

# Auswirkungsanalyse

## Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Zwiesel

---

für die  
Aldi GmbH & Co. KG Regenstauf  
Benzstraße 11  
93128 Regenstauf

**Ihre Ansprechpartner**

Dipl. Geogr. Markus Wotruba  
(Gesamtleitung Standortforschung)  
**Tel** +49 89 55118-176  
**Fax** +49 89 55118-153  
**E-Mail** wotruba@bbe.de

Marina Deisenberger, M.Sc. Humangeographie  
(Projektleitung)

**BBE Handelsberatung GmbH**

Brienner Straße 45  
80333 Zwiesel  
Deutschland

Tel +49 89 55118-187  
Fax +49 89 55118-153  
E-Mail deisenberger@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

**Wissen schafft Zukunft.**

Zwiesel · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

**Inhaltsverzeichnis**

<b>1</b>	<b>Ausgangssituation und Zielsetzung .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Projektplanung und Projektdaten.....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Makrostandort Zwiesel .....</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Mikrostandortanalyse .....</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>Exkurs Einzelhandelskonzept Zwiesel 2016.....</b>	<b>12</b>
<b>6</b>	<b>Angebotssituation.....</b>	<b>14</b>
6.1	Angebotssituation in Zwiesel .....	15
6.2	Angebotssituation im weiteren Umland .....	16
6.3	Zusammenfassung zur Angebotssituation .....	18
<b>7</b>	<b>Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen .....</b>	<b>19</b>
7.1	Einzugsgebiet .....	19
7.2	Marktpotenzial .....	21
7.3	Umsatz-Kaufkraft-Relation .....	22
<b>8</b>	<b>Auswirkungsanalyse.....</b>	<b>23</b>
8.1	Bauplanungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen .....	23
8.2	Umsatzprognose.....	25
8.2.1	Marktanteilskonzept .....	25
8.2.2	Flächenleistung .....	27
8.3	Methodische Vorgehensweise.....	27
8.4	Umsatzlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen.....	28
8.5	Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche .....	30
<b>9</b>	<b>Zusammenfassung und Fazit.....</b>	<b>32</b>

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Derzeitige Situation am Planstandort .....5  
 Abbildung 2: Plan des Vorhabens in der Bärnzeller Straße ..... 5  
 Abbildung 3: Zentralörtliche Struktur ..... 7  
 Abbildung 4: Lage des Vorhabenstandorts ..... 7  
 Abbildung 5: Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex Zwiesels im regionalen Vergleich ..... 8  
 Abbildung 6: Derzeitige Nutzungen im Umfeld des Vorhabenstandortes ..... 9  
 Abbildung 7: Fußläufiges Einzugsgebiet des Vorhabens (400 m und 800 m-fußläufige Entfernung) ..... 10  
 Abbildung 8: Zentraler Versorgungsbereich und sonstige Einkaufsorte - Übersicht ..... 12  
 Abbildung 9: Filialnetzstruktur Drogeriemärkte im Vorhabenumfeld ..... 14  
 Abbildung 10: Ergänzungsstandort Frauenauer Straße in Zwiesel ..... 16  
 Abbildung 11: Wettbewerbsstandorte im Umland (Auswahl) ..... 17  
 Abbildung 12: Einzugsgebiet des Vorhabens an der Bärnzeller Straße ..... 20

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmendaten des Vorhabenstandorts .....6  
 Tabelle 2: Angebotssituation im Bereich Drogeriewaren nach untersuchten Lagen ..... 18  
 Tabelle 3: Einwohnerzahl, Kaufkraftindex und Marktpotenzial ..... 22  
 Tabelle 4: Marktpotenzial, Umsatz und Umsatz-Kaufkraft-Relation im Einzugsbereich des Vorhabens.....22  
 Tabelle 5: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben ..... 24  
 Tabelle 6: Marktanteilsprognose bei 722 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ..... 26  
 Tabelle 7: Prospektive Raumleistung ..... 27  
 Tabelle 8: Umsatzherkunft Drogeriewaren ..... 28  
 Tabelle 9: Umsatzumlenkung Drogeriewaren ..... 29

## 1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Aldi Regenstauf plant die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Zwiesel, am Standort Bärnzeller Straße neben der eigenen Filiale und benötigt für das weitere Vorgehen eine qualifizierte Beurteilung über die zu erwartenden Auswirkungen, insbesondere mit Blick auf die induzierten Umsatzverteilungen gegenüber zentralen Versorgungsbereichen.

Im Zuge der umfassenden Auswirkungsanalyse werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit, etc.)? Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel vor Ort von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie gestaltet sich der Mikrostandort des Vorhabens?
- Welchen Einzugsbereich hat das geplante Vorhaben?
- Wie ist das Vorhaben hinsichtlich seiner Auswirkungen zu bewerten?
- Welche Auswirkungen sind auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten?

Die Aussagen vorliegender Analyse basieren auf einer aktuellen Vorort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch Besichtigung des Ansiedlungsstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Die Planunterlagen wurden durch den Auftraggeber bereitgestellt. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research, die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung Köln sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

## 2 Projektplanung und Projektdaten

Am Standort Bärnzeller Straße in Zwiesel betreibt Aldi eine Filiale. Aldi verfügt am Standort über ungenutzte Grundstückflächen und plant dort die Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit einer Verkaufsfläche von 722 m<sup>2</sup>.

Das Grundstück wird gemäß dem Einzelhandelskonzept der Stadt Zwiesel als Sonderstandort West ausgewiesen. Der Vorhabenstandort liegt im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplanes, der das Areal als sonstiges Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO mit der Zweckbestimmung Lebensmittel-discountmarkt ausweist.

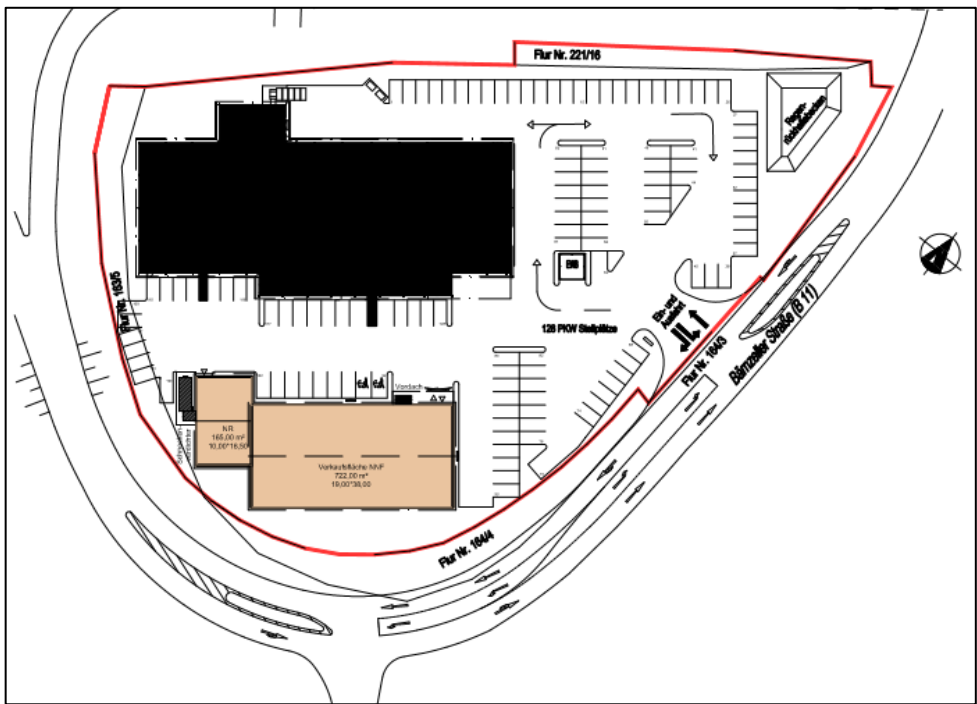
**Abbildung 1: Derzeitige Situation am Planstandort**



Quelle: eigene Aufnahme Januar 2020.

In nachfolgender Darstellung wird die Planung auf dem Projektareal verdeutlicht:

**Abbildung 2: Plan des Vorhabens in der Bärnzeller Straße**



Quelle: Aldi

### 3 Makrostandort Zwiesel

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten des Ortes, in dem der Standort liegt.

**Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmendaten des Vorhabenstandorts**

Einwohnerzahl <sup>1</sup> (12/2018)	■ 9.421
Bevölkerungsentwicklung <sup>1</sup> (2008-2018)	■ - 5,5 %
Bevölkerungsprognose <sup>1</sup> (2018-2030)	■ - 4,2 % auf 9.030
Pendlersaldo <sup>1</sup> (2018)	■ + 588
Zentralörtliche Einstufung <sup>3</sup>	■ Mittelzentrum (für die Region Donau-Wald)
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer <sup>2</sup> (2019)	■ 91,3
Einzelhandelszentralität <sup>4</sup>	■ ca. 170

<sup>1</sup> Statistisches Landesamt Bayern; <sup>2</sup> BBE/CIMA/MB-Research; <sup>3</sup> LEP Bayern 2018 und Regionalplan Region Donau-Wald <sup>4</sup> Einzelhandelsstrukturanalyse für die Stadt Zwiesel – ISEK Leistungsphase 1, BBE Handelsberatung, 2016.

#### Lage und Erreichbarkeit

Die Stadt liegt im Regierungsbezirk Niederbayern, etwa 15 km südwestlich der deutsch-tschechischen Grenze bei Bayerisch Eisenstein, im Landkreis Regen. Der Makrostandort Zwiesel verfügt trotz seiner grenznahen Lage im Bayerischen Wald über eine gute Verkehrsanbindung durch die B85 und B11 in Richtung Deggendorf, Regensburg oder Passau.

Das Stadtgebiet wird von der B11 durchquert und ist über drei Anschlussstellen an das überörtliche Straßennetz angebunden. Die B11 stellt gleichzeitig eine leistungsfähige Verkehrsverbindung in westlicher Richtung zur Kreisstadt Regen, zur Bundesstraße 85 (Cham-Passau) und weiter zum Oberzentrum Deggendorf und der hier passierenden A3 bzw. A92 dar. Nach Osten sichert die B11 die zügige Erreichbarkeit des Angebotsstandorts Zwiesel aus dem tschechischen Grenzraum. Eine direkte Autobahnanbindung fehlt.

Im Stadtgebiet befinden sich verschiedene Bushaltestellen, die eine flächenhafte ÖPNV-Erschließung sicherstellen. Der Bahnhof Zwiesel ist nordöstlich der Innenstadt gelegen und gut erreichbar. Der Bahnhof hat als Bahnknotenpunkt der „Waldbahn“ oder sog. „Zwieseler Spinne“ große Bedeutung in der Region. Es bestehen regelmäßige Verbindungen zu den umliegenden Orten Bodenmais, Grafenau, Viechtach, Bayerisch Eisenstein und nach Plattling. Von dort ist ein Anschluss an die DB-Hauptstrecken Regensburg-Passau sowie München-Plattling möglich. In der Gesamtbewertung ist die überörtliche ÖPNV-Anbindung für regionale Verhältnisse als gut anzusehen.

