

Einzelhandelsentwicklungskonzept

Stadt Tirschenreuth

Endbericht

April 2011

Vorgelegt von
Department für Geographie
iq-Projektgesellschaft
Luisenstraße 37
80333 München

Einzelhandelsentwicklungskonzept Stadt Tirschenreuth

Endbericht

April 2011

Auftraggeber

Stadt Tirschenreuth

Bearbeitung

Dr. Robert Leiner

Dipl.-Geogr. Thomas Wagner

Kontakt

Department für Geographie

iq-Projektgesellschaft

Luisenstraße 37

D-80333 München

Tel. 089/289-22655

info@iq-projektgesellschaft.de

www.iq-projektgesellschaft.de

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis	6
Kartenverzeichnis	7
A Grundlagen	8
A 1 Ausgangslage und Zielsetzung	8
A 2 Methodik	9
A 2.1 Angebotsanalyse	10
A 2.2 Nachfrageanalyse	10
A 2.3 Unternehmerbefragung	13
B Rahmenbedingungen der Stadt Tirschenreuth	14
B 1 Raumstrukturelle Rahmenbedingungen	14
B 1.1 Räumliche Lage	14
B 1.2 Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit	16
B 2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen	20
B 2.1 Bevölkerungsstand und -entwicklung	20
B 2.2 Beschäftigtenstand und -entwicklung	22
B 2.3 Wirtschaftliche Zukunftsaussichten	25
B 3 Raumordnerische Rahmenbedingungen	26
B 3.1 Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006	26
B 3.2 Regionalplan	30
B 3.3 Nahbereich und Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels	31
B 4 Flächennutzungsplanung und funktionale Zentren	33
C Bestandsaufnahme des städtischen Einzelhandelsangebotes und Analyse der Angebotsstruktur	35
C 1 Einzelhandelsausstattung der Stadt Tirschenreuth	35
C 2 Standortstruktur des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth	41
C 2.1 Raumstrukturelle Standortlagen des Einzelhandels	41
C 2.2 Verteilung des Einzelhandelsbestandes nach Versorgungsstandorten	42
C 3 Räumliche und städtebauliche Struktur der Versorgungsstandorte	54
C 3.1 Versorgungsstandort Stadtmitte	54

C 3.2	Versorgungsstandort „Mitterteicher Straße“	55
C 3.3	Versorgungsstandort „Äußere Regensburger Straße“	55
C 4	Qualitative Analyse des Einzelhandelsbestands	56
C 5	Situation der Nahversorgung	59
C 6	Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung	63
D	Nachfrageverhalten	68
D 1	Aktuelles Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth	68
D 2	Wettbewerbssituation im Marktgebiet	70
D 3	Einkaufsintensität und Einkaufsstättenwahl	71
D 4	Einkaufsorientierung und Veränderung des Einkaufsverhaltens	74
D 5	Bewertung des Einzelhandelsangebots und der Stadtmitte	79
E	Markt- und Potenzialanalyse	84
E 1	Kaufkraftbindung	84
E 2	Kaufkraftströme	86
E 3	Warengruppenspezifische Einzelhandelszentralität	90
E 4	Potenzialanalyse	92
F	Entwicklungskonzept für den Einzelhandel in der Stadt Tirschenreuth	96
F 1	Entwicklungstrends im Einzelhandel und deren Konsequenzen für die städtische Einzelhandelsentwicklung in Tirschenreuth	96
F 1.1	Wesentliche Veränderungen auf der Verbraucherseite	97
F 1.2	Veränderungen auf der Angebotsseite	101
F 1.3	Entwicklungstrends im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	104
F 1.4	Konsequenzen für die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung	109
F 2	Strategisches Fazit der Bestandsanalyse und Ableitung des kommunalen Steuerungsbedarfs für die Stadt Tirschenreuth	112
F 3	Leitlinien für die Einzelhandelsentwicklung in Tirschenreuth	116
F 4	Sortimentskonzept	119
F 5	Standortkonzept und Steuerungsgrundsätze	122
Anhang	128

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Räumliche Lage der Stadt Tirschenreuth.....	15
Abbildung 2: Entwicklung des Bevölkerungsstandes 1998 bis 2009	21
Abbildung 3: Bevölkerungsprognose.....	21
Abbildung 4: Beschäftigtenentwicklung zwischen 1998 und 2009	23
Abbildung 5: Pendlerstruktur der Stadt Tirschenreuth	24
Abbildung 6: Wirtschaftliche Zukunftschancen des Landkreises Tirschenreuth	25
Abbildung 7: Raumstruktur nach dem LEP 2006	27
Abbildung 8: Auszug aus der Raumstrukturkarte des Regionalplans der Region Oberpfalz–Nord – Planungsregion (6)	30
Abbildung 9: Mittel und Nahbereich der Stadt Tirschenreuth.....	31
Abbildung 10: Flächennutzungsplan der Stadt Tirschenreuth.....	33
Abbildung 11: Verkaufsflächenausstattung der Stadt Tirschenreuth im Vergleich	39
Abbildung 12: Einzelhandelsbetriebe am Versorgungsstandort Stadtmitte	49
Abbildung 13: Einzelhandelsbetriebe im Versorgungsstandort „Mitterteicher Straße“	51
Abbildung 14: Einzelhandelsbetriebe im Versorgungsstandort „Äußere Regensburger Straße“	52
Abbildung 15: Einzelhandelsbetriebe in Streulage	53
Abbildung 16: Beurteilung der Standortbedingungen in der Stadt Tirschenreuth	64
Abbildung 17: Bestandsfestigkeit der Einzelhandelsbetriebe in Tirschenreuth.....	66
Abbildung 18: Ertragsentwicklung der Einzelhandelsbetriebe in Tirschenreuth	66
Abbildung 19: Entwicklung ausgewählter Standortlagen	67
Abbildung 20: Einkaufshäufigkeit der Wohnbevölkerung	71
Abbildung 21: Besuchshäufigkeit verschiedener Versorgungslagen in der Stadt Tirschenreuth.....	73
Abbildung 22: Entwicklung der Einkaufsorientierung im Marktgebiet im Vergleich zu vor fünf Jahren	74
Abbildung 23: Einkaufsorientierung der Tirschenreuther Bevölkerung	75
Abbildung 24: Einkaufsintensität außerhalb der Stadt Tirschenreuth	76
Abbildung 25: Entwicklung der Einkaufsorientierung im Vergleich zu vor fünf Jahren	77
Abbildung 26: Räumlich differenzierte Entwicklung der Einkaufsorientierung	78
Abbildung 27: Bewertung der Stadtmitte der Stadt Tirschenreuth	80
Abbildung 28: Bewertung der Verkehrssituation in der Stadtmitte (Maximilianplatz) der Stadt Tirschenreuth.....	82
Abbildung 29: Kaufkraftbindung des Einzelhandels innerhalb der Stadt Tirschenreuth	84
Abbildung 30: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme	87
Abbildung 31: Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse in Tirschenreuth	88

Abbildung 32: Kaufkraftströme in Tirschenreuth – Saldierte Zu- und Abflüsse.....	89
Abbildung 33: Einzelhandelszentralität nach Warengruppen.....	90
Abbildung 34: Struktur der Konsumausgaben der privaten Haushalte	97
Abbildung 35: Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den privaten Konsumausgaben.....	98
Abbildung 36: Flächenentwicklung im Einzelhandel 1980-2010	102
Abbildung 37: Veränderung der Umsatzanteile der Handelsformate von 1993 bis 2005	103
Abbildung 38: Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel.....	105
Abbildung 39: Durchschnittliche Betriebsgröße im Lebensmitteleinzelhandel.....	105
Abbildung 40: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel.....	108
Abbildung 41: Sortimentskategorien im Einzelhandel der Stadt Tirschenreuth	120
Abbildung 42: Einkaufsorientierung nach Warengruppen	132
Abbildung 43: Einkaufsorientierung nach Warengruppen	133
Abbildung 44: Einkaufsorientierung nach Warengruppen	134
Abbildung 45: Einkaufsorientierung nach Warengruppen	135
Abbildung 46: Einkaufsorientierung nach Warengruppen	136
Abbildung 47: Einkaufsorientierung nach Warengruppen	137
Abbildung 48: Einkaufsorientierung nach Warengruppen	138
Abbildung 49: Einkauf im Internet nach Warengruppen.....	139

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Strukturdaten zum Untersuchungssample der Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth	11
Tabelle 2: Strukturdaten zum Untersuchungssample der Haushaltsbefragung im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth.....	12
Tabelle 3: Altersstruktur der Stadt Tirschenreuth, des Regierungsbezirks Oberpfalz und des Bundeslandes Bayern im Jahr 2009 (zum 31.12.).....	22
Tabelle 4: Verkaufsflächen und Betriebe in der Stadt Tirschenreuth nach Bedarfsstufe.....	35
Tabelle 5: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächengrößenklassen	36
Tabelle 6: Verteilung der Verkaufsfläche und der Betriebe nach Betriebsform	37
Tabelle 7: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächengrößenklassen und Versorgungsstandorten	44
Tabelle 8: Einzelhandelsbetriebe nach Betriebsform und Versorgungsstandorten	45
Tabelle 9: Verkaufsflächen der Versorgungsstandorte in Tirschenreuth nach Hauptwarengruppen	46
Tabelle 10: Angebotsbausteine einer wohnstandortnahen Grundversorgung	60

Tabelle 11: Handlungsfelder zur Profilierung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort.....	65
Tabelle 12: Einwohnerverteilung im einzelhandelsbezogenen Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth	69
Tabelle 13: Ausstattung benachbarter Kommunen mit Anbietern des Lebensmitteleinzelhandels	70
Tabelle 14: Ort des letzten Einkaufs.....	72
Tabelle 15: Besuchte Versorgungsstandorte beim letzten Einkauf*	72
Tabelle 16: Handlungsfelder zur Profilierung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort.....	80
Tabelle 17: Handlungsfelder zur Profilierung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort – Vielfalt an Geschäften	81
Tabelle 18: Verkehrsmittelwahl für den Einkauf in der Stadt Tirschenreuth	82
Tabelle 19: Genutzte Parkbereiche bei einem Besuch der Stadtmitte (Maximilianplatz).....	83
Tabelle 20: Einkauf über das Internet – am häufigsten nachgefragte Warengruppen.....	86
Tabelle 21: Marktvolumen im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth.....	92
Tabelle 22: Potenzialanalyse für das Marktgebiet.....	93
Tabelle 23: Sortimentsliste Stadt Tirschenreuth.....	128
Tabelle 24: Offene Antworten aus der Einzelhändlerbefragung.....	140

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur - Siedlungsstrukturelle Gemeindetypen.....	16
Karte 2: Pkw-Erreichbarkeit der Stadt Tirschenreuth	18
Karte 3: Erreichbarkeitsvorteile der Stadt Tirschenreuth (Individualverkehr).....	19
Karte 4: Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels – Stadt Tirschenreuth.....	32
Karte 5: Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth.....	43
Karte 6: Einzelhandelsbesatz in der Stadt Tirschenreuth nach Betriebstyp, Verkaufsflächengröße und Sortiment	43
Karte 7: Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Tirschenreuth.....	61
Karte 8: Nahversorgung in der Stadt Tirschenreuth.....	62
Karte 9: Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth nach Zonen	69
Karte 10: Aktuelle Standortstruktur des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth	113
Karte 11: Standortbereiche für den Einzelhandel in der Stadt Tirschenreuth	123
Karte 12: Steuerungsgrundsätze für den Einzelhandel der Stadt Tirschenreuth.....	125

A Grundlagen

A 1 Ausgangslage und Zielsetzung

Die Standortstruktur des Einzelhandels in einer Stadt ist nicht nur entscheidend für die Versorgungsqualität der örtlichen Bevölkerung, sondern es bestimmt auch die städtebaulichen und nutzungsbezogenen Gegebenheiten innerhalb der Stadt. Darüber hinaus prägt die Standortstruktur des Einzelhandels die räumlich-funktionalen Verflechtungen und somit die Mobilitäts- und Kaufkraftströme im Einzugsgebiet. Es sind intensive Kundenströme auszumachen, die sowohl vom Wohnort, als auch vom Arbeitsplatzstandort aus zu den Versorgungsstandorten reichen und auch zwischen einzelnen Versorgungsstandorten entstehen. Insgesamt zählt der Einzelhandel damit zu den Wirtschaftsbereichen einer Stadt und ihres Umlandes, dessen räumliche Ordnung nicht nur die städtebauliche Struktur entscheidend bestimmt, sondern indirekt auch eine Reihe weiterer raumrelevanter Bereiche prägt wie beispielsweise das Verkehrsaufkommen.

Will man die Entwicklung der Standortstruktur im Einzelhandel aufgrund ihrer erheblichen raumstrukturellen und städtebaulichen Bedeutung nicht ausschließlich dem freien Spiel der Marktkräfte überlassen, sondern eine nachhaltige städtebauliche Entwicklung und Ordnung erreichen, so ist eine entsprechende Steuerung durch die Bauleitplanung erforderlich und angezeigt (vgl. § 1 BauGB). Vor dem Hintergrund hat die Stadt Tirschenreuth eine Markt- und Strukturuntersuchung zum Einzelhandel und die Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes beauftragt. Dabei sollen Fragen zur künftigen räumlichen und sortimentsbezogenen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt geklärt und ein dementsprechendes Entwicklungskonzept erarbeitet werden.

Ermittlung der Grundlagen (Bestandsaufnahme)

Zunächst wurden anhand von sekundärstatistischen Quellen, Plänen und vorliegenden Unterlagen die Standortrahmenbedingungen zur ca. 9.150 Einwohner umfassenden Stadt Tirschenreuth und die daraus resultierenden Voraussetzungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung aufgenommen. Hierbei wurden raumstrukturelle, wirtschaftliche, demographische, einzelhandelsbezogene und städtebauliche Aspekte aufgegriffen.

Anhand einer vollständigen Kartierung des Einzelhandelsbestandes (Standort, Betriebsform, Verkaufsfläche und Sortiment) erfolgte die Aufnahme der aktuellen Bestandsdaten zum Einzelhandelsangebot der Stadt Tirschenreuth. Zudem wurde ein Fragebogen an Betriebsinhaber verteilt, um deren aktuelle wirtschaftliche Situation sowie deren Einschätzung zu den Standortgegebenheiten in der Stadt Tirschenreuth zu erfassen.

Für die Ermittlung des Einkaufsverhaltens und der räumlichen Versorgungsbeziehungen auf der Nachfrageseite erfolgte eine schriftliche Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth. Um Kaufkraftströme über die Stadtgrenzen hinaus abzubilden und für eine Darstellung des Einzugsbereichs wurde eine telefonische Haushaltsbefragung auch in den Umlandgemeinden der Stadt Tirschenreuth durchgeführt.

Analyse und Bewertung der Ausgangssituation

Der zweite Arbeitsschritt umfasste die Analyse, Bewertung und Darstellung der ermittelten Grundlagen, wobei entsprechend der Aufgabenstellung folgende Themenkomplexe betrachtet wurden:

- raumstrukturelle wirtschaftliche und demographische Rahmenbedingungen,
- einzelhandelsbezogene und städtebauliche Rahmenbedingungen der Stadt Tirschenreuth,
- Einzelhandelsangebot und Versorgungsstandorte in der Stadt Tirschenreuth,
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere der Innenstadt),
- Situation der Einzelhändler in der Stadt Tirschenreuth,
- Einkaufsverhalten und Einkaufsorientierung der Bevölkerung in der Stadt Tirschenreuth und in deren Marktgebiet,
- Versorgungsfunktion der Stadt Tirschenreuth für die umliegenden Kommunen und Kaufkraftbindung der eigenen Bevölkerung sowie
- Stärken und Schwächen zum Einzelhandelsangebot in der Stadt Tirschenreuth aus Sicht der Verbraucher.

Die Ergebnisse dieser Analyseinhalte mündeten in ein strategisches Fazit zur Einzelhandelsentwicklung der Stadt Tirschenreuth. Unter Einbeziehung von Trends im Einzelhandel (Angebots- und Nachfrageseite) sowie der strategischen Anforderungen wurden Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Tirschenreuth definiert. Anschließend wurde ein Standort- und Sortimentskonzept (Sortimentsliste) zur planerischen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung erarbeitet.

