

Auswirkungsanalyse zum Standort Coburg, Postweg

Untersuchungsbericht

Bearbeitung: Michael Seidel, Dipl.-Geograph

Forchheim, 3. Dezember 2024



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Region.
Seit 1988.**

Handel
Stadt + Regionalplanung
Marketing
Management
Digitale Stadt
Wirtschaftsförderung
Immobilien
Tourismus
Mobilität

CIMA Beratung + Management GmbH
Luitpoldstraße 2 91301 Forchheim
T 09191 3408-92
cima.forchheim@cima.de

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried (AT)

www.cima.de

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Der Auftraggeber kann den vorliegenden Projektbericht innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Der Bericht fällt unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches durch andere als den Auftraggeber auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

▪ **Sprachgebrauch**

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
1 Aufgabenstellung	4
2 Vorhabenbeschreibung	5
2.1 Vorhabenbeschreibung.....	5
2.2 Lage im Ort.....	6
3 Planerische Rahmendaten	8
4 Marktsituation	9
4.1 Aktuelle Versorgungssituation	9
4.2 Potenziale vor Ort.....	10
5 Nahversorgungsfunktion	14
6 Prüfung der LEP-Vorgaben	15
7 Städtebauliche Abwägung	18
8 Berücksichtigung des ISEK	22
9 Abschließende Bewertung	24
10 Anhang	25
10.1 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	25
10.2 Einzelhandelslagen	26
10.3 Begriffsdefinitionen	28
10.4 Zentrenrelevanz der Sortimente	30

1 Aufgabenstellung

Ausgangslage

Die vorliegende Untersuchung im Auftrag der EDEKA Nordbayern bezieht sich auf die Nahversorgungssituation am Standort Coburg sowie die projektierte Erweiterung eines Supermarktes mit Bäckerei im Rahmen eines Abriss- und Neubauvorhabens am Standort Postweg 1 in Coburg.

Auftrag

Auftrag ist die Ermittlung von Argumenten und Anhaltspunkten zum Nachweis der Verträglichkeit des Vorhabens.

Ferner erfolgt eine grundsätzliche gutachterliche Bewertung des Vorhabens im Hinblick auf die Versorgungsstruktur in Coburg.

Die Untersuchung bezieht sich auf die Sortimentsbereiche Lebensmittel und Drogerieartikel.

Auftraggeber

EDEKA Nordbayern
Bau- und Objektgesellschaft mbH

D-97227 Rottendorf

Bearbeitung

CIMA Beratung + Management GmbH, Büro Forchheim

- Michael Seidel

Aufgabenstellung

- Erhebung der branchenspezifischen Verkaufsflächen (Lebensmittel, Drogerieartikel) in Coburg
- Qualitative und quantitative Einschätzung der Nahversorgungssituation
- Sozioökonomische Rahmendaten der Standortkommune
- Ermittlung der Einwohnerzahl im 10-Minuten-Gehzeitradius des Vorhabens
- Beschreibung der Standortsituation und Ableitung der städtebaulichen Integration
- Darstellung der entstehenden Gesamtverkaufsfläche sowie des zu erwartenden Gesamtumsatzes
- Prüfung der Verträglichkeit gemäß LEP 2023
- Verdrängungsanalyse zur Beurteilung der Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur in Coburg (städtebauliche Abwägung)
- Prüfung der vorhabenrelevanten Aussagen der ISEK-Teilfortschreibung Städtebau und Einzelhandel für die Stadt Coburg 09/2018
- Ergebnis-Zusammenfassung und abschließende Bewertung

Analysezeitraum

- Analysezeitraum: November bis Dezember 2024
- Stand der Einzelhandelserhebung: 15. November 2024

2 Vorhabenbeschreibung

2.1 Vorhabenbeschreibung

Die aktuelle Planung sieht vor, den am Standort Postweg 1 in Coburg-Ketschen-dorf bestehenden EDEKA-Supermarkt abzureißen und durch einen Neubau zu ersetzen. Die Verkaufsfläche soll dabei von aktuell 1.076 m² auf maximal 1.700 m² erweitert werden. Die integrierte, aktuell 10 m² Verkaufsfläche umfassende Bäckerei soll auf 220 m² Verkaufs- und Gastronomiefläche erweitert werden. Es handelt sich somit um ein reines Nahversorgungsvorhaben.

Verkaufsflächenumfang

Der Umfang der Gesamtverkaufsflächen basiert auf den Angaben des Auftraggebers. Die Größen der sortimentspezifischen Teilflächen ergeben sich aus den Erfahrungen der CIMA und aus der Betrachtung der Sortimentsaufteilung in vergleichbaren Betrieben.

Tab. 1 Sortimentsaufteilung des Vorhabens

Sortiment	Verkaufsfläche	
	Aktueller Bestand	Planung
Lebensmittel (Hauptsortiment EDEKA)	925 m ²	1.460 m ²
Lebensmittel (Hauptsortiment Bäckerei)	20 m ²	220 m ²
Drogeriewaren (Randsortiment EDEKA)	90 m ²	140 m ²
Sonstige Sortimente (Randsortiment EDEKA)	61 m ²	100 m ²
Gesamt	1.096 m²	1.920 m²

Quelle: Auftraggeber, eigene Annahmen
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2024

Umsatzerwartung

Zur Berechnung der Umsatzerwartung sind Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt worden, die sich an der durchschnittlichen Leistungsfähigkeit der

jeweiligen Betreiber orientieren und an die standortspezifische Wettbewerbssituation in Coburg angepasst wurden.

Die spezifischen Standortrahmenbedingungen am Standort Coburg stellen sich in Bezug auf Konkurrenzsituation, Kaufkraft und Einwohnerentwicklung aus gutachterlicher Sicht insgesamt als durchschnittlich dar, sodass entsprechend von einer durchschnittlichen Flächenproduktivität ausgegangen werden kann.

Diese durchschnittliche Leistungsfähigkeit von EDEKA-Märkten liegt gemäß Hahn-Report 2024/2025 auf Basis des Geschäftsjahrs 2023 bei 5.490 €/m² bei Märkten mit einer mittleren Verkaufsfläche von 1.314 m².

Auch unter Berücksichtigung der deutlich umfangreicheren Verkaufsfläche, die zu einer eher geringeren Raumleistung führt, gehen wir im Sinne einer realitätsnahen Worst case-Betrachtung von der in Tabelle 2 dargestellten, rd. 9% höheren Flächenleistung von rd. 6.000 €/m² aus.

Für Bäckereibetriebe ist unabhängig von ihrer Verkaufsfläche von einer Umsatzleistung von rd. 350.000 bis 400.000 € auszugehen. Im Sinne einer realitätsnahen Worst case-Betrachtung setzen wir für das Neubauvorhaben 440.000 € Umsatz an. Bei den Verzehrflächen, die auch für die Kunden des Marktes zugänglich sind, steht nicht eine gastronomische Nutzung im Vordergrund, sondern die Vermarktung der im Markt und Backshop angebotenen Produkte. Daher ist die gesamte Fläche von 220 m² als Verkaufsfläche anzusetzen

Tab. 2: Umsatzerwartung

Betriebstyp (Betreiber, Verkaufsfläche)	Flächenleistung	Umsatz p.a.
Supermarkt (EDEKA, 1.700 m ²)	6.000 €/m ²	10,20 Mio. €
Bäckerei (NN, 220 m ²)	2.000 €/m ²	0,44 Mio. €
Gesamt (1.920 m²)	rd. 5.540 €/m²	10,64 Mio. €

Quelle: Eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2024

Gegenüber der Bestandssituation, bei der wir für den EDEKA eine Flächenleistung von 4.800 €/m² Verkaufsfläche ansetzen und für die Bäckerei einen Gesamtumsatz von 350.000 €, entfällt auf Lebensmittel eine Umsatzsteigerung von 4,41 Mio.

€, auf Drogerieartikel von 0,41 Mio. € und auf sonstige Randsortimente wie z.B. Zooartikel, Haushaltswaren, Zeitschriften 0,31 Mio. €.

Abb. 1 Planvorhaben



Quelle: Architekturbüro Schwarzmann 2024
Bearbeitung: CIMA GmbH 2024

2.2 Lage im Ort

Das Grundstück ist über die Bamberger Straße unmittelbar an die Bundesstraße B4 angeschlossen, die Coburg mit Neustadt bzw. Bamberg verbindet und eine Zubringerfunktion zur Autobahn A73 darstellt.

Abb. 2 Aktuelle Situation am Grundstück



Fotos: CIMA GmbH 2024
Bearbeitung: CIMA GmbH 2024

Im angestrebten, in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan (BPlan Nr. 41-19 für das Gebiet „zwischen Postweg, Ketschendorfer Straße und Ketschenbach“)

wird für das Areal ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel festgesetzt.

Der Standort befindet sich in rd. 1,7km fußläufiger Entfernung zur Innenstadt (Rathaus). Im direkten Umfeld der EDEKA-Filiale befinden sich nur wenige kundenorientierte Nutzungen, u.a. ein IT-Servicebetrieb sowie eine Fahrschule.

Die nächstgelegenen Einzelhandelsbetriebe sind ein Lidl Lebensmitteldiscounter, ein Kik Bekleidungsfachmarkt und eine Tedi-Filiale in einem kleinen Ladenzentrum an der Ketschendorfer Straße in rd. 300m Entfernung (Luftlinie).

Erreichbarkeit und Integration

Als städtebaulich integriert sind Standorte dann zu bewerten, wenn sie einen baulich verdichteten Siedlungszusammenhang, wesentliche Wohngebiete der Standortgemeinde im näheren Umfeld sowie eine ortsübliche Anbindung an das Netz des ÖPNVs aufweisen.

