



Verträglichkeitsanalyse

für den Fachmarktstandort

Rudolf-Diesel-Straße

(Bemessung von Verkaufsflächenobergrenzen
für die dort ansässigen Betriebe mit
nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten
als Grundlage für die Änderung des Bebauungsplans Nr. 37)

Stadt Sonthofen

Entwurf

im Auftrag der
Stadt Sonthofen

16. März 2021

MARKT UND STANDORT · BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

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



Inhaltsverzeichnis

A	Auftrag und Vorbemerkung	4
B	Grundlagen	4
B.1	Methodik	4
B.1.1	Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft	4
B.1.2	Bestandserhebung	5
B.1.3	Simulationsmodell	5
B.1.3.1	Grundzüge der Methodik	5
B.1.3.2	Verwendete Modellparameter	6
B.1.4	Simulationsrechnung	6
B.1.5	Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall	7
B.1.5.1	Annahmen zum Einzugsgebiet	7
B.1.5.2	Annahmen zur Wettbewerbswirkung	7
B.1.5.3	Annahmen zur Distanzsensibilität	7
B.2	Untersuchter Standort und geplantes Projekt	8
B.2.1	Standort	8
B.2.2	Projektbeschreibung	9
B.2.3	Einordnung in das städtebauliche Gefüge der Stadt Sonthofen	11
B.2.4	Sozioökonomische Rahmendaten und regionale Einordnung	Fehler! Textmarke nicht definiert.
B.2.5	Raumordnerische Vorgaben	14
B.2.6	Potenziale aus dem Fremdenverkehr	15
B.2.7	Demographische Entwicklung	17
B.2.8	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	18
B.3	Auswirkungsanalyse	19
B.3.1	Einzugsbereich des Projektes	19
B.3.2	Marktpotenzial	20
B.3.3	Bestandsanalyse und Sortimentsüberschneidungen	21
B.3.3.1	Innenstadt Sonthofen	21
B.3.3.2	Sonthofen restliches Stadtgebiet	22
B.3.4	Die Kaufkraftströme und die erwarteten Veränderungen	23
B.3.4.1	Der 0-Fall (Status Quo)	23
B.3.4.2	Der 1-Fall (Projekt)	24
B.3.4.2.1	Projekt, Verkaufsfläche und Umsatzerwartung	24
B.3.5	Landesplanerische Betrachtung	25
B.3.6	Bewertung auf Grundlage des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Sonthofen	27
B.3.6.1	Bewertung der Sortimentsstruktur	27
B.3.6.2	Zielerfüllung	27
B.3.7	Städtebauliche Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen	29
B.3.7.1	Abwägungsschwellenwert für die Innenstadt Sonthofens	29
B.3.7.2	Umsatzumlenkungen durch das Projekt	29
B.3.7.2.1	Nahrungs- und Genussmittel	30
B.3.7.2.2	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	31
B.3.7.2.3	Bekleidung	32
B.3.7.2.4	Schuhe	33
B.3.7.2.5	Hausrat, Glas, Porzellan	34
B.3.7.2.6	Bücher, Schreibwaren	35
B.3.7.2.7	Möbel und Einrichtungsbedarf	36
B.3.7.2.8	Bau- und Heimwerkebedarf	36



B.3.7.2.10	Hobby- und Freizeitartikel	37
B.3.7.2.11	Zusammenfassung der vertraglich eingestuften Verkaufsflächen nach Sortimentsgruppen	37
B.4	Abschließende Bewertung	39
C	Anhang	40
<hr/>		
C.1	Absatzformen - Definitionen	40
C.2	Markt und Standort Warengruppensystematik 2020	43
C.3	Quellen	47



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Untersuchter Standort Rudolf-Diesel-Straße in Sonthofen	8
Abbildung 2	Einwohner in fußläufiger 1000-m-Distanz vom Standort Rudolf-Diesel-Straße	9
Abbildung 3	Verkaufsflächen am Sonderstandort Fachmärkte Rudolf-Diesel-Straße	10
Abbildung 4	Städtebauliche Einordnung des Standortes	12
Abbildung 5	Raumordnerische Gliederung (nach LEP 2018)	14
Abbildung 6	Jährliche Ausgaben der Touristen Sonthofen	16
Abbildung 7	Touristisches Ausgabenpotenzial im Landkreis Oberallgäu	16
Abbildung 8	Bevölkerungsentwicklung 2017 bis 2031	17
Abbildung 9	Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100)	18
Abbildung 10	Einzugsbereich der Stadt Sonthofen	19
Abbildung 11	Abgrenzung und Einzelhandelsbestand im zentralen Versorgungsbereich Innerstadt Sonthofen	21
Abbildung 12	Zentralität nach Sortimentsgruppen in Sonthofen	23
Abbildung 13	Einordnung der Sortimente	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Flächennachfrage am Standort Rudolf-Diesel-Straße nach Betriebstypen	11
Tabelle 2	Flächennachfrage am Standort Rudolf-Diesel-Straße nach Sortimenten	11
Tabelle 3	Pro-Kopf-Einzelhandelsausgaben im Einzugsgebiet von Sonthofen	20
Tabelle 4	Projektrelevante Marktpotenziale	20
Tabelle 5	Einzelhandelsbestand im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sonthofen	22
Tabelle 6	Aktueller Einzelhandelsbestand in den weiteren Einkaufslagen	22
Tabelle 7	Projekt, zu erweiternde Sortimente und Umsatzerwartung in Mio. €	24
Tabelle 8	Projekt, geprüfte Sortimente und Umsatzerwartung in Mio. € (zentrenrelevant)	25
Tabelle 9	Abwägungsschwellenwert für die Beurteilung städtebaulicher Wirkungen des Vorhabens	29
Tabelle 10	Umsatzumlenkungen – Nahrungs- und Genussmittel	30
Tabelle 11	Umsatzumlenkungen – Gesundheits- und Körperpflegeartikel	31
Tabelle 12	Umsatzumlenkungen – Bekleidung	32
Tabelle 13	Umsatzumlenkungen – Schuhe	33
Tabelle 14	Umsatzumlenkungen – Hausrat, Glas, Porzellan	34
Tabelle 15	Umsatzumlenkungen – Bücher, Schreibwaren	35
Tabelle 16	Umsatzumlenkungen – Heim- und Haustextilien, Bilder und Rahmen	36
Tabelle 17	Zusammenfassender Überblick des Verkaufsflächenbestandes und verträglicher zentrenrelevanter Verkaufsflächenausweisungen	37
Tabelle 18	Verkaufsflächenausweisung nach Betrieben (rechnerisch)	38



A Auftrag und Vorbemerkung

Der Fachmarktstandort Rudolf-Diesel-Straße ist ein wichtiger zentralitätsbildender Einzelhandelsstandort in Sonthofen. Dort befinden sich Fachmärkte, die erheblich zur Anziehungskraft Sonthofens im Umland beitragen.

Der größte Teil dieser Betriebe führt nahversorgungs- oder zentrenrelevante Sortimente, deren Umfang durch das vorliegende Einzelhandelskonzept beschränkt wird. Da sich aus absatzwirtschaftlicher Sicht Veränderungsbedarf ergeben hat und eine Anpassung der vorhandenen Bauleitplanung erforderlich ist, soll mit diesem Gutachten die städtebauliche Verträglichkeit möglicher Verkaufsflächenanpassungen bemessen werden. Ziel dieses Gutachtens ist die Ermittlung der maximal verträglichen Verkaufsflächen in den zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimenten vor dem Hintergrund der Vorgaben durch Regional- und Landesplanung, des Planungsrechts (v.a. §11 Abs.3 BauNVO) sowie des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Sonthofen. Insbesondere für die Fassung eines neuen Bebauungsplanes ist die Formulierung und städtebauliche Begründung der Verkaufsobergrenzen notwendig.

Die Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH erhielt den Auftrag zur Durchführung der Verträglichkeitsanalyse im September 2020 von Stadt Sonthofen. Die Arbeiten erfolgten im Oktober/November 2020.

B Grundlagen

B.1 Methodik

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

Grundlage bildet dabei das Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen aus dem Jahr 2019.

B.1.1 Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

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

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

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



B.1.2 Bestandserhebung

Grundlage der Untersuchung sind zum einen umfassende und vollständige Erhebungen der maßgeblichen Anbieter im Stadtgebiet von Sonthofen. Die Erhebung anlässlich der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2019 bildet die Grundlage für die Begutachtung. Für die zu untersuchenden Varianten wurden alle im Untersuchungsraum ansässigen projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe in die Untersuchung einbezogen. Dazu wurden die Verkaufsflächengrößen der relevanten Sortimente sowie die Gesamtverkaufsfläche aktualisiert, sowohl im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt als auch an den Nahversorgungsstandorten und Sonderstandorten in der restlichen Stadt. Die Abgrenzung des Einzugsbereiches gibt den Erhebungsraum vor.

Der Aktualisierungsumfang aller projektrelevanten Betriebe betrifft Standorte, Verkaufsflächen, Sortimente und insbesondere projektspezifischen Sortimente. Die ursprüngliche Erhebung wie die Aktualisierung basieren auf einer sortimentspezifischen Erfassung der Verkaufsflächen. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Betriebe nach dem Sortimentsschwerpunkt wird bei der sortimentspezifischen Erhebung jedes erhobene Sortiment gesondert erfasst und in der Auswertung separat behandelt. So kann sowohl eine betriebs- als auch eine sortiments- oder auch eine standortbasierte Auswertung vorgenommen werden. Die Aktualisierung des Einzelhandelsbestandes im Stadtgebiet von Sonthofen erfolgte in der 41. Woche 2020.

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

B.1.3 Simulationsmodell

B.1.3.1 Grundzüge der Methodik

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

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

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



B.1.3.2 Verwendete Modellparameter

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

Nachfrage: projektrelevante Kaufkraft der Einwohner an ihrem Wohnort

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

Angebot: Einzelhandelsstandorte mit Verkaufsflächen und Umsätzen

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

Distanzen: Distanzmatrix zwischen allen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten im Untersuchungsgebiet

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

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

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

B.1.4 Simulationsrechnung

Im Rahmen der 1-Variante werden die projektierten Verkaufsflächen hinzugefügt und die unveränderte Kaufkraftsumme unter den neuen Rahmenbedingungen wiederum verteilt. Dies führt zu veränderten Umsätzen bei allen Anbietern im Untersuchungsraum. Das Ausmaß der jeweiligen Umsatzveränderungen bei den ansässigen Anbietern ist einerseits von der Attraktivität, sowohl der regionalspezifischen als auch der des Standorts, der Größe sowie der Verbraucherakzeptanz und andererseits vom entsprechend gewichteten Distanzunterschied zwischen Verbraucherwohnort und Projekt bzw. zwischen Verbraucherwohnort und bisher aufgesuchten Anbietern abhängig. In der Regel sind dabei kleinere, vom Projekt weiter entfernte Anbieter weniger betroffen als nahe gelegene, größere Anbieter. Die Zentren (Zentrale Versorgungsbereiche) werden in ihrer Gesamtheit als ein attraktiver Anbieter gewertet. Ziel ist es, für alle relevanten Sortimente den Umfang festzustellen, bis zu dem keine schädlichen Umsatzveränderungen auftreten werden.



B.1.5 Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall

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

B.1.5.1 Annahmen zum Einzugsgebiet

Die Standortlage des Projektes ist aufgrund seiner Lage an der B308 und der damit einhergehenden guten Erreichbarkeit insbesondere für motorisierte Kunden als günstig zu bewerten. Die Fachmarkt-Agglomeration an der Rudolf-Diesel-Straße trägt erheblich zur Zentralitätsbildung der Stadt Sonthofen bei. Die Anziehungskraft für Verbraucher aus dem Umland ist hoch, so dass bezogen auf die Wirkungen in die umgebenden Zentrenstrukturen in der Region auch die Reichweite als hoch angenommen werden kann.

B.1.5.2 Annahmen zur Wettbewerbswirkung

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

B.1.5.3 Annahmen zur Distanzsensibilität

Der Aufwand für die Distanzüberwindung wird zum einen je nach Versorgungsstufe unterschiedlich wahrgenommen. Für den Einkauf von Bekleidung, Elektrowaren oder Möbel (mittel- und langfristiger Bedarf) sind größere Distanzen mit geringerem Gewicht zu belegen als für den periodischen Bedarf. Zum anderen wird für die untersuchte Region eine Kalibrierung der Distanzsensitivität vorgenommen.

² Darüber hinaus spielen natürlich alle genannten Modellparameter eine Rolle.