A 2 Methodik

Die Aufgabenstellung erforderte die Erhebung primärstatistischer Grunddaten zum Standortmuster des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth und dem sortimentspezifischen Nachfragevolumen sowie dem räumlichen Einkaufsverhalten der Bevölkerung. Sekundärstatistische Daten, die im Rahmen der Analyse verwendet wurden, umfassen einerseits Daten (Statistiken, Pläne) der Stadt Tirschenreuth selbst, unterschiedliche allgemeine Daten und

Indikatoren des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung sowie speziell handelsbezogene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung. Wesentliche Datenquellen waren hierbei neben der amtlichen Statistik die Daten einschlägiger Marktforschungsinstitute (BBE, EHI, GfK) aus dem Bereich der Handelsforschung.

A 2.1 Angebotsanalyse

Für die Ermittlung des Einzelhandelsbestandes und der Angebotssituation wurde im Juli/August 2010 eine Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen in der Stadt Tirschenreuth durchgeführt. Sie stellt eine wesentliche Grundlage für die Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes der Stadt Tirschenreuth dar. Dies gilt insbesondere auch vor dem Hintergrund der Charakterisierung räumlicher Agglomerationen des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth und der Analyse der Nahversorgungssituation. Die Erhebung erfolgte durch eine flächendeckende Begehung, bei der die einzelnen Einzelhandelsunternehmen anhand eines standardisierten Kartierbogens individuell erfasst wurden. Hierbei wurden neben dem Standort des jeweiligen Unternehmens auch die Verkaufsflächen differenziert nach einzelnen Warengruppen sowie der Betriebstyp ermittelt. Darüber hinaus wurden folgende weitere Angaben zum jeweiligen Einzelbetrieb erfasst:

- Schaufenster, Schaufenstergestaltung und Sicht in den Verkaufsraum
- Zustand des Gebäudes, Außenauftritt, Eingangssituation,
- Ladengestaltung/Warenpräsentation,
- Zielgruppen/Qualitätsorientierung, Wettbewerbsfähigkeit.

Insgesamt wurden in der Stadt Tirschenreuth 109 Einzelhandelsbetriebe kartiert und dabei eine Gesamtverkaufsfläche von 37.945 m² erfasst.

A 2.2 Nachfrageanalyse

Neben der Bestandserhebung auf der Angebotsseite ist die Ermittlung der Nachfragesituation der zweite Grundbaustein, um Aussagen zur aktuellen Situation und zu den Perspektiven der zukünftigen Entwicklung treffen zu können. Ergänzend zu den Einkaufsgewohnheiten und der Einkaufsorientierung der Tirschenreuther Bürgerinnen und Bürger wurde hierfür auch die Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung erfasst. Diese Angaben sind erforderlich, um die einzelhandelsbezogene Anziehungskraft der Stadt Tirschenreuth zu ermitteln. Darüber hinaus sind sie Grundlage für die Berechnung von Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten sowie für die Berechnung der sortimentsbezogenen Einzelhandelszentralität¹ der Stadt Tirschenreuth.

¹ Definition siehe Anhang.

Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth

Die Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth diente der Ermittlung einzelhandelsrelevanter Aspekte auf der Nachfrageseite. Um sowohl Kunden als auch Nicht-Kunden zu erfassen, wurde die Befragung als Haushaltsbefragung bei der Wohnbevölkerung angelegt. Dabei ist eine ca. 30 %-ige Haushaltsstichprobe in die Befragung einbezogen worden, was ca. 1.200 zu befragenden Haushalten entsprach. Die schriftliche Haushaltsbefragung im Stadtgebiet der Stadt Tirschenreuth wurde im September und Oktober 2011 durchgeführt. Inhaltliche Aspekte der Befragung waren:

- Einkaufshäufigkeit und Wahl der Einkaufsstandorte
- Einkaufsorientierung und deren Veränderung
- Beurteilung der Stadtmitte sowie der Themen Verkehr und Parken

Tabelle 1: Strukturdaten zum Untersuchungssample der Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth

Haushaltsgröße	Anzahl	Anteil in %
Einzelperson	82	16,5
2 Personen	184	36,9
3 Personen	75	15,1
4 Personen	97	19,5
5 Personen	39	7,8
mehr als 5 Personen	14	2,8
keine Angabe	7	1,4
gesamt	498	100
Altersstruktur der Befragten	Anzahl	Anteil in %
unter 15 Jahre	2	0,4
15 bis unter 25 Jahre	5	1,0
25 bis unter 35 Jahre	40	8,0
35 bis unter 45 Jahre	104	20,9
45 bis unter 55 Jahre	137	27,5
55 bis unter 65 Jahre	100	20,1
65 bis unter 75 Jahre	79	15,9
75 Jahre und älter	24	4,8
keine Angabe	7	1,4
gesamt	498	100

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Von den 1.200 ausgesendeten Fragebögen konnten insgesamt 498 ausgefüllte Rückantworten (Rücklaufquote 41,5 %) datentechnisch verarbeitet werden. Das Untersuchungssample

repräsentiert damit gemessen an der Zahl der Haushalte eine Stichprobengröße von ca. 13 % und gemessen an der Einwohnerzahl eine Stichprobengröße von ca. 14,8 %.

Tabelle 1 zeigt die strukturelle Zusammensetzung des Untersuchungssamples der Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth. Mit der auf Basis des Auswahlansatzes hergestellten stadträumlichen Differenzierung sowie der Struktur des Samples nach Haushaltszusammensetzung und Altersstruktur liegt eine ausreichende Repräsentativität vor.

Haushaltsbefragung im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth

Ergänzend zur schriftlichen Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth wurde eine telefonische Haushaltsbefragung in denjenigen Umlandkommunen der Stadt Tirschenreuth durchgeführt, die zum erweiterten Marktgebiet gerechnet werden können.

Tabelle 2: Strukturdaten zum Untersuchungssample der Haushaltsbefragung im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth

Untersuchungsgemeinden	Anzahl	Anteil in %
Bärnau	50	9,1
Falkenberg	50	9,1
Krummennaab	50	9,1
Leonberg	50	9,1
Mähring	50	9,1
Mitterteich	50	9,1
Neualbenreuth	50	9,1
Plößberg	50	9,1
Reuth	50	9,1
Wiesau	50	9,1
Windischeschenbach	50	9,1
gesamt	550	100
Altersstruktur der Befragten	Anzahl	Anteil in %
15 bis unter 25 Jahre	31	5,6
25 bis unter 35 Jahre	81	14,7
35 bis unter 45 Jahre	110	20,0
45 bis unter 55 Jahre	107	19,5
55 bis unter 65 Jahre	63	11,5
65 bis unter 75 Jahre	90	16,4
75 Jahre und älter	19	3,5
keine Angabe	49	8,9
gesamt	550	100

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Die Haushaltsbefragung in den Umlandgemeinden diente der Ermittlung der räumlichen Versorgungsorientierung im Marktgebiet. Folgende Themenbereiche waren Inhalt des Fragebogens

- Einkaufshäufigkeit in der Stadt Tirschenreuth und deren Veränderung sowie
- Intensität der sortimentspezifischen Einkaufsorientierung auf die Stadt Tirschenreuth

Hierfür wurden im September 2010 insgesamt 550 telefonische Interviews in elf Gemeinden aus dem Umland der Stadt Tirschenreuth durchgeführt. Die Befragung diente ausschließlich der Erfassung der Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung bezogen auf die Stadt Tirschenreuth. Anhand der Befragungsergebnisse wurde das Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth bestimmt und nach Zonen unterschiedlicher Einkaufsintensität differenziert. Zudem wurden aufbauend auf die Befragungsergebnisse die Berechnung der Kaufkraftzuflüsse vorgenommen.

Tabelle 2 zeigt die strukturelle Zusammensetzung des Untersuchungssamples der telefonischen Umlandbefragung nach Gemeinden und Altersstruktur der Befragten.

A 2.3 Unternehmerbefragung

Für eine Abrundung der Ergebnisse zur aktuellen Situation des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth wurde im Zuge der Einzelhandelskartierung eine Unternehmerbefragung durchgeführt. Sie war Voraussetzung dafür, die aktuelle betriebliche Situation der ansässigen Einzelhändler als planungsrelevante Rahmenbedingung einbeziehen zu können. Themenbereiche der Befragung waren:

- Angaben zum Unternehmen und Inhaber,
- Zufriedenheit mit den Standortgegebenheiten,
- Wettbewerbssituation und Standortumfeld,
- Geschäftsentwicklung und Bestandsfestigkeit sowie
- Stadt- und Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Tirschenreuth.

Insgesamt nahmen 37 Einzelhandelsbetriebe an der Unternehmerbefragung teil. Das entspricht 33,9 % aller in Tirschenreuth ansässigen Einzelhandelsbetriebe. Ca. drei Viertel der befragten Unternehmer haben ihren Geschäftsstandort in der Stadtmitte.

B Rahmenbedingungen der Stadt Tirschenreuth

Zu den einzelhandelsrelevanten räumlichen Grundlagen der Stadt Tirschenreuth zählen eine Reihe unterschiedlicher raumstruktureller und sozioökonomischer Faktoren, die weitgehend permanent oder zumindest langfristig die Entwicklungsmöglichkeiten der Stadt im Bereich Einzelhandel beeinflussen. Sie prägen dabei nicht nur den grundlegenden raumstrukturellen Charakter der Stadt, sondern sie stellen auch übergeordnete Standortfaktoren dar, die die Position, die Wettbewerbsfähigkeit und nicht zuletzt auch die Versorgungsfunktion der Stadt im regionalen Kontext und damit letztlich die räumliche Ausdehnung ihres Marktgebietes bestimmen.

Während die raumstrukturellen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten beeinflussen, sind Zielaussagen zur gewünschten räumlichen und versorgungsfunktionalen Entwicklung Gegenstand der raumordnerischen Rahmenbedingungen. So sind sowohl im Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP 2006) als auch im Regionalplan der Region Oberpfalz-Nord (6) Zielaussagen zur Einzelhandelsentwicklung enthalten. Zusammen mit den Bestimmungen der Baunutzungsverordnung (BauNVO) spannen die raumordnerischen Ziele und Grundsätze den Rahmen einer nachhaltigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Tirschenreuth auf. Sie sind damit auch Grundlage für die kommunale Bauleitplanung und die Formulierung einer kommunalen Entwicklungsstrategie.

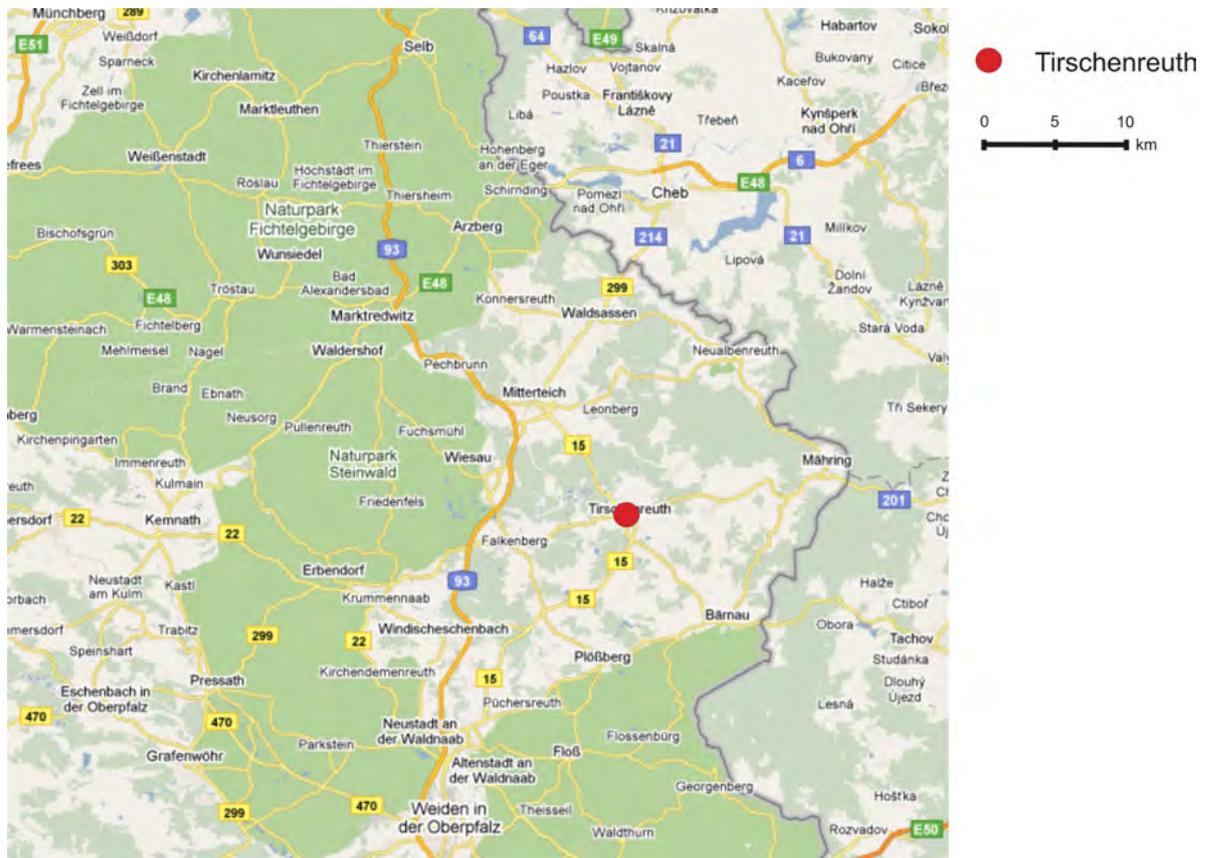
Nachfolgend werden zunächst die raumstrukturellen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen dargestellt (vgl. Kap. B 1 und Kap. B 2). Anschließend werden die Zielaussagen aus den Raumordnungsplänen dargestellt (vgl. Kap. B 3) und es wird die Ausgangssituation in der Stadt Tirschenreuth anhand der Flächennutzungsplanung beschrieben (vgl. Kap. B 4).

B 1 Raumstrukturelle Rahmenbedingungen

B 1.1 Räumliche Lage

Die Stadt Tirschenreuth ist Bestandteil des Landkreises Tirschenreuth und befindet sich im Nordosten des Regierungsbezirks Oberpfalz im Osten des Freistaates Bayern in der Planungsregion Oberpfalz-Nord (6). Die Stadt Tirschenreuth selbst liegt in der naturräumlichen Einheit der „Naab-Wondreb-Senke“ im Bereich der „zentralen Senke“, die sich von der Stadt Tirschenreuth weiter nach Westen erstreckt. Im Norden, Osten und Süden umgibt die naturräumliche Haupteinheit Hinterer bzw. Vorderer Oberpfälzer Wald die Stadt.

