



Auswirkungsanalyse

über die Verlagerung des Norma Standortes Kemptener Straße und der Ergänzung um verschiedene Fachmärkte

in der Stadt Füssen

im Auftrag der
Küblböck Unternehmensgruppe
Wernerwerkstr. 7
93049 Regensburg

30. Oktober 2020

MARKT UND STANDORT · BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Am Weichselgarten 26, 91058 Erlange
Tel. (09131) 973 769 0, FAX. (09131) 973 769 70
Norbert.Lingen@marktundstandort.de





Inhaltsverzeichnis

A	Auftrag und Vorbemerkung	4
B	Grundlagen	4
B.1	Methodik	4
B.1.1	Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft	4
B.1.2	Bestandserhebung	4
B.1.3	Simulationsmodell	5
B.1.3.1	Grundzüge der Methodik	5
B.1.3.2	Verwendete Modellparameter	6
B.1.4	Simulationsrechnung	6
B.1.5	Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall	7
B.1.5.1	Annahmen zum Einzugsgebiet	7
B.1.5.2	Annahmen zur Wettbewerbswirkung	7
B.1.5.3	Annahmen zur Distanzsensibilität	7
B.2	Untersuchter Standort und geplantes Projekt	8
B.2.1	Standort	8
B.2.2	Projektbeschreibung	8
B.2.3	Einordnung in das städtebauliche Gefüge der Stadt Füssen	9
B.2.4	Sozioökonomische Rahmendaten und regionale Einordnung	11
B.2.5	Raumordnerische Vorgaben	11
B.2.6	Tourismus	12
B.2.7	Demographische Entwicklung	13
B.2.8	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	14
B.3	Auswirkungsanalyse	15
B.3.1	Einzugsbereich des Projektes	15
B.3.2	Marktpotenzial	17
B.3.2.1	Füssen	18
B.3.2.1.1	Innenstadt	18
B.3.2.1.2	Füssen Gesamtstadt	20
B.4	Die Kaufkraftströme und die erwarteten Veränderungen	20
B.4.1	Der 0-Fall (Status Quo)	20
B.4.1.1	Kaufkraftströme am Standort Füssen	20
B.4.1.1.1	Periodischer Bedarf	20
B.4.2	Der 1-Fall (Projekt)	21
B.4.2.1	Projekt	21
B.5	Verträglichkeitsuntersuchung für das Projekt	22
B.5.1	Landesplanerische Betrachtung	22
B.5.2	Bewertung der Sortimentsstruktur	24
B.5.2.1	Städtebauliche Auswirkungen auf die Nahversorgung	24
B.5.2.1.1	Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Lebensmittelsortiment	25
B.5.2.1.2	Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Drogeriesortiment	26
B.5.2.1.3	Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Tiernahrung und Zooartikel	27
B.6	Stellplatzbedarf	27
B.7	Abschließende Bewertung	28
C	Anhang	30
C.1	Absatzformen - Definitionen	30
C.2	Markt und Standort Warengruppensystematik 2020	33
C.3	Quellen	37



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Untersucher Standort	8
Abbildung 2 Städtebauliche Einbindung	9
Abbildung 3 Fußläufige Erschließung von Wohngebieten	10
Abbildung 4 Raumordnerische Gliederung (nach Regionalem Planungsverband)	11
Abbildung 5 Bevölkerungsentwicklung 2015 bis 2035 (mittlere Variante)	13
Abbildung 6 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100)	14
Abbildung 7 Einzugsbereich der Stadt Füssen	15
Abbildung 8 Pendlereinzugsgebiet	16
Abbildung 9 Abgrenzung Innenstadt	18
Abbildung 10 Projektrelevante Betriebe in Füssen	20

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Projektrelevante Marktpotenziale	17
Tabelle 2 Sortimentsüberschneidungen des Vorhabens mit Betrieben in der Innenstadt	19
Tabelle 3 Projekt, geplante Sortimente und Umsatzerwartung in Mio. €	21
Tabelle 4 Landesplanerische Berechnung der zulässigen Verkaufsfläche	23
Tabelle 5 Gegenüberstellung der landesplanerisch verträglichen Verkaufsfläche und den Vorhabenflächen	24
Tabelle 6 Abwägungsschwellenwerte für die Beurteilung städtebaulicher Wirkungen des Vorhabens	25
Tabelle 7 Umsatzumlenkungen – Nahrungs- und Genussmittel	25
Tabelle 8 Umsatzumlenkungen – Drogeriesortiment	26
Tabelle 9 Stellplatzbedarf für das Vorhaben	28



A Auftrag und Vorbemerkung

Der Lebensmitteldiscounter Norma ist seit Jahren in Füssen in der Kemptener Straße ansässig. Er verfügt, nach heutigen Maßstäben, über eine unzureichende Verkaufsflächengröße. Im unmittelbarer Standortnähe (gegenüber, südlich der Kemptener Straße) ergibt sich nun eine Möglichkeit zur Verlagerung und Vergrößerung des Norma Marktes auf eine marktgängige Größe. Gleichzeitig bietet das potenzielle Grundstück Platz für weitere Nahversorgungsmärkte. So sieht die aktuelle Planung des Betreibers eine Konstellation von Lebensmitteldiscounter (Norma), Bio-Lebensmittelmarkt, Getränkemarkt und Tiernahrungsfachmarkt vor.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse hat die Aufgabe, die städtebauliche Verträglichkeit des Planvorhabens im Sinne von §11 Abs.3 BauNVO zu prüfen. Darüber hinaus ist die Vereinbarkeit mit Zielen der Landes- und Regionalplanung sowie dem aktuellen Einzelhandelskonzept der Stadt Füssen zu beleuchten.

Die Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH erhielt den Auftrag zur Durchführung der Verträglichkeitsanalyse im Juli 2019 von der Küblböck Unternehmensgruppe in Regensburg. Die Arbeiten erfolgten von Mitte Juni bis Ende Juli 2019. Eine Aktualisierung wurde im August 2020 erarbeitet.

B Grundlagen

B.1 Methodik

Für die Erstellung einer städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse sind zum einen umfangreiche empirische Arbeiten (Bestandserhebungen, Standortbewertungen, Zentrenbegehungen, Abgrenzungen von Haupteinkaufsbereichen, etc.) und zum anderen Modellberechnungen zur Abbildung der Einkaufsbeziehungen in der Region erforderlich. Darüber hinaus sind auch statistische Analysen zur Ermittlung von Kaufkraft und einzelhandelsrelevanten Potenzialen erforderlich. Im Folgenden finden sich kurze Abrisse über die methodischen Ansätze und die verwendeten Modellparameter.

B.1.1 Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet wurde anhand der Bevölkerungsverteilung, der durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben pro Kopf und dem örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ermittelt.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau ist abgeleitet aus der relativen Höhe des durchschnittlich verfügbaren Einkommens, relativiert um einzelhandelspezifische Korrekturrechnungen.¹

Die Einzelhandelsausgaben pro Kopf stellen durchschnittliche Ausgaben je Einwohner und Bedarfsgruppe dar. Sie stammen aus der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes, der Erfassung der unterschiedlichen Verbrauchsangaben nach Haushaltstypen des Statistischen Bundesamtes sowie Verbrauchsstatistiken, die von den unterschiedlichsten Marktforschungsinstituten (GfK, Nielsen, F&I) regelmäßig erfasst werden.

B.1.2 Bestandserhebung

Grundlage der Untersuchung sind zum einen umfassende und vollständige Erhebungen der maßgeblichen Anbieter im Stadtgebiet von Füssen. Zum anderen wurden alle im Untersuchungsraum maßgeblichen größeren Einzelhandelsbetriebe erfasst und in die Untersuchung einbezogen. Erhoben wurden die Verkaufsflächengrößen der für die Untersuchung relevanten Sortimente sowie die Gesamtverkaufsfläche jedes betrachteten

¹ Beispielsweise ergeben sich aus höheren Einkommen nicht zwangsläufig höhere Einzelhandelsausgaben. Die Einkommensentwicklung hat sich seit einigen Jahren bereits abgekoppelt von der Entwicklung der Einzelhandelsumsätze. Diese Tendenzen sind nach Bedarfsgruppen unterschiedlich.



Betriebes sowohl innerhalb des Zentrums als auch bei den größeren Einzelhandelsbetrieben im Untersuchungsgebiet.

Aufgrund des abgegrenzten Einzugsbereiches und der erwarteten Umsatzherkunft des Projekts, wurden die Nahversorgungsstandorte in der Stadt Füssen in die Untersuchung der Zentrenrelevanz einbezogen:

Dort wurde eine Erhebung aller projektrelevanten Betriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Sortimenten und insbesondere projektspezifischen Sortimenten vorgenommen. Diese Erhebung erfolgte sortimentspezifisch. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Betriebe nach dem Sortimentsschwerpunkt wird bei der sortimentspezifischen Erhebung jedes erhobene Sortiment gesondert erfasst und in der Auswertung separat behandelt. So kann sowohl eine betriebs- als auch eine sortiments- oder auch eine standortbasierte Auswertung vorgenommen werden.

Darüber hinaus wurden innerhalb des Einzugsbereiches alle, für die Sortimentsstruktur des Vorhabens maßgeblichen Einzelhandelsbetriebe auf die gleiche Weise erhoben. Über den Einzugsbereich hinaus wurden, soweit erforderlich, im Hause vorliegende Datenbankinformationen verwendet, bzw. Internet-Recherchen vorgenommen.

B.1.3 Simulationsmodell

B.1.3.1 Grundzüge der Methodik

Grundlegend für das Markt und Standort Modell ist die Simulation von einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Angebots- (Einzelhandelseinrichtungen) und Nachfragestandorten (Wohnorte der Verbraucher), die in Ihrer Gesamtheit letztlich Kaufkraftströme darstellen. Die Abbildung der räumlichen Interaktion ist dabei neben der mathematischen Umsetzung von Attraktivitäten (am Angebots- und Nachfrageort) bestimmt durch Distanzwiderstände, die den Aufwand der Raumüberwindung in Abhängigkeit von Interaktionszwecken darstellen.

In der Grundform handelt es sich also um ein Simulationsmodell aus der Familie der Gravitationsansätze, für die Namen wie Reilly (1929), Converse (1949) und Huff (1964) stehen. Die Weiterentwicklung dieser Modellansätze für die praktische Anwendung bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft führte zu Differenzierungen in allen Modellparametern. Neben der vertiefenden sortimentsgruppenspezifischen Analyse der Einkaufsbeziehungen in Bezug auf die Attraktivität der Nachfrage- und Angebotsorte werden auch entsprechend differenzierte warengruppenabhängige Distanzwiderstandsfunktionen verwendet. Die empirisch abgesicherte Kalibrierung erfolgt auf der Grundlage einer Vielzahl durchgeführter Verbraucherbefragungen und regelmäßiger Auswertungen von Verbraucherpanels (F&I, Nürnberg).

Die differenzierten sortimentspezifischen Modellberechnungen erfolgen dann nicht mehr auf der Basis des „Huff-Modells“, sondern werden, ähnlich wie bei der Input-Output-Analyse in sortimentspezifischer Modellumgebung vorgenommen. Die Kalibrierung erfolgt standort-, projekt- und sortimentspezifisch mit Hilfe der jeweils vorliegenden empirischen Daten. Hier spielen insbesondere die umfangreichen Bestandsanalysen, deren Umsatzschätzungen das Modell im 0-Fall simulieren muss, eine wesentliche Rolle. Eventuell vorliegende oder durchgeführte Verbraucherbefragungen helfen ebenfalls bei der Kalibrierung. Iterativ werden die Modellparameter solange eingestellt bis der gewünschte 0-Fall im Modell dargestellt werden kann.



B.1.3.2 Verwendete Modellparameter

Das Ziel des Markt und Standort Simulationsmodell besteht darin, in der Variante 0 zunächst die Realität so gut wie möglich abzubilden. Um die Komplexität des Modells in Grenzen zu halten, ist die Zahl der Modellparameter beschränkt. Somit kann die Realität auch nur begrenzt abgebildet werden. Folgende Parameter werden im Modell verwendet:

Nachfrage: projektrelevante Kaufkraft der Einwohner an ihrem Wohnort

Differenzierung nach Bedarfsgruppen
Berücksichtigung des Einkommensniveaus
Räumliche Differenzierung (Marktzellen) abhängig von der Fragestellung

Angebot: Einzelhandelsstandorte mit Verkaufsflächen und Umsätzen

Differenzierung nach Absatz-(Betriebs-)formen
Differenzierung nach Sortimentsgruppen
Differenzierung nach Standortqualität und Erreichbarkeit (nach Checkliste)
Differenzierung nach Angebotsattraktivität (nach Checkliste)

Distanzen: Distanzmatrix zwischen allen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten im Untersuchungsgebiet

Distanzen mit Routensuchroutine berechnet und mit Hilfe von Testfahrten vor Ort kalibriert (Stauinflüsse, etc.)

Im Rahmen der differenzierten, sortimentspezifischen Weiterberechnung werden die Annahmen zu den Modellparametern differenziert. Die Gewichtung der Distanzen wird beispielsweise nach Bedarfsstufen verändert. Auch verändert sich die Distanzsensitivität in Abhängigkeit von der Wettbewerbsdichte und von Raumstruktur (z.B. Verdichtungsräume, Ländlicher Raum). Spezifische Wettbewerberinformationen, wie z.B. regional unterschiedliche Akzeptanz bestimmter Anbieter („Heimvorteil“ wie z.B. Globus im Saarland, Hornbach in Pfalz, Möbel Höffner in Berlin, etc.) werden berücksichtigt. Von Fall zu Fall und in Abhängigkeit von der Projekt- und Wettbewerbsstruktur können weitere Parameter berücksichtigt werden.

Aktuell geplante Projekte im Untersuchungsgebiet sollen in das Modell einbezogen werden und deren zu erwartenden Auswirkungen integriert werden.

B.1.4 Simulationsrechnung

Im Rahmen der 1-Variante wird das geplante Projekt hinzugefügt und die unveränderte Kaufkraftsumme unter den neuen Rahmenbedingungen wiederum verteilt. Dies führt zu veränderten Umsätzen bei allen Anbietern im Untersuchungsraum. Das Ausmaß der jeweiligen Umsatzveränderungen bei den ansässigen Anbietern ist von der regionalspezifischen- und Standortattraktivität, Größe sowie Verbraucherakzeptanz einerseits und dem entsprechend gewichteten Distanzunterschied zwischen Verbraucherwohnort und Projekt bzw. Verbraucherwohnort und bisher aufgesuchte Anbieter andererseits abhängig. In der Regel sind dabei kleinere, vom Projekt weiter entfernte Anbieter weniger betroffen als nahe gelegene, größere Anbieter. Die Zentren (Zentrale Versorgungsbereiche) werden in ihrer Gesamtheit als ein attraktiver Anbieter gewertet.



