Sitzungsvorlage	Vorlage- Nr:	VO/2021/4397-61
Federführend: 61 Stadtplanungsamt	Status:	öffentlich
Beteiligt:	Aktenzeichen: Datum: Referent:	 08.06.2021 Thomas Beese

Bebauungsplanverfahren Nr. 208 F für den Bereich Laubanger 14 und 14a "Laubanger-Einkaufs-Zentrum - LEZ" Vorhabenbezogener Bebauungsplan mit integriertem Grünordnungsplan Bebauungsplan der Innenentwicklung gemäß § 13a BauGB Teilweise Änderung des Bebauungsplanes Nr. 208 C

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Zuständigkeit
07.07.2021	Bau- und Werksenat	Entscheidung

- Antrag der FIM Immobilien Holding Alpha GmbH auf Einleitung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanverfahrens
- Aufstellungsbeschluss gemäß § 2 Abs. 1 BauGB
- Billigung des Bebauungsplan-Konzeptes
- Auftrag zur frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit gemäß § 3 Abs. 1 BauGB
- Auftrag zur Unterrichtung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 1 BauGB

I. Sitzungsvortrag:

1. Anlass und Ziel der Planung

Mit Schreiben vom 09.06.2021 hat die FIM Immobilien Holding Alpha GmbH als Vorhabenträger einen Antrag auf Einleitung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanverfahrens gestellt (Anlage 1).

Das Fachmarktzentrum (FMZ) am Laubanger gegenüber dem OBI-Baumarkt an der Stadtgrenze zu den Handels- und Gewerbeflächen des Laubangers auf Hallstadter Stadtgebiet steht seit geraumer Zeit weitgehend leer.

Der Eigentümer will einen, durch abnehmende Nutzungsdichte und Nutzungsqualität so befürchteten Trading-Down-Prozess unterbinden und den sowohl in Kubatur, Architektur und baulicher Ausgestaltung nicht mehr den heutigen und zukünftigen Anforderungen an einen modernen Einzelhandelsstandort genügenden Bestand neu ausrichten und aufwerten.

Ausschlaggebend für die Planung ist die Wiedernutzbarmachung des weitgehend leerstehenden Bestandes um eine städtebauliche Fehlentwicklung zu korrigieren und neue Perspektiven für zukünftige Nutzer aufzuzeigen und somit einen voll erschlossenen Einzelhandelsstandort im Bamberger Norden neu zu beleben.

Angedacht ist eine Revitalisierung des Objektes mit neuen Läden, der Integrierung eines Lebensmittelmarktes sowie die Sicherung der über den bereits rechtswirksamen Bebauungsplan formulierten Ziele. Daneben wird für den südlichen Teil eine neuerliche planungsrechtliche Sicherung erreicht. Dabei ist bestimmt worden, den südlichen Bestand des Geltungsbereiches und seiner angegliederten Freiflächen im Rahmen eines Angebotsbebauungsplanes zu behandeln, den nördlichen Teilbereich einschließlich der Parkierungsanlagen in seiner baurechtlichen Sicherung über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan (Anlage 2) mit Vorhaben- und Erschließungsplan (Anlage 5) und Abschluss eines Durchführungsvertrages zu fixieren.

Das „Laubanger Einkaufszentrum LEZ“ mit beiden Gebäudekomplexen soll in seiner Fuktion als Einzelhandelsstandort fortentwickelt werden. Es ist die Ausweisung eines Sonstigen Sondergebietes mit der Zweckbestimmung „großflächiger Einzelhandelsbetrieb“ vorgesehen.

2. Lage und Beschreibung des Plangebietes

Das Plangebiet liegt im Nordwesten Bamberg im Gewerbe- und Industriegebiet „Laubanger“, östlich des Hafenareals, südlich der Stadtgrenze zu Hallstadt und westlich der Bahntrasse Nürnberg-Erfurt. Der Geltungsbereich des Bebauungsplan-Konzeptes Nr. 208 F umfasst insgesamt circa 4,55 ha und schließt die Flurstücke Fl.-Nrn. 7209 und 7212 mit ein.

Auf dem Grundstück mit der Fl.-Nr. 7209 befindet sich die Bestandsimmobilie des ehemaligen Fachmarktzentrums am Laubanger 14a. Das Gebäude ist eingeschossig und mit den Zugängen der Ladengeschäfte zum zentralen Parkplatzbereich nach Süden orientiert. Das Areal wird für den Kundenverkehr vorrangig von der Straße „Laubanger“ angedient, bietet aber auch einen Zugang auf gegenüberliegender Seite über die Dr.-Robert-Pfleger-Straße. Die Fl.-Nr. 7212 umfasst den überwiegenden Großteil der Stellplatzanlage und den bestehenden OBI-Markt.

Das Plangebiet ist an drei Seiten von den Verkehrsstraßen Laubanger, Dürrseestraße und Dr.-Robert-Pfleger-Straße umgeben, jenseits davon schließen Gewerbe- und Industriestandorte an. Südlich grenzt der Geltungsbereich direkt an Grundstücke mit gewerblicher und industrieller Nutzung.

3. Art des Verfahrens

Der Bebauungsplan wird für den Bereich des Gebäudes Laubanger 14a (ehemaliges Fachmarktzentrum) sowie die angrenzenden Parkplatzflächen bis an die Gebäudekante Laubanger 14 (OBI-Markt) als vorhabenbezogener Bebauungsplan gemäß § 12 BauGB aufgestellt. Für den weiteren Umgriff um das Gebäude Laubanger 14 wird der Bebauungsplan als Angebots-Bebauungsplan aufgestellt.

Für den Gesamtumgriff findet § 13a BauGB (Bebauungsplan der Innenentwicklung) Anwendung, wobei auf die Erarbeitung eines Umweltberichtes verzichtet werden kann. Wegen der Veränderung der sortimentsbezogenen Festsetzungen und des damit verbundenen Abstimmungsbedarfes wird im Interesse einer umfassenden und ausgewogenen Berücksichtigung möglichst aller Belange auf die Reduzierung der Verfahrenslänge gemäß § 13a Abs. 2 Nr. 1 BauGB verzichtet. Das Bebauungsplanverfahren wird somit mit zwei Beteiligungsschritten durchgeführt.

Im Vorfeld des Verfahrens wurde durch den Vorhabenträger bereits eine gutachterliche Untersuchung hinsichtlich der sortimentsbezogenen Änderungen und deren standortrelevanten Auswirkungen in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse des beauftragten Fachbeitrages liegen zum Zeitpunkt des Aufstellungsbeschlusses bereits vor und sind Bestandteil der Verfahrensunterlagen (Anlage 4).

4. Rechtliche Rahmenbedinungen

4.1 Darstellung im Flächennutzungsplan

Im derzeit wirksamen Flächennutzungsplan, Teilplan Art der Nutzung ist das Plangebiet, eingebettet in großzügige Gewerbe- und Industrieareale, als Sonderbaufläche mit der Zweckbestimmung großflächiger Einzelhandelsbetrieb dargestellt.

Der Teilplan Landschaftsplan weist das Gebiet als Gewerbesiedlungsbereich, genauer als gewerblich orientierte Sonderbedarfsfläche mit der Zweckbestimmung großflächiger Einzelhandelsbetrieb aus. Zu den umliegenden Verkehrsstraßen, besonders im Nordwesten zur Dürrseestraße, im Nordosten zur Dr.-

Robert-Pfleger-Straße und in einem Teilbereich zur südlich verlaufenden Straße „Laubanger“ sind Gehölzpflanzungen als Ausgleichs- und Entwicklungsmaßnahmen dargestellt.

4.2 Planungsrechtliche Grundlage

Für das Plangebiet besteht der Bebauungsplan Nr. 208 C (Rechtskraft am 25.01.2002). Durch die Aufstellung des Gesamt-Bebauungsplanes Nr. 208 F (inkl. vorhabenbezogenem Planteil und normalem Planteil) sollen die bisher gültigen Festsetzungen des Bebauungsplanes Nr. 208 C innerhalb der Abgrenzung des Bebauungsplanes Nr. 208 F außer Kraft gesetzt werden. Es sollen künftig die Festsetzungen des Bebauungsplanes Nr. 208 F gelten.

Der im Jahr 2019 aufgestellte Änderungsbebauungsplan Nr. 208 E konkretisierte für die angrenzenden Gewerbe- und Industriestandorte sortimentsbezogene Festsetzungen. Das in diesem Sitzungsvortrag gegenständliche Plangebiet wurde durch die damalige Überplanung des Bebauungsplanes Nr. 208 C nicht tangiert und wird nun eigenständig durch die Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 208 F mit einem neuen Festsetzungskatalog versehen.

4.3 Eigentumsverhältnisse

Der Vorhabenträger ist Eigentümer der überplanten Grundstücke und der Immobilien.

4.4. Abstimmungsprozess mit der ARGE H^2B^2

Im Rahmen eines Abstimmungsprozesses im Vorfeld der Sitzung des Bau- und Werksenates wurde die interkommunale Arbeitsgemeinschaft „H^2B^2“ (Bamberg-Bischberg-Hallstadt-Hirschaid) bereits entsprechend ihrer Regularien durch Übermittlung der Planungsunterlagen zum vorhabenbezogenen Bebauungsplan inkl. der erstellten Auswirkungsanalyse informiert und zur Stellungnahme aufgefordert. Hieraus eingehende Stellungnahmen werden dem Abwägungsprozess des Bebauungsplanverfahrens zugeführt. Weiterhin werden die Mitgliedsgemeinden der ARGE im Rahmen der frühzeitigen Behördenbeteiligung gemäß § 4 Abs 1. BauGB unterrichtet und zur Stellungnahme aufgefordert.

Das vorgelegte Konzept entspricht den Zielsetzungen der ARGE bezüglich des Umgangs mit Bestandsimmobilien aufgrund der Reduzierung zentrenrelevanter Sortimente bzw. der dafür festgesetzten Verkaufsflächen an nicht integrierten Standorten.

5. Konzept der städtebaulichen Planung

Das Konzept der städtebaulichen Planung sieht eine Anpassung der Festsetzungen des bisher gültigen Bebauungsplanes vor, um Ansiedelungen von Betreibern aus dem Einzelhandelsbereich entsprechend der Auswirkungsanalyse der GMA (Anlage 4) zu ermöglichen sowie die nahversorgungsbezogenen Verkaufsslächengrößen an heutige Erfordernisse anzupassen. Im Einzelnen wurden von der GMA folgende Sortimente untersucht: Lebensmitteleinzelhandel inkl. Getränke, Getränke, Zoofachmarkt, Sonderpostenmarkt/Nonfood-Discounter, Babyfachmarkt und Elektrofachmarkt. In diesem Zusammenhang wird durch die Neugestaltung der Fassade und der Außenflächen ein zeitgemäßes Erscheinungsbild geschaffen und eine architektonische Aufwertung der Baukubatur erzielt.

Durch Zurücknahme eines Teilabschnittes der südwestlichen Fassade, welche sehr gut von der Verkehrsachse Laubanger eingesehen werden kann, erhält der Gebäudekomplex eine neue, homogene Erscheinung. Gleichzeitig wird Raum für mehr Fahrradabstellplätze geschaffen. Durch die Neu-Anlage und Gestaltung von Stellplätzen, nicht nur für konventionelle Fahrräder, sondern auch zum Beispiel für Lastenräder, wird den Zeichen der Zeit, welche auf eine Veränderung des Mobilitätsverhaltens setzen, Rechnung getragen.

Der übrige, überwiegende Teil der Anlage bleibt in seiner Kubatur unverändert, ausgenommen der nordöstliche Teil des Gebäudekomplexes. Hier wird ein Anbau mit einem Vorsprung in südöstliche Richtung erfolgen, welcher den Eingangsbereich zum späteren Lebensmittler darstellen wird und aus Sicht des Vorhabenträgers unerlässlicher Bestandteil einer neuen Adressbildung ist.

Die verkehrliche Erschließung des Plangebietes wird wie bereits im Bestand vornehmlich der Fall, über den südlich bzw. südwestlich verlaufenden Laubanger abgewickelt. Die nördlich verlaufende Dürrsee-

straße sowie die östlich verlaufende Dr.-Robert-Pfleger-Straße dienen als untergeordnete Erschließung des Areals. Im Bereich Laubanger und Dr.-Robert-Pfleger-Straße befinden sich Zufahrten für den Individualverkehr, entlang der Dürrseestraße und von der Dr.-Robert-Pfleger-Straße werden die Anlieferungszonen beider Gebäudeeinheiten erschlossen.

Um dem allgemeinen Umweltgedanken Rechnung zu tragen und hierzu einer Verbesserung der Bestandssituation hinzuwirken, sind künftig Flächen der Dachlandschaft, die nicht als Parkierungsanlagen oder für notwendige technische Aufbauten genutzt werden, extensiv zu begrünen, bzw. zur Nutzung erneuerbarer Energien (PV-Anlagen) vorzuhalten. Weiterhin sind ungegliederte, unbefensterte Fassadenflächen dauerhaft zu begrünen.

6. Grünordnung / Eingriffs-Ausgleich

Integriert in das Bebauungsplan-Konzept wurde ein Grünordnungsplan erstellt, der den Bebauungsplan ergänzt und hinsichtlich des Baumbestandes, der Freiflächengestaltung und des naturschutzfachlichen Gesamtausgleichbedarfs Aussagen trifft.

Grundsätzlich ist festzustellen, dass die Planung die Bestandssituation widerspiegelt und entsprechend darstellt, aber auch hinsichtlich einer zu verbessernden Grünausstattung sowohl in Form von Flachdachbegrünung, Fassadenbegrünung, als auch durch Neuausweisung von Baumstandorten konkrete Festsetzungen formuliert.

7. Artenschutz

Eine spezielle artenschutzrechtliche Prüfung wurde für die vorliegende Planung nicht veranlasst.

Um Tötung von Insekten durch Anlockungseffekte normaler Leuchtmittel zu vermeiden, wird darauf hingewiesen, dass zur Beleuchtung der Außenanlagen insektenschonende Leuchtmittel zu verwenden sind.

8. Umweltprüfung

Da das Verfahren als Bebauungsplan der Innenentwicklung gemäß § 13a BauGB durchgeführt wird, sind eine Umweltprüfung und die Erstellung eines Umweltberichtes nicht erforderlich.

9. Immissionsschutz

Da die Planung, in einem von Gewerbe- und Industriestandorten geprägten Umfeld, die festzusetzende Nutzung als großflächigen Einzelhandelsbetrieb darstellt, sind weder lärmimmissions- noch emissionsrelevante Belange betroffen. Daher wird für das vorliegende Bebauungsplanverfahren keine schalltechnische Untersuchung benötigt.

10. Flächennutzungsplan

Die bisherige Darstellung im Flächennutzungsplan entspricht den zukünftigen planerischen Zielen des Bebauungsplanes und bedarf somit keiner Anpassung.

11. Durchführungsvertrag

Neben dem Vorhabenplan und dem Bebauungsplan ist bei einem vorhabenbezogenen Bebauungsplanverfahren der Abschluss eines Durchführungsvertrages zwingend notwendig.

Während des Verfahrens werden im Durchführungsvertrag unter anderem Vereinbarungen zu Maßnahmen der Erschließung (Entwässerung, Stellplatznachweis, etc.), zur Freiflächengestaltung sowie die Stellung von Sicherheiten von der Verwaltung mit dem Vorhabenträger präzisiert und abgestimmt.

In dem hier vorliegenden Fall sollen im Durchführungsvertrag insbesondere sortimentsbezogene Regelungen getroffen werden. Über die im Bebauungsplan festgesetzte Sortimentsliste hinaus werden die in der Auwirkungsanalyse speziell untersuchten Sortimente Gegenstand der vertraglichen Regelungen. Weitere, genauere Abstimmungen hierzu werden im anstehenden Verfahren vorgenommen. Zudem soll die

architektonische Aufwertung der Fassaden un ddes Gesamterscheinungsbildes des Gebäudekomplexes Gegenstand des Durchführungsvertrages werden.

12. Beschlussantrag

Es wird beantragt, dem Antrag des Vorhabenträgers stattzugeben, die Einleitung des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes Nr. 208 F zu beschließen, das Plankonzept zu billigen und die Verwaltung zu beauftragen, die frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit gemäß § 3 Abs. 1 BauGB sowie die Unterrichtung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 1 BauGB durchzuführen.

II. Beschlussvorschlag:

1. Der Bau- und Werksenat nimmt den Bericht der Verwaltung zur Kenntnis.
2. Der Bau- und Werksenat gibt dem Antrag der FIM Immobilien Holding Alpha GmbH auf Einleitung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanverfahrens statt.
3. Der Bau- und Werksenat beschließt gemäß § 2 Abs. 1 BauGB die Aufstellung des in einem Teilbereich vorhabenbezogenen Bebauungsplanes Nr. 208 F.
4. Der Bau- und Werksenat billigt das Bebauungsplan-Konzept Nr. 208 F vom 07.07.2021.
5. Der Bau- und Werksenat beauftragt die Verwaltung die frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit gemäß § 3 Abs. 1 BauGB durchzuführen.
6. Der Bau- und Werksenat beauftragt die Verwaltung die Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 1 BauGB zu unterrichten.

III. Finanzielle Auswirkungen:

Der unter II. empfohlene Beschlussantrag verursacht

X	**1.**	keine Kosten
	2.	Kosten in Höhe von für die Deckung im laufenden Haushaltsjahr bzw. im geltenden Finanzplan gegeben ist
	3.	Kosten in Höhe von für die keine Deckung im Haushalt gegeben ist. Im Rahmen der vom Antrag stellenden Amt/Referat zu bewirtschaftenden Mittel wird folgender Deckungsvorschlag gemacht:
	4.	Kosten in künftigen Haushaltsjahren: Personalkosten: Sachkosten:

Falls Alternative 3. und/oder 4. vorliegt:

In das **Finanzreferat** zur Stellungnahme.

Stellungnahme des **Finanzreferates:**

Anlage/n:

- Anlage 1 – Antrag des Vorhabenträgers FIM Immobilien Holding Alpha GmbH vom 09.06.2021
- Anlage 2 – Bebauungsplan-Konzept vom 07.07.2021
- Anlage 3 – Begründung zum Bebauungsplan-Konzept vom 07.07.2021 mit den Anhängen:
    - Anhang 1 – Vorhaben- und Erschließungsplan vom 07.07.2021
    - Anhang 2 – Stellplatznachweis
    - Anhang 3 – Freiflächengestaltungsplan, Stand 07.07.2021
    - Anhang 4 – Auswirkungsanalyse zur Umstrukturierung des Gewerbegebietsstandortes Laubanger 14a vom 28.04.2021
    - Anhang 5 – Pflanzliste
- Anlage 4 – Visualisierungen des geplanten Vorhabens

Verteiler:

FIM Immobilien Holding Alpha GmbH
Luitpoldstraße 48
96052 Bamberg

ALB	Stadt Bamberg Baureferat	bR
WV	14. Juni 2021	zA
		Contr

Stadt Bamberg
Stadtplanungsamt
Untere Sandstraße 34
96049 Bamberg

STADTPLANUNGSAMT
Eing. 14. Juni 2021
☐ Rücksprache
AL | FNP | BPlan | Stadt | Verk. | VerwFi

09.06.2021

LEZ - Umstrukturierung der Fachmarktzeile
Antrag auf Erstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans

Sehr geehrte Damen und Herren,

für die Maßnahme "LEZ - Umstrukturierung der Fachmarktzeile" Laubanger 14 und 14a, Flurstücke 7209 und 7212, beantragen wir die Erstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans gemäß § 12 BauGB.
Auf dem Grundstück sollen Einzelhandelsnutzungen erstellt werden.

Wir, die
FIM Immobilien Holding Alpha GmbH
vertreten durch Herrn Hans-Joachim Fleischer und Herrn Jan Lerke, ist Eigentümer der Grundstücke .

Die Durchführung und Projektsteuerung der Maßnahme übernimmt die
FIM Immobilien Holding Alpha GmbH
unter der Leitung von Herrn Jan Lerke.

Für die Gebäudeplanung Lph 1 – 4 ist das Architekturbüro
Bornhofen Architekten
unter der Leitung von Herrn Matthias Bornhofen verantwortlich.

Für die Erstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplans ist das Stadtplanungsbüro
Planungsgruppe Strunz Ing.-GmbH
unter der Leitung von Herrn Frank Schönfelder verantwortlich.

Sämtliche Kosten für das Verfahren

- o den vorhabenbezogenen Bebauungsplan
- o den Architektenwettbewerb
- o die Planungsleistungen für das Vorhaben

werden wir übernehmen.

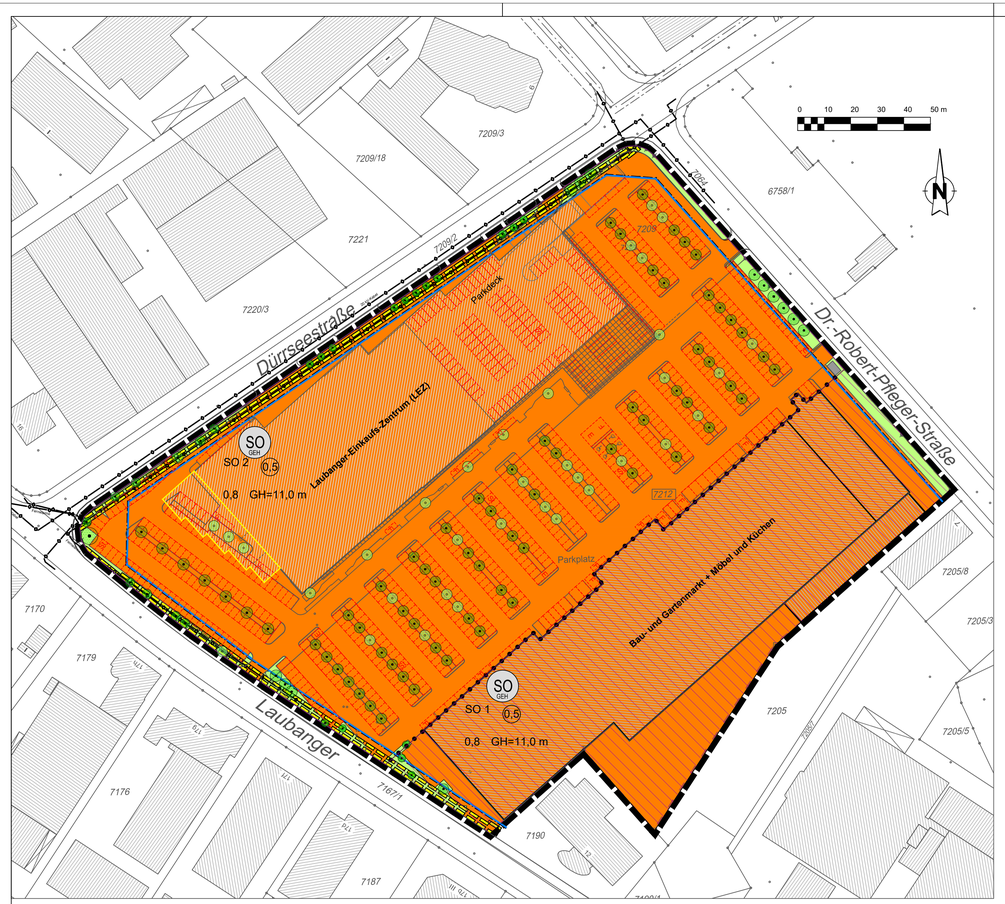
Der Vorhabenträger ist gemäß §12 BauGB bereit und in der Lage das Vorhaben durchzuführen und wird sich hierzu gegenüber der Stadt Bamberg im abzuschließenden Durchführungsvertrag verpflichten.

Für die Veröffentlichungen im Rahmen dieses Verfahrens erlauben wir Ihnen die Nennung unserer Firmendaten.

Wir danken Ihnen für die bereits gewährte Unterstützung in der Vorbereitung und freuen uns auf die weitere vertrauensvolle Zusammenarbeit bei der Erstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplans.

Mit freundlichen Grüßen

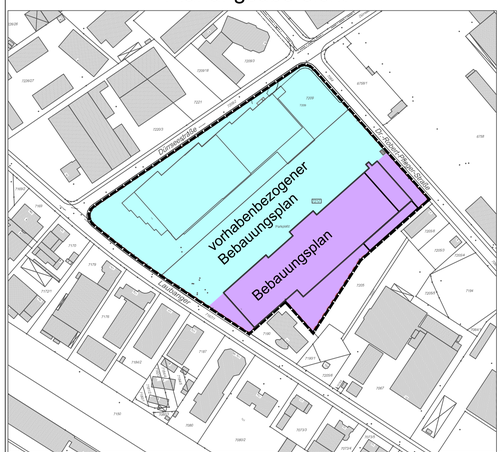
Jan Lerke
Geschäftsführer
FIM Immobilien Holding Alpha GmbH



Die Stadt Bamberg erlässt aufgrund des § 10 des Baugesetzbuches, des Art. 81 der Bayerischen Bauordnung und des Art. 23 der Gemeindeordnung für den Freistaat Bayern, in der jeweils zum Zeitpunkt des Satzungsbeschlusses geltenden Fassung,
den nachfolgenden Bebauungsplan bestehend aus Planzeichnung und Text als

Satzung

Planeinschnitt Planungsübersicht



ZEICHNERISCHE UND TEXTLICHE FESTSETZUNGEN

1. ART DER BAULICHEN NUTZUNG
(§9 (1) 1 BauGB)

SO GEH — Sonstiges Sondergebiet mit der Zweckbestimmung Großflächiger Einzelhandel

SO 1	1.1	Bau- und Gartenmarkt	max. 11.000 m² VK
		davon: - Randsortiment (Möbel und Küchen)	max. 1.000 m² VK
		- Zentrenrelevante Sortimente	max. 800 m² VK
SO 2	1.2	Laubanger-Einkaufs-Zentrum (LEZ)	max. 7.205 m² VK
		davon: - Zentrenrelevante Sortimente	max. 4.600 m² VK
		- Baby- und Kinderartikel/Spielwaren	max. 2.100 m² VK
		Elektroartikel [Unterhaltungselektronik ("braune Ware"), Haushaltselektronik ("weiße Ware"), Computer und Zubehör, Foto, Film]	max. 2.980 m² VK
		je nachfolgender Einzelnutzung	max. 1.500 m² VK

- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Kosmetika und Parfümeriewaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe, Lederwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

davon: - Nahversorgungsrelevante Sortimente max. 2.120 m² VK
- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Drogeriewaren, Wasch- und Putzmittel
- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke
- Schnittblumen
- Zeitungen, Zeitschriften

davon: - Nicht-zentrenrelevante Sortimente max. 7.205 m² VK
- Autoteile und Autozubehör
- Badeinrichtung, 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

(VK = Verkaufsfläche).

2. MASS DER BAULICHEN NUTZUNG
(§9 (1) 1 BauGB und §17 BauNVO)

0,8 — 2.1 Grundflächenzahl

(0,5) — 2.2 Geschossflächenzahl

GH 11,0 m — 2.3 Gebäudehöhe 11,0 m bezogen auf FOK EG

3. BAUWEISE, ÜBERBAUBARE FLÄCHEN UND STELLUNG DER BAULICHEN ANLAGEN
(§9 (1) 2 BauGB)

Baugrenzen - Kennzeichnung der überbaubaren Grundstücksfläche
Grenzbebauung ist zulässig

4. FLÄCHEN FÜR STELLPLÄTZE, GARAGEN UND NEBENANLAGEN
(§9 (1) 4 BauGB)

Fläche für Stellplätze, Fahrräder, Behindertenstellplatz, Einkaufswagen

5. GRÜNFLÄCHE
(§9 (1) 15 BauGB)

Private Grünfläche

6. PFLANZ- UND ERHALTUNGSGEBOTE
(§9 (1) 25 BauGB)

6.1 Die nicht überbauten Flächen mit Ausnahme der Flächen für Stellplätze sowie der für den Betriebsablauf benötigten Flächen sind zu begrünen, überwiegend mit Baum- und Strauchpflanzungen (Arten und Mindestqualitäten siehe Anlage der Begründung) gärtnerisch zu gestalten und dauernd zu unterhalten. Ihre Lage ist nicht bindend.

6.2 Die Pflanzungen sind mindestens in den angegebenen Pflanzqualitäten (-größen) auszuführen. Als Mindestpflanzqualität gelten:

- Hochstamm, H, 3xv, mB., StU 18 - 20 cm
- Heister, Hei, 2xv., 200 - 250 cm (mit und ohne Ballen)
- Solitär, 3xv., 150 - 200 cm (mit und ohne Ballen)
- Sträucher, vStr. 3 - 4 Tr., 80 - 100 cm (Wurzelware bzw. Container C3)

6.3 Der unter die Verodnung zum Schutz des Baumbestandes innerhalb der Stadt Bamberg (Baumschutzverordnung) fallende Baumbestand ist vor unzulässigen Maßnahmen gem. §4 Baumschutzverordnung zu schützen. Der Ausfall einer festgesetzten Bepflanzung nach der Bauausführung ist mit gleichartigen Gehölzen in den vorgeschriebenen Pflanzgrößen zu ersetzen.

6.4 Bei der Durchführung von Baumpflanzungen ist darauf zu achten, dass die Bäume in einem Abstand von mind. 2,50 m zur Außenhaut der bestehenden und geplanten Versorgungsleitungen gepflanzt werden. Sollten diese Abstände unterschritten werden, sind geeignete Schutzvorkehrungen gemäß Regelwerk "Baumpflanzungen im Bereich unterirdischer Versorgungsleitungen" zu treffen.

6.5 Nicht anderweitig genutzte Dachflächen sind mit einer extensiven Dachbegrünung zu versehen. Die Dachflächen mit einer Dachneigung von bis zu 10% sind dauerhaft mit geeigneten Wildpflanzen extensiv zu begrünen. Die Stärke der Vegetationsschicht darf 5 cm nicht unterschreiten.
Anderweitige Nutzungen sind:
- Parkierungsflächen
- Oberlichter
- Solare Nutzung

6.6 Pflanzgebote für Kletterpflanzen / Fassadenbegrünung
Ungegliederte, fensterlose Fassadenflächen sind dauerhaft zu begrünen, je 10 m Wandfläche ist mindestens eine Pflanze zu setzen.
Bei Gerüstkletterpflanzen sind entsprechende Rankkonstruktionen am Gebäude vorzusehen. Die Mindestgröße der Pflanznischen für Kletterpflanzen beträgt 0,5 m².

6.7 Die Vorgaben des Freiflächengestaltungsplans sind im Sinne der hier getroffenen Festsetzungen umzusetzen.
Der Freiflächengestaltungsplan ist Bestandteil der Planung.

7. VERSORGUNGSLEITUNGEN

Fernwärme, 20 kV-Kabel

8. FLÄCHEN FÜR GEH-, FAHR- UND LEITUNGSRECHTE

Geh-, Fahr- und Leitungsrecht zugunsten der Versorgungsträger.
Diese Flächen sind von Bebauung und tiefwurzelnden Pflanzen freizuhalten.

9. BAULICHE GESTALTUNG

9.1 Als Dachform wird ausschließlich das Flachdach bis max. 10° Dachneigung festgesetzt.

9.2 Die Dachflächen des SO1-Bereiches sind als Gründach auszuführen/zu erhalten.

9.3 Die Teilfläche des Daches im Bereich SO2, die nicht für Nebenanlagen mit der Zweckbestimmung Stellplätze festgesetzt ist, ist mit Photovoltaikmodulen zur Nutzung der einfallenden solaren Strahlungsenergie gemäß den Darstellungen im Freiflächengestaltungsplan auszustatten."

9.4 Dachaufbauten sind von der Gebäudewand soweit einzurücken, damit sie selbst keine neuen Abstandflächen generieren.

9.5 Die Zwischenbereiche zweier, senkrecht aufeinander stoßender Stellplatzflächen sind zur Erhöhung der Versickerungsrate so auszubilden, dass Regenwasser vor Ort versickern kann.

10. SONSTIGE FESTSETZUNGEN

10.1 Grenze des räumlichen Geltungsbereiches des Bebauungsplanes mit Änderung

10.2 Abgrenzung unterschiedlicher Nutzung

10.3 Bereich Bebauungsplan

ZEICHNERISCHE UND TEXTLICHE HINWEISE

Bestehende Grundstücksgrenzen

0/28 — Flurstücksnummern

Bestehende bauliche Anlagen außerhalb des Geltungsbereiches mit Hausnummern

Geplante bauliche Anlagen

Gebäudeabriss

Beleuchtung — Zur Beleuchtung der Straßenanlagen wird empfohlen, insektenschonende Beleuchtungsmittel ohne UV-Anteil im Lichtspektrum einzusetzen (z. B. Natriumdampflampen, warmweiße LED-Lampen).

Kabelbestandspläne — Bauausführende Firmen müssen vor Arbeitsbeginn Einsicht in alle betroffenen Kabelbestandspläne nehmen.

Mit Inkrafttreten des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes Nr. 208 F treten die Festsetzungen des Bebauungsplanes Nr. 208 C innerhalb des Geltungsbereiches außer Kraft.

Regelwerk / Normen
Die aufgeführten DIN-Normen können im Stadtplanungsamt Bamberg, Baureferat, Untere Sandstraße 34, 96049 Bamberg, während der Öffnungszeiten eingesehen werden.

Der Bau- und Werksenat der Stadt Bamberg hat in der Sitzung vom ..... gemäß § 2 Abs. 1 BauGB die Aufstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplans beschlossen.
Der Aufstellungsbeschluss wurde am ..... ortsüblich bekanntgemacht.

Die frühzeitige Öffentlichkeitsbeteiligung gemäß § 3 Abs. 1 BauGB mit öffentlicher Darlegung und Anhörung für das Konzept des vorhabenbezogenen Bebauungsplans in der Fassung vom ..... hat in der Zeit vom ..... bis ..... stattgefunden.

Die frühzeitige Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 1 BauGB für das Konzept des vorhabenbezogenen Bebauungsplans in der Fassung vom ..... hat in der Zeit vom ..... bis ..... stattgefunden.

Zu dem Entwurf des vorhabenbezogenen Bebauungsplans in der Fassung vom ..... wurden die Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 2 BauGB in der Zeit vom ..... bis ..... beteiligt.

Der Entwurf des vorhabenbezogenen Bebauungsplans in der Fassung vom ..... wurde mit Begründung gemäß § 3 Abs. 2 BauGB in der Zeit vom ..... bis ..... öffentlich ausgelegt.

Die Stadt Bamberg hat mit Beschluss des Bau- und Werksenats vom ..... den vorhabenbezogenen Bebauungsplan gemäß § 10 Abs. 1 BauGB in der Fassung vom ..... als Satzung beschlossen.

Die Bebauungsplansatzung, bestehend aus Planzeichnung, Zeichenerklärung und textlichen Festsetzungen, in der Fassung vom ....., wird hiermit ausgefertigt.

Bamberg, ...

.....
Andreas Starke
Oberbürgermeister

Der Satzungsbeschluss zu dem vorhabenbezogenen Bebauungsplan wurde am ..... gemäß § 10 Abs. 3 Halbsatz 2 BauGB ortsüblich bekannt gemacht. Der vorhabenbezogene Bebauungsplan ist damit in Kraft getreten.

Der vorhabenbezogene Bebauungsplan mit Begründung wird seit diesem Tag zu den üblichen Dienststunden im Stadtplanungsamt zu jedermanns Einsicht bereitgehalten und über dessen Inhalt auf Verlangen Auskunft gegeben.
Auf die Rechtsfolgen des § 44 Abs. 3 Satz 1 und 2 sowie Abs. 4 BauGB und die §§ 214 und 215 BauGB wird hingewiesen.

Bamberg, ...

.....
Stadtplanungsamt

Gmkg: Bamberg
Gebiet: 208
Blatt: 85-22

STADT BAMBERG
STADTPLANUNGSAMT

208 F vorhabenbezogener Bebauungsplan

"Laubanger-Einkaufs-Zentrum";
Teilweise Änderung des Bebauungsplanes Nr. 208 C,
mit integriertem Grünordnungsplan

Konzept

M=1:5000

Bamberg, 07.07.2021

Baureferat
Stadtplanungsamt

PLANUNGSGRUPPE STRUNZ

Thomas Beese, Baureferent
Achim Welzel, Amtsleiter
Bearb.: F. Schönfelder
Gez.: C. Backhaus

W:\20016 FIM, vBBP 208F, Fachmarkt Laubanger\Aktuelle Planung\vBBP 208 F-7.dwg 18.06.2021

PLANUNGSGRUPPE STRUNZ INGENIEUR-GMBH

BEGRÜNDUNG

zum

Vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 208 F
mit integriertem Grünordnungsplan
„Fachmarkt Laubanger“

mit Teiländerung des Bebauungsplans 208 C

in Verbindung mit

Vorhaben- und Erschließungsplan „LEZ“

Stadt Bamberg

Vorentwurf vom 07.07.2021

1 ANLASS DER PLANUNG

Das Fachmarktzentrum am Laubanger an der Stadtgrenze zu den Handels- und Gewerbeflächen des Laubangers auf Hallstadter Flur durchläuft seit geraumer Zeit einen Trading-Down-Prozess durch abnehmende Nutzungsdichte und Nutzungsqualität und entspricht sowohl in Kubatur, Architektur und baulicher Ausgestaltung als auch von der Nutzungsstruktur her nicht mehr den heutigen und zukünftigen Anforderungen. Ausschlaggebend für die Planung ist die Wiedernutzbarmachung des weitgehend leerstehenden Bestandes, um eine städtebauliche Fehlentwicklung zu korrigieren und neue Perspektiven für zukünftige Nutzer aufzuzeigen und somit einen voll erschlossenen Einzelhandelsstandort im Bamberger Norden neu zu beleben.

