



Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Große Kreisstadt

SCHWANDORF 2014

**Städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v.
§1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB gem. Beschluss des
Stadtrates vom 07.04.2014**

Auftraggeber: Stadt Schwandorf

Projektleitung: Dr. Stefan Leuninger

Projektbearbeitung: Dipl.-Ing. Jan Vorholt

München, im April 2014



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
80807 München, Leopoldstraße 252
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
eMail: office.muenchen@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

In der Stadt Schwandorf, Mittelzentrum in der Oberpfalz, wurde durch die GMA im Jahr 2009 / 2010 ein Einzelhandelsentwicklungskonzept im Rahmen des ISEK erarbeitet und in den politischen Gremien beschlossen. Durch laufende bzw. geplante Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in Schwandorf werden sich die Einzelhandelsstrukturen – aber auch die möglichen, verfügbaren Potenzialstandorte – kurz- bis mittelfristig grundlegend verändern, so dass eine integrierte Fortschreibung auf Basis aktualisierter Daten sinnvoll erscheint. Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, die verschiedenen Investitionsüberlegungen bzw. Ansiedlungsabsichten in einem integrierten Gesamtansatz zu bewerten, insbesondere vor dem Hintergrund, dass das TWF-Areal zukünftig eine wichtige Ergänzungsfunktion für die Innenstadt einnehmen soll.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung wurde im Mai 2013 durch die GMA eine Kompletterhebung des Einzelhandels durchgeführt und somit die Datengrundlage des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes von 2009 überprüft und ergänzt. Es wurden Einzelgespräche mit Schwandorfer Gewerbetreibenden sowie ein Perspektivgespräch mit Vertretern der Stadtratsfraktionen, des Handelsverbandes und der IHK, des Wirtschaftsforums, dem Oberbürgermeister und der Stadtverwaltung zur Fortschreibung durchgeführt. 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 Betrachtung 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. Die digitale Publikation bedarf der schriftlichen Zustimmung der Stadt Schwandorf und der GMA.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

München, im April 2014
LEU / VTJ / wym

INHALTSVERZEICHNIS

| | Seite |
|---|-----------|
| Vorbemerkung | |
| Inhaltsverzeichnis | |
| | |
| I Grundlagen | 1 |
| 1. Aufgabenstellung | 1 |
| 2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung | 3 |
| 2.1 Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung | 3 |
| 2.2 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel | 6 |
| 2.3 Mittelfristige Einzelhandelsentwicklung | 7 |
| 3. Konsequenzen für Schwandorf | 10 |
| 4. Aktuelle Strukturdaten | 10 |
| II Situationsanalyse des Einzelhandelsstandorts Schwandorf | 14 |
| 1. Aktueller Einzelhandelsbestand | 14 |
| 2. Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich | 21 |
| 3. Zwischenfazit zum Einzelhandelsstandort Schwandorf | 22 |
| III Aktualisierung von Bevölkerung und Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels | 24 |
| 1. Marktgebiet und Bevölkerung | 24 |
| 2. Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet | 26 |
| 3. Kaufkraftentwicklung bis 2020 | 27 |
| 4. Zentralitätskennziffern | 29 |
| 5. Kaufkraftströme und Kaufkraftbindung | 30 |

| | | |
|-------------|---|-----------|
| IV | Zukünftige Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Schwandorf | 32 |
| 1. | Qualitative Entwicklungsaussagen und innerstädtische Angebotsergänzungen | 32 |
| 2. | Projektorientierte Perspektiven | 34 |
| V | Fortschreibung Einzelhandelsentwicklungskonzept Schwandorf | 41 |
| 1. | Städtebauliche Ziele des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes | 41 |
| 2. | Sortimentskonzept | 42 |
| 2.1 | Einstufung der einzelnen Sortimente | 42 |
| 2.2 | Begründungen zur Sortimentsliste | 45 |
| 2.3 | Aktualisiertes Sortimentskonzept für Schwandorf 2014 | 49 |
| 2.4 | Umsetzung des Sortimentkonzepts | 51 |
| 3. | Standortkonzept | 51 |
| 4. | Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung | 54 |
| 5. | Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes | 58 |
| VI. | Handlungsfelder und Impulsprojekte zur Innenstadtentwicklung | 60 |
| VII. | Zusammenfassung | 66 |

I **Grundlagen**

1. **Aufgabenstellung**

Im Mai 2013 wurde die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, München beauftragt, das im Jahr 2009 für die Stadt Schwandorf erarbeitete Einzelhandelsentwicklungskonzept zu aktualisieren und fortzuschreiben. Durch laufende bzw. geplante Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in Schwandorf haben und werden sich die Einzelhandelsstrukturen – aber auch die möglichen, verfügbaren Potenzialstandorte – kurz- bis mittelfristig grundlegend verändern, so dass eine Fortschreibung auf Basis aktualisierter Daten sinnvoll ist.

Zu nennen ist einerseits das sog. TWF-Areal, für das mittlerweile die planungsrechtlichen und eigentumsrechtlichen Grundlagen zur Realisierung eines großflächigen Fachmarktzentrums umgesetzt worden sind. Darüber hinaus gibt es im Standortbereich „Am Ahornhof“ konkrete Planungen und Genehmigungen, den ehemaligen OBI-Standort neuen Einzelhandelsnutzungen zuzuführen (u. a. Tiernahrung). Des Weiteren ist darauf hinzuweisen, dass das bestehende Kaufland SB-Warenhaus eine neue Standortoption in Schwandorf sucht. Als weiterer Punkt ist zu erwähnen, dass derzeit ein großflächiger Bekleidungsanbieter (Modepark Röther) bestrebt ist / war, den bestehenden Kaufland-Standort – unter Berücksichtigung des bestehenden Baurechts - für eine Betriebsansiedlung zu nutzen.

In der Gesamtbetrachtung – dies macht die o. g. kurze Auflistung deutlich – gibt es kurz- bis mittelfristig extreme Strukturverschiebungen und -entwicklungen. Diese gilt es insbesondere im Hinblick auf die gewünschte Funktion der Innenstadt – diese ist seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes durch die Schließung des Drogeriemarktes Ihr Platz sowie Bemühungen der Stadt Schwandorf zur Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe (z. B. Textil) zur Erhöhung der Magnetwirkung gekennzeichnet – zu überprüfen und ggf. weiter zu entwickeln. Sinnvollerweise sind die verschiedenen Investitionsüberlegungen bzw. Ansiedlungsabsichten in einem integrierten Gesamtansatz zu bewerten, insbesondere vor dem Hintergrund, dass das TWF-Areal zukünftig eine wichtige Ergänzungsfunktion für die Innenstadt einnehmen soll.

Im Rahmen der Erstellung vorliegender Untersuchung werden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Darstellung allgemeiner Trends der Nachfrageseite und der Angebotsseite im Rahmen der Einzelhandelsentwicklung sowie Erläuterung der Planungsrechtlichen Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- Darlegung der wesentlichen einzelhandelsrelevanten Rahmendaten der Stadt Schwandorf
- Überprüfung des Marktgebietes des Schwandorfer Einzelhandels, Aktualisierung der dortigen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale und Berechnung der Kaufkraftströme
- Aktualisierung des Einzelhandelsangebotes, Einschätzung der Umsatzleistungen nach Hauptwarengruppen und Bewertung der Versorgungssituation (Ermittlung von Versorgungskennziffern und Vergleich mit anderen Kommunen)
- Darstellung und Bewertung der Entwicklungsplanungen
- Einzelgespräche mit wesentlichen Akteuren der Innenstadtentwicklung
- Perspektivgespräch zur Innenstadtentwicklung
- Darstellung der Entwicklungsperspektiven des Schwandorfer Einzelhandels bis zum Jahr 2020 unter Berücksichtigung von Bevölkerungs- und Kaufkraftprognosen
- Überprüfung und ggf. Anpassung des Standort- und Sortimentskonzeptes
- Fortschreibung des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes
- Umsetzungsorientierte Entwicklungsmaßnahmen
- Zusammenfassung und Empfehlungen.

2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Eine Beurteilung möglicher Entwicklungschancen des Einzelhandelsstandortes Schwandorf kann nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends des Einzelhandels in Deutschland erfolgen. Nachfolgend werden daher die strukturprägenden Aspekte des Wandels auf der Nachfrage- und Angebotsseite dargestellt.

2.1 Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten unternehmergeführter Fachgeschäfte geht. Als Gewinner zeigen sich filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre großenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen.

Neben gesellschaftlichen und demografischen Wandlungsprozessen (u. a. Verschiebung der Altersstruktur, Trend zu kleineren Familieneinheiten) hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Gleichzeitig hat der **Anstieg der Mobilität** die Standortwertigkeit von Einkaufslagen verändert. Die Massenmobilität hatte folgende Effekte:

- Sie löste eine **Stadt-Umland-Wanderung** aus, d. h. es entstanden um die Stadtzentren herum neue Wohnstandorte. Ab einer gewissen Größe dieser Siedlungsbereiche waren die Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Versorgungslagen gegeben.
- Sie ermöglichte die **Etablierung autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.
- Sie bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme.

- Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser und Fachmärkte.

Darüber hinaus ist zukünftig auch die Entwicklung des Online-Handels bzw. des **Internet-Shoppings** verstärkt zu berücksichtigen. Die Umsatzanteile entwickeln sich seit einigen positiv (vgl. Kap I 2.3) und treten somit in Konkurrenz zum klassischen Einzelhandel.

V. a. durch die Zuwächse großflächiger Betriebe verzeichnete der Einzelhandel in den alten Bundesländern ab 1995 einen **Verkaufsflächenzuwachs** von ca. 20 Mio. m² (+ 25 %). Das Verkaufsflächenwachstum des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen 10 Jahren zu mehr als zwei Dritteln außerhalb traditioneller Geschäftslagen. In der Folge wuchsen die **Verkaufsflächen an dezentralen und solitären Standorten** stark an, während die Geschäftslagen der Innenstädte, der Stadtteilzentren und der Nahversorgungslagen einen Bedeutungsverlust hinnehmen mussten. Ihr relativer Anteil am Verkaufsflächenbestand sank um mehr als 10 %.

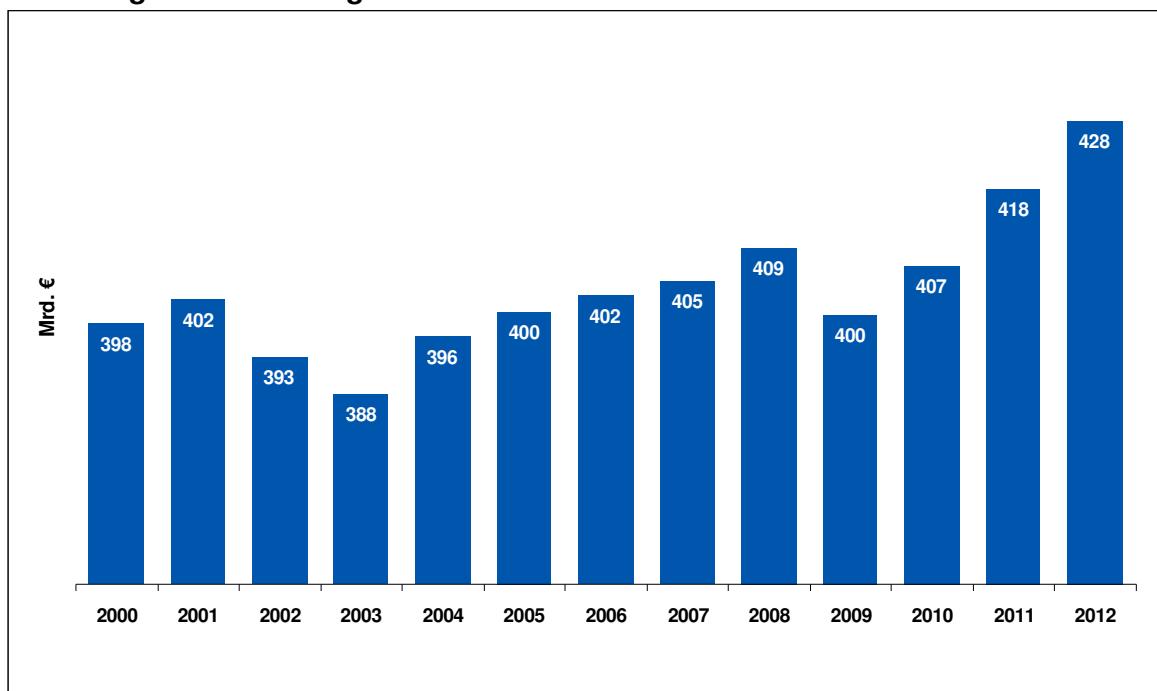
Im Hinblick auf die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus der Einzelhandelssortimente geführt; vielerorts geraten dadurch v. a. Anbieter des mittleren Preissegments unter Druck.
- Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation und Leerstandsbildung** auf. 1a-Lagen sind die Gewinner dieser Entwicklung: „Gute Lage läuft“
- Die **Konzentration** im Einzelhandel führt in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes (Stichwort: Banalisierung).
- Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte verloren. An ihre Stelle traten zunächst Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel).

- Als erfolgreiche Angebotsform kristallisieren sich **multifunktionale Einkaufszentren** heraus. Ihr Markterfolg gründet sich u. a. auf ein stringentes Management und aufwändige Marketingmaßnahmen sowie attraktive bauliche Rahmenbedingungen (Stichworte: Sauberkeit, Sicherheit). Innerstädtische Einkaufszentren erreichten – flächenbereinigt – in den vergangenen Jahren Umsatzsteigerungen von bis zu 5 % pro Jahr.

In der Gesamtbetrachtung wurde der beschriebene Strukturwandel des deutschen Einzelhandels durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion begleitet. Da die Bruttoumsätze bis 2008 nominal nur noch leicht anstiegen ist real, d. h. unter Berücksichtigung des Wertverlustes durch Inflation, eine rückläufige Entwicklung festzustellen (vgl. Abbildung 1). Die Zahlen seit dem Jahr 2009 zeigen einen deutlich steigenden Einzelhandelsumsatz (ca. + 7 %). Durch die teilweise disparate Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen gaben die Produktivitäten (= Umsätze je m² VK/Jahr) z. T. nach, so dass die ökonomische Auslastung – v. a. in Branchen, die an kostenintensiven Standorten wirtschaften – nicht mehr durchgängig gewährleistet ist.

Abbildung 1: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes 2000 - 2012



Quelle: GMA-Darstellung 2013 nach EHI 2012

Auch aus diesem Grund war das Verkaufsflächenwachstum im Einzelhandel begleitet von einem **Rückgang der Betriebszahl**. V. a. im Lebensmitteleinzelhandel zeigt sich seit 1990 eine starke Zunahme der Verkaufsflächen. Insgesamt stieg die Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel um ca. 14,9 Mio. m² an (ca. + 44 %) bei insgesamt deutlich rückläufiger Betriebszahl.

2.2 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **diskontierenden Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen, wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Letztere haben z. T. indirekt als Folge der jahrelangen Konjunkturflaute in Deutschland ihre Betriebszahl seit 1991 verdoppelt. Im gleichen Zeitraum expandierte ihre Verkaufsfläche von ca. 3,0 Mio. m² auf ca. 11,3 Mio. m²¹. Konsequenz dieser ökonomischen Erfolgsgeschichte ist ein hoher Marktanteil im Lebensmittelbereich von ca. 42 %.

Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine durchaus divergente Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust. Insgesamt ist die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte um rd. 20.000 gesunken, die Verkaufsfläche ist im gleichen Zeitraum dagegen um ca. 28 % auf aktuell rd. 33,4 Mio. m² gestiegen. Immer weniger Geschäfte vereinigen demnach immer mehr Verkaufsfläche auf sich.

Als **Standorte** werden sowohl von Lebensmitteldiscountern als auch von Supermärkten, Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern Standorte mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert (vgl. Tabelle 1).

¹ Quelle: EHI: www.handelsdaten.de.

Tabelle 1: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

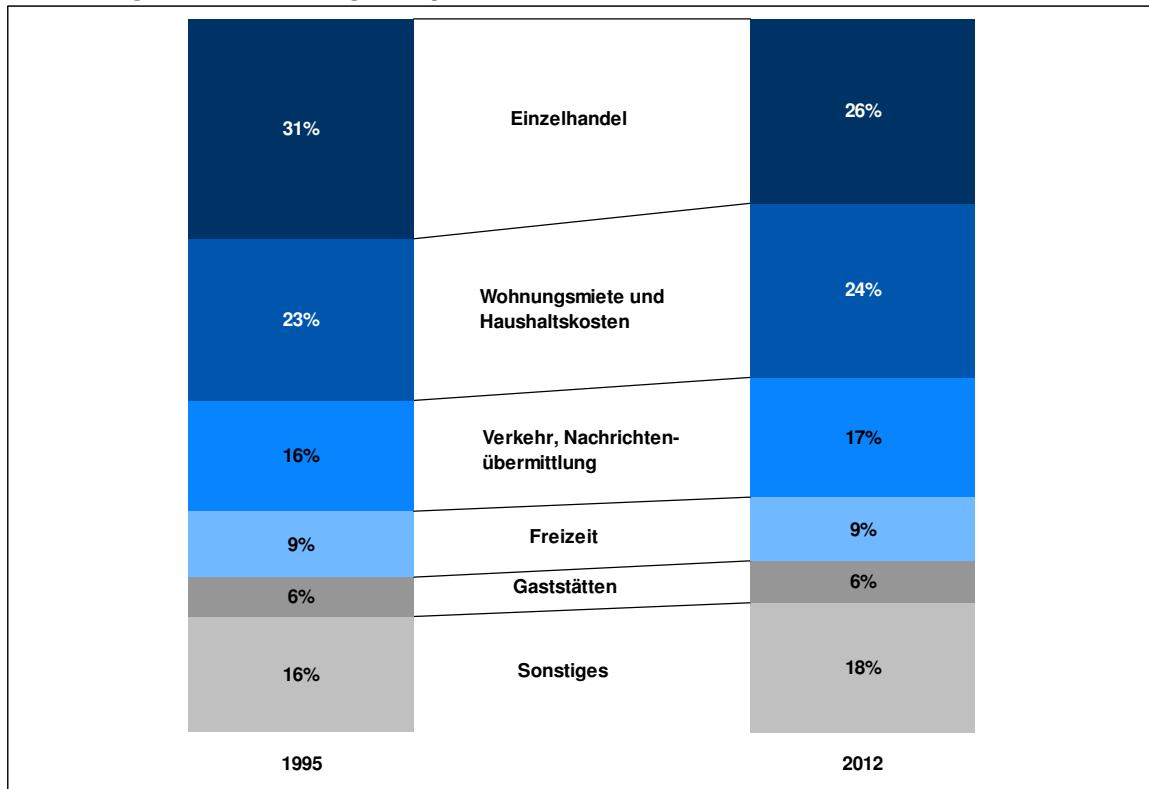
| Daten | Lebensmittel-discounter | Supermarkt (inkl. Getränkemarkt) | Großer Supermarkt |
|---|----------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| Verkaufsfläche | 800 – 1.200 m ² | 1.500 m ² | 2.500 m ² |
| Parkplätze | 100 | 100 | 250 |
| Grundstücksgröße | ab 5.000 m ² | ab 5.000 m ² | ab 8.000 m ² |
| Einzugsgebiet | ab 5.000 EW | ab 5.000 EW | ab 15.000 EW |
| Quelle: GMA-Standortforschung, ca.-Werte gerundet | | | |

Innenstadtstandorte oder Stadtteil- und Nahversorgungszentren, mit ihren relativ hohen Standortkosten, werden andererseits weniger oft belegt; dies auch aufgrund der recht geringen Umsatzrendite des Lebensmitteleinzelhandels von durchschnittlich nur ca. 1 – 2 %. Sie macht diese Branche besonders kostensensibel.

2.3 Mittelfristige Einzelhandelsentwicklung

In den kommenden Jahren ist als mögliches Hemmnis für ein nachhaltiges Anspringen der Einzelhandelskonjunktur der Trend zur Ausgabenumschichtung vom Einzelhandel in andere Kostenbereiche anzuführen. In den vergangenen Jahren hat sich der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben kontinuierlich verringert; dieser beträgt aktuell nur noch rd. 26 % der gesamten Ausgaben.