Abbildung 1: Räumliche Lage der Stadt Tirschenreuth



Quelle: www.goyellow.de, Eigene Bearbeitung

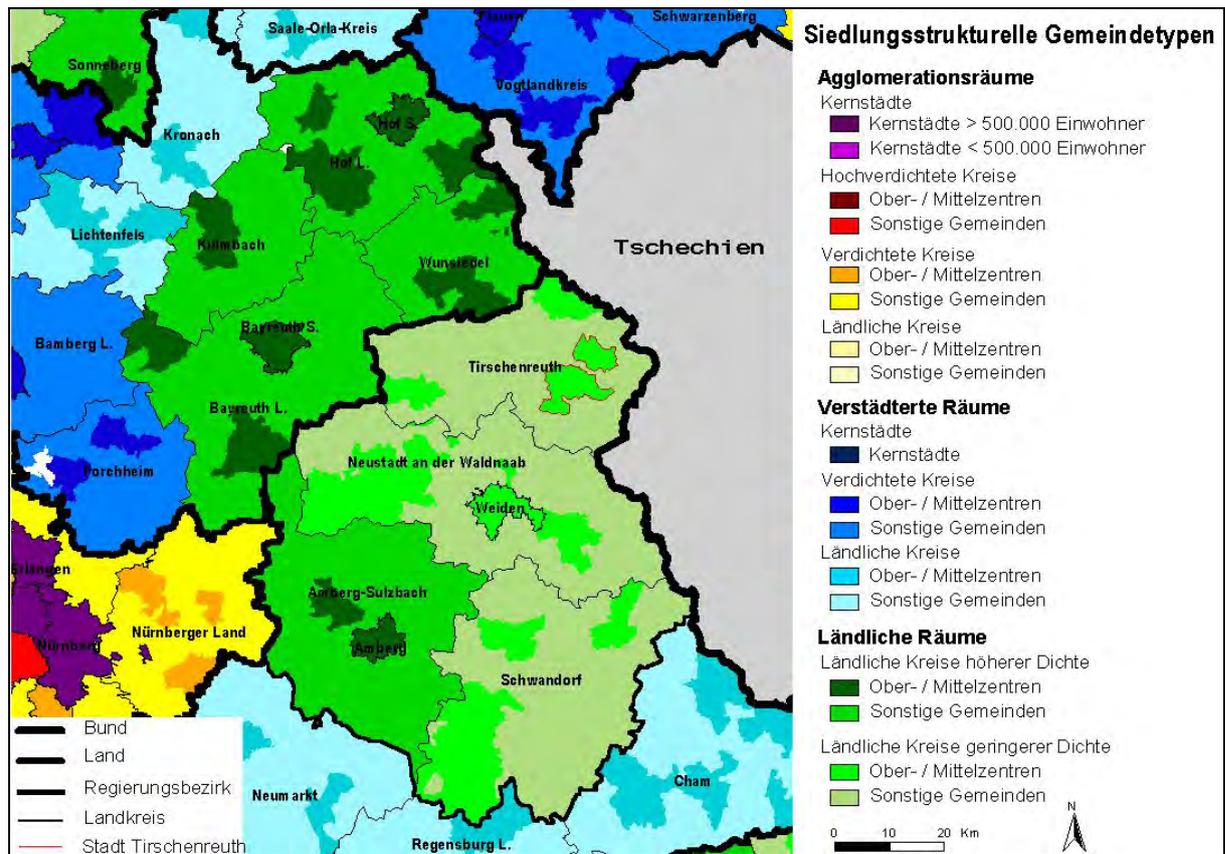
iq-Projektgesellschaft

Stellt man bei der Beschreibung der raumstrukturellen Gegebenheiten den regionalen und überregionalen Bezug in den Vordergrund, so lassen sich folgende Kernaussagen treffen:

- Lage im nordöstlichen Gebiet der Oberpfalz
- Lage unweit der Tschechischen Republik mit Anbindung zum Grenzübergang Mähring
- Nach Zentrenreichbarkeit (als Maß für die Lagegunst von Regionen) und Bevölkerungsdichte (als Maß für die räumliche Konzentration der Raum- und Siedlungsstruktur) liegt die Stadt Tirschenreuth im Raumtyp „Peripheraum sehr geringer Dichte“,

Bezogen auf die Siedlungsstruktur liegt die Stadt Tirschenreuth in einem ländlichen Landkreis (vgl. Karte 1). Innerhalb dieses Raumtyps zählt der Landkreis Tirschenreuth zu den Landkreisen mit geringerer Dichte. Gleiches trifft für den Landkreis Neustadt an der Waldnaab zu, der sich südlich befindet. Der Landkreis Wunsiedel i.F. sowie der Landkreis Bayreuth, die im Norden bzw. im Westen an den Landkreis Tirschenreuth angrenzen, sind ebenfalls dem Raumtyp „Ländliche Kreise“ zuzuordnen. Jedoch sind sie als Kreise mit einer höheren Dichte charakterisiert.

Karte 1: Raumstruktur - Siedlungsstrukturelle Gemeindetypen



Quelle: Bundesministerium für Bau und Raumordnung.

iq-Projektgesellschaft

Diese grundlegenden raumstrukturellen Eigenschaften des Umlandes der Stadt Tirschenreuth – seine sehr geringe Bevölkerungsdichte – sprechen für eine hohe Zentralität der Stadt Tirschenreuth selbst, da sie einen der wenigen höherwertigen Kristallisationspunkte im Landkreis Tirschenreuth und dem näheren Umland darstellt. Dies gilt auch für die Stellung der Stadt Tirschenreuth als erste Anlaufstation für Kunden aus Tschechien, die den Grenzübergang bei Mähring nutzen. Dennoch wird aber auch bereits offenkundig, dass der Stadt Tirschenreuth trotz ihrer regionalen Zentralität allein schon auf Grund der peripheren Lage und des geringen Bevölkerungspotenzials Begrenzungen hinsichtlich einer eigenständigen einzelhandelsbezogenen Entwicklung auferlegt sind.

Auch der Regionalplan der Region Oberpfalz-Nord (6) stuft den gesamten Landkreis Tirschenreuth als „Ländlichen Teilraum, dessen Entwicklung nachhaltig gestärkt werden soll“ und damit als strukturschwachen Raum ein.

B 1.2 Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit

Um überhaupt einen lage- und zentralitätsbedingten Bedeutungsüberschuss für das Umland zu erreichen, ist die Erreichbarkeit der Stadt Tirschenreuth durch die unterschiedlichen Ver-

kehrsträger von wesentlicher Bedeutung. Zudem stellt die Verkehrsanbindung zu höherrangigen Zentren und Verdichtungsräumen auch einen wesentlichen Standortfaktor für Unternehmen und Arbeitskräfte dar.

Die Stadt Tirschenreuth ist regionaler Verkehrsknotenpunkt eines – bezogen auf die Stadt Tirschenreuth – sternförmig angelegten Straßennetzes in Nordostbayern. An die benachbarten zentralen Orte Neustadt a.d.Waldnaab bzw. Weiden i.d.OPf. sowie Mitterteich ist die Stadt über die Bundesstraße B15 angebunden. Die Staatsstraßen 2173 und 2174 stellen die Verbindung zum zentralen Ort Bärnau sowie zum touristisch geprägten Ort Neualbenreuth her.

Die überregionale Verkehrsanbindung wird ganz wesentlich durch die

- Bundesautobahn A93: Hof–Regensburg

hergestellt, die am einfachsten über die Staatsstraße 2167 zur Anschlussstelle Falkenberg (Entfernung 13 km) oder über die Bundesstraße 15 und Staatsstraße 2181 zur Anschlussstelle Windischeschenbach (Entfernung 17 km) erreicht werden kann.

Gerade im Vergleich zu den benachbarten zentralen Orten Mitterteich und Neustadt a.d. Waldnaab, die unmittelbar an der überregionalen Verkehrsachse A93 liegen, besitzt die Stadt Tirschenreuth dementsprechend starke Einschränkungen in ihrer überregionalen Erreichbarkeit.

Weiterhin stellt die

- Bundesstraße B15: Teilstück Mitterteich–Tirschenreuth–Neustadt a.d.Waldnaab

eine wichtige regionale Verkehrserschließung dar. Sie verbindet als wichtige Verkehrsachse die drei zentralen Orte.

Staatsstraßen

Weitere Bedeutung für die Erreichbarkeit der Stadt Tirschenreuth vor allem in östlicher Richtung besitzen die Staatsstraßen

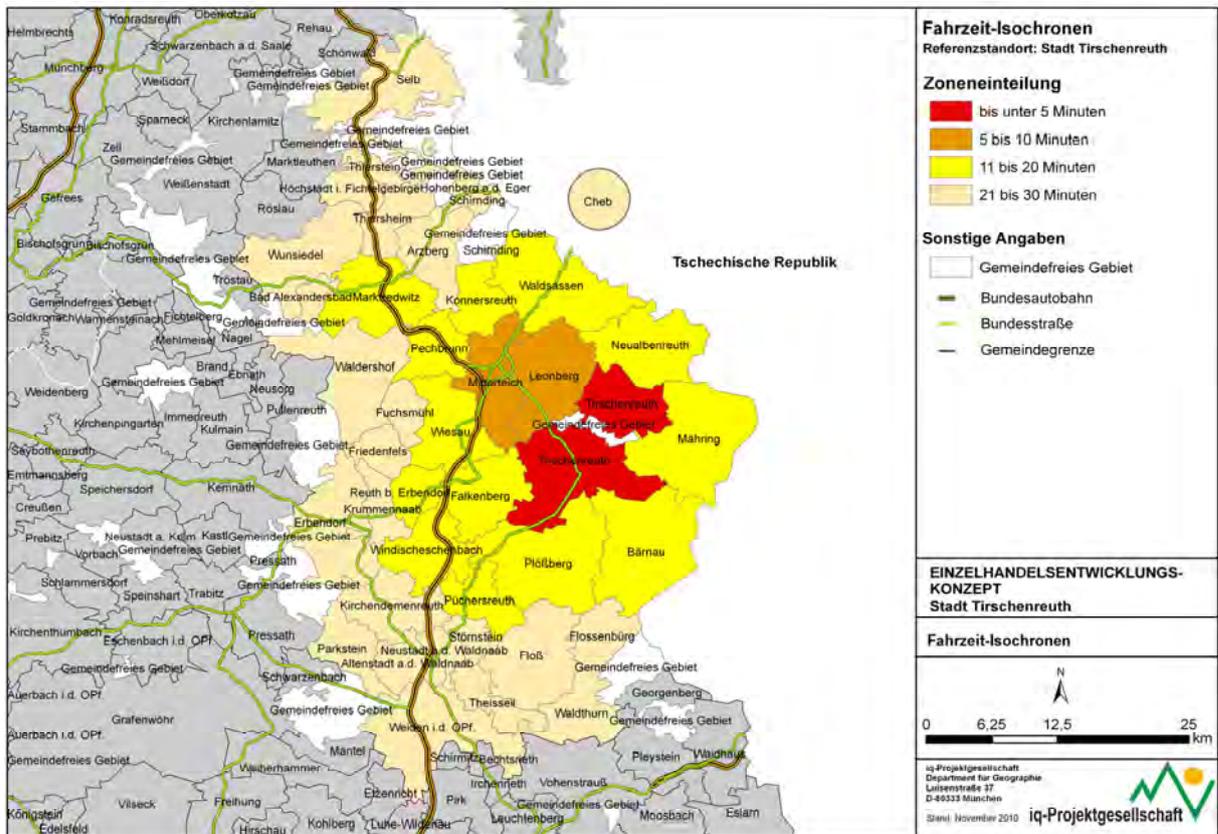
- St 2167: Anschlussstelle Falkenberg–Tirschenreuth–Mähring–Landesgrenze
- St 2173: Tirschenreuth–Bärnau–Landesgrenze
- St 2174: Tirschenreuth–Neualbenreuth–Landesgrenze

Die Verkehrsverbindung Richtung Osten (und damit auch der Einzugsbereich der Stadt Tirschenreuth in östlicher Richtung) wird durch die Grenzlage und die auf einzelne Grenzübergänge beschränkte Möglichkeiten des Grenzübertritts stark eingeschränkt.

Es bestehen folgende Grenzübergänge:

- B299: Waldsassen - Svatý Kříž/Heiligenkreuz
Grenzübergang ohne Einschränkungen nutzbar
Entfernung zum Grenzübergang 22,1 km bzw. 22 Min. Pkw-Reisezeit
- A6: Waidhaus-Autobahn - Rozvadov/Roßhaupt
Grenzübergang ohne Einschränkungen nutzbar
Entfernung zum Grenzübergang 50,8 km bzw. 52 Min. Pkw-Reisezeit
- St 2167: Mähring - Broumov/Promenhof
Grenzübergang ohne Einschränkungen nutzbar
Entfernung zum Grenzübergang 18,4 km bzw. 18 Min. Pkw-Reisezeit
- St 2173: Bärnau - Pavlův Studenec/Paulusbrunn
gesperrt für Lkw mit mehr als 3,5t
Entfernung zum Grenzübergang 14,7 km bzw. 18 Min. Pkw-Reisezeit
- B 14: Waidhaus - Rozvadoc/Roßhaupt
gesperrt für Lkw größer als 12 t
Entfernung zum Grenzübergang 50,4 km bzw. 52 Min. Pkw-Reisezeit

Karte 2: Pkw-Erreichbarkeit der Stadt Tirschenreuth



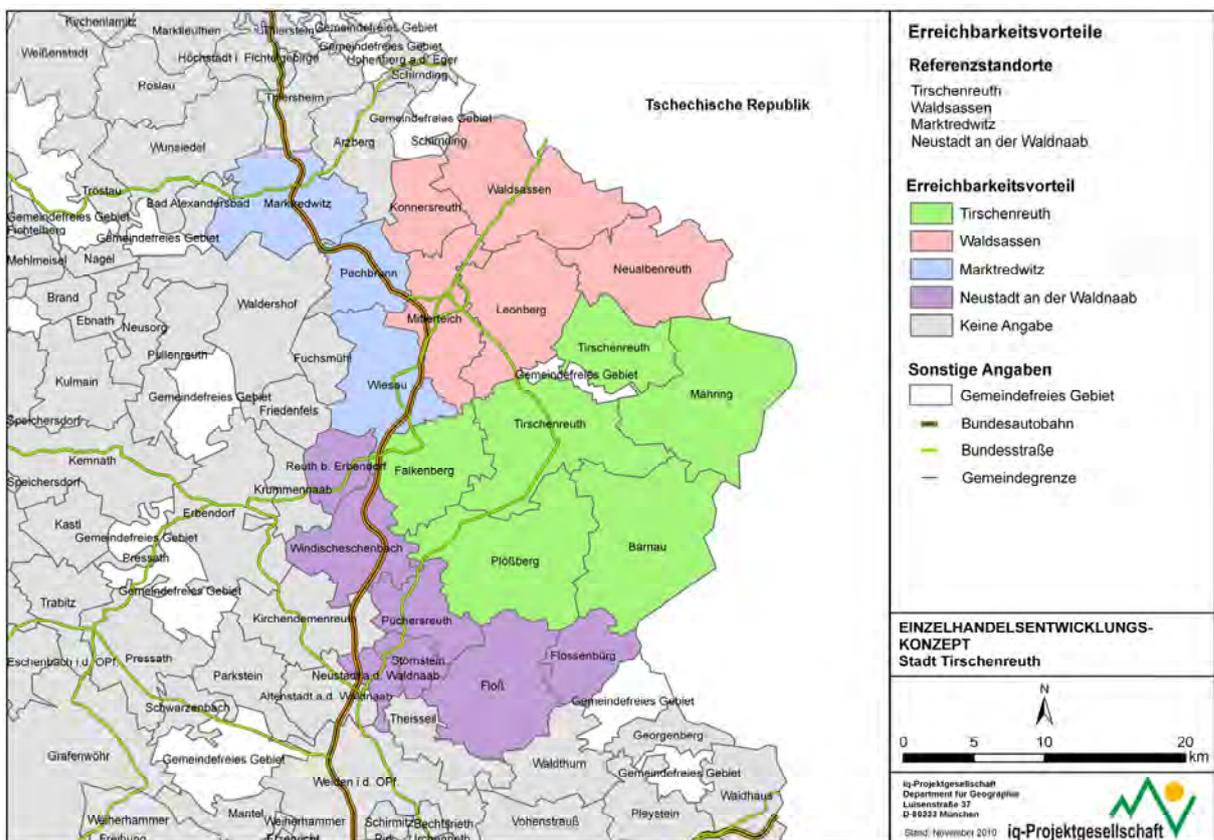
Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Besitzt die Stadt Tirschenreuth bereits eine periphere Lage bezogen auf die überregionalen Verkehrsachsen im Straßenverkehr, so ist die Stadt vom schienengebundenen Personen- und Güterverkehr vollkommen abgekoppelt. Der nächstgelegene Bahnhof im Personenverkehr befindet sich in der Stadt Wiesau in 19 km Entfernung zur Stadt Tirschenreuth und ist mit dem Pkw in ca. 22 Min. erreichbar. Eine direkte ÖPNV-Verbindung nach Wiesau existiert mehrmals am Tag. Weitere Haltepunkte im Schienenverkehr befinden sich erst in größerer Entfernung in den Städten Neustadt a.d.Waldnaab und Weiden i.d.OPf. Im Vergleich zu konkurrierenden Standorten resultiert aus der fehlenden Anbindung an das Schienennetz ein erheblicher Standortnachteil beim Standortfaktor „Erreichbarkeit“.