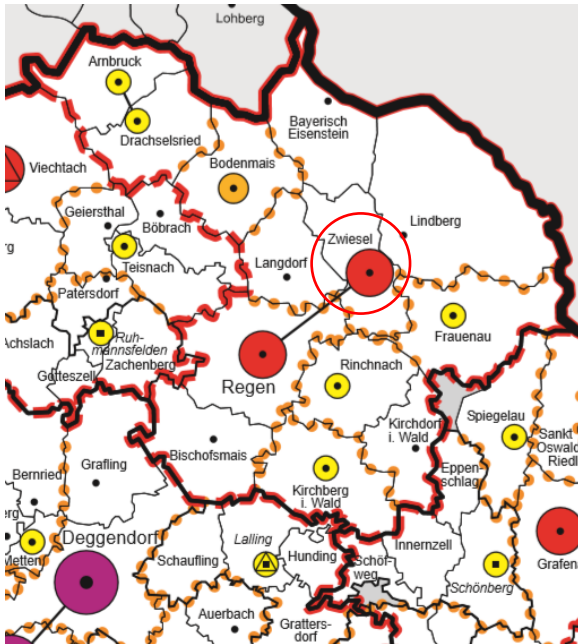
#### Landesplanerische Einstufung

Gemäß dem Regionalplan der Region Donau-Wald bildet Zwiesel mit der Nachbarstadt Regen ein gemeinsames Mittelzentrum. Die dargestellte Einstufung bleibt gemäß des Landesentwicklungsprogramms Bayern 2018 (LEP) bestehen (Quelle: LEP Bayern 2018). Neben einer Grundversorgung sollen Mittelzentren zentralörtliche Einrichtungen des gehobenen Bedarfs vorhalten. Die Nachbargemeinde Bodenmais stellt ein Unterzentrum dar, die Nachbargemeinde Frauenau ist als Kleinzentrum eingestuft. Der Nahbereich von Zwiesel beinhaltet neben dem Stadtgebiet die Nachbargemeinden Bayerisch Eisenstein, Lindberg und Langdorf.

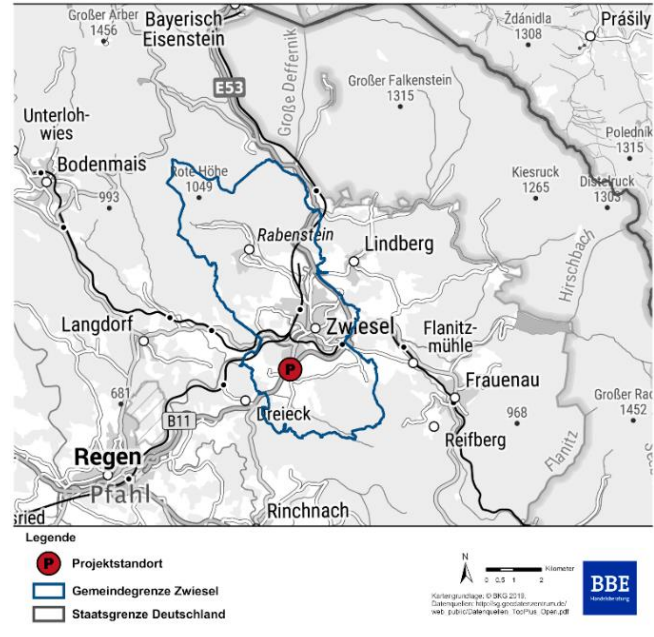
## Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Zwiesel

Der Mittelbereich geht darüber hinaus und umfasst zusätzlich die Gemeinden Bodenmais, Arnbruck, Drachselsried, Frauenau, Rinchnach, Kirchwald i. Wald, Kirchberg i. Wald, Bischofsmais sowie Regen. Der einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich von Zwiesel beinhaltet laut LEP 64.443 Einwohner<sup>1</sup>.

**Abbildung 3: Zentralörtliche Struktur**



**Abbildung 4: Lage des Vorhabenstandorts**



Quelle: Landesentwicklungsprogramm Bayern (Strukturkarte 2018).; Quelle: BKG 2019, 2012 BBE Handelsberatung, eigene Darstellung.

## Bevölkerung

Im Zeitraum zwischen 2008 und 2018 ging die Zahl der Einwohner Zwiesels um etwa 5,5 % zurück. Ähnlich erging es den umliegenden Gemeinden, die teilweise einen noch stärkeren Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen hatten. Gemäß der Vorausberechnung des Bayerischen Landesamts für Statistik wird sich der Trend des Bevölkerungsrückganges innerhalb der Gemeinden künftig in ähnlicher Weise fortsetzen.

## Arbeitsmarktsituation

Aufgrund von weniger als 15.000 Einwohnern wird die Arbeitslosenquote für die Stadt Zwiesel nicht separat ausgewiesen. Die Arbeitslosenquote (Stand: 2018) des Landkreises Regen liegt mit 3,2 % nur leicht über dem bayerischen Durchschnitt von 2,9 %. Damit ist die Arbeitsmarktsituation als gut zu bewerten. Der positive Pendlersaldo von 588 zeigt die tendenziell gesteigerte Bedeutung der Stadt gegenüber dem Umland. Dies ist besonders vor dem Hintergrund der Bedeutung Zwiesels im ländlichen Raum des Bayerischen Waldes zu berücksichtigen.

## Tourismus

Zwiesel ist Teil der Tourismus- und "Erlebnisregion" Bayerischer Wald. Die Stadt selbst weist als anerkannter Kurort eine Vielzahl von Sehenswürdigkeiten auf. Aufgrund des historischen Status als Stadt der Glasmanufakturen und des Glashandwerks ist die Stadt als Tourismusstandort über die Region hinaus bekannt.

<sup>1</sup> Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern, Stand: 01.02.2019, abrufbar unter: file:///C:/Users/DEISEN-1/AppData/Local/Temp/190204\_EV\_LEP2018\_oeff.pdf

Zusätzlich profitiert die Stadt als touristische Destination von der grenznahen Lage zur Tschechischen Republik.

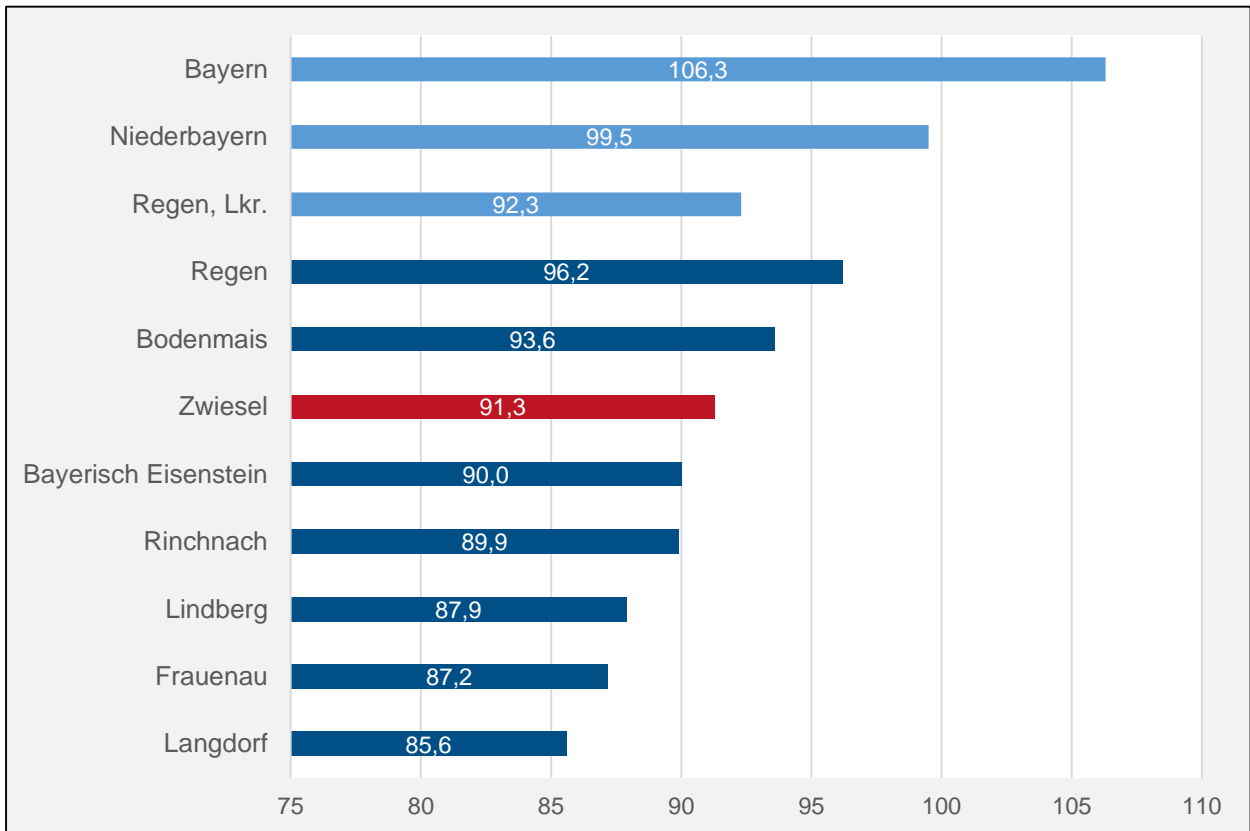
**Einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für die Stadt Zwiesel beträgt 91,3. Damit liegt diese sowohl unter dem Durchschnittswert des Bundeslandes Bayern (106,3), als auch unter dem Bundesdurchschnitt (100,0). Das bedeutet, dass den Einwohnern von Zwiesel im Bundesvergleich durchschnittlich rd. 8,7 % weniger einzelhandelsrelevante Kaufkraft zur Verfügung steht.

In Vergleich zum regionalen Umfeld liegt der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex derzeit einen Prozentpunkt unter dem Wert des Landkreises, wodurch eher ein etwas niedrigeres Ausgabeverhalten der Stadt Zwiesel bezogen auf das regionale Umfeld gegeben ist. Allerdings sind Regen und Bodenmais die einzigen angrenzenden Gemeinden mit einem höheren Kaufkraftindex als Zwiesel.

In Zwiesel erweitern zudem tschechische Kunden die Kaufkraft. In der Tschechischen Republik geben die Kunden im Durchschnitt 294 € pro Jahr und Kopf<sup>2</sup> für Drogeriewaren aus (in Deutschland sind es 372 €).

**Abbildung 5: Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex Zwiesels im regionalen Vergleich**



Quelle: BBE|CIMA|MB-Research Daten 2019

<sup>2</sup> Quelle: Gfk 2019.



## Fazit zum Makrostandort Zwiesel

- Zwiesel verfügt gemäß Regionalplan der Region Donau-Wald zusammen mit der Nachbarstadt Regen über die zugewiesene Funktion eines gemeinsamen Mittelzentrums mit Versorgungsfunktion für den zugewiesenen Mittelbereich.
- Die verkehrliche Anbindung an das regionale Straßennetz ist als gut zu bezeichnen.
- Aktuell leben in Zwiesel 9.400 Einwohner. Der rückläufige Trend der Bevölkerungsentwicklung der vergangenen Jahre wird sich perspektivisch fortsetzen.
- Die Arbeitslosigkeit entspricht näherungsweise dem bayerischen Durchschnitt.
- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt geringfügig unter dem Durchschnitt des regionalen Umfeldes und rund 8,7 % unterhalb des Bundesdurchschnitts. Die Kaufkraft vor Ort wird erweitert durch tschechische Kunden.
- Zusammenfassend weist Zwiesel typische Rahmenbedingungen einer Stadt im ländlichen Grenzraum auf (Bevölkerungsrückgang, unterdurchschnittliche Kaufkraft etc.). Umso wichtiger ist es, attraktive und zukunftsfähige Einzelhandelsstrukturen zu sichern und zu etablieren, damit die zugewiesene Versorgungsfunktion für die eigenen Bewohner und auch für die Nachbargemeinden erfüllt werden kann, was zur Steigerung der Lebensqualität beiträgt.

## 4 Mikrostandortanalyse

### Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort liegt an der Bärnzeller Straße 2 südwestlich des Stadtzentrums und ist gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Zwiesel als Sonderstandort West ausgewiesen. Durch die direkte Lage an der stark frequentierten Bundesstraße (B 11) verfügt der Standort über eine sehr gute Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr. Auf dem Grundstück befindet sich eine Aldi-Filiale, die auf 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert wurde und auf deren Parkplatzflächen nun der Drogeriemarkt errichtet werden soll. Es handelt sich somit um einen vollständig erschlossenen Standort, der keinen weiteren Infrastrukturausbau benötigt. Im unmittelbaren Standortumfeld befinden sich eine Aral Tankstelle, ein Dänisches Bettenlager sowie ein Kinder-Indoorspielplatz. Zusammen mit dem nördlich der B 11 gelegenen Rewe-Supermarkt bildet die Aldi-Filiale einen wichtigen Träger der örtlichen Grundversorgung in Zwiesel.

