

Einzelhandels- entwicklungskonzept für die Große Kreisstadt **SCHWANDORF**

Auftraggeber: Stadt Schwandorf

Projektleitung: Dr. Stefan Leuninger

Projektbearbeitung: Dipl.-Ing. Jan Vorholt

Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüler

in Zusammenarbeit mit

plan & werk Büro für Städtebau und Architektur,
Bamberg

WGF Landschaft, Nürnberg

München, im Juni 2010



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, **München**,
Salzburg

80337 München, Kapuzinerstraße 9

Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl

Telefon: 0 89 / 53 90 63 9-0 Telefax: 0 89 / 53 90 63 9-11

eMail: office.muenchen@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im Juni 2009 wurde der Planungsgemeinschaft WGF-Landschaft - plan+werk - GMA von der Stadt Schwandorf der Auftrag zur Erarbeitung eines Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (ISEK) erteilt. Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA), Büro München, entwickelt in diesem Zusammenhang eine Entwicklungskonzeption für den Einzelhandelsstandort Schwandorf. Ziel der Untersuchung ist es, die Entwicklung des Einzelhandels- und Dienstleistungsstandortes Schwandorf darzustellen, zu bewerten und Empfehlungen für eine wirtschaftlich und städtebaulich verträgliche Weiterentwicklung zu erarbeiten. Darüber hinaus sind Empfehlungen zur weiteren Profilierung des Einzelhandels abzuleiten. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei der Schwandorfer Innenstadt.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung wurde im August 2009 eine Kompletterhebung des Einzelhandels sowie des innerstädtischen Dienstleistungsbestandes durchgeführt; im November erfolgte eine Überprüfung der Datengrundlage. Des Weiteren wurden zur weitergehenden Analyse neben einer telefonischen Haushaltsbefragung in Schwandorf und weiteren Kommunen auch persönliche Gespräche mit verschiedenen Einzelhändlern in der Stadt geführt. Der Bearbeitungsprozess wurde im Rahmen einer projektbegleitenden Lenkungsgruppe begleitet und kritisch reflektiert. Darüber hinaus standen der GMA Informationen des Auftraggebers, des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung, des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Ferner wurden vorliegende Gutachten und Analysen in die Be trachtung einbezogen. Sämtliche Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet.

Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für zukünftige kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen im Einzelhandelsbereich der Stadt Schwandorf. Eine Weitergabe des Berichtes an Dritte und die digitale Publikation bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Auftraggebers und der GMA.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

München, im Juni 2010
LEU / SC / VTJ / gkf

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Vorbemerkung	
Inhaltsverzeichnis	
I Aufgabenstellung	4
II Planungsrechtliche Instrumente	6
1. Bauplanungsrecht	6
2. Zentrale Versorgungsbereiche	9
2.1 Definition zentraler Versorgungsbereiche	9
2.2 Inhaltliche Grundlage zentraler Versorgungsbereiche	10
2.3 Räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche	11
3. Zur räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	12
4. Landesentwicklungsprogramm Bayern	13
III Wesentliche Strukturdaten der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland	14
1. Tendenzen und Entwicklungen im Einzelhandel	14
1.1 Allgemeine Entwicklungstendenzen	14
1.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel	15
2. Veränderte Rahmenbedingungen auf Anbieter- und Nachfrageseite	18
3. Standortentwicklung	19
IV Standortbeschreibung und strukturelle Rahmenbedingungen der Stadt Schwandorf	21
1. Geografische Lage, zentralörtliche Bedeutung, Verkehrsanbindung	21
2. Bevölkerungsstruktur und Wohnbautätigkeit	23
3. Wirtschaftsstruktur und Beschäftigung	27
V Bevölkerung und Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels	32
1. Marktgebiet und Bevölkerung	32
2. Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet	35
3. Kaufkraftentwicklung bis 2015 / 2020	36

VI	Situationsanalyse des Einzelhandelsstandorts Schwandorf	39
1.	Aktueller Einzelhandelsbestand	39
2.	Situation im zentralen Versorgungsbereich (=Innenstadt)	46
2.1	Einzelhandelsbesatz	46
2.2	Leerstände	51
2.3	Dienstleistungsbesatz	52
2.4	Zusammenfassende Bewertung der Schwandorfer Innenstadt	53
3.	Situation in Nahversorgungslagen	55
4.	Umsatzleistung, Kaufkraftbindung und Kaufkraftbewegungen	57
5.	Zusammenfassendes Profil des Einzelhandelsstandorts Schwandorf	61
VII	Ergebnisse der Haushaltsbefragung	63
1.	Befragungsmethodik	63
2.	Ergebnisse der Haushaltsbefragung	65
3.	Fazit der Haushaltsbefragung und Schlussfolgerungen	78
VIII	Entwicklungserspektiven des Einzelhandelsstandorts Schwandorf	82
1.	Umsatzerwartung und Verkaufsflächenzusatzbedarf bis 2015 / 2020	82
1.1	Methodischer Ansatz	82
1.2	Perspektivische Umsatzerwartung und Verkaufsflächenbedarf 2015 / 2020	84
2.	Ergänzungs- und Entwicklungspotenziale nach Warengruppen	88
3.	Bewertung des TWF-Geländes als Standort für den Einzelhandel	92
3.1	Standortbeschreibung / -bewertung	92
3.2	Nutzungsansätze	95
IX	Einzelhandelsentwicklungskonzept für Schwandorf	98
1.	Städtebauliche Ziele eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes	98
2.	Sortimentskonzept	99
2.1	Ziele des Sortimentskonzepts	99
2.2	Stadtspezifische Bewertung aus städtebaulicher Sicht	101
3.	Standortkonzept	106
3.1	Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich	106
3.2	Nahversorgungsstandorte	110
3.3	Innerstädtischer Ergänzungsstandort TWF-Gelände	112

3.4	Standortbereiche für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel	116
3.5	Sortiments- und Standortkonzept	121
4.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts	123
4.1	Beschlussvorlage für den Stadtrat	123
4.2	Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen	124
5.	Qualitative Entwicklungsstrategie für die Stärkung der Innenstadt	126
X.	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	128

Karten-, Tabellen-, Abbildungs- und Übersichtsverzeichnis

I Aufgabenstellung

Im Rahmen des beauftragten Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (ISEK) für die Stadt Schwandorf ist die GMA mit der Untersuchung der einzelhandelsbezogenen Versorgungsstrukturen betraut worden. Wichtigste Aufgabe der vorliegenden Bestandsanalyse ist es, eine Entscheidungsgrundlage für eine gezielte Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Schwandorf bereitzustellen. Hierbei sind Aussagen zu den künftigen Entwicklungspotenzialen des Schwandorfer Einzelhandels zu treffen sowie eine wirtschaftlich und städtebaulich zukunftsfähige Entwicklungskonzeption zum Einzelhandelsstandort Schwandorf zu erarbeiten.

Mit der Einzelhandelsentwicklungskonzeption sollen Entwicklungspotenziale aufgezeigt, die Nahversorgung und die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches gesichert und qualitativ weiter entwickelt werden. Unter Berücksichtigung der Entwicklungspotenziale für einzelne Standortlagen und Branchen soll die vorliegende Untersuchung Grundlagen für die langfristige Entwicklung des Versorgungsstandortes Schwandorf liefern und als Leitfaden für die zukünftige Versorgungs- und Standortpolitik dienen. Dabei stehen die Sicherung und Entwicklung des historischen Innenstadtbereiches als zentraler Versorgungsbereich sowie die Nahversorgung im Vordergrund. Weiteres Augenmerk gilt hierbei einer städtebaulich begründeten Standortplanung für eventuelle Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben.

Vor diesem Hintergrund unterscheidet sich das vorliegende Einzelhandelsentwicklungs-konzept als Teil des ISEK von bislang in Schwandorf durchgeföhrten Einzelhandelsgutachten und -analysen. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept verfolgt einen erweiterten, gesamtstädtisch ausgerichteten Bearbeitungsansatz, dem die städtebaulichen Ziele der Stadtentwicklung zu Grunde liegen. Auffällig ist, dass die GfK 2004 im Konzept für das TWF-Gelände formuliert, ...die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung/Textilien, Schuhe, Lederwaren ... auf dem TWF-Areal bei Neuansiedlungen grundsätzlich auszuschließen... (vgl. GfK 2004; S.55), während in der von der GfK zum TWF-Areal vorgelegten Wirkungsanalyse (12/2006) diese Sortimente bei bestimmten Obergrenzen als verträglich eingestuft wurden (vgl. GfK 2006; S.60 ff.).

Neben bestehenden gutachterlichen Aussagen zum TWF-Gelände werden in der vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeption auch bereits bestehende Einschätzungen zu den Standorten Regensburger Straße und Wackersdorfer Straße (GfK 2004) reflektiert.

Im Rahmen der Erstellung vorliegender Untersuchung werden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Darstellung des bau- und planungsrechtlichen Rahmens zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel sowie allgemeiner Trends in der Entwicklung der Einzelhandels- und Standortstrukturen
- Darlegung der wesentlichen einzelhandelsrelevanten Rahmendaten der Stadt Schwandorf
- Abgrenzung des Marktgebietes des Schwandorfer Einzelhandels, Ermittlung der dortigen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale und Berechnung der Kaufkraftströme
- Analyse des Einzelhandelsstandortes Schwandorf durch Aufnahme der örtlichen Bestandsdaten, Darstellung der Bestandsentwicklung, Ermittlung von Versorgungskennziffern und Vergleich mit anderen Kommunen
- Abgrenzung und Bewertung der zentralen Versorgungsbereiche in Schwandorf
- Auswertung von Kundenbefragungen und Expertengesprächen zur Beurteilung der Einkaufsstadt Schwandorf
- Darstellung der Entwicklungsperspektiven des Schwandorfer Einzelhandels bis zum Jahr 2015 / 2020 unter Berücksichtigung von Bevölkerungs- und Kaufkraftprognosen, Standortentwicklungen und Verkaufsflächenzusatzbedarf einzelner Branchen
- Erarbeitung eines wirtschaftlich und städtebaulich orientierten Einzelhandelsentwicklungskonzeptes als Entwicklungsleitbild der zukünftigen Handelsentwicklung, basierend auf einer Standort- und Sortimentskonzeption
- Zusammenfassung und Empfehlungen.

II Planungsrechtliche Instrumente

Die relevanten Ausführungen im neuen Landesentwicklungsprogramm Bayern sowie im Baugesetzbuch verdeutlichen, dass die Regelungsintensität im Bereich Einzelhandel deutlich zugenommen hat. Dieses hat Konsequenzen auch für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schwandorf. Dementsprechend sind die wesentlichen planungsrechtlichen Rahmenbedingungen kurz darzustellen.

1. Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

- **Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)**

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO).
- In Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

1. Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor?

Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche, bzw. 1.200 m² Geschossfläche) dann:

2. Liegen Auswirkungen vor?

Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig.

- **Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB i. V. mit § 9 Abs. 2a BauGB)**

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Gemäß § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

Der Abs. 3 weist darauf hin, dass von Einzelhandelsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden ausgehen dürfen. Der Begriff der „zentralen Versorgungsbereiche“ gewinnt durch den neuen § 34 Abs. 3 BauGB erheblich an Bedeutung, auch wenn er bereits vor 2004 im § 11 Abs. 3 BauNVO verwendet wurde.

Eine neue Festsetzungsmöglichkeit für den nicht beplanten Innenbereich nach § 34 BauGB bietet seit dem 01.01.2007 der § 9 Abs. 2a BauGB. Zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche kann in einem einfachen Bebauungsplan als Regelung für ein größeres Gebiet generell festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind bzw. nur ausnahmsweise zugelassen werden. Dabei können unterschiedliche Festsetzungen für einzelne Teile des räumlichen Geltungsbereiches getroffen werden. In der Begründung ist u. a. auf die Aussagen eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes im Sinne des § 1 Abs. 6, Nr. 11 BauGB zurückzugreifen, in dem konkrete Aussagen zu den vorhandenen oder geplanten zentralen Versorgungsbereichen enthalten sind¹.

¹ In der Begründung des Gesetzentwurfes für den Abs. 2a des § 9 BauGB wird der Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ grob definiert. Der Begriff umfasst demnach „Versorgungsbereiche unterschiedlicher Stufen, also insbesondere Innenstadtzentren v. a. in Städten mit größerem Einzugsbereich, Nebenzentren in Stadtteilen sowie Grund- und Nahversorgungszentren in Stadt- und Ortsteilen und nicht städtischen Gemeinden. Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche soll dabei im Interesse der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinde erfolgen.“

- **Außenbereich (§ 35 BauGB)**

Im Außenbereich sind Einzelhandelsbetriebe nicht vorgesehen. Sollen dort solche Betriebe genehmigt werden, setzt dies die Aufstellung eines Bebauungsplanes voraus.

Die Anwendung der §§ 11 Abs. 3 BauNVO und § 34 BauGB erfolgt stets fallbezogen und stellt wegen des Einzelfallcharakters nur eine Reaktion dar. Demgegenüber kann die Bau- und Raumplanung vorbeugende Regelungen treffen und die zukünftige Standortentwicklung dadurch systematisch steuern. Die sicherste Form der Problembewältigung für die kommunale Praxis sind die im BauGB und in der BauNVO dargelegten Festsetzungsmöglichkeiten in Bebauungsplänen, im Hinblick auf den Ausschluss und / oder die Gliederung von Einzelhandelsflächen.

Über die Beschränkungen des § 11 Abs. 3 BauNVO hinaus können Gemeinden weitergehende Festsetzungen über die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben (auch für nicht großflächige Betriebe) treffen. Nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO können – ggf. räumlich beschränkt – Einzelhandelsbetriebe generell oder bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben ausgeschlossen oder als nur ausnahmsweise zulässig festgesetzt werden.

Weiter differenzierende Bebauungsplanfestsetzungen sind möglich, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebietes gewahrt bleibt. Handelsbetriebe einzelner Branchen oder Warengruppen können flächenbegrenzt oder ausgeschlossen werden. Positive wie negative (Branchen-) Festsetzungen sind gleichermaßen bei Vorliegen der sonstigen materiell-rechtlichen Voraussetzungen nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO als Gliederungsmöglichkeiten innerhalb der einzelnen Baugebiete zulässig.

Mit dem Bauplanungsrecht haben die Städte und Gemeinden somit ein effizientes und flexibel handhabbares Instrument in der Hand, Ansiedlungswünsche von Handelsbetrieben zu steuern und insbesondere städtebaulich als nicht verträglich eingestufte Ansiedlungsbegehren abzulehnen.

2. Zentrale Versorgungsbereiche

2.1 Definition zentraler Versorgungsbereiche

Mit der Novellierung des BauGB im Jahr 2004 erfuhr der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ einen erheblichen Bedeutungszuwachs. Die Regelungen zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche wiesen bezüglich der Vorhaben im unbeplanten Innenbereich wesentliche Lücken auf, daher wurde der § 34 BauGB um einen neuen Absatz 3 ergänzt:

„Von Vorhaben nach Abs. 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.“

Somit muss nun für alle nach § 34 Abs. 1 BauGB zu bewertenden Vorhaben zusätzlich geprüft werden, ob entsprechende schädliche Auswirkungen zu erwarten sind. Daraus ergibt sich auch für die Stadt Schwandorf die Notwendigkeit der inhaltlichen Definition und räumlichen Verortung von zentralen Versorgungsbereichen. Dieses dient der Beurteilung von Vorhaben nach § 34 BauGB sowohl im eigenen Stadtgebiet als auch auf dem Gebiet benachbarter Kommunen.

Bezüglich der **inhaltlichen Definition** herrschen in der aktuellen Diskussion unterschiedliche Auffassungen. Strittig sind bisher v. a. die Mindestanforderungen an Größe und Ausstattung sowie die Frage der städtebaulichen Integration. Zentrale Versorgungsbereiche dienen der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Innenstadt), meist wird der Begriff aber auch auf Stadtteil- und Nahversorgungszentren ausgedehnt².

Aus städtebaulicher Sicht muss ein zentraler Bereich eine **städtische Integration**, d. h. bauliche und funktionale Integration in einen Siedlungszusammenhang mit wesentlichem Wohnanteil, aufweisen, während aus Einzelhandelssicht auch ein entsprechend gut

¹ § 34 Abs. 3 BauGB i. d. F. der Bek. vom 23.09.2004, geändert durch Art. I des Gesetzes vom 21.12.2006.

² So geschehen im Urteil des OVG NRW Münster, 7. Senat, zu § 34 Abs. 3 BauGB, 11.12.2006, 7 A 964/05.

ausgestatteter peripherer Standort ein Versorgungszentrum darstellt. Da der Gesetzgeber mit der Erarbeitung des § 34 Abs. 3 BauGB den Schutz v. a. der Innenstädte beabsichtigte, kann i. d. R. von der Notwendigkeit der städtebaulichen Integration ausgegangen werden. Letztlich geht es somit darum, **städtebaulich gewünschte Versorgungsbereiche** zu schützen. Daher sind in dem vorliegenden Zentrenkonzept alle Versorgungsbereiche, die sowohl funktional als auch städtebaulich den Charakter eines Zentrums aufweisen, inhaltlich benannt und räumlich abgegrenzt worden.

2.2 Inhaltliche Grundlage zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche ergeben sich sowohl aus den tatsächlichen Verhältnissen als auch aus Planungen (z. B. geplantes Versorgungszentrum in Entwicklungs- oder Sanierungsgebiet). Für die Beurteilung der **tatsächlichen Verhältnisse** stellen regelmäßig aktualisierte Untersuchungen eine wesentliche Grundlage dar.

Für die Anerkennung **geplanter zentraler Versorgungsbereiche** ist zwischen formellen und informellen Planungen zu unterscheiden. Die formelle Planung betrifft Darstellungen und Festsetzungen in Bebauungsplänen sowie Festlegungen in Raumordnungsplänen als Fest- und Fortschreibung der tatsächlichen Verhältnisse. Die rechtliche Relevanz informeller Planungen (z. B. Einzelhandelsentwicklungskonzeptionen) ist teilweise umstritten, da bei informellen Planungen i. d. R. keine umfassende Abwägung der durch die Planung berührten öffentlichen und privaten Belange vorgenommen sowie oftmals keine Bürgerbeteiligung durchgeführt wird. Informelle Planungen spielen v. a. dann eine bedeutende Rolle, wenn sie von der Gemeinde als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden.¹ Auch im Hinblick auf den seit Anfang 2007 geltenden § 9 Abs. 2a BauGB zu den neuen Festsetzungsmöglichkeiten einfacher Bebauungspläne im unbeplanten Innenbereich empfiehlt sich die Erarbeitung eines von der Gemeinde beschlossenen Entwicklungskonzeptes i. S. von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, welches als intern bindendes Element verwendet wird. Bei allen Formen der Planung ist für die rechtliche Akzeptanz zu beachten, dass sich die Planungsabsicht bereits konkretisiert haben und die Umsetzung gemäß §§ 14 ff. BauGB in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen muss.²

¹ Vgl. hierzu OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005 - 1 ME 172/05.

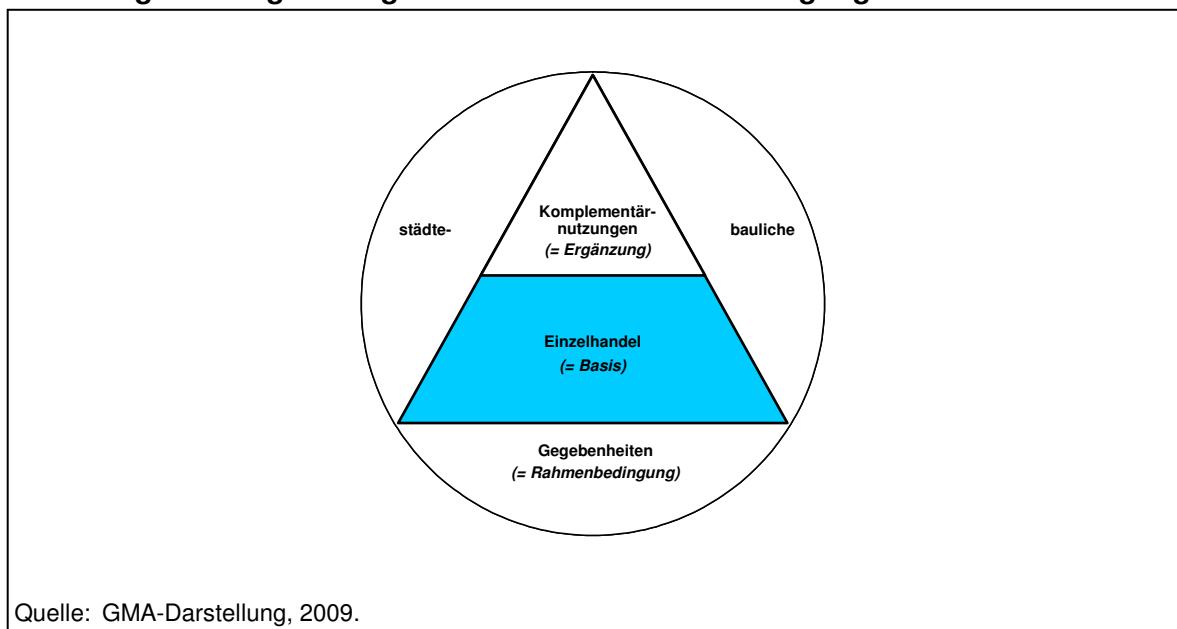
² Vgl. hierzu VG München, Urteil vom 7.11.2005, M 8 K 05.1763.

2.3 Räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandel eine konstituierende Funktion zu. Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang entsprechend der Bedeutung des Zentrums stehen, der Maßstab ist hier die fußläufige Erreichbarkeit.

Ergänzend werden bei der Abgrenzung der Versorgungsbereiche die Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt. Zur Abrundung der Bereiche kommen darüber hinaus städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Ringstraße, Topografie, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur) sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle) zum Tragen. Es ist zu unterstreichen, dass sich die Schutzfunktion nicht nur auf den Einzelhandel allein bezieht. Beispielsweise können auch Veranstaltungsräume geschützt werden, sofern sie in einem zentralen Versorgungsbereich liegen. Weiterhin ist im Sinne der Abgrenzungskriterien darauf hinzuweisen, dass nicht per se überall in einem zentralen Versorgungsbereich Einzelhandel erwünscht oder erlaubt sein muss, die einzelhandelsgeprägten Bereiche können sich auf Teilgebiete beschränken.

Abbildung 1: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche



Schlussfolgerungen:

- Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration öffentlicher und privater Versorgungseinrichtungen maßgeblich,
- dem Einzelhandel kommt dabei eine standortprägende Leitfunktion zu,
- die durch Komplementärnutzungen (z.B. öffentliche und private Dienstleistungen) und
- städtebauliche Gegebenheiten ergänzt wird.

3. Zur räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Zum Erhalt und zur Attraktivierung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt wurde in Deutschland bereits Mitte der 70er Jahre das Instrument „Sortiments- und Standortleitbild“ entwickelt. Ausgehend von dem für die Attraktivität von innerstädtischen Lagen typischen Geschäftsbesatz wurden diejenigen Sortimente als zentrenrelevant abgegrenzt, die sowohl für zentrale Geschäftslagen als auch für die Nahversorgungslagen unverzichtbar sind und deren Zentralität begründen. Im Umkehrschluss wurden diejenigen Sortimente als nicht zentrenrelevant bestimmt, die als weniger bzw. nicht bedeutsam für die Zentrumsentwicklung eingeordnet werden konnten.

Dieses Instrumentarium der Sortimentsfestsetzung (zentrenrelevant - nicht zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können mit dem Instrumentarium des § 1 Abs. 5, 9 und 11 BauNVO die zentrenrelevanten Sortimente z. B. in nicht integrierten Gewerbegebieten ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- Die positive Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen (alle anderen werden ausgeschlossen)
- die negative Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen (alle anderen werden zugelassen).

Mit diesen Festsetzungsmöglichkeiten können die Städte und Gemeinden z. B. zentrenrelevante Sortimente in einzelnen Bebauungsplänen auch unterhalb der Grenze der Großflächigkeit ausschließen bzw. durch absolute oder prozentuale Verkaufsflächenbegrenzungen reduzieren, um damit den Einzelhandelsstandort Innenstadt zu stärken oder die Nahversorgung weiterzuentwickeln. Die bestehenden Betriebe in den relevanten Gebieten genießen **Bestandsschutz**, d. h. dass die gegenwärtige Struktur durch „neue“ Bebauungsplanfestsetzungen nicht in Frage gestellt wird.

Generell hält das baurechtliche Instrumentarium ein weit gefächertes Angebot an städtebaulichen Festsetzungen bereit, wobei Konkurrenzschutz nicht das Ziel von Sortimentsfestsetzungen sein darf. Pointiert formuliert: Baurecht darf regeln, wo Wettbewerb stattfindet, nicht jedoch ob Wettbewerb zulässig ist.

4. Landesentwicklungsprogramm Bayern

Das Landesentwicklungsprogramm (LEP) Bayern (2006) legt im Kapitel B II.1.2.1 (Handel) u. a. folgendes wesentliches Ziel fest:

„Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte sollen i. d. R. nur in Unterzentren und Zentralen Orten höherer Stufen sowie in Siedlungsschwerpunkten (geeignete Zentrale Orte) ausgewiesen werden. Soweit Einzelhandelsgroßprojekte ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs dienen, kommen auch Kleinzentren und nichtzentrale Orte in Betracht, wenn diese über keine Versorgung mit diesen Waren verfügen und sie dem ländlichen Raum angehören. Die Ausweisung soll in städtebaulich integrierter Lage mit einer den örtlichen Gegebenheiten entsprechenden Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgen. (...)“

Von diesem Grundsatz kann bei bestimmten Gegebenheiten bei Einzelhandelsgroßprojekten, die nicht dem Verkauf von Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs dienen, ausnahmsweise abgewichen werden. Bei der Erweiterung bzw. Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten dürfen bestimmte Höchstgrenzen der Kaufkraftabschöpfung nicht überschritten werden, da die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte nicht wesentlich beeinträchtigt werden soll.

III Wesentliche Strukturdaten der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland

1. Tendenzen und Entwicklungen im Einzelhandel

1.1 Allgemeine Entwicklungstendenzen

Um die Entwicklungschancen des Einzelhandelsstandortes Schwandorf beurteilen zu können, ist eine Betrachtung der wesentlichen Entwicklungslinien des Einzelhandels insgesamt notwendig. In den letzten Jahren konnte der Einzelhandel in Deutschland durch Entwicklungen auf der Nachfrageseite und den harten Wettbewerb, in dem sich der Handel befindet, nur eingeschränkt von der bis vor der Wirtschaftskrise positiven Wirtschaftsentwicklung profitieren.

Die Konsumzurückhaltung der Kunden des Einzelhandels schlägt sich einerseits in stagnierenden, teilweise rückläufigen Einzelhandelsumsätze, andererseits auch in einer verstärkten Akzeptanz preisbetonter Vertriebstypen (z. B. Discounter, Schnäppchenmärkte) nieder. In den letzten Jahren konnte der Einzelhandel nur unterproportional von der Steigerung der Konsumausgaben der privaten Haushalte profitieren.

Neben der steigenden Erwartungshaltung der Verbraucher an das Angebot haben vor allem der Mangel an Kapital, Know-how, Zuliefererbedingungen und ungeklärte Nachfolge-regelungen zum Ausscheiden vieler mittelständischer Unternehmen aus dem Wettbewerb geführt. Gleichzeitig wuchs die Marktbedeutung großflächiger Filialbetriebe (Fach- und Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser, Einrichtungshäuser) erheblich. Mögliche Kooperationsansätze, z.B. gemeinsames City-Management /-Marketing, gemeinsame Service-Initiativen, werden an vielen Standorten leider nicht konsequent umgesetzt.

Der stagnierenden Nachfrage steht ein nach wie vor dynamisches Wachstum der Einzelhandelsflächen gegenüber. Der bundesdeutsche Einzelhandel konnte seit 1993 (ca. 88 Mio. m² VK) einen Verkaufsflächenzuwachs um ca. 32 Mio. m² auf insgesamt ca. 119 Mio. m² im Jahr 2007 verzeichnen. Damit erhöhte sich die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in diesem Zeitraum um rund 34 %, von ca. 1,08 m² (1993) auf ca. 1,45 m² (2007).¹

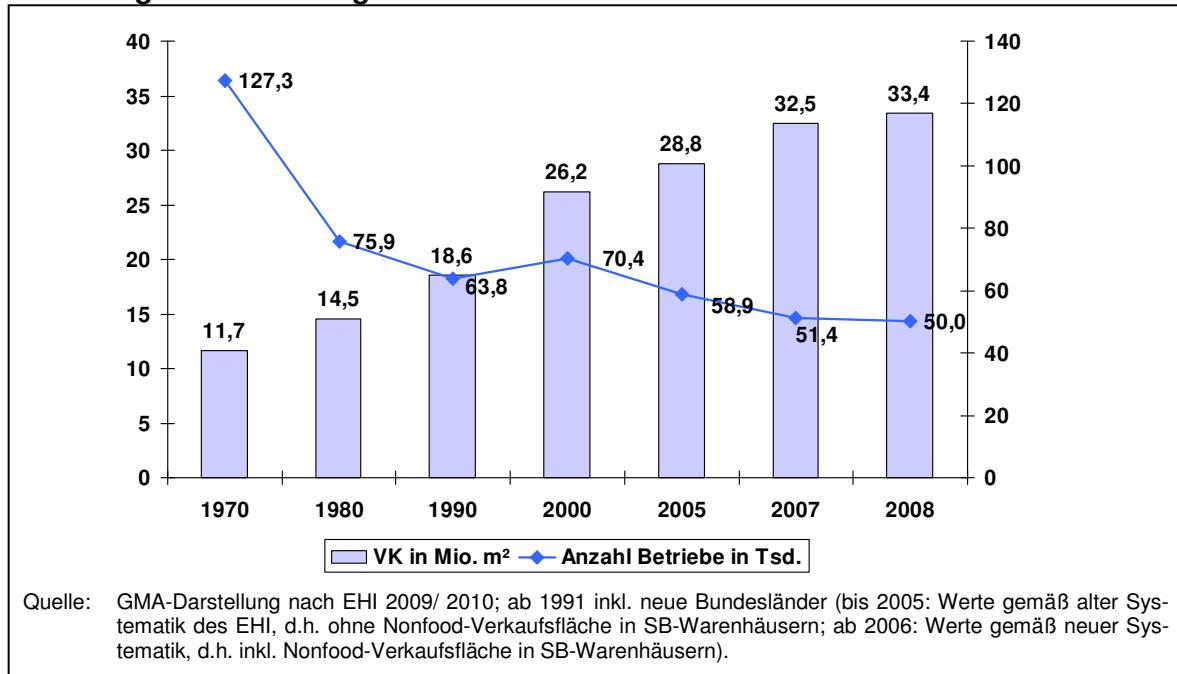
¹ Quelle: EHI Handel aktuell 2008 / 2009.

1.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel

Als wesentliche Entwicklungen v. a. auch im Hinblick auf die heutigen Standortanforderungen im Lebensmitteleinzelhandel können folgende Aspekte festgehalten werden:

- Flächenwachstum und Rückgang der Betriebszahl:** Das Flächenwachstum im Einzelhandel kann exemplarisch im Lebensmitteleinzelhandel nachvollzogen werden. Damit ging ein deutliches Abschmelzen der Betriebszahl einher (vgl. Abbildung 2). Als Konsequenz ergaben sich größere Betriebseinheiten; derzeit liegt die durchschnittliche Betriebsgröße bei rund 550 m² VK. Damit stieg der Wert seit Anfang der 1990er Jahre um ca. 260 m² VK an. Die Gründe hierfür sind vielfältig und sowohl bei den Anbietern (z. B. Rationalisierung) als auch bei den Verbrauchern (z. B. verändertes Nachfrageverhalten) zu finden. Lebensmittelanbieter mit Verkaufsflächen unter 500 m² geraten in Deutschland zunehmend an die Grenze der Wirtschaftlichkeit.

Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Lebensmitteleinzelhandels 1970 – 2008



- Konzentration und Filialisierung:** Die Zahl der Betreiber von Supermärkten und Discountern hat sich in den letzten 20 Jahren auf eine Hand voll leistungsfähiger Filialketten reduziert, die bundesweit tätig sind. Inhabergeführte, unabhängige Geschäfte sind kaum noch anzutreffen.

- **Rückzug aus Wohnlagen:** Seit mehreren Jahren ist ein Rückzug von Einzelhandelsbetrieben sowohl im ländlichen Raum als auch in Stadtteilen und Wohngebieten festzustellen. Die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und kurzfristigen Bedarfsgütern (z. B. Zeitschriften, Blumen, Drogerie-, Apothekerwaren) ist oft nicht mehr möglich. Dadurch geraten auch konsumnahe Dienstleister wie Frisör, Reinigung, Sparkasse oder Post unter Druck. Gebiete mit weniger als 3.000 – 4.000 Einwohnern bieten kaum das erforderliche Marktpotenzial für eigene Lebensmittelmärkte im Sinne von Nahversorgern. In jüngster Vergangenheit zeichnen sich aber verstärkt Bemühungen ab, alternative Nahversorgungskonzepte (z. B. Kleinflächenkonzepte, Integrationsmärkte, Genossenschaftsläden, Ladengemeinschaften u. ä.) zu schaffen.
- **Anspruchsvolle Standortanforderungen:** Die Handelsunternehmen konzentrieren ihre Standortnachfrage auf Standorte, die bestimmte Anforderungen hinsichtlich Grundstücksgröße, Erreichbarkeit oder Einsehbarkeit erfüllen müssen. Das unternehmerische Standortwahlverhalten divergiert dabei häufig mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Kommunen.
- **Größenstruktur von Lebensmittelmärkten:** Während Supermärkte der ersten Generation noch mit Verkaufsflächen zwischen 300 m² und 400 m² errichtet wurden, werden mittlerweile Verkaufsflächen um 1.500 m² als marktgerecht angesehen. Der Trend zu größeren Verkaufsflächen ist auch bei Discountmärkten feststellbar. Discounter, die bislang überwiegend Verkaufsflächen zwischen 500 – 700 m² aufwiesen, realisieren inzwischen Verkaufsflächen bis 1.400 m².

Abbildung 3: Lebensmittelhandel im Wandel

	früher heute morgen
typische Einkaufsorte	 Einkauf um die Ecke	 Einkauf im Gewerbegebiet	Einkauf in der nächst größeren Stadt
Verkehrsmittelwahl	 Einkauf zu Fuß	 Einkauf mit dem Auto	 Netz statt Tüte ?
Wettbewerbssvoraussetzungen	Preisbindung	Preiswettbewerb der Unternehmen	Preis- und Logistik wettbewerb
Betriebs- typ	 Tante Emma		Großdiscounter, Verbrauchermarkt
Betreiber Vor Ort	Kaufmann	Filialist / Franchisenehmer	Handel im Verbund?
Handelsorganisation	lokale / regionale Genossenschaft	deutschland und europaweit agierende Unternehmen	Weltkonzerne

Quelle: GMA -Darstellung 2009.

- **Betriebstypen:** Zurzeit ist eine Konzentration der Verkaufsflächen auf großflächige Betriebsformen erkennbar; die stärksten Expansionstendenzen bestehen bei den Lebensmitteldiscountmärkten. Der Marktanteil der Betriebsform Discounter am gesamten Lebensmitteleinzelhandel konnte in den vergangenen Jahren auf heute ca. 41 – 42 % gesteigert werden.
- Ein bezeichnender Strukturunterschied zwischen den Betriebstypen Discountmarkt, Supermarkt und SB-Warenhaus ist die **Artikelanzahl**. Dabei ist im Vergleich zu allen anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels für den Lebensmitteldiscountmarkt die geringste Anzahl der geführten Artikel zu erwähnen. So werden in einem Lebensmitteldiscounter nur etwa 20 % der Artikel eines Supermarktes geführt:
 - Lebensmitteldiscounter: im Durchschnitt ca. 2.000 Artikel
 - Supermarkt: im Durchschnitt ca. 10.500 Artikel
 - SB-Warenhäuser: im Durchschnitt ca. 51.000 Artikel.¹

¹

Quelle: EHI, Handel aktuell 2009 / 2010, Köln 2009 (ca.-Werte, gerundet).

2. Veränderte Rahmenbedingungen auf Anbieter- und Nachfrageseite

In den nächsten Jahren wird sich der Verdrängungswettbewerb gegen kleine und mittelständische Einzelhandelsunternehmen tendenziell noch verschärfen. Dabei treten auch neue Entwicklungsfaktoren auf der Nachfrage- wie auf der Angebotsseite auf.

Als grundlegende Rahmenbedingungen der **Nachfragestruktur** in den nächsten Jahren sind zunächst folgende Aspekte zu beachten:

- die Entwicklung der Bevölkerungszahl und eine weitere Abnahme der durchschnittlichen Haushaltsgröße
- die Verschiebung im Altersaufbau der Bevölkerung
- eine weitgehende Sättigung bei der Ausstattung der Haushalte mit langfristigen Bedarfsgütern
- eine weiterhin steigende bzw. anhaltend hohe Mobilität der Bevölkerung (auch in älteren Bevölkerungsgruppen), dadurch Anstieg des individuellen Aktionsraums
- ein weiter wachsende Anspruch breiter Bevölkerungsschichten an eine aktive Gestaltung der Freizeit, wobei der Einzelhandel und das Dienstleistungsgewerbe im Wettbewerb mit anderen Freizeitaktivitäten stehen
- der Wertewandel mit dem Trend zur Individualisierung und Erlebnisorientierung sowie ein schwer einschätzbares Konsumentenverhalten („hybrides“ Konsumverhalten).

Die Entwicklungsdynamik auf der **Angebotsseite** wird heute im Wesentlichen durch Filialunternehmen geprägt. Als grundlegende Entwicklungslinien des Einzelhandels können festgehalten werden:

- ein ständiges Wachstum der Verkaufsflächen (absolut und betriebsbezogen)
- das Ersetzen von Personal durch Verkaufsfläche
- der Einsatz neuer Technologien in den Verkaufsräumen

- veränderte logistische Konzepte (Mindestabnahmemengen, kooperativer Bezug von Waren)
- ungeklärte Nachfolgefragen im alteingesessenen, inhabergeführten Facheinzelhandel
- die zunehmende Betonung von Fun- und Entertainment-Elementen durch die Anbieter
- die Preisbetonung und der zunehmende Marktanteil von diskontierenden Händlern und Filialisten
- die Möglichkeiten der Industrie, über Internetangebote bzw. FOC-Standorte¹ den klassischen Einzelhandel zu umgehen oder selbst mit Verkaufsstellen an den Markt zu gehen.

3. Standortentwicklung

Als Ergebnis der Entwicklungen auf der Nachfrageseite und im Einzelhandel kann eine Neubewertung von Standorten festgehalten werden, die sich wie folgt zeigt:

- Der Einzelhandel (speziell auch die Lebensmittelmärkte) und das Lebensmittelhandwerk ziehen sich aus Wohngebieten und Streulagen zurück.
- Die innerörtlichen Haupt- und Nebengeschäftslagen hatten als Einzelhandelsstandorte einen Bedeutungsverlust zu Gunsten der autokundenorientierten Lagen hinzunehmen.
- Das ursprünglich auf fußläufige Erreichbarkeit abgestimmte Netz der Einzelhandelsstandorte (primäres Einzelhandelsnetz) wurde durch ein zweites autokundenorientiertes Angebotsnetz überlagert (sekundäres Einzelhandelsnetz, umgangssprachlich „Grüne Wiese“).
- Bei den Zentralen Orten findet eine verstärkte Polarisierung zwischen „Gewinner- und Verliererstandorten“ statt. Während die Oberzentren in den 80er und 90er Jah-

¹ FOC = Factory-Outlet-Center (z.B. Ingolstadt; Planvorhaben Selb)

ren einen relativen Bedeutungsverlust hinnehmen mussten, versuchen sie derzeit, sich im Wettbewerb mit Mittelzentren zu profilieren.

Um auf diese Entwicklungen gezielt Einfluss nehmen zu können, muss die Kommunalplanung geeignete Instrumentarien einsetzen. Dazu zählen u. a. Aufstellung von Bebauungsplänen mit konkreten Aussagen zur Sortiments- und Größenstruktur des zugelassenen Einzelhandels, sowie die Ausweisung und Festlegung von Nahversorgungszentren, um bestimmte Einzelhandelslagen in der Stadt bzw. Gemeinde zu schützen oder auch bestimmte Ansiedlungsbegehren abzuweisen. Aber auch die Initiative zu einem PPP¹-orientierten Innenstadt- / Citymanagement stellt einen sinnvollen Ansatz dar.

Für die Stadt Schwandorf wird es vor diesem Hintergrund neben einer Sicherung der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (v. a. Lebensmittel, Drogeriewaren) in erster Linie um die Qualität und den Ausbau der Versorgungs- und Kommunikationsfunktion der Innenstadt gehen. Im Hinblick auf den bereits vorhandenen Einzelhandelsbestand außerhalb der Schwandorfer Innenstadt geht es darum, die Strukturen der Innenstadt aktiv weiter zu entwickeln. Daher sind vorhandene Standort- und Angebotsstrukturen im Hinblick auf ihre nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit und Versorgungsqualität weiter auszubauen. Die besonderen städtebaulichen Qualitäten der Innenstadt sind auszubauen und aktiv werblich „zu verkaufen“.

¹

PPP = Public Private Partnership

IV Standortbeschreibung und strukturelle Rahmenbedingungen der Stadt Schwandorf

Wesentliche Einflussfaktoren auf die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Schwandorf sind die demografischen, wirtschaftlichen und siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen, die Lage zu umliegenden Zentren sowie die verkehrliche Anbindung. Einzelne Aspekte werden im Folgenden dargestellt.

1. Geografische Lage, zentralörtliche Bedeutung, Verkehrsanbindung

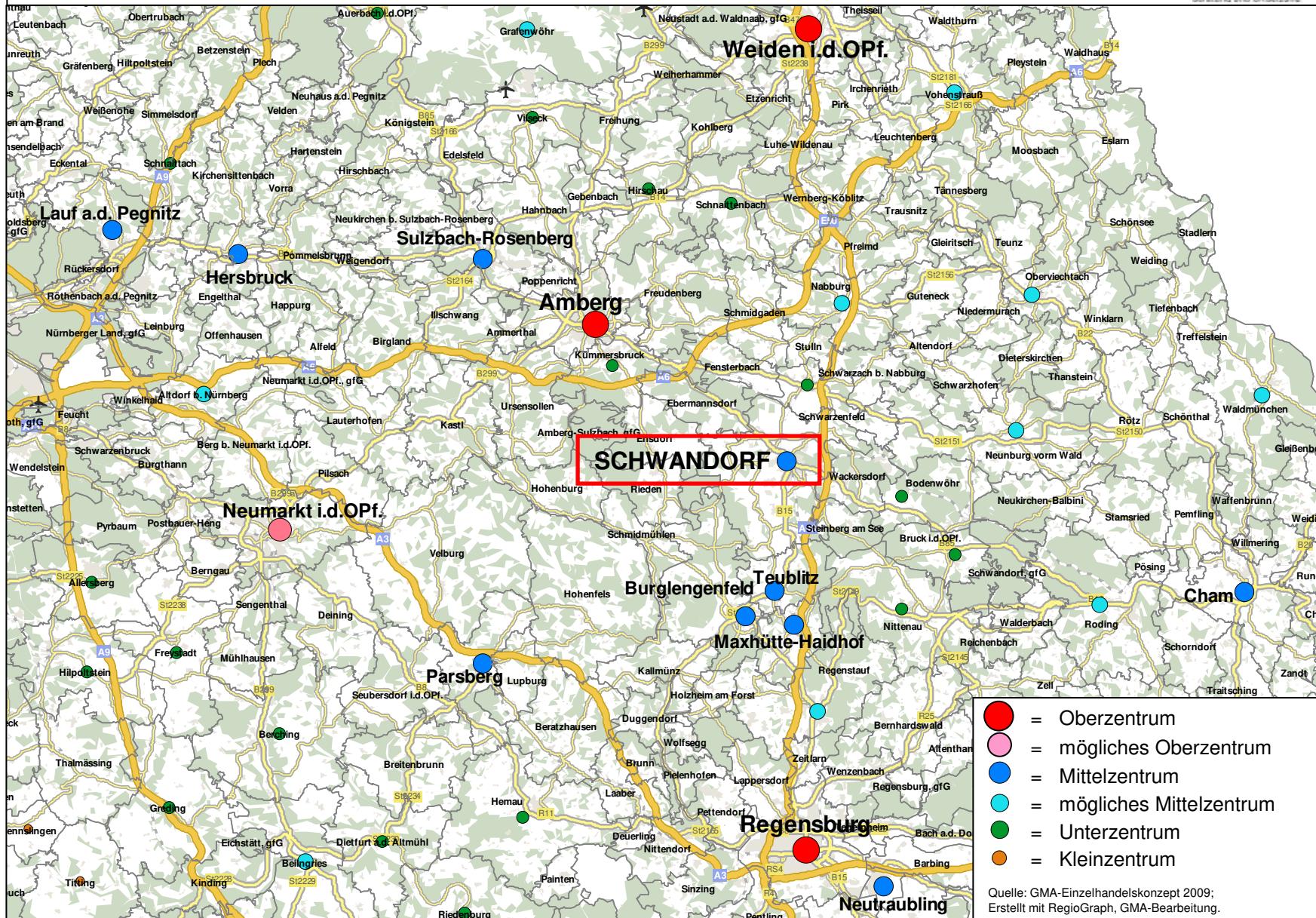
Die Große Kreisstadt Schwandorf ist Verwaltungssitz und mit rund 27.900 Einwohnern¹ größte Stadt im gleichnamigen Landkreis. Landesplanerisch ist Schwandorf als **Mittelzentrum** im Regierungsbezirk Oberpfalz ausgewiesen. Bestandteil auf der überregionalen Entwicklungsachse Regensburg – Schwandorf – Weiden i. d. OPf. – Hof ist die Stadt Schwandorf dem ländlichen Teilraum zugeordnet, dessen Entwicklung in besonderem Maße gestärkt werden soll.² Laut dem Landesentwicklungsprogramm Bayern (Teil A Kap. II 2.1.7) sollen Mittelzentren „*Bevölkerung ihrer Mittelbereiche mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs versorgen. [...] Mittelzentren sollen über vielseitige Einkaufsmöglichkeiten des gehobenen Bedarfs sowie über ein vielfältiges und attraktives Arbeitsplatzangebot verfügen.*“

Das nächstgelegene Oberzentrum befindet sich mit Amberg (ca. 44.060 Einwohner¹) in rund 20 km nordwestlicher Richtung, während das Oberzentrum Regensburg (ca. 133.530 Einwohner¹) rund 40 km südlich und das Oberzentrum Weiden ca. 55 km nördlich liegen. Im Landkreis Schwandorf ist außerdem mit dem Städtedreieck Burglengenfeld / Maxhütte-Haidhof / Teublitz (insgesamt ca. 30.160 Einwohner¹), ca. 15 km südlich von Schwandorf, ein gemeinsames Mittelzentrum ausgewiesen.

¹ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stand: 31.12.2008.

² Vgl. dazu Landesentwicklungsprogramm Bayern, 2006, Anhang 2 u. 3.

Karte 1: Lage der Stadt Schwandorf und zentralörtliche Struktur in der Region



Die verkehrliche **Erreichbarkeit** von Schwandorf ist als sehr gut zu bezeichnen. Durch die unmittelbare Lage westlich der Autobahn A 93 (Regensburg – Hof) ist Schwandorf in das überregionale Verkehrsnetz eingebunden. Zudem ist die Autobahn A 6 (Nürnberg – Amberg – Plzen) in ca. 13 km nordwestlicher Entfernung über die Bundesstraße 15 (Regensburg – Hof) gut zu erreichen zu erreichen. Die Anbindung an das regionale Verkehrsnetz in West-Ost-Richtung ist durch die B 85 (Amberg – Schwandorf – Cham) sichergestellt. Schwandorf ist zudem ein Knotenpunkt im Regionalbahnverkehr. Darüber hinaus ist Schwandorf über das Busliniennetz der Stadt (Schmid Faszinatour – Nahverkehr für Schwandorf) an das Netz des Regensburger Verkehrsverbundes (RVV) angebunden.

Die **Siedlungsstruktur** von Schwandorf umfasst auf einer Fläche von rund 124 km² zum einen die Kernstadt Schwandorf, am östlichen Ufer der Naab gelegen, zum anderen diverse kleinere Stadtteile bzw. Ortschaften, welche überwiegend in den 70er Jahren eingemeindet wurden. Die Siedlungsstruktur der Kernstadt besteht aus einem recht kompakten Siedlungskörper und ist überwiegend durch Wohnnutzung geprägt. Größere Gewerbe- und Industriegebiete sind im südlichen Bereich der Kernstadt vorzufinden. Eine besondere Eignung für weitere Wohnflächenausweisungen besteht laut Angaben der Stadtverwaltung neben der Kernstadt in den Stadtteilen Fronberg, Kronstetten / Niederhof und Klardorf / Zielheim.

2. Bevölkerungsstruktur und Wohnbautätigkeit

In den vergangenen zehn Jahren hat sich die Bevölkerungszahl in Schwandorf konstant entwickelt. Von 1998 bis 2008 verzeichnete die Stadt einen Zuwachs um 149 Bewohner (+ 0,5 %). Mit dieser **Bevölkerungsentwicklung** weist Schwandorf einen vergleichbaren Trend wie der Landkreis Schwandorf auf, befindet sich jedoch unterhalb der Zuwachsraten des Regierungsbezirks Oberpfalz (vgl. Tabelle 1). Der Freistaat Bayern verzeichnete im genannten Zeitraum einen Bevölkerungszuwachs von + 3,6 %. Der Anteil der Bevölkerung der Stadt Schwandorf am gesamten Bevölkerungsaufkommen des Landkreises Schwandorf liegt bei etwa 20 %. Schwandorf ist als Große Kreisstadt das wichtigste Zentrum des Landkreises.

Seit dem Bevölkerungshöchststand im Jahr 2006 (28.164 Einwohner¹) lassen sich in Schwandorf leicht rückläufige Tendenzen beobachten. Die Bevölkerungszahl und -struktur stellen wichtige Einflussfaktoren der zukünftigen Standortentwicklung und auch der Einzelhandelsentwicklung dar.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Schwandorf 1998 – 2008

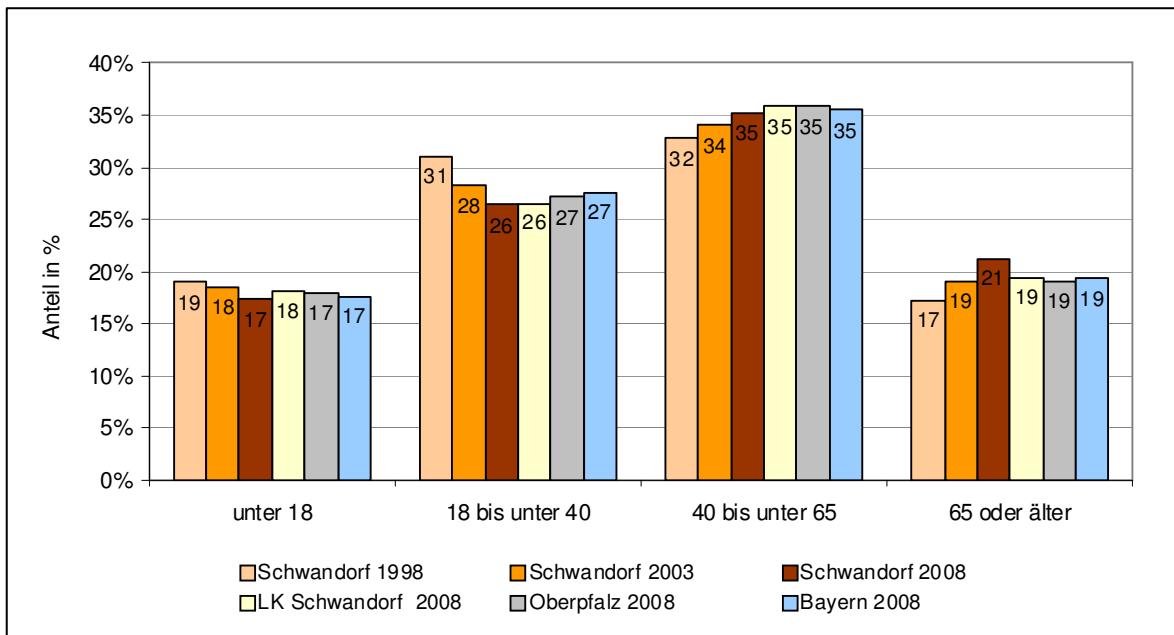
Gebiet	Einwohner		Veränderung 1998 / 2008	
	1998	2008	absolut	in %
Schwandorf	27.762	27.911	+ 149	+ 0,5
Landkreis Schwandorf	142.191	143.340	+ 1.149	+ 0,8
Oberpfalz	1.069.121	1.083.780	+ 14.659	+ 1,4
Bayern	12.086.548	12.519.728	+ 433.180	+ 3,6

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stichtag: 31.12.; GMA-Berechnungen

Bei Betrachtung der **Altersstruktur** ist seit dem Jahr 1998 eine Tendenz zur „Alterung“ der Bevölkerung von Schwandorf zu beobachten. Dem prozentualen Bevölkerungsrückgang der unter 40-Jährigen steht eine Zunahme in den Altersklassen ab 40 Jahren gegenüber (vgl. Abbildung 4). Im Vergleich zu den Vergleichsregionen verfügt die Stadt Schwandorf aktuell über einen erhöhten Anteil an Personen im Rentenalter, was sich u. a. durch verschiedene Seniorenwohnheime erklärt.

¹

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stichtag: 31.12

Abbildung 4: Altersstruktur der Bevölkerung Schwandorfs 1998 – 2008 im Vergleich

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stichtage: 31.12., GMA-Bearbeitung.

Im Folgenden sind die **Baugenehmigungen und Baufertigstellungen** in Schwandorf zwischen 2003 und 2008 dargestellt (vgl. Tabelle 2 und Tabelle 3). Die Daten belegen eine durchaus ausgeprägte, wenngleich leicht zurückgehende Wohnungsbaudynamik in der Kreisstadt. Wurden 2003 insgesamt fast 45 Wohngebäude fertig gestellt, reduzierte sich dieser Wert auf 34 Wohngebäude im Jahr 2008. Die Zahl der Baugenehmigungen entspricht in ihrer Entwicklungstendenz in etwa dem Trend der Baufertigstellungen. Der Rückgang der Baugenehmigungen im genannten Zeitraum ist jedoch vergleichsweise stärker ausgeprägt. Im Mittelpunkt beider Entwicklungen (bei Baugenehmigungen und Fertigstellungen) stehen eindeutig die Einfamilienhäuser, d. h. Schwandorf stellt insbesondere für Familien potenziell einen attraktiven Wohnstandort dar. Wie an vielen anderen Standorten gibt es im Geschosswohnungsbau auch in Schwandorf rückläufige Tendenzen.

Tabelle 2: Baugenehmigungen in Schwandorf 2003 – 2008

Daten	Jahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Summe
genehmigte Wohngebäude insg.	83	65	44	59	25	25		301
genehmigte Wohngebäude mit 1 Wohnung	67	54	39	54	22	19		255
genehmigte Wohngebäude mit 2 Wohnungen	10	8	4	2	2	4		30
genehmigte Wohngebäude mit 3 oder mehr Wohnungen	6	3	1	3	1	2		16
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, GMA-Berechnungen								

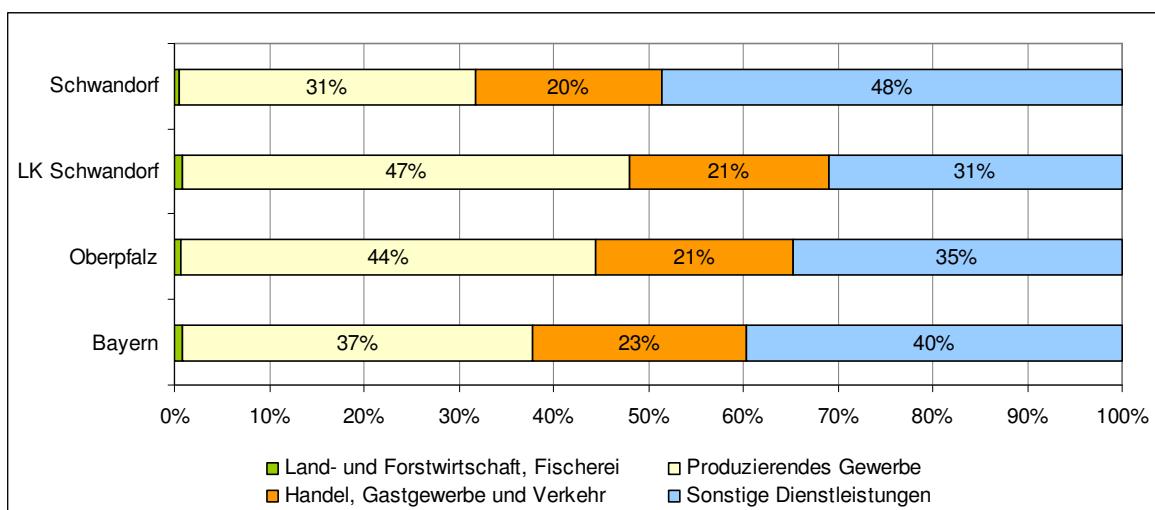
Tabelle 3: Baufertigstellungen in Schwandorf 2003 – 2008

Daten	Jahr	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Summe
neue Wohngebäude insg.	45	50	45	59	34	34		267
neue Wohngebäude mit 1 Wohnung	36	38	38	51	30	33		226
neue Wohngebäude mit 2 Wohnungen	7	8	4	8	3	-		30
neue Wohngebäude mit 3 oder mehr Wohnungen	2	4	3	-	1	1		11
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, GMA-Berechnungen								

3. Wirtschaftsstruktur und Beschäftigung

Die **Wirtschaftsstruktur** der Großen Kreisstadt Schwandorf ist durch den Dienstleistungssektor geprägt (vgl. Abbildung 5). Dieses ergibt sich u.a. durch eine Reihe von öffentlichen Funktionen und Einrichtungen sowie den ausgeprägten Einzelhandelsbesatz in Schwandorf. Von insgesamt rund 11.900 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2007 sind ca. 20 % im Wirtschaftsbereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr (ca. 2.350 Beschäftigte) und ca. 48 % in sonstigen Dienstleistungen (ca. 5.770) tätig, ca. 31 % der Beschäftigten sind dem produzierenden Gewerbe zuzuordnen (ca. 3.720 Beschäftigte). Während im Zeitraum 1998 / 2007 im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr eine relativ konstante Beschäftigungssituation zu beobachten waren, konnte der Bereich sonstiger Dienstleistungen seine Beschäftigungsbedeutung ausbauen (um ca. + 1.210 Beschäftigte). Arbeitsplatzverluste musste hingegen das produzierende Gewerbe hinnehmen (ca. - 1.015 Beschäftigte).

Abbildung 5: Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wirtschaftsbereichen 2007



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stichtag: 30.06., GMA-Bearbeitung

Mit rund 436 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten pro 1.000 Einwohner verfügt Schwandorf über eine für die Stadtgröße **vergleichsweise hohe Beschäftigtendichte**. So weisen beispielsweise die etwas kleinere Stadt Sulzbach-Rosenberg mit 360 oder das Städtedreieck Burglengenfeld / Maxhütte-Haidhof / Teublitz mit 218 Beschäftigten pro

1.000 Einwohnern deutlich geringere Werte auf.¹ Folgende Tabelle 4 fasst die größten Arbeitgeber der Stadt Schwandorf zusammen:

Tabelle 4: Arbeitgeber in Schwandorf mit mehr als 200 Mitarbeitern

Unternehmen / Arbeitgeber	Tätigkeitsfeld	Mitarbeiter
Meiller direct GmbH	Direct Marketing Services	> 700
Wolf GmbH	Herstellung von Fleisch- und Wurstwaren	400 – 700
Benteler Automobiltechnik GmbH	Automobilzulieferung	
St. Barbara-Krankenhaus	Allgemeinkrankenhaus	
Landratsamt Schwandorf	Behörde	300 – 400
Sparkasse Landkreis Schwandorf	Bankgewerbe	
Große Kreisstadt Schwandorf (einschl. Bürgerspitalstiftung)	Behörde	
Nabaltec AG	Herstellung von Aluminiumoxid und Aluminiumhydroxid	
Schmack Biogas AG	Herstellung von Biogasanlagen	200 – 300
Agentur für Arbeit	Behörde	
Zweckverband für Müllverwertung Schwandorf	Betrieb des Müllkraftwerk	
Fronberg Guss GmbH	Kernintensive Gussprodukte	
Quelle: Stadt Schwandorf, Stand: 01.09.2008		

Schwandorf verfügt über einen hohen positiven Pendlersaldo, bei dem die Zahl der Einpendler (7.282) die der Auspendler (5.003) um 2.279 übersteigt. Insgesamt sind am Arbeitsort Schwandorf derzeit rund 12.200 Beschäftigte erfasst.² Hieraus ergeben sich auch positive Effekte für den Einzelhandel in Schwandorf.

Zwischen 1998 und 2008 konnte die Stadt Schwandorf einen Zuwachs an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von knapp 4 % verzeichnen (vgl. Tabelle 5). Mit dieser positiven Entwicklung befindet sich Schwandorf dennoch deutlich unterhalb der Entwicklungen

¹ Zum Vergleich: Amberg: 521, Regensburg: 741 Beschäftigte pro 1.000 Einwohner. Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stand: Jun. 2008, GMA-Berechnungen.

² Beschäftigte am Arbeitsort Schwandorf: 12.173, Beschäftigte am Wohnort Schwandorf: 9.894. Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stand 30.06.2008.

übergeordneter Vergleichsregionen. So verzeichnete beispielsweise der Landkreis Schwandorf im selben Zeitraum eine Steigerung der Beschäftigtenzahlen um + 10,2 %. Derzeit weist die Stadt Schwandorf einen Anteil von rund 27 % aller im Landkreis Schwandorf sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf.

Tabelle 5: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im regionalen Vergleich

	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte am Arbeitsort		Veränderung 1998 – 2008	
	1998	2008	absolut	in %
Schwandorf	11.711	12.173	+ 462	+ 3,9
LK Schwandorf	41.722	45.965	+ 4.243	+ 10,2
Reg.-bez. Oberpfalz	344.283	378.891	+ 33.891	+ 9,8
Bayern	4.182.678	4.518.801	+ 336.123	+ 8,0

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, jeweils 30.06.

Die **Arbeitslosenquote** des Landkreises Schwandorf¹ verläuft seit Jahren trendgleich mit den Werten der Oberpfalz sowie des Freistaats Bayern. Den sinkenden Arbeitslosenquoten im Zeitraum 2005 / 2008 steht in diesem Jahr eine steigende Tendenz gegenüber. Derzeit beläuft sich die Quote im Landkreis Schwandorf auf 5,3 % (zum Vergleich: Juni 2005: 7,6 %, Juni 2008: 4,3 %).²

Für die weitere gewerbliche Entwicklung Schwandorfs stehen das Areal Ehemalige Tonwarenfabrik (TWF), die Gewerbegebiete Gleisdreieck und Otto-Hahn-Straße Nord, das Gewerbe- und Industriegebiet Im Moss, das Industriegebiet Ehemalige Bayernwerk AG sowie das Sondergebiet Am Brunnenfeld zur Verfügung. Die **Gewerbegebiete** liegen verkehrsgünstig an den örtlichen Ausfallstraßen, wenige Kilometer von der Bundesautobahn A 93 entfernt. Die überwiegend im Privateigentum stehenden Flächen weisen eine Gesamtfläche von ca. 150 ha auf. Die verfügbare Restfläche beläuft sich derzeit auf insgesamt ca. 24 ha. Für eine Ausweitung bzw. Ergänzung des derzeitigen Einzelhandelsbestandes soll laut Angaben der Stadtverwaltung neben dem Stadtkern vorwiegend das ca.

¹ Für die Stadt Schwandorf weist die Bundesagentur für Arbeit keine entsprechenden Werte aus.

² Bezogen auf abhängige Erwerbspersonen; Stand: Juni 2009. Zum Vergleich: Oberpfalz: 5,6 %, Bayern: 5,4 %.

6 ha umfassende Gelände der ehemaligen Tonwarenfabrik im Anschluss zur Innenstadt genutzt werden.

Einen interessanten Aspekt für die Stadt Schwandorf und auch für den Einzelhandel stellt die **Tourismusbranche** dar. Bezuglich der Gästeübernachtungen verzeichnet Schwandorf eine vergleichsweise positive Entwicklungsdynamik. So stieg die Zahl der Übernachtungen im genannten Zeitraum um ca. 2.430 auf rund 33.370; dies entspricht einer Zunahme um knapp + 8 %, während sich im Landkreis Schwandorf (ca. + 5 %) und in der Oberpfalz (ca. + 4 %) geringere Steigerungen ergaben. Im gesamten Freistaat stieg die Zahl der Gästeübernachtungen von 1998 bis 2008 um + 8 %. Bei Betrachtung der Übernachtungszahlen nach der Herkunft der Gäste wird deutlich, dass die Übernachtungen der ausländischen Gäste innerhalb der vergangenen Jahre in Schwandorf stark gesunken sind. Aktuell beträgt der Anteil der Übernachtungen ausländischer Gäste ca. 11 %; im Jahr 1998 waren dies noch ca. 21 %. Absolut sank die Zahl an Übernachtungen ausländischer Gäste von rund 5.400 (1998) auf ca. 3.600 (2008).¹

Nach Angaben des Tourismusbüros Schwandorf stieg im Zeitraum 2004 – 2008 die Übernachtungszahl von ca. 34.660 auf ca. 41.580 an (ca. + 20 %)².

Die Aufenthaltsdauer der Gäste beläuft sich in der Stadt Schwandorf aktuell (2008) wie bereits 1998 auf 1,8 Tage. Aus Sicht der GMA ist diese vergleichsweise niedrige Aufenthaltsdauer u.a. mit dem oftmals auf eine Übernachtung abzielenden Geschäftstourismus zu begründen. Mit der Entwicklung der Dauer steht Schwandorf im Gegensatz zum allgemeinen Trend einer stetig sinkenden Aufenthaltsdauer. So sank etwa die Aufenthaltsdauer im Freistaat während der vergangenen zehn Jahre um 0,5 Tage; allerdings liegt diese mit derzeit 2,9 Tagen immer noch deutlich über dem Niveau Schwandorfs. Insgesamt stehen in der Stadt Schwandorf derzeit 346 Betten, die sich auf 12 Übernachtungsbetriebe verteilen, zu Verfügung.³

¹ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, 2009.

² Quelle: Tourismusbüro Schwandorf, Stand 08.07.2009. Das Bayerische Landesamt, welches nur Übernachtungen in gewerblichen Betrieben mit mehr als 8 Betten registriert, verzeichnet geringere Werte (2004: ca. 27.970, 2008: ca. 33.3730), der prozentuale Anstieg der Übernachtungszahlen (ca. + 19 %) weicht für den angegebenen Zeitraum im Vergleich jedoch nur geringfügig ab.

³ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stand: Juni 2009.

Von touristischer Bedeutung sind in Schwandorf neben den lokalen Sehenswürdigkeiten wie Felsenkellern, Stadtmuseum, Blasturm, Marktplatz, Fronberger Schloss und Wasserrädern v. a. die Lage in der Oberpfälzer Seenlandschaft sowie die Nähe zu Regensburg (u.a. Welterbe) und zum Bayerischen Wald.

Im Einzelhandel beträgt das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftniveau** in Schwandorf einen Wert von 99,5 auf und liegt somit geringfügig unterhalb des bundesdeutschen Durchschnitts (100,0).

Der landesplanerisch ausgewiesene Nahbereich Schwandorfs umfasst das gesamte Stadtgebiet.¹ Der Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels² erstreckt sich neben dem Schwandorfer Stadtgebiet auch auf zahlreiche Kommunen insbesondere im östlichen und südöstlichen regionalen Umfeld und weist ca. 86.900 Einwohner³ auf.

Zusammenfassend sind die gesamtstädtischen Standortrahmenbedingungen der Stadt Schwandorf insgesamt als positiv zu werten. Sowohl in demografischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht weist Schwandorf in den vergangenen Jahren relativ stabile Entwicklungen auf. Positiv hervorzuheben sind insbesondere die gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt und der Gewerbegebiete, eine insgesamt hohe Arbeitsplatzbedeutung (u.a. Einpendler mit zusätzlichen Umsatzpotenzialen für den Einzelhandel) sowie touristische Potenziale, welche zukünftig stärker genutzt werden könnten.

¹ Vgl. Regionalplan Region Oberpfalz-Nord, Begründungskarte 2, 2007.

² Quelle: Schriftliche Auskunft der Regierung der Oberpfalz vom 24.07.2009.

³ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stand 31.12.2008.

V Bevölkerung und Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels

1. Marktgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Marktgebietes ist die wichtigste Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohner- und Kaufkraftpotenzials des Schwandorfer Einzelhandels und zur Berechnung der Kaufkraftströme. Als Marktgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufzusuchen.

Bei der konkreten Abgrenzung des Marktgebietes wurden insbesondere folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- Einzelhandelsbesatz (insbesondere hinsichtlich Betriebsgrößen- und Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität der Geschäfte)
- Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur, administrative Grenzen)
- Ergebnisse der Händler- und Haushaltsbefragung
- Lage der Einzelhandelsschwerpunkte und verkehrliche Erreichbarkeit
- topografische Bedingungen
- Einzelhandelsausstattung der Umlandkommunen
- ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

⁶

Nicht alle der in Schwandorf ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen in gleichem Umfang in das Marktgebiet aus. Auf einzelbetrieblicher Ebene bestehen z. T. Kundenverflechtungen, die über das abgegrenzte Marktgebiet hinausgehen. Die Anziehungskraft hängt – neben der Fristigkeit des Bedarfs – v. a. von der Attraktivität und Größe des Anbieters ab. Diese Verflechtungen werden bei den weiteren Berechnungen als Umsätze mit sog. Streukunden behandelt. Hierzu zählen etwa gelegentliche Einkäufe von einpendelnden Arbeitnehmern oder Touristen.

Insgesamt wird die Angebotsstruktur in Schwandorf vornehmlich von großflächigen Betrieben dominiert, v. a. SB-Warenhäuser und Fachagglomerationen üben Magnetfunktion-

nen aus. Hohe Ausstrahlungswirkung erreichen jedoch die Oberzentren Regensburg, Amberg und Weiden i. d. Opf., die ebenfalls eine hohe Bedeutung als Arbeitsorte aufweisen. Das Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels bleibt daher im Kern auf die Stadt Schwandorf und auf den regionalplanerischen Mittelbereich von Schwandorf beschränkt.

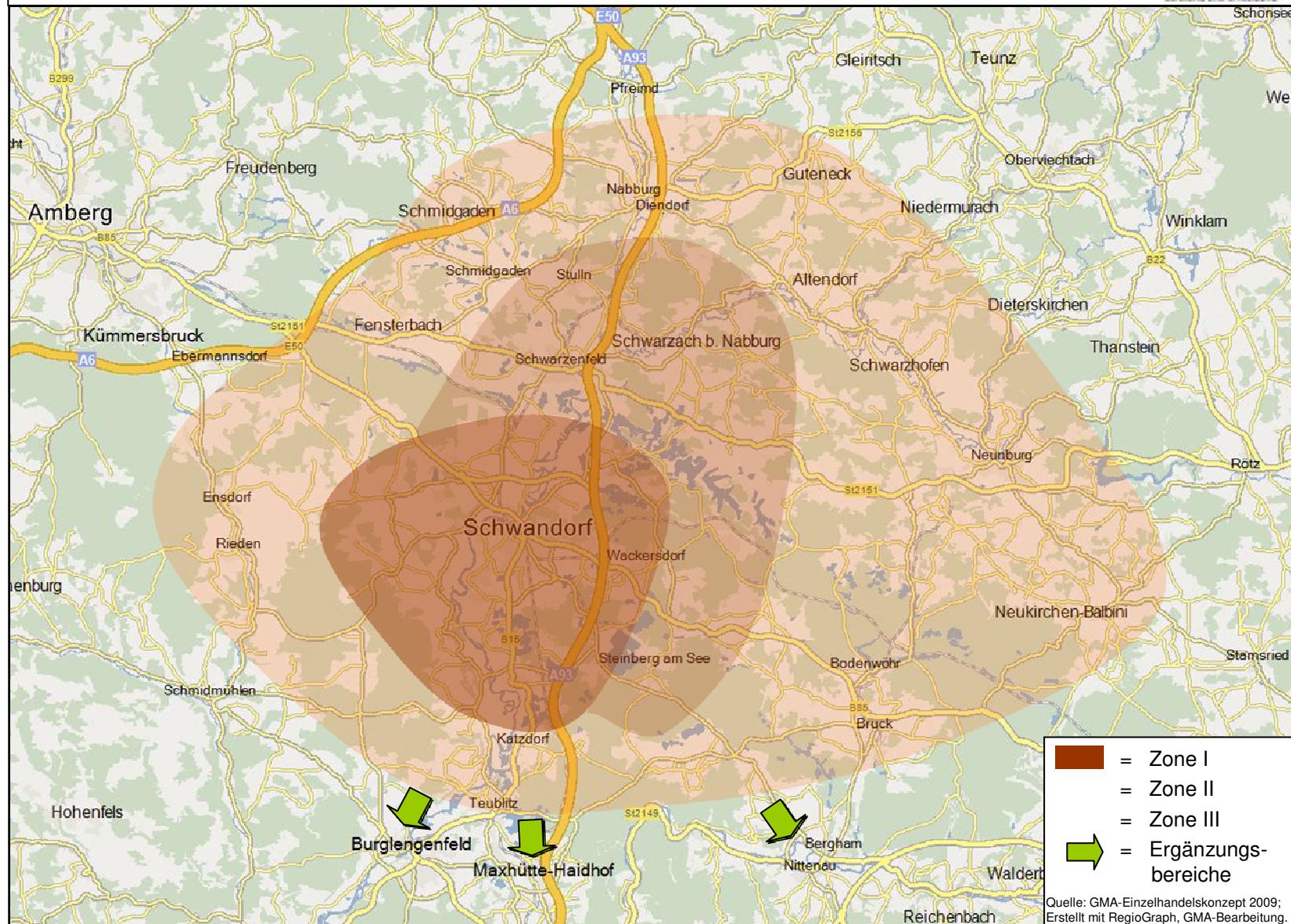
Vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation, der verkehrlichen Erreichbarkeit der Großen Kreisstadt sowie auf Basis der durchgeführten Händlerbefragung lässt sich das Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels demnach wie in Tabelle 4 abgrenzen und zonieren (vgl. auch Karte 2). Im Schwandorfer Gemeindegebiet (Zone I), welches identisch ist mit dem landesplanerisch zugewiesenen Nahbereich der Stadt Schwandorf, kann die höchste Kundenbindung unterstellt werden. Als Zone II (Naheinzugsgebiet) wurden v. a. die östlich angrenzenden Gemeinden definiert, in denen ebenfalls noch eine starke Einkaufsorientierung auf Schwandorf zu erwarten ist. Zone III (erweitertes Einzugsgebiet) umfasst weitere Teile des Innerstädtischen Verflechtungsbereiches bzw. des Mittelbereiches von Schwandorf. Darüber hinaus wurden südlich von Schwandorf Ergänzungsbereiche ausgewiesen. Hier ist allerdings angesichts der Nähe zu konkurrierenden Wettbewerbsstandorten nicht mehr von einer eindeutigen Orientierung hin zum Einkaufsort Schwandorf auszugehen. Weitere Kaufkraftzuflüsse zum Einzelhandelsstandort Schwandorf, z. B. von Pendlern oder Touristen, werden im weiteren Verlauf der Untersuchung in Form von sog. Streumsätzen berücksichtigt.

Insgesamt umfasst das Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels (inkl. Ergänzungsbereiche) derzeit ein Einwohnerpotenzial von ca. 120.170 Personen (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Bevölkerungspotenzial im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels

Zone	Städte und Gemeinden	Einwohner
Zone I	Schwandorf	27.911
Zone II	Schwarzach b. Nabburg, Schwarzenfeld, Steinberg a. See, Stulln, Wackersdorf	16.280
Zone III	Altendorf, Bodenwöhr, Bruck i.d.Opf., Ensdorf, Fensterbach, Guteneck, Nabburg, Neukirchen-Balbini, Neunburg v.Wald, Rieden, Schmidgaden, Schwarzhofen, Teublitz	44.829
Ergänzungsbereiche	Burglengenfeld, Maxhütte-Haidhof, Nittenau	31.146
Marktgebiet gesamt		120.166
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Stand 31.12.2008		

Karte 2: Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels



2. Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet

Die Berechnung der im abgegrenzten Marktgebiet potenziell erschließbaren Nachfragepotenziale wird für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte zu Grunde gelegt.

Nach Berechnungen der GMA liegt die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) in den alten Bundesländern für die abgegrenzten Bedarfsgüter im Jahr 2009 bei ca. 5.264 € pro Kopf der Wohnbevölkerung. Davon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 1.788 € p. a., auf den gesamten Nichtlebensmittelsektor ca. 3.476 € p. a. Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Für Schwandorf ist von einem leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraftkoeffizienten auszugehen.¹

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren beläuft sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet aktuell auf **insgesamt ca. 616,0 Mio. €** (vgl. Tabelle 7).

Davon betreffen

- ca. 146,3 Mio. € (ca. 24 %) die Stadt Schwandorf (Zone I)
- ca. 83,6 Mio. € (ca. 13 %) die Zone II
- ca. 226,1 Mio. € (ca. 37 %) die Zone III
- ca. 160,0 Mio. € (ca. 26 %) die Ergänzungsbereiche.

Differenziert nach Hauptwarengruppen entfallen ca. 209,2 Mio. € (ca. 34 %) auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 406,8 Mio. € (ca. 66 %) auf Nichtlebensmittel.

¹ Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Nürnberg, errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf der Grundlage der Steuerstatistik. Für die Große Kreisstadt Schwandorf liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 99,5 und damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). In den anderen Kommunen im Marktgebiet schwankt der Kaufkraftkoeffizient zwischen 90,5 und 101,3.

Tabelle 7: Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2009

Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich	Kaufkraft in Mio. €				
	Zone I	Zone II	Zone III	Ergänzungsbereiche	Marktgebiet gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	49,7	28,4	76,8	54,3	209,2
Gesundheit, Körperpflege	17,8	10,1	27,4	19,5	74,8
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	3,1	1,9	4,8	3,5	13,3
Überwieg. kurzfristiger Bedarf	70,6	40,4	109,0	77,3	297,3
Bücher, Schreib-, Spielwaren	7,2	4,2	11,1	7,9	30,4
Bekleidung, Schuhe, Sport	18,7	10,7	28,9	20,5	78,8
Überwieg. mittelfristiger Bedarf	25,9	14,9	40,0	28,4	109,2
Elektrowaren	13,1	7,5	20,3	14,3	55,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	14,4	8,1	22,2	15,7	60,4
Sonstiger Einzelhandel	22,3	12,7	34,6	24,3	93,9
Überwieg. langfristiger Bedarf	49,8	28,3	77,1	54,3	209,5
Einzelhandelswaren gesamt	146,3	83,6	226,1	160,0	616,0
Quelle: GMA-Berechnungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)					

3. Kaufkraftentwicklung bis 2015 / 2020

Die mittelfristige Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet der Stadt Schwandorf ist einerseits abhängig von konjunkturellen Einflüssen und dem künftigen Verbraucherverhalten, andererseits insbesondere von der Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet.

Für die Kaufkraftprognose wird unterstellt, dass sich die Verbraucher in ihrem Spar- und Ausgabeverhalten bis zum Prognosehorizont 2015 bzw. 2020 „normal“ verhalten, d. h. keine wesentlichen Veränderungen der Sparquote und des Ausgabeverhaltens eintreten. Vor dem Hintergrund der derzeit absehbaren konjunkturellen Entwicklung dürfte nur noch mit geringen realen Kaufkraftsteigerungen zu rechnen sein. Die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland wird nach GMA-Berechnungen im Jahr 2015 ca. 5.359 € pro Kopf der Wohnbevölkerung betragen (nominale Preissteigerung gegenüber 2009 von ca. 1,8 %), im Jahr 2020 ca. 5.502 € (+ 4,5 %).

Bei Zugrundelegung der amtlichen Prognosen zur zukünftigen Einwohnerentwicklung in den Landkreisen Schwandorf und Amberg-Sulzbach wird sich die Bevölkerungszahl im Marktgebiet leicht positiv entwickeln. Während der Landkreis Schwandorf eine leicht positive Prognose aufweisen kann, wird für den Landkreis Amberg-Sulzbach von einem leicht negativen Trend ausgegangen.¹ Auf dieser Grundlage errechnet sich **für das Marktgebiet für das Prognosejahr 2015 ein Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 628,9 Mio. €** (vgl. Tabelle 8). Gegenüber 2009 entspricht dies einem nominalen Kaufkraftzuwachs von ca. 12,9 Mio. € (ca. 2,1 %).

Tabelle 8: Prognose der einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2015

Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich	Kaufkraft in Mio. €				
	Zone I	Zone II	Zone III	Ergänzungsbereiche	Marktgebiet gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	50,7	29,0	78,2	55,4	213,3
Gesundheit, Körperpflege	18,5	10,6	28,5	20,2	77,8
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	3,2	1,9	5,0	3,5	13,6
Überwieg. kurzfristiger Bedarf	72,4	41,5	111,7	79,1	304,7
Bücher, Schreib-, Spielwaren	7,3	4,2	11,2	7,9	30,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	19,1	10,9	29,5	21,0	80,5
Überwieg. mittelfristiger Bedarf	26,4	15,1	40,7	28,9	111,1
Elektrowaren	13,5	7,8	20,8	14,8	56,9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	14,6	8,3	22,5	16,0	61,4
Sonstiger Einzelhandel	22,5	12,8	34,9	24,6	94,8
Überwieg. langfristiger Bedarf	50,6	28,9	78,2	55,4	213,1
Einzelhandelswaren gesamt	149,4	85,5	230,6	163,4	628,9
Quelle: GMA-Berechnungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)					

Bis zum Jahr 2020 erwartet die Prognose des Statistischen Landesamtes im Landkreis Schwandorf weiterhin eine positive und im Landkreis Amberg-Sulzbach weiter eine negative Entwicklung. Für das abgegrenzte Marktgebiet ermittelt sich somit **für das Prognosejahr 2020 ein Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 633,4 Mio. €** (vgl. Tabelle 9). Ge-

¹

Vgl. Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2025, 2007.

genüber 2009 entspricht dies einem nominalen Kaufkraftzuwachs von ca. 17,4 Mio. € (ca. 2,8 %).

Tabelle 9: Prognose der einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2020

Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich	Kaufkraft in Mio. €				
	Zone I	Zone II	Zone III	Ergänzungsbereiche	Marktgebiet gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	51,0	29,3	78,9	55,8	215,0
Gesundheit, Körperpflege	18,8	10,7	28,9	20,5	78,9
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	3,3	1,9	5,1	3,5	13,8
Überwieg. kurzfristiger Bedarf	73,1	41,9	112,9	79,8	307,7
Bücher, Schreib-, Spielwaren	7,3	4,2	11,1	8,0	30,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	19,3	11,0	29,6	21,0	80,9
Überwieg. mittelfristiger Bedarf	26,6	15,2	40,7	29,00	111,5
Elektrowaren	13,6	7,8	21,0	14,9	57,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	14,7	8,3	22,7	16,0	61,7
Sonstiger Einzelhandel	22,6	12,9	34,9	24,8	95,2
Überwieg. langfristiger Bedarf	50,9	29,0	78,6	55,7	214,2
Einzelhandelswaren gesamt	150,6	86,1	232,2	164,5	633,4

Quelle: GMA-Berechnungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)

VI Situationsanalyse des Einzelhandelsstandorts Schwandorf

1. Aktueller Einzelhandelsbestand

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer vollständigen Erhebung des Einzelhandels, die im November 2009 durchgeführt wurde. Dabei wurden die Betriebe nach Umsatzschwerpunkt den einzelnen Warengruppen zugeordnet.

Demnach gab es zum Zeitpunkt der Erhebung in der Stadt Schwandorf insgesamt

- 260 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 93.215 m² (ungewichtet¹)
- eine Brutto-Umsatzleistung von ca. 275,3 Mio. €.

Tabelle 10: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Hauptwarengruppen

Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	94	23.300	129,4
Gesundheit, Körperpflege	17	2.700	18,4
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	10	1.525	3,0
überwiegend kurzfristiger Bedarf	121	27.525	150,8
Bücher, Schreib-, Spielwaren	9	1.450	6,5
Bekleidung, Schuhe, Sport	50	12.445	33,0
überwiegend mittelfristiger Bedarf	60	13.920	39,5
Elektrowaren	11	2.370	11,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	30	18.900	26,5
Sonstiger Einzelhandel	39	30.525	46,7
überwiegend langfristiger Bedarf	80	51.795	85,0
Einzelhandel gesamt	260	93.215	275,3

Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)

¹ Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich die nachfolgenden Angaben zur Verkaufsfläche auf ungewichtete Verkaufsflächen (ohne Lagerflächen).

Hiervon entfallen auf **Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln**

- 94 Betriebe (= ca. 36 % des Gesamtbestandes)
- ca. 23.300 m² VK (= ca. 25 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 129,4 Mio. € Brutto-Umsatz (= ca. 47 % des Gesamtumsatzes).

Auf **Nichtlebensmittel-Anbieter** entfallen

- 166 Betriebe (= ca. 64 % des Gesamtbestandes)
- ca. 69.915 m² VK (= ca. 75 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 145,9 Mio. € Brutto-Umsatz (= ca. 53 % des Gesamtumsatzes).

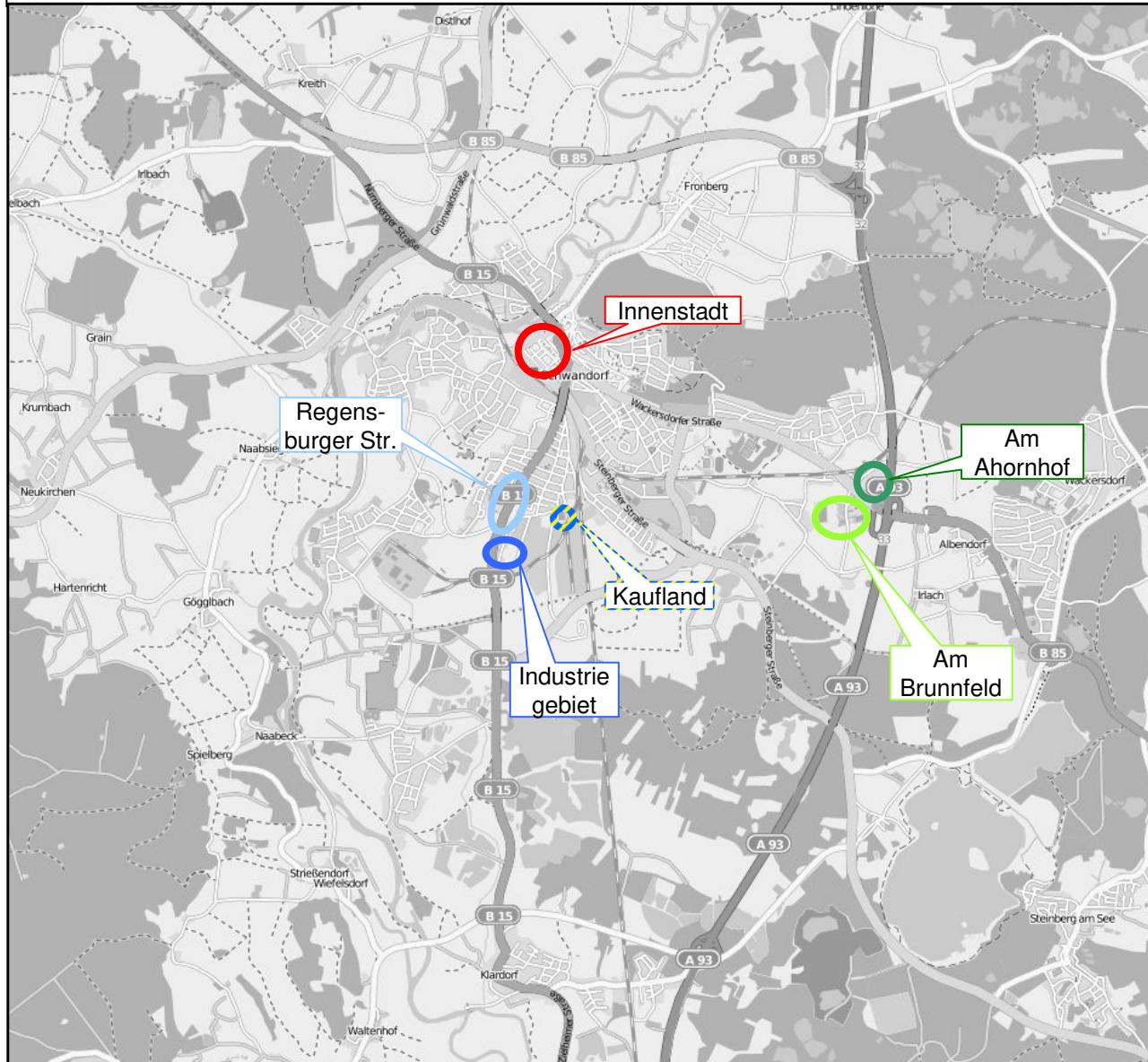
Die räumliche **Verteilung im Stadtgebiet** zeigt, dass mit ca. 77 % der Betriebe und ca. 66 % der Verkaufsflächen der größte Teil des Einzelhandelsbestands auf die Kernstadt entfällt. Während sich Betriebe v. a. auf die Innenstadt konzentrieren (rund die Hälfte des Gesamtbestands befindet sich hier), liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt eher in den Gewerbegebieten im Süden der Kernstadt (vgl. Tabelle 11). In den einzelnen Ortsteilen befinden sich jeweils nur wenige Betriebe. Hervorzuheben ist das Gewerbegebiet Am Brunnfeld an der B 85 / A 93, das mit Globus, OBI und mehreren Fach- und Discountmärkten den größten zusammenhängenden Verkaufsflächenbesatz in Schwandorf darstellt.

Tabelle 11: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Stadtteilen

Stadtbereich / Stadtteil	Betriebe		Verkaufsflächen	
	Anzahl	Anteil	in m²	Anteil
Schwandorf-Kernstadt	200	77 %	62.030	66 %
... Innenstadt	129	50 %	18.110	19 %
... Gewerbegebiete Süd (Kaufland, Regensburger Str., Industriegebiet)	39	15 %	31.450	34 %
... sonstige Kernstadt	32	12 %	12.470	13 %
Schwandorf-Ortsteile	61	23 %	31.185	34 %
... Höflarn (Gewerbegeb. Am Brunnfeld)	19	7 %	18.580	20 %
... Kronstetten (Gew.geb. Am Ahornhof)	3	1 %	1.660	2 %
... sonstige Ortsteile	38	15 %	10.945	12 %
Insgesamt	260	100 %	93.215	100 %

Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)

Karte 3: Stadtgebiet und wesentliche Einzelhandelsstandorte in Schwandorf



- = Innenstadt
- = Gewerbegebiet „Am Ahornhof“
- = Gewerbegebiet „Am Brunnfeld“
- = Industriegebiet
- = Kaufland
- = Regensburger Straße

Quelle: GMA-Einzelhandelskonzept 2009;
Kartengrundlage: www.openstreetmap.org,
GMA-Bearbeitung

Einzelhandelsbestand nach Standorten

Standort	Betriebe	VK
Innenstadt	129	18.110
Am Ahornhof	3	1.660
Am Brunnfeld	19	18.580
Industriegebiet	10	10.485
Kaufland	5	5.340
Regensburger Straße	24	15.625
Sonstige Kernstadt	32	12.470
Sonstige Ortsteile	38	10.945

Hinsichtlich der **Einstufung nach Einkaufslagen** (vgl. Tabelle 12) zeigt sich, dass die Schwandorfer Innenstadt in Hinsicht auf die Zahl der Betriebe (50 %) eine bedeutende Rolle annimmt. Da hier v. a. kleinflächige Anbieter dominieren, vereinigt die Innenstadt aber nur ca. 19 % der Verkaufsflächen auf sich, ein im GMA-Standortvergleich geringer Wert. Die durchschnittliche Betriebsgröße der Betriebe beläuft sich auf ca. 140 m² VK. Großflächige Anbieter sind die Bekleidungshäuser Frey, C&A und Meier's Mode sowie der Drogeriemarkt Müller.

Tabelle 12: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Standortlagen

Standortlage	Betriebe		Verkaufsflächen	
	Anzahl	Anteil	in m ²	Anteil
Innenstadt	129	50 %	18.110	19 %
Streu-/ Nebenlagen (integriert)	71	27 %	25.575	27 %
Gewerbegebiete / dezentrale Lagen	60	23 %	49.530	54 %
Insgesamt	261	100 %	93.215	100 %

Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)

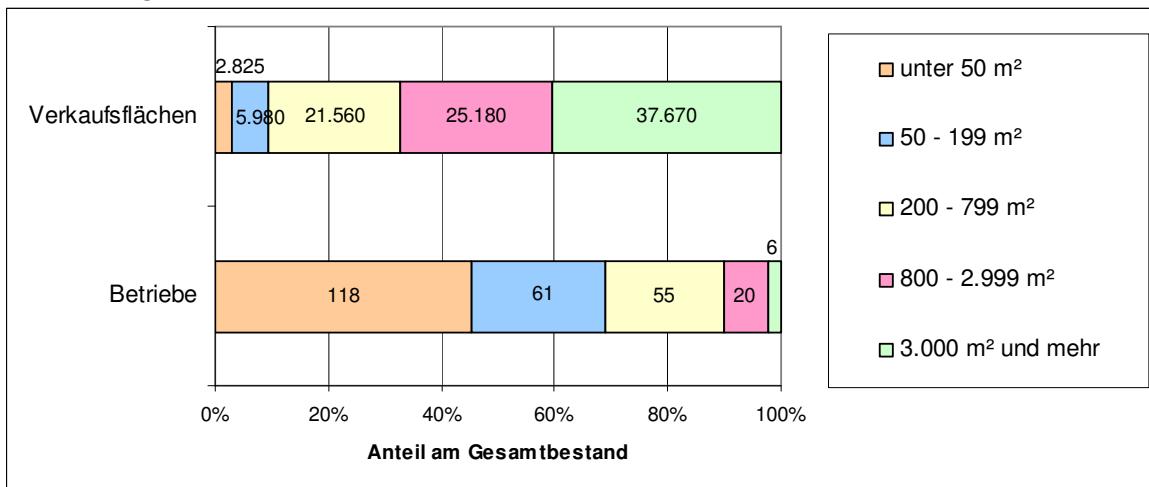
In integrierten Streu- und Nebenlagen befinden sich jeweils ca. 27 % der Betriebe und der Verkaufsflächen; die Betriebsgröße beträgt im Schnitt ca. 360 m² VK. Dabei handelt es sich teilweise um kleinflächige Anbieter (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Gärtnereien, Tankstellen-Shops), teilweise auch um größere Märkte (z. B. Möbel-Discounter Uschold, MaxxDa Sonderpostenmarkt, Neukauf an der nördlichen Regensburger Straße, Möbel-Center an der Hoher-Bogen-Straße, Edeka an der Dachelhofener Straße, Netto an der Wackersdorfer Straße). Hervorzuheben ist das SB-Warenhaus Kaufland an der Industriestraße, das an seinem Standort auch Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohngebiete im Süden der Kernstadt übernimmt.

In dezentraler Lage in Gewerbegebieten bzw. außerhalb der Siedlungsräume sind 60 Betriebe ansässig, die allerdings über die Hälfte der Verkaufsfläche auf sich vereinigen. Hier sind hauptsächlich großflächige Betriebe niedergelassen; die Durchschnittsgröße beläuft sich auf ca. 826 m² VK je Betrieb. Angebotsschwerpunkte des großflächigen Einzelhandels sind die Standorte Am Brunnfeld (SB-Warenhaus Globus mit Elektrofachmarkt und Fachgeschäften in der Vorkassenzone, OBI, Aldi, Lidl, Hausler Getränkemarkt), die Ausfallstraße Regensburger Straße (u. a. Praktiker, Aldi, Netto, Norma, Rossmann, Vögele,

Kik, Takko, Deichmann, Teppichfreund), das Industriegebiet (u. a. BayWa Bauzentrum, Domicil Möbel, Fressnapf, Küchen- und Fliesenfachmärkte) sowie das Gewerbegebiet Am Ahornhof (Danhauser Bauzentrum, Würth, Wolf Werksverkauf), welches sich wie das Gewerbegebiet Am Brunnfeld ebenfalls direkt an der Autobahnauffahrt befindet.

Die Analyse der **Größenstruktur** macht deutlich, dass der Schwandorfer Einzelhandelsbestand stark von Großbetrieben dominiert wird (vgl. Abbildung 6). Zwar sind nur ca. 10 % der Betriebe größer als 800 m² VK, sie vereinigen jedoch ca. 67 % des gesamten Verkaufsflächenbestands auf sich. Auf Kleinbetriebe unter 50 m² VK entfallen ca. 45 % des Betriebsbestands, auf Kleinbetriebe zwischen 50 und 200 m² VK ca. 24 %. Beide Kategorien zusammen verfügen jedoch über weniger als 10 % der Verkaufsflächen.

Abbildung 6: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Größenklassen



Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)

Die **Betriebstypenstruktur** wird zahlenmäßig von Fachgeschäften dominiert, ca. 73 % aller Betriebe in Schwandorf sind als solche einzustufen (vgl. Tabelle 13). Ca. 17 % der Betriebe sind Fachmärkte, ca. 5 % Lebensmittelmärkte (Supermarkt, Discounter, SB-Warenhaus). Bei etwa 5 % der Betriebe handelt es sich um Mischformen des Einzelhandels (Handwerksbetriebe, Tankstellenshops, Hofläden etc.). Der **größte Teil des Verkaufsflächenbestands in Schwandorf entfällt mit ca. 56 % auf Fachmärkte**, davon allein 21 % auf die drei Bau- und Heimwerkermärkte OBI, Praktiker und BayWa. Auffällig ist, dass diese drei Baumärkte allein über mehr Verkaufsfläche verfügen als alle Fachgeschäfte zusammen. Fachgeschäfte haben einen Anteil von rund 18 % an der Schwandorfer Gesamtverkaufsfläche.

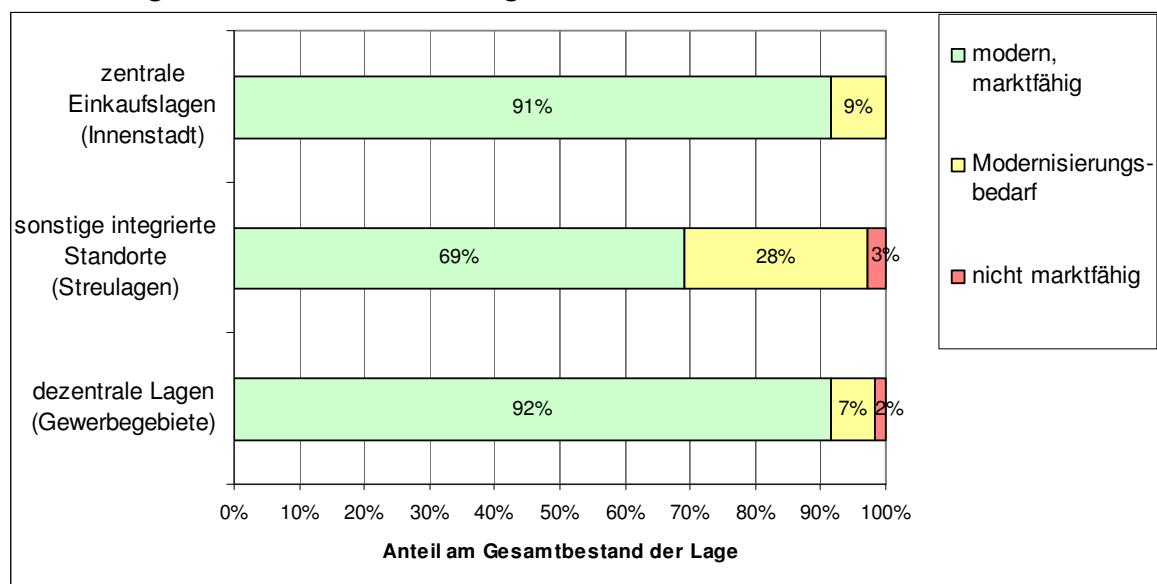
Tabelle 13: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Betriebstypen

Betriebstyp	Betriebe		Verkaufsflächen		Durchschn. Betriebs- größe
	Anzahl	Anteil	in m ²	Anteil	
Fachgeschäfte	190	73 %	19.340	21 %	102 m ²
Fachmärkte	44	17 %	52.370	56 %	1.190 m ²
Supermärkte, Discounter, SB-Warenhäuser	12	5 %	19.350	21 %	1.613 m ²
Mischformen des Einzel- handels*	14	5 %	2.155	2 %	154 m ²
Insgesamt	260	100 %	93.215	100 %	359 m²

* Tankstellen, Selbstvermarkter, Hofläden, Handwerksbetriebe

Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)

Bei der GMA-Erhebung wurden die Betriebe nicht nur in ihren quantitativen Eigenschaften sondern auch hinsichtlich **qualitativer Merkmale** bewertet. Dabei konnte der Großteil der Betriebe als modern und marktfähig eingestuft werden. Bei 38 Betrieben wurde Modernisierungsbedarf festgestellt. Dies betraf v. a. Anbieter in Innenstadt-Randlagen und in den Ortsteilen, die mit eingeschränkten Öffnungszeiten und teilweise unzeitgemäßem Erscheinungsbild nicht mehr den Anforderungen an zukunftsfähige Einzelhandelsbetriebe entsprechen (vgl. Abbildung 67). Hier liegen u.a. Aufgaben für ein aktives City- / Altstadtmanagement.

Abbildung 7: Qualitative Einstufung des Schwandorfer Einzelhandels 2009

Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)

Die Bewertung der Leistungsfähigkeit des Schwandorfer Einzelhandels kann über **Versorgungskennziffern und Betriebskennzahlen** vorgenommen werden. Die Einzelhandelsausstattung der Stadt wird dabei in einen interkommunalen Vergleich gestellt. Hierzu werden sog. Versorgungskennziffern verwendet, die die Ausstattung der Kommunen auf die Einwohnerzahl normiert, um einen Vergleich zu ermöglichen. Zum Vergleich dienen bundesdeutsche Durchschnittswerte von Kommunen zwischen 20.000 und 30.000 Einwohnern, die sog. GMA-Kennziffern¹ (vgl. Tabelle 14). Diese Vergleichskennziffern sind jedoch nicht als Zielgröße oder Richtwert zu verstehen sondern sollen lediglich der Vergleichbarkeit und der Orientierung dienen.

Tabelle 14: Versorgungskennziffern des Schwandorfer Einzelhandels 2009

Hauptwarengruppe	Anzahl der Betriebe je 1.000 Einw.		Verkaufsfläche je 1.000 Einw.	
	Schwandorf	GMA-Kennziffer*	Schwandorf	GMA-Kennziffer*
Nahrungs- und Genussmittel	3,4	2,7	835	580
Gesundheit, Körperpflege	0,6	0,6	97	66
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	0,4	0,5	55	46
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0,3	0,4	52	42
Bekleidung, Schuhe, Sport	1,8	1,5	446	287
Elektrowaren	0,4	0,7	85	75
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1,1	0,9	677	395
Sonstiger Einzelhandel	1,4	1,3	1.094	509
Einzelhandel gesamt	9,3	8,5	3.340	2.000

* Ausstattungswerte von Kommunen mit 20.001 – 30.000 Einwohnern
 Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

Der Einzelhandelsbesatz der Stadt Schwandorf lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Schwandorf verfügt im gesamten Einzelhandel über ca. 9,3 Arbeitsstätten je 1.000 Einwohner. Davon entfallen ca. 3,4 Arbeitsstätten auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor und ca. 5,9 Arbeitsstätten auf den Nichtlebensmittelsektor.

¹ Vgl. GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2007“, Wien, 2007. Im Fall der Kommunen mit 30.000 – 40.000 Einwohnern wurden 22 Städte in den Vergleich einbezogen.

- Bezogen auf 1.000 Einwohner existiert im gesamten Schwandorfer Einzelhandel ein Verkaufsflächenbesatz von ca. 3.340 m² Verkaufsfläche, davon ca. 835 m² im Nahrungs- und Genussmittelsektor und ca. 2.505 m² im Nichtlebensmittelsektor.

Der **Vergleich mit ähnlich großen Städten** zeigt, dass Schwandorf hinsichtlich der Betriebe, noch stärker jedoch hinsichtlich des Verkaufsflächenbesatzes rechnerisch bereits gut ausgestattet ist. Vor allem die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege, Bekleidung / Schuhe / Sport, Hausrat / Einrichtung / Möbel und Sonstiger Einzelhandel verfügen über Verkaufsflächenausstattungen, die weit über dem Durchschnitt liegen. Defizite zeigen sich zumindest in quantitativer Hinsicht nicht. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass viele Warengruppen auch als Randsortimente anderer Anbieter vorkommen (z. B. bei SB-Warenhäusern und Baumärkten), sodass sich die Flächenausstattung in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport und Elektrowaren nach Aufteilung der Flächen in Mehrbranchenunternehmen spürbar erhöhen würde. Hinzuweisen ist jedoch darauf, dass der größte Anteil der Verkaufsfläche sich außerhalb der Innenstadt befindet.

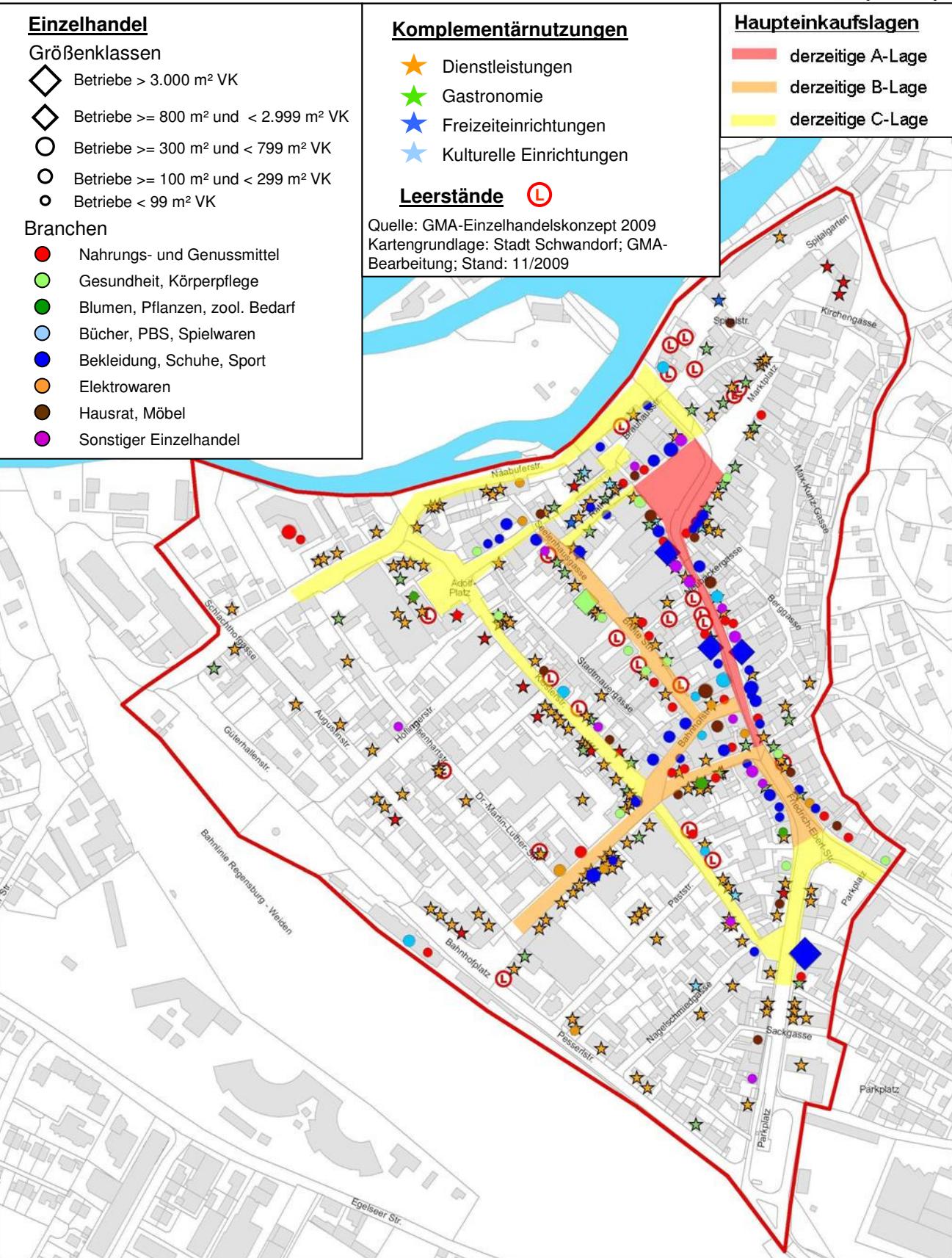
Im **regionalen Vergleich** erweist sich, dass Schwandorf natürlich nicht mit den oberpfälzischen Oberzentren konkurrieren kann. Dennoch ist die quantitative Ausstattung Schwandorfs für ein Mittelzentrum dieser Größenordnung – in Anbetracht des Einwohnerpotenzials und der Nähe zu großen Oberzentren – als gut zu bezeichnen.

2. Situation im zentralen Versorgungsbereich (=Innenstadt)

2.1 Einzelhandelsbesatz

Die Schwandorfer Innenstadt (=zentraler Versorgungsbereich) wird abgegrenzt durch die Bahntrasse im Südwesten, die Naab im Nordwesten, sowie den Weinberg und die Friedrich-Ebert-Straße im Osten. Als **Haupteinkaufslagen** fungieren hier der Marktplatz, die Friedrich-Ebert-Straße und die Breite Straße nebst verbindenden Seitenstraßen (vgl. Karte 4).

Karte 4: Schwandorfer Innenstadt und Haupteinkaufslagen



Abgestuft nach der Einzelhandelsdichte können für den Haupteinkaufsbereich derzeit folgende Wertigkeiten unterschieden werden (vgl. Karte 4):

- A-Lage: Friedrich-Ebert-Straße (zwischen Marktplatz und Schwaigerstraße), Marktplatz
- B-Lage: Bahnhofstraße, Breite Straße, Friedrich-Ebert-Straße (zwischen Schwaigerstraße und Wackersdorfer Straße), Schwaigerstraße
- C-Lage: Adolph-Kolping-Platz, Brauhausstraße, Ettmannsdorfer Straße (zwischen Naabuferstraße und Rewe), Friedrich-Ebert-Straße (zwischen Wackersdorfer Straße und Löllstraße), Klosterstraße, Naabuferstraße, Nürnberger Straße (zwischen Marktplatz und Naabbrücke), Postgartenstraße, Rathausstraße, Wackersdorfer Straße (zwischen Friedrich-Ebert-Straße und Galgengasse).

In der Gestaltung eines attraktiven, erlebbaren „Rundlaufs“ für die Kunden / Besucher - z.B. Friedrich-Ebert-Straße, Rathausstraße, Breite Straße und Bahnhofstraße - liegt eine wichtige städtebauliche Aufgabenstellung für die Stadt (auch i.S. eines aktiven City- und Altstadtmanagements).

Wie die Tabelle 15 zeigt, entfallen ca. 70 % der Betriebe und ca. 77 % des Verkaufsflächenbestands in der Innenstadt auf die Haupteinkaufsbereiche der A- und B-Kategorie. In den Haupteinkaufsbereichen der C-Kategorie sind noch ca. 25 % der Betriebe bzw. ca. 21 % der Verkaufsflächen ansässig. In den übrigen Bereichen der Schwandorfer Innenstadt sind nur vereinzelte Einzelhandelsgeschäfte vorhanden. Dabei handelt es sich durchweg um sehr kleine Anbieter.

Tabelle 15: Einzelhandelsbestand in der Schwandorfer Innenstadt 2009 nach Lagekategorien

Lagekategorie	Betriebe		Verkaufsflächen	
	Anzahl	Anteil	in m ²	Anteil
Haupteinkaufsbereich A-Kategorie	39	30 %	8.340	46 %
Haupteinkaufsbereich B-Kategorie	51	40 %	5.675	31 %
Haupteinkaufsbereich C-Kategorie	32	25 %	3.750	21 %
Streulagen	7	5 %	345	2 %
Innenstadt gesamt	129	100 %	18.110	100 %

Quelle: GMA-Erhebung November 2009 (ca.-Werte, gerundet)

Die **Friedrich-Ebert-Straße** ist aufgrund ihrer Länge (ca. 500 m) und ihrer Funktion als Hauptzufahrts- und Durchgangsstraße (Bundesstraßenträger) mit entsprechender Verkehrsbelastung derzeit nicht in ihrer ganzen Länge als Haupteinkaufslage einzustufen. Sie präsentiert sich mit ihrem Einzelhandelsbesatz im Abschnitt zwischen Marktplatz und Einmündung Schwaigerstraße als A-Lage, im Abschnitt zwischen Einmündung Schwaigerstraße und Wendelinplatz (Einmündung Wackersdorfer Straße) als B-Lage und im südlichen Abschnitt zwischen Wendelinplatz und Einmündung Löllstraße (Finanzamt) als C-Lage. Im Bereich der A-Lage befinden sich wichtige Magnetbetriebe wie Intersport Meier, Buchhandlung Rupprecht, Meier's Mode, das Porzellanhaus Schreiner sowie einige bekannte Filialisten (Cecil, Bonita, Fielmann). Die Friedrich-Ebert-Straße bietet mit ihren bunten Fassaden streckenweise ein ansprechendes Bild (v. a. im Bereich der A-Lage), ist jedoch durch fahrenden und ruhenden Verkehr, z. T. schmale Fußwege sowie mehrere Leerstände in ihrer Aufenthaltsqualität beeinträchtigt. Auch blockieren parkende und haltende Fahrzeuge häufig den Verkehrsfluss in der ab dem Wendelinplatz als Einbahnstraße ausgelegten Straße.

Der **Marktplatz** wird an seiner Nordwest-, West- und Südostseite maßgeblich von Einzelhandelsbetrieben geprägt, im Osten dominieren Gastronomiebetriebe das Bild. Im Bereich des Einzelhandels sind v. a. Bekleidungshäuser (als größte C & A, NKD, Sadlite) und Schuhhäuser präsent, mit den Anbietern Ihr Platz, Mäc Geiz und Ernstring's family sind auch mehrere bekannte Filialisten des preisorientierten Genres vorhanden. Bedingt durch die weitläufige Platzanlage, den Verkehrsstrom im östlichen Teil des gepflasterten Marktes sowie den Parksuchverkehr zum Parkplatz in Mitten des Marktplatzes ist hier teilweise eine Aufenthaltsqualität vorzufinden.

In Ergänzung zum stationären Einzelhandel findet auf dem **Marktplatz** wöchentlich Mittwochs und Freitags der Schwandorfer **Wochenmarkt** statt. Von mehreren mobilen Verkaufswagen /-ständen werden hier diverse Waren angeboten. Der Wochenmarkt stellt einen wichtigen Anziehungspunkt in der Innenstadt dar, der für eine zusätzliche Besucherfrequenz sorgt. Die Sicherung und Entwicklung des Wochenmarktes ist Bestandteil eines aktiven City- / Innenstadtmanagements.

In der **Breiten Straße** sind mit der Drogerie Müller und C & A (Hinterausgang) zwei Magnetbetriebe vorhanden. Der übrige Branchenmix ist hier, ebenso wie an der Bahnhofstraße und Schwaigerstraße vorwiegend durch kleinteilige, inhabergeführte Geschäfte geprägt. Ein durchgehender Einzelhandelsbesatz liegt allerdings nicht vor; dieser wird gelegentlich durch Leerstände sowie teilweise „ungepflegte“ Gebäude unterbrochen.

Insgesamt wurde in der Schwandorfer Innenstadt bei den Erhebungen ein **aktueller Bestand von ca. 18.110 m² Verkaufsfläche** erhoben. Teilt man Mehrbranchenbetriebe (z. B. Kaufhäuser, SB-Warenhäuser, großflächige Fachgeschäfte und Fachmärkte) in ihre einzelnen Sortimente auf, entfällt hiervon mit ca. 52 % der größte Teil auf das Sortiment Bekleidung / Schuhe / Sport (vgl. Tabelle 16). Die übrigen Sortimente sind dagegen deutlich untergeordnet. Eine mittlere Bedeutung im aktuellen Branchenmix weisen die Sortimente Hausrat / Einrichtung / Möbel (ca. 12 % der Angebotsflächen in der Innenstadt), Bücher / Schreibwaren / Spielwaren (ca. 9 %), Nahrungs- und Genussmittel (ca. 9 %) sowie Gesundheit / Körperpflege (ca. 8 %) auf. „Unterbesetzt“ sind noch die Sortimente Elektrowaren, Optik und Schmuck in der Innenstadt (auch wenn vorhandene Betriebe als attraktiv einzuschätzen sind); dies sind Waren, die üblicherweise zu den „Zugpferden“ eines vitalen und qualitätvollen Innenstadtangebots gehören.

In Relation zum gesamtstädtischen Angebot spielt die Schwandorfer Innenstadt v. a. für die Versorgung mit Gütern des mittelfristigen Bedarfsbereichs (Bekleidung, Schuhe, Sport, Bücher, Schreib- und Spielwaren) eine zentrale Rolle (i. S. von innerstädtischen Leitsortimenten). Hier sind rund 75 % der Gesamtflächen in Schwandorf auf die Innenstadt konzentriert. Auch bei Gesundheits- und Körperpflegeartikeln nimmt die Innenstadt mit ca. 59 % des Gesamtbestands noch eine gewichtige Position ein. Als noch gering müssen hingegen die Anteile von Elektrowaren¹ sowie Nahrungs- und Genussmitteln (aus

¹ Außer dem Drogeriekaufhaus Müller sind nur Kleinbetriebe ansässig.

Nahversorgungsaspekte für die in der Innenstadt lebende Bevölkerung¹⁾ eingestuft werden.

Tabelle 16: Verkaufsflächen in der Schwandorfer Innenstadt nach Branchen

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche*		Anteil der Innenstadtflächen am Gesamtbestand
	in m²	in %	
Nahrungs- und Genussmittel	1.580	9 %	7 %
Gesundheit / Körperpflege	1.405	8 %	59 %
Blumen / Pflanzen, zoolog. Bedarf	285	1 – 2 %	11 %
Bücher, Schreib-, Spielwaren	1.690	9 %	75 %
Bekleidung, Schuhe, Sport	9.425	52 %	76 %
Elektrowaren	645	3 – 4 %	19 %
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2.150	12 %	10 %
Sonstiger Einzelhandel	930	5 %	3 %
Einzelhandel gesamt	18.110	100 %	19 %

* nach Aufteilung von Mehrbranchenunternehmen

Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

2.2 Leerstände

Als **Leerstände** wurden bei der GMA-Erhebung in der Schwandorfer Innenstadt insgesamt 21 Ladenlokale erfasst. Dies entspricht einem geschätzten Verkaufsflächenanteil von ca. 13 %. Darunter befinden sich viele kleinere Objekte, allerdings auch Leerstände mit größeren Verkaufsflächen. Bezüglich der räumlichen Verteilung (vgl. Tabelle 17) wird deutlich, dass sich die Leerstandsproblematik durchaus nicht nur auf Nebenlagen beschränkt sondern auch in den Hauptgeschäftslagen auftritt. Dies ist auch deswegen sehr bedenklich, da es sich bei den Leerständen zum größten Teil um ungepflegte, teilweise sogar heruntergekommene Gebäude handelt, die die Attraktivität der Geschäftslage und der gesamten Innenstadt schaden. Auch in diesem Bereich liegen Aufgaben für ein aktives City- / Altstadtmanagement.²

¹ REWE

² z.B. kurzfristige Verschönerungsmaßnahmen, Zwischennutzungen, Nachfolgenutzungen, Immobilien- / Eigentümerberatungen.

Tabelle 17: Leerstände in der Schwandorfer Innenstadt

Lagekategorie	Ladenlokale		Verkaufsflächen (geschätzt)	
	Anzahl	Anteil am Ge- samtbestand*	in m ²	Anteil am Ge- samtbestand*
Haupteinkaufsbereich A-Lage	4	9 %	450	5 %
Haupteinkaufsbereich B-Lage	6	11 %	740	12 %
Haupteinkaufsbereich C-Lage	4	11 %	880	19 %
Streulagen	7	50 %	725	68 %
Innenstadt gesamt	21	14 %	2.795	13 %

* Leerstände plus belegte Einzelhandelsbetriebe

Quelle: GMA-Erhebungen 2009 (ca.-Werte, gerundet)

2.3 Dienstleistungsbesatz

Da der Einzelhandel in den kommenden Jahren voraussichtlich einen gewissen Bedeutungsverlust in Innenstädten erfahren wird, ist das Vorhandensein eines leistungsfähigen, ergänzenden Komplementärbesatzes sehr wichtig. Dies gilt auch für die aus Kundensicht bedeutenden „Kopplungstätigkeiten“. In der Schwandorfer Innenstadt wird das Einzelhandelsangebot durch Dienstleistungs-, Gastronomie-, medizinische und soziale Einrichtungen wirksam ergänzt. Auffällig ist dabei, dass sich diese hinsichtlich ihrer Lage nicht unbedingt mit den bevorzugten Einzelhandelsstandorten überschneiden. Insgesamt entfallen von den 232 erhobenen Komplementärbetrieben ca. 13 – 14 % auf A-Lagen, ca. 27 % auf B-Lagen, ca. 31 – 32 % auf C-Lagen und ca. 28 % auf Streulagen (vgl. Tabelle 18).

Tabelle 18: Dienstleistungsbestand in der Schwandorfer Innenstadt 2009

Haupteinkaufsbereich / Lagekategorie	Dienst- leister (öff.+priv.)	Ärzte, medizin. Praxen	Gastro- nomie	Freizeit, Kultur	Soziale / Bildungs- Einricht.	Insgesamt
A-Lage	9	10	9	3	0	31
B-Lage	32	20	8	1	2	63
C-Lage	36	12	13	5	7	73
Streulagen	33	15	5	3	9	65
Innenstadt gesamt	110	57	35	12	18	232

Quelle: GMA-Erhebung 2009

Rund die Hälfte der Betriebe (110) entfällt auf den Bereich der **öffentlichen und privaten Dienstleister** (Öffentliche Verwaltung, Reisebüros, Frisöre, Reinigungen, Kreditinstitute, Anwälte, Immobilien- und Versicherungsbüros, Krankenkassen, Fahrschulen, Arbeitsvermittler usw.). Diese erfüllen wichtige Frequenzfunktionen für die Innenstadt und erlauben zudem Kopplungskäufe. Allerdings sind diese Einrichtungen zu rund 63 % außerhalb der A- und B-Lagen des Einzelhandels.

Sehr vielfältig und qualitätvoll präsentiert sich das Angebot an **Ärzten und Gesundheitsdienstleistern** (Krankengymnasten, Ergotherapeuten, Fußpfleger usw.) in der Innenstadt. Hier wurden insgesamt ca. 60 Praxen gezählt, wovon etwa die Hälfte in Einkaufslagen der A- und B-Kategorie ansässig ist.

Das Angebot an **kommerziellen Unterhaltungs- und Freizeitbetrieben** umfasst u. a. ein Kino, eine Videothek, ein Sonnenstudio, ein Tanzstudio sowie mehrere Diskotheken und Spielsalons. Im Bereich **Kultur** ist neben dem Stadtmuseum die Stiftkirche als Ort für Veranstaltungen zu nennen. Der einzigartige Kulturkeller im Felsenlabyrinth befindet sich etwas außerhalb der Innenstadt an der Fronberger Straße. Beabsichtigt ist, die bislang in der Sandstraße beheimatete Stadtbibliothek gemeinsam mit der Volkshochschule in den Bereich Kirchengasse / Spitalgarten umzusiedeln und so dort, gemeinsam mit der dortigen Grundschule, einen attraktiven Bildungsstandort einzurichten.

Außerdem beherbergt die Schwandorfer Innenstadt verschiedene **soziale und Bildungseinrichtungen**, u. a. zwei Alten- und Pflegeheime, zwei Grundschulen und verschiedene Beratungsstellen. Der Großteil der öffentlichen Schulen befindet sich allerdings außerhalb der Innenstadt am Kreuzberg.

2.4 Zusammenfassende Bewertung der Schwandorfer Innenstadt

Zusammenfassend sind die Stärken und Schwächen der Schwandorfer Innenstadt mit ihren Einzelhandels- und Komplementärangeboten wie folgt zu bewerten:

Stärken:

- + breites Angebotsspektrum im Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich
- + Stärken in den Bereichen Lebensmittelhandwerk, Drogeriewaren, Apothekenwaren, Bücher, Sport / Outdoor
- + Magnetbetriebe vorhanden (v. a. Drogerie Müller, C & A, Intersport Meier, Kaufhaus Frey)
- + relativ hohe Konzentration des Einzelhandels auf die A- und B-Lagen (nördliche Friedrich-Ebert-Straße, Marktplatz, Breite Straße, Schwaigerstraße, nördliche Bahnhofstraße) innerhalb üblicher fußläufiger Distanzen (ca. 400 m)
- + hoher Besatz an Allgemein- und Fachärzten
- + attraktive Gestaltung des Naabufers
- + Nahlage zum Felsenlabyrinth als touristischer Attraktion
- + Gastronomiebetriebe und Kino schaffen auch eine abendliche Belebung
- + TWF-Gelände als innenstadtnahe Ergänzungsfläche.

Schwächen:

- relativ geringer Anteil der Innenstadt am gesamtstädtischen Betriebsbesatz des Einzelhandels (Strukturnachteil)
- eingeschränkte Nahversorgung (Ausnahme: REWE, Lebensmittelhandwerk)
- Defizite im Elektrowaren-Vollsortiment
- Leitsegment Bekleidung / Schuhe ist vorwiegend auf das mittlere und niedrige Preissegment begrenzt, Markenmode z.T. im Kaufhaus Frey (wenig Markenshops)
- hohe Leerstandsquote außerhalb der A-Lagen
- kleinteiliger Zuschnitt von Gassen, Häusern und Ladenlokalen behindern die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels
- Fehlen von Managementstrukturen mit klaren Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten
- Beeinträchtigung der Aufenthaltsqualität durch Durchgangs- und Parksuchverkehr

- Akzeptanzprobleme der vorhandenen Parkhäuser bei den Kunden; Fußwegebeziehungen Parkhäuser → Einkaufslage
- sanierungsbedürftige Gebäude, auch in Haupteinkaufslagen
- Sanierungs- und Aufwertungsbedarf an den Hauptzufahrten zur Innenstadt (Friedrich-Ebert-Straße, Frondorfer Straße)
- ausbaufähige städtebauliche Akzente (historische Gebäudeensembles, Pflasterung, Möblierung, Brunnenanlagen, Skulpturen, Grün- und Rückzugsbereiche) in den Hauptgeschäftsbereichen.

Ziel der künftigen Einzelhandels- und Stadtentwicklung sollte sein, die Stärken, auch im Vergleich zu Wettbewerbsstandorten, zu erhalten sowie transparent nach außen darzustellen und auszubauen, andererseits die erkannten Schwächen - soweit möglich - schrittweise abzubauen. Eine Reihe von Ansatzpunkten lassen sich u.a. in Form eines aktiven City- / Altstadtmanagements bündeln.

3. Situation in Nahversorgungslagen

Wie in Kapitel 1 dargelegt, sind außerhalb der Schwandorfer Innenstadt und der dezentralen Einzelhandelsagglomerationen in den südlichen und östlichen Gewerbegebieten der Kernstadt nur punktuell Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Zusammenhängende Lagen mit mehreren nahversorgungsrelevanten Anbietern in Wohngebietsnähe wurden bei den Erhebungen nicht identifiziert. Auch in den eingemeindeten Ortsteilen gibt es nur noch vereinzelt Nahversorgungsanbieter, zumeist Bäckereien oder Metzgereien. Die Verteilung der Betriebe der nahversorgungsrelevanten Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege im Schwandorfer Stadtgebiet zeigen die Tabellen 17 und 18.

Deutlich wird, dass der Schwerpunkt des Angebots bei **Nahrungs- und Genussmitteln** – v. a. bei großflächigen Märkten – in den Gewerbegebietslagen liegt; hier befinden sich über die Hälfte der Verkaufsflächen der Nahrungs- und Genussmittelanbieter. In Streulagen in der Kernstadt befinden sich ca. 8.630 m² VK bzw. ca. 37 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen (davon entfallen rund drei Fünftel auf Kaufland an der Industriestraße). In

den Ortsteilen und der Innenstadt existieren nur sehr kleinflächige Anbieter mit einer Durchschnittsgröße von weniger als 50 m² VK je Betrieb.

Kernelement einer funktionierenden Nahversorgung der Wohnbevölkerung ist die Existenz eines ausreichend leistungsfähigen Lebensmittelmarkts in einer akzeptablen fußläufigen Entfernung, da in einem Lebensmittelmarkt i. d. R. alle nahversorgungsrelevanten Warengruppen (mit Ausnahme von Arzneimitteln) zumindest ausschnittsweise angeboten werden. Die Versorgungsqualität für die Bevölkerung hängt v. a. von der Sortimentsbreite und -tiefe ab. Hier bieten Vollsortimenter (Supermärkte, SB-Warenhäuser) eine weitaus höhere Artikelzahl an als Discounter, welche sich vornehmlich auf umschlagstarke Waren konzentrieren.

Größte Lebensmittelmärkte an nahversorgungsrelevanten Standorten im Stadtgebiet sind:

- Kaufland, Industriestraße (südliche Kernstadt)
- Neukauf, Fraunhofer Straße (südliche Kernstadt)
- Edeka aktiv Markt, Dachelhofer Straße (westliche Kernstadt)
- Netto, Wackersdorfer Straße (östliche Kernstadt)
- Rewe, Ettmannsdorfer Straße (Innenstadt).

Tabelle 19: Verteilung der Anbieter mit Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel im Schwandorfer Stadtgebiet

Stadtteil	Betriebe		Verkaufsflächen*		Durchschnitl. Betriebsgröße
	Anzahl	Anteil	in m ²	Anteil	
Innenstadt	27	29 %	1.420	6 %	53 m ²
Streulagen der Kernstadt**	23	24 %	8.630	37 %	375 m ²
Streulagen in Ortsteilen	24	26 %	1.105	5 %	46 m ²
Gewerbegebietslagen	20	21 %	12.145	52 %	607 m ²
Insgesamt	94	100 %	23.300	100 %	248 m²

* Unbereinigter Bestand, d. h. Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt
 ** Inkl. Kaufland, Industriestraße

Quelle: GMA-Erhebung November 2009 (ca.-Werte, gerundet)

Deutlich anderes präsentiert sich die Situation bei **Drogeriemärkten, Apotheken und Sanitätshäusern**: hier befinden sich über drei Viertel des Angebots in der Innenstadt. In wohngebietsnahen Streulagen gibt es mit Ausnahme eines Sanitätshauses keinen Bestand. In Gewerbegebietslagen existieren ein Drogeriefachmarkt und zwei Apotheken.

Tabelle 20: Verteilung der Anbieter mit Hauptsortiment Gesundheit / Körperpflege im Schwandorfer Stadtgebiet

Stadtteil	Betriebe		Verkaufsflächen*		Durchschnittl. Betriebsgröße
	Anzahl	Anteil	in m ²	Anteil	
Innenstadt	13	76 %	2.135	79 %	164 m ²
Streulagen der Kernstadt**	1	6 %	k. A.***	k. A.	k. A.
Streulagen in Ortsteilen	-	-	-	-	-
Gewerbegebietslagen	3	18 %	k. A.	k. A.	k. A.
Insgesamt	17	100 %	2.700	100 %	159 m²

* Unbereinigter Bestand, d. h. Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt
** inkl. Kaufland, Industriestraße
*** k. A. = keine Ausweisung aus Datenschutzgründen
Quelle: GMA-Erhebung November 2009 (ca.-Werte, gerundet)

4. Umsatzleistung, Kaufkraftbindung und Kaufkraftbewegungen

Insgesamt erzielte der Schwandorfer Einzelhandel im Jahr 2009 nach GMA-Berechnungen eine Brutto-Umsatzleistung von **ca. 275,3 Mio. €**. Davon entfielen bereinigt¹ ca. 99,2 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 176,6 Mio. € auf Nonfood (vgl. Tabelle 21).

Tabelle 21: Umsatzstruktur im Schwandorfer Einzelhandel

Hauptwarengruppe	Umsatz gesamt (bereinigt)* in Mio. €	Umsatzherkunft in Mio. €	
		Kunden aus Schwandorf	auswärtige Kunden
Nahrungs- und Genussmittel	99,2	47,2	52,0
Nichtlebensmittel	176,1	79,6	96,5
Einzelhandel insgesamt	275,3	126,8	148,5

* Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Sortimenten zugerechnet, nicht-einzelhandelsrelevante Umsätze wie z. B. Gastronomieanteile abgezogen (= bereinigter Umsatz).
Quelle: GMA-Berechnung 2009 (ca.-Werte gerundet)

¹ Die Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Sortimenten zugerechnet, nicht-einzelhandelsrelevante Umsätze wie z. B. Gastronomieanteile abgezogen (= bereinigter Umsatz).

Durch Gegenüberstellung der bereinigten Umsatzleistung mit dem Kaufkraftpotenzial in Schwandorf lässt sich die **Kaufkraftbindung** ermitteln.

Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Kaufkraftbindungsquote

$$\text{ca. 47,2 Mio. €} : \text{ca. 49,7 Mio. €} = \text{ca. 95 \%}$$

(Umsatz mit Kunden aus Schwandorf) (Kaufkraft der Schwandorfer Wohnbevölkerung) (Kaufkraftbindung)

Für den Bereich **Nichtlebensmittel** beträgt die Kaufkraftbindungsquote

$$\text{ca. 79,6 Mio. €} : \text{ca. 96,6 Mio. €} = \text{ca. 82 – 83 \%}$$

(Umsatz mit Kunden aus Schwandorf) (Kaufkraft der Schwandorfer Wohnbevölkerung) (Kaufkraftbindung)

Für den **Einzelhandel insgesamt** beträgt die Kaufkraftbindungsquote

$$\text{ca. 126,8 Mio. €} : \text{ca. 146,3 Mio. €} = \text{ca. 86 – 87 \%}$$

(Umsatz mit Kunden aus Schwandorf) (Kaufkraft der Schwandorfer Wohnbevölkerung) (Kaufkraftbindung)

Im Vergleich mit anderen Kommunen sind die ermittelten Kaufkraftbindungswerte wie folgt zu bewerten:

- Die Kaufkraftbindungsquote im **Lebensmittelbereich** stellt mit ca. 95 % einen bereits sehr hohen Wert dar. Die bestehenden Kaufkraftabflüsse in diesem Bereich lassen sich im Wesentlichen durch Auspendler erklären. Eine weitere Steigerung der Kaufkraftbindungsquote in Schwandorf durch Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Lebensmittelmärkten erscheint kaum realistisch.
- Im **Nichtlebensmittelsektor** liegt die Kaufkraftbindungsquote für Schwandorf bei ca. 82 – 83 %, was ebenfalls als beachtliche Größenordnung zu werten ist. Abflüsse werden zum einen durch konkurrierende Einkaufsstädte in der Region (v. a. Regensburg, Weiden, Amberg) verursacht, zum anderen durch eine begrenzte Auswahl in einigen Warengruppen. So sind z. B. renommierte Modefilialisten oder größere Möbel- und Elektromärkte in Schwandorf bislang nur wenig vertreten.
- **Insgesamt** bleibt die Kaufkraftbindungsquote für den gesamten Einzelhandel in Schwandorf mit ca. 86 – 87 % in einem für Städte dieser Größe und Lage überdurchschnittlichen Bereich.

Mit ca. 126,8 Mio. € stammen ca. 46 % der Umsätze von Kunden aus Schwandorf (vgl. Tabelle 22). Mit auswärtigen Kunden werden ca. 148,5 Mio. € Umsatz erzielt. Insgesamt nehmen die **Kaufkraftzuflüsse** mit durchschnittlich ca. 54 % eine beträchtliche Größenordnung an, die zeigt, welche Bedeutung der Schwandorfer Einzelhandel auch im Umland hat. Dabei verzeichnen die Nonfood-Anbieter des langfristigen Bedarfs zum Teil noch deutlich höhere Kaufkraftzuflüsse (v. a. großflächige Bau- und Heimwerkermärkte, Möbel- und Küchenanbieter).

Bei der Betrachtung der Kaufkraftbindungswerte für die Stadt Schwandorf zeigt sich, dass mit ca. 126,8 Mio. € insgesamt 86 – 87 % der vorhandenen Kaufkraft am Ort gebunden werden kann. Umgekehrt betragen die **Kaufkraftabflüsse** ca. 19,5 Mio. € bzw. ca. 13 – 14 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials der Wohnbevölkerung.

Tabelle 22: Umsatzleistung des Schwandorfer Einzelhandels 2009

Umsatzherkunft	Zone I			Zone II			Zone III			Zone IV			Streu-kunden	Ins-gesamt
	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Umsatz in Mio.€	Umsatz in Mio.€
Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich														
Nahrungs- und Genussmittel	49,7	95 %	47,2	28,4	50 %	14,2	76,8	25 %	19,2	54,3	20%	10,9	7,7	99,2
Gesundheit / Körperpflege	17,8	92 %	16,4	10,1	40 %	4,0	27,4	20 %	5,5	19,5	15 %	2,9	0,8	29,6
Blumen / Pflanzen, zoologischer Bedarf	3,1	95 %	2,9	1,9	45 %	0,9	4,8	20 %	1,0	3,5	15 %	0,5	0,2	5,5
Kurzfrist. Bedarf	70,6	94-95%	66,5	40,4	47-48%	19,1	109,0	23-24%	25,7	77,3	18-19%	14,3	8,7	134,3
Bücher, Schreib-, Spielwaren	7,2	85 %	6,1	4,2	50 %	2,1	11,1	25 %	2,8	7,9	15 %	1,2	0,5	12,7
Bekleidung, Schuhe, Sport	18,7	85 %	15,9	10,7	50 %	5,4	28,9	30 %	8,7	20,5	25 %	5,1	0,5	35,6
Mittelfrist. Bedarf	25,9	85 %	22,0	14,9	50 %	7,5	40,0	28-29%	11,5	28,4	18-19%	6,3	1,0	48,3
Elektrowaren	13,1	65 %	8,5	7,5	35 %	2,6	20,3	15 %	3,0	14,3	15 %	2,1	0,5	16,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	14,4	60 %	8,6	8,1	40 %	3,2	22,2	30 %	6,7	15,7	30 %	4,7	5,3	28,5
Sonst. Einzelhandel	22,3	95 %	21,2	12,7	65 %	8,3	34,6	30 %	10,4	24,3	30 %	7,3	0,3	47,5
Langfrist. Bedarf	49,8	77 %	38,3	28,3	50 %	14,1	77,1	26 %	20,1	54,3	26 %	14,1	6,1	92,7
Nichtlebensmittel gesamt	96,6	82-83%	79,6	55,2	48 %	26,5	149,3	25-26%	38,1	105,7	22-23%	23,8	8,1	176,1
Einzelhandel gesamt	146,3	86-87%	126,8	83,6	48-49%	40,7	226,1	25-26%	57,3	160,0	21-22%	34,7	15,8	275,3

Quelle: GMA-Berechnungen 2009 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

5. Zusammenfassendes Profil des Einzelhandelsstandorts Schwandorf

Der Standort Schwandorf weist verschiedene positive und negative Eigenschaften auf, die sich auf seine Qualität als Versorgungsstandort auswirken. Die aktuellen Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Schwandorf können wie folgt zusammengefasst werden:

Positive Standortfaktoren

- + hoher Flächenbesatz im Einzelhandel (v. a. jedoch an autokundenorientierten Standorten)
- + überdurchschnittliche Flächenausstattung in allen Branchen, besonders bei Nahrungs- und Genussmitteln (u. a. 2 SB-Warenhäuser), Möbeln (u. a. 4 großflächige Anbieter) und Bau-/Heimwerker-/Baustoffbedarf (u. a. 4 großflächige Anbieter)
- + hoher Besatz mit modernen Fachmarkt- und Discountmarktkonzepten
- + gute verkehrliche Erreichbarkeit aus der Region
- + hohe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort
- + Streukundenzuflüsse durch mittelzentrale Einrichtungen (u. a. Schulen, Krankenhaus, Landratsamt) und Autobahnanschluss.

Negative Standortfaktoren

- Einzelhandelsschwerpunkte zumeist am Stadtrand an dezentralen Standorten
- Wohnortnahe Versorgung in den meisten Stadtteilen und Ortschaften defizitär (auch in der Innenstadt und den angrenzenden Bereichen)
- Defizite der Innenstadt hinsichtlich Lebensmittel-Vollsortiment, Elektrowaren, Markenmode
- Sichtbare Leerstände und teilweise Investitionsrückstau in der Innenstadt
- Strukturelle Probleme der Innenstadt behindert Entwicklung (zu kleine Magnetbetriebe, kleinteilige Gebäudestrukturen, Durchgangsverkehr, Parkierungsprobleme).

Der Einzelhandelsstandort Schwandorf profiliert sich v. a. durch den Besatz mit großflächigen SB-Warenhäusern und Fachmärkten in den südlichen und östlichen Gewerbegebietstandorten. Hier sind kaum Lücken im Branchenmix zu erkennen. Die Entwicklungen

an nicht-integrierten Standorten bedrohen jedoch in ihrer zusammengefassten Wirkung die Schwandorfer Innenstadt, die als Standort für den Einzelhandel Schwächen zeigt. Problematisch sind hier insbesondere die kleinteiligen Strukturen in den Haupteinkaufslagen, die derzeit nur durch wenige großflächige Magnetbetriebe ergänzt werden. Insofern bedarf die Schwandorfer Einkaufsinnenstadt eines besonderen städtebaulichen „Schutzes“, struktureller und städtebaulicher Stabilisierungsmaßnahmen sowie eines aktiven Standortmanagements.

VII Ergebnisse der Haushaltsbefragung

1. Befragungsmethodik

In Ergänzung zur gutachterlichen Standort- und Potenzialanalyse des Einzelhandels in der Stadt Schwandorf wurde eine Haushaltsbefragung durchgeführt, die den Einzelhandel aus Sicht der Bürger / Kunden bewertet.

Die telefonisch durchgeführte Haushaltsbefragung fand im Mai / Juni 2009 statt. Insgesamt wurden in Absprache mit der Stadtverwaltung 410 Haushalte der Stadt Schwandorf und ausgewählter Gemeinden des Umlandes befragt. Diese Zusammensetzung spiegelt in Teilen nicht die sozioökonomische Struktur wieder, kann jedoch als geeignete Grundlage zur Beurteilung herangezogen werden.

Als Grundlage der Haushaltsbefragung in Schwandorf diente ein detaillierter Befragungsbogen mit 12 Fragen. Dieser deckte folgende Themenbereiche ab:

- Verbraucherverhalten
 - Einkaufshäufigkeit
 - Verkehrsmittelwahl für den Einkauf
 - Nutzung ergänzender Angebote
 - bevorzugter Einkaufsort nach Warengruppen
- Bewertung der Stadt Schwandorf als Einkaufsort
 - Qualität des Angebotes
 - Verkehrs- und Parkplatzsituation
 - fehlende Sortimente und Angebote
- Gewünschte Einzelhandelsbetriebe in Schwandorf
- Verbesserungsvorschläge.

Die insgesamt 410 Befragten weisen folgende Merkmale auf:

- Wohnort
 - Schwandorf (Kernstadt) 114 Befragte bzw. ca. 28 %
 - Schwandorf (Stadt-/Ortsteile) 95 Befragte bzw. ca. 23 %
 - Sonstige Orte 201 Befragte bzw. ca. 49 %
- Altersgruppe
 - unter 25 Jahre 21 Befragte bzw. ca. 5 %
 - 25 – 45 Jahre 108 Befragte bzw. ca. 26 %
 - 46 – 64 Jahre 180 Befragte bzw. ca. 44 %
 - 65 Jahre und älter 101 Befragte bzw. ca. 25 %
- Haushaltsgröße
 - 1 Person 50 Befragte bzw. ca. 12 %
 - 2 Personen 163 Befragte bzw. ca. 40 %
 - 3 Personen 89 Befragte bzw. ca. 22 %
 - 4 und mehr Personen 108 Befragte bzw. ca. 26 %
- Pkw-Verfügbarkeit für Einkaufsfahrten
 - ja 320 Befragte bzw. ca. 78 %
 - ja, aber nicht immer (nach Absprache) 68 Befragte bzw. ca. 17 %
 - nein 22 Befragte bzw. ca. 5 %
- Geschlecht
 - weiblich 307 Befragte bzw. ca. 75 %
 - männlich 103 Befragte bzw. ca. 25 %.

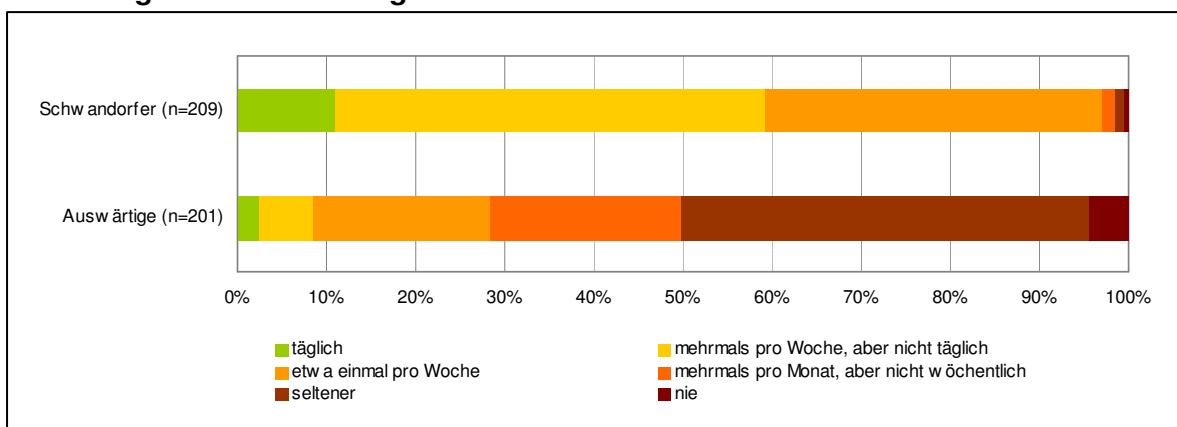
Die Merkmalsverteilung ist bei der Interpretation der Befragungsergebnisse zu berücksichtigen.

2. Ergebnisse der Haushaltsbefragung

Im nachfolgenden Kapitel werden die wesentlichen Ergebnisse der Haushaltsbefragung dargestellt. Die Darstellung der Ergebnisse richtet sich im Aufbau nach der Fragenreihenfolge des Interviewbogens und erfolgt zumeist differenziert nach dem Wohnort der Befragten. Dabei wird in der Regel zwischen den Bewohnern der Stadt Schwandorf (Kernstadt und Stadtteile) und den Auswärtigen (sonstige Orte) unterschieden. Für eine bessere Vergleichbarkeit der Ergebnisse wird in den Abbildungen auf die grafische Darstellung der Antwortkategorie „keine Angabe“ verzichtet; die jeweiligen Antworthäufigkeiten sind jedoch in den Abbildungen mit „n = ...“ vermerkt.

Die Intensität der Kundenbindung wird durch die **Häufigkeit der Einkäufe** in Schwandorf zum Ausdruck gebracht (*Frage 1: „Wie häufig kaufen Sie in Schwandorf ein?“*). Rund 50 % der Befragten aus Schwandorf kaufen mehrmals pro Woche in der eigenen Stadt ein, während ca. 11 % der Schwandorfer ihre Einkäufe täglich tätigen (vgl. Abbildung 8). Somit kann unter den Schwandorfern eine relativ starke Bindung zur Einkaufsstadt Schwandorf ausgemacht werden. Die Einkaufsfrequenz der auswärtigen Befragten in Schwandorf zeigt sich typischerweise schwächer. Rund 70 % der Auswärtigen kaufen seltener als einmal pro Woche und lediglich ca. 8 % der Auswärtigen mehrmals in der Woche in Schwandorf ein. Hinsichtlich der Personenmerkmale zeigten sich hier nur geringfügige Unterschiede. 10 Personen gaben an, nie in Schwandorf einzukaufen, sodass sich die Zahl der Befragten bei der folgenden Auswertung jeweils auf 400 Befragte bezieht. (Ausnahmen Frage 4b und 10).

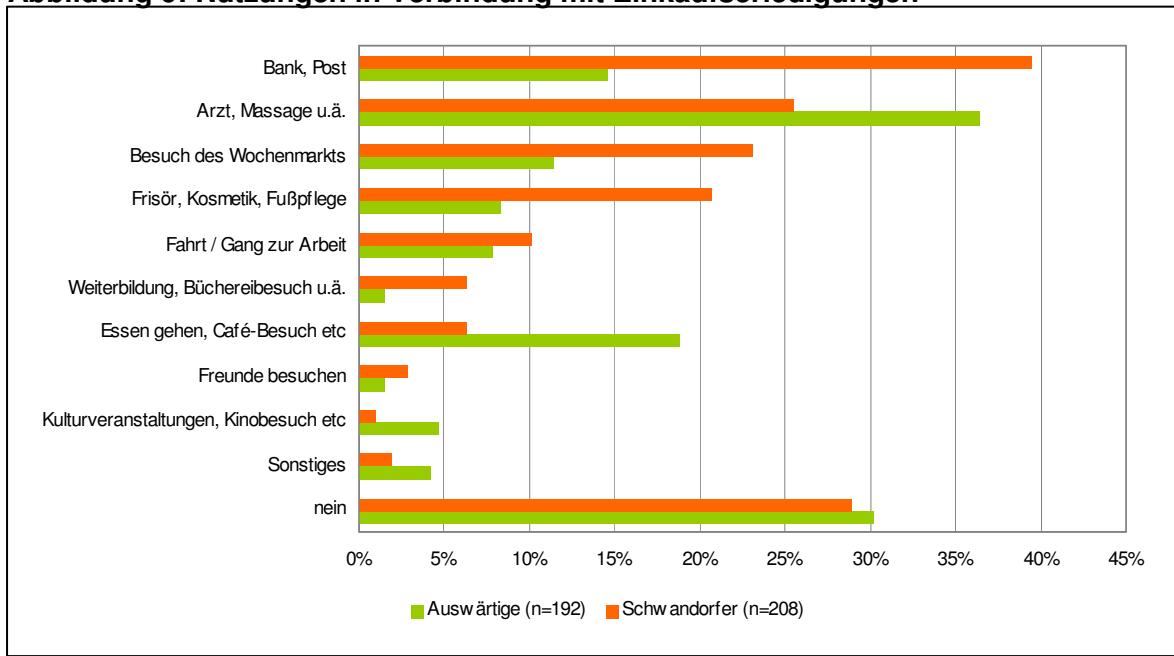
Abbildung 8: Einkaufshäufigkeit in der Stadt Schwandorf



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009

Um den Einfluss und das Ausmaß der den Einzelhandel ergänzenden Nutzungen sowie **Kopplungspotenziale** einzuschätzen, wurde nach der Häufigkeit der Nutzung von Dienstleistungen sowie von Freizeit- und gastronomischen Angeboten gefragt, die in Verbindung mit Einkaufstätigkeiten in Anspruch genommen werden (*Frage 2: „Verbinden Sie Ihre Einkäufe in Schwandorf auch mit anderen Tätigkeiten?“*). 206 der Befragten aus Schwandorf (insg. 343 Nennungen) und 192 der befragten Auswärtigen (insg. 268 Nennungen) machten zu dieser Frage Angaben. Wie Abbildung 10 verdeutlicht, verbinden knapp 40 % der Befragten aus Schwandorf Einkaufserledigungen mit dem Gang zur Bank oder zur Post. **Als wichtige zentren- / einzelhandelsrelevante Funktionen / Motive werden von den Schwandorfern darüber hinaus Arztbesuche, der Besuch des Wochenmarkts sowie die Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Bereichs Körperpflege / Kosmetik genannt.** Unter den genannten Zusatznutzungen konnte unter den Befragten von auswärts eine geringere Kopplungshäufigkeit festgestellt werden. Dies liegt z. T. daran, dass entsprechende Angebote auch in den umliegenden Orten Schwandorfs zur Verfügung stehen; eine Ausnahme bilden hier allerdings Arztbesuche. Auch gastronomische Angebote werden von den Auswärtigen in Verbindung mit Einkaufserledigungen häufiger aufgesucht, während dies für die Schwandorfer von geringerer Bedeutung ist. **Insgesamt zeigt sich, dass die Kopplungen von Einkaufs- und Freizeitaktivitäten in Schwandorf teilweise noch Entwicklungspotenzial aufweisen.**

Abbildung 9: Nutzungen in Verbindung mit Einkaufserledigungen

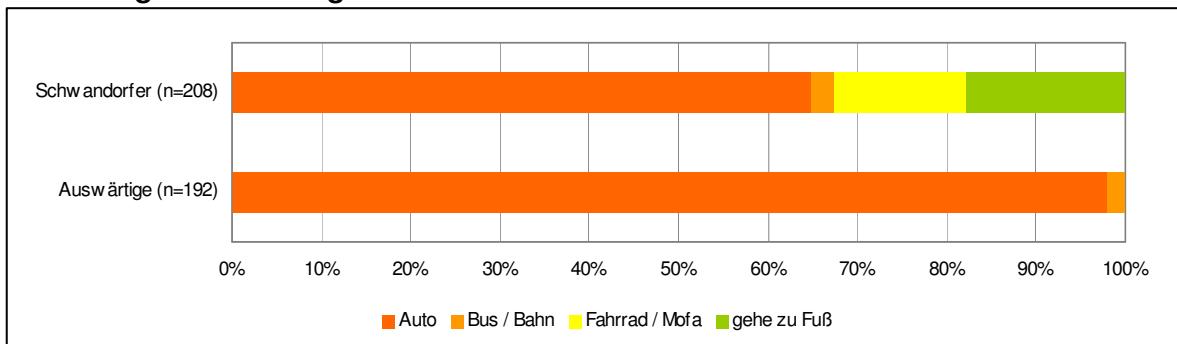


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2009; Mehrfachnennungen möglich

Aus der Befragung ging ebenfalls hervor, dass Kopplungspotenziale stärker von Frauen in Anspruch genommen werden. Während lediglich 26 % der Frauen angaben, ihre Einkaufserledigungen nicht mit weiteren Tätigkeiten zu koppeln, trifft dies auf 40 % der Männer zu. Unterschiede ergaben sich auch in Hinblick auf das Alter der Befragten. So werden den Einzelhandel ergänzende Angebote in Schwandorf in erster Linie von den älteren Personen über 25 Jahren genutzt. Nur Kulturveranstaltungen (z.B. Kinobesuche) sowie das Treffen mit Freunden werden von jenen Befragten vergleichsweise öfters mit Einkäufen gekoppelt.

Um die **verkehrliche Erreichbarkeit und Erschließung** von Schwandorf besser beurteilen zu können, wurde nach der Verkehrsmittelwahl gefragt (*Frage 3: „Welches Verkehrsmittel benutzen Sie überwiegend für Einkäufe in Schwandorf?“*). Fast alle der befragten Auswärtigen nutzen für einen Einkauf in Schwandorf das Auto. Ebenso erwies sich für die Bewohner der Stadt Schwandorf der Pkw als das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel (vgl. Abbildung 10). Allerdings zeigt sich der Anteil der Schwandorfer, die für Einkäufe zumeist das Rad bevorzugen oder zu Fuß gehen, mit etwa 33 % relativ ausgeprägt. In Bezug auf alle Befragten wird hier deutlich, dass in erster Linie die Befragten unter 25 Jahren mit einem Anteil von ca. 24 % sowie die Altersgruppe der über 65-Jährigen mit einem Anteil von ca. 36 % für Einkaufserledigungen in Schwandorf auf das Automobil verzichten. Die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel spielt für das Einkaufsgeschehen in Schwandorf eine untergeordnete Rolle.

Abbildung 10: Bevorzugtes Verkehrsmittel für den Einkauf in Schwandorf



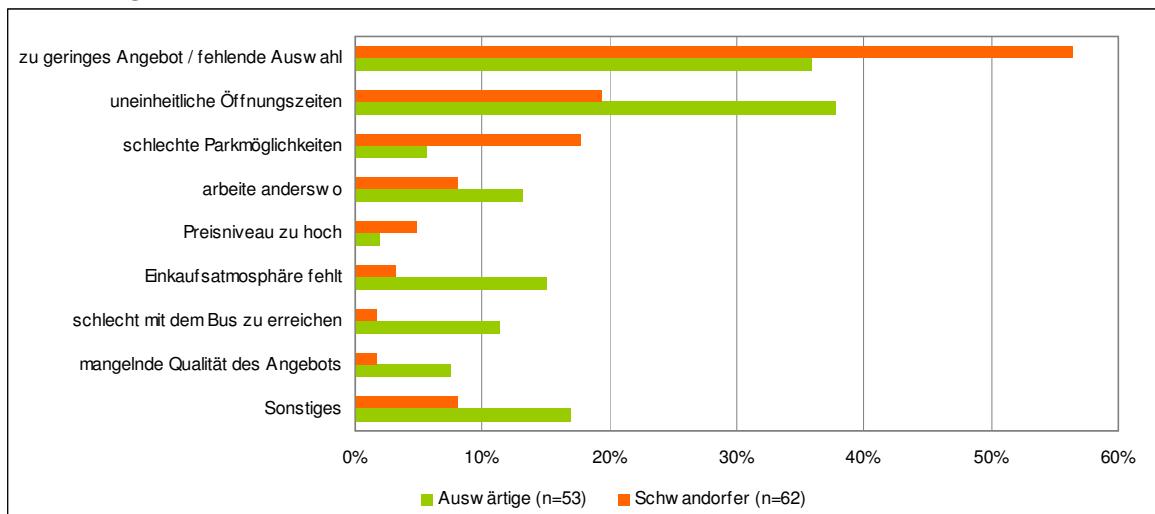
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2009

Im Hinblick auf den lokalen und regionalen Standortwettbewerb ist es für die Stadt Schwandorf von entscheidender Wichtigkeit, ein nachfrageadäquates Einzelhandelsangebot zu bieten und attraktive Einkaufsmöglichkeiten zu schaffen. Zur Bestimmung der wesentlichen Standortnachteile aus Sicht der Verbraucher, wurde den Befragten eine

Liste verschiedener Faktoren zur Bewertung vorgelegt (*Frage 4: „Welche Punkte kritisieren Sie am Schwandorfer Einzelhandel?“*). Um mögliche Defizite besser quantifizieren zu können, wurden die Befragten vorab gebeten, sich generell über ihre Zufriedenheit mit dem Einzelhandel in Schwandorf zu äußern. **Rund 70 % der befragten Schwandorfer und 74 % der befragten Auswärtigen sind mit der derzeitigen Einzelhandelssituation zufrieden.**

Kritisiert wurde der Schwandorfer Einzelhandel von 62 der Befragten aus Schwandorf und von 53 der befragten Auswärtigen; bezogen auf alle Befragten entspricht dies etwa einem Anteil von 28 %. Dabei zeigte sich der Anteil der Unzufriedenen unter den Befragten bis 44 Jahren mit ca. 35 % insgesamt stärker ausgeprägt, wohingegen nur etwa jeder Fünfte der über 65-Jährigen Kritik übt. Der wesentliche **Standortnachteil** besteht aus Kundensicht im derzeitigen Angebot des Schwandorfer Einzelhandels: Eine fehlende Auswahl wurde von etwa 17 % der Befragten aus Schwandorf (35 Nennungen) und von etwa jedem zehnten Befragten von auswärts (19 Nennungen) kritisiert (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Standortnachteile des Schwandorfer Einzelhandels



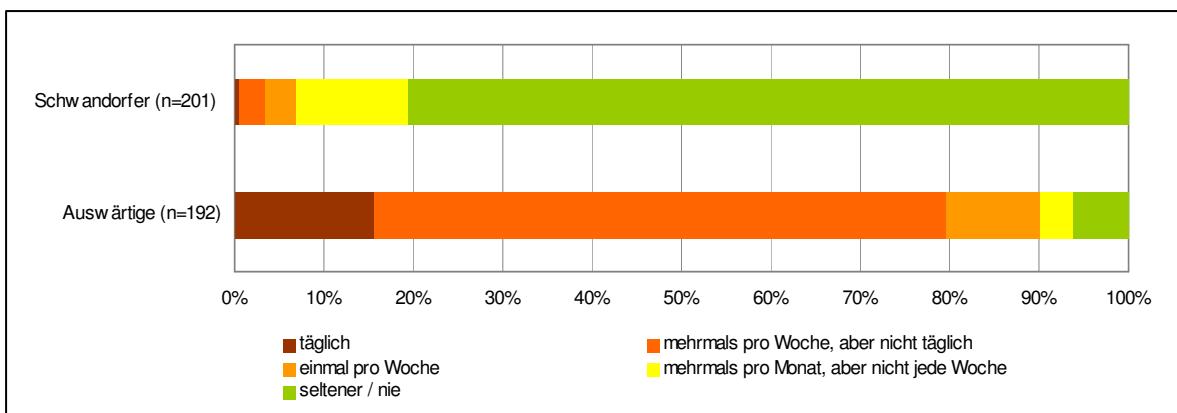
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2009; Mehrfachnennungen möglich

Ein weiterer Grund, der laut den Befragten gegen einen Einkauf in Schwandorf spricht, stellen die uneinheitlichen Öffnungszeiten dar; dieser Meinung sind insbesondere die auswärtigen Befragten. Das Thema Parken in der Stadt Schwandorf ist im Gegensatz zu

vielen vergleichbaren GMA-Befragungen in anderen Städten und Kommunen¹ bei den Negativnennungen von eher geringerem Gewicht.

Um die Einkaufsfrequenz der Befragten auf andere Einzelhandelsstandorte außerhalb Schwandorfs zu untersuchen wurde folgende Frage gestellt (*Frage 5: „Wie häufig kaufen Sie außerhalb von Schwandorf ein?“*). Lediglich ca. 7 % der befragten Schwandorfer kaufen mindestens einmal in der Woche außerhalb Schwandorfs ein; über 80 % erledigen ihre Einkäufe nur sehr selten oder nie anderswo. Dies entspricht in der Tendenz der in Frage 1 untersuchten Einkaufsorientierung bzw. -häufigkeit der Schwandorfer. Wie erwartet kaufen die befragten Auswärtigen häufiger andernorts ein (vgl. Abbildung 12). In Übereinstimmung mit den Ergebnissen aus Frage 1 lässt sich unter den Auswärtigen somit eine geringere Einkaufsorientierung nach Schwandorf feststellen. Ca. 20 % der Auswärtigen tätigen ihre Einkäufe täglich an Wettbewerbsstandorten, weitere ca. 64 % mehrmals in der Woche. Dies ist unter anderem damit zu begründen, dass verschiedene Waren und Sortimente überwiegend wohnortnah von den Konsumenten nachgefragt werden.

Abbildung 12: Einkaufshäufigkeit in auswärtigen Städten / Gemeinden



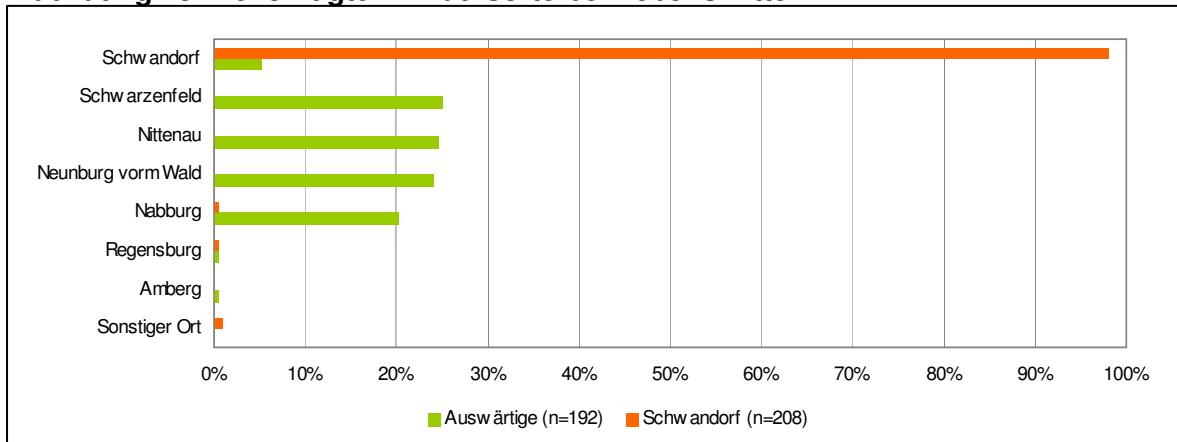
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2009

Aus der Frage nach dem **bevorzugten Einkaufsort für einzelne Warenguppen** (*Frage 6: „Wo kaufen Sie Artikel aus den folgenden Warengruppen bevorzugt ein?“*) können branchenbezogene Stärken und Schwächen des gegenwärtigen Einzelhandelsangebotes abgeleitet werden. Neben Schwandorf wurden als alternative Einkaufsorte die Städte Amberg, Regensburg und Weiden vorgegeben. Darüber hinaus konnten von den Befragten der Online-Versandhandel angegeben und weitere Einkaufsorte genannt werden.

¹ z.B. Bamberg, Cham, Forchheim.

Die Einkaufsorientierung im **Bereich Lebensmittel** ist bei den Befragten aus Schwandorf fast vollständig auf das Angebot im eigenen Wohnort ausgerichtet. Dagegen werden Lebensmittel in Schwandorf von den Befragten der umliegenden Ortschaften zu einem vergleichsweise geringen Teil nachgefragt (vgl. Abbildung 13). Wichtigster Anlaufpunkt für die befragten Auswärtigen ist v. a. der eigene Wohnort bzw. der jeweils nächst größere Ort mit einem entsprechenden Lebensmittelangebot. Zu den am häufigsten genannten Standorten zählen demnach die vier Kommunen in denen außerhalb Schwandorfs befragt wurde, da Lebensmittel zum kurzfristigen Bedarfsbereich gehören und bevorzugt wohnortnah eingekauft werden.

Abbildung 13: Bevorzugte Einkaufsorte bei Lebensmitteln



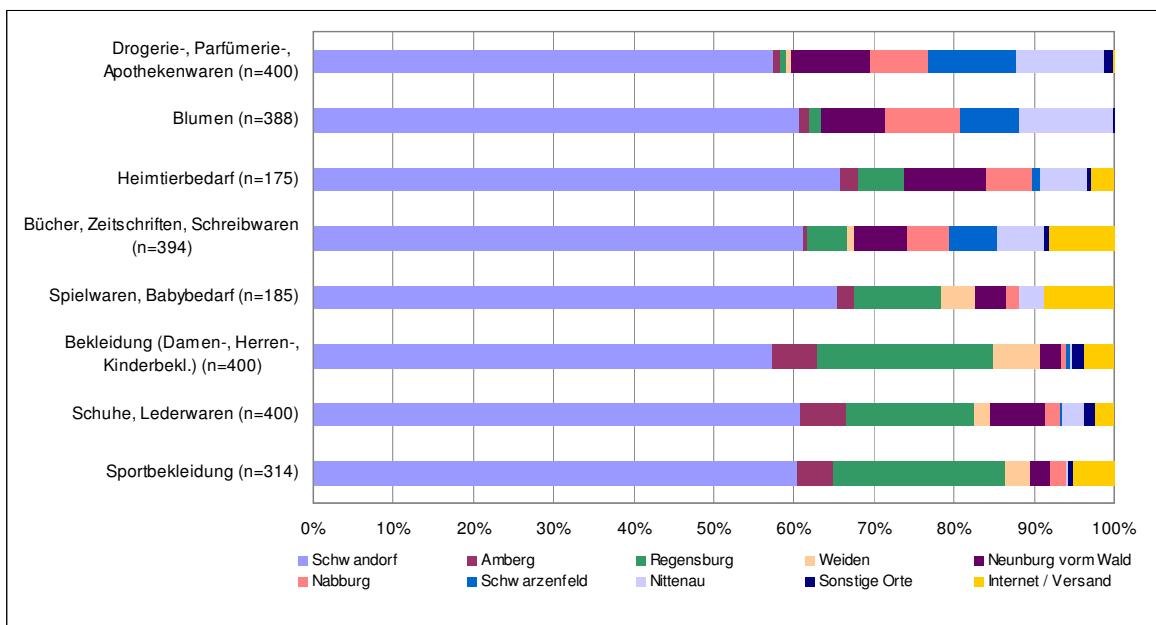
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009

Aus obiger Abbildung resultiert, dass insgesamt rund 54 % aller Befragten Lebensmittel in der Regel in Schwandorf einkaufen. Folglich nehmen die (oben genannten) Wettbewerbsstandorte innerhalb des Einzugsbereichs von Schwandorf eine starke Stellung ein. In anderen **kurzfristigen** sowie in den **mittelfristigen Bedarfsgruppen** weisen die Befragungsergebnisse insgesamt ähnliche Strukturen auf: Etwa sechs von zehn Befragten beziehen entsprechende Waren bevorzugt aus Schwandorf (vgl. Abbildung 14).

Differenziert nach dem Wohnort der Befragten zeigte sich bei Waren des kurzfristigen **Bedarfs** – vergleichbar mit der Einkaufsstättenwahl beim Bezug von Lebensmitteln –, dass sich Kaufkraftabflüsse insbesondere durch die geringere Einkaufsorientierung der Auswärtigen nach Schwandorf ergeben. So werden Drogerieartikel und Blumen von nahezu allen und Bücher/Zeitschriften sowie Waren des Heimtierbedarfs von rund 90 % der befragten Schwandorfer zumeist in der eigenen Stadt erworben, während die entspre-

chende Einkaufsorientierung nach Schwandorf unter den befragten Auswärtigen deutlich geringer ausfällt (z. B. bei Drogerieartikeln ca. 15 % oder bei Blumen ca. 20 %).

Abbildung 14: Bevorzugte Einkaufsorte bei Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009

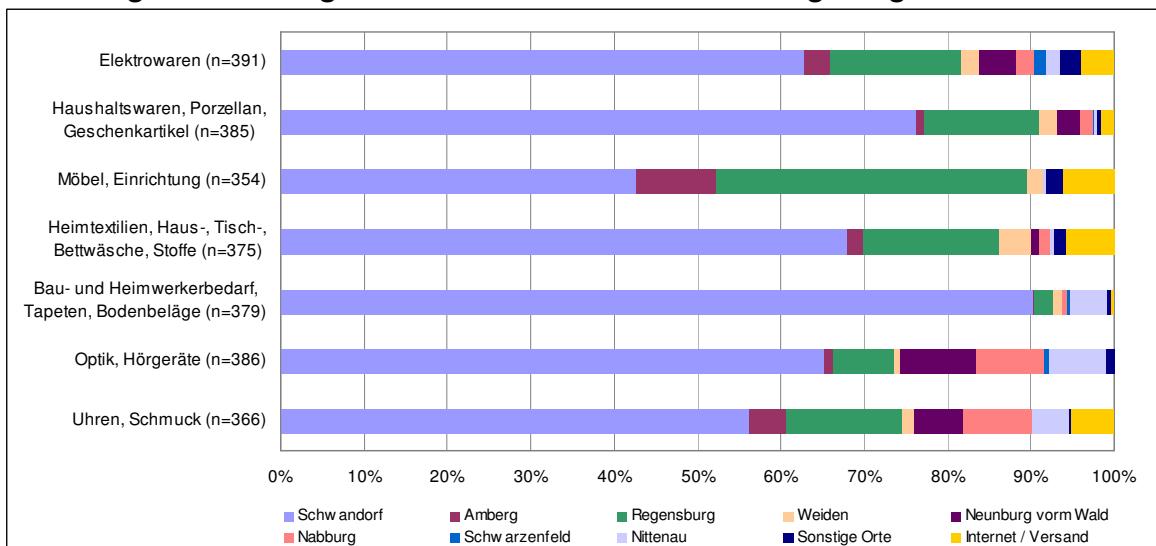
Bei Waren des **mittelfristigen Bedarfs** zeigt sich eine stärkere Einkaufsorientierung der Befragten auf den Einzelhandelsstandort Schwandorf. Oberbekleidung und Schuhe werden etwa von rund 40 % der Befragten von auswärts bevorzugt in Schwandorf gekauft, Sportbekleidung, Spielwaren und Babybedarfsartikel sogar von fast jedem Zweiten. Die Nachfrageanteile unter den befragten Schwandorfern belaufen sich bei den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs auf jeweils ca. 70 - 80 %. Zwar fallen im mittelfristigen Bedarfsbereich die Einkaufsorientierungen der Auswärtigen im Vergleich zu denen des kurzfristigen Bedarfsbereichs größer aus, jedoch ist gleichzeitig die Nachfrage der Schwandorfer (sowie die Nachfrage generell) bereits deutlich stärker auf die größeren Städte im Umkreis von Schwandorf gerichtet.

Während im Bereich kurzfristiger Bedarfsgruppen als Wettbewerbsstandorte v. a. Schwarzenfeld, Nittenau, Neunburg vorm Wald und Nabburg zu nennen sind, handelt es sich bei Waren des mittelfristigen Bedarfs um Regensburg, Amberg und Weiden. Insbesondere jüngere Personen tendieren dazu, mittelfristige Bedarfsgüter häufiger in Regensburg einzukaufen. Während Oberbekleidung etwa von jedem fünften aller Befragten meist in Re-

gensburg gekauft wird, trifft dies unter den Befragten unter 25 Jahren auf fast jeden Zweiten zu, dagegen nur auf ca. 12 % der Befragten ab 65 Jahren. Ähnliche Werte ergeben sich bezüglich der Warengruppen Schuhe und Sportbekleidung.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** ist in Schwandorf in nahezu allen Warengruppen eine relativ hohe Nachfrageorientierung zu beobachten. Diese fällt trotz des sehr guten Angebots in den Oberzentren Regensburg und Amberg insgesamt z. T. deutlich größer aus als bei einigen Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs (vgl. Abbildung 15). Der Schwandorfer Einzelhandel ist der Befragung zur Folge v. a. in zwei Bereichen stark aufgestellt. Fast alle Befragten aus Schwandorf und noch ca. 81 % der Auswärtigen kaufen Waren des Bau- und Heimwerkerbedarfs in Schwandorf; für Haushaltswaren und Geschenkartikel gilt dies für ca. 90 % bzw. 62 %. Auch in den anderen Bereichen des längerfristigen Bedarfs sind hohe Werte festzustellen. Dies ist zu einem großen Teil auf die hohe Einkaufsorientierung der Schwandorfer auf ihre Stadt zurückzuführen. Waren der Bedarfsgruppe Optik/Hörgeräte werden beispielsweise von 90 % der Befragten aus Schwandorf in der eigenen Stadt erworben.

Abbildung 15: Bevorzugte Einkaufsorte bei Waren des langfristigen Bedarfs



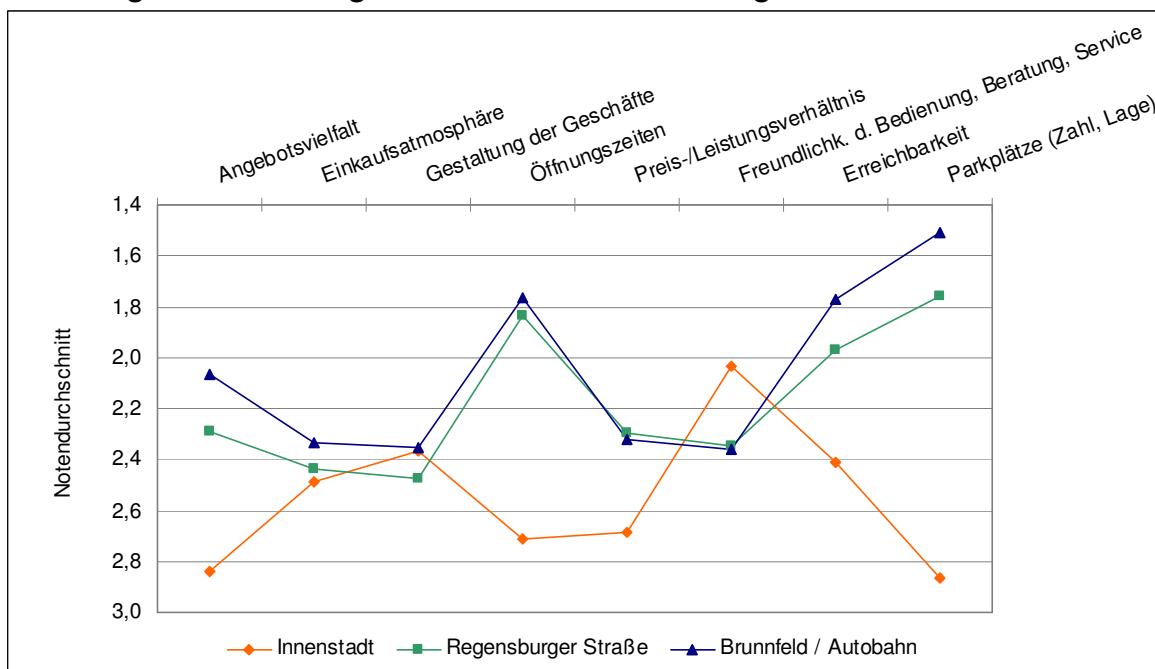
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009

Die Kundschaft von auswärts (wenn auch nicht deren Mehrheit) orientiert sich tendenziell häufiger am Einzelhandelsangebot außerhalb Schwandorfs. Nur Möbel und Einrichtungsgegenstände werden von den meisten der befragten Auswärtigen (zu ca. 41 %) als auch von der Mehrheit aller Befragten (ca. 57 %) nicht in Schwandorf gekauft. Generell zeigt

sich: je jünger die Befragten sind, desto stärker werden die größeren Städte im Umland Schwandorfs als Einkaufsort von Waren des langfristigen Bedarfs bevorzugt. Möbel beispielsweise werden in Regensburg von jedem zweiten Befragten unter 44 Jahren gekauft, während dies auf nur ca. 11 % der Befragten ab 65 Jahren zutrifft.

Ergänzend hierzu wurden die Befragten um eine differenzierte **qualitative Bewertung der Einkaufsstadt Schwandorf** gebeten. Dabei waren als Einzelhandelsstandorte die Innenstadt sowie die beiden Gewerbegebiete Regensburger Straße und Brunnfeld/Autobahn anhand verschiedener Kriterien (Angebotsvielfalt, Einkaufsatmosphäre, Öffnungszeiten, Preis-/Leistungsverhältnis, Beratung/Service, Erreichbarkeit/Parken u. a.) zu bewerten (*Frage 7: „Denken Sie einmal an die Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Schwandorf. Wie beurteilen Sie dort die folgenden Punkte?“*). In der Gesamtbetrachtung schneiden die Standorte Brunnfeld/Autobahn sowie Regensburger Straße mit Durchschnittsnoten von 2,1 und 2,2 deutlich besser ab als der Einzelhandelsstandort Innenstadt, den die Befragten nur mit einer Durchschnittsnote von 2,6 bewerteten.

Abbildung 16: Beurteilung Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Schwandorf



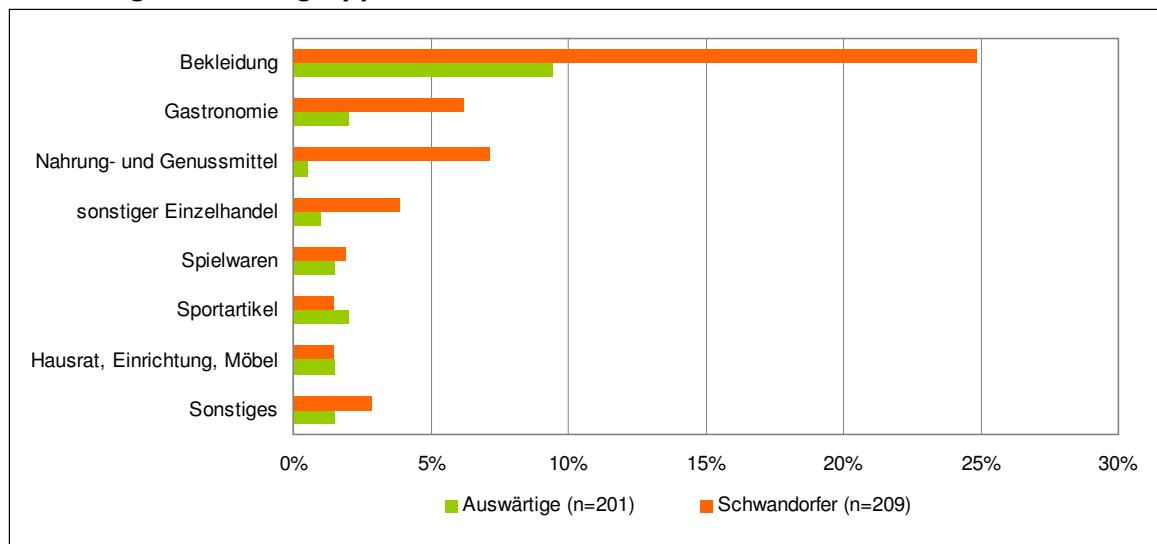
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009; n>302

Bei genauerer Betrachtung wird deutlich, dass die Konsumenten einzelnen Kriterien sehr unterschiedliche Qualitäten zuordneten (vgl. Abbildung 16). Während sich die Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt v. a. durch freundliches Personal sowie durch gute Servi-

ce- und Beratungsleistungen auszeichnen, werden an den Gewerbegebietsstandorten in erster Linie die längeren und einheitlichen Öffnungszeiten, die Erreichbarkeit sowie die Parkplatzsituation geschätzt. Darüber hinaus heben sich letztere Standorte gegenüber der Innenstadt aus Kundensicht durch eine bessere Angebotsvielfalt sowie ein besseres Preis-/Leistungsverhältnis ab. Auffällig ist, dass die Einkaufsmöglichkeiten in den Gewerbegebieten von den Befragten in den Kriterien Einkaufsatmosphäre und Geschäftsgestaltung ähnlich bewertet werden wie die Innenstadt. Insgesamt ergeben sich bei dieser Fragestellung bzgl. der Antworten der Schwandorfer und der Auswärtigen nur geringe Unterschiede. Lediglich die Erreichbarkeit der Innenstadt bewerteten die Schwandorfer selbst wesentlich besser (Durchschnittsnote 2,1) als die Befragten von auswärts (2,8). Darüber hinaus waren bezüglich verschiedener Personenmerkmale keine wesentlichen Unterschiede zu beobachten.

Anregungen zur Aufwertung des Einzelhandels in der Stadt Schwandorf (*Frage 8: „Welche Angebote vermissen Sie in Schwandorf, z.B. im Einzelhandel, Dienstleistungsreich, Kultur-, Freizeit- und Gastronomiebereich?“*) wurden von 76 der Befragten aus Schwandorf und von 30 der befragten Auswärtigen genannt. Daraus wird deutlich, dass sich die Bewohner Schwandorfs kritischer mit ihrer eigenen Stadt auseinandersetzen als Auswärtige. Angebotsdefizite am Einzelhandelsstandort Schwandorf wurden von jedem Vierten der Befragten aus Schwandorf (52 Nennungen) und von rund jedem Zehnten Befragten von auswärts (19 Nennungen) im Bekleidungssektor gesehen (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Warengruppendefizite des Einzelhandels in Schwandorf

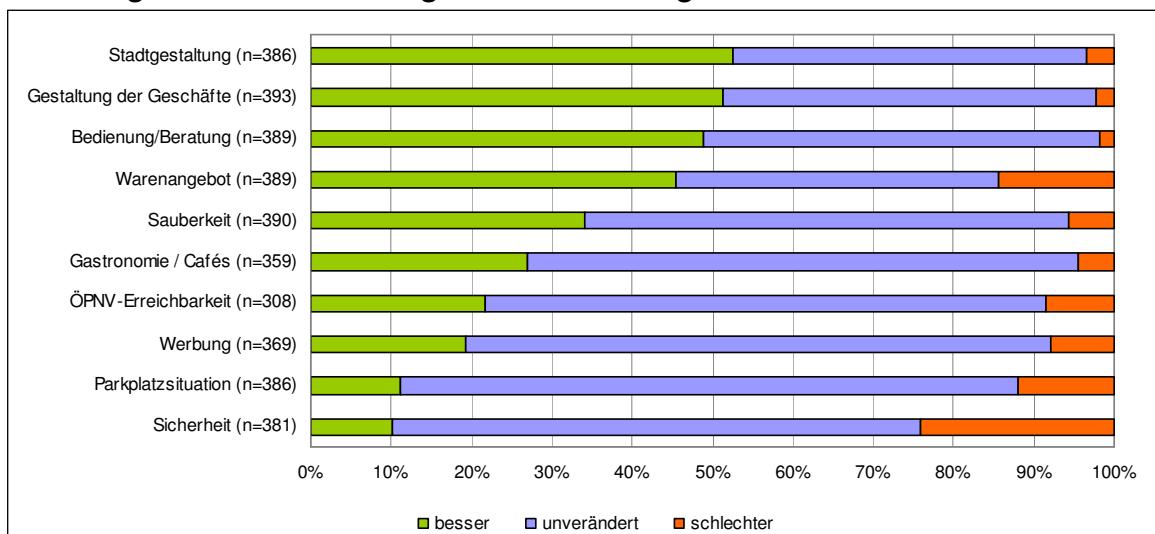


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2009; offene Fragestellung; Mehrfachnennungen möglich

Die Defizite wurden dabei zum großen Teil von den weiblichen Befragten (56 der insg. 71 Nennungen) sowie vorwiegend von den jüngeren befragten Personen bis 44 Jahren geäußert. Hierbei ist jedoch anzuführen, dass der Bekleidungssektor selbst in gut ausgestatteten Oberzentren oftmals als ausbaufähig eingestuft wird. Größere Ergänzungswünsche bestehen zudem im Bereich der Gastronomie (insg. 17 Nennungen) sowie im Angebot von Nahrungs- und Genussmitteln (16 Nennungen).

Um **einzelhandelsrelevante Entwicklungen der Schwandorfer Innenstadt** (Frage 9: „*Welche positiven und negativen Veränderungen sind Ihnen in den vergangenen Jahren in der Schwandorfer Innenstadt aufgefallen?*“) aus der Sicht der Kunden einschätzen zu können, wurden die Befragten gebeten, die Veränderung von mehreren gelisteten Kriterien positiv oder negativ zu bewerten. In der Gesamtbetrachtung zeichnen die Antworten zu den Veränderungen ein überwiegend positives Bild (vgl. Abbildung 18). Etwa die Hälfte aller Befragten sprechen sich für positive Entwicklungen bezüglich der Erscheinung des Stadtbildes, der Gestaltung der Ladengeschäfte sowie für Verbesserungen in der Bedienungs- und Beratungsleitung der innenstädtischen Einzelhandelsgeschäfte aus. Weniger deutliche, aber dennoch insgesamt positive Tendenzen werden in der Entwicklung des Warenangebots, hinsichtlich der Sauberkeit in der Innenstadt sowie in den Bereichen Gastronomie, Erreichbarkeit und Werbung/Stadtmarketing gesehen. Während sich positive und negative Meinungen zur Entwicklung der Parkplatzsituation in etwa die Waage halten sind lediglich im Bereich der Sicherheit im öffentlichen Raum spürbar negative Veränderungen zu beobachten.

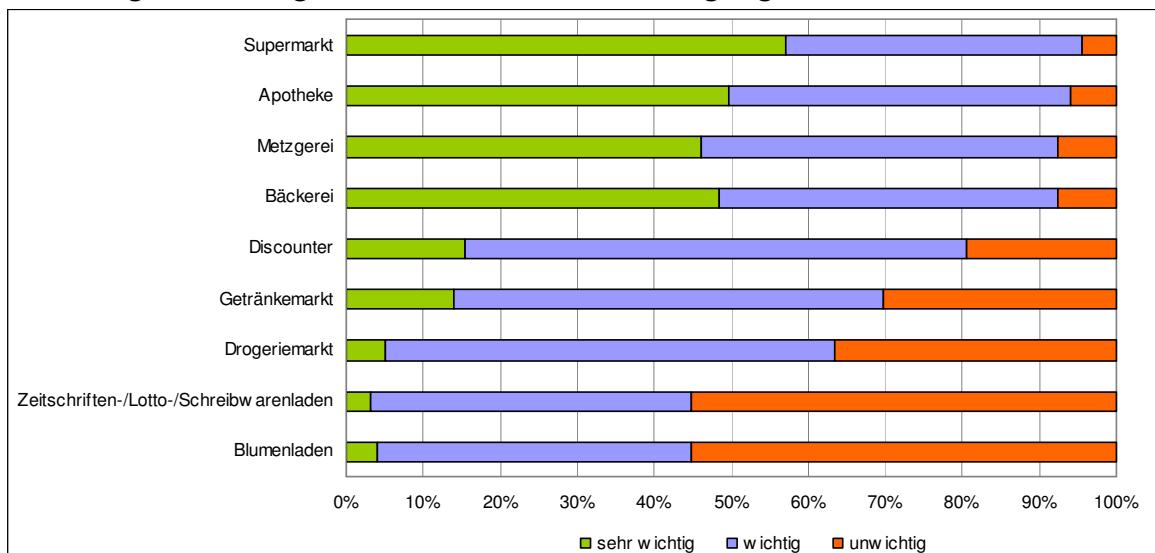
Abbildung 18: Positive und negative Veränderungen in Schwandorf



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009

Die Versorgung mit grundlegenden Gütern und Waren des täglichen Bedarfs im näheren Wohnumfeld ist eine wichtige Voraussetzung zur Schaffung von Lebensqualität. Um mögliche Defizite in der **Nahversorgung** in Schwandorf zu bestimmen, wurden die Befragten aus Schwandorf gebeten, verschiedene Angebots- bzw. Betriebsformen in ihrer Wichtigkeit zur Deckung des täglichen Bedarfs zu gewichten (*Frage 10: „Welche Betriebe wünschen Sie sich für Ihre Nahversorgung?“*). Etwa 56 % der Befragten aus Schwandorf wünschen sich zur Sicherung ihrer Nahversorgung primär einen Supermarkt. Der Discounter hingegen weist eine deutlich geringere Bedeutung auf: er wird von nur ca. 15 % der Befragten bevorzugt, knapp 20 % halten ihn sogar für unwichtig (vgl. Abbildung 19). Während der Discounter mit steigendem Alter der Befragten uninteressanter wird, gewinnt der Supermarkt an Bedeutung. Von ebenfalls großer Wichtigkeit ist für die Bewohner Schwandorfs das Lebensmittelhandwerk. Ca. 45 % der Befragten halten eine Bäckerei oder Metzgerei in der näheren Umgebung ihrer Wohnung für sehr wichtig; unter den älteren Befragten über 65 Jahren gilt dies sogar für rund 55 %. Ebenso wird Apotheken im Wohnumfeld von der Mehrheit der Befragten eine überaus wichtige Bedeutung zugeschrieben. Dagegen ist für die befragten Schwandorfer der Getränke- sowie der Drogeriemarkt zur Sicherung der Nahversorgung von geringerer Bedeutung; Blumenläden sowie Zeitschriften-/Lotto-/Schreibwarenläden werden von der Mehrheit der Befragten überwiegend für unwichtig gehalten.

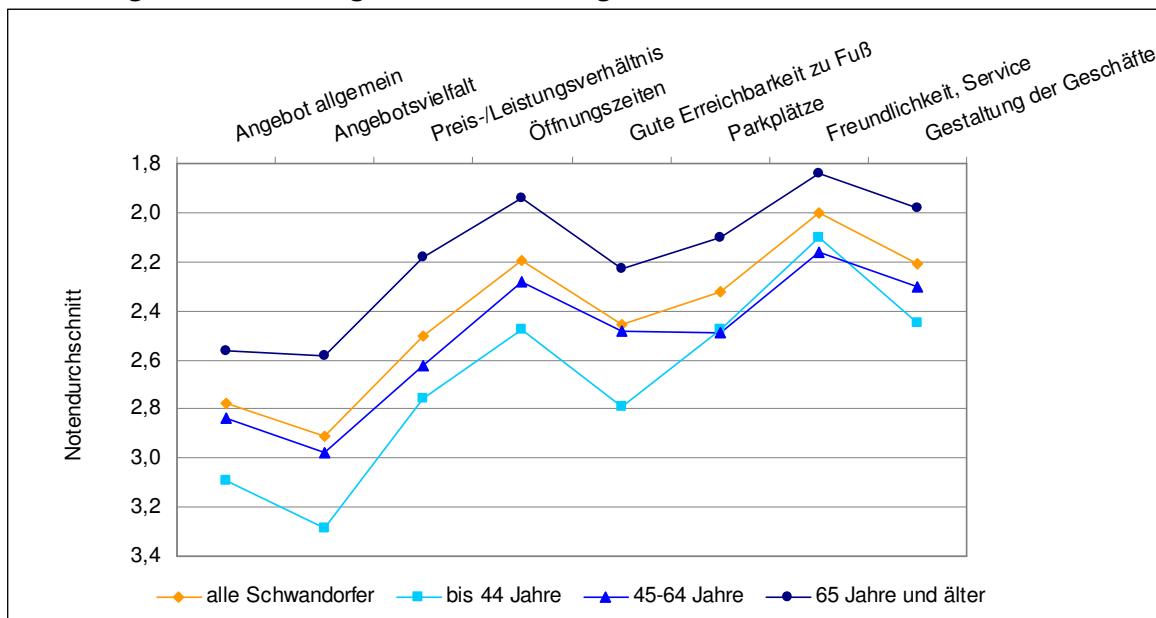
Abbildung 19: Wichtige Betriebe für die Nahversorgung in Schwandorf



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009; n=209

Anschließend wurden die Befragten gebeten, die **derzeitige Ausprägung der Einkaufsmöglichkeiten im Wohnumfeld** anhand von vorgegebenen Merkmalen zu bewerten (*Frage 11: „Wie beurteilen Sie die Einkaufsmöglichkeiten zum täglichen Bedarf in Ihrem Wohnumfeld?“*). Insgesamt bewerteten die Befragten aus Schwandorf die Einkaufsmöglichkeiten zur Nahversorgung als gut bis durchschnittlich (Durchschnittsnote 2,4). Eher schlecht schnitten dabei im Einzelnen die Vielfalt sowie das Preis-/Leistungsverhältnis des Angebots ab (vgl. Abbildung 20), relativ gut hingegen die Öffnungszeiten, die Gestaltung der Geschäfte sowie insbesondere die Freundlichkeit des Ladenpersonals und Serviceleistungen. Die fußläufige Erreichbarkeit als das wichtigste Kriterium von Nahversorgungseinrichtungen wird insgesamt als durchschnittlich bewertet. Große Unterschiede in der Bewertung der Nahversorgung ergeben sich unter Betracht der verschiedenen Altersgruppen. So werden die einzelnen Kriterien mit steigendem Alter der Befragten deutlich besser bewertet. Während etwa die Befragten ab 65 Jahren die Angebotsvielfalt der Nahversorgungsgeschäfte mit einem Notendurchschnitt von 2,6 oder die Öffnungszeiten mit 1,9 benoten, fallen entsprechende Bewertungen unter den Befragten bis 44 Jahren mit 3,3 und 2,5 wesentlich schlechter aus. Auch bezüglich der Haushaltsgrößenklassen ergeben sich große Unterschiede. So bewerteten die Befragten aus Single-Haushalten die Situation zur derzeitigen Nahversorgung und insbesondere die Angebotsvielfalt (2,3) als weitaus besser als etwa jene aus Zwei- oder Mehrpersonenhaushalten (3,3).

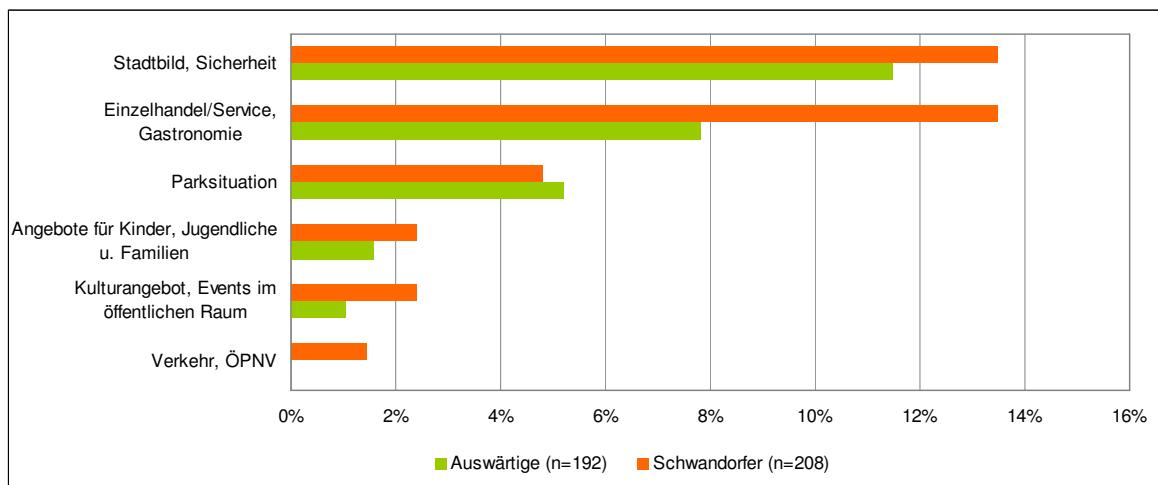
Abbildung 20: Beurteilung der Einkaufsmöglichkeiten im Wohnumfeld



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009; n>166

Abschließend wurden die Befragten um **Verbesserungsvorschläge** zur Steigerung der Attraktivität des Einkaufsstandorts Schwandorf gebeten (*Frage 12: „Haben Sie noch weitere Anregungen, um Schwandorf als Einkaufsstadt attraktiver zu machen, z.B. bezüglich Stadtgestaltung, Verkehrssituation, Erscheinungsbild und Gestaltung der Läden, Service, Sauberkeit?“*). 112 aller Befragten machten zu dieser Frage Angaben (insg. 131 Nennungen). Die insgesamt am häufigsten genannten Verbesserungsvorschläge (50 Nennungen) betreffen die gestalterische Aufwertung der Innenstadt sowie Sicherheitsmaßnahmen (vgl. Abbildung 21). Anschließend folgen Anregungen zur Verbesserung des Einzelhandels- und Gastronomieangebots insbesondere im Service-Bereich (insg. 43 Nennungen). Weitere, an dieser Stelle jedoch deutlich seltener genannte Ansatzpunkte betreffen die Verbesserung der Parksituation, die Angebotsgestaltung für Kinder, Jugendliche und Familien, das kulturelle Angebot generell (z.B. Großevents) sowie verkehrstechnische Aufwertungen (z.B. Verbesserung des Verkehrsleitsystems).

Abbildung 21: Verbesserungsvorschläge für den Einzelhandelsstandort Schwandorf



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung, 2009; offene Fragestellung; Mehrfachnennungen möglich

3. Fazit der Haushaltsbefragung und Schlussfolgerungen

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Einzelhandelsstandort Schwandorf von den Befragten als vergleichsweise attraktiv eingeschätzt wird. Diese Attraktivität wird durch die recht hohe Einkaufshäufigkeit sowie das relativ seltene Aufsuchen anderer Einzelhandelsstandorte der Befragten zum Einkaufen bestätigt. Das bezieht sich vor allem auf die Befragten aus dem Schwandorfer Stadtgebiet. Als wichtige Wettbewerbsstandorte im kurz-

fristigen Bedarfsbereich erweisen sich die Umlandkommunen, in denen ebenfalls im Rahmen dieser Untersuchung befragt wurde. Dies ist insbesondere auf den Umstand zurückzuführen, dass Einkäufe zum täglichen Bedarf bevorzugt wohnortnah getätigt werden, um längere Anfahrten zu vermeiden. Bei mittel- und langfristigen Warengruppen ist vor allem das Oberzentrum Regensburg als bedeutender Wettbewerbsstandort anzuführen, wobei gleich bei den einzelnen Sortimenten deutliche Unterschiede in der Intensität der Einkaufsorientierung bestehen. Auch im langfristigen Bedarfsbereich ist in Schwandorf trotz des umfangreichen Angebots von Regensburg eine vergleichsweise hohe Nachfrageorientierung zu beobachten.

Bezüglich der Nahversorgung kann festgehalten werden, dass zur Deckung des täglichen Bedarfs (Nahversorgung) die große Mehrheit aller Befragten den Supermarkt bevorzugt. Discounter werden nur von einem geringen Teil der Befragten gewünscht (v. a. von Jüngeren). Als sehr wichtig im Wohnumfeld werden darüber hinaus Apotheken sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Metzgerei) zur Versorgung bewertet.

Sowohl die Befragten in Schwandorf als auch die Auswärtigen sind mit dem Einzelhandelsstandort Schwandorf insgesamt weitgehend zufrieden. In einer differenzierten Betrachtung wird deutlich, dass die Einkaufsmöglichkeiten an den Standorten Brunnfeld/Autobahn sowie Regensburger Straße von den Befragten insgesamt besser bewertet werden als der Standort Innenstadt. Im Hinblick auf die Standortkonkurrenz zwischen der Stadtmitte und den beiden Gewerbegebietslagen ist zu vermerken, dass sich aus Sicht der Kunden das Warenangebot und das Erscheinungsbild der Schwandorfer Innenstadt in den vergangenen Jahren zwar leicht verbessert haben, deren Einkaufsatmosphäre jedoch nicht besser als die der Gewerbegebiete bewertet wird. (→ Aufgabenfeld für City- / Altstadtmanagement)

Um die Innenstadt in ihrer Einzelhandelsfunktion zu stärken, sollten aus Kundensicht insbesondere die Angebotsvielfalt erhöht, die Parkplatzsituation, die Ladenöffnungszeiten und das Preis/Leistungsverhältnis optimiert werden. Um das Wettbewerbspotenzial der Einkaufsstadt Schwandorf u. a. gegenüber den Oberzentren Regensburg und Amberg dagegen aufrechtzuerhalten und auszubauen, sollte aus Kundensicht das Angebot im Bekleidungssektor erweitert bzw. spezifisch ausgerichtet werden. Nach Meinung der Kunden fehlt es derzeit hauptsächlich an Angeboten für jüngere Zielgruppen. Da der Bekleidungssektor als innerstädtisches Leitsortiment in hohem Maße zur Attraktivität der Innen-

stadt beträgt, sollten mögliche Erweiterungen in erster Linie in zentralen Lagen erfolgen. Dies ist auch vor dem Hintergrund zu betrachten, dass Einkaufsmöglichkeiten in den Standorten Am Brunnfeld / Autobahn sowie Regensburger Straße von den Befragten insgesamt besser bewertet werden als in der Innenstadt. Außerdem werden v. a. von den Schwandorfer Befragten noch Angebotsdefizite in der Innenstadt in den Bereichen Gastronomie und Nahrungs- und Genussmittel gesehen.

Im Bereich Verkehr wird deutlich, dass die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für das Einkaufsgeschehen in Schwandorf eine sehr untergeordnete Rolle spielt. Hervorzuheben ist, dass vergleichsweise viele der Schwandorfer für Einkaufserledigungen das Rad bevorzugen oder zu Fuß gehen. Zur Attraktivierung der Innenstadt sollte daher weiterhin einer fußgänger- und radfahrerfreundlichen Stadtgestaltung Beachtung geschenkt werden. Der überwiegende Teil der Befragten – insbesondere die Auswärtigen – nutzen das Auto zum Einkaufen in Schwandorf. Die Parkplatzsituation wird von den Befragten unterschiedlich bewertet. Bei den Bewertungskriterien der Innenstadt erhielt die Parkplatzsituation die schlechteste Note. Leider äußerten nur rund 5 % der Befragten Verbesserungsvorschläge bzgl. der Parksituation.

Überwiegend positive Veränderungen wurden von den Befragten in den vergangenen Jahren am Einzelhandelsstandort Schwandorf in den Bereichen Stadtgestaltung, Gestaltung der Geschäfte und Bedienung / Beratung beobachtet. Trotz dieser Einschätzung sind in einigen Handlungsfeldern der Befragung zufolge noch Optimierungspotenziale vorhanden. Weiterer Handlungsbedarf zur Attraktivitätssteigerung und Verbesserung der Stadt Schwandorf besteht aus Sicht der Kunden vor allem in der Attraktivierung des Stadtbildes und der Steigerung der Sicherheit im öffentlichen Raum. Des Weiteren wurden relativ häufig Verbesserungen im Einzelhandels-, Service- und Gastronomiebereich gefordert. Vor allem jüngere Befragte wünschen sich zusätzliche gastronomische Angebote.

Insgesamt ergibt sich aus der Befragung somit eine Reihe von Ansatzpunkten, die aus Kundensicht zu einer Aufwertung des Einzelhandels- und Wirtschaftsstandortes Schwandorf beitragen können. Anzuführen sind in diesem Zusammenhang u.a. :

- weitere städtebauliche Aufwertung der Innenstadt
- Steigerung der Aufenthaltsqualität / Einkaufsatmosphäre in der Innenstadt
- Erhöhung der Angebotsvielfalt, u.a. im Bereich (junge) Mode
- Stärkung des Nahrungs- und Genussmittelsektors im Innenstadtbereich
- Akzeptanzsteigerung der innerstädtischen Parkplatzsituation

VIII Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandorts Schwandorf

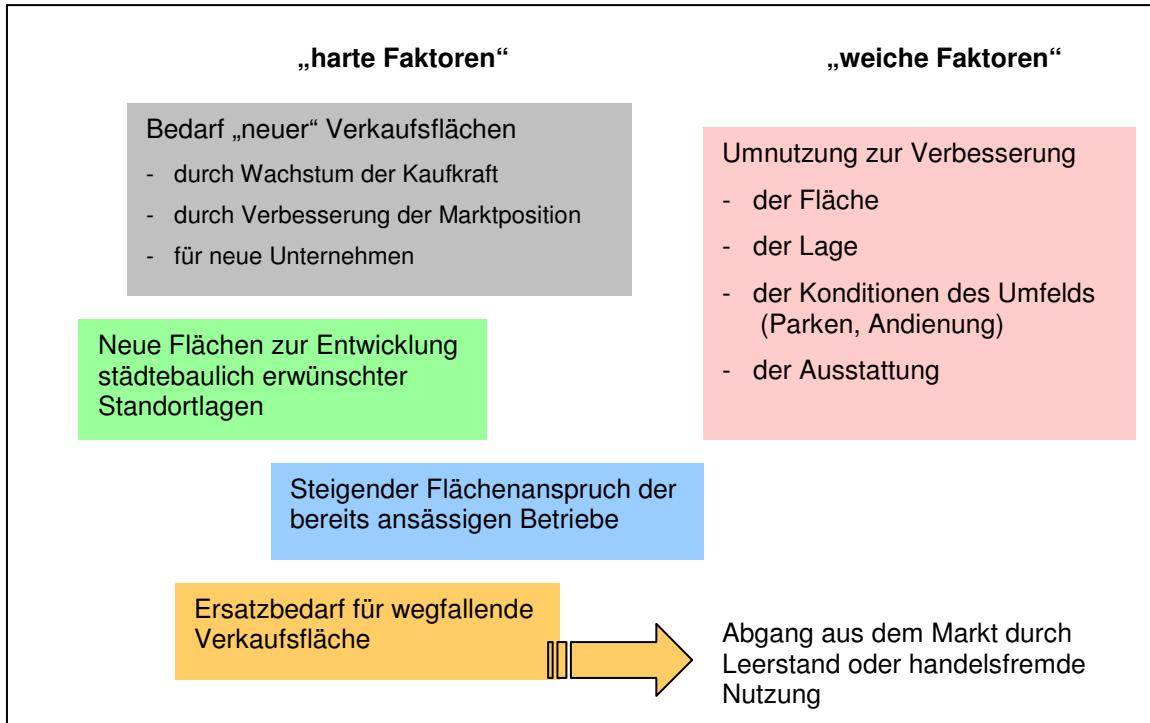
Die einzelhandelsbezogenen Entwicklungsperspektiven von Schwandorf werden nachfolgend unter Einbeziehung der Rahmendaten für die weitere demografische und wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Schwandorf beurteilt.

1. Umsatzerwartung und Verkaufsflächenzusatzbedarf bis 2015 / 2020

1.1 Methodischer Ansatz

Der Flächenbedarf des Einzelhandels wird von verschiedenen harten und weichen Faktoren beeinflusst (vgl. Abbildung 22):

- Im klassischen Sinne entsteht der Bedarf für neue Verkaufsflächen aus einem Anstieg der Zahl der Nachfrager. Dieser resultiert in einem gestiegenen Kaufkraftvolumen und / oder in höheren Marktanteilen.
- Nicht nur bei Neuansiedlungen sondern auch bei bereits ansässigen Unternehmen ist ein steigender Flächenanspruch zu erwarten, der sich aus den wachsenden Ansprüchen der Kunden nach einer großzügigen und umfassenden Präsentation der Waren erklärt. Der Flächenanspruch differiert je nach Warengruppe, jedoch sind letztlich in allen Branchen eine starke Expansionstätigkeit von flächenextensiven Konzepten und zunehmende Durchschnittsgrößen der Betriebe zu beobachten.
- Zudem ist mit Ersatzbedarf für solche Flächen zu rechnen, die von den Betreibern aufgrund großenbedingter, baustruktureller oder standortbezogener Mängel aufgegeben werden. Angesichts der Mängel können diese häufig nicht durch andere Einzelhandelsbetriebe nachgenutzt werden; es entsteht Leerstand.
- Schließlich entsteht aus städtebaulicher und versorgungsbezogener Zielsetzung Flächenbedarf als „Entwicklungspuffer“. Dieser dient zum Ausbau von Versorgungszentren (Erweiterung bestehender Zentren, Neuentwicklung von Zentren).

Abbildung 22: Faktoren des Flächenbedarfs im Einzelhandel

Quelle: GMA-Bearbeitung 2009

Methodisch wird der zukünftige Verkaufsflächenbedarf in Schwandorf ermittelt, indem in einem ersten Schritt dem jetzigen Umsatz die im Jahr 2015 bzw. 2020 zu erwartende Umsatzleistung in den einzelnen Warengruppen gegenübergestellt wird. Die Umsatzprognosen werden mit Hilfe des Marktanteilkonzepts berechnet, das die Kaufkraftabschöpfung der Wohnbevölkerung in den einzelnen Zonen und Warengruppen erfasst. Somit basiert die Umsatzerwartung wesentlich auf der mittelfristigen Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels. Im Sinne einer Arbeitsdefinition wird der Verkaufsflächenzusatzbedarf als Summe zusätzlich möglicher Verkaufsflächen definiert, die weitgehend wettbewerbsneutral im Standort platziert werden können (= möglicher Erweiterungsspielraum). Der Altbestand und Leerstände werden hierbei ausgeblendet, da sie überwiegend nicht zu Marktbedingungen weitergenutzt werden können.

Hinzu kommt der zu berücksichtigende zusätzliche Flächenbedarf durch steigende Flächenansprüche, durch Ersatzbedarf sowie durch die Bereithaltung von Entwicklungspuffern. Der im ersten Schritt ermittelte tragfähige Verkaufsflächenzusatzbedarf wird im zweiten Schritt um diese Faktoren erweitert. Zusammengefasst belaufen diese sich auf rund 20 % bis 2015 und rund 30 % bis 2020.

1.2 Perspektivische Umsatzerwartung und Verkaufsflächenbedarf 2015 / 2020

In der für die Berechnung der Umsatzerwartung und des Verkaufsflächenbedarfs erforderlichen Kaufkraftprognose wurde unterstellt, dass bis zum Prognosehorizont 2015 / 2020 keine wesentlichen Veränderungen des Spar- und Ausgabeverhaltens eintreten. Insgesamt wird von einem relativ stabilen Ausgabeniveau ausgegangen, auch wenn sich die Ausgabenanteile der Sortimentsbereiche leicht verschieben werden. Aufgrund der absehbaren Konjunkturdevelopment ist jedoch nur noch mit einer geringen nominalen Zunahme der Pro-Kopf-Kaufkraft zu rechnen (nominale Preissteigerung bis 2015 ca. 1,8 %, bis 2020 ca. 2,6 % gegenüber 2009). Auf Grundlage dieser Faktoren sowie der Bevölkerungsprognose des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung für die Städte und Gemeinden im Marktgebiet errechnet sich für das abgegrenzte Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels ein Kaufkraftvolumen von

- ca. 628,9 Mio. € im Prognosejahr 2015 (+ 2,1 % gegenüber 2009)
- ca. 633,4 Mio. € im Prognosejahr 2020 (+ 2,8 % gegenüber 2009).

In Anbetracht der vorhandenen Rahmenbedingungen sowie insbesondere der bestehenden Einzelhandelsausstattung - aus der bereits aktuell hohe Marktanteile resultieren - wird bei der perspektivischen Umsatzberechnung nur eine geringe Steigerung der Marktanteile in einzelnen Hauptwarengruppen für möglich erachtet. Eine Zunahme der Marktanteile ist aus Sicht der GMA dabei nur bei einer wesentlichen Attraktivitätssteigerung des Angebotes z.B. durch Erweiterungen / Modernisierungen bzw. Neuansiedlungen realistisch.

Somit sind für den Schwandorfer Einzelhandel folgende Umsatzveränderungen zu erwarten (vgl. Tabelle 23 und 24):

- ca. 283,5 Mio. € im Prognosejahr 2015 (+ 8,2 Mio. € gegenüber 2009)
- ca. 285,6 Mio. € im Prognosejahr 2020 (+ 10,3 Mio. € gegenüber 2009).

Tabelle 23: Perspektivische Umsatzprognose für den Schwandorfer Einzelhandel 2015

Umsatzherkunft	Zone I			Zone II			Zone III			Zone IV			Streu-kunden	Ins-gesamt
	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€		
Hauptwarengruppen/ Bedarfsbereiche														
Nahrungs- und Genussmittel	50,7	95 %	48,2	29,0	50 %	14,5	78,2	25 %	19,6	55,4	20 %	11,1	7,8	101,2
Gesundheit / Körperflege	18,5	92 %	17,0	10,6	40 %	4,2	28,5	20 %	5,7	20,2	15 %	3,0	0,8	30,7
Blumen / Pflanzen, zoologischer Bedarf	3,2	95 %	3,0	1,9	45 %	0,9	5,0	20 %	1,0	3,5	15 %	0,5	0,2	5,6
Kurzfrist. Bedarf	72,4	94-95 %	68,2	41,5	47-48%	19,6	111,7	23-24%	26,3	79,1	18-19%	14,6	6,0	137,5
Bücher, Schreib-, Spielwaren	7,3	85 %	6,2	4,2	50 %	2,1	11,2	25 %	2,8	7,9	15 %	1,2	0,5	12,8
Bekleidung, Schuhe, Sport	19,1	85 %	16,2	10,9	50 %	5,5	29,5	30 %	8,9	21,0	25 %	5,2	0,5	36,3
Mittelfrist. Bedarf	26,4	85 %	22,4	15,1	50 %	7,6	40,7	28-29%	11,7	28,9	22 %	6,4	1,0	49,1
Elektrowaren	13,5	75-80 %	10,5	7,8	35-40 %	2,9	20,8	15 %	3,1	14,8	15 %	2,2	0,5	19,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	14,6	60-70 %	9,5	8,3	40-45 %	3,5	22,5	30 %	6,8	16,0	30 %	4,8	5,3	29,9
Sonst. Einzelhandel	22,5	95 %	21,3	12,8	65 %	8,3	34,9	30 %	10,5	24,6	30 %	7,4	0,3	47,8
Langfrist. Bedarf	50,6	81-82%	41,3	28,9	51 %	14,7	78,2	26 %	20,4	55,4	26 %	14,4	6,1	96,9
Nichtlebensmittel gesamt	98,7	84-85%	83,7	56,5	48-49%	27,4	152,4	25-26%	38,8	108,0	22-23%	24,3	8,1	182,3
Einzelhandel gesamt	149,4	88-89%	131,9	85,5	49 %	41,9	230,6	25-26%	58,4	163,4	21-22%	35,4	15,9	283,5

Quelle: GMA-Berechnungen 2009 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Tabelle 24: Perspektivische Umsatzprognose für den Schwandorfer Einzelhandel 2020

Umsatzherkunft	Zone I			Zone II			Zone III			Zone IV			Streu-kunden	Ins-gesamt
	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Kaufkraft in Mio. €	Markt-anteil	Umsatz in Mio.€	Umsatz in Mio.€	Umsatz in Mio.€
Hauptwarengruppen/ Bedarfsbereiche														
Nahrungs- und Genussmittel	51,0	95 %	48,5	29,3	50 %	14,7	78,9	25 %	19,7	55,8	20 %	11,2	7,8	101,9
Gesundheit / Körperflege	18,8	92 %	17,3	10,7	40 %	4,3	28,9	20 %	5,8	20,5	15 %	3,1	0,8	31,3
Blumen / Pflanzen, zoologischer Bedarf	3,3	95 %	3,1	1,9	45 %	0,9	5,1	20 %	1,0	3,5	15 %	0,5	0,2	5,7
Kurzfrist. Bedarf	73,1	94-95%	68,9	41,9	47-48%	19,9	112,9	23-24%	26,5	79,8	18-19%	14,8	8,8	138,9
Bücher, Schreib-, Spielwaren	7,3	85 %	6,2	4,2	50 %	2,1	11,1	25 %	2,8	8,0	15 %	1,2	0,5	12,8
Bekleidung, Schuhe, Sport	19,3	85 %	16,4	11,0	50 %	5,5	29,6	30 %	8,9	21,0	25 %	5,2	0,5	36,5
Mittelfrist. Bedarf	26,6	85 %	22,6	15,2	50 %	7,6	40,7	28-29%	11,7	29,0	22 %	6,4	1,0	49,3
Elektrowaren	13,6	75-80 %	10,5	7,8	35-40 %	2,7	21,0	15 %	3,2	14,9	15 %	2,2	0,5	19,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	14,7	60-70 %	9,6	8,3	40-45 %	3,3	22,7	30 %	6,8	16,0	30 %	4,8	5,3	30,0
Sonst. Einzelhandel	22,6	95 %	21,5	12,9	65 %	8,4	34,9	30 %	10,5	24,8	30 %	7,4	0,3	48,1
Langfrist. Bedarf	50,9	82 %	41,6	29,0	51 %	14,8	78,6	26 %	20,5	55,7	26 %	14,4	6,1	97,4
Nichtlebensmittel gesamt	99,6	84-85%	84,6	56,8	48-49%	27,6	153,3	25-26%	39,0	108,7	22-23%	24,4	8,1	183,7
Einzelhandel gesamt	150,6	88-89%	133,1	86,1	49-50%	42,3	232,2	25-26%	58,7	164,5	21-22%	35,6	15,9	285,6

Quelle: GMA-Berechnungen 2009 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Der **mögliche flächenbezogene Erweiterungsspielraum** wird aus der prognostizierten Umsatzerwartung unter Verwendung von Verkaufsflächenproduktivitätswerten¹ des leistungsfähigen Einzelhandels errechnet, die ein leistungsfähiger Betrieb erzielen muss, um mittel- und langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Flächenprognose zeigt den Rahmen auf, der ohne Umsatzumverteilungen (d.h. wettbewerbsneutral) zu Lasten bestehender Betriebe in Schwandorf realisiert werden kann. Qualitative städtebauliche und standortbezogene Fragestellungen bleiben hier zunächst unbeachtet.

Über alle Warengruppen hinweg liegt in Schwandorf der rechnerische Erweiterungsspielraum bis zum Jahr 2015 nur bei insgesamt ca. 2.300 – 2.700 m² VK. Bis zum Jahr 2020 erhöht sich der rechnerisch ermittelte Erweiterungsspielraum auf insgesamt rund 2.900 – 3.400 m². Hinzu kommt der zusätzliche Flächenbedarf durch steigende Flächenansprüche, durch Ersatzbedarf sowie durch die Bereithaltung von Entwicklungspuffern. Hierfür wird, wie dargelegt, ein Aufschlagfaktor von ca. 20 % bis 2015 und ca. 30 % bis 2020 angesetzt.

Hieraus ergibt sich insgesamt ein prognostizierter zusätzlicher Flächenbedarf in Höhe von

- ca. **2.800 – 3.200 m² VK** bis zum Jahr **2015**
- ca. **3.800 – 4.400 m² VK** bis zum Jahr **2020**.

Da die derzeit erreichten Marktanteile – entsprechend des Einzelhandelsbesatzes – in vielen Sortimenten bereits sehr hoch sind, ist eine nennenswerte Steigerung bei einem entsprechenden Angebotsausbau nach gutachterlicher Einschätzung lediglich in den beiden Hauptwarengruppen Elektrowaren und Husrat, Einrichtung, Möbel wahrscheinlich. Die Flächenprognose gilt unter der Prämisse, dass es gelingt, die Kaufkraftbindung in der Stadt Schwandorf und den Kaufkraftzufluss aus dem Umland (Zone I) durch eine Angebotserweiterung/-modernisierung in den beiden genannten Hauptwarengruppen zu steigern. Die Werte weisen insgesamt auf begrenzte Entwicklungsspielräume hin. Aus konzeptioneller Sicht machen sie aber auch deutlich, dass weitere Investitionen gezielt auf die Innenstadt zu lenken sind.

¹ Flächenproduktivität des Einzelhandels = Umsatzleistung je m² Verkaufsfläche.

Bei der Interpretation dieser Werte ist zu beachten, dass die ermittelten Flächenentwicklungs-werte lediglich einen rechnerisch ermittelten Richtwertcharakter besitzen. Sie basieren wesentlich auf den dargelegten Annahmen zu Bevölkerung, Kaufkraft und Bestand, weshalb im Falle von Abweichungen von diesen Annahmen entsprechende Änderungen im Ergebnis eintreten. Es sind rein rechnerische Werte, die noch keine Aussagen zu qualitativen Unterschieden etwaiger Betreiber erlauben.

Eine zukünftige Ansiedlungspolitik sollte daher nicht allein durch diese Werte bestimmt werden. Ohnehin kann und sollte die Stadt Schwandorf im Rahmen des Wettbewerbs nur eingeschränkt Einfluss auf die Verkaufsflächenentwicklung ausüben, indem sie die Investitionstätigkeit auf erwünschte Standorte lenkt und die Ansiedlung von großflächigen Betrieben mit nahversorgungs- bzw. innenstadtrelevanten Sortimenten an unerwünschten Standorten unterbindet. Grundsätzlich ist eine Überschreitung der Flächenzusatzbedarfs-werte in einzelnen Branchen möglich, wenn sich der dadurch ausgelöste Umsatzumvertei-lungswettbewerb in einer Größenordnung bewegt, die keine gravierenden negativen städ-tebaulichen Auswirkungen (z. B. Strukturbrüche oder Leerstandsbildung in der Innenstadt) befürchten lässt.

2. Ergänzungs- und Entwicklungspotenziale nach Warengruppen

Aufgrund der bereits vorhandenen quantitativen Einzelhandelsausstattung in Schwandorf und des ermittelten eingeschränkten Erweiterungsspielraums sollten **Ergänzungen** im Einzelhandelsangebot **in erster Linie auf qualitativer Ebene** (z.B. betriebliche Standort-optimierungen, Modernisierungen) – unter Berücksichtigung der mittelzentralen Versor-gungsfunktionen Schwandorfs – vorgenommen werden. Modernisierungsmaßnahmen wie auch angemessene Erweiterungen einzelner Betriebe sollen an geeigneten Standorten prinzipiell zugelassen werden, um die Wettbewerbsfähigkeit v. a. der mittelständischen Betriebe zu gewährleisten und die Attraktivität der gewachsenen Lagen zu erhalten. Neu-ansiedlungen bzw. größere Erweiterungsmaßnahmen sind in solchen Bereichen oder Standorten denkbar, in denen derzeit Angebotslücken bestehen. Dies gilt insbesondere für die Schwandorfer Innenstadt und für integrierte Standorte mit Nahversorgungscharak-ter (u.a. innerstädtischer Ergänzungsbereich TWF-Gelände). Die folgende Analyse der verschiedenen Warengruppen ist darüber hinaus vor dem Hintergrund zu betrachten,

dass es bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Schwandorf neben der Schließung vorhandener Angebotslücken primär um eine Optimierung der bestehenden Standort- und Versorgungsstrukturen gehen sollte.

Zu den möglichen Angebotsergänzungen und Empfehlungen zur Branchenentwicklung sind im Einzelnen folgende Aspekte anzuführen:

- Der **Nahrungs- und Genussmittelbereich** erscheint in Schwandorf mit derzeit 2 SB-Warenhäusern, 4 Supermärkten, 6 Discountern, 8 Getränkemärkten und diversen Bäckereien und Metzgereien rein quantitativ sehr gut ausgestattet. Standortbezogen zeigen sich allerdings Defizite im Bereich der wohnortnahmen Versorgung (vgl. Karte 6). Zur Stärkung der Nahversorgung sollten Lebensmittel- und Getränkemärkte künftig ausschließlich an städtebaulich integrierten Standorten (mit umfassender fußläufiger Versorgungsfunktion) mit Anbindung an Wohngebiete bzw. in der Innenstadt entwickelt werden. An dezentralen Standorten und nicht integrierten Gewerbegebietslagen sollten keine Ansiedlungen von neuen Lebensmittel- und Getränkemärkten mehr zulässig sein.
- Auch für die Warengruppe **Gesundheit / Körperpflege** ist eine recht gute Ausstattung festzuhalten. Mit 3 Filialbetrieben (Müller, Rossmann, Ihr Platz), 4 Sanitätshäusern und diversen Apotheken sowie den teils umfangreichen Randsortimenten der Lebensmittelmärkte ist aktuell kein wesentlicher Ergänzungsbedarf gegeben. Weitere Drogeriefachmärkte und Apotheken können allenfalls zur Stärkung der Nahversorgung an integrierten Standorten mit fußläufiger Versorgungsfunktion für Wohngebiete sinnvoll sein.
- Der Bereich **Blumen und zoologischer Bedarf** ist durch die Gartenabteilungen der Bau- und Heimwerkermärkte, diverse Floristen und Gärtnereibetriebe, zwei Fachmärkte für Heimtierbedarf sowie die teils umfangreichen Randsortimente der Lebensmittelmärkte ausreichend besetzt. Damit ist hier aktuell kein wesentlicher Ergänzungsbedarf vorhanden.
- Das Schwandorfer Angebot im Bereich **Bücher / Schreibwaren / Spielwaren** entspricht mit jeweils mehreren Anbietern in den einzelnen Sortimenten der Ausstattung in vergleichbar großen Städten. Anzuführen sind 4 Buchhandlungen, mehrere Schreibwaren- und Zeitschriftenanbieter sowie ein Spielwarengeschäft. Zudem werden diese Sortimente auch von anderen Betrieben (v. a. SB-Warenhäusern und

vom Drogeriemarkt Müller) als teilweise umfangreiche Randsortimente geführt. Insgesamt besteht nur bedingt Ergänzungsbedarf bzw. Ergänzungsmöglichkeit.

- Im Bereich **Bekleidung** ist das Bekleidungshaus Frey als führender Anbieter im mittleren Segment hervorzuheben, dessen Angebot in der Innenstadt durch C & A, Meier's Mode sowie durch mehrere überwiegend kleinere inhabergeführte und filialierte Fachgeschäfte ergänzt wird. Zusätzlich gibt es eine Reihe von Fachmärkten im Bereich der Regensburger Straße, außerdem Markenshops im Globus-Einkaufszentrum. Dennoch bestehen im Bekleidungsbereich gewisse Ausstattungsdefizite. Ergänzungen sind in der Innenstadt v. a. mit Markenanbietern, Anbietern von „junger Mode“ und kleineren spezialisierten Anbietern (z. B. Herrenbekleidung, Übergrößen etc.) sinnvoll. Ansiedlungen von Bekleidungsfachmärkten und Markenshops sollten außerhalb der Haupteinkaufslagen, v. a. aber an dezentralen Standorten zukünftig unterbleiben. Das Sortiment **Schuhe** wird derzeit durch sechs z.T. kleinere Fachgeschäfte in der Schwandorfer Innenstadt und durch einen Fachmarktanbieter in autokundenorientierter Lage abgedeckt. Auch hier sind vornehmlich punktuelle Ergänzungen durch Spezialanbieter in der Innenstadt denkbar, um die Haupteinkaufslagen weiter zu stärken. Selbige Empfehlung gilt für den Bereich **Sportartikel**, der bislang durch zwei Sportgeschäfte (als größtes Intersport Meier) und zwei Outdoor-Anbieter in der Schwandorfer Innenstadt vertreten ist und dort wesentlich zur Attraktivität des Branchenmixes beiträgt. Ansiedlungen von Mode-, Schuh- und Sportanbietern außerhalb der Innenstadt sollten künftig unterbunden werden.
- In der Warengruppe **Elektrowaren** verfügt die Schwandorfer Innenstadt mit diversen kleinen Fachanbietern und dem Drogeriekaufhaus Müller mit seinen Randsortimenten (v. a. Computerzubehör, Bild- und Tonträger) über verschiedene Angebotselemente. Das vornehmlich kleinflächige Angebot der Innenstadt wird durch einen Elektrofachmarkt in Gewerbegebietslage ergänzt. Über einen strukturprägenden Anbieter mit dem Hauptsortiment Elektrowaren verfügt die Schwandorfer Innenstadt derzeit nicht. Zur Abrundung und zum Ausbau dieser Warengruppe wäre die Ansiedlung eines entsprechenden Magnetbetriebs im Innenstadtbereich wünschenswert.
- Im Bereich **Hausrat / Einrichtung / Möbel** ist für Schwandorf im interkommunalen Vergleich quantitativ eine überdurchschnittliche Ausstattung festzuhalten. Größte Anbieter sind die Möbelhäuser Kellermann, Möbel-Center Schwandorf, Möbel-Discount Uschold, Domicil und das Dänische Bettenlager, außerdem sind mehrere Küchen- und Matratzenfachmärkte im Stadtgebiet ansässig. Im Bereich des qualita-

tiv höherwertigen Angebotes ist derzeit teilweise noch Entwicklungspotenzial vorhanden. Insgesamt bieten sich somit u.a. durch eine weitere Ausdifferenzierung sowie eine teilweise qualitative Anpassung des Angebotes (z.B. durch Modernisierung oder Neuansiedlungen) noch Entwicklungsspielräume. Der Anteil innerstädtischer Angebotsflächen ist – auch beim Innenstadtleitsortiment Haushaltswaren und Geschenkartikel – relativ niedrig und dem von dezentralen und Streulagen deutlich untergeordnet. Aus diesem Grund sollten sich künftige Angebotsergänzungen bei kleinteiligen Sortimenten¹ (Haushaltswaren, GPK², Geschenkartikel) auf die Innenstadt konzentrieren. Auch sollten Randsortimente von Haushaltswaren und Geschenkartikeln, z. B. bei Neuansiedlungen von Möbel- und Baumärkten oder SB-Warenhäusern zukünftig auf ein innenstadtverträgliches Maß (vgl. Kap. IX 3.) beschränkt werden.

- In die Warengruppe **Sonstiger Einzelhandel** fallen u. a. die Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Baustoffe, welche derzeit maßgeblich durch die Bau- und Heimwerkermärkte OBI, Praktiker und BayWa (mit angegliederten Baustoffabteilungen) sowie das Baustoffzentrum Danhauser abgedeckt werden. Konkrete Defizite wurden hier kaum festgestellt. Allenfalls durch die Ansiedlung eines Gartenfachmarktes bzw. die Erweiterung eines mittelständischen Gartenfachbetriebes kann eine zusätzlich Profilierung des Einzelhandelsstandorts Schwandorf erfolgen. In den übrigen Bereichen, v. a. in den Sortimenten Optik, Hörgerätekustik, Schmuck, Autozubehör, Fahrräder und Teppiche / Bodenbeläge, sind angesichts der recht guten Ausstattung Schwandorfs keine Defizite und damit kein konkreter Ergänzungsbedarf abzuleiten.

¹ Im Gegensatz zu großvolumigen Sortimenten, wie z.B. Matratzen etc.

² GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

Insgesamt verfügt die Stadt Schwandorf in den verschiedenen Warengruppen vorwiegend über eine ausprägte Angebotsstruktur, sodass lediglich punktuell Ergänzungsbedarf besteht, der vorwiegend auf die Innenstadt zu lenken ist. Dies betrifft vor allem das Innenstadtleitsortiment Bekleidung. In diesem Bereich könnte mit verschiedenen Angeboten wie u.a. „junge Mode“, „große Größen“ oder Herrenbekleidung die Attraktivität und damit die Anziehungskraft der Innenstadt weiter gesteigert werden. Beim Sortiment Elektrowaren existiert ebenfalls noch ein erkennbares Entwicklungspotenzial. Hier wäre es wünschenswert eine Angebotsabrandung im Innenstadtbereich zu ihrer Attraktivitätssteigerung zu erzielen. Insgesamt sollte die zukünftige Entwicklung v.a. darauf ausgerichtet sein, den Einzelhandelsstandort qualitativ zu stärken und die Standort- und wohnortnahmen Versorgungsstrukturen zu optimieren. Dies gilt insbesondere auch für die Nahversorgung mit Lebensmitteln.

3. Bewertung des TWF-Geländes als Standort für den Einzelhandel

Als möglicher Entwicklungsstandort für den Einzelhandel befindet sich das Gelände der ehemaligen Tonwarenfabrik (TWF) an der Fabrikstraße bereits seit Längerem in der Diskussion. Nach dem Teilabriß der ehemaligen Produktionsgebäude existieren auf dem Areal nur noch vereinzelte Gebäudeteile.

3.1 Standortbeschreibung / -bewertung

Der Standort liegt zentral im Stadtgebiet in unmittelbarer Nähe zur Schwandorfer Innenstadt, zur B 15 und zu Wohngebieten. Das Areal zwischen Fabrikstraße, Steinberger Straße, Schillerstraße und Kreuzbergstraße umfasst ca. 58.500 m² in unregelmäßigem Zuschnitt und leicht ansteigender Topografie.

Das unmittelbare Standortumfeld wird nach Westen und Süden hin von Verkehrsfunktionen (Adenauerbrücke/Bundesstraße, Steinberger Straße, mehrgleisige Bahntrasse) geprägt, nach Norden und Osten begrenzt überwiegend hin von Wohnbebauung. Außerdem

befinden sich im Umkreis von ca. 500 m der Bahnhof, verschiedene öffentliche Einrichtungen (Finanzamt, Amtsgericht, Agentur für Arbeit, Stadtbibliothek) und Schulen. Der Standort befindet sich darüber hinaus direkt südöstlich des von der GMA abgegrenzten Innenstadtbereichs von Schwandorf. Zu erwähnen sind schließlich verschiedene Grünzüge (Kreuzbergallee, Sonnenhöhe, Kreuzberg, Holzberg) im erweiterten Umfeld, die der Erholung der Anlieger und Schüler dienen.

Verkehrlich ist das Areal über die Fabrikstraße bzw. Steinberger Straße erschlossen. Die Steinberger Straße verläuft, von Südosten her kommend parallel zur Bahn und knickt an der Adenauerbrücke im scharfen Winkel ab, um nach ca. 100 m in die Fabrikstraße einzumünden, welche unmittelbar nach der Einmündung zur Adenauerbrücke bzw. Friedrich-Ebert-Straße führt. Somit bestehen zwar gute Sichtbeziehungen von der Adenauerbrücke (B 15) herab, jedoch keine direkte Zufahrt von dort. Die Herstellung einer solchen Direktzufahrt von der B 15 dürfte sich in Anbetracht des Höhenunterschieds zur Adenauerbrücke und der Verkehrsträgigkeit der Steinberger Straße relativ schwierig herstellen lassen. Ebenfalls besteht noch Einsehbarkeit auf das Grundstück von der Steinberger Straße und der Bahntrasse her. Die Schillerstraße und Kreuzbergstraße im Osten des Areals sind als Wohnstraßen ohne größeres Verkehrsaufkommen zu klassifizieren.

Die Anbindung des Mikrostandorts an den ÖPNV ist als durchschnittlich / verbessерungsfähig zu bezeichnen. Die nächstgelegene Bushaltestelle (Stadtbusverkehr) liegt in ca. 100 m Entfernung am Finanzamt. Der Schwandorfer Bahnhof und Busbahnhof (Stadt- und Regionalbusverkehr) befinden sich in ca. 600 m und damit prinzipiell noch in fußläufiger Erreichbarkeit.

Die Entfernung zum Marktplatz beträgt ebenfalls etwa 600 m entlang der Friedrich-Ebert-Straße. Ein durchgehender Einzelhandelsbesatz auf dem Weg zu den Haupteinkaufslagen besteht nicht, wobei jedoch mit dem Kaufhaus Frey ein wichtiger Magnetbetrieb der Innenstadt in geringer Entfernung ansässig ist. Die Qualität der fußläufigen Anbindung des TWF-Geländes an die Haupteinkaufslagen der Innenstadt wird durch mehrere Kreuzungen eingeschränkt. Aufgrund dieser einschränkenden Barrierewirkung ist der Standort nicht zum zentralen Innenstadtbereich zu zählen, sondern als innerstädtischer Ergänzungsstandort zu bewerten.

Bei dem Areal handelt es sich gemäß den Kriterien des Landesentwicklungsprogramms¹ um einen städtebaulich integrierten Standort. Das Gebiet liegt in einem Siedlungszusammenhang mit wesentlichem Wohnanteil, aus dem ein anteiliger fußläufiger Einzugsbereich resultiert. Durch die Lage zu den beschriebenen ÖPNV-Einrichtungen / -Haltepunkten ist auch eine den örtlichen Gegebenheiten entsprechende Anbindung an den ÖPNV gewährleistet. Darüber hinaus ist der Standort als wesentliche innenstadtnahe Potenzialfläche Bestandteil des derzeit in der Bearbeitung befindlichen interdisziplinären planerischen Gesamtkonzepts ISEK-Schwandorf.

Zusammenfassend kann das TWF-Gelände mit seinen Stärken und Schwächen als Standort für den Einzelhandel wie folgt beurteilt werden:

- + zentral im Stadtgebiet in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt und zu Wohngebieten gelegen
- + großzügige Grundstücksgröße, die auch die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (= Magneten) und entsprechend benötigten Parkierungsbereichen erlaubt
- + gute Lage zu Hauptverkehrsachsen (Adenauerbrücke / B 15, Steinberger Straße, Bahntrasse)
- + Lage an der südlichen Haupteinfahrt zur Einkaufsinnenstadt
- + zusätzliche Kundenpotenziale durch Schulen, Agentur für Arbeit, Bahnhof und Finanzamt im Umfeld zu erwarten
- + Bebauung des TWF-Geländes würde einen städtebaulichen / optischen Missstand beseitigen

- hohe Verkehrsintensität / derzeit eingeschränkte Aufenthaltsqualität des Standorts
- Verkehrskonzept zur Anbindung des Grundstücks und Entzerrung des Knotens Friedrich-Ebert-Straße / Fabrikstraße / Steinberger Straße erforderlich
- Anbindung an die Haupteinkaufslagen der Innenstadt muss optimiert werden.

¹ Vgl. Handlungsanleitung zur landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern; 2002.

Insgesamt bietet das TWF-Gelände mit seiner erheblichen Größe, seiner repräsentativen Lage an zwei Hauptverkehrsachsen sowie seiner Scharnierlage zwischen Innenstadt, Wohngebieten und Schulen Qualitäten für verschiedene Nutzungen. Denkbar sind sowohl die Nutzung durch den Einzelhandel als auch kombinierte Nutzungen durch haushaltsnahe Dienstleistungen (z.B. Freizeit), Büros, verdichteten Wohnungsbau oder als Parkplatz-Ergänzung für Teile der Innenstadt.

3.2 Nutzungsansätze

Aus Einzelhandelssicht ist die Entwicklung des Standorts mit innenstadtrelevanten Sortimenten im großflächigen Umfang kaum umsetzbar, ohne dort eine erhebliche Verschiebung der Standortwertigkeiten zu Lasten der Innenstadt auszulösen. Bei einer Ansiedlung einiger innenstadtrelevanter Warengruppen, v.a. von innerstädtischen Leitsortimenten, auf dem TWF-Gelände wäre daher von negativen städtebaulichen Konsequenzen (z.B. Funktionsverluste durch Leerstandsbildung) bzgl. des Innenstadteinzelhandels auszugehen.

Aus diesem Grund empfiehlt die GMA, den Bereich des TWF-Geländes gezielt als **innerstädtischen Ergänzungsstandort** zu nutzen. Es ist demnach sicherzustellen, dass der TWF-Standort mit seinen anzusiedelnden Einzelhandelsnutzungen nicht als Konkurrenzstandort zur Innenstadt auftritt, sondern das dort vorhandene Sortiment strukturell ergänzt. Damit erfolgt auch eine Stärkung der Innenstadt insgesamt.

Aufgrund seiner Lage und der umliegenden Nutzungsstruktur kann der Standort des TWF-Geländes zukünftig u.a. auch **Nahversorgungsfunktionen** für die Innenstadt und die östlich gelegenen Wohngebiete am Holzberg und Kreuzberg übernehmen. Für einen Nahversorgungsstandort wäre v.a. die Ansiedlung eines Anbieter der Nahrungs- und Genussmittelbranche zielführend (vgl. hierzu auch Kap. IX.3.2). In diesem Zusammenhang ist z. B. eine Standortoptimierung bestehender großflächiger Lebensmittelmärkte denkbar.¹ Voraussetzung wäre jedoch, dass hierdurch keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Innenstadt (z. B. durch Randsortimente) zu erwarten sind. Infofern

¹ In Schwandorf wird derzeit z.B. eine Standortverlagerung des an der Industriestraße ansässigen SB-Warenhauses Kaufland diskutiert.

wäre z. B. eine Flächen- und Sortimentserweiterung des SB-Warenhauses gutachterlich zu überprüfen.

Darüber hinaus ist die Etablierung von solchen Betriebskonzepten sinnvoll, bei denen es sich um **in der Innenstadt bislang unterrepräsentierte Sortimente mit Magnetfunktion** handelt, deren Ansiedlung innerhalb der Schwandorfer Innenstadt aufgrund fehlender geeigneter Flächen jedoch auf absehbare Zeit nicht gelingt. Aus dieser Betrachtung heraus wäre etwa die Ansiedlung eines großflächigen Elektrofachmarktes auf dem TWF-Gelände grundsätzlich denkbar.

Die Ansiedlung von Bekleidungs-, Schuh- und Sportanbietern (Abwägungsspielraum bei Sportgroßgeräten / Fahrrädern) ist hingegen zu vermeiden, da diese innerstädtischen Leitsortimente in der Schwandorfer Innenstadt aktuell vertreten sind und auch zukünftig zentraler Bestandteil des Innenstadteinzelhandels sein sollen. Bei einer Ansiedlung auf dem TWF-Gelände sind negative städtebauliche Auswirkungen (z.B. Leerstandsbildung nach Geschäftsaufgaben, Umlenkung von Fußgängerströmen) in der Innenstadt zu erwarten.

Betriebsansiedlungen im Segment der nicht innenstadtrelevanten Sortimente sind auf dem TWF-Gelände aus Sicht der GMA grundsätzlich denkbar. Von einer Ansiedlung dieser Warengruppen sind keine städtebaulichen Folgen für die Innenstadt zu erwarten. Da die Fläche jedoch als innerstädtischer Ergänzungsstandort betrachtet wird und mittelfristig das einzige bebaubare Areal dieser Größenordnung in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt darstellt, sollte dieser Standort primär für eine Optimierung der Schwandorfer Nahversorgungsstruktur und zur strukturellen Stärkung der Innenstadt genutzt werden. Um mögliche Synergieeffekte durch die räumliche Nähe des Ergänzungsstandortes zur Innenstadt zu nutzen, sollten die Einzelhandelsbetriebe möglichst nah an der Innenstadt und somit im westlichen Bereich des Areals entwickelt werden.

Die derzeitige Verkehrsanbindung des Standortes bedarf bei einer grundlegenden Umstrukturierung der Nutzung auf dem TWF-Gelände (inkl. Entwicklung großflächigen Einzelhandels) einer Anpassung. Nach Prüfung verschiedener Erschließungsvarianten des am ISEK beteiligten Verkehrsplanungsbüros Lang + Burkhardt ist eine entsprechende Verkehrsanbindung, die die entstehenden Verkehrsströme aufnehmen kann, umsetzbar.

Insgesamt sind an diesem Standort auch ergänzende Dienstleistungen (u.a. Freizeit, Kino) und eine potenzielle Stärkung der innerstädtischen Wohnfunktion sinnvoll. Insbesondere Dienstleistungen und andere Funktionen die v.a. auch in den Abendstunden für eine Passantenfrequenz sorgen, sollten hier angesiedelt werden um nicht nur tagsüber eine Belebung des Areals zu gewährleisten. So können auch neue Möglichkeiten zur Kopplung verschiedener Aktivitäten und Tätigkeiten entstehen.

IX Einzelhandelsentwicklungskonzept für Schwandorf

1. Städtebauliche Ziele eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes

Auf Basis der in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten Bestandsanalyse und der prognostizierten Entwicklungsspielräume im Einzelhandel kann ein zukunftsorientiertes Planungskonzept für die Stadt Schwandorf abgeleitet werden. Hiermit sollen folgende Ziele erreicht werden:

- eine qualitativ und quantitativ möglichst flächendeckende Versorgung der Bevölkerung in Schwandorf mit Gütern des täglichen Bedarfs
- eine Stabilisierung und Attraktivierung der Innenstadt als zentralen und integrierten Einkaufs-, Versorgungsstandort und Kommunikationsort
- die Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Kreisstadt, auch für das Umland.

Zur Sicherung und geordneten Weiterentwicklung des Einzelhandels ist die Verabschiebung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes im Stadtrat erforderlich (Selbstbindungsbeschluss). Dieses Konzept ist künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen. Es gilt so lange, bis eine Fortschreibung und ein geänderter Beschluss erfolgen. Damit ist der Selbstbindungsbeschluss zeitlich begrenzt, bis eine erneute Überprüfung der Rahmenbedingungen und Standortstrukturen erfolgt (ca. 5 – 6 Jahre).

Um eine objektive Prüfung künftiger Ansiedlungs-, Verlagerungs- oder Erweiterungsvorhaben zu ermöglichen, muss das Einzelhandelsentwicklungskonzept folgende städtebaulich relevante Kernelemente enthalten:

- ein sortimentsbezogenes Leitbild, das als Grundlage für die weitere Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben heranzuziehen ist (= Sortimentskonzept)
- die Formulierung von räumlichen Prioritäten zur Weiterentwicklung der Flächen des Einzelhandels nach Standorten (= Standortkonzept).

2. Sortimentskonzept

2.1 Ziele des Sortimentskonzepts

Aufgabe des sortimentsbezogenen Leitbildes für Schwandorf ist es, diejenigen Einzelhandelsbranchen festzulegen, welche für die Nutzungsvielfalt und Attraktivität zentraler Einkaufslagen (Innenstadt) verantwortlich sind.

Sortimente, die maßgeblich zu einem aus städtebaulicher Sicht wünschenswerten Einkaufserlebnis beitragen, werden als **innenstadtrelevant**¹ bezeichnet. Sie kennzeichnet eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenintensität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit der Waren (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind). Als innenstadtrelevant sind grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu nennenswerten Umsatzumlenkungen zu Lasten zentraler Lagen führen kann, woraus dort Verdrängungseffekte und Funktionsverluste resultieren. Die Einstufung eines Sortimentes als innenstadtrelevant setzt nicht zwingend voraus, dass dieses in einem zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. So können auch Sortimente als innenstadtrelevant eingestuft werden, die zum Zeitpunkt der Bewertung nicht oder nur in einem geringen Umfang in der Innenstadt angeboten werden, deren erstmalige oder erneute Etablierung in der Innenstadt aber einen wesentlichen Beitrag zu ihrer Gesamtattraktivität leisten würde. Jedoch sollte eine solche Ansiedlung aber aus der betriebswirtschaftlichen Sicht möglicher Betreiber realistisch sein, was für einige Großbetriebsformen des Einzelhandels wie etwa großflächige Fachmärkte infolge der städtebaulichen, verkehrlichen und marktseitigen Rahmenbedingungen nicht gegeben ist. Grundlage der Einordnung der Sortimente bilden die Ausführungen des bayerischen Landesentwicklungsprogramms (LEP) (vgl. Übersicht 1).

¹ Der Begriff „innenstadtrelevant“ wird hier synonym mit dem Begriff „zentrenrelevant“ verwendet.

Übersicht 1: LEP-Liste zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Waren

Innenstadtrelevante Waren	Nicht innenstadtrelevante Waren
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände ▪ Arzneimittel, orthopädische und medizinische Produkte ▪ Baby- und Kinderartikel ▪ Bastelartikel ▪ Blumen ▪ Briefmarken ▪ Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse ▪ Bücher, Zeitungen, Zeitschriften ▪ Büromaschinen, Büroeinrichtung (ohne Büromöbel), Organisationsmittel, Personalcomputer ▪ Devotionalien ▪ Drogierwaren, Parfüms, Kosmetika ▪ Elektrogeräte („weiße Ware“), Nähmaschinen, Leuchten ▪ Fahrräder ▪ Feinmechanische Erzeugnisse ▪ Foto, Fotozubehör ▪ Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Silberwaren ▪ Jagd- und Angelbedarf ▪ Lebensmittel: Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Naturkost ▪ Lederwaren, Kürschnerware, Galanteriewaren ▪ Musikinstrumente, Musikalien ▪ Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung, Haus- und Heimtextilien (ohne Teppiche und Bodenbeläge), Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf ▪ Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren, Schulbedarf ▪ Schuhe ▪ Spielwaren ▪ Sportartikel, Campingartikel ▪ Uhren, Schmuck ▪ Unterhaltungselektronik („braune Ware“) ▪ Waffen ▪ Wasch- und Putzmittel ▪ Zooartikel, Tiere, Tiernahrung- und -pflegemittel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autozubehör, -teile, -reifen ▪ Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärzeugnisse ▪ Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren ▪ Boote und Zubehör ▪ Brennstoffe, Holz- und Holzmaterialen, Kohle, Mineralölzeugnisse ▪ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen ▪ Möbel, Küchen

Quelle: LEP 2006 Bayern, Anlage zur Begründung zu B II 1.2.1.2; GMA-Bearbeitung

Sortimente, die andererseits in integrierten Einkaufslagen aufgrund ihrer Standorterfordernisse (z. B. Flächendimension, -zuschnitt, An- und Abtransport der Waren, Höhe der Miete) nicht angesiedelt werden können und zudem für die Innenstadt nur begrenzt attraktivitätsbestimmend sind, können auch außerhalb der zentralen Versorgungszentren etabliert werden. Diese werden als **nicht innenstadtrelevant** bezeichnet (vgl. LEP). Es handelt sich dabei vorwiegend um voluminöse, schwere oder sperrige Güter, die ganz überwiegend von Pkw-Kunden nachgefragt werden. Für die Anbieter folgen daraus ein großer ebenerdiger Flächenbedarf und ein hoher Anspruch an die Verkehrsgunst sowie ein möglichst niedriges Mietkostenniveau des Standortes, so dass diese Fachmärkte i. d. R. nur selten in zentralen Lagen neu errichtet werden können. Als nicht innenstadtrelevant sind solche Sortimente anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in Innenstädten vertreten sind und infolge fehlender oder nur geringer Frequenzwirkung für das innerstädtische Angebotsspektrum kaum Synergieeffekte hervorrufen würden. Eine Ansiedlung außerhalb der Innenstadt ist häufig nicht nur betriebswirtschaftlich sinnvoll, sondern auch aus städtebaulichen Gründen sinnvoll.

2.2 Stadtspezifische Bewertung aus städtebaulicher Sicht

Die konkrete Potenzial- und Standortabschätzung für Schwandorf ist vom Bestand und von den realistischen Entwicklungsmöglichkeiten der Innenstadt abgeleitet. Die Einschätzung beruht im Wesentlichen auf dem Expansionsverhalten bestimmter Betriebstypen bzw. Angebotskonzepte und deren Standort- und Flächenerfordernissen, dem möglichen Attraktivitätszuwachs für die Schwandorfer Innenstadt durch bestimmte Sortimente und Angebotskonzepte sowie dem zukünftig zu erwartenden Kundenverhalten in Schwandorf, insbesondere der Verkehrsmittelwahl für Einkäufe. Aus wirtschaftsfördernder Sicht wurde auch das Ziel einer mittelstandsfreundlichen Bestandsentwicklung berücksichtigt. Teilweise ergeben sich hierdurch Abweichungen zu den generellen Festlegungen des LEP.

Aus gutachterlicher Sicht bestehen in folgenden Warengruppen **Abwägungsspielräume**:

- **Nahrungs- und Genussmittel** sind grundsätzlich innenstadtrelevant, sodass großflächige Neuansiedlungen ausschließlich in der Innenstadt und anderen zentralen Lagen erfolgen sollten. Allerdings kann der Flächenbedarf eines modernen Lebensmittelmarktes (ebenerdige Verkaufsfläche mit mindestens ca. 900 – 1.500 m²

VK plus Stellplatzkapazitäten) innerhalb des Stadtzentrums derzeit kaum realisiert werden. Bisher haben sich Lebensmittelmärkte in Schwandorf bevorzugt an auto-kundenorientierten Gewerbegebietsstandorten angesiedelt, wo sie jedoch nur bedingt Nahversorgungsfunktionen erfüllen. Hieraus ergeben sich Lücken in der flächendeckenden Versorgung (vgl. Karte 6). Dies ist im Falle von Nahrungs- und Genussmitteln als elementarstem Einzelhandelsgut nur schwerlich hinzunehmen. Zusätzliche Lebensmittel- und Getränkemärkte wären in Wohngebieten wünschenswert, um eine wohnortnahe Versorgung – v. a. für ältere Mitbürger, Behinderte, Familien mit Kleinkindern oder Personen ohne Pkw – zu verbessern. Insofern sollten Lebensmittel- und Getränkemärkte **auch außerhalb der Innenstadt unter bestimmten Bedingungen genehmigungsfähig** sein. Zum einen muss von ihnen eine deutliche Verbesserung der Nahversorgungssituation in Stadtbereichen ausgehen, die bislang spürbar unversorgt waren. Zum anderen muss gewährleistet sein, dass schädigende Wirkungen auf die Innenstadt unterbleiben. Beide Punkte wären durch eine Einzelfallprüfung sicher zu stellen. Dies gilt dem Grundsatz nach auch für eine mögliche Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes (z. B. Verlagerung von Kaufland) auf dem TWF-Gelände. Neuansiedlungen von Lebensmittel- oder Getränkemärkten an dezentralen Standorten bzw. in nicht integrierten Gewerbegebietslagen sind hingegen unerwünscht.

- Der Bedarf für **Zooartikel, Tiernahrung und -pflegemittel** wird in Deutschland v. a. durch Tierfachmärkte sowie in deutlich geringerem Maße auch vom Versandhandel gedeckt. Inhabergeführte Zoofachgeschäfte haben deutlich an Marktpräsenz verloren und sind überwiegend auf einzelne Tierarten spezialisiert (z. B. Hunde / Katzen, Ziervögel, Aquaristik). Als expansiv zeigen sich derzeit, von Ausnahmen abgesehen, v. a. flächenextensive Fachmarktkonzepte, wobei es sich im Übrigen durchaus auch um mittelständische, nicht filialisierte Betriebe handeln kann. In Schwandorf wird Zoo- und Heimtierbedarf maßgeblich von zwei Fachmärkten außerhalb der Innenstadt vertrieben, darüber hinaus auch als Randsortiment von Lebensmittel- und Baumärkten, die sich ebenfalls außerhalb der Innenstadt befinden. Damit würde eine eventuelle Neuansiedlung eines Zooanbieters keine Schädigungen der Schwandorfer Innenstadt auslösen. Daher erscheint eine Ansiedlung von Zooartikel-Anbietern auch außerhalb der Innenstadt vertretbar.
- Bei **Sportgroßgeräten** - insbesondere **Fahrrädern** - ist aufgrund der gegebenen Anbieterstruktur in Schwandorf ebenfalls Abwägungsspielraum erkennbar. So werden Fahrräder in Schwandorf ganz überwiegend außerhalb der Innenstadt angebo-

ten (Fachhändler, Randsortimente bei Baumärkten), sodass in der Innenstadt keine negativen städtebaulichen Folgen auftreten können.

- Die Branchenstruktur im Bereich der **Elektrowaren** unterlag in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten einem nachhaltigen Wandel. Dieser Strukturwandel ging durch seine enorme Filialisierung (Fachmärkte, Technikkaufhäuser) vor allem zulasten des mittelständischen und inhabergeführten Handels. Heute sind vor allem großflächige Fachmarktkonzepte am Markt erfolgreich, die sich insbesondere an auto-kundenorientierten Standorten ansiedeln, da die erforderlichen Standortqualitäten (Flächen- und Parkplatzbedarf, verkehrliche Erreichbarkeit usw.) in Innenstadtlagen oft nicht in ausreichender Güte gegeben sind. In Schwandorf gibt es neben dem großflächigen, dezentral gelegenen Elektrofachmarkt K & B Expert vor allem vereinzelte kleine Spezialanbieter im Elektrowarenbereich. Dem Grundsatz nach wäre die Ansiedlung eines großflächigen Elektrofachmarkts aufgrund seiner Zentrenrelevanz nur in der Innenstadt zulässig. Da direkt in der Schwandorfer Innenstadt jedoch nach Kenntnis der GMA keine entsprechenden Flächen zur Verfügung stehen und aufgrund des Fehlens von strukturprägenden Anbietern wesentliche städtebauliche Auswirkungen i.S. von Strukturbrüchen in der Innenstadt bei einer solchen Ansiedlung nicht zu erwarten sind, wird dieses Sortiment im vorliegenden Fall als Warengruppe mit Abwägungsspielraum bezeichnet und könnte auch außerhalb der Innenstadt angesiedelt werden.
- **Leuchten** werden in Deutschland kaum noch durch Fachanbieter sondern hauptsächlich als Randsortiment von Möbelhäusern, Bau- und Heimwerkermärkten sowie Elektrofachmärkten angeboten. Auch in Schwandorf sind keine Leuchtenfachgeschäfte in der Innenstadt vorhanden, der Angebotsschwerpunkt liegt eindeutig an dezentralen Standorten. Die Neuansiedlung eines Leuchtenfachanbieters in der Innenstadt erscheint recht unwahrscheinlich. Da das Sortiment Leuchten im Wesentlichen als Randsortiment von großflächigen Anbietern von nicht innenstadtrelevanten Sortimenten auftritt, ist es plausibel, es in der stadspezifischen Bewertung Schwandorfs ebenfalls als innenstadtrelevant mit Abwägungsspielraum einzustufen.

Bei Anbietern von nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten ist ein besonderes Augenmerk auf **innenstadtrelevante Randsortimente** zu legen, die z. B. bei Bau- und Heimwerkermärkten, Sonderpostenmärkten oder bei Möbelanbietern einen beträchtlichen Umfang annehmen können. Hier ist ggf. durch Einzelfallbeurteilungen zum Umfang und zur

Struktur innenstadtrelevanter Randsortimente sicher zu stellen, dass die Innenstadt nicht durch Entwicklungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Schaden nimmt.

Erneut ist auf die begrenzte Geltungszeit des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes von ca. 5 – 6 Jahren hinzuweisen. Danach sollte eine Anpassung an geänderte Einzelhandelsstrukturen und Rahmenbedingungen erfolgen.

Übersicht 2: Schwandorfer Sortimentskonzept inkl. innenstadtrelevanten, Sortimenten mit Abwägungsspielraum, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten

Innenstadtrelevante Sortimente:

- Büromaschinen, Büroeinrichtung (ohne Büromöbel), Organisationsmittel, Computer
- Spielwaren, Baby- und Kinderartikel
- Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe
- Haus- und Heimtextilien (ohne Teppiche / Bodenbeläge), Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
- Schuhe
- Leder- und Kürschnерwaren, Galanteriewaren
- Sportartikel, Campingartikel
- Nähmaschinen
- Foto, Fotozubehör
- Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Silberwaren, Devotionalien
- Antiquitäten, Kunstgegenstände
- Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse, feinmech. Erzeugnisse
- Uhren, Schmuck
- Briefmarken
- Bücher, Zeitschriften, Zeitungen
- Musikinstrumente, Musikalien
- Waffen, Jagd- und Angelbedarf

Innenstadtrelevante Sortimente mit Abwägungsspielraum:

- Zooartikel, Tiere, Tiernahrung, -pflegemittel
- Elektrogroßgeräte für den Hausbedarf (weiße Ware)
- Unterhaltungselektronik (braune Ware)
- Leuchten
- Fahrräder / Sportgroßgeräte

Nahversorgungsrelevante Sortimente:

- Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Lebensmittelhandwerk, Reformwaren, Naturkost
- Drogerie- und Parfümeriewaren, Kosmetika, Wasch- und Putzmittel
- Arzneimittel, orthopädische und medizinische Produkte
- Blumen
- Papier- und Schreibwaren, Büro- und Schulbedarf, Bastelartikel

Nicht innenstadtrelevante Sortimente:

- Möbel, Küchenmöbel
- Teppiche, Bodenbeläge
- Bau- und Heimwerkerbedarf (Baustoffe, Bauelemente, Bad- und Sanitäreinrichtungen, Installationsbedarf, Eisenwaren, Tapeten, Farben, Lacke)
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Kfz, Kfz-Zubehör, Fahrzeugteile, Reifen
- Boote und Zubehör
- Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse, Holz- u. Holzmaterialien, Kohle

Quelle: GMA-Einzelhandelsentwicklungsconcept 2009/2010.

3. Standortkonzept

Beim Standortkonzept ist zwischen den vorhandenen Lagekategorien – zentrale bzw. nicht zentrale Lagen – zu differenzieren. Als wesentliche Grundlage hierfür ist zunächst eine räumliche Abgrenzung der einzelnen Versorgungslagen vorzunehmen. Diese erfolgt im Wesentlichen mit Hilfe städtebaulicher, topografischer und bestandsorientierter Kriterien.

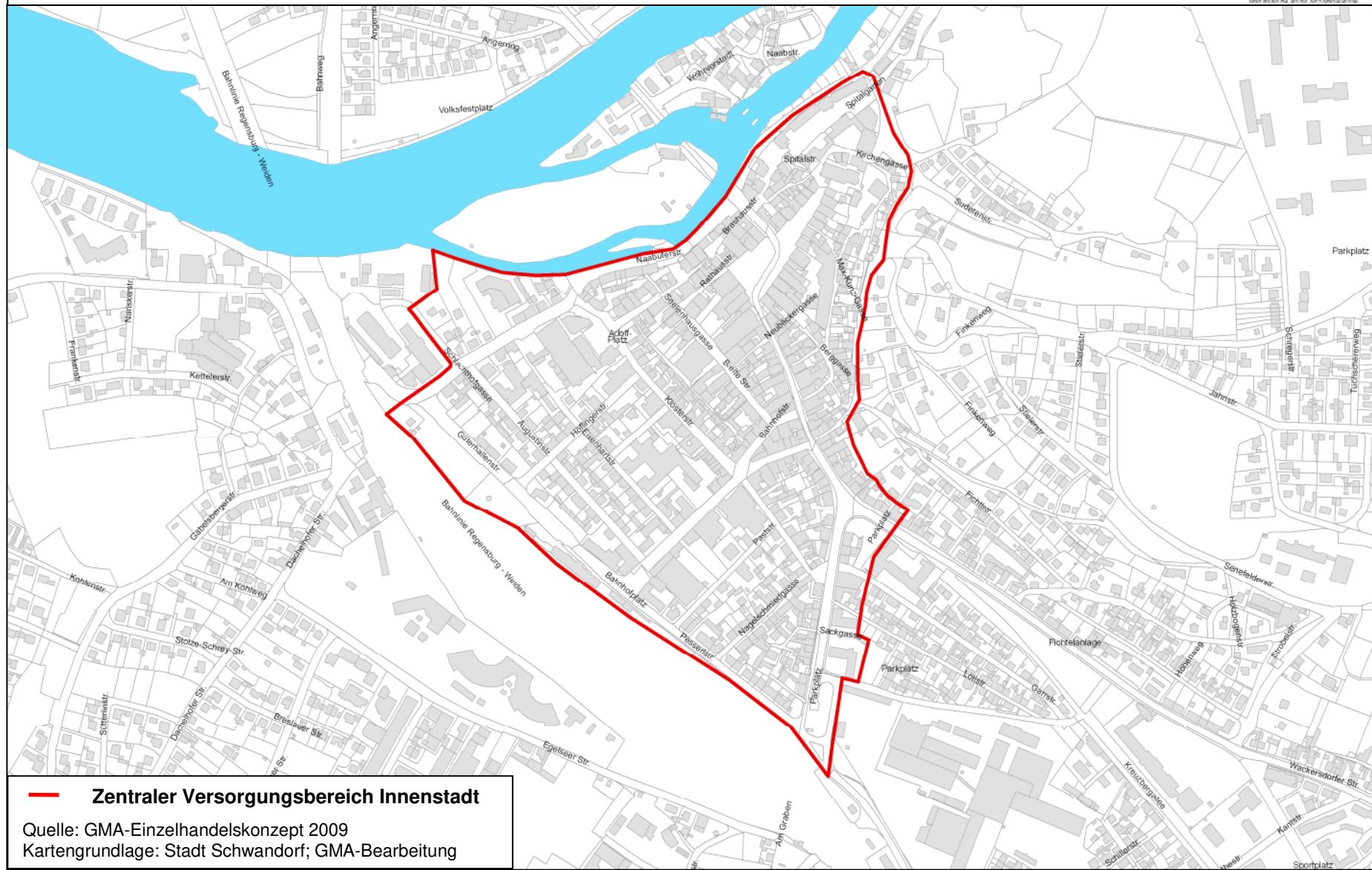
3.1 Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich

Der zentrale Versorgungsbereich ist der vorrangige Standort zur Ansiedlung innenstadtrelevanten Sortimente. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (vgl. Karte 5) für den Einzelhandel in Schwandorf basiert auf städtebaulichen Überlegungen sowie auf handelsstrukturellen Gegebenheiten.

Zur Zielerreichung sollten sich **Ansiedlungs- und Aufwertungsmaßnahmen auf die Haupteinkaufsbereiche konzentrieren** (Friedrich-Ebert-Straße, Marktplatz, Breite Straße, Bahnhofstraße, Schwaigerstraße, Adolph-Kolping-Platz, Brauhausstraße, Ettmannsdorfer Straße, Klosterstraße, Naabuferstraße, Nürnberger Straße, Postgartenstraße, Rathausstraße, Wackersdorfer Straße, Wendelinplatz; vgl. Karte 4). Anzustreben ist dabei insbesondere eine räumliche Konzentration des Angebotes auf die Friedrich-Ebert-Straße, Marktplatz, Breite Straße, Bahnhofstraße, Schwaigerstraße und Rathausstraße, damit die A- und B-Lagen gestärkt werden und ein attraktiver Rundlauf für die Kunden entstehen kann. Auch Umsiedlungen interessanter bestehender Betriebe (z. B. aus Streu- und Nebenlagen) in die Haupteinkaufslagen sind prinzipiell zu begrüßen.

Wichtig ist aus Sicht der GMA v. a. die **Ansiedlung von Magnetbetrieben**, z. B. in den Bereichen Bekleidung, Schuhe oder Elektrowaren. Hierbei muss allerdings auf eine eingeschränkte Flächenverfügbarkeit innerhalb der Innenstadt hingewiesen werden. Die Schaffung marktgerechter Einzelhandelsflächen ist in diesem Zusammenhang ein wichtiger Baustein bei der Weiterentwicklung der Schwandorfer Innenstadt.

Karte 5: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt



Als einige wesentliche Entwicklungspotenziale aus handelsbezogener wie städtebaulicher Sicht sind derzeit folgende Bereiche zu nennen:

- Friedrich-Ebert-Straße 4, 6, 8 / Neubäckergasse 4:
Hier existieren mehrere sehr kleinteilig strukturierte Gebäude, die bereits seit Längstem ungenutzt sind und starken Sanierungsbedarf zeigen. Es erging bereits eine Nachfrage des Eigentümers zur möglichen Inwertsetzung durch Einzelhandel. Unter Zusammenlegung der Grundstücke ist ein mehrgeschossiger Neubau mit Einzelhandels- und ggf. Büro-/Praxisnutzungen denkbar, der architektonisch der Umfeldbebauung angepasst ist (3-geschossig, gegliederte Fassaden). Grundsätzlich besteht hier aufgrund der Positionierung im zentralen Bereich der A-Lage, unmittelbar an der Hauptdurchgangsstraße Friedrich-Ebert-Straße, und der Flächendimensionierung ein hoher strategischer Wert für die künftige Einzelhandels- und Stadtentwicklung.
- Breite Straße 16 / 18:
Zwischen dem Textilkaufhaus C & A und einem weiteren Bekleidungsgeschäft besteht hier eine Baulücke, die bis an die Rückfront der Häuser Marktplatz 29 und 30 heranreicht. Eine Inwertsetzung durch einen 3- bis 4-geschossigen Neubau wäre wünschenswert, um die Lücke in diesem ansonsten gut sanierten Abschnitt der Breiten Straße zu schließen. Anbieten würden sich Einzelhandels- und ggf. Büro-/Praxisnutzungen, bevorzugt durch einen großflächigen Magnetbetrieb. Dadurch könnte eine Aufwertung dieses Teils der Breiten Straße zur A-Lage gelingen.
- Breite Straße 13:
Zwischen Feuerhausgasse und einem Sanitätshaus existiert ein Leerstand, der jedoch derzeit nur begrenzte Verkaufsflächen bietet. Unter Hinzuziehung des gesamten Grundstücks wäre hier nach Schätzung der GMA die Realisierung eines Ladengeschäfts mit rund 400 m² VK möglich. Allerdings befindet sich die Immobilie in Privateigentum; um stadtplanerisch und gestalterisch aktiv tätig zu werden, wäre daher ein Erwerb dieser Flächen durch die Stadt erforderlich. Aufgrund seiner Lage des Grundstücks in der B-Lage ist das Areal von strategischem Wert für die künftige Einzelhandelswicklung.
- Postgartenstraße:

Diesem Bereich könnte im Zuge einer Nutzung des TWF-Geländes als Einzelhandelsstandort mit entsprechendem Stellplatzangebot eine wesentliche Verbindungs-funktion zur zentralen Innenstadt zukommen. Eine Aufwertung der Lage und stärkere Inwertsetzung für den Einzelhandel ist daher wünschenswert. Aufgrund der Baustrukturen eignet sich der Standort jedoch vornehmlich für kleinflächigen Einzelhandel oder für Dienstleistungsnutzungen.

- Adolph-Kolping-Platz:

Dieser Bereich ist aus gutachterlicher Sicht lediglich eingeschränkt als Einzelhandelsstandort geeignet, da er sich bereits am Rand der Haupteinkaufslagen befindet und auch keine Sichtbeziehungen zu den A- und B-Lagen aufweist. Die Baustrukturen am Platz fördern zwar grundsätzlich die Aufenthaltsqualität (auch unterstützt durch Gastronomiebetriebe), auch befindet sich in dem Bereich ein (allerdings nur mäßig frequentiertes) Parkhaus. Jedoch ist die Distanz des Standortes zu Magnetbetrieben des Einzelhandels und auch des Dienstleistungsbereichs zu groß, um von den Kunden als Haupteinkaufslage wahrgenommen zu werden. Eine alternative Inwertsetzung, z. B. durch Gastronomie, Freizeiteinrichtungen, ein Hotel, eine Seniorenresidenz oder eine Erweiterung der Döpfer-Schulen, erscheint hier sinnvoller.

- Spitalstraße:

Die Gebäude zwischen Pfleghofgasse und Fronberger Straße weisen größtenteils erheblichen Sanierungsbedarf auf, sodass eine Revitalisierung durch den Einzelhandel nur unter großem Aufwand denkbar ist. Eine Etablierung eines großflächigen Einzelhandelsmagneten wäre bei Zusammenlegung der einzelnen Grundstücke zwar möglich, erscheint jedoch aus gutachterlicher Sicht nicht erstrebenswert, da sich dieser Bereich am Rand der Haupteinkaufslage befindet, in einiger Entfernung zu Magnetbetrieben des Einzelhandels, und von dort aus kaum einsehbar ist. Zudem würde die Etablierung eines großflächigen Handelsbetriebs an dieser Stelle das ohnehin sehr langgestreckte Einzelhandelsgefüge der Schwandorfer Innenstadt noch weiter ausdehnen und die traditionelle, z.T. kleinteilige, städtebauliche Struktur überlagern. Stattdessen wäre eine alternative Inwertsetzung des Standorts im Rahmen der vorhandenen städtebaulichen Grundstruktur, z. B. durch ein Hotel, Gastronomie, als Wohnquartier oder für kleinteiligen spezialisierten Handel (z.B. Kunsthandwerk) zu empfehlen. Darüber hinaus könnte der Bereich bei entsprechender städtebaulicher Erschließung auch als Verbindungselement der Innenstadt zum Naabufer fungieren.

3.2 Nahversorgungsstandorte

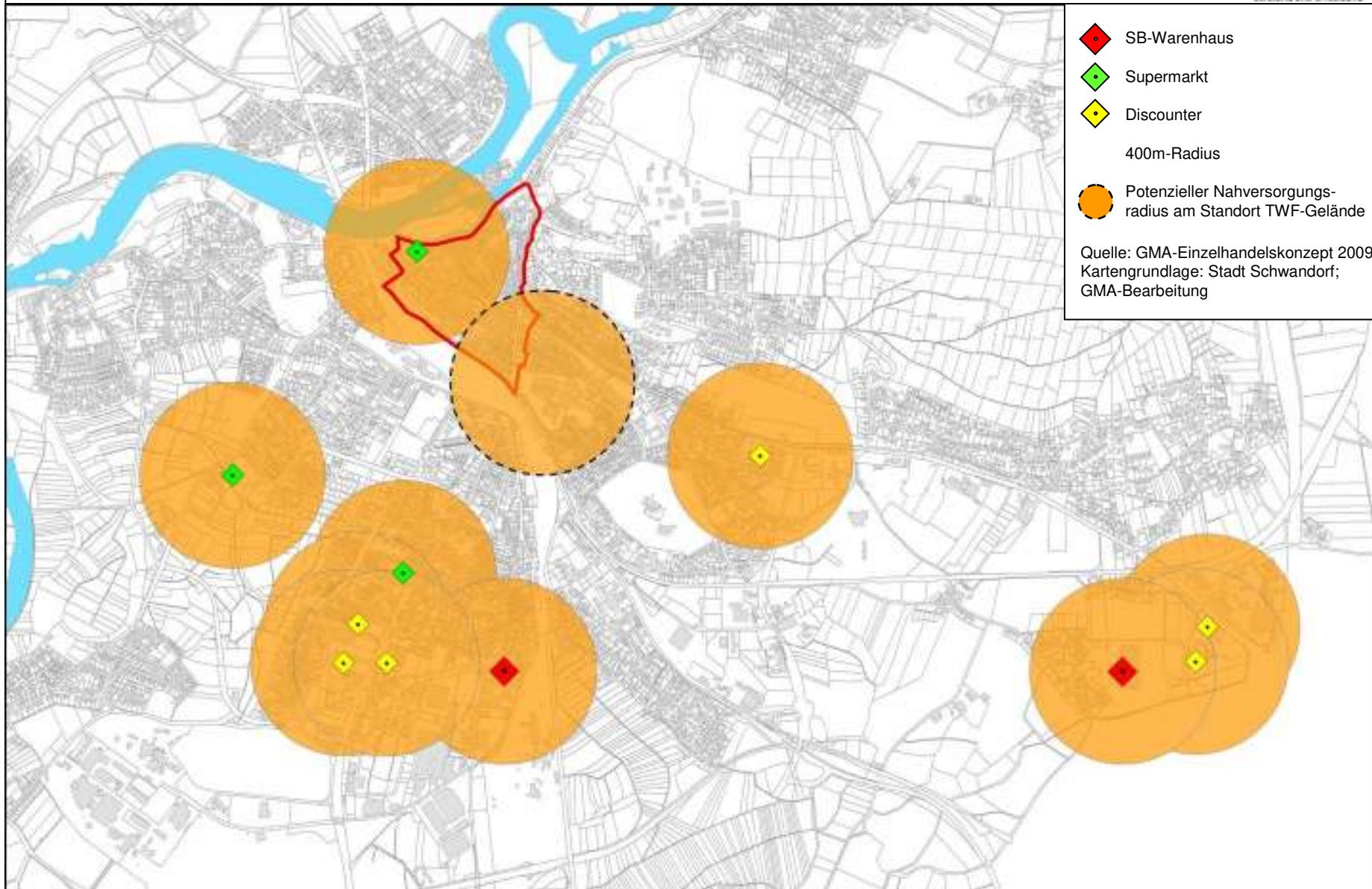
Die Bestandsanalyse in Kapitel VI hat gezeigt, dass Schwandorf, anders als andere Städte dieser Größenordnung, keine gewachsenen Nahversorgungslagen i. S. von idealtypischen Versorgungszentren aufweist. Aufgrund der Stadtgröße, der Einwohnerverteilung sowie der Siedlungsstruktur haben sich solche **zusammenhängenden Nahversorgungslagen bislang nicht entwickelt.**

Im südlichen Teil der **Kernstadt** nehmen solitäre Lebensmittel Märkte an der Regensburger Straße (Neukauf, Norma, Netto, Aldi) und der Industriestraße (Kaufland) in Teilen auch Nahversorgungsfunktionen für die umliegend lebende Wohnbevölkerung wahr, so dass diese Bereiche als recht gut versorgt einzustufen sind (vgl. Karte 6). Aufgrund der geringen Konzentration der einzelnen Anbieter sowie der vorherrschenden Autokundenorientierung dieser Märkte ist hier jedoch nicht von echten Nahversorgungslagen zu sprechen. Im östlichen Teil der Kernstadt nimmt der solitäre Netto-Markt an der Wackersdorfer Straße wichtige Versorgungsfunktionen für die dortige Wohnbevölkerung wahr. Eine Aufwertung dieses Standortbereichs zu einem funktionierenden Nahversorgungszentrum (z. B. durch Ansiedlung von Drogerie-, Apotheken- oder Schreibwarenanbietern sowie Dienstleistern) wird jedoch u.a. von der hohen Strahlkraft des Gewerbegebiets Am Brunnfeld verhindert. Zudem herrscht im fußläufigen Standortumfeld nur eine relativ geringe Bevölkerungsdichte, sodass nur eine begrenzte Nachfrage nach einem umfassend ausgestatteten Nahversorgungszentrum vorliegt.

Bedarf für die Errichtung eines modernen Marktes für Nahrungs- und Genussmittel wurde in nahversorgungsrelevanter Hinsicht hingegen in der Innenstadt und den östlich angrenzenden Wohngebieten am Kreuzberg und Holzberg ermittelt. Für diese Bereiche wäre das **TWF-Gelände** ein möglicher Standort zur Entwicklung eines solchen Standorts mit Nahversorgungsfunktion. Um die Innenstadt in ihrer Funktion zu schützen, sollten auf dem TWF-Gelände jedoch keine zusätzlichen kleinen Fachgeschäfte oder Shops¹ angesiedelt werden.

¹ Ausnahme: Bäcker, Metzger.

Karte 6: Fußläufige Einzugsbereiche von Lebensmittelmärkten über 600 m² VK (Radius 400 m)



In den **übrigen, abgesetzt von der Kernstadt liegenden Stadtteilen** reichen die erschließbaren Einwohnerpotenziale für die Errichtung eines funktionierenden Nahversorgungszentrums i. d. R. nicht aus. Für die einzelnen Stadtteile ist daher kein hinreichender Bedarf für ein Nahversorgungszentrum erkennbar. Hier sind überwiegend nur noch rudimentäre Versorgungsstrukturen erkennbar, zusammenhängende Lagen bestehen nicht mehr.

Eine Ausnahme besteht zwischen den Stadtteilen Ettmannsdorf und Dachelhofen, wo ein Edeka-Supermarkt an der Dachelhofener Straße ansässig ist. Dieser Standort verfügt v.a. für die sich nordöstlich anschließenden Wohngebiete über eine Nahversorgungsfunktion. Da der Betrieb über eine mittelfristig nicht mehr wirtschaftliche Größe verfügt, könnte sich eine Verkaufsflächenerweiterung oder eine Verlagerung positiv auf die Nahversorgung auswirken. Ein potenzieller neuer Standort sollte diesbezüglich aber eine höhere Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsbereich aufweisen als das derzeitige Areal. Nur so könnte mit einer Verlagerung z.B. an einen zentraleren in Ettmannsdorf gelegenen Standort die Nahversorgung nachhaltig gestärkt werden. Auch in diesem Falle dürften durch das Projektvorhaben jedoch keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu erwarten sein.

Der bestehende Standort des SB-Warenhauses Kaufland an der Industriestraße erfüllt derzeit ebenfalls zu einem gewissen Teil eine Nahversorgungsfunktion. Sollte es zu einer Standortverlagerung des Betriebes kommen (vgl. Kap. VIII. 4.2), sollte dieser Standort zukünftig dennoch lediglich für nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel zur Verfügung stehen, um keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstruktur und den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu entfalten. In diesem Falle wäre die Bauleitplanung entsprechend anzupassen.

3.3 Innerstädtischer Ergänzungsstandort TWF-Gelände

Das TWF-Gelände eignet sich mit seiner integrierten, zentralen Lage im Stadtgebiet, seiner unmittelbaren Nähe zur Schwandorfer Innenstadt, der verkehrsgünstigen Lage und seinen günstigen Flächeneigenschaften, v. a. seiner erheblichen Größe, als Einzelhandelsstandort zur strukturellen Ergänzung der Schwandorfer Innenstadt. Auf dem TWF-Gelände (allerdings nicht auf dem gesamten Areal, zur genauen Abgrenzung vgl. Karte 7) sollten jedoch nur solche Handelsbetriebe angesiedelt werden, denen aufgrund ihrer Flä-

chenanforderungen in der Innenstadt kein Standort zur Verfügung steht und die keine negativen städtebaulichen Auswirkungen in der Innenstadt nach sich ziehen. In erster Linie sind damit Betriebe der Lebensmittelbranche, Sortimente mit Abwägungsspielraum sowie Einzelhandelsbetriebe mit im Schwandorfer Sortimentskonzept als nicht innenstadt-relevant eingestuften Sortimenten angesprochen. Zum Schutz der städtebaulichen Strukturen der Innenstadt sind innenstadtrelevante Randsortimente auf max. 10 % der jeweiligen Gesamtverkaufsfläche des Betriebs zu beschränken (Ausnahme Nahrungs- und Genussmittel: 20 %). Gleichzeitig sind nur branchentypische Randsortimente erlaubt.

Zulässig sind damit aus gutachterlicher städtebaulicher Sicht und unter Berücksichtigung der zulässigen landesplanerischen Abschöpfungsquoten für den innerstädtischen Ergänzungsstandort TWF-Gelände:

- Nahrungs- und Genussmittel: max. 2.500 – 3.000 m² VK¹; dabei branchentypische innenstadtrelevante Randsortimente² max. 20 % der Gesamtverkaufsfläche (insgesamt max. 500 - 600 m² VK); außerdem je eine Bäckerei- und Metzgerei-Verkaufsstelle.
- Zoofachmarkt: aufgrund fehlender Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ist eine Neuansiedlung unterhalb der Großflächigkeit (< 800 m² VK) grundsätzlich möglich; dabei branchentypische innenstadtrelevante Randsortimente² max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche (insgesamt max. 80 m² VK).
- Elektrofachmarkt: max. 2.000 m² VK; dabei branchentypische innenstadtrelevante Randsortimente² max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche (insgesamt max. 200 m² VK)¹
- Fahrradfachmarkt: aufgrund fehlender Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ist eine Neuansiedlung unterhalb der Großflächigkeit (< 800 m² VK) grundsätzlich möglich; dabei branchentypische innenstadtrelevante Randsortimente² max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche (insgesamt max. 80 m² VK).
- Möbelfachmarkt: zulässige landesplanerische Verkaufsflächengröße in Abhängigkeit des projektspezifischen Einzugsbereichs, dabei branchentypische innenstadtrelevante Randsortimente² insgesamt max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche.

¹ vgl. hierzu gleichlautende Ergebnisse der „Wirkungsanalyse für ein geplantes Fachmarktzentrum auf dem Gelände der früheren Tonwarenfabrik in Schwandorf“ der GfK aus dem Jahr 2006.

² Einstufung der Sortimente gemäß Schwandorfer Sortimentskonzept. Nahversorgungsrelevante Sortimente fallen nicht unter die Begrenzung der innenstadtrelevanten Sortimente.

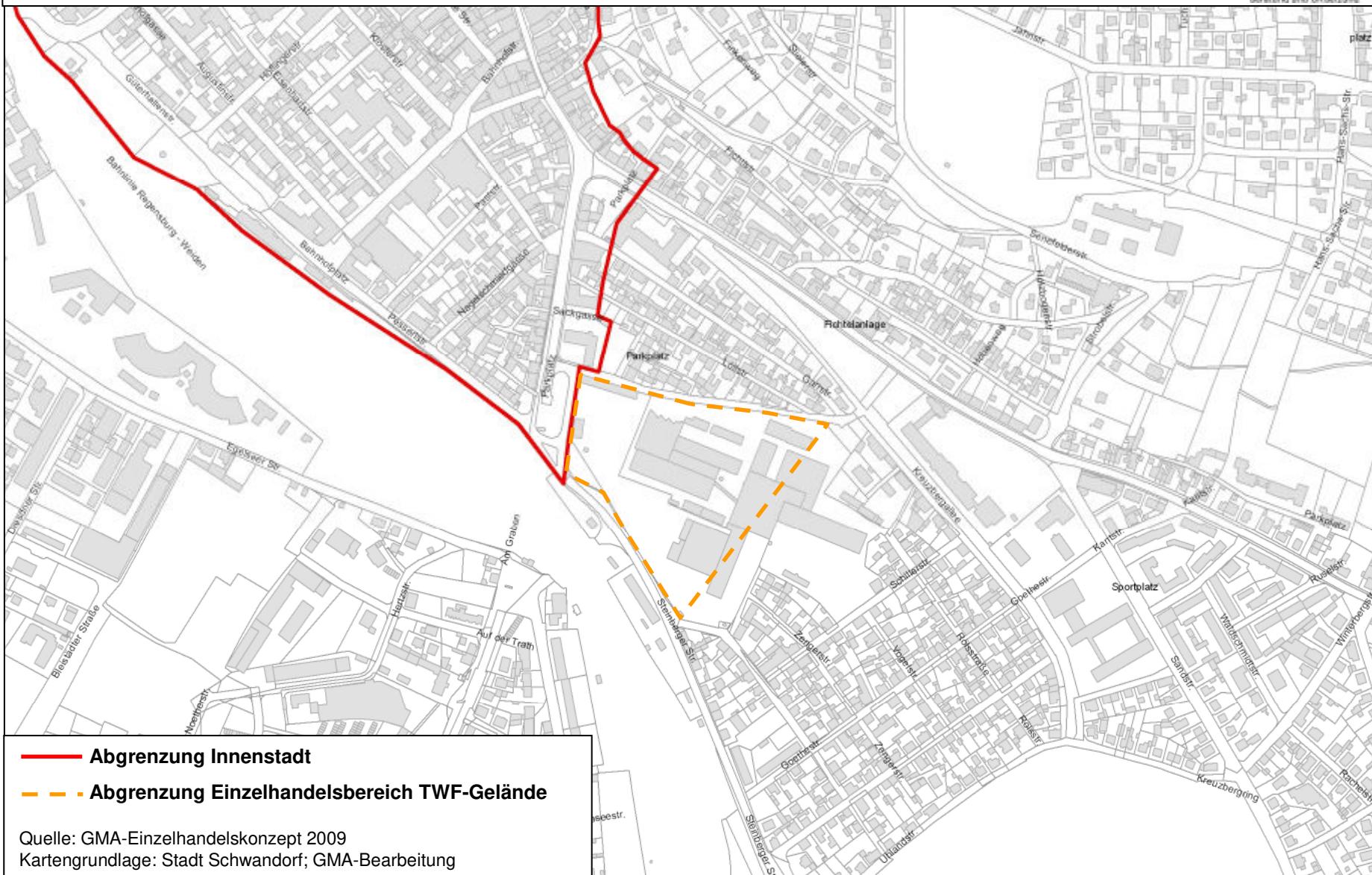
Bei einer Neuansiedlung eines Angebotes im Nahrungs- und Genussmittelbereich in der Größenordnung von 3.000 m² VK inkl. 20 % Randsortimenten wird es gegenüber den bestehenden Anbietern in der Innenstadt in der Gesamtbetrachtung zu einer Umverteilung in einer Größenordnung kommen, bei der zwar von wettbewerblichen, nicht aber per se von negativen städtebaulichen Auswirkungen auszugehen ist. Im Einzelfall ist aufgrund der Höhe der zu erwartenden Umverteilungsquote eine Betriebsschließung jedoch nicht vollständig auszuschließen.

Bei einer Standortverlagerung bestehender Betriebe auf das TWF-Gelände sind nur eingeschränkt wettbewerbliche Auswirkungen zu konstatieren, die nach gutachterlicher Einschätzung keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf vorhandene Versorgungsstrukturen bzw. die Schwandorfer Innenstadt zur Folge haben.

Bezüglich der möglichen Ansiedlung eines großflächigen Elektrofachmarktes ist anzufügen, dass Betriebsschließungen in der Innenstadt in diesem Zusammenhang nicht ausgeschlossen werden können. Derzeit bestehen in der Innenstadt allerdings lediglich verschiedene kleinflächige Anbieter, die nicht über einen strukturprägenden Charakter für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt verfügen. Negative städtebauliche Auswirkungen i.S. von Strukturbrüchen sind in der Innenstadt daher nicht anzunehmen.

Von möglichen Ansiedlungen in den Sortimentsgruppen Zoologischer Bedarf, Fahrräder / Sportgroßgeräte und Möbel gehen im Bereich der jeweiligen Hauptsortimente keine wettbewerblichen und demnach auch keine negativen städtebaulichen Auswirkungen in der Innenstadt aus, da diese Sortimente dort nicht ansässig sind. Da jedoch beispielsweise Fahrradfachmärkte häufig auch entsprechende Bekleidung und Möbelanbieter z.B. Heimtextilien oder Haushaltswaren als Randsortimente führen - die in der Innenstadt als Hauptsortimente geführt werden – ist bei Betriebsansiedlungen die zulässige Obergrenze der Randsortimente dringend zu beachten, damit negative städtebauliche Auswirkungen (z.B. Betriebsschließungen in den jeweiligen Sortimentsgruppen) auf die Innenstadt ausgeschlossen werden können.

Karte 7: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts TWF-Gelände als Standortbereich für den Einzelhandel



3.4 Standortbereiche für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel

Standortbereiche für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel können auch außerhalb zentraler Einkaufslagen liegen. Üblicherweise besetzen solche Betriebe verkehrsgünstig gelegene, nicht integrierte Standorte abseits von Wohngebieten, wo einerseits die notwendigen Flächenpotenziale für eine ebenerdige Anordnung der Verkaufsflächen und Stellplätze bereit stehen und andererseits eine günstige Verkehrserschließung für den Liefer- und Kundenverkehr ermöglicht wird und zudem die Wohnbevölkerung nicht gestört wird. Das Angebot umfasst überwiegend flächenextensive und SB-orientierte Betriebe wie Fachmärkte oder Discountmärkte (z.B. Möbel- oder Baumärkte), außerdem häufig Mischbetriebe wie Kfz-Handel/-Reparatur oder Tankstellen.

Als typische Lagen sind Standorte an Hauptausfallstraßen, in der Nähe zu Autobahnen oder Bundesstraßen, in Gewerbegebieten und anderen dezentral im Stadtgebiet gelegenen Bereichen zu bezeichnen. Diese Standortkategorie wird daher zusammenfassend „dezentrale Lagen“ genannt, auch wenn im Einzelfall nicht immer alle der o. g. Merkmale zutreffen. Hiervon abzugrenzen ist der städtebaulich integrierte innerstädtische Ergänzungsstandort TWF-Gelände.

Grundsätzlich ist aus handelswirtschaftlichen, verkehrlichen und städtebaulichen Gründen auch beim nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel eine **Konzentration der Einzelhandelsbetriebe auf wenige, flächenmäßig begrenzte Standortbereiche** zu empfehlen.

Als wesentliche dezentrale Standortbereiche im Schwandorfer Stadtgebiet mit derzeitigen Konzentrationen von Einzelhandelsbetrieben gelten aktuell:

- Gewerbegebiete Süd (Regensburger Straße, Industriegebiet)
- Am Brunnfeld
- Am Ahornhof.

Eine räumliche Abgrenzung dieser Standortbereiche erfolgt in den Karten 8 und 9.

Aus der Standortanalyse im Kapitel III sind Umfang und Bedeutung der dezentralen Einzelhandelsflächen deutlich geworden. Gegenüber dem Umland ist das ausgeprägte Fachmarktangebot ein Standortvorteil und ein Profilierungsmerkmal. Wie in der Bestandsana-

lyse dargelegt wurde, besteht jedoch mittlerweile ein Ungleichgewicht an Bestandsflächen in Gewerbegebietslagen gegenüber integrierten Standorten. Vor allem im Fall der Innenstadt ist das Ungleichgewicht als bedenklich zu bewerten. Daher sollten **dezentrale Standortbereiche so weit wie möglich auf den Status Quo beschränkt und bis auf weiteres¹ nicht mehr ausgebaut werden**. Dies gilt dem Grundsatz nach für alle Sortimente.

Hieraus sind folgende Schlussfolgerungen zu ziehen:

- **Neue Einzelhandelsstandorte in dezentralen Lagen sind nicht mehr zuzulassen.** Dies gilt für das gesamte Stadtgebiet und Neuansiedlungen von Betrieben aller Größen. Als GE oder GI ausgewiesene Flächen sollten für Gewerbe- oder Industrienutzungen vorgehalten werden, um hier den Entwicklungsbedarf des Produzierenden Gewerbes aus Wirtschaftsförderungssicht² zu gewährleisten. Die Bebauungspläne sind entsprechend zu prüfen und ggf. anzupassen (Formulierung „Ausschluss von Einzelhandel“).
- **In dezentralen Standortbereichen sind Neuansiedlungen mit innenstadt- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten generell nicht zulässig.** Sie sind nur in der Innenstadt möglich, ggf. auch am Ergänzungsstandort TWF-Gelände³ oder an integrierten Standorten mit Nahversorgungsfunktion. Die Bebauungspläne sind entsprechend anzupassen (Formulierung „Ausschluss von Einzelhandel“, ggf. mit Ausnahme für Werksverkauf oder Hofläden).
- **Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur an Standorten mit Ausweisung „Sondergebiet großflächiger Einzelhandel“ möglich.** Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten sind also gezielt auf ausgewiesene Sondergebiete zu lenken; wobei auch eine Ansiedlung in der Innenstadt zulässig ist. Die Bebauungspläne sind entsprechend anzupassen (Formulierung

¹ Wie dargelegt verfügt Schwandorf mittlerweile in allen Warengruppen rechnerisch über eine gute bis sehr gute Ausstattung. Daher würde ein restriktiver Kurs bei der Ansiedlungspolitik – zumindest in der begrenzten Gültigkeitsdauer des Einzelhandelsentwicklungskonzepts (5 – 6 Jahre) – nicht zu einer Schwächung der Versorgungssituation in der Stadt führen.

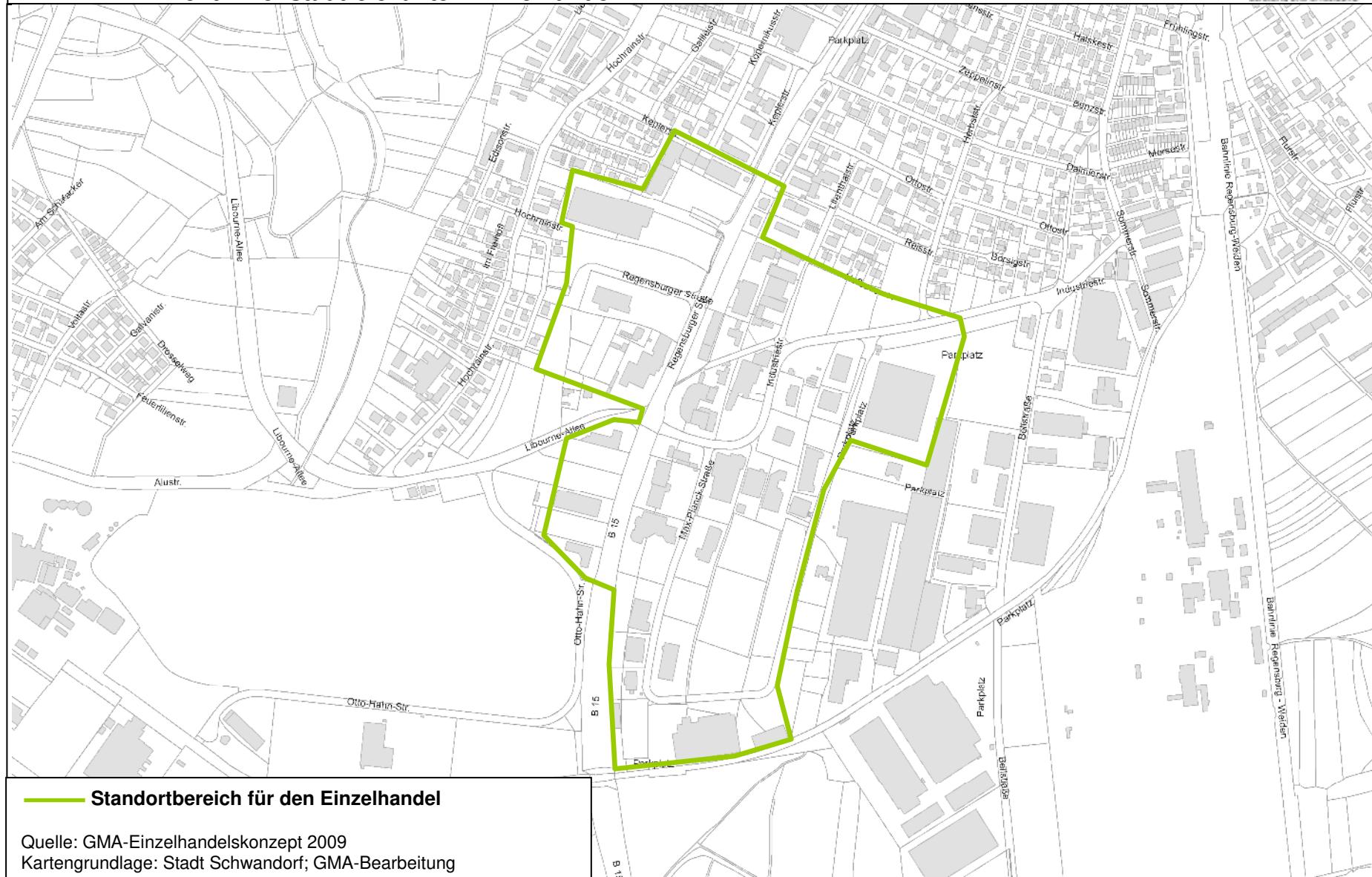
² u.a. Bestandsentwicklung, Ansiedlung von Unternehmen.

³ Vgl. zu möglichen Sortimenten auf dem TWF-Gelände die Aussagen in Kap. IX.3.3.

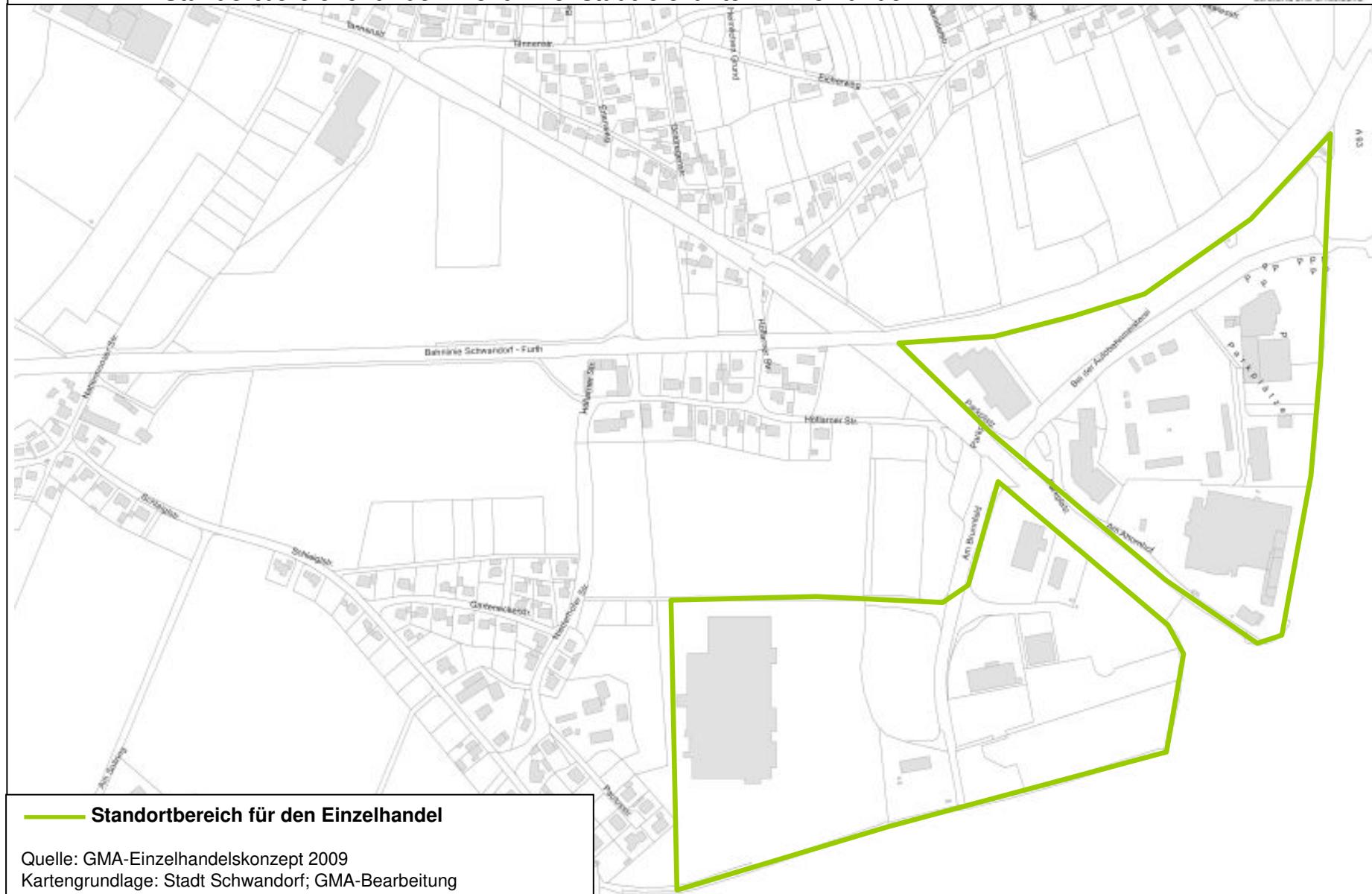
„SO großflächiger Einzelhandel unter Ausschluss von innenstadtrelevantem Einzelhandel“).

- **In übrigen dezentralen Lagen sind keine Einzelhandelsneuansiedlungen mehr erwünscht, auch nicht mit kleinflächigen Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten.** Bestehende Betriebe genießen dabei selbstverständlich Bestandsschutz. Dies sollte auch die Möglichkeit zur Durchführung von Modernisierungsmaßnahmen und Flächenerweiterungen beinhalten, jedoch nur bis zu einer Größenordnung von max. 10 %. Die Bebauungspläne sind entsprechend anzupassen (Festschreibung der bestehenden Flächen und Erweiterungsspielräume).

Karte 8: Räumliche Abgrenzung der Gewerbegebiete Süd als Standortbereiche für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel



Karte 9: Räumliche Abgrenzung der Gewerbegebiete „Am Ahornhof“ und „Am Brunnfeld“ als Standortbereiche für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel



3.5 Sortiments- und Standortkonzept

Aus der Zusammenführung der standortbezogenen Aussagen zu den innenstadtrelevanten, Sortimenten mit Abwägungsspielraum, nahversorgungsrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ergibt sich das städtebaulich abgeleitete Sortiments- und Standortkonzept (vgl. Übersicht 3), welches die LEP-Liste zur Grundlage hat.

Übersicht 3: Sortiments- und Standortkonzept für Schwandorf

Sortimente	präferierte Standorte
Innenstadtrelevante Sortimente: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Büromaschinen, Büroeinrichtung (ohne Büromöbel), Organisationsmittel, Computer ▪ Spielwaren, Baby- und Kinderartikel ▪ Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe ▪ Haus- und Heimtextilien (ohne Teppiche / Bodenbeläge), Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf ▪ Schuhe ▪ Leder- und Kürschnерwaren, Galanteriewaren ▪ Sportartikel, Campingartikel ▪ Nähmaschinen ▪ Foto, Fotozubehör ▪ Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Silberwaren, Devotionalien ▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände ▪ Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse, feinmech. Erzeugnisse ▪ Uhren, Schmuck ▪ Briefmarken ▪ Bücher, Zeitschriften, Zeitungen ▪ Musikinstrumente, Musikalien ▪ Waffen, Jagd- und Angelbedarf 	Innenstadt (gemäß landesplanerischen Vorgaben) in Ausnahmefällen auch sonstige Lagen (gemäß definierten Ausnahmen)
Innenstadtrelevante Sortimente mit Abwägungsspielraum: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zooartikel, Tiere, Tiernahrung, -pflegemittel ▪ Elektrogroßgeräte für den Hausbedarf (weiße Ware) ▪ Unterhaltungselektronik (braune Ware) ▪ Leuchten ▪ Fahrräder / Sportgroßgeräte 	Innenstadt Ergänzungsstandort TWF-Gelände (gemäß definierter Betriebstypen und Größenordnung*) (gemäß landesplanerischen Vorgaben)

Übersicht 3: Sortiments- und Standortkonzept für Schwandorf (Fortsetzung)

Sortimente	präferierte Standorte
Nahversorgungsrelevante Sortimente: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Lebensmittelhandwerk, Reformwaren, Naturkost ▪ Drogerie- und Parfümeriewaren, Kosmetika, Wasch- und Putzmittel ▪ Arzneimittel, orthopädische und medizinische Produkte ▪ Blumen ▪ Papier- und Schreibwaren, Büro- und Schulbedarf, Bastelartikel 	Innenstadt z.T. Ergänzungsstandort TWF-Gelände (Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Lebensmittelhandwerk) (gemäß definierter Betriebstypen und Größenordnung*) weitere geeignete, städtebaulich integrierte Standorte mit Nahversorgungsfunktion** (gemäß landesplanerischen Vorgaben) in Ausnahmefällen auch sonstige Lagen (gemäß definierten Ausnahmen)
Nicht innenstadtrelevante Sortimente: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel, Küchenmöbel ▪ Teppiche, Bodenbeläge ▪ Bau- und Heimwerkerbedarf (Baustoffe, Bauelemente, Bad- und Sanitäreinrichtungen, Installationsbedarf, Eisenwaren, Tapeten, Farben, Lacke) ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen ▪ Kfz-Zubehör, Fahrzeugteile, Reifen ▪ Boote und Zubehör ▪ Brennstoffe, Mineralölprodukte, Holz- u. Holzmaterialien, Kohle 	Innenstadt Ergänzungsstandort TWF-Gelände Dezentrale Standortbereiche (gemäß landesplanerischen Vorgaben) in Ausnahmefällen auch sonstige Lagen (gemäß definierten Ausnahmen)

* vgl. Kap. IX 3.3
** Voraussetzungen: wohngebietsnaher Standort, Verbesserung der Nahversorgungssituation, keine Schädigung der Innenstadt durch die Ansiedlung

Quelle: GMA-Einzelhandelsentwicklungskonzept 2009/2010

Dem Grundsatz nach liegt also folgende Sortiments- und Standortfestlegung vor:

- innenstadtrelevante Sortimente¹ nur in der Innenstadt zulässig
- nahversorgungsrelevante Sortimente¹ in der Innenstadt und z.T. am Ergänzungsstandort TWF-Gelände zulässig sowie darüber hinaus auch an sonstigen integrierten Standorten möglich, sofern eine Stärkung der Nahversorgung festzustellen ist und keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadt anzunehmen sind
- innenstadtrelevante Sortimente¹ mit Abwägungsspielraum in der Innenstadt und am Ergänzungsstandort TWF-Gelände zulässig

¹

Zuordnung gemäß Sortimentskonzept.

- nicht innenstadtrelevante Sortimente¹ in der Innenstadt, am Ergänzungsstandort TWF-Gelände und in dezentralen Standortbereichen zulässig (Empfehlung: Konzentration auf die bereits bestehenden Standortbereiche).

Weiterführende Regelungen

- Als Regelung zum geordneten Umgang mit Randsortimenten bei Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte aufgenommen werden, dass an Standorten außerhalb der Innenstadt die zentrenrelevanten Sortimente dahingehend zu beschränken sind, dass diese branchentypisch sein müssen und nur maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsflächen bzw. jeweils maximal 100 m² VK je Einzelsortiment einnehmen und soweit hiervon keine nachteiligen Auswirkungen auf die Innenstadt ausgehen.
- Handwerksbetriebe sowie Verkaufsstellen von landwirtschaftlichen, handwerklichen, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben, die an der Stätte der Leistung auf untergeordneter Fläche bis max. 100 m² oder 10 % der gesamten Betriebsflächen für den Verkauf von zentrenrelevanten Sortimenten an letzte Verbraucher bereithalten können, sollten auch außerhalb von ausgewiesenen Standortbereichen zulässig sein.

4. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

4.1 Beschlussvorlage für den Stadtrat

Die ermittelten rechnerisch begrenzten Entwicklungsspielräume werden v. a. zur weiteren Entwicklung der Einkaufsinnenstadt benötigt. Gleichermaßen wurde deutlich, dass derzeit zwischen der Innenstadt und den dezentral gelegenen Standortbereichen ein strukturelles Ungleichgewicht besteht.

Vor dem kurz beschriebenen Hintergrund ist es aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen, außerhalb der zentralen Lagen eine restriktive Ansiedlungspolitik zu verfolgen und dadurch die nur begrenzt vorhandenen einzelhandelsbezogenen Investitionsvolumina zielgerichtet in die zentralen Lagen, d. h. in die Innenstadt bzw. an geeignete Nahversorgungs- bzw. Ergänzungsstandorte zu lenken.

Zur Umsetzung der vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeption wird der Stadtverwaltung Schwandorf ein zweistufiges Vorgehen empfohlen:

1. Räumliche Definition und Beschluss derjenigen Bereiche (Innenstadt, Ergänzungsstandort), die als Investitionsvorranggebiete des Einzelhandels und als städtebaulich schutzwürdig einzustufen sind.
2. Beschluss eines sortimentsbezogenen Leitbildes der Einzelhandels- und Standortentwicklung. Das sortimentsbezogene Leitbild legt diejenigen Einzelhandelsbranchen fest, welche wesentlich zur Nutzungsvielfalt und Attraktivität zentraler Einkaufslagen beitragen und deshalb ausschließlich in den im Einzelhandelsentwicklungskonzept ausgewiesenen Standortbereichen angesiedelt werden sollten.

Der Beschluss der folgenden Zentrenkonzeption sollte bis zum Jahr 2016 terminiert werden. Danach sind die Grundlagen der festgelegten Standortstrategie auf ihre weitere Gültigkeit zu überprüfen.

4.2 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen

Im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in Schwandorf werden in diesem Kapitel Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien sowie für Musterfestsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können. Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, i. S. des Einzelhandelsentwicklungskonzepts städtebaulich „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten und andererseits „unerwünschte“ Standorte bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben:

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Empfehlungen

lenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikrostandörtlichen Lagebewertungen.

- Überarbeitung der Bauleitplanung an Standorten, die auf Grundlage der Ansiedlungsleitsätze für eine Ansiedlung von innenstadtrelevanten, nahversorgungsrelevanten oder nicht innenstadtstadtrelevanten Sortimenten in Frage kommen.
- Überarbeitung der Bauleitplanung an denjenigen Standorten, die gemäß Einzelhandelsentwicklungskonzept für die entsprechenden Sortimente (v. a. innenstadtrelevante und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen; vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen
- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung von Lebensmittelmärkten an Standorten in bisher defizitär ausgestatteten Stadtbereichen.
- Konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen¹.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Die vorgenannten Empfehlungen beruhen auf Aspekten des Einzelhandels und städtebaulichen Beurteilungen. Eine weiter reichende rechtliche Beratung, insbesondere zu Details der Planfestsetzungen und möglichen Schadenersatzforderungen der Grundstücks-eigentümer, kann und darf in diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept nicht geleistet werden.

¹ Evtl. können handwerks- und produktionsbedingter Verkauf entsprechend den formulierten Ausnahmen zugelassen werden.

5. Qualitative Entwicklungsstrategie für die Stärkung der Innenstadt

Zusätzlich zur planerischen Steuerung des Einzelhandels über ein Sortiments- und Standortleitbild sind auch qualitative Maßnahmen zur Aufwertung der Schwandorfer Einkaufsinnenstadt zu empfehlen. Die Befragung von Händlern und Bevölkerung sowie Erkenntnisse aus der Lenkungsgruppe und den Workshops lieferten hierzu wertvolle Hinweise.

Wichtige Entwicklungsimpulse für die Schwandorfer Innenstadt sind bei der (schrittweisen) Umsetzung von folgenden Handlungsempfehlungen zu erwarten:

- Aufwertung der Bereiche südlich des Wendelinplatzes und verbesserte Anbindung des dortigen Magnetbetriebs Frey an die Haupteinkaufslagen der Innenstadt, inkl. verbesserter Verkehrszuführung und Parkierungssituation für Kunden der Fa. Frey.
- Städtebauliche Aufwertung der Bahnhofstraße und Entwicklung der Anbindung der zentralen Innenstadt an das TWF-Areal.
- Aktives Standort- und Flächenmanagement, um einerseits das innerstädtische Angebotspektrum gezielt zu entwickeln, andererseits bestehende und sich abzeichnende Leerstände optisch und funktionell aufzuwerten (z. B. Leerstandsverschönerung).
- Intensivierung der gemeinsamen Image- und Werbeaktivitäten aller Akteure, um hierdurch insbesondere die Kunden aus dem Umland gezielt über die Stärken und die Angebotsvielfalt der Innenstadt zu informieren.
- Gemeinsame Weiterentwicklung von Service- und Qualitätsaspekten bei den Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, um hierdurch Kunden gezielt an den Standort Innenstadt zu binden.
- Städtebauliche Entwicklung der Friedrich-Ebert-Straße, um hierdurch die Aufenthaltsqualität für bestimmte Zielgruppen zu verbessern (Stichwort: Familie) und die Fußwegebeziehung durch die derzeit zu kleinen Bürgersteige zu optimieren.
- Stärkung des „Wir-Gefühls“.

Abbildung 23: Mögliche Handlungsfelder Altstadtmanagement Schwandorf

Altstadtmanagement Schwandorf als Strukturförderungs- und Koordinierungsaufgabe			
Angebot und Service	Aufenthaltsqualität	Kommunikation, Veranstaltungen	Erreichbarkeit, Parken
<ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklung von Service- und Qualitätsaspekten • Struktureller Angebotsausbau • Schaffung marktfähiger Flächenangebote • aktives Standort- und Flächenmanagement • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Etablierung eines Rundlaufs für Kunden • städtebauliche Aufwertung und Weiterentwicklung verschiedener Innenstadtbereiche • Steigerung der Einkaufsatmosphäre • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • gemeinsame, abgestimmte Image- und Werbeaktivitäten • Sicherung und Entwicklung des Wochenmarktes • Stärkung des „Wir-Gefühls“ • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Akzeptanzsteigerung der Parkhäuser • Anbindung des TWF-Geländes an die Innenstadt • verkehrliche Optimierung der Friedrich-Ebert-Str. als Haupteinkaufsstraße • ...

In der Gesamtbetrachtung lassen sich diese Ansätze nicht nur planerisch, sondern insbesondere kommunikativ bzw. in einem Management-Ansatz bündeln und bearbeiten. Als Umsetzungsinstrument hierzu wird ein aktives **Altstadt- / Innenstadtmanagement empfohlen, das die vielfältigen Aktivitäten bündelt**, die Akteure integriert und hieraus positive Effekte für die Angebotsentwicklung und die Bekanntheit / das Image entwickelt.

X. Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse

Im Juni 2009 wurde der Planungsgemeinschaft WGF-Landschaft – plan+werk – GMA von der Stadt Schwandorf der Auftrag zur Erarbeitung eines Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (ISEK) erteilt. Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Büro München, erarbeitet in diesem Zusammenhang eine Einzelhandelsentwicklungsconzeption für die Stadt Schwandorf. Ziel der Untersuchung ist es, die Entwicklungen des Einzelhandel- und Dienstleistungsstandortes Schwandorf darzustellen, zu bewerten und Empfehlungen für eine wirtschaftlich und städtebaulich verträgliche Weiterentwicklung zu formulieren. Dabei stehen die Sicherung und Entwicklung des Innenstadtbereiches als zentraler Versorgungsbereich sowie die Nahversorgung im Vordergrund. Die Ergebnisse der Bestandsanalyse sowie ihre gutachterliche Bewertung sind in einer projektbegleitenden Lenkungsgruppe erläutert und diskutiert worden. Die erhaltenen Anregungen und Entwicklungsvorschläge sind in das Entwicklungskonzept eingeflossen. Insgesamt lassen sich die wesentlichen Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung wie folgt zusammenfassen:

- Die Stadt Schwandorf nimmt landesplanerisch die zentralörtliche Funktion eines **Mittelzentrums** ein. Zum aus gutachterlicher Sicht abgegrenzten **Marktgebiet** des Einzelhandels zählen neben dem Schwandorfer Stadtgebiet weite Teile des Landkreises Schwandorf sowie die westlich gelegenen Kommunen Ensdorf und Rieden des Landkreises Amberg-Sulzbach. Derzeit umfasst das solchermaßen abgegrenzte Marktgebiet ca. 120.170 Einwohner. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet beträgt ca. 616,0 Mio. €. Von diesem Kaufkraftpotenzial entfallen ca. 24 % auf die Schwandorfer Bevölkerung und rund 76 % auf die Einwohner im übrigen Marktgebiet.
- Bis zum Jahr 2015 wird sich die Einwohnerzahl im Marktgebiet auf Basis offizieller Prognosen leicht positiv entwickeln. Somit geht die GMA bis zum Jahr 2015 im gesamten Marktgebiet von einer leichten Erhöhung des einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzials** um ca. 12,9 Mio. € auf dann ca. 628,9 Mio. € und bis 2020 auf insgesamt ca. 633,4 Mio. € aus.

- Diesem Nachfragepotenzial steht im Schwandorfer Stadtgebiet ein **Einzelhandelsangebot** von 260 Betrieben des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 93.220 m² und einer Brutto-Umsatzleistung von ca. 275,3 Mio. € gegenüber. Auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel entfallen dabei 94 Betriebe mit ca. 23.300 m² VK, während 166 Betriebe mit ca. 69.920 m² Verkaufsfläche dem Nichtlebensmittelbereich zuzuordnen sind.
- Als **wesentliche Einzelhandelslagen** sind die Innenstadt mit einer überwiegend klein- bis mittelflächigen Betriebsstruktur sowie die vorwiegend autokundenorientierten Einzelhandelsagglomerationen Gewerbegebiete Süd (Regensburger Straße, Industriegebiet), Am Ahornhof und Am Brunnfeld zu nennen. Bei Betrachtung des Einzelhandelsbestands nach räumlicher Verteilung im Stadtgebiet wird ein Ungleichgewicht der Innenstadt gegenüber den sonstigen Standorten deutlich. Während die Innenstadt bezüglich der Betriebanzahl noch 50 % des Gesamtbestandes auf sich vereinigen kann, weist dieser Anteil an Betrieben lediglich 19 % der gesamten Verkaufsfläche in Schwandorf auf. Bei einem Vergleich der Verkaufsflächenrelation der Innenstadt gegenüber den drei genannten Standortbereichen ist das quantitative Verhältnis der Verkaufsflächen mit etwa 1 zu 3 stark zu Ungunsten der Innenstadt verschoben. Das Gewerbegebiet Am Brunnfeld an der B 85 / A 93 stellt u.a. mit Globus, OBI sowie mehreren Fach- und Discountmärkten den größten zusammenhängenden Verkaufsflächenbesatz in Schwandorf dar.
- Bei Betrachtung **quantitativer Vergleichswerte** bezüglich der Verkaufsflächen- und Betriebskennziffern in Schwandorf mit anderen Kommunen ähnlicher Größenordnungen zeigt sich insgesamt sowie in nahezu allen Einzelbranchen eine überdurchschnittliche Ausstattung. Vor allem die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege, Bekleidung / Schuhe / Sport, Hausrat / Einrichtung / Möbel und Sonstiger Einzelhandel verfügen über Verkaufsflächenausstattungen, die weit über dem Durchschnitt liegen. Defizite zeigen sich zumindest in quantitativer Hinsicht nicht. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass viele Warengruppen auch als Randsortimente anderer Anbieter (z.B. SB-Warenhäuser) vorhanden sind, sodass sich z.B. die Flächenausstattung in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport und Elektrowaren nach Aufteilung der Flächen in Mehrbranchenunternehmen erhöhen würde.

- In der **Haushaltsbefragung** wurde deutlich, dass der Einzelhandelsstandort Schwandorf aus **Kundensicht** als vergleichsweise attraktiv eingeschätzt wird. Angebotsdefizite wurden in der Innenstadt von den Befragten vorwiegend im Bereich „junge Mode“ sowie im Nahrungs- und Genussmittelsegment gesehen. Im Hinblick auf das Warenangebot und das Erscheinungsbild wurden der Innenstadt in den vergangenen Jahren Verbesserungen bescheinigt. Auffällig ist jedoch, dass die Einkaufsatmosphäre in der Innenstadt schlechter bewertet wurde als an den Gewerbegebietstandorten. Diese Bewertung zeigt in diesem Themenfeld dringenden Handlungsbedarf für die Innenstadt. Aus Kundensicht ergeben sich aus der Befragung eine Reihe von Ansatzpunkten für eine Aufwertung der Innenstadt, wie z.B.: weitere städtebauliche Aufwertung der Innenstadt, Steigerung der Aufenthaltsqualität / Einkaufsatmosphäre in der Innenstadt, Erhöhung der Angebotsvielfalt, u.a. im Bereich „junge“ Mode, Stärkung des Nahrungs- und Genussmittelsektors im Innenstadtbereich, Akzeptanzsteigerung der innerstädtischen Parkplatzsituation.
- Die **Kaufkraftbindungsquoten** des Einzelhandels in Schwandorf sind als vergleichsweise hoch zu betrachten. Im Lebensmittelbereich ist mit ca. 95 % ein sehr hoher Wert zu konstatieren. Die bestehenden Kaufkraftabflüsse in diesem Bereich lassen sich im Wesentlichen durch Auspendler erklären. Eine weitere Steigerung der Kaufkraftbindungsquote in Schwandorf durch Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Lebensmittelmärkten erscheint nur eingeschränkt realistisch. Im Nichtlebensmittelsektor liegt die Kaufkraftbindungsquote für Schwandorf bei ca. 82 – 83 %, was ebenfalls als beachtliche Größenordnung zu werten ist. Abflüsse werden zum einen durch konkurrierende Einkaufsstädte in der Region verursacht, zum anderen durch eine begrenzte Auswahl in einigen Warengruppen. Insgesamt bewegt sich die Kaufkraftbindungsquote für den gesamten Einzelhandel in Schwandorf mit ca. 86 – 87 % in einem für Städte dieser Größe überdurchschnittlichen Bereich.
- Vor dem Hintergrund der Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung sowie der aktuellen Einzelhandelsausstattung beträgt der rein rechnerisch ermittelte **Verkaufsfläche-cherweiterungsspielraum** unter Zugrundelegung konstanter Marktanteile über alle Warengruppen hinweg bis zum Jahr 2015 ca. 2.800 – 3.200 m² VK bzw. ca. 3.800 – 4.400 m² VK bis zum Jahr 2020. Diese Prognose zeigt den rein rechneri-

schen Rahmen auf, der ohne Umsatzumverteilungen zulasten bestehender Betriebe in Schwandorf realisiert werden kann. Von diesem rechnerischen Verkaufsflächen Spielraum kann jedoch auch abgewichen werden, wenn aus einer Neuentwicklung z.B. ein wesentlicher Ausbau der wohnortnahmen Versorgung der Bevölkerung oder eine handelsstrukturelle Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt resultiert. Solche Ansiedlungen dürfen jedoch nur unter der Prämisse realisiert werden, dass von ihnen keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich (z.B. Strukturbrüche oder Leerstandsbildung) ausgehen.

- Aus GMA-Sicht muss die zukünftige zentrale Zielsetzung darin liegen, den **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** sowie die **Nahversorgungsstruktur** in Ihrer Struktur zu erhalten sowie gezielt zu stärken und auszubauen. Um diese Ziele zu verfolgen, sollten die **Ergänzungs- und Entwicklungspotenziale** entsprechend genutzt werden. Neuansiedlungen bzw. größere Erweiterungsmaßnahmen sind in solchen Bereichen oder Standorten denkbar, in denen derzeit Angebotslücken bestehen. Insgesamt verfügt die Stadt Schwandorf in den verschiedenen Warengruppen über eine ausprägte Angebotsstruktur, sodass lediglich punktuell Ergänzungsbedarf besteht. Dieser sollte gemäß der genannten Zielsetzung vorwiegend auf die Innenstadt gelenkt werden. Dies betrifft vor allem das Innenstadtleitsortiment Bekleidung. In diesem Bereich könnte mit verschiedenen Angeboten wie u.a. „junge Mode“, „große Größen“ oder Herrenbekleidung die Attraktivität und damit die Anziehungskraft der Innenstadt weiter gesteigert werden. Ähnliches gilt grundsätzlich auch für die Ansiedlung von weiteren Magnetbetrieben mit Sortimenten bei denen ebenfalls ein strukturelles Angebotsdefizit in der Innenstadt besteht (z.B. Elektrowaren). Insgesamt sollte die zukünftige Entwicklung v.a. darauf ausgerichtet sein, den Einzelhandelsstandort qualitativ zu stärken und die Standort- und wohnortnahmen Versorgungsstrukturen zu optimieren. Dies gilt insbesondere für die Nahversorgung mit Lebensmitteln.
- Um die **strukturellen Angebotsdefizite** mithilfe der Ansiedlung von Magnetbetrieben in der Innenstadt zu beheben, stehen kurz- und mittelfristig nur sehr wenig Entwicklungsflächen zur Verfügung, sodass von einem eingeschränkten räumlichen Entwicklungspotenzial innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbe-

reichs Innenstadt auszugehen ist. In unmittelbarer Nähe (im südöstlichen Anschluss) zur Innenstadt befindet sich das Areal der **ehemaligen Tonwarenfabrik** mit einer Grundstücksgröße von ca. 58.500 m². Dieses Areal ist gemäß den LEP-Kriterien als integrierter Standort zu bezeichnen und wird aufgrund seiner Eigenschaften im vorliegenden Konzept als innerstädtischer Ergänzungsstandort klassifiziert. Aufgrund der Flächenknappheit in der Innenstadt könnte dieses Areal genutzt werden, um das vorhandene Angebot der Innenstadt zu ergänzen und in der Innenstadt unterrepräsentierte Sortimente mit Magnetfunktion anzusiedeln. Keinesfalls sollte das TWF-Gelände als Konkurrenzstandort zur Innenstadt entwickelt werden. Bei einer Ansiedlung einiger innenstadtrelevanten Warengruppen, v.a. von innerstädtischen Leitsortimenten (z.B. Bekleidung, Schuhe, Sport), auf dem TWF-Gelände wäre von negativen städtebaulichen Konsequenzen (z.B. Funktionsverluste durch Leerstandsbildung) bzgl. des Innenstadt-Einzelhandels auszugehen. Auf dem TWF-Gelände sollten daher nur solche Handelsbetriebe angesiedelt werden, denen aufgrund ihrer Flächenanforderungen in der Innenstadt kein Standort zur Verfügung steht und die keine negativen städtebaulichen Auswirkungen in der Innenstadt nach sich ziehen. In erster Linie sind damit Betriebe der Lebensmittelbranche, Sortimente mit Abwägungsspielraum sowie Einzelhandelsbetriebe mit im Schwandorfer Sortimentskonzept als nicht innenstadtrelevant eingestuften Sortimenten angesprochen (vgl. Seite 113). Im Segment Lebensmittel ist z.B. eine Standortoptimierung bestehender großflächiger Lebensmittelmärkte denkbar.

- Als **planungsrechtliches Instrumentarium** zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist der Beschluss des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes zu empfehlen. Als wesentliche Zielsetzungen sind dabei eine qualitativ und quantitativ möglichst flächendeckende Versorgung der Bevölkerung in Schwandorf mit Gütern des täglichen Bedarfs, eine Stabilisierung und Attraktivierung der Innenstadt als zentraler und integrierter Einkaufs-, Versorgungsstandort und Kommunikationsort sowie die Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Kreisstadt, auch für das Umland, zu nennen. Die wesentlichen Bausteine des Entwicklungskonzeptes sind das Sortiments- und das Standortkonzept. Das **Sortimentskonzept** unterscheidet zwischen innenstadtrelevanten (inkl. der Untergruppen nahversorgungsrelevante Sortimente und Sortimente mit Abwägungsspielraum) und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (vgl. Übersicht 3) und dient als

Grundlage für die Beurteilung zukünftiger Ansiedlungsvorhaben. Im **Standortkonzept** wird die Standortstruktur festgelegt sowie der zentrale Versorgungsbereich gemäß § 34 Abs. 3 BauGB festgelegt. Der zentrale Versorgungsbereich und somit der städtebaulich schützenswerte Bereich ist in Schwandorf die abgegrenzte Innenstadt.

- Zur effektiven **Steuerung der Einzelhandelsentwicklung** sind standortbezogene Aussagen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben zu empfehlen. Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente
 - zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels
 - Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Auf Grundlage der Standortstruktur Schwandorfs können folgende grundsätzliche standort- und sortimentsbezogenen Empfehlungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung gegeben werden:

- innenstadtrelevante Sortimente nur in der Innenstadt zulässig
 - nahversorgungsrelevante Sortimente in der Innenstadt und z.T. am Ergänzungsstandort TWF-Gelände zulässig sowie darüber hinaus auch an sonstigen integrierten Standorten möglich, sofern eine Stärkung der Nahversorgung festzustellen ist und keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadt anzunehmen sind
 - innenstadtrelevante Sortimente mit Abwägungsspielraum in der Innenstadt und am Ergänzungsstandort TWF-Gelände zulässig
 - nicht innenstadtrelevante Sortimente in der Innenstadt, am Ergänzungsstandort TWF-Gelände und in dezentralen Standortbereichen zulässig (Empfehlung: Konzentration auf die bereits bestehenden Standortbereiche).

- Vor dem Hintergrund der in der Gesamtstadt bereits vorhandenen Einzelhandelsausstattung und dem dargestellten Ungleichgewicht zwischen der Innenstadt und den dezentralen Standorten wird zukünftig insgesamt eine vergleichsweise **restriktive**

tive **Ansiedlungspolitik** empfohlen, bei der die vorhandenen Entwicklungspotenziale vorwiegend auf die Innenstadt gelenkt werden sollten. Nur so kann eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung verfolgt werden, die den Anforderungen zur Sicherung und zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs gerecht wird.

- Zur Positionierung und Weiterentwicklung der Schwandorfer Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten wurde aufbauend auf der Bestandsanalyse und der Konzeptphase eine qualitative Entwicklungsstrategie für die Stärkung der Innenstadt formuliert. Die erarbeiteten Ansätze lassen sich nicht nur planerisch, sondern insbesondere kommunikativ bzw. in einem Management-Ansatz bündeln und bearbeiten. Als Umsetzungsinstrument hierzu wird ein aktives **Altstadt- / Innenstadtmanagement** empfohlen, das die vielfältigen Aktivitäten bündelt, die Akteure integriert und hieraus positive Effekte für die Angebotsentwicklung und die Bekanntheit / das Image entwickelt.

KARTEN-, TABELLEN-, ABBILDUNGS- UND ÜBERSICHTSVERZEICHNIS

Kartenverzeichnis	Seite
Karte 1: Lage der Stadt Schwandorf und zentralörtliche Struktur in der Region	22
Karte 2: Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels	34
Karte 3: Stadtgebiet und wesentliche Einzelhandelsstandorte in Schwandorf	41
Karte 4: Schwandorfer Innenstadt und Haupteinkaufslagen	47
Karte 5: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt	107
Karte 6: Fußläufige Einzugsbereiche von Lebensmittelmärkten über 600 m ² VK (Radius 400 m)	111
Karte 7: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts TWF-Gelände als Standortbereich für den Einzelhandel	115
Karte 8: Räumliche Abgrenzung der Gewerbegebiete Süd als Standortbereiche für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel	119
Karte 9: Räumliche Abgrenzung der Gewerbegebiete „Am Ahornhof“ und „Am Brunnfeld“ als Standortbereiche für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel	120

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Schwandorf 1998 – 2008	24
Tabelle 2: Baugenehmigungen in Schwandorf 2003 – 2008	26
Tabelle 3: Baufertigstellungen in Schwandorf 2003 – 2008	26
Tabelle 4: Arbeitgeber in Schwandorf mit mehr als 200 Mitarbeitern	28
Tabelle 5: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im regionalen Vergleich	29
Tabelle 6: Bevölkerungspotenzial im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels	33
Tabelle 7: Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2009	36
Tabelle 8: Prognose der einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2015	37
Tabelle 9: Prognose der einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2020	38
Tabelle 10: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Hauptwarengruppen	39
Tabelle 11: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Stadtteilen	40
Tabelle 12: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Standortlagen	42
Tabelle 13: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Betriebstypen	44
Tabelle 14: Versorgungskennziffern des Schwandorfer Einzelhandels 2009	45
Tabelle 15: Einzelhandelsbestand in der Schwandorfer Innenstadt 2009 nach Lagekategorien	49

Tabelle 16:	Verkaufsflächen in der Schwandorfer Innenstadt nach Branchen	51
Tabelle 17:	Leerstände in der Schwandorfer Innenstadt	52
Tabelle 18:	Dienstleistungsbestand in der Schwandorfer Innenstadt 2009	52
Tabelle 19:	Verteilung der Anbieter mit Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel im Schwandorfer Stadtgebiet	56
Tabelle 20:	Verteilung der Anbieter mit Hauptsortiment Gesundheit / Körperpflege im Schwandorfer Stadtgebiet	57
Tabelle 21:	Umsatzstruktur im Schwandorfer Einzelhandel	57
Tabelle 22:	Umsatzleistung des Schwandorfer Einzelhandels 2009	60
Tabelle 23:	Perspektivische Umsatzprognose für den Schwandorfer Einzelhandel 2015	85
Tabelle 24:	Perspektivische Umsatzprognose für den Schwandorfer Einzelhandel 2020	86

	Abbildungsverzeichnis	Seite
Abbildung 1:	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	11
Abbildung 2:	Entwicklung des deutschen Lebensmitteleinzelhandels 1970 – 2008	15
Abbildung 3:	Lebensmittelhandel im Wandel	17
Abbildung 4:	Altersstruktur der Bevölkerung Schwandorfs 1998 – 2008 im Vergleich	25
Abbildung 5:	Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wirtschaftsbereichen 2007	27
Abbildung 6:	Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2009 nach Größenklassen	43
Abbildung 7:	Qualitative Einstufung des Schwandorfer Einzelhandels 2009	44
Abbildung 8:	Einkaufshäufigkeit in der Stadt Schwandorf	65
Abbildung 9:	Nutzungen in Verbindung mit Einkaufserledigungen	66
Abbildung 10:	Bevorzugtes Verkehrsmittel für den Einkauf in Schwandorf	67
Abbildung 11:	Standortnachteile des Schwandorfer Einzelhandels	68
Abbildung 12:	Einkaufshäufigkeit in auswärtigen Städten / Gemeinden	69
Abbildung 13:	Bevorzugte Einkaufsorte bei Lebensmitteln	70
Abbildung 14:	Bevorzugte Einkaufsorte bei Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs	71
Abbildung 15:	Bevorzugte Einkaufsorte bei Waren des langfristigen Bedarfs	72
Abbildung 16:	Beurteilung Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Schwandorf	73
Abbildung 17:	Warengruppendefizite des Einzelhandels in Schwandorf	74
Abbildung 18:	Positive und negative Veränderungen in Schwandorf	75
Abbildung 19:	Wichtige Betriebe für die Nahversorgung in Schwandorf	76

Abbildung 20: Beurteilung der Einkaufsmöglichkeiten im Wohnumfeld	77
Abbildung 21: Verbesserungsvorschläge für den Einzelhandelsstandort Schwandorf	78
Abbildung 22: Faktoren des Flächenbedarfs im Einzelhandel	83
Abbildung 23: Mögliche Handlungsfelder Altstadtmanagement Schwandorf	127

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1: LEP-Liste zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Waren	100
Übersicht 2: Schwandorfer Sortimentskonzept inkl. innenstadtrelevanten, Sortimenten mit Abwägungsspielraum, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten	105
Übersicht 3: Sortiments- und Standortkonzept für Schwandorf	121