Die Erreichbarkeit der Stadt Tirschenreuth nach Fahrzeit-Isochronen (vgl. Karte 2) verdeutlicht, dass nur eine kleine Anzahl von Umlandkommunen (Mitterteich und Leonberg) die Stadt Tirschenreuth innerhalb von 10 Minuten erreichen kann. Innerhalb von 20 Minuten erreichen aber alle unmittelbar angrenzenden Gemeinden die Stadt Tirschenreuth. Andere größere Städte wie Neustadt a.d.Waldnaab, Weiden i.d.OPf. Wunsiedel, Selb und Cheb (Tschechien) liegen dagegen erst innerhalb der 30 Minuten Isochrone.

Karte 3: Erreichbarkeitsvorteile der Stadt Tirschenreuth (Individualverkehr)



Quelle: Eigene Berechnung und Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Im regionalen Wettbewerb lassen sich Erreichbarkeitsvorteile bezogen auf die Stadt Tirschenreuth nicht für alle Kommunen innerhalb der 20 Minuten Isochrone ausmachen (vgl. Karte 3). Insgesamt sind lediglich für die vier Kommunen Mähring, Bärnau, Plößberg und Falkenberg, die größtenteils südlich der Stadt Tirschenreuth liegen, Erreichbarkeitsvorteile bezogen auf die Stadt Tirschenreuth festzustellen. Die Kommunen nördlich der Stadt Tirschenreuth weisen dagegen Erreichbarkeitsvorteile nach Waldsassen bzw. Marktredwitz auf. Die Erreichbarkeitsvorteile der jeweiligen Kommunen nehmen Einfluss auf die Ausdehnung des Marktgebiets der Stadt Tirschenreuth.

Die Erreichbarkeit der Stadt Tirschenreuth im Individualverkehr bietet gute Ausgangsvoraussetzungen, um gegenüber niederrangigen zentralen Orten eine hohe Anziehungskraft auszubilden, andererseits unterstützt die Verkehrsanbindung auch Sogeffekte, die durch höher-rangige Zentren ausgelöst werden. Insgesamt leben in den Kommunen, die Erreichbarkeitsvorteile bezogen auf die Stadt Tirschenreuth aufweisen, ca. 18.650 Einwohner (Stand 31.12.2009).

B 2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

B 2.1 Bevölkerungsstand und -entwicklung

Die Wohnbevölkerung in der Stadt Tirschenreuth sowie in deren Umland stellt das Nachfragepotenzial für die städtischen Versorgungs- und Infrastruktureinrichtungen dar. Dementsprechend definiert die zu erwartende Entwicklung der Wohnbevölkerung in der Stadt Tirschenreuth und in deren Einzugsgebiet ganz entscheidend die künftigen Möglichkeiten der Einzelhandelsentwicklung sowie der Stadtentwicklungsplanung insgesamt.

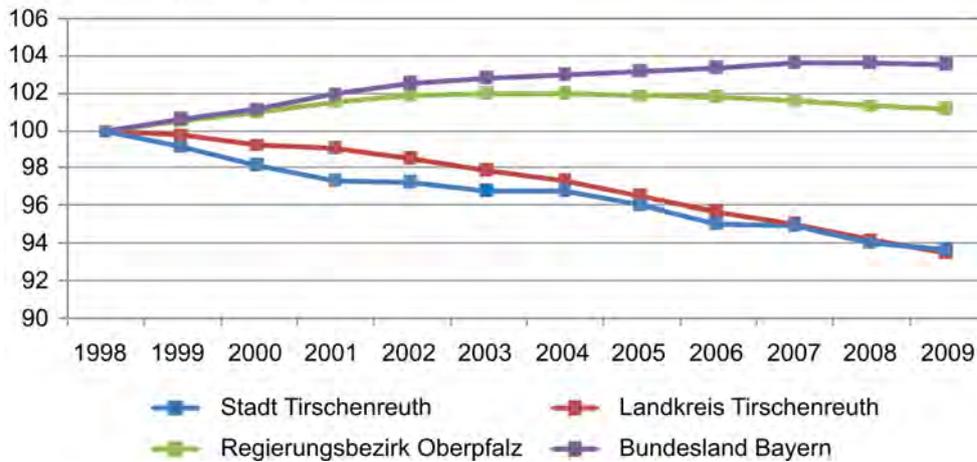
Der Bevölkerungsstand der Stadt Tirschenreuth hat sich in den letzten Jahren negativ entwickelt. Im Zeitraum von 1998 bis 2009 musste die Stadt einen Bevölkerungsverlust von 6,3 % hinnehmen. Dies entspricht einer absoluten Abnahme von 618 Einwohnern (vgl. Tab. 3). Aktuell weist die Stadt Tirschenreuth einen Bevölkerungsstand von ca. 9.149 Einwohnern auf.

Auch der Landkreis Tirschenreuth verzeichnete im Zeitraum von 1998 bis 2009 mit einem Rückgang von 6,5 % einen ähnlich hohen Bevölkerungsverlust. Insgesamt verringerte sich die Einwohnerzahl des Landkreises um 5.242 Einwohner. Verglichen mit dem Regierungsbezirk Oberpfalz und dem Bundesland Bayern ist die Entwicklung in den vergangenen Jahren deutlich unterdurchschnittlich. Der Regierungsbezirk Oberpfalz verzeichnet zum Basisjahr 1998 noch eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung, der Bevölkerungsstand ist aber seit dem Jahr 2004 ebenfalls von einer leicht rückläufigen Tendenz geprägt.

Abbildung 2: Entwicklung des Bevölkerungsstandes 1998 bis 2009

Bevölkerungsstand

Indexdarstellung 1998 = 100

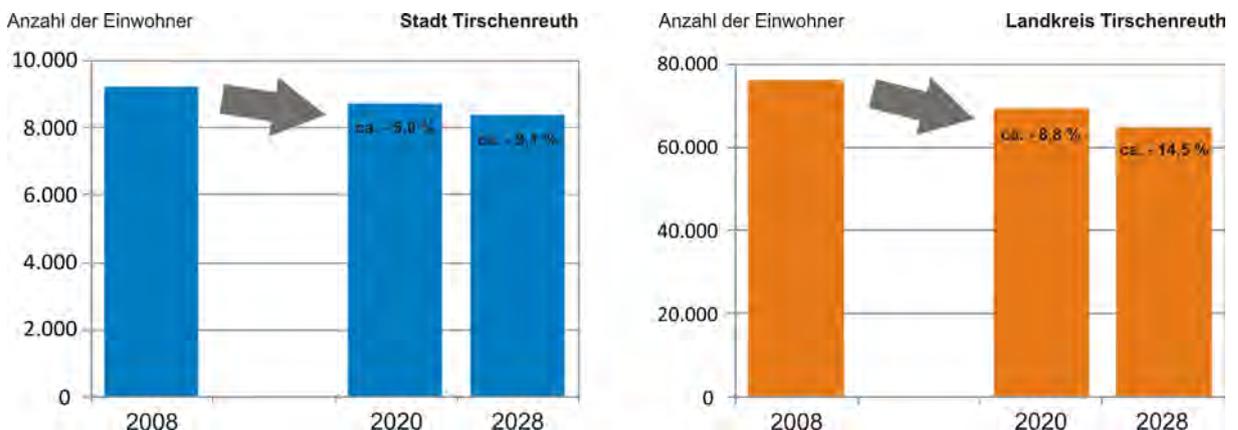


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Die negative Tendenz der Bevölkerungsentwicklung des Landkreises und der Stadt Tirschenreuth wird sich auch in Zukunft weiter fortsetzen, wie das Bayerische Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung im Zuge einer Status-quo-Analyse (Basis ist das Jahr 2008), feststellt. Bisher gehen die Bevölkerungsprognosen für beide Raumeinheiten von einem deutlichen Bevölkerungsrückgang aus (vgl. Abb. 3). Bis zum Jahr 2020 ist für die Stadt Tirschenreuth von einer Verringerung des Bevölkerungsstands um ca. 5 % auszugehen. Im Jahr 2028 werden für die Stadt Tirschenreuth ca. 9,1 % weniger Einwohner erwartet als im Jahr 2008. Für den Landkreis Tirschenreuth wird mit einem Rückgang von 8,8 % bis zum Jahr 2020 bzw. 14,5 % bis zum Jahr 2028 eine noch negativere Entwicklung des Bevölkerungsstands prognostiziert.

Abbildung 3: Bevölkerungsprognose



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Im Vergleich zum gesamten Regierungsbezirk Oberpfalz (-3,2 % bis zum Jahr 2028) und dem Freistaat Bayern (+0,4 % bis zum Jahr 2028) ist für die Stadt und den Landkreis Tirschenreuth eine deutlich unterdurchschnittliche Bevölkerungsentwicklung zu erwarten.

Damit zeigen sich für den Einzelhandel in der Stadt Tirschenreuth perspektivisch weiter erschwerte Rahmenbedingungen. Neben Veränderungen im Verbraucherverhalten, die bereits in der Vergangenheit zu einem Rückgang der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft geführt haben, kommt es zu einem Rückgang der Bevölkerung sowohl in der Stadt Tirschenreuth, als auch in deren Umlandgemeinden. Dementsprechend gilt es eine Entwicklungsstrategie für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Tirschenreuth zu definieren, die auch der zukünftigen Verringerung des Nachfragepotenzials im Einzugs- und Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth gerecht wird.

Tabelle 3: Altersstruktur der Stadt Tirschenreuth, des Regierungsbezirks Oberpfalz und des Bundeslandes Bayern im Jahr 2009 (zum 31.12.)

Altersgruppen	Stadt Tirschenreuth		Oberpfalz		Bayern	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
bis unter 15 Jahre	1.188	13,0	152.277	14,1	1.760.823	14,1
15 Jahre bis unter 65 Jahre	5.816	63,6	722.273	66,8	8.298.590	66,3
65 Jahre und älter	2.145	23,4	206.867	19,1	2.450.918	19,6
Bevölkerung insgesamt	9.149	100	1.081.417	100	12.510.331	100

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

In der Verteilung der Bevölkerung auf die verschiedenen Altersgruppen zeigt sich, dass aktuell ca. 63,6 % der Einwohner im erwerbsfähigen Alter (15 Jahre bis unter 65 Jahre) sind. Etwas weniger als ein Viertel der Tirschenreuther Bevölkerung ist im Rentenalter (65 Jahre und älter) und ca. 13 % sind 15 Jahre oder jünger. Im Vergleich zu den Werten des Regierungsbezirks Oberpfalz bzw. des Bundeslandes Bayern ist der Anteil der Einwohner im Rentenalter überdurchschnittlich hoch. Der Anteil der erwerbsfähigen Personen und Einwohner unter 15 Jahre liegt dagegen unter dem bayernweiten Durchschnitt (vgl. Tabelle 3). Dies legt auch für die künftige Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft einen im bayerischen Vergleich eher unterdurchschnittlichen Ansatz nahe, da ein vergleichsweise überdurchschnittlich hoher Bevölkerungsanteil seinen Lebensunterhalt nicht aus aktiver Erwerbstätigkeit, sondern aus der Altersrente der gesetzlichen Rentenversicherung bestreiten wird.

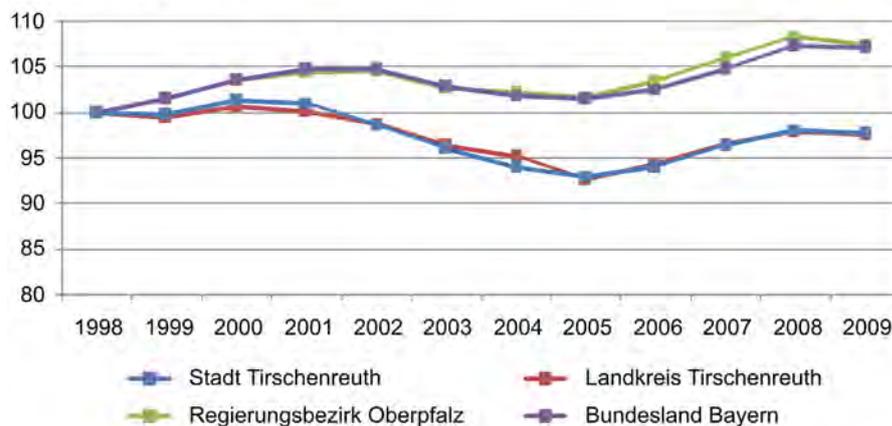
B 2.2 Beschäftigtenstand und -entwicklung

Die Beschäftigungsentwicklung (sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort) weist für die Stadt sowie für den Landkreis Tirschenreuth unterdurchschnittliche Werte im Vergleich zur Entwicklung in der Oberpfalz und in Bayern auf (vgl. Abb. 4). Die Beschäftigungs-

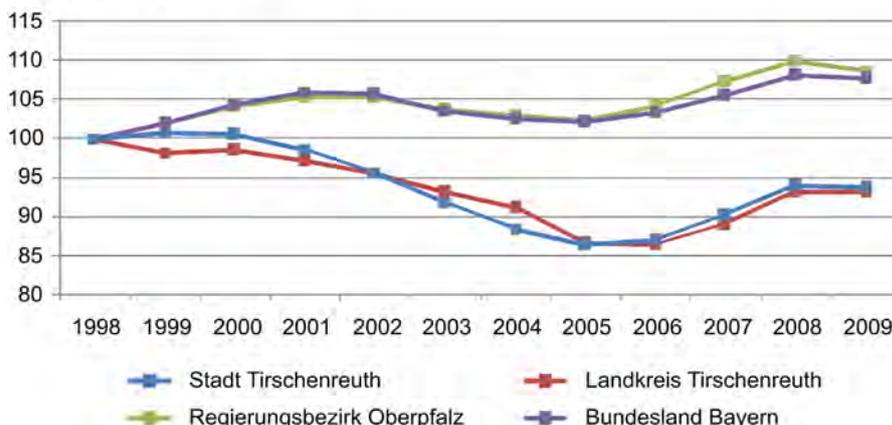
entwicklung der vergangenen zwölf Jahre ist für die Stadt Tirschenreuth und den Landkreis Tirschenreuth nahezu identisch. Einem leichten Anstieg vor der Jahrtausendwende folgte eine fünfjährige negative Entwicklung des Beschäftigtenstands, die 2005 ihren Tiefpunkt erreichte. Auch im Regierungsbezirk Oberpfalz sowie im Freistaat Bayern ist eine solche negative Entwicklung zu verzeichnen, wenngleich hier nur von einem leichten Rückgang der Beschäftigtenzahlen zu sprechen ist, der erst im Jahr 2002 einsetzte und lediglich drei Jahre andauerte. Seit dem Jahr 2005 ist die Entwicklung des Beschäftigtenstands der Stadt sowie des Landkreises Tirschenreuth ähnlich positiv wie die im Regierungsbezirk Oberpfalz und die im Freistaat Bayern. Allerdings erfolgte die Erholung des Beschäftigtenstands von einem Wert, der deutlich unter dem Wert dieser übergeordneten Raumeinheiten liegt. Während der aktuelle Beschäftigungsstand in der Oberpfalz und in Bayern das Ausgangsniveau aus dem Jahr 1998 deutlich übersteigt (+7,5 % bzw. +7,1 %), liegt der Wert der Stadt und des Landkreises Tirschenreuth noch immer darunter (-2,3 % bzw. -2,4 %).