### Abbildung 6: Derzeitige Nutzungen im Umfeld des Vorhabenstandortes



Quelle: eigene Aufnahmen.

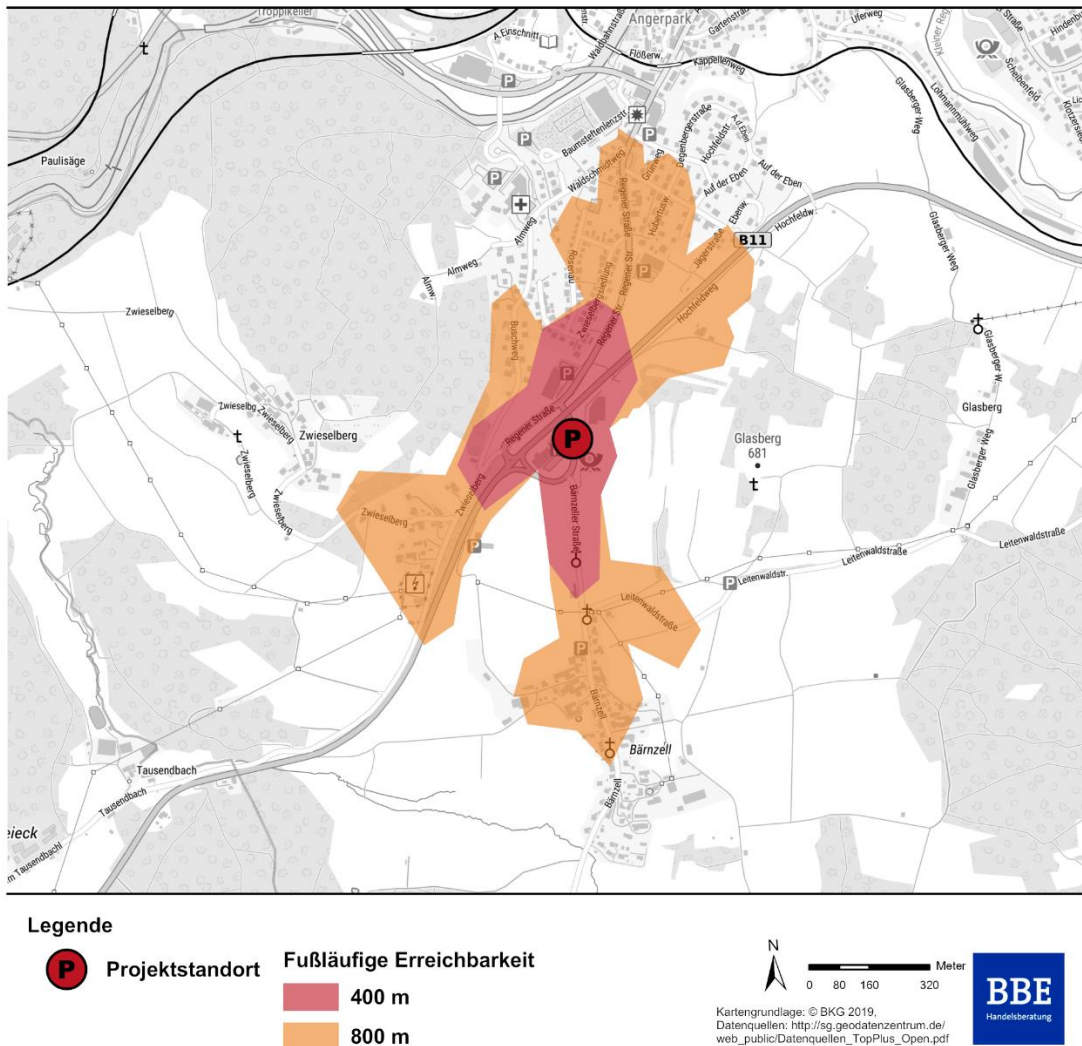
**Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Zwiesel**

**Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung**

Zwar handelt es sich um einen Standort mit Ausrichtung insbesondere auf PKW-Kunden, eine fußläufige Erreichbarkeit von Wohnquartieren ist jedoch grundsätzlich möglich.

Aus nachstehender Abbildung wird ersichtlich, dass der fußläufige Einzugsbereich, d.h. der Bereich, der innerhalb eines Radius von 400 m bzw. 800 m erreichbar ist, sowohl in nördlicher als auch in südlicher Richtung Wohnquartiere beinhaltet. Südlich des Standortes umfasst der fußläufige Einzugsbereich einen Großteil des Zwieseler Ortsteils Bärnzell. Insgesamt leben rd. 500 Einwohner 800-m fußläufig um den Standort.

**Abbildung 7: Fußläufiges Einzugsgebiet des Vorhabens (400 m und 800 m-fußläufige Entfernung)**



Quelle: BKG 2019, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

**Verkehrliche Situation**

Der Projektstandort an der Bärnzeller Straße ist für den motorisierten Verkehr aus mehreren Richtungen gut zu erreichen. Sowohl über die B11, welche als leistungsfähige Verbindungsstrecke in westlicher und östlicher Richtung dient, als auch über die Regener Straße, welche als Verbindungsstrecke in das Stadtzentrum Zwiesel führt, kann der Projektstandort angesteuert werden. Darüber hinaus lässt er sich nördlich über den Buschweg und südlich über die Bärnzeller Straße erreichen.

In der Bärnzeller Straße selbst befindet sich keine Bushaltestelle. Die nächstgelegenen Bushaltestellen befinden sich in fußläufiger Entfernung, nämlich ca. 7-10 Gehminuten entfernt am Naturparkhaus am Buschweg sowie am Zwieselberg Info Center an der B11. Der Bahnhof Zwiesel liegt in 2,7 km Entfernung. Die Anbindung mit dem ÖPNV ist somit als ortsüblich zu bewerten.

### **Planungsrechtliche Situation**

Der Vorhabenstandort liegt im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplanes, der das Areal als sonstiges Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO mit der Zweckbestimmung Lebensmitteldiscountmarkt ausweist.

### **Fazit zum Mikrostandort**

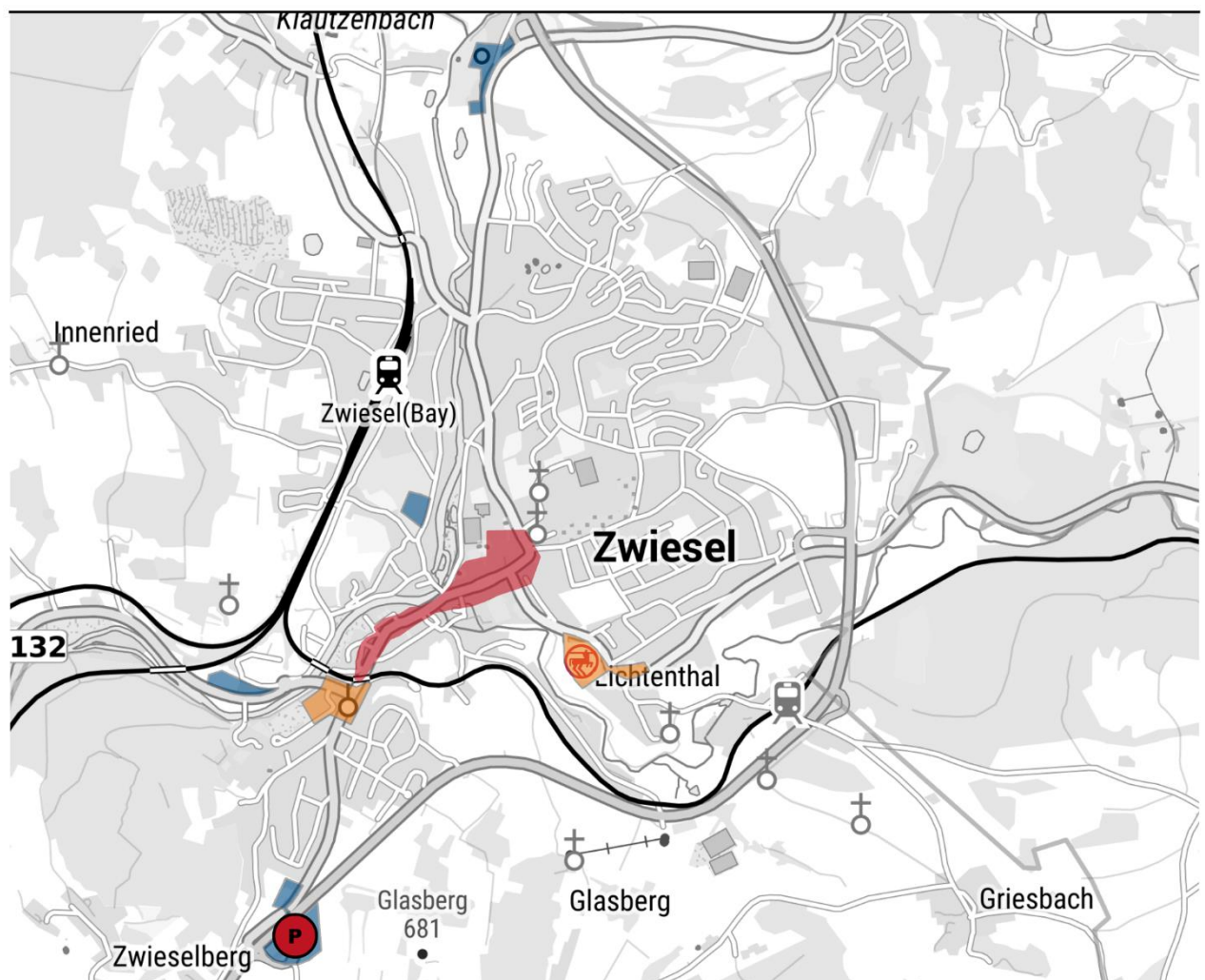
---

- Die Einzelhandelslage stellt einen etablierten Standort dar. Das Umfeld des Vorhabenstandortes ist durch weiteren Einzelhandel geprägt.
  - Für die Realisierung ist kein weiterer Flächenverbrauch notwendig. Es handelt sich um einen erschlossenen Standort, der keinen weiteren Infrastrukturausbau benötigt.
  - Es besteht eine sehr gute verkehrliche Erschließung für den motorisierten Individualverkehr. Die fußläufige Erreichbarkeit ist grundsätzlich gegeben, insbesondere aus dem Ortsteil Bärnzell.
  - Der Standort verfügt damit, wie im LEP gefordert, über wesentliche Wohnanteile, einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich und eine ortsübliche Anbindung an den ÖPNV.
  - Der Standort ist mit der Aldi-Filiale sowie dem Rewe-Markt bereits heute ein wichtiger Grundpfeiler der Nahversorgung in Zwiesel und trägt zur mittelzentralen Einzelhandelsfunktion bei. Durch die Ansiedlung eines Drogeriemarktes wird die Versorgungsfunktion des Standortes ausgebaut und die Kaufkraft der umliegenden Gemeinden insgesamt an den Standort Zwiesel zurückgeholt.
-

## 5 Exkurs Einzelhandelskonzept Zwiesel 2016

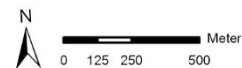
Die Stadt Zwiesel verfügt im Rahmen eines Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes über ein Einzelhandelskonzept der BBE Handelsberatung aus dem Jahr 2016. Das Standortkonzept weist einen zentralen Versorgungsbereich, zwei Ergänzungsstandorte sowie vier Sonderstandorte auf, die in diesem Gutachten Beachtung finden. In der nachstehenden Abbildung werden sowohl die räumliche Lage des zentralen Versorgungsbereiches als auch der sonstigen Einzelhandelslagen im Stadtgebiet Zwiessels verdeutlicht.

**Abbildung 8: Zentraler Versorgungsbereich und sonstige Einkaufsorte - Übersicht**



Legende

-  Projektstandort
-  zentraler Versorgungsbereich
-  Ergänzungsstandort
-  Sonderstandort



Kartengrundlage: © BKG 2019.  
 Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)



Quelle: BKG 2019, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung. Einzelhandelsstrukturanalyse für die Stadt Zwiesel – ISEK Leistungsphase 1, 2016. BBE Handelsberatung GmbH.

