pödeldorfer Straße	städtebaul. integr. Lage	1.200
Greiff - Factory Outlet	Outlet	Memmeldorfer Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	1.300
C&A	Textil	Franz-Ludwig-Str.	ZVB Innenstadt Bamberg	3.650
Wöhl	Textil	Maximilianplatz	ZVB Innenstadt Bamberg	4.450
Karstadt	Textil	Grüner Markt	ZVB Innenstadt Bamberg	5.150*
Bischberg				
Schuh Mücke	Schuhe / Textil	Industriestraße	dezentrale nicht-integr. Lage	7.000
Takko	Textil	Industriestraße	dezentrale nicht-integr. Lage	450
Hirschaid				
Runkel	Textil	Bamberger Straße	ZVB Ortsmitte Hirschaid	450
NKD	Textil	Löserstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	450
Mister & Lady Jeans	Textil	Industriestraße	dezentrale nicht-integr. Lage	400
Deichmann	Schuhe	Löserstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	490

* sortimentspezifische Verkaufsfläche (aufgeteilt)

Quelle: GMA-Erhebung 2024; Lageeinordnung gemäß ISEK Hallstadt, Einzelhandelskonzept Bamberg, ARGE B²H²

Im **Bekleidungs-, Schuh-, und Sportsegment** ist innerhalb des Einzugsgebietes eine Vielzahl projektrelevanter Wettbewerber angesiedelt. Diese verteilen sich etwa gleichmäßig auf die beiden Städte Hallstadt und Bamberg und hier überwiegend auf dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Fachmarktlagen. Innerhalb der Bamberger Innenstadt ist auf die drei großen Textilkaufläden von C&A, Wöhl und Karstadt zu verweisen. Weiterhin ist auf die Fachmarktstandorte mit z. T. sehr großen Anbietern in Hirschaid und Bischberg zu verweisen (z. B. Schuh / Sport Mücke in Bischberg).

Im Kerneinzugsgebiet wird ein jährlicher Gesamtumsatz in Höhe von rd. 249,4 Mio. €³³ auf rd. 79.030 m²³⁴ erzielt.

2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben

³³ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Umsatzanteile im Randsortimentsbereich.

³⁴ Bereinigte Werte, d. h. Aufteilung der Verkaufsfläche bei Märkten über 800 m² VK und Zuordnung zu den entsprechenden Sortimentsgruppen.

- /// das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- /// die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden unter **Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsfläche“)** im **LEP Bayern 2020** aufgegriffen. Demnach dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Auch in der **Begründung zum Ziel 3.4.3 (Handel) im Regionalplan Oberfranken-West** (Stand: 16.03.1995) wird das Beeinträchtigungsverbot berücksichtigt. Danach sollte darauf geachtet werden, dass in allen Teilen der Region die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung, nicht wesentlich beeinträchtigt wird.

3. Prognose und Bewertung möglicher Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO

3.1 Methodik

Mit der Ansiedlung von Einzelhandelsobjekten werden in der Regel Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die **Attraktivität** der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Anbietern ergibt.

3.2 Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben

Für die Bewertung des Vorhabens am Standort „Laubanger 31“ in Hallstadt werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen:

- /// Der Großteil der Umsatzumverteilungseffekte wird gegenüber den relevanten Wettbewerbsstandorten innerhalb des Einzugsgebietes selbst wirksam werden. In Hallstadt und Bamberg (insbesondere im gemeinsamen Gewerbepark „Laubanger“) befindet sich der dichteste Wettbewerbsbesatz. Wenngleich der Gesamtstandort „Laubanger“ deutlich überörtliche Ausstrahlungskraft besitzt, ergeben sich die hauptsächlichen Einkaufsorientierungen aus dem Kerneinzugsgebiet. Deutlich nachgeordnet werden auch Wettbewerbsstandorte im erweiterten und außerhalb des Einzugsgebietes betroffen sein.