Eine Relativierung seines Stellenwertes wird der Einzelhandel auch durch die weitergehende **Entwicklung zur Freizeitgesellschaft** erfahren, denn in Zukunft wird der Einkauf von den Verbrauchern noch stärker unter dem Aspekt seines Freizeit- und Erlebniswertes beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesem Trend durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Abbildung 2: Entwicklung des privaten Verbrauchs in Deutschland 1995 / 2012

Quelle: GMA-Darstellung nach www.handelsdaten.de

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

- **Verkaufsflächen wachsen weiter**

Bereits Ende 2009 war in den alten Bundesländern ein Verkaufsflächenbestand von rd. 100 Mio. m² erreicht. In den neuen Bundesländern waren bis dato ca. 21 Mio. m² etabliert. Der weitere Verkaufsflächenzuwachs wird sich auch zukünftig zu etwa zwei Dritteln außerhalb der Stadtzentren vollziehen. In der Folge verschärft sich der Verdrängungswettbewerb zu Lasten des City-Handels und der städtebaulich integrierten Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren.

- **Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort**

Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleine und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden.

- **Fachmärkte und Discounter boomen**

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden

ihre Marktanteile weiter ausbauen. Auch bei innerstädtischen Shopping-Centern ist mit einer weiteren Expansion (insb. in Mittelstädten) zu rechnen. Aber auch die Revitalisierung bestehender Center wird an Bedeutung gewinnen. Beleg hierfür sind 51 derzeit bekannte Planungen mit einer Gesamtfläche von rd. 1,5 Mio. m²¹.

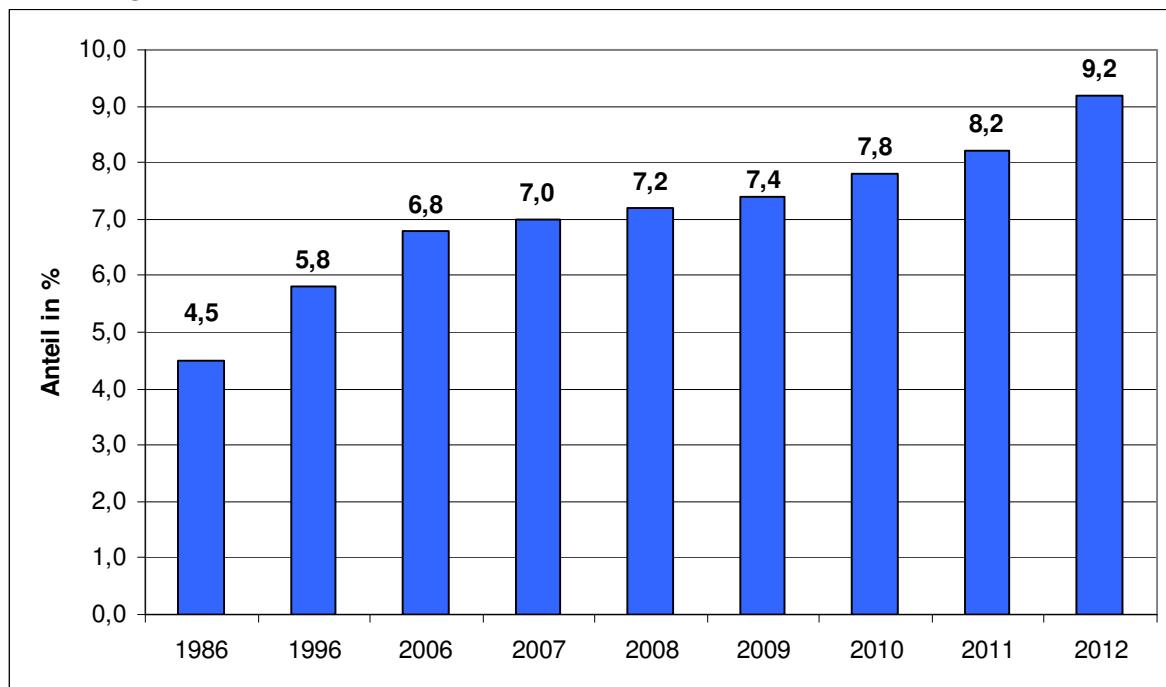
- **Filialisierungswelle hält an**

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

- **Internet-Shopping gewinnt an Bedeutung**

Das „E-Commerce“ (Internet-Handel) zeigt selektiv hohe Zuwachsraten (vgl. Abbildung 3), insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Bei Büchern und Tonträgern sind sogar Anteilswerte von bis zu 30 % möglich. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der weitere Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, welcher als sehr kostenintensiv einzustufen ist.

Abbildung 3: Anteil des Online- und Versandhandels am Einzelhandelsumsatz



Quelle: GMA-Darstellung nach EHI 2013: www.handelsdaten.de

¹

Quelle: EuroHandelsinstitut Köln, Handel aktuell 2009 / 2010.

3. Konsequenzen für Schwandorf

Aus den vorangegangenen Ausführungen wird deutlich, dass die Spielräume für den traditionellen Einzelhandel in Innenstadt- und Nahversorgungslagen immer enger werden. Die wesentlichen Ursachen dafür liegen in den geänderten Rahmenbedingungen auf der Angebots- und Nachfrageseite, teilweise aber auch bei Einzelhändlern, wenn sie wichtige Markttrends nicht erkannt haben oder zu finanziell schwach sind, um darauf reagieren zu können. So erwächst durch filialisierende und discountorientierte Konzepte erheblicher Druck auf den Mittelstand. Inhabergeführte Fachgeschäfte aber auch die Innenstadt als Ganzes geraten dadurch zunehmend unter Druck.

Eine Profilierung der Schwandorfer Innenstadt gegenüber Fachmarktstandorten und Wettbewerbsstädten (wie z. B. Amberg) kann nur über eine starke Haupteinkaufslage gelingen. Die **Anforderungen** dafür sind hoch: eine **räumliche Konzentration** der Anbieter, ein hohes **Attraktivitätsniveau** in **Gestaltung, Dekoration, Branchen-, Betreiber- und Komplementärmix**, zudem eine **optimale verkehrliche Erreichbarkeit** und eine geeignete, kundenfreundliche **Beschilderung** u.a. ausgehend von den **Parkhäusern**. Bezuglich des Filialisierungsgrads ist eine **ausgewogene Balance** zwischen leistungsstarken **Filialisten** einerseits und Identität schaffenden, **inhabergeführten Fachgeschäften** – d. h. alteingesessenen Schwandorfer Betrieben – andererseits anzustreben. Zur gewünschten Ansiedlung weiterer attraktiver Einzelhandelbetriebe ist es eminent wichtig, **größere, marktfähige Flächen zu schaffen**. In diesem Zusammenhang kommt dem Vorhandensein von **Magnetbetrieben** in den innerstädtischen Leitbranchen Mode, Schuhe und Sport, eine hohe Bedeutung zu. Darüber hinaus sind zielgerichtete und abgestimmte Management- und Kommunikationsstrukturen als Strukturförderungs- und Koordinierungsaufgabe von entscheidender Bedeutung.

4. Aktuelle Strukturdaten

Die Große Kreisstadt Schwandorf ist Verwaltungssitz und mit rund 27.990 Einwohnern¹ größte Stadt im gleichnamigen Landkreis. Landesplanerisch (Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) vom 01.09.2013) ist Schwandorf als **Mittelzentrum** im Regierungs-

¹ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stand: 30.09.2012.

bezirk Oberpfalz eingestuft. Laut dem Landesentwicklungsprogramm Bayern (Kap. 2.1.7) ist für Mittelzentren Folgendes vorgesehen „*Die als Mittelzentrum eingestuften Gemeinden, die Fachplanungsträger und die Regionalen Planungsverbände sollen darauf hinwirken, dass die Bevölkerung in allen Teilräumen mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt wird..*“

Im Zeitraum 2002 bis 2012 wies die Stadt Schwandorf eine **leicht rückläufige bis konstante Bevölkerungsentwicklung** auf (ca. – 0,1 %, vgl. Tabelle 1). Obwohl auch im Landkreis Schwandorf und im Regierungsbezirk Oberpfalz im selben Zeitraum nur ein geringer Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen war, liegen diese Entwicklungen deutlich hinter dem Trend der positiven Bevölkerungsentwicklung in Bayern (ca. + 2,3 %).

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich 2002 / 2012

| Gebiet | Einwohner | | Veränderung 2002 / 2012 | |
|----------------------|------------------|---------------|--------------------------------|-------------|
| | 2002 | 2012 | absolut | in % |
| Schwandorf | 28.008 | 27.994 | - 14 | - 0,1 |
| Landkreis Schwandorf | 144.642 | 143.276 | - 1.366 | - 0,9 |
| Reg.-Bez. Oberpfalz | 1.088.257 | 1.083.565 | - 4.692 | - 0,4 |
| Freistaat Bayern | 12.376.576 | 12.655.260 | + 278.684 | + 2,3 |

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stand jeweils 30.09.;
GMA-Berechnungen

Die **Wirtschaftsstruktur** der Großen Kreisstadt Schwandorf ist durch den Dienstleistungssektor geprägt. Von insgesamt rund 12.320 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2012 sind ca. 20 % im Wirtschaftsbereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr und ca. 48 % in sonstigen Dienstleistungen (Unternehmensdienstleister, öffentliche und private Dienstleister) tätig, ca. 32 % der Beschäftigten sind dem produzierenden Gewerbe zuzuordnen. Mit rund 440 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten pro 1.000 Einwohner verfügt Schwandorf über eine für die Stadtgröße **vergleichsweise hohe Beschäftigten-dichte**. Zudem verfügt die Stadt Schwandorf über einen hohen positiven Pendlersaldo, bei dem die Zahl der Einpendler (ca. 7.530) die der Auspendler (5.560) um 1.970 übersteigt. Das GMA-Wirtschaftsförderungskonzept (2012) kommt insgesamt zu einer positiven Beurteilung der Rahmenbedingungen.

Zwischen 2002 und 2012 konnte die Stadt Schwandorf einen Zuwachs an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von ca. 4,0 % verzeichnen (vgl. Tabelle 2). Mit dieser positiven Entwicklung befindet sich Schwandorf dennoch deutlich unterhalb der Entwicklungen übergeordneter Vergleichsregionen. So verzeichnete beispielsweise der Landkreis Schwandorf im selben Zeitraum eine Steigerung der Beschäftigtenzahlen um + 9,6 %.

Tabelle 2: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im regionalen Vergleich

| | Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte am Arbeitsort | | Veränderung 2002 – 2012 | |
|----------------------|--|---------|-------------------------|--------|
| | 2002 | 2012 | absolut | in % |
| Schwandorf | 11.850 | 12.323 | + 473 | + 4,0 |
| Landkreis Schwandorf | 44.547 | 48.821 | + 4.274 | + 9,6 |
| Reg.-bez. Oberpfalz | 362.374 | 404.106 | + 41.732 | + 11,5 |

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Stand jeweils 30.09.; GMA-Berechnungen

Die **Arbeitslosenquote** des Landkreises Schwandorf¹ verläuft seit Jahren trendgleich mit den Werten der Oberpfalz sowie des Freistaates Bayern. Derzeit beläuft sich die Quote im Landkreis Schwandorf auf 4,8 % (zum Vergleich: März 2012: 4,1 %).²

Einen interessanten Aspekt für die Stadt Schwandorf und auch für den Einzelhandel stellt die **Tourismusbranche** dar. Bezuglich der Gästeübernachtungen³ verzeichnet Schwandorf eine vergleichsweise positive Entwicklungsdynamik. So stieg die Zahl der Übernachtungen im Zeitraum 2006 bis 2012 um ca. 1.460 auf rund 34.270; dies entspricht einer Zunahme um ca. 4,5 %. Die Ankunftszyhlen wiesen im selben Zeitraum nur ein geringen Anstieg um ca. 1,1 % auf etwa 18.490 im Jahr 2012 auf. Die Aufenthaltsdauer der Gäste beläuft sich in der Stadt Schwandorf aktuell auf 1,9 Tage⁴. Von touristischer Bedeutung sind in Schwandorf neben den lokalen Sehenswürdigkeiten wie Felsenkellern, Stadtmu-

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

² Bezogen auf abhängige zivil. Erwerbspersonen; Stand: Mai 2013. Zum Vergleich: Oberpfalz: 5,0 %, Bayern: 4,8 %.

³ ab Berichtsjahr 2006 bis einschl. 2011: Beherbergungsbetriebe mit 9 oder mehr Gästebetten sowie alle Campingplätze mit 3 oder mehr Stellplätzen, ab Berichtsjahr 2012: Beherbergungsbetriebe mit 10 oder mehr Gästebetten sowie Campingplätze mit 10 oder mehr Stellplätzen;

⁴ Stand 31.12.2012

seum, 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.

Zusammenfassend sind die gesamtstädtischen Standortrahmenbedingungen der Stadt Schwandorf insgesamt als positiv zu werten. Sowohl in demographischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht weist Schwandorf in den vergangenen Jahren konstante bis positive 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.

II Situationsanalyse des Einzelhandelsstandorts Schwandorf

1. Aktueller Einzelhandelsbestand

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer vollständigen vor-Ort-Erhebung des Einzelhandels durch die GMA, die im Mai 2013 durchgeführt wurde. Dabei wurden die Betriebe nach Umsatzschwerpunkt den einzelnen Warengruppen zugeordnet. Demnach gab es zum Zeitpunkt der Erhebung in der Stadt Schwandorf insgesamt 254 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 87.845 m² (ungewichtet) und einer Brutto-Umsatzleistung von ca. 250,4 Mio. €.

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

- 83 Betriebe (= ca. 33 % des Gesamtbestandes)
- ca. 17.680 m² VK (= ca. 20 % des Gesamtbestandes)
- ca. 101,2 Mio. € Brutto-Umsatz (= ca. 40 % des Gesamtumsatzes)

Auf **Nichtlebensmittel-Anbieter** entfallen

- 171 Betriebe (= ca. 67 % des Gesamtbestandes)
- ca. 70.165 m² VK (= ca. 80 % des Gesamtbestandes)
- ca. 149,2 Mio. € Brutto-Umsatz (= ca. 60 % des Gesamtumsatzes)

Bei der GMA-Erhebung 2009 zur Erstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes existierten 260 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 93.190 m². Insgesamt ist somit ein Rückgang um ca. 6 % der Verkaufsfläche festzuhalten. Die größten Verkaufsflächenrückgänge entfallen auf die Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel (ca. -25 % bzw. ca. 5.600 m² VK) und die Hauptwarengruppe Blumen, zoologischer Bedarf (ca. -58 % bzw. ca. 880 m² VK). Einen wesentlichen Verkaufsflächenzuwachs gab es seit 2009 lediglich in der Hauptwarengruppe Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf. Hier stieg die Verkaufsfläche um 2.690 m² bzw. ca. 10 % an. In den übrigen Hauptwarengruppen fielen die Veränderungen gegenüber der Erhebung 2009 deutlich geringer aus.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2013 nach Hauptwarengruppen

| Hauptwarengruppen / Bedarfsbereiche | Anzahl der Betriebe | Verkaufsfläche* in m² | Umsatz in Mio. € |
|--|----------------------------|---|-------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 83 | 17.680 | 101,2 |
| Gesundheit, Körperpflege | 15 | 2.405 | 16,4 |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 6 | 645 | 1,6 |
| kurzfristiger Bedarf insgesamt | 104 | 20.730 | 119,2 |
| Bücher, Schreib-, Spielwaren | 9 | 1.045 | 5,1 |
| Bekleidung | 34 | 9.085 | 22,7 |
| Schuhe, Sport | 14 | 2.815 | 9,6 |
| mittelfristiger Bedarf insgesamt | 57 | 12.945 | 37,4 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 14 | 2.485 | 12,5 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 28 | 17.915 | 25,8 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Pflanzen | 21 | 29.335 | 44,5 |
| Optik / Uhren, Schmuck | 13 | 995 | 5,8 |
| Sonstige Sortimente** | 17 | 3.440 | 5,2 |
| langfristiger Bedarf insgesamt | 93 | 54.170 | 93,8 |
| Einzelhandel insgesamt | 254 | 87.845 | 250,4 |

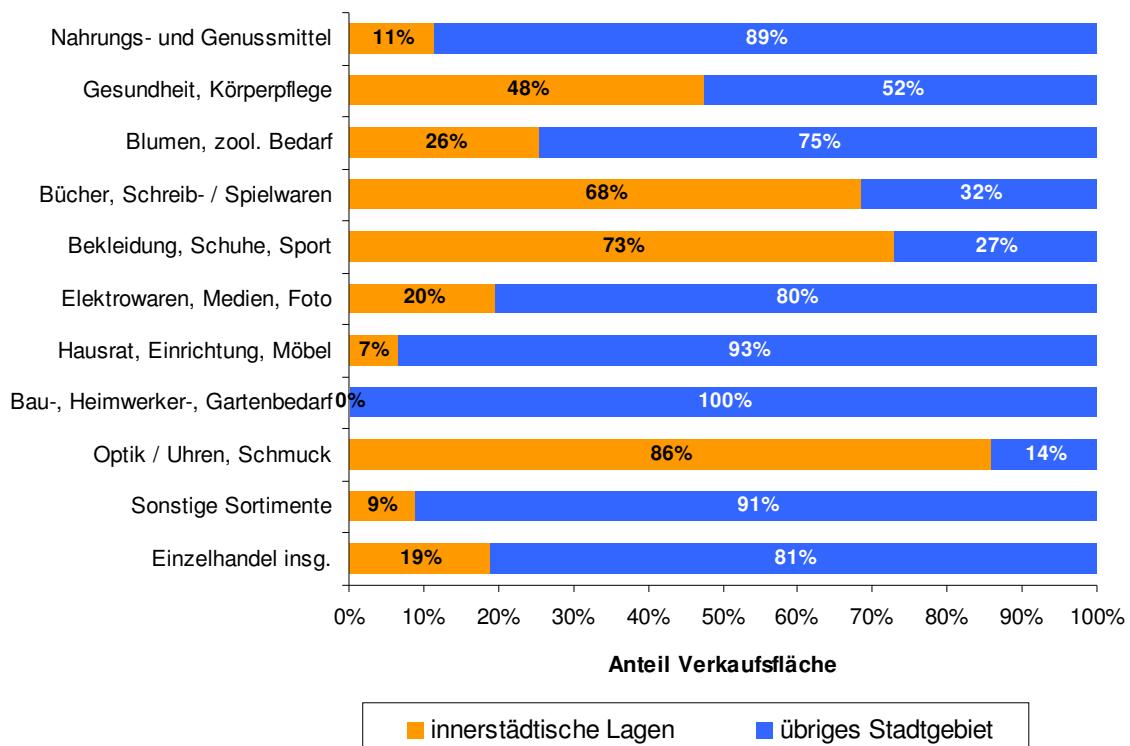
* Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt
** Sonstige Sortimente: z. B. Autozubehör, Fahrräder, Musikalien, Gebrauchtwaren.
Quelle: GMA-Erhebung 05 / 2013 (ca.-Werte, gerundet).

In der nachfolgenden Tabelle ist eine Auswahl der wesentlichen Betriebsschließungen sowie Neueröffnungen seit 2009 dargestellt. Hierbei handelt es sich nicht um eine vollständige Auflistung, sondern um eine Aufzählung einiger wesentlicher strukturprägender Einzelhandelsbetriebe in Schwandorf.