Der Vorhabenstandort befindet sich am ausgewiesenen Sonderstandort West, im südwestlichen Stadtgebiet von Zwiesel. Gemäß den Leitzielen des Zentrenkonzeptes ist an diesem Standort aufgrund der Vorprägung mit Betrieben des kurzfristigen oder nahversorgungsrelevanten Bedarfs eine Entwicklung ausnahmsweise möglich (siehe Einzelhandelsstrukturanalyse, S. 52). Das Sortiment Drogeriewaren zählt im Allgemeinen zum kurzfristigen Bedarfsbereich und wird im LEP als Sortiment des Innenstadtbedarfs klassifiziert.

Die derzeit ansässigen Betriebe Aldi und Rewe zählen zu den Leitbetrieben in der Angebotsstruktur von Zwiesel und stellen wichtige Träger der örtlichen Versorgung dar, gleichwohl sie sich in städtebaulich dezentraler Lage befinden.

Der Standort nimmt eine wichtige Bedeutung ein, um die Strahlkraft der Stadt Zwiesel als Einzelhandelsstandort zu sichern und Kaufkraft von außerhalb – gemäß seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion – an die Stadt zu binden. Von solchen Einkäufen profitieren auch weitere Einkaufsstandorte in Zwiesel, wie auch die Innenstadt, da Einkäufe oftmals miteinander verbunden werden und Kopplungseffekte entstehen.

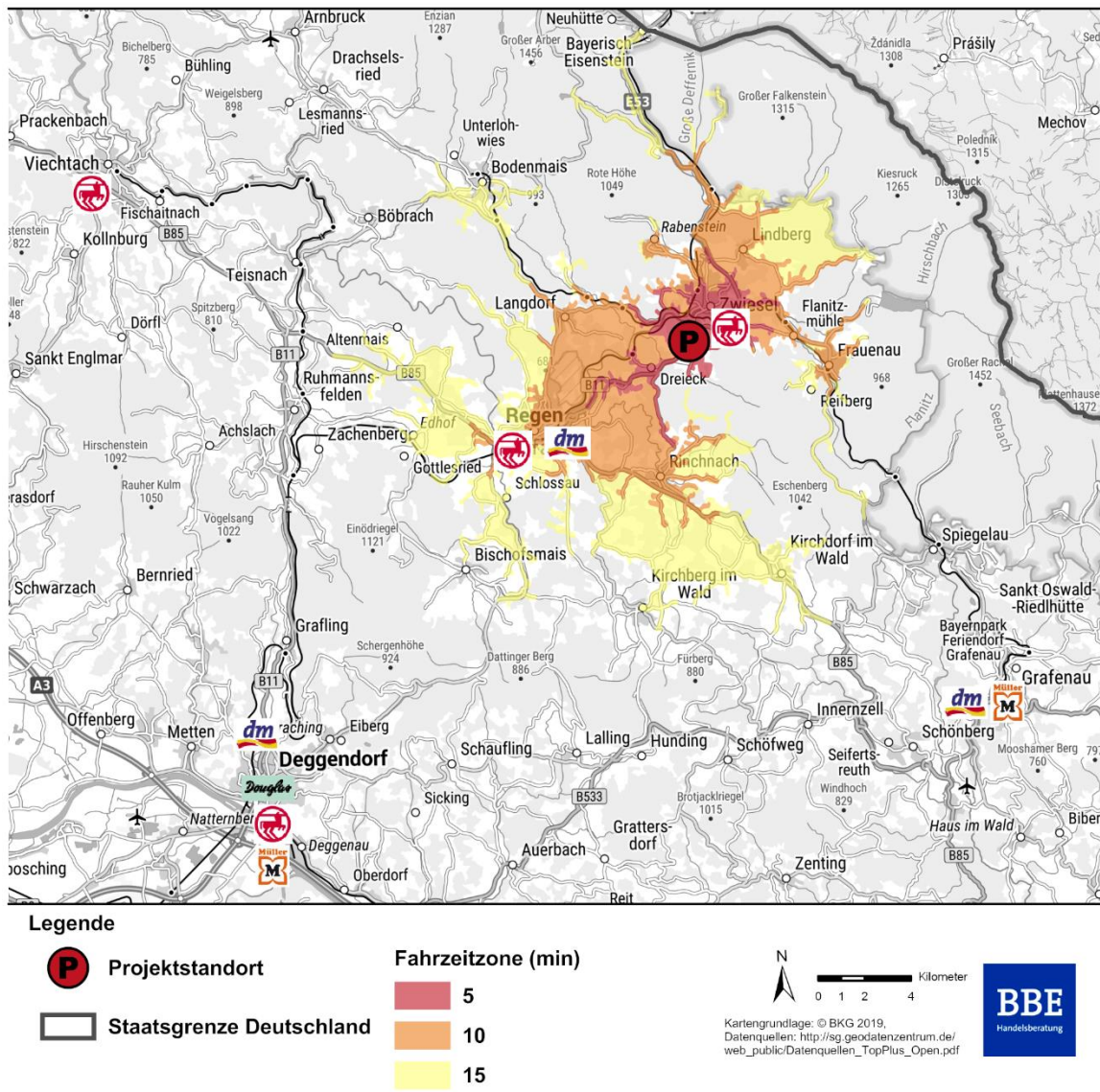
## 6 Angebotssituation

Das nachfolgende Kapitel dient der Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im Umfeld des Planstandortes. Der dortige Einzelhandelsbesatz wurde im Februar 2020 vor Ort begutachtet (siehe Abb. 9). Besonderes Augenmerk wird hierbei neben den zentralen Versorgungsbereichen auf die teilweise dezentralen, jedoch strukturprägenden Angebotsstandorte bzw. Standorträume gelegt.

In den zentralen Versorgungsbereichen erfolgte eine Totalerhebung aller projektrelevanten Anbieter, d.h., es wurden alle Einzelhandelsbetriebe ermittelt, deren Sortimente eine Überschneidung mit dem Vorhaben aufweisen.

Ferner wurden außerhalb zentraler Bereiche Drogeriemärkte betrachtet, die ein dem Vorhaben vergleichbares Sortiment führen. Dies ist aus der Tatsache abzuleiten, dass vor allem die filialisierten Betriebe untereinander in einer Konkurrenzsituation stehen, und somit durch die Vorhabenrealisierung vor allem angebotsaffine Märkte betroffen sind.

Abbildung 9: Filialnetzstruktur Drogeriemärkte im Vorhabenumfeld



Quelle: BKG, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

Primär steht das Vorhaben im Wettbewerb zu betriebstypengleichen Fachmärkten. Dies bedeutet, dass im Falle des Drogeriefachmarktes vergleichbare Drogerieanbieter durch Auswirkungen betroffen sind. Drogeriewaren sind darüber hinaus als sog. Non-Food I-Sortiment fester Bestandteil von Lebensmittelmärkten. Hierbei unterscheiden sich die Betriebsformen in der Angebotsbreite und –tiefe. Während Discounter ein standardisiertes Rumpfsortiment vorhalten, wächst mit zunehmender Verkaufsflächengröße der Sortimentsumfang bei Vollsortimentsanbietern ([großen] Supermärkten, SB-Warenhäusern) an. Im Umkehrschluss stehen diese Anbieter, wenn auch nachrangig, mit dem Vorhaben in Wettbewerb.

Die Stadt Zwiesel verfügt über ein Einzelhandelskonzept<sup>3</sup>, welches zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO ausweist.

Auch die Stadt Regen<sup>4</sup> sowie die Stadt Deggendorf<sup>5</sup> verfügen über Einzelhandelskonzepte.

Die weiteren Gemeinden im Umfeld von Zwiesel verfügen jeweils über kein Einzelhandelskonzept. Daher beruht die Abgrenzung möglicher faktischer zentraler Versorgungsbereiche<sup>6</sup> auf den tatsächlichen Verhältnissen vor Ort zum Begutachtungszeitpunkt.

## 6.1 Angebotssituation in Zwiesel

Die historische Innenstadt von Zwiesel konzentriert sich entlang der Straßenachse Stadtplatz / Frauenauer Straße und Angerstraße. Der innerstädtische Einzelhandel ist durch einen Mix von inhabergeführten, kleinteiligen Ladenbetrieben sowie großflächigen Filialisten geprägt. Zu nennen sind u.a. Norma, Intersport Huber, Rosenthal Outlet und Sporrer Fahrräder. Das Angebot der Innenstadt wird durch die zahlreichen inhabergeführten Betriebe dominiert, die jeweils über eine kleine Verkaufsfläche verfügen. Dies ist vor allem auf die kleinteilige Gebäudestruktur zurückzuführen.

Mit der Schließung des Drogeriemarktes Müller in der Innenstadt im Januar 2017 ist ein wichtiger Magnet für diese Standortlage weggefallen. Derzeit befindet sich somit kein Anbieter im Bereich Drogeriewaren in der Zwieseler Innenstadt. Es ist nicht davon auszugehen, dass in der Innenstadt geeignete Flächen für die erneute Ansiedlung eines Drogeriemarktes gefunden werden können. Die kompakte Gebäudestruktur beeinträchtigt in den Erdgeschosslagen die Schaffung von marktüblich dimensionierten Ladenlokalen. Die Müller-Betriebsfläche war zum einem zu klein sowie auf mehrere Geschosse verteilt und verfügte zum anderen über keine betriebseigenen Parkplätze, was die Wirtschaftlichkeit eingeschränkt hat. Im Allgemeinen leiden Innenstadtstandorte insbesondere im ländlichen Raum unter einem Frequenzzrückgang, der die Etablierung eines Drogeriemarktes deutlich erschwert.

Es befindet sich somit derzeit nur ein Drogeriemarkt in Zwiesel. Der Anbieter Rossmann ist laut Einzelhandelskonzept im sog. Ergänzungsstandort Frauenauer Straße angesiedelt und weist ein modernes Flächenlayout auf. Es ist davon auszugehen, dass der Anbieter vom Wegfall des Müller-Drogeriemarktes in der Innenstadt profitieren konnte und Kaufkraftzufluss erhalten hat. Der Standort gliedert sich in zwei Teilbereiche, die Fachmarkttagglomeration Arberzentrum sowie den Supermarkt und Getränkemarkt an der Frauenauer Straße. Die Betriebe des Arberzentrums, darunter auch der Rossmann-Drogeriemarkt, präsentieren sich modern sowie leistungsfähig und verfügen über eine große Anzahl bequem anzufahrender Stellplätze. Im Standortverbund mit dem modernisierten Edeka-Markt ist die Rossmann-Filiale als stabil und wettbe-

---

<sup>3</sup> Einzelhandelsstrukturanalyse für die Stadt Zwiesel – ISEK Leistungsphase 1. 2016. BBE Handelsberatung GmbH.

<sup>4</sup> Einzelhandelsentwicklungskonzept 2017 Stadt Regen. iq-Projektgesellschaft.

<sup>5</sup> Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Deggendorf unter Berücksichtigung städtebaulicher und verkehrlicher Aspekte, 2009, GfK.

<sup>6</sup> Prinzipiell handelt es sich bei „Zentralen Versorgungsbereichen“ im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. (vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007). Neben Handelsbetrieben sollte der Zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen, sodass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt.

werbsfähig zu beschreiben. Die Versorgungsfunktion der Einzelhandelslage beschränkt sich auf die Einkaufsfunktion mit nahversorgungsrelevantem Fokus. In der Gesamtbetrachtung kommt der Einzelhandelslage als innerstädtisches Nahversorgungszentrum eine Ergänzungsfunktion zum Innenstadtbereich zu.