Angedacht ist eine Revitalisierung des Objektes mit neuen Läden, der Integrierung eines Lebensmittelmarktes sowie die Sicherung der über den bereits rechtswirksamen Bebauungsplan formulierten Ziele. Daneben wird für den südlichen Teil eine neuerliche planungsrechtliche Sicherung erreicht. Dabei ist bestimmt worden, den südlichen Teilbereich des Baukörpers und seiner angegliederten Freiflächen im Rahmen eines Angebotsbebauungsplanes zu sichern, den nördlichen Teilbereich einschließlich der Parkierungsanlagen in seiner baurechtlichen Sicherung über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan mit Vorhaben- und Erschließungsplan (Anhang 1) und Abschluss eines Durchführungsvertrag zu fixieren.

Als Vorhabenträger und Investor tritt auf:

FIM Grundbesitz 4 Alpha GmbH
Luitpoldstraße 48b
96052 Bamberg.

Die Gesellschaft ist Eigentümerin der Gesamt-Immobilie und agiert mit den Sparten Immobilien und Vermietung als Hauptschwerpunkte bundesweit. Das Unternehmen verfügt über eine breite Erfahrung auf dem Gebiet der Entwicklung und Revitalisierung von Brach- und Konversionsflächen. Für den südlichen Teilbereich liegt ein ausreichend befristeter Mietvertrag vor, der die vorhandene Nutzungsstruktur sichert. Im Norden sind Umstrukturierungs- und Neuansiedlungsabsichten geplant.

Der Vorhabenträger ist willens und in der Lage, das Projekt durchzuführen und verfügt über die entsprechenden Flächen.

Das geänderte Baurecht wird durch einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan nach § 12 BauGB geschaffen. Dabei findet § 13a BauGB (Bebauungsplan der Innenentwicklung) Anwendung, da hier eine innerstädtische Entwicklungsfläche einer neuen Nutzung zugeführt wird und die städtebaulichen Ziele über einen Bauleitplan formuliert werden. In diesem Zusammenhang wird auf die Erarbeitung eines Umweltberichtes verzichtet. Wegen der geplanten Veränderung der Bebauungsstruktur wird in Abstimmung mit dem Stadtplanungsamt und im Interesse einer umfassenden und ausgewogenen Berücksichtigung möglichst aller Belange, vor allem hinsichtlich einer umfassenden Beteiligung der Bevölkerung, auf die Reduzierung der Verfahrenslänge gemäß § 13a Abs. 2 Punkt 1 BauGB verzichtet.

Für den südlichen Teilbereich kommt der Angebotsbebauungsplan nach § 30 BauGB zum Tragen.

Der Bebauungsplan dient der Wiedernutzbarmachung von brachgefallenen und mit Sondernutzungen belegten Flächen in einem Stadtquartier, dessen Bedeutung nicht nur für die Stadt sondern auch für das Umland durch Einrichtungen wie Lebensmittel-, Elektro- und sonstigen Märkten, einem Einkaufszentrum und gewerblichen Strukturen geprägt ist. Das Gebiet wird über ÖPNV-Haltestellen erschlossen und ist ansonsten sehr komfortabel an das örtliche und überörtliche Verkehrsnetz von Straßen angebunden.

Für die Erstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes zeichnet die Planungsgruppe Strunz, Ingenieurgesellschaft mbH, Bamberg, und für den Vorhaben- und Erschließungsplan das Architekturbüro Bornhofen, Bamberg, Verantwortung

2 STÄDTEBAULICHE SITUATION UND PROBLEMLAGE

2.1 Planerische Vorgaben

Die Stadt verfolgt mit der Planung des Vorhabenträgers die Umsetzung der Zielsetzungen des Baugesetzbuches 2013, in dem eine Innenentwicklung vor Außenentwicklung festgeschrieben ist. Durch die teilweise Wiedernutzbarmachung einer Gewerbebrache im Innenbereich eines gewachsenen Stadtquartiers wird bestehendes, derzeit nicht genutztes Bauland wieder einer Nutzung zugeführt, werden vorhandene Infrastruktureinrichtungen wirtschaftlich ausgelastet und werden neue Einzelhandelsflächen geschaffen.

2.1.1 Flächennutzungsplan

Die Fläche des Geltungsbereichs ist als Sonderbaufläche Großflächiger Einzelhandel ausgewiesen. Die Planung sieht eine Veränderung der Nutzungsstrukturen im bisher vorgegebenen Rahmen vor, so dass keine Anpassung erforderlich wird.

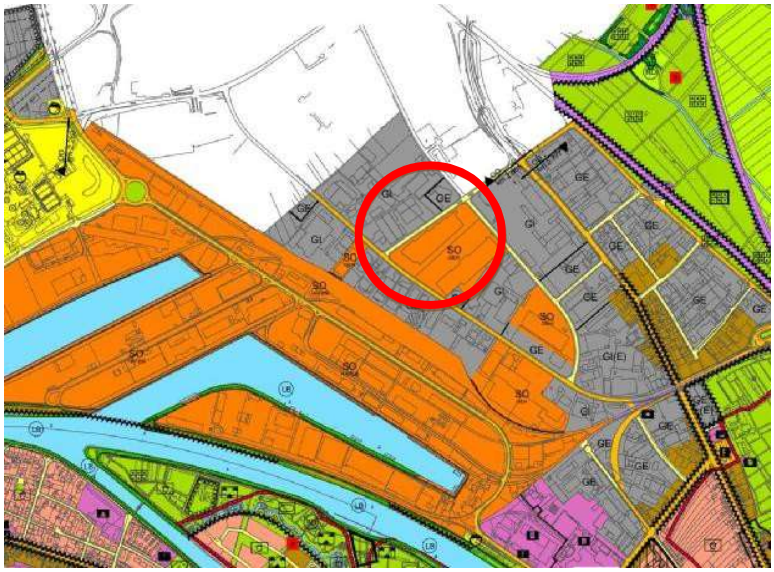


Abb. 1: Auszug Flächennutzungsplan Stadt Bamberg 2020; Markierung = Plangebiet

2.1.2 Landschaftsplan

Das Gebiet liegt außerhalb eines Bereichs mit zu verbessernder Grünausstattung. Am Quartiersrand des plangegenständlichen Gebiets sind Verbesserungen der Grünstruktur durch Baumpflanzungen vorgesehen. Diese Maßnahmen sind bereits zu großen Teilen in der Realität vorhanden.

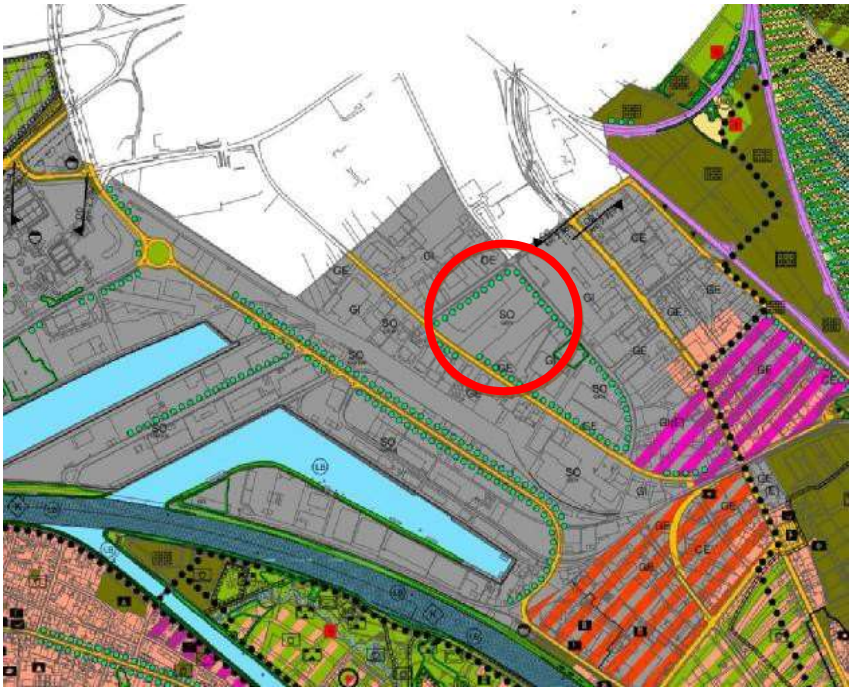


Abb. 2: Auszug Landschaftsplan Stadt Bamberg 2020; Markierung = Plangebiet

2.2 Rechtliche Ausgangslage

2.2.1 Vorhandenes Baurecht

Auf der Ebene der vorbereitenden Bauleitplanung ist im wirksamen Flächennutzungs- und Landschaftsplan im Plangebiet Sonderbaufläche und Verkehrsfläche ausgewiesen. Änderungen sind nicht angezeigt.

Auf der Ebene der verbindlichen Bauleitplanung gibt es für den Bereich die Bebauungspläne Nr. 208 C vom 10.10.2001 und 208 E vom 13.09.2019.

2.2.2 Eigentumsverhältnisse

Der Vorhabenträger ist Eigentümer der Grundstücke Flur-Nrn. 7209 und 7212, Gemarkung Bamberg, und der Immobilien. Er ist willens und in der Lage, das Vorhaben in der dargestellten Form umzusetzen. Mit potentiellen zukünftigen wie bestehenden Nutzern bestehen entweder vertragliche Vereinbarungen oder es ist das Ziel, solche langfristig abzuschließen.

2.2.3 Denkmalschutz

Das Plangebiet liegt außerhalb irgendwelcher planrelevanten Schutzgebiete in einer gewachsenen, gewerblich geprägten Struktur. Die Ziele und Vorgaben der Denkmalpflege sowie des Weltkulturerbes werden durch die Planung nicht berührt oder beeinträchtigt.

2.3 Städtebau - Bestand

2.3.1 Lage im Stadtgebiet

Das Plangebiet befindet sich im zentralen Bereich der Handels- und Gewerbeagglomeration Laubanger, zwischen den Stadtkernen Bamberg und Hallstadt im Nordwesten des Oberzentrums Bamberg.

Südlich bzw. südwestlich, nördlich und östlich grenzen öffentliche Verkehrsflächen (Laubanger, Dürrseestraße, Dr.-Robert-Pfleger-Straße) an. Die sonstigen angrenzenden Bauflächen werden gewerblich genutzt.

Durch die sehr gute verkehrliche Erschließung über Straßen und den ÖPNV ist das Plangebiet für die unterschiedlichen Verkehrsteilnehmer gut zu erreichen, die vorhandenen Parkierungsflächen bieten auch für den zu erwartenden Kraftfahrzeug-Verkehr sehr gute Voraussetzungen. Die fußläufige Erreichbarkeit ist ebenfalls durch das bestehende Geh- und Radwegenetz als gut einzuschätzen.

2.3.2 Art und Maß der baulichen Nutzung

Die rechtswirksamen Bebauungspläne Nr. 208 C und 208 E sehen für das plangegenständliche Gebiet ein Sonstiges Sondergebiet nach § 11 Baunutzungsverordnung (BauNVO) mit der Zweckbestimmung Großflächiger Einzelhandel (GEH) vor. Es wurden gemäß Ergebnis des seinerzeitigen Planungsprozesses zulässige Nutzungen und einzelhandelsrelevante Nebenflächen festgesetzt. Zusätzlich aufgenommen wurde 2019 die Sortimentsliste des Einzelhandelsentwicklungskonzepts Bamberg, 2015, zur Begrenzung der zulässigen innenstadtrelevanten und sonstigen Nutzungsumfänge.

Der aufliegende Geltungsbereich umfasst eine Fläche von ca. 4,58 ha. Die Sonderbaufläche ist vollständig mit zwei Bestandsgebäuden und umfassenden Parkierungsanlagen bebaut und somit flächenmäßig weitestgehend versiegelt.

Die grundlegende Flächenaufteilung wird beibehalten bis auf die nachfolgend beschriebenen Änderungen.

2.3.3 Verkehrliche Erschließung

Das Planungsgebiet wird über den südlich bzw. südwestlich verlaufenden Laubanger, über die nördlich verlaufende Dürrseestraße und über die östlich verlaufenden Dr.-Robert-Pfleger-Straße erschlossen. Die sonstigen angrenzenden Bauflächen werden gewerblich genutzt.

Im Bereich Laubanger und Dr.-Robert-Pfleger-Straße befinden sich Zufahrten für den Individualverkehr, entlang der Dürrseestraße und von der Dr.-Robert-Pfleger-Straße werden die Anlieferungszonen beider Gebäudeeinheiten erschlossen.

2.3.4 Vorbelastungen

Für das Plangebiet liegen keine Altlastenverdachtsmomente vor, das Grundstück ist weitgehend überbaut.

3 PLANUNGSZIELE

3.1 Nutzung

Das „Laubanger Einkaufszentrum LEZ“ mit beiden Gebäudekomplexen soll in seiner Funktion als Einzelhandelsobjekt fortentwickelt werden. Es ist weiterhin die Ausweisung eines Sonstigen Sondergebietes nach § 11 Abs. 2 BauNVO mit der Zweckbestimmung „großflächiger Einzelhandelsbetrieb“ vorgesehen.

Im Einzelnen sind folgende Nutzungen mit folgenden maximalen Verkaufsflächengrößen (VK) zulässig:

SO 1	1.1	Bau- und Gartenmarkt	max.	11.000 m² VK
		davon: - Randsortiment (Möbel und Küchen)	max.	1.000 m² VK
		- Zentrenrelevante Sortimente	max.	800 m² VK
SO 2	1.2	Laubanger-Einkaufs-Zentrum (LEZ)	max.	7.205 m² VK
		davon: - Zentrenrelevante Sortimente	max.	4.600 m² VK
		- Baby- und Kinderartikel/Spielwaren	max.	2.100 m² VK
		- Elektroartikel [Unterhaltungselektronik ("braune Ware"), Haushaltselektronik ("weiße Ware"), Computer und Zubehör, Foto, Film]	max.	2.980 m² VK
		je nachfolgender Einzelnutzung	max.	1.500 m² VK
		- Bekleidung		
		- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse		
		- Bücher		
		- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren		

- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Kosmetika und Parfümeriewaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe, Lederwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

davon: - Nahversorgungsrelevante Sortimente max. 2.120 m² VK
- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Drogeriewaren, Wasch- und Putzmittel
- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke
- Schnittblumen
- Zeitungen, Zeitschriften

davon: - Nicht-zentrenrelevante Sortimente max. 7.205 m² VK
- Autoteile und Autozubehör
- Badeinrichtung, 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

- **Parken**

Für die erforderlichen Pkw-Stellplätze wurde eine Bestandsaufnahme erstellt und die umgenutzten Parkierungsflächen in Abzug gebracht. Im Ergebnis kommt die Berechnung zu folgender Zusammenstellung (s. Anhang 2 – Stellplatznachweis):

- Vorhandene Stellplätze Kfz (Gesamt) 830 Stpl.

- Bedarf Kfz 747 Stpl.

Um dem steigenden Bedarf an nichtmotorisiertem Verkehr auch für die Zukunft Rechnung tragen zu können, wurden erstmals auch Fahrradstellplätze in erheblichem Maße aufgeplant. Im Ergebnis können so folgende Anzahlen nachgewiesen werden:

- Fahrradstellplätze 112 Stpl.

Das Konzept des Vorhabenträgers sieht einen Teilumbau der bisherigen nördlichen Gebäudesubstanz dergestalt vor, dass das nordwestliche Teilgebäude mit der abgestuften Fassadenabwicklung abgebrochen wird, zugunsten von dringend benötigten Parkierungsflächen für Pkw und Fahrräder sowie Durchgrünungsmaßnahmen. Im nordöstlichen Gebäudeteil wird die Fassade nach Süden verlängert und so der bisher direkte Durchstich zwischen Laubanger und Dr.-Robert-Pfleger-Straße fahrdynamisch unterbrochen. Eine Umfahrung dieses herausragenden Bauteils bleibt nach wie vor auch für Lkws möglich.

- **Erneuerbare Energien**

Auf der Teilfläche des Daches, welche nicht mit Parkierungs-Anlagen belegt ist, wird die Anbringung von Photovoltaik-Anlagen festgesetzt. Dies dient als Beitrag zum Klimaschutz, da erneuerbare Energien genutzt werden und somit nicht nur der Rohstoffverbrauch reduziert wird, sondern auch ein Beitrag zur CO_2-Einsparung geleistet wird. Eine Darstellung hierzu kann dem beiligenden Freiflächengestaltungsplan (Anhang 3) entnommen werden.

3.2 Betroffene andere Planungen

Der Bebauungsplan dient der planungsrechtlichen Neuordnung der durch den Geltungsbereich definierten Flächen.

Der aufliegende Bebauungsplan tangiert den bestehenden Bebauungsplan Nr. 208 C vom 10.10.2001 und den Ergänzungsbebauungsplan 208 E vom 13.03.2019 (rechtswirksame Bebauungspläne Laubanger). Wesentliche Aussagen aus diesem Bebauungsplan werden in den aufliegenden Plan übernommen und im Sinne der Vorgaben aus den zwischenzeitlich ausgefertigten Baugenehmigungen ergänzt.

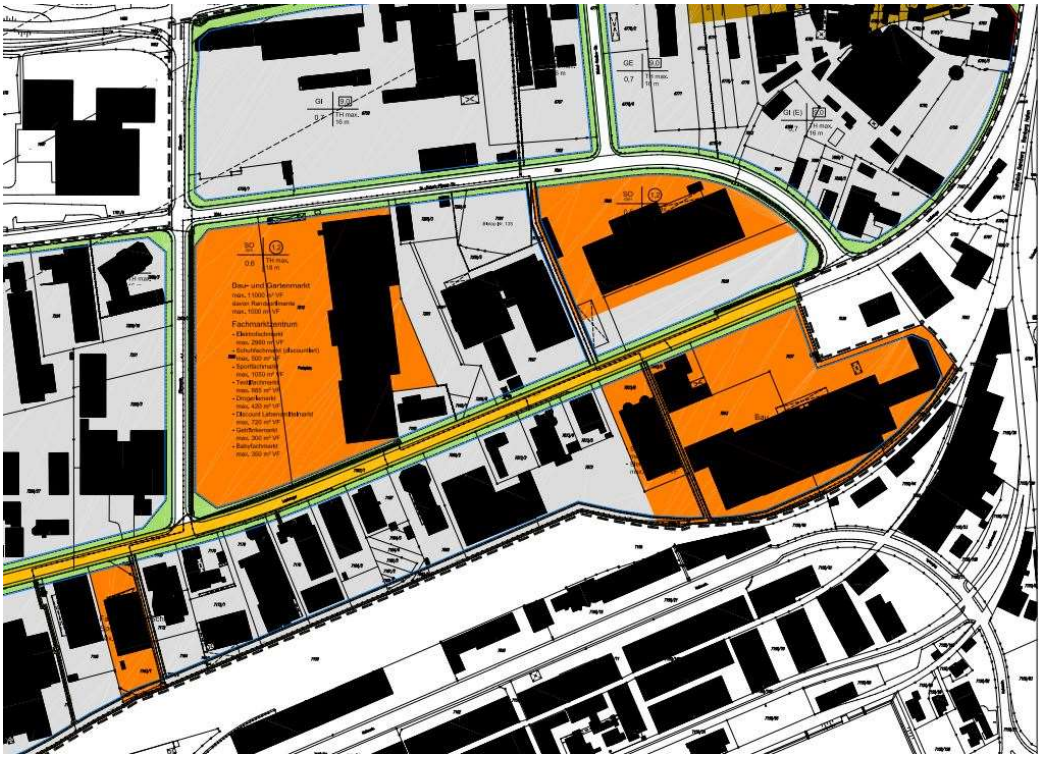


Abb. 3: Auszug Bebauungsplan Nr. 208 C

Der Bebauungsplan 208 E (siehe nächste Abb.) bezieht sich vorrangig auf die aufgenommene Sortimentsliste des Einzelhandelsentwicklungskonzepts Bamberg, 2015, einer allgemein gültigen Definitionsbeschreibung von zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimentsnutzungen im Einzelhandel.

Abb. 4: Auszug Bebauungsplan Nr. 208 E

Alle rechtswirksamen Bebauungspläne sind bei der Stadt Bamberg bei den zuständigen Stellen einsehbar.

3.3 Erschließung

Verkehrserschließung

Das aufliegende Plangebiet ist vollumfänglich erschlossen. Änderungsbedarf ist nicht erkennbar, alle Zufahrten und Andienungen bleiben unbenommen.

ÖPNV

Die Anbindung an den ÖPNV in direkter Quartiersnähe kann als gut bezeichnet werden. In unmittelbarer Nähe befindet sich die Haltestelle Laubanger-Obi der Stadtbuslinie 904 der STWB (Stadtwerke Bamberg).

Ver- und Entsorgung

Die Trinkwasserversorgung erfolgt quantitativ und qualitativ ausreichend über einen Anschluss an die bestehenden Leitungen im Planumgriff.

Die Abwasserentsorgung erfolgt im Trennsystem. Ein Anschluss an den Bestand, der im Umgriff im Mischsystem betrieben wird, kann sichergestellt werden.

Die Schmutzwässer werden dabei dem bestehenden Mischwasserkanal im öffentlichen Raum zugeführt.

Das Regenwasser wird gemäß Festsetzung des ursprünglichen Bebauungsplanes 208 C zu Teilen über das begrünte Dach des südlichen Baukörpers gepuffert oder über die bestehenden Versickerungsflächen zwischen den Parkierungsanlagen versickert. Überschüssiges Regenwasser wird in den Mischwasserkanal abgeleitet. Die bestehenden Rückhalteanlagen werden weiterhin genutzt und sind im Grunde genommen ausreichend dimensioniert, da sich durch den bisherigen Betrieb keine negativen Auswirkungen eingestellt haben. Die geringfügige Umwandlung einer versiegelten Verkehrsfläche zu einem Baukörper kann dabei vernachlässigt werden.

3.4 Grünordnung

Das Plangebiet ist mit Gebäuden, Erschließungs- und Parkierungsanlagen überbaut. Die Vorgaben aus der Grünplanung des bisherigen Bebauungsplans werden, soweit sie nicht den zwischenzeitlich erteilten Baugenehmigungen widersprechen, übernommen und planungsrechtlich gesichert.

Mit der Festsetzung von Grünbereichen entlang des südwestlichen, nördlichen und östlichen Randes werden die bestehenden Grünanlagen planungsrechtlich gesichert und im Bestand erhalten.

Ein Freiflächengestaltungsplan ist den Unterlagen zur Begründung als Anhang 3 beigelegt.

4 PLANUNGSENTWURF

4.1 Art und Maß der Nutzung

Das bisherige Fachmarktzentrum, nunmehr Laubanger Einkaufzentrum „LEZ“ genannt, bleibt als Bestandsimmobilie im Rahmen der bisherigen Festsetzungen erhalten. Ein kleinteiliger Rückbau südwestlich am nördlichen Gebäudekomplex sowie die Vergrößerung der Kubatur im Nordosten stellen die einzigen Veränderungen der Bausubstanz dar.

Als Art der baulichen Nutzung wird auch weiterhin das Sonstige Sondergebiet nach § 11 BauNVO mit der Zweckbestimmung Großflächiger Einzelhandel GEH festgesetzt.

Die unter Punkt 3 dieser Begründung genannten festzusetzenden Planungsinhalte und maximal zulässigen Verkaufsflächengrößen bilden den rechtlichen Rahmen der Weiterentwicklung des LEZ.

Die Anpassung der Festsetzungen aus dem bisher gültigen B-Plan wurde notwendig, um den heutigen Anforderungen aus dem Einzelhandel gerecht zu werden. Mit den neuen Festsetzungen sollen Ansiedlungen von Betreibern aus dem Einzelhandelsbereich entsprechend der Auswirkungsanalyse der GMA (Anhang 4) ermöglicht werden. In diesem Zusammenhang wird durch die Neugestaltung der Fassade und der Außenflächen ein zeitgemäßes Erscheinungsbild geschaffen.

Das künftige LEZ stellt inmitten des Agglomeration-Gebiets am Laubanger einen markanten Gebäudekomplex dar, welcher sich in das benachbarte Nutzungs- sowie Baukonzept einfügt. Momentan sorgt die bauliche Substanz jedoch für eine Minderung der Gesamtqualität des Areals und ist nur noch eingeschränkt dazu geeignet, Einkaufsmöglichkeiten und die daraus entstehenden Kundenströme anzuziehen.

Durch die Zurücknahme eines Teilabschnittes der südwestlichen Fassade, welche sehr gut von der Verkehrsachse Laubanger eingesehen werden kann, erhält der Gebäudekomplex eine neue, homogene Erscheinung. Gleichzeitig wird Raum für mehr Fahrradstellplätze geschaffen. Das Fahrrad als Transportmittel nimmt in dieser Zeit eine immer größere Bedeutung in der Fortbewegung an. Durch die Neu-Anlage und Gestaltung von Stellplätzen, nicht nur für konventionelle Räder, sondern auch zum Beispiel für Lastenräder, wird den Zeichen der Zeit, welche auf eine Mobilitätsveränderung und Entwicklung setzen, Rechnung getragen.

Durch die Neueinkleidung der Fassadenfront wird die Länge des Gebäudes optisch gemindert und somit geschickt in die Umgebung eingepasst. Durch die Neuanpflanzung von Bäumen auf dem Parkplatzareal, aber auch entlang der Fassade wird dieser Bereich strategisch wirksam gegliedert und lädt gleichzeitig die Besucher ein, sich vor oder nach dem Einkauf noch am Gelände aufzuhalten oder die Schaufenster entlang zu flanieren.

Der übrige überwiegende Teil der Anlage bleibt in seiner Kubatur unverändert, ausgenommen der nordöstliche Teil des Gebäudekomplexes. Hier wird ein Anbau mit einem Vorsprung in östliche Richtung erfolgen, welcher den Eingangsbereich zum späteren Lebensmittler darstellen wird.

Im Plangebiet wird die abweichende Bauweise festgesetzt. Das Grundstück ist bereits im Bestand mit Gebäuden, Erschließungs- und Parkierungsanlagen überbaut. Mit den festgesetzten Flachdächern wird neben der Nutzung der obersten Geschossebene als Parkdeck auch die Möglichkeit eröffnet, durch die Anlage einer Photovoltaik-Anlage die Energieeffizienz des Gebäudekomplexes zu steigern und einen Beitrag zum Klimaschutz durch die Vor-Ort-Nutzung von erneuerbaren Energien zu leisten. Durch die planungsrechtliche Sicherung des Gründachs auf dem bestehenden OBI-Baumarkt und das zusätzliche Vorsehen dieser Dachart auf allen sonstigen, nicht genutzten Dachflächen kann eine dauerhafte Verbesserung des Kleinklimas in dem ansonsten stark urbanisierten und bebauten Bereich geleistet und ein Beitrag zur Regenrückhaltung von Niederschlagswasser vor Ort erreicht werden.

Die an den Außenflächen des Gebäudes vorgesehene Fassadenbegrünung leistet einen bedeutenden Teil zur Verbesserung des Stadtklimas und der Stadtökologie durch die einhergehende Verschattung der Fassade und deren Abkühlung dadurch im Sommer. Des Weiteren werden Schadstoffe aus der Luft gefiltert und gebunden, sowie ein wertvoller Beitrag zur Biodiversität geleistet.

4.2 Ausgleichsmaßnahmen

Gemäß § 13a Abs. 2 Nr. 1 BauGB wird nach § 13 Abs. 3 Satz 1 BauGB von der Umweltprüfung nach § 2 Abs. 4 BauGB und vom Umweltbericht nach § 2a BauGB abgesehen.

4.3 Grünordnerische Festsetzungen

Auf die Ausführungen in Kapitel 3.4 wird verwiesen. Im Bebauungsplan sind Festsetzungen aufgenommen worden, die zur Verbesserung der Gesamtsituation aus grünplanerischer Sicht führen werden. Grundlage der Aussagen bildet ein Freiflächengestaltungsplan, der alle grünplanerisch relevanten Planungsziele darstellt.

Die Durchgrünung der Parkierungsanlage sowie der durch den Abbruch neu geschaffenen Freiflächen verbessert und erhöht den Durchgrünungsgrad des Plangebietes. Zur planungsrechtlichen Sicherung wurden Festsetzungen zu Pflanz- und Erhaltungsmaßnahmen aufgenommen, die den Bestand sichern und auch Verbesserungen der Grünstrukturen planungsrechtlich fixieren.

Es sind Festsetzungen getroffen, mindestens 10 % der Grundstücksfläche gärtnerisch zu gestalten und dauerhaft zu unterhalten. Die Gehölzpflanzungen müssen in hochwertigen Pflanzqualitäten erfolgen, wodurch eine gestalterische und ökologische Wirkung zügig erreicht wird. Werden Dachflächen nicht anderweitig für Parkierung, bauliche Anlagen oder Photovoltaik / Solarthermie genutzt, werden diese mit einer extensiven Dachbegrünung ausgestattet. Dies dient dem Rückhalt von Niederschlagswasser, verringert die Aufheizung verdichteter Baumassen in innerstädtischen Lagen durch die pflanzliche Verdunstungsleistung und dient zudem der Förderung der biologischen Vielfalt durch das Nektarangebot von Blühpflanzen.

Neben einer Liste von Pflanzen (Anhang 5 - Pflanzliste) für standortangepasste Gehölze, die Verwendung finden sollten, um den örtlichen Vegetationsbestand adäquat zu ergänzen bzw. höherwertiger zu ersetzen, ist folgende Festsetzung zum Thema Flachdachbegrünung getroffen worden:

- Dachflächen, welche nicht anderweitig als Parkierungsflächen, Oberlichter oder Solare Nutzung genutzt werden sind extensiv zu begrünen. Hier ist eine Substratschicht von mindestens 0,05 m vorzusehen.

Mit der Festsetzung von begrünten Flachdächern können folgende, positive Effekte erzielt werden:

- Längere Lebensdauer der Dachabdichtung
- Schutz vor UV-Strahlung
- Regenwasserrückhaltung
- Reduzierung der Abwassergebühren als anerkannte „Entsiegelungsmaßnahme“ (in Abhängigkeit der jeweils geltenden Satzungen der Stadt Bamberg)
- Minimierung der Niederschlagsabflussspitzen
- Verbesserung des Kälte- und Wärmeschutzes

- Fläche von ökologischer Bedeutung, Schaffung von Lebensraum für Pflanzen und Tiere
- Verbesserung des Kleinklimas durch Evaporations- und Transpirationsleistungen
- Bindung und Filterung von Staub und Luftschadstoffen u. v. m.

Diese Maßnahmen sowie die Festsetzungen von Baumpflanzungen dienen der fachgerechten Ausstattung des Quartiers mit landschaftsgestalterischen und ökologisch wirksamen Elementen.

4.4 Immissionsschutztechnische Festsetzungen

Aufgrund der bereits vorhandenen, konfliktarmen bis -freien Nutzung am Tag und der Tatsache, dass keine neuen, störenden Nutzungen im Gebiet geplant sind, sind weitergehende Untersuchungen der Auswirkungen von Verkehr und Nutzungen nicht notwendig.

Maßnahmen gegen Verkehrsgeräusche:

Es sind keine Nutzungen bekannt, die eine über das bisherige Maß hinaus gehende Schutzbedürftigkeit aufweisen. Änderungen sind daher nicht veranlasst.

Allgemein gilt, dass sich die Anforderungen an den Schallschutz von Außenbauteilen (Wände, Fenster usw.) aus der DIN 4109 „Schallschutz im Hochbau – Teil 1: Mindestanforderungen“ ergeben.

5 AUSWIRKUNGEN

5.1 Eingriff in Natur und Landschaft

Der planerische Eingriff in den bisher weitestgehend versiegelten Bereich bewirkt eine kleinteilige Entsiegelung und somit eine Verbesserung des bisherigen Zustandes für Natur und Landschaft. Die kleinklimatische Situation wird durch die Planung verbessert.

5.2 Grünordnung

Auf die vorhergehenden Ausführungen zur Grünordnung wird verwiesen.

5.3 Umweltbericht

Gemäß § 13a Abs. 2 Nr. 1 BauGB wird nach § 13 Abs. 3 Satz 1 BauGB von der Umweltprüfung nach § 2 Abs. 4 BauGB und vom Umweltbericht nach § 2a BauGB abgesehen.

Aufgestellt:
Bamberg, 07.07.2021
Sf/Re-20.016.7

Für den Fachbereich
Landschafts- und Grünplanung:
i. A.

Bubholz

Für den Fachbereich
Bauleitplanung:
i. A.