Abbildung 4: Beschäftigtenentwicklung zwischen 1998 und 2009

Beschäftigtenstand (Wohnort)
Indexdarstellung 1998 = 100



Beschäftigtenstand (Arbeitsort)
Indexdarstellung 1998 = 100



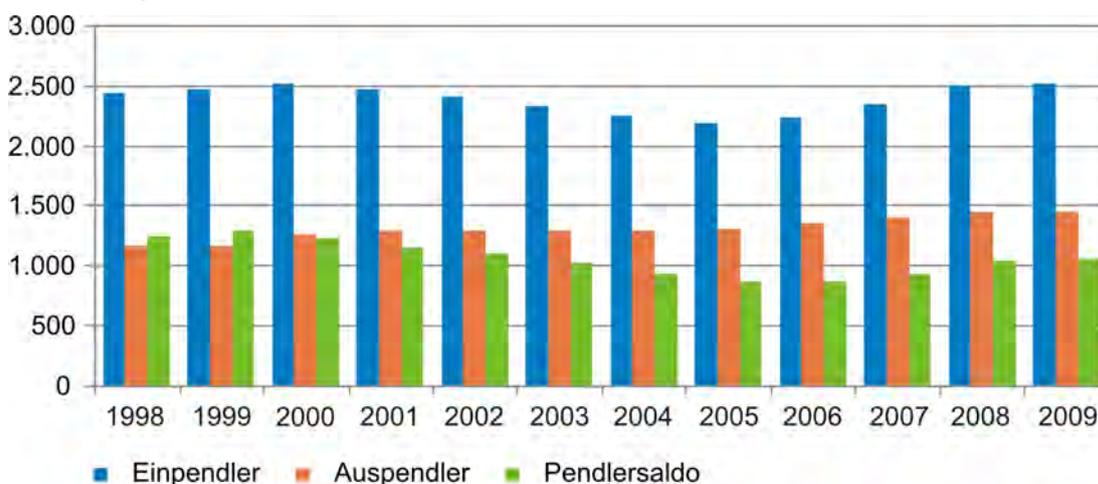
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Mit Blick auf die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort zeigt sich eine ähnliche Entwicklung. Während in Bayern und der Oberpfalz im Verlauf der letzten zwölf Jahre zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen wurden (+7,7 %), hat die Zahl der Arbeitsplätze sowohl in der Stadt Tirschenreuth, als auch im Landkreis Tirschenreuth deutlich abgenommen (-6,2 % bzw. -6,9 %).

Für die räumliche Einkaufsorientierung und dementsprechend für die Nachfrage im städtischen Einzelhandel ist die Pendlerverflechtung eine wesentliche Einflussgröße. Etwa 74 % der 4.060 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Stadt Tirschenreuth wohnen auch an ihrem Arbeitsort. Die restlichen ca. 26 % (1.063 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte) werden aus einem positiven Pendlersaldo, den die Stadt Tirschenreuth gegenüber ihrem Umland aufweist, generiert. In den vergangenen zwölf Jahren gab es einen konstanten Anstieg der Auspendler, während sich gleichzeitig die Zahl der Einpendler in den Jahren 2000 bis 2005 leicht verringerte, sich dann aber in den folgenden vier Jahren wieder erhöhte. Im Jahr 2009 standen den 2.521 Einpendlern insgesamt 1.458 Auspendler gegenüber.

Abbildung 5: Pendlerstruktur der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Diese Werte lassen auf intensive wechselseitige Austauschbeziehungen zwischen der Stadt Tirschenreuth und ihrem Umland schließen. Der hohe Pendlersaldo ist Indiz für die starke wirtschaftliche Bedeutung, welche die Stadt Tirschenreuth für die Umlandgemeinden hat. Insgesamt ist der hohe Einpendleranteil der Stadt Tirschenreuth auch ein positiver Einflussfaktor für die Einzelhandelsentwicklung.

Einpendler, die vor allem aus zentralörtlich unterrangigen Kommunen stammen, haben am Arbeitsort – ohne zusätzlichen Aufwand der Distanzüberwindung – Zugang zu einem umfangreicheren und attraktiven Einzelhandelsangebot sowohl im Bereich des kurzfristigen

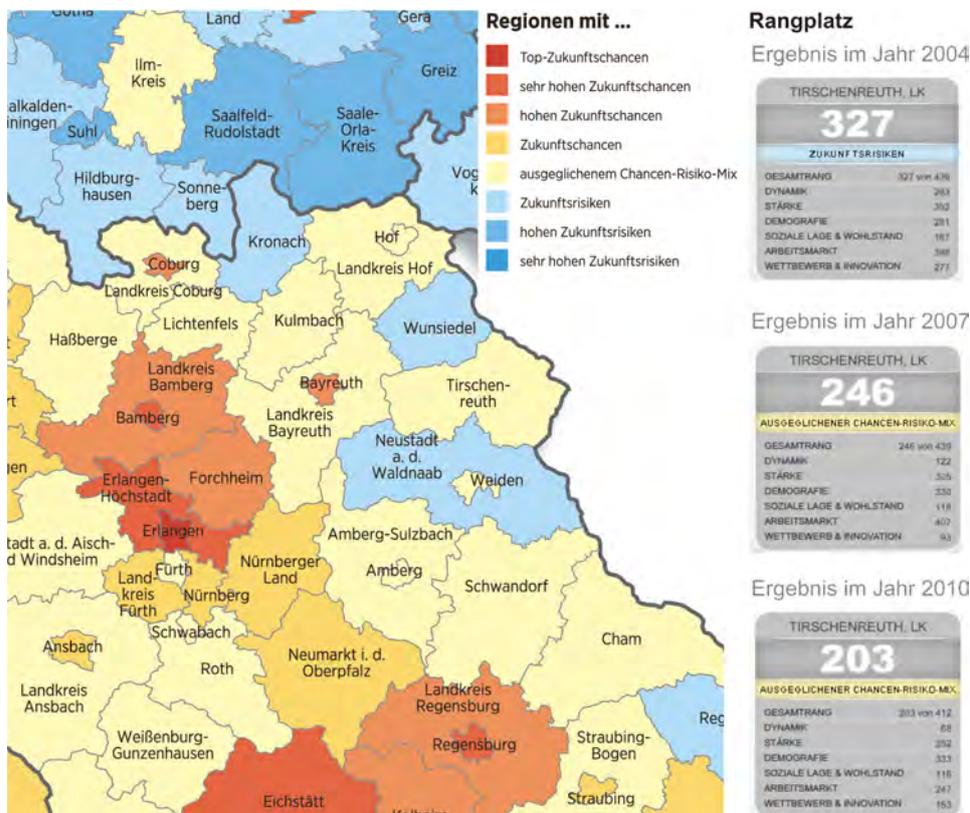
Bedarfs aber auch im Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfs. Weiterhin können sie die Attraktivität des Tirschenreuther Einzelhandelsangebots mit der Attraktivität des Angebotes am eigenen Wohnort vergleichen. Mit dem vorliegenden Pendlerüberschuss kann ein entsprechend überdurchschnittlicher Anteil der Kaufkraft der Bevölkerung der Umlandkommunen innerhalb der Stadt Tirschenreuth als Einzelhandelsumsatz gebunden.

Die Arbeitslosenquote im Landkreis Tirschenreuth liegt mit einem Jahresdurchschnitt von ca. 5,6 % im Jahr 2010 zwar über den vergleichbaren Werten für Bayern (ca. 4,5 %) doch zugleich unter dem bundesdeutschen Wert von 7,7 % und somit auf einem moderaten Niveau.

B 2.3 Wirtschaftliche Zukunftsaussichten

Zur Beurteilung der wirtschaftlichen Zukunftschancen der Stadt Tirschenreuth wird auf die Ergebnisse des Prognos-Zukunftsatlas 2010 zurückgegriffen (vgl. Abb. 6). Darin werden für alle 439 Landkreise in Deutschland anhand vergangenheitsbezogener Daten die Indikatoren „wirtschaftliche Stärke“ und „wirtschaftliche Dynamik“ berechnet und daraus ein Gesamindex gebildet, der die aktuellen Zukunftschancen widerspiegelt.

Abbildung 6: Wirtschaftliche Zukunftschancen des Landkreises Tirschenreuth



Quelle: Prognos Zukunftsatlas 2010.

iq-Projektgesellschaft

Der Landkreis Tirschenreuth rangiert in der Prognos-Bewertung für das Jahr 2010 deutschlandweit insgesamt auf Rangplatz 203 von 439. Im Vergleich zu den Jahren 2004 und 2007

hat sich der Landkreis Tirschenreuth in der Gesamtbewertung deutlich verbessert und liegt heute im Mittelfeld aller deutschen Landkreise. Ihm wird ein ausgeglichener Chancen-Risiko-Mix zugesprochen.

B 3 Raumordnerische Rahmenbedingungen

Die Stadt Tirschenreuth zählt nach der landesplanerischen Gebietseinteilung zur Region Oberpfalz-Nord (6). Diese umfasst die Landkreise Amberg-Sulzbach, Neustadt a.d.Waldnaab, Schwandorf, Tirschenreuth (ohne die der Region Oberfranken-Ost zugeordnete Gemeinde Waldershof) sowie die kreisfreien Städte Amberg und Weiden i.d.OPf. Die raumordnerisch relevanten Rahmenbedingungen für die zukünftige Entwicklung der Stadt Tirschenreuth sind im bayerischen Landesentwicklungsprogramm (LEP 2006) und dem Regionalplan der Region Oberpfalz-Nord (6) enthalten.

B 3.1 Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006

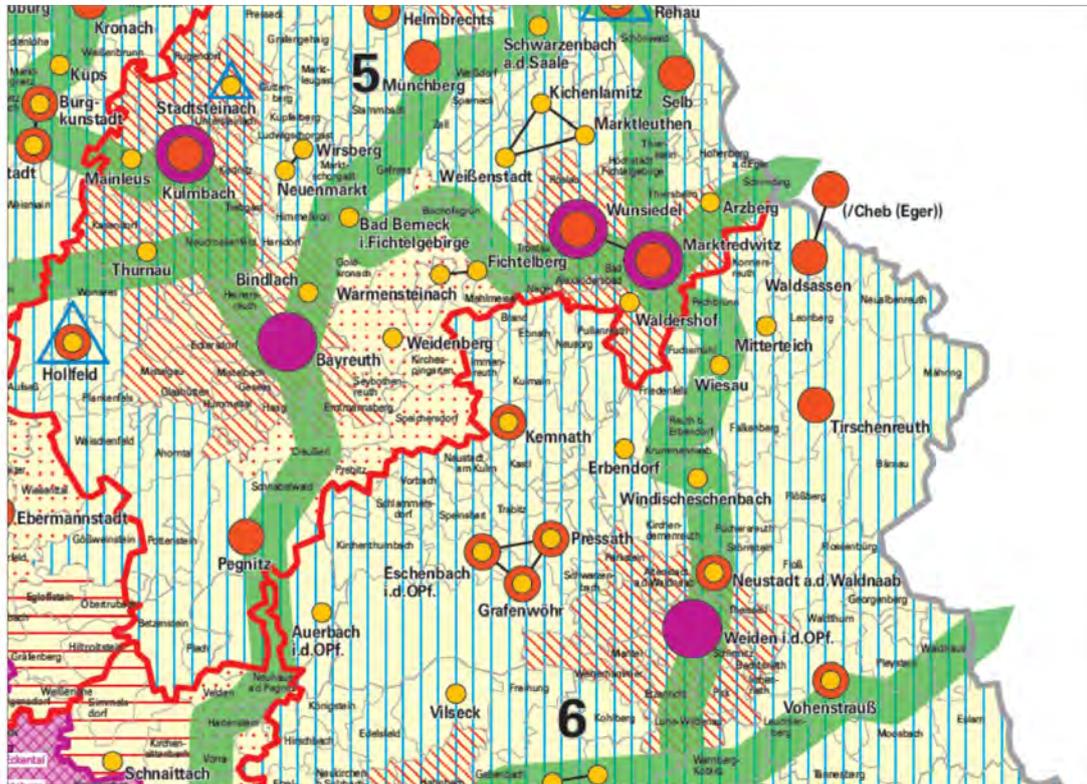
Eine erste qualitative Aussage zur raumstrukturellen Ausgangssituation liefert die Einordnung der Stadt Tirschenreuth innerhalb der Raumstruktur-Karte des LEP in die Gebietskategorie „Ländlicher Teilraum, dessen Entwicklung im besonderen Maß gestärkt werden soll“, was bereits auf strukturelle Defizite hinweist (vgl. Abb. 7). Diese Raumkategorie ist im Vergleich zum übrigen Landesgebiet von einem unterdurchschnittlichen Entwicklungsstand in den Bereichen Bevölkerungsentwicklung, Ausstattung mit Arbeitsplätzen und Höhe der Einkommen geprägt und steht wirtschaftsstrukturellen Anpassungsherausforderungen gegenüber.

Das gesamte Umland der Stadt Tirschenreuth ist ebenfalls als „Ländlicher Teilraum, dessen Entwicklung im besonderen Maß gestärkt werden soll“ kategorisiert (vgl. Abb. 7). Südwestlich der Stadt Tirschenreuth – Richtung Weiden i.d.OPf, – schließt sich beginnend ab dem möglichen Mittelzentrum Neustadt a.d.Waldnaab der Stadt- und Umlandbereich des Oberzentrums Weiden i.d.OPf. an. Dieser besitzt eine enge eigene, auf das Oberzentrum Weiden i.d.OPf. bezogene, siedlungsstrukturelle und funktionale Verflechtung. Nordwestlich der Stadt Tirschenreuth befindet sich ab dem Unterzentrum Waldershof der Stadt- und Umlandbereich des zentralen Doppelorts Marktredwitz/Wunsiedel (dem Regionalplan Oberfranken-Ost zugeordnet).

Der Landkreis Tirschenreuth wird von einer in Nord-Süd Richtung verlaufenden Entwicklungsachse durchzogen, auf welcher u.a. die Städte Weiden i.d.OPf. Neustadt a.d.Waldnaab, Windischeschenbach, Wiesau und Marktredwitz liegen (vgl. Abb. 7). Entwicklungsachsen sollen insbesondere zu einer geordneten und nachhaltigen raumstrukturellen Entwicklung im Bereich der Siedlungsentwicklung, der Freiraumsicherung und des Infrastrukturaus-

baus zu einer geordneten und nachhaltigen raumstrukturellen Entwicklung Bayerns und seiner Teilräume beitragen.

Abbildung 7: Raumstruktur nach dem LEP 2006



I. Ziele der Raumordnung

a) Zeichnerisch verbindliche Darstellungen

-  Verdichtungsraum
-  Stadt- und Umlandbereich in Verdichtungsräumen
-  Äußere Verdichtungszone
-  Ländlicher Raum
-  Allgemeiner ländlicher Raum
-  Stadt- und Umlandbereich im ländlichen Raum
-  Ländlicher Teilraum im Umfeld der großen Verdichtungsräume
-  Ländlicher Teilraum, dessen Entwicklung in besonderem Maße gestärkt werden soll
-  Alpengebiet¹⁾
-  Entwicklungsachse

b) Zeichnerisch erläuternde Darstellungen verbaler Ziele

-  Oberzentrum
-  Mögliches Oberzentrum
-  Mittelzentrum
-  Mögliches Mittelzentrum
-  Unterzentrum²⁾
-  Siedlungsschwerpunkt²⁾
-  Bevorzugt zu entwickelnder zentraler Ort
-  Grenzen der Regionen

Quelle: LEP Bayern 2006.

Im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006 ist die Stadt Tirschenreuth als Mittelzentrum eingestuft.

Konkurrierende bzw. ergänzende zentrale Orte, die innerhalb der 20 Minuten Fahrzeit Isochrone der Stadt Tirschenreuth liegen, sind:

- Mittelzentren Waldsassen/Eger und Marktredwitz/Wunsiedel,
- Unterzentren Mitterteich, Wiesau, Windischeschenbach

Innerhalb der 30 Minuten Fahrzeit Isochrone befinden sich folgende zentrale Orte:

- Oberzentrum Weiden i.d.OPf.,
- Mittelzentren Waldsassen/Eger, Marktredwitz/Wunsiedel, Selb
- Unterzentren Arzberg, Waldershof, Erbdorf, Neustadt a.d.Waldnaab

Der zentralörtliche Rang der Stadt Tirschenreuth als Mittelzentrum sowie die raumstrukturelle Lage sind mit einigen Anforderungen verbunden, die im LEP sowie im Regionalplan definiert werden. Für ein Einzelhandelskonzept sind insbesondere folgende Bestimmungen aus dem LEP 2006 von strategischer Bedeutung:

Zentrale Orte und Siedlungsschwerpunkte

- Die Zentralen Orte sollen so entwickelt werden, dass sie ihre überörtlichen Versorgungsaufgaben innerhalb ihres Verflechtungsbereiches dauerhaft erfüllen.
- Die Versorgungseinrichtungen der Zentralen Orte sollen in der Regel in deren Versorgungs- und Siedlungskern realisiert werden.