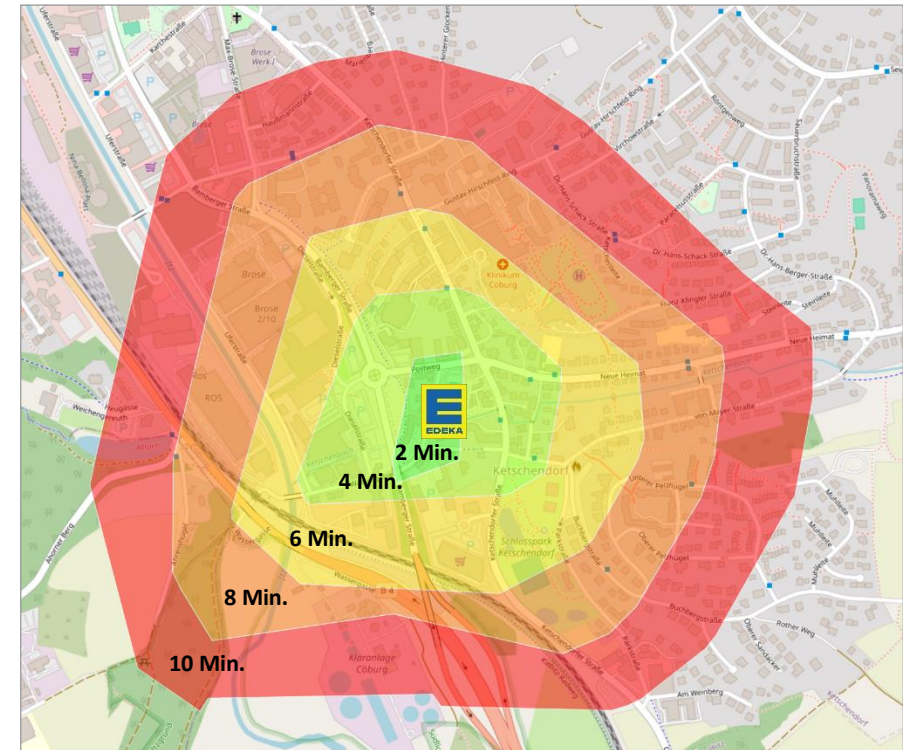
Die nächstgelegene Bushaltestelle „Ketschendorf“ liegt 220m oder 3 Gehminuten entfernt. Sie wird von den Linien 1401, 1410, 1454 und 1469 angefahren, wobei zwischen 6:00 und 20:00 Uhr mindestens ein Halbstundentakt gewährleistet ist. Samstags wird ein Halbstundentakt zwischen 7:00 und 15:00 Uhr angeboten, bis 20:00 Uhr ein Stundentakt. Dies stellt eine ortsübliche ÖPNV-Anbindung dar.

Die PKW-Erreichbarkeit für den überörtlichen Verkehr sowie aus Richtung des eigenen Stadtgebiets ist durch die Lage zur B4 gut.

In einem anzusetzenden Nahversorgungsradius von 700m bzw. 10 Gehminuten befindet sich umfangreicher, baulich verdichteter Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen. Eine Berechnung der Einwohnerzahl im 10-Minuten-Gehzeitradius ergibt 3.000 Bewohner innerhalb dieses Bereiches (siehe Abb. 2). Diese Entfernung wird auch in der Fachliteratur (z.B. BBSR-Analysen KOMPAKT 10/2015, S. 3) anerkannt, wonach eine fußläufige Erreichbarkeit mit etwa 10 Minuten bzw. einer Spanne von ca. 500-1.000m Fußweg angegeben wird.

Somit ist der Standort am Postweg 1 als **städtebaulich integrierte Lage** anzusehen. Der Standort ist Teil des im ISEK Coburg 2018 festgelegten Nahversorgungszentrums (NVZ) „Ketschendorfer Straße“ (vgl. Kapitel 8).

Abb. 3 Nahversorgungsradius (Gehzeiten)



Quelle: www.openrouteservice.org, 2024

Bearbeitung: CIMA GmbH 2024

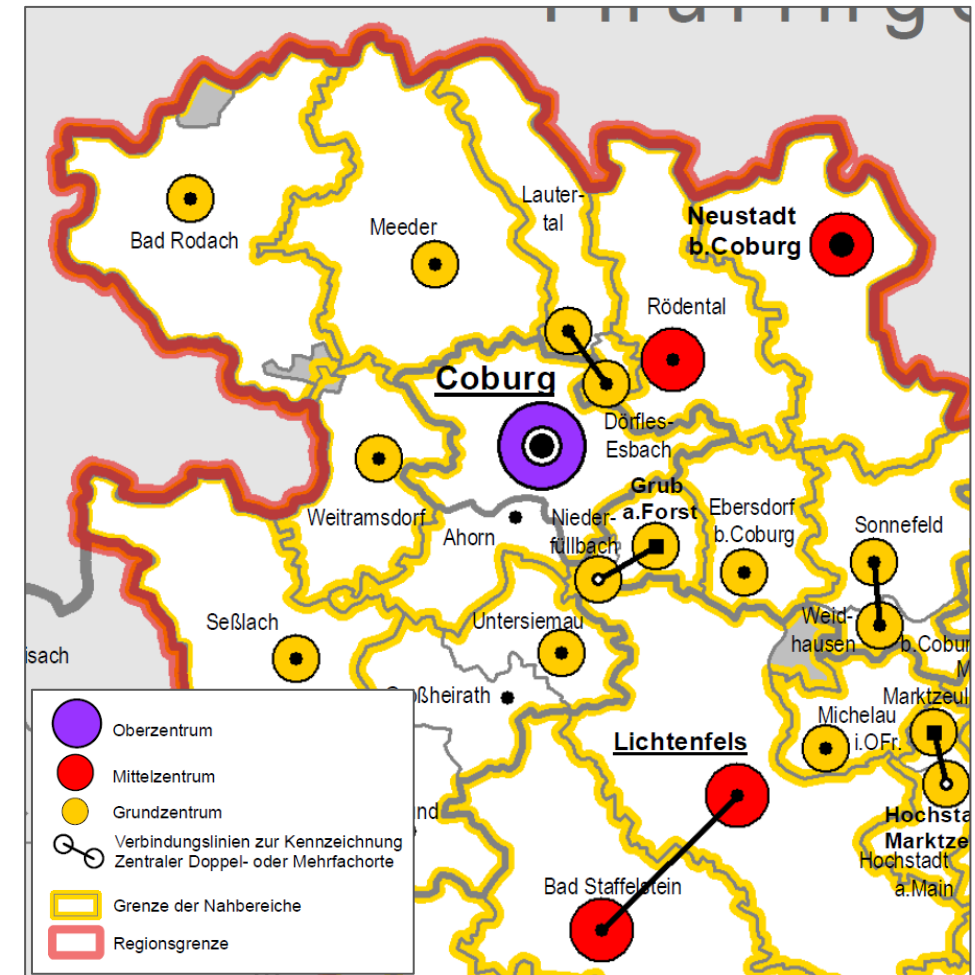
3 Planerische Rahmendaten

Zentralörtliche Einstufung der Stadt Coburg

Zentrale-Orte-Stufe:	Oberzentrum
Einwohner:	42.139 (zum 31.12.2023)
Einwohnerentw. 2013-2023:	+ 2,8% (von 40.994 zum 31.12.2013)
Einwohner im Nahbereich:	46.288 (zum 31.12.2023)
Einzelhandelsrelev. Kaufkraft:	Coburg 103,6 / Nahbereich 106,5
Landkreis:	kreisfreie Stadt
Regierungsbezirk:	Oberfranken
Der Nahbereich Coburg bezieht sich neben Coburg auf die Nachbargemeinde Ahorn.	
Die nachstehende Karte zeigt Coburg, den Nahbereich sowie die zentralörtlichen Strukturen in der Region.	

Als Oberzentrum ist Coburg grundsätzlich für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben geeignet.

Abb. 4 Zentralörtliche Lage



Quelle: Regionalplan Oberfranken West, 2018
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024

4 Marktsituation

4.1 Aktuelle Versorgungssituation

Die aktuelle Ausstattung der Stadt Coburg mit Einzelhandelsverkaufsflächen sowie die realisierten sortimentsspezifischen Bruttoumsätze (Schätzung auf Basis von Betreiber, Betriebstyp und Sortimentsniveau) in den Sortimenten Lebensmittel und Drogerieartikel werden aus der nachfolgenden tabellarischen Übersicht deutlich. Hierbei sind lediglich die reinen sortimentsspezifischen Verkaufsflächen bzw. Umsätze in die Aufstellung eingeflossen.

Tab. 3 Projektrelevanter Einzelhandel in Coburg

Sortiment	Ist- Verkaufsfläche		
	ZV Innenstadt	Sonstige Lagen	Gesamt
Lebensmittel	1.165 m ²	20.560 m ²	21.725 m²
Drogeriewaren	870 m ²	3.320 m ²	4.190 m²
SUMME	2.035 m ²	23.870 m ²	25.915 m²

Sortiment	Ist-Bruttoumsatz (Schätzung)		
	ZV Innenstadt	Sonstige Lagen	Gesamt
Lebensmittel	8,56 Mio. €	119,89 Mio. €	128,46 Mio. €
Drogeriewaren	4,62 Mio. €	23,12 Mio. €	27,75 Mio. €
SUMME	13,19 Mio. €	143,02 Mio. €	156,21 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen 2024
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024; Rundungsdifferenzen möglich

Insgesamt konnten in Coburg 98 Betriebe mit einem der vorhabenrelevanten Sortimenten erhoben werden, von denen 97 Lebensmittel und 26 Drogerieartikel führen.

Nur ein geringer Teil (7,9 %) der Nahversorgungs-Verkaufsfläche liegt im zentralen Versorgungsbereich der Coburger Innenstadt (ZV Innenstadt), womit nahezu das gesamte Verkaufsflächenaufkommen in den untersuchten Nahversorgungssortimenten außerhalb des ZV Innenstadt zu finden ist. Der Innenstadt kommt somit im Bereich der Nahversorgung eine nur untergeordnete Rolle zu.

Versorgungssituation Lebensmittel

Bezogen auf die Einwohnerzahl Coburgs von 42.139 liegt die Lebensmittel-Verkaufsfläche pro Einwohner bei 0,52 m². Vergleicht man diesen Wert mit anderen Oberzentren in Bayern, so liegt die Ausstattung mit Lebensmittel-Verkaufsfläche unter dem Durchschnitt.

Die 4 bayerischen Vergleichs-Oberzentren¹, in denen die cima seit 2018 die gesamtörtliche Lebensmittelfläche erhoben hat, kommen auf eine Ausstattung von 0,56 m² Lebensmittelfläche je Einwohner. In Coburg würde diese durchschnittliche Ausstattung rd. 23.600 m² Verkaufsfläche entsprechen, weshalb der Unterbesatz bei rd. 1.875 m² liegt.

Neben einem E-Center Wagner und EDEKA Brehm (derselbe Betreiber wie EDEKA am Postweg) an der Milchhofstraße stellen 2 Tegut-Filialen die Lebensmittel-Vollsortimenter mit den umfangreichsten Verkaufsflächen dar. Ein großflächiger Kaufland in Dörfles-Esbach sowie ein E-Center in Niederfüllbach liegen unmittelbar an der Stadtgrenze zu Coburg. Diese Märkte sind nicht zum Coburger Bestand zu rechnen, müssen jedoch bei der Potenzialberechnung berücksichtigt werden. Eine Rewe-Filiale fehlt ebenso im Angebotsmix der Stadt² (Ausnahme: das Rewe-to-go-Tankstellenkonzept bei Aral) wie ein Penny.

Dagegen sind die Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl, Netto und Norma jeweils mit mehreren Filialen in Coburg vertreten.

¹ Fürth, Kempten, Memmingen, Straubing

² Am Max-Böhme-Ring an der Bertelsdorfer Höhe ist ein größerer Rewe-Markt im Bau, der laut aktueller Baustellen-Beschilderung im 2. Quartal 2025 eröffnen soll.

Als wesentlicher Wettbewerber des Planvorhabens ist der mit 1,0km Entfernung recht nahegelegene Tegut an der Karchestraße zu nennen. Die weiteren Wettbewerber Edeka Brehm an der Milchhofstraße (3,6 km entfernt), Tegut an der Neustadter Straße (5,0 km), das E-Center Wagner auf der Lauterer Höhe (7,0 km) sowie der zukünftige Rewe an der Bertelsdorfer Höhe (5,5 km), die sich im Betriebskonzept eines großflächigen Supermarktes bzw. sogar im Betreiber mit dem Projekt überschneiden, sind vergleichsweise weit entfernt. Aufgrund der räumlichen Nähe ist auch der Lidl an der Ketschendorfer Straße als Wettbewerber einzustufen, außerhalb Coburgs das 3,8 km entfernte E-Center in Niederfüllbach.

Versorgungssituation Drogerieartikel

Bezogen auf die Einwohnerzahl Coburgs liegt die Drogerie-Verkaufsfläche pro Einwohner bei 0,10 m². Vergleicht man diesen Wert mit den 4 genannten Oberzentren in Bayern, so liegt die Ausstattung Coburgs auch hier unter dem Durchschnitt. Die Vergleichs-Oberzentren weisen eine Ausstattung von 0,11 m² Drogeriefläche je Einwohner auf.

Die wesentlichen Wettbewerber stellen neben den obengenannten Lebensmittelanbietern der nahegelegene dm an der Bamberger Straße sowie die sonstigen Drogeriemärkte dar: dm an der Callenberger Straße sowie Rossmann auf der Lauterer Höhe. Der Müller Markt in der Spitalgasse/innerstädtischen Fußgängerzone ist mit seinem Parfümerie-Schwerpunkt auf Innenstadtbesucher ausgerichtet.

Alle genannten Wettbewerber des Lebensmittel- und Drogeriebereiches sind modern aufgestellt und als stabil sowie nicht vorgeschädigt anzusehen. Somit weisen mit einer Ausnahme alle im ISEK Coburg ausgewiesenen Standortbereiche keine Vorschädigungen auf. Dies sind im Einzelnen:

- ZV Innenstadt (u.a. Drogeriemarkt Müller)
- Stadtteilzentrum Nord (u.a. Tegut, Netto)
- Stadtteilzentrum Süd (u.a. Tegut, Netto, Norma, dm)
- NVZ Cortendorf (u.a. Netto, Markgrafen Getränkemarkt)
- NVZ Callenberger Straße (u.a. Aldi, denns Biomarkt, dm)
- NVZ Creidlitz (u.a. Aldi)

- NVZ Ketschendorfer Straße (u.a. Lidl)
- FMZ Lauterer Höhe (u.a. E-Center, Aldi, Rossmann).

Lediglich das NVZ Wüstenahorn, welches als bedeutendsten Anbieter einen vergleichsweise kleinen Netto-Markt aufweist, muss als weniger stabil angesehen werden. Hier sollten auch geringfügige Umsatzrückgänge vermieden werden.

4.2 Potenziale vor Ort

Das Marktpotenzial bezeichnet das potenzielle Ausgabevolumen eines Ortes im Einzelhandel auf Basis seiner Einwohnerzahl ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet.

Berechnungsbasis sind die durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in Deutschland, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes und gewichtet mit der ortsspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Prozent.

Marktpotenziale

Unter Berücksichtigung von 42.139 Einwohnern, einer cima-Verbrauchsausgabe von 2.640 € für das Lebensmittelsortiment, 489 € für das Drogeriesortiment und der ortsspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer liegt das Marktpotenzial für den stationären Einzelhandel (die cima-Verbrauchsausgabenwerte beinhalten keine Onlineumsätze) in Coburg bei rd. 136,60 Mio. €.

Tab. 4 Marktpotenziale in Coburg

Sortiment	Verbrauchsausgabe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Marktpotenzial
Lebensmittel	2.640 €	103,6 %	115,25 Mio. €
Drogeriewaren	489 €	103,6 %	21,35 Mio. €
SUMME	3.129 €	103,6 %	136,60 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen 2024
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024; Rundungsdifferenzen möglich

Vergleicht man das am Standort vorhandene Marktpotenzial von 136,6 Mio. € mit dem durch den bestehenden Einzelhandel realisierten Umsatz von 156,21 Mio. €, so wird deutlich, dass der nahversorgungsrelevante Einzelhandel einen höheren Umsatz erzielt, was für ein Oberzentrum durch Zuflüsse aus dem Umland auch zu erwarten ist.

Umsatzpotenziale Lebensmittel

Während die Marktpotenziale aufgrund von Abflüssen in Konkurrenzzentren wie Dörfles-Esbach (Netto, Kaufland), Weitraamsdorf (Edeka, Netto), Niederfüllbach (E-Center, Aldi) oder Rödental (Edeka, Rewe, tegut, Aldi, Lidl, Norma) nicht in vollem Umfang als Umsatzpotenzial für den in Coburg bestehenden Einzelhandel gerechnet werden können, bestehen weitere Umsatzquellen im Gästeaufkommen des Gebietes, in Umsätzen aus den Bewohnern unmittelbar angrenzender Gemeinden sowie in Streuumsätzen:

- Im Jahr 2019 – die aktuellsten 2022er Daten sind weiterhin durch die Pandemie negativ beeinflusst - verzeichneten die Beherbergungsbetriebe in Coburg nach Angaben der Kommunalstatistik Bayern ein Gästeaufkommen von 135.079 Übernachtungen.
- Laut einer Studie des dwif (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr) München gaben Übernachtungsgäste im Bereich der Tourismusregion Oberes Maintal/Coburger Land 3,40 € pro Übernachtung im Lebensmitteleinzelhandel aus. Berücksichtigt man die Preisentwicklung seit 2010, dem Bezugsjahr der dwif-Studie, berechnet sich ein Ausgabevolumen von rd. 0,57 Mio. €.
- Eine weitere dwif-Studie ermittelte 2013, dass die Anzahl der Tagesgäste im Bereich der der Tourismusregion Oberes Maintal/Coburger Land beim 5,5-fachen des Übernachtungsaufkommens liegt. Mit seiner attraktiven Innenstadt, dem Kulturangebot oder der Veste ist die Stadt für Tagesbesuche prädestiniert. Für Tagesgäste im Bereich der Tourismusregion wird ein Ausgabebetrag im Lebensmitteleinzelhandel von 2,60 € angegeben. Unter Berücksichtigung

der Preisentwicklung seit 2013 berechnet sich so ein Ausgabevolumen von Tagesgästen im Lebensmitteleinzelhandel am Standort von rd. 2,27 Mio. €.

Tab. 5 Umsatzpotenzial Lebensmittel in Coburg

Zusammensetzung	Marktpotenzial	Kaufkraftbindung	Umsatzpotenzial
Coburg	115,25 Mio. €	95%	109,49 Mio. €
Ahorn	14,87 Mio. €	70%	10,41 Mio. €
Meeder	9,76 Mio. €	40%	3,90 Mio. €
Lautertal	12,57 Mio. €	40%	5,03 Mio. €
Grub am Forst	7,23 Mio. €	30%	2,17 Mio. €
Dörfles-Esbach	9,20 Mio. €	20%	1,84 Mio. €
Weitraamsdorf	13,47 Mio. €	20%	2,69 Mio. €
Niederfüllbach	4,02 Mio. €	20%	0,80 Mio. €
Untersiemau	11,56 Mio. €	10%	1,16 Mio. €
Rödental	33,29 Mio. €	5%	1,66 Mio. €
Übernachtungsgäste	- - -	- - -	0,57 Mio. €
Tagesgäste	- - -	- - -	2,27 Mio. €
SUMME	231,23 Mio. €	60,2 %	142,00 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen 2024
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024; Rundungsdifferenzen möglich

Nach unseren Berechnungen liegt das Umsatzpotenzial für den Sortimentsbereich Lebensmittel unter Einbeziehung von touristischen Potenzialen durch Übernachtungs- und Tagesgäste bei 142,0 Mio. €. Die Bindungsquote, also die Kaufkraftbindung in Coburg und dem Umland, ohne Berücksichtigung von touristischen Potenzialen, liegt bei 60,2 %.

Bezieht man die aktuelle Verkaufsflächenausstattung und Umsatzleistung des Lebensmittel-Einzelhandels in Coburg auf die bestehenden Umsatzchancen, so ergibt sich das aktuell am Standort verfügbare ungedeckte, also nicht vom aktuellen Einzelhandelsbestand realisierte Umsatzpotenzial.

Tab. 6 Ungedecktes Umsatzpotenzial Lebensmittel Coburg

Umsatzpotenzial	Ist-Umsatz p.a.	Ungedecktes Umsatzpotenzial
142,00 Mio. €	128,46 Mio. €	13,54 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen 2024
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024

Bezogen auf die Ist-Umsatzschätzung von rd. 117,4 Mio. € bestehen für Neuansiedlungen im Lebensmittelsortiment am Standort Coburg ungedeckte Umsatzpotenziale von 13,54 Mio. €. Dies entspricht für den Betriebstyp Supermarkt bei einer Flächenleistung von 6.000 €/m² einer reinen Lebensmittelverkaufsfläche von rd. 2.260 m² (ohne Drogerieartikel und sonstige Randsortimente).

Der durch das Neubau- und Erweiterungsprojekt am Postweg erwartete zusätzliche Lebensmittelumsatz liegt bei 4,41 Mio. €.

Marktpotenzial Drogeriewaren

Auch im Drogeriebereich können die Marktpotenziale aufgrund von Abflüssen in Konkurrenzzentren wie Rödental (Rossmann, dm) oder Dörfles-Esbach (Kaufland) nicht in vollem Umfang als Umsatzpotenzial für den in Coburg bestehenden Einzelhandel gerechnet werden.

Zur Berechnung des Umsatzpotenzials können jedoch auch die touristischen Potenziale sowie Streuumsätze berücksichtigt werden:

- Laut einer Studie des dwif (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr) München gaben Übernachtungsgäste im Bereich der Tourismusregion Oberes Maintal/Coburger Land 11,80 € pro Übernachtung im Non food-Einzelhandel aus. Geht man gemäß einer 2020 durchgeführten cima-Untersuchung zum Deutschlandtourismus davon aus, dass davon rd. 11% auf Drogerieartikel entfallen und berücksichtigt die Preisentwicklung seit

2010, dem Bezugsjahr der dwif-Studie, berechnet sich ein Ausgabevolumen von rd. 0,22 Mio. €.

- Für Tagesgäste im Bereich der Tourismusregion wird ein Ausgabebetrag im Non food-Einzelhandel von 8,20 € angegeben. Unter Berücksichtigung der Preisentwicklung seit 2013 berechnet sich so ein Ausgabevolumen von Tagesgästen im Drogeriebereich am Standort Coburg von rd. 0,79 Mio. €

Tab. 7 Umsatzpotenzial Drogeriewaren in Coburg

Zusammensetzung	Marktpotenzial	Kaufkraftbindung	Umsatzpotenzial
Coburg	21,35 Mio. €	95%	20,28 Mio. €
Ahorn	2,76 Mio. €	90%	2,48 Mio. €
Meeder	1,81 Mio. €	50%	0,90 Mio. €
Lautertal	2,33 Mio. €	50%	1,16 Mio. €
Grub am Forst	1,34 Mio. €	40%	0,54 Mio. €
Dörfles-Esbach	1,70 Mio. €	30%	0,51 Mio. €
Weitramsdorf	2,50 Mio. €	30%	0,75 Mio. €
Niederfüllbach	0,74 Mio. €	30%	0,22 Mio. €
Untersiema	2,14 Mio. €	20%	0,43 Mio. €
Rödental	6,17 Mio. €	5%	0,31 Mio. €
Übernachtungsgäste	- - -	- - -	0,22 Mio. €
Tagesgäste	- - -	- - -	0,79 Mio. €
SUMME	42,83 Mio. €	64,4 %	28,59 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen 2024
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024; Rundungsdifferenzen möglich

Nach unseren Berechnungen liegt das Umsatzpotenzial für das Drogeriesortiment unter Einbeziehung von touristischen Potenzialen bei 28,59 Mio. €.

Die Bindungsquote, also die Kaufkraftbindung in Coburg und dem Umland, ohne Berücksichtigung von Streuumsätzen und touristischen Potenzialen, liegt bei rd. 64,4 %. Die Kaufkraftbindung aus den Umlandorten liegt meist höher als im Lebensmittelbereich, da dort oftmals keine Drogeriemärkte vorhanden sind und die Drogerieversorgung rein über die Randsortimente der Lebensmittelbetriebe

erfolgt. Hier orientieren sich die Kunden stärker in Richtung von Standorten mit Drogeriemarkt-Angeboten.

Bezieht man die aktuelle Verkaufsflächenausstattung und Umsatzleistung des Drogeriesortimentes in Coburg auf die bestehenden Umsatzchancen, so ergibt sich das aktuell am Standort verfügbare ungedeckte, also nicht vom aktuellen Einzelhandelsbestand realisierte Umsatzpotenzial.

Tab. 8 Ungedecktes Umsatzpotenzial Drogeriewaren Coburg

Umsatzpotenzial	Ist-Umsatz p.a.	Ungedecktes Umsatzpotenzial
28,59 Mio. €	27,75 Mio. €	0,84 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen 2024
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024

! Bezogen auf unsere Ist-Umsatzschätzung von 27,75 Mio. € besteht im Drogeriesortiment am Standort Coburg ein ungedecktes Umsatzpotenzial von 0,84 Mio. €. Bei einer Flächenleistung von 6.000 €/m² entspricht dieses Potenzial einer Verkaufsfläche von 140 m² reiner Drogeriefläche.

Der durch das Neubau- und Erweiterungsprojekt am Postweg erwartete zusätzliche Drogerieumsatz liegt bei 0,41 Mio. €.

5 Nahversorgungsfunktion

In Kapitel 4 wurde deutlich, dass in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Lebensmittel und Drogerieartikel Umsatzpotentiale von 14,38 Mio. € zur Verfügung stehen, die zur Zeit durch den bestehenden Einzelhandel nicht gedeckt werden können. Durch die erwartete Lebensmittel-Umsatzzunahme von EDEKA einschließlich Bäckerei können die bestehenden offenen Umsatzpotentiale im Lebensmittelbereich zu rd. 33% gedeckt werden. Das Drogerie-Randsortiment des EDEKA-Marktes (Zusatzumsatz 0,41 Mio. €) wird das aktuell offene Drogerie-Potenzial (0,84 Mio. €) zu rd. 49% decken können.

Lage Postweg

Wie unter 2.2 dargestellt, zeichnet sich der Standort durch wesentliche Wohnanteile im Umfeld sowie eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV sowie per Pkw aus. Für die angrenzenden Wohngebiete der Stadtteile Creidlitz und Ketschendorf sowie für die Bewohner der zum Coburger Nahbereich gehörenden Gemeinde Ahorn stellt der EDEKA am Postweg das einzige Angebot eines Lebensmittel-Vollsortimenters im Stadtteil bzw. im Hauptort Ahorn³ dar.

Betriebstyp Lebensmittelvollsortimenter

Die Verkaufsfläche von 1.700 m² ist für einen Supermarkt als sinnvoll und betriebstypenspezifisch angemessen anzusehen. Der Verkaufsraum-Zuschnitt eines solchen Marktes sollte in Hinsicht auf gestiegene Kundenansprüche und die speziellen Bedürfnisse älterer und mobilitätseingeschränkter Menschen möglichst wenig beeinträchtigt sein (breite Gänge, großzügiger Eingangs- und Kassensbereich sowie Vorkassenzonen). Moderne Kundenerwartungen (z.B. an Übersichtlichkeit und Waren-Erreichbarkeit durch geringere Regalhöhen, an ein Obst- und Gemüse-Frischesortiment sowie an regionale und Bioprodukte) und sortimentsbezogene

Anforderungen (Sortimentstiefe, Präsentationsansprüche der Hersteller) setzen eine umfangreich dimensionierte Verkaufsfläche voraus.

Die als verträglich anzusehende, betreiberspezifische Verkaufsfläche lässt sich im Ergebnis der nachfolgenden Kapitel 7 und 8 beziffern.

Bäckerei

Die Ergänzung des Supermarktes durch eine Bäckerei mit Cafébereich auf einer Fläche von 220 m² Verkaufsfläche wertet den Nahversorgungsstandort - insbesondere im Vergleich zur aktuellen Situation mit einer Bäckereifiliale ohne größeren Sitzbereich – deutlich auf.

Es kann so ein Nahversorgungstreff und Kommunikationspunkt für die umliegende Wohnbevölkerung entstehen.

Der Kombination aus einem Lebensmittelvollsortimenter mit Bäckerei wird eine wesentliche Nahversorgungsfunktion für Coburg und insbesondere die Stadtteile Creidlitz und Ketschendorf sowie die angrenzende Nahbereichsgemeinde Ahorn zukommen. An einem bereits seit Jahren etablierten Standort werden durch den erweiterten Verkaufsflächenumfang und das moderne Gebäude zusätzliche Impulse zum Lebensmittelkauf in der eigenen Wohnumgebung gesetzt.

Auch nach Umsetzung des Vorhabens verbleiben offene Umsatzpotentiale im Lebensmittelsortiment von 9,13 Mio. € und im Bereich Drogerieartikel von 0,43 Mio. €.

³ Das Grundzentrum Ahorn weist lediglich im rd. 3km vom Hauptort entfernten Ortsteil Schorkendorf einen seit Juni 2022 bestehenden Diska-Markt (zur EDEKA-Unternehmensgruppe gehörend) auf.

6 Prüfung der LEP-Vorgaben

Das Landesentwicklungsprogramm Bayern 2023 bildet die wesentliche Grundlage für die landesplanerische Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsgroßprojekten. In diesem Zusammenhang sind die Ziele Lage im Raum, Lage in der Gemeinde sowie Zulässige Verkaufsflächen zu berücksichtigen. Nachfolgend werden diese Ziele mit Blick auf das konkrete Vorhaben in Coburg bewertet.

Lage im Raum

Einzelhandelsgroßprojekte sind gemäß LEP Bayern 2023 nicht in jeder Kommune zulässig. Sie dürfen gemäß Ziel 5.3.1 nur in zentralen Orten angesiedelt werden:

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

Abweichend sind Ausweisungen zulässig

für Betriebe bis 1 200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2,

für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.“

Die Stadt Coburg, in welcher sich der Projektstandort befindet, ist gemäß LEP Bayern 2023 als Oberzentrum definiert. Sie ist entsprechend für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben geeignet.

→ Ziel 5.3.1 (Lage im Raum) wird durch das Vorhaben erfüllt

Lage in der Gemeinde

Das Landesentwicklungsprogramm definiert, an welchen Standorten in den Kommunen die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte grundsätzlich erfolgen darf. Hierzu wird als Ziel 5.3.2 wie folgt ausgeführt:

„(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.“

In der Begründung 5.3.2 (B) wird zur Konkretisierung ausgeführt:

[...] 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 Standort Postweg konnte in Kapitel 2.2. aufgrund der Einwohnerzahl im anzusetzenden Nahversorgungsradius sowie der fußläufigen und ÖPNV-Erreichbarkeit als städtebaulich integriert festgestellt werden.

→ Ziel 5.3.2 (Lage in der Gemeinde) wird durch das Vorhaben erfüllt

Zulässige Verkaufsflächen

Welche Verkaufsflächendimensionierung ein Einzelhandelsvorhaben gemäß den landesplanerischen Vorgaben aufweisen darf, ist unter Ziel 5.3.3 definiert:

„(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 sortimentsspezifische 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 sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“

In der Begründung 5.3.3 (B) wird zur Konkretisierung ausgeführt:

„[...] Der landesplanerische Prüfmaßstab ist darauf ausgerichtet, dass neu anzusiedelnde oder zu erweiternde Einzelhandelsgroßprojekte der Versorgungsstruktur keinen zu großen Teil der sortimentsbezogenen Kaufkraft entziehen. Nahversorgungsbetriebe im Sinne von 5.3.1 sind bis zum Erreichen des Schwellenwerts von 1 200 m² Verkaufsfläche von der landesplanerischen Verkaufsflächen-Steuerung freigestellt.“

Der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftabschöpfung von Nahversorgungsbedarf (Lebensmittel) durch ein Einzelhandelsgroßprojekt ist unabhängig von der Betriebsform einheitlich der landesplanerische Nahbereich, für Gemeinden ohne Nahbereich das Gemeindegebiet. Der Nahbereich Coburgs umfasst insgesamt **46.288 Einwohner** (zum 30.12.2023), vgl. Kapitel 3.

Im Prüfungsfall bestimmt sich die zulässige Größe eines Einzelhandelsgroßprojektes durch Ziel 5.3.3 LEP. Aufgrund der projektierten Verkaufsfläche des EDEKA-Supermarktes von über 1.200 m² ist das Projektvorhaben in diesem Prüfungspunkt nicht von der landesplanerischen Verkaufsflächen-Steuerung freigestellt.

Die Berechnung der für den Nahbereich Coburgs nach dem Landesentwicklungsprogramm maximal verträglichen sortimentsspezifischen Verkaufsfläche wird wie folgt durchgeführt:

Einwohnerzahl x sortimentsspezifische Verbrauchsausgabe x Abschöpfungsquote

Bei der durch die Bayerische Staatsregierung vorgegebenen Berechnung findet die spezifische Kaufkraft vor Ort keine Berücksichtigung.

Es wird ein sortimentsspezifischer Ausgabesatz (Verbrauchsausgabe) pro Kopf der Nahbereichs-Einwohner im Einzelhandel angesetzt. Dieser Wert beinhaltet auch Ausgaben im Onlinehandel. Im Hinblick auf die zunehmende Verflechtung von Onlinehandel und stationärem Einzelhandel empfehlen die Regierungen, auch für die Berechnungen des stationären Einzelhandels die höhere Gesamtverbrauchsausgabe inklusive Onlineanteil zu verwenden.

Bezugnehmend auf die Einwohnerbasis sowie eine betriebstypenspezifische mittlere Flächenleistung lässt sich berechnen, inwieweit die geplante Verkaufsfläche

bzw. der anzusetzende betriebstypenspezifische Umsatz gemäß LEP 2023 am Standort Coburg als verträglich anzusehen sind.

Einschätzung des Agglomerationstatbestandes

Befinden sich an einem Standort mehrere Einzelhandelsbetriebe in einer Agglomerationslage, so sind die sortimentsspezifischen Umsätze aller zur Agglomeration zählenden Betriebe aufzusummieren und der landesplanerischen Prüfung auf Zulässigkeit der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche zu unterziehen.

Das Thema der Agglomeration wird im Begründungstext 5.3.1 (B) des Landesentwicklungsprogramms Bayern wie folgt behandelt:

„[...] Agglomerationen von mindestens drei Einzelhandelsbetrieben in räumlich funktionalem Zusammenhang, die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind, [sind] als Einzelhandelsgroßprojekte erfasst.. [...]“

Bezieht man diese Hinweise zur Agglomeration im LEP-Text auf die Situation am Postweg, so wird deutlich, dass die Mindestanzahl einer Agglomeration von 3 Betrieben nicht erreicht wird, für die ggfs. eine erheblich überörtliche Raumbedeutsamkeit anzunehmen ist. Der EDEKA-Markt und der angeschlossene Bäckerbetrieb sind daher als Einzelvorhaben zu prüfen.

Unter Berücksichtigung der zugrunde zu legenden Pro-Kopf-Kaufkraft im Lebensmittelbereich von 3.125 €/Jahr⁴ beläuft sich die sortimentsspezifische Kaufkraft insgesamt auf rd. 144,65 Mio. €. Hiervon darf das Vorhaben gemäß LEP 2023 25 % und dementsprechend maximal rd. 36,16 Mio. € abschöpfen.

In der Tabelle auf der nächsten Seite sind die entsprechenden Werte und das Berechnungsergebnis im Einzelnen ablesbar.

⁴ Quelle: Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024

Tab. 9: Verträgliche Verkaufsflächen gemäß LEP Bayern 2023 (gilt für Einzelhandelsgroßprojekte und Agglomerationen)

Sortiment (Betriebstyp)	Einwohnerbasis	Verbrauchs- ausgabe (LEP 2023)	Marktpotenzial gemäß LEP 2023	Maximal ab- schöpfbarer Umsatz	Flächenleistung gemäß LEP 2023 (min. – max.)	Maximale verträgliche Verkaufsflächen	Projektierte Verkaufsflächen
Lebensmittel (Supermarkt)	46.288	3.125 €	144,65 Mio. €	36,16 Mio. €	4.600 €/m ²	7.860 m²	max. 1.700 m²
Lebensmittel (Bäckerei)	46.288	3.125 €	144,65 Mio. €	36,16 Mio. €	6.000 €/m ²	6.020 m²	220 m²

Quelle: Eigene Berechnungen 2024, Bayer. Staatsregierung 2023,
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024; Rundungsdifferenzen möglich

Das Ergebnis dieser Verträglichkeitsberechnung ist positiv zu bewerten, da die projektierten Verkaufsflächen deutlich unter dem maximal verträglichen Flächenumfang liegen.

Die Abschöpfungsquote des Gesamtvorhabens bei einem auf Basis der landeplanerischen Vorgaben berechneten Umsatz von 9,14 Mio. € (Supermarkt 7,82 Mio. €, Bäckerei 1,32 Mio. €) liegt bei 6,3%.

➔ **Ziel 5.3.3 (Zulässige Verkaufsflächen) wird durch das Vorhaben erfüllt**

- Die Ziele der Landesplanung (LEP Bayern 2023) zur Lage im Raum, Lage in der Gemeinde sowie zur Zulässigkeit der Verkaufsflächen werden durch das Vorhaben der Ansiedlung eines Supermarktes mit Bäckerei, unter Berücksichtigung der projektierten Verkaufsflächen vollumfänglich erfüllt.

7 Städtebauliche Abwägung

Generell stellen Angebotserweiterungen im Einzelhandel eine veränderte Konkurrenzsituation für die bestehenden Anbieter in der Standortgemeinde dar. Ziel einer nachhaltigen Einzelhandelsentwicklung sollte es sein, einen Standort über die Ansiedlung oder Erweiterung moderner Handelskonzepte zu stärken, ohne dass die gewachsenen Strukturen der Nahversorgung negativ in ihrer Entwicklungs- und Zukunftsfähigkeit beeinflusst werden.

Das Gutachten untersucht entsprechend, inwiefern durch das Vorhaben Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung sowie die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt, Nahversorgungszentren) oder die wesentlichen Nahversorgungsstrukturen in Coburg zu erwarten sind. Von besonderer Bedeutung sind in diesem Zusammenhang zentrale Versorgungsbereiche.

Bei der Bewertung des Planvorhabens bzw. bei der Berechnung der Umsatzumverteilungswirkungen geht die cima von einem „Worst case“-Ansatz aus. Dieser legt – unter Berücksichtigung der marktanalytischen Bedingungen (Wettbewerbs-situation im Umfeld, Standortlage etc.) – den theoretisch maximal zu erwartenden Umsatz zugrunde, der aus Gutachtersicht am Vorhabenstandort von dem Planvorhaben generiert werden könnte. Auf dieser Grundlage sind die theoretisch maximal zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens auf die Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum zu simulieren. Ein maßgebliches Beurteilungskriterium von Planvorhaben ist die Umsatzumlenkung, die in Mio. € und in % ausgedrückt wird. Allerdings bedeutet nicht jede Umverteilung eine unzumutbare Auswirkung, denn die Reduzierung von Umsätzen in bestehenden Wettbewerbslagen allein ist bauplanungsrechtlich irrelevant.⁵

Im Rahmen der städtebaulichen Abwägung ist zu prüfen, ob zusätzliche Verkaufsflächen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche entfalten. Im Kern steht dabei die Frage, ob die Funktionsfähigkeit schützenswerter Versorgungsbereiche in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt wird, schädliche Auswirkungen erfährt und damit gestört wird.

Städtebaulich schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungskerne der Standortkommune oder anderer Einkaufsstandorte sind in der Regel dann anzunehmen, wenn in Folge der Realisierung des Planvorhabens ein Umsatzverlust bei Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs von mehr als 10 % zu vermuten ist. Zu beachten ist, dass nicht jede Umverteilung eine unzumutbare Auswirkung darstellt, denn die Reduzierung von Umsätzen in bestehenden Wettbewerbslagen allein ist bauplanungsrechtlich irrelevant. Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die so genannte „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung etc.).

Die cima hält die alleinige Orientierung an einem Grenzwert grundsätzlich für problematisch und plädiert für eine ganzheitliche Sichtweise, bei der in Gutachten außer dem prognostizierten Kaufkraftabfluss auch andere Kriterien für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens herangezogen werden. In Anlehnung an ein Urteil des OVG Münster geht die cima davon aus, dass Umsatzverlagerungen zwischen 7 % und 12 % abwägungsrelevant sind und in einer Gesamtbetrachtung unter Berücksichtigung anderer Kriterien (z.B. Vorschädigung des zentralen Versorgungsbereich, Leistungsfähigkeit der Betriebe) abgewogen werden müssen.

Daher erfolgt die quantitative Bewertung im Zusammenhang mit einer qualitativen Einschätzung der städtebaulichen Situation. Die im Wettbewerb zum Vorhaben stehenden Standorte und zentrale Versorgungsbereiche wurden auf eventuelle Defizite untersucht. Zu den dort angewandten Bewertungskriterien gehören insbesondere die Fragen, ob es sich bei den zu untersuchenden zentralen Versorgungsbereichen um vorgeschädigte oder stabile Bereiche handelt, deren Funktionsfähigkeit negativ beeinträchtigt werden kann. Dies trifft in Coburg auf das Nahversorgungszentrum (NVZ) Wüstenahorn zu.

⁵ Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

Daher sollten dort möglichst Abschöpfungsquoten unter 7%, besser noch unter 5% eingehalten werden, um die bestehenden Vorschädigungen nicht zu verstärken und möglicherweise zu Geschäftsschließungen zu führen.

Alle weiteren untersuchten Standortbereiche und die dortigen Betriebe sind modern aufgestellt und weisen keine Vorschädigungen auf.

Die in der nachfolgenden Tabelle (vgl. Tab. 10) dargestellten Umsatzverlagerungswerte stellen immer Maximalwerte im Sinne eines „Worst case“ dar, spezifische Unternehmerreaktionen der Wettbewerber (z.B. Änderung der Positionierung, Sortimentsanpassungen, Modernisierungen, Marketing, etc.) im Sinne eines verhaltenstheoretischen Ansatzes sind nicht berücksichtigt.

Für die Entscheidung einer Betriebsaufgabe, -verlagerung oder Änderung wesentlicher Betriebsmerkmale spielen vom untersuchten Vorhaben unabhängige, interne wie externe Faktoren eine zusätzliche Rolle (z.B. Standortfaktoren, Unternehmensnachfolge, Standortpolitik).

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Standortes gehen wir von gewissen Streuumsatz-Anteilen von außerhalb Coburgs und der angrenzenden Gemeinden aus (Berufspendler, Touristen). Diese Streuumsatzanteile wurden in den Berechnungen in Höhe von 10% des sortimentsspezifischen Umsatzes angenommen.

Zentren-Verträglichkeit

Über die zu erwartenden sortimentsspezifischen Worst case-Umsätze und eine Berechnung zur Veränderung der Kaufkraftströme lassen sich die Rückgänge der Kaufkraftbindung, also des Einzelhandelsumsatzes an den bestehenden Einzelhandelsstandorten in Coburg ermitteln.

In der nachfolgenden Tabelle zur Umsatzumverteilung wird für das Lebensmittel- und Drogeriesortiment die Umsatzherkunft dargestellt und absolut sowie in Relation zur Umsatzhöhe des Sortimentes in den jeweiligen Wettbewerbsstandorten dargestellt (prozentuale Abschöpfung).

Der quantitativen städtebaulichen Auswirkungsanalyse werden dabei die in Kapitel 2.1. ermittelten, Worst case-Umsätze zu Grunde gelegt. Die erzielten Umsätze der Altflächen (Bestandsflächen EDEKA und Bäckerei) haben ihre Marktwirkung in der Vergangenheit bereits erzielt und können somit als verträglich vorausgesetzt werden⁶.

⁶ In der Berechnungstabelle sind diese Umsätze als „Bestandsumsatz Postweg“ aufgenommen und in den Umsatzangaben des „NVZ Ketschendorfer Straße“ in Abzug gebracht.

Tab. 10 Auswirkungsberechnung

Prozentuale Umsatzabschöpfung nach Standorten	Lebensmittel			Drogerieartikel		
	Bestandsumsatz	Umsatzumverteilung		Bestandsumsatz	Umsatzumverteilung	
ZV Innenstadt Coburg	14,26 Mio. €	0,49 Mio. €	3,4%	5,06 Mio. €	0,06 Mio. €	1,2%
Stadtteilzentrum Nord	10,74 Mio. €	0,22 Mio. €	2,1%	1,07 Mio. €	< 0,01 Mio. €	0,8%
Stadtteilzentrum Süd	13,60 Mio. €	0,66 Mio. €	4,9%	5,26 Mio. €	0,08 Mio. €	1,6%
NVZ Callenberger Straße	10,77 Mio. €	0,35 Mio. €	3,3%	5,83 Mio. €	0,04 Mio. €	0,7%
NVZ Cortendorf	4,36 Mio. €	0,04 Mio. €	1,0%	0,32 Mio. €	< 0,01 Mio. €	1,3%
NVZ Creidlitz	8,25 Mio. €	0,35 Mio. €	4,3%	0,66 Mio. €	0,03 Mio. €	3,7%
NVZ Ketschendorfer Straße	7,58 Mio. €	0,40 Mio. €	5,2%	0,71 Mio. €	0,02 Mio. €	2,9%
NVZ Wüstenahorn	2,01 Mio. €	0,09 Mio. €	4,4%	0,16 Mio. €	< 0,01 Mio. €	2,6%
FMZ Lauterer Höhe	20,36 Mio. €	0,49 Mio. €	2,4%	6,07 Mio. €	0,08 Mio. €	1,4%
Coburg, sonstige Lagen	36,53 Mio. €	0,88 Mio. €	2,4%	2,61 Mio. €	0,04 Mio. €	1,6%
Umlandorte*	ca. 102,0 Mio. €	1,32 Mio. €	ca. 1,3%	ca. 19,0 Mio. €	0,12 Mio. €	ca. 0,6%
Streuumsatz (10%)	- - -	0,44 Mio. €	- - -	- - -	0,04 Mio. €	- - -
Bestandsumsatz Postweg	4,79 Mio. €	- - -	- - -	0,43 Mio. €	- - -	- - -
Umsatzannahme EDEKA inkl. Bäckerei NEU (vgl. 2.1.)	4,41 Mio. €			0,41 Mio. €		

* Ahorn, Dörfles-Esbach, Niederfüllbach, Rödental, Weitramsdorf

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen 2024
 Bearbeitung: CIMA GmbH 2024; Rundungsdifferenzen möglich

Lebensmittel

Wie aufgrund der bestehenden ungedeckten Umsatzpotenziale zu erwarten, werden durch einen Lebensmittel-Zusatzumsatz von im Worst case 4,41 Mio. € rd. 40% des Umsatzes außerhalb Coburgs abgeschöpft. Diese Lagen profitieren zur Zeit von der unzureichenden Verkaufsflächenausstattung in Coburg. Die durch das Projekt zu erwartenden Abschöpfungsquoten aus Ahorn (u.a. Diska), Dörfles-Esbach (u.a. Kaufland, Netto), Niederfüllbach (u.a. E-Center), Rödental (u.a. Aldi, Lidl, Norma, Edeka, Rewe, Tegut) und Weitramsdorf (u.a. Edeka, Netto), liegen insgesamt bei ca. 1,3% und in den einzelnen Orten jeweils deutlich unter der 7%-Grenze.

In Coburg sind das Stadtteilzentrum Süd (0,66 Mio. €), das Fachmarktzentrum Lauterer Höhe sowie der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt mit jeweils 0,49 Mio. € die Einzelstandorte mit den höchsten Abflüssen, alle anderen Einzellagen (Stadtteilzentrum Nord, Nahversorgungszentren) liegen deutlich unter 0,5 Mio. €. Rund 0,88 Mio. € des neu entstehenden Lebensmittelumsatzes werden aus den sonstigen Lagen in Coburg abgeschöpft, also Betrieben außerhalb der im ISEK festgelegten, besonders schützenswerten Bereiche. Dazu zählen z.B. Netto in der Callenberger Straße, Lidl Kanonenweg, Mix Markt Rodacher Straße, Edeka Milchhofstraße oder Ebl Naturkost am Sonntagsanger.

In keiner ISEK-Einzellage und auch nicht in den sonstigen Lagen der Stadt kommt es zu prozentualen Umsatzrückgängen im Bestand, die über 7% liegen. Somit sind bei einem zusätzlichen Lebensmittelumsatz von 4,41 Mio. € alle Abschöpfungen als verträglich anzusehen und führen zu keiner Verschlechterung der Versorgungsstrukturen in den bestehenden Lagen.

Die 4,4-prozentige Abschöpfung aus dem NVZ Wüstenahorn ist auch für die dortige, als instabil angesehene Angebotsstruktur (siehe Kapitel 4.1) als verträglich anzusehen.

➔ **Aufgrund der geringen, in den ausgewiesenen Zentren der Stadt Coburg entstehenden Abschöpfungsquoten sind die durch EDEKA am Standort Postweg geplanten Verkaufsflächenerweiterungen des Supermarktes einschließlich der Bäckerei als verträglich anzusehen.**

Drogeriewaren

Auch im Drogerie-Sortiment konnten ungedeckte Umsatzpotenziale ermittelt werden, wodurch die Abschöpfungen aus den schützenswerten Lagen in Coburg keine als unverträglich einzustufenden Größenordnungen annehmen. Hierzu trägt aber auch das insgesamt nur geringe Umsatzvolumen bei.

Alle Abschöpfungsquoten liegen unterhalb von 4%, das besonders schützenswerte Nahversorgungszentrum Wüstenahorn ist mit einem potenziellen Umsatzrückgang von 2,6% auch nur sehr geringfügig betroffen.

➔ **Bei einem durch die Verkaufsflächenerweiterung entstehenden zusätzlichen Drogerieumsatz von 0,41 Mio. € sind die Abschöpfungsquoten aus dem Bestands-Einzelhandel als verträglich einzustufen.**

Sonstige Sortimente

Wie in Tab. 1 aufgeführt, werden im Rahmen des Erweiterungsvorhabens neben den im Detail untersuchten Sortimenten auch weitere Randsortimente angeboten. Zu diesen zählen bei Supermärkten z.B. Zooartikel, Haushaltswaren, Schreibwaren oder Zeitschriften. Aufgrund des geringen Verkaufsflächenzuwachses in diesem Bereich von rd. 39 m² entfallen auf die einzelnen Sortimente nur sehr

geringe Umsatzmengen. Daher waren sie nicht Gegenstand der vorliegenden Detailanalyse. Negative städtebauliche Auswirkungen durch die sehr kleinflächigen Randsortimente sind in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Coburg auszuschließen.

! **Im Rahmen der städtebaulichen Abwägung kommen wir zu dem Ergebnis, dass durch die projektierten Verkaufsflächen keine unverträglichen städtebaulichen Auswirkungen in den zentralen Lagen der Stadt Coburg zu erwarten sind.**

8 Berücksichtigung des ISEK

Da für die Stadt Coburg seit 2018 ein Integriertes Stadtentwicklungskonzept mit einer Teilfortschreibung Einzelhandel (ISEK) vorliegt, ist die Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Festlegungen dieses Konzeptes zu prüfen.

Dabei ist insbesondere die im Rahmen des Konzeptes festgelegte Zentrenstruktur (ISEK, S. 78) zu berücksichtigen. Diese legt im südlichen Stadtbereich ein Fachmarktzentrum, ein Stadtteilzentrum sowie zwei Nahversorgungszentren fest:

- Stadtteilzentrum Süd (u.a. Tegut, Netto, Norma, dm)
- NVZ Creidlitz (u.a. Aldi)
- NVZ Ketschendorfer Str. (u.a. Lidl, der untersuchungsgegenständliche EDEKA)
- NVZ Wüstenahorn

Die in diesen Zentren bestehenden Nahversorgungsbetriebe sind im Rahmen der Auswirkungsanalyse besonders zu berücksichtigen. Darüber hinaus sind die Auswirkungen auf die weiteren, als besonders schützenswert festgelegten Zentren der Innenstadt (ZV Innenstadt) sowie der sonstigen Stadt (Stadtteilzentrum Nord, FMZ Lauterer Höhe, NVZ Callenberger Straße, NVZ Cortendorf) zu berücksichtigen (ISEK-Text, S. 82f).

- ➔ Dies erfolgte in Kapitel 7.
- ➔ Das Nahversorgungszentrum in Wüstenahorn konnte in Kapitel 4.1 als weniger stabil festgestellt werden. Dies wurde im Rahmen der in Kapitel 7 erfolgten städtebaulichen Abwägungen besonders berücksichtigt.

„Es sollen keine neuen Einzelhandelsstandorte entwickelt werden, vielmehr sollten die im Rahmen des Zentrenkonzeptes berücksichtigten bestehenden Standorte gesichert und weiterentwickelt werden.“ (ISEK-Text, S. 114f)

- ➔ Das Vorhaben stellt die Sicherung und Weiterentwicklung eines im Rahmen des Zentrenkonzeptes berücksichtigten bestehenden Standortes (NVZ Ketschendorfer Straße) dar.

„Innerhalb der festgelegten Nahversorgungszentren Cortendorf, Callenberger Straße, Wüstenahorn, Ketschendorfer Straße und Creidlitz stehen Erhalt und Weiterentwicklung der Nahversorgungsfunktion im Vordergrund. Die anzusiedelnden Sortimente sind auf den Nahversorgungsbedarf und den ergänzenden Innenstadtbefehl (Apotheken, Drogeriebedarf, Papier- und Schreibwaren sowie Zeitschriften) festzulegen.“ (ISEK-Text, S.82)

- ➔ Das Vorhaben stellt die Weiterentwicklung eines bestehenden Nahversorgungsangebotes innerhalb des NVZ Ketschendorfer Straße dar.

Die Nahversorgungszentren stellen neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, den Stadtteilzentren und dem Fachmarktzentrum Lauterer Höhe bevorzugte Standorte für die Ansiedlung von Betrieben mit Nahversorgungsbedarf dar (ISEK-Text, S. 83f).

- ➔ Der Standort ist Teil des NVZ Ketschendorfer Straße.

„Das Nahversorgungszentrum Ketschendorfer Straße bietet für die östlich angrenzenden Wohngebiete eine gute Versorgungsstruktur. An diesem Standort befinden sich ein Edeka-Supermarkt, ein Lidl Lebensmitteldiscounter sowie ein dm Drogeriemarkt. ... Um die Nahversorgung dort zu sichern, sind die Betriebe im Bestand zu pflegen und gegebenenfalls einem steigenden Verkaufsflächenbedarf anzupassen.“ (ISEK-Text, S. 82)

- ➔ Der ehemals an der Adresse Postweg 2d gelegene dm-Drogeriemarkt hat den Standort verlassen. Umso wichtiger erscheint der Ausbau des EDEKA-Drogeriesortimentes zum Ausbau der Nahversorgung.

Einordnung des Erweiterungsvorhabens

Hinsichtlich der Steuerungsregelungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsansiedlungen durch das ISEK gibt es folgende Anmerkungen in Bezug auf das Vorhaben anzuführen:

- Die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Getränke) sowie Drogeriewaren sind den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet. Das Vorhaben dient daher der Nahversorgung.
- Mit Bezug auf die Wohngebiete im Standortumfeld sowie den direkten Zugang zum ÖPNV kann das Projektgrundstück einer städtebaulich integrierten Lage zugeschrieben werden.
- Das Grundstück ist für das Vorhaben geeignet. Durch das Abriss- und Neubauvorhaben kann das Plangrundstück mit der bereits in die Jahre gekommenen Immobilie aufgewertet werden.
- Das Vorhaben ergänzt die in Coburg bestehenden Nahversorgungsstrukturen. Da sich der Vorhabenstandort in einem dichten Siedlungszusammenhang befindet sowie ein direkter Anschluss an den ÖPNV besteht, kann der erweiterte und modernisierte EDEKA zu einer Stärkung der fußläufigen Nahversorgung in den Stadtteilen Ketschendorf sowie Coburg Mitte (südliche Teile der Wohnviertel Ost und der Vorstadt Süd) beitragen.
- Im Ergebnis der Umsatzumverteilungsprüfung kann die Verkaufsflächenerweiterung gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen als städtebaulich verträglich bewertet werden. Die ermittelten Umsatzumlenkungseffekte belaufen sich auf einem sehr moderaten Niveau.

Die Modernisierung und Erweiterung des EDEKA-Marktes mit Bäckerei am Postweg in Coburg-Ketschendorf entspricht den Vorgaben des ISEK Coburg und ist mit den Festlegungen dieses Konzeptes vereinbar.

9 Abschließende Bewertung

In Coburg ist für den am Postweg bestehenden EDEKA-Markt eine Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung im Rahmen eines Abriss- und Neubauvorhabens vorgesehen. Die Verkaufsfläche des EDEKA ist dabei mit bis zu 1.700 m² Verkaufsfläche geplant, die Bäckerei soll 220 m² Verkaufsfläche erhalten. Der Standort ist als integrierte Lage einzustufen und wird die Nahversorgung in den angrenzenden Wohngebieten aufwerten.

Im Rahmen einer Auswirkungsuntersuchung wurde geprüft, ob die geplanten Verkaufsflächen bzw. die zu erwartenden sortimentspezifischen Umsätze aus landesplanerischer Sicht verträglich sind und ob negative städtebauliche Auswirkungen auf die Innenstadt oder die sonstige Nahversorgungsstruktur in Coburg zu erwarten sind.

Insgesamt besteht in Coburg mit seinen 42.139 Einwohnern eine deutliche Unterversorgung im Lebensmittelbereich. Von dieser Situation können zur Zeit die Anbieter in den Nachbargemeinden profitieren. Hier sind insbesondere das Grundzentrum Dörfles-Esbach (mit 3.596 Einwohnern einer der deutschlandweit kleinsten Kaufland-Standorte, im gemeinsamen Nahbereich mit Lautertal sind 8.149 Einwohner zu versorgen) und das Mittelzentrum Rödental (12.947 Einwohner, alle Angaben zum 30.12.2023) zu nennen.

Entsprechend bestehen für Verkaufsflächenerweiterungen im Lebensmittelsortiment am Standort Coburg umfangreiche ungedeckte Umsatzpotenziale von 13,54 Mio. €, da diese Kaufkraft zur Zeit nicht in Coburg gebunden werden kann.

Die angestrebten Verkaufsflächen für den Supermarkt und die Bäckerei entsprechen jeweils einer betriebstypenspezifisch marktüblichen Dimensionierung, so dass die geplanten Verkaufsflächenumfänge als angemessen zu bewerten sind.

Im Rahmen der städtebaulichen Abwägung kommen wir zu dem Ergebnis, dass für die geplanten Verkaufsflächen bzw. die resultierenden Umsätze keine unverträglichen städtebaulichen Auswirkungen für die Versorgungsstandorte im Untersuchungsraum und insbesondere für die zentralen Versorgungsbereiche sowie die dortigen Betriebe zu erwarten sind.

Auch entsprechend der landesplanerischen Vorgaben durch das LEP Bayern 2023 sind die erweiterten Verkaufsflächen und Umsätze von EDEKA inkl. Bäckerei im geplanten Umfang als raumverträglich einzustufen.

Für das Randsortiment Drogerieartikel lässt sich ebenfalls eine im Vergleich zu ähnlichen Städten unterdurchschnittliche Ausstattung feststellen, es bestehen offene Umsatzpotenziale in Höhe von 0,84 Mio. €.

Auch die städtebauliche Abwägung für den im Worst case zu erwartenden Drogerieumsatz hat verdeutlicht, dass die Ansiedlung im geplanten Umfang nicht zu Lasten der Bestandsbetriebe in Coburg geht.

! Mit der vorliegenden Untersuchung konnte der Nachweis erbracht werden, dass das geplante Abriss- und Neubauvorhaben des EDEKA-Marktes mit Bäckerei am Postweg eine sinnvolle Erweiterung des Nahversorgungsangebotes in Coburg an einem städtebaulich integrierten Standort darstellt und den Zielen einer positiven Stadt- und Einzelhandelsentwicklung entspricht. Aus gutachterlicher Sicht der cima sollte dem Vorhaben eine Genehmigung erteilt werden.

10 Anhang

10.1 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde in Coburg eine branchenspezifische Vollerhebung der stationären Einzelhandelsverkaufsflächen mit Lebensmitteln, Bio- und Drogerieartikeln durchgeführt. Die vorliegenden Erhebungsdaten aus den Umlandorten Ahorn, Dörfles-Esbach, Niederfüllbach, Rödental, Weitramsdorf wurden durch eine Online-Recherche aktualisiert.

Als Einzelhandel werden Unternehmen bezeichnet, die Waren einzelner oder verschiedener Hersteller beschaffen und an nicht-gewerbliche Kunden, also Endverbraucher bzw. Letztverwender, verkaufen. Im Gegensatz dazu verkauft der Großhandel an gewerbliche Kunden, also Wiederverkäufer und Großverbraucher.

Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit mit Verkauf an Endkunden ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgt nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentraler Versorgungsbereich, sonstige Lage),
- Branche und Betriebstyp,
- Verkaufsfläche und Sortiment.

Bei Betrieben mit mehreren Sortimentsbereichen wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen.

Nicht zum Einzelhandel werden der Handel mit Kraftfahrzeugen, der Baustoff- und der Brennstoffhandel gezählt. Tankstellen-Shops werden jedoch aufgenommen. Reinigungen, Reisebüros, Videotheken und Autovermietungen zählen nicht zum Einzelhandel, ebenso wie Friseure, Schneidereien und Schuhmacher. Apotheken, Optiker, Bäcker und Metzger werden dagegen zum Einzelhandel gezählt, da hier die Handelsfunktion im Vordergrund steht.

Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien:

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Wir unterscheiden zwischen folgenden Einzelhandels-Betriebstypen:

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice (als Filialisten sind z.B. Benetton oder Fielmann zu nennen).

Fachmarkt

Meist großflächiges Nonfood-Fachgeschäft (Ausnahme: Getränkemärkte) mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, oft knappe Personalbesetzung (z.B. Obi, Vögele, Media-Markt, Deichmann, ARO-Teppichwelt). Fachmarktzentren vereinen zahlreiche unterschiedliche Fachmarktkonzeptionen unter einem Dach oder auch in offener Bauweise.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund zentraler Planung. (z.B. Franken-Einkaufszentrum FEC in Nürnberg).

Supermarkt

Ca. 400 bis 2.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 1.200 m² Verkaufsfläche bereits höherer non-food-Anteil (non-food 1-Artikel, siehe 9.3): Umsatzanteil ca. 10 %, Flächenanteil ca. 10 - 20 % (z.B. Edeka, Rewe, Tegut).

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.500 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienstungen, preisaggressiv, weiter zunehmender non-food-Umsatzanteil (z.B. Aldi, Lidl, Penny).

Großer Supermarkt (frühere Bezeichnung: Verbrauchermarkt)

Verkaufsfläche ca. 2.500 bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche ansteigender Flächenanteil an Abteilungen des non-food 2-Sortiments. Non-food-Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, non-food-Flächenanteil ca. 20 - 30 % (z.B. E-Center, Kaufland, Rewe-Center).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche non-food-Abteilungen einschließlich non-food 2-Artikeln: non-food-Umsatzanteil ca. 20 - 30 %, non-food-Flächenanteil ca. 30 - 50 %. Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen (z.B. Globus, Marktkauf).

Warenhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 m², teils noch mit Lebensmittel-, immer mit großer Textil-Abteilung, breites und tiefes Sortiment, hier überwiegend Vorwahlsystem und Bedienung (z.B. Galeria Karstadt Kaufhof).

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 1.000 m², in zentraler Lage, breites, tiefes Non-food-Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, oft Textil (z.B. C&A, H&M).

10.2 Einzelhandelslagen

Zentrale Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen, auch in Kombination mit anderen kundenorientierten Nutzungen wie Gastronomie oder Dienstleistungseinrichtungen, eine besondere Versorgungsfunktion zukommt.

Typischerweise ist ein Teil der Innenstadt oder eines größeren Stadtteilzentrums als zentraler Versorgungsbereich anzusehen. Insbesondere in größeren Städten weisen diese Lagen eine höchstens nachrangige Wohnfunktion auf.

Städtebaulich integrierte Lage

Das Landesentwicklungsprogramm Bayern in seiner aktuell gültigen Fassung von 2023 definiert städtebaulich integrierte Standorte in der Begründung zum LEP-Ziel 5.3.2 wie folgt:

„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.“

Zur Frage, was unter einem fußläufigen Einzugsbereich zu verstehen ist, hat sich das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) in einer 2011 veröffentlichten Untersuchung „Ohne Auto einkaufen - Nahversorgung und Nahmobilität in der Praxis“ genauer angenommen.

Im Modal Split der Einkaufenden zeigt sich demnach eine Verteilung, bei der sich je Pkw-Verfügbarkeit ab einer Entfernung von 800m bzw. 1.000m eine wesentliche Abnahme des Anteils der fußläufigen Einkäufe zeigt (siehe Abb. 5 auf der nächsten Seite). Dies lässt den Schluss zu, dass bis zu einer Entfernung von 800m bis 1.000m ein überwiegender Teil der Einkaufswege zu Fuß erledigt wird.

In den Raumordnungsprogrammen anderer Bundesländer werden explizite Entfernungsangaben gegeben. Als fußläufig erreichbar sieht z.B. das Landesraumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen im Zusammenhang mit Einzelhandel „nicht einen pauschalen Entfernungsradius, sondern einen Bereich mit einer

maximalen Gehzeit von 10 Minuten an.“ In Ergänzung hierzu benennt das LROP einen 1.000-Meter-Radius um das Vorhaben als maximale Ausdehnung des fußläufigen Einzugsbereichs. „Der fußläufige Einzugsbereich ist daher nicht stets pauschal auf maximal 1.000 m (Zirkelkreis/ Luftlinie) um das Vorhaben herum zu

ziehen, sondern muss dem Straßen- und Wegenetz sowie anderen tatsächlichen Gegebenheiten Rechnung tragen. (Quelle: „Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3. Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels des LROP“, 2017, S. 17)

Abb. 5 Anteil fußläufiger Einkäufe nach Wegstrecke

Modal Split bei Einkaufswegen nach Wegelänge und Pkw-Verfügbarkeit
Nur nicht-komplexe Wegeketten, die von der Wohnung ausgehen

	Wegelänge (km)												
	bis 0,2	0,2–0,4	0,4–0,6	0,6–0,8	0,8–1,0	1,0–1,5	1,5–2,0	2–3	3–5	5–7	7–10	10–20	>20
	kein Pkw im Haushalt												
zu Fuß	94	86	79	89	63	43	41	13	11	2	0	0	
Fahrrad	6	10	18	10	18	29	29	34	30	25	28	0	
MIV (Mitfahrer)	0	2	0	0	8	2	7	6	12	31	11	26	
MIV (Fahrer)	0	0	0	0	3	2	3	1	11	0	1	2	
ÖV	1	3	3	2	9	24	21	47	35	42	60	72	
	Pkw eingeschränkt verfügbar *												
zu Fuß	98	84	60	49	43	36	22	20	4	1	1	0	0
Fahrrad	1	13	22	29	31	31	16	18	12	12	2	1	3
MIV (Mitfahrer)	1	3	7	6	12	14	24	26	33	38	45	60	60
MIV (Fahrer)	0	1	10	16	12	17	34	28	39	36	34	26	23
ÖV	0	0	1	1	3	2	4	9	11	13	18	13	15
	Pkw jederzeit verfügbar												
zu Fuß	86	76	62	54	29	17	14	7	3	1	1	0	0
Fahrrad	4	12	17	20	22	18	15	11	5	3	2	2	0
MIV (Mitfahrer)	0	1	2	2	3	5	7	6	9	9	12	16	22
MIV (Fahrer)	10	11	19	24	44	60	64	74	81	86	82	79	72
ÖV	0	0	0	0	1	0	1	2	2	2	4	2	6

* Pkw im Haushalt, der gelegentlich oder gar nicht zum Fahren verfügbar ist (inkl. Personen ohne Führerschein)
kursiv: 37<n<100. Fehlende Werte: n=21 Wege

Quelle: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS): „Ohne Auto einkaufen - Nahversorgung und Nahmobilität in der Praxis“, 2011

Städtebauliche Randlage

Das Landesentwicklungsprogramm Bayern 2023 definiert städtebauliche Randlagen in der Begründung zum LEP-Ziel 5.3.2 wie folgt:

„Städtebaulich Randlagen sind Standorte innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs ohne wesentliche Wohnanteile oder direkt angrenzend. In städtebaulichen Randlagen ist eine fußläufige Erreichbarkeit nicht erforderlich, wohl aber eine ortsübliche Anbindung an den ÖPNV“.

Nicht-integrierte Lage

Autokundenorientierte Lagen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, für welche die Definition der städtebaulich integrierten Lage oder städtebaulichen Randlage nicht zutrifft. Als Umschreibung lässt sich auch der Begriff „Grüne Wiese“-Standort verwenden.

10.3 Begriffsdefinitionen

food / non-food

Bedeutung: Der Begriff food kennzeichnet alle zum menschlichen Verzehr bestimmten Lebensmittel (Frisch- und Tiefkühlware sowie Trockensortiment) und Getränke. Der Begriff non food bezieht sich demgegenüber auf alle nicht zum Verzehr bestimmten Artikel. Im Zusammenhang mit der Warenbezeichnung von Lebensmittelbetrieben wird in non-food 1-Artikel (Drogerie- und Körperpflegeartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) sowie non-food 2-Artikel (alle sonstigen Nicht-Lebensmittel) unterschieden.

Kaufkraft (nominal / real)

Bedeutung: Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Die reale Kaufkraft berücksichtigt das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/Gehältern und Lebenshaltungskosten.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

Berechnung: Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen. Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Bei den aktuellen 24.807 € (Jahr 2022) würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 27.288 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 22.326 entsprechend die KKZ 90,0.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Bundesdurchschnitt 7.547 €) bezieht sich auf Ausgaben im stationären und Online-Einzelhandel (Quelle MB-Research 2024). Dabei ist der Bundesdurchschnitt auch hier stets 100 %.

Marktpotenzial

Bedeutung: Das Marktpotenzial bezeichnet das potenzielle Ausgabevolumen eines Ortes im Einzelhandel auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

Berechnung: Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in Deutschland, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes und der ortsspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Prozent.

Umsatzkennziffer (UKZ)

Bedeutung: Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!).

Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

Berechnungsbasis: Berechnungsbasis ist der (von CIMA!BBE!MB-Research jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/Metzger). Wie bei der KKZ wird der

ortspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

Umsatzpotenzial (bindungsfähiges)

Bedeutung: Das bindungsfähige Umsatzpotenzial bezeichnet den Umfang des Umsatzes, den ein Ort auf Basis seines eigenen, lokalen Marktpotenzials, abzüglich der Kaufkraftabflüsse der eigenen Bevölkerung und zuzüglich der Kaufkraftzuflüsse der Bewohner des Einzugsgebiets, rechnerisch erreichen kann.

Berechnung: Vom ermittelten lokalen Marktpotenzial wird der zu erwartende Kaufkraftabfluss der örtlichen Bevölkerung abgezogen und der zu erwartende Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet hinzugerechnet.

Verbrauchsausgaben

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse.

Die Verbrauchsausgaben beziehen sich rein auf den stationären Einzelhandel. Die im Versand- und Onlinehandel getätigten Ausgaben sind nicht Teil dieser Verbrauchsausgaben.

Charakteristisch für den kurzfristigen Bedarf (u.a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Arzneimittel) ist, dass vergleichsweise häufig kleine Mengen eingekauft werden und ein dichtes Netz von Verkaufseinrichtungen auch in kleineren Ortschaften die Erledigung zahlreicher Einkäufe ermöglicht. Die Verbrauchsausgabe für Lebensmittel ist unter allen Einzelsortimenten die höchste.

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner im Einzugsgebiet und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben.

Unter der Berücksichtigung branchen- und betriebstypenspezifischer Verkaufsflächenproduktivitäten/Flächenleistungen (Umsatz je m² Verkaufsfläche) lassen

sich schließlich aus den bestehenden Umsatzpotenzialen die vor Ort zur Sicherstellung der Versorgung erforderlichen Verkaufsflächen ableiten.

Verkaufsfläche

Bedeutung: Die Verkaufsfläche bezeichnet den Teil eines Einzelhandelsbetriebes, der für den Kunden begehbar ist und dem Ziel dient, Verkaufsabschlüsse zu tätigen. Dazu gehören der Eingangsbereich, die Standfläche von Einrichtungsgegenständen, Ausstellungsflächen und Schaufenster, die Fläche von Bedientheken mit der dahinter liegenden, für den Kunden sichtbaren Fläche, Umkleidekabinen, Gänge, Kassenzonen, Pack- und Entsorgungszonen, Windfänge und Freiflächen, die nicht nur temporär genutzt werden. Nicht zur Verkaufsfläche gehören demnach z.B. Lager-, Anlieferungs-, Sozial- und Büroräume. Diese bilden gemeinsam mit der Verkaufsfläche die Nutzfläche eines Betriebs, die auch als Gesamtmietfläche oder GLA Gross leasable area bezeichnet wird. Verkehrsflächen in Passagen oder Einkaufszentren werden ebenso nicht zur Verkaufsfläche gezählt.

Zentralität (Einzelhandelszentralität)

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, so fließt Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

10.4 Zentrenrelevanz der Sortimente

Die Gliederung der Sortimente nach Bedarfsbereichen stellt sich gemäß ISEK-Teilfortschreibung Städtebau und Einzelhandel für die Stadt Coburg 09/2018 (dort auf S. 76) wie folgt dar. Die Einteilung der Sortimente innerhalb der Liste orientiert sich an der des zum Zeitpunkt der ISEK-Erstellung geltenden LEP Bayern 2013.

Nahversorgungsbedarf

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Innenstadtbedarf

- Arzneimittel, medizinische und orthopädische
- Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Elektronikartikel [Unterhaltungselektronik (»braune Ware«), Haushaltselektronik (»weiße Ware«), Computer und Zubehör, Foto, Film]
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Lederwaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

Waren des sonstigen Bedarfs

- Autoteile und Autozubehör
- Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
- Boote und Zubehör
- Fahrräder und Zubehör
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Leuchten und Zubehör
- Möbel, Küchen
- Zooartikel, Tiere

Forchheim, 3. Dezember 2024

Projektleitung: Michael Seidel, seidel@cima.de



www.cima.de

www.regionalwirtschaft.cima.de