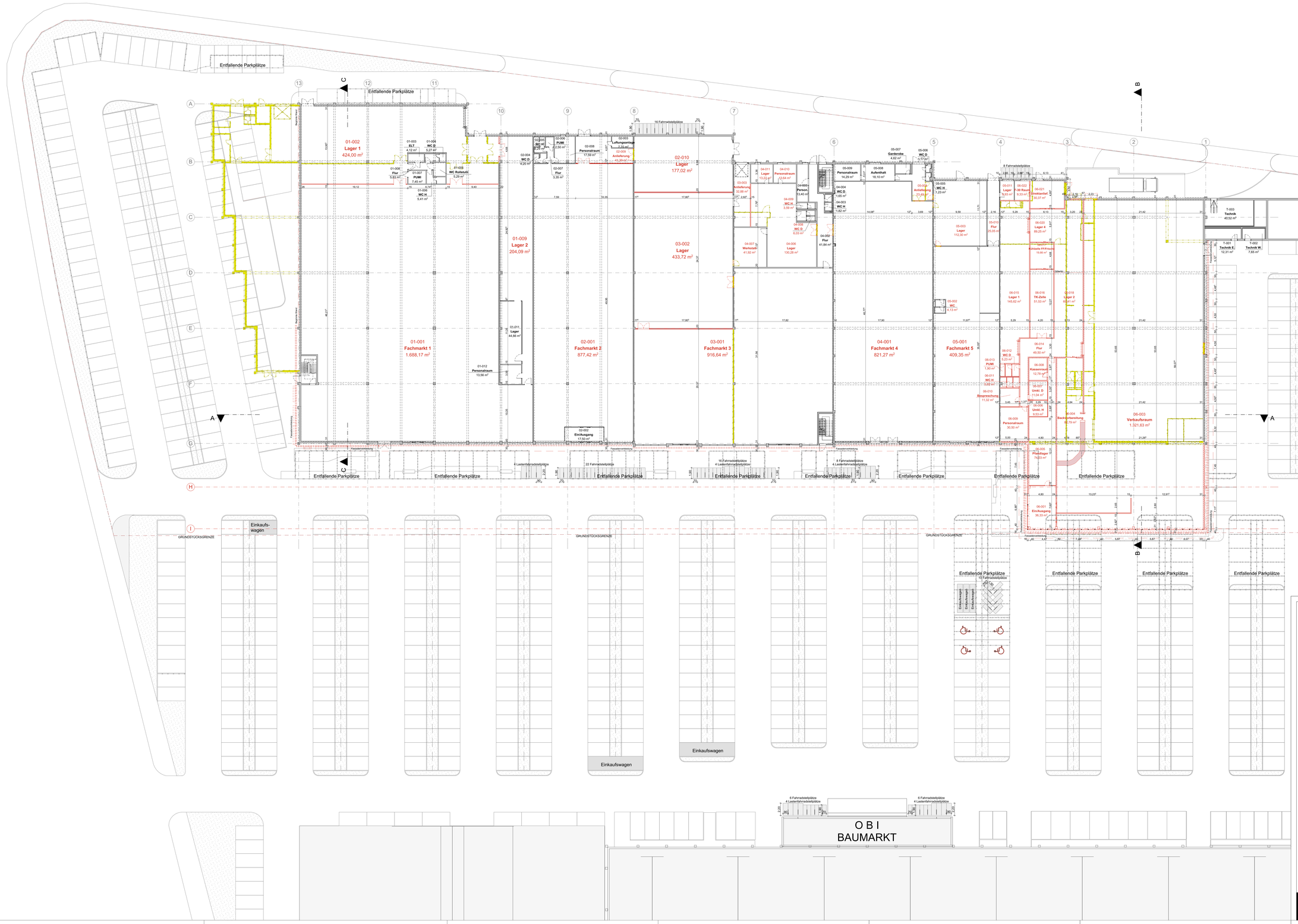
Reichelt

Planungsgruppe S t r u n z
Ingenieurgesellschaft mbH
Kirschäckerstraße 39
96052 Bamberg
☎ 0951-98003-0

Schönfelder

Anhang

Anhang 1	Vorhaben- und Erschließungsplan 07.07.2021
Anhang 2	Stellplatznachweis
Anhang 3	Freiflächengestaltungsplan, Stand 07.07.2021
Anhang 4	Auswirkanalyse Umstrukturierung GE-Standort Laubanger 14a vom 28.04.2021
Anhang 5	Pflanzliste



LEISTUNGSPHASE	**GENEHMIGUNGSPLANUNG**
BAUVORHABEN	LEZ
BAUANTRAG	Umbau im Bereich des Lebensmittelkontingents Abriss von Gebäudeteilen Neugestaltung der Fassade Laubanger 14a 96052 Bamberg Gemarkung Bamberg Flurstück 7209
BAUHERR	**FIM Immobilien Holding GmbH** Luitpoldstraße 48 b 96052 Bamberg

BENACHBARTE FLURSTÜCKE

Flurstück 7212
FIM Grundbesitz 4 GmbH
Luitpoldstraße 48 b
96052 Bamberg

Flurstück 7209/2
Stadt Bamberg
Maximiliansplatz 3
96047 Bamberg

Flurstück 7064
Stadt Bamberg
Maximiliansplatz 3
96047 Bamberg

Flurstück 7190
Hofmann Grundstücksvermietung GbR
Hauptwachstraße 17
96047 Bamberg

Hofmann, Claus Dieter
Hauptwachstraße 17
96047 Bamberg

Hofmann, Franz Theodor
Hauptwachstraße 17
96047 Bamberg

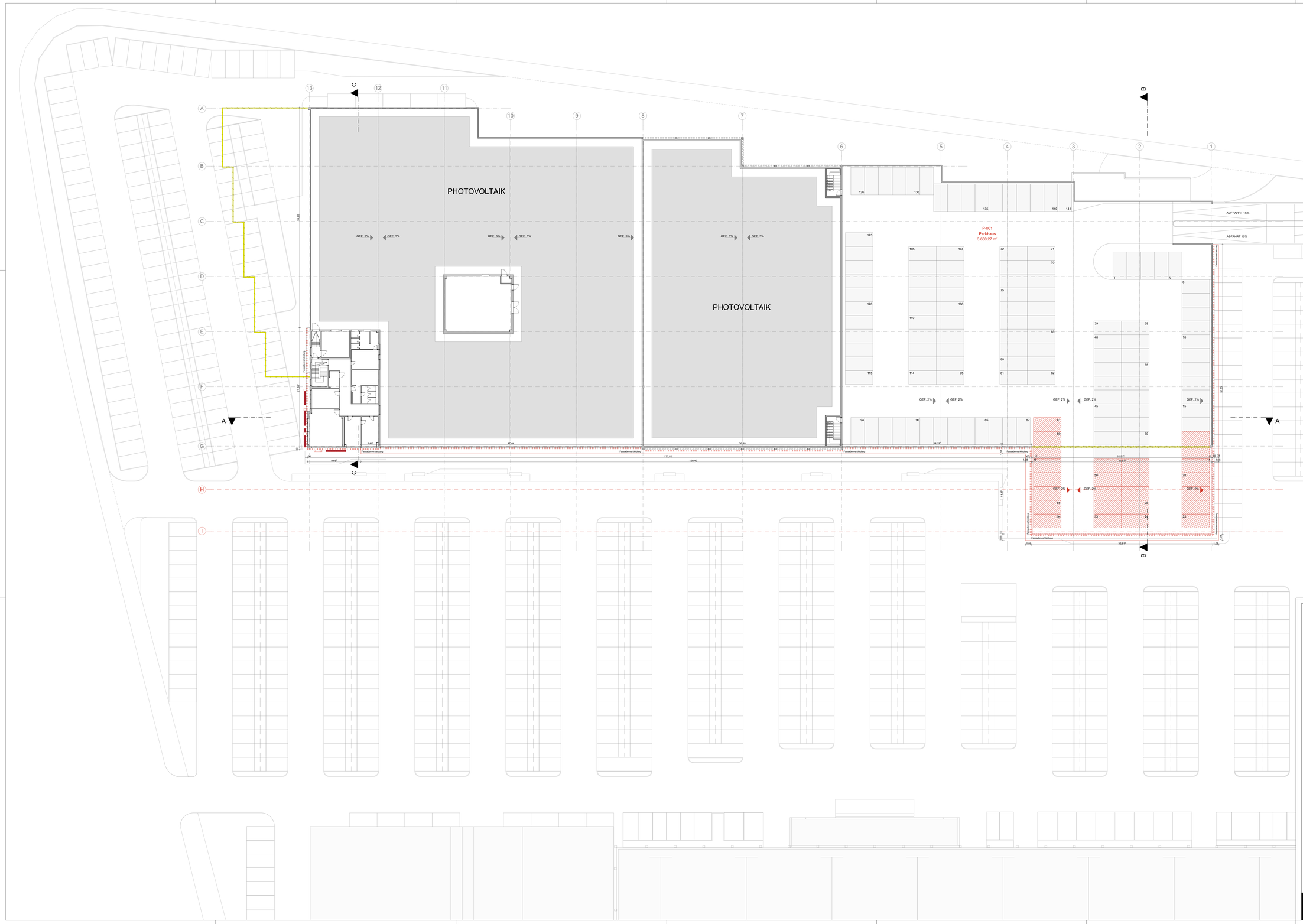
Flurstück 7205
Investum Objekt Laubanger 12 GmbH & Co. KG
Am Flößdeig 9
82041 Oberhaching

PLANNUMMER	**001**
PLANINHALT	Erdgeschoss
MASSSTAB	1:200
PLANVERFASSER	Matthias Bornhofen, Dipl.-Ing. Bauvorlageberechtigt nach Art. 61 BayBO Paula Menelau-Marscheider, B.A. Architecture
DATUM	07.07.2021
GEZ	PM

Alle Maße sind verantwortlich zu prüfen. Unstimmigkeiten der Planung bekanntzugeben. Ausführungspläne der beteiligten Fachplaner sind zu beachten.Dieses Dokument darf nicht zu anderen Zwecken als vereinbart benutzt oder unbefugt Dritten überlassen werden.

BORNHOFEN ARCHITEKTEN
KETTENBRÜCKSTR. 1 | 96052 BAMBERG | info@bornhofen-architekten.de | TEL 0951 24178

PLANFORMAT: LÄNGE = 1379 mm x BREITE = 841 mm



LEISTUNGSPHASE	**GENEHMIGUNGSPLANUNG**
BAUVORHABEN	LEZ
BAUANTRAG	Umbau im Bereich des Lebensmittelkontingents Abriss von Gebäudeteilen Neugestaltung der Fassade Laubanger 14a 96052 Bamberg Gemarkung Bamberg Flurstück 7209
BAUHERR	**FIM Immobilien Holding GmbH** Luitpoldstraße 48 b 96052 Bamberg

BENACHBARTE FLURSTÜCKE

Flurstück 7212
FIM Grundbesitz 4 GmbH
Luitpoldstraße 48 b
96052 Bamberg

Flurstück 7209/2
Stadt Bamberg
Maximilianplatz 3
96047 Bamberg

Flurstück 7064
Stadt Bamberg
Maximilianplatz 3
96047 Bamberg

Flurstück 7190
Hofmann Grundstücksvermietung GbR
Hauptwachstraße 17
96047 Bamberg

Hofmann, Claus Dieter
Hauptwachstraße 17
96047 Bamberg

Hofmann, Franz Theodor
Hauptwachstraße 17
96047 Bamberg

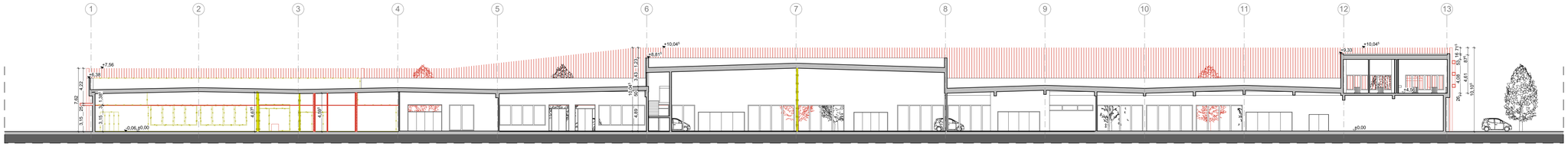
Flurstück 7205
Investum Objekt Laubanger 12 GmbH & Co. KG
Am Flößaleg 9
82041 Oberhaching

PLANNUMMER	**002**
PLANINHALT	1. Obergeschoss
MASSSTAB	1:200
PLANVERFASSER	Matthias Bornhofen, Dipl.-Ing. Bauvorlageberechtigt nach Art. 61 BayBO Paula Menelau-Marscheider, B.A. Architecture
DATUM	07.07.2021
GEZ	PM

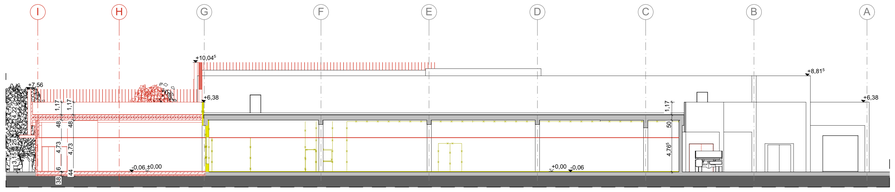
Alle Maße sind verantwortlich zu prüfen. Unstimmigkeiten der Planung bekanntzugeben. Ausführungspläne der beteiligten Fachplaner sind zu beachten Dieses Dokument darf nicht zu anderen Zwecken als vereinbart benutzt oder unbefugt Dritten überlassen werden.

BORNHOFEN ARCHITEKTEN
KETTENBRÜCKSTR. 1 | 96052 BAMBERG | info@bornhofen-architekten.de | TEL 0951 24178

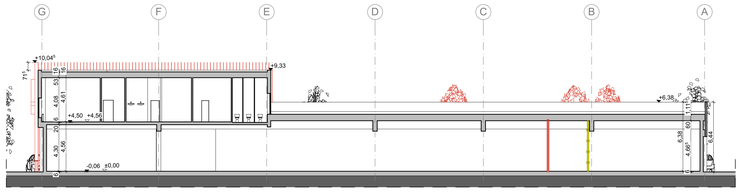
PLANFORMAT: LÄNGE = 1379 mm x BREITE = 841 mm



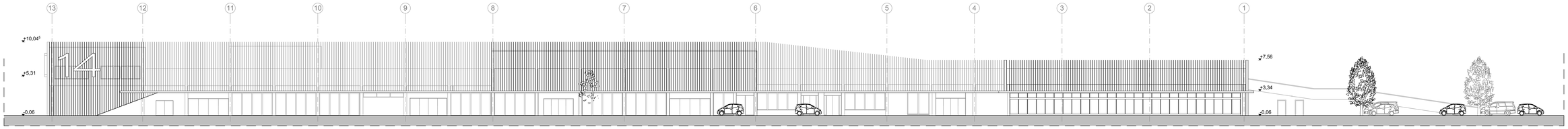
SCHNITT A-A - 1:200



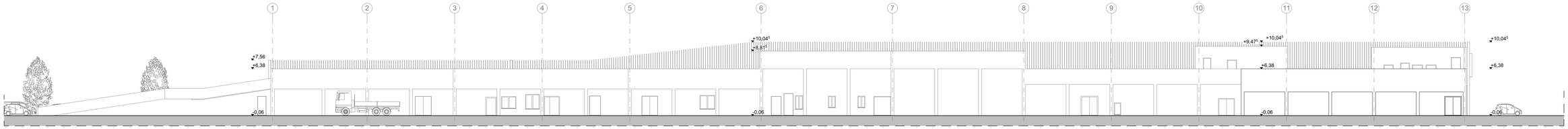
SCHNITT B-B - 1:200



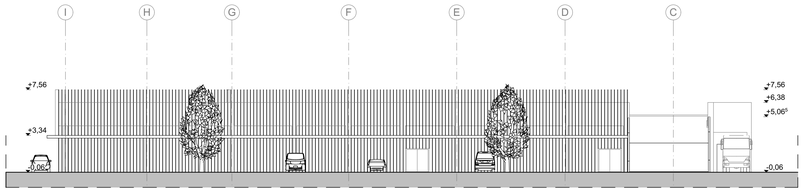
SCHNITT C-C - 1:200



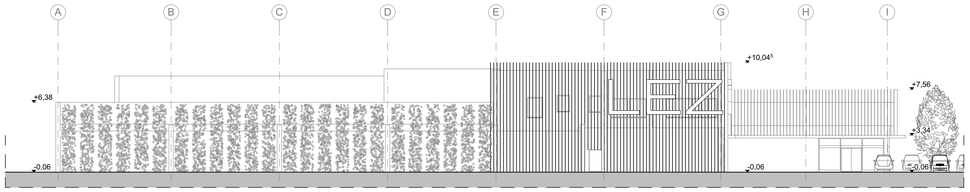
ANSICHT SÜD-OST



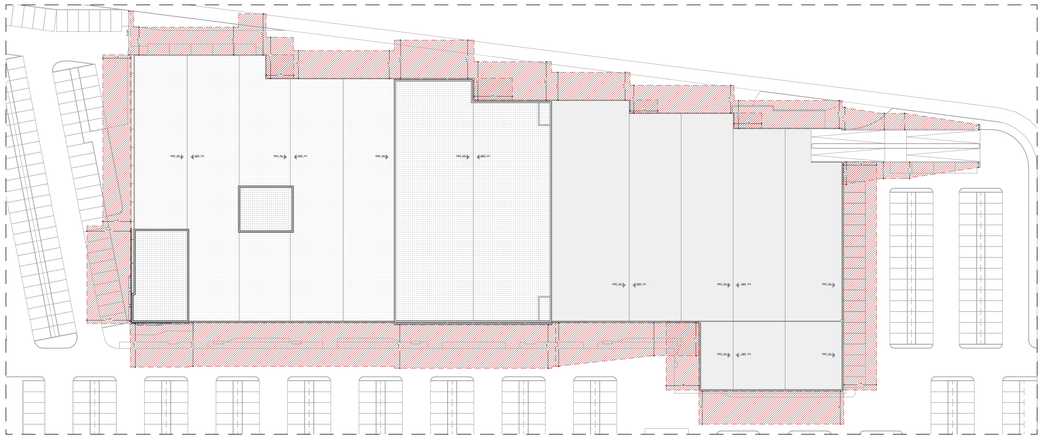
ANSICHT NORD-WEST



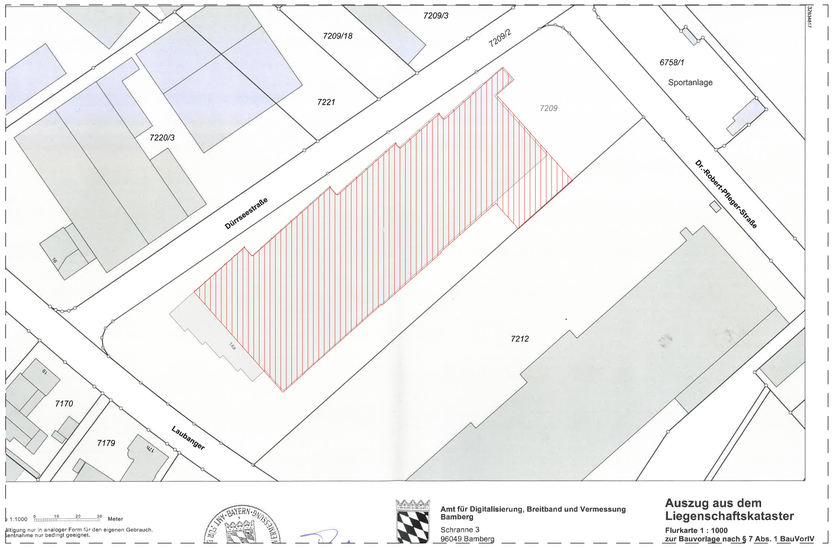
ANSICHT NORD-OST



ANSICHT SÜD-WEST



ABSTANDSFLÄCHEN - 1:500



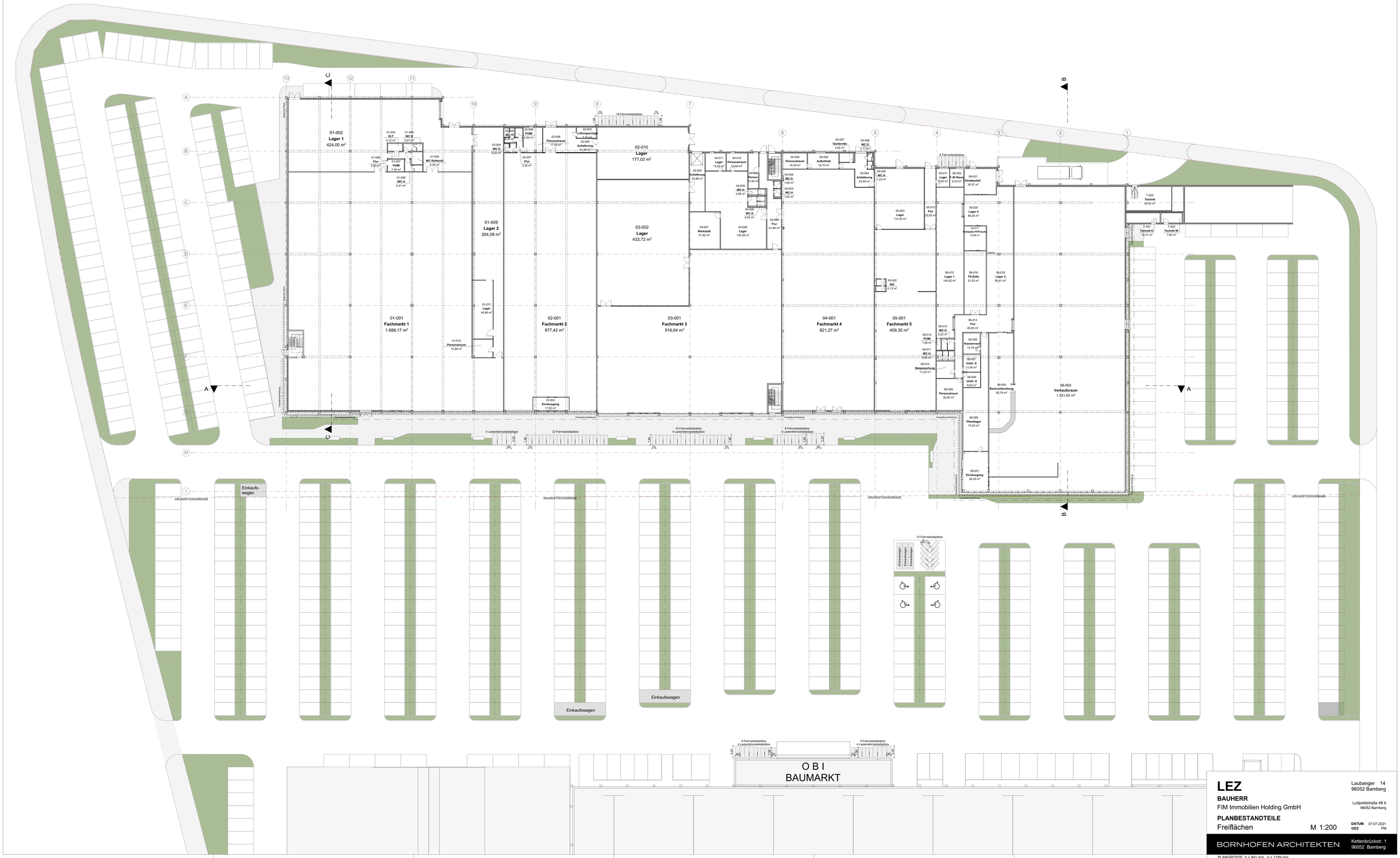
LAGEPLAN - 1:1000

LEISTUNGSPHASE	**GENEHMIGUNGSPLANUNG**
BAUVORHABEN	LEZ
BAUANTRAG	Umbau im Bereich des Lebensmittelkontingents Abriss von Gebäudeteilen Neugestaltung der Fassade Laubanger 14a 96052 Bamberg Gemarkung Bamberg Flurstück 7209
BAUHERR	**FIM Immobilien Holding GmbH** Luitpoldstraße 48 b 96052 Bamberg
BENACHBARTE FLURSTÜCKE	**Flurstück 7212** **FIM Grundbesitz 4 GmbH** Luitpoldstraße 48 b 96052 Bamberg **Flurstück 7209/2** **Stadt Bamberg** Maximiliansplatz 3 96047 Bamberg **Flurstück 7064** **Stadt Bamberg** Maximiliansplatz 3 96047 Bamberg **Flurstück 7190** **Hofmann Grundstücksvermietung GbR** Hauptwachstraße 17 96047 Bamberg **Hofmann, Claus Dieter** Hauptwachstraße 17 96047 Bamberg **Hofmann, Franz Theodor** Hauptwachstraße 17 96047 Bamberg **Flurstück 7205** **Investum Objekt Laubanger 12 GmbH & Co. KG** Am Flußsteig 9 82041 Oberhaching
PLANNUMMER	**003**
PLANINHALT	Schnitte | Ansichten | Abstandsflächen | Lageplan
MASSSTAB	1:200, 1:500
PLANVERFASSER	Matthias Bornhofen, Dipl.-Ing. Bauvorlageberechtigt nach Art. 61 BayBO Paula Menelau-Marscheider, B.A. Architecture
DATUM	07.07.2021
GEZ	PM

Alle Maße sind verantwortlich zu prüfen. Unstimmigkeiten der Planung bekanntzugeben. Ausführungspläne der beteiligten Fachplaner sind zu beachten.Dieses Dokument darf nicht zu anderen Zwecken als vereinbart benutzt oder unbefugt Dritten übertassen werden.

BORNHOFEN ARCHITEKTEN
KETTENBRÜCKSTR. 1 | 96052 BAMBERG | info@bornhofen-architekten.de | TEL 0951 24178

PLANFORMAT: LÄNGE = 1189 mm x BREITE = 841 mm



LEZ

BAUHERR
FIM Immobilien Holding GmbH
Luitpoldstraße 48 b
96052 Bamberg

PLANBESTANDTEILE
Freiflächen

M 1:200

DATUM 07.07.2021
GEZ PM

BORNHOFEN ARCHITEKTEN
Kettenbrückstr. 1
96052 Bamberg

Laubanger 14
96052 Bamberg

PLANGRÖSSE h = 841 mm b = 1189 mm

Bauvorhaben	**L E Z - Umbau im Bereich des Lebensmittelkontingents** **Abriss von Gebäudeteilen** **Neugestaltung der Fassade**		
Bauherr	**FIM Immobilien Holding GmbH** **Luitpoldstraße 48 b** **96052 Bamberg**	**Stand :**	**07.07.2021**

Stellplatznachweis

BESTAND

Stellplätze gefordert	OBI		**445**
1 St./ 20 m² NF (V)	Fachmarktzeile	7117,75 m² / 20 m²	**356**
1 St./ 30 m² NF	Büro	189,89 m² / 30 m²	**7**
	Geforderte Stellplatzanzahl		**808**
	Vorhandene Stellplatzanzahl		**839**

Verkaufsfläche	Fachmarkt 01	398,92 m²
	Fachmarkt 02	1795,81 m²
	Fachmarkt 03	920,11 m²
	Fachmarkt 04	983,71 m²
	Fachmarkt 05	547,21 m²
	Fachmarkt 06	821,27 m²
	Fachmarkt 07	409,35 m²
	Fachmarkt 08	420,49 m²
	Fachmarkt 09	820,88 m²
	Verkaufsfläche Gesamt	**7117,75 m²**

NEUBAU

Verkaufsfläche	Fachmarkt 01	1688,17 m²
	Fachmarkt 02	877,42 m²
	Fachmarkt 03	916,64 m²
	Fachmarkt 04	821,27 m²
	Fachmarkt 05	409,35 m²
	Fachmarkt 06	1321,63 m²
	Verkaufsfläche Gesamt	**6034,48 m²**
	reduzierte Verkaufsfläche	**1083,27 m²**

Stellplätze gefordert	OBI (Bestand)		**445**
1 St./ 20 m² NF (V)	Fachmarktzeile	6034,48 m² / 20 m²	**302**
1 St./ 30 m² NF	Büro	189,89 m² / 30 m²	**7**
	Geforderte Stellplatzanzahl		**747**
	Vorhandene Stellplatzanzahl		**830**

Fahrradstellplätze gefordert	OBI		
1 FSt./ 100 m² NF (V)	Fachmarktzeile	6034,48 m² / 100 m²	**61**
	Geforderte Fahrradstellplatzanzahl		**61**
	Vorhandene Fahrradstellplatzanzahl		**112**

Bauvorhaben LEZ -
Beispielhafte Darstellung des Standards für Fahrradbügel

01.24 **ANLEHNE ARIS** FLACHEISEN

ANLEHNE ARIS FLACHEISEN Anlehne aus Flachstahl verzinkt und pulverbeschichtet DB 703, Ecken kantig verschweißt und verschliffen.

ANLEHNE ARIS FLACHEISEN Schutzleiste aus Holz

ANLEHNE ARIS FLACHEISEN

Moderner Anlehn-/Absperrbügel aus Flacheisen (Ecken kantig verschweißt) mit und ohne Querholm.

Konstruktion

Aus Flachstahl 60 x 12 mm, 80 x 12 mm oder 90 x 12 mm. Ecken kantig verschweißt, verschliffen. Höhe über Flur 800 mm. Gesamthöhe bei Einbetonieren 1200 mm. Breite 850 mm. Mit Ausziehschutz. Andere Abmessungen auf Anfrage lieferbar.

Radtypen / Radabstände

Geeignet für alle Radtypen. Bügelabstand bei einseitiger Nutzung mindestens 700 mm. Bei beidseitiger Radeinstellung mind. 1200 mm.

Sicherheit

Anschließmöglichkeit mit kurzem Seil- oder Bügelschloss, mit Querholm auch für kleinere Räder geeignet.

Oberflächen / Farben

Stahl, feuerverzinkt nach DIN EN ISO 1461, auf Wunsch mit zusätzlicher Pulverbeschichtung in RAL-Farbe.

Befestigung

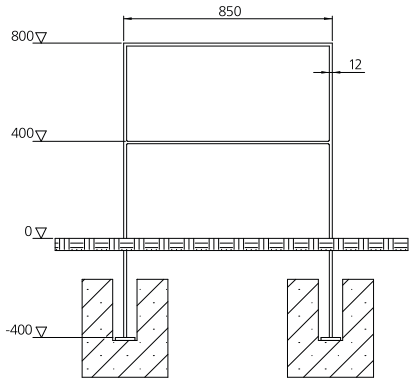
Zum Einbetonieren oder zum Aufdübeln mit quadratischen Fußplatten.

Zubehör

Fußplatten zum Aufdübeln, Querholm, Schutzleiste aus Holz.

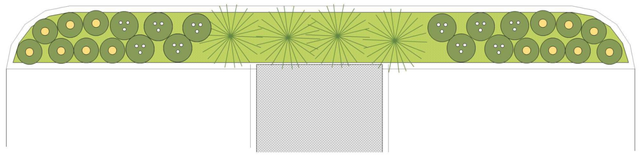
ANLEHNE ARIS FLACHEISEN

mit Querholm zum Einbetonieren



BESCHREIBUNG	KG	BESTELL-NR.
Zum Einbetonieren 60/12 mm B = 850 mm ohne Querholm		
Verzinkt	19,5	F02501
Verzinkt und pulverbeschichtet nach RAL	19,5	F02502
Zum Einbetonieren 80/12 mm B = 850 mm ohne Querholm		
Verzinkt	21,5	F02511
Verzinkt und pulverbeschichtet in RAL-Farbe	21,5	F02512
Zum Einbetonieren 90/12 mm B = 850 mm ohne Querholm		
Verzinkt	27,5	F02513
Verzinkt und pulverbeschichtet in RAL-Farbe	27,5	F02514
Zubehör		
Aufpreis Fußplatten quadratisch verzinkt zum Aufdübeln auf +/-0 (Paar)		F02509
Aufpreis Querholm verzinkt	6	F02510
Aufpreis Querholm verzinkt und pulverbeschichtet	6	F02510-RAL
Aufpreis Schutzleiste Holz		F02508
Bodenbefestigungsmaterial für Befestigung auf Beton, 1 Stück		F01141
Andere Abmessungen auf Anfrage		

Bepflanzung Modul "Wange Parkplatzzeile"
M 1 : 25

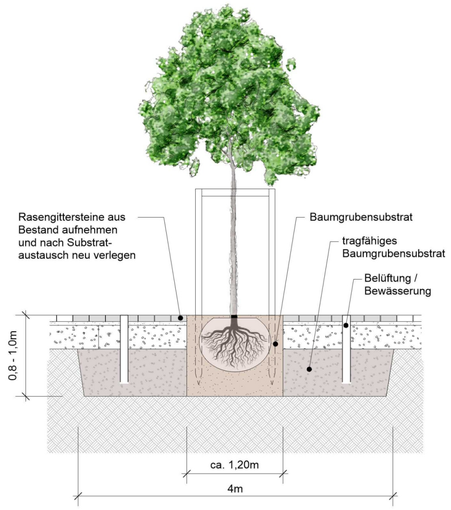


4 Stk. Calamagrostis x acutiflora `Karl Förster´ (Garten-Reitgras)

10 Stk. Spirea japonica `Shirobana´ (Zwerg-Spiere `Shirobana´)

14 Stk. Potentilla fruticosa `Dart´s Golddigger´ (Fünffingerstrauch)

Schemaschnitt längs durch Trennstreifen zwischen Parkplätzen (ohne Maßstab): Baum-Neupflanzung



GEBÄUDE / GRENZEN

Grenze Plangrundstück

Abgrenzung Baugebiete: vorhabenbezogener Bebauungsplan qualifizierter Bebauungsplan

Gebäudebestand

Fläche für Photovoltaik-Anlagen

BEFESTIGTE FLÄCHEN

Trennstreifen zwischen Stellplatzzeilen Rasengitterplatten, Bestand

Eingangsbereich / Erschließungszeile Pflasterbelag neu

EINBAUTEN

Werbepylone, Hinweisschilder, Fahnenmaste, Bestand

Parkplatzbeleuchtung, Mastleuchte, Bestand

VEGETATIONSFLÄCHEN

Dachbegrünung, Bestand

Bäume Bestand, zu erhalten

Vegetation / Anpflanzung Bestand, zu erhalten

Baum neu zu pflanzen / nachzupflanzen
Pflanzqualität: HO, mDb, 3xv, STU 16-18 cm
Pflanzung mit Pfahldreibock, Verdunsungsschutz und Giesrand aus Rindenmulch

AP	23 Stk.	Acer platanoides `Cleveland´	Spitz-Ahorn
PS	6 Stk.	Prunus x schmittii	Spiegelrinden-Kirsche
SI	4 Stk.	Sorbus intermedia `Browers´	Schwedische Mehlbeere

Pflanzflächen, neu anzulegen,
Bodendecker und Gräser neu zu pflanzen, gruppenweise
Pflanzqualität: mind. mTb 11
Pflanzdichte Bodendecker: 3-4 Pflanzen / m2,
Auf die Flächen ist eine ca. 8cm dicke Schicht aus Rindenmulch aufzubringen

Wangen beidseitig der Parkplatzzeilen: (32 Module á 7,5 m2 = ca. 240 m2)

128 Stk.	Calamagrostis acutiflora `Karl Förster´	Garten-Reitgras
448 Stk.	Potentilla fruticosa `Dart´s Golddigger´	Fünffingerstrauch
320 Stk.	Spirea japonica `Shirobana´	Zwerg-Spiere

Restliche Pflanzflächen: (ca. 460 m2)

70 Stk.	Calamagrostis acutiflora `Karl Förster´	Garten-Reitgras
200 Stk.	Bodendecker-Rose `Schneeflocke´	(entl. Erschließungszeile)
500 Stk.	Potentilla fruticosa `Manchu´	Fünffingerstrauch
500 Stk.	Spirea japonica `Little Princess´	Zwerg-Spiere
400 Stk.	Symphoricarpos x doorenb. `Magic Berry´	Amethystbeere
200 Stk.	Allium giganteum	Riesen-Kugellauch (entl. Erschließungszeile)

GRÜNFLÄCHENBILANZ

Plangrundstück - Fläche gesamt:	ca. 45.750 m²
Bestehende Grünflächen:	ca. 1.175 m²
Neue und neu bepflanzte Grünflächen:	ca. 605 m²
Einzeilbäume zw. Stellplatzzeilen, Bestand: 69 St. á 2 m²	138 m²
Einzeilbäume zw. Stellplatzzeilen, neu: 23 St. á 2 m²	46 m²
Extensive Dachbegrünung OBI:	ca. 3.830 m²
Summe gerundet:	ca. 5.795 m²
entspricht: ca. 12,7% Grünflächenanteil	

nachbarn.

Flurstück 7212
FIM Grundbesitz 4 GmbH
Luitpoldstraße 48 b
96052 Bamberg

Flurstück 7209/2
Stadt Bamberg
Maximiliansplatz 3
96047 Bamberg

Flurstück 7064
Stadt Bamberg
Maximiliansplatz 3
96047 Bamberg

Flurstück 7190
Hofmann Grundstücksvermietung GbR
Hauptwachstraße 17
96047 Bamberg

Flurstüück 7205
Investum Objekt Laubanger 12 GmbH & Co KG
Am Floßssteig 9
82041 Oberhaching

planungsphase.

GENEHMIGUNGSPLANUNG

projekt.

LEZ - UMSTRUKTURIERUNG DER FACHMARKTZEILE
Flur-nr. 7209, Gemarkung Bamberg

Laubanger 14a
96047Bamberg

bauherr.

FIM IMMOBILIEN HOLDING GMBH
Luitpoldstraße 48b
96052 Bamberg

bearbeitung.

KELLERMANN LANDSCHAFTSARCHITEKTUR
Robert-Koch-Str. 13
91257 Pegnitz
fon (09241) 809545
fax (09241) 91588
email info@kellermann-landschaftsarchitektur.de

planungtitel.

FREIFLÄCHENGESTALTUNGSPLAN

BAYERISCHE ARCHITEKTENKAMMER KÖRPERSCHAFT DES ÖFFENTLICHEN RECHTS
LANDSCHAFTS-ARCHITEKT
182 345

erstellt.
07.07.2021

gezeichnet
Kellermann

maßstab.
1 : 500

AUSWIRKUNGSANALYSE UMSTRUKTURIERUNG GEWERBEGEBIETSSTANDORT LAUBANGER 14 A IN BAMBERG

AUFTRAGGEBER: FIM Unternehmensgruppe Bamberg

PROJEKTLEITUNG: Gabriele Ostertag
Dr. Gino Meier

München, den 28.04.2021

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche, weibliche oder diverse Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro München
Westenriederstraße 19
80331 München

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Tel 089 210 1992-22 / Fax 089 210 1992-10
gino.meier@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis Seite

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen 5

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung 5

2. Rechtsrahmen 8

2.1 Bauplanungsrechtliche Vorgaben 8

2.2 Interkommunale Abstimmungspflicht gemäß BauGB 9

2.3 Regionalplanung 9

2.4 Interkommunale Abstimmung gemäß ARGE-Vereinbarung B²H² 10

2.5 Einzelhandelskonzept der Stadt Bamberg 11

3. Marktentwicklungen 12

3.1 Lebensmitteleinzelhandel inkl. Getränke 12

3.2 Getränke 14

3.3 Zoofachmärkte 14

3.4 Sonderpostenmarkt / Nonfood-Discounter 15

3.5 Babyfachmarkt 17

3.6 Elektrofachmarkt 17

II. Konzentrationsgebot – Raumordnerische Kernregelung 20

1. Makrostandort Bamberg 20

2. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben 23

3. Bewertung des Konzentrationsgebotes 23

III. Integrationsgebot 24

1. Mikrostandort „Laubanger 14 a“ 24

2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben 27

3. Bewertung des Integrationsgebotes 28

IV. Kongruenzgebot – Zulässige Verkaufsfläche 29

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Bevölkerungspotenzial 29

2. Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet 31

3. Umsatzprognose 32

3.1 Methodik 32

3.2 Umsatzerwartung für die geplanten Märkte 32

3.2.1 Lidl Lebensmitteldiscounter 33
3.2.2 Getränkefachmarkt 33
3.2.3 Zoofachmarkt 34
3.2.4 Sonderposten / Nonfood-Discounter 35
3.2.5 Babyfachmarkt 35
3.2.6 Elektrofachmarkt 36

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben 36

5. Bewertung des Kongruenzgebotes 37

V. Beeinträchtigungsverbot 38

1. Projektrelevante Wettbewerbssituation 38
1.1 Wettbewerbssituation im Kerneinzugsgebiet (Zone I) 38
1.2 Wettbewerbssituation im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) 49
1.3 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes 50

2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben 52

3. Prognose und Bewertung möglicher Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO 52
3.1 Methodik 52
3.2 Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben 53
3.3 Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO 59

4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes 63

VI. Zusammenfassung 64

I. Grundlagen und Standortrahmenbedingungen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Die FIM Unternehmensgruppe ist Eigentümerin einer Bestandsimmobilie im Gewerbegebiet Laubanger, für das ein rechtskräftiger Bebauungsplan vorliegt und in der verschiedene großflächige Handelsnutzungen genehmigt wurden. Der Bebauungsplan wurde mehrfach durch städtebauliche Verträge ergänzt und soll nunmehr neu aufgestellt werden. Seit Mitte 2016 verfolgen die FIM Unternehmensgruppe und das Architekturbüro Bornhofen die Neugestaltung der Fachmarktzeile am Laubanger 14 a. Aktuell steht die Immobilie mit Ausnahme des Spielwarenfachmarktes Smyths (ca. 2.400 m² VK) leer.

Das Planungsrecht beschränkt aktuell die einzelnen Sortimente und legt die maximale Verkaufsfläche in Höhe von 7.205 m² fest. Gemäß „städtebaulichem Vertrag zur Nutzungsänderung von Drogeriemarkt in ‚TEDi', Grundstück Laubanger 14 a, 96052 Bamberg, Fl.-Nr. 7209 der Gemarkung Bamberg, Bauantrag Az: 656/15" vom 04.02.2016 sind folgende Sortimente bzw. Betriebstypen zugelassen:

Tabelle 1: Zulässige Sortimente gemäß städtebaulichem Vertrag vom 04.02.2016

Nutzungen	Zulässige VK in m²
Spielwarenfachmarkt	2.100
Schuhfachmarkt (discountiert)	500
Sportfachmarkt	980
Textilfachmarkt	860
Lebensmitteldiscounter	720
Bäckerei	30
Spirituosen / Getränkemarkt	390
Elektrofachmarkt	2.050
Bettenfachmarkt	920
Babyfachmarkt	350
Drogeriefachmarkt	420
Weitere zulässige Sortimente - Tiere, Zooartikel, Tierpflegemittel, Tiernahrung - Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf - Elektrogroßgeräte, Herde, Öfen (weiße Ware) - Büromaschinen, Büroorganisationsmittel - Möbel / Kücheneinrichtungen / Büromöbel - Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel - Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge - Badeeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär/Fliesen - Rollläden, Gitter, Markisen - Teppiche/Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf - Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen - Sportgroßgeräte, Fahrräder u. ä. - Brennstoffe / Mineralölerzeugnisse - Motorräder/ Mopeds, Kfz-Zubehör, Motorrad- und Fahrradzubehör, Rasenmäher	pro Handelsgeschäft maximal 800 m² VK zulässig

Quelle: Stadt Bamberg, städtebaulicher Vertrag 2016

Vorstehende Einzelsortimente sind als Flächenkontingent zu verstehen und können infolge der „Verkaufsflächendeckelung“ nicht vollumfänglich angesiedelt werden. Sie lassen sich unter Zugrundelegung der aktuell gültigen Sortimentsliste des Einzelhandelskonzepts der Stadt Bamberg aus dem Jahr 2015 hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz wie folgt einordnen:

Tabelle 2: Einordnung der zulässigen Sortimente nach Zentrenrelevanz

Zentrenrelevanz der Sortimente	aktuell zulässige VK in m²
Zentrenrelevante Sortimente	7.760
Nahversorgungsrelevante Sortimente	1.560
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	-
Summe	**9.320***

* Festlegung einer Verkaufsflächenobergrenze in Höhe von maximal 7.205 m² gemäß Bebauungsplan

Quelle: GMA-Einordnung gemäß Sortimentsliste des Einzelhandelskonzepts der Stadt Bamberg aus 2015

Im Einvernehmen mit der Stadt Bamberg soll der Bebauungsplan mit dem Ziel neu aufgestellt werden, langfristig funktionierende Nutzungen bei städtebaulicher Verträglichkeit zu ermöglichen. Mit dem Discounter Lidl steht ein potentieller Anbieter fest, darüber hinaus wurden noch keine Betreiber festgelegt. Der heute schon ansässige Spielwarenfachmarkt plant eine Reduktion seiner Verkaufsflächen um ca. 800 m² (Auslistung Babysortimente).[1]

Die Summe der nachfolgend aufgeführten Einzelflächen liegt über der maximal zu realisierenden/zulässigen Verkaufsfläche von 7.205 m². Die Aufzählung ist folglich als Flächenpool zu verstehen; das nachstehende Nutzungsportfolio kann nicht vollständig in den dargestellten Größenordnungen realisiert werden. Vielmehr handelt es sich um erste Überlegungen des Investors, um die Flexibilität hinsichtlich der Vermarktung bzw. Vermietung der Flächen zu erhalten. Dementsprechend wird im vorliegenden Gutachten von einer sortimentsspezifischen Obergrenze im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung ausgegangen.

Folgendes Nutzungskonzept wird auftragsgemäß als Grundlage für das spätere Genehmigungsverfahren geprüft:

- **Lidl:** ca. 1.300 m² VK
- **Getränkemarkt:** ca. 800 m² VK
- **Tierfutterfachmarkt**: ca. 800 m² VK (Anbieter steht noch nicht fest, absprachegemäß Prüfprogramm anhand der Sortimentsstruktur von Fressnapf)
- **Nonfood-Discounter**: ca. 1.000 m² VK (Anbieter steht noch nicht fest, Prüfprogramm anhand der Sortimentsstruktur Tedi (bis 2020 am Standort ansässig)
- **Babyfachmarkt**: ca. 800 m (Anbieter steht noch nicht fest, Prüfprogramm anhand der Sortimentsstruktur eines typischen Babyfachmarktes, z. B. Baby One).
- **Elektrofachmarkt:** ca. 2.400 m² VK (Anbieter steht noch nicht fest, absprachegemäß Prüfprogramm anhand der Sortimentsstruktur von MediMax)

Die zu prüfende Gesamtverkaufsfläche beträgt rd. 7.100 m² (ohne Bestand Smyths[2]).

1 Auf diese Weise wird eine flächenneutrale Umstrukturierung des Baby- und Kindersortiments am Standort „Laubanger 14 a“ erreicht (Flächenreduktion Smyths, Ansiedlung Babyfachmarkt).

2 Die Wettbewerbseffekte wurden bereits am Markt abgearbeitet und sind vor allem nach der geplanten Verkaufsflächenreduktion auf ca. 1.600 m² nicht untersuchungsrelevant.

Hinsichtlich der Zentrenrelevanz der künftigen Sortimente zeigt Tabelle 3 eine Verschiebung der geplanten Sortimentsstruktur in Richtung nicht-zentrenrelevante Sortimente bei gleichzeitiger Reduzierung der möglichen Anteile zentrenrelevanter Sortimente, was den Zielsetzung des städtischen Einzelhandelskonzepts von Bamberg aus dem Jahr 2015 sowie den Zielsetzungen des sich aktuell in Fortschreibung befindlichen Interkommunalen Entwicklungskonzepts der Besonderen Arbeitsgemeinschaft „B²H²“ bzgl. zentrenrelevanter Sortimente Rechnung trägt. Die anteilige Erhöhung nahversorgungsrelevanter Sortimente dient der Anpassung der Verkaufsflächen an zeitgemäße Betriebskonzepte des Lebensmitteleinzelhandels. Insgesamt stehen die Revitalisierung der Gesamtimmobilie und seine Anpassung an marktfähige Strukturen sowie die Behebung eines städtebaulichen Missstandes im Fokus.

Tabelle 3: Einordnung der geplanten Sortimente nach Zentrenrelevanz

Zentrenrelevanz der Sortimente	aktuell zulässige VK in m²	geplante VK in m²
Zentrenrelevante Sortimente	7.760	5.800*
Nahversorgungsrelevante Sortimente	1.560	2.100
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	-	800
Summe	**9.320****	**8.700****

* inkl. Bestand Spielwarenfachmarkt Smyths mit künftig 1.600 m² VK

** Festlegung einer Verkaufsflächenobergrenze in Höhe von maximal 7.205 m² gemäß Bebauungsplan

Quelle: GMA-Einordnung gemäß Sortimentsliste des Einzelhandelskonzepts der Stadt Bamberg aus 2015

In Summe werden die Planverkaufsflächen wie folgt aufbereitet: Sortimente, für die keine kritische Masse erreicht wird, werden nicht weiter untersucht. Die untere Untersuchungsschwelle wurde im Einvernehmen mit der Stadt Bamberg bestimmt (Aufgreifschwelle pro Einzelsortiment ab 200 m²).

Tabelle 4: Verkaufsflächen nach Anbietern in m²

Sortimente	Lidl*	Getränke-fachmarkt	Zoofach-markt	Nonfood-Discounter	Babyfach-markt	Elektro-fachmarkt	insgesamt
	in m²						
Lebensmittel	900	-	-	< 50	< 50	-	< 1.000
Getränke	200	800	-	-	-	-	1.000
Tierbedarf	50	-	600	-	-	-	650
Drogeriewaren	100	-	50	< 100	< 50	-	< 300
Zeitschriften, Bücher**	< 10	-	-	-	-	-	< 10
Schreibwaren, Spielwaren	< 10	-	-	< 200	120	-	< 330
Textil**	< 10	-	-	< 80	< 120	-	< 200
Schuhe**	< 10	-	-	-	-	-	< 10
Sport**	< 10	-	-	-	-	-	< 10
GPK, Haushaltswaren, Heimtextilien, Deko	-	-	-	< 320	< 50	-	< 400
Kinderwagen	< 10	-	-	-	250	-	< 260
Kindermöbel**	< 10	-	-	-	< 150	-	< 160
Elektrowaren	< 20					2.400	< 2.420
Sonstiges	< 30	-	150	< 250	< 50	-	< 500
Insgesamt	**1.300**	**800**	**800**	**1.000**	**800**	**2.400**	**7.100**

* Sortimente unterhalb der vereinbarten Aufgreifschwelle von 200 m² Verkaufsfläche (werden nicht weiter untersucht)

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021 auf Datenbasis des Auftraggebers

Bei dem Vorhaben handelt es sich unter Beachtung der Agglomerationsregelung um ein regionalbedeutsames Einzelhandelsgroßprojekt. Entsprechend sind die Auswirkungen des Vorhabens gemäß den landes- und regionalplanerischen Regelungen und somit die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Verträglichkeit zu prüfen und zu bewerten.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten:

- Rahmenbedingungen am Makrostandort Bamberg
- Städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes „Laubanger 14 a“
- Abgrenzung des Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenziale
- Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Bamberg und im Umland (Wettbewerbsanalyse) in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen
- Umsatzprognose und Umsatzherkunft für die projektrelevanten Nutzungen
- Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum
- Bewertung der raumordnerischen Beurteilungskriterien gemäß LEP Bayern 2020 bzw. Regionalplan Oberfranken-West unter Berücksichtigung der Agglomerationsregelung hinsichtlich
  - Konzentrationsgebot
  - Integrationsgebot
  - Kongruenzgebot
  - Beeinträchtigungsverbot.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechtsrahmen

2.1 Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:[3]

> *„1. Einkaufszentren,*
>
> *2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
>
> *3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

[3] Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017.

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutz-gesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

2.2 Interkommunale Abstimmungspflicht gemäß BauGB

Gemäß § 2 Abs. 2 BauGB sind die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden aufeinander abzustimmen. Dabei können sich Gemeinden auch auf die ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Obwohl wettbewerbliche Wirkungen zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen in der Leistungsfähigkeit führen können, schützt das interkommunale Abstimmungsgebot nicht den bestehenden Einzelhandel in den Nachbarkommunen vor Konkurrenz.

2.3 Regionalplanung

Der **Regionalplan Oberfranken-West** führt zum Thema Einzelhandel in Kapitel B II Gewerbliche Wirtschaft und Dienstleistungen, Punkt 3.4 Handel folgende Ziele und Grundsätze aus:[4]

3.4.1 (Z) Auf die Sicherstellung einer ausreichenden Warenversorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft durch den Handel in allen Teilen der Region soll hingewirkt werden.

3.4.2 (Z) Der Ausbau der Handelseinrichtungen soll insbesondere zur Stärkung Zentraler Orte sowie zur Verbreiterung des Arbeitsplatzangebots beitragen. Die städtebaulichen und infrastrukturellen Voraussetzungen dafür sollen verbessert werden.

3.4.3 (Z) Es soll darauf hingewirkt werden, dass eine ausreichende Vielfalt an mittelständischen Handelsbetrieben in der Region erhalten bleibt.

[4] In seiner gültigen Fassung vom 16.03.1995.

2.4 Interkommunale Abstimmung gemäß ARGE-Vereinbarung B²H²

Das Interkommunale Entwicklungskonzept der ARGE B²H² ist als ordnungspolitisches Instrument zur Umsetzung der ARGE-Ziele zu verstehen. In der ARGE-Vereinbarung[5] werden folgende Ziele formuliert, die mit Hilfe des Interkommunalen Entwicklungskonzeptes ihre Umsetzung finden sollen[6]:

- § 2 Zweck der Besonderen Arbeitsgemeinschaft

  „Die Besondere Arbeitsgemeinschaft besteht zum Zweck der interkommunalen Abstimmung der Einzelhandelsentwicklung und ggf. weiterer Wirtschafts- und Infrastrukturprojekte auf dem Hoheitsgebiet der Beteiligten."

- § 3 Ziele der Besonderen Arbeitsgemeinschaft

  Die Ziele der Besonderen Arbeitsgemeinschaft sind:

  *(1) die **Einheitlichkeit, Eindeutigkeit und Transparenz der Bewertungsrundlagen** für Einzelhandelsvorhaben zu gewährleisten (siehe §§ 13 bis 17),*

  *(2) eine **vertrauensvolle Zusammenarbeit** und kurze Kommunikationswege der Beteiligten,*

  *(3) ein **gemeinsames und abgestimmtes Auftreten** gegenüber Investoren, Projektentwicklern und Betreibern,*

  (4) eine Beschleunigung der Abstimmungs- und Genehmigungsverfahren,

  *(5) die **Anpassung der kommunalen Bauleitplanung** an die Ziele des interkommunalen Entwicklungskonzeptes Zug um Zug im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten sowie*

  *(6) die **Stärkung der Wirtschaftskraft der Region** im Allgemeinen.*

- § 4 Aufgaben der Besonderen Arbeitsgemeinschaft

  Zu den Aufgaben der Besonderen Arbeitsgemeinschaft gehören:

  *(1) die **Umsetzung des Interkommunalen Entwicklungskonzeptes** in der jeweils gültigen Fassung durch die Beteiligten, insbesondere die Anpassung der bestehenden Bauleitplanung, zu befördern und zu begleiten,*

  (2) das Prüf- und Moderationsverfahren wie in den §§ 12 bis 17 beschrieben durchzuführen und

  (3) Empfehlungen an die politischen Beschlussgremien der Beteiligten in Bezug auf abstimmungspflichtige Einzelhandelsvorhaben und Bauleitplanungen zu formulieren.

5 vgl. ARGE-Vereinbarung, Stand: Mai 2017.

6 Aktuell in Fortschreibung.

2.5 Einzelhandelskonzept der Stadt Bamberg

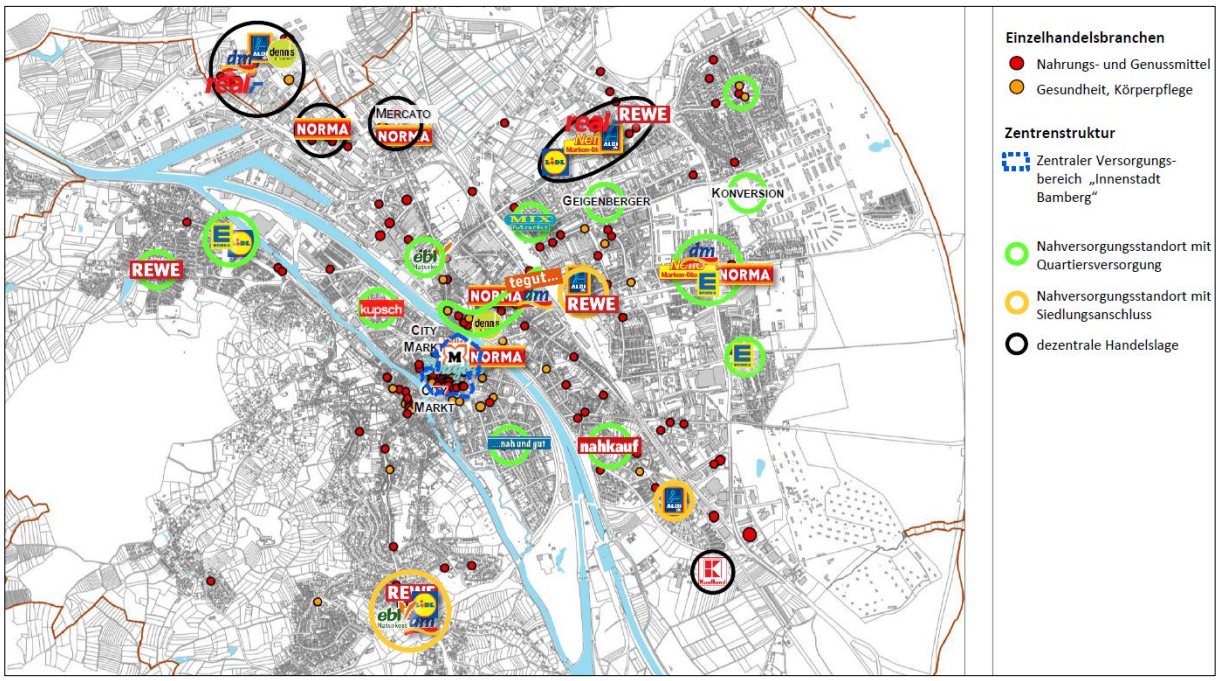
Das GMA-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bamberg aus dem Jahr 2015 wurde vom Stadtrat beschlossen und dient als Beurteilungsgrundlage für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet. Wesentliche Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sind

- die Stabilisierung und der Ausbau der oberzentralen Versorgungsfunktion von Bamberg,
- die Stärkung der Versorgungsbedeutung für die Region,
- die Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstrukturen im gesamten Stadtgebiet,
- die Stärkung der Bamberger Innenstadt als multifunktionales Zentrum sowie
- ihre Erhaltung und Weiterentwicklung zum Einkaufs-, Erlebnis-, Freizeit-, (Nah-)Versorgungs-, Dienstleistungs-, Gastronomie-, Tourismus-, Wohn- und Identifikationsort.

Auf Basis einer umfassenden Bestandsaufnahme und Bewertung der Einzelhandelssituation in Bamberg wurde mit der Bamberger Innenstadt der einzige zentrale Versorgungsbereich ausgewiesen. Ergänzt wird das hiesige Angebot durch Nahversorgungsstandorte und -lagen im gesamten Stadtgebiet sowie dezentrale Handelslagen (Vgl. Karte 1). Insbesondere der zentrale Versorgungsbereich „Einkaufsinnenstadt“ ist aus städtebaulicher Sicht als besonders schützenswert einzustufen.

Im Allgemeinen dienen Einzelhandelskonzepte grundsätzlich der räumlichen Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Durch ihren Beschluss durch das jeweilige kommunale Parlament werden sie zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und sind damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Karte 1: Standortstruktur der Stadt Bamberg gemäß Einzelhandelskonzept (2015)



Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Bamberg 2015, S. 70

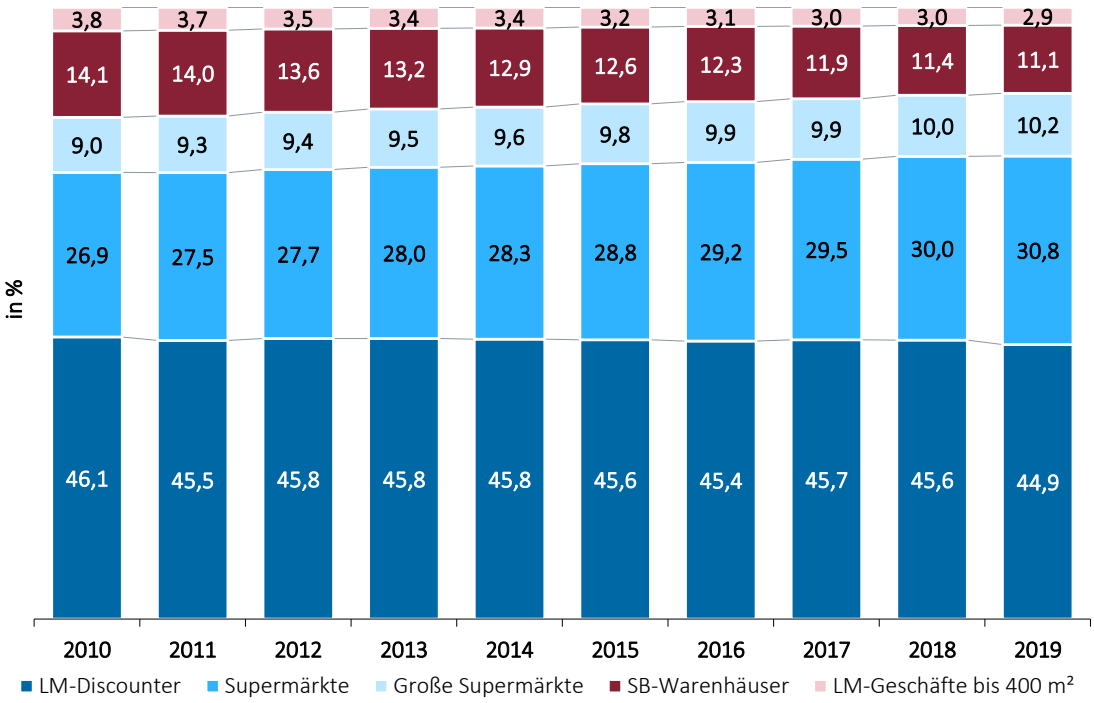
3. Marktentwicklungen

3.1 Lebensmitteleinzelhandel inkl. Getränke

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmitteldiscounter und (Große) Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2019



Quelle: GMA-Darstellung 2020 auf Basis EHI Europäisches Handelsinstitut (2020): Handelsdaten aktuell 2020

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:[7]

[7] vgl. EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2020): Handelsdaten aktuell 2020, S. 361.

Kleines Lebensmittelgeschäft
Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment[8] anbietet.

Lebensmitteldiscounter
Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II[9] führt.

Supermarkt/Lebensmittelvollsortimenter
Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt
Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus
Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird vor allem quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Lebensmitteldiscounter dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel an (vgl. Tabelle 5). Bei allen Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 5: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Discounter (∅ 793 m² VK)		Supermarkt (∅ 1.029 m² VK)		Großer Supermarkt (∅ 3.344 m² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76	8.995	76	15.730	63
Nonfood insgesamt	540	24	2.835	24	9.275	37
Nonfood I	*265*	*12*	*2.030*	*17*	*4.825*	*19*
Nonfood II	*275*	*12*	*805*	*7*	*4.450*	*18*
Insgesamt	**2.295**	**100**	**11.830**	**100**	**25.005**	**100**

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 auf Datenbasis EHI Europäisches Handelsinstitut (2020): Handelsdaten aktuell 2020

Lebensmittelvollsortimenter sprechen dabei mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung im Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an. Aktionswaren aus dem Nonfood-Bereich

8 Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

9 Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine untergeordnete Rolle, was sich auch in einem niedrigeren Umsatzanteil des Nonfoods ausdrückt (max. 15 %).

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. „Aktionswaren", zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen. **Das Planvorhaben Lidl ist diesem Betriebstyp zuzuordnen.**

3.2 Getränke

Getränkefachmärkte werden in Deutschland entweder als eigenständige Getränkeabholmärkte (überwiegend Filialen) oder als in einem Lebensmittelmarkt integrierte Getränkeabteilung betrieben. Etwa ein Drittel des Gesamtumsatzes von Getränken in Deutschland entfällt auf die knapp 10.000 Abholmärkte.[10] Getränkemärkte offerieren hauptsächlich Kistenware mit Mehrwegflaschen von Wasser, Erfrischungsgetränken und leicht-alkoholischen Getränken (Bier etc.). Außerdem gehören Getränkedosen und Einwegflaschen mit Wein und Spirituosen zum Standardsortiment. Das Kernsortiment wird zumeist ergänzt durch Tabakwaren sowie „Party-Artikel" wie salzige Snacks, Einweggeschirr, Tischdekoration, Grillkohle etc. [11].

Inhabergeführte Betriebe profilieren sich teilweise zusätzlich durch Dienstleistungen (z. B. Abhol- und Lieferdienste, Vermietung von Zapfanlagen, Bierbänken / -tischen). Insgesamt besteht der größte Teil des Sortiments aber in allen Getränkemärkten aus nahversorgungsrelevanten Waren.

Typische Getränkemärkte (sowohl filialisiert als auch integriert in Lebensmittelmärkten) umfassen, einschließlich Leergutannahme, ca. 400 – 1.200 m² VK.

3.3 Zoofachmärkte

Zoofachmärkte sind Märkte für den Vertrieb von Tiernahrung und Zubehör. Diese verstehen sich als primär discountorientierte Fachmärkte, die eine durchschnittliche Artikelzahl von 7.000 – 10.000 Artikel anbieten. Bevorzugt werden auf Grund der Artikelgrößen (größere Gebinde) autokundenorientierte Standortlagen gewählt.

Das **Sortiment** des Zoofachhandels umfasst üblicherweise Ausstattung, Zubehör und Futter für Heimtiere, also Hunde, Katzen, Kleinnagetiere, Ziervögel, Zierfische und exotische Kleintiere (z. B. Reptilien, Amphibien, Spinnen). Bei Zoofachmärkten bzw. in den Abteilungen in Bau- bzw. Gartencentern sind darüber hinaus auch Lebendtiere und Spezialprodukte wie z. B. Tiermöbel im Sortiment, weshalb die Unternehmen auch steigende Flächenansprüche für Präsentationsflächen in ihren Märkten haben (Aquarien, Kratzbäume, Ställe, Käfige usw.).

Als weiteres Kennzeichen des Sortimentsbereichs Heimtier- und Zooartikel kann die starke Konzentration auf einige wenige Anbieter genannt werden. Hinsichtlich der **Distributionsstrukturen**

[10] Quelle: Bundesverband des deutschen Getränkefachgroßhandels e. V.: Gemeinsame Presseerklärung vom 20. März 2020: Getränkeversorgung ist gesichert

[11] In Getränkemärkten, die als Fachabteilung von Lebensmittelmärkten betrieben werden, sind diese ergänzenden Sortimente i. d. R. in den übrigen Bereichen des Lebensmittelmarkts vorhanden.

stellt zum einen der konventionelle Lebensmittel- und auch Drogerieeinzelhandel die Hauptvertriebslinie im Bereich Futtermittel dar. Zum anderen ist das Fachmarktsegment auf einige wenige Anbieter wie z. B. Fressnapf, Zoo & Co., Futterhaus und Kölle Zoo konzentriert. Darüber hinaus profilieren sich insbesondere Baumärkte und Gartencenter als Betreiber größerer Zooabteilungen.

Der Markt für Heimtierbedarf ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Etwa 34 Mio. Heimtiere lebten in Deutschland (ohne Zierfische und Terrarientiere). In etwa 45 % aller Haushalte in Deutschland werden Tiere gehalten. Nach Angaben von Fachverbänden war im Markt für Heimtierbedarf und Heimtierfutter in den letzten Jahren ein kontinuierliches Umsatzwachstum zu verzeichnen.

Der **Gesamtumsatz** in diesem Marktsegment belief sich im Jahr 2019 auf rd. 5,46 Mrd. € (davon ca. 3,31 Mrd. € für Heimtierfertignahrung, ca. 1,02 Mrd. € für Heimtierbedarfsartikel und Zubehör und rd. 0,63 Mrd. € im Onlinehandel). Der Markt für Heimtierfutter wird dominiert durch die Vertriebswege des Lebensmitteleinzelhandels und der Drogeriemärkte, die einen Marktanteil von etwa 62 % erzielen konnten. Bei Bedarfsartikel und Zubehör werden rd. 79 % der Umsätze im Fachhandel erwirtschaftet.[12]

Als wichtigste Vertreter der Zoofachmärkte, die überwiegend im Franchisesystem operieren, sind die Unternehmen

- Fressnapf
- Egesa Zookauf / Zooma
- Das Futterhaus
- Kölle Zoo
- Zoo & Co

anzuführen, die mit preisaggressiven Fachmärkten diesen Absatzkanal dominieren.

Die 1990 in Erkelenz gegründete Fachhandelskette Fressnapf ist als Franchise-System mit rd. 1.460 Märkten (davon rd. 900 in Deutschland)[13] heute Marktführer in Europa und setzt jährlich mehr als 2 Mrd. € um. Zur Fressnapf-Gruppe gehören ebenfalls die Reitsportmärkte von Equiva. Die Kernmarke Fressnapf bietet eine Auswahl von mehr als 10.000 Artikeln an, größere Märkte (etwa ab 1.500 m²) firmieren unter Fressnapf XXL.

3.4 Sonderpostenmarkt / Nonfood-Discounter

Sonderpostenmärkte stellen eine besondere Form des Einzelhandels dar, weshalb eine allgemeingültige Definition des Betriebstyps in der Handelswissenschaft nicht vorliegt.

Bei den Sonderpostenmärkten handelte es sich ursprünglich um eine Transaktionsform aus dem zwischenbetrieblichen Handel. Weit verbreitet ist der Zwischenhandel mit Konsumgütern zeitlich begrenzter (z. B. saisonaler) Nachfrage, speziell bei Oberbekleidung, Schuhe und Accessoires. Als spezielle Form hat sich in den vergangenen Jahren der Sonderpostenmarkt oder Restpostenmarkt entwickelt. Dies hat seine Gründe u. a. in dem Wunsch der Händler und Hersteller neue Absatzwege für Überproduktionen, Retouren usw. zu erschließen.

12 Quelle: Zentralverband zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V. (2020): Der deutsche Heimtiermarkt - Struktur und Umsatzdaten 2019.

13 Stand 2017, Quelle: www.fressnapf.com/de/über-uns/daten-fakten, Abrufdatum:02.08.2019

Ein Restposten- oder Sonderpostenmarkt ist als discountorientierter Fachmarkt einzustufen, der nicht an speziellen Warengruppen oder Bedarfsbereichen ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für eine spezielle Zielgruppe anbietet. Das Sortiment lässt sich in der Regel nicht eingrenzen, sodass zwischen den einzelnen Anbietern lediglich eine Unterscheidung über den Preis (z. B. 1-Euro-Shops) möglich ist. Namhafte Vertreter des Betriebstyps Sonderpostenmarkt sind Action, MäcGeiz, TEDi, Pfennigpfeiffer oder Thomas Philipps. Die Verkaufsflächengrößen variieren stark und liegen in der Regel zwischen 300 und 3.000 m².

Aufgrund des vielfältigen und ständig wechselnden Sortiments ist die Einordnung eines Restpostenmarktes nicht ohne weiteres möglich. Die gängige Definition der Zentren- bzw. Innenstadtrelevanz anhand des Sortiments ist nicht zielführend, da sich dieses regelmäßig verändert und sowohl zentrenrelevante als auch nicht-zentrenrelevante Warengruppen beinhaltet. Eine Definition auf dieser Grundlage wäre demnach lediglich eine Momentaufnahme. Entsprechend ist es sinnvoller zur Beurteilung der Zentrenrelevanz weitere Kriterien heranzuziehen. Dazu zählen die Flächenansprüche der Betriebsform Restpostenmarkt, die Attraktivität für innerstädtische Lagen, die Bedeutung als Frequenzbringer oder mögliche Synergieeffekte zu anderen Betrieben der Innenstadt. Diese Kriterien können unter dem Oberbegriff der städtebaulichen Qualitäten bzw. Anforderungen an eine funktionsfähige und attraktive Innenstadt zusammengefasst werden. Innenstädte zeichnen sich mit Blick auf den Einzelhandel in der Regel durch einen differenzierten Branchenmix und die Existenz qualitativ hochwertiger Fachgeschäfte aus. Diese Geschäfte setzen neben der Qualität der angebotenen Waren auf eine individuelle Kundenansprache und eine hohe Beratungsleistung u. a. durch geschultes Personal.

Ein Restpostenmarkt erfüllt diese Kriterien nicht. Beratungs- oder Serviceleistungen werden nicht angeboten. Da Restpostenmärkte zudem im Vergleich zu Fachgeschäften und gängigen Filialisten überwiegend Waren aus dem untersten Preissegment anbieten, stehen diese nicht in einem direkten Wettbewerb zueinander. Sie verfolgen vielmehr eine Kundenansprache, die über den geringen Preis und die meist minderwertige Qualität der Waren erfolgt. Damit konkurrieren die Märkte vornehmlich mit ähnlichen Anbietern und den Randsortimentsabteilungen von Möbeldiscountern und Baumärkten, die ähnliche Produkte in ähnlichen Preisklassen anbieten (oder z. B. mit den Aktionswaren bei Lebensmitteldiscountern). Aufgrund des Geschäftsmodells sind lediglich geringe Gewinnspannen möglich, sodass in der Regel stark frequentierte und damit teure Einzelhandelslagen gemieden werden. Folglich befinden sich Restpostenmärkte überwiegend in sogenannten B- oder C-Lagen sowie in städtebaulichen Randlagen – also Einzelhandelsbereichen, die von Kunden weniger stark frequentiert werden. Die Gründe dafür können vielfältig sein (mangelnde Aufenthaltsqualität, Fehlen attraktiver Einzelhandelsangebote etc.). Dort bilden sie häufig einen Standortverbund mit weiteren Billiganbietern oder Angeboten aus nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereichen. Dementsprechend besitzt ein Restpostenmarkt keine Relevanz als Frequenzbringer oder Magnetbetrieb. Auch Synergieeffekte, von denen andere Betriebe profitieren könnten, treten nicht auf.

Aufgrund dieser Eigenschaften werden Restpostenmärkte folgerichtig als Indikator für innerstädtische „trading-down-Effekte“ eingeordnet. Mit Blick auf die Funktionsfähigkeit und Aufrechterhaltung der Attraktivität von Innenstädten sollte eine Ansiedlung entsprechender Billiganbieter in zentralen Standortlagen vermieden werden. Folglich sind Restpostenmärkte unabhängig von den angebotenen Sortimenten aufgrund ihres Betriebstyps in der Innenstadt nicht wünschenswert. Der Betriebstyp Restpostenmarkt steht daher im Widerspruch zur üblichen Klassifizierung von zentrenrelevanten bzw. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Zen-

trenrelevante Sortimente werden regelmäßig so definiert, dass sie die Attraktivität der Innenstadt fördern. Genau dies tut ein Restpostenmarkt in der Regel jedoch nicht. Er ist vielmehr ein Zeichen von Abwertung in der Innenstadt.

Insgesamt kann ein Sonderpostenmarkt somit nicht nach den klassischen Regeln in zentrenrelevante bzw. nicht-zentrenrelevante Sortimente aufgeteilt werden.

3.5 Babyfachmarkt

Babyfachmärkte sind in der Regel großflächige Einzelhandelsgeschäfte, die – je nach Anbieter und Verkaufskonzept – ein breites und tiefes Angebot weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet.

Die Vertriebskonzepte reichen von der Fokussierung auf Baby- und Kinderbekleidung (z. B. Ernsting's family) bis hin zu umfassenden Sortimentskonzepten aus dem gesamten Kleinkindbereich inkl. Möbel, Spielzeug, Kinderwägen und Zubehör (z. B. Baby One, Rofu Kinderland, Jako-o). Aufgrund der unterschiedlichen Sortimentszusammensetzungen sind Babyfachmärkte nicht ausschließlich den zentren- oder nicht-zentrenrelevanten Angebotsformaten zuzuordnen. Während kleinteilige Kinderbekleidungsbetriebe einen Schwerpunkt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich besitzen, werden bei größeren Fachmärkten große Teile der Verkaufsfläche mit nicht-zentrenrelevanten, großteiligen Artikeln belegt. Dabei stehen sie häufig im Wettbewerb mit Möbelhäusern, deren strategische Ausrichtung zunehmend auch umfassende Fachabteilungen aus dem Baby- und Kinderbereich vorsieht.

Aufgrund der zum Teil hohen Sortimentsbreite und -tiefe der in diesem Bereich tätigen Fach(markt)anbieter werden im Gegensatz zu distanzempfindlichen Sortimenten wie Nahrungs- und Genussmittel auch längere Anfahrtszeiten in Kauf genommen. Jedoch spielt auch der Onlinehandel für das Baby- und Kindersegment sowie damit in Verbindung stehende Sortimentsgruppen (z. B. Spielwaren) eine bedeutende Rolle.

3.6 Elektrofachmarkt

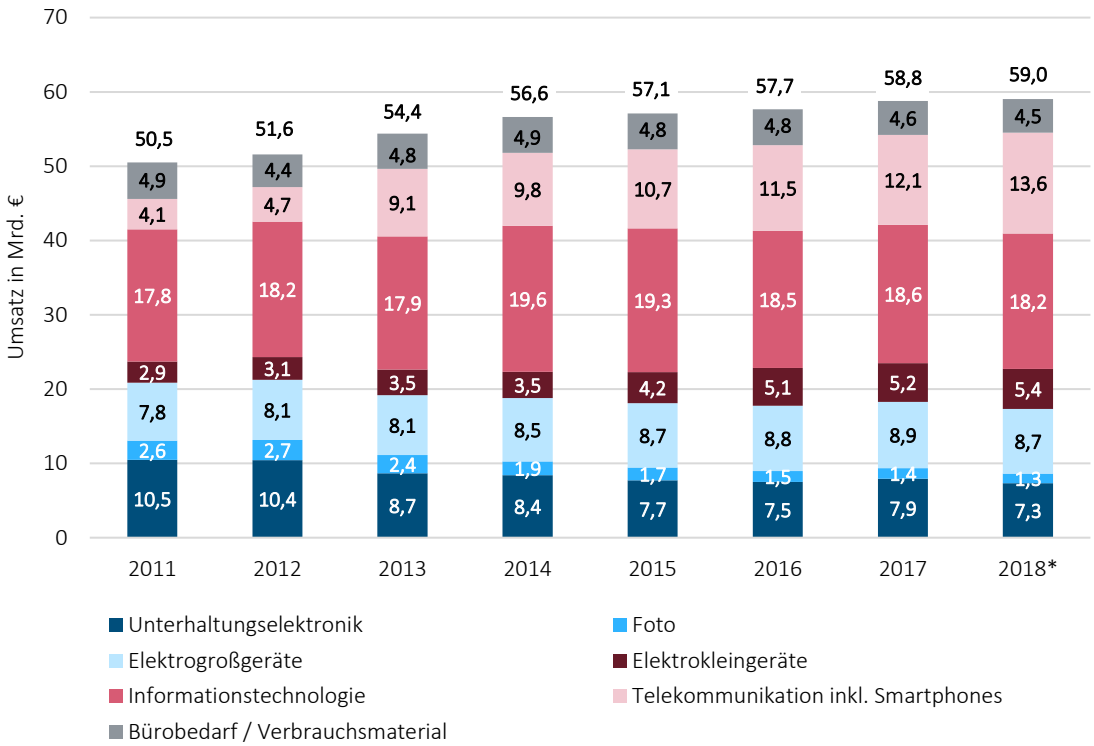
Die Einzelhandelsstrukturen im **stationären Elektrohandel** sind in Deutschland durch das Nebeneinander von Filialketten und Verbundgruppen geprägt, in denen sich selbständige, meist regional tätige Einzelhändler zu bundesweiten oder sogar international operierenden Einkaufskooperationen zusammengeschlossen haben. Neben Elektrofachgeschäften betreiben die Mitglieder der Verbundgruppen auch Elektrofachmärkte; hierzu zählen u. a. Expert, Medi-Max (EP) und Euronics. Neben den Verbundgruppen spielen im Markt der Elektrofachmärkte weiterhin Filialketten eine bedeutende Rolle. Hier sind insbesondere die Marktführer Media Markt und Saturn zu nennen.

Der Einzelhandel im Bereich Elektrowaren umfasste 2018 in Deutschland ein Umsatzvolumen von rd. 59,0 Mrd. €.[14] Damit konnte die Branche in den vergangenen Jahren kontinuierliche Umsatzsteigerungen realisieren (ca. + 2,4 % pro Jahr).

[14] Quelle: BVT, GfK Temax 2018.

- Größter Wachstumstreiber ist der Bereich **Telekommunikation**. Hier verdreifachte sich der Umsatz zwischen 2011 und 2018 nahezu auf jetzt ca. 13,6 Mrd. €. Nach Branchenangaben dürfte allein der auf Smartphones entfallende Anteil bei rd. 10 Mrd. € liegen.[15]
- Stark auf Wachstumskurs befindet sich auch der Markt für **Elektrogroß- und -kleingeräte**. Hier konnte das kumulierte Marktvolumen seit 2011 jährlich um ca. 4 – 5 % auf insgesamt rd. 14,1 Mrd. € im Jahr 2018 gesteigert werden. Zu den Wachstumstreibern der Branche gehört der Handel mit weißer Ware (vor allem Elektrogroßgeräte, Waschmaschinen etc.). Eine etwas moderatere Steigerung ist für den Bereich Elektrokleingeräte festzustellen. Nach Branchenangaben ist aber auch für die kommenden Jahre ein Ende des Wachstums noch nicht in Sicht.
- Starke Umsatzrückgänge verzeichneten dagegen im gleichen Zeitraum die Bereiche **Unterhaltungselektronik und Foto** (ca. - 4 % bzw. - 7 % pro Jahr). Trotz solider Nachfrage bei TV-Geräten macht vor allem das Smartphone als „Alleskönner“ Digitalkameras, Laptops und Mp3-Playern starke Konkurrenz. Mit zunehmender Marktsättigung bei Smartphones ist die weitere Entwicklung hier kaum abzuschätzen.

Abbildung 2: Technikumsätze in Deutschland nach Produktgruppen



* Prognosewerte

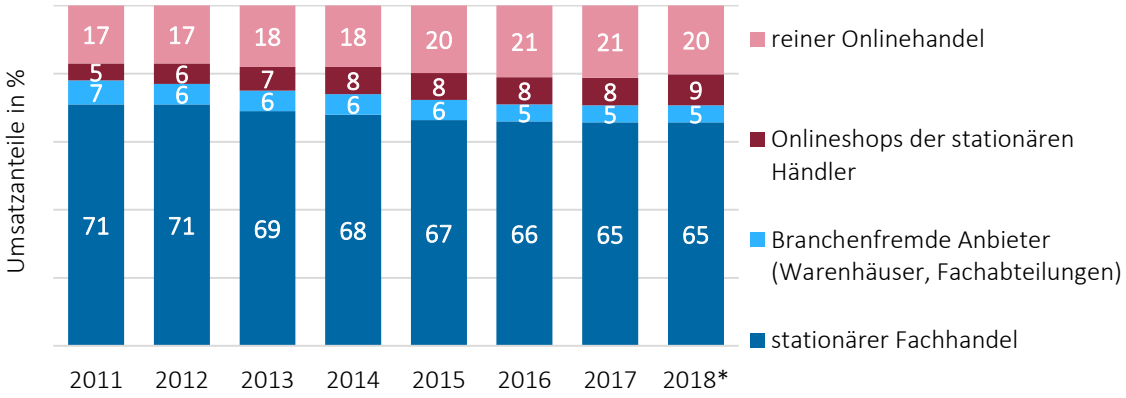
Quelle: GMA-Darstellung 2021 auf Datenbasis BVT-Fakten (2019): Das aktuelle Branchenbuch sowie Handelsverband Technik, GfK Temax 2011 – 2018

Kennzeichen der gesamten Branche ist der fortschreitende technische Wandel, der teilweise erhebliche Auswirkungen auf einzelne Marktsegmente hat. Die **starke Innovationskraft** der Branche führt zur ständigen Entwicklung neuer Produkte und somit zu vergleichsweise **kurzen Produktzyklen**.

[15] Quelle: Statista 2018.

Im Bereich des Elektrowarenhandels sind bereits seit Jahren sukzessive **Verschiebungen bei den Absatzwegen** zu beobachten. Während bis in die 1960er Jahre spezialisierte Fachhändler und Warenhäuser die verbeiteste Vertriebsform waren, konnten seither großflächige Elektrofachmärkte Marktanteile gewinnen (u. a. Marktführer Media Markt / Saturn). Seit einigen Jahren wird der Elektrohandel wird wie keine andere Einzelhandelsbranche durch den **Onlinehandel** beeinflusst. Je nach Zuordnung von Sortimentsbereichen und Quelle liegt der Marktanteil dieses Vertriebsweges in Deutschland bei ca. 20 – 26 %. Durch das zunehmende Marktgewicht am Elektrohandel führt der Onlinehandel bei Elektrofachmärkten u. a. bereits zu einer tendenziellen Verkaufsflächenreduzierung. Wurden vor wenigen Jahren durch große Fachmarktbetreiber noch Verkaufsflächen von min. rd. 1.500 m² angestrebt, werden inzwischen auch kleinere Verkaufsflächen realisiert.

Abbildung 3: Entwicklung der Umsatzanteile am Elektrowarenhandel nach Vertriebswegen 2011 – 2018



* Prognosewerte

Quelle: GMA-Darstellung 2021 auf Basis BVT-Fakten (2019): Das aktuelle Branchenbuch, S. 32; außerdem Handelsverband Technik, GfK Handelspanel

Leistungsfähige **Elektrofachmärkte** bieten heute ein **breites Spektrum** an Elektroartikeln sowie angrenzender Sortimentsbereiche an. Zu den wichtigsten Kern- und Randsortimenten gehören:

- Elektrogroßgeräte und Elektrokleingeräte (z. B. Kühlschränke, Herde, Mikrowellen; sogenannte „weiße Ware“)
- Unterhaltungselektronik (z. B. TV-Geräte, DVD-Player, Auto-Hifi; sogenannte „braune Ware“)
- Tonträger, Bildträger, Video- und PC-Spiele
- Computer und Zubehör sowie Peripheriegeräte (Drucker, Scanner, etc.)
- Telekommunikationsartikel und Mobilfunkgeräte
- Fotoartikel, inkl. Fotoentwicklungsdienstleistungen und Zubehör

Die Sortimentsbreite und -tiefe ist ein bestimmendes Merkmal der Kompetenz eines Elektrofachmarktes und auch seiner Wettbewerbsfähigkeit. Nur ein ausreichend tiefes und breites Sortiment ermöglicht eine große Marktreichweite und Marktbedeutung. In den letzten Jahren ist im Bereich der Elektrofachmärkte eine **zunehmende Veränderung der Sortimentsstruktur** zu erkennen, welche u. a. aus Diversifizierungsbestrebungen der Betreiber, technischen Entwicklungen sowie einem zunehmendem Margendruck in einzelnen Angebotssegmenten (z. B. PC-Bereich) resultiert.

II. Konzentrationsgebot – Raumordnerische Kernregelung

1. Makrostandort Bamberg

Zur Bewertung des Vorhabens sind folgende Rahmenbedingungen für den Makrostandort Bamberg zusammenfassend festzuhalten:

Tabelle 6: Wesentliche Standortmerkmale des Oberzentrums Bamberg

Standortkriterien	Merkmale Bamberg
Lage im Raum	▰ Lage zwischen den Oberzentren Bayreuth (ca. 50 km in östliche Richtung), Forchheim (ca. 25 km in südliche Richtung), Schweinfurt (ca. 50 km in westliche Richtung) und Coburg (ca. 40 km in nördliche Richtung) ▰ ländlich geprägte Region nahe dem Natur- und Tourismusraum „Fränkische Schweiz“
Landesplanerische Funktion	▰ Teil der Planungsregion Oberfranken-West ▰ Funktion eines Oberzentrums ▰ Auftrag: Versorgung der Bevölkerung in allen Teilräumen mit Gütern und Dienstleistungen des spezialisierten höheren Bedarfs in zumutbarer Erreichbarkeit[1] ▰ Einwohner im einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereich[2]: 350.020 Personen
Regionalplanerischer Nahbereich[3]	▰ Bamberg (rd. 76.310 Einwohner) ▰ Litzendorf (rd. 6.100 Einwohner)
Siedlungsstruktur	▰ kompakte Siedlungsstruktur westlich und östlich der Regnitz / des Main-Donau Kanals ▰ dicht bebauter historischer Stadtkern im Bereich der Wörth zwischen Altem Rathaus und Weegmannufer ▰ baulich stark verdichtetes Stadtgebiet im Norden, Bergstadtgebiet aufgelockert, z. T. dörfliche Prägung ▰ mehrere Gewerbe- und Industriegebiete an den Siedlungsrändern (z. B. Laubanger, Kirschäcker, Nürnberger Straße)
Demographie	▰ 76.310 Einwohner ▰ Bevölkerungsentwicklung 2011 – 2020: < 18 % (vgl. LK Bamberg: + 2,6 %)[4] ▰ aktive Wohnbaupolitik, u. a. Lagarde-Konversionsfläche

1 LEP Bayern 2020, (G) 2.1.8 Oberzentrum

2 Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern (Anhang zum LEP Bayern, Stand: 01.02.2019)

3 Regionalplan des Planungsverbandes der Region Oberfranken-West (aktuell gültige Fassung vom 16. 03.1995) in Verbindung mit Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Fortschreibung der Bevölkerung nach Gemeinden (Stand: 30.09.2020).

4 Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Fortschreibung der Bevölkerung nach Gemeinden (Stand: 31.12.2011 und 30.09.2020)

Fortsetzung auf nächster Seite

Standortkriterien	Merkmale Bamberg
Verkehrliche Erreichbarkeit	▰ unmittelbare Lage an Autobahnkreuz der A 70 (Richtung Bayreuth) und A 73 (Nürnberg – Coburg) ▰ mehrere regionalbedeutsame Bundesstraßen (B 4, B 22, B 26, B 505) ▰ eigener ICE-Haltepunkt der Deutschen Bahn (München – Nürnberg – Leipzig – Berlin) ▰ S-Bahn-Linie 1 des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg ▰ umfangreiches Stadtbus-Liniennetz
Wirtschaftsstandort	▰ rd. 57.455 sozvpfl. Beschäftigte am Arbeitsort[5] ▰ rd. 39.980 Einpendler und rd. 12.050 Auspendler (Saldo + 27.920 Personen)[5] ▰ Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen:[6] ▪ Land- und Forstwirtschaft, Fischerei: << 1 % ▪ Produzierendes Gewerbe: 32 % ▪ Handel, Verkehr, Gastgewerbe: 19 % ▪ Sonstige Dienstleistungen: 48 % ▰ Kaufkraftkennziffer (2020): 101,5[7]
Einzelhandelsstruktur	**Innenstadt (= zentraler Versorgungsbereich)** ▰ von Kettenbrücke im Norden über Weegmannufer bis Luitpoldbrücke, südlich hinunter entlang Willi-Lessing-Straße bis Schönleinsplatz, von dort parallel zur Langen Straße entlang bis linken Regnitzarm, von hier durch Universitätsviertel zurück bis Heumarkt und Kettenbrücke ▰ zusätzlich Bereiche „mit ergänzender Zentrumsfunktion“ ▰ Grüner Markt als zentrale Hauptlaufachse ▰ Einzelhandelsstandort mit oberzentraler Funktion aufgrund der Zahl der Betriebe, der Sortimentsstruktur, der städtebaulichen Kompaktheit, hohe Funktionsvielfalt ▰ individuelle und hochwertige Angebote häufig „in 2. Reihe“ ▰ insgesamt attraktives städtebauliches Ambiente ▰ kleinteilige Leerstände entlang der Hauptwachstraße und Lange Straße (= Potenzialflächen) ▰ Nahversorgungsfunktion für Innenstadtbewohner **Nahversorgungslagen** ▰ zahlreiche städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte über das Stadtgebiet verteilt **insgesamt drei größere gewerblich geprägte Siedlungsbereiche** ▰ Laubanger: regionalbedeutsamer Einkaufsstandort mit hoher Ausstrahlungskraft; v. a. Fachmarktangebote aus allen Bedarfsbereichen; autokundenorientiert; gemarkungsübergreifend mit Hallstadt; städtebaulich nicht integriert ▰ Kirschäcker: gewerblich geprägter Standort mit strukturprägenden Angeboten des Lebensmittelbereichs; städtebaulich nicht integriert; autokundenorientiert ▰ Nürnberger Straße: v. a. Angebot aus dem langfristigen Bedarfsbereich (u. a. Möbel); städtebaulich nicht integriert

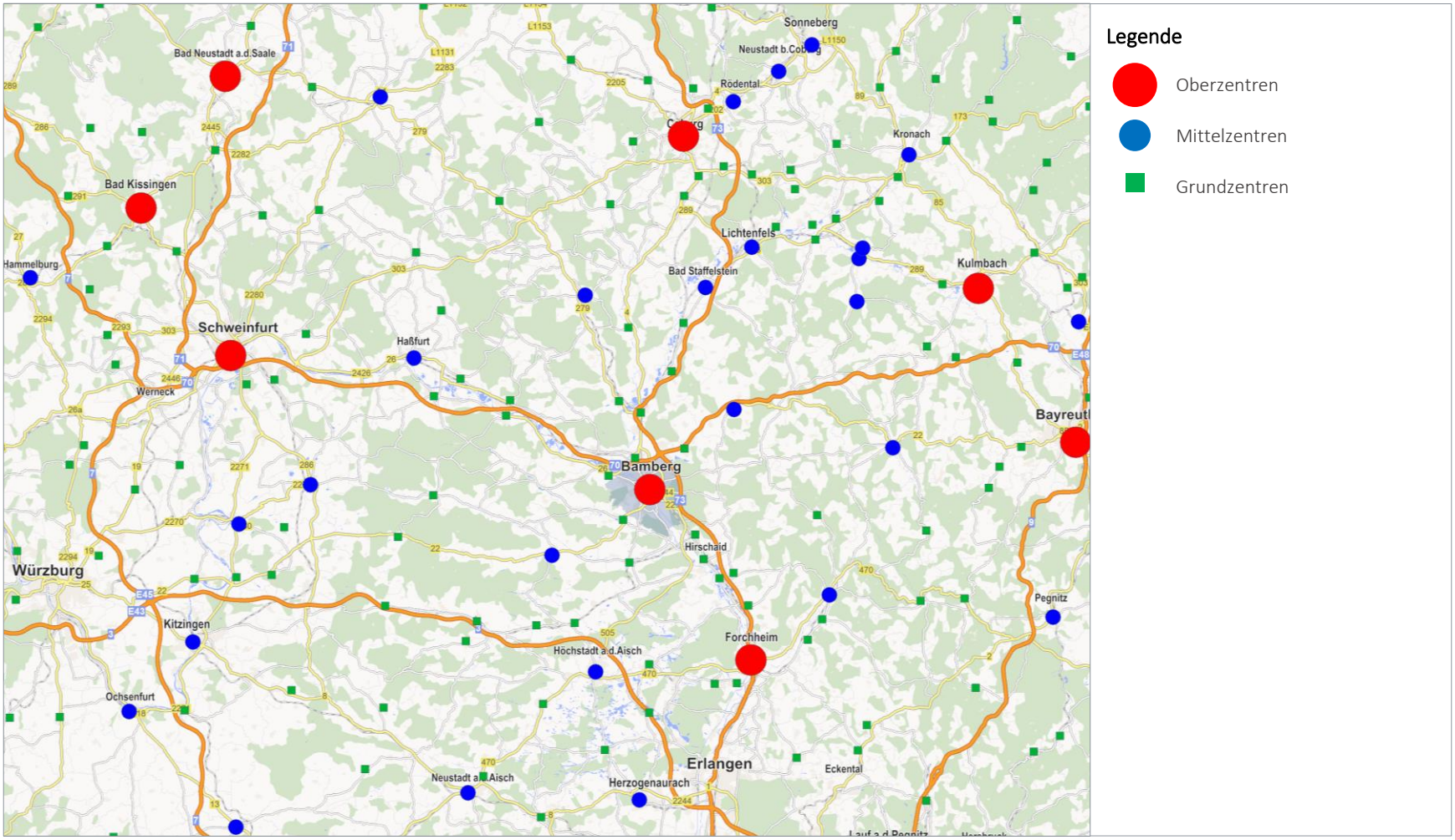
5 Bundesagentur für Arbeit (2020): Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik (Stand: 30.06.2020)

6 Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Statistik kommunal 2019 für die Stadt Bamberg, S. 8

7 MB Research (2020): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2020 in Deutschland

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Karte 2: Lage des Oberzentrums Bamberg und zentralörtliche Struktur der Region



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2021

2. Konzentrationsgebot – landes- und regionalplanerische Vorgaben

Zunächst ist in einem ersten Schritt zu bewerten, ob der Standort Bamberg unter landes- und regionalplanerischen Gesichtspunkten zur Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet ist. Hierfür ist das sogenannte „Konzentrationsgebot“ oder auch die „raumordnerische Kernregelung“ zu prüfen.

Maßgeblich hierfür ist Ziel 5.3.1 des Landesentwicklungsprogramms (LEP) Bayern 2020:

- Lage im Raum (LEP-Ziel 5.3.1)

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

Auch im Regionalplan Oberfranken-West[16] wird die oben genannte Regelung im Ziel 3.4.2 aufgegriffen („Stärkung Zentraler Orte“).

3. Bewertung des Konzentrationsgebotes

Der Projektstandort „Laubanger 14 a“ befindet sich in Bamberg, dem gemäß LEP Bayern 2020 sowie Regionalplan Oberfranken-West die Funktion eines Oberzentrums zugewiesen ist. Die Stadt Bamberg ist als Standort für Einzelhandelsgroßprojekte ausdrücklich vorgesehen.

Das LEP-Ziel 5.3.1 (Lage im Raum) wird durch das Vorhaben erfüllt.

[16] In seiner gültigen Fassung vom 16.03.1995

III. Integrationsgebot

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zu zentralen Versorgungsbereichen, Lage zu den Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgrades und seiner Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion zu beurteilen.

1. Mikrostandort „Laubanger 14 a“

Tabelle 7: Standortrahmendaten „Laubanger 14 a“

Standortkriterien	Merkmale Laubanger 14 a
Lage im Stadtgebiet	▰ dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lage im nördlichen Stadtgebiet von Bamberg ▰ im regional bedeutsamen Fachmarktstandort Laubanger (gemarkungsübergreifend mit Hallstadt) ▰ Fachmarktzeile gegenüber OBI Bau- und Handwerkermarkt ▰ zwischen den Straßen Laubanger – Dr.-Robert-Pfleger-Straße – Dürrseestraße
Baurechtliche Situation	▰ Geltungsbereich des qualifizierten Bebauungsplans Nr. 208 C (in Kraft seit dem 25.01.2012), Vorentwurf eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans 208 F (Neufassung) liegt vor ▰ Festsetzung eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 BauNVO (maximal zulässige Verkaufsfläche von 7.205 m²) ▰ grundsätzliche Bereitschaft der Stadt Bamberg zur Neustrukturierung des Vorhabenareals und Neuaufstellung des B-Plans

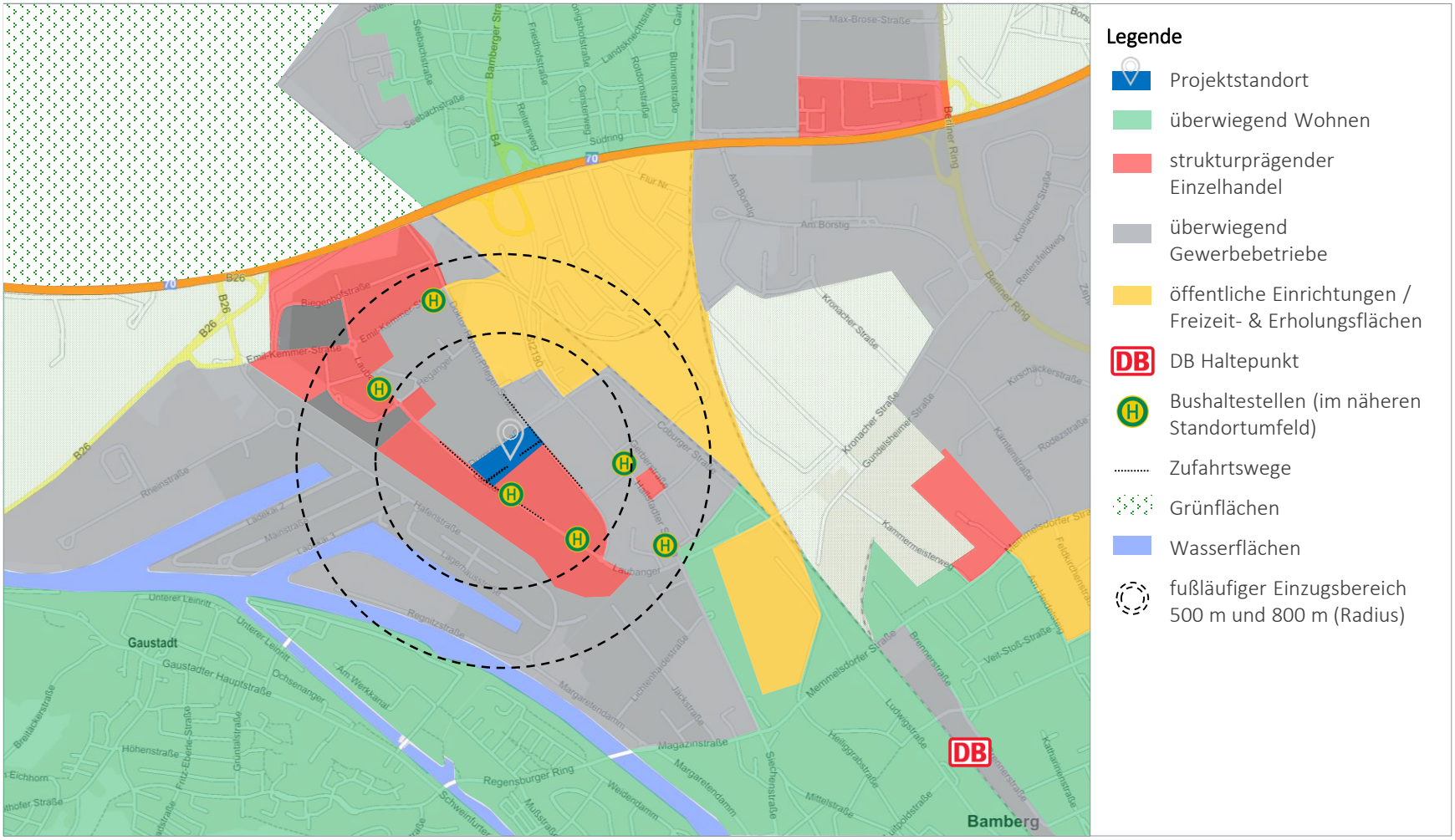
Quelle: Daten des Auftraggebers (2021): Vorentwurf zum vorhabenbez. Bebauungsplan 208 F „Laubanger-Einkaufs-Zentrum“

Fortsetzung auf nächster Seite

Standortkriterien	Merkmale Laubanger 14 a
Aktuelle Nutzungsstruktur	▰ in verschiedene Ladeneinheiten aufgeteilte, mittlerweile überwiegend leerstehende Fachmarktzeile ▰ Smyths Toys Superstore (Spielwarenfachmarkt) letzte verbliebene Nutzung (ca. 2.400 m² VK, Verkleinerung vorgesehen)
Standortumfeld	▰ gemeinsame Parkplatzanlage zwischen OBI Bau- und Handwerkermarkt und Vorhabenimmobilie zzgl. Parkierung auf Immobilie selbst ▰ Einzelhandelsnutzungen aus allen Bedarfsbereichen, darunter zwei Bau- und Handwerkermärkte, E-Center Birger, Drogeriefachmarkt, Trachtenmoden, zwei Fahrradfachmärkte, SB-Warenhaus, Elektrofachmarkt, Zoofachmarkt, ▰ Gewerbebetriebe, u. a. Baustoffe, Autohändler, Pharmaunternehmen, Natursteinwerk ▰ Industrieanlagen (Hafenbereich) ▰ kleinteilige Gastronomie-/Imbissangebote, Vergnügungsstätten (Wettbüro)
Verkehrliche Erreichbarkeit	▰ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Fachmarktstandortes Laubanger sowie des Vorhabenareals per Auto aus dem Bamberger Stadtgebiet bzw. dem überörtlichen Umland ▰ Autobahnanschlussstellen „Bamberg-Hafen“ sowie „Hallstadt“ in wenigen Kilometern Entfernung ▰ unkomplizierte Zu- und Abfahrt des Projektgrundstücks ▰ ÖPNV-Haltestelle „Laubanger OBI, Bamberg“ im unmittelbaren Standortumfeld (30-Minuten-Takt) ▰ fußläufige und Fahrraderreichbarkeit grundsätzlich gegeben, jedoch keine eigenen Radwege bzw. Straßenüberquerungshilfen im Standortumfeld ▰ hauptsächlich autoorientierte Lage, in der Praxis kein fußläufiges Aufsuchen des Standortes
Zusammengefasste Standortfaktoren	+ gute Sichtbarkeit + hohe Frequenz + überörtlich/regional/überregional bedeutsamer Einkaufsstandort „Laubanger“ + eingeführter Meso- und Mikrostandort + gute Erreichbarkeit + intensive Kopplungs- und Synergieeffekte durch benachbarte Einzelhandelsnutzungen möglich – lagebedingtes fehlendes Nahpotenzial infolge fehlender Wohngebiete im Standortumfeld – dichte Wettbewerbslandschaft – nachrangiger Standort aus Sicht des Einzelhandelskonzepts der Stadt Bamberg sowie des Interkommunen Entwicklungskonzepts der ARGE B²H² für Sortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs – aus versorgungsstruktureller Sicht allenfalls geringe Versorgungsfunktion

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Karte 3: Mikrostandort „Laubanger 14 a“ und bestehende Umfeldnutzungen



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2021

Vorhabenimmobilien Laubanger 14 a

Gegenüberliegender OBI Baumarkt

Spielzeugfachmarkt im Laubanger 14 a

Auffahrt zum Parkdeck

Quelle: GMA-Aufnahmen 2021

2. Integrationsgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Integrationsgebot ist auf das Ziel 5.3.2 des Landesentwicklungsprogramms (LEP) Bayern 2020 zurückzuführen:

- Lage in der Gemeinde (LEP-Ziel 5.3.2)

  „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 aufgrund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.“*

Nach der Begründung zum LEP sind städtebaulich integrierte Lagen

„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.

Direkt an einen Siedlungszusammenhang angrenzende Standorte sind nur dann städtebaulich integriert, wenn sie an einen Gemeindeteil anschließen, der nach Bevölkerungsanteil und Siedlungsstruktur einen Hauptort darstellt und in dem die Einrichtungen zur Deckung des wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Grundbedarfs für die Gemeindebevölkerung im Wesentlichen vorgehalten werden.“

3. Bewertung des Integrationsgebotes

Das Integrationsgebot ist wie folgt zu bewerten:

- Der Projektstandort „Laubanger 14 a“ befindet sich im nördlichen Stadtgebiet von Bamberg und schließt dort an einen „Gemeindeteil an, der nach Bevölkerungsanteil und Siedlungsstruktur einen Hauptort darstellt und in dem die Einrichtungen zur Deckung des wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Grundbedarfs für die Gemeindebevölkerung im Wesentlichen vorgehalten werden.“[17]
- Das Standortumfeld ist trotz intensiver Handelsnutzungen entlang der Straße Laubanger insgesamt als gewerblich geprägter Standortbereich ohne Wohngebietsbezug zu beschreiben und somit als städtebauliche Randlage von Bamberg einzustufen. Die vorgesehenen Nutzungen beinhalten auch Sortimente des Innenstadtbedarfs (u. a. Haushaltswaren, GPK beim Nonfood-Discounter; Baby- und Kleinkindbekleidung, Spielwaren des Babyfachmarktes) sowie Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs (Lebensmitteldiscounter, Getränkefachmarkt, Tierfutter des Zoofachmarktes).
- Gemäß LEP Bayern 2020 sowie den planerischen Grundlagen der Stadt Bamberg[18] sowie der Besonderen Arbeitsgemeinschaft Bamberg-Bischberg-Hallstadt-Hirschaid („B²H²“)[19] sind Einzelhandelsgroßprojekte mit Sortimenten des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarf in städtebaulich integrierten Lagen zu realisieren. Ausnahmen können an städtebaulichen Randlagen gemacht werden, wenn Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen.
- Für das Vorhaben ist relativierend festzuhalten, dass mit der Neustrukturierung der Fachmarktzeile „Laubanger 14 a“ kein neuer Standort im engeren Sinne etabliert wird, sondern bereits bestehende und genehmigte Nutzungen lediglich auf einem marktadäquaten Niveau nachgenutzt werden und somit einem städtebaulichen Missstand entgegen gewirkt werden soll.

Obwohl der Standort in Anbetracht seiner Lage ohne Anbindung an baulich verdichtete Siedlungsstruktur die **Anforderungen des LEP-Ziels 5.3.2 (Lage in der Gemeinde)** allenfalls in Teilen bzw. nicht erfüllen kann, wird mit der Wiederbelegung der bereits existierenden handelsorientierten Strukturen ein ortsbildprägender städtebaulicher Missstand behoben.

17 Vgl. LPE 2020

18 vgl. Einzelhandelskonzept der Stadt Bamberg (GMA, 2015), S. 71-73.

19 vgl. Vereinbarung zum Interkommunalen Entwicklungskonzept der ARGE B²H² (2011), S. 14 (aktuell in der Fortschreibung).

IV. Kongruenzgebot – Zulässige Verkaufsfläche

Für die Prüfung des sogenannten Kongruenzgebotes ist das erschließbare Einzugsgebiet und das dort vorhandene Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial zu ermitteln. Über das Marktanteilkonzept ist in einem weiteren Schritt die Umsatzprognose und letztlich die Umsatzherkunft vorzunehmen.

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Bevölkerungspotenzial

Die Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebietes stellt die wesentliche Grundlage für die Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft für das geplante Fachmarktzentrum in Bamberg dar. Es bildet gleichsam die Basis für die Umsatzprognose.

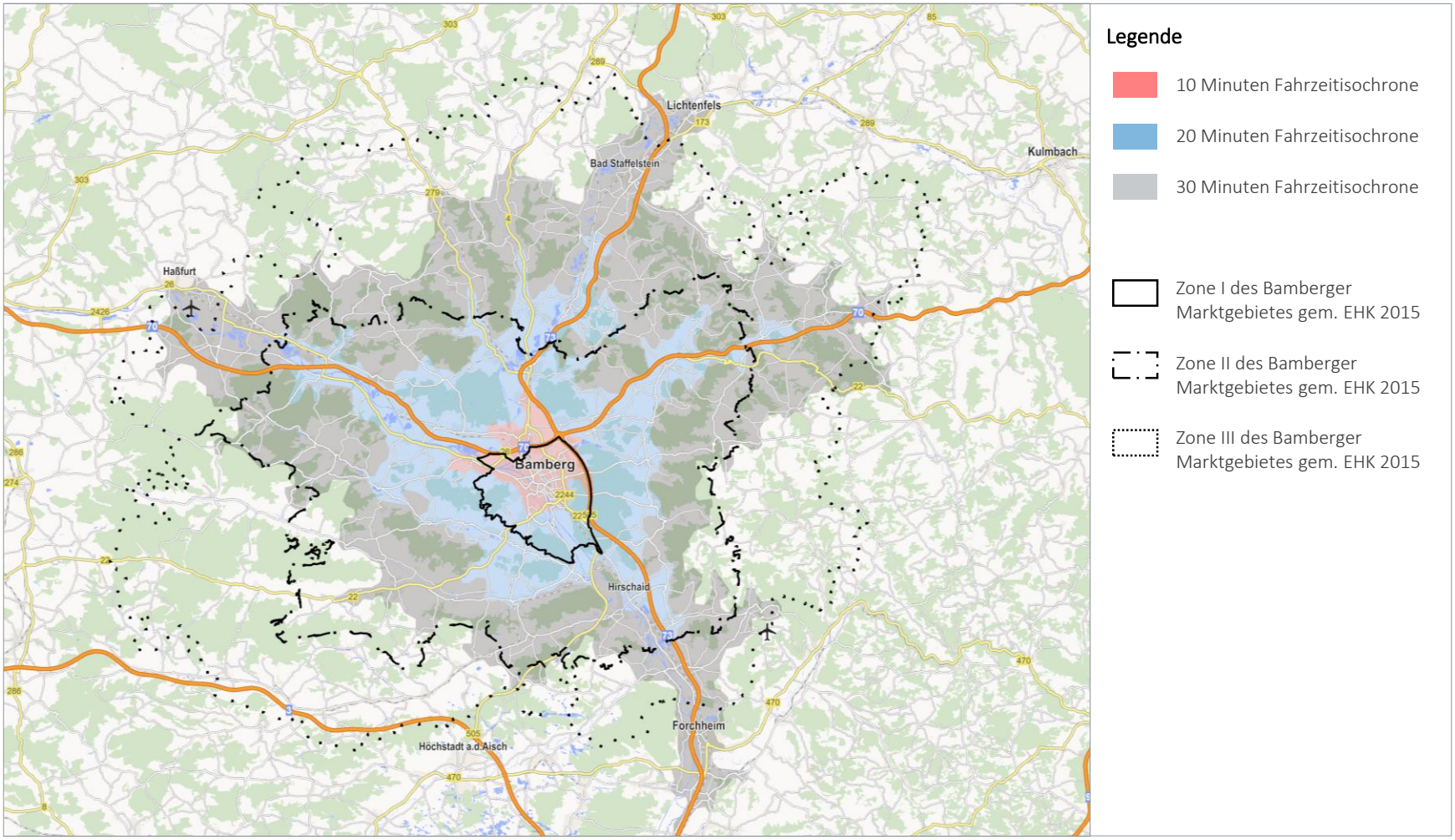
Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung der Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus nach Zonen untergliedern, aus denen eine gleichmäßig abgestufte Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei in der Regel von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit und Bewerbungskonzept der Betriebe usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung,
- Eigenschaften des Mikrostandortes unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen auf Basis von Fahrzeitisochronen / generelle Anziehungskraft des Mesostandortes „Gewerbepark Laubanger“
- projektrelevante Wettbewerbssituation (vor allem Lage und Erreichbarkeit anderer projektrelevanter Fachmärkte) / Filialnetz der Betreiber mit weiteren Filialstandorte in den Umlandkommunen
- Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte) sowie
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Bamberg und der Region.

Aufgrund der zu erwartenden großen Sortimentsbreite und -tiefe der geplanten Betriebe am Standort „Laubanger 14 a“ in Bamberg sowie infolge der schon heute bestehenden überregionalen Bedeutung des Gesamtstandortes „Gewerbepark Laubanger“ als Wirtschafts-, Arbeitsplatz- und Einkaufsstandort erschließt der geplanten Fachmarktzeile ein deutlich überörtliches Einzugsgebiet. Eine Annäherung an das Einzugsgebiet erfolgt zunächst anhand von Fahrzeitisochronen (10 bis 30 Minuten).

Karte 4: Einzugsgebiet des Vorhabens



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2021

Unter Berücksichtigung der Lage, der Wettbewerbssituation und des zu untersuchenden Vorhabens besteht das abgegrenzte Einzugsgebiet aus den **Kernzonen I und II des Bamberger Marktgebietes** (vgl. Karte 3)[20]; aufgrund der Lage des Vorhabens in dem gemeinsamen Fachmarktstandort „Laubanger" von Bamberg und Hallstadt wird auch die Stadt Hallstadt der Zone I des Einzugsgebietes zugerechnet.

Im abgegrenzten Einzugsgebiet leben aktuell rd. 203.160 potenzielle Kunden, die sich wie folgt verteilen (vgl. Tabelle 8):

Tabelle 8: Bevölkerung im Einzugsgebiet der geplanten Fachmarktzeile

Zone	Kommune	Einwohner
I	Bamberg, Hallstadt	85.830
II	Baunach, Bischberg, Breitengüßbach, Burgebrach, Buttenheim, Ebelsbach, Eltmann, Frensdorf, Gundelsheim, Hirschaid, Kemmern, Lauter, Lisberg, Litzendorf, Memmelsdorf, Oberaurach, Oberhaid, Pettstadt, Priesendorf, Scheßlitz, Stegaurach, Stettfeld, Strullendorf, Viereth-Trunstadt, Walsdorf	117.330
Einzugsgebiet insgesamt		**203.160**

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 in Verbindung mit dem Bayerischen Landesamt für Statistik (2020): Fortschreibung der Bevölkerung (Stand: 30.09.2020)

2. Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet

Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet erschließbaren Nachfragepotenziale wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Als Grundlage dienen aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes, die Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020 sowie GMA-Kaufkraftwerte.

Für die geplanten Nutzungen ist von folgenden jährlichen Pro-Kopf-Ausgaben differenziert nach Sortimenten auszugehen:[21]

- Nahrungs- und Genussmittel 2.516 €
- Getränke 497 €
- Zooartikel, Tierbedarf 58 €
- Sonderposten 435 €[22]
- Baby- und Kinderartikel 88 €
- Elektrowaren 486 €

20 vgl. Einzelhandelskonzept der Stadt Bamberg 2015, S. 42. Das Ferneinzugsgebiet der Stadt Bamberg (Zone III) wird nur von nachgeordneter Relevanz sein, da hier bereits ausgeprägte Einkaufsorientierungen an andere Zentren (z. B. Lichtenfels, Kulmbach, Bayreuth, Forchheim, Erlangen, Schweinfurt, Würzburg) eine wichtige Rolle spielen.

21 Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2020): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020, S. 15 ff.

22 Da für Sonderpostenmärkte seitens der „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020" keine Pro-Kopf-Ausgabewerte angegeben werden, werden GMA-eigene Pro-Kopf-Ausgabewerte für das Sonderpostensegment verwendet.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu beachten.[23] Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Bamberg bei 101,5 und damit über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). In den weiteren Gemeinden des Einzugsgebietes liegt der Kaufkraftkoeffizient zwischen 90,2 (Oberhaid) und 110,0 (Burgebrach).

Es lässt sich auf dieser Basis folgendes Kaufkraftpotenzial differenziert nach Zonen für die vorgesehenen Nutzungen berechnen:

Tabelle 9: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zone	Lebensmittel	Getränke	Zoologischer Bedarf	Sonderposten	Baby- und Kinderbedarf	Elektrowaren	Gesamt
		in Mio. €					
I	175,6	43,2	5,1	37,8	7,7	42,3	311,7
II	237,1	58,4	6,8	51,1	10,4	57,1	420,9
Gesamt	**412,7**	**101,6**	**11,9**	**88,9**	**18,1**	**99,4**	**732,6**

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

3. Umsatzprognose

3.1 Methodik

Die potenzielle Umsatzleistung der projektierten Fachmärkte wird anhand des **Marktanteilkonzepts** berechnet. Dieses stellt dem relevanten Angebot im Untersuchungsraum das für das Einzugsgebiet errechnete Nachfragevolumen (Kaufkraft) gegenüber. Allerdings lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. Mit der Frage, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und welche Folgen die Vorhabenrealisierung für die vorhandenen Wettbewerber hat, setzt sich die Betrachtung der Umsatzumverteilungen (vgl. Kapitel V.3) auseinander. Im Anschluss daran werden die möglichen städtebaulichen und versorgungsbezogenen Wirkungen analysiert.

Es ist bereits an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass das abgegrenzte Marktgebiet vor allem aufgrund der deutlich überörtlichen Ausstrahlungskraft und Bedeutsamkeit des Gesamtstandortes „Laubanger“ in dieser Form in die Untersuchung eingestellt wird. Die jeweiligen geplanten Angebote stellen mit Ausnahme des Babyfachmarktes jedoch reine Angebotsduplizierungen dar, die in Bamberg und Hallstadt im Allgemeinen, aber auch im Gewerbepark „Laubanger“ im Besonderen bereits mehrfach vorkommen. Die Nutzungen werden daher nur eine sehr geringe Marktdurchdringung realisieren können (= geringe Marktanteile), da zahlreiche Einkaufsalternativen bestehen.

3.2 Umsatzerwartung für die geplanten Märkte

Folgende **Umsatzprognosen** lassen sich für die einzelnen Fachmärkte anhand des Marktanteilkonzeptes ermitteln:[24]

[23] Quelle: MB Research, 2020. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

[24] Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens

3.2.1 Lidl Lebensmitteldiscounter

Tabelle 10: Umsatzerwartung Lidl Lebensmitteldiscounter (1.300 m² VK)

Zone	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-herkunft in %
Zone I	175,6	3 – 4	6,3	1,6	7,9	81
Streuumsätze			1,5	0,4	1,9	19
Gesamt			**7,8**	**2,0**	**9,8**	**100**

* Der Umsatzanteil im Nonfood-Bereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter Lidl rd. 20 %.

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Somit lässt sich für den geplanten Lebensmitteldiscounter von Lidl mit rd. 1.300 m² Verkaufsfläche eine Gesamtumsatzleistung von rd. 9,8 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen rd. 7,8 Mio. € auf den Food- und rd. 2,0 Mio. € auf den Nonfood-Bereich (Nonfood I und II).
- Unter Berücksichtigung der angestrebten Verkaufsfläche für den Lebensmitteldiscounter errechnet sich aus der vorstehenden Umsatzerwartung eine Flächenleistung von ca. 7.550 €/m² VK. Dieser Wert liegt geringfügig über dem Durchschnitt des Betreibers Lidl und ist auf Kopplungseffekte am Vorhabenstandort zurückzuführen.
- Höhere Umsätze sind hingegen nicht zu erwarten. Zum einen ist aufgrund der intensiven Wettbewerbssituation in Bamberg und Hallstadt in Verbindung mit den fehlenden Wohnanteilen im Standortumfeld kein nennenswertes Kundenpotenzial zu erschließen. Der Umsatz generiert sich vor allem aus Kunden, die ohnehin zum Einkaufen an den Laubanger fahren oder aufgrund anderer Einkaufsabsichten (z. B. Baumarkt) Lebensmittel noch mitnehmen (Kopplungseffekte; Berücksichtigung i. F. von Streuumsätzen). Darüber hinaus ist infolge der Distanzempfindlichkeit des Sortiments „Lebensmittel" keine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes zu erwarten. Kunden aus Bamberg, Hallstadt und den benachbarten Gemeinden verfügen über ein breites Angebot innerhalb eines engmaschigen Versorgungsnetzes im Kerneinzugsgebiet, sodass der zu untersuchende Lebensmitteldiscounter nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden muss. Es handelt sich um eine reine Angebotsduplizierung innerhalb des Kerneinzugsgebietes.

3.2.2 Getränkefachmarkt

Tabelle 11: Umsatzerwartung Getränkefachmarkt (800 m² VK)

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	43,2	3 – 4	1,5	94
Streuumsätze			0,1	6
Gesamt			**1,6**	**100**

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Für den geplanten Getränkefachmarkt mit rd. 800 m² Verkaufsfläche lässt sich eine Umsatzleistung von rd. 1,6 Mio. € ermitteln. Daraus ergibt sich eine Flächenproduktivität

von etwa 2.000 €/m² VK, was einer leicht überdurchschnittlichen Raumleistung für Getränkemärkte entspricht.

- Bei dem geplanten Getränkefachmarkt wird es sich um ein standardisiertes Marktkonzept handeln ohne „signifikante Besonderheiten". Die leicht überdurchschnittliche Umsatzleistung ist vor diesem Hintergrund insbesondere auf die günstigen Standortrahmenbedingungen zurückzuführen (u. a. Kopplungseffekte mit benachbartem Lebensmitteldiscounter).
- Der Umsatz wird dabei zu großen Teilen aus dem Kerneinzugsgebiet selbst generiert. Kunden von außerhalb werden hingegen nur in deutlich untergeordneter Form zu erwarten sein. Dies ist vor allem auf die spezifischen Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (weiterer Getränkefachmarkt im Laubanger, umfassende Getränkeabteilungen im benachbarten E-Center sowie bei real,-) sowie die Distributionsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel (Getränke als Teilsortiment jedes Lebensmittelmarktes) zurückzuführen.
- Auch bei dem geplanten Getränkefachmarkt handelt es sich um eine reine Angebotsduplizierung innerhalb einer bereits stark ausdifferenzierten Wettbewerbslandschaft.

3.2.3 Zoofachmarkt

Tabelle 12: Umsatzerwartung Zoofachmarkt (800 m² VK)

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	5,1	15	0,8	53
Zone II	6,8	9	0,6	41
Streuumsätze			0,1	6
Gesamt			**1,5**	**100**

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Der geplante Zoofachmarkt lässt eine Umsatzleistung von 1,4 – 1,5 Mio. € erwarten, was in Verbindung mit der vorgesehenen Verkaufsfläche einer Raumleistung in Höhe von rd. 1.900 €/m² VK entspricht.
- Aufgrund der Distributionsstrukturen im Zoosegment (Tierfutterabsatz überwiegend über den Lebensmitteleinzelhandel, Fachabteilungen in den umliegenden Bau- und Heimwerkermärkten) und der Wettbewerbssituation (Systemwettbewerber im unmittelbaren Standortumfeld, weitere Zoofachmärkte im Bamberger Stadtgebiet) ist von keiner übermäßigen Marktdurchdringung des geplanten Fachmarktes auszugehen.
- Höhere Umsätze als die oben dargestellte Prognose sind kaum zu erwarten.

3.2.4 Sonderposten / Nonfood-Discounter

Tabelle 13: Umsatzerwartung Nonfood-Discounter (1.000 m² VK)

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	37,8	4	1,6	95
Streuumsätze			0,1	5
Gesamt			**1,7**	**100**

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Für den möglichen Nonfood-Discounter mit 1.000 m² Verkaufsfläche ist eine Gesamtumsatzleistung von rd. 1,7 Mio. € zu ermitteln. Dies entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 1.700 €/m² VK.
- Höhere Marktanteile und infolge höhere Umsätze sind in diesem Segment vor allem aufgrund der dichten Wettbewerbssituation im Kerneinzugsgebiet (hier allein acht konzeptgleiche Systemwettbewerb, zum Teil im Standortumfeld, zzgl. umfangreiche Randsortimente der SB-Warenhäuser sowie Garten- und Heimwerkerfachmärkte) nicht zu erwarten.

3.2.5 Babyfachmarkt

Tabelle 14: Umsatzerwartung Babyfachmarkt (800 m² VK)

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	7,7	15 – 16	1,2	57
Zone II	10,4	7 – 8	0,8	38
Streuumsätze			0,1	5
Gesamt			**2,1**	**100**

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Gemäß Umsatzprognose lässt sich für den geplanten Babyfachmarkt ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 2,1 Mio. € ableiten. Dies entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 2.600 €/m² VK.
- Der geplante Babyfachmarkt ist nach dem Angebot im ERTL-Zentrum der zweite Anbieter seiner Branche im Kerneinzugsgebiet. Das Sortiment wurde bisher vor allem über kleinteilige Fachgeschäfte in der Bamberger Innenstadt sowie größtenteils über die Randsortimente der Möbelhäuser im Untersuchungsraum sowie kleinteilige fachmarktähnliche Konzepte (Ernsting's family) abgebildet. Es ist daher davon auszugehen, dass der vorgesehene Babyfachmarkt eine höhere Marktdurchdringung als die zuvor aufgeführten Nutzungen realisieren kann.
- Aufgrund des üblichen Sortimentskonzepts eines Babyfachmarktes konkurriert dieser aufgrund der Preissensibilität der Kunden für vergleichsweise „kurzlebige Produkte" vor allem mit den Angeboten aus dem Onlinehandel.

3.2.6 Elektrofachmarkt

Tabelle 15: Umsatzerwartung Elektrofachmarkt (2.400 m² VK)

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	42,3	16 – 17	7,0	64
Zone II	57,1	6	3,4	31
Streuumsätze			0,5 – 0,6	5
Gesamt			**10,9 – 11,0**	**100**

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Für den geplanten Elektrofachmarkt mit rd. 2.400 m² Verkaufsfläche lässt sich eine Umsatzleistung von 10,9 – 11,0 Mio. € ermitteln, was einer Flächenproduktivität von rd. 4.550 €/m² VK entspricht.
- Aufgrund der Distributionsstrukturen im Elektrofachhandel (Onlinehandel als zweitwichtigster Vertriebsweg) und der Wettbewerbssituation (Systemwettbewerber im unmittelbaren Standortumfeld, weitere Elektrofachgeschäfte und entsprechende Fachabteilungen bei branchenfremden Anbietern im Bamberger Stadtgebiet, z. B. Kaufhof, Müller) ist von keiner übermäßigen Marktdurchdringung auszugehen.
- Höhere Umsätze als die oben dargestellte Prognose sind vor diesem Hintergrund nicht zu erwarten.

4. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot gemäß LEP-Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsfläche“) fokussiert auf die Ableitung maximal zulässiger Verkaufsflächen für Einzelhandelsgroßprojekte. Nach landesplanerischer Rechenarithmetik dürfen Einzelhandelsgroßprojekte mit einer VK > 800 m²

- 25 % des im einschlägigen Bezugsraum vorhandenen, sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenzials für Sortimente des Nahversorgungsbedarfs und Sortimente des sonstigen Bedarfs bzw.
- 30 % des im einschlägigen Bezugsraum vorhandenen, sortimentsspezifischen Kaufkraftpotenzials für Sortimente des Innenstadtbedarfs (bis 100.000 Einwohner; für die 100.000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl nur noch 15 %)

abschöpfen. Als Bezugsraum gilt für

- Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (nahversorgungsrelevant) der regionalplanerisch festgelegte Nahbereich der Standortkommune,
  - im vorliegenden Fall die Stadt Bamberg mit der Gemeinde Litzendorf (rd. 83.345 Einwohner)
- Sortimente des Innenstadtbedarfs (zentrenrelevant) der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern (aktueller Stand: 01.02.2019[25]),
  - im vorliegenden Fall rd. 350.020 Einwohner

[25] LEP Bayern 2020.

- Sortimente des sonstigen Bedarfs (nicht-zentrenrelevant) das vorhabenspezifische Einzugsgebiet.
  - im vorliegenden Fall rd. 203.160 Einwohner

Die sortimentsspezifischen Pro-Kopf-Ausgabewerte sind der Studie „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020“ zu entnehmen. In Verbindung mit dem errechneten sortimentsspezifischen Marktpotenzials ergeben betriebstypenspezifische Raumleistungen die landesplanerisch zulässige Verkaufsfläche.

5. Bewertung des Kongruenzgebotes

Das Vorhaben am Standort „Laubanger 14 a“ sieht die Ansiedlung von Betrieben im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich (Lebensmitteldiscounter, Getränkefachmarkt), im zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Babyfachmarkt, Sonderpostenmarkt[26], Elektrofachmarkt) sowie im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Zoofachmarkt) vor.

Folgende maximal zulässige Verkaufsflächen ergeben sich gemäß landesplanerischer Rechenarithmetik (vgl. Tabelle 16):

Tabelle 16: Landesplanerische Überprüfung der vorgesehenen Verkaufsflächen

Betriebstyp	sortiments-spezifische Kaufkraft im Bezugsraum[1 2] in Mio. €	abschöpfungs-fähiges Kaufkraft-volumen in Mio. €	betriebstypen-spezifische Raumleistung in € / m² VK	zulässige Verkaufsfläche nach LEP Bayern in m²	geplante Verkaufs-fläche in m²	Zulässigkeit nach LEP Bayern 2020
Lebensmitteldiscounter	209,7	52,4	3.800 – 5.800	9.040 – 13.800	1.300	✓
Getränkefachmarkt	41,4	10,3 – 10,4	1.400 – 1.800	5.750 – 7.400	800	✓
Zoofachmarkt	11,8	2,9	1.200 – 1.800	1.640 – 2.460	800	✓
Nonfood-Discounter[3]	152,3	45,7	1.000 – 2.000	14.680 – 29.360	1.000	✓
Babyfachmarkt	30,8	9,2	1.300 – 1.900	3.130 – 4.570	800	✓
Elektrofachmarkt	170,1	51,0	4.000 – 6.000	5.470 – 8.200	2.400	✓
Summe					7.100	✓

1 Als Bezugsraum wird der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich von Vilshofen an der Donau mit 48.675 Einwohnern zugrunde gelegt (Quelle: LEP Bayern 2020, Stand: 01.02.2019).

2 Die sortimentsspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben ergeben sich aus den „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020“

3 Da die „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020“ weder Pro-Kopf-Ausgabewerte noch Raumleistungen für Nonfood-Discounter ausweisen, werden GMA-eigene Verbrauchsausgaben in Höhe von 435,- €/Kopf und Jahr sowie anbieterspezifische Flächenproduktivitäten von TEDi zugrunde gelegt.

Quelle: GMA-Berechnungen 2021

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass die vorgesehenen Betriebseinheiten den Vorgaben der bayerischen Landesplanung hinsichtlich der maximal zulässigen Verkaufsflächen erfüllen. Das LEP-Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsflächen“; Kongruenzgebot) wird durch das Vorhaben erfüllt.

26 Den Betriebstyp eines Sonderpostenmarktes kennt die Bayerische Landesplanung in ihrer aktuell gültigen Fassung nicht. Hilfsweise werden anbieterspezifische Raumleistungen von TEDi zugrunde gelegt; als Bezugsraum wird der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich von Vilshofen an der Donau angenommen.

V. Beeinträchtigungsverbot

Zur Prüfung des Beeinträchtigungsverbotes ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Umland darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln.

1. Projektrelevante Wettbewerbssituation

1.1 Wettbewerbssituation im Kerneinzugsgebiet (Zone I)

Zur Beurteilung der Angebotssituation wurde von der GMA im Oktober 2020 bzw. Februar 2021 eine Vor-Ort-Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet durchgeführt. Als Wettbewerber für das Vorhaben gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die Überschneidungen mit den zu untersuchenden Neuansiedlungen aufweisen. So sind wettbewerbliche Auseinandersetzungen in erster Linie mit strukturprägenden Fachmärkten aus dem Systembereich zu erwarten.

Nachfolgende Darstellungen der projektrelevanten Wettbewerbssituation tragen diesem Umstand insofern Rechnung, als dass lediglich die Hauptwettbewerber differenziert nach Sortimenten namentlich aufgeführt werden (vgl. Tabellen 17 – 22 bzw. Karten 5 – 10):

Tabelle 17: Angebotssituation im Lebensmittelbereich

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage	Entfernung zum Vorhaben in km	VK in m²
Bamberg					
nah & gut	Supermarkt	Ottostr.	städtebaul. integr. Lage	3,1	400
EDEKA Massak	Supermarkt	Graf-Stauffenberg-Platz	städtebaul. integr. Lage	1,6	540
Ebl Naturkost	Bio-Supermarkt	Würzburger Str.	städtebaul. integr. Lage	4,1	560
Norma	LM-Discounter	Promenadestr.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,3	580
Mix Markt	russ. Lebensmittelmarkt	Grafensteinstr.	städtebaul. integr. Lage	1,9	600
Norma	LM-Discounter	Luitpoldstr.	ZVB Ergänzungsbereich	2,1	600
Ebl Naturkost	Bio-Supermarkt	Magazinstr.	städtebaul. integr. Lage	1,4	630
Netto	LM-Discounter	Pödeldorfer Str.	städtebaul. integr. Lage	3,5	660
Nahkauf Sier	Supermarkt	Hauptsmoorstr.	städtebaul. integr. Lage	3,4	680
EDEKA Stadter	Supermarkt	Moosstr.	städtebaul. integr. Lage	4,0	700
REWE Köppl	Supermarkt	Caspermeyerstr.	städtebaul. integr. Lage	1,6	700
denn's Biomarkt	Bio-Supermarkt	Obere Königstr.	ZVB Ergänzungsbereich	2,1	760
EDEKA	Supermarkt	Gaustadter Hauptstr.	städtebaul. integr. Lage	1,2	800
REWE Theile	Supermarkt	Lange Str.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,4	820
Lidl	LM-Discounter	Gaustadter Hauptstr.	städtebaul. integr. Lage	1,2	830
Netto	LM-Discounter	Memmeldorfer Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	2,2	940
Norma	LM-Discounter	Pödeldorfer Str.	städtebaul. integr. Lage	3,4	950

Fortsetzung auf nächster Seite

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage	Entfernung zum Vorhaben in km	VK in m²
Aldi	LM-Discounter	Pödeldorfer Str.	städtebaul. integr. Lage	0,6	1.000
Norma	LM-Discounter	Hallstadter Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	2,5	1.000
Aldi	LM-Discounter	Münchner Ring	städtebaul. integr. Lage	4,2	1.040
Lidl	LM-Discounter	Würzburger Str.	städtebaul. integr. Lage	4,1	1.075
Aldi	LM-Discounter	Memmelsdorfer Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	1,9	1.100
Lidl	LM-Discounter	Villachstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	2,3	1.100
REWE	Supermarkt	Kapellenstr.	städtebaul. integr. Lage	3,4	1.300
REWE Kirschmann	Supermarkt	Pödeldorfer Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	2,5	1.400
REWE Rudel	Supermarkt	Würzburger Str.	städtebaul. integr. Lage	4,0	1.550
tegut	Supermarkt	Ludwigstr.	ZVB Ergänzungsbereich	2,1	1.680
EDEKA Massak	Supermarkt	Starkenfeldstr.	städtebaul. integr. Lage	1,6	1.900
REWE	Supermarkt	An der Breitenau	dezentrale nicht-integr. Lage	2,6	2.700
E-Center Birger	Supermarkt	Dr.-Robert-Pfleger-Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	0,4	2.900
Kaufland	SB-Warenhaus	Forchheimer Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	4,8	4.850
Hallstadt					
denn's Biomarkt	Bio-Supermarkt	Emil-Kemmer-Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	0,8	600
Marktscheune Massak	Supermarkt	An der Marktscheune	ZVB Innenstadt Hallstadt	1,8	680
Lidl	LM-Discounter	Am Sportplatz	perspektivisch städtebaul. integr. Lage	2,5	1.000
Aldi	LM-Discounter	Biegenhofstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	0,9	1.200
Aldi	LM-Discounter	Michelinstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	1,9	1.200
REWE Wolf	Supermarkt	Biegenhofstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	0,7	1.750
tegut	Supermarkt	Michelinstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	1,9	2.300
real,-	SB-Warenhaus	Emil-Kemmer-Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	0,8	7.800

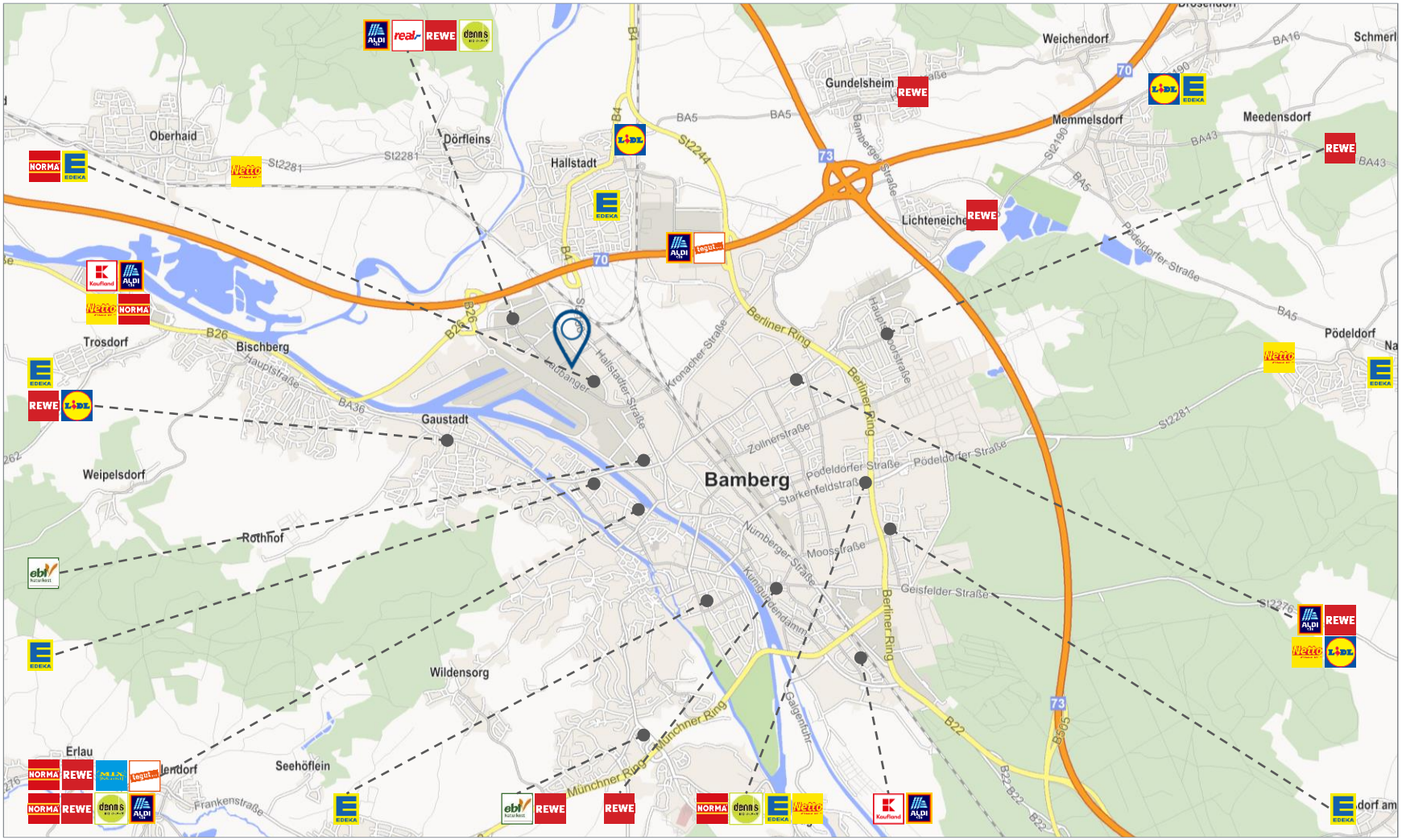
Quelle: GMA-Erhebung 2020 / 2021; Lageeinordnung gemäß Einzelhandelskonzept Bamberg

Die Angebotssituation im **Lebensmitteleinzelhandel** im Kerneinzugsgebiet ist als ausdifferenziert und leistungsstark zu bewerten. Die räumliche Verteilung im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel erfolgt dispers über das gesamte Stadtgebiet Bambergs bzw. konzentriert sich auf dezentrale Standorten auf Bamberger, aber auch Hallstadter Gemarkung. Insbesondere das Oberzentrum Bamberg verfügt mit den vorhandenen Angebotsstrukturen über ein engmaschiges Versorgungsnetz. Im Kerneinzugsgebiet wird im Nahrungs- und Genussmittelbereich auf einer Gesamtverkaufsfläche[27] von aktuell rd. 47.675 m² ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 210,8 Mio. €[28] erwirtschaftet.

[27] Bereinigte Werte, d. h. Aufteilung der Verkaufsfläche bei großen Mehrbranchenunternehmen (z. B. E-Center Birger in Bamberg, real,- in Hallstadt) und Zuordnung zu den entsprechenden Sortimentsgruppen.

[28] Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Umsatzanteile im Nonfood I und II-Bereich.

Karte 5: Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2021

Tabelle 18: Angebotssituation im Bereich der Getränkefachmärkte

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage	Entfernung zum Vorhaben in km	VK in m²
Bamberg					
tegut Getränke	Getränkefach-markt	Ludwigstr.	ZVB Ergänzungsbereich	2,2	300
Markgrafen Ge-tränkefach-markt	Getränkefach-markt	Villachstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	2,0	350
REWE Geträn-kemarkt	Getränkefach-markt	An der Breitenau	dezentrale nicht-integr. Lage	2,6	480
Aquatron	Getränkefach-markt	Gutenbergstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	4,9	500
Fristo Getränke-markt	Getränkefach-markt	Pödeldorfer Straße	städtebaul. integr. Lage	2,4	500
REWE Geträn-kemarkt	Getränkefach-markt	Würzburger Straße	städtebaul. integr. Lage	4,1	680
Hallstadt					
Logo Getränke	Getränkefach-markt	Emil-Kemmer-Straße	dezentrale nicht-integr. Lage	0,7	600

Quelle: GMA-Erhebung 2020 / 2021; Lageeinordnung gemäß Einzelhandelskonzept Bamberg

Der Großteil der strukturprägenden Anbieter im **Getränkefachhandel** befindet sich im Stadtgebiet Bamberg. Unabhängig von den Verkaufsflächen haben sich die Getränkefachmärkte im Untersuchungsgebiet primär an dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt. Der Getränkefachhandel im Kerneinzugsgebiet setzt auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.410 m² insgesamt rd. 6,0 Mio. € um.

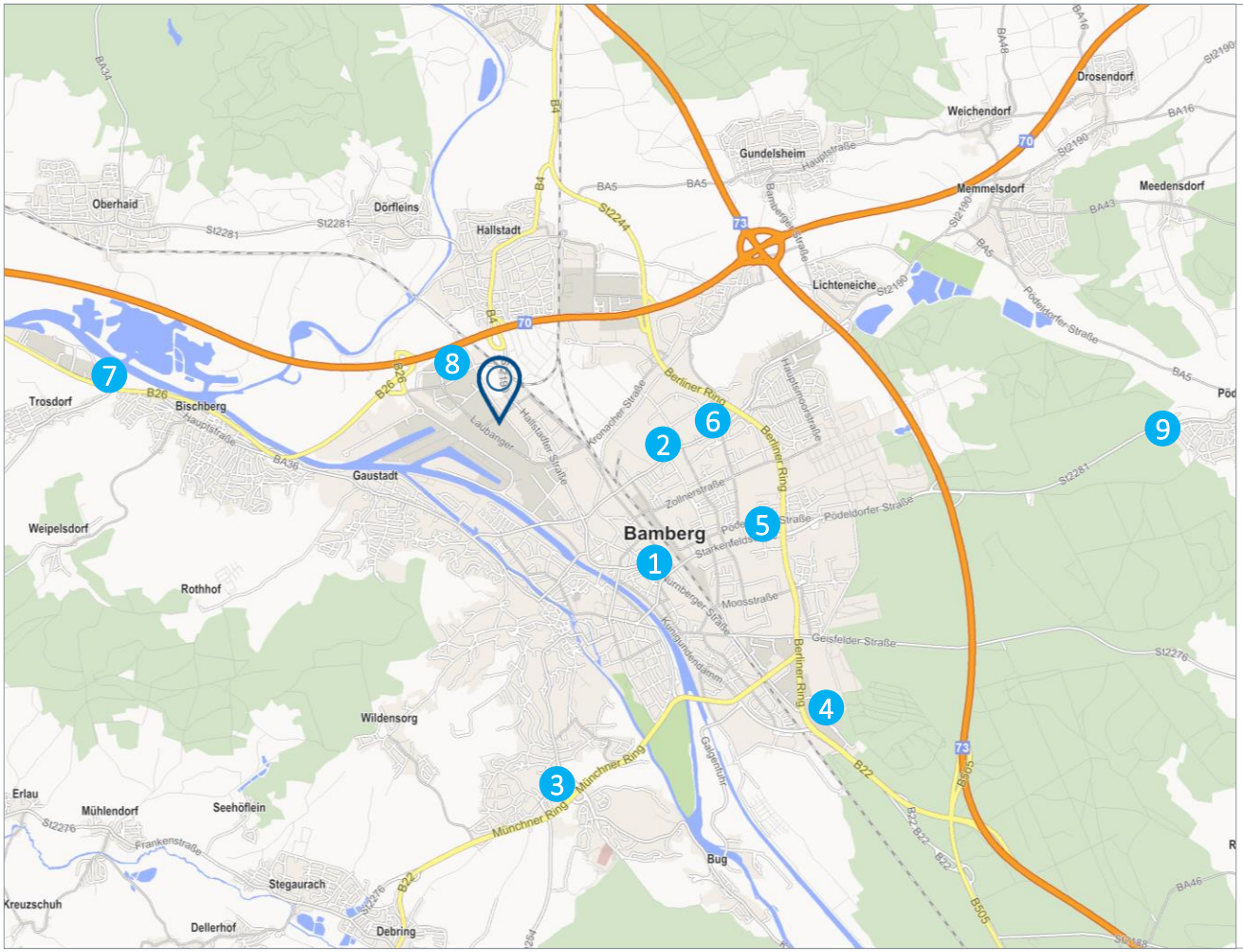
Tabelle 19: Angebotssituation im Bereich der Nonfood-Discounter

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage	Entfernung zum Vorha-ben in km	VK in m²
Bamberg					
Euroshop	Nonfood-Disc.	Hauptwachstr.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,1	200
Nanu Nana	Nonfood-Disc.	Hauptwachstr.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,2	300
MäcGeiz	Nonfood-Disc.	Luitpoldstr.	ZVB Ergänzungsbereich	2,0	350
TEDi	Nonfood-Disc.	An der Breitenau	dezentrale nicht-integr. Lage	2,6	600
TEDi	Nonfood-Disc.	Fleischstr.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,1	660
Action	Nonfood-Disc.	Forchheimer Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	4,9	750
Thomas Philipps	Nonfood-Disc.	Nürnberger Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	4,6	2.000
Hallstadt					
TEDi	Nonfood-Disc.	Michelinstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	1,9	340

Quelle: GMA-Erhebung 2020 / 2021; Lageeinordnung gemäß Einzelhandelskonzept Bamberg

Im Sortimentsbereich der **Nonfood-Discounter** werden im Kerneinzugsgebiet rd. 8,3 Mio. € auf einer Verkaufsfläche von rd. 5.200 m² erwirtschaftet.

Karte 6: Wettbewerbssituation bei Getränkefachmärkten



Legende

1 = tegut Getränke

2 = Markgrafen Getränkefachmarkt

3 = REWE Getränkemarkt

4 = Aquatron

5 = Fristo Getränkemarkt

6 = REWE Getränkemarkt

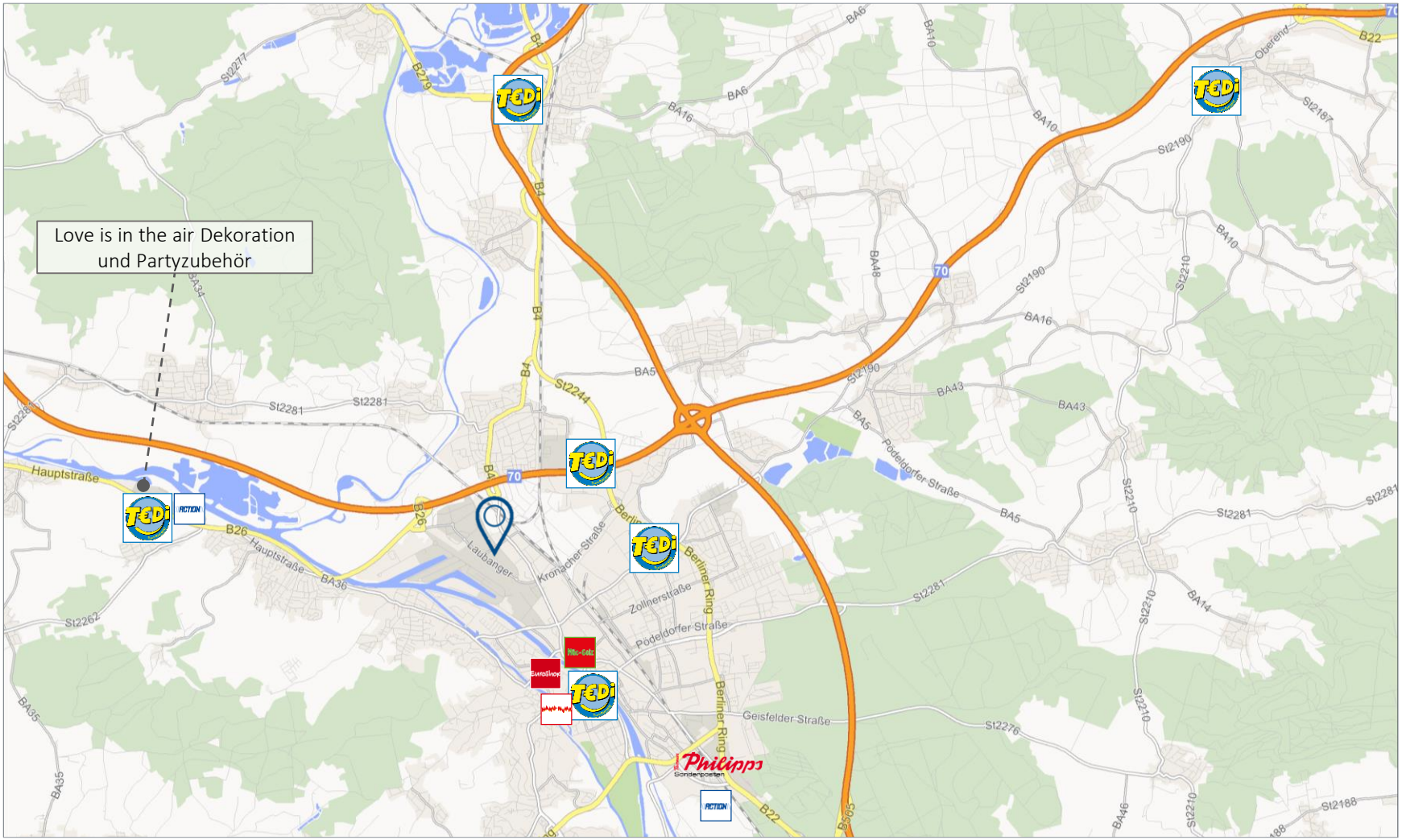
7 = Markgrafen Getränkemarkt

8 = Logo Getränke

9 = Logo Getränke

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2021

Karte 7: Wettbewerbssituation bei Nonfood-Discounter



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2021

Tabelle 20: Angebotssituation im Sortimentsbereich zoologischer Bedarf

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage	Entfernung zum Vorhaben in km	VK in m²
Bamberg					
Der Hundeladen	Zoofachgeschäft	Zinkenwörth	ZVB Innenstadt Bamberg	2,5	25
Das Futterhaus	Zoofachmarkt	Würzburger Str.	städtebaul. integr. Lage	4,2	340
Futterhaus	Zoofachmarkt	Laubanger	dezentrale nicht-integr. Lage	0,5	550
Fressnapf	Zoofachmarkt	Villachstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	2,0	560
Hallstadt					
Fressnapf	Zoofachmarkt	Laubanger	dezentrale nicht-integr. Lage	0,4	670

Quelle: GMA-Erhebung 2020 / 2021; Lageeinordnung gemäß Einzelhandelskonzept Bamberg

Der räumliche Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich des **zoologischen Bedarfs** liegt innerhalb des Kerneinzugsgebietes auf der Stadt Bamberg. Innerhalb der Stadt verteilen sich die vorhandenen Zoofachgeschäfte und -fachmärkte überwiegend auf die randstädtischen Gewerbegebiets- bzw. Sonderstandorte und bieten zusammen mit den jeweiligen Fachabteilungen der Garten- und Bau- bzw. Handwerkerfachmärkte ein umfassendes Versorgungsangebot. Im Hinblick auf wettbewerbsrelevante Verkaufsflächen bilden sich Angebotsschwerpunkte im Gewerbepark „Laubanger“ heraus. Im weiten Umfeld existiert ein gleichmäßig verteilter Besatz mit Betrieben des Zoofachhandels. Im Bereich des zoologischen Bedarfs werden im Kerneinzugsgebiet rd. 5,6 Mio. € auf rd. 4.105 m² – inklusive Fachabteilungen in Garten- und Bau- bzw. Handwerkerfachmärkten[29] – erzielt.

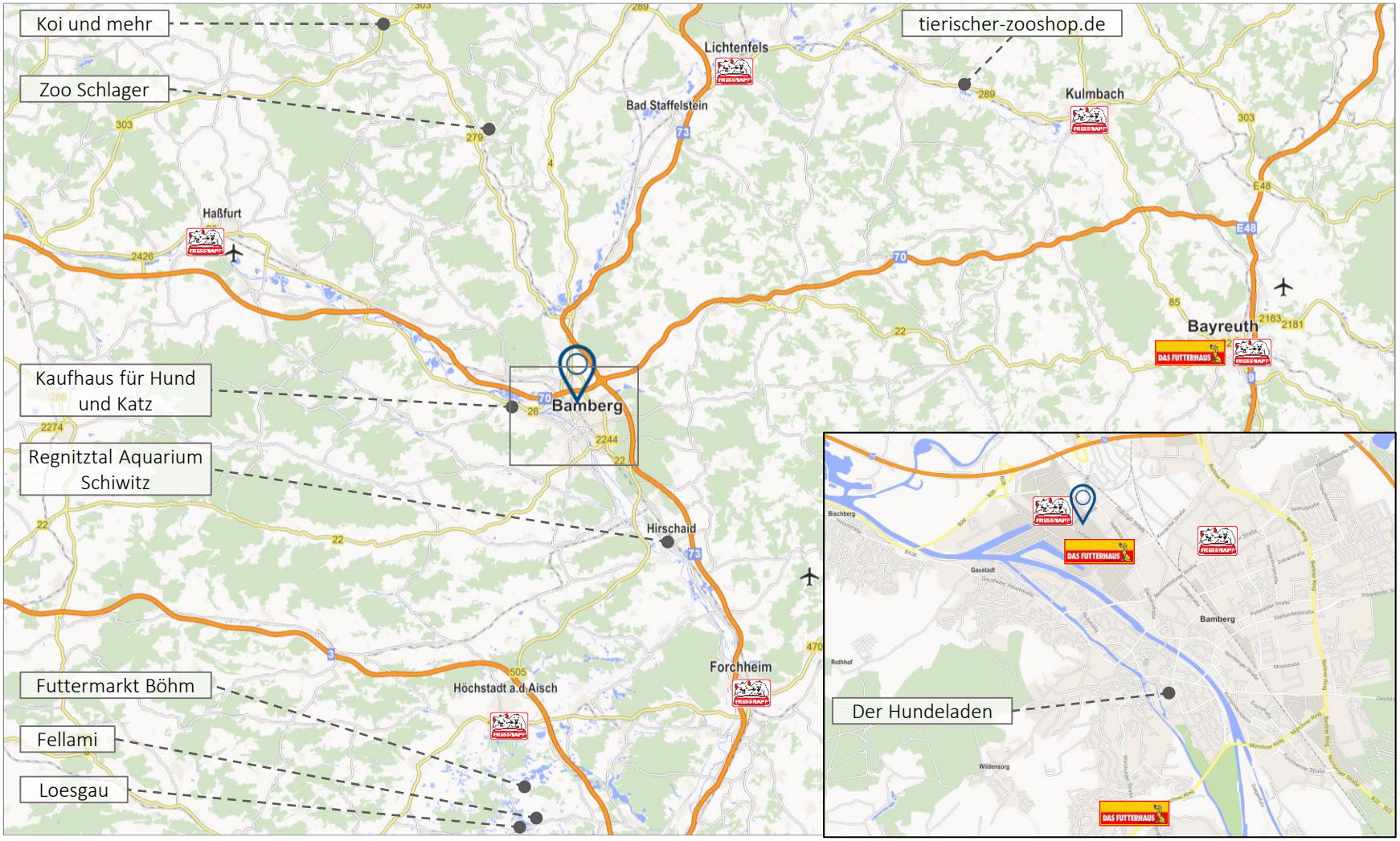
Tabelle 21: Angebotssituation im Sortimentsbereich der Babyfachmärkte

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage	Entfernung zum Vorhaben in km	VK in m²
Bamberg					
Däumling - Besonderes für die Kleinen	Babyfachgeschäft	Keßlerstr.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,3	10
Blumenkind	Babyfachgeschäft	Lange Str.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,3	45
Poldi	Babyfachgeschäft	Dominikanerstr.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,4	80
Ernsting's family	Babyfachgeschäft	Franz-Ludwig-Str.	ZVB Innenstadt Bamberg	2,2	180
Lollibel	Babyfachgeschäft	Theatergassen	ZVB Innenstadt Bamberg	2,5	200
Hallstadt					
Hampelmann	Babyfachgeschäft	Marktplatz	ZVB Innenstadt Hallstadt	2,0	55
Babywelt	Babyfachgeschäft	Emil-Kemmer-Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	0,7	100
Ernsting's family	Babyfachgeschäft	Michelinstr.	dezentrale nicht-integr. Lage	2,0	160
H&M Baby und Jugend	Textilkaufhaus	Emil-Kemmer-Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	0,7	450
Lucky One Kindermode	Babyfachmarkt	Emil-Kemmer-Str.	dezentrale nicht-integr. Lage	0,7	555

Quelle: GMA-Erhebung 2020 / 2021; Lageeinordnung gemäß Einzelhandelskonzept Bamberg

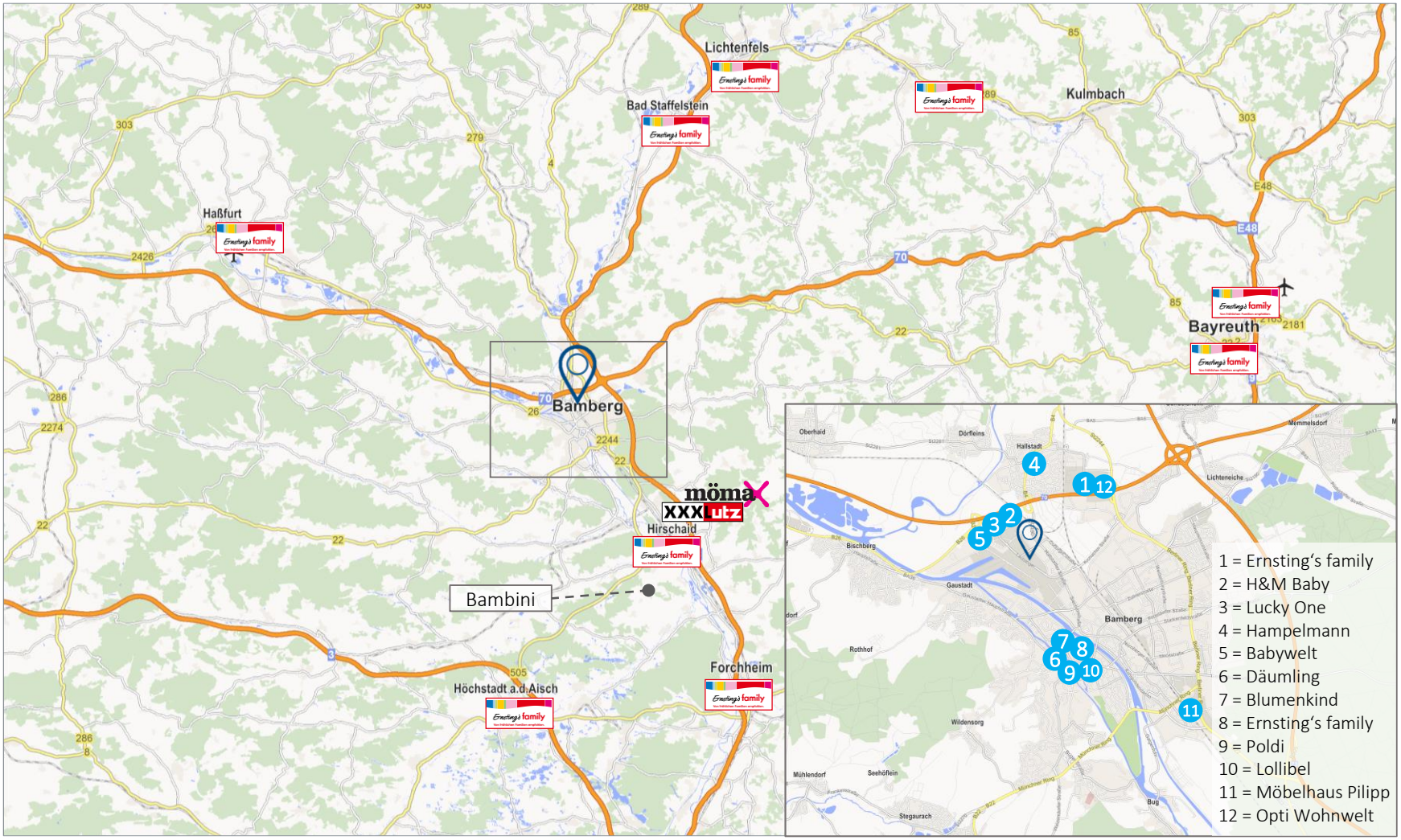
[29] insgesamt rd. 1.960 m² Verkaufsfläche im Bereich der projektrelevanten Randsortimente (= Fachabteilungen für zoologischen Bedarf)

Karte 8: Wettbewerbssituation im Sortimentsbereich des zoologischen- und Tierbedarfs



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2021

Karte 9: Wettbewerbssituation bei Babyfachmärkten



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2021

Die Angebotsstruktur im Kerneinzugsgebiet ist durch mehrere **Babyfachgeschäfte**, ein Textilkaufhaus mit Angebotsfokus „Babys und Kinder“ sowie einen Babyfachmarkt geprägt. Betriebsstättenbezogen liegt der Angebotsschwerpunkt auf der Bamberger Innenstadt, verkaufsflächenseitig stellt der Gewerbepark „Laubanger“ die sortimentsspezifische Haupthandelslage dar. Der Verkauf von Babymöbeln und ähnlichen großteiligen, nicht-zentrenrelevanten Waren findet in den Möbelhäusern des Kerneinzugsgebietes statt. Im Babyfachhandel wird im näheren Standortumfeld – unter anteiliger Berücksichtigung des Möbelfachhandels mit seinen entsprechenden Fachabteilungen – auf einer Verkaufsfläche von rd. 2.685 m² ein Umsatz von rd. 9,0 Mio. € generiert.[30]

Tabelle 22: Angebotssituation im Sortimentsbereich Elektrowaren

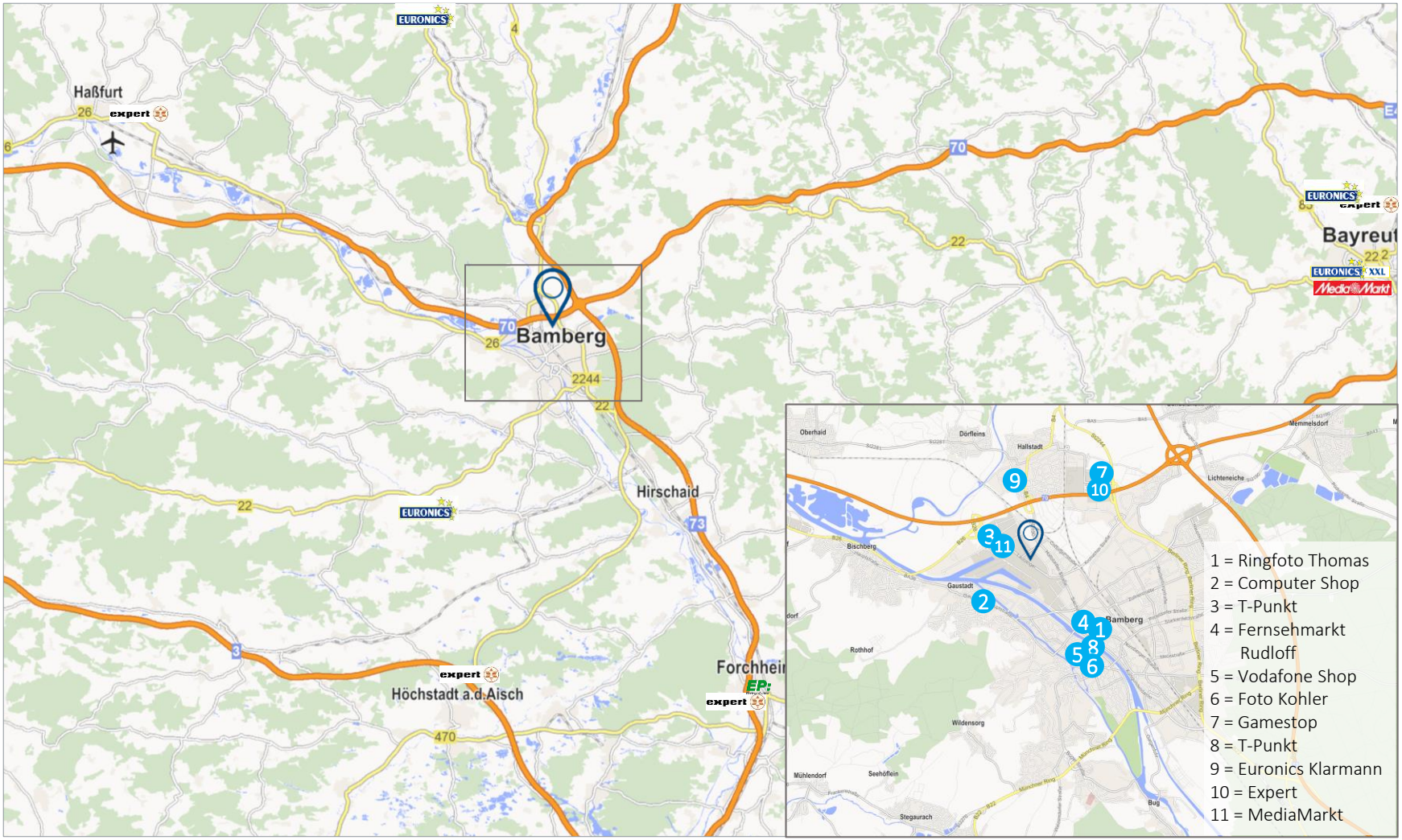
Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage	Entfernung zum Vorhaben in km	VK in m²
Bamberg – keine strukturprägenden Anbieter					
Haushaltswarenfachgeschäft			überwiegend in städtebaul. integr. Lagen	-	100
Mobilfunkshops			überwiegend im ZVB Innenstadt Bamberg	2,2	570
Fachgeschäfte für Unterhaltungselektronik / Foto			überwiegend in städtebaul. integr. Lagen	-	870
Hallstadt					
Expert	Elektrofachmarkt	Michelinstraße	dezentrale nicht-integr. Lage	2,0	1.200
Media Markt	Elektrofachmarkt	Laubanger	dezentrale nicht-integr. Lage	0,5	3.350

Quelle: GMA-Erhebung 2020 / 2021; Lageeinordnung gemäß Einzelhandelskonzept Bamberg

Der räumliche Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich **Elektrowaren** liegt aktuell deutlich in dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Lagen in Hallstadt (Laubanger, Einkaufszentrum „market Oberfranken“). Ergänzend zu den hier ansässigen beiden großflächigen Elektrofachmärkten arrondieren kleinteilige Fachgeschäfte für Haushaltswaren und Unterhaltungselektronik, Mobilfunkshops sowie Fachabteilungen der Kaufhäuser das Elektrowarenangebot. Darüber hinaus existiert im Kerneinzugsgebiet kein strukturprägender Besatz. Insgesamt werden Elektrowaren – inklusive Fachabteilungen in Kauf- und Warenhäusern (Galeria Kaufhof) sowie Drogeriemärkten (Müller) – aktuell auf einer Verkaufsfläche von 8.235 m² angeboten, auf der eine jährliche Umsatzleistung von 46,2 Mio. € erwirtschaftet wird.

[30] Inkl. der Randsortimentsverkaufsflächen und -umsätze aus dem Möbelfachhandel.

Karte 10: Wettbewerbssituation im Elektrowarenbereich



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2021

1.2 Wettbewerbssituation im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II)

Im erweiterten Einzugsgebiet des Vorhabens (Zone II) sind folgende projektrelevante Angebotsstrukturen festzuhalten (vgl. Tabelle 23 – 27 sowie Karten 5 – 10):

Tabelle 23: Angebotssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Umland

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Bischberg	Aldi	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	750
	Norma	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	750
	Netto	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	850
	Kaufland	SB-Warenhaus	dezentrale nicht-integr. Lage	3.800
Gundelsheim	nahkauf	Supermarkt	städtebaulich integr. Lage	300
Hirschaid	Netto	LM-Discounter	ZVB Ortsmitte Hirschaid	990
	EDEKA Stadter	Supermarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	1.000
	Lidl	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	1.100
	Norma	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	1.200
	Aldi	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	1.260
	tegut	Supermarkt	ZVB Ortsmitte Hirschaid	1.450
	REWE Burkard	Supermarkt	perspektivisch städtebaulich integr. Lage	1.900
	REWE	Supermarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	2.100
Litzendorf	Netto	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	780
	EDEKA Massak	Supermarkt	städtebaulich integr. Lage	1.300
Memmelsdorf	Lidl	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	1.200
	Edeka Massak	Supermarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	1.350
	Rewe Engelhaupt	Supermarkt	städtebaulich integr. Lage	1.600
Oberhaid	Netto	LM-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	780

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Im erweiterten Einzugsgebiet Nahrungs- und Genussmittelbereich wird auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 23.650 m² ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 107,0 Mio. € erwirtschaftet.[31]

Tabelle 24: Angebotssituation im Getränkesegment im Umland

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Bischberg	Markgrafen Getränkemarkt	Getränkefachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	500
Hirschaid	REWE Getränkemarkt	Getränkefachmarkt	städtebaulich integr. Lage	500
	Fränky Getränke und mehr	Getränkefachmarkt	ZVB Ortsmitte Hirschaid	1.000
Litzendorf	Logo Getränke	Getränkefachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	500

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Der Getränkefachhandel im erweiterten Standortumfeld setzt auf einer Fläche von rd. 2.500 m² insgesamt rd. 4,4 Mio. € um.

[31] Bereinigte Werte, d. h. ohne Umsatzanteile im Nonfood-Bereich.

Tabelle 25: Angebotssituation im Nonfood-Discountbereich im Umland

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Bischberg	Love is in the air	Nonfood-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	120
	Action	Nonfood-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	750
	TEDi	Nonfood-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	950
Breitengüßbach	TEDi	Nonfood-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	800
Scheßlitz	TEDi	Nonfood-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	800

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Im Sortimentsbereich der Nonfood-Discounter wird im weiteren Untersuchungsgebiet rd. 5,1 Mio. € auf einer Verkaufsfläche von rd. 3.420 m² erwirtschaftet.

Tabelle 26: Angebotssituation im Bereich Zoologie im Umland

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Bischberg	Kaufhaus für Hund und Katz	Zoofachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	75
Hirschaid	Regnitztal Aquarium	Zoofachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	50

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Im Bereich des zoologischen und Tierbedarfs werden im engeren Untersuchungsgebiet rd. 0,3 Mio. € auf rd. 125 m² erzielt.

Tabelle 27: Angebotssituation im Bereich Baby- und Kinderbedarf im Umland

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Hirschaid	Bambini	Babyfachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	20
	Ernsting's family	Babyfachgeschäft	dezentrale nicht-integr. Lage	170

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Im Babyfachhandel wird im überörtlichen Einzugsgebiet auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.465 m² ein Umsatz von rd. 2,5 Mio. € generiert.[32] In diesem Zusammenhang ist insbesondere auf das Angebot des Möbelhauses von XXXLutz in Hirschaid mit seiner umfassenden Fachabteilung hinzuweisen.

Im **Elektrowarenbereich** ist lediglich auf einen strukturprägenden Wettbewerber in Burgebrach (Euronics) mit ca. 800 m² Verkaufsfläche hinzuweisen.

1.3 Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebiet wird auf die Darstellung von Lebensmittel- und Getränkefachmärkten aufgrund der Distanzempfindlichkeit des Sortiments verzichtet. Wettbewerbsbeziehungen an Standorte außerhalb des erweiterten Einzugsgebietes ergeben sich nicht.

Im weiteren Untersuchungsraum sind folgende Anbieter aus den Bereichen Nonfood-Discounter (Tabelle 28), Zoofachmärkte (Tabelle 29), Babyfachmärkte (Tabelle 30) und Elektrofachmärkte (Tabelle 31) ansässig:

32 Inkl. der Randsortimentsverkaufsflächen und -umsätze aus dem Möbelfachhandel (= Hirschaid).

Tabelle 28: Nonfood-Discounter im weiteren Untersuchungsraum

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Bad Staffelstein	TEDi	Nonfood-Discounter	städtebaulich integr. Lage	800
Burgkunstadt	Thomas Philipps	Sonderpostenmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	800
Ebelsbach	TEDi	Nonfood-Discounter	städtebaulich integr. Lage	800
Ebern	TEDi	Nonfood-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	800
Forchheim	Action	Nonfood-Discounter	dezentrale nicht-integr. Lage	800
Haßfurt	Thomas Philipps	Sonderpostenmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	1.500

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Tabelle 29: Zoofachmärkte im weiteren Untersuchungsraum

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Bayreuth	Das Futterhaus	Zoofachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	600
	Futterhaus	Zoofachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	600
	Fressnapf	Zoofachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	600
Ebern	Zoo Schlager	Zoofachgeschäft	dezentrale nicht-integr. Lage	200
Forchheim	Fressnapf	Zoofachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	600
Haßfurt	Fressnapf	Zoofachmarkt	städtebaulich integr. Lage	600
Heßdorf	Fellami	Zoofachgeschäft	dezentrale nicht-integr. Lage	160
	Loesgau	Zoofachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	2.300
Höchstadt a. d. A.	Fressnapf	Zoofachmarkt	städtebaulich integr. Lage	600
Kulmbach	Fressnapf	Zoofachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	650
Lichtenfels	Fressnapf	Zoofachmarkt	dezentrale nicht-integr. Lage	600
Maroldsweisach	Koi und mehr	Zoofachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	200
Pegnitz	ZOO-Koukal	Zoofachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	200
	Aquaristik Schaffer	Zoofachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	200
	Fressnapf	Zoofachmarkt	städtebaulich integr. Lage	600
Röttenbach	Futtermarkt Böhm	Zoofachgeschäft	dezentrale nicht-integr. Lage	110

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Tabelle 30: Babyfachmärkte im weiteren Untersuchungsraum

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Altenkunstadt	Ernsting‘s family	Babyfachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	< 400
Bad Staffelstein	Ernsting‘s family	Babyfachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	< 400
Bayreuth	Ernsting‘s family	Babyfachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	< 400
	Ernsting‘s family	Babyfachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	< 400
Forchheim	Ernsting‘s family	Babyfachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	< 400
Haßfurt	Ernsting‘s family	Babyfachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	< 400
Höchstadt a. d. A.	Ernsting‘s family	Babyfachgeschäft	dezentrale nicht-integr. Lage	< 400
Lichtenfels	Ernsting‘s family	Babyfachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	< 400

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

Tabelle 31: Elektrowarenanbieter im weiteren Untersuchungsraum

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Ebern	Euronics Dietz	Elektrofachgeschäft	städtebaulich integr. Lage	< 400
Haßfurt	Euronics Schlegelmilch	Elektrofachgeschäft	dezentrale nicht-integr. Lage	1.400

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021

2. Beeinträchtigungsverbot – landesplanerische Vorgaben

Das Beeinträchtigungsverbot geht aus § 11 Abs. 3 BauNVO hervor und besagt, dass das Vorhaben

- das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens

nicht beeinträchtigen darf.

Diese Vorgaben werden unter **Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsfläche") im LEP Bayern 2020** aufgegriffen. Demnach dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Auch in der **Begründung zum Ziel 3.4.3 (Handel) im Regionalplan Oberfranken-West** (Stand: 16.03.1995) wird das Beeinträchtigungsverbot berücksichtigt. Danach sollte darauf geachtet werden, dass in allen Teilen der Region die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung, insbesondere mit Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (z. B. mit Nahrungs- und Genussmitteln), nicht wesentlich beeinträchtigt wird.

3. Prognose und Bewertung möglicher Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO

3.1 Methodik

Mit der Ansiedlung von Einzelhandelsobjekten werden in der Regel Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- die **Attraktivität** der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den da-rauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen ergibt.

3.2 Umsatzumverteilungseffekte durch das Vorhaben

Für die Bewertung des Vorhabens am Standort „Laubanger 14 a“ in Bamberg werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen:

- Der Großteil der Umsatzumverteilungseffekte wird gegenüber den relevanten Wettbewerbsstandorten innerhalb des Kerneinzugsgebietes selbst wirksam werden. In Bamberg und Hallstadt (insbesondere im gemeinsamen Gewerbepark „Laubanger“) befindet sich der dichteste Wettbewerbsbesatz. Wenngleich der Gesamtstandort „Laubanger“ deutlich überörtliche Ausstrahlungskraft besitzt, ergeben sich die hauptsächlichen Einkaufsorientierungen aus dem Kerneinzugsgebiet. Deutlich nachgeordnet werden auch Wettbewerbsstandorte im erweiterten und außerhalb des Einzugsgebietes betroffen sein.
- Die Umsatzumverteilungen werden in erster Linie sogenannte Systemwettbewerber mit gleichwertigen Angebotsformaten treffen, d. h. andere Anbieter aus den genannten Sortimentsbereichen mit ähnlichem Vertriebskonzept, einer ähnlichen Verkaufsflächenausstattung und Angeboten in einem ähnlichen Preissegment. Dies sind im vorliegenden Fall:
  - andere Discounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser und Getränkefachmärkte
  - Zoofachmärkte
  - Nonfood-Discounter
  - Baby- und Kinderfachmärkte
  - Elektrofachmärkte.

  In abgeschwächter Form sind auch kleinere Betriebe und Spezialanbieter / Facheinzelhändler sowie entsprechende Fachabteilungen branchenfremder Anbieter betroffen (v. a. zoologische Fachabteilung in Garten- und Bau- und Heimwerkerfachmärkte, Fachabteilungen Baby- und Kinderbedarf in Möbelhäusern, Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte in Kaufhäusern und Drogeriefachmärkten). Diese werden in der Berechnung der Auswirkungen auch Umverteilungen gegenüber diesen Anbietern berücksichtigt.
- Mit Blick auf die geplanten Nutzungen ist festzuhalten, dass es sich ausschließlich um die Duplizierung bereits mehrfach im Untersuchungsraum vorhandener Angebote handelt. Der Standort „Laubanger 14 a“ wird daher qua Angebot kaum intensive Kopplungseffekte realisieren können.
- Es ist außerdem darauf hinzuweisen, dass sich die Märkte aufgrund von Sortimentsüberschneidungen – vor allem im Randsortimentsbereich – auch gegenseitig beeinträchtigen.
- Festgelegte Schwellenwerte, ab wann mit städtebaulich und versorgungsstrukturell relevanten Umsatzumlenkungen gerechnet werden muss, existieren in der Rechtsprechung nicht. In der Planungs- und Genehmigungspraxis haben sich jedoch rechnerische Orientierungsgrößen etabliert, die als abwägungsrelevant im Sinne möglicher Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO herangezogen werden:
  - Sortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs ab 10 %
  - Sortimente des sonstigen Bedarfs ab 20 %

- In Anbetracht der Distributionsstrukturen der einzelnen Sortimente ist darauf hinzuweisen, dass im Untersuchungsraum neben den jeweiligen sortimentsspezifischen Systemwettbewerbern vor allem der Lebensmitteleinzelhandel als auch branchenfremde Betrieb von Umsatzumverteilungseffekten betroffen sein werden.[33] Dabei ist festzuhalten, dass sich die Umverteilungen hierbei lediglich auf Teilsortimente beziehen. Ferner ist aufgrund des betreiberspezifischen Sortimentskonzepts festzuhalten, dass Anbieter anderer Branchen (z. B. Spielwaren, Schreibwaren) von Umsatzumlenkungen betroffen sein können.

Im Ergebnis werden folgende Umsatzvolumina gegenüber den jeweiligen projektrelevanten Branchen umverteilungswirksam:

Tabelle 32: Umverteilungswirksame Umsätze differenziert nach geplanten Nutzungen und projektrelevanten Branchen

Branchen	LM-Discounter	Getränke-fachmarkt	Zoofach-markt	Nonfood-Dis-counter	Babyfach-markt	Elektro-fachmarkt	Summe
	in Mio. €						
Lebensmittelfach-handel	7,8	1,6	0,8	< 0,1	0,1	-	10,3 – 10,4
Drogeriewarenfach-handel	0,2				0,1	-	0,3
Zoofachhandel	0,1 – 0,2	-	0,4	-	-	-	0,5 – 0,6
Bau- und Heimwer-kerfachhandel	0,1	-	0,3	0,2	-	-	0,6
Möbel- und Einrich-tungsfachhandel	-	-	-	0,6	1,1	-	1,7
Baby- und Kinderfachhandel	< 0,1	-	-	-	0,5	-	0,5 – 0,6
Spielwarenfach-handel	-	-	-	0,3	0,3	-	0,6
Elektrofachhandel	0,2	-	-	-	-	10,9 – 11,0	11,1 – 11,2
Sonstige Sortiments-bereiche*	1,3	-	-	0,5 – 0,6	-	-	1,8 – 1,9
Summe	**9,8**	**1,6**	**1,5**	**1,7**	**2,1**	**10,9 – 11,0**	**27,6 – 27,7**

* u. a. Schmuck, Schreibwaren, Partyartikel, Schuhe, Sportartikel etc. (Randsortimente, teilweise im Rahmen von Aktionswaren in wechselnder Zusammensetzung)

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Im Sinne einer **Worst-Case-Betrachtung** werden die in Tabelle 26 aufgeführten umverteilungswirksamen sortimentsspezifischen Umsatzanteile lediglich den jeweiligen Systemwettbewerbern innerhalb der Branche sowie nennenswerten Fachabteilungen branchenfremder Betriebe mit gleichwertigem Angebot gegenüber gestellt.

33 Somit entfallen ca. 70 % des Umsatzes im **Getränkefachhandel** auf den Lebensmitteleinzelhandel und 30 % auf den Getränkefachhandel. Im **Zoosegment** entfallen gut 50 % des Umsatzes auf den Lebensmitteleinzelhandel und ca. 50 % auf den Zoofachhandel sowie relevante Fachabteilungen in Garten- und Bau- und Heimwerkerfachmärkten. Im Bereich der **Nonfood-Discounter** verteilt sich der Umsatz auf eine Vielzahl an Sortimentsbereichen und Betriebsformen. Sie wurden anhand des individuellen Sortimentskonzepts der Firma TEDi auf die aufgeführten Branchen aufgeteilt. Der Umsatz von **Babyfachmärkten** verteilt sich zu ca. 55 % auf den Möbelfachhandel (großteilige Waren, z. B. Wickelkommoden, Kinderwägen, Autositze), zu 25 % auf den Babyfachhandel (u. a. Bekleidung) sowie zu ca. 15 % auf Spielwarenanbieter und zu je ca. 5 % den Lebensmittel- bzw. Drogeriewarenhandel (u. a. Nahrung, Windeln). Der Umsatz im **Elektrofachhandel** wird zu ca. 75 % über den Fachhandel, ca. 5 % über die Randsortimente branchenfremder Anbieter und 20 % über das Internet generiert.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 33: Umsatzumverteilungseffekte in den untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen im Untersuchungsraum

Lage / Umsatzumlenkungen im…	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €*	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €*	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %
Kerneinzugsgebiet	148,8	9,1	ca. 6	20,3	0,3	1 – 2
▪ *ZVB Innenstadt Bamberg*	*5,2*	*0,2 – 0,3*	*4 – 5*	-	-	-
▪ *ZVB Innenstadt Hallstadt*	*3,0*	*< 0,1*	*1 – 2*	-	-	-
▪ *sonstige städtebaulich integrierte Lagen*	*44,1*	*2,2 – 2,3*	*ca. 5*	-	-	-
▪ *dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen*	*96,5*	*6,5 – 6,6*	*6 – 7*	*20,3*	*0,3*	*1 – 2*
erweiterten Einzugsgebiet	50,2	0,8	1 – 2	-	-	-
▪ *dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen*	*50,2*	*0,8*	*1 – 2*	-	-	-
weiteren Untersuchungsraum	-	0,4 – 0,5	n. n.	-	-	-
Summe	-	**10,3 – 10,4**	**ca. 5**	-	**0,3**	**1 – 2**

* Kernsortimentsumsätze der Betriebe

\- Ausweis nicht sinnvoll

n. n. nicht nachweisbar

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Lage / Umsatzumlenkungen im…	Zoologischer Bedarf			Bau- und Heimwerkerbedarf		
	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €*	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €**	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %
Kerneinzugsgebiet	3,1	0,4	12 – 13	2,7	0,6	ca. 22
▪ *dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen*	*3,1*	*0,4*	*12 – 13*	*2,7*	*0,6*	*ca. 22*
weiteren Untersuchungsraum	-	0,1 – 0,2	n. n.	-	-	-
Summe	-	**0,5 – 0,6**	ca. 16	-	**0,6**	**ca. 22**

* Kernsortimentsumsätze der Betriebe

** Randsortimentsumsätze der Betriebe (Umsatzanteil am Gesamtumsatz < 4 %)

n. n. nicht nachweisbar

\- Ausweis nicht sinnvoll

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Lage / Umsatzumlenkungen im…	Möbel (Kindermöbel und großteilige Baby- und Kinderartikel, z. B. Kinderwagen) sowie Einrichtungsbedarf (u. a. GPK, Deko)			Baby- und Kinderbedarf (kleinteilig, u. a. Bekleidung)		
	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €*	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %
Kerneinzugsgebiet	18,9	0,8	ca. 4	7,2	0,4	5 – 6
▪ *ZVB Innenstadt Bamberg*	*8,3*	*0,2*	*ca. 2*	1,9	0,1	ca. 5
▪ *ZVB Innenstadt Hallstadt*	-	-	-	k. A.	<< 0,1	n. n.
▪ *dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen*	*10,6*	*0,6*	*5 – 6*	5,1	0,2 – 0,3	ca. 5
erweiterten Einzugsgebiet	21,7	0,6	2 – 3	0,7	0,1	n. n.
▪ *sonstige städtebaulich integrierte Lagen*	-	-	-	k. A.	<< 0,1	n. n.
▪ *dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen*	*21,7*	*0,6*	*2 – 3*	k. A.	<< 0,1	n. n.
weiteren Untersuchungsraum	-	0,2	n. n.	-	< 0,1	n. n.
Summe	-	**1,7**	**ca. 4**	-	**0,5 – 0,6**	**6 – 7**

* Kernsortimentsumsätze der Betriebe

n. n. nicht nachweisbar

\- Ausweis nicht sinnvoll

k. A. keine Ausweisung bei weniger als drei Betrieben

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Lage / Umsatzumlenkungen im…	Spielwaren			Elektrowaren		
	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %
Kerneinzugsgebiet	14,7	0,4 – 0,5	ca. 3			
▪ *ZVB Innenstadt Bamberg*	*4,6*	*0,1 – 0,2*	*ca. 3*	6,4	0,5	ca. 7
▪ *ZVB Innenstadt Hallstadt*	-	-	-	1,2	0,1	ca. 8
▪ *sonstige städtebaulich integrierte Lagen*	-	-	-	3,9	0,3	7 – 8
▪ *dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen*	*10,1*	*0,3*	*ca. 3*	34,1	9,4 – 9,5	ca. 28
erweiterten Einzugsgebiet	-	-	-	k. A.	0,2	k. A.
weiteren Untersuchungsraum / auch Onlinehandel	-	0,1 – 0,2		-	0,6	n. n.
Summe	-	**0,6**	**ca. 4**	**-**	**11,1 – 11,2**	**24 – 25**

Lage / Umsatzumlenkungen im…	Sonstige (Rand-)Sortimente		
	Umsatz bestehender Betriebe in Mio. €	Umsatz-umverteilung in Mio. €	Umsatz-umverteilungs-effekte in %
Kerneinzugsgebiet			
▪ *ZVB Innenstadt Bamberg*	-	-	n. n.
▪ *dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lagen*			
erweiterten Einzugsgebiet	-	-	n. n.
weiteren Untersuchungsraum / auch Onlinehandel	-	-	n. n.
Summe	**-**	**1,8 – 1,9**	**n. n.**

- Ausweis nicht sinnvoll

k. A. keine Ausweisung bei weniger als drei Betrieben

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

3.3 Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO

Die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte sind wie folgt einzuordnen:

- Grundsätzlich wird durch das Vorhaben kein neuer Handelsstandort in Bamberg etabliert. Der Vorhabenstandort „Laubanger 14 a“ war bereits in der Vergangenheit Standort eines Lebensmitteldiscounters sowie Nonfood-Discounters. Die Modernisierung der Fachmarktzeile ist somit nur die immobilienseitige Voraussetzung zur Wiedernutzung ehemaliger, an aktuelle Marktentwicklungen angepasste Handelsstrukturen (u. a. moderne Verkaufsflächendimensionen). Darüber hinaus ist der Gewerbepark „Laubanger“ sowohl auf Bamberger als auch auf Hallstadter Gemarkung ein seit Jahrzehnten eingeführter, dicht belegter Handelsstandort. Ein größerer Anteil der prognostizierten Umsatzumverteilungseffekte wird sich dementsprechend gegenüber den hier ansässigen Betrieben niederschlagen. Die höchsten Umsatzumverteilungseffekte werden infolge der Vorhabenrealisierung in Bamberg und Hallstadt (= Kerneinzugsgebiet) selbst ausgelöst.

- Im **Nahrungs- und Genussmittelbereich** entfällt ein Großteil der erwarteten Umsätze in diesem Sortiment aufgrund seiner Distanzempfindlichkeit sowie der intensiven Wettbewerbssituation auf Anbieter in **Bamberg und Hallstadt**.

  Gegenüber den Anbietern in der Bamberger und Hallstadter **Innenstadt** (jeweils zentrale Versorgungsbereiche) sind allenfalls sehr geringe Auswirkungen durch das Vorhaben zu erwarten (ca. 1 % bzw. 1 – 2 %). Die hier ansässigen Anbieter erschließen vor allem Kundengruppen aus dem direkten Wohnumfeld und ermöglichen die lokale fußläufige Nahversorgung. Städtebauliche Auswirkungen sind in der vitalen Innenstadt von Bamberg aber auch von Hallstadt nicht zu erwarten.

  Ein Umsatzanteil von 2,2 – 2,3 Mio. € ist auch gegenüber Anbietern in **städtebaulich integrierten Lagen** zu erwarten. Hiervon sind vor allem Standorte im nördlichen Stadtbereich von Bamberg betroffen, die ein ähnlich umfassendes Angebot bereithalten wie das Untersuchungsvorhaben (u. a. Nahversorgungslage am Berliner Ring, Pödeldorfer Straße, aber auch Einzelstandorte). Hier werden Umsatzumverteilungseffekte gegenüber allen Anbietern in einer Größenordnung von ca. 5 % erreicht. Weit unterhalb der 10 %-Relevanzschwelle, aber der städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auftreten können, sind solche Effekte im vorliegenden Fall nicht zu besorgen.

  So werden 6,5 – 6,6 Mio. € im näheren und weiteren Standortumfeld des Laubangers sowie an angrenzenden fachmarktgeprägten Standorten (Kirschäcker, market Oberfranken) gegenüber den hier weiteren Lebensmittelmärkten wirksam werden. Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 6 – 7 %. Bauplanungsrechtlich sind diese Umverteilungseffekte nicht relevant, da es sich um Umsatzumverteilungseffekte in **dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten** und somit nicht schützenswerten **Lagen** im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt.

  Im **erweiterten Einzugsgebiet** des Vorhabens werden rd. 0,8 Mio. € umverteilungswirksam. Diese treffen jedoch ausschließlich Anbieter in dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Lagen (u. a. GE Trosdorf) und lösen dort Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von 1 – 2 % aus. Mit Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ist hier nicht zu rechnen.

Außerhalb des Untersuchungsraums 0,4 – 0,5 Mio. € gegenüber zahlreichen, räumlich nicht zuzuordnenden Anbietern umverteilungswirksam, die im Einzelfall jedoch zu keinen versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen führen.

- Im **Drogeriewarensegment** werden durch das Vorhaben nur geringe Umsatzumverteilungseffekte ausgelöst (Stichwort: Randsortimente). Diese treffen ausschließlich im unmittelbaren Standortumfeld (Laubanger) ansässige Anbieter in einer Höhe von 1 – 2 % (insgesamt 0,3 Mio. €). Die versorgungsstrukturelle Situation wird hierdurch nicht gefährdet.

- Umsatzumverteilungen sind infolge der geplanten Ansiedlung eines Zoofachmarktes auch im Bereich des **Zoofachhandels** zu erwarten (insgesamt 0,5 – 0,6 Mio. €).

  Aufgrund der Wettbewerbssituation (Systemwettbewerber vor allem im Kerneinzugsgebiet) werden Umsatzumlenkungen in Höhe von rd. 0,4 Mio. € in **Bamberg und Hallstadt** erwartet. Diese verteilen sich auf die im nördlichen Stadtgebiet in dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Lagen ansässigen Zoofachmärkte und lösen gegenüber diesen Anbietern Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von 12 – 13 % aus. Hierbei ist anzumerken, dass es sich vor allem um nicht-zentrenrelevante Sortimentsgruppen handelt, bei denen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auch über 10 % als unwahrscheinlich gelten.

  Gegenüber kleinteiligen, in der Regel spezialisierten Fachgeschäften (u. a. in der **Bamberger Innenstadt** sowie im **erweiterten Einzugsgebiet**) werden keine Auswirkungen erwartet (nicht vergleichbares Vertriebskonzept).

  Im **weiteren Untersuchungsraum** verteilen sich zwischen 0,1 und 0,2 Mio. € auf unterschiedliche Fachmarktanbieter des zoologischen Bedarfs, deren Kunden am Vorhabenstandort im Rahmen von unregelmäßigen Streukundenbeziehungen einkaufen. Betriebliche Umsatzeinbußen sind im Einzelfall nicht nachweisbar und nicht betriebsgefährdend.

  Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO sind in diesem Sortimentsbereich somit klar auszuschließen.

- Im **Bau- und Heimwerkerfachhandel** sind Umsatzumlenkungen in Höhe von rd. 0,6 Mio. € zu erwarten. Diese schlagen sich vor allem im Randsortimentsbereich der im Standortumfeld ansässigen Garten-, Bau- und Heimwerkerfachmärkte in den überwiegend dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Lagen nieder (Zoofachabteilungen). Gemessen an den in diesem Randsortimentsbereich erwirtschafteten Umsätzen schlagen die Umsatzumlenkungseffekte mit ca. 22 % vergleichsweise hoch zu Buche. Relativierend ist jedoch zu erwähnen, dass es sich um nicht-zentrenrelevante Sortimentsgruppen handelt (Vgl. Zoofachhandel oben) und auch nur ein Teilsortiment betroffen ist, dessen Umsatzanteil am gesamtbetrieblichen Umsatz bei weniger als 4 % liegt. Betriebsaufgaben infolge der Vorhabenrealisierung und damit verbundene versorgungsstrukturelle Beeinträchtigungen sind somit klar auszuschließen.

- Der **Möbelfachhandel (inkl. Einrichtungsbedarf)** hat infolge der Vorhabenumsetzung Umsatzeinbußen in einer Gesamthöhe von ca. 1,7 Mio. € hinzunehmen. Diese betreffen vor allem den Bereich der Baby- und Kindermöbel und großteiliger Kleinkindartikel (z. B. Kinderwagen, Autositze etc.) sowie den Einrichtungs- und Dekorationssegment (GPK, Haushaltswaren, Heimtextilien, Dekorationsartikel).

Innerhalb des Kerneinzugsgebietes ist in der **Bamberger Innenstadt (ZVB)** mit Umsatzumlenkungen in Höhe von rd. 0,2 Mio. € zu rechnen, was einer Umverteilungsquote von ca. 2 % entspricht. Betroffen sind hiervon vor allem die Randsortimentsbereiche der großen Warenhäuser (Einrichtungsbedarf) sowie kleinere Einrichtungs- und Dekorationsgeschäfte. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind ausgeschlossen.

In **dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Lagen** werden ebenfalls vor allem Fachmärkte des Einrichtungs- un Dekorationsbedarfs sowie andere Nonfood-Discounter von Umsatzumlenkungen in einer Größenordnung von 0,6 Mio. € bzw. 5 – 6 % betroffen sein. Mit Blick auf die städtebauliche Situation ist auch gegenüber diesen Märkten nicht von Betriebsaufgaben infolge der Vorhabenrealisierung auszugehen, sodass städtebauliche und versorgungsstrukturelle Beeinträchtigungen ausgeschlossen werden können.

Im **erweiterten Einzugsgebiet** sind vor allem die im Süden ansässigen Möbelhäuser in **dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Lagen** von Umsatzumlenkungen betroffen. Gegenüber ihren Teilsortimenten im Baby- und Kinderbereich sowie Einrichtungsbedarf sind Umsatzumlenkungseffekte von 2 – 3 % zu erwarten. Betriebswirtschaftliche und in der Folge städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind auch hier ausgeschlossen.

- Der **Baby- und Kinderfachhandel** wird im Untersuchungsraum vor allem Kinderboutiquen und fachmarktähnliche Vertriebskonzepte (z. B. Ernsting's familiy) abgebildet. Gegenüber diesen Anbietern werden Umsatzumlenkungen in einer Gesamthöhe von 0,5 – 0,6 Mio. € umverteilungswirksam. Diese schlagen sich insbesondere im Sortiment der Baby- und Kinderbekleidung nieder.

  So ist gegenüber kleinteiligen Fachanbietern in der **Bamberger Innenstadt (ZVB)** mit Umsatzumlenkungen in Höhe von maximal 0,1 Mio. € zu rechnen. Aufgrund der überwiegend hochwertigen Sortimente mit intensiver Beratung stehen diese Betriebe kaum im Wettbewerb zum geplanten Babyfachmarkt. Umsatzeinbußen bewegen sich daher auf moderatem Niveau und übersteigen ca. 5 % nicht.

  Ein Großteil der Umsatzumlenkungen (0,2 – 0,3 Mio. €) betrifft Betriebe in **dezentralen Lagen innerhalb des Kerneinzugsgebietes** innerhalb des Gewerbeparks „Laubanger". Die fachmarktähnlichen Betriebe haben Umsatzumlenkungseffekte in Höhe von ca. 5 % hinzunehmen.

  Kleinteilige, einzelne Anbieter im erweiterten Einzugsgebiet (fachmarktähnliche Baby- und Kinderbekleidungsgeschäfte) werden in städtebaulich integrierten wie auch in dezentralen Lagen allenfalls mit minimalen Umsatzrückgängen deutlich unter 0,1 Mio. € konfrontiert sein. In der Einzelbetrachtung bewegen sich die Umsatzrückgänge unterhalb der Nachweisgrenze.

- **Spielwaren** werden innerhalb des Untersuchungsraums nur selten in klassischen Spielwarenfachgeschäften angeboten; häufig sind sie Bestandteil von umfangreichen Randsortimenten der Kauf- und Warenhäuser. Gegenüber dem Spielwarenfachhandel werden infolge der Vorhabenrealisierung rd. 0,6 Mio. € umverteilungswirksam.

  Die Umsatzumlenkungseffekte verteilen sich auf die Randsortimente der Warenhäuser in der **Bamberger Innenstadt** (0,1 – 0,2 Mio. € bzw. ca. 3 %) sowie auf die Fachanbieter in

dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Lagen (Gewerbepark „Laubanger“) innerhalb des Kerneinzugsgebietes (rd. 0,3 Mio. € bzw. ca. 3 %).

Im weiteren Untersuchungsraum werden ca. 0,1 – 0,2 Mio. € umverteilungswirksam. Sie verteilen sich hier ebenfalls auf Randsortimente und führen im Einzelfall zu keinen negativen Auswirkungen.

Die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Situation im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO wird weder im Kerneinzugsgebiet noch im weiteren Untersuchungsraum gefährdet.

- Im Sortimentsbereich **Elektrowaren** sorgt die Ansiedlung eines 2.400 m² großen Elektrofachmarktes zu einer erheblichen Verdichtung der Wettbewerbssituation vor Ort. So würden Umsatzumlenkungen gegenüber den Anbietern im **ZVB Innenstadt Bamberg** mit Umsatzverlusten in einer Größenordnung von ca. 7 % konfrontiert. Relativierend ist anzuführen, dass es sich hierbei insbesondere um die umfassenden Randsortimentsbereiche des Drogeriewarenkaufhauses von Müller sowie von Galeria Kaufhof handelt. Die Umsatzverluste beziehen sich somit überwiegend auf Teile eines deutlich umfassenderen Gesamtumsatzvolumens. Mit Betriebsschließungen und folglich städtebaulichen Missständen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO ist nicht zu rechnen.

  Ein geringer Umsatzanteil wird gegenüber den wenigen Anbietern im **ZVB Innenstadt Hallstadt** umverteilungsrelevant. Wegen des geringen Umsatzvolumens dieser Anbieter schlagen selbst geringste Umsatzumlenkungen schon deutlich zu Buche (ca. 8 %). Tatsächlich handelt es sich jedoch um Umsatzanteile (0,1 Mio. €), die sich im Bereich jährlicher Umsatzschwankungen befinden und nicht zu Betriebsaufgaben führen werden. Dies wird durch die unterschiedlichen Betriebskonzepte und sortimentsspezifische Ausrichtung der untersuchten Betriebe deutlich (inhabergeführte Fachgeschäfte mit spezialisiertem Angebot, z. B. Kaffeebrühmaschinen). Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO werden ausgeschlossen.

  In den **städtebaulich integrierten Streu- und Nebenlagen in Bamberg und Hallstadt** befinden sich verschiedene Elektrofachgeschäfte und Mobilfunkanbieter, die Sortimentsüberschneidungen mit dem zur Ansiedlung geplanten Elektrofachmarkt aufweisen. Über alle Betriebe sind Umsatzeinbußen von 7 – 8 % zu erwarten. In der einzelbetrieblichen Betrachtung sind die Umsatzumverteilungseffekte jedoch aufgrund ihrer geringen absoluten Höhe nicht mehr nachweisbar. Mit Betriebsschließungen und nachfolgenden Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ist nicht zu rechnen.

  Die deutlichsten Umsatzumverteilungseffekte schlagen sich indes in den **dezentralen Lagen des Kerneinzugsgebietes** nieder. Im Gewerbepark Laubanger sowie im Einkaufszentrum „market Oberfranken“ sind die Hauptwettbewerber sowie zahlreiche branchenfremde Unternehmen mit Überschneidungen im Randsortimentsbereich (z. B. Drogeriefachmärkte von Müller) ansässig. Ihnen gegenüber wird der Großteil des prognostizierten Umsatzvolumens umverteilungswirksam (ca. 9,4 – 9,5 Mio. €). Dies führt zu rechnerischen Umsatzumverteilungseffekten in einer Größenordnung von ca. 28 %. Es ist folglich von Verschiebungen innerhalb der Wettbewerbslandschaft auszugehen. Aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht sind diese Verschiebungen jedoch nicht relevant im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, da es sich zum einen um städtebaulich nicht-integrierte Lagen handelt und zum anderen das Elektrowarenangebot nahezu vollständig dupliziert –

bzw. im Falle von Betriebsaufgaben substituiert – wird. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle negative Auswirkungen sind somit nicht zu erwarten.

Im **erweiterten Einzugsgebiet** ist bis auf ein entsprechendes Fachgeschäft kein Fachangebot im Elektrowarenbereich vorhanden. Auswirkungen fallen hier allenfalls in deutlich untergeordnetem Maße aus und nehmen die Größenordnung jährlicher Umsatzschwankungen ein. Eine Ausweisung ist jedoch aufgrund der wenigen Anbieter nicht möglich.

Außerhalb des Einzugsgebietes ist auf die Fachmärkte in den benachbarten Zentren hinzuweisen. Diese sind durchweg leistungsfähig und stabil aufgestellt, sodass Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht zu besorgen sind.

- Die **sonstigen (Rand-)Sortimente** sind eine Zusammenfassung zahlreicher weiterer Branchengruppen (u. a. Schmuck, Schreibwaren, Partyartikel, Schuhe, Sportartikel etc.), die bei einer Vielzahl unterschiedlichster Betriebe aus allen Warengruppen im gesamten Untersuchungsraum geführt werden. Die jeweiligen Einzelsortimente erreichen nicht die definierte Aufgreifschwelle von 200 m² Verkaufsfläche oder gehören als Aktionswaren nicht dem ständigen Sortiment der zu untersuchenden Märkte an. Sie verteilen sich auf zahlreiche Branchen und Angebotsformen; der umverteilungswirksame Umsatzanteil in Höhe von 1,8 – 1,9 Mio. € ist im Einzelfall nicht mehr nachweisbar.

4. Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Umland sowie den dargestellten Umsatzumverteilungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes wie folgt bewerten:

- Durch das Vorhaben werden **ganz überwiegend wettbewerbliche Umsatzumverteilungseffekte** in den dargestellten Sortimentsbereichen induziert. Es werden **keine städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO** ausgelöst.
- Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in Bamberg und Hallstadt sowie in den Nachbargemeinden sind auszuschließen. Die dargestellten Umsatzumverteilungen werden in keinem Fall in größerem Umfang zu Lasten städtebaulich integrierter Versorgungslagen (Stadt- und Ortszentren bzw. zentrale Versorgungsbereiche) gehen.
- Mit der Umsetzung des Planvorhabens wird die Funktionsfähigkeit der verbrauchernahen Versorgung im gesamten Untersuchungsraum ebenfalls nicht beeinträchtigt.
- Auch die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen im Randsortimentsbereich werden ebenfalls nicht zu einer Schwächung zentraler Versorgungsbereiche oder zu einer Schädigung der Versorgungsstruktur führen. Diese verteilen sich auf zahlreiche Sortimentsgruppen und unterschiedliche Betriebe und werden in einer Gesamtbetrachtung nur geringe Ausmaße erreichen. Städtebauliche Auswirkungen im Sinne des Beeinträchtigungsverbotes sind deutlich auszuschließen.

Das Beeinträchtigungsverbot gemäß landes- und regionalplanerischen Vorgaben sowie im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO wird im vorliegenden Fall eingehalten.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass das Vorhaben keine städtebaulich und versorgungsstrukturell negativen Auswirkungen nach sich ziehen würde.

VI. Zusammenfassung

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	▰ Umstrukturierung und Modernisierung des Gewebegebietsstandortes „Laubanger 14 a“ in Bamberg ▰ Revitalisierung leerstehender Fachmarktzeile mit verschiedenen Handelsnutzungen – Lebensmitteldiscounter mit 1.300 m² VK – Getränkefachmarkt mit 800 m² VK – Nonfood-Discounter mit 1.000 m² VK – Zoofachmarkt mit 800 m² VK – Babyfachmarkt mit 800 m² VK – Elektrofachmarkt mit 2.400 m² VK ▰ Mesostandort Gewerbepark „Laubanger“ als eingeführter Handelsstandort mit regionaler Bedeutung
Rechtsrahmen	▰ Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO ▰ Geltungsbereich des qualifizierten Bebauungsplans Nr. 208 C (in Kraft seit dem 25.01.2012)
Standortrahmenbedingungen	▰ Makrostandort: Bamberg mit rd. 76.310 Einwohnern ▰ Einzelhandelsstrukturen: Oberzentrum mit breitem Branchenmix und Angebotsvielfalt im Innenstadtbereich sowie den Gewerbegebieten im Norden und Osten der Stadt ▰ zahlreiche weitere Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich integrierten Streu- und Nebenlagen, engmaschiges Nahversorgungsnetz ▰ interkommunaler Gewerbepark „Laubanger“ mit regionaler Einkaufsbedeutung
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▰ Zone I: Bamberg und Hallstadt mit zusammen rd. 85.830 Einwohnern ▰ Zone II: Baunach, Bischberg, Breitengüßbach, Burgebrach, Buttenheim, Ebelsbach, Eltmann, Frensdorf, Gundelsheim, Hirschaid, Kemmern, Lauter, Lisberg, Litzendorf, Memmelsdorf, Oberaurach, Oberhaid, Pettstadt, Priesendorf, Scheßlitz, Stegaurach, Stettfeld, Strullendorf, Viereth-Trunstadt, Walsdorf mit zusammen rd. 117.330 Einwohnern ▰ Kaufkraft im Einzugsgebiet: – Lebensmitte: 412,7 Mio. € – Getränke: 101,6 Mio. € – Sonderposten: 11,9 Mio. € – Zoologischer Bedarf: 88,9 Mio. € – Baby- und Kinderbedarf: 18,1 Mio. € – Elektrowaren: 99,4 Mio. €
Umsatzerwartung	▰ Lebensmitteldiscounter mit 1.300 m² VK: rd. 9,8 Mio. € ▰ Getränkefachmarkt mit 800 m² VK: rd. 1,6 Mio. € ▰ Nonfood-Discounter mit 1.000 m² VK: 1,7 Mio. € ▰ Zoofachmarkt mit 800 m² VK: rd. 1,5 Mio. € ▰ Babyfachmarkt mit 800 m² VK: rd. 2,1 Mio. € ▰ Elektrofachmarkt mit 2.400 m² VK: rd. 10,9 – 11,0 Mio. € ▰ Summe: 27,6 – 27,7 Mio. €

Fortsetzung auf nächster Seite

Grundlagen		
Umsatzumverteilungseffekte	**Lebensmittel**	
	Kerneinzugsgebiet	ca. 6 %
	– ZVB Innenstadt Bamberg	4 – 5 %
	– ZVB Innenstadt Hallstadt	1 – 2 %
	– sonstige städtebaulich integrierte Lagen	ca. 5 %
	Möbel- und Einrichtungsbedarf	
	Kerneinzugsgebiet	ca. 4 %
	– ZVB Innenstadt Bamberg	ca. 2 %
	erweiterten Einzugsgebiet	2 – 3 %
	Baby- und Kinderbedarf	
	Kerneinzugsgebiet	5 – 6 %
	– ZVB Innenstadt Bamberg	ca. 5 %
	– ZVB Innenstadt Hallstadt	n. n.
	Spielwaren	
	Kerneinzugsgebiet	ca. 3 %
	– ZVB Innenstadt Bamberg	ca. 3 %
	weiterer Untersuchungsraum	n. n.
	Elektrowaren	
	Kerneinzugsgebiet	22 – 23 %
	– ZVB Innenstadt Bamberg	ca. 7 %
	– ZVB Innenstadt Hallstadt	ca. 8 %
	– sonstige städtebaulich integrierte Lagen	7 – 8 %
	weiterer Untersuchungsraum	n. n.
	Sonstige Branchen	
	zahlreiche Brachen und Angebotsformate	n. n.

n. n. nicht nachweisbar

Fortsetzung auf nächster Seite

Landes- und regionalplanerische Überprüfung	
Konzentrationsgebot	Das Vorhaben befindet sich im Oberzentrum Bamberg. **Das Konzentrationsgebot gemäß LEP-Ziel 5.3.1 wird erfüllt.**
Integrationsgebot	Das Vorhaben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten befindet sich in einem Teil des Stadtgebietes, der als dezentral und städtebaulich nicht-integriert zu beschreiben ist. Gemäß Definition des LEP Bayern 2020 ist der Standort jedoch als nicht-integriert zu bewerten; **das LEP-Ziel 5.3.2 wird somit nicht erfüllt.** Relativierend ist anzuführen, dass der Planstandort „Laubanger 14 a“ kein grundsätzlich neuer Handelsstandort ist und die vorgesehenen Nutzungen zum Teil in der Vergangenheit schon hier angesiedelt waren (Revitalisierung); auch das Standortumfeld wird aktuell maßgeblich durch Handelsnutzungen geprägt.
Kongruenzgebot	Das Vorhaben bleibt unterhalb der zulässigen maximalen Verkaufsflächen, die anhand des abschöpfbaren Kaufkraftpotenzials der Bevölkerung im jeweiligen Bezugsraum ermittelt wird. **Das Vorhaben erfüllt das Kongruenzgebot gemäß LEP-Ziel 5.3.3.**
Beeinträchtigungsverbot	**Das Beeinträchtigungsverbot gemäß LEP-Ziel 5.3.3 sowie Ziel 3.4.3 des Regionalplans Oberfranken-West wird erfüllt.** Die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte sind rein wettbewerblicher Natur und beeinträchtigen die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche nicht.
Kompatibilität mit lokalen Planwerken	
Einzelhandelskonzept der Stadt Bamberg	Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Bamberg aus dem Jahr 2015 wird der Planstandort als dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Geschäftslage des überwiegend großflächigen Einzelhandels mit überwiegend gesamtstädtische Versorgungsfunktionen definiert. Der weitere Ausbau mit zentrenrelevanten / nahversorgungsrelevanten Sortimenten wird nicht empfohlen.
Interkommunales Entwicklungskonzept der ARGE B²H²	Gemäß des sich aktuell in Fortschreibung befindlichen Interkommunalen Entwicklungskonzepts der ARGE „B²H²“ wird der Vorhabenstandort als dezentrale, städtebaulich nicht-integrierte Lage eingeordnet, an dem kein weiterer Ausbau zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente stattfinden sollte.

Fazit

Das Vorhaben entspricht zunächst nicht den lokalen Planwerken der Stadt Bamberg bzw. der Besonderen Arbeitsgemeinschaft „B²H²“ zur Steuerung der lokalen Einzelhandelsentwicklung. Gleichwohl sind keinerlei städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen gemäß LEP-Beeinträchtigungsverbot sowie den Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO zu besorgen. Das Vorhaben dient der Revitalisierung einer brachgefallenen Fachmarktzeile und behebt somit einen städtebaulichen Missstand. Die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte sind rein wettbewerblicher Natur, da sich die geplanten Nutzungen in eine sehr intensive Wettbewerbslandschaft „geräuschlos“ im Sinne möglicher Beeinträchtigungen einfügen. Es kommt zu einer Duplizierung bereits mehrfach vorhandener Angebote.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Standortstruktur der Stadt Bamberg gemäß Einzelhandelskonzept (2015)	11
Karte 2:	Lage des Oberzentrums Bamberg und zentralörtliche Struktur der Region	22
Karte 3:	Mikrostandort „Laubanger 14 a“ und bestehende Umfeldnutzungen	26
Karte 4:	Einzugsgebiet des Vorhabens	30
Karte 5:	Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich	40
Karte 6:	Wettbewerbssituation bei Getränkefachmärkten	42
Karte 7:	Wettbewerbssituation bei Nonfood-Discountern	43
Karte 8:	Wettbewerbssituation im Sortimentsbereich des zoologischen- und Tierbedarfs	45
Karte 9:	Wettbewerbssituation bei Babyfachmärkten	46
Karte 10:	Wettbewerbssituation im Elektrowarenbereich	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Zulässige Sortimente gemäß städtebaulichem Vertrag vom 04.02.2016	5
Tabelle 2:	Einordnung der zulässigen Sortimente nach Zentrenrelevanz	6
Tabelle 3:	Einordnung der geplanten Sortimente nach Zentrenrelevanz	7
Tabelle 4:	Verkaufsflächen nach Anbietern in m²	7
Tabelle 5:	Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	13
Tabelle 6:	Wesentliche Standortmerkmale des Oberzentrums Bamberg	20
Tabelle 7:	Standortrahmendaten „Laubanger 14 a“	24
Tabelle 8:	Bevölkerung im Einzugsgebiet der geplanten Fachmarktzeile	31
Tabelle 9:	Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	32
Tabelle 10:	Umsatzerwartung Lidl Lebensmitteldiscounter (1.300 m² VK)	33
Tabelle 11:	Umsatzerwartung Getränkefachmarkt (800 m² VK)	33
Tabelle 12:	Umsatzerwartung Zoofachmarkt (800 m² VK)	34
Tabelle 13:	Umsatzerwartung Nonfood-Discounter (1.000 m² VK)	35
Tabelle 14:	Umsatzerwartung Babyfachmarkt (800 m² VK)	35
Tabelle 15:	Umsatzerwartung Elektrofachmarkt (2.400 m² VK)	36
Tabelle 16:	Landesplanerische Überprüfung der vorgesehenen Verkaufsflächen	37
Tabelle 17:	Angebotssituation im Lebensmittelbereich	38
Tabelle 18:	Angebotssituation im Bereich der Getränkefachmärkte	41
Tabelle 19:	Angebotssituation im Bereich der Nonfood-Discounter	41
Tabelle 20:	Angebotssituation im Sortimentsbereich zoologischer Bedarf	44
Tabelle 21:	Angebotssituation im Sortimentsbereich der Babyfachmärkte	44
Tabelle 22:	Angebotssituation im Sortimentsbereich Elektrowaren	47
Tabelle 23:	Angebotssituation im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Umland	49
Tabelle 24:	Angebotssituation im Getränkesegment im Umland	49
Tabelle 25:	Angebotssituation im Nonfood-Discountbereich im Umland	50
Tabelle 26:	Angebotssituation im Bereich Zoologie im Umland	50

Tabelle 27: Angebotssituation im Bereich Baby- und Kinderbedarf im Umland 50
Tabelle 28: Nonfood-Discounter im weiteren Untersuchungsraum 51
Tabelle 29: Zoofachmärkte im weiteren Untersuchungsraum 51
Tabelle 30: Babyfachmärkte im weiteren Untersuchungsraum 51
Tabelle 31: Elektrowarenanbieter im weiteren Untersuchungsraum 52
Tabelle 32: Umverteilungswirksame Umsätze differenziert nach geplanten Nutzungen und projektrelevanten Branchen 54
Tabelle 33: Umsatzumverteilungseffekte in den untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen im Untersuchungsraum 55

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010 – 2019 12
Abbildung 2: Technikumsätze in Deutschland nach Produktgruppen 18
Abbildung 3: Entwicklung der Umsatzanteile am Elektrowarenhandel nach Vertriebswegen 2011 – 2018 19

Anhang 5 – Pflanzliste

Einzelbäume und Heister:
(Pflanzqualität: H.: mind. 3xv, mDb., StU 18-20 cm /
Hei.: mind. 2xv, 200-250cm; vStr.: mind. 2xv, 80-100cm)

Feldahorn	Acer campestre
Feuerahorn	Acer ginnala
Zimtahorn	Acer griseum
Fächerahorn	Acer palmatum
Spitzahorn	Acer platanoides
Ahorn in Sorten	Acer spec.
Kastanie (in Sorten)	Aesculus spec.
Hainbuche	Carpinus betulus
Ess-Kastanie	Castanea sativa
Weißdorn (in Sorten)	Crataegus spec.
Öl-Weide	Eleagnus angustifolia
Esche	Fraxinus excelsior
Manna-Esche	Fraxinus ornus
Ginkgo	Gingko biloba
Walnussbaum	Juglans regia
Blasenesche	Koelreuteria paniculata
Amberbaum	Liquidambar styraciflua
Tulpenbaum	Liriodendron tulipifera
Holzapfel	Malus sylvestris
Mispel	Mespilus germanica
Eisenholzbaum	Parrotia persica
Platane	Platanus × acerifolia
Vogelkirsche	Prunus avium
Scharlach-Kirsche	Prunus sargentii
Chinesische Birne	Pyrus calleryana `Chanticleer`
Wildbirne	Pyrus pyraster
Scharlach-Eiche	Quercus cerris
Traubeneiche	Quercus petraea
Stieleiche	Quercus robur
Robinien (in Sorten)	Robinia spec.
Weiden	Salix spec.
Kegel-Silberweide	Salix alba `Liempde`
Schnurbaum	Sophora japonica
Mehlbeere	Sorbus aria
Eberesche	Sorbus aucuparia
Speierling	Sorbus domestica
Schwedische Mehlbeere	Sorbus intermedia
Elsbeere	Sorbus torminalis
Winterlinde	Tilia cordata
Sommerlinde	Tilia platyphyllos
Silberlinde	Tilia tomentosa
Feld-Ulme	Ulmus carpinifolia

Sträucher:

Felsenbirne	Amelanchier ovalis
Felsenbirne (in Sorten)	Amelanchier spec.
Buchsbaum	Buxus sempervirens
Kornelkirsche	Cornus mas
Hartriegel	Cornus sanguinea
Haselnuss	Corylus avellana
Zwergmispel	Cotoneaster dammeri u. a.
Weißdorn (in Sorten)	Crataegus spec.
Deutzie (in Sorten)	Deutzia spec.
Sanddorn	Hippophae rhamnoides
Johanniskraut	Hypericum calycinum
Kolkwitzie	Kolkwitzia amabilis
Liguster	Ligustrum vulgare
Fünffingerstrauch	Potentilla fructicosa
Trauben-Kirsche	Prunus padus
Feuerdorn	Pyracantha coccinea
Faulbaum	Rhamnus frangula
Rose (in Sorten)	Rosa spec.
Purpurweide	Salix purpurea
Schwarzer Holunder	Sambucus nigra
Schneebeere	Symphoricarpos chenaultii
Flieder	Syringa vulgaris
Zwergspiere	Spirea japonica
Wolliger Schneeball	Viburnum lantana
Gewöhnlicher Schneeball	Viburnum opulus
Schneeball (in Sorten)	Viburnum spec.
Weigelie	Weigelia hybr.

Anlage 4 - Visualisierung des Vorhabens I

Anlage 4 - Visualisierung des Vorhabens II

Anlage 4 - Visualisierung des Vorhabens III

Anlage 4 - Visualisierung des Vorhabens IV