Zentrale Orte – Mittelzentren

- Mittelzentren sollen die Bevölkerung ihrer Mittelbereiche mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs versorgen.
- Mittelzentren sollen über vielseitige Einkaufsmöglichkeiten des gehobenen Bedarfs sowie über ein vielfältiges und attraktives Arbeitsplatzangebot verfügen

Nachhaltige gewerbliche Wirtschaft und Dienstleistungen – Handel

- Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung mit Einzelhandelseinrichtungen, insbesondere solchen zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs mit Lebensmitteln, soll sichergestellt werden.
- Dabei ist die Versorgung möglichst durch eine Vielfalt von Betrieben unterschiedlicher Größen anzustreben. Der Erreichbarkeit der Einzelhandelseinrichtungen möglichst auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln kommt besondere Bedeutung zu.

- Es ist anzustreben, dass die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und ihrer Innenstädte, Ortskerne und Stadtteilzentren durch die Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben nicht wesentlich beeinträchtigt wird.
- Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte sollen in der Regel nur in Unterzentren und Zentralen Orten höherer Stufen sowie in Siedlungsschwerpunkten (geeignete Zentrale Orte) ausgewiesen werden. Die Ausweisung soll in städtebaulich integrierter Lage mit einer den örtlichen Gegebenheiten entsprechenden Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgen.
- Durch die Ausweisung von Flächen für die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten soll die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einrichtungen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Zusammenfassend lassen sich für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Tirschenreuth zwei Themenkomplexe mit einem unterschiedlichen räumlichen Bezug aus den Vorgaben des LEP 2006 abgrenzen.

- Zum einen soll der Einzelhandel der Stadt so entwickelt werden, dass sich der Bevölkerung vielseitige Einkaufsmöglichkeiten bieten und die Stadt ihre überörtlichen Versorgungsaufgaben entsprechend dem zentralörtlichen Rang als Mittelzentrum erfüllt. Diese ausstattungsbezogenen Entwicklungserfordernisse werden lediglich dadurch eingeschränkt, dass die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung durch Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden sollen.
- Zum anderen wird der Innenstadt eine besondere Funktion als Versorgungsstandort innerhalb der Stadt zugesprochen. So soll die Einzelhandelsentwicklung in der Regel in der Innenstadt stattfinden oder zumindest die Versorgungsfunktion der Innenstadt nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

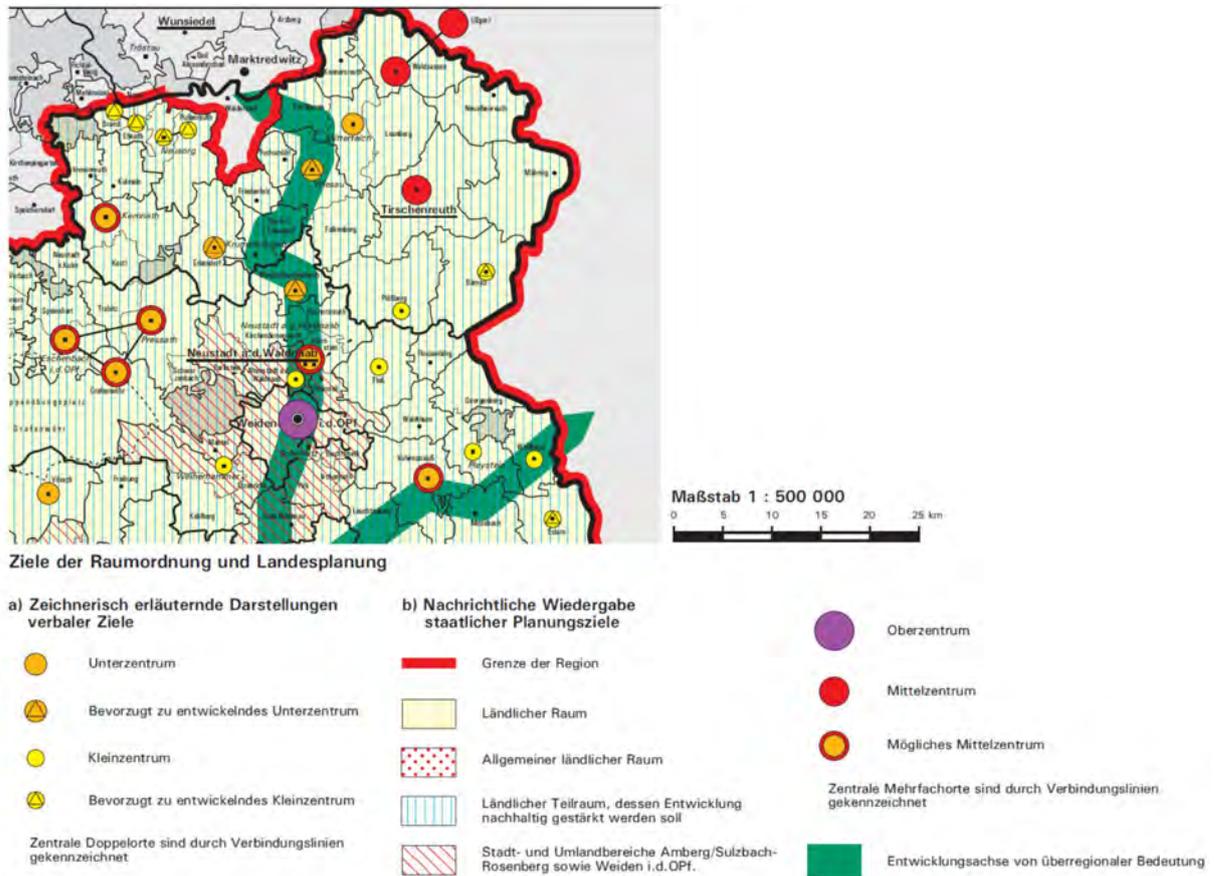
Beide Forderungen aus dem LEP lassen sich im Zuge der städtischen Einzelhandelsentwicklungsplanung häufig nicht widerspruchsfrei in Einklang bringen. Zielkonflikte treten vor allem dann auf, wenn der Versorgungsstandort Innenstadt für eine weitere Einzelhandelsentwicklung über zu wenige oder nur mehr ungeeignete Flächen verfügt. Aber auch wenn Ansiedlungsbegehren für moderne Betriebsformen mit innenstadtrelevantem Sortiment vorliegen, die sich am Standort Innenstadt nicht sinnvoll realisieren lassen (z.B. großflächiger Elektrofachmarkt). Üblicherweise reagieren Kommunen bei derartigen Zielkonflikten mit der Etablierung eines innenstadtergänzenden Versorgungsstandortes, häufig im Bereich von Gewerbegebieten an stark frequentierten Straßen. In der Folge steht die Frage, wie stark sich der Ergänzungsstandort gegenüber der Innenstadt entwickeln soll, dauerhaft im Vordergrund.

Planerische Grundlage insbesondere im Hinblick auf die künftige Einzelhandelsentwicklung ist die Abgrenzung des Mittel- und Nahbereichs (vgl. Kapitel XY, Abb. XY). Der Nahbereich der Stadt Tirschenreuth umfasst neben der Stadt selbst den Markt Mähring und das Bevölkerungsvolumen summiert sich auf insgesamt 11.008 Einwohner (Stand 30.6.2010).

B 3.2 Regionalplan

Im Regionalplan der Region Oberpfalz-Nord sind die zentralen Orte der untersten Kategorie festgelegt (vgl. Abb. 7). Entsprechende Kleinzentren im Einzugsgebiet der Stadt Tirschenreuth sind die Gemeinden Plößberg und Bärnau.

Abbildung 8: Auszug aus der Raumstrukturkarte des Regionalplans der Region Oberpfalz-Nord – Planungsregion (6)



Quelle: Regionaler Planungsverband Oberpfalz-Nord, Regionalplan (Stand 15. Dezember 2009).

iq-Projektgesellschaft

Für den Mittelbereich / das Mittelzentrum Tirschenreuth werden im Regionalplan darüber hinaus folgende einzelhandelsrelevante Inhalte genannt:

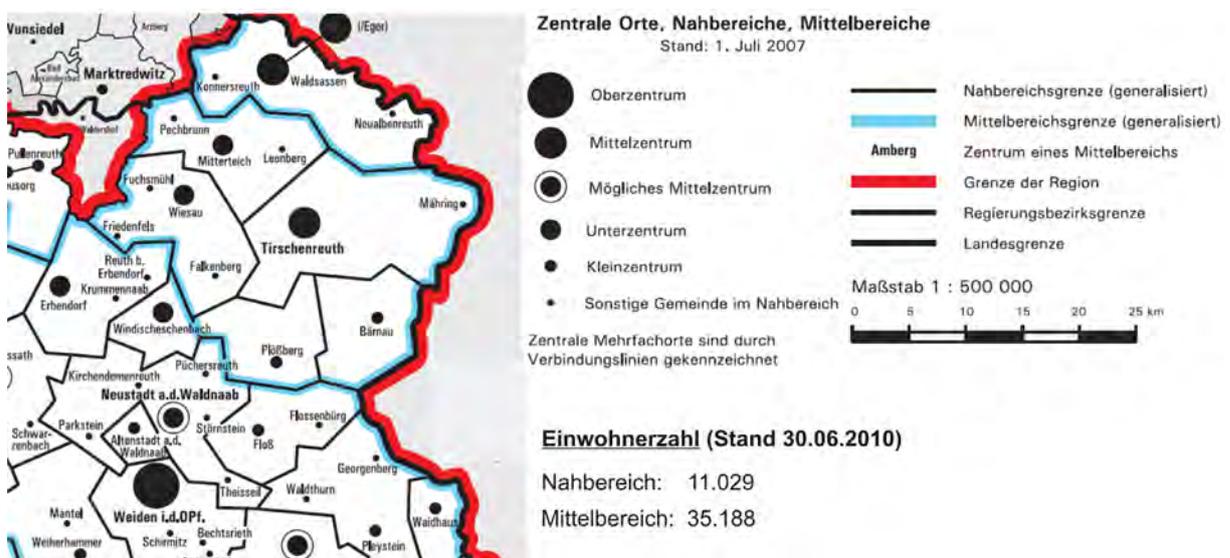
- Auf eine ausreichende Warenversorgung zur Deckung des kurzfristigen täglichen Bedarfs, vor allem an Nahrungs- und Genussmitteln, soll insbesondere in den Gemeinden der Landkreise Neustadt a.d.Waldnaab, Schwandorf und Tirschenreuth hingewirkt werden.

- Eine ausreichende Warenversorgung zur Deckung des kurzfristigen täglichen Bedarfs, vor allem an Nahrungs- und Genussmitteln, ist auch in den Orten anzustreben, die nicht als zentrale Orte eingestuft sind. Viele Orte mit weniger als 500 Einwohnern besitzen keine Lebensmittelgeschäfte oder nur solche Geschäfte, in denen nicht der gesamte Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt werden kann. Es hat sich herausgestellt, dass besonders in den Landkreisen Neustadt a.d.Waldnaab, Schwandorf und Tirschenreuth vielerorts die Ausstattung mit Lebensmittelgeschäften verbesserungsbedürftig ist.
- Im Hinblick auf die allgemeine Tendenz der Schließung von kleineren Lebensmittelgeschäften wird eine Sicherung der Warenversorgung zur Deckung des täglichen Bedarfs für besonders notwendig erachtet. Eine breite Streuung von Handelsbetrieben mittelständischer Prägung ist gerade für immobile Bevölkerungsgruppen in den strukturschwachen, mit öffentlichen Verkehrsmitteln schlecht bedienten ländlichen Gebieten sehr wichtig.

B 3.3 Nahbereich und Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels

Schöpfen Einzelhandelsgroßprojekte im Bereich der Nahversorgung ein zu hohes Maß der für Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs zur Verfügung stehenden Kaufkraft ab bzw. entziehen Einzelhandelsgroßprojekte den Innenstädten zu viel der dort im Einzelhandel gebundenen Kaufkraft, kann dies bis zum Verlust der Nahversorgung bzw. zu flächendeckenden Geschäftsaufgaben in der Innenstadt und damit zu einer erheblichen Beeinträchtigung zentrumsbildender innerstädtischer Versorgungsstrukturen führen.

Abbildung 9: Mittel und Nahbereich der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Regionalplan Oberpfalz Nord (6).

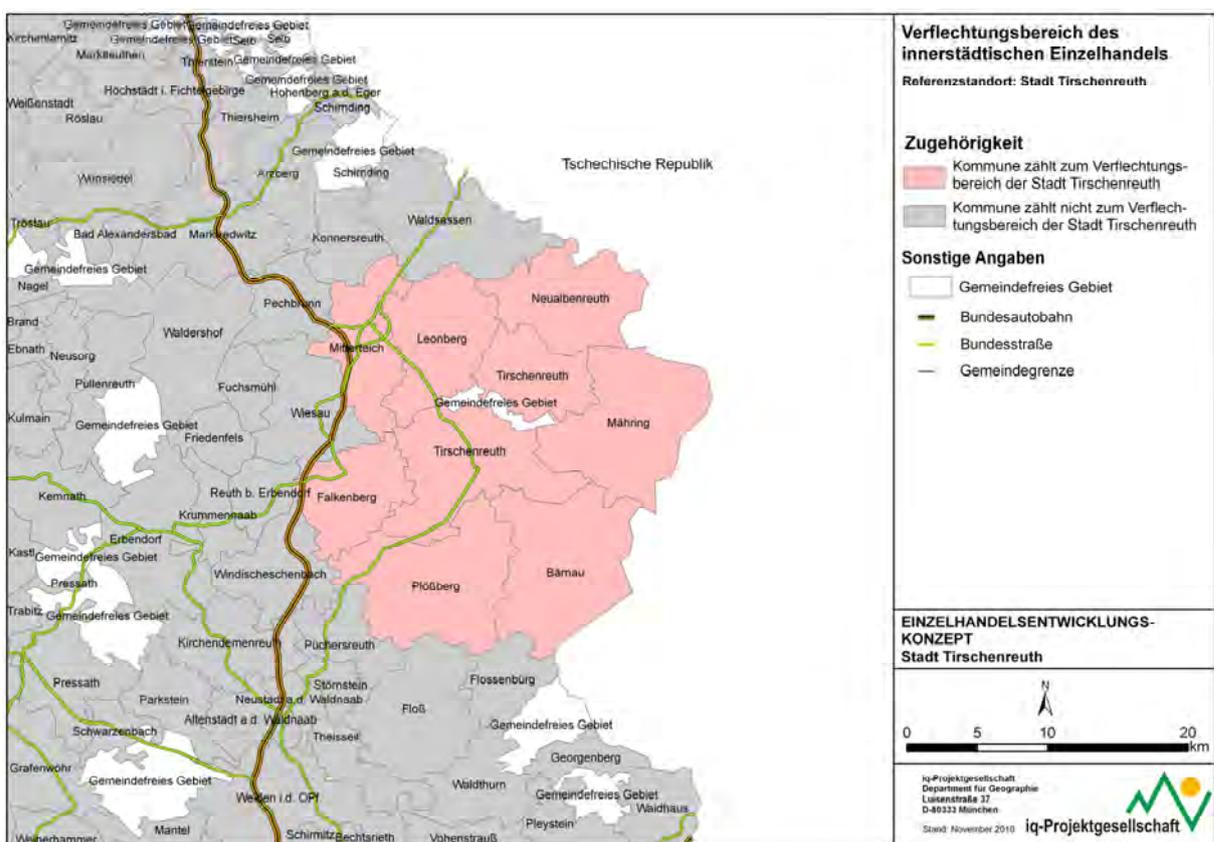
iq-Projektgesellschaft

Dementsprechend ist der zentrale landesplanerische Prüfmaßstab in Bezug auf Einzelhandelsgroßprojekte darauf ausgerichtet, dass neu anzusiedelnde oder zu erweiternde Einzel-

handelsgroßprojekte der bestehenden Versorgungsstruktur keinen zu großen Teil der Kaufkraft entziehen. Die Kaufkraft ist dabei die Geldmenge, die von den Einwohnern innerhalb eines bestimmten Zeitraumes nach allgemeinen Erfahrungsgrundsätzen im Einzelhandel ausgegeben wird.