Die Umsatzumverteilungen werden in erster Linie sogenannte Systemwettbewerber mit gleichwertigen Angebotsformaten treffen, d. h. andere Anbieter aus den genannten Sortimentebereichen mit ähnlichem Vertriebskonzept, einer ähnlichen Verkaufsflächenausstattung und Angeboten in einem ähnlichen Preissegment. Dies sind im vorliegenden Fall:

- Textilfachmärkte
- Schuhfachmarkt
- Sportfachmarkt

In abgeschwächter Form sind auch kleinere Betriebe und Spezialanbieter / Facheinzelhändler sowie entsprechende Fachabteilungen branchenfremder Anbieter betroffen (z. B. Kaufhäuser in der Bamberger Innenstadt). Gegenüber diesen werden in der Berechnung der Auswirkungen ebenfalls Umverteilungen berücksichtigt.

Festgelegte Schwellenwerte, ab wann mit städtebaulich und versorgungsstrukturell relevanten Umsatzumlenkungen gerechnet werden muss, existieren in der Rechtsprechung nicht. In der Planungs- und Genehmigungspraxis haben sich jedoch rechnerische Orientierungsgrößen etabliert, die als abwägungsrelevant im Sinne möglicher Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO herangezogen werden:

- Sortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs ab 10 %

Im Ergebnis werden folgende Umsatzvolumina gegenüber den jeweiligen projektrelevanten Branchen umverteilungswirksam: Insgesamt wird am Vorhabenstandort infolge der Neustrukturierung ein „Mehrumsatz“ in Höhe von rd. 6,5 Mio. € erzielt werden.

Im Sinne einer **Worst-Case-Betrachtung** werden die in Tabelle 8 aufgeführten umverteilungswirksamen sortimentspezifischen Umsatzanteile lediglich den jeweiligen Systemwettbewerbern innerhalb der Branche sowie nennenswerten Fachabteilungen branchenfremder Betriebe mit gleichwertigem Angebot gegenübergestellt.

Tabelle 8: Umsatzumverteilungseffekte in den untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen im Untersuchungsraum

Lage / Umsatzumlenkungen im...	Umsatz bestehender Betriebe	Umsatz- umvertei- lung	Umsatzum- verteilungs- effekte
	in Mio. €		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kerneinzugsgebiet (Zone I) <ul style="list-style-type: none"> ▪ ZVB Innenstadt Hallstadt ▪ ZVB Innenstadt Bamberg ▪ sonstige städtebaulich integrierte Lagen ▪ dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen 	0,2 105,0 11,6 106,4	n. n. 1,3 0,1 4,1	n. n. 1 – 2 < 1 3 – 4
<ul style="list-style-type: none"> ▪ erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) <ul style="list-style-type: none"> ▪ dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen 	92,7	1,0	1
weiterer Untersuchungsraum	-	0,3	n. n.
Summe	249,4	6,5	---

* Kernsortimentsumsätze der Betriebe - Ausweis nicht sinnvoll n. n. nicht nachweisbar

Quelle: GMA-Berechnungen 2024 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

3.3 Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO

Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte sind wie folgt einzuordnen:

- Grundsätzlich wird durch das Vorhaben kein neuer Handelsstandort in Hallstadt etabliert. Der Vorhabenstandort „Laubanger 31“ war bereits in der Vergangenheit Standort eines Elektromarktes Media Markt. Die Umstrukturierung des Standortes ist somit v. a. die immobilienrechtliche Voraussetzung zur Wiedernutzung ehemaliger, an aktuelle Marktentwicklungen angepasste Handelsstrukturen. Darüber hinaus ist der Gewerbepark „Laubanger“ sowohl auf Hallstadter als auch auf Bamberger Gemarkung ein seit Jahrzehnten eingeführter, dicht belegter Handelsstandort. Ein größerer Anteil der prognostizierten Umsatzumverteilungseffekte wird sich dementsprechend gegenüber den hier ansässigen Betrieben bzw. in den unmittelbar benachbarten Fachmarktlagen niederschlagen. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden infolge der Vorhabenrealisierung in Hallstadt und Bamberg (= Kerneinzugsgebiet) selbst ausgelöst.