Das Angebot im Bereich Drogeriewaren wird zudem durch das Randsortiment in Lebensmittelmärkten ergänzt. Hier ist insbesondere auf den Anbieter Real hinzuweisen, der eine größere Drogeriewarenabteilung aufweist. Dieser befindet sich am sog. Sonderstandort Alte Langdorfer Straße, der sich in städtebaulicher Randlage im westlichen Stadtgebiet befindet und ausschließlich aus dem Real-Verbrauchermarkt mit vorgehaltenen Konzessionären aus dem Lebensmittel- und Dienstleistungsbereich besteht. Durch die Verkaufsflächengröße und die Struktur der vorgehaltenen Sortimente ist das Real SB-Warenhaus nicht nur als Ankerbetrieb der Versorgung in der Stadt Zwiesel zu bezeichnen, sondern seine Strahlkraft reicht auch deutlich über das Stadtgebiet von Zwiesel hinaus.

**Abbildung 10: Ergänzungsstandort Frauenauer Straße in Zwiesel**



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Aufnahmen.

## 6.2 Angebotssituation im weiteren Umland

Die Nachbargemeinden von Zwiesel verfügen aufgrund ihrer geringen Einwohnerzahlen über kein eigenes Angebot im Bereich Drogeriewaren.

Die nächstgelegenen Drogeriemärkte befinden sich in der ca. 14 km entfernten Stadt **Regen** (rd. 11.000 Einwohner), die gemeinsam mit Zwiesel ein Doppel-Mittelzentrum bildet.

- Ein dm-Drogeriemarkt befindet sich im Einkaufspark Regen, der laut Einzelhandelskonzept der Stadt im Standortbereich „Ergänzungsbereich Zentraler Versorgungsbereich“ gelegen ist. Das Einkaufszentrum bietet ein Angebot im Nahversorgungsbereich mit dem Anbieter E Center. Zudem befinden sich dort Anbieter in Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Cecil, Esprit, Schuh Huber, Bücher Utz). Laut Einzelhandelskonzept übersteigt das Angebot im Einkaufspark heute das der historischen Innenstadt in allen Sortimentstypen deutlich und trägt die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Regen mittlerweile alleine. Aufgrund dieser Versorgungsfunktion sind die Betriebe im Einkaufspark – trotz des in die Jahre gekommenen Außenauftritts – als wettbewerbsfähig zu bewerten.
- Ein weiterer Drogeriemarkt des Anbieters Rossmann befindet sich im Standortbereich Gewerbegebiet Molkereistraße / Richnacher Straße im südlichen Stadtgebiet. Aufgrund seiner Nahversorgungsfunktion mit den Anbietern Aldi, Norma und Netto wird der Standort trotz seiner dezentralen Lage an der Bundesstraße im Einzelhandelskonzept der Stadt Regen als Grundversorgungsstandort klassifiziert. Am Standort ist zudem ein Möbelhaus angesiedelt. Der Anbieter präsentiert sich modern mit aktuellem Flächenlayout und profitiert von Verbund- und Kopplungseffekten mit den umliegenden Einzelhandelsbetrieben.



**Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Zwiesel**

- Aktuell wird in Zwiesel die Entwicklung des sog. Rodenstock-Geländes geplant. Dieses befindet sich an der Zwieseler Straße in direkter Nähe zum Einkaufspark Regen. Die endgültigen Nutzungen stehen noch nicht fest, derzeit ist jedoch ein Fachmarktzentrum mit Lebensmittelmarkt angedacht. Auch die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarktes ist denkbar.

Auch das umfangreiche Angebot des **Oberzentrums Deggendorf** (rd. 40 km Entfernung, rd. 33.600 Einwohner) ist untersuchungsrelevant. Denn laut Einzelhandelskonzept der Stadt Deggendorf reicht das Marktgebiet Deggendorfs bis zur tschechischen Grenze und schließt Zwiesel sowie die Nachbargemeinden ein. Kommt es nun zu einer Kaufkraftrückholung nach Zwiesel durch Neueröffnung eines Drogeriemarktes, wirkt sich das auch auf Deggendorf aus.

- In Deggendorf befindet sich das größte Drogeriewarenangebot in der Innenstadt mit den Anbietern Müller Drogerie, Rossmann und Douglas Parfümerie. Der Müller-Markt ist dabei mit einer Fläche von rd. 2.000 m<sup>2</sup> als ein Magnetbetrieb der Innenstadt zu bezeichnen. Die Deggendorfer Innenstadt erstreckt sich entlang der Luitpoldstraße. Die 1A-Lage besteht überwiegend aus Filialisten aus dem Bekleidungssegment, die durch inhabergeführte Fachgeschäfte ergänzt werden. Arrondiert wird der Branchenmix von Anbietern aus den Bereichen Schuhe, Sport, Drogerie, Lebensmittel sowie von Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben. Das vorgehaltene Angebot sowie die ansprechende Architektur der Innenstadt führen zu einer hohen Wettbewerbsfähigkeit. Im Südwesten der Innenstadt befindet sich das Einkaufszentrum DEGG`s, das im Bereich Bekleidung insbesondere durch den Anbieter Wöhrl (Modehaus mit mehr als 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Sporthaus mit rd. 900 m<sup>2</sup>) geprägt ist. Ein Drogeriemarkt fehlt im Einkaufszentrum.
- Im Fachmarktzentrum Grafinger Straße ist ein dm Drogeriemarkt lokalisiert. Dieser befindet sich in einem neuen und modernen Gebäude mit aktuellem Flächenlayout im Standortverbund mit denn's Biomarkt, Deichmann und Depot. Die Standortlage zeichnet sich zudem durch die Magneten real, Hagebaumarkt und Intersport aus. Der Standort stellt einen autokundenorientierten Standort mit sehr guter Pkw-Erreichbarkeit dar und profitiert von Kopplungspotenzialen zwischen den Anbietern.

**Abbildung 11: Wettbewerbsstandorte im Umland (Auswahl)**


dm Einkaufspark Regen



Rossmann im GE Molkereistraße, Regen

**Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Zwiesel**



dm im FMZ Graflinger Straße



Innenstadt Deggendorf



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, eigene Aufnahmen.

### 6.3 Zusammenfassung zur Angebotssituation

Die regionale Angebotssituation zeigt auf, dass Zwiesel bisher kaum eine Funktion als Angebotsstandort im Bereich Drogeriewaren einnimmt. Strukturprägend in der Region ist insbesondere das Oberzentrum Deggendorf mit einem Umsatzanteil von mehr als 60 %. Auch Regen übersteigt mit zwei Drogeriemärkten das Angebot in Zwiesel. Es ist zu erwarten, dass sich die Konkurrenzsituation zu Regen mit der geplanten Entwicklung des Rodenstock-Areals als Einkaufsstandort noch erhöhen wird.

In der Stadt Zwiesel ist anzunehmen, dass der bestehende Rossmann von dem Wegfall des Anbieters Müller profitieren konnte und heute höhere Raumleistungen erreichen kann.

Die nachstehende Tabelle fasst die Umsatzleistungen der Standortlagen zusammen:

**Tabelle 2: Angebotssituation im Bereich Drogeriewaren nach untersuchten Lagen**

Standortlage im Untersuchungsgebiet	Umsatz	Umsatzanteil
	in Mio. €	in %
Zwiesel - Ergänzungsstandort Frauenauer Straße <sup>1</sup>	4,7	18
Regen <sup>2</sup>	5,6	21
Deggendorf <sup>3</sup>	16,5	62
<b>Gesamt</b>	<b>26,9</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> inkl. u.a. Rossmann, Randsortiment Real

<sup>2</sup> inkl. u.a. dm im Ergänzungsbereich ZVB; Rossmann im GE Molkereistraße

<sup>3</sup> inkl. u.a. dm im FMZ Graflinger Straße; Rossmann, Müller und Douglas im ZVB

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung (2020) und Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich. Ohne Randsortimente in Lebensmittelmärkten.

## 7 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

### 7.1 Einzugsgebiet

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen weitere wichtige Bezugspunkte für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren (regionalen) Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzepts bzw. der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Standortes ist neben der Erreichbarkeit<sup>7</sup> insbesondere die regionale Angebotsstruktur im Bereich Drogeriemärkte bzw. Handelsbetrieben, die eine (teilweise) Sortimentsüberschneidung mit Drogeriemärkten aufweisen. Aufgrund des Standortverbundes ist für den geplanten Drogeriemarkt größtenteils von einer Überschneidung des Einzugsgebiets mit dem Einzugsbereich des bereits bestehenden ALDI-Marktes auszugehen. Jedoch ist im Bereich Drogeriewaren die Distanzsensibilität geringer als bei Lebensmitteln, weswegen ein etwas größeres Einzugsgebiet zu erwarten ist.

Die nächstgelegenen Wettbewerbsstandorte in Form von Drogeriemärkten befinden sich zum einen im Arberzentrum in der Kernstadt von Zwiesel (vgl. Kapitel 6.1), sowie in der südwestlichen Nachbarstadt Regen (vgl. Kapitel 6.2). Insbesondere das Angebot in Regen grenzt somit das Einzugsgebiet des geplanten Drogeriemarktes ein.

Für die wohnortnahe Versorgung mit Drogerieartikeln steht den Bewohnern von Zwiesel aktuell nur der im Arberzentrum ansässige Rossmann-Drogeriemarkt zur Verfügung. Ein zusätzliches Angebot an Drogeriewaren wird durch die Randsortimente der in Zwiesel ansässigen Lebensmittelmärkte gewährleistet.

Aufgrund der großen Ausstrahlungskraft eines Drogeriemarktes ist jedoch potenziell auch mit Kunden von außerhalb des Stadtgebiets zu rechnen. In erster Linie, da das Angebot an Drogeriemärkten in der Region östlich der Stadt Regen als recht beschränkt zu bewerten ist. Ein weiteres Indiz für die regionale Ausstrahlungskraft stellt die Lage des projektierten Marktes an der Ortsumgebung von Zwiesel dar, welche als Bundesstraße 11 die Stadt Regen mit Bayerisch Eisenstein und der tschechischen Grenze verbindet.

Der Stadt Zwiesel wird in der Landesplanung die Funktion eines Mittelzentrums in Funktionsteilung mit der Stadt Regen zuteil. Dementsprechend verfügen beide Mittelzentren über Gemeinden innerhalb eines Mittelbereichs, für die sie Versorgungsfunktionen übernehmen. Als Mittelzentrum verfügt Zwiesel automatisch über Grundversorgungsfunktionen für Gemeinden im Nahbereich, zu welchem neben Zwiesel selbst die Gemeinden Langdorf, Bayerisch Eisenstein und Lindberg zählen. Insbesondere für die Versorgung mit Waren

---

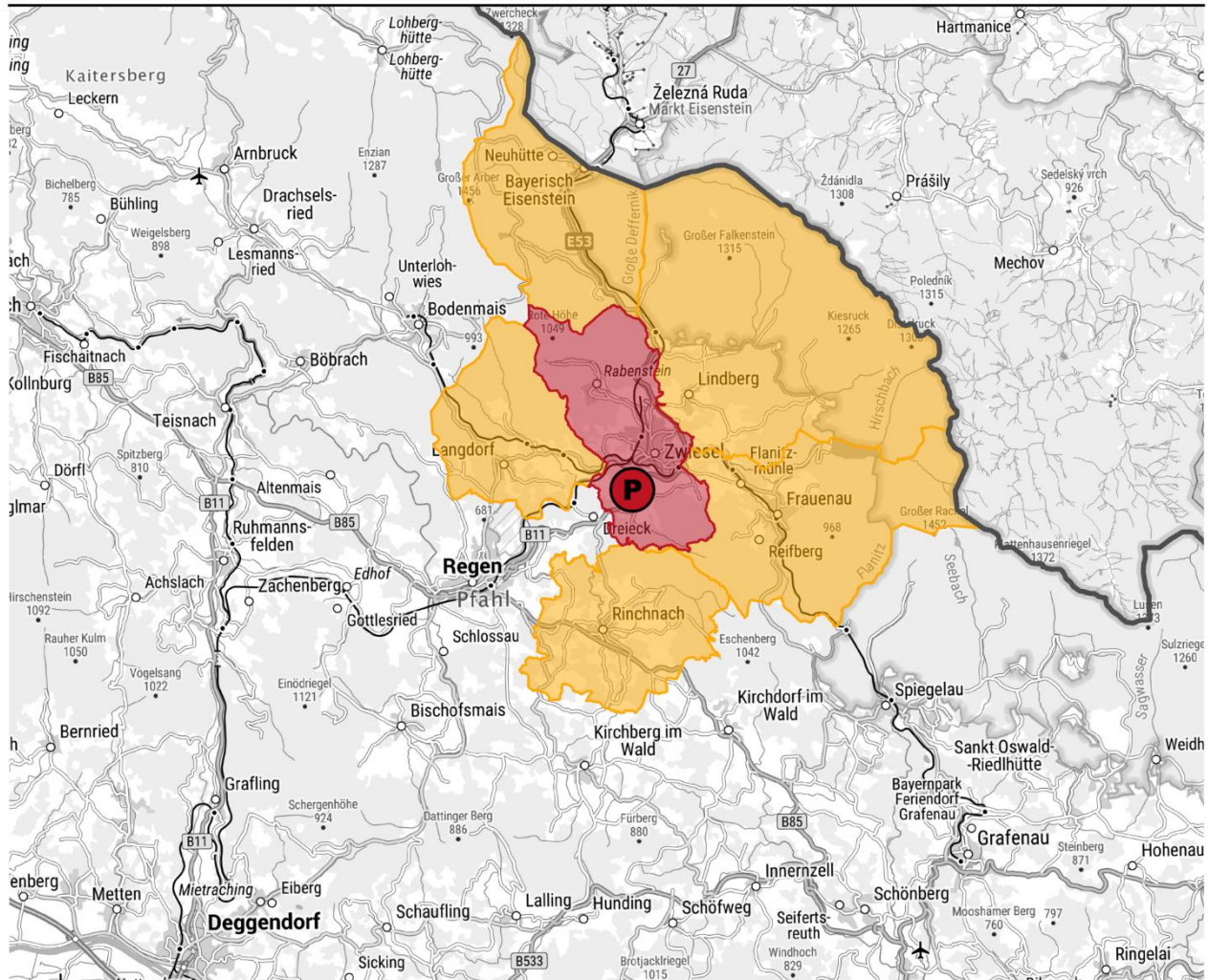
<sup>7</sup> Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Lebensmitteln größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis 10 Minuten. (Quelle: BBE Handelsberatung, Nahversorgung 2010, Perspektiven der Nahversorgung).

**Ansiedlung eines Drogeriemarktes in Zwiesel**

des täglichen Bedarfs, zu welchen auch Drogeriewaren zählen, verfügt Zwiesel somit über eine hohe Bedeutung für diese Gemeinden. Aufgrund der räumlichen Nähe kann ebenso eine Versorgungsfunktion, insbesondere für Drogeriewaren, für die Gemeinden Frauenau und Rinchnach unterstellt werden.

Unter Berücksichtigung der aktuellen quantitativen Ausstattung an sortimentsgleichen Anbietern im Untersuchungsgebiet und weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation sowie von Barrieren (Straßen, topographische Gegebenheiten etc.) ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

**Abbildung 12: Einzugsgebiet des Vorhabens an der Bärnzeller Straße**



**Legende**

- Projektstandort
- Zone 1
- Zone 2
- Staatsgrenze Deutschland



Kartengrundlage: © BKG 2019,  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)

Quelle: BKG 2019, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

- **Zone I (=Kerneinzugsgebiet)** umfasst das Stadtgebiet von Zwiesel, in dem etwa **9.421 Einwohner** leben. In diesem Bereich wird das Vorhaben die höchste Marktdurchdringung erreichen. Der Großteil der Einwohner im Stadtgebiet lebt in der nördlich anschließenden Kernstadt. Die Einwohnerzahl in

den weiteren Ortsteilen ist wesentlich geringer. Innerhalb von Zone I befindet sich mit Rossmann im Arberzentrum ein projektrelevanter Anbieter.

- Das Einzugsgebiet der **Zone II (=erweiterter Einzugsbereich)** schließt sich an das Kerneinzugsgebiet an und umfasst die umliegenden Gemeinden Langdorf, Bayerisch Eisenstein, Lindberg und Frauenau sowie Rinchnach. Die östliche und nördliche Abgrenzung des Einzugsgebiets stellt somit die Landesgrenze dar, an welcher es, abgesehen von Bayerisch Eisenstein, aufgrund der Topographie keine Übergangsmöglichkeiten gibt. Eine weitere Ausdehnung in Richtung Süden erscheint aufgrund der zunehmenden Ausstrahlung der Stadt Regen mit zwei Drogeriemärkten als unrealistisch. Aktuell leben in Zone II insgesamt **10.920 Einwohner**.

Insgesamt kann das Vorhaben derzeit auf ein maximales Einzugsgebiet mit aktuell **20.341 Einwohnern** zurückgreifen. Aufgrund der bereits vorhandenen direkten Wettbewerber im Untersuchungsgebiet ist es wahrscheinlich, dass der geplante Drogeriemarkt einen Teil seines Umsatzes mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets erzielen wird. Hierbei sei in erster Linie die tschechische Bevölkerung in Železná Ruda in der Nähe des Grenzübergangs Bayerisch Eisenstein erwähnt, welche aufgrund der Lage an der Bundesstraße über eine gute Anbindung an den Projektmarkt verfügen.

## 7.2 Marktpotenzial

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet und dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017), bewertet mit der jeweiligen sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer<sup>8</sup> (Quelle: BBE!CIMA!MB-Research, vgl. Abb. 4). Die Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben für Drogeriewaren liegen gemäß der Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels im Bundesdurchschnitt bei 372 €.

Die Höhe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamteinkommen in der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung steht, unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter, im abgegrenzten Einzugsgebiet im vorhabenbezogenen Sortiment Drogerie ein Kaufkraftvolumen in Höhe von ca. 6,6 Mio. € im Jahr zur Verfügung. Hiervon entfallen rd. 3,2 Mio. € auf Zone I und rd. 3,5 Mio. auf Zone II.

---

<sup>8</sup> Anmerkung: Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder Region für spezielle Sortimente im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, welche zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt. Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen abgebildet.

**Tabelle 3: Einwohnerzahl, Kaufkraftindex und Marktpotenzial**

Zone	Einwohner	Drogeriewaren	
		KK-Kennziffer	Marktpotenzial
in Mio. € p.a.			
Zone I	9.421	90,1	3,2
Zone II	10.920	86,0	3,5
<b>Gesamt</b>	<b>20.341</b>	<b>87,9</b>	<b>6,6</b>

Quelle: BBE|CIMA|MB-Research Marktdaten, Struktur- und Marktdaten, eig. Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

### 7.3 Umsatz-Kaufkraft-Relation

Die Gegenüberstellung der vorhandenen Marktpotenziale im Einzugsgebiet sowie der hier generierten Umsätze zeigt auf, zu welchem Anteil die örtliche Kaufkraft gebunden ist (Umsatz-Kaufkraft-Relation).

**Tabelle 4: Marktpotenzial, Umsatz und Umsatz-Kaufkraft-Relation im Einzugsbereich des Vorhabens**

Zone	Drogeriewaren		
	Marktpotenzial	Realisierter Umsatz *)	Umsatz-Kaufkraft-Relation
in Mio. € p.a.			
Einzugsgebiet	6,6	4,7	71

Quelle: eig. Erhebung und Bearbeitung 2020, Rundungsabweichungen möglich. \*) Inkl. Randsortiment Real.

Bei Betrachtung der Angebotssituation zeigt sich, dass rd. 1,9 Mio. € Kaufkraftpotenzial nicht gebunden werden können und an andere Standorte außerhalb des Einzugsgebiets wie Regen oder Deggendorf abfließen. Dabei ist anzunehmen, dass der Anbieter Rossmann einen Teil der freiwerdenden Kaufkraft durch den Wegfall von Müller kompensieren konnte und einen höheren Umsatz erreicht als mit einem weiteren Wettbewerber in der Stadt.

Insgesamt erreicht die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Einzugsgebiet somit nur einen Wert von 70 %. Dieses Marktpotenzial kann der projektierte Drogeriemarkt von weiter entfernten Standorten „zurückholen“ und zum Teil an sich binden.

Das Vorhaben ist geeignet, Kaufkraft an den Standort Zwiesel zurückzuholen. Dabei ist zu erwähnen, dass die Stadt Zwiesel laut LEP Bayern einen Verflechtungsbereich in Sortimenten des Innenstadtbedarfs (hierzu gehören Drogeriewaren) von rd. 64.000 Einwohnern innehat.

## 8 Auswirkungsanalyse

### 8.1 Bauplanungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen

Die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bemisst sich nach den Regelungen im § 11 Abs. 3 BauNVO. Hierin heißt es:

- „1. Einkaufszentren,
  2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art und 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,
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Es sind somit mögliche Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich sowie auf den Erhalt und die Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Zwiesel oder in anderen Kommunen abzuwägen.

Dabei spielen insbesondere die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.<sup>9</sup> In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“  
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

<sup>10</sup> Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

**Tabelle 5: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben**

	Sortiment	
	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	<10 %	<10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	>20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	>20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	>20 %	>30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg

Die vorstehend ausgewiesenen Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den **individuellen lokalen Gegebenheiten** betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.<sup>11</sup>

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. der Anteil der neu geschaffenen Verkaufsfläche an der projektrelevanten Bestandsfläche, die Entfernung des Vorhabenstandortes zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Vorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.<sup>12</sup>

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.<sup>13</sup>

11 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

12 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

13 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.



Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert oder können nachvollziehbar an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen.

## 8.2 Umsatzprognose

Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Zunächst sind die möglichen Umsätze des Vorhabens zu prognostizieren. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung branchenüblicher Raumleistungen (= Umsatz m<sup>2</sup> VK / Jahr). Diese Raumleistung wird unter Berücksichtigung des konkreten Planstandortes, der Marktpotenziale im abgegrenzten Einzugsgebiet, der Kaufkraftverhältnisse, aber auch der Wettbewerbssituation und der Größe der geplanten Verkaufsfläche angepasst. Aus der Multiplikation der so ermittelten Raumleistung mit der Größe der Verkaufsfläche ergibt sich die Umsatzprognose.

Das Vorhaben stellt eine Neuansiedlung dar. Weitere systemgleiche Anbieter im Untersuchungsgebiet werden die möglichen Marktanteile des Drogeriemarktes beschränken.

Aufgrund des unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus im Einzugsgebiet sind unterdurchschnittliche sortimentspezifische Raumleistungen für die projektierte Fläche anzusetzen. In diesem Sinne handelt es sich um einen **Worst-Case-Ansatz**. Insofern ist davon auszugehen, dass im Folgenden eine Überzeichnung der tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen erfolgt.

### 8.2.1 Marktanteilkonzept

Die Umsätze eines Ansiedlungsvorhabens setzen sich in Abhängigkeit von Art, Größe, Lage des Vorhabens und der Wettbewerbssituation aus verschiedenen Quellen zusammen. Die Umsätze im Einzugsgebiet sind dabei abhängig vom erreichbaren Marktanteil<sup>14</sup>.

Nachfolgend wird eine Umsatzherkunftsprognose auf Grundlage der möglichen erzielbaren Marktanteile in den verschiedenen Zonen des Einzugsgebiets des Vorhabens erstellt. Die Marktanteile ergeben sich auf Grundlage der Gesamtattraktivität des Anbieters relativ zum Wettbewerb auf Basis:

- der Lagequalität des Projektstandortes (insbesondere im Vergleich zum direkten Wettbewerbsumfeld),
- der Größe der Verkaufsfläche,
- des Betriebstyps und
- der Wettbewerbsintensität.

Tendenziell nehmen Marktanteile mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort ab, die Auswahlmöglichkeiten der Konsumenten nehmen dagegen zu.

Dabei spielt das vorhandene Angebot eine besondere Rolle (siehe Angebotsanalyse). Für das Einzugsgebiet wird das Planvorhaben eine herausragende Stellung – gemeinsam mit dem bereits bestehenden Rossmann-Drogeriemarkt – einnehmen. Entsprechend hoch stellt sich die erwartete Bindungsquote dar. Mit Zunahme des Angebots nehmen die Auswahlmöglichkeiten der Konsumenten zu, die dann auch Anfahrtswege, Konzeptqualitäten und Preisniveaus der Konzepte in eine Einkaufsentscheidung einbeziehen. Mit ansteigenden Zeit- und Wegedistanzen zum Vorhabenstandort verringert sich somit die Bindungsintensität des Vorhabens.

Folgende Tabelle stellt die Marktanteilsprognose des Vorhabens dar.

---

<sup>14</sup> Bei dem sog. Marktanteilkonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet der möglichen Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

**Tabelle 6: Marktanteilsprognose bei 722 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**

Kundenherkunft	Drogeriewaren		
	relevantes Kaufkraftvolumen	erwartete Bindungsquote	Umsatzerwartung
	in Mio. €		in Mio. €
Zone I	3,2	42%	1,3
Zone II	3,5	30%	1,0
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>6,6</b>	<b>36%</b>	<b>2,4</b>
<b>Streuumsätze (25 %)</b>			<b>0,8</b>
<b>Gesamtumsatz</b>			<b>3,2</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen.

Im Kerneinzugsbereich (Zone I) des Vorhabens ist mit einem Marktanteil des Vorhabens von rd. 42 % zu rechnen, was einer Umsatzabschöpfung von rd. 1,3 Mio. € entspricht. Der angenommene Marktanteil ist ambitioniert hoch, da im Kerneinzugsgebiet nur ein weiterer systemrelevanter Anbieter mit demselben Sortiment und gleicher Kundengruppe existiert. Es ist zu erwarten, dass sich die Anbieter das vorhandene Marktpotenzial in etwa teilen.

Im ergänzenden Einzugsgebiet des Vorhabens (Zone II) ist von einem Marktanteil von rd. 30 % bzw. einer Umsatzabschöpfung von ca. 1,0 Mio. € auszugehen. Der Marktanteil fällt hier niedriger als in Zone I aus, ist jedoch noch immer relativ hoch, da sich in den Gemeinden selbst keine Anbieter von Drogeriewaren befinden und der Planstandort teilweise räumlich sowie zeitlich deutlich besser erreichbar ist, als weitere Standorte im Umfeld.

Insgesamt wird angenommen, dass aufgrund der guten verkehrlichen Lage ein Umsatzanteil von rd. 25 % mit sog. Streukunden außerhalb des Einzugsgebietes erwirtschaftet wird. Dieser Anteil des Streuumsatzes ist relativ hoch und mit der Nähe zu tschechischen Kunden sowie mit der touristischen Kaufkraft zu begründen. Sollte dieser Streuumsatzanteil nicht erwirtschaftet werden können, sinkt entsprechend die Raumleistung des Ansiedlungsvorhabens.

Aus den berechneten Marktanteilen ergibt sich ein maximaler Umsatz im Bereich der Drogerie- und Parfümeriewaren von rd. 3,2 Mio. € p.a.

Die Umsatzprognose auf Basis der Marktanteilsberechnung erscheint insbesondere in Zone I als ambitioniert. Die Marktanteile werden relativ hoch eingestuft. Es besteht die Wahrscheinlichkeit, dass diese Marktanteile nicht erreicht werden können. Der reale Umsatz wird deswegen wahrscheinlich geringer ausfallen, in diesem Sinne handelt es sich bei der Umsatzprognose um einen **Worst-Case-Ansatz**.

## 8.2.2 Flächenleistung

Nachfolgend wird auf Basis der Umsatzprognose nach dem Marktanteilkonzept und der geplanten Verkaufsfläche die Raumleistung des Vorhabens berechnet.

**Tabelle 7: Prospektive Raumleistung**

Ansiedlungsvorhaben Drogeriemarkt	Verkaufsfläche	Raumleistung	Planumsatz
	m <sup>2</sup>	in € pro m <sup>2</sup>	in Mio. €
Drogeriemarkt	722	4.500	3,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Werte gerundet.

Die Flächenproduktivität für den Drogeriemarkt, die sich bei einer Planverkaufsfläche von 722 m<sup>2</sup> aus dem prognostizierten Umsatz ableiten lässt, liegt bei rd. 4.500 € / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und Jahr.

Die bundesdurchschnittliche Raumleistung im Bereich der Drogeriemarkte liegt zwischen 5.000 € / m<sup>2</sup> und 6.000 € / m<sup>2</sup><sup>15</sup>.

Der unterdurchschnittliche Wert ist auf das begrenzte Marktpotenzial und das niedrige Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet zurückzuführen.

Bei der Umsatzprognose handelt es sich unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Fakten um einen maximalen Umsatzwert. Eine darüber hinausgehende Umsatzausweitung ist insbesondere hinsichtlich der Wettbewerbssituation auszuschließen.

In diesem Sinne handelt es sich um einen **Worst-Case-Ansatz**. Es ist davon auszugehen, dass im Folgenden eine Überzeichnung der tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen erfolgt. Mit anderen Worten: Der gewählte Ansatz garantiert, dass ein ausreichender Sicherheitspuffer besteht. Die tatsächliche Umsatzleistung der Betriebe wird aufgrund der dargestellten Marktsituation unter der Umsatzprognose liegen.

## 8.3 Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist im Wesentlichen die Überprüfung möglicher Umsatzzumlenkungsprozesse, welche aus zentralen Versorgungsbereichen induziert werden könnten, von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzzumlenkungen, welche durch das Planvorhaben hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- die bestehenden sortimentsspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- der erzielte Umsatz bzw. die Raumleistung eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,

<sup>15</sup> BBE Markt- und Strukturdaten im Einzelhandel, 2017. Abrufbar unter: [https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user\\_upload/stmwi/Publikationen/2017/2017-12-27\\_Bericht\\_Marktdaten\\_2017.pdf](https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Publikationen/2017/2017-12-27_Bericht_Marktdaten_2017.pdf)

- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den Anbietern und dem Projektstandort,
- die räumliche Verortung des Konsumentenpotenzials und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Nach der Umsetzung des Vorhabens wird sich das räumliche Angebotsgefüge im Untersuchungsraum nicht wesentlich verändern. Dennoch werden sich in Folge der hinzutretenden Verkaufsfläche Umsatzverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben.

Somit liefert das Modell eine Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, die dann in einem zweiten Schritt auf Grundlage der konkreten Standortgegebenheiten der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt somit eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Projektes i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO.

### 8.4 Umsatzlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Für die Betrachtung der zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind die vom Vorhaben ausgehenden Umlenkungseffekte für die in den zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.

Primär steht das möglichen Vorhaben im Wettbewerb zu betriebstypengleichen Drogeriemärkten.

Für das Planvorhaben ist zudem zu berücksichtigen, dass derzeit ca. 3,1 Mio. € der vorhandenen Kaufkraft im Einzugsgebiet an Standorte außerhalb des Einzugsgebietes abfließen. Ein Teil dieser abfließenden Kaufkraft kann durch das Vorhaben zurückholt werden. Dies betrifft insbesondere Standorte in der Stadt Regen, aber auch im weiter entfernten Deggendorf. Deggendorf weist eine hohe regionale Strahlkraft auf, weshalb davon auszugehen ist, dass auch hier Kaufkraft-rückholungsprozesse stattfinden. Diese Kaufkraft-rückholungsprozesse vollziehen sich tatsächlich gegen eine breite Anzahl an Betrieben im weiteren Umland. Modellhaft wird im Folgenden davon ausgegangen, dass die gesamte Kaufkraft von den Städte Regen und Deggendorf „zurückgeholt“ wird. Dies entspricht einem Worst-Case-Ansatz.

Im vorliegenden Fall des Drogeriemarktes ist der zu begutachtende Gesamtumsatz in Höhe von ca. 3,2 Mio. € zu berücksichtigen. Die zu Grunde liegende Modellrechnung basiert auf der Annahme, dass der wettbewerbswirksame Umsatz in Höhe von rd. 2,5 Mio. € (Planumsatz [rd. 3,2 Mio. €] sowie abzgl. der Streuumsätze [rd. 0,8 Mio. €]) des Vorhabens umgelenkt wird.

**Tabelle 8: Umsatzherkunft Drogeriewaren**

Umsatzherkunft Vorhaben Drogeriemarkt	Umsatz	
	in Mio. € p. a.	in % des Umsatzes
<b>Umsatz des Vorhabens</b>	<b>3,2</b>	<b>100%</b>
davon Umsatzlenkung gegenüber Standorten außerhalb des Einzugsgebiets (Kaufkraft-rückholung)	1,6	51%
davon erhöhter Umsatzzufluss von außerhalb (= Streuumsatz)	0,8	25%
davon Umsatzzumlenkung zu Lasten bestehender Betriebe im Einzugsgebiet	0,8	24%

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; \* nur der im Untersuchungsgebiet gelegene Teilbereich; Werte kleiner 0,1 Mio. € / 0,1 % werden nicht dargestellt, da sie unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle liegen, Rundungsdifferenzen möglich.

Wie die oben stehende Abbildung zeigt, ist anzunehmen, dass ca. 0,8 Mio. € des wettbewerbswirksamen Umsatzes gegen das Angebot im Einzugsgebiet umverteilt werden. Dies entspricht im Wesentlichen dem Mehrumsatz, den Rossmann durch den Wegfall von Müller generieren konnte.

Rd. 1,6 Mio. € werden gegen Standorte außerhalb des Einzugsgebietes in Form von Kaufkraftrückholungsprozessen umverteilt (wie in Kap. 7.3 dargestellt, sind derzeit rd. 1,9 Mio. € Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet nicht gebunden und fließen an andere Standorte ab). Ein Großteil dieser abfließenden Kaufkraft kann durch das Ansiedlungsvorhaben wieder an den Standort zurückgeholt werden.

**Tabelle 9: Umsatzumlenkung Drogeriewaren**

		Umsatzerwartung Vorhaben	
Vorhaben Drogeriemarkt-Ansiedlung			
Umsatzumverteilung in bestehenden Angebotsstrukturen:			
	aktueller Umsatz *	Umsatzumverteilung	
Zwiesel - Ergänzungsstandort Frauenauer Straße <sup>1</sup>	4,7 Mio. €	16,1%	0,8 Mio. €
Regen <sup>2</sup>	5,6 Mio. €	8,9%	0,5 Mio. €
Deggendorf <sup>3</sup>	16,5 Mio. €	6,9%	1,1 Mio. €
<b>Umsatzumverteilung Drogeriewaren</b>	<b>26,9 Mio. €</b>	<b>8,9%</b>	<b>2,4 Mio. €</b>
<b>Streuumsatz</b>			<b>0,8 Mio. €</b>
<b>Umsatzerwartung Vorhaben gesamt</b>			<b>3,2 Mio. €</b>

<sup>1</sup> inkl. u.a. Rossmann, Randsortiment Real  
<sup>2</sup> inkl. u.a. dm im Ergänzungsbereich ZVB; Rossmann im GE Molkereistraße  
<sup>3</sup> inkl. u.a. dm im FMZ Graflinger Straße; Rossmann, Müller und Douglas im ZVB

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; \* nur der im Untersuchungsgebiet gelegene Teilbereich; Werte kleiner 0,1 Mio. € / 0,1 % werden nicht dargestellt, da sie unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle liegen, Rundungsdifferenzen möglich.

Die Drogeriemarktansiedlung wird – beim unterstellten Worst-Case-Szenario – zu spürbaren Umlenkungseffekten führen. Innerhalb des Einzugsgebiets ist derzeit nur ein Anbieter vorhanden, der von seiner Alleinstellung nach Wegfall des Müller-Drogeriemarktes profitiert und durch die Ansiedlung des Planvorhabens wieder ein gewisses Maß an Kaufkraft verlieren würde. Umverteilungen finden zudem auch außerhalb des Einzugsgebietes durch legitime Kaufkraftrückholungsprozesse statt.

Trotz dieser quantitativ hohen Umverteilungen sind städtebaulich schädliche Auswirkungen unwahrscheinlich.

Die zu erwartenden Auswirkungen je Angebotslage werden im Folgenden detailliert unter qualitativen, städtebaulichen Gesichtspunkten bewertet.

## 8.5 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Aus der vorstehenden Modellrechnung für das Gesamtvorhaben eines 722 m<sup>2</sup> Drogeriemarktes (Worst-Case-Szenario) können im Falle der Realisierung des avisierten Drogeriemarktes wettbewerbliche Auswirkungen prognostiziert werden. Da diese zum Teil über 10 % liegen, gilt es entsprechend, die quantitativen Ergebnisse i.S.e. der qualifizierten Bewertung dezidiert darzustellen.

Im Einzelnen können die Ergebnisse wie folgt interpretiert werden:

- Mit einer absoluten Umsatzzumlenkung von ca. 2,4 Mio. € gegenüber den relevanten Einzelhandelsbetrieben im Untersuchungsgebiet ist eine vom Vorhaben induzierte durchschnittliche Umsatzzumlenkungsquote von ca. 8,9 % zu erwarten. Hieraus sind flächendeckende Betriebsabsiedlungen, bezogen auf den **gesamten Untersuchungsbereich**, nicht abzuleiten.
- Es ist darauf hinzuweisen, dass ein **Worst-Case-Ansatz** verwendet wurde. Wie dargestellt, ist davon auszugehen, dass der prognostizierte Umsatz geringer sein wird, da das Marktpotenzial eingeschränkt ist. Dies verringert im Umkehrschluss die Auswirkungen. Der Umsatz des geplanten Drogeriemarktes speist sich zudem zu einem Großteil aus Rückholeffekten, sodass im Wesentlichen Umsatzverluste außerhalb des Einzugsgebietes zum Tragen kommen werden. Hier ist im Umfeld des Vorhabens nur eine geringe Anzahl an Anbietern vorhanden, was zu relativ hohen Umverteilungen führt. Diese Annahme ist auch auf den Worst-Case-Ansatz zurückzuführen. Es ist zu erwarten, dass sich die Kaufkraftrückholung über große räumliche Entfernungen auf zahlreiche Wettbewerbsstandorte streut und die einzelnen Umverteilungsquoten deutlich geringer sein werden.
- Drogeriewaren sind darüber hinaus als sog. Non-Food I-Sortiment fester Bestandteil von Lebensmittelmärkten. Hierbei unterscheiden sich die Betriebsformen in der Angebotsbreite und –tiefe. Während Discounter ein standardisiertes Rumpfsortiment vorhalten, wächst mit zunehmender Verkaufsflächengröße der Sortimentsumfang bei Vollsortimentsanbietern ([großen] Supermärkten, SB-Warenhäusern) an. Im Umkehrschluss stehen diese Anbieter, wenn auch nachrangig, mit dem Vorhaben in Wettbewerb. Es ist somit davon auszugehen, dass ein gewisser Anteil des wettbewerbswirksamen Umsatzes auch auf Lebensmittelmärkte umverteilt wird. Die Umverteilungsquoten gegen Drogeriemärkte sind somit in Realität geringer.
- Innerhalb von **Zwiesel** befindet sich der relevante Wettbewerb im Ergänzungsstandort Frauenauer Straße. Der Anbieter ist modern aufgestellt und profitiert von Kopplungseffekten zu den weiteren Standorten vor Ort. Es handelt sich somit um einen wettbewerbsfähigen Standort. Es ist zu erwarten, dass sich die beiden Drogeriemarktanbieter zukünftig ergänzen und nebeneinander existieren können. Der Rossmann-Anbieter profitierte zunächst vom Weggang des Anbieters Müller und seiner damit verbundenen Alleinstellung im Einzugsgebiet, so dass die Filiale vermutlich seinen Umsatz steigern konnte. Diese Umsatzsteigerung wird durch die geplante Ansiedlung wieder umverteilt. Diese wettbewerblichen Effekte werden jedoch nicht zu städtebaulich schädlichen Auswirkungen führen, da eine Gefährdung des Anbieters nicht zu erkennen ist. Zudem handelt es sich bei dem Standort nicht um einen zentralen Versorgungsbereich, in dem eine Schutzbedürftigkeit festzustellen wäre. In der Innenstadt ist nach Wegfall des Anbieters Müller kein systemgleicher Anbieter vorhanden, sodass keine Wettbewerbseffekte zur Innenstadt bestehen werden. Eine kompakte Gebäudestruktur beeinträchtigt darüber hinaus in den Erdgeschosslagen die Schaffung von marktüblich dimensionierten Ladenlokalen. Eine Wiederansiedlung eines Drogeriemarktes in der Innenstadt ist daher nicht zu erwarten.

- In **Regen** befindet sich der Anbieter dm im Einkaufspark Regen, der den stärksten Einkaufsstandort in der Stadt darstellt und über eine hohe Wettbewerbsfähigkeit verfügt. Auch der Anbieter Rossmann in Gewerbegebietslage profitiert von Verbund- und Kopplungseffekten und der verkehrsgünstigen Lage an einem autokundenorientierten Standort. Auch hier ist eine hohe Wettbewerbsfähigkeit festzustellen. Die Neuansiedlung eines Drogeriemarktes in Zwiesel wird nicht zu einem Wegfall eines Anbieters in Regen führen. Die Umsatzumverteilungen sind wettbewerblich zu bewerten.
- In **Deggendorf** verfügt die Innenstadt über eine hohe Wettbewerbsfähigkeit. Durch die Ansiedlung eines Drogeriemarktes am Standort Zwiesel ist nicht davon auszugehen, dass einzelne Betriebe gefährdet werden. Es ist zudem darauf hinzuweisen, dass die Umverteilungen nur einen Teil der Gesamtfläche betreffen, da insbesondere der Anbieter Müller auch weitere Sortimente aufweist. Es handelt sich um legitime Kaufkraftzurückholungsprozesse nach Zwiesel. Städtebaulich schädliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten. Die vergleichsweise hohe Umlenkungsquote ist zudem nicht Ergebnis einer mangelnden Leistungsfähigkeit, sondern der insgesamt geringen Wettbewerbsdichte im Einzugsgebiet geschuldet. Eine Gefährdung des Anbieters dm in Gewerbegebietslage ist ebenso auszuschließen. Dieser ist modern aufgestellt und in einem attraktiven Verbundstandort von Fachmärkten gelegen.
- Der verbleibende Umsatzanteil betrifft in Form von diffusen **Streuumsätzen** eine breite Anzahl an Betrieben in zentralen und dezentralen Lagen. Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche außerhalb des Untersuchungsgebietes ist dabei nicht zu erwarten.

**Eine Schädigung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO kann ausgeschlossen werden. Es sind zwar wettbewerbliche Auswirkungen durch Kaufkraftzurückholungsprozesse zu erwarten, diese erreichen jedoch kein Maß, ab dem städtebaulich schädliche Auswirkungen durch Betriebsschließungen zu erwarten wären.**

## 9 Zusammenfassung und Fazit

Die Analyse des Mikro- und Makrostandortes sowie der Wettbewerbssituation und die darauf aufbauende Auswirkungsanalyse für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit einer geplanten Verkaufsfläche von rd. 722 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der Bärnzeller Straße haben ergeben, dass das Planvorhaben keine wesentlichen Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung nach sich zieht.

- Für die im ländlichen Grenzraum gelegene Stadt Zwiesel hat die Sicherung und Etablierung attraktiver und zukunftsfähiger Einzelhandelsstrukturen eine hohe Bedeutung, um die zugewiesene Versorgungsfunktion für die eigenen Bewohner und auch für die Nachbargemeinden erfüllen zu können, was zur Steigerung der Lebensqualität beiträgt.
- In der Innenstadt ist der Anbieter Müller Drogeriemarkt weggefallen, was eine typische Entwicklung für Innenstadtstandorte in Kleinstädten darstellt. Nach diesem Wegfall existiert derzeit nur ein Drogeriemarkt im Einzugsgebiet. Dieser allein kann das Kaufkraftpotenzial nicht umfänglich an sich binden, sodass Umsatz an Standorte außerhalb wie Regen oder Deggendorf abfließt. Es ist zu erwarten, dass sich die Konkurrenzsituation zu Regen mit der geplanten Entwicklung des Rodenstock-Areals als Einkaufsstandort noch erhöhen wird.
- Es ist unwahrscheinlich, dass sich wieder ein Drogeriemarkt in der Zwieseler Innenstadt etablieren kann, da hier marktfähige Verkaufsflächen fehlen (geringe Verkaufsraumgröße, fehlende Parkplätze, mehrere Stockwerke). Zudem leiden Innenstadtstandorte unter einem Frequenzrückgang, der eine Etablierung eines Drogeriemarktes deutlich erschwert.
- Die Verkaufsfläche des geplanten Drogeriemarktes entspricht einem marktüblichen Konzept und den aktuellen Kundenbedürfnissen und ist damit geeignet, gemeinsam mit der bestehenden Aldi-Filiale einen modernen und zukunftsfähigen Nahversorgungsstandort zu bilden.
- Der Standort ist mit der Aldi-Filiale sowie dem Rewe-Markt bereits heute ein wichtiger Grundpfeiler der Nahversorgung in Zwiesel und trägt zur mittelzentralen Einzelhandelsfunktion Zwiesels bei. Die Ansiedlung eines Drogeriemarktes wird die Versorgungsfunktion des Standortes ausbauen und die Kaufkraft der umliegenden Gemeinden insgesamt an den Standort Zwiesel zurückholen. Zudem kann auch vermehrt tschechische Kaufkraft an den Standort Zwiesel zurückgeholt werden (die Streuumsätze sind auf ca. 25 % zu schätzen).
- Das Vorhaben ist geeignet, Kaufkraft an den Standort Zwiesel zurückzuholen. Für das Vorhaben wurde ein Einzugsgebiet mit rd. 20.000 Einwohnern prognostiziert. Dabei ist zu erwähnen, dass die Stadt Zwiesel laut LEP Bayern einen Verflechtungsbereich in Sortimenten des Innenstadtbedarfs (hierzu gehören Drogeriewaren) von rd. 64.000 Einwohnern innehat.
- Von dieser Kaufkraftrückholung regionaler und tschechischer Kunden profitieren nicht nur der Planstandort, sondern auch weitere Einzelhandelshandelsstandorte in Zwiesel wie die Innenstadt, da Kunden oftmals Einkäufe miteinander verbinden. Um diesen Kopplungsprozess zu fördern, kann zudem am Planstandort Werbung für die Innenstadt gemacht werden.
- Für die Realisierung des Drogeriemarktes ist kein weiterer Flächenverbrauch notwendig. Es handelt sich um einen erschlossenen Standort, der keinen weiteren Infrastrukturausbau benötigt (Vermeidung von Flächenfraß).
- Das Gutachten kann auf Grundlage einer quantitativen und qualitativen Untersuchung belegen, dass Auswirkungen, die ein schädliches Ausmaß i.S.d. § 11. Abs. 3 BauNVO erreichen, für die umliegenden zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten sind. Ferner sind die wohnortnahe Versorgung der Einwohner im Einzugs- und Untersuchungsgebiet sowie die Funktionalität der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet.



- Ein relativ hoher Anteil des geprüften Vorhabenumsatzes setzt sich aus Streuumsätzen (v.a. tschechische Kunden) zusammen. Aufgrund der hohen Streubreite der Herkunft dieser Erlöse sind negative städtebauliche Auswirkungen auf einzelne Betriebe oder Einzelhandelsstandorte außerhalb des Untersuchungsgebietes nicht zu erwarten. Mögliche Umsatzverluste werden unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen und für einzelne Betriebe aufgrund der geringen Höhe monetär nicht spürbar werden.

---

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Marina Deisenberger

Humangeographie, M.Sc.

Projektleitung

BBE Standortforschung

München, 24. März 2020

i.V. Markus Wotruba

Diplom-Geograph

Projektleitung

BBE Standortforschung