Die landesplanerisch verwendete, räumliche Beurteilungsgrundlage für die maximale Kaufkraftabschöpfung von Waren zur kurzfristigen, täglichen Bedarfsdeckung durch ein Einzelhandelsgroßprojekt ist unabhängig von der Betriebsform sowie dem landesplanerischen Nahbereich bzw. den Siedlungsschwerpunkten ohne Nahbereich das Gemeindegebiet. Der landesplanerische Nahbereich der Stadt Tirschenreuth umfasst neben der Stadt selbst den Markt Mähring (vgl. Abb. 9). Insgesamt beläuft sich das Bevölkerungsvolumen im Nahbereich der Stadt Tirschenreuth auf 11.029 Einwohner (Stand 30.06.2010).

Karte 4: Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels – Stadt Tirschenreuth



Quelle: Regierung der Oberpfalz, eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Maßgeblich für die maximale Kaufkraftabschöpfung eines Einzelhandelsgroßprojekts im Bereich der innenstadtrelevanten Sortimente von Waren des sonstigen Bedarfs sind die Versorgungseinrichtungen des Standorts Innenstadt. Entsprechend erfolgt für alle Einzelhan-

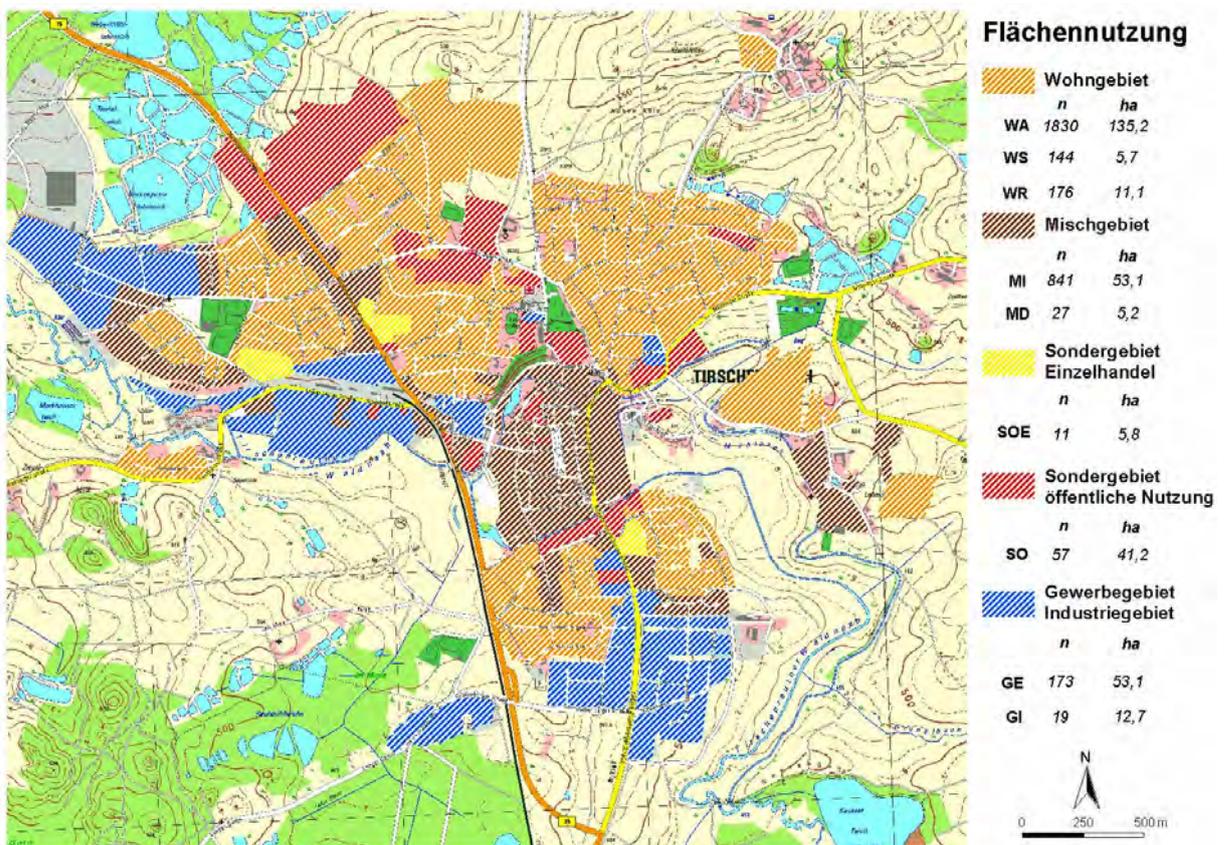
delsgroßprojekte, soweit in ihnen diese Sortimente angeboten werden, die Bemessung am Verflechtungsbereich des innerstädtischen bzw. innerörtlichen Einzelhandels.

Der für die landesplanerische Beurteilung einer Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten und damit der Ausweisung eines Sondergebietes Einzelhandel im Flächennutzungsplan wesentliche Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels der Stadt Tirschenreuth umfasst neben der Stadt Tirschenreuth selbst die Gemeinden, Neualbenreuth, Mähring, Bärnau, Plößberg, Falkenberg, Mitterteich und Leonberg. Das landesplanerisch angesetzte Marktvolumen für die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten umfasst damit insgesamt ca. 28.200 Einwohner.

B 4 Flächennutzungsplanung und funktionale Zentren

Anhand des Flächennutzungsplanes der Stadt Tirschenreuth (vgl. Abb. 10) lassen sich sowohl funktionale Zentren innerhalb der Stadt bestimmen als auch Potenzialflächen für eine Einzelhandelsnutzung identifizieren.

Abbildung 10: Flächennutzungsplan der Stadt Tirschenreuth



Der nördliche Siedlungskörper der Stadt Tirschenreuth ist wesentlich von Wohnbebauung geprägt. Im Westen ist das Wohngebiet von Gewerbe/Industrie- und Mischgebieten umgeben. Das im südwestlichen Stadtgebiet liegende Wohngebiet wird im Süden und Osten von Gewerbe/Industriegebiet begrenzt. Mischgebiete, die aktuell als Standorte mit Einzelhandelschwerpunkten genutzt werden, befinden sich in der Stadtmittle (historischer Stadtkern) sowie entlang der Durchgangsstraße Mitterteicher Straße und an der Äußeren Regensburger Straße (hier auch im Gewerbe/Industriegebiet).

Anhand der quantitativen Verteilung einzelner Nutzungen innerhalb der Kernstadt Tirschenreuth kann festgehalten werden, dass die Innenstadt der Stadt Tirschenreuth nach wie vor das einzige multifunktionale Zentrum der Stadt mit einer hohen Anziehungskraft und identitätsstiftender Wirkung darstellt. Die Innenstadt verfügt entsprechend dieser Eigenschaft über ganz besondere Standortpotenziale (Frequentierung und Aufenthaltsqualität). Anhand der Verteilung der Leerstände zeigt sich aber auch, dass die Innenstadt am stärksten vom allgemeinen Nachfragerückgang betroffen ist.

Neben dem multifunktionalen Zentrum „Innenstadt“ bestehen in der Kernstadt Tirschenreuth einige weitere „thematische“ Zentren, die wahrnehmbar sind und eine höhere Frequentierung besitzen. Hierzu zählen „Bildungszentren“ an den Standorten der drei Schulen Grundschule, Hauptschule und Gymnasium, die auch räumlich durch ein entsprechendes Standortumfeld als thematische Zentren erkennbar sind. Zwei weitere Zentren sind im Bereich Freizeit auszumachen. Zum einen das vergleichsweise große Areal im Bereich des Freibades sowie das dort vorhandene Standortumfeld und zum anderen die Freizeitangebote Kino und Disko im Gewerbegebiet Süd. Das Landratsamt mit seinen integrierten und umliegenden Einrichtungen bildet ein weiteres thematisches Zentrum, das als „Verwaltungszentrum“ charakterisiert werden kann. Es liegt vergleichsweise nah zur Innenstadt und trägt zur Frequentierung des östlichen Stadtbereichs bei.

Die räumliche Konzentration von Einzelhandelsunternehmen außerhalb der Innenstadt führt zur Ausbildung von drei Versorgungszentren in der Kernstadt Tirschenreuth. Nachdem alle drei Standorte auch eine Versorgungsfunktion im Bereich der Nahversorgung (kurzfristiger Bedarf) erfüllen, zählen sie mit zu den am stärksten frequentierten funktionalen Zentren in der Stadt Tirschenreuth.

C Bestandsaufnahme des städtischen Einzelhandelsangebotes und Analyse der Angebotsstruktur

C 1 Einzelhandelsausstattung der Stadt Tirschenreuth

In der Stadt Tirschenreuth existieren diverse Versorgungsstandorte. Zum Zeitpunkt der Einzelhandelskartierung wurde in der Stadt Tirschenreuth folgender Einzelhandelsbestand ermittelt:

- 109 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit
- einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 37.945 m² und
- einem Bruttoumsatz im Einzelhandel von insgesamt ca. 74,4 Mio. €.

- Auf die Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel (food) entfallen ca. 6.593 m² Verkaufsfläche bzw. 17,4 % der Gesamtverkaufsfläche.
- Auf die Hauptwarengruppe Nichtlebensmittel (non-food) entfallen ca. 31.352 m² Verkaufsfläche bzw. 82,6 % der Gesamtverkaufsfläche.

- Die Gesamtverkaufsfläche je Einwohner beträgt 4,15 m² (food: 0,72 m², non-food: 3,43 m²).

Tabelle 4: Verkaufsflächen und Betriebe in der Stadt Tirschenreuth nach Bedarfsstufe

Bedarfsstufe*	VK in m ²	Anteil in %	Anzahl Betriebe*	Anteil in %
überwiegend kurzfristig	9.540	25,1	43	39,4
überwiegend mittelfristig	9.135	24,1	36	33,0
überwiegend langfristig	19.270	50,8	30	27,5
gesamt	37.945	100	109	100

*) Die Betriebe sind entsprechend ihrem Hauptsortiment zugeordnet.

Quelle: Eigene Erhebung (Einzelhandelskartierung 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Der Einzelhandelsbestand in der Stadt Tirschenreuth weist (zum Zeitpunkt der Einzelhandelskartierung) im Wesentlichen folgende strukturelle Kennzeichen auf:

- 43 der in der Stadt Tirschenreuth situierten Einzelhandelsbetriebe sind entsprechend ihrer Hauptwarengruppe dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen (vgl. Tab. 4). Dies entspricht einem Anteil von ca. 39,4 % aller Betriebe im Stadtgebiet. Insgesamt entfallen rund 9.540 m² Verkaufsfläche auf den Bereich des kurzfristigen Bedarfs. Der Anteil an der Gesamtverkaufsfläche beträgt damit rund ein Viertel. Die flächenbezogen wesentlichen Anbieter im Bereich des kurzfristigen Bedarfs stammen aus dem Lebensmitteleinzelhandel und sind in Tirschenreuth durch die Anbieter E-Center (Verbrauchermarkt), Netto (LM-

Discounter, zwei Filialen im Stadtgebiet), Aldi, Lidl und Norma (LM-Discounter) sowie Fris-to (Getränkemarkt) repräsentiert. Im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren dominieren die Anbieter Müller sowie Ihr Platz die örtliche Ausstattung. Darüber hinaus existiert ein flächenbezogen deutlich kleinerer Betrieb des Anbieters Schlecker (mittlerweile geschlossen).

- Dem mittelfristigen Bedarf sind 36 Einzelhandelsbetriebe zuzuordnen, was einem Anteil von ca. 33 % aller Betriebe im Stadtgebiet entspricht. Insgesamt werden auf rund 9.135 m² Verkaufsfläche Warengruppen dieser Bedarfsstufe angeboten. Ihr Verkaufsflächenanteil beträgt damit 24,1 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Das Angebot im mittelfristigen Bedarf wird vom Bekleidungseinzelhandel dominiert. Der flächenbezogen größte Einzelhandelsbetrieb ist Modeland Jäger + Turba (Fachkaufhaus). Zudem haben das Wäschehaus Wettinger (Fachgeschäft) sowie die Filialisten KIK und NKD (Textil-Discounter) sowie Vögele und Takko (Fachmarkt) einen Standort im Tirschenreuther Stadtgebiet. Daneben existieren mit dem Schuhfachmarkt Deichmann sowie dem aus Sport Experts, Büro & Co sowie Spiel & Spaß bestehenden Maurer-Einkaufs-Center weitere Betriebe mit einer vergleichsweise großen Verkaufsfläche. (Allerdings ist eine Umstrukturierung des Maurer-Einkaufs-Center beabsichtigt).
- 30 Einzelhandelsbetriebe und damit 27,5 % aller Einzelhandelsbetriebe bieten auf ihren Verkaufsflächen vorwiegend Produkte des langfristigen Bedarfs an. Insgesamt entfallen mit 19.270 m² 50,8 % der Gesamtverkaufsfläche auf diese Bedarfsstufe. Mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche befindet sich dabei in der Gleißner Wohnschau (Möbelhaus). Weitere Betriebe sind u.a. Bauprofi und Raiffeisenmarkt (Baufachmarkt), die Gärtnereien Helgert und Schöpf, rigo Markt (Fachmarkt) sowie die Discounter Pfennigpfeiffer und Second Hand - Diakonisches Werk.

Tabelle 5: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächengrößenklassen

	VK in m ²	Anteil in %	Anzahl Betriebe	Anteil in %
bis unter 50 m ²	1.250	3,3	43	39,4
50 m ² bis unter 100 m ²	1.545	4,1	24	22,0
100 m ² bis unter 300 m ²	2.770	7,3	16	14,7
300 m ² bis unter 800 m ²	9.540	25,1	18	16,5
800 m ² bis unter 1.500 m ²	3.900	10,3	4	3,7
mindestens 1.500 m ²	18.940	49,9	4	3,7
gesamt	37.945	100	109	100

Quelle: Eigene Erhebung (Einzelhandelskartierung 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Mehr als drei Viertel (76,1 %) aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Tirschenreuth verfügen über eine Verkaufsfläche von weniger als 300 m². Auf diese Betriebe entfällt jedoch lediglich ein Verkaufsflächenanteil von ca. 14,7 %. Großflächige Betriebe mit über 800 m²

Verkaufsfläche erreichen dagegen nur einen Anteil von ca. 7,4 % am Gesamtbestand aller Einzelhandelsbetriebe, allerdings umfasst ihr Anteil an der Verkaufsfläche eine Größenordnung von ca. 60 %. Betriebe mit 300 bis 800 m² Verkaufsfläche haben einen Anteil von 16,5 % am Betriebsbestand im Einzelhandel und einen Anteil von ca. 25,1 % an der Verkaufsfläche (vgl. Tab. 5).