In der vorgesehenen Warengruppen „Bekleidung, Schuhe, Sport“ werden keine relevanten Umverteilungen zu Lasten städtebaulich integrierter Lagen bzw. zentraler Versorgungsbereiche, sowohl in Hallstadt selbst als auch in Bamberg ausgelöst. Der Großteil der Umverteilung wird hier zu Lasten der Bestandsbetriebe an nicht integrierten Standorten gehen.

4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland sowie den dargestellten Umsatzumverteilungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Durch das Vorhaben werden ganz überwiegend wettbewerbliche Umsatzumverteilungseffekte in den dargestellten Sortimentsbereichen Bekleidung, Schuhe, Sport induziert. Es werden keine städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgelöst.
- Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in Hallstadt und Bamberg sowie in den Nachbargemeinden können ausgeschlossen werden. Die dargestellten Umsatzumverteilungen werden in keinem Fall in größerem Umfang zu Lasten städtebaulich integrierter Versorgungslagen (Stadt- und Ortszentren bzw. zentrale Versorgungsbereiche) gehen.

Das Beeinträchtigungsverbot gemäß landes- und regionalplanerischen Vorgaben sowie im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO wird im vorliegenden Fall eingehalten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Vorhaben keine städtebaulich und versorgungsstrukturell negativen Auswirkungen nach sich ziehen würde.

VI. Zusammenfassung

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Nachnutzung des Leerstandes Laubanger 31, Standort des Media Marktes bis zu seinem Umzug in das LEZ Laubanger 14 a. /// Planung eines Fachmarktes für Textil, Schuh, Sport mit ca. knapp 3.590 m² VK. /// Mesostandort Gewerbepark „Laubanger“ als eingeführter Handelsstandort mit regionaler Bedeutung
Rechtsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> /// Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO /// Geltungsbereich des rechtskräftigen Bebauungsplans „Heganger“ der Stadt Hallstadt (in Kraft seit dem 01.10.2008)
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Hallstadt mit rd. 8.930 Einwohnern /// Einzelhandelsstrukturen: Grundzentrum mit breitem Branchenmix und Angebotsvielfalt im Gewerbepark „Laubanger“ und Gewerbegebiet „Boerstig“ (hier Einkaufszentrum market Oberfranken); Innenstadtbereich mit Marktscheune und überwiegend kleinteiligem Streubesatz; weitere Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich integrierten Streu- und Nebenlagen /// interkommunaler Gewerbepark „Laubanger“ mit regionaler Einkaufsbedeutung
Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial, Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Zone I: Hallstadt und Bamberg, insgesamt rd. 89.493 Einwohner /// Zone II: Baunach, Bischberg, Breitengüßbach, Gundelsheim, Kemmern, Lauter, Lisberg, Litzendorf, Memmelsdorf, Oberhaid, Pettstadt, Rattelsdorf, Scheßlitz, Stegaurach, Strullendorf, Viereth-Trunstadt, Walsdorf, Zapfendorf, Ebelsbach, Eltmann, Stettfeld mit zusammen rd. 93.569 Einwohnern /// Kaufkraft im Einzugsgebiet 129,9 Mio. € /// Umsatzerwartung : 6,5 Mio. €.
Umsatzumverteilungseffekte	<ul style="list-style-type: none"> /// Kerneinzugsgebiet(Zone I) <ul style="list-style-type: none"> - ZVB Innenstadt Hallstadt n. n. - ZVB Innenstadt Bamberg ca. 1 – 2 % - sonstige städtebaulich integrierte Lagen < 1 % - dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen ca. 3 - 4 % /// erweitertes Einzugsgebiet <ul style="list-style-type: none"> - dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen ca. 1 %
Landes- und regionalplanerische Überprüfung	
Konzentrationsgebot	Das Vorhaben befindet sich im Grundzentrum Hallstadt. Das Konzentrationsgebot gemäß LEP-Ziel 5.3.1 wird erfüllt.
Integrationsgebot	Der Standort ist sowohl mit dem Pkw als auch per ÖPNV sehr gut zu erreichen. Das Vorhaben befindet sich in einem Teil des Stadtgebietes, der aufgrund des fehlenden Wohnumfeldes als dezentral und städtebaulich nicht-integriert zu beschreiben und auch gemäß Definition des LEP Bayern 2020 so zu bewerten ist; das LEP-Ziel 5.3.2 wird nicht erfüllt. Relativierend ist anzuführen, dass mit dem Vorhaben kein neuer Standort etabliert wird, sondern bereits genehmigte Nutzungen verschoben auf einem marktadäquaten Niveau nachgenutzt werden und somit einem städtebaulichen Missstand entgegengewirkt werden soll.