B.1.5 Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall

Ein maßgeblicher Arbeitsschritt zur Simulationsberechnung und Kalibrierung des Modells ist die vorherige Definition von Modellannahmen, die das Modellumfeld im vorliegenden Fall definieren und den 0-Fall des Modells bestimmen. Das Ziel der Kalibrierung ist die Einstellung aller Modellparameter zur Darstellung der getroffenen Annahmen im Modell, also zur modellhaften Abbildung der Realität im Untersuchungsbereich.

B.1.5.1 Annahmen zum Einzugsgebiet

Die Standortlage des Projektes ist aufgrund der guten Erreichbarkeit, der Nähe zur Innenstadt und aufgrund des sehr guten Verkehrsanschlusses als günstig zu bewerten. Bezogen auf die Wirkungen in die umgebenden Zentrenstrukturen in der Region, kann die Reichweite als gering angenommen werden, da es sich um ein Nahversorgungsvorhaben, das sich weitgehend auf die Versorgung der Stadt Füssen beschränken wird, handelt. Durch die gute verkehrsräumliche Anbindung und die Lage an der „Einfallachse“ zur Füssener Innenstadt, kann dieser Standort andererseits Agglomerationseffekte mit der Innenstadt geltend machen, die sich in -allerdings begrenzten- Umsatzzuflüssen aus dem Einzugsbereich der Stadt Füssen zeigen werden.

B.1.5.2 Annahmen zur Wettbewerbswirkung

Die Wettbewerbswirkungen des Projektes werden bestimmt durch das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen einerseits und durch die Betriebsform andererseits². Es wird davon ausgegangen, dass Betriebe gleicher oder ähnlicher Betriebsform stark miteinander konkurrieren³. Bei „systemgleichen“⁴ Wettbewerbern wird von einem Höchstmaß an Sortimentsüberschneidungen und Substituierbarkeit ausgegangen. Systemgleiche Wettbewerber verlieren demnach die höchsten Umsatzanteile im Vergleich zu anderen Wettbewerbern. Maßgeblich für die Stärke der Wettbewerbswirkung sind das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen und die Ähnlichkeit des Konzeptes.⁵

B.1.5.3 Annahmen zur Distanzsensibilität

Der Aufwand für die Distanzüberwindung wird zum einen je nach Versorgungsstufe unterschiedlich wahrgenommen. Für die Nahversorgung sind größere Distanzen mit höherem Gewicht zu belegen, als für den aperiodischen Bedarf⁶. Zum anderen wird für die untersuchte Region eine Kalibrierung der Distanzsensitivität vorgenommen. Im vorliegenden Fall ist von einer insgesamt höheren Distanzsensitivität der Verbraucher auszugehen, da es sich um eine Nahversorgungsprojekt handelt. Im städtischen Umfeld ist die Wettbewerbsdichte⁷ relativ hoch ist und deshalb erfolgt die Überwindung größerer Distanzen nur bei sehr starken „Magnetwirkungen“ bestimmter Anbieter, was allerdings, keine allzu Effekte für das untersuchte Projekt bringt.

² Darüber hinaus spielen natürlich alle genannten Modellparameter eine Rolle.

³ Der Begriff „Systemgleiche Konkurrenz“ steht für dieses allgemein anerkannte Faktum.

⁴ Betriebe gleicher Betriebsform und Sortimentskonzeption

⁵ Hier werden Aspekte, wie Discount- und Preisorientierung, Markenorientierung und Serviceausrichtung berücksichtigt.

⁶ Hierzu wird im Modell eine Gauss-Funktion verwendet, die es ermöglicht, Distanzen unterschiedlich zu gewichten.

⁷ Anzahl der Wettbewerber je Raumeinheit.

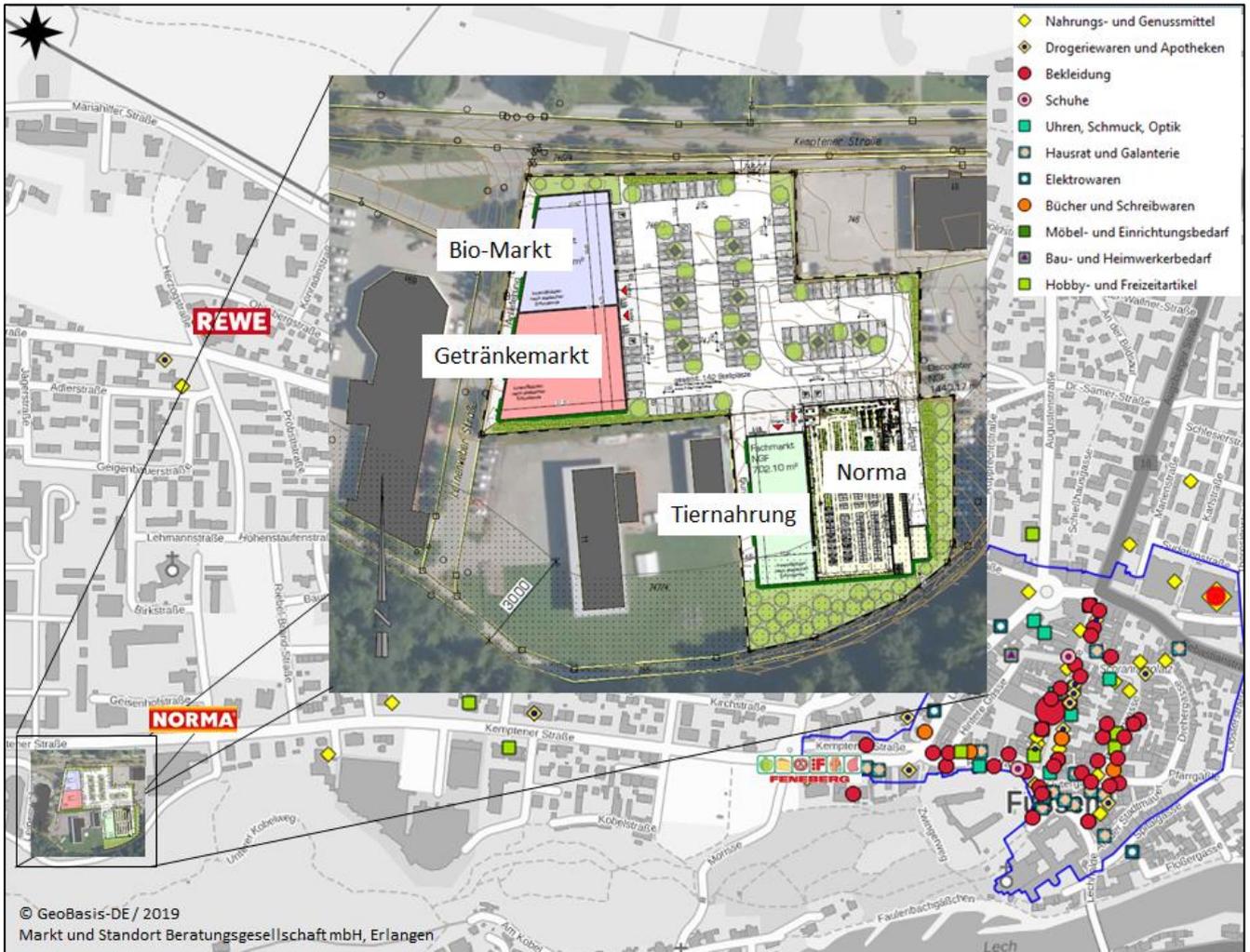


B.2 Untersucher Standort und geplantes Projekt

B.2.1 Standort

Die unmittelbare Nachbarschaft des Vorhaben-Grundstückes ist durch Wohnen und Gewerbe geprägt. Die Distanz zur Morisse beträgt rund 500 Meter, zu anderen Zielen der Innenstadt zwischen 500 und 1.000 Meter.

Abbildung 1 Untersucher Standort



eigene Darstellung 2020

B.2.2 Projektbeschreibung

Bei dem Projekt handelt es sich um eine Konzentration von Nahversorgungsanbietern, die ein Teilspektrum der Nahversorgungsangebotes abbildet. Für die **Ansiedlung** ist folgendes geplant:

Betriebsform	Verkaufsfläche Betrieb Gesamt
Lebensmitteldiscounter	1.200
Bio-Lebensmittelmarkt	650
Getränkemarkt	700
Tiernahrungsmarkt	650
Verkaufsfläche Sortiment Gesamt	3.200

Quelle: Angaben des Auftraggebers und eigene Annahmen zur Sortimentsaufteilung in den Betriebsformen



Insgesamt sind vier Fachmarkt geplant. Zwei davon bieten unterschiedliche Betriebsformen und Qualitätsstufen des Lebensmittelhandels an (Discount und Bio), der Getränkemarkt ergänzt das Nahversorgungsspektrum und der Fachmarkt Tiernahrung fügt eine zielgruppenspezifische Versorgungsoption hinzu.

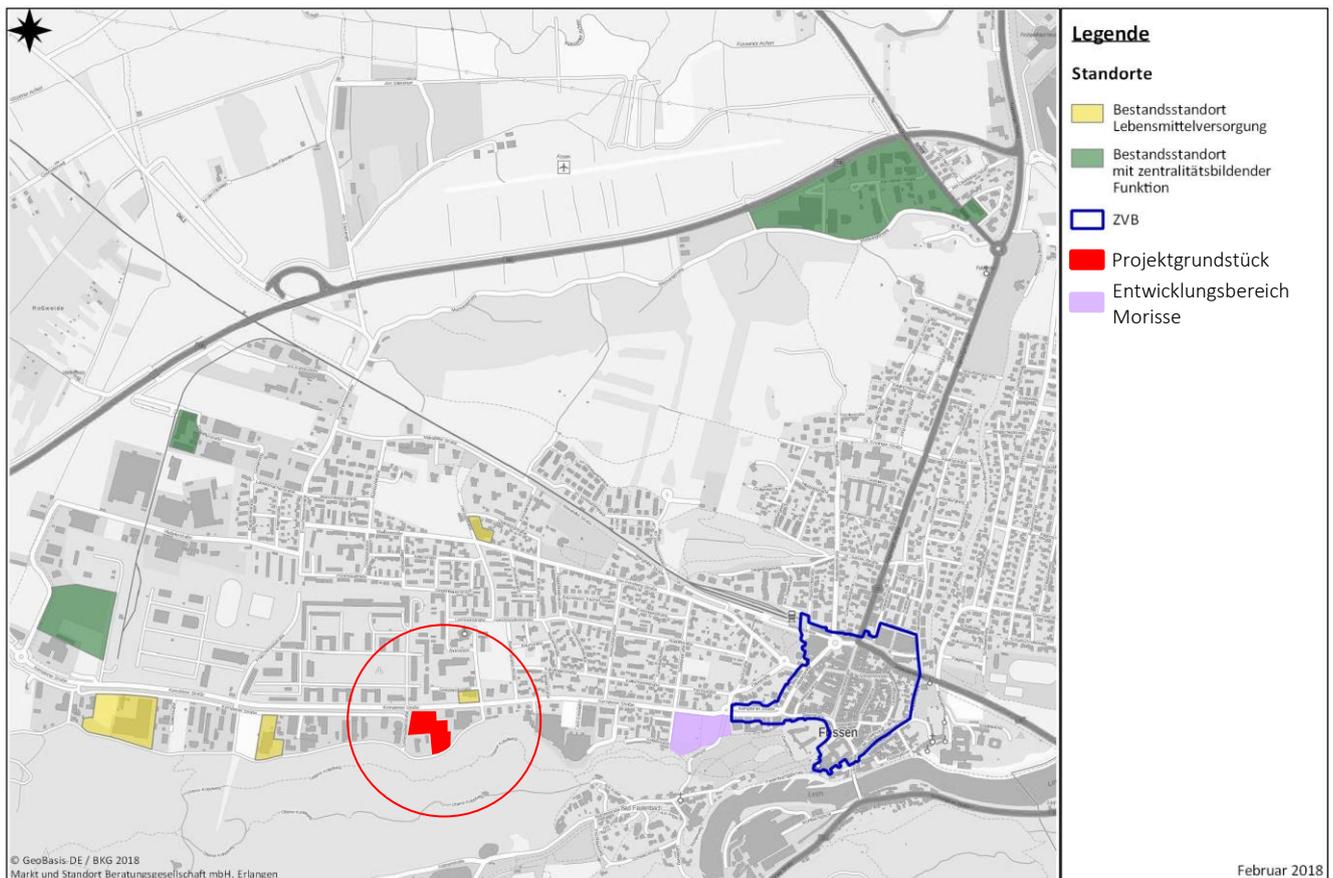
Die Sortimente rekrutieren sich überwiegend aus dem Nahversorgungsspektrum. Ergänzende Sortimente aus den Bereichen Bekleidung (Strümpfe etc.), Schreibwaren, Hausrat, bzw. wechselnde Sortimente im Discounter aus dem Hobby- und Freizeit- oder Tiernahrung und Zooartikel gehören zum Standortangebot. Die ergänzenden Randsortimente sind deutlich untergeordnet unter die jeweiligen Kernsortimente und machen rund 5% der gesamten Verkaufsfläche aus.

B.2.3 Einordnung in das städtebauliche Gefüge der Stadt Füssen

Der untersuchte Standort liegt an der Kemptener Straße und ist einerseits autokundenorientiert, aber auf der anderen Seite aufgrund der fußläufigen Nähe zur Innenstadt als integriert zu werten. Von diesem Standort aus kann die gesamte westliche Kernstadt Füssens innerhalb von 800 bis 1.000 Meter erreicht werden. Auch der westliche Teil der Innenstadt liegt in kurzer Distanz zum Standort.

Eine Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr ist gegeben. Die Haltestelle Kemptener Birkstraße/Realschule Füssen liegt rund 150 m östlich des Standortes an der Kemptener Straße die Buslinien 70 und 71 schaffen eine Anbindung an den Bahnhof Füssen sowie in andere Teile der Stadt (Linie 70 Stadtverkehrs Füssen) sowie nach Pfronten, Nesselwang und Kempten. Im Schnitt ist tagsüber ein Taktverkehr von 30 Minuten gewährleistet.

Abbildung 2 Städtebauliche Einbindung



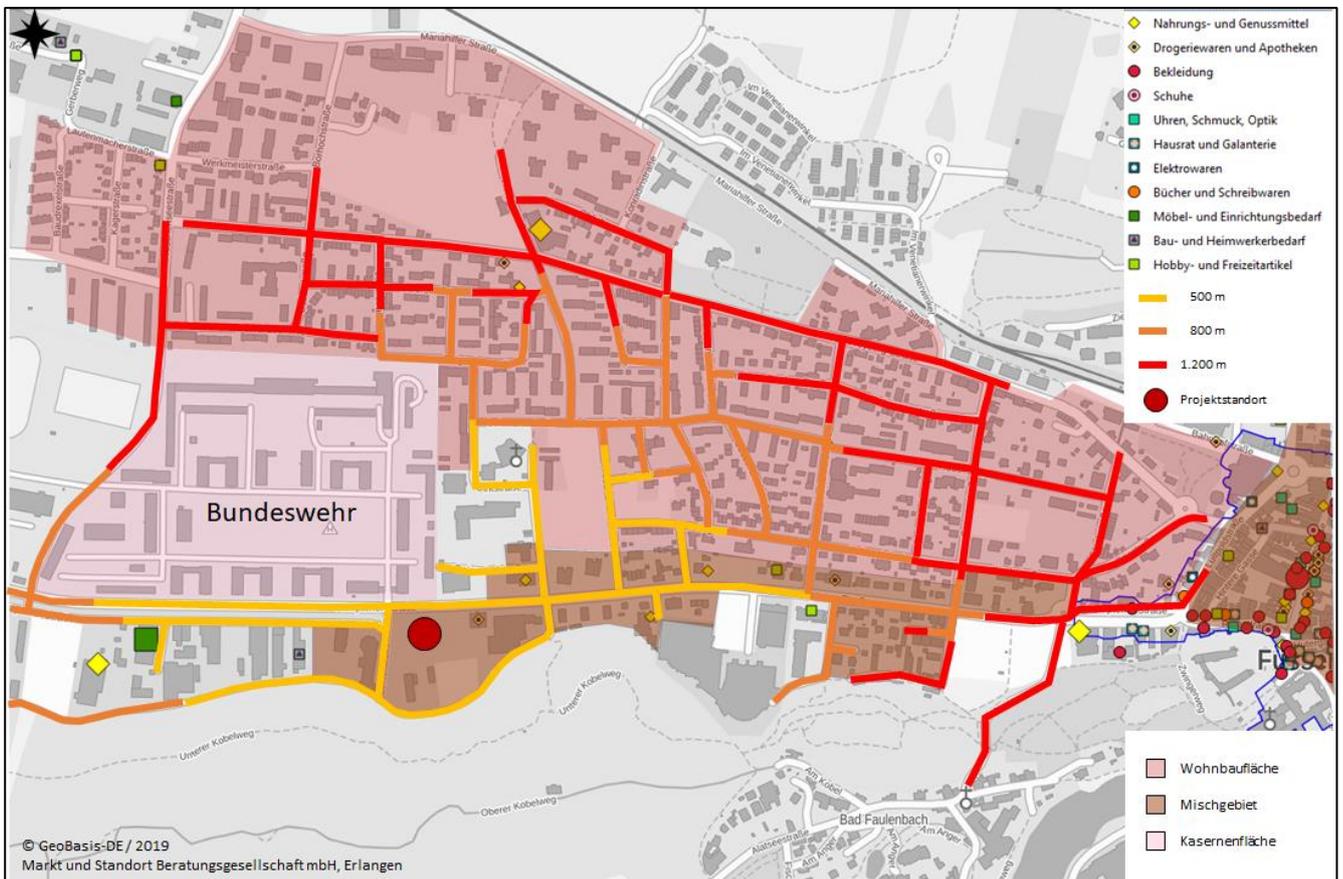
Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Füssen, 2018

Der Planstandort schließt sich an den Bestandsstandort Einzelhandel „Norma“ in der Kemptener Straße an. Er liegt auf der Hauptachse der Kemptener Straße zwischen wichtigen Einzelhandelsstandorten der Stadt Füssen.



Zentralitätsbildende Standorte finden sich im gewerblichen Umfeld des Westens und Nordens des Stadtgebietes. Die Nahversorgungsstandorte, einschließlich des Vorhabenstandortes, konzentrieren sich in durch Wohnnutzung dominierten Stadtteilen.

Abbildung 3 Fußläufige Erschließung von Wohngebieten



Quelle: eigen Darstellung

Der Planstandort liegt unmittelbar gegenüber der Bundeswehrrkasernen. Am Standort sind nach Angabe der Bundeswehr rund 500 Soldaten stationiert. Der Standort selbst liegt im Mischgebiet. In fußläufiger Distanz sind die dicht besiedelten Wohngebiete westlich der Innenstadt zu erreichen. Innerhalb von 800 Metern fußläufiger Distanz sind ungefähr 40% der Wohnbauflächen, innerhalb von 1.200 Metern rund 80% der Wohnbauflächen erreichbar.

Ein Wohnbauprojekt hinter dem derzeitige Norma Standort (ehemaliges Gästehaus des Eissports) ist, laut Angaben der Stadt Füssen, mit 30 Wohnungen im Bau. Eine weitere Nachverdichtung soll auf der Freifläche nördlich der Kemptener Straße zwischen Birkstraße und Riebel-Brand-Straße entstehen.

Der Altstandort Norma ist im Einzelhandelskonzept als integrierter Standort eingestuft. Diese Einstufung ist aufgrund der fußläufigen Erreichbarkeit einer hohen Zahl von Bürgern sowie der guten ÖPNV Anbindung auf den neuen Projektstandort übertragbar.

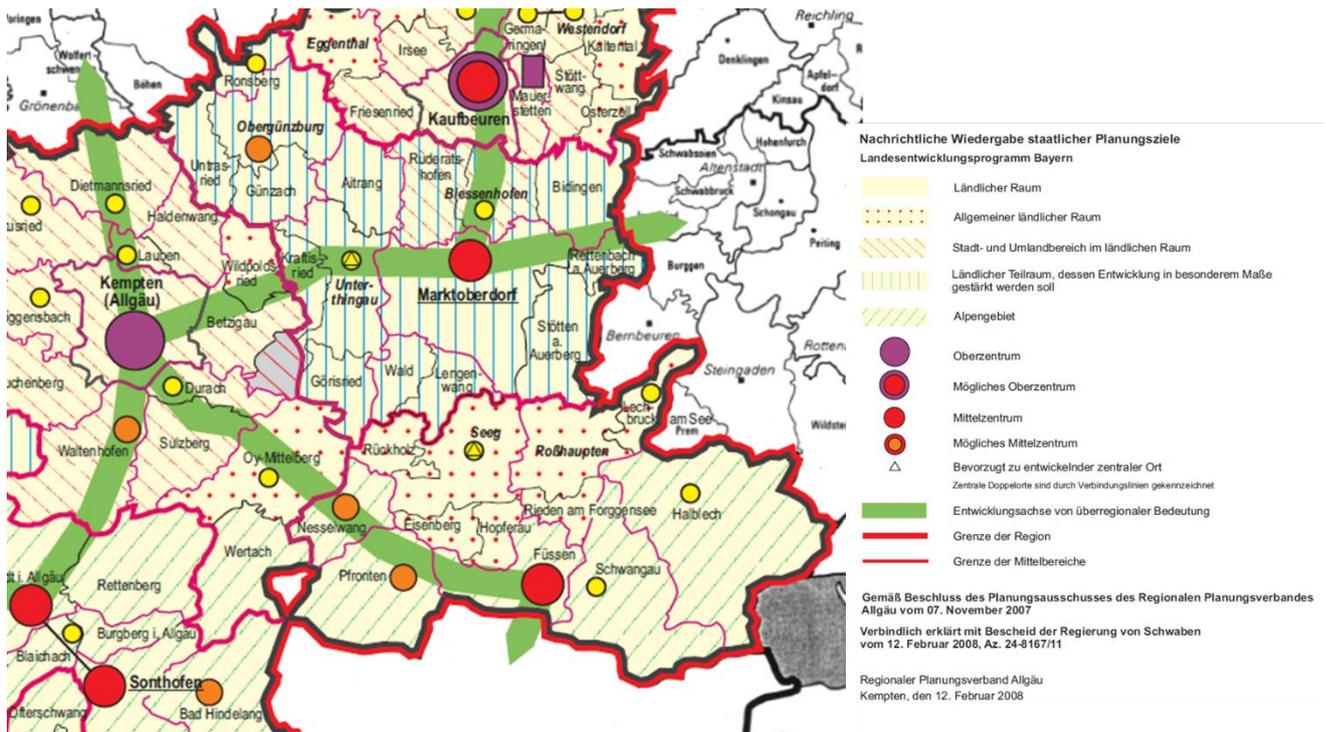


B.2.4 Sozioökonomische Rahmendaten und regionale Einordnung

B.2.5 Raumordnerische Vorgaben

Grundlage für die Landesplanung in Bayern ist das Landesplanungsgesetz (LPlG). Das für Raumordnung und Landesplanung zuständige Ministerium hat demgemäß ein Landesentwicklungsprogramm entwickelt, das Ziele und Grundsätze der Landesplanung für die Gesamtentwicklung des Landes Bayern formuliert. Das Landesentwicklungsprogramm ist im Juni 2012 in Kraft getreten.

Abbildung 4 Raumordnerische Gliederung (nach Regionalem Planungsverband)



Quelle: Regionaler Planungsverband Allgäu, 2008

Die Stadt Füssen liegt im Grenzgebiet zu Österreich in der im LEP als Alpengebiet ausgewiesenen Raumkategorie. Sie liegt zudem auf einer Entwicklungssachse von überregionaler Bedeutung welche innerdeutsch in Richtung des Oberzentrums Kempten ausgerichtet ist und nach Süden in Richtung Österreich weist. Die Stadt ist als Mittelzentrum ausgewiesen und hat die Aufgabe den zugewiesenen Mittelbereich (Pfronten, Schwangau, Halblech, Seeg, Lechbruck, Rückholz, Roßhaupten, Eisenberg Hopferau und Rieden am Förgensee) zu versorgen.

Ferner sind die Festsetzungen aus dem LEP 2018 zu berücksichtigen:

Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) Vom 1.3.2018

5.3.1 Lage im Raum (Z)

Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen nur in zentralen Orten ausgewiesen werden

5.3.2 Lage in der Gemeinde (Z)

Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen.



5.3.3 Zulässige Verkaufsflächen (Z)

Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

5.3.5 Zielabweichungsverfahren in grenznahen Gebieten (G)

Zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der grenznahen Gebiete und deren Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen soll in diesen Gebieten das Zielabweichungsverfahren bei der Zulassung von Einzelhandelsgroßprojekten unter Berücksichtigung der Praxis in den Nachbarländern flexibel gehandhabt werden.

Regionalplan der Region Allgäu (16) (Verordnung zur Neufassung des Regionalplanes der Region Allgäu (16) Bekanntmachung vom 10. Januar 2007)

2.1.1 (Z)

Es ist auf die Sicherstellung einer flächendeckenden verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung mit Einzelhandelsleistungen auch im dünner besiedelten ländlichen Raum der Region hinzuwirken und diese über die gemeindliche Bauleitplanung abzustützen.

2.1.2 (G)

Es ist anzustreben, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und ihrer Innenstädte sowie Ortskerne durch die Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht wesentlich beeinträchtigt wird

B.2.6 Tourismus

Neben der einheimischen Bevölkerung stellen Touristen ein wichtiges Umsatzpotenzial für den örtlichen Einzelhandel dar. Die Stadt Füssen ist stark vom Tourismus geprägt. Der Kneippkurort profitiert sowohl durch die Lage an den Alpen, der österreichischen Grenze und insbesondere durch die unmittelbare Nähe zur Touristenattraktion „Schloss Neuschwanstein“, welches einen weltweiten Bekanntheitsgrad hat. Daneben ist die Stadt Etappenort wichtiger Tourismusrouten wie der „Romantischen Straße“ oder der „Deutschen Alpenstraße“. So konnten 2017 rd. 1,34 Mio. Gästeübernachtungen und rd. 2,5 Mio. Tagesgäste in der Stadt Füssen erfasst werden. Somit stellen die Touristen ein großes Umsatzpotenzial für den örtlichen Einzelhandel dar

Eine aktuelle Studie des dwif⁸ hat ergeben, dass etwa 11,8% der Bruttoumsätze am jeweiligen Tourismusort bei den Übernachtungsgästen in Betrieben des Einzelhandels fließen. Bei den Tagesgästen sind dies rund 37,6%. Insgesamt beläuft sich die Wertschöpfung für den Einzelhandel auf rund 42,5 Mio. Euro.

⁸ dwif Jahrbuch für Fremdenverkehr 2012, dwif Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland 2010 und 2002, dwif Tagesreisen der Deutschen 2005, dwif 2017



B.2.7 Demographische Entwicklung

Grundlage der Abbildungen bildet die Regionale Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes sowie deren Vorausberechnungen.

Abbildung 5 Bevölkerungsentwicklung 2015 bis 2035 (mittlere Variante)



Veränderung 2035 gegenüber 2015
in Prozent

Veränderung 2035 gegenüber 2015 in Prozent	Häufigkeit
unter -7,5 „stark abnehmend“	6
-7,5 bis unter -2,5 „abnehmend“	17
-2,5 bis unter 2,5 „stabil“	20
2,5 bis unter 7,5 „zunehmend“	27
7,5 bis unter 12,5 „stark zunehmend“	18
12,5 oder mehr „sehr stark zunehmend“	8

Minimum: Lkr Wunsiedel i. Fichtelgebirge -15,2 %
Maximum: Lkr Dachau +17,2 %
Bayern: +5,4 %

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2016

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Bevölkerung im Bereich der Stadt Füssen wachsen wird. Dies bedeutet einen Zugewinn an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft bei gleichzeitig tendenziell steigenden Ausgabenbeträgen. Für die Stadt Füssen wird eine Zunahme der Bevölkerung bis 2037 (Basisjahr 2017) um 3,8% auf rund 16.100 Einwohner prognostiziert⁹.

Die Betrachtung der zukünftigen Raumentwicklung auf der Grundlage der Prognose des Statistischen Landesamtes zeigt, dass der Standortraum um Füssen zukünftig von Bevölkerungszunahme geprägt sein wird. **Für den Einzelhandel bedeutet dies stabile bis leicht wachsende Potenziale in der Stadt Füssen.** Es sind zusätzlichen Potenzialreserven zu erwarten.

Trends geben lediglich ein mögliches Entwicklungsszenario vor. Durch gezielte Stadt- und Wirtschaftsentwicklungspolitik können Städte ganz erheblich gegen solche allgemeinen Trends steuern und zukunftsfähige Strukturen bilden und erhalten.

⁹ Vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik, Demographiespiegel für Bayern, Stadt Füssen Berechnungen bis 2037, Juli 2019

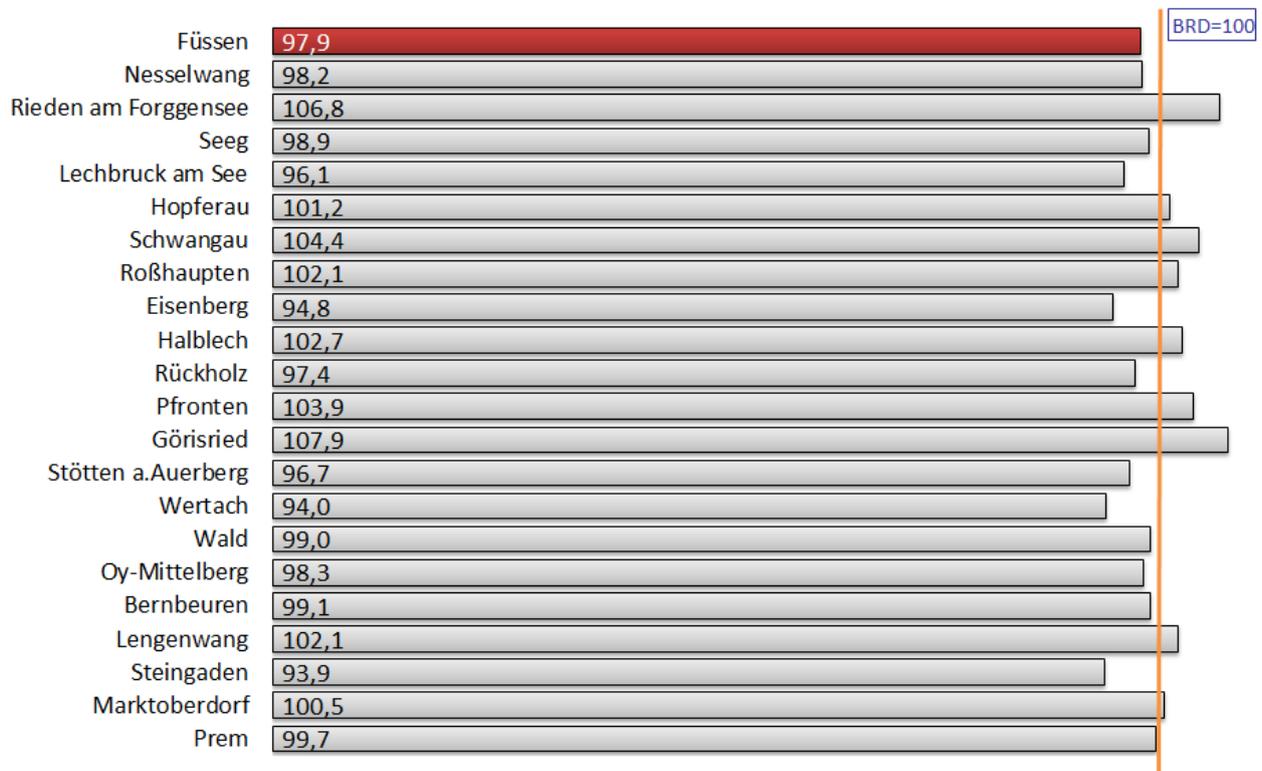


B.2.8 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Kaufkraftverhältnisse innerhalb einer Region lassen sich am ehesten durch die Kaufkraftkennziffern darstellen. Die **Kaufkraftkennziffern**¹⁰ geben Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage. In Verbindung mit den aktuellen Zahlen zur (ortsansässigen) Bevölkerung, erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Waren und Gütern, die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen distribuiert werden.

Die ausgewiesenen Kaufkraftindizes messen die jeweiligen regionalen Ergebnisse am Bundeswert, oder den Werten für die alten/ neuen Bundesländer. Der Durchschnittswert wird dabei auf 100 gesetzt. Demnach bedeutet ein Wert über 100 eine überdurchschnittliche Kaufkraft, ein Wert unter 100 eine unterdurchschnittliche Kaufkraft in der Region. Kaufkraftindizes sind grundsätzlich Betrachtungen je Einwohner einer Region und werden somit zum „Durchschnittseinwohner“ in Beziehung gesetzt.

Abbildung 6 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100)



Quelle: MB-Research, Nürnberg 2020

¹⁰ Kaufkraftkennziffern sind jährlich berechnete Vergleichswerte! Die Analyse von Zeitreihen dieser Einzelhandelszentralitätskennziffern stellt besonders hohe Anforderungen an die Interpretationskunst, denn durch die zusätzliche Dimension des Zeitverlaufs wird die Berücksichtigung vielfältiger Relationen erforderlich. Hier sind die Veränderungen der Relation zwischen verschiedenen Gemeinden, der Relation zwischen Bundesdurchschnitt und Gemeindeverten, im Falle von Pro-Kopf-Werten auch noch die Relation der Bevölkerungsentwicklung zwischen Bundesrepublik und Gemeinde, und die Relationen zwischen Kaufkraft- und Umsatzentwicklung bundeweit und in der Gemeinde jeweils zu berücksichtigen. Zeitvergleiche der Zentralitätskennziffern sind grundsätzlich komplex und mit der bloßen Aneinanderreihung der jährlich veröffentlichten Werte methodisch fragwürdig. Ein leicht nachvollziehbares Problem für den Zeitvergleich ist der steuerliche Aspekt. Da die Umsatzkennziffern eine Bruttoumsatzbetrachtung darstellen ist die Umsatzsteuer in den Zentralitätskennziffern enthalten. Veränderungen der Umsatzsteuerquote oder auch Verschiebungen in den Umsatzsteuersätzen der Sortimente über die Jahre nehmen Einfluss auf die Bruttoumsatzdaten und führen zu Verwerfungen im Zeitvergleich. Letztlich verbietet sich aufgrund der Vielzahl möglicher methodischer Brüche deshalb ein zeitlicher Vergleich der jährlich erscheinenden Zentralitätskennziffern. Dabei wird der mögliche Fehler umso größer je länger der Vergleichszeitraum ist. Möchte man auf den Zeitvergleich nicht verzichten, so wäre die Rückrechnung der Zentralitätskennziffer vom aktuellen Jahr auf der Basis des aktuellen Datenkenntnisstandes, der aktuellen Umsatzsteuersätze, den aktuellen kommunalen Gebietszuschnitten in die Vergangenheit die Methode der Wahl.



Danach herrschen leicht unterdurchschnittliche Einkommen in der Region vor, die naturgemäß Auswirkungen auf die Einzelhandelsausgaben haben. Für die Stadt Füssen wurde ein Kaufkraftindex von 99,1 ermittelt. Damit liegt die Stadt sehr nahe am Bundesdurchschnitt. Allerdings kann über die tatsächlichen Umsatzchancen des Einzelhandels, ausschließlich auf Basis der Kaufkraftkennziffern, keine Aussage gemacht werden. Vielmehr handelt es sich um eine erste regionale Benchmark.

B.3 Auswirkungsanalyse

Die Auswirkungsanalyse für das geplante Projekt beinhaltet zunächst die Darstellung und Bewertung der Bestandssituation in Füssen. Dazu gehört der zu erwartende Einzugsbereich des Projektes. Er wird in seinen Nachfrage- und Angebotsstrukturen beschrieben. Auf der Basis dieser Analysen werden die Ergebnisse der Modellberechnungen (Analyse der Einkaufsbeziehungen) dargestellt und als Kaufkraftströme quantifiziert.

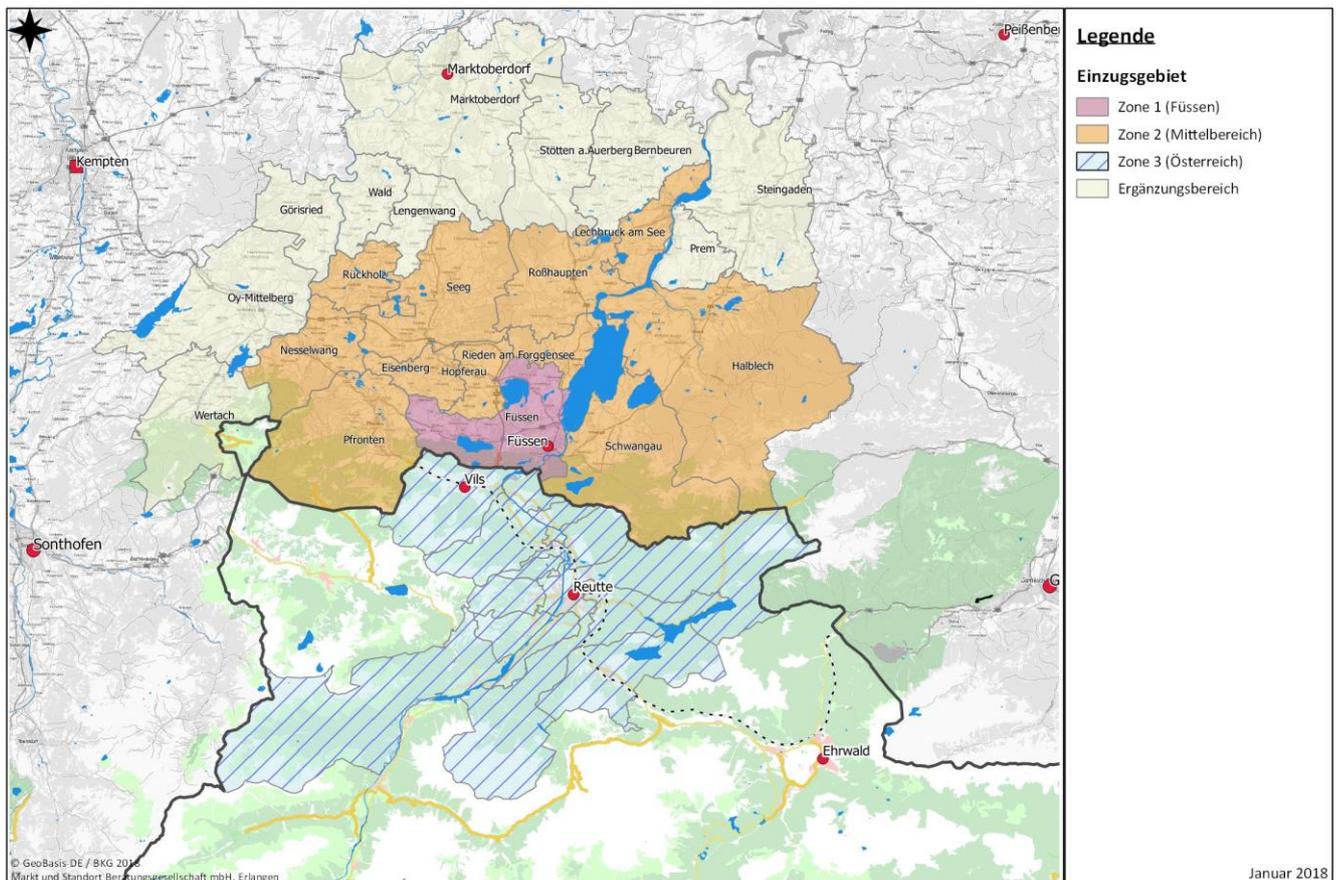
In Simulationsrechnungen werden dann die Veränderungen der Kaufkraftströme ermittelt, die durch das zu prüfende Projekt verursacht werden.

Die städtebaulichen Bewertungen dieser Kaufkraftstromveränderungen werden auf dieser Basis erarbeitet und der Einfluss der aktuellen Planungen in der Region und in Füssen bewertet.

B.3.1 Einzugsbereich des Projektes

Der Einzugsbereich des Projektes ist aufgrund seiner Lage stark beeinflusst von der räumlichen Reichweite der Innenstadt Füssens.

Abbildung 7 Einzugsbereich der Stadt Füssen



Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Füssen, 2018

Für den geplanten Zoofachmarkt können als Einzugsbereich die Zonen 1, 2 sowie in geringerem Maße der Ergänzungsbereich angenommen werden, das es sich nicht ausschließlich um Nahversorgungsangebote handelt.



Dabei ist die Ausdehnung des Einzugsbereiches grundsätzlich von der Angebotsstruktur des Projektes, die nahversorgungsorientiert ist, und zum anderen von der Verkehrslage und der Erreichbarkeit für die Verbraucher abhängig. Die Standortlage des Projektes ist ausgezeichnet, gut erreichbar und verkehrsgünstig gelegen.

Die vier Zonen des Einzugsbereiches stehen für die unterschiedlich starke Marktausschöpfung der Innenstadt. Die höchsten Marktanteile erzielt die Innenstadt Füssens in den Zonen 1 und 2 sowie auf der österreichischen Seite (Zone 4). Bei der Zone 3 handelt es sich um den ergänzenden Einzugsbereich der Innenstadt. Dort bindet der innerstädtische Einzelhandel geringere Marktanteile als im Kerngebiet.

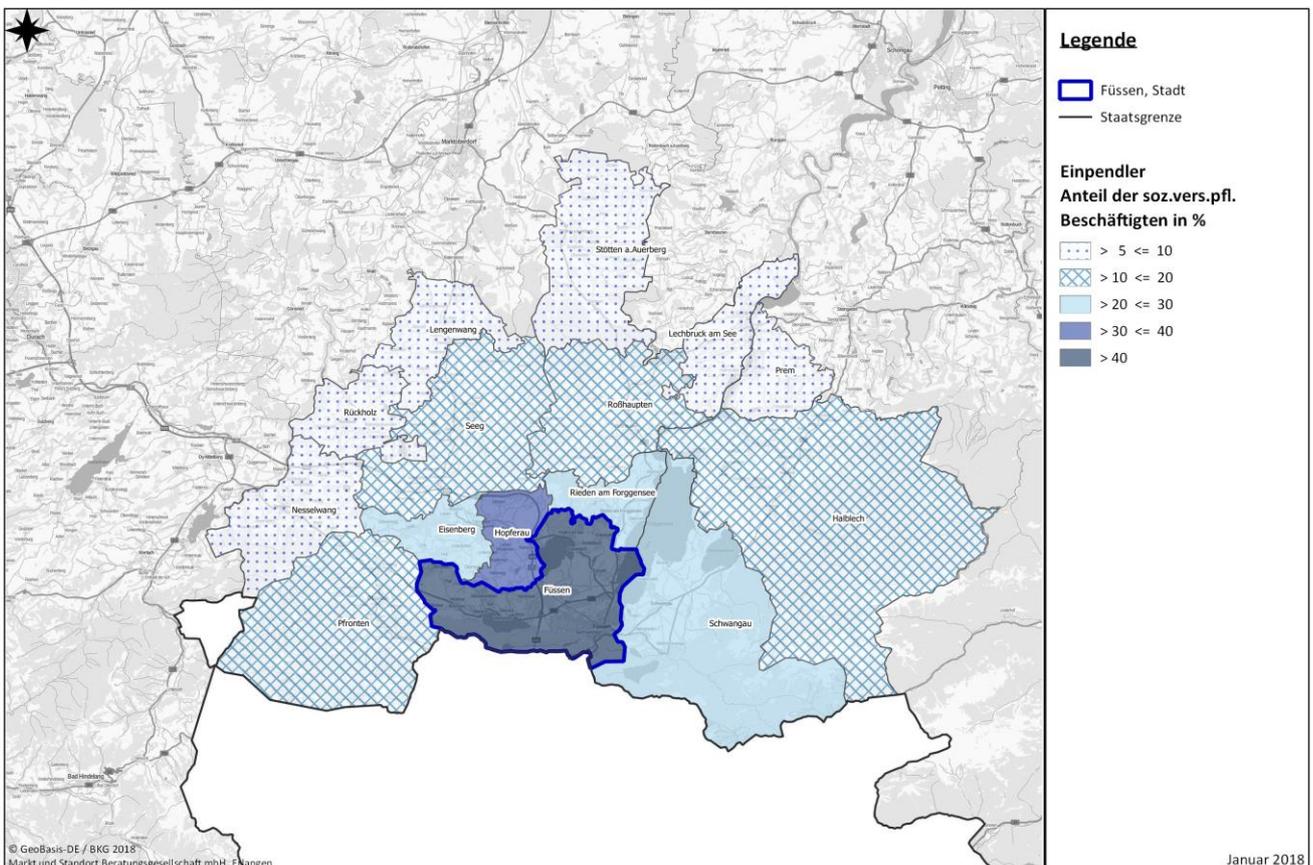
Für die Reichweite des Planvorhabens steht in erster Linie die Nahversorgungsfunktion, die sich vor allem auf das westliche Stadtgebiet, aber auch auf die übrige Kernstadt bezieht. Hier wird das Vorhaben die größten Umsatzanteile binden. Umsatzanteile aus den Zonen 2 bis 4 sind als Mitnahme Käufe von Innenstadtbesuchern und Pendlern aus diesen Gebieten zu werten. Das wird sich auf die zu erzielenden Marktanteile niederschlagen, die in der Zone 1 mit Abstand am höchsten sein und in den Zonen 2 bis 4 spürbar niedriger sein werden.

Die Ausschöpfung der Zonen des Einzugsbereiches wird durch Marktanteile bestimmt, die außerhalb der Zone 1 für das Planvorhaben vergleichsweise niedrig sein werden.

Pendlerdaten

Eine für den Einzelhandel bedeutende Größe in einer Gemeinde stellen die Ein- und Auspendler dar. Da sich Beschäftigte tagsüber, v. a. aber auf dem Nachhauseweg am Abend versorgen, kommt diese Kaufkraft z.T. auch dem Einzelhandel am Arbeitsort zu Gute. Der Pendlersaldo der Stadt Füssen verfügt über einen positiven Pendlersaldo, bei rund 6.600 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte am Arbeitsort und rund 5.700 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte am Wohnort.

Abbildung 8 Pendlereinzugsgebiet



Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Füssen, 2018



B.3.2 Marktpotenzial

Das Potenzial für den Einzelhandel im Einzugsbereich ergibt sich zum einen aus der Bevölkerungskonzentration und -verteilung und zum anderen aus den Pro-Kopf-Ausgaben, die Grundlage für die Berechnung der Einzelhandelsausgaben sind. Folgende bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben werden für diese Studie zugrunde gelegt.

Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke	Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Drogeriewaren	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)
2.786	590	667	159	112	116
Elektrowaren	Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf (Zoo)	Hobby-, Sport und Freizeitartikel	Gesamt
583	214	621	582(49)	388	6.819

Quelle: Eigene Berechnungen, BBE, Umsatzsteuerstatistik, Einkommens- und Verbrauchsstichprobe, diverse Branchenverbände

Aus der Verrechnung mit dem Einkommensniveau und der Bevölkerungszahl ergibt sich das im Einzugsbereich verfügbare einzelhandelsrelevante Potenzial, das den Einwohnern jährlich für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Ausgaben für Zooartikel sind in der Sortimentsgruppe Bau-, Garten- und Heimwerkerartikel mit einem Ausgabenwert von 49 € pro Kopf integriert.

Insgesamt stehen folgende Marktpotenziale zur Verfügung:

Tabelle 1 Projektrelevante Marktpotenziale

	Einwohner Stand 31.3.2019,	Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke in Mio. Euro	Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Drogeriewaren in Mio. Euro	Tiernahrung, Zooartikel in Mio. Euro	Gesamt projektspezifisches Potenzial in Mio. Euro
Zone 1	15.608	42,6	9,0	0,7	52,3
Zone 2	32.512	92,1	19,5	1,6	113,1
Zone 3	36.379	100,3	21,2	1,8	123,2
Zone 4 (Österreich)	18.867	49,1	10,6	0,8	60,6
Summe Zonen	103.366	284,1	60,4	5,0	349,4

Quelle: eigene Berechnungen, 2020

Damit steht der Bevölkerung im Einzugsbereich ein einzelhandelsrelevantes, projektbezogenes Potenzial in Höhe von rund 349,4 Mio. Euro zur Verfügung. Die genannten Potenziale sind Grundlage für die Umsatzschätzung sowie die Berechnung der Auswirkungen der Kaufkraftumlenkungen, die durch das geplante Projekt im Einzugsbereich verursacht werden.

Zusätzlich dazu stehen aus touristischen Potenzialen (Übernachtungsgäste und Tagesbesucher in Füssen¹¹) projektspezifisch ergänzende 12,4 Mio. Euro zur Verfügung (8,1 Mio. Euro für Lebensmittel und 4,3 Mio. Euro für Drogeriewaren)¹².

¹¹ Vergleiche Kapitel B.2.6 Tourismus

¹² Für die Brancheverteilung der Tourismusausgaben vergleiche auch dwif diverse Ausgaben und BBE/HDE 2017, Bedeutung des Tourismus für den Einzelhandels in Bayern



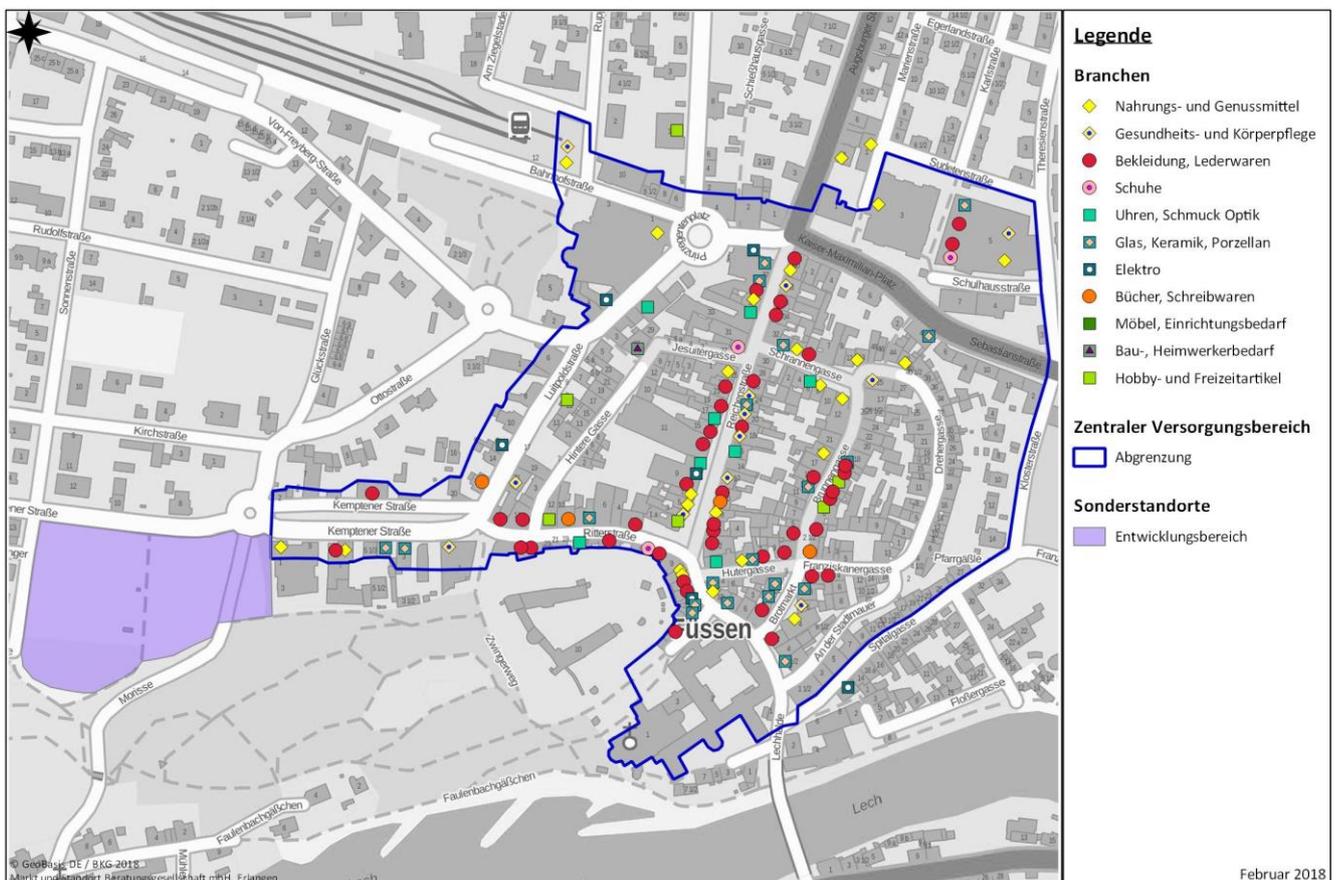
B.3.2.1 Füssen

Die Stadt Füssen spielt aufgrund der Konzentration von Einzelhandelsflächen in ihrem Stadtgebiet eine wichtige Rolle für die Versorgung in der Region. Die Konzentration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist gemäß der zentralen Funktion deutlich ausgeprägt. Die größten Agglomerationen von Einzelhandelsflächen befinden sich dabei in der Innenstadt von Füssen (Feneberg, Netto, Rewe) sowie an den Standorten Moosangerweg (Aldi, Lidl), sowie Kemptener Straße (V-Markt, Lidl, Norma).

B.3.2.1.1 Innenstadt

Die Einzelhandelsschwerpunkte in der Füssener Innenstadt befinden sich in der Fußgängerzone (Ritterstraße, Reichenstraße, Brunnengasse, Lechhalde, Hutergasse, etc.) sowie im Bereich Ottostraße/Bahnhofstraße. Wichtig ist auch die Nennung der Entwicklung Theresienhof im Bereich Sebastian- /Theresienstraße.

Abbildung 9 Abgrenzung Innenstadt



Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Füssen, 2018

Die Abbildung zeigt den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Füssen im heutigen Zustand. Ergänzend Kommt zukünftig das Morisseareal als Erweiterungsgebiet in Frage¹³.

¹³ Bis heute im Juli 2019 haben sich kleinere Veränderungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ergeben. Die größte davon ist die Schließung des Vögele Bekleidungsfachmarktes im Theresienhof. Alle ermittelten Veränderungen haben keine Auswirkungen auf die Beurteilung des zu prüfenden Vorhabens.



Projektrelevante Verkaufsfläche im Zentralen Versorgungsbereich

Nahrungs- und Genussmittel	3.510 qm
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1.790 qm

Die Innenstadt umfasst alle maßgeblichen Einzelhandelsbetriebe sowie die bestehenden ergänzenden Dienstleistungsstrukturen, Gastronomie und die öffentlichen Einrichtungen. Durch ihre **Multifunktionalität** ist sie als wichtigster Versorgungsbereich v. a. für den mittelfristigen Bedarf zu werten.

Innerhalb der Innenstadt sind nur sehr wenige Flächenpotenziale für größere (Verkaufsfläche >250 qm) Fachgeschäfte oder Fachmärkte verfügbar.

Die Abbildung zeigt die 2018 ansässigen Einzelhandelsbetriebe, die sich in den Bereichen der Ritterstraße, Reichenstraße, Hutergasse sowie Brunnen- und Schranngasse konzentrieren. Hier konzentriert sich der innerstädtische Handel. Hier sind die besten Einkaufslagen von Füssen. Die wichtigen Magnetbetriebe der Innenstadt finden sich ebenfalls hier. Dazu zählen Intersport, Alpinsportzentrale, Woolworth, Modehaus Kohl, Engel Moden, Engbers, Bonita, Trachten Werner, die Betriebe im Theresienhof sowie zahlreiche kleinere, teils hoch spezialisierte Fachgeschäfte sowie nicht zu vergessen das Lebensmittelhandwerk (Metzgereien und Bäckereien).

Projektbezogen konzentrieren sich die Lebensmittelverkaufsflächen auf Rewe im Theresienhof, Netto und Feneberg in der Kemptener Straße. Sie belegen zusammen ungefähr 2.400 qm Lebensmittelverkaufsfläche. Die übrige Lebensmittelverkaufsfläche verteilt sich 20 weitere Betriebe mit einem Sortimentsschwerpunkt Lebensmittel. Weitere 5 Betriebe bieten Lebensmittel noch im Nebensortiment an. Dazu gehören u.a. die beiden Drogeriemärkte Müller in der Kemptener Straße und Rossmann im Theresienhof. Sie belegen zusammen rund 900 qm reine Drogeriewaren und knapp 60 qm Lebensmittel. Die übrigen rund 200 qm werden durch Hausrat, Schreibwaren und andere typische Nebensortimente belegt.

Tabelle 2 Sortimentsüberschneidungen des Vorhabens mit Betrieben in der Innenstadt

Anbieter	Lebensmittel verkaufsfläche in qm	Drogerieverkaufsfläche in qm	Übrige Sortimente in qm	Betroffene betriebe insgesamt
In großflächigen Lebensmittelmärkten (Feneberg, Rewe)	1.900	330	120	2.350
In Drogeriemärkten (Müller, Rossmann)	60	900	170	1.130
Übrige Innenstadtbetriebe (Netto, Bäcker, Metzger, Reformhaus, Apotheken, Sanitätshaus etc.)	1.550	560	1.331	3.441
Verkaufsflächen in Betrieben mit Sortimentsüberschneidung gesamt	3.510	1.790	1.621	6.921

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen 2019

Die innerstädtischen Betriebe, die indirekt (im Nebensortiment) von Sortimentsüberschneidungen betroffen sind, verkaufen zu gut 40% andere Sortimente. Im Kernsortiment handelt es sich in der Regel um Spezialisten (Bäcker, Metzger, Reformhäuser, Sanitätshäuser, Parfümerien, Apotheken etc.), die nicht als systemgleiche, möglicherweise gar nicht als Konkurrenz eingestuft werden müssen. Die aufgeführten Lebensmittel- und Drogeriemärkte werden Wettbewerbswirkungen durch das Vorhaben, insbesondere durch die Sortimente der Erweiterung des Lebensmitteldiscounters verspüren. Ein kleinerer Naturkostladen mit ca. 100 qm Verkaufsfläche



besteht in der Augsburgener Straße sowie ein Reformhaus mit ca. 160 qm Verkaufsfläche am Kaiser-Maximilian-Platz. Ein größerer Bio-Lebensmittelmart existiert bis heute in Füssen nicht, so dass hier die Konkurrenzwirkung begrenzt sein wird auf den Bio-Sortimentsausschnitt der übrigen Lebensmittelanbieter.

B.3.2.1.2 Füssen Gesamtstadt

Das restliche Stadtgebiet Füssens wird vor allem durch die Einzelhandelslagen im Umfeld Moosangerweg mit den dort ansässigen großflächigen Betrieben geprägt. Parallel hierzu wird die Füssener Bevölkerung durch verschiedene besonders auf den kurzfristigen Bedarf ausgerichtete Solitärstandorte versorgt. Diese befinden sich in erster Linie an den Ausfallstraßen. Die wichtigsten Betreiber sind Edeka, Lidl, Aldi, Feneberg, V-Markt, Norma und Netto.

Abbildung 10 Projektrelevante Betriebe in Füssen

Name	Betriebsform	Standort	Bewertung
V-Markt	SB-Warenhaus	Kemptener Straße	Bestandsstandort, nicht integriert
Lidl	Lebensmitteldiscounter	Kemptener Straße	Bestandsstandort, nicht integriert
Rewe	Supermarkt	Kaiser-Maximilian-Platz	Innenstadt (ZVB), integriert
Netto	Lebensmitteldiscounter	Bahnhofstraße	Innenstadt (ZVB), integriert
Feneberg	Supermarkt	Kemptener Straße	Innenstadt (ZVB), integriert
Edeka	Supermarkt	Hopfener Straße	Zentralitätsbildender Sonderstandort, nicht-integriert
Fristo	Getränkemarkt	Abt-Hafner-Straße	Zentralitätsbildender Sonderstandort, nicht-integriert
Lidl	Lebensmitteldiscounter	Abt-Hafner-Straße	Zentralitätsbildender Sonderstandort, nicht-integriert
Aldi	Lebensmitteldiscounter	Abt-Hafner-Straße	Zentralitätsbildender Sonderstandort, nicht-integriert
Rewe	Supermarkt	Herzogstraße	Bestandsstandort, integriert
Norma	Lebensmitteldiscounter	Kemptener Straße	Bestandsstandort, integriert

Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Füssen, 2018 und eigene Erhebung 2019

B.4 Die Kaufkraftströme und die erwarteten Veränderungen

B.4.1 Der 0-Fall (Status Quo)

B.4.1.1 Kaufkraftströme am Standort Füssen

Durch den Einsatz des Markt und Standort Modells können die aktuellen Einkaufsbeziehungen im Einzugsbereich des Projektes ermittelt werden. Mit Fokus auf den Standort Füssen werden die Kaufkraftströme aus der Perspektive des Füssener Einzelhandels und Verbrauchers dargestellt. Bei der Ermittlung der Kaufkraftströme werden, im Gegensatz zur Darstellung der Zentralität, keine bilanzierten Berechnungen vorgenommen, sondern auf Basis der einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten die Ströme (Zuflüsse und Abflüsse der Kaufkraft) simuliert.

B.4.1.1.1 Periodischer Bedarf

Die Kaufkraftströme für den aperiodischen Bedarf setzen sich im vorliegenden Fall (Nahversorgungsstandort) überwiegend aus den Sortimentsgruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ sowie „Gesundheits- und



Körperpflegeartikel“ zusammen. Es ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Standort um einen integrierten Bestandsstandort handelt¹⁴. Andere Sortimentsgruppen spielen nur eine untergeordnete Rolle.

Aufgrund der aktuellen Betriebsstruktur im Bereich der Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren in der Stadt Füssen ergibt sich ein recht hoher Zentralitätswert, der sich an der Gesamtzentralität der Stadt Füssen mit einem Index von nahezu 200 annähert. Dies ist Ausdruck der starken Marktposition Füssens auch im periodischen Sortimentsbereich. Gleichzeitig tragen die nicht unerheblichen Umsätze mit Touristen zu dem im Vergleich zum örtlichen Marktpotenzial hohen Bestandsumsatz bei.

B.4.2 Der 1-Fall (Projekt)

Grundlage für die perspektivische Berechnung der zu erwartenden Auswirkungen des zu prüfenden Projektes sind die dargestellten Kaufkraftströme in Füssen. Auf Basis der bereits hohen Kaufkraftgewinne in Füssen werden die Wirkungen des Projektes ermittelt. Die Veränderung der Kaufkraftströme führt dabei zu Umsatzumlenkungen, die für die betroffenen Einzelhandelsstandorte geprüft und gutachterlich bewertet werden.

B.4.2.1 Projekt

Das Projekt wurde bereits erläutert. Im Folgenden werden die zu erwartenden Projektumsätze für die Verkaufsflächen ermittelt und die erzielten Marktanteile dargestellt.

Tabelle 3 Projekt, geplante Sortimente und Umsatzerwartung in Mio. €

Betriebsform	Mittlere Flächen produktivität in €/qm	Umsatzerwartung je Betriebsform Lebensmittel in Mio. €	Umsatzerwartung je Betriebsform Zooartikel in Mio. €	Umsatzerwartung je Betriebsform Nebensortiment in Mio. €
Lebensmitteldiscounter	4.733	5,0		0,7
Bio-Lebensmittelmarkt	5.715	3,5		0,2
Getränkemarkt	1.600	1,3		0,0
Tiernahrungsmarkt	1.800	0,0	1,2	0,0
Verkaufsfläche Sortiment, Gesamt	3.589	9,8	1,2	0,9

Quelle: BBE, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017 für das Bayerische Wirtschaftsministerium

Die Umsatzerwartungen gehen von 9,8 Mio. € Lebensmittelumsatz, 1,2 Mio. € mit Zooartikeln sowie 0,9 Mio. € mit Nebensortimenten, wobei 0,7 Mio. € davon Drogerieartikel sein werden.

Da die aktuelle Rechtsprechung keine anbieterbezogene Analyse zulässt wird mit der durchschnittlich erzielbaren Raumleistung für das Vorhaben gearbeitet. So wird zudem sichergestellt, dass eine **worst-case Betrachtung** im Sinne des BauGB sowie der aktuellen Rechtsprechung vollzogen wird. Damit kann ausgeschlossen werden, dass bei einer investorensseitigen Betreiberumplanung (z.B. Betreiberwechsel hin zum Branchenführer) eine erneute Begutachtung notwendig wird. Zudem können so auch die standortbezogenen Vorteile des Projektstandortes (perfekte Sichtbarkeit, optimale Verkehrsanbindung, etc.) dargestellt werden.

¹⁴ Der bestehende Standort, der als integriert eingestuft wurde, wird verlagert auf die südliche Straßenseite der Kemptener Straße. Obwohl es sich formal um einen neuen Standort handelt, steht die Einstufung als integrierter Standort, aufgrund der nahezu identischen Standortfaktoren, aus fachlicher Sicht nicht zur Diskussion.



B.5 Verträglichkeitsuntersuchung für das Projekt

B.5.1 Landesplanerische Betrachtung

Gem. LEP Bayern 2018¹⁵ Kapitel 2.1.3 sollen die Zentralen Orte die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des gehobenen Bedarfs, aber auch auf den darunter liegenden Stufen wahrnehmen. Ferner legt LEP Bayern 2018 Kapitel 5.3.1 fest, dass Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufen sowie in Siedlungsschwerpunkten (geeignete zentrale Orte) ausgewiesen werden sollen.

Die Stadt Füssen ist als Mittelzentrum ausgewiesen, so dass sie als Standort für großflächigen Einzelhandel grundsätzlich geeignet ist.

Damit ist die Einhaltung des Zentralitätsgebotes aus gutachterlicher Sicht gewährleistet.

Die Ermittlung der zu erwartenden Marktanteile des Projektes zeigt, dass die mit Abstand größten Umsatzanteile des Projektes aus der Zone 1 kommen, also aus dem Nahbereich der Stadt Füssen stammen. Das Projekt wird die zentrale Bedeutung des Standortes Füssen nicht verändern und passt sich insofern in das zentralörtliche System Bayerns ein.

Damit ist die Einhaltung des Kongruenzgebotes aus gutachterlicher Sicht gegeben.

Die Standortwahl innerhalb des Gemeindegebietes ist entscheidend für die Beurteilung der geforderten Integration des Vorhabenstandortes. Nach Kapitel 5.3.1 „Lage im Raum“ wird geregelt:

„(Z) Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.“

Der Planstandort liegt zum einen in unmittelbarer Nähe des im Einzelhandelskonzept als integriert eingestuftes Norma-Standortes, der auf die südliche Straßenseite der Kemptener Straße verlagert werden soll. Er liegt an der Hauptachse Kemptener Straße zwischen wichtigen Einzelhandelsstandorten der Stadt Füssen. Der Standort liegt im Mischgebiet. In der unmittelbaren Nachbarschaft des Planstandortes sind in der Bundeswehrkaserne rund 500 Soldaten stationiert. Im fußläufigen Umfeld befinden sich dicht besiedelte Wohngebiete (vergl. Abb. 3, Seite 10). Ein Wohnbauprojekt in fußläufiger Distanz mit rund 30 Wohnungen ist im Bau. Eine weitere Nachverdichtung ist geplant (vergl. Seite 10).

Eine gute Anbindung an den ÖPNV ist durch die Haltestelle Kemptener Birkstraße/Realschule mit den Buslinien 70 und 71 gegeben. Damit ist sowohl eine Anbindung an den Stadtverkehr Füssen als auch an den Regionalverkehr in Richtung Kempten gewährleistet.

So können die maßgeblichen Kriterien einer Standortintegration als gegeben unterstellt werden. Der Standort befindet sich innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen. Ein anteiliger fußläufiger Einzugsbereich ist damit gewährleistet. Die ortsübliche Anbindung an den ÖPNV ist für den Planstandort gegeben.

Entsprechend der Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Füssen und der landesplanerischen Kriterien zur städtebaulichen Integration von Standorten handelt es sich bei dem zu erweiternden Vorhaben um einen integrierten Projektstandort.

Damit ist der Einhaltung des Integrationsgebotes aus gutachterlicher Sicht gegeben.

¹⁵ Stand LEP Teilfortschreibung 1.3.2018



Die zulässigen Verkaufsflächen werden in Kapitel 5.3.4 „Zulässige Verkaufsflächen“ geregelt.

„(Z) Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte, - soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H., - soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v.H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v.H. der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“

Der Nahbereich des Mittelzentrums Füssen umfasst das Stadtgebiet. Somit wird die Einwohnerzahl von 15.608 Einwohner zum Stand:31.3.2019 für die nahversorgungsrelevanten: Sortimente zugrunde gelegt. Für das Zoo- und Tiernahrungssortiment wird der Einzugsbereich der Stadt Füssen (Zone 1, 2 und 3) mit aktuell 84.499 Einwohner verwendet.

Berechnungen gemäß Vorgaben LEP

Legt man die Vorgaben des LEP zu Grunde kommt man rechnerisch zu folgenden raumverträglichen Verkaufsflächengrößen:

Tabelle 4 Landesplanerische Berechnung der zulässigen Verkaufsfläche

Betriebsform des Vorhabens	Räumlicher Bezug	Einwohner	Pro-Kopf-Ausgaben	Abschöpfungsanteil	Potenzial in Mio. €	Potenzial Touristen	touristischer Anteil am Potenzial	Raumleistung	Verkaufsfläche in qm
Lebensmitteldiscounter	NB	15.608	2.315	25%	9.033.130	323.000	3,5%	4.800	1.949
Bio-Lebensmittelmarkt	NB	15.608	2.315	25%	9.033.130	323.000	3,5%	4.100	2.282
Getränkemarkt	NB	15.608	480	25%	1.872.960	323.000	14,7%	1.600	1.372
Zoofachmarkt	EZB	84.499	58	30%	1.470.283	80.000	5,2%	1.500	1.034
Verkaufsfläche									6.637

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017

EVb entspricht dem einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich

NB entspricht dem Nahbereich

EZB entspricht dem projektspezifischen Einzugsgebiet

Touristen dem ermittelten Potenzialwert von 42,5 Mio. € (Einzelhandelskonzept der Stadt Füssen) und einem Ausgabenanteil von 30% für Lebensmittel, 10% für Drogeriewaren sowie 5% für Tiernahrung. Der Rechenweg wäre folgender:

- Lebensmittel: 42,5 Mio. € (Touristenpotenzial) * 19% = 8,1 Mio. € * 4% (Abschöpfungsanteil) = 323.000 €
- Drogeriewaren: 42,5 Mio. € (Touristenpotenzial) * 5% = 2,1 Mio. € * 4% (Abschöpfungsanteil) = 85.000 €
- Zoo- und Tiernahrung: 42,5 Mio. € (Touristenpotenzial) * 5% = 2,1 Mio. € * 4% (Abschöpfungsanteil) = 80.000 €

Nach den Berechnungen auf der Grundlage der Vorgaben des LEP und der Struktur- und Marktdaten der Bayerischen Landesplanung ist die vorgesehene Dimensionierung in den geplanten Betriebsformen des Vorhabens aus landesplanerischer Sicht in Füssen umsetzbar. Die folgende Gegenüberstellung zeigt die Realisierungsmöglichkeiten aus landesplanerischer Sicht im Überblick



Tabelle 5 Gegenüberstellung der landesplanerisch verträglichen Verkaufsfläche und den Vorhabenflächen

Betriebsform	Geplante Verkaufsfläche in qm	Landesplanerisch genehmigungsfähige Verkaufsfläche in qm	Delta in qm
Lebensmitteldiscounter	1.200	1.951	+751
Bio-Lebensmittelmarkt	650	2.284	+1.634
Getränkemarkt	700	1.372	+672
Zoofachmarkt	650	1.035	+385
Gesamt	3.200	6.642	+3.442

Quelle: eigene Berechnungen

Nach den Berechnungen auf der Grundlage der landesplanerischen Vorgaben für das Mittelzentrum Füssen wäre das geplante Vorhaben aus gutachterlicher Sicht grundsätzlich realisierbar.

B.5.2 Bewertung der Sortimentsstruktur

Die Sortimente der geplanten Erweiterung sind in Teilen als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der größte Teil der geplanten Verkaufsflächen ist als nahversorgungsrelevant eingestuft.

Das Vorhaben wird dazu beitragen, einen derzeit nicht mehr marktfähigen integrierten Bestandsstandort (Norma) zu modernisieren. Gleichzeitig wird mit dem geplanten Bio-Lebensmittelmarkt eine Marktlücke beseitigt. Bislang sind in Füssen Bio-Lebensmittel nur in Form von Neben- oder Ergänzungssortimenten oder auf Kleinflächen zu erhalten. Ein zusätzlicher Getränkemarkt würde das vorhandene Angebot im Stadtgebiet ergänzen.

Eine Betriebsverlagerung aus der Innenstadt in das Planobjekt ist bei der vorgesehenen Sortiments- und Betriebsstruktur auszuschließen. Der Lebensmitteldiscounter wird durch die Verlagerung des Norma Marktes gestellt. Ein Bio-Lebensmittelmarkt ist in der Innenstadt nicht ansässig, was ebenso für den Getränkemarkt und den Zoofachmarkt gilt. Entwicklungsperspektiven für die Morisse, die sich insbesondere durch eine mögliche Erweiterung von Feneberg oder einer Verlagerung und Vergrößerung des Müller Drogeriemarktes ergeben würden, werden durch das Vorhaben nicht beeinträchtigt.

B.5.2.1 Städtebauliche Auswirkungen auf die Nahversorgung

Gemäß LEP Bayern 2013 Kapitel 5.3.3 darf durch die Ansiedlung von Flächen für die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns bzw. der städtebaulich-funktionalen Zentren wird regelmäßig vermutet, wenn aufgrund des durch den Betrieb des Einzelhandelsprojekts verursachten Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Dies wird regelmäßig vermutet, wenn bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10% und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 20% zu erwarten ist. Allerdings handelt es sich hier nicht um fixe Grenzwerte, die in jedem Falle heranzuziehen sind. Für jeden Einzelfall sind die Verträglichkeitsgrenzen gutachterlich neu zu bewerten.

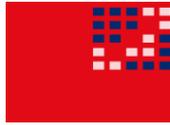


Tabelle 6 Abwägungsschwellenwerte zur Beurteilung städtebaulicher Wirkungen des Vorhabens

Gebiet	maximaler Abwägungsschwellenwert in %	Begründung
Innenstadt	10	Bestandsschutz und Bestandspflege der bestehenden, Betriebe, Vermeidung von Verdrängungswettbewerb und Störung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen (Rewe, Feneberg, Rossmann, Müller und viele kleinere Spezialanbieter)
GE Moosangerweg, Kemptener Straße	10 bis 15	äußerst schwierige Anfahrtssituation, schlechte Sichtbarkeit vom Hauptverkehrsträger, zu wenig Parkplätze, keine Erweiterungsmöglichkeiten um auf den Wettbewerber reagieren zu können, Rewe ist als Magnetbetrieb zu bewerten und damit besonders schützenswert im Sinne der aktuellen Rechtsprechung
Wohnlagenintegrierte Standorte	10	Bestandsschutz und Bestandspflege der bestehenden, teil- oder nicht-integrierten Betriebe, Vermeidung von Verdrängungswettbewerb und Sicherung der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen

Die genannten Abwägungsschwellenwerte gelten für die Sortimente Lebensmittel und Drogeriewaren. Der geplante Zoofachmarkt als nicht-zentrenrelevanter Anbieter außerhalb dieser Betrachtungsweise.

B.5.2.1.1 Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Lebensmittelsortiment

Gemäß BauGB, Bau NVO und aktueller Rechtsprechung ist es notwendig die Auswirkungen der neuen Märkte in ihrer Gesamtheit zu begutachten. Allerdings sind die aktuellen Bestandsumsätze des Norma Discounters in Abzug zu bringen, da diese bereits in den Bestandsumsätzen des übrigen Einzelhandels „eingepreist“ sind.

Tabelle 7 Umsatzumlenkungen – Nahrungs- und Genussmittel

Gebiet	Umsatz Status Quo in Mio. Euro	Umsatzverlust in Mio. Euro	Umsatzumlenkungsquote in %
Innenstadt	20,2	1,4	7,0%
nicht-integrierte Lagen**	57,0	4,4	7,7%
integrierte Lagen**	8,8	0,7	7,5%
Gesamt Zone 1	86,0	6,5	7,5%
Zone 2		0,7	
Zone 3		0,4	
Zone 4		0,1	
diffuser Bereich, touristisches Potenzial, Kaufkraftrückflüsse		0,1	
Summe		7,7	

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Füssen

Die Umsatzerwartung aller Lebensmittelangebote des Vorhabens liegen bei 9,8 Mio. € p.a. und liegt somit 2,1 Mio. € höher als in der obigen Tabelle berechnet. Die Differenz ergibt sich aus dem Abzug des Bestandsumsatzes von derzeit 2,1 Mio. € des ansässigen Norma Marktes.



Insgesamt verbleibt der Lebensmittelanteil des Vorhabens innerhalb der zur städtebaulichen Schädlichkeitsbewertung angelegten Abwägungsschwellenwerte. Da die Berechnungen eine worst-case Betrachtung annehmen, ist davon auszugehen, dass keine strukturschädlichen Umlenkungen zu erwarten sind, insbesondere vor dem Hintergrund, dass es sich bei der Ansiedlung zumindest zum Teil um eine Verlagerung eines bestehenden Marktes handelt.

Die Umverteilung der erwarteten Lebensmittelumsätze erfolgt nach dem verwendeten Berechnungsmodell zu knapp 85% innerhalb des Stadtgebietes von Füssen. Nur rund 15% der Umsatzerwartung des Vorhabens werden im Umland umverteilt. Dieser geringe Rückgriff auf Umlandkapazitäten ist der insgesamt guten Ausstattung mit Lebensmittelmärkten in den Gemeinden der Zonen 2 bis 4 geschuldet. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich Verbraucher, die bislang im Umland einkaufen, aufgrund der hier untersuchten Nahversorgungsergänzung von ihrem Versorger vor Ort abwenden, ist nicht als hoch einzustufen.

Die ermittelten Umsatzumlenkungen bleiben im Rahmen der vorher festgesetzten Abwägungsschwellen, so dass städtebauliche negative Auswirkungen auf die bestehenden Lebensmittelanbieter nicht zu erwarten sind. Alle integrierten Lagen können ihre Versorgungsfunktion weiterhin ohne Einschränkung ausüben. Eine zusätzliche Wettbewerbswirkung ist im Discount-, Getränke- und im Biosegment in Füssen zu erwarten.

Eine Nachvermietung des Altstandortes Norma an einen attraktiven Nahversorgungsbetrieb ist aufgrund der nicht mehr marktgängigen Verkaufsflächengröße von rund 480 qm Verkaufsfläche unwahrscheinlich. Nahversorgungssortimente, die diese Größenordnung akzeptieren würden, wären beispielsweise ein Bio-Lebensmittelmarkt oder ein Getränkemarkt, die am neuen Standort bereits angesiedelt werden und deshalb am Altstandort auszuschließen sind.

Die geplante Erweiterung des Norma Lebensmitteldiscounters und die Ansiedlung eines neuen Getränkemarktes sowie eines Bio-Lebensmittelmarktes sind aus städtebaulicher Sicht in der geplanten Größenordnung als verträglich anzusehen. Darüber hinaus wird mit dieser Maßnahme die Angebotslandschaft modernisiert und die Vielfalt des Angebots in Füssen durch den geplanten Bio-Lebensmittelmarkt deutlich vergrößert.

B.5.2.1.2 Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Drogeriesortiment

Tabelle 8 Umsatzumlenkungen – Drogeriesortiment

Gebiet	Umsatz Status Quo	Umsatzverlust	Umsatzumlenkungsquote
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %
Innenstadt	7,6	0,2	2,3%
nicht-integrierte Lagen	4,3	0,1	3,3%
integrierte Lagen	3,2	0,1	2,1%
Gesamt Zone 1	15,1	0,5	3,0%
Zone 2		0,0	
Zone 3		0,2	
Zone 4		0,0	
diffuser Bereich, touristisches Potenzial, Kaufkraftrückflüsse		0,0	
Summe		0,7	

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Füssen

Das hier betrachtete Drogeriesortiment wird als Nebensortiment im Lebensmitteldiscounter und im Bio-Lebensmittelmarkt angeboten. Ein Drogeriemarkt ist nicht vorgesehen.



Die ermittelten Umsatzumlenkungen für das geplante Drogeriesortiment basieren auf einer Modellberechnung, die von einem größeren Anteil der Umsatzrekrutierung aus der Stadt Füssen ausgeht. Rund 80% der Umsatzerwartung dürften im Stadtgebiet umverteilt werden. Da die absolute Größenordnung dieser Nebensortimente gering ist, sind städtebauliche Wirkungen im Stadtgebiet nicht zu erwarten.

Die geplante Drogeriesortimente werden als Nebensortimente in den beiden geplanten Lebensmittelmärkten angeboten und sind aus städtebaulicher Sicht aufgrund der geringen Größenordnung unproblematisch.

B.5.2.1.3 Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Tiernahrung und Zooartikel

Der darüber hinaus geplante Fachmarkt für Tiernahrung und Zooartikel führt ausschließlich nicht-zentrenrelevante Sortimente, so dass hier Sortimentseinschränkungen nur bei einer außergewöhnlich starken Wettbewerbswirkung, die städtebauliche Versorgungsstrukturen auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nachhaltig stören würde, erforderlich wären. Dies ist bei der geplanten Größenordnung von 650 qm Verkaufsfläche auszuschließen. Darüber hinaus haben sich bei der landesplanerischen Berechnung die geplanten Verkaufsflächen als tragfähig erwiesen.

Der geplante Fachmarkt mit Tiernahrung und Zooartikeln ist ohne Einschränkung in der geplanten Größenordnung von 650 qm als städtebaulich verträglich einzustufen.

B.6 Stellplatzbedarf

Aus der geplanten Größenordnung des Vorhabens ergibt sich ein Stellplatzbedarf, der für die Erreichbarkeit und organisatorische Abwicklung des Geschäftsbetriebes erforderlich ist. Die Stellplatzsatzung der Stadt Füssens schreibt folgendes für die Berechnung der erforderlichen Stellplätze vor:

„Verkaufsstätten

*Läden, Waren- und Geschäftshäuser 1 Stpl. je 30 – 40 m² Verkaufsnutzfläche, jedoch mind. 1 Stpl. je Laden
Verbrauchermärkte, Einkaufszentren 1 Stpl. je 10 – 20 m² Verkaufsfläche“*

(Quelle: Stadt Füssen, Richtzahlen für die Berechnung der Stellplätze, - Anlage 1 zur Satzung vom 29.07.2008 -geändert durch die zweite Änderung der Satzung über den Nachweis, die Herstellung und die Ablösung von Stellplätzen)

Für den geplanten Nahversorgungsstandort ist aufgrund der Großflächigkeit und der Agglomerationseffekte (Summe der Verkaufsfläche großflächige, organisatorische Einheit, mindestens drei Betriebe) eine Einstufung als Einkaufszentrum zwingend. Danach ist der Stellplatzschlüssel „je Stellplatz 10 bis 20 qm Verkaufsfläche“ maßgeblich.

Entsprechend ist für die realisierbare Verkaufsfläche von 3.200 qm ein Ansatz von 20 qm je Stellplatz sachgerecht. Dabei differenziert sich der Stellplatzschlüssel nach der erwarteten Frequenz des jeweiligen Betriebstyps. Die höchste Kundenfrequenz ist dem Lebensmitteldiscounter (15) ein zu räumen. Danach folgen abgestuft der Bio-Lebensmittelmarkt (20), der Getränkemarkt (20) und mit Abstand der Tiernahrungsmarkt (30). Der Spitzenwert vom 10 qm Verkaufsfläche je Stellplatz ist nur für hochfrequentierte und sehr große Einkaufszentren oder Verbrauchermärkte mit großräumiger Ausstrahlung anzusetzen.

Angesichts der oben erwähnten Agglomerationseffekte, die zu Kopplungskäufen zwischen den verschiedenen Betriebstypen führen, sind Synergieeffekte bei der Nutzung der Stellplätze zu berücksichtigen. Diese äußern sich in geringeren Verkehrszeugungszahlen, die unmittelbare Effekte auf den Stellplatzbedarf haben. Kopplungseffekte ergeben sich insbesondere zwischen Betrieben der gleichen Bedarfsstufe (hier Nahversorgung) und noch mehr zwischen Betrieben der gleichen Sortimentskategorie (hier Lebensmittel). Die Synergien zwischen den Nahversorgungsanbietern und dem Tiernahrungsmarkt sind schon deshalb geringer einzuschätzen, weil nur ein Teil der Bevölkerung Haustiere hält. 45% der Haushalte in Deutschland halten 2018 Haustiere¹⁶).

¹⁶ Quelle: IVH Industrieverband Heimtierbedarf e.V.



Der sogenannte Verbundeffekt¹⁷ für die Ermittlung der Verkehrserzeugung unter Berücksichtigung der Koppelungseffekte kann für die verschiedenen Betriebstypen festgelegt werden¹⁸. So kann für die Kopplungen zwischen Lebensmitteldiscounter und Bio-Lebensmittelmarkt ein Verbundeffekt von 50% unterstellt werden. Der gleiche Verbundeffekt von 50% ist für den geplanten Getränkemarkt anzusetzen. Für den Zoofachmarkt liegt er bei 20%.

Danach ergäbe sich folgende Reduzierung für den Stellplatzbedarf:

Tabelle 9 Stellplatzbedarf für das Vorhaben

Betriebsform	Verkaufsfläche in qm	Stellplatzschlüssel in qm VKF je Stellplatz	Stellplatzzahl	Verbundeffekt in %	Endgültige Stellplatzzahl
Lebensmitteldiscounter	1.200	15	80	0%	80
Bio-Lebensmittelmarkt	650	20	33	50%	16
Getränkemarkt	700	20	35	50%	18
Tiernahrungsfachmarkt	650	30	22	20%	17
Gesamt	3.200		170	21%	131

Quelle: Stellplatzsatzung der Stadt Füssen, Bosserhoff, eigene Berechnungen

B.7 Abschließende Bewertung

Das Projekt zur Erweiterung und Verlagerung des Norma Lebensmitteldiscounters im Zusammenhang mit der Ergänzung durch einen Bio-Lebensmittelmarkt, einen Getränkemarkt und einen Fachmarkt für Tiernahrung und Zoartikel ist in seiner Gesamtheit als städtebaulich verträglich einzustufen.

- Der Standort in Füssen erfüllt aus gutachterlicher Sicht das **Zentralitätsgebot**.
- Der Standort in der Kemptener Straße ist als integriert zu bewerten, so dass aus gutachterlicher Sicht auch das **Integrationsgebot** als erfüllt gelten muss.
- Die weitgehende Beschränkung der Umsatzherkunft und auch der Umsatzumverteilung auf das Stadtgebiet Füssens belastet die Angebotsstruktur im Umland nur in geringem Ausmaß. Das **Kongruenzgebot** kann aus gutachterlicher Sicht als erfüllt angesehen werden.
- Die Zulässigkeit der geplanten **Verkaufsflächenstruktur und -größe** wurde nach den landesplanerisch vorgegebenen Bestimmungen geprüft und in der geplanten Dimension nach gutachterlicher Einschätzung bestätigt.
- Die geplanten Betriebe (Lebensmitteldiscounter, Bio-Lebensmittelmarkt, Getränkemarkt und Tiernahrungs- und Zoofachmarkt) sind nach gutachterlicher Bewertung als städtebaulich verträglich für die integrierten Lagen, die Innenstadt und auch für andere Nahversorgungsstandorte in Füssen und im Umland einzustufen. Das Planvorhaben hält nach gutachterlich Einschätzung das **Beeinträchtigungsverbot** ein.
- Das Vorhaben lässt sich mit den Vorgaben des **Einzelhandelskonzeptes** in Einklang bringen. Die Standortwahl entfällt auf einen als integriert eingestuften Versorgungsstandort, an dem die vorgesehenen Sortimente realisiert werden dürfen. Die Dimensionierung ist über ein Verträglichkeitsgutachten zu prüfen.

¹⁷ Vergl. Dietmar Bosserhoff, Verkehrserzeugung durch Vorhaben in der Bauleitplanung

¹⁸ Der Verbundeffekt wird in der Regel höher, wenn innerhalb einer Bedarfsstufe eingekauft wird. Darüber hinaus spielt die Abhängigkeit einzelner Nutzungen von Frequenzbringern eine wesentliche Rolle. So wird im Zusammenhang mit einem Verbrauchermarkt der Verbundeffekt zwischen diesem und beispielsweise Apotheken, Metzgern, Bäckern Schreibwarengeschäften in der Regel mit 75% bis 90% angenommen.



Der geplante Betriebsbesatz ist als Beitrag zur Modernisierung und positiven Ergänzung des Nahversorgungsangebotes in Füssen positiv zu bewerten. Ein Teil der geplanten Verkaufsfläche wird von einem anderen Standort verlagert, so dass es sich nicht im vollen Umfang um neue Einzelhandelsangebote handelt.

Eine Nachvermietung des Altstandortes Norma an einen attraktiven Nahversorgungsbetrieb ist aufgrund der nicht mehr marktgängigen Verkaufsflächengröße von rund 480 qm Verkaufsfläche kaum zu erwarten.

Die landesplanerische Beurteilung des Projektes kann positiv abgeschlossen werden. Die ermittelten Werte bewegen sich im Rahmen der durch die landesplanerischen Vorgaben machbaren Größen.

Es wird empfohlen das geplante Vorhaben mit folgende Verkaufsflächengrößenordnungen zu genehmigen:

Lebensmitteldiscounter	1.200 qm
Bio-Lebensmittelmarkt	650 qm
Getränkemarkt	700 qm
Tiernahrungsbedarf	650 qm
Verkaufsfläche Sortiment gesamt	3.200 qm

Die genannte Sortimentsstruktur und die aufgeführte Dimensionierung werden in der oben angeführten Größenordnung als innenstadtverträglich für Füssen und die umliegenden zentralen Orte bewertet.



C Anhang

C.1 Absatzformen - Definitionen

Lebensmittel SB-Laden

Ein Lebensmittel SB-Laden ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche, das vor allem Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und dient vor allem der Grundversorgung.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1.750 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 86 % des Gesamtumsatzes.

Lebensmittel-Discounter

Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 250 qm bis 1.200 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist - wenn überhaupt vorhanden - stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 90 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1.000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1.750 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca. 3.000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4.000 qm (nach EHI Köln), von 5.000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment mehrerer Branchen mit hohem Servicegrad im mittleren bis gehobenen Preisniveau anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Non-Food Güter mit Schwerpunkt bei Bekleidung und Textilien. Hinzu kommen Lebensmittel, Gastronomie, Reisevermittlung, Friseur und Finanzdienstleistungen. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 2.500 qm erforderlich.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon mindestens eine Warengruppe in tiefer Gliederung, anbietet. Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Sortimenten sind am stärksten verbreitet. Die Größe liegt i.d.R. ab ca. 1.000 qm Verkaufsfläche.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches Sortiment in großer Auswahl und unterschiedlichem Preis- und Qualitätsniveau anbietet. Beratung und Kundendienst gehören zum Serviceumfang. Die Größe von Fachgeschäften liegt i.d.R. deutlich unter 800 qm Verkaufsfläche.



Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 800 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400-1.000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1.000-1.500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2.000-4.000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2.000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbel-fachmärkten bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

Geschäftsfläche

Die Geschäftsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte betrieblich genutzte Fläche für Verkaufs-, Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro-, sowie Personal- und Sozialzwecke. Dies schließt überbaute Flächen und Freiflächen, nicht aber Parkplätze ein.

Verkaufsfläche

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte, für den Kunden zugängliche, Fläche auf welcher der Verkauf getätigt wird. Hierzu zählen Standflächen für die Ladeneinrichtung, Ausstellungsflächen sowie Freiflächen, Gänge und Treppen innerhalb des Verkaufsraumes.

Marktgebiet/Einzugsbereich

Das Marktgebiet bzw. der Einzugsbereich umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels einer Gemeinde oder eines Einzelbetriebes rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Verkaufsfläche eines Einzelbetriebes bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt einer Gemeinde. Die Größe des Marktgebietes kann auf der Basis von Distanz- und Zeitisochronen sowie empirischer Erfahrungswerte, auf der Basis von Pendlerverflechtungen, auf der Basis von Befragungen von Passanten/Kunden in den Innenstadtlauflagen und an bestehenden Betrieben ermittelt werden. Dabei hat die Attraktivität der Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformengleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

Kaufkraft (Potential)

Die Kaufkraft, auch Kaufkraftpotential, Marktpotential oder einfach Potential, bezeichnet das innerhalb des Marktgebietes zur Verfügung stehende Ausgabenvolumen der dort lebenden Bevölkerung für einzelhandelsrelevante Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs innerhalb eines Jahres. Das einzelhandelsrelevante Marktpotential wird in den 11 Markt und Standort Warengruppen auf Basis der Umsatzsteuerstatistik und verschiedener statistischer Analysen berechnet und mit einem regionalspezifischen Kaufkraftindex des Markt und Standort Instrumentes „Regionale Kaufkraftpotentiale“ gewichtet.

Die einzelhandelsrelevante durchschnittliche Kaufkraft (ungewichtet) eines bundesdeutschen Einwohners - in der Abgrenzung der Markt und Standort Systematik - liegt, je nach konjunktureller Lage, zwischen etwa 4.850.- Euro und 5.400.- Euro pro Jahr. Davon zu unterscheiden ist die „allgemeine Kaufkraft“, die auch Ausgaben für Miete, Eigentum, Vorsorge, Ersparnis und andere, nicht einzelhandelsrelevante, Güter umfasst.

Für die neuen Bundesländer werden Werte erzielt, die bei etwa 70-85 Prozent der Werte für die alten Bundesländer liegen.

Umsatz

Der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes umfasst den Erlös aus verkauften Waren bzw. Dienstleistungen, inklusive der Umsatzsteuer (bzw. Mehrwertsteuer aus Kundensicht). Die Ermittlung der Umsätze eines Betriebes kann auf Basis von Einzelhandelsbefragungen (schriftlich, telefonisch, persönlich) oder über eine Schätzung der Verkaufsfläche und branchenüblicher durchschnittlicher Raumleistungen (Umsatz je qm Verkaufsfläche) ermittelt werden. Hierzu sind umfangreiche primärstatistische und sekundärstatistische Erhebungen erforderlich.



Raumleistung/Flächenproduktivität

Die durchschnittliche Raumleistung/Flächenproduktivität ist definiert als Umsatz je qm Verkaufsfläche. Durchschnittliche Raumleistungen werden branchen- und absatzformenspezifisch ermittelt. Die Höhe hängt von der Lage, der Art, dem Erscheinungsbild, der Qualität und der Verkaufsfläche des Einzelbetriebes ab. Der Ermittlung durchschnittlicher Raumleistungskennziffern liegen primär- und sekundärstatistische Analysen zugrunde. Die Basis sind amtliche Statistiken, Fachstatistiken und Veröffentlichungen (Presse, Geschäftsberichte). Sie setzen ein umfassendes Berichtswesen voraus.

Umsatzerwartung

Die Umsatzerwartung drückt den an einem bestimmten Standort voraussichtlich erzielbaren Umsatz eines Einzelbetriebes aus. Er entspricht somit einem Erwartungswert unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Verhältnisse. Die Höhe ist abhängig von Standort, Branche, Marktpotential und Konkurrenzsituation. Umsatzerwartungen werden mittels branchenüblichen distanzabhängigen Marktanteilen (Marktanteilkonzept), mittels zeit- und distanzabhängiger Kaufkraft- und Konkurrenzanalysen (Ökonometrische Methode) und mittels gewichteter branchenbezogener, firmen- und größenspezifischer Umsatzleistung je qm Verkaufsfläche (Produktivitätskonzept) ermittelt. Markt und Standort bemisst die Umsatzerwartung auf der Basis aller drei üblichen Verfahren unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Marktgebietsbevölkerung (Markt und Standortmetrisches Konzept).



C.2 Markt und Standort Warengruppensystematik 2020

1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)

Pferdefleischerei

Bäckerei, Konditorei

Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren

Reformwaren

Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier

Fisch, Fischerzeugnisse

Wild, Geflügel

Süßwaren

Kaffee, Tee, Kakao

Fleisch, Fleischwaren

Brot, Konditorwaren

Kartoffeln, Gemüse, Obst

Sonstige Nahrungsmittel

Wein, Spirituosen

Bier, alkoholfreie Getränke

Tabakwaren

(enthält Supermärkte, SB-Märkte, Kioske und SBW+VM aus Umlage)

2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken

Medizinisch-Orthopädische Artikel

Parfümerien (Kosmetikartikel, Körperpflegemittel u.a. über Umlage)

Drogerien (u.a. pharmazeutische u. chemikalische Erzeugnisse u.a. über Umlage)

Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten



3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren

Textilien, Bekleidung

Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge

Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)

Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör

Damenwäsche, Miederwaren

Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke

Kurzwaren, Schneidereibedarf

Handarbeiten, Handarbeitsbedarf

Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff

Lederwaren, Täschnerwaren (Taschen, Koffer, Mappen, Börsen u.a.)

4. Schuhe

Straßen- und Hausschuhe

Sportschuhe (o. Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

5. Uhren, Schmuck, Optik

Optik (Brillen, Mikroskope, Ferngläser, Barometer, Lupen o. med. Artikel)

Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (u.a. Edelmetallbestecke u. -tafelgeräte)

6. Hausrat

Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff (nichtelektrische Haushalts- und Küchenkleingeräte,

Koch- und Bratgeschirre, Tafelgeschirr, Küchen- und Haushaltsbehälter, Artikel für den Garten,

Möbel- und Grillgeräte

für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde)

Schneidwaren, Bestecke (o. Edelmetallwaren wie Silberbestecke)

Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut

Galanteriewaren, Geschenkartikel (u.a. Raucherzubehör, Kunstblumen, Wandteller, Kerzenständer)

Näh- und Strickmaschinen



7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)

Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, CD, Video (braune Ware)

Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör (braune Ware)

Computer, Telekommunikation, Zubehör

8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel

Bücher, Fachzeitschriften

Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen

Büromaschinen, Organisationsmittel (u.a. Schreibmaschinen, Diktiergeräte, Ordner,

Hefter, aber o. Büromöbel: anteilig 25 %)

9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)

Korb-, Kork- und Flechtwaren

Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren

Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)

Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien

Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlaufgaben, Kissen, Gobelins

Teppiche, Läufer, Kelims

Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen

Lampen, Leuchten

Haus- und Tischwäsche, Handtücher, Tischdecken, Servietten, Bettwäsche



10. Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (aus Umlage)

Schrauben, Kleisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.

Tapeten, Wand- und Deckenbeläge

Bodenbeläge (Bahnenware, Fliesen, Kunststoff, Linoleum, o. Teppiche)

Elektrotechnische Erzeugnisse (Drähte, Kabel, Akku, Trafo u.a.)

Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Malerpinsel u.a. Zubehör

Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde

Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel

Sonstiger Baubedarf (Schnittholz, Kunststoffplatten, Baustoffe, Schleifmittel, technische Gummi- und Lederwaren, Asbest, Glas- und Keramikstoffe)

11. Hobby- und Freizeitartikel

Musikinstrumente, Musikalien

Sammlerbriefmarken

Kfz-Zubehör (Autopflegemittel u.a. anteilig 25 %)

Fahrräder, Motorräder und -roller, Mopeds, Zubehör und Reifen

Waffen, Munition, Jagdgeräte

Spielwaren (Kinderroller, Puppen, Puppenwagen, Spiele, Scherzartikel, Feuerwerkskörper)

Sportartikel (Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte,

Sport- und Freizeitboote (einschl. Motorsportboote und Jachten))



C.3 Quellen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

- MB-Research, Einwohner nach Postleitgebieten, Nürnberg 2019
- Handel aktuell, Eurohandelsinstitut e.V., Köln 2019
- Markt und Standort Nürnberg, Regionale Kaufkraftpotenziale, Nürnberg 2019
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2019
- SB-Aktuell, Branchendienst des PKV-Verlages, München, diverse
- Shopping-Center Report, EHI –Eurohandelsinstitut, Köln diverse
- Metro Handelslexikon, diverse
- LEP Bayern 2018
- Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht – Hinweise und Erläuterungen
- dwif, Tagesreisen der Deutschen, München 2013
- dwif, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München, 2010
- Borchard, Orientierungswerte für die städtebauliche Planung, München 1974
- Bayerisches Landesamt für Statistik, Demographiespiegel für Bayern, Stadt Füssen Berechnungen bis 2037, Juli 2019
- Einzelhandelskonzept für die Stadt Füssen, 2018
- Eigene Erhebungen, Juli 2019, Nacherhebung Lebensmittel im August 2020

Die Ausarbeitung sowie die Entwurfsvorlagen fallen unter §2, Abs.2, sowie §31, Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Weitergabe, Vervielfältigung (auch auszugsweise) ist nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers zulässig. Sämtliche Rechte, vor allem Urheberrechte, verbleiben bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen.

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
Am Weichselgarten 26

91058 Erlangen

Erlangen, 30. Oktober 2020

Norbert Linggen
Geschäftsführer