Tabelle 6: Verteilung der Verkaufsfläche und der Betriebe nach Betriebsform

	VK in m ²	Anteil in %	Anzahl Betriebe	Anteil in %
LM-Spezialgeschäft	595	1,6	20	18,3
LM-SB-Laden	140	0,4	1	0,9
Naturkost/Reformhaus	80	0,2	1	0,9
LM-Discounter	3.495	9,2	5	4,6
Verbrauchermarkt	3.100	8,2	1	0,9
Getränkemarkt	535	1,4	4	3,7
Betriebe des Lebensmittelhandels	7.945	20,9	32	29,4
Fachgeschäft	6.115	16,1	50	45,9
Discounter	2.305	6,1	4	3,7
Fachmarkt	7.635	20,1	11	10,1
Fachkaufhaus	2.220	5,9	1	0,9
Möbelhaus	10.750	28,3	1	0,9
Sonstiges	600	1,6	2	1,8
Betriebe des Handels mit Gebrauchsartikel	29.625	78,1	69	63,3
Apotheke	120	0,3	4	3,7
Sanitätshaus	195	0,5	3	2,8
Tankstellenshop	60	0,2	1	0,9
sonstige Betriebsformen	365	1,0	8	7,3
gesamt	37.945	100,0	109	100,0

Quelle: Eigene Erhebung (Einzelhandelskartierung 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- 29,4 % aller Betriebe zählen entsprechend ihrer Hauptwarengruppe zum Bereich Lebensmitteleinzelhandel. Ihr Verkaufsflächenanteil beträgt 20,9 %. Dabei existieren 20 Lebensmittel-Spezialgeschäfte (Metzgerei, Bäckerei, Obst und Gemüse), deren Verkaufsflächenanteil mit 1,6 % jedoch sehr gering ist. Den größten Verkaufsflächenanteil weisen die fünf Lebensmittel-Discounter sowie der Verbrauchermarkt auf. Die Betriebsform Supermarkt existiert nicht in der Stadt Tirschenreuth, wobei dieses Segment durch den ansässigen Verbrauchermarkt (E-Center) abgedeckt wird (vgl. Tab. 6).
- 45,9 % aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Tirschenreuth sind der Betriebsform Fachgeschäft zuzuordnen. Hierbei handelt es sich allerdings in der Regel um Anbieter mit jeweils vergleichsweise geringer Verkaufsfläche, die zusammen nur einen Verkaufsflä-

chenanteil von 16,1 % erreichen. Die elf Fachmärkte in der Stadt Tirschenreuth erreichen dagegen nur einen Anteil von ca. 10 % an allen Einzelhandelsgeschäften. Ihr Verkaufsflächenanteil beläuft sich aber auf ca. 20 %.

- Allein die Verkaufsfläche des Möbelhauses stellt mehr als ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Tirschenreuth dar (vgl. Tab. 6).
- Auf die acht Einzelhandelsbetriebe, welche als sonstige Betriebsform klassifiziert sind, entfällt lediglich 1 % der Gesamtverkaufsfläche.

Bewertung der Verkaufsflächenausstattung

Eine Bewertung der Verkaufsflächenausstattung der Stadt Tirschenreuth anhand eines Vergleichs mit den Bestandsdaten anderer Städte kann für sich alleine genommen keine aussagekräftigen Ergebnisse liefern. Ursache hierfür ist, dass die Tragfähigkeit im Einzelhandel, also die Verkaufsflächenausstattung, die aufgrund der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in einer Stadt möglich ist, sowohl von der Bevölkerungszahl und dem Kaufkraftniveau der eigenen Bevölkerung als auch der Bevölkerung im Einzugsgebiet abhängig ist. Gerade das Einzugsgebiet einzelner Städte weist aber eine individuelle Ausdehnung auf, woraus sich ein stark unterschiedliches Marktpotenzial ergibt. Speziell im ländlichen Raum ohne zentralörtlich höherrangige Zentren in der Nähe kommt den Mittelzentren eine besonders starke Versorgungsfunktion für das Umland zu. Dies schlägt sich letztlich auch in einer entsprechend hohen Verkaufsflächenausstattung nieder. Eine derartige Raumstruktur lässt sich auch für die Stadt Tirschenreuth ausmachen. Im Folgenden werden die erhobenen Daten der Stadt Tirschenreuth mit den Daten anderer, größerer Mittelzentren gegenübergestellt (Moosburg an der Isar mit ca. 17.500 Einwohner, Pfaffenhofen an der Ilm mit ca. 24.000 Einwohner, Eggenfelden mit ca. 12.800 Einwohner), um eine erste Tendenz sowie die Wettbewerbsposition aufzuzeigen.

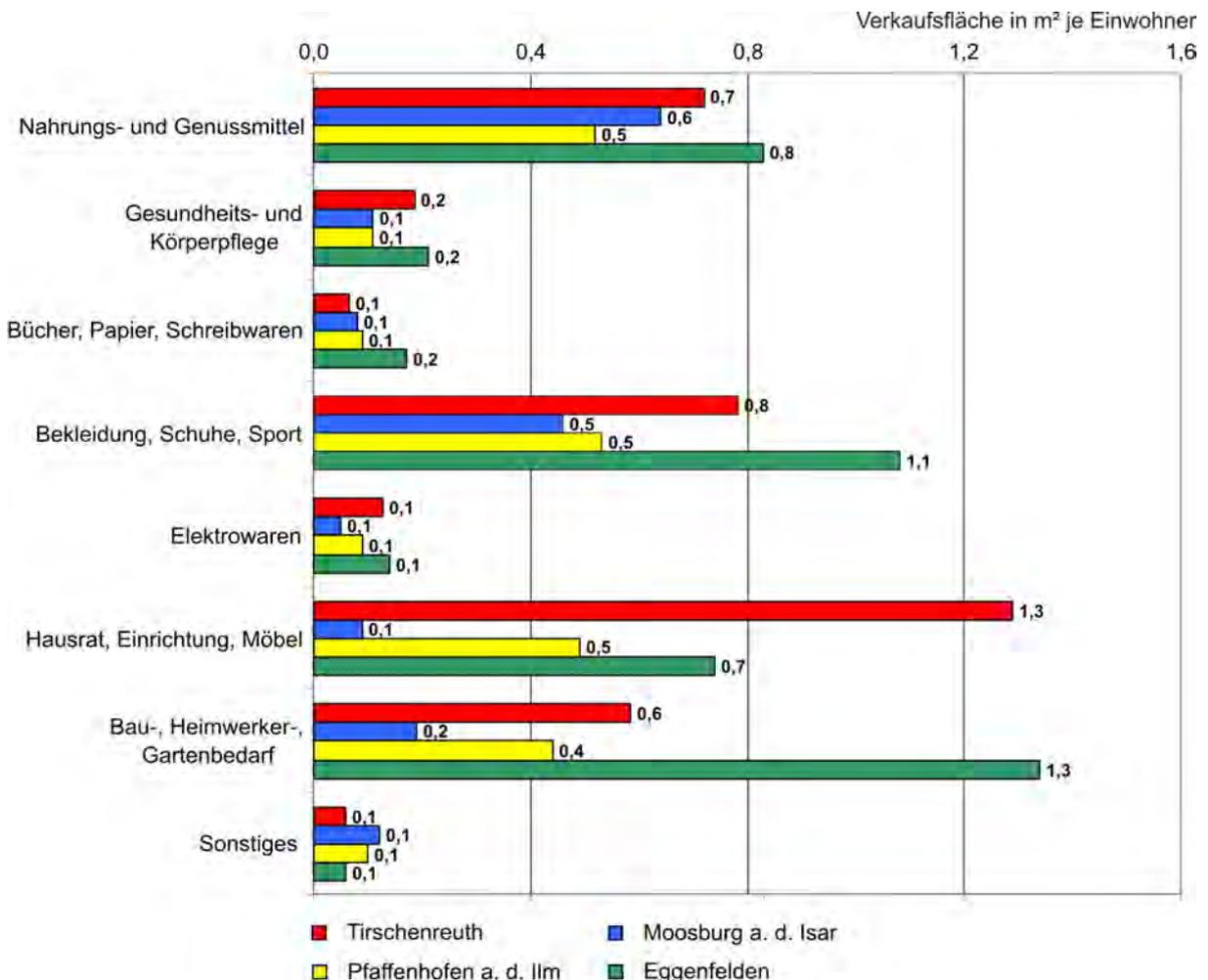
- Hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung erreicht die Stadt Tirschenreuth mit 4,15 m² je Einwohner einen vergleichsweise hohen Wert (Stadt Pfaffenhofen 2,4; Eggenfelden 4,6; Moosburg 1,8). Damit ist die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Tirschenreuth für ein Mittelzentrum als überdurchschnittlich zu bewerten. Die Stadt nimmt somit eine bedeutende Versorgungsfunktion auch für die Kommunen ihres ländlichen Umlandes wahr.

Die Vergleichswerte nach den einzelnen Hauptwarengruppen ermöglichen Aufschlüsse über die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Tirschenreuth differenziert nach einzelnen Warengruppen (vgl. Abb. 11).

- Grundsätzlich ist für die Stadt Tirschenreuth festzustellen, dass die Verkaufsfläche je Einwohner in den einzelnen Hauptwarengruppen durchschnittliche bis überdurchschnittli-

che Werte aufweist. Lediglich die Hauptwarengruppen Bücher, Papier, Schreibwaren und Sonstiges weisen leicht unterdurchschnittliche Werte auf.

Abbildung 11: Verkaufsflächenausstattung der Stadt Tirschenreuth im Vergleich



Quelle: Eigene Erhebung (Einzelhandelskartierung 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Kurzfristiger Bedarf

- Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ist die Verkaufsfläche je Einwohner im Vergleich zu den anderen Mittelzentren leicht überdurchschnittlich ausgeprägt. Ein Grund hierfür ist, dass mit dem Verbrauchermarkt E-Center ein großflächiger Anbieter in Tirschenreuth vorhanden ist. Im Vergleich zu anderen Mittelzentren erweist sich gerade die Betriebsform Verbrauchermarkt oder SB-Warenhaus als entscheidend für die Unterschiede in der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner.
- Für den Bereich Gesundheit und Körperpflege lässt sich bezogen auf die Verkaufsfläche je Einwohner ein leicht überdurchschnittliches Angebot in der Stadt Tirschenreuth ausmachen. Die Hauptanbieter sind dabei das E-Center sowie Müller und Ihr Platz.

- Insgesamt erreicht die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Tirschenreuth im Vergleich zu den aufgeführten Mittelzentren im Bereich des kurzfristigen Bedarfs, gemessen an der Verkaufsfläche je Einwohner, einen überdurchschnittlichen Wert. Die Qualität der Nahversorgung bestimmt sich aber nicht nur aus der absoluten Flächenausstattung, sondern vielmehr aus der räumlichen Verteilung der Versorgungsstandorte (siehe Kapitel C5).

Mittelfristiger Bedarfsbereich

- Eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist für die zentrenrelevanten Hauptwarengruppen des mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe, Sport) auszumachen. Im besonderen Maße trägt hierzu das Fachkaufhaus Jäger + Turba in der Stadtmitte bei.
- Für die Warengruppe Bücher, Papier, Schreibwaren, ebenfalls dem zentrenrelevanten Bedarfsstufe zuzuordnen, ist die Flächenausstattung leicht unterdurchschnittlich.

Langfristiger Bedarfsbereich

- Im Bereich Elektrowaren lässt sich bezogen auf die Verkaufsfläche je Einwohner ein durchschnittliches Angebot in der Stadt Tirschenreuth ausmachen.
- Mit 1,3 m² Verkaufsfläche je Einwohner ist die Stadt Tirschenreuth überdurchschnittlich im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel ausgestattet. Dies ist im Wesentlichen auf das Möbelhaus Gleißner zurückzuführen.
- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in der Hauptwarengruppe Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf ist als leicht unterdurchschnittlich zu bezeichnen. Dies ist vor allem den Vergleichszahlen der Stadt Eggenfelden geschuldet, wo ein großer Bau- und Gartenmarkt (Hagebaumarkt) angesiedelt ist.

Insgesamt lassen sich im Städtevergleich kaum Defizite der Stadt Tirschenreuth nachweisen. Sowohl für die zentrenrelevanten Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege) sowie für die zentrenrelevanten Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sport) lassen sich im Vergleich zu anderen Mittelzentren durchschnittliche bis leicht überdurchschnittliche Werte feststellen. Eine Ausnahme bildet die Warengruppe Bücher, Schreibwaren, Papier, für welche leicht unterdurchschnittliche Werte festzustellen sind. Für die Verkaufsflächenausstattung der Warengruppen des langfristigen Bedarfs (Elektrowaren, Hausrat, Einrichtung, Möbel, Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf) sind auf Basis der Verkaufsflächenausstattung als Beurteilungskriterium keine Defizite nachzuweisen. Da gerade in den angesprochenen Warengruppen des langfristigen Bedarfs großflächige Fachmärkte das Angebot bestimmen, die auch ein weites Einzugsgebiet ausbilden, lässt sich für die Stadt Tirschenreuth ein relativ weites Marktgebiet erwarten.

C 2 Standortstruktur des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth

C 2.1 Raumstrukturelle Standortlagen des Einzelhandels

Der Einzelhandelsbestand in der Stadt Tirschenreuth lässt sich in zwei raum- und siedlungsstrukturell unterschiedliche Standortbereiche gliedern (vgl. Karte 5), die teilweise eine weitere interne Unterscheidung erfordern. Im Einzelnen handelt es sich um die Standorte

- Stadtmitte und
- integrierte Standorte mit den Teilbereichen „Mitterteicher Straße“, „Äußerere Regensburger Straße“ sowie „Streulage“.

Für die Abgrenzung der Stadtmitte als den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Tirschenreuth sind unter einzelhandelsbezogenen Aspekten folgende Kriterien und Anhaltspunkte maßgeblich:

- Zusammenhängender, dichter Besatz mit Einzelhandelsgeschäften und Dienstleistungsanbietern,
- Vielfalt von Nutzungen, Multifunktionalität (v.a. Einzelhandel, Wohnen, Gastronomie, Verwaltung, Kultur),
- historisch gewachsenes Versorgungszentrum (z.B. historischer Stadtkern) inklusive raumstrukturell passender Erweiterungen,
- qualifizierte Anbindung an den ÖPNV, anteiliger fußläufiger Einzugsbereich, Parkbereiche im Umfeld des Stadtzentrums und Wegeführung von den Parkplätzen ins Stadtzentrum
- regelmäßig baulich verdichtetes Mischgebiet oder Kerngebiet sowie historische bauliche Begrenzung (z.B. Stadtmauern, Tore)
- topographische Barrieren (z.B. Flüsse, Hügel) und Verkehrsstrassen (z.B. Ringstraßen, Bahnlinien)

Stadtmitte

Der Tirschenreuther Einzelhandelsstandort „Stadtmitte“ umfasst den historischen Stadtkern sowie die Bahnhofstraße einschließlich der Tirschenreuther Einkaufsoase (TEO). Zentraler Bestandteil ist der Maximilianplatz, der durch eine hohe allgemeine funktionale Dichte und eine hohe Einzelhandelsdichte geprägt ist. Zur Standortlage Stadtmitte zählt ebenso das Umfeld des Maximilianplatzes. Hierzu zählen u. a. die Straßenzüge Bahnhofstraße, Schmelzerstraße und Unnaplatz, die jedoch keine entsprechend hohe funktionale Dichte und hohe Einzelhandelsdichte mehr aufweisen wie der Maximilianplatz. Lediglich vereinzelt sind Geschäfte in den Straßenzügen Koloman-Maurer-Straße, Hoermannngasse, Luitpoldplatz, Lehnerstraße, Kochstraße, Stichanstraße, Angermannstraße und Ringstraße verortet. Darüber

hinaus zählen die Einzelhandelsbetriebe entlang der in Richtung Westen führenden Bahnhofstraße, zu welchen auch die Betriebe im TEO-Einkaufszentrum zu zählen sind, zur Standortlage Stadtmitte. Das TEO weist gegenüber dem historischen Stadtgebiet (Maximilianplatz und Umfeld) sowohl funktionale als auch bauliche Unterschiede auf. Auf Grund des dichten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes sind der Maximilianplatz und das TEO als die beiden handelsbezogenen Schwerpunkte der Stadtmitte aufzufassen.

Integrierte Standorte

Als integrierte Standorte werden Bereiche definiert, die im geschlossenen Siedlungsraum positioniert sind und wesentliche Anteile an Wohnbauflächen in ihrem Einzugsgebiet (Radius 500 m) aufweisen. Als integrierte Standorte lassen sich in der Stadt Tirschenreuth drei Bereiche mit einzelhandelsbezogener Versorgungsfunktion nachweisen. Dabei handelt es sich zum Einen um die im geschlossenen Siedlungsraum verteilten Einzelbetriebe in sogenannter Streulage, zum Anderen um die im „Standortareal Mitterteicher Straße“ sowie im „Standortareal Äußere Regensburger Straße“ räumlich konzentrierte Betriebe.

Nicht-integrierte Standorte