n. n. nicht nachweisbar

Fortsetzung auf nächster Seite

Landes- und regionalplanerische Überprüfung	
Kongruenzgebot	Im Ergebnis ist festzuhalten, dass die vorgesehenen Betriebseinheiten den Vorgaben der bayerischen Landesplanung unter Berücksichtigung der LEP-Sonderregelung für zusammengewachsene Gemeinden hinsichtlich der maximal zulässigen Verkaufsflächen entsprechen. Das LEP-Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsflächen“) wird durch das Vorhaben erfüllt.
Beeinträchtigungs- verbot	Durch das Vorhaben werden ganz überwiegend wettbewerbliche Umsatzumverteilungseffekte in den projektrelevanten Sortimentsbereichen, jedoch keine städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgelöst. Das Beeinträchtungsverbot (LEP-Ziel 5.3.3) gemäß landes- und regionalplanerischen Vorgaben sowie im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO wird im vorliegenden Fall eingehalten.
Kompatibilität mit lokalen Planwerken	
ISEK der Stadt Hallstadt	Gemäß ISEK der Stadt Hallstadt aus dem Jahr 2010 soll die Einzelhandelsentwicklung an den Bedürfnissen der Einwohner insbesondere vor dem Hintergrund des demographischen Wandels orientiert werden. Dabei geht es vor allem um wohnortnahe, fußläufig erreichbare Einzelhandelsangebote zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs in komfortabler fußläufiger Entfernung. Obwohl kein Wohnumfeld vorhanden ist, steht das Vorhaben nicht in Konkurrenz zum Stadtzentrum (keine städtebaulich relevanten Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO). Darüber hinaus sollen in den bestehenden dezentralen Lagen keine neuen zentrenrelevanten Sortimente angesiedelt werden. Durch das Vorhaben wird ein gemäß ISEK Hallstadt zentrenrelevanter Betrieb (Elektrowaren) durch eine andere zentrenrelevante Nutzung (Textil, Schuhe, Sport) auf selber Fläche nachgenutzt. Im Einklang mit dem ISEK der Stadt Hallstadt 2010.
Interkommunales Entwicklungskon- zept der ARGE B ² H ²	Gemäß aktualisiertem IEK ARGE „B ² H ² “ wird der Vorhabenstandort als dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lage eingeordnet, an dem kein weiterer Ausbau zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente stattfinden sollte. Das Vorhaben fügt sich in die Ziele der ARGE insoweit ein, als dass die Gesamtverkaufsfläche am dezentralen Projektstandort grundsätzlich, die Verkaufsfläche zentrenrelevanter Sortimente hier im Besonderen gleichbleiben wird. Hinsichtlich der Zentrenrelevanz der künftigen Sortimente ist anzuführen, dass mit der Fortschreibung der ARGE-Regelungen 2022 das komplette Elektrosortiment den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet ist. Demnach dürfte gem. § 17 der ARGE-Vereinbarung ³⁵ de facto auch nur mit ebenfalls nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nachgenutzt werden. Das nunmehr der Prüfung und Planung zugrundeliegende Flächenkonzept (Fachmarkt Schwerpunkt Textil, Schuhe, Sport) ist in toto den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Eine Realisierung steht damit den aktualisierten ARGE-Regelungen entgegen. Im final abzuklärenden Einvernehmen mit allen ARGE-Kommunen, insbesondere mit der Nachbarkommune Bamberg, kann hier dem Vorschlag gefolgt werden, die bisherige Liste der ARGE in Ergänzung zur noch gültigen Bamberger Sortimentsliste aus dem städtischen Einzelhandelskonzept (2015) bzw. Hallstadt (2010) zugrunde zu legen, wonach das Elektrosortiment (Media Markt) als zentrenrelevant eingeordnet ist. Dies würde auch den landesweiten Empfehlungen des LEP Bayern (Sortimentsliste) entsprechen.