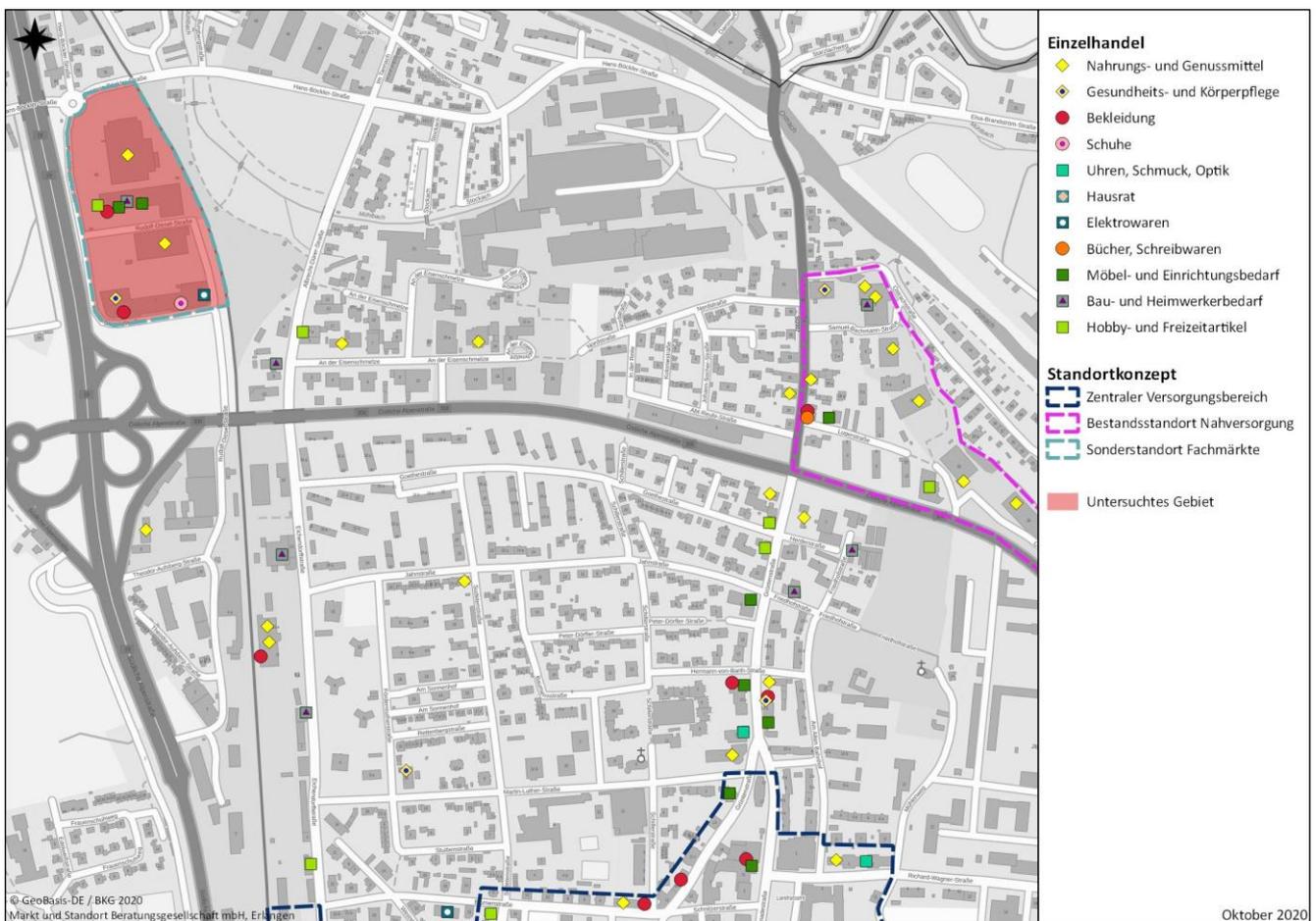


B.2 Untersucher Standort und geplantes Projekt

B.2.1 Standort

Der Standort Rudolf-Diesel-Straße liegt etwa 1,2 Kilometer nördlich der Innenstadt. Er wird im Westen und Süden von Bundesstraßen und im Osten von der Bahnlinie begrenzt und ist daher fußläufig eher schlecht zu erreichen. Das Gebiet liegt verkehrsgünstig an der B 19 unweit der Einmündung der B 308 und ist somit für motorisierte Verbraucher, sowohl für solche aus Sonthofen, als auch für Kunden aus dem Einzugsbereich und ebenso für Touristen sehr gut erreichbar.

Abbildung 1 Untersucher Standort Rudolf-Diesel-Straße in Sonthofen



Auch wenn die Verkehrssituation für Fußgänger nicht ideal ist, lässt sich doch eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortbereiches nachweisen. In einer fußläufigen Distanz von rund 1.000 Metern um den Standort leben mehr als 4.500 Einwohner. Für diese Einwohner ist der Standort im Sinne einer städtebaulichen Bewertung fußläufig erreichbar.

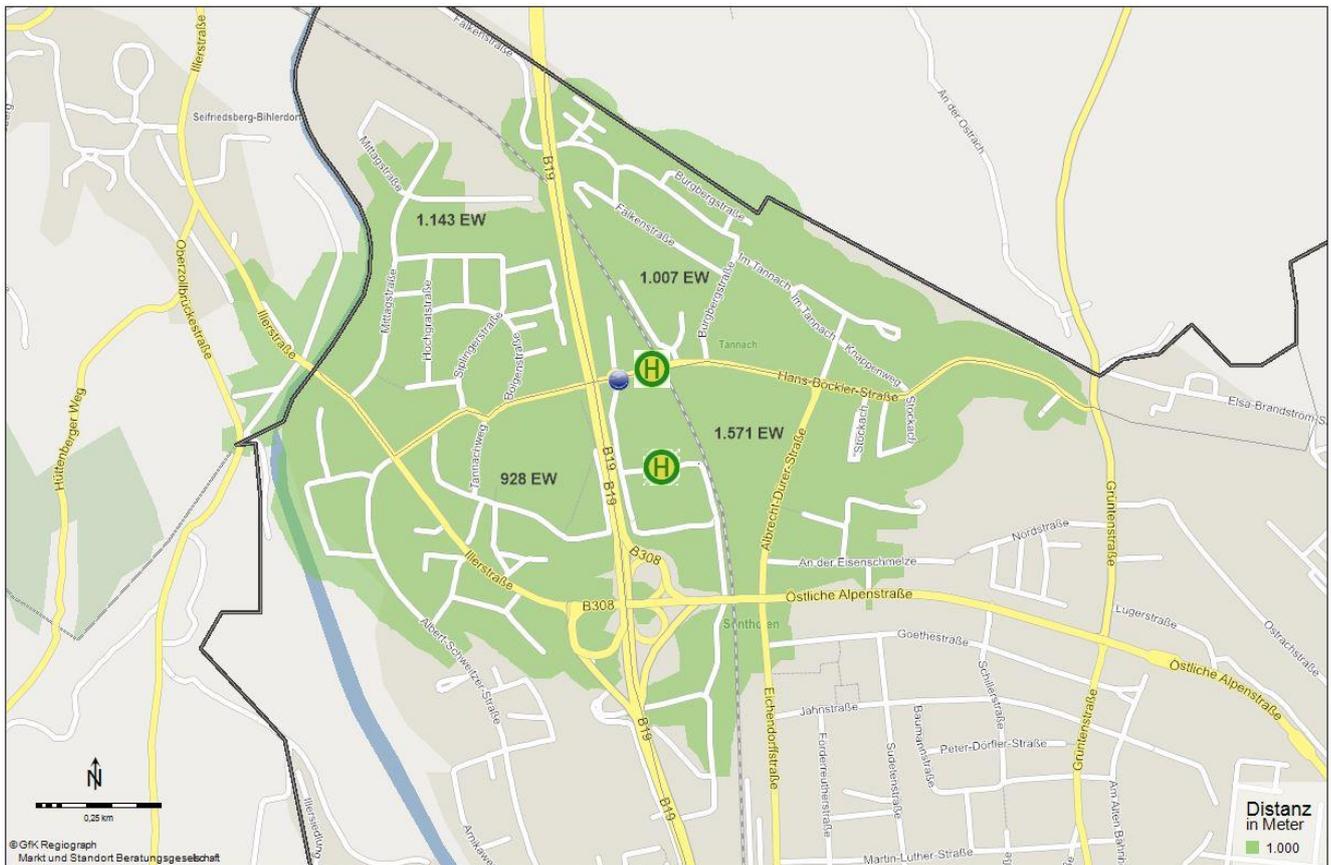
Die folgende Abbildung zeigt die Wohngebiete, die innerhalb eines 1000-Meter-Umkreises liegen. Laut einer Abschätzung der Einwohnerzahlen nach Straßen wohnen in diesem Gebiet rund 4.500 Einwohner. Für diese Einwohner liegt der Standort entsprechend der Wegemessung fußläufig erreichbar. Inwieweit diese fußläufige Erreichbarkeit von dort ansässigen Einwohnern tatsächlich genutzt wird, ist nicht Gegenstand der Beurteilung von Integration. Die rein landesplanerische Bewertung der Integration ist folgendermaßen definiert:

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



Der anteilige fußläufige Einzugsbereich ist mit der folgenden Darstellung eindeutig nachgewiesen. Gleichzeitig ist die sehr gute Pkw-Erreichbarkeit nicht in Abrede zu stellen.

Abbildung 2 Einwohner in fußläufiger 1000-m-Distanz vom Standort Rudolf-Diesel-Straße



Quelle: eigene Darstellung 2019

Eine ÖPNV Anbindung ist durch die Buslinien 20 und 21 durch die Haltestellen „Kaufmarkt, Sonthofen“ in der Hans-Böckler-Straße sowie „Rudolf-Diesel-Straße“ gewährleistet. Insofern kann sowohl städtebaulich als auch aus landesplanerischer Sicht eine Standortintegration unterstellt werden.

Die kritische Einschätzung der Standortintegration im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen basiert auf der faktischen Einschätzung der Integration unter Einbeziehung des Verbraucherverhaltens. Dort wird davon ausgegangen, dass aufgrund der örtlichen Gegebenheiten der Anteil der Einwohner, der diese fußläufige Möglichkeit in Anspruch nimmt, recht niedrig ist.

Ausreichend für das Integrationsgebot des LEP ist jedoch der Nachweis der Möglichkeit für einen ausreichend großen Bevölkerungsanteil, eine fußläufige Erreichbarkeit in Anspruch nehmen zu können.

B.2.2 Projektbeschreibung

Die am Fachmarktstandort Rudolf-Diesel-Straße ansässigen Betriebe sind im Wesentlichen großflächig und bieten teilweise nahversorgungsrelevante und zentrenrelevante Sortimente an. Im Einzelnen sind hier als großflächige Lebensmittelanbieter Kaufmarkt und Lidl zu nennen, der Drogeriemarkt Müller, ebenfalls großflächig, ergänzt die periodischen Sortimente.

Für diese Sortimente ist im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen aufgrund ihrer Bedeutung für die Versorgung der gesamten Stadt und des Umlands ein aktiver Bestandsschutz festgelegt.



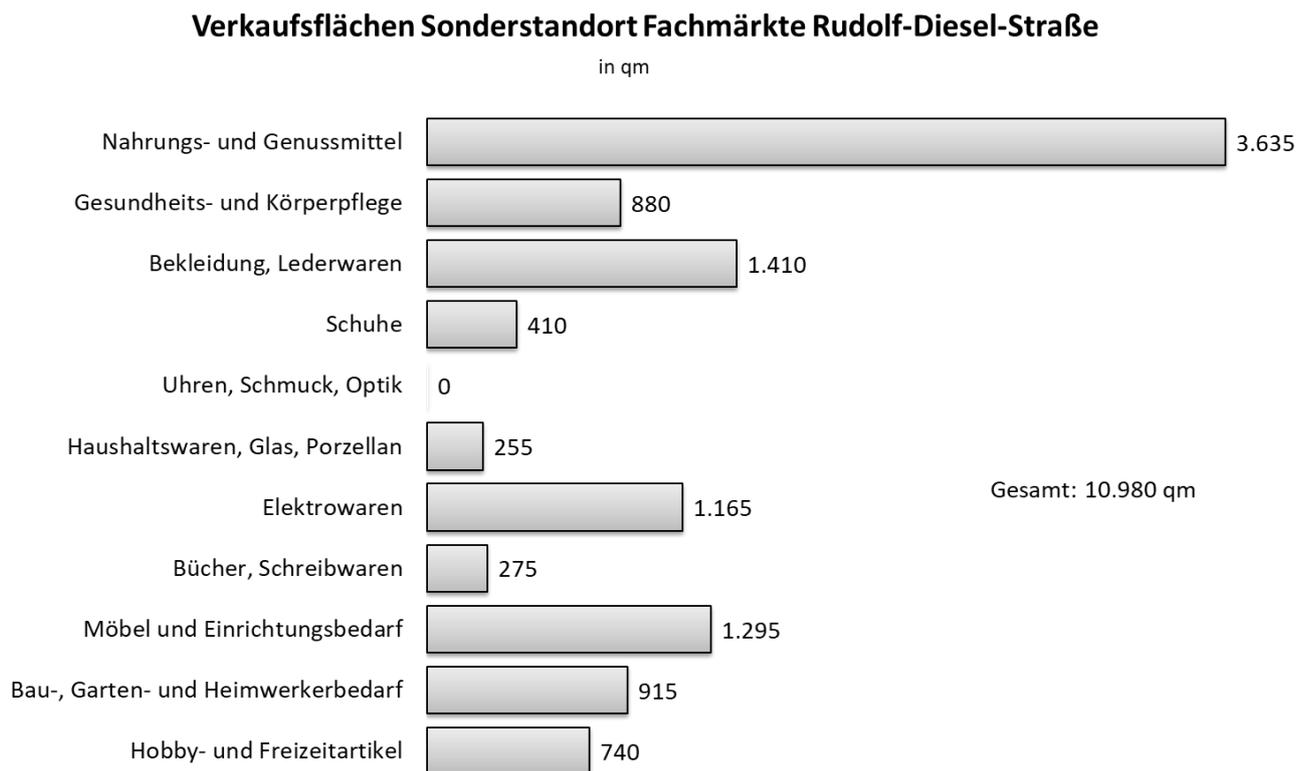
Ebenfalls großflächig ist der Expert Elektrofachmarkt, der nahezu das einzige größere Angebot an Elektrowaren in Sonthofen und im Umland darstellt.

Elektrosortimente sind im Einzelhandelskonzept als nicht-zentrenrelevant eingestuft, so dass hier keine Begrenzungen vorgesehen sind.

Als weitere großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten finden sich AWG (Bekleidung) und Baco (Haus- und Heimtextilien) an diesem Standort. Darüber hinaus sind kleinflächige Non-Food-Anbieter ansässig, wie MyShoes (Schuhe), Ernstings Family (Bekleidung), Futterhaus (Zooartikel) und Die Küche (Küchenmöbel).

Für die zentrenrelevanten Nonfood-Sortimente Bekleidung und Schuhe empfiehlt das Einzelhandelskonzept eine passive Handhabung des Bestandsschutzes für den großflächigen Betrieb und eine Beschränkung auf ergänzende kleinflächige Anbieter. Da es sich bei Haus- und Heimtextilien zwar um ein zentrenrelevantes Sortiment handelt, das in Sonthofen aber kein innerstädtisches Kernsortiment darstellt, wird hier ein aktiver Bestandschutz zugestanden.

Abbildung 3 Verkaufsflächen am Sonderstandort Fachmärkte Rudolf-Diesel-Straße



Quelle: eigene Erhebung 2020

Es gibt verschiedene Anfragen einzelner Anbieter, Verkaufsflächen und Sortimente zu verändern. Diese Anfragen werden, soweit die Verträglichkeitsberechnungen dies zulassen, berücksichtigt. Sind Flächenerweiterungen darüber hinaus sinnvoll und verträglich, werden diese als mögliche Flächenerweiterung vorgeschlagen. Folgende Anfragen liegen vor:



Tabelle 1 Flächennachfrage am Standort Rudolf-Diesel-Straße nach Betriebstypen

Betriebstypus/ Sortiment	Bestandsverkaufsfläche in qm	Planverkaufsfläche in qm	Verkaufsflächendifferenz in qm
Lebensmitteldiscounter	1.320	1.700	380
Elektrofachmarkt	1.100	1.400	300
Drogeriemarkt	1.100	1.460	360
Schuhfachmarkt	390	750	360
Bekleidungsfachmarkt	940	940	0
Sonderpostenmarkt	0	1.000	1.000

Quelle: Angaben der Stadt Sonthofen und der Betreiber

Diese vorgegeben Verkaufsflächenänderungen sind als Vorgabe für die Verträglichkeitsberechnungen zu sehen. Inwieweit die gewünschten Flächengrößen als verträglich einzustufen sind, oder in anderen Sortimentsgruppen weitere Verkaufsflächen sinnvoll sein könnten, wird im Rahmen der Simulationsberechnungen ermittelt.

Tabelle 2 Flächennachfrage am Standort Rudolf-Diesel-Straße nach Sortimenten

	Nahrungs-/ Genussmit- tel	Gesundheits-/ Körperpflege- artikel	Be- klei- dung, Schuhe	Haus- rat	Elektro- waren	Bücher, Schreib- waren	Möbel/ Ein- richtungs- bedarf	Bau-/ Garten- bedarf	Hobby-/ Freizeit- artikel	Ge- samt	
Elektrofachmarkt					300					300	
Schuhfachmarkt			10	350						360	
Bekleidungsfachmarkt										0	
Drogeriemarkt	20	210	20		10	40		10	50	360	
Lebensmitteldiscounter	350	10	10					10		380	
Bett und Heimtextilien							100	30		130	
Zoofachmarkt								80		80	
Küchenstudio							30			30	
Bekleidungsge- schäft			30							30	
Autoteile									50	50	
SB-Warenhaus	240	20	30	20		10	10		20	350	
Sonderpostenmarkt	40	80	90	20	230	40	80	250	110	60	1.000
Gesamt	650	320	190	370	250	350	130	390	240	180	3.070

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen, einschl. 15% Flexibilitätsreserve für alle ansässigen Betriebe

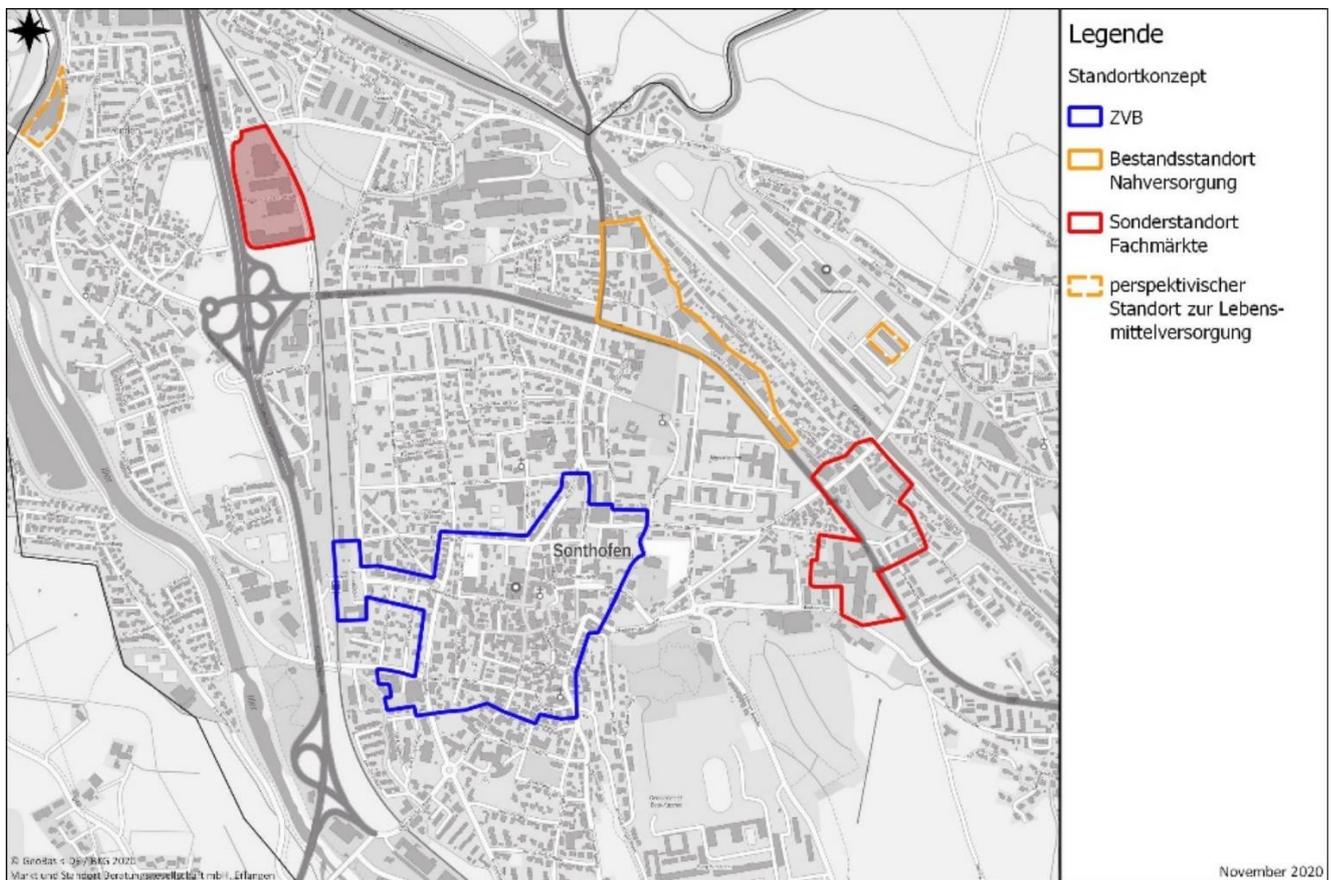
Die hier ermittelten Sortimentsflächen entsprechen den Verkaufsflächensummen, die von den Betreibern „angemeldet“ wurden sowie einer Flexibilitätsreserve für alle ansässigen Betriebe im Bereich Rudolf-Diesel-Straße. Diese Verkaufsflächen werden als Grundlage für die Verträglichkeitsberechnungen herangezogen.

B.2.3 Einordnung in das städtebauliche Gefüge der Stadt Sonthofen

Die Stadt Sonthofen hat im Rahmen ihres Einzelhandelskonzeptes ein Standortkonzept erarbeitet. Grundlage hierfür ist eine Kategorisierung der Einzelhandelsagglomerationen nach Versorgungsfunktion und Entwicklungsperspektiven.



Abbildung 4 Städtebauliche Einordnung des Standortes



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

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen definiert verschiedene Standortkategorien im Stadtgebiet von Sonthofen:

„Der **zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt“** soll alle zentralen Einrichtungen anbieten, die für die Versorgung von Gesamtstadt und Region von Bedeutung sind. Neben Einzelhandel in jeglicher Ausprägung, Form und Betriebsgröße sind auch Einrichtungen des Schulwesens, der öffentlichen Verwaltung, der Kultur und Freizeit sowie private Dienstleistungen bestimmend für die Einordnung. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass alle Formen des Handels sowie alle Sortimente grundsätzlich zugelassen sind. Eine Vielzahl von Magnetbetrieben, aber auch eine differenzierte Fachhandels- und Markenvielfalt wird erwartet. Die Innenstadt ist der wichtigste zentrale Versorgungsbereich im Stadtgebiet von Sonthofen.

Der **Nahversorgungsstandort** dient der quartiers-, maximal stadtteilbezogenen Nahversorgung der umliegenden Wohngebiete. Sie liegen integriert und bieten ein vollständiges Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebsformen und Betriebsgrößen des Einzelhandels. Ergänzende Dienstleistungsangebote und Gastronomiebetriebe sind vorhanden. Sie sind in ihrer räumlichen Ausdehnung begrenzt und sind fußläufig gut erreichbar. In geringem Maße werden ergänzende Sortimente des aperiodischen Bedarfs angeboten.

Die **Solitären Nahversorgungsstandorte** verteilen sich, historisch gewachsen, über das gesamte Stadtgebiet. Sie übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion und ermöglichen, sozusagen als „Brückenstandorte“ zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Nahversorgungsstandort, eine Netzverdichtung, die die Möglichkeit des fußläufigen Einkaufs verbessert. Es



handelt sich in der Regel um einzelne, oft großflächige, Lebensmittelmärkte, selten ergänzt um kleinere Betriebe des periodischen oder aperiodischen Bedarfs. Auch der ein oder andere Dienstleistungsbetrieb kann das Angebot an den solitären Standorten ergänzen. Eine wesentliche Unterscheidung der solitären Nahversorgungsstandorte ergibt sich aus dem Grad der Siedlungsintegration der jeweiligen Standorte. Die Unterscheidung zwischen integriertem und nicht-integriertem Standort sowie des funktionalen Einflusses auf zentrale Versorgungsbereiche begründet letztlich die Vorgehensweise in Bezug auf den Bestandsschutz.

***Sonderstandorte für Fachmärkte** stellen Agglomerationen großflächiger Einzelhandelsbetriebe dar, die oft eine überörtliche bzw. gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernehmen. Sie sind als Ergänzungsstandorte für zentrale Versorgungsbereiche zu sehen, die großflächige Einzelhandelsbetriebe aufnehmen können, die in den zentralen Versorgungsbereichen keinen Platz finden oder funktional nicht integrierbar sind. Beschränkt sind die in **Sonderstandorten für Fachmärkte** anzusiedelnden Betriebe auf nicht-zentrenrelevante Kernsortimente, wobei die erste Priorität der Ansiedlung auch dieser Betriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt. Betriebe mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten innerhalb von Sonderstandorten besitzen je nach Versorgungsfunktion im Stadtgebiet aktiven Bestandsschutz und somit begrenzte Erweiterungsoptionen mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.“*

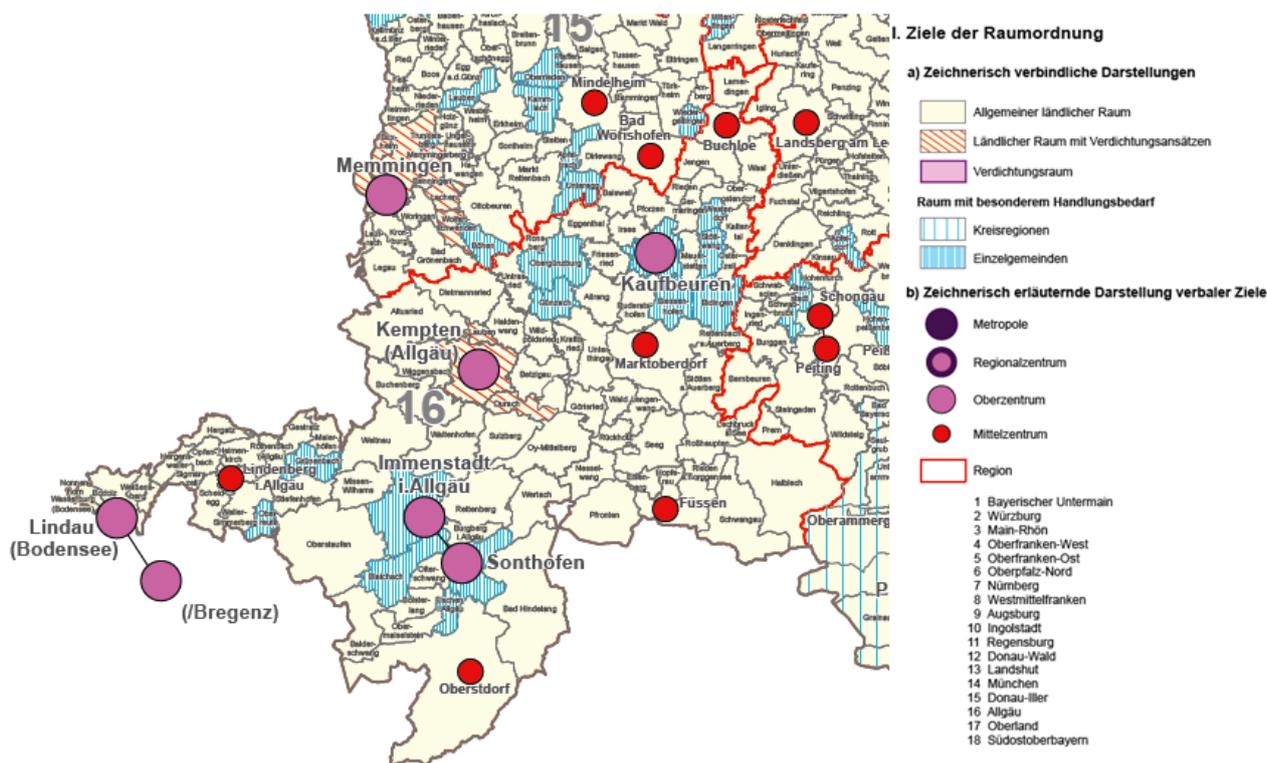
Der Standort Rudolf-Diesel-Straße stellt einen „Sonderstandortes Fachmärkte“ dar und ist somit für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment vorgesehen. Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment, die dort ansässig sind, genießen Bestandsschutz. Zur Einordnung der Sortimente und der Zentrenrelevanz ist eine gesonderte Betrachtung erforderlich.



B.2.4 Raumordnerische Vorgaben

Grundlage für die Landesplanung in Bayern ist das Landesplanungsgesetz (LPIG). Das für Raumordnung und Landesplanung zuständige Ministerium hat demgemäß ein Landesentwicklungsprogramm entwickelt, das Ziele und Grundsätze der Landesplanung für die Gesamtentwicklung des Landes Bayern formuliert. Das Landesentwicklungsprogramm ist im März 2018 in Kraft getreten.

Abbildung 5 Raumordnerische Gliederung (nach LEP 2018)



Quelle: LEP Bayern, 2018

Die Stadt Sonthofen liegt im Grenzgebiet zu Österreich in der im LEP als Planungsregion 16 bezeichneten Region Allgäu. Die Planungsregion 16 ist als Allgemeiner Ländlicher Raum eingestuft, in diesem fungieren Immenstadt und Sonthofen als gemeinsames Oberzentrum. Weitere Oberzentren der Planungsregion sind Kempten, Kaufbeuren und Lindau, gemeinsam mit Bregenz.

Die folgenden Ziele und Grundsätze des LEP Bayern 2018 sind maßgeblich für die Beurteilung des Vorhabens.

Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) vom 1.3.2018

5.3.1 Lage im Raum (Z)

Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen nur in zentralen Orten ausgewiesen werden

5.3.2 Lage in der Gemeinde (Z)

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



5.3.3 Zulässige Verkaufsflächen (Z)

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

5.3.5 Zielabweichungsverfahren in grenznahen Gebieten (G)

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

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

2.1.1 (Z)

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

2.1.2 (G)

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

B.2.5 Potenziale aus dem Fremdenverkehr

Sonthofen ist als attraktive Alpenstadt ein stark frequentiertes Ziel für Touristen. Dies trifft sowohl für den Winter als auch für den Sommer zu. So verfügt die Stadt Sonthofen im Jahr 2018 über insgesamt 284 Beherbergungsbetriebe, ausgestattet mit insgesamt 2.903 Betten. Davon wird rund die Hälfte (47%) in Hotels und Gasthöfen angeboten. Die andere Hälfte konzentriert sich weitgehend auf Ferienwohnungen und Privatvermieter. Diese Unterscheidung ist wesentlich, da tendenziell Ferienhausbewohner mehr Geld im Einzelhandel ausgegeben (Stichwort: Selbstverpflegung) als Hotelgäste.

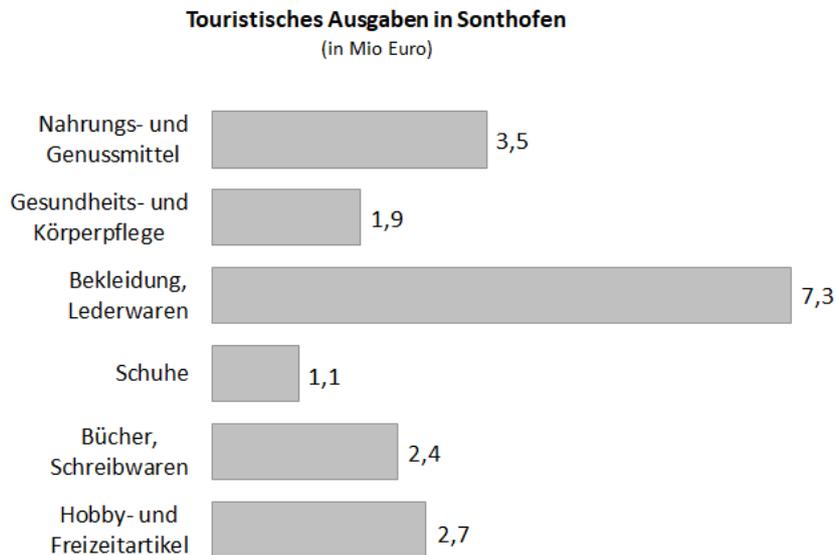
Die Berechnung der Einzelhandelsausgaben basiert auf Erhebungen und Recherchen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif e.V.). Hier werden, differenziert nach Fremdenverkehrsregionen in Deutschland die Ausgaben der Touristen ermittelt. Unterschieden wird nach

- Verpflegung im Gastgewerbe
- Lebensmitteleinkauf
- Sonstiger Einkauf
- Freizeit/Unterhaltung
- sonstige Ausgaben.

Die Höhe der Ausgaben unterscheidet sich darüber hinaus noch nach der Art des Besuches. Übernachtungsgäste geben tendenziell mehr aus als Tagesbesucher. So geht man für die Fremdenverkehrsregion Allgäu von einem mittleren Ausgabenbetrag der Übernachtungsgäste von 15,05 € pro Tag und Person sowie von 13,91 € pro Person bei den Tagesbesuchern aus. Diese Beträge schließen Ausgaben im Lebensmitteleinzelhandel und im sonstigen Einzelhandel mit ein. Andere Ausgaben (Verpflegung im Gastgewerbe, Ausgaben für Freizeit/Unterhaltung oder Sonstige Ausgaben) sind nicht enthalten.



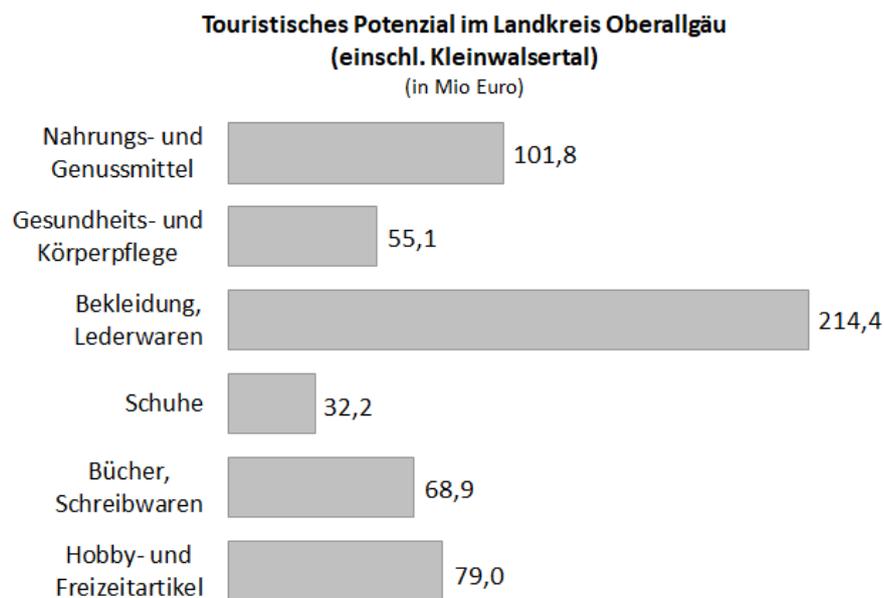
Abbildung 6 Jährliche Ausgaben der Touristen Sonthofen



Quelle: Einzelhandelskonzept Sonthofen

Die Zahl der Übernachtungen beträgt für das Jahr 2018 in Sonthofen 348.724. Laut dwif e.V. ergibt sich für Region Allgäu die Zahl der Tagesbesucher aus einem Vielfachen (2,8) der Übernachtungsgäste. So kann für Sonthofen von rund 976.000 Tagesbesucher ausgegangen werden. Eine weitere Differenzierung der Einzelhandelsausgaben der Touristen nach Branchen ist auf Grundlage einer Analyse von BBE und HBE aus dem Jahr 2017 möglich.

Abbildung 7 Touristisches Ausgabenpotenzial im Landkreis Oberallgäu



Quelle: Einzelhandelskonzept Sonthofen

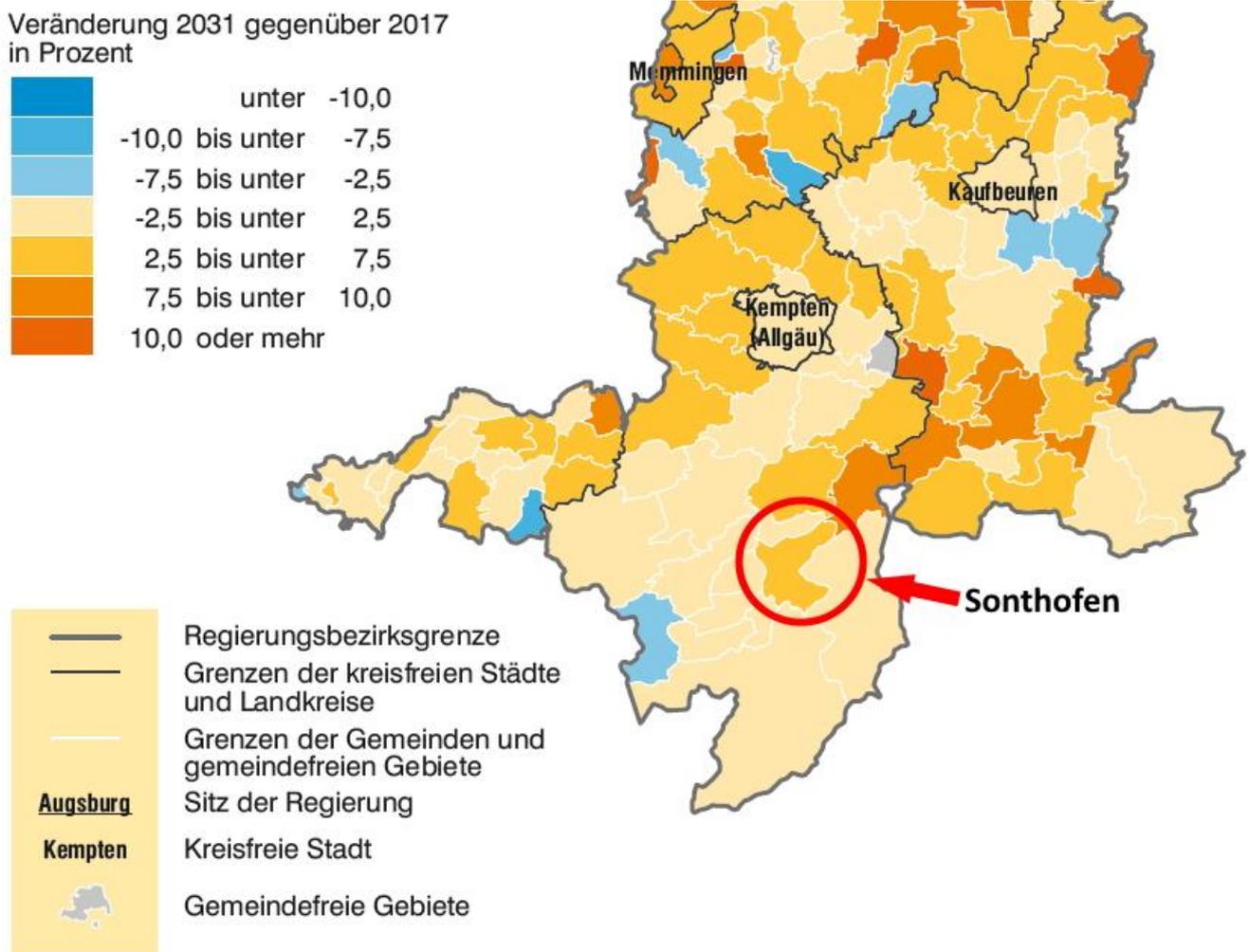
Im Hinblick auf das Erweiterungsvorhaben stellt die Sportbranche eine für Touristen attraktive Einzelhandelsbranche in Sonthofen dar. Die Sportausgaben der Touristen sind implizit in der Sortimentsgruppe Hobby- und Freizeitartikel enthalten.



B.2.6 Demographische Entwicklung

Grundlage der Darstellung ist die Regionale Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes mit ihren Vorausberechnungen. Da für Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern nur bis 2031 Vorausberechnungen durchgeführt werden, steht nur bis zu diesem Zeitpunkt eine detaillierte Kartendarstellung zur Verfügung. Auch für die 30er Jahre berechnet das Statistische Landesamt für Sonthofen einen weiteren Bevölkerungsanstieg, jedoch deutlich geringer als für die Jahre bis 2031.

Abbildung 8 Bevölkerungsentwicklung 2017 bis 2031



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Demographie-Spiegel für Bayern - Stadt Sonthofen - Berechnungen bis 2037, Fürth 2019

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Bevölkerung im Bereich der Stadt Sonthofen wachsen wird. Dies bedeutet einen Zugewinn an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft bei gleichzeitig tendenziell steigenden Ausgabenbeträgen. Bis zum Jahr 2031 wird die Einwohnerzahl in Sonthofen von 21.522 (2017) auf 22.100 steigen. Bis 2037 werden noch weitere 100 Einwohner auf 22.200 Einwohner zuwachsen.

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



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

B.2.7 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

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

Abbildung 9 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100)



Quelle: MB-Research, Nürnberg 2020

Danach herrschen durchschnittliche Einkommen in der Region vor, die naturgemäß Auswirkungen auf die Einzelhandelsausgaben haben. Für die Stadt Sonthofen wurde ein Kaufkraftindex von 99,3 ermittelt. Damit liegt die Stadt praktisch im Bundesdurchschnitt. Allerdings kann über die tatsächlichen Umsatzchancen des Einzelhandels, ausschließlich auf Basis der Kaufkraftkennziffern, keine Aussage gemacht werden. Vielmehr handelt es sich um eine erste regionale Benchmark.



B.3 Auswirkungsanalyse

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

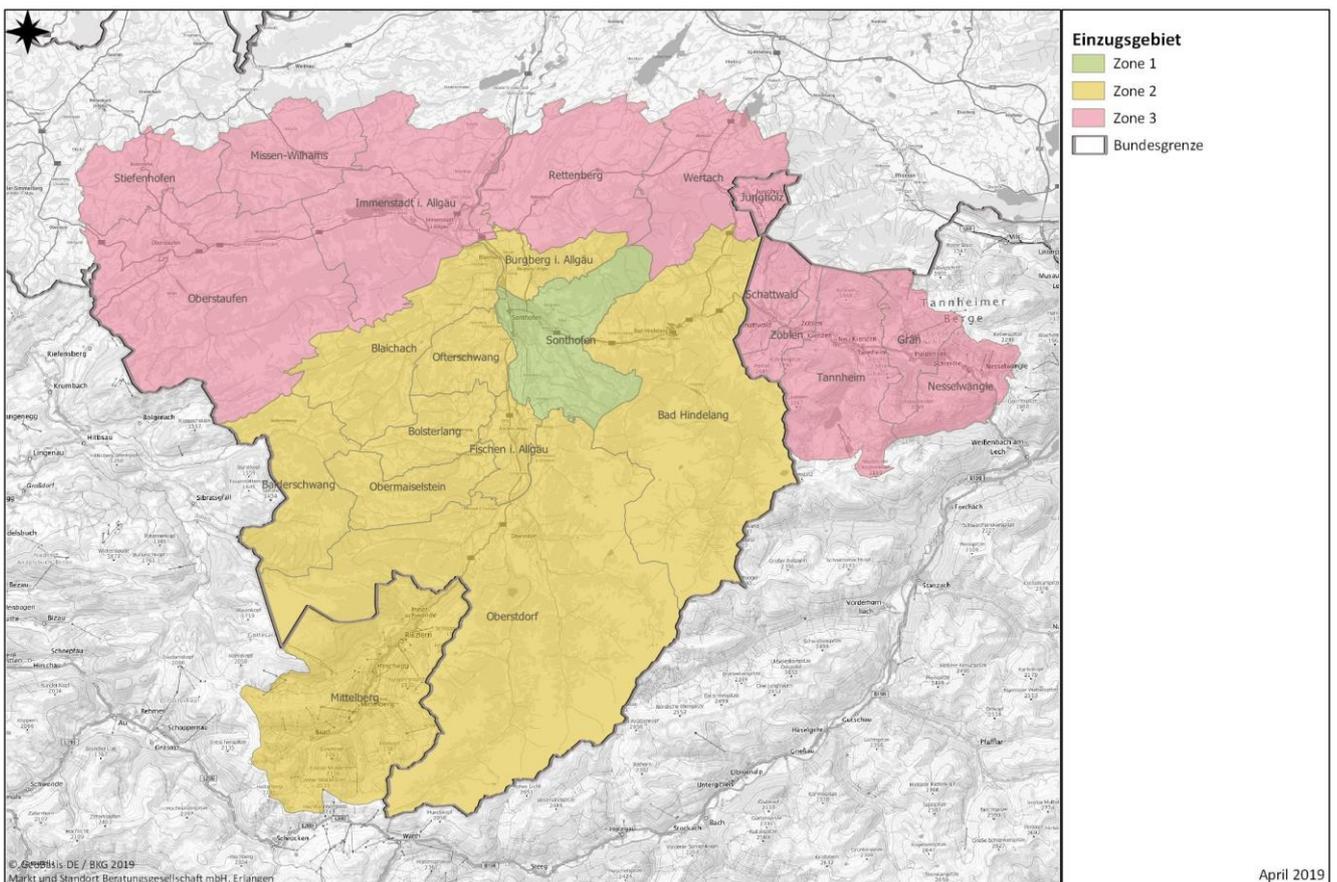
In Simulationsrechnungen werden dann die Veränderungen der Kaufkraftströme ermittelt, die durch das zu prüfende Projekt verursacht werden.

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

B.3.1 Einzugsbereich des Projektes

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

Abbildung 10 Einzugsbereich der Stadt Sonthofen



Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen, 2019

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

Die drei Zonen des Einzugsbereiches stehen für die unterschiedlich starke Marktausschöpfung, die das Vorhaben am gegebenen Standort erreichen kann. Die höchsten Marktanteile werden im Stadtgebiet Sonthofen selbst erzielt (Zone 1). In Zone 2, die die südlich angrenzenden Gemeinden einschließlich des Kleinwalsertales



sowie die im Osten und Westen unmittelbar angrenzenden Gemeinden umfasst, liegen sie deutlich niedriger. Bei der Zone 3 handelt es sich um den ergänzenden Einzugsbereich der Innenstadt. Aufgrund der größeren Distanz und der zunehmenden Nähe zu Kempten sinken die Marktbindungschancen deutlich.

B.3.2 Marktpotenzial

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

Tabelle 3 Pro-Kopf-Einzelhandelsausgaben im Einzugsgebiet von Sonthofen

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

Quelle: Eigene Berechnungen 2020, BBE, Umsatzsteuerstatistik, Einkommens- und Verbrauchsstichprobe, diverse Branchenverbände

Aus der Verrechnung mit dem Einkommensniveau und der Bevölkerungszahl ergibt sich das im Einzugsbereich verfügbare einzelhandelsrelevante Potenzial, das den Einwohnern jährlich für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Bezogen auf die am Standort Rudolf-Diesel-Straße vorhandenen Sortimente sind die folgenden Marktpotenziale für das Jahr 2020 maßgeblich.

Tabelle 4 Projektrelevante Marktpotenziale

	Einwohner Stand 1.1.2020	Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke in Mio. Euro	Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Drogeriewaren in Mio. Euro	Textilien, Bekleidung, Lederwaren in Mio. Euro	Schuhe in Mio. Euro	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik in Mio. Euro
Zone 1	21.646	59,9	12,7	14,3	3,4	2,5
Zone 2	36.886	102,3	21,7	24,5	5,8	4,2
Zone 3	35.469	97,0	20,5	23,2	5,5	4,0
Summe Zonen	94.001	259,2	54,9	62,0	14,8	10,8

	Elektrowaren in Mio. Euro	Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren in Mio. Euro	Möbel und Einrichtungsbedarf in Mio. Euro	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf (Zoo) in Mio. Euro	Hobby-, Sport- und Freizeitartikel in Mio. Euro	Gesamt in Mio. Euro
Zone 1	12,5	4,6	13,4	12,5	8,3	144,1
Zone 2	21,4	7,9	22,8	21,4	14,2	246,3
Zone 3	20,3	7,5	21,6	20,3	13,5	233,5
Summe Zonen	54,2	19,9	57,8	54,2	36,1	623,9

Quelle: eigene Berechnungen, 2020



Damit steht der Bevölkerung im Einzugsbereich ein einzelhandelsrelevantes, projektbezogenes Potenzial in Höhe von rund 623,9 Mio. Euro zur Verfügung. Die genannten Potenziale sind Grundlage für die Umsatzschätzung sowie die Berechnung der Auswirkungen der Kaufkraftumlenkungen, die durch mögliche Veränderungen am Standort Rudolf-Diesel-Straße im Einzugsbereich verursacht werden.

Zusätzlich dazu stehen aus touristischen Potenzialen (Übernachtungsgäste und Tagesbesucher in Sonthofen) projektspezifisch ergänzende rund 19,4 Mio. Euro zur Verfügung.

B.3.3 Bestandsanalyse und Sortimentsüberschneidungen

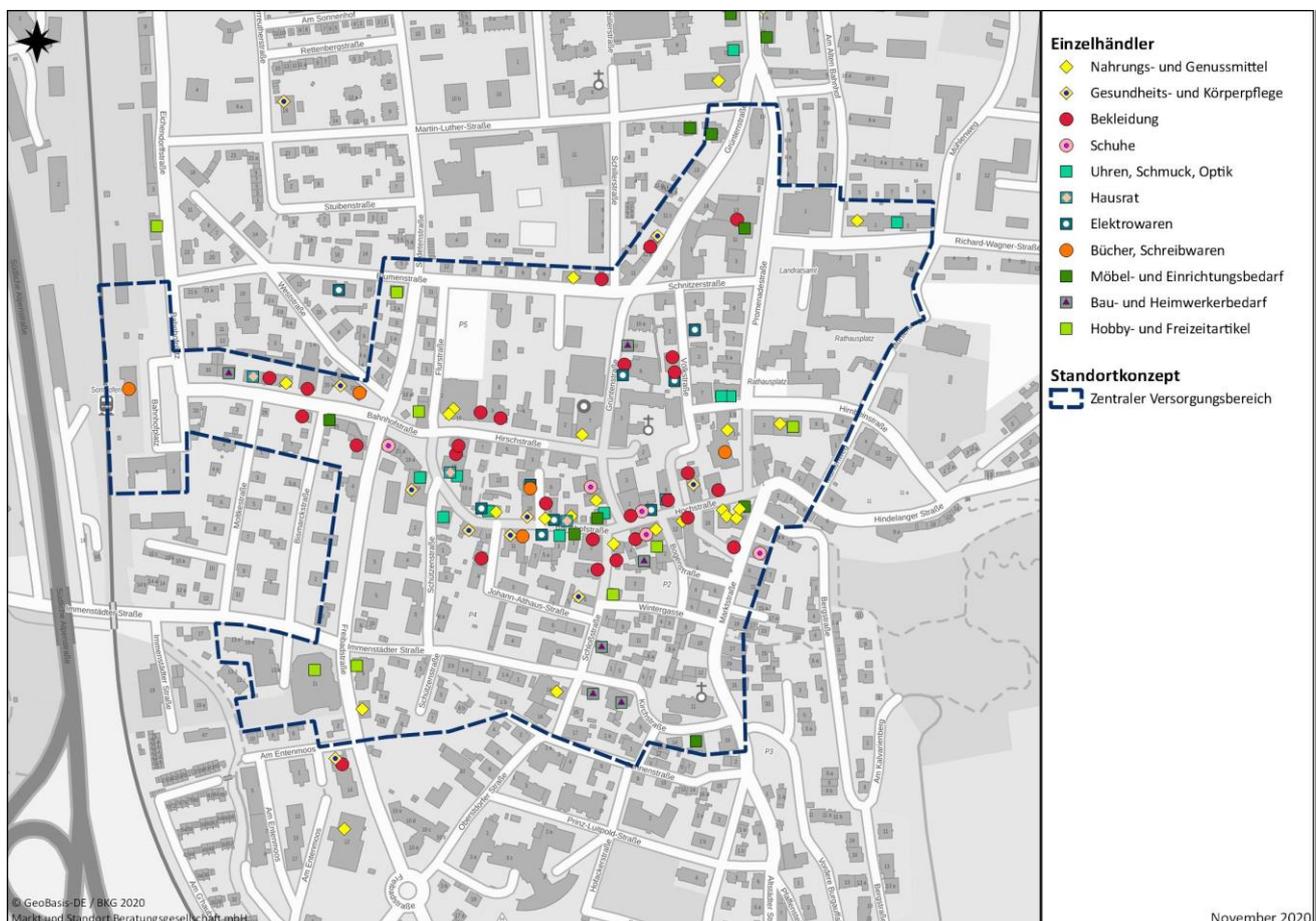
Die Stadt Sonthofen spielt aufgrund der Konzentration von Einzelhandelsflächen in ihrem Stadtgebiet eine wichtige Rolle für die Versorgung in der Region. Die Konzentration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist gemäß der zentralen Funktion deutlich ausgeprägt.

B.3.3.1 Innenstadt Sonthofen

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt weist ein dichtes und vielfältiges Angebot aus unterschiedlichen Einzelhandelsbetrieben sowie ergänzenden Dienstleistungsstrukturen, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen auf. Durch seine Multifunktionalität ist er als wichtigster Versorgungsbereich v.a. für den mittelfristigen Bedarf zu werten.

Die folgende Abbildung 11 zeigt den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Sonthofen auf der Grundlage der aktuellen Erhebung im Oktober 2020. In der darauffolgenden Tabelle 5 sind die Verkaufsflächen in der Innenstadt sowie die Anteile der einzelnen Sortimente ausgewiesen.

Abbildung 11 Abgrenzung und Einzelhandelsbestand im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sonthofen



Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, 2020



Der Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt hat seine Verkaufsflächenkonzentrationen im mittel- und langfristigen Bereich. Nur rund 20 % der Verkaufsfläche werden mit Sortimenten des periodischen Bedarfs belegt.

Tabelle 5 Einzelhandelsbestand im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Sonthofen

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Verkaufsfläche in%
Nahrungs- und Genussmittel	3.040	15,0%
Gesundheits- und Körperpflege	995	4,9%
Bekleidung, Lederwaren	7.490	37,0%
Schuhe	785	3,9%
Uhren, Schmuck, Optik	815	4,0%
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	710	3,5%
Elektrowaren	440	2,2%
Bücher, Schreibwaren	705	3,5%
Möbel und Einrichtungsbedarf	1.580	7,8%
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	975	4,8%
Hobby- und Freizeitartikel	2.715	13,4%
Gesamt Innenstadt	20.250	100,0%

Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, 2020

B.3.3.2 Sonthofen restliches Stadtgebiet

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Fachmarktstandort Rudolf-Diesel-Straße sind im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen der Nahversorgungsstandort Östliche Alpenstraße, wo fast zwei Drittel der Verkaufsfläche auf die Sortimente des täglichen Bedarfs entfallen, und der Fachmarktstandort Berghofer Straße / Oststraße festgelegt. Hier dominieren mit Obi und zwei Sportfachmärkten mittel- und langfristige Sortimente, die Flächen für periodische Sortimente machen nur etwa 5% aus. Hinzu kommen einige Solitärstandorte in der Kernstadt und das Einzelhandelsangebot in den Ortsteilen (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6 Aktueller Einzelhandelsbestand in den weiteren Einkaufslagen

	Östliche Alpenstraße (Nahvers.standort)	Berghofer Straße / Oststraße (Fachmarktstandort)	Streulagen in der Kernstadt (Solitärstandorte)	Ortsteile (Solitärstandorte)
Nahrungs- und Genussmittel	4.060	300	3.410	415
Gesundheits- und Körperpflege	605	145	260	30
Bekleidung, Lederwaren	695	400	515	55
Schuhe	350	0	20	10
Uhren, Schmuck, Optik	0	0	160	0
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	50	130	90	1.055
Elektrowaren	0	15	80	15
Bücher, Schreibwaren	45	0	95	85
Möbel und Einrichtungsbedarf	40	295	1.020	10
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	605	4.785	1.085	15
Hobby- und Freizeitartikel	1.020	1.865	1.295	90
Gesamt	7.470	7.935	8.030	1.780

Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen, eigene Erhebung 2020



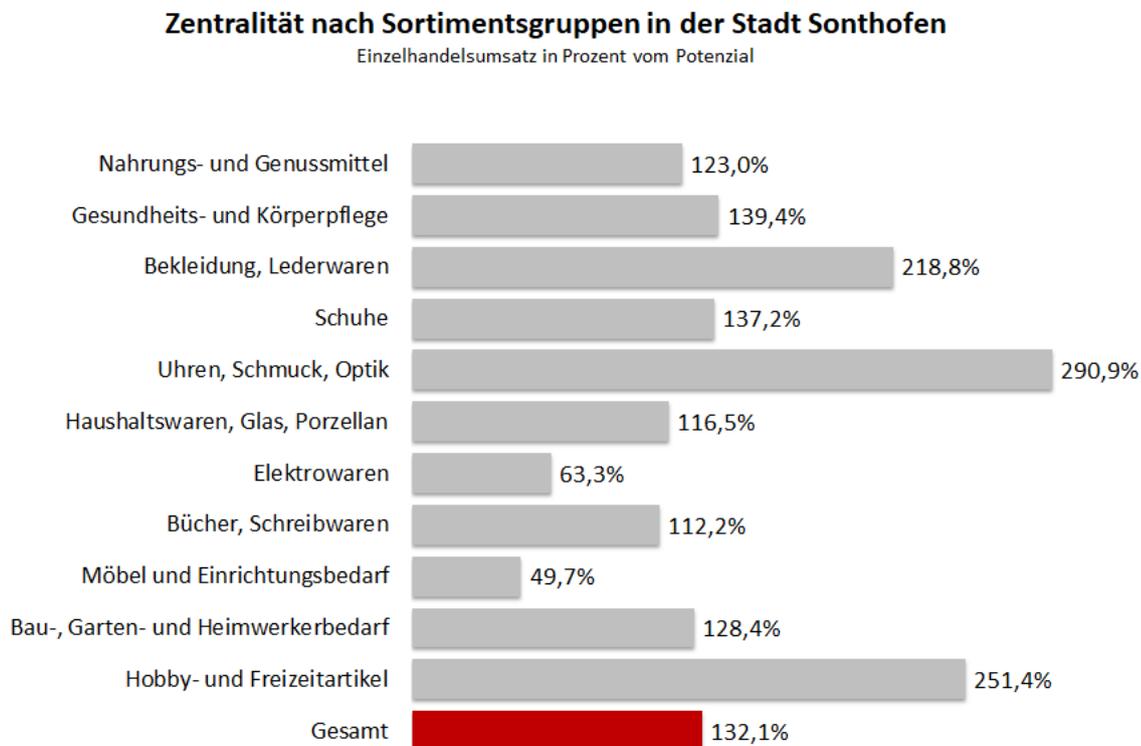
B.3.4 Die Kaufkraftströme und die erwarteten Veränderungen

B.3.4.1 Der 0-Fall (Status Quo)

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

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen beinhaltet Zentralitätsquoten über alle Sortimentsgruppen, die die Grundlage für die Beurteilung der Kaufkraftbindung darstellen.

Abbildung 12 Zentralität nach Sortimentsgruppen in Sonthofen



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen

Danach weisen die Sortimentsgruppen Bekleidung und Uhren/Schmuck sowie Hobby- und Freizeitartikel die höchsten Zentralitätsquoten auf. Die Umsätze in dieser Sortimentsgruppe übersteigen die im Stadtgebiet verfügbaren Potenziale um mehr als das Zweifache. In diesen Sortimentsgruppe ist die Anziehungskraft des Sonthofer Einzelhandels besonders hoch. Gleichzeitig werden diese Sortimentsgruppen stark von Touristen nachgefragt und sind zentrenrelevant.

Eine Zentralität des gesamten Einzelhandels von 132,1 ist für ein kleines Oberzentrum wie Sonthofen durchaus angemessen. Eine Steigerung der Zentralität des Oberzentrums ist jedoch durchaus möglich und sinnvoll.



B.3.4.2 Der 1-Fall (Projekt)

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

B.3.4.2.1 Projekt, Verkaufsfläche und Umsatzerwartung

Im vorliegenden Fall gibt es kein konkretes Projekt, das geprüft werden sollte, sondern eine zu prüfende Verkaufsflächensumme verschiedener Sortimente. Die zu prüfende Verkaufsflächensumme setzt sich zusammen aus den in Tabelle 1 zusammengestellten Anfragen und Wünschen der ansässigen Betreiber im Gebiet Rudolf-Diesel-Straße. Diese Anfragen können bezüglich ihrer Raumleistungen auch nach Betriebstypen differenziert werden. Über die konkreten Anfragen hinaus ist für die zentrenrelevanten Sortimente ein Flexibilitätszuschlag für jeden ansässigen Betrieb von 15% angenommen worden. Angesichts der Funktionszuordnung des Gebietes Rudolf-Diesel-Straße als Sondergebiet für Fachmärkte sind nicht-zentrenrelevante Sortimente in großflächigen Einzelhandelsbetrieben zulässig. Zentrenrelevante Sortimente, über den Bestandsschutz hinaus, sollten nicht ausgeweitet werden. Vor diesem Hintergrund wird unterstellt, dass die Flexibilitätsmarge von 15% durch den Bestandsschutz abgedeckt ist.

Die gesamte zusätzliche Verkaufsfläche von 3.070 qm wird in die Begutachtung einbezogen. Es ist zu berücksichtigen, dass für den bereits vorhandenen Teil der Verkaufsfläche von 10.980 qm die schon lange erfolgte Marktberäumung zu unterstellen ist. Deshalb sind städtebauliche und absatzwirtschaftliche Auswirkungen für diese Bestandsfläche nicht zu erwarten. Diese ist bereits seit Jahren etabliert und die entsprechende Wettbewerbswirkung ist bereits wirksam geworden. Die Agglomerationsvorteile durch die Erweiterung sind in die verwendete Raumleistung eingeflossen. Vor diesem Hintergrund wird die für die Begutachtung zugrunde liegende Umsatzerwartung auf der Basis der zusätzlichen Verkaufsfläche und der, die zu erwartenden Agglomerations-effekte berücksichtigende, Raumleistung ermittelt.

Tabelle 7 Projekt, zu erweiternde Sortimente und Umsatzerwartung in Mio. €

Sortiment	Verkaufsfläche in qm	Regular Case		Worst Case	
		Raumleistung in €/qm	Umsatzerwartung in Mio. €	Raumleistung in €/qm	Umsatzerwartung in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	650	5.300	3,4	6.000	3,9
Gesundheits- und Körperpflege	320	5.600	1,8	6.000	1,9
Bekleidung, Lederwaren	190	1.800	0,3	2.500	0,5
Schuhe	370	2.100	0,8	2.400	0,9
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	250	1.200	0,3	1.500	0,4
Elektrowaren	350	5.000	1,8	6.000	2,1
Bücher, Schreibwaren	130	3.500	0,5	3.700	0,5
Möbel und Einrichtungsbedarf	390	1.400	0,5	1.900	0,7
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	240	2.100	0,5	2.300	0,6
Hobby- und Freizeitartikel	180	2.200	0,4	2.400	0,4
Summe	3.070	3.357	10,3	3.864	11,9

Quelle: eigene Berechnungen, BBE, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017 für das Bayerische Wirtschaftsministerium
Rundungsdifferenzen sind möglich

Die verwendete Raumleistung genügt der Einstufung der Betriebstypen und Sortimente, entsprechend der Vorgaben aus den „Struktur und Marktdaten des Einzelhandels 2017“, die Grundlage für die landesplanerische Beurteilung von Vorhaben sind. Die verwendete Raumleistung zwischen 1.500 und 6.000 € pro qm Verkaufsfläche entsprechen den maximal vorgegebenen Werten, so dass die Verwendung des Worst Case Ansatzes auch bei der Wahl der Raumleistung gewährleistet ist.



Die gesamte ermittelte Umsatzerwartung erreicht im Worst Case für die unterstellten zusätzlichen Verkaufsflächen von 3.070 qm eine Summe von 11,9 Mio. €. Aus diesen Summen sind die nicht-zentrenrelevanten Sortimente, die mit Ausnahme der zentrenrelevanten Randsortimente keiner Beschränkung im Sondergebiet unterliegen, abzuziehen. So ergeben sich die folgenden für die städtebauliche Prüfung maßgeblichen Verkaufsflächen und Umsatzerwartungen.

Tabelle 8 Projekt, geprüfte Sortimente und Umsatzerwartung in Mio. € (zentrenrelevant)

Sortiment	Verkaufsfläche in qm	Regular Case		Worst Case	
		Raumleistung in €/qm	Umsatzerwartung in Mio. €	Raumleistung in €/qm	Umsatzerwartung in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	670	5.300	3,6	6.000	4,0
Gesundheits- und Körperpflege	320	5.600	1,8	6.000	1,9
Bekleidung, Lederwaren	190	1.800	0,3	2.500	0,5
Schuhe	370	2.100	0,8	2.400	0,9
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	250	1.200	0,3	1.500	0,4
Elektrowaren	50	5.000	0,3	6.000	0,3
Bücher, Schreibwaren	130	3.500	0,5	3.700	0,5
Möbel und Einrichtungsbedarf	360	1.400	0,5	1.900	0,7
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	110	2.100	0,2	2.300	0,3
Hobby- und Freizeitartikel	130	2.200	0,3	2.400	0,3
Summe	2.580	3.366	8,5	3.838	9,7

Quelle: eigene Berechnungen, BBE, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017 für das Bayerische Wirtschaftsministerium
Rundungsdifferenzen sind möglich

B.3.5 Landesplanerische Betrachtung

Gem. LEP Bayern 2018³ Kapitel 2.1.3 sollen die Zentralen Orte die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des gehobenen Bedarfs, aber auch auf den darunter liegenden Stufen wahrnehmen. Ferner legt der LEP Bayern 2018 in Kapitel 5.3.1 fest, dass Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufen sowie in Siedlungsschwerpunkten (geeignete zentrale Orte) ausgewiesen werden sollen.

Die Stadt Sonthofen ist gemeinsam mit Immenstadt als Oberzentrum ausgewiesen, so dass sie als Standort für großflächigen Einzelhandel grundsätzlich geeignet ist.

Damit ist die Einhaltung des Zentralitätsgebotes aus gutachterlicher Sicht gewährleistet.

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

Damit ist die Einhaltung des Kongruenzgebotes aus gutachterlicher Sicht gegeben.

³ Stand LEP Teilfortschreibung 1.3.2018



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

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

Im fußläufigen Umkreis des Standortbereiches leben rund 4.500 Einwohner. Die umgebende Siedlungsstruktur ist dominiert durch Wohnungsbau, so dass von einem bedeutenden fußläufig erreichbaren Einzugsbereich auszugehen ist. Eine ÖPNV-Anbindung durch zwei Bushaltestellen der Buslinien 20 und 21 ist für den Bereich Rudolf-Diesel-Straße gewährleistet.

Damit sind die maßgeblichen Kriterien für die Einhaltung des Integrationsgebotes aus gutachterlicher Sicht gegeben.

Die zulässigen Verkaufsflächen werden in Kapitel 5.3.3 „Zulässige Verkaufsflächen“ geregelt.

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

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen ermittelt auf Grundlage der Vorgaben des LEP Bayern die zulässigen Verkaufsflächen für verschiedene Absatzformen⁴. Nach den Berechnungen auf der Grundlage der Vorgaben des LEP und der Struktur- und Marktdaten der Bayerischen Landesplanung ist die vorgesehene Dimensionierung des Vorhabens aus landesplanerischer Sicht in Sonthofen umsetzbar.

Nach den Berechnungen auf der Grundlage der landesplanerischen Vorgaben für das Oberzentrum Sonthofen wären die geplanten Erweiterungen und Veränderungen aus gutachterlicher Sicht grundsätzlich realisierbar.

⁴ Vergl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen 2019, Seite 61f



B.3.6 Bewertung auf Grundlage des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Sonthofen

B.3.6.1 Bewertung der Sortimentsstruktur

Die Sortimente der geplanten Erweiterungen sind folgendermaßen einzustufen. Der größte Teil der Bestandsfläche ist als zentrenrelevant einzustufen.

Abbildung 13 Einordnung der Sortimente

Betreiber	Sortimentseinordnung (Schwerpunkt)
Expert Sonthofen	nicht-zentrenrelevant
MyShoes	zentrenrelevant
AWG Mode Center	zentrenrelevant
Müller Drogerie	zentrenrelevant
Lidl	zentrenrelevant
Baco Boden, Bett und Heimtextilien	zentrenrelevant
Das Futterhaus	nicht-zentrenrelevant
Die Küche	nicht-zentrenrelevant
Ernstings Family	zentrenrelevant
Autoteile Sallmann	nicht-zentrenrelevant
Kaufmarkt	zentrenrelevant
Sonderpostenmarkt	zentrenrelevant

Quelle: eigene Recherchen und Erhebungen, Einstufung nach Sonthofener Liste

Von den insgesamt ermittelten 2.970 qm Verkaufsfläche, die zur Erweiterung und Umstrukturierung des Einzelhandelsangebotes vorgesehen sind, sind 2.510 qm als zentrenrelevant eingestuft. Die Differenz von 460 qm beziehen sich insbesondere auf die gewünschte Erweiterung des Elektrofachmarktes sowie Zooartikel und Möbel, die keiner besonderen Prüfung bedürfen.

B.3.6.2 Zielerfüllung

Die Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen für den Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße des Einzelhandelskonzeptes sind einzuhalten. Das Einzelhandelskonzept führt dazu aus:

„Die Funktion der Zentralitätsbildung und der Versorgung von Stadt und Umland ist zu sichern und weiterzuentwickeln. Die beiden großflächigen Lebensmittelanbieter versorgen aufgrund ihrer Größe (Kaufmarkt) und durch Agglomerationswirkung (Lidl) die Verbraucher in der gesamten Stadt und dem Umland. Sie bilden das Grundgerüst der periodischen Versorgung in Sonthofen und dem näheren Umland und sichern durch ihre Sortimentstiefe und -breite ein hohes Qualitätsniveau in der Lebensmittelversorgung. Zur periodischen Versorgungsfunktion ist der ansässige Müller Drogeriemarkt ebenfalls zu zählen. Für dieses wichtige Segment sollte der aktive Bestandsschutz gelten.

Der Expert Elektrofachmarkt stellt das nahezu einzige größere Angebot an Elektrowaren in Sonthofen und im Umland dar. Dieser Elektrofachmarkt trägt erheblich zur Zentralitätsbildung bei und ist an diesem Standort beizubehalten und bei Bedarf auch zu erweitern.



Andere zentrenrelevante Nonfood-Sortimente wie vor allem Bekleidung und Schuhe sind als ergänzende kleinflächige Anbieter möglich. Hier handelt es sich um Kernsortimente jeder Innenstadt. Großflächige Anbieter in diesen Sortimenten haben Bestandsschutz, der allerdings passiv gehandhabt werden sollte.

Das Sortiment Bodenbeläge und Teppiche ist nicht zentrenrelevant und kann auch großflächig sein, das Heim- und Haustextiliensortiment (Baco) allerdings ist zentrenrelevant und somit großflächig nur über den bestehenden Bestandsschutz möglich. Da es sich hier jedoch nicht um innerstädtische Kernsortimente handelt, kann der Bestandsschutz aktiv gehandhabt werden.

Großflächige Neuansiedlungen sind ausschließlich mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und einem zentrenrelevanten Randsortimentsanteil von maximal 10% der Gesamtverkaufsfläche möglich. Die zentrenrelevanten Randsortimente sollten einen inhaltlichen Bezug zum Kernsortiment haben.

Grundsätzlich sollten Ansiedlungen, auch kleinflächige, und Erweiterungen gutachterlich auf ihre städtebauliche Verträglichkeit geprüft werden.“

Im Falle der nahversorgungsrelevanten Sortimente wird im Einzelhandelskonzept angesichts der großen Bedeutung des Nahversorgungsangebotes im Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße ein aktiver Bestandsschutz empfohlen. Städtebaulich verträgliche Erweiterungen wären demnach für die Betreiber Lidl, Kaufmarkt und Müller Drogeriemarkt möglich.

Eine Erweiterung des ansässigen Expert-Elektrofachmarktes ist aufgrund der Einstufung als nicht zentrenrelevantes Sortiment ohne Beschränkung möglich. Das gilt auch für den Küchenfachmarkt „Die Küche“, den Zoofachmarkt „Das Futterhaus“ sowie für den Fachmarkt für Autozubehör „Sallmann“. In allen diesen Fällen ist die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10% zu beachten.

Für den Anbieter Baco Boden, Bett und Heimtextilien sind Erweiterungen im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsteil (Bodenbeläge) nicht begrenzt. Die Erweiterung des zentrenrelevanten Sortimentsanteiles (Heim- und Haustextilien) unterliegt dem aktiven Bestandsschutz und könnte im Rahmen der unterstellten Flexibilitätsquote umgesetzt werden.

Die zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung und Schuhe bedürfen besonderer Aufmerksamkeit, wobei die Verkaufsfläche des großflächigen Bekleidungsanbieters (AWG) nach jetzigem Kenntnisstand reduziert werden soll und insofern kein Prüfungsbedarf besteht. Für den kleinflächigen Anbieter Ernstings Family ergibt sich eine Einschränkung im Zusammenhang mit der Agglomerationslage. Hier würde der passive Bestandsschutz greifen und eine Erweiterung wäre nicht möglich.

Der Schuhfachmarkt wünscht eine Verkaufsflächenerweiterung, die entsprechend der beschränkenden Aussagen im Einzelhandelskonzept nicht möglich ist. Für das Sortiment Schuhe wird aufgrund der Zentrenrelevanz ein passiver Bestandsschutz vorgeschlagen. Trotzdem wird eine Verträglichkeitsprüfung der gewünschten Erweiterungsverkaufsfläche durchgeführt, um eventuelle städtebauliche Folgen einer potenziellen Erweiterung für die Innenstadt darstellen zu können.

Ein neuer Sonderpostenmarkt ist in Bezug auf seine Sortimentsrelevanz schwierig einzuordnen, da die Teilsortimente des Marktes über alle Sortimentsgruppen streuen. Durch diese Streuung ist ein Teil der Sortimente als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Des Weiteren verteilen sich die Sortimente auf eine Vielzahl von Sortimentsgruppen, so dass bei der Berechnung der Auswirkungen aufgrund dieser Verteilung über viele Gruppen kaum Wirkungen auszumachen sein dürften. Kernsortimente der Innenstadt wie Textilien und Schuhe werden nur auf rund 10% der Verkaufsfläche angeboten.

Bei Berücksichtigung dieser Vorgaben sind die geplanten Erweiterungsverkaufsflächen am Standort Rudolf-Diesel-Straße mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes kompatibel.



B.3.7 Städtebauliche Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen

B.3.7.1 Abwägungsschwellenwert für die Innenstadt Sonthofens

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

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

Tabelle 9 Abwägungsschwellenwert für die Beurteilung städtebaulicher Wirkungen des Vorhabens

Gebiet	maximaler Abwägungsschwellenwert in %	Begründung
Innenstadt	9	Bestandsschutz und Bestandspflege der bestehenden Betriebe, Vermeidung von Verdrängungswettbewerb und Sicherung der oberzentralen Funktionsfähigkeit auch im aperiodischen Segment, auch für die Versorgung des Einzugsbereichs

Nach der umfassenden Bewertung der Innenstadtfunktionen im Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen befindet sich die Innenstadt auf einem guten Entwicklungspfad, der allerdings auch konsequent weiter beschritten werden muss. Der Entwicklungszustand des Innenstadtangebotes ist weitgehend stabil, in dem ein oder anderen Segment aber auch noch labil. Gleichzeitig ist für die Positionierung der Stadt Sonthofen als Oberzentrum in der Region die Weiterentwicklung der Zentralität in attraktiven Branchen wichtig. So sieht auch das Einzelhandelskonzept in der Abwägung zwischen der Entwicklung von Innen- und Außenstadt vor dem Hintergrund verfügbarer innerstädtischer Flächenpotenziale Kompromissmöglichkeiten vor, die verträgliche Entwicklungen außerhalb der Innenstadt unter Auflagen ermöglichen.

Trotz dieser Möglichkeiten ist für die Bewertung eventueller Umsatzzumlenkungen in der Innenstadt von Sonthofen ein Abwägungsschwellenwert für den aperiodischen Bereich festzulegen, der unterhalb der „üblichen“ Spanne von 10% liegt. Diese zusätzliche Begrenzung der maximal möglichen Umsatzzumlenkungen sichert die weitere positive Entwicklung der Innenstadt Sonthofens für die Zukunft ab.

Der genannte Abwägungsschwellenwert von 9% gilt für die Nonfood-Sortimente in der Innenstadt von Sonthofen.

B.3.7.2 Umsatzzumlenkungen durch das Projekt

Gemäß BauGB, Bau NVO und aktueller Rechtsprechung ist es notwendig, die Auswirkungen der neuen Verkaufsfläche in ihrer Gesamtheit zu begutachten. Da alle betroffenen Betriebe im Bestand ansässig sind und der davon ausgehende Wettbewerb bereits seit Jahren wirksam geworden ist, kann eine realistische Beurteilung der Wirkungen nur von der Umsatzwirkung auf den Erweiterungsflächen ausgehen. Synergieeffekte, die durch



neue Größe des Betriebs entstehen, sind durch die Wahl der Worst Case Raumleistung berücksichtigt. Eine Ausnahme bildet der neu geplante Sonderpostenmarkt, der in seiner vollen Größe beurteilt wird.

B.3.7.2.1 Nahrungs- und Genussmittel

Tabelle 10 Umsatzzumlenkungen – Nahrungs- und Genussmittel

Gebiet	Einstufung nach Einzelhandelskonzept**	vorhandene Verkaufsflächen in qm	Projekt-relevanter Bestands-umsatz in Mio. €	Projektumsatz maximal mögliche Erweiterung in Mio. €	Umsatzzumlenkungs-quote in v.H.
Innenstadt	ZVB	3.040	13,3	0,7	5,3%
Östliche Alpenstraße	Nahversorgungsstandort	4.060	18,6	1,4	7,7%
Rudolf-Diesel-Straße	Fachmarktstandort	3.635	19,3	... *	
Berghofer Straße / Oststraße	Fachmarktstandort	300	1,4	0,1	5,1%
Streulagen in der Kernstadt	Solitärstandorte	3.410	16,3	1,1	6,0%
Ortsteile	Solitärstandorte	415	2,1	... *	
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse				0,6	
Summe		14.755	70,2	4,0	

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen

Rundungsdifferenzen sind möglich

Die Prüfung von Verkaufsflächen mit Nahrungs- und Genussmitteln bezieht sich auf eine Erweiterungsfläche von insgesamt 670 qm. Darin enthalten sind insbesondere die Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters sowie die Flexibilitätsreserve für das Kaufmarkt SB-Warenhaus. Die geplanten Erweiterungen bewirken Umsatzzumlenkungen an allen Standorten im Stadtgebiet mit unterschiedlicher Intensität. Die niedrigsten Umsatzzumlenkungsquoten finden sich in der Innenstadt und am Fachmarktstandort Berghofer Straße/Oststraße. Hier sind allerdings die Bestandsumsätze auch gering.

Die gemessenen Umsatzzumlenkungen führen zu zusätzlichem Konkurrenzdruck, der aber nicht zu städtebaulich relevanten Konsequenzen führen wird. Die betroffenen Angebotsstrukturen sind alle stabil und funktionsfähig, so dass Betriebsaufgaben an keinem der untersuchten Standorte zu erwarten wären. Die anstehenden Erweiterungen von Aldi (Freibadstraße) und Netto (Eichendorffstraße) sowie auch die im Gespräch befindliche Umstrukturierung des Edeka Marktes in der Innenstadt dürften durch diese Erweiterungen nicht in Frage gestellt werden.

Die Ausweisung einer gesamten Verkaufsfläche von rund **4.300 qm mit Nahrungs- und Genussmitteln** im Bebauungsplangebiet Rudolf-Diesel-Straße kann als städtebaulich verträglich eingestuft werden.



B.3.7.2.2 Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Tabelle 11 Umsatzumlenkungen – Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Gebiet	Einstufung nach Einzelhandelskonzept**	vorhandene Verkaufsflächen in qm	Projekt-relevanter Bestandsumsatz in Mio. €	Projektumsatz maximal mögliche Erweiterung in Mio. €	Umsatzumlenkungsquote in v.H.
Innenstadt	ZVB	995	5,9	0,6	10,4%
Östliche Alpenstraße	Nahversorgungsstandort	605	3,2	0,6	18,9%
Rudolf-Diesel-Straße	Fachmarktstandort	880	4,9	... *	
Berghofer Straße / Oststraße	Fachmarktstandort	145	1,5	0,1	5,9%
Streulagen in der Kernstadt	Solitärstandorte	260	1,6	0,2	14,1%
Ortsteile	Solitärstandorte	30	0,1	... *	
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse				0,4	
Summe		2.915	17,2	1,9	

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen
Rundungsdifferenzen sind möglich

Die ermittelte Umsatzerwartung von 1,9 Mio. € für die geplante Verkaufsflächenerweiterung von insgesamt 320 qm Verkaufsfläche führt zu Umsatzumlenkungen über alle Standorte in Sonthofen von 11,1%, was deutlich oberhalb des Abwägungsschwellenwertes von 10% bzw. 9% bezogen auf die Innenstadt liegt. Der Nahversorgungsstandort Östliche Alpenstraße mit 18,9% und die Solitärstellen in der Kernstadt (Netto, Aldi, Feneberg) mit 14,1% werden mit zu hohen Umsatzlenkungsquoten konfrontiert. Mit der Realisierung der Erweiterung von 320 qm Verkaufsfläche wird ein Wettbewerbsdruck erzeugt, der städtebauliche Konsequenzen für die Innenstadt und für Nahversorgungslagen nicht ausschließt. Insofern ist hier eine Verkaufsflächenreduzierung vorzunehmen.

Angesichts der zu hohen Umsatzumlenkungen ist eine Reduzierung der zusätzlichen Verkaufsfläche mit Gesundheits- und Körperpflegeartikel auf 220 qm erforderlich.

Die Ausweisung einer gesamten Verkaufsfläche von rund **1.100 qm mit Gesundheits- und Körperpflegeartikeln** im Bebauungsplangebiet Rudolf-Diesel-Straße kann als städtebaulich verträglich eingestuft werden.



B.3.7.2.3 Bekleidung

Tabelle 12 Umsatzumlenkungen – Bekleidung

Gebiet	Einstufung nach Einzelhandelskonzept**	vorhandene Verkaufsflächen in qm	Projekt-relevanter Bestands-umsatz in Mio. €	Projektumsatz maximal mögliche Erweiterung in Mio. €	Umsatzumlenkungsquote in v.H.
Innenstadt	ZVB	7.490	23,0	0,2	0,8%
Östliche Alpenstraße	Nahversorgungsstandort	695	1,5	... *	
Rudolf-Diesel-Straße	Fachmarktstandort	1.410	2,5	... *	
Berghofer Straße / Oststraße	Fachmarktstandort	400	1,6	... *	
Streulagen in der Kernstadt	Solitärstandorte	515	1,1	... *	
Ortsteile	Solitärstandorte	55	0,2	... *	
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse				0,2	
Summe		10.565	29,9	0,4	

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen
Rundungsdifferenzen sind möglich

Die zusätzlich zu prüfenden Bekleidungsflächen ergeben sich aus Randsortimenten der Erweiterungsflächen für bestehenden Betriebe. Es handelt sich um Verkaufsflächen im Müller Drogeriemarkt, im MyShoes Schuhfachmarkt, im Lidl Lebensmitteldiscounter, im Kaufmarkt SB-Warenhaus sowie im Sonderpostenmarkt. Insgesamt geht es um 200 qm Verkaufsfläche, verteilt auf die genannten Betriebe.

Die städtebauliche Verträglichkeit ist angesichts der geringen Umsatzerwartung und eine Umsatzumlenkungsquote von 0,8 % in der Innenstadt ohne Zweifel gegeben. Eine Konformität mit den Aussagen des Einzelhandelskonzeptes ist gegeben, da es sich ausschließlich um Verkaufsflächen in der Funktion als zentrenrelevantes Randsortiment handelt.

Die Ausweisung einer gesamten Verkaufsfläche von rund **1.600 qm mit Bekleidung, Lederwaren** im Bebauungsplangebiet Rudolf-Diesel-Straße kann als städtebaulich verträglich eingestuft werden.



B.3.7.2.4 Schuhe

Tabelle 13 Umsatzumlenkungen – Schuhe

Gebiet	Einstufung nach Einzelhandelskonzept**	vorhandene Verkaufsflächen in qm	Projekt-relevanter Bestandsumsatz in Mio. €	Projektumsatz maximal mögliche Erweiterung in Mio. €	Umsatzumlenkungsquote in v.H.
Innenstadt	ZVB	785	2,6	0,3	12,5%
Östliche Alpenstraße	Nahversorgungsstandort	350	0,9	0,2	22,2%
Rudolf-Diesel-Straße	Fachmarktstandort	410	0,9	... *	
Berghofer Straße / Oststraße	Fachmarktstandort	0	0,0	... *	
Streulagen in der Kernstadt	Solitärstandorte	20	0,1	... *	
Ortsteile	Solitärstandorte	10	0,0	... *	
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse				0,4	
Summe		1.575	4,4	0,9	%

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen

Rundungsdifferenzen sind möglich

Die geplanten 370 qm Verkaufsflächen mit Schuhen erzeugen eine Umsatzerwartung von rund 0,9 Mio. €. Das ist angesichts der Bestandsumsätze von 4,4 Mio. € ein Anteil von 20,1%. Vor dem Hintergrund der hohen Zentralität in der Bedarfsgruppe Schuhe ist nicht von großen Potenzialreserven auszugehen. Die Umsatzumlenkungsquoten an den ausgewiesenen Einzelhandelsstandorten in Sonthofen sind so hoch, dass städtebaulich negative Auswirkungen dort nicht auszuschließen sind. Deshalb ist eine Reduzierung der Erweiterungsfläche zu empfehlen. Maximal 90 qm Erweiterungsfläche können ohne städtebauliche Konsequenzen zu verursachen am Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße realisiert werden.

Die Ausweisung einer gesamten Verkaufsfläche von rund **500 qm mit Schuhen** im Bebauungsplangebiet Rudolf-Diesel-Straße kann als städtebaulich verträglich eingestuft werden.



B.3.7.2.5 Hausrat, Glas, Porzellan

Tabelle 14 Umsatzumlenkungen – Hausrat, Glas, Porzellan

Gebiet	Einstufung nach Einzelhandelskonzept**	vorhandene Verkaufsflächen in qm	Projekt-relevanter Bestands-umsatz in Mio. €	Projektumsatz maximal mögliche Erweiterung in Mio. €	Umsatzumlenkungs-quote in v.H.
Innenstadt	ZVB	710	1,2	0,1	8,3%
Östliche Alpenstraße	Nahversorgungsstandort	50	0,1	... *	
Rudolf-Diesel-Straße	Fachmarktstandort	255	0,3	... *	
Berghofer Straße / Oststraße	Fachmarktstandort	130	0,2	... *	
Streulagen in der Kernstadt	Solitärstandorte	90	0,1	... *	
Ortsteile	Solitärstandorte	1.055	1,9	0,1	4,1%
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse				0,2	
Summe		2.290	3,8	0,4	

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen
Rundungsdifferenzen sind möglich

Die vorgesehenen Erweiterungsflächen von 245 qm Verkaufsfläche verteilen sich als Neben- bzw. Randsortimente auf zwei Anbieter. Neben dem bereits ansässigen Kaufmarkt wird der größte Teil der Verkaufsfläche mit Haushaltswaren als Nebensortiment im Sonderpostenmarkt angeboten werden. Angesichts der geringen absoluten Umsatzverluste ist auch für die Innenstadt mit einer Umlenkungsquote von 8,3% eine städtebauliche Verträglichkeit zu konstatieren.

Die Ausweisung einer gesamten Verkaufsfläche von rund **500 qm mit Haushaltswaren, Glas, Porzellan** im Bebauungsplangebiet Rudolf-Diesel-Straße kann als städtebaulich verträglich eingestuft werden.



B.3.7.2.6 Bücher, Schreibwaren

Tabelle 15 Umsatzumlenkungen – Bücher, Schreibwaren

Gebiet	Einstufung nach Einzelhandelskonzept**	vorhandene Verkaufsflächen in qm	Projekt-relevanter Bestands-umsatz in Mio. €	Projektumsatz maximal mögliche Erweiterung in Mio. €	Umsatzumlenkungsquote in v.H.
Innenstadt	ZVB	705	2,5	0,2	8,6%
Östliche Alpenstraße	Nahversorgungsstandort	45	0,2	... *	
Rudolf-Diesel-Straße	Fachmarktstandort	275	1,0	... *	
Berghofer Straße / Oststraße	Fachmarktstandort	0	0,0	... *	
Streulagen in der Kernstadt	Solitärstandorte	95	0,4	... *	
Ortsteile	Solitärstandorte	85	0,2	... *	
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse					0,2
Summe		1.205	4,3	0,5	

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen
Rundungsdifferenzen sind möglich

Bücher und Schreibwaren sind als Nebensortiment in diversen Betrieben des Sonderstandortes Rudolf-Diesel-Straße vertreten. Aus den unterstellten Flexibilitätsraten ergibt sich eine zusätzliche Verkaufsfläche von rund 125 qm. Die zugehörige Umsatzerwartung von 0,5 Mio. € verursacht keine städtebaulichen Probleme in den zentralen Versorgungsbereichen Sonthofens.

Die Ausweisung einer gesamten Verkaufsfläche von rund **400 qm mit Büchern und Schreibwaren** im Bebauungsplangebiet Rudolf-Diesel-Straße kann als städtebaulich verträglich eingestuft werden.



B.3.7.2.7 Möbel und Einrichtungsbedarf

Die Sortimentsgruppe Möbel und Einrichtungsbedarf ist in Bezug auf die Einordnung der Untersortimente heterogen. Während Möbel, Teppiche sowie Lampen und Leuchten als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden, gehören Haus- und Heimtextilien sowie Bilder, Rahmen und Kunsthandwerk zu den zentrenrelevanten Sortimenten. Der zentrenrelevante Anteil dieser Sortimentsgruppe ist im Einzelhandelskonzept bezüglich des Bestandsschutzes als aktiv eingestuft worden, Erweiterungen im begrenzten Rahmen wären möglich. Der Bedarf an zusätzlichen Verkaufsflächen ist derzeit offenbar nicht gegeben, so dass sich zusätzliche Verkaufsflächen aus der Berechnung der Flexibilitätsquote ergeben.

Tabelle 16 Umsatzzumlenkungen – Heim- und Haustextilien, Bilder und Rahmen

Gebiet	Einstufung nach Einzelhandelskonzept**	vorhandene Verkaufsflächen in qm	Projekt-relevanter Bestands-umsatz in Mio. €	Projektumsatz maximal mögliche Erweiterung in Mio. €	Umsatzzumlenkungs-quote in v.H.
Innenstadt	ZVB	1.580	2,0	0,2	7,5%
Östliche Alpenstraße	Nahversorgungsstandort	40	0,0	... *	
Rudolf-Diesel-Straße	Fachmarktstandort	1.295	1,8	... *	
Berghofer Straße / Oststraße	Fachmarktstandort	295	0,5	... *	
Streulagen in der Kernstadt	Solitärstandorte	1.020	1,7	0,1	5,9%
Ortsteile	Solitärstandorte	10	0,0	... *	
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse				0,3	
Summe		4.240	6,0	0,7	

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen
Rundungsdifferenzen sind möglich

Insgesamt sind 380 qm Erweiterungsfläche im Rahmen der Flexibilitätsreserve vorgesehen. Die daraus resultierende Umsatzerwartung erreicht insgesamt 0,7 Mio. €. Die Umsatzzumlenkungen verteilen sich auf zwei wesentliche Standortbereiche, die Innenstadt sowie Streulagen in der Kernstadt. Dabei erreichen die Umlenkungsquoten bei weitem nicht die kritischen Grenzen der Abwägungsschwellenwerte. Städtebauliche Auswirkungen in Form von strukturellen Konsequenzen im zentralen Versorgungsbereich sind nicht zu erwarten.

Die Ausweisung einer gesamten Verkaufsfläche von rund **1.500 qm mit Heim- und Haustextilien, Bilder und Rahmen** im Bebauungsplangebiet Rudolf-Diesel-Straße kann als städtebaulich verträglich eingestuft werden.

B.3.7.2.8 Bau- und Heimwerkerbedarf

Die Sortimentsgruppe Bau- und Heimwerkerbedarf enthält keine zentrenrelevanten Sortimente. Eine Regelung für diese Sortimentsgruppe ist nicht erforderlich.



B.3.7.2.10 Hobby- und Freizeitartikel

Die Sortimentsgruppe Hobby- und Freizeitartikel ist in Bezug die Zentrenrelevanz der Untersortimentsgruppen heterogen. Sortimente wie Spielwaren, Sportartikel und -bekleidung und Musikinstrumente sind als zentrenrelevant einzustufen. Dagegen sind Fahrräder, Kfz-Zubehör, Sport- und Freizeitboote und Fitnessgeräte als nicht zentrenrelevant einzuordnen. Im Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße spielen die zentrenrelevanten Sortimente dieser Gruppe, bis auf Spielwaren, keine Rolle. Spielwaren werden im Neben- bzw. Randsortiment von Müller Drogerie sowie Kaufmarkt angeboten.

Aufgrund der Flexibilitätsquote werden zusätzliche 90 qm Verkaufsfläche mit Spielwaren als verträglich eingestuft. Eine Berechnung der Wirkungen auf die vorhandene Einzelhandelsstandorte führt zu sehr niedrigen Werten, die durch das Simulationsmodell aus methodischen Gründen nicht mehr sinnvoll dargestellt werden können. Die absolut zu erwartenden Umsatzzumlenkungen werden somit an keinem Standort und zentralen Versorgungsbereich in Sonthofen 0,1 Mio. € überschreiten.

Die Ausweisung einer gesamten Verkaufsfläche von rund **400 qm mit Spielwaren** im Bebauungsplangebiet Rudolf-Diesel-Straße kann als städtebaulich verträglich eingestuft werden.

B.3.7.2.11 Zusammenfassung der verträglich eingestuften Verkaufsflächen nach Sortimentsgruppen

In der folgenden Tabelle wird der aktuelle Verkaufsflächenbestand am Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße nach Sortimentsgruppen dargestellt. Daneben werden die ermittelten Erweiterungsflächen und die im Bebauungsplan festzulegenden Verkaufsflächensummen aufgeführt.

Tabelle 17 Zusammenfassender Überblick des Verkaufsflächenbestandes und verträglicher zentrenrelevanter Verkaufsflächen ausweisungen

Sortimentsgruppen	Verkaufsflächenbestand in qm		zentrenrelevante Verkaufsflächen in qm	
	Alle in qm	Zentrenrelevante in qm	zusätzliche in qm	im Bebauungsplan auszuweisende in qm
Nahrungs- und Genussmittel	3.635	3635	650	4.285
Gesundheits- und Körperpflege	880	880	220	1.100
Bekleidung, Lederwaren	1.410	1.410	190	1.600
Schuhe	410	410	90	500
Uhren, Schmuck, Optik	0	0	0	0
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	255	255	250	505
Elektrowaren (nz)	1.165		keine Festsetzung	
Bücher, Schreibwaren	275	275	130	405
Haus- und Heimtextilien, Bilder, Rahmen	1.120	1.120	360	1.480
Möbel (nz)	175		keine Festsetzung	
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf (nz)	915		keine Festsetzung	
Spielwaren	310	310	130	440
Hobby- und Freizeitartikel (nz)	430		keine Festsetzung	
Gesamt	10.980	8.295	2.020	10.315

Quelle: eigene Berechnungen, nz = nicht-zentrenrelevant



Folgende Betriebstypen sind am Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße ansässig. Die genannten Verkaufsflächen sind rein rechnerisch auf die einzelnen Betriebe zuzuordnen.

Tabelle 18 Verkaufsflächenausweisung zentrenrelevante Sortimente nach Betrieben (rechnerisch)

Betrieb	Betriebstyp	Verkaufsflächen in qm			
		Bestand gesamt	zusätzlich zentrenrele- vant	Künftig festzusetzen	
				Zentren- relevant	gerundet
Expert Sonthofen	Fachmarkt	1.095	Keine Festsetzung		
MyShoes	Fachgeschäft	390	80	470	500
AWG Mode Center	Fachmarkt	940	0	940	950
Müller Drogerie	Drogeriemarkt	1.105	260	1.365	1.400
Lidl	Lebensmitteldiscounter	1.320	370	1.690	1.700
Baco Boden, Bett und Heimtextilien	Fachmarkt	1.260	100	1.360	1.400
Das Futterhaus	Fachmarkt	510	Keine Festsetzung		
Die Küche	Fachgeschäft	175	Keine Festsetzung		
Ernstings Family	Fachgeschäft	175	30	205	200
Autoteile Sallmann	Fachmarkt	320	Keine Festsetzung		
Kaufmarkt	SB-Warenhaus	3.690	350	4.040	4.050
Sonderposten	Fachmarkt		830	830	850
Gesamt		10.980	2.020	10.900	11.050

Quelle: eigene Berechnungen, zr = zentrenrelevant, Differenzen in Summen zur Tabelle 17 ergeben sich aus der Methode der Zuordnung der Sortimente in die Zentrenrelevanz. In der Sortimentstabelle 17 erfolgt die Zuordnung sortimentspezifisch. In der Betriebstabelle 18 nach dem betriebsschwerpunkt.

Die rechnerische Ausweisung der zusätzlichen Verkaufsflächen und der gesamten auszuweisenden Verkaufsfläche dient in erster Linie als Grundlage für die Ermittlung der Festsetzungen, falls eine Aufteilung in verschiedene SO-Gebiete erforderlich wird. Eine Festsetzung von Verkaufsflächengrenzen für einzelne Betriebe macht angesichts der Flexibilitätserfordernisse der Einzelhandelsbetriebe sowie der grundsätzlichen Betreiberneutralität eines Bebauungsplanes keinen Sinn.



B.4 Abschließende Bewertung

Die geprüfte Ausweisung von zusätzlichen Verkaufsflächen am Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße in Sonthofen ist in seiner Gesamtheit als städtebaulich verträglich einzustufen.

- Der Standort in Sonthofen erfüllt aus gutachterlicher Sicht das **Zentralitätsgebot**.
- Der Standort an der Rudolf-Diesel-Straße ist als siedlungsintegriert zu bewerten, so dass aus gutachterlicher Sicht auch das **Integrationsgebot** als erfüllt gelten muss.
- Die weitgehende Beschränkung der Umsatzherkunft und auch der Umsatzumverteilung auf das Einzugsgebiet Sonthofens beeinträchtigt die zentralörtlichen Strukturen nicht. Das **Kongruenzgebot** kann aus gutachterlicher Sicht als erfüllt angesehen werden.
- Die Zulässigkeit der geplanten **Verkaufsflächenstruktur und -größe** ist aufgrund der insgesamt geringen Größenordnung (ca. 18% der Bestandsfläche), der Verteilung auf insgesamt 12 Betriebe und auf 8 Sortimentsgruppen gegeben.
- Die geprüften Verkaufsflächen sind nach gutachterlicher Bewertung als städtebaulich verträglich für die integrierten Lagen, die Innenstadt und auch für andere Standorte in Sonthofen und im Umland einzustufen. Das Planvorhaben hält somit das **Beeinträchtungsverbot** und auch die städtebaulichen Einschränkungen nach BauNVO und BauGB ein.
- Die geprüften Verkaufsflächen lassen sich mit den Vorgaben des **Einzelhandelskonzeptes** in Einklang bringen. Die Standortwahl fällt auf einen Sonderstandort für Fachmärkte. Die Dimensionierung ist über ein Verträglichkeitsgutachten geprüft worden.

Der geplante Betriebsbesatz ist als Beitrag zur Modernisierung und positiven Ergänzung des Angebotsspektrums in Sonthofen positiv zu bewerten.



C Anhang

C.1 Absatzformen - Definitionen

Lebensmittel SB-Laden

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

Supermarkt

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

Lebensmittel-Discounter

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

Verbrauchermarkt

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

SB-Warenhaus

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

Warenhaus

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

Kaufhaus

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

Fachgeschäft

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



Fachmarkt

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

Geschäftsfläche

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

Verkaufsfläche

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

Marktgebiet/Einzugsbereich

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

Kaufkraft (Potential)

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

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

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

Umsatz

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



Raumleistung/Flächenproduktivität

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

Umsatzerwartung

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



C.2 Markt und Standort Warengruppensystematik 2020

1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)

Pferdefleischerei

Bäckerei, Konditorei

Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren

Reformwaren

Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier

Fisch, Fischerzeugnisse

Wild, Geflügel

Süßwaren

Kaffee, Tee, Kakao

Fleisch, Fleischwaren

Brot, Konditorwaren

Kartoffeln, Gemüse, Obst

Sonstige Nahrungsmittel

Wein, Spirituosen

Bier, alkoholfreie Getränke

Tabakwaren

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

2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken

Medizinisch-Orthopädische Artikel

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

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

Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten



3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren

Textilien, Bekleidung

Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge

Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)

Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör

Damenwäsche, Miederwaren

Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke

Kurzwaren, Schneidereibedarf

Handarbeiten, Handarbeitsbedarf

Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff

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

4. Schuhe

Straßen- und Hausschuhe

Sportschuhe (o. Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

5. Uhren, Schmuck, Optik

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

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

6. Hausrat

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

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

Möbel- und Grillgeräte

für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde)

Schneidwaren, Bestecke (o. Edelmetallwaren wie Silberbestecke)

Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut

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

Näh- und Strickmaschinen



7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)

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

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

Computer, Telekommunikation, Zubehör

8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel

Bücher, Fachzeitschriften

Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen

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

Hefter, aber o. Büromöbel: anteilig 25 %)

9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)

Korb-, Kork- und Flechtwaren

Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren

Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)

Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien

Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlaufgaben, Kissen, Gobelins

Teppiche, Läufer, Kelims

Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen

Lampen, Leuchten

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



10. Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (aus Umlage)

Schrauben, Kleineisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.

Tapeten, Wand- und Deckenbeläge

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

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

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

Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde

Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel

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

11. Hobby- und Freizeitartikel

Musikinstrumente, Musikalien

Sammlerbriefmarken

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

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

Waffen, Munition, Jagdgeräte

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

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

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



C.3 Quellen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

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

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

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
Am Weichselgarten 26
91058 Erlangen

Erlangen, 16. März 2021

Norbert Linggen
Geschäftsführer