Tabelle 4: Wesentliche Veränderungen gegenüber Erhebung 2009 (Auswahl)

| geschlossen | eröffnet |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufland, Industriestraße ▪ Edeka, Regensburger Straße ▪ Gardinen Bollwein, Friedrich-Ebert-Straße ▪ Ihr Platz, Marktplatz ▪ Fressnapf, Industriestraße | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studio 05 (Mode) Rathausstraße ▪ Sonderpreis Baumarkt, Ahornhof ▪ TTL, Ahornhof ▪ Biomarkt, Adolf-Kolping-Platz |

In Schwandorf ist insgesamt noch ein ungleiches Verhältnis zwischen den Verkaufsflächen in der Innenstadt und den Verkaufsflächen in den übrigen Lagen festzustellen. In der Innenstadt sind insgesamt ca. 16.690 m² VK über alle Branchen angesiedelt, wo hingegen in den sonstigen Lagen des Stadtgebietes (Streu- und Nebenlagen sowie dezentrale Standorte) rd. 71.155 m² VK bestehen. Dies entspricht einer Verkaufsflächenverteilung von ca. 19 % der Gesamtverkaufsfläche in Innenstadtlage und rd. 81 % der Verkaufsflächen im übrigen Stadtgebiet (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen 2013

Quelle: GMA-Erhebung 2013

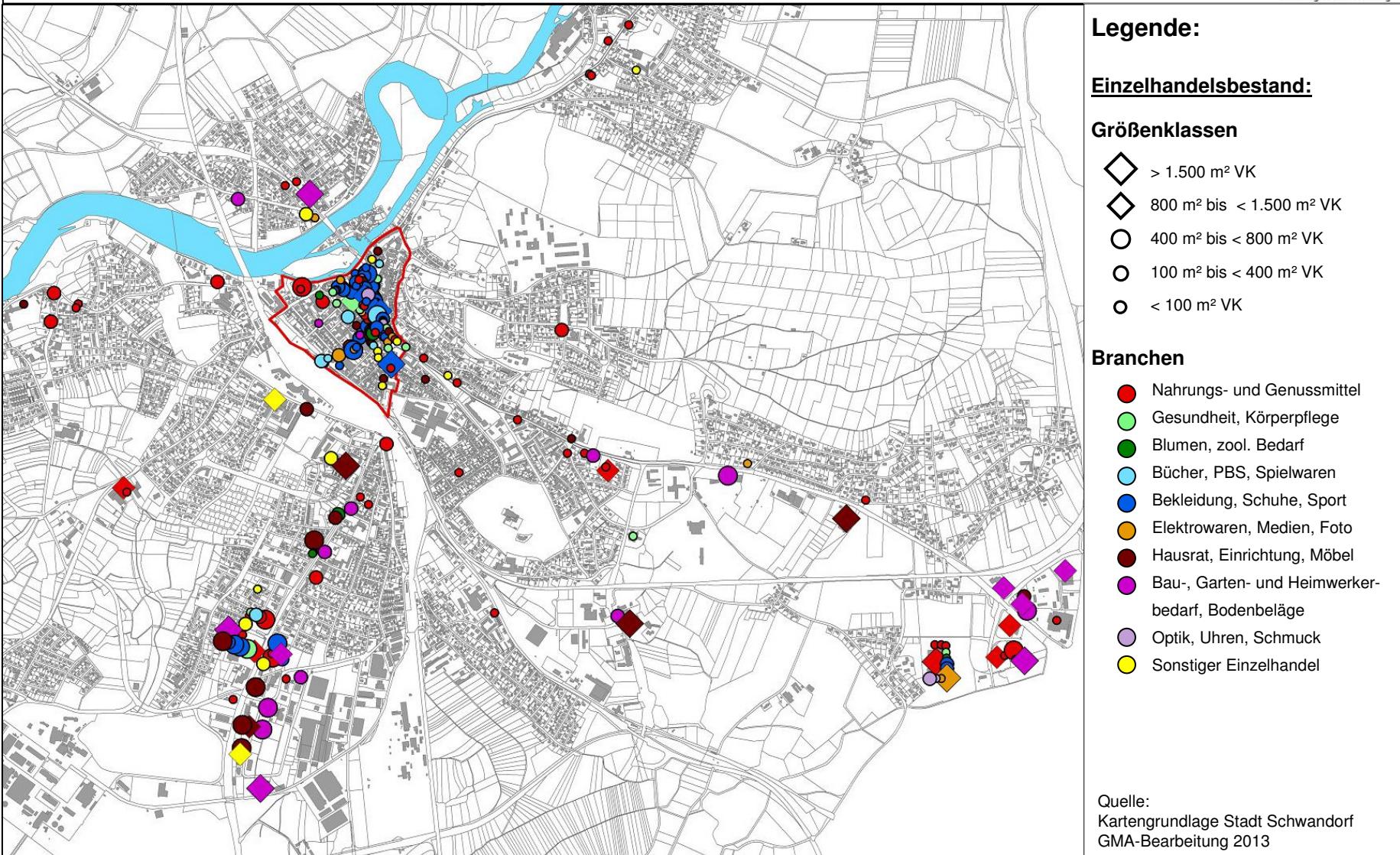
Der hohe Anteil der Verkaufsflächen im übrigen Stadtgebiet ist v. a. auf die umfangreichen Fachmarktstandorte Ahornhof, Am Brunnfeld und Regensburger Straße zurückzuführen. Die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung, Schuhe, Sport erreichen mit rd. 73 % einen vergleichsweise hohen Anteil, der jedoch zukünftig auf Basis des Einzelhandelsconceptes weiter ausgebaut werden sollte, da diese Sortimente maßgeblich für die Attraktivität der Innenstadt und somit für eine weitere Erhöhung der Kundenfrequenz sind. Einen hohen Innenstadtanteil weisen auch die ebenfalls typisch innenstadtrelevanten Sortimente wie Optik / Uhren, Schmuck und Bücher, Schreib- / Spielwaren auf. Nahezu die Hälfte der Verkaufsfläche in Schwandorf im Bereich Gesundheit, Körperpflege ist ebenfalls in der Innenstadt angesiedelt. Insgesamt entfallen rd. 19 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf die Innenstadt. Seit 2009 ist der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt somit stabil geblieben. Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sollte es sein, den Verkaufsflächenanteil sukzessive zu steigern, um somit die Attraktivität der Innenstadt weiter zu erhöhen.

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in der Innenstadt 125 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 16.690 m² ansässig. Über die Hälfte (ca. 55 %) der Verkaufsfläche entfällt auf die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung, Schuhe, Sport. In diesen Branchen sind derzeit knapp 40 Betriebe angesiedelt.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in der Innenstadt 2013

| Hauptwarengruppe | Anzahl Betriebe | VK in m ² * |
|---|-----------------|------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 23 | 1.570 |
| Gesundheit, Körperpflege | 11 | 1.840 |
| Blumen, zool. Bedarf | -** | -** |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | 8 | 945 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 39 | 9.200 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 10 | 530 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 12 | 1.185 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | -** | -** |
| Optik / Uhren, Schmuck | 11 | 855 |
| Sonstige Sortimente | 7 | 280 |
| Nichtlebensmittel insg. | 102 | 15.120 |
| Einzelhandel insg. | 125 | 16.690 |
| * Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt | | |
| ** kein Ausweis aus Datenschutzgründen bei weniger als drei Betrieben | | |
| Quelle: GMA-Erhebung 05 / 2013 | | |

Karte 1: Aktueller Einzelhandelsbesatz im Kernstadtbereich



Exkurs: Leerstände im Innenstadtbereich

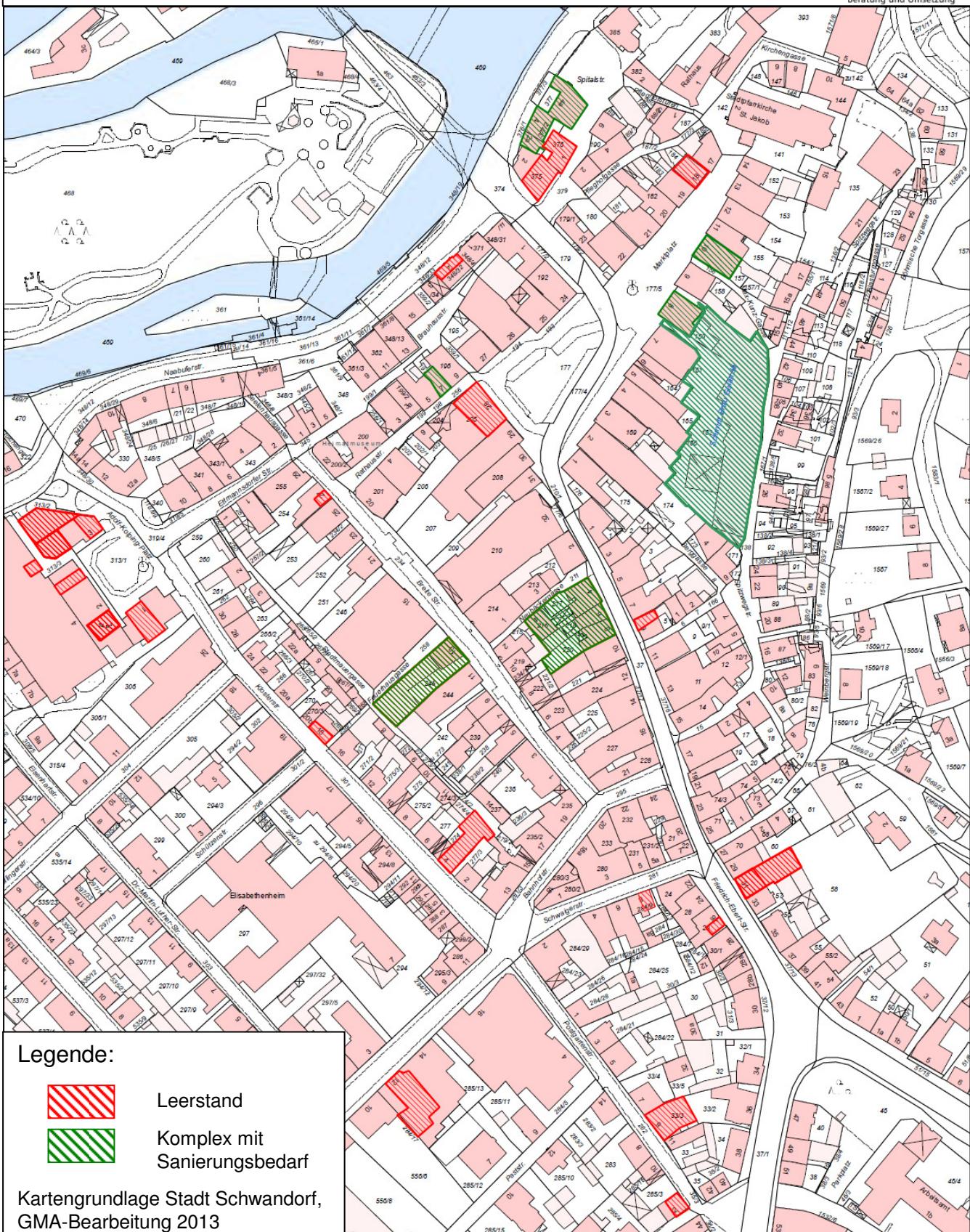
Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs existieren zahlreiche Leerstände in Erdgeschosslagen sowie vereinzelt in Obergeschossen. Darüber hinaus gibt es derzeit drei größere Komplexe mit umfangreichem Sanierungsbedarf. Einige der leer stehenden Flächen entsprechen nicht mehr den aktuellen Flächenanforderungen des Einzelhandels. Sie sind teilweise sehr klein, nicht barrierefrei oder haben ungünstige Flächenzuschnitte.

In der Karte 2 sind einige der Leerstände im zentralen Versorgungsbereich dargestellt. Ergänzend gibt es weitere Leerstände in Lagen die künftig jedoch nicht mehr als klassische Einzelhandelslagen zu bezeichnen sind (z. B. Klosterstraße) sodass sie in diesem Zusammenhang nicht aufgenommen wurden. Die Leerstandsflächen verteilen sich über die gesamte Haupteinkaufslage (Bahnhofstraße, Breite Straße, Friedrich-Ebert-Straße, Marktplatz). Eine Konzentration von Leerständen besteht derzeit am Adolf-Kolping-Platz.

Die Leerstände sind grundsätzlich überwiegend als Entwicklungspotenzial für Einzelhandel zu klassifizieren. Um sie wieder einer Einzelhandelsnutzung zuzuführen sind z. T. jedoch erhebliche Immobilienentwicklungen erforderlich. Ein größeres Flächenpotenzial bietet in diesem Zusammenhang das Areal mit Sanierungsbedarf im Bereich Friedrich-Ebert-Straße / Neubäckergasse. Hier könnten im Rahmen einer Projektentwicklung größere attraktive Einzelhandelsflächen in der sonst überwiegend kleinteilig strukturierten Schwandorfer Innenstadt realisiert werden. Dies wird in Kap. IV ausführlicher thematisiert.

Am Schmidt-Bräu-Gelände wird derzeit eine Machbarkeitsstudie erarbeitet die aktuell eine Nutzungsmischung aus Gewerbe und Wohnen vorsieht. In diesem Zusammenhang sind auch Einzelhandelsflächen derzeit eine Option.

Karte 2: Auswahl von Leerständen im Innenstadtbereich



2. Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich

Zur ersten Einordnung der Einzelhandelsausstattung der Stadt Schwandorf ist es hilfreich, die Situation im Vergleich mit anderen Kommunen zu betrachten. Grundlage hierfür sind sog. Versorgungskennziffern, welche die Einzelhandelsausstattung der Kommunen auf die Einwohnerzahl beziehen und somit vergleichbar machen. Als Vergleichswerte dienen die Kennziffern von Kommunen vergleichbarer Größenordnung mit einer Einwohnerzahl von 20.000 – 30.000¹. Die Referenzwerte dienen dabei nicht als Zielgröße oder Richtwert, sondern dienen lediglich der quantitativen Einordnung des Einzelhandelsstandortes Schwandorf.

Der Einzelhandelsbesatz der Stadt Schwandorf lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Mit ca. 9,1 Betrieben je 1.000 Einwohner ist ein überdurchschnittlicher Betriebsbesatz (Referenzwert: 8,2) in Schwandorf vorhanden. Auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor entfallen 3,0 Betriebe (Referenzwert: 2,6) und auf den Nichtlebensmittelsektor 6,1 Betriebe (Referenzwert: 5,6).
- Auf 1.000 Einwohner bezogen liegt in Schwandorf eine Verkaufsfläche von ca. 3.140 m² vor (Referenzwert: 2.010 m²), davon ca. 630 m² im Lebensmittelbereich (Referenzwert: ca. 590 m²) und im Nichtlebensmittelbereich ca. 2.510 m² (Referenzwert: ca. 1.420 m²).

Der Vergleich mit ähnlich großen Städten zeigt, dass Schwandorf hinsichtlich der Betriebe, noch stärker jedoch in Bezug auf den Verkaufsflächenbesatz rechnerisch über eine gute Ausstattung verfügt. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich ist trotz der vollzogenen Schließung des Kauflandes sowie des Edekas (Regensburger Straße) noch immer eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vorhanden. Als sehr positiv ist die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport aufgrund der Wichtigkeit der Sortimente für die Innenstadt zu nennen. Auch in den übrigen Hauptwarengruppen verfügt der Einzelhandelsstandort Schwandorf über überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen in unterschiedlicher Höhe. Lediglich die Sortimentsgruppe Blumen, zoologischer Bedarf stellt sich durch die zwischenzeitliche Betriebsschließung des Fressnapf als unterdurchschnittlich dar. Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass verschiedene

¹ vgl. GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich, 2012“. Kategorie 20.-30.000 Einwohner.

ne Warengruppen (u. a. Tierbedarf) auch als Randsortimente anderer Anbieter vorkommen (z. B. bei SB-Warenhäusern und Baumärkten). Zu berücksichtigen ist auch, dass Fressnapf am Ahornhof eine neue Filialeröffnung plant.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die quantitative Ausstattung des Mittelzentrums Schwandorf in Anbetracht des Einwohnerpotenzials und der Nähe zu größeren Oberzentren als gut zu bezeichnen ist, wenngleich in verschiedenen Sortimentsbereichen noch weiteres Entwicklungs- und Profilierungspotenzial für den Einzelhandelsstandort Schwandorf existiert.

3. Zwischenfazit zum Einzelhandelsstandort 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
- + gute Flächenausstattung in nahezu allen Branchen, besonders bei Bekleidung, Schuhe, Sport, Möbeln (u.a. vier großflächige Anbieter) und Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf (u. a. 6 großflächige Anbieter)
- + hohe Branchenvielfalt
- + hoher Besatz mit modernen Fachmarkt- und Discountmarktkonzepten
- + gute verkehrliche Erreichbarkeit aus der Region
- + stabile Standortrahmenbedingungen bezüglich Bevölkerung, Kaufkraft, Beschäftigte
- + hohe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort
- + Sanierung der Bahnhofstraße
- + TWF-Areal als innenstadtnaher Ergänzungsstandort Einzelhandel
- + Streukundenzuflüsse durch mittelzentrale Einrichtungen (u. a. Schulen, Krankenhaus, Landratsamt) und Autobahnanschluss
- + Bauleitplanung zur Einzelhandelssteuerung.

Negative Standortfaktoren

- Einzelhandelsschwerpunkte zumeist am Stadtrand an dezentralen Standorten
- Defizite im zentralen Innenstadtbereich hinsichtlich modernem Lebensmittelangebot (TWF-Areal als Ergänzung), Elektrowaren, junger Markenmode
- Wohnortnahe Versorgung in den meisten Stadtteilen und Ortschaften defizitär (aktuell auch in der Innenstadt und den angrenzenden Bereichen)
- Sichtbare Leerstände und teilweise Investitionsrückstau in der Innenstadt (Friedrich-Ebert-Straße)
- Strukturelle Probleme der Innenstadt behindern Entwicklung (zu kleine Magnetbetriebe, kleinteilige Gebäudestrukturen, Durchgangsverkehr, eingeschränkte Beschilderung ausgehend von den Parkhäusern).

Der Einzelhandelsstandort Schwandorf profiliert sich neben der Innenstadt v. a. durch den Besatz mit großflächigen Fachmärkten in den südlichen und östlichen Gewerbegebietsstandorten. Hier sind kaum Lücken im Branchenmix zu erkennen. Die Entwicklungen an nicht-integrierten Standorten bedrohen jedoch in ihrer zusammengefassten Wirkung die Schwandorfer Innenstadt. Entwicklungsbedarf existiert in der Innenstadt insbesondere bezüglich der kleinteiligen Strukturen in den Haupteinkaufslagen, die derzeit nur durch wenige großflächige Magnetbetriebe geprägt werden. Insofern bedarf die Schwandorfer Einkaufsinnenstadt eines besonderen städtebaulichen „Schutzes“ (zentraler Versorgungsbereich, vgl. Kap. V 3.), struktureller und städtebaulicher Stabilisierungs- / Entwicklungsmaßnahmen (z.B. Friedrich-Ebert-Straße) sowie eines aktiven Standortmanagements.

Auf Basis der Leitlinien des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes 2010 wurden und werden zur Umsetzung des Konzeptes auf bauleitplanerischer Ebene bereits Bebauungsplanverfahren erfolgreich und zielführend durchgeführt. Dies umfasst u.a. die Regensburger Straße (B-Plan „Einzelhandelsverbot Regensburger Strasse“) und Teilbereiche des Standortes Ahornhof. Des weiteren wurde auch dem Ansiedlungsdruck von Spielhallen erfolgreich entgegengewirkt. Zur Verhinderung von Trading-Down-Tendenzen wurden Bebauungspläne erstellt, die weitere Spielhallenansiedlungen in Schwandorf lenken bzw. verhindern (z.B. B-Plan „Spielhallenverbot Innenstadt“).

III Aktualisierung von Bevölkerung und Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels

1. Marktgebiet und Bevölkerung

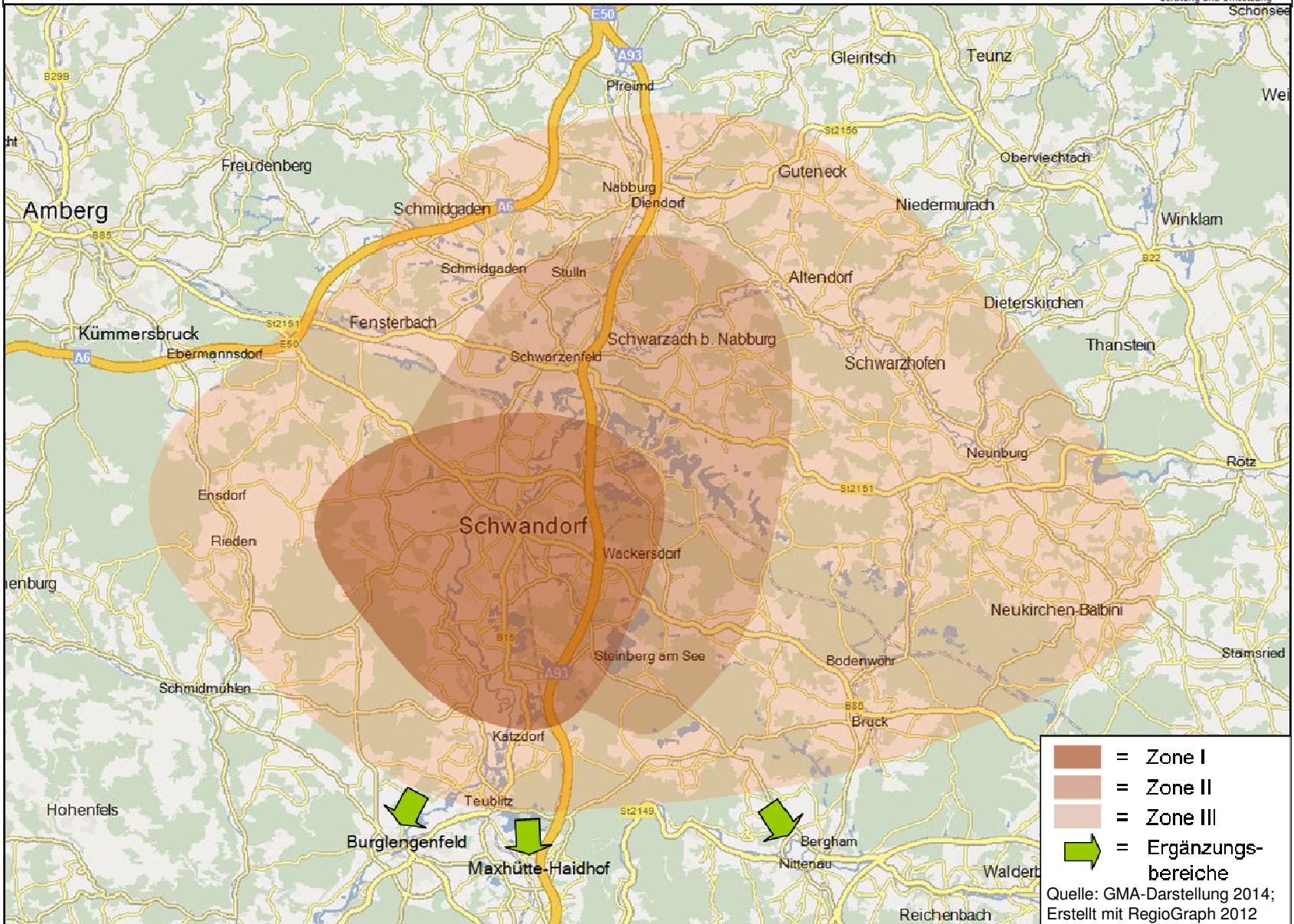
Die Abgrenzung des Marktgebietes ist die wichtigste Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohner- und Kaufkraftpotenzials des Schwandorfer Einzelhandels und zur Berechnung der Kaufkraftströme. Als Marktgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen. Das im Einzelhandelskonzept 2009 / 2010 u.a. in Abstimmung mit den Schwandorfer Einzelhändlern abgegrenzte Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels erscheint auch aktuell noch plausibel, sodass es mit den aktuellen Einwohnerzahlen und Kaufkraftkennziffern als weitere Grundlage der Einzelhandelsentwicklung gilt.

Nach Aktualisierung der Daten umfasst das Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels (inkl. Ergänzungsbereiche) derzeit insgesamt ein Einwohnerpotenzial von ca. 120.510 Personen (vgl. Tabelle 6). Weitere Kaufkraftzuflüsse zum Einzelhandelsstandort Schwandorf, z. B. von Pendlern oder Touristen, werden im weiteren Verlauf der Untersuchung in Form von sog. Streumsätzen berücksichtigt.

Tabelle 6: Bevölkerungspotenzial im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels

| Zone | Städte und Gemeinden | Einwohner |
|---|---|------------------|
| Zone I | Schwandorf | 27.994 |
| Zone II | Schwarzach b. Nabburg, Schwarzenfeld, Steinberg a. See, Stulln, Wackersdorf | 16.233 |
| Zone III | Altendorf, Bodenwöhr, Bruck i.d.Opf., Ensdorf, Fensterbach, Guteneck, Nabburg, Neukirchen-Balbini, Neunburg v.Wald, Rieden, Schmidgaden, Schwarzhofen, Teublitz | 44.491 |
| Ergänzungsbereiche | Burglengenfeld, Maxhütte-Haidhof, Nittenau | 31.790 |
| Marktgebiet gesamt | | 120.508 |
| Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Stand 30.09.2012 | | |

Karte 3: 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.

Die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) für die abgegrenzten Bedarfsgüter liegt laut GMA-Berechnungen aktuell bei ca. 5.349 € pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland.

Davon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 1.810 € p. a., auf den gesamten Nichtlebensmittelsektor ca. 3.539 € 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 (98,1).¹

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren beläuft sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet aktuell auf **insgesamt ca. 626,5 Mio. €** (vgl. Tabelle 7).

Davon betreffen

- ca. 146,9 Mio. € (ca. 23 %) die Stadt Schwandorf (Zone I)
- ca. 85,0 Mio. € (ca. 14 %) die Zone II
- ca. 228,5 Mio. € (ca. 37 %) die Zone III
- ca. 166,1 Mio. € (ca. 26 %) die Ergänzungsbereiche.

Differenziert nach Hauptwarengruppen entfallen ca. 211,9 Mio. € (ca. 34 %) auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 414,6 Mio. € (ca. 66 %) auf Nichtlebensmittel.

¹ Quelle: MB-Research Einzelhandels-Kaufkraft 2012

Tabelle 7: Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2013

| Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich | Kaufkraft in Mio. € | | | | |
|---|---------------------|-------------|--------------|--------------------|--------------------|
| | Zone I | Zone II | Zone III | Ergänzungsbereiche | Marktgebiet gesamt |
| Nahrungs- und Genussmittel | 49,7 | 28,7 | 77,3 | 56,2 | 211,9 |
| Gesundheit, Körperpflege | 17,7 | 10, | 27,6 | 20,0 | 75,5 |
| Blumen, zoolog. Bedarf | 3,2 | 1,9 | 5,0 | 3,6 | 13,7 |
| Überwieg. kurzfristiger Bedarf | 70,6 | 40,8 | 109,9 | 79,8 | 301,1 |
| Bücher, Schreib-, Spielwaren | 7,2 | 4,2 | 11,2 | 8,1 | 30,7 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 18,9 | 10,9 | 29,4 | 21,4 | 80,6 |
| Überwieg. mittelfristiger Bedarf | 26,1 | 15,1 | 40,6 | 29,5 | 111,3 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 13,6 | 7,9 | 21,1 | 15,4 | 58,0 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 14,3 | 8,3 | 22,3 | 16,2 | 61,1 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 12,5 | 7,2 | 19,4 | 14,1 | 53,2 |
| Optik / Uhren, Schmuck | 2,9 | 1,7 | 4,5 | 3,3 | 12,4 |
| Sonstige Sortimente | 6,9 | 4,0 | 10,7 | 7,8 | 29,4 |
| Überwieg. langfristiger Bedarf | 50,2 | 29,1 | 78,0 | 56,8 | 214,1 |
| Einzelhandelswaren gesamt | 146,9 | 85,0 | 228,5 | 166,1 | 626,5 |
| Quelle: GMA-Berechnungen 2013 (ca.-Werte, gerundet) | | | | | |

3. Kaufkraftentwicklung bis 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 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 2020 ca. 5.522 € pro Kopf der Wohnbevölkerung betragen.

Bei Zugrundelegung der amtlichen Prognosen zur zukünftigen Einwohnerentwicklung in den Landkreisen Schwandorf und Amberg-Sulzbach wird sich die Bevölkerungszahl im Marktgebiet leicht negativ entwickeln. Auf dieser Grundlage errechnet sich **für das Marktgebiet für das Prognosejahr 2020 ein Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 638,5 Mio. €** (vgl. Tabelle 8). Dies entspricht einem nominalen Kaufkraftzuwachs von ca. 12,0 Mio. € (ca. 1,9 %).

Tabelle 8: Prognose der einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2018

| Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich | Kaufkraft in Mio. € | | | | |
|--|----------------------------|----------------|-----------------|---------------------------|---------------------------|
| | Zone I | Zone II | Zone III | Ergänzungsbereiche | Marktgebiet gesamt |
| Nahrungs- und Genussmittel | 49,6 | 29,0 | 76,8 | 56,4 | 211,8 |
| Gesundheit, Körperpflege | 19,2 | 11,2 | 29,7 | 21,8 | 81,9 |
| Blumen, zoolog. Bedarf | 3,4 | 2,0 | 5,2 | 3,8 | 14,4 |
| Überwieg. kurzfristiger Bedarf | 72,2 | 42,2 | 111,7 | 82,0 | 308,1 |
| Bücher, Schreib-, Spielwaren | 7,3 | 4,3 | 11,3 | 8,3 | 31,2 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 19,0 | 11,1 | 29,4 | 21,6 | 81,1 |
| Überwieg. mittelfristiger Bedarf | 26,3 | 15,4 | 40,7 | 29,9 | 112,3 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 14,0 | 8,2 | 21,7 | 15,9 | 59,8 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 14,5 | 8,5 | 22,4 | 16,4 | 61,8 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 12,6 | 7,4 | 19,5 | 14,3 | 53,8 |
| Optik / Uhren, Schmuck | 3,0 | 1,7 | 4,6 | 3,4 | 12,7 |
| Sonstige Sortimente | 7,0 | 4,1 | 10,9 | 8,0 | 30,0 |
| Überwieg. langfristiger Bedarf | 51,1 | 29,9 | 79,1 | 58,0 | 218,1 |
| Einzelhandelswaren gesamt | 149,6 | 87,5 | 231,5 | 169,9 | 638,5 |

Quelle: GMA-Berechnungen 2013 (ca.-Werte, gerundet)

4. Zentralitätskennziffern

Im gesamten Einzelhandel von Schwandorf wird derzeit schätzungsweise eine jährliche Bruttoumsatzleistung von **ca. 250,4 Mio. €** erzielt. Von diesem Gesamtumsatz entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 83,2 Mio. € und auf den Nichtlebensmittel sektor ca. 167,2 Mio. €.¹

Als wichtige Orientierung für die Bedeutung eines Einzelhandelsstandortes für das nähere Umland sowie seines Entwicklungspotenzials dient die **Zentralitätskennziffer**. Zur Be rechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Umsatz und Kaufkraft. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Nettokaufkraftabfluss an.

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

| | | | | |
|------------------------|---|--|---|---------------|
| ca. 83,2 Mio. € | : | ca. 49,7 Mio. € | = | ca. 167 % |
| (Umsatz in Schwandorf) | | (Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Schwandorf) | | (Zentralität) |

Für den Bereich **Nichtlebensmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

| | | | | |
|------------------------|---|--|---|---------------|
| ca. 167,2 Mio. € | : | ca. 97,2 Mio. € | = | ca. 172 % |
| (Umsatz in Schwandorf) | | (Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Schwandorf) | | (Zentralität) |

Für den **Einzelhandel insgesamt** beträgt die Zentralitätskennziffer

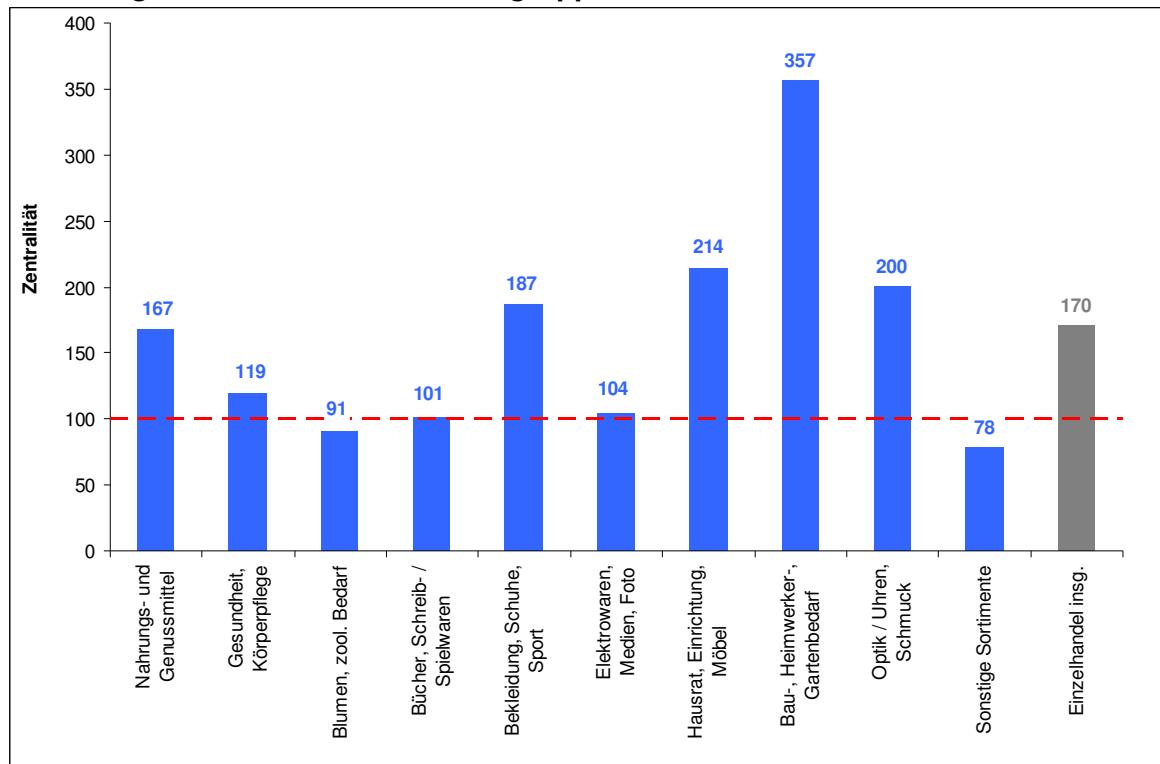
| | | | | |
|------------------------|---|--|---|---------------|
| ca. 250,4 Mio. € | : | ca. 146,9 Mio. € | = | ca. 170 % |
| (Umsatz in Schwandorf) | | (Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Schwandorf) | | (Zentralität) |

Die **Zentralität** bezogen auf den Einzelhandel insgesamt ist vor dem Hintergrund der lan desplanerischen Einstufung als Mittelzentrum gut ausgeprägt. Bei der Betrachtung der Einzelhandelszentralität nach Branchengruppen sind deutliche Unterschiede festzustellen. Große Kaufkraftzuflüsse sind insbesondere in den Warengruppen Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf, Hausrat / Einrichtung / Möbel, Optik / Uhren, Schmuck, Bekleidung / Schu

¹ Die Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Sortimenten zuge rechnet (= bereinigte Umsatzleistung).

he / Sport und Lebensmittel zu konstatieren. Kaufkraftabflüsse hingegen werden lediglich in den Warengruppen Blumen / zoologischer Bedarf, sowie bei den sonstigen Sortimenten ersichtlich (vgl. Abbildung 5). Trotz der überdurchschnittlichen Zentralitäten kann aufgrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion Schwandorfs bereits an dieser Stelle noch von einem Entwicklungspotenzial ausgegangen werden.

Abbildung 5: Zentralität nach Warengruppen



Quelle: GMA-Berechnungen 2013

5. Kaufkraftströme und Kaufkraftbindung

Bei der Berechnung der Kaufkraftbewegungen wird ermittelt, wie viel der Kaufkraft der Wohnbevölkerung durch den Schwandorfer Einzelhandel vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte fließt (Kaufkraftabfluss) und wie hoch der Umsatz des Schwandorfer Einzelhandels mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Wohnbevölkerung der Stadt Schwandorf mit dem Kaufkraftpotenzial in Schwandorf lässt sich die **Kaufkraftbindung**

bezogen auf die Wohnbevölkerung ermitteln. Für den Einzelhandel der Stadt Schwandorf insgesamt stellt sich die Berechnung wie folgt dar:

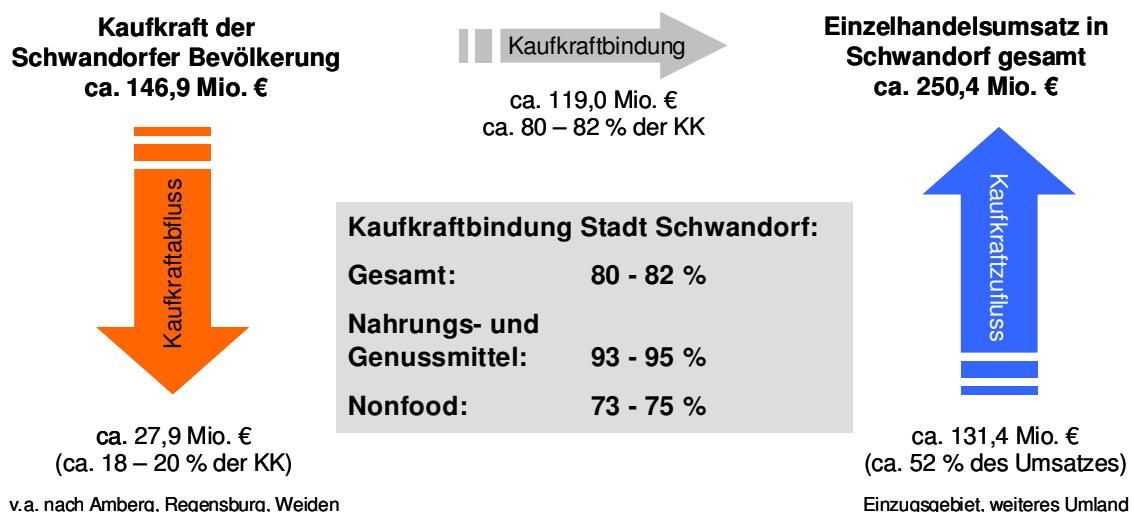
| | |
|------------------|--|
| ca. 250,4 Mio. € | Gesamtumsatz |
| - | Kaufkraftzufluss (Umsatz mit auswärtigen Kunden) |
| = | ca. 119,0 Mio. € Umsatz der Wohnbevölkerung der Stadt Schwandorf |

ca. 119,0 Mio. € Umsatz Wohnbevölkerung : ca. 146,9 Mio. € Kaufkraft Wohnbevölkerung

= ca. 80 – 82 % Kaufkraftbindung

Der Einzelhandel in der Stadt Schwandorf bindet gegenwärtig insgesamt ca. 80 – 82 % der vorhandenen Kaufkraft, d. h. ca. 18 – 20 % der Kaufkraft fließt an andere Einkaufsorte ab. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich wird aufgrund des umfangreichen Angebotes mit ca. 93 – 95 % die höchste Kaufkraftbindung erreicht. Hohe Kaufkraftbindungsquoten werden v. a. auch in den Warengruppen Bau- / Heimwerker - / Gartenbedarf und Optik / Uhren / Schmuck und Husrat / Einrichtung / Möbel erzielt. Demgegenüber sind geringere Quoten v. a. im Bereich Blumen / zoologischer Bedarf, Elektrowaren sowie bei den sonstigen Sortimenten festzustellen. Im Nonfoodbereich insgesamt liegt die Kaufkraftbindungsquote mit 73 – 75 % auf einem geringeren Niveau. Dies ist u. a. auf das Angebot im Umland (u. a. Regensburg) zurückzuführen.

Abbildung 6: Kaufkraftströme in Schwandorf



Quelle: GMA-Berechnungen 2013

IV Zukünftige Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Schwandorf

Die Analyse des gesamten Einzelhandelsbestandes, die stabile bzw. weiter wachsende Kaufkraftprognose für das Marktgebiet sowie anstehende Projektentwicklungen zeigen, dass vor dem Hintergrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion Schwandorfs auch zukünftig Entwicklungspotenziale im Einzelhandel vorhanden sind. Zunächst werden ausgewählte branchen- und betreiberspezifische Entwicklungspotenziale formuliert, bevor daran anschließend die geplanten Projektentwicklungen als projektorientierte Perspektiven aufgezeigt und Empfehlungen formuliert werden.

1. Qualitative Entwicklungsaussagen und innerstädtische Angebotsergänzungen

Wie die Planungen in Schwandorf zeigen, existieren vor dem Hintergrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Schwandorf trotz der bereits guten Verkaufsflächenausstattung noch weitere Potenziale zur Profilierung und Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Schwandorf.

Aktuell beträgt der Verkaufsflächenanteil der Schwandorfer Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche knapp 20 %. Aufgrund der begrenzten Kaufkraftpotenziale und der bereits vorhandenen Angebotssituation sollten zukünftige Ergänzungen des Einzelhandels über die aktuell diskutierten Projektentwicklungen (vgl. nächstes Kapitel) hinaus v. a. auf die Innenstadt konzentriert werden. Nur so kann eine nachhaltige Attraktivitätssteigerung der Schwandorfer Innenstadt bzw. des zentralen Versorgungsbereiches erreicht werden. Aktuell ergibt sich ein Ergänzungspotenzial des Schwandorfer Einzelhandels v. a. im Bereich Bekleidung (u. a. junge Mode) sowie im Schuhbereich und im Segment Dekoartikel / Wohnaccessoires sowie Parfümeriewaren.

Attraktive Anbieter verfügen sowohl aus Betreibersicht als auch aus Kundensicht über moderne und nachhaltige Flächenanforderungen, die derzeit in Schwandorf teilweise nicht vorhanden sind. Daher ist es unerlässlich, für eine zukunftsfähige Ausrichtung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt Rahmenbedingungen in Form von marktfähigen, attraktiven Flächenpotenzialen (auch großflächig) zu entwickeln (auch über die geplanten Entwicklungen hinaus).

Auf Basis der durchgeführten Untersuchungen werden im Folgenden die genannten sortimentsspezifischen Entwicklungspotenziale noch weiter detailliert, um konkrete Vorschläge zur Weiterentwicklung der Innenstadt aufzuzeigen (vgl. Tabelle 9). Der Schwerpunkt liegt dabei bei den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe, da diese für viele Zielgruppen als Hauptindikator der Attraktivität einer Einzelhandelsinnenstadt angesehen werden. Diese Zielgruppen-Matrix beinhaltet eine Auswahl von Betrieben, die sich in Kommunen der Größenordnung Schwandorfs grundsätzlich niederlassen. Die Erfahrung zeigt, dass hierbei nur attraktive Flächen (z. B. Lage, Barrierefreiheit) genutzt werden. Die Übersicht bietet somit einen Ansatz zur Weiterentwicklung des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes. Eine Präferierung auf einzelne Betriebe kann und soll durch die GMA nicht stattfinden. Dies ist eine typische Aufgabenstellung für ein integriertes Innenstadtmanagement in Zusammenarbeit mit Investoren / Immobilieneigentümern.

Tabelle 9: Sortimentsbezogene Zielgruppen-Matrix für die Innenstadt (Auswahl)

| Warengruppe | Konkretisierung / Betreiber | Verkaufsflächenanforderung in m ² |
|-----------------------------------|-----------------------------|--|
| Bekleidung | AWG | 700 – 900 |
| | Esprit | 150 – 250 |
| | Engbers | 80 – 120 |
| | Jeans Fritz | 200 – 400 |
| | Kenvelo | 150 – 200 |
| | Marc O’Polo | 100 – 150 |
| | Mister & Lady Jeans | 200 – 300 |
| | S’Oliver | 150 - 250 |
| | Tally Weijl | 100 – 150 |
| | Ulla Popken | 80 – 120 |
| | Vero Moda | 80 – 150 |
| Schuhe | Görtz | 150 – 250 |
| | Shoe 5 You | 150 – 250 |
| | Street Super Shoes | 150 – 250 |
| Sonstiges | Strauss Innovation | 300 – 500 |
| | Douglas | 150 – 250 |
| | Das Depot | 300 - 500 |
| Quelle: GMA-Zusammenstellung 2013 | | |

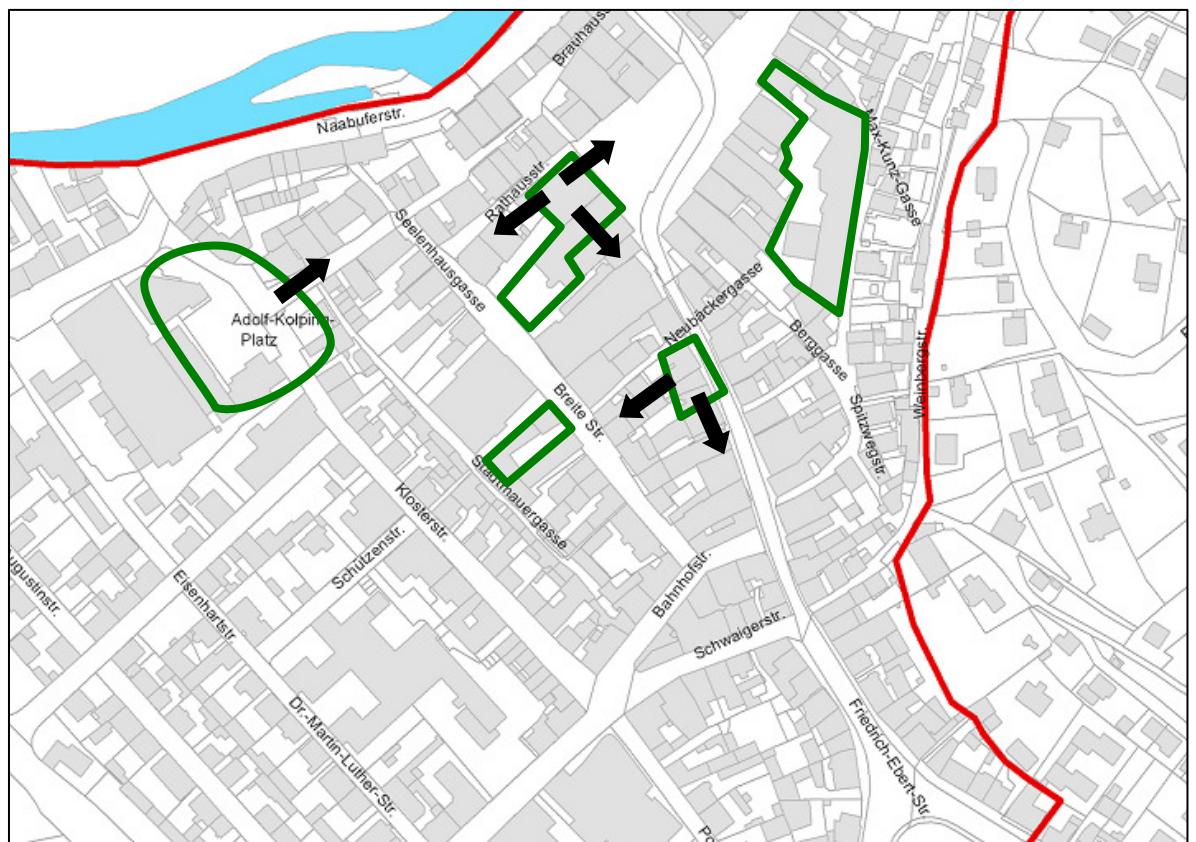
2. Projektorientierte Perspektiven

Im Folgenden werden die in den durchgeführten Expertengesprächen sowie im Perspektivgespräch (Politik, Handelsverband, IHK, Wirtschaftsforum, Verwaltung) diskutierten und befürworteten projektorientierten Perspektiven des Einzelhandelsstandortes Schwandorf dargestellt. Diese vier Beispiele gelten als bedeutende Strukturmaßnahmen, die hier beispielhaft betrachtet werden. Darüber hinaus existieren weitere, z. T. einzelbetriebliche Veränderungsüberlegungen. Die vier Projektstandorte werden kartografisch dargestellt und anschließend tabellarisch hinsichtlich des Status quo und der zu empfehlenden Perspektiven eingestuft und bewertet.

Entwicklungsflächen „Innenstadt-Quartiere“

Im zentralen Bereich der Innenstadt existiert seit einigen Jahren eine Brachfläche mit drei zur Friedrich-Ebert-Straße hin orientierten Grundstücken. Hierbei handelt es sich um Leerstände, die aufgrund ihres städtebaulichen Zustands das Schwandorfer Stadtbild bzw. die Aufenthaltsqualität negativ beeinflussen. Bereits im Einzelhandelsentwicklungskonzept 2009 / 2010 wurde dieser Bereich als Potenzialfläche zur Weiterentwicklung der Innenstadt identifiziert. Der Standort ist dafür prädestiniert, im Rahmen einer Projektentwicklung in Erdgeschosslage und ggf. dem 1. OG attraktive, marktgerechte Einzelhandelsflächen zu entwickeln und so die Innenstadt in ihrer Struktur weiter zu stärken. Durch die anstehende Rückstufung der Friedrich-Ebert-Straße in der Hierarchie als Verkehrsträger wird eine attraktive Umgestaltung der Friedrich-Ebert-Straße möglich. Von der Stadt Schwandorf wurde in diesem Zusammenhang ein Baugebot beschlossen.

In einer ergänzenden Lage ist des weiteren auf den Adolf-Kolping-Platz, der sich insbesondere durch die Parkhaus-Nähe auszeichnet, zu verweisen. Darüber hinaus sind auch die Fläche bzw. das Areal des ehemaligen Ihr Platz am Marktplatz, das Schmidt-Bräu-Gelände, eine Fläche in der Breite Straße neben dem Drogeriemarkt Müller als potentielle Entwicklungsflächen zu bezeichnen. Insgesamt bieten die Potenzialflächen bei einer entsprechenden Realisierung die Möglichkeit zur Auslösung von zusätzlichen Folgeinvestitionen im zentralen Innenstadtbereich.

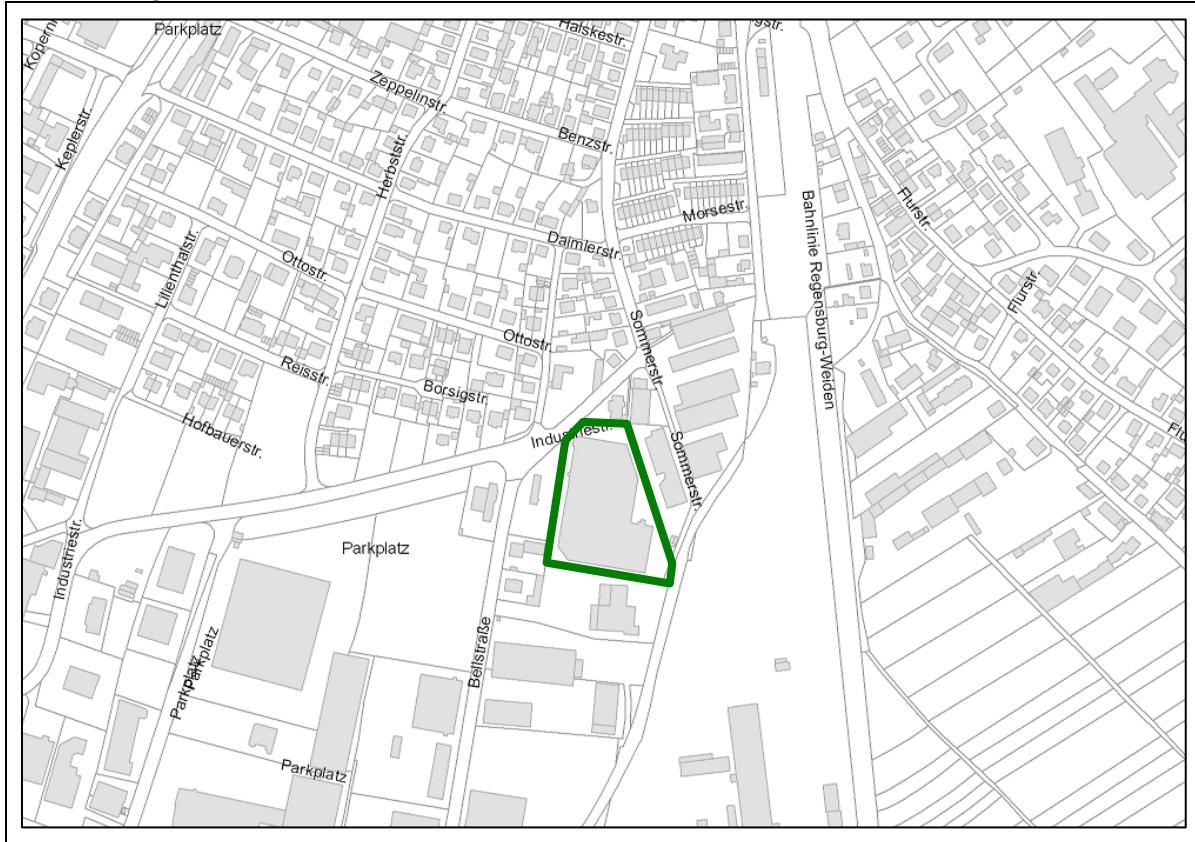
Abbildung 7: Projektorientierte Perspektive „Innenstadt-Quartiere“**Entwicklungssteckbrief**

| | |
|----------------------------------|--|
| Ziel nach Einzelhandelskonzept | Ausbau der innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen und des Funktions-Mix; Stärkung der Haupteinkaufslage |
| Bauleitplanung | B-Plan Nr. 81: Innere Friedrich-Ebert-Straße, Mischgebiet (MI) ◇ zulässig sind: Wohngebäude, Geschäfts- und Bürogebäude, Einzelhandelsbetriebe, Schank- und Speisewirtschaften sowie Betriebe des Beherbergungsgewerbes etc., nicht zulässig: Tankstellen, Spielhallen |
| Status | Z. T. Leerstand / Brache, Leerstand Obergeschosse, städtebaulicher „Missstand“ |
| Investitions- / Eigentümerwunsch | Noch nicht gemeinsam definiert, Abstimmungsgespräch notwendig |
| GMA-Umsetzungsempfehlung | 1. Eigentümergegespräch 2. Grundkonzept 3. Investorensuche / Ansprache von kompetenten Entwicklern |
| Wirkungsanalyse | Stärkung der TOP-Einzelhandelslage, attraktives Quartier mit mittelflächigem Handel und Gastronomie und innerstädtischem Wohnen, Urbanitätsstärkung (=analog Sparkassenentwicklung) |
| Quelle: | GMA-Darstellung 2013 |

Standort „Kaufland alt“

Nach der Betriebsschließung des Kaufland SB-Warenhauses an der Industriestraße stehen derzeit an diesem Standort ca. 5.000 m² Verkaufsfläche leer. Aufgrund der Standortfaktoren entspricht die Lage nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen an einen modernen großflächigen Lebensmittelvollsortimenter. Aktuell existieren Bestrebungen zur Ansiedlung eines großflächigen Bekleidungsmarktes (Modepark Röther). U. a. auf Basis des Einzelhandelskonzeptes 2009 / 2010 hat die Stadt Schwandorf das Ansiedlungsbegehr zum städtebaulichen Schutz der Innenstadt abgelehnt. Auch aus GMA-Sicht ist der Standortbereich als nicht geeignet für ein zentrenrelevantes Hauptsortiment eingestuft. Der Standort eignet sich ggf. für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel bzw. gewerbliche Ansiedlungen. Die projektorientierten Perspektiven des Standortes „Kaufland alt“ sind nachfolgend im Entwicklungssteckbrief dargestellt.

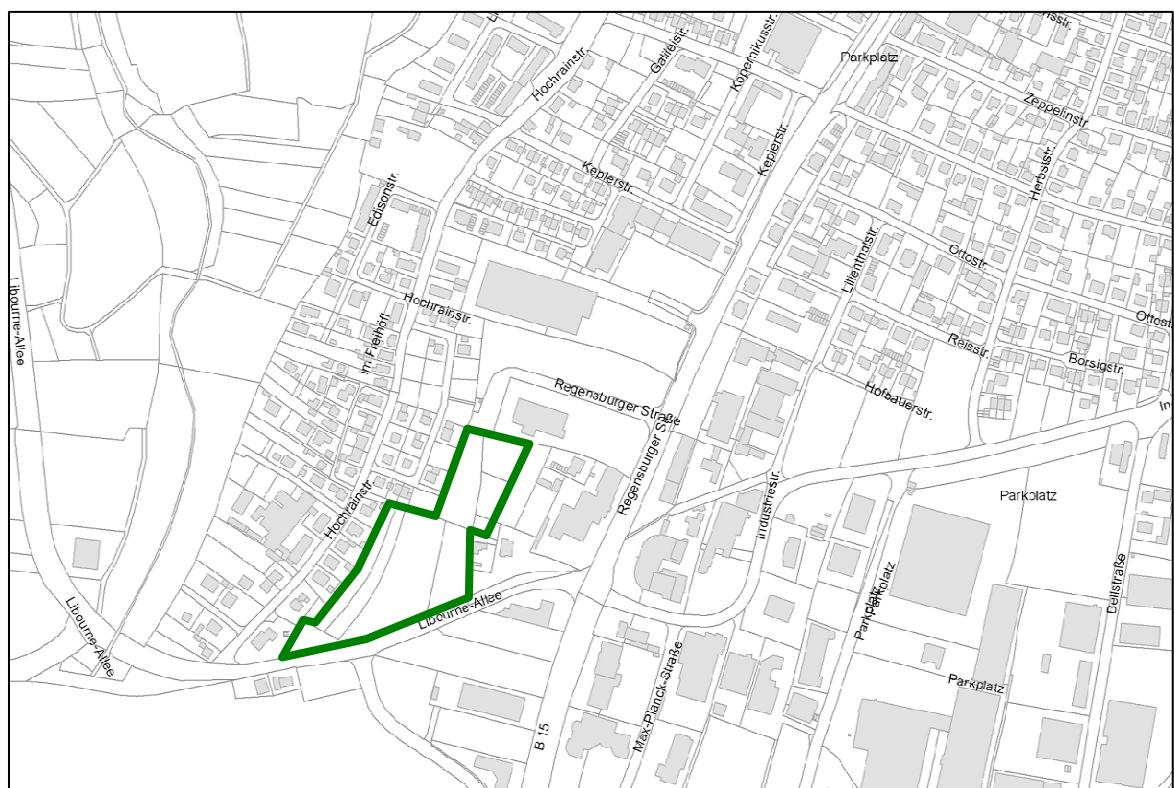
Abbildung 8: Standort „Kaufland alt“



| Entwicklungssteckbrief | |
|----------------------------------|---|
| Ziel nach Einzelhandelskonzept | Entwicklung als Lebensmittelstandort (Bestand) oder für nicht-zentrenrelevante Sortimente |
| Bauleitplanung | B-Plan Nr. 76: Kaufland-Sondergebiet SB-Warenhaus, Sondergebiet (SO) max. 5.400 m ² für SB-Warenhaus |
| Status | Leerstand |
| Investitions- / Eigentümerwunsch | Ansiedlungsoptionen für (großflächige) zentrenrelevante Sortimente |
| GMA-Umsetzungsempfehlung | Realistischerweise kommt aus Marktsicht ein Lebensmittelmarkt kaum mehr in Frage (Hinweis auf Investitionsplanung TWF-Areal sowie „Kaufland neu“); ggf. Etablierung eines großflächigen Möbelmarktes |
| Wirkungsanalyse | Keine städtebaulichen negativen Wirkungen; ggf. Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion Schwandorfs |
| Quelle: GMA-Darstellung 2013 | |

Entwicklungsfläche „Kaufland neu“

Nach der Schließung ihres Betriebsstandortes an der Industriestraße hat die Fa. Kaufland weiterhin Interesse zur Neueröffnung eines großflächigen Lebensmittelmarktes im Mittelzentrum Schwandorf. Als Standort wird derzeit ein Areal im südlichen Bereich der Regensburger Straße diskutiert. Hierbei handelt es sich um einen Bereich westlich des unmittelbar an die Regensburger Straße angrenzenden Autohauses Maschek. Dort existieren derzeit Planungen zur Ansiedlung eines Kauflandes mit ca. 3.200 m² Verkaufsfläche zzgl. einem Vorkassenbereich für Konzessionäre von ca. 430 m² VK. Um die Einzelhandelsentwicklung an diesem Standort zielgerichtet – auch i. S. einer nachhaltigen Nahversorgungsstruktur – steuern zu können, hält die GMA eine Begrenzung bzw. Einteilung der Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes im Bereich Lebensmittel, Drogeriewaren und sonstige Randsortimente sowie eine Reduzierung der Konzessionärsfläche für erforderlich. Dies sollte im Rahmen der Bauleitplanung berücksichtigt werden.

Abbildung 9: Projektorientierte Perspektive „Kaufland neu“**Entwicklungssteckbrief**

| | |
|----------------------------------|---|
| Ziel nach Einzelhandelskonzept | Standortbereich für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel |
| Bauleitplanung | Vorhabensbezogener B-Plan Nr. XI: „Verbrauchermarkt Kaufland an der Libourne-Allee“ |
| Status | Unbebaute Fläche südwestlich des Autohauses Maschek |
| Investitions- / Eigentümerwunsch | Ansiedlung Kaufland mit ca. 3.200 m ² VK zzgl. 430 m ² VK für Konzessionäre |
| GMA-Umsetzungsempfehlung | Aufteilung der Kaufland-Verkaufsfläche im B-Plan in max. - 2.500 m ² Lebensmittel, - 500 m ² Drogeriewaren und - 200 m ² sonstige Randsortimente Reduzierung der Konzessionärsfläche auf 250 m ² VK |
| Wirkungsanalyse | Geringere Umsatzerwartung als am Altstandort Industriestraße aufgrund deutlicher Verkaufsflächenreduzierung (alt ca. 5.000 m ² VK); wettbewerbliche Wirkungen auf Nachnutzung EDEKA und „Kaufland alt“ jedoch nicht auf Nahversorgungsstrukturen |

Quelle: GMA-Darstellung 2013

Entwicklungsfläche „TWF-Areal“

Am südlichen Eingangsbereich zur Schwandorfer Innenstadt befindet sich das seit vielen Jahren brachliegende und ungenutzte Areal der ehemaligen Tonwarenfabrik. Bereits im Einzelhandelsentwicklungskonzept 2009 / 2010 wurde es im Standortkonzept als innerstädtischer Ergänzungsstandort definiert und hinsichtlich möglicher Nutzungen diskutiert. Da bislang keine Umsetzung erfolgte, ist die Projektentwicklung weiterhin aktuelles Thema der Schwandorfer Stadtentwicklung. Im Rahmen der Planungen zur Projektentwicklung wurden bereits verschiedene Mietverträge unterzeichnet, so dass bereits einige Einzelhandelsnutzungen auf dem Areal feststehen. Ca. 1.800 m² Verkaufsfläche sind derzeit noch nicht mit Mietern verhandelt. Die Ansiedlung eines Elektrofachmarktes (z. B. Media Markt) erscheint trotz der Kontaktaufnahme und intensiven Bemühungen der Stadt Schwandorf mit entsprechenden Betreibern aktuell unrealistisch. Ein Elektrofachmarkt war bereits im Einzelhandelsentwicklungskonzept 2009 / 2010 als zielführender Entwicklungsbaustein zur Ergänzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt vorgesehen.

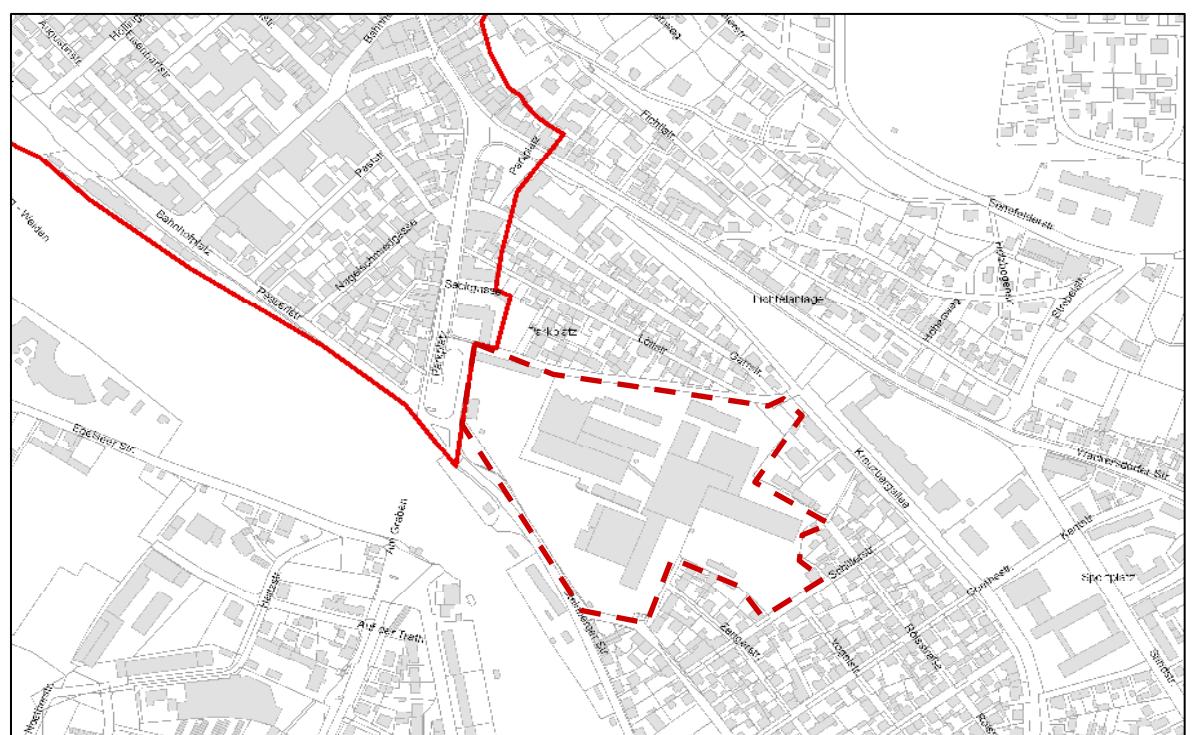
Hinsichtlich des TWF-Areals wurden als wesentliche übergeordnete Zielsetzungen die Entwicklung der jahrelangen Brache, die sowohl das Stadtbild als auch das Image Schwandorfs maßgeblich beeinträchtigt¹, und die Entwicklung eines zentrumsnahen, attraktiven und kundengerechten Nahversorgungsstandortes u. a. im Perspektivgespräch im Juli 2013 mit der Verwaltung, der Politik und den Experten diskutiert und formuliert. Um diese übergeordneten Ziele zu erreichen, ist eine Projektentwicklung dieses Areals erforderlich. Die aktuellen Planungen zur Realisierung weisen noch eine freie Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² auf. Zur Realisierung und zum nachhaltigen Betrieb des geplanten Einzelhandelsstandortes TWF-Gelände ist diese Verkaufsfläche noch mit Einzelhandel zu nutzen. Da die Ansiedlung eines Betriebes z. B. aus der Mode- oder Elektrobranche in dieser Größenordnung kaum umzusetzen ist, wurde im Rahmen des Beteiligungsprozesses zur Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes mit den beteiligten Akteuren v. a. im Perspektivgespräch im Juli 2013 eine Kompromisslösung entwickelt. Diese Kompromisslösung sieht vor, dass ausnahmsweise und zur Erreichung der städtebaulichen, versorgungsstrukturellen und stadtentwicklungspolitischen Ziele am TWF-Gelände die verbleibende unbeplante Verkaufsfläche für die Ansiedlung eines Anbieters für Wohnaccessoires, Dekoartikel und Haushaltswaren mit max. 700 m² VK, einen Bekleidungsbetrieb mit max. 450 m² VK und einen Schuhanbieter mit max. 450 m² VK genutzt werden

¹

Vgl. GMA-Wirtschaftsförderungskonzept (2012).

kann. Es wird dringend empfohlen, darüber hinaus keine weiteren Ansiedlungen bzw. Verkaufsflächen innenstadtrelevanter Sortimente zuzulassen.

Abbildung 10: Projektorientierte Perspektive „TWF-Areal“



Entwicklungssteckbrief

| | |
|--|---|
| Ziel nach Einzelhandelskonzept | Standort zur Ergänzung der innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen |
| Bauleitplanung | B-Plan Nr. 70: Tonwarenfabrikgelände, Sondergebiet Handel (SO) §11 Abs. 3 Die Sondergebiete SO 1-2 dienen überwiegend der Unterbringung von Handelsbetrieben. |
| Status | - Mietverträge mit TEDOX (ca. 3.200 m ² VK), Rewe (ca. 2.750 m ²), Lidl (ca. 990 m ²), dm (ca. 680 m ²), Takko (ca. 440 m ²), Apotheke (ca. 110 m ²), Bäcker (ca. 10 m ²) - frei: ca. 1.800 m ² VK |
| Investitions- / Eigentümerwunsch | Ansiedlungsoptionen für die zentrenrelevanten Sortimente Schuhe / Bekleidung |
| Kompromissemmpfehlung (<u>Diskussionsergebnis</u>) | max. 450 qm VK Bekleidung/Textil (ohne weitere Randsortimente), max. 450 qm VK Schuhe (ohne weitere Randsortimente), max. 700 qm VK Dekoartikel / Haushaltswaren. |
| Wirkungsanalyse | Strukturelle Ergänzung des Handelsstandortes Schwandorf durch Betriebe mit Frequenzwirkung |
| Quelle: | GMA-Darstellung 2013 |

V Fortschreibung Einzelhandelsentwicklungskonzept Schwandorf

1. Städtebauliche Ziele des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes

Die im ISEK im Rahmen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes 2009 / 2010 formulierten und vom Stadtrat beschlossenen übergeordneten städtebaulichen Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung stellen auch zukünftig die wesentliche Zielsetzung dar. Die drei Ziele werden daher im Rahmen der Aktualisierung nicht modifiziert und lauten somit weiterhin:

- 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 aktualisierten Einzelhandelsentwicklungskonzeptes im Stadtrat erforderlich (Selbstbindungsbeschluss). Dieses aktualisierte 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 nächste 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).

Die Veränderungen am Einzelhandelsstandort Schwandorf, die Veränderung übergeordneter Rahmenbedingungen (v. a. LEP 2013) sowie aktuell diskutierte Projektentwicklungen bzw. Investitionsplanungen machen eine Überprüfung und Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes erforderlich, so dass im Folgenden sowohl das Sortiments- als auch das Standortkonzept überprüft und angepasst wird, sofern dies erforderlich ist.

2. Sortimentskonzept

Aufgabe des **sortimentsbezogenen Leitbildes** ist es, diejenigen Einzelhandelsbranchen festzulegen, welche für die Nutzungsvielfalt und Attraktivität zentraler Einkaufslagen (v. a. Innenstadt) verantwortlich sind. Das Schwandorfer Sortimentskonzept von 2010 bedarf einer Aktualisierung, da es in einigen Bereichen nicht mehr mit der aktuellen Rechtsprechung vereinbar ist. Im Folgenden wird eine transparente Aktualisierung des Schwandorfer Sortimentskonzeptes durchgeführt.

2.1 Einstufung der einzelnen Sortimente

Grundlage der Einordnung der einzelnen Sortimente bilden die ermittelten Bestandsstrukturen in Schwandorf und seinen gewachsenen Einkaufslagen, die realistischen Ansiedlungschancen in der zentralen Lage und dem aus städtebaulichen Gründen erwünschten Sortimentsspektrum in der Innenstadt. Im Sortimentskonzept 2010 wurde dazu differenziert zwischen innenstadtrelevanten Sortimenten, innenstadtrelevanten Sortimenten mit Abwägungsspielraum, nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Die innenstadtrelevanten Sortimente mit Abwägungsspielraum entsprechen nicht mehr der heutigen Rechtsprechung, so dass das Sortimentskonzept diesbezüglich aktualisiert werden muss. Eine entsprechende Aufteilung der vormaligen Sortimente dieser Kategorie erfolgt in den folgenden Kapiteln. Im Rahmen der Aktualisierung des Sortimentskonzeptes wird zukünftig nur noch in innenstadtrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht innenstadtrelevante Sortimente differenziert.

Innenstadtrelevante Sortimente tragen maßgeblich zu einem aus städtebaulicher Sicht wünschenswerten Einkaufserlebnis bei. Sie kennzeichnet eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, ein begrenzter Flächenbedarf in der Präsentation sowie eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit. Als innenstadtrelevant sind grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu nennenswerten Umsatzumlenkungen zu Lasten zentraler Lagen führen kann, woraus Verdrängungseffekte und Funktionsverluste der zentralen Lage resultieren. Die Einstufung eines Sortimentes als innenstadtrelevant setzt nicht zwingend voraus, dass dieses zum Zeitpunkt der Bewertung im zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. So können auch Sortimente als innenstadtrelevant eingestuft werden, die zwar derzeit nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt angeboten werden, deren Etablierung in der Innenstadt aber einen wesentlichen Beitrag zu ihrer Gesamtattraktivität leisten würde.

Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Wohnbevölkerung dienen (v. a. Lebensmittel, Apothekerwaren, Zeitungen / Zeitschriften). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. In Folge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten befinden. Daher werden diese Sortimente als **nahversorgungsrelevante Sortimente** bezeichnet.

Nicht innenstadtrelevante Sortimente sind dagegen nicht oder nur in geringem Umfang in Innenstädten vertreten. Zudem würden sie nur geringe Synergieeffekte und Frequenzwirkungen für das innerstädtische Angebotsspektrum hervorrufen. Es handelt sich dabei vorwiegend um voluminöse, schwere oder sperrige Güter, die ganz überwiegend von Pkw-Kunden nachgefragt werden. Dies bedingt einen großen ebenerdigen Flächenbedarf, einen hohen Anspruch an die Verkehrsgunst und ein möglichst niedriges Mietkostenniveau des Standortes. Derartige Angebotskonzepte können daher in zentralen Lagen meist gar nicht errichtet werden. Eine Ansiedlung solcher Anbieter außerhalb zentraler Lagen ist häufig nicht nur betriebswirtschaftlich sinnvoll sondern auch aus städtebaulichen Gründen wünschenswert. Allerdings ist dabei auf den Umfang und Struktur von innenstadtrelevanten Randsortimenten zu achten, damit Schädigungen der zentralen Lagen ausgeschlossen werden können. Innenstadtrelevante Randsortimente sind daher auf ein notwendiges Maß zur Abrundung des nicht zentrenrelevanten Hauptsortiments zu beschränken.

Zur weiteren differenzierten Bewertung der Einzelsortimente werden folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Innenstadtrelevanz zugrunde gelegt.

Tabelle 10: Kriterien der Innenstadtrelevanz

| Kriterium | Prüfmaßstäbe |
|--|---|
| 1. Warenbeschaffung / Transport | Sperrigkeit, Abtransport |
| 2. Flächenbedarf | Warenbeschaffung, Verkaufsflächenbedarf |
| 3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in der Innenstadt | Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache |
| 4. Magnetfunktion | Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden |
| 5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten | Kopplungseffekte zwischen Sortimenten |
| 6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz | städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt |
| Quelle: GMA-Darstellung 2014 | |

- Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dies schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächenausstattung unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtinnenstadtrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Innenstadtrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher innenstadtrelevante Eigenschaften auf.
- Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Retail Stores“, vgl. Markenportfolioanalyse) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei, indem diese gezielt Kunden anziehen. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Innenstadtrelevanz hindeutet.
- Als fünftes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- Als sechstes Bewertungskriterium sind die **städtbaulichen Zielsetzungen** der Stadt Schwandorf bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen in Bezug auf die Schwandorfer Innenstadt näher zu bewerten.

2.2 Begründungen zur Sortimentsliste

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und den innenstadt-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht innenstadtrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Tabelle 11: Begründung des Sortimentskonzepts

| Sortiment | Status-quo Situation | | Bewertungskriterien | | | | | Bewertung |
|---|---|----------------------------------|---------------------|--|----------------|---|----------------------------|-----------|
| | Derzeitiger Verkaufsflächenanteil der Innenstadt in % | Warenbeschafffenheit / Transport | Flächenbedarf | Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt | Magnetfunktion | Synergieeffekte zu typischen Innenstadt-Sortimenten | Städtebauliche Zielsetzung | |
| Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken | 50 - 60 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Baby- und Kinderartikel, Spielwaren | 40 – 50 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse, Uhren, Schmuck | 80 – 90 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Bücher | 70 - 80 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Büromaschinen, Organisationsmittel, Personalcomputer | 40 – 50 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| orthopädische und medizinische Produkte | 80 – 90 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Nähmaschinen | 40 – 50 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Foto, Fotozubehör | 50 – 60 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Silberwaren, Devotionalien | 30 – 40 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Schuhe, Leder- u. Kürschnерwaren, Galanteriewaren | 50 - 60 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |

● = i. d. R. innenstadtrelevante Eigenschaft
 ○ = i. d. R. nahversorgungsrelevante Eigenschaft
 ○ = i. d. R. nicht innenstadtrelevante Eigenschaft

Quelle: GMA-Bewertung 2014 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Schwandorf

| Status-quo Situation | | Bewertungskriterien | | | | | | | Bewertung |
|--|---|------------------------------|---------------|--|----------------|--|----------------------------|----------------|-----------|
| Sortiment | Derzeitiger Verkaufsflächenanteil der Innenstadt in % | Warenbeschaffung / Transport | Flächenbedarf | Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt | Magnetfunktion | Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten | Städtebauliche Zielseitung | Zuordnung 2014 | |
| Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung | 70 - 80 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | |
| Musikinstrumente, Musikalien | 100 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | |
| Haus- und Heimtextilien (ohne Teppiche und Bodenbeläge), Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf | 20 - 30 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | |
| Sport-, Campingartikel | 80 - 90 | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | |
| Jagd- und Angelbedarf, Waffen | 0 | ● | ● | ● | ○ | ○ | ● | ● | |
| Lebensmittel inkl. Getränke, Reformwaren | 10 - 20 | ●/○ | ●/○ | ● | ● | ● | ●/○ | ●/○ | |
| Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetik | 30 - 40 | ● | ● | ● | ● | ● | ●/○ | ●/○ | |
| Wasch- und Putzmittel | 30 - 40 | ● | ● | ● | ● | ● | ●/○ | ●/○ | |
| Arzneimittel | 70 - 80 | ● | ● | ● | ● | ● | ●/○ | ●/○ | |
| Blumen | 70 - 80 | ● | ● | ● | ● | ● | ●/○ | ●/○ | |
| Papier- und Schreibwaren, Büro- und Schulbedarf, Bastelartikel, Lottoannahme, Zeitungen, Zeitschriften | 60 - 70 | ● | ● | ● | ● | ● | ●/○ | ●/○ | |
| Auto-/Kraftfahrzeugzubehör, -teile, -reifen | 0 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | |

● = i. d. R. innenstadtrelevante Eigenschaft
 ○ = i. d. R. nahversorgungsrelevante Eigenschaft
 ○ = i. d. R. nicht innenstadtrelevante Eigenschaft

Quelle: GMA-Bewertung 2014 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Schwandorf

| Status-quo Situation | | Bewertungskriterien | | | | | | Bewertung |
|--|---|----------------------------------|---------------|--|----------------|--|----------------------------|----------------|
| Sortiment | Derzeitiger Verkaufsflächenanteil der Innenstadt in % | Warenbeschafffenheit / Transport | Flächenbedarf | Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt | Magnetfunktion | Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten | Städtebauliche Zielsetzung | Zuordnung 2014 |
| Bau-, Heimwerkerbedarf, Teppiche, Bodenbeläge | < 1 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen | 0 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| Brennstoffe, Holz- und Holzmaterialien, Kohle, Mineralölprodukte | 0 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| Möbel, Küchen (inkl. Büroeinrichtung, Büromöbel), Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse | 0 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| Sportgroßgeräte (u.a. Fahrräder / Surfboards / Autotransportwaren), Boote und Zubehör | < 1 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| Zooartikel, Tiere, Tiernahrungs- und pflegemittel | 0 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| Elektrogroßgeräte (v. a. weiße Ware) | 0 - 10 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| ● = i. d. R. innenstadtrelevante Eigenschaft ○ = i. d. R. nahversorgungsrelevante Eigenschaft ○ = i. d. R. nicht innenstadtrelevante Eigenschaft | | | | | | | | |
| Quelle: GMA-Bewertung 2014 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Schwandorf | | | | | | | | |

2.3 Aktualisiertes Sortimentskonzept für Schwandorf 2014

Auf Basis der im vorstehenden Kapitel bewerteten Kriterien und städtebaulichen Zielsetzungen wurde das Schwandorfer Sortimentskonzept aktualisiert. Als wesentliche Veränderung gegenüber dem Sortimentskonzept aus dem Jahr 2010 ist die Streichung der Sortimentsgruppe „innenstadtrelevante Sortimente mit Abwägungsspielraum“ zu nennen. Die ehemaligen Sortimente dieser Sortimentsgruppe

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

wurden in der Aktualisierung des Sortimentskonzeptes den **nicht innenstadtrelevanten** Sortimenten zugeordnet. Das ehemals innenstadtrelevante Sortiment mit Abwägungsspielraum „Unterhaltungselektronik“ (braune Ware) wurde demgegenüber aktuell den innenstadtrelevanten Sortimenten zugeordnet. Als Konsequenz dieser Zuordnung der Unterhaltungselektronik wurde im Rahmen des Beteiligungsprozesses zur Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes festgestellt, dass z. B. eine Elektrofachmarktanansiedlung in Gewerbegebietslage künftig nicht zulässig ist. Darüber hinaus wurden orthopädische und medizinische Produkte den innenstadtrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Die nachfolgende Übersicht stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in innenstadt-, nahversorgungs- und nicht innenstadtrelevante Sortimente dar. Die Sortimentsliste sollte als Basis für die künftigen Festsetzungen in den Bebauungsplänen dienen (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: GMA-Vorschlag zum aktualisierten Sortimentskonzept der Stadt Schwandorf 2014

| Innenstadtrelevante Sortimente | nahversorgungsrelevante Sortimente | Nicht 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 ▪ orthopädische und medizinische Produkte ▪ Uhren, Schmuck ▪ Bücher, Briefmarken ▪ Musikinstrumente, Musikalien ▪ Waffen, Jagd- und Angelbedarf ▪ Unterhaltungselektronik (braune Ware) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Naturkost ▪ Drogerie- und Parfümeriewaren, Kosmetika, Wasch- und Putzmittel ▪ Arzneimittel ▪ Blumen ▪ Papier- und Schreibwaren, Büro- und Schulbedarf, Bastelartikel, Lottoaannahme, Zeitschriften, Zeitungen | <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, Kfz-Zubehör, Fahrzeugteile, Reifen ▪ Boote und Zubehör ▪ Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse, Holz- u. Holzmaterialien, Kohle ▪ Zooartikel, Tiere, Tiernahrung, -pflegemittel ▪ Elektrogroßgeräte für den Hausbedarf (weiße Ware) ▪ Leuchten ▪ Fahrräder / Sportgroßgeräte |

Quelle: GMA-Empfehlungen vor dem Hintergrund der Erhebungen und Standortanalyse Schwandorf 2013

2.4 Umsetzung des Sortimentkonzepts

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (innenstadtrelevant bzw. nahversorgungsrelevant – nicht innenstadtrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden. Die kommunale Bauleitplanung kann hier insbesondere positive Festsetzungen treffen. Dabei werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen

Somit bietet das aktualisierte Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Schwandorf auch zukünftig gesteuert werden kann.

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes differenziert zwischen den unterschiedlichen Lagekategorien wie zentrale Lagen bzw. dezentrale Lagen. Eine Änderung des Standortkonzeptes ist in Schwandorf weder erforderlich noch sinnvoll. Dies hat sowohl die GMA-Analyse im Rahmen der Fortschreibung sowie der Beteiligungsprozess zur Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes ergeben.

Demnach existieren in Schwandorf weiterhin in unveränderter Abgrenzung folgende Lagekategorien:

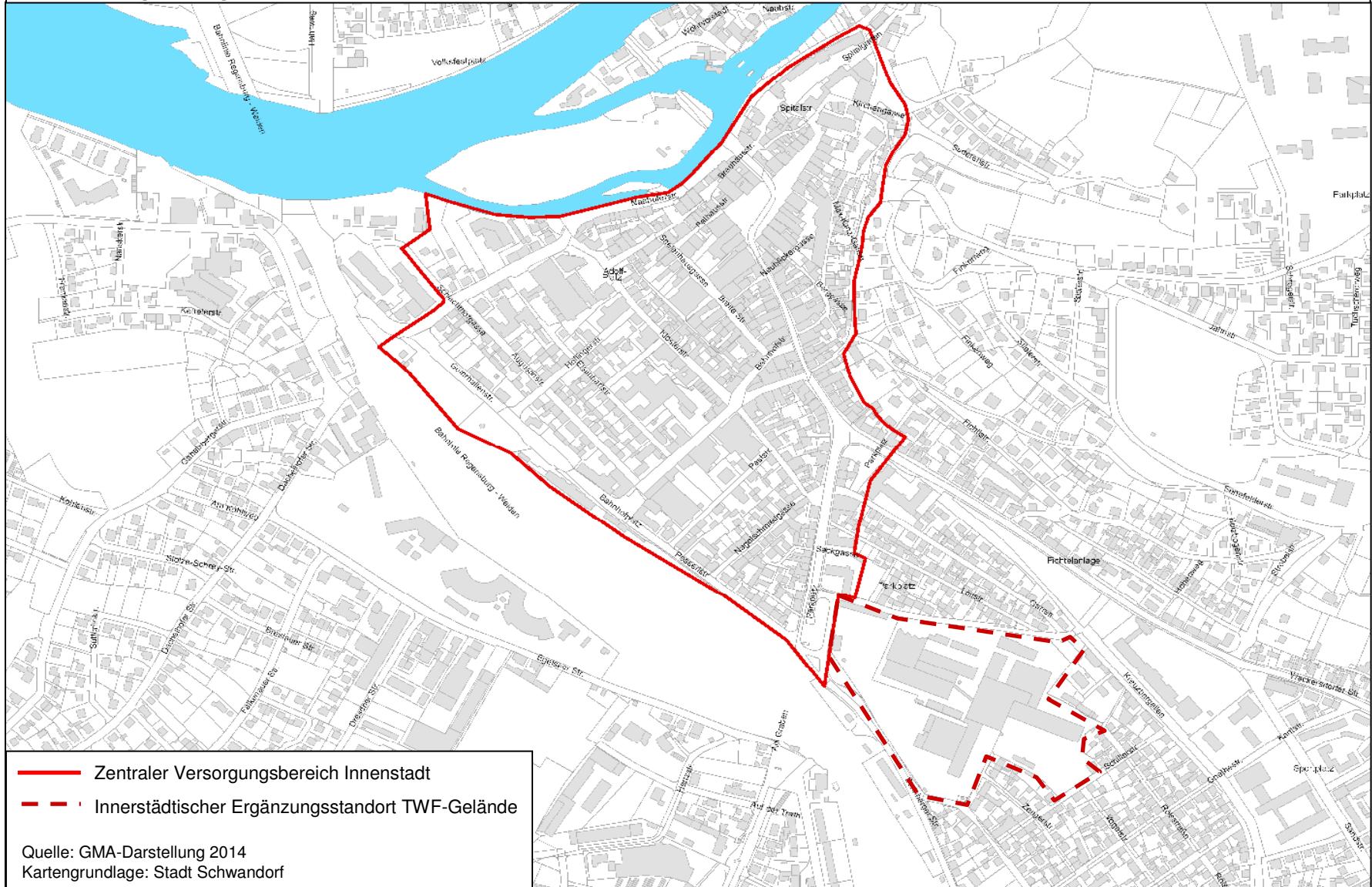
- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- innerstädtischer Ergänzungsstandort TWF-Gelände
- Nahversorgungslagen
- dezentrale Standorte bzw. Standortbereiche für den nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel.

Der zentrale Versorgungsbereich ist demnach weiterhin der vorrangige Standort zur Ansiedlung innenstadtrelevanter Sortimente. 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). 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. Hierbei muss allerdings auf eine derzeit eingeschränkte Flächenverfügbarkeit innerhalb der Innenstadt hingewiesen werden. Die Schaffung marktgerechter Einzelhandelsflächen ist in diesem Zusammenhang ein wesentlicher Baustein bei der Weiterentwicklung der Schwandorfer Innenstadt.

Insgesamt ist festzuhalten, dass das TWF-Gelände auch zukünftig nicht zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zählt, sondern als innerstädtischer Ergänzungsstandort eine Sonderfunktion übernehmen soll. Die Innenstadt ist somit als zentraler Versorgungsbereich weiterhin der einzige schutzwürdige Bereich i. S. des BauGB. Dieser Bereich ist in seiner Struktur zu sichern und strukturell weiterzuentwickeln. Am TWF-Gelände wird weiterhin das Ziel verfolgt, die derzeitige Brachfläche nach jahrelanger Beeinträchtigung des Stadtbildes und des Schwandorfer Images als Einzelhandelsstandort endlich zu einem modernen und kundengerechten Nahversorgungsstandort zu entwickeln. Um das Ziel der Realisierung eines attraktiven, kundengerechten Nahversorgungsstandortes in unmittelbarer Innenstadtnähe zu erreichen, sind im Rahmen der Projektentwicklung weitere Einzelhandelsnutzungen anzusiedeln (vgl. projektorientierte Perspektive „TWF-Areal“).

Karte 4: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt zzgl. innerstädtischer Ergänzungsstandort TWF-Gelände



Die Nahversorgungslagen verfügen auch zukünftig über die Zielsetzung einer möglichst wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs. Insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels gewinnt diese übergeordnete Zielsetzung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes an Bedeutung. Daher sind auch zukünftig neue Nahversorgungsstandorte zulässig, sofern sie die vorhandene Nahversorgungsstruktur nicht beeinträchtigen sondern maßgeblich verbessern.

Die dezentralen Standortbereiche tragen ebenfalls in wesentlichem Maße zur Gesamtattraktivität des Einzelhandelsstandortes Schwandorf bei. Dabei handelt es sich v. a. um die Standortbereiche Gewerbegebiete Süd (v. a. Regensburger Straße) sowie die Gewerbegebiete „Am Ahornhof“ und „Am Brunnfeld“. Umfangreiche neue dezentrale Einzelhandelsstandorte sollten darüber hinaus nicht entwickelt werden.

Der Karte 4 ist die weiterhin gültige und unveränderte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zzgl. dem innerstädtischen Ergänzungsstandort TWF-Gelände zu entnehmen.

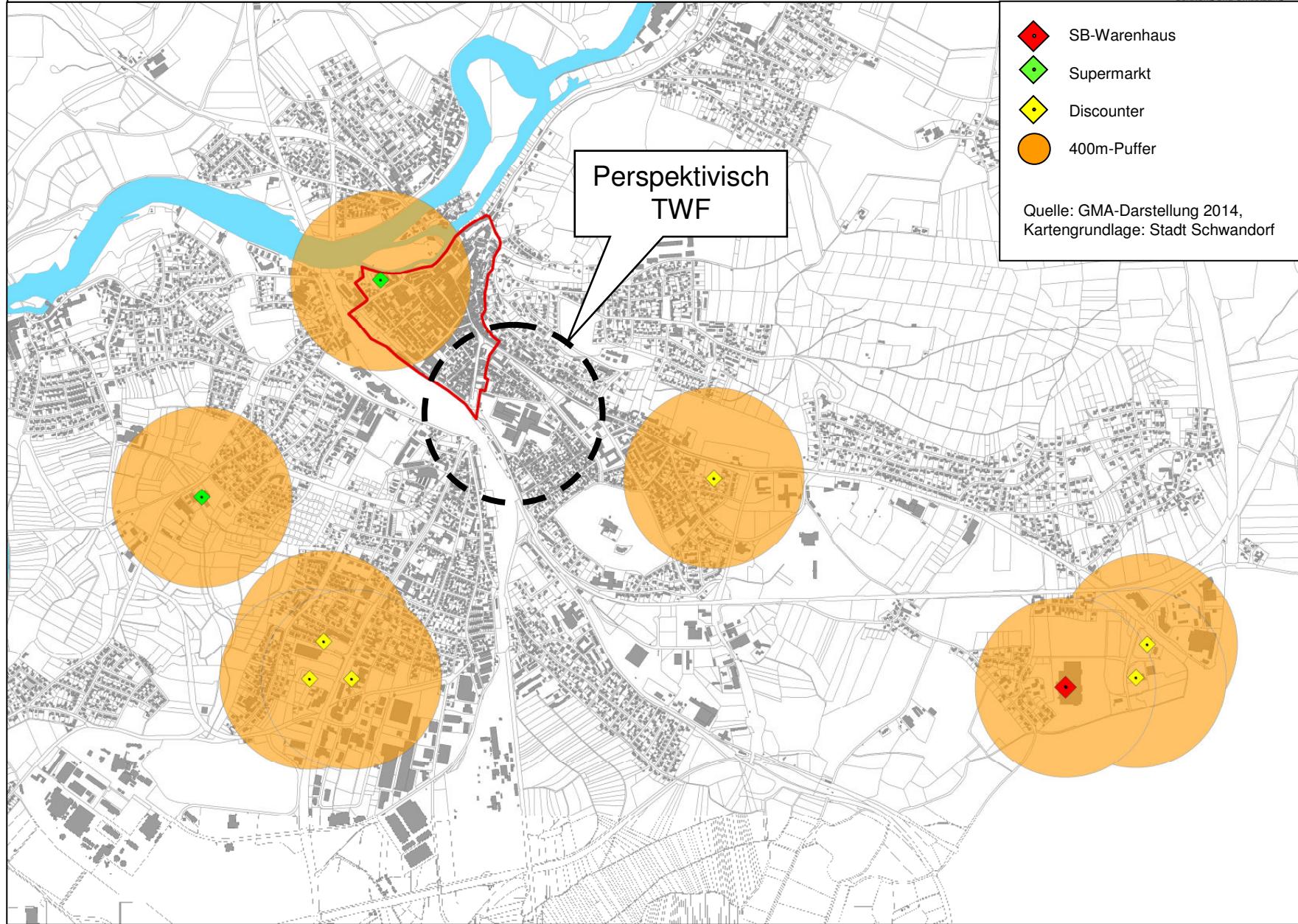
4. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben zu empfehlen.¹ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss innenstadtrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. von § 11 Abs. 3 Bau-NVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

¹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Karte 5: Fußläufige Einzugsbereiche von Lebensmittelmärkten über 600 m² VK (Radius 400m)



Aufgrund der Aktualisierung des Sortimentskonzeptes ergeben sich in Schwandorf neue Aspekte bei der Zusammenführung von Standort- und Sortimentskonzept bzw. bei der Zulässigkeit der Sortimente in den unterschiedlichen Lagen. Im Folgenden werden daher auf Grundlage des Sortiments- und des Standortkonzeptes in Schwandorf branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung zusammenfassend definiert (vgl. Abbildung 12):

- Innenstadtrelevante Sortimente sind als Hauptsortiment von Betrieben nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zulässig
- Nahversorgungsrelevante Sortimente sind an integrierten Standorten (Nahversorgungslagen mit fußläufiger Wohngebietsanbindung) zulässig, sofern eine Stärkung der Nahversorgung festzustellen ist und keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadt und die Nahversorgungsstruktur anzunehmen sind. Des Weiteren sind sie im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und z. T. am innerstädtischen Ergänzungsstandort TWF-Gelände zulässig. Die fußläufige Nahversorgungsfunktion der vorhandenen Standorte ist in Karte 5 dargestellt.
- Nicht innenstadtrelevante Sortimente sind in der Innenstadt, am Ergänzungsstandort TWF-Gelände, in Streu- und Nebenlagen sowie 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.

Exkurs: Innerstädtischer Ergänzungsstandort TWF-Gelände

Bezüglich der jahrelangen unmittelbar an der Innenstadt gelegenen Brachfläche TWF-Gelände verfolgt die Stadt Schwandorf das städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Ziel einer Bebauung und Aufwertung des am südlichen Innenstadteingang gelegenen Areals. Versorgungsstrukturell verfolgt die Stadt das Ziel zur Etablierung eines innenstadtnahen, modernen und kundengerechten Nahversorgungsstandortes. Da im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt selbst entsprechende Flächen nicht zur Verfügung stehen, ist das unmittelbar angrenzende TWF-Gelände gut als Standort für ein modernes Nahversorgungszentrum geeignet.

Um dieses städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklungsziel zu erreichen, sind im Rahmen der Projektentwicklung zusätzliche Einzelhandelsflächen erforderlich, um das Projekt umsetzen zu können. Neben den geplanten Nutzern, mit denen bereits Mietverträge abgeschlossen wurden (v. a. tedox, REWE, Lidl, dm, Takko, Apotheke) gab es das Bestreben und die intensiven Versuche zur Ansiedlung eines Elektrofachmarktes. Aktuell ist eine solche Ansiedlung jedoch als kaum realistisch zu bezeichnen. Um eine Projektentwicklung für das übergeordnete städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ziel dennoch zu ermöglichen, wurde im Rahmen des Beteiligungsprozesses mit Vertretern der Stadtratsfraktionen, des Handelsverbandes und der IHK, Mitgliedern des Wirtschaftsforums sowie dem Oberbürgermeister und Mitgliedern der Stadtverwaltung ein sortimentspezifischer Kompromiss (bzgl. ausgewählter innenstadtrelevanter Sortimente) erarbeitet. Um die Entwicklung der Brache als Nahversorgungsstandort zu realisieren, ist eine Lösung für die ergänzenden Nutzungen erarbeitet worden, die vorsieht, maximal 450 m² VK Bekleidung / Textil (ohne weitere Randsortimente), maximal 450 m² VK Schuhe (ohne weitere Randsortimente) und maximal 700 m² VK Dekoartikel / Haushaltswaren am TWF-Areal zuzulassen. Je Sortiment ist dabei nur ein Betrieb zuzulassen.

Diese Kompromisslösung zur Zulässigkeit ausgewählter innenstadtrelevanter Sortimente am TWF-Areal ist ein projektspezifischer Ansatz, der sich nur aus dem übergeordneten Stadtentwicklungsziel, der Entwicklung der Brachfläche TWF-Areal als Nahversorgungsstandort, ergibt. Ohne diesen sortimentsbezogenen Kompromiss erscheint eine Projektentwicklung am TWF-Areal kaum realistisch. Unter den oben genannten Rahmenbedingungen handelt es sich um eine frequenzbringende und innenstadtverträgliche Ergänzung des zentralen Versorgungsbereichs.

Das folgende Prüfraster fasst die Grundsatzempfehlungen zusammen und kann durch die Stadtverwaltung angewendet werden. Bei kritischen und strittigen Fällen ist ergänzend eine gutachterliche Bewertung zu empfehlen.

Abbildung 12: Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung Schwandorf

| Ansiedlung mit ... | Innenstadt | TWF-Areal | Nahversorgungslagen | Dezentrale Standorte |
|---|------------|-----------|---------------------|----------------------|
| nahversorgungsrelevantem Kernsortiment | ✓ | ✓ | o | ✗ |
| innenstadtrelevantem Kernsortiment | ✓ | ✗ / o* | ✗ | ✗ |
| nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Schutzfunktion als zentraler Versorgungsbereich gemäß BauGB | ja | nein | nein | nein |
| ✓ Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht zu empfehlen o Einzelfallprüfung erforderlich ✗ Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht nicht zu empfehlen * siehe im Exkurs definierte Ausnahmen GMA-Empfehlungen 2014 | | | | |

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes

Die Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wurde in Abstimmung mit der Stadt Schwandorf und weiteren wesentlichen Akteuren der Stadtentwicklung (Politik, Handelsverband, IHK, Gewerbetreibende, Wirtschaftsforum) erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- **Beschluss der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes**
Beschluss der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes durch den Stadtrat der Stadt Schwandorf als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
 - Städtebauliche Ziele der Stadt Schwandorf für die Einzelhandelsentwicklung

- aktualisiertes Sortimentskonzept
- Standortkonzept bzw. Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt
- Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes entgegensteht. Nach dem Stadtratsbeschluss gilt das Konzept als informelles städtebauliches Entwicklungskonzept, das als sachliche Grundlage für die Bauleitplanung herangezogen werden kann. Es stellt nicht per se die Begründung für die Bebauungspläne dar.¹

- **Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen**

Das Konzept sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Immobilieneigentümer, Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Entwicklungspotenziale im Schwandorfer Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit bezüglich einer Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von innenstadtrelevantem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt eine Entwicklung innerhalb der Innenstadt aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist als aktuelle Grundlagenuntersuchung der Einzelhandelsentwicklung in Schwandorf zu verstehen und dient auch als Basis zur Entwicklung eines aktiven Flächenmanagements und einer nachhaltigen Innenstadtentwicklung. Insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung ist es kein „Konzept für die Ewigkeit“. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (ca. 5 - 6 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

¹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

VI. Handlungsfelder und Impulsprojekte zur Innenstadtentwicklung

Neben der bauleitplanerischen Steuerung des Einzelhandels mit Hilfe eines Sortiments- und Standortkonzeptes sind darüber hinaus auch qualitative Managementmaßnahmen zur Aufwertung der Schwandorfer Einkaufsinnenstadt zu empfehlen. Sowohl die Einzelgespräche mit den Experten vor Ort als auch der Perspektivworkshop haben diesbezüglich einen Handlungsbedarf deutlich gemacht. Aufgrund der diesbezüglichen Empfehlungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes 2009 / 2010 wurden die damaligen Empfehlungen in das aktuelle Maßnahmenprogramm z. T. integriert bzw. entsprechend weiterentwickelt oder neu formuliert. Den folgenden Abbildungen sind Handlungsfelder sowie beispielhafte Einzelmaßnahmen bzw. Handlungsstrategien zu entnehmen.

Abbildung 13: Handlungsfelder der Innenstadtentwicklung

| Innenstadtmanagement 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 • Koordinierung privater und öffentlicher Investitionsmaßnahmen • 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"> • Beschilderung der Innenstadt ausgehend von den Parkhäusern • Anbindung des TWF-Geländes an die Innenstadt • Erreichbarkeitsmarketing / stärkere Bewerbung des Stellplatzangebotes • ... |
| | | | |

Abbildung 14: Handlungsstrategien und Projektansätze

Um möglichst konkrete Schritte zur zukünftigen Entwicklung der Innenstadt und einzelne Maßnahmen zu geben, wird im Folgenden ein Überblick über einige Impulsprojekte gegeben. Die GMA rät mit Blick auf eine möglichst zeitnahe und konkrete Projektumsetzung von sog. „100-Punkte-Programmen“ ab, da diese i. d. R. „in der Schublade verschwinden“. Demgegenüber empfiehlt die GMA, sich auf einige wenige Impulsprojekte zu konzentrieren und diese konsequent umzusetzen. Im Folgenden sind daher einige Projekte hinsichtlich ihrer Ziele, des Zeitrahmens sowie möglicher Verantwortlichkeiten klar beschrieben.

Impulsprojekte

IP 1: Konsequente Umsetzung des aktualisierten Einzelhandelskonzeptes

| | |
|------------------------------------|--|
| Beschreibung | Prüfung von Ansiedlungsvorhaben am Standort- und Sortimentskonzept; Umsetzung der Ziele in die B-Pläne |
| Ziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, der Nahversorgung und der Innenstadt als Handels- und Kommunikationsort ▪ Planungssicherheit für Investoren und Bestandsbetriebe (z.B. bei Modernisierungsvorhaben) |
| Zeitrahmen | laufend |
| Verantwortlichkeit / Kosten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadtverwaltung (Stadtplanung) ▪ Gering; ggf. juristische Fachberatung bei Aufstellung von B-Plänen |

IP 2: Mobilisierung von Immobilienpotenzialen / Schlüsselimmobilien in der Innenstadt

| | |
|------------------------------------|--|
| Beschreibung | Im Innenstadtbereich gibt es eine Reihe von Impulsflächen, die z.T. bereits in der Entwicklung sind (v.a. Ihr Platz-Umfeld); mit dem Leerstand Friedrich-Ebert-Straße / Neubäckergasse sowie den Strukturen am Adolf-Kolping-Platz gibt es weitere konkrete Ansatzpunkte |
| Ziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung von Angebotsstrukturen und Frequenzen in der Innenstadt ▪ Entwicklung von marktfähigen Flächen zur strukturellen Entwicklung der Innenstadt (v.a. 300 – 1.000 qm Verkaufsfläche für entsprechende Leitbetriebe wie Bekleidung, Schuhe) ▪ Erhöhung der Aufenthaltsqualitäten; Bildung von „Rundlaufsystemen“ |
| Zeitrahmen | laufend – 2015 |
| Verantwortlichkeit / Kosten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadtverwaltung (Wirtschaftsförderung) ▪ Geringe in der Startphase; ggf. Unterstützung von Fachberatern bei Gesprächen Immobilieneigentümern bzw. konzeptionellen Grobkonzepten |

IP 3: Serviceoffensive Schwandorf

| | |
|-------------------------------------|---|
| Beschreibung | Über die Weiterentwicklung gemeinsamer Service- und Qualitätsaspekte hinaus kann sich v. a. die Innenstadt als Einzelhandelsstandort profilieren; z. B. kann ein Einkaufs-Lieferservice, ein Einkaufsführer oder ein Um-schauheft entwickelt werden |
| Ziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Steigerung von Service und Qualität ▪ Erhöhung der Kundenbindung |
| Zeitrahmen | Start 2014 |
| Verantwortlich-keit / Kosten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wirtschaftsförderung, Wirtschaftsforum, Innenstadtmanagement ▪ ca. 6.000 € (ggf. als Teil eines geförderten Innenstadtmanagements) |

IP 4: Weiterentwicklung Wochenmarkt

| | |
|-------------------------------------|--|
| Beschreibung | Der aktuelle Wochenmarkt bietet hinsichtlich Gestaltung und Angebot noch Entwicklungspotenzial, das genutzt werden sollte, um die Innenstadt weiter zu profilieren |
| Ziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Attraktivierung des Wochenmarktes als Angebot und Treffpunkt ▪ Erhöhung der Aufenthaltsqualität und der Kundenbindung |
| Zeitrahmen | ab 2014 |
| Verantwortlich-keit / Kosten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Schwandorf ▪ noch nicht absehbar (ggf. als Teil eines geförderten Innenstadtma-nagements) |

IP 5: Entwicklung der Friedrich-Ebert-Straße

| | |
|------------------------------------|---|
| Beschreibung | Durch die Rückstufung der Friedrich-Ebert-Straße ergeben sich notwendige Möglichkeiten zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität in dieser zentralen Lage (z.B. Verbesserung der Querungsmöglichkeiten durch Rückbau der Fußgängerampel im Marktplatzbereich) |
| Ziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt durch attraktive Rahmenbedingungen ▪ Erhöhung der Aufenthaltsqualität für Kunden/Besucher ▪ Erhöhung der Verweildauer und Kundenfrequenzen ▪ Steigerung der Barrierefreiheit |
| Zeiträumen | Noch offen, ggf. ab 2014 |
| Verantwortlichkeit / Kosten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadtverwaltung (Stadtplanung) mit einer Projektgruppe, ggf. mit Öffentlichkeitsbeteiligung) ▪ Aufwand für Planungskosten sind noch zu klären |

IP 6: Verbindung TWF-Areal -> Innenstadt

| | |
|------------------------------------|---|
| Beschreibung | Um die Potenziale des innerstädtischen Ergänzungsstandortes auch für die Kerninnenstadt zu nutzen, sind Entwicklungs- und Aufwertungsmaßnahmen im Straßenraum notwendig |
| Ziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kundenzuführung vom Ergänzungsstandort in die Kerninnenstadt ▪ Erhöhung der generellen städtebaulichen Qualitäten in diesem frequentierten Standortbereich |
| Zeiträumen | 2014 (Planung) |
| Verantwortlichkeit / Kosten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verwaltung (Stadtplanung) ▪ Kosten für ein Planungskonzept sind noch zu klären |

IP 7: Funktionale und städtebauliche Aufwertung Adolf-Kolping-Platz

| | |
|------------------------------------|---|
| Beschreibung | Der Adolf-Kolping-Platz sollte städtebaulich und funktional aufgewertet werden um auch das Potenzial durch die Parkhausnähe stärker zu nutzen. |
| Ziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebauliche und funktionale Aufwertung ▪ Frequenzerhöhung und Belebung des Bereichs Adolf-Kolping-Platz |
| Zeiträumen | 2014 - 2016 |
| Verantwortlichkeit / Kosten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadtplanung / derzeit noch nicht absehbar (ggf. als Teil der Städtebauförderung) |

IP 8: Personelle Kapazitäten / organisatorische Strukturen

| | |
|------------------------------------|--|
| Beschreibung | Die Mitmach-Basis des Wirtschaftsforums ist zu erhöhen; Aufbau zusätzlicher personeller Kapazitäten zur Projektumsetzung (u.a. Service-Initiative) ist unabdingbar |
| Ziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung des Know how der Gewerbetreibenden ▪ integrierte strukturelle und strategische Förderung der Innenstadtentwicklung |
| Zeiträumen | ab sofort laufend |
| Verantwortlichkeit / Kosten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ in Abhängigkeit des personellen Aufwands, noch zu klären |

VII. Zusammenfassung

Im Mai 2013 wurde die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, München, von der Stadt Schwandorf beauftragt, das im Jahr 2009 / 2010 erstellte Einzelhandelsentwicklungskonzept zu aktualisieren und fortzuschreiben. Durch laufende bzw. geplante Ansiedlungsvorhaben und Standortveränderungen in Schwandorf, durch die sich die Einzelhandelsstrukturen geändert haben und weiter ändern, wurde eine integrierte Fortschreibung auf Basis aktueller Daten erforderlich. Die Fortschreibung ist nicht als rein gutachterliche Arbeit durchgeführt worden, sondern wurde in enger Abstimmung mit den Akteuren vor Ort erarbeitet. U. a. wurden dazu persönliche Gespräche mit zahlreichen Gewerbetreibenden in Schwandorf sowie ein Perspektivgespräch im Juli durchgeführt, an dem neben GMA-Vertretern die Politik, Vertreter des Handelsverbandes und der IHK, Mitglieder des Wirtschaftsforums sowie der Oberbürgermeister und Mitarbeiter der Stadtverwaltung teilgenommen haben. Die wesentlichen Ergebnisse der Fortschreibung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Zum aktuellen Zeitpunkt existieren in Schwandorf insgesamt 254 Betriebe des Landeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 87.845 m² und einer Umsatzleistung von rd. 250 Mio. €. Im Vergleich zur Erhebung 2009 ist damit der Einzelhandelsbestand leicht zurückgegangen (260 Betriebe, 93.190 m² VK). Der Rückgang resultiert u. a. aus Schließungen wie Ihr Platz, Gardinen Bollwein, Kaufland, Fressnapf, Edeka. Bezuglich der Standortlagen ist festzuhalten, dass der Innenstadtanteil in Schwandorf an der Gesamtverkaufsfläche weiterhin bei knapp 20 % liegt.
- Das Marktgebiet des Gesamteinzelhandelsstandortes Schwandorf ist in seiner Ausdehnung seit 2009 weitgehend stabil geblieben. Insgesamt ist ein leichter Einwohnerzuwachs von rd. 300 Personen zu verzeichnen, so dass derzeit ca. 120.510 Personen im Marktgebiet leben. Das Kaufkraftvolumen im Marktgebiet beläuft sich über alle Einzelhandelsbranchen hinweg auf ca. 626,5 Mio. €. Davon entfallen ca. 211,9 Mio. € auf Lebensmittel und ca. 414,6 Mio. € auf Nichtlebensmittel. Im Stadtgebiet Schwandorf beträgt das Kaufkraftvolumen insgesamt ca. 146,9 Mio. €. Perspektivisch ist in den nächsten Jahren ein weiterer leichter Kaufkraftzuwachs im Marktgebiet zu erwarten.

- Aktuell stehen am Einzelhandelsstandort Schwandorf unterschiedliche perspektivische Veränderungen an. Während in der Innenstadt verschiedene Immobilienentwicklungen an der Friedrich-Ebert-Straße bzw. im Bereich Marktplatz diskutiert werden, gibt es außerhalb der Innenstadt bereits konkretere Vorhaben. Nach Schließung des Kaufland SB-Warenhauses an der Industriestraße sucht der Immobilieneigentümer derzeit nach einer neuen Nutzung. Hier ist die Nachnutzung von rd. 5.000 m² Verkaufsfläche derzeit noch nicht absehbar. Einen großflächigen Modemarkt hat die Stadt Schwandorf wegen der Standortlage als Nachnutzung richtigerweise abgelehnt.
- Am TWF-Areal sind demgegenüber bereits konkrete Einzelhandelsanbieter für rund 8.200 m² Verkaufsfläche gefunden. Im Rahmen der Projektentwicklung werden derzeit noch weitere Einzelhandelsnutzer für die noch baurechtlich offene Verkaufsfläche gesucht. In dezentraler Gewerbegebietslage hat der Zoofachmarkt Fressnapf eröffnet, der seinen Standort in der Industriestraße aufgegeben hat. Nach der Schließung des Kaufland SB-Warenhauses an der Industriestraße wird derzeit ein Standort im westlichen Umfeld der Regensburger Straße mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.200 m² zzgl. Konzessionärsbereich als neuer Kaufland-Standort diskutiert. Durch die geplanten perspektivischen Neuansiedlungen bzw. Verlagerungen kann der Verkaufsflächenrückgang seit 2009 je nach Realisierung der Vorhaben mehr als kompensiert werden.
- Zur künftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Schwandorf ist der Beschluss der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes zu empfehlen, welches auch künftig Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist. Die Analyse des Einzelhandelsstandortes und der Fortschreibung des Konzeptes haben ergeben, dass eine Änderung oder Anpassung sowohl der übergeordneten städtebaulichen Zielsetzungen als auch des Standortkonzeptes nicht erforderlich ist. Somit gelten weiterhin die städtebaulichen Zielsetzungen:
 - Eine qualitativ und quantitativ möglichst flächendeckende Versorgung der Bevölkerung in Schwandorf mit Gütern des täglichen Bedarfs
 - eine Stabilisierung und Attraktivierung der Innenstadt als zentralem und integriertem Einkaufs-, Versorgungsstandort und Kommunikationsort
 - die Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Kreisstadt auch für das Umland.

- Auch hinsichtlich des Standortkonzeptes ist keine Aktualisierung erforderlich, da die definierten Standortstrukturen auch 2014 ihre Gültigkeit besitzen. Somit wird auch die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt nicht geändert. Das TWF-Areal ist somit weiterhin als innerstädtischer Ergänzungsstandort zum zentralen Versorgungsbereich zu betrachten und übernimmt Sonderfunktionen.
- Demgegenüber wurde das Sortimentskonzept im Vergleich zu 2009 / 2010 aktualisiert. Die vormals vorhandene Sortimentseinstufung „innenstadtrelevante Sortimente mit Abwägungsspielraum“ existiert gemäß der aktuellen Fortschreibung nicht mehr. Diese Sortimente wurden überwiegend – auch entsprechend dem aktuellen Entwurf des LEP – den nicht innenstadtrelevanten Sortimenten zugeordnet. Lediglich das Sortiment Unterhaltungselektronik wurde den innenstadtrelevanten Sortimenten zugeordnet. Darüber hinaus wurden orthopädische Produkte den innenstadtrelevanten Sortimenten zugeordnet.
- Für die projektorientierten Perspektiven „Innenstadt-Quartiere“, „Kaufland alt“, „Kaufland neu“ und „TWF-Areal“ wurden unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Schwandorf mit den beteiligten Akteuren im Rahmen des Beteiligungsprozesses (u. a. Perspektivgespräch) Umsetzungsempfehlungen erarbeitet. Um einen städtebaulichen Missstand zu beseitigen marktfähige Einzelhandelsflächen zu entwickeln, sollte im Rahmen eines Eigentümergegespräches, der Erstellung eines Grundkonzeptes sowie der Investorensuche ein Pilotprojekt „Innenstadt-Quartier“ entwickelt werden. Hierfür sind der Leerstand bzw. die Brache im Bereich Friedrich-Ebert-Straße / Neubäckergasse prädestiniert. Auch der ehemalige Ihr Platz und der Adolf-Kolping-Platz sind Potenzialflächen. Der Standort „Kaufland alt“ ist aus GMA-Sicht kein klassischer Einzelhandelsstandort und sollte zukünftig – wenn überhaupt – nur durch nicht innenstadtrelevante Betriebe wiederbesetzt werden. Das konsequente „Abwehren“ von großflächigen, innenstadtrelevanten Anbietern (z. B. Mode) wird von der GMA befürwortet. Für den Standort „Kaufland neu“ empfiehlt die GMA die Aufteilung und Begrenzung der einzelnen Verkaufsflächen in Lebensmittelbereich, Drogeriewarenbereich und für die sonstigen Randsortimente. Darüber hinaus sollte die Konzessionärsfläche im Vorkassenbereich des geplanten Kaufland reduziert werden.

- Eine besondere Rolle nimmt diesbezüglich der innerstädtische Ergänzungsstandort TWF-Gelände ein. Hinsichtlich dieser jahrelangen Brache, die das Stadtbild am Innenstadteingangsbereich seit langer Zeit massiv beeinträchtigt, verfolgt die Stadt Schwandorf das dringende Ziel einer städtebaulichen Entwicklung der Brache. Als versorgungsstrukturelles Entwicklungsziel gilt dort die Realisierung eines attraktiven und kundengerechten Nahversorgungszentrums mit verschiedenen Betrieben des täglichen Bedarfs. Zur Realisierung der Projektentwicklung sind neben den ergänzenden Einzelhandelsbetrieben, wie z. B. tedox, aus wirtschaftlicher Sicht weitere Einzelhandelsbetriebe erforderlich. Daher wurde von den an der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Beteiligten im Perspektivgespräch ein Kompromiss zur Zulässigkeit weiterer Sortimente am TWF-Areal erarbeitet. Um das übergeordnete Ziel einer städtebaulichen Entwicklung sowie die Realisierung eines Nahversorgungsstandortes zu erreichen, sollten daher am TWF-Areal in begrenztem Maße auch innenstadtrelevante Sortimente angesiedelt werden. Dabei handelt es sich zusätzlich zu den bereits geplanten Nutzungen um maximal 450 m²VK Bekleidung / Textil (ohne weitere Randsortimente), maximal 450 m² VK Schuhe (ohne weitere Randsortimente) sowie maximal 700 m² VK Dekoartikel / Haushaltswaren. Nochmalig ist darauf hinzuweisen, dass dieser Ansatz der Zielerreichung der übergeordneten Stadtentwicklungsziele geschuldet ist.
- Um eine Verbindlichkeit der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes herzustellen, sollten folgende Empfehlungen zur Umsetzung beachtet werden:
 - Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes sollte durch den Stadtrat der Stadt Schwandorf als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Damit ist das Einzelhandelsentwicklungskonzept mit seinem aktualisierten Baustein des Sortimentskonzeptes auch zukünftig bei der Aufstellung von Bebauungsplänen als sachliche Grundlage zu berücksichtigen und gilt weiterhin als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept stellt jedoch nicht per se die Begründung für die Bebauungspläne dar.
 - Darüber hinaus ist die planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung zu prüfen.
 - Die Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen.

- Zur weiteren Entwicklung der Innenstadt wurden umsetzungsorientierte Impulsprojekte wie z. B. Modernisierung von Immobilienpotenzialen, Serviceoffensive, Entwicklung Friedrich-Ebert-Straße oder Verbindung TWF-Areal / Innenstadt formuliert. Als wesentliche Grundlage für die künftige nachhaltige Innenstadtentwicklung und die konsequente Umsetzung der Projekte ist ein integriertes Innenstadtmanagement mit einer Aufstockung der personellen Kapazitäten und organisatorischen Strukturen erforderlich.

Abbildung 15: Handlungsstrategien und Projektansätze



KARTEN-, TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS Seite
Kartenverzeichnis

| | | |
|----------|---|----|
| Karte 1: | Aktueller Einzelhandelsbesatz im Kernstadtbereich | 18 |
| Karte 2: | Auswahl von Leerständen im Innenstadtbereich | 20 |
| Karte 3: | Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels | 25 |
| Karte 4: | Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt zzgl. innerstädtischer Ergänzungsstandort TWF-Gelände | 53 |
| Karte 5: | Fußläufige Einzugsbereiche von Lebensmittelmärkten über 600 m ² VK (Radius 400 m) | 55 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabelle 1: | Bevölkerungsentwicklung im Vergleich 2002 / 2012 | 11 |
| Tabelle 2: | Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im regionalen Vergleich | 12 |
| Tabelle 3: | Einzelhandelsbestand in Schwandorf 2013 nach Hauptwarengruppen | 15 |
| Tabelle 4: | Wesentliche Veränderungen gegenüber Erhebung 2009 (Auswahl) | 16 |
| Tabelle 5: | Einzelhandelsbestand in der Innenstadt 2013 | 17 |
| Tabelle 6: | Bevölkerungspotenzial im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels | 24 |
| Tabelle 7: | Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2013 | 27 |
| Tabelle 8: | Prognose der einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Schwandorfer Einzelhandels 2018 | 28 |
| Tabelle 9: | Sortimentsbezogene Zielgruppen-Matrix für die Innenstadt (Auswahl) | 33 |
| Tabelle 10: | Kriterien der Innenstadtrelevanz | 43 |
| Tabelle 11: | Begründung des Sortimentskonzepts | 46 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|--------------|---|----|
| Abbildung 1: | Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes 2000 - 2012 | 5 |
| Abbildung 2: | Entwicklung des privaten Verbrauchs in Deutschland 1995 / 2012 | 8 |
| Abbildung 3: | Anteil des Online- und Versandhandels am Einzelhandelsumsatz | 9 |
| Abbildung 4: | Einzelhandelsbestand nach Standortlagen 2013 | 16 |
| Abbildung 5: | Zentralität nach Warengruppen | 30 |
| Abbildung 6: | Kaufkraftströme in Schwandorf | 31 |
| Abbildung 7: | Projektorientierte Perspektive „Innenstadt-Quartiere“ | 35 |
| Abbildung 8: | Standort „Kaufland alt“ | 36 |
| Abbildung 9: | Projektorientierte Perspektive „Kaufland neu“ | 38 |

| | |
|---|----|
| Abbildung 10: Projektorientierte Perspektive „TWF-Areal“ | 40 |
| Abbildung 11: GMA-Vorschlag zum aktualisierten Sortimentskonzept der Stadt Schwandorf 2014 | 50 |
| Abbildung 12: Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung Schwandorf | 58 |
| Abbildung 13: Handlungsfelder der Innenstadtentwicklung | 60 |
| Abbildung 14: Handlungsstrategien und Projektansätze | 61 |
| Abbildung 15: Handlungsstrategien und Projektansätze | 70 |