Fortsetzung auf nächster Seite

³⁵ Nutzungsänderungen innerhalb bestehender und genehmigter großflächiger Einzelhandelsbetriebe (= Erweiterter Bestandsschutz II).

Fazit

Das Vorhaben entspricht zunächst nicht den lokalen Planwerken der Stadt Hallstadt bzw. der Besonderen Arbeitsgemeinschaft „B²H²“ zur Steuerung der lokalen Einzelhandelsentwicklung (zentrenrelevante Sortimente in städtebaulich integrierten Lagen zur fußläufigen Erreichbarkeit der Bevölkerung). Gleichwohl sind städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen gemäß LEP-Beeinträchtigungsverbot sowie den Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht zu besorgen. Das Vorhaben dient der zukunftsfähigen Weiternutzung des mit Entwicklung des LEZ entstandenen Leerstands. Dementsprechend greift die Planung einem drohenden städtebaulichen Missstand (Brachfläche/Leerstand) vor. Die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte sind rein wettbewerblicher Natur, da sich die geplanten Nutzungen in eine sehr intensive Wettbewerbslandschaft nahezu „geräuschlos“ im Sinne möglicher Beeinträchtigungen einfügen.

GMA-Zusammenstellung 2024

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Hallstadt“ gemäß ISEK 2010	11
Karte 2:	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Hallstadt“ gemäß IEK 2021	11
Karte 3:	Standortatlas der Stadt Hallstadt gemäß IEK 2021	12
Karte 4:	Lage des Grundzentrums Hallstadt und zentralörtliche Struktur der Region	16
Karte 5:	Mikrostandort „Laubanger 31“ und bestehende Umfeldnutzungen	21
Karte 6:	Einzugsgebiet des Vorhabens	25
Karte 7:	Wettbewerbssituation im Bekleidungs-, Schuh- und Sportsegment	31

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Wesentliche Standortmerkmale des Grundzentrums Hallstadt	15
Tabelle 2:	Standortrahmendaten „Laubanger 31“	19
Tabelle 3:	Bevölkerung im Einzugsgebiet der geplanten Fachmarktzeile	26
Tabelle 4:	Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	27
Tabelle 5:	Umsatzerwartung des geplanten Fachmarktes Textil, Schuhe, Sport (3.320 m ² VK)	28
Tabelle 6:	Landesplanerische Überprüfung der vorgesehenen Verkaufsflächen	29
Tabelle 7:	Angebotssituation im Bekleidungs-, Schuh- und Sportsegment (> 400 m ² VK)	30
Tabelle 8:	Umsatzumverteilungseffekte in den untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen im Untersuchungsraum	34

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Planung	5
Abbildung 2:	Umsatzentwicklung des stationären Schuheinzelhandels 2010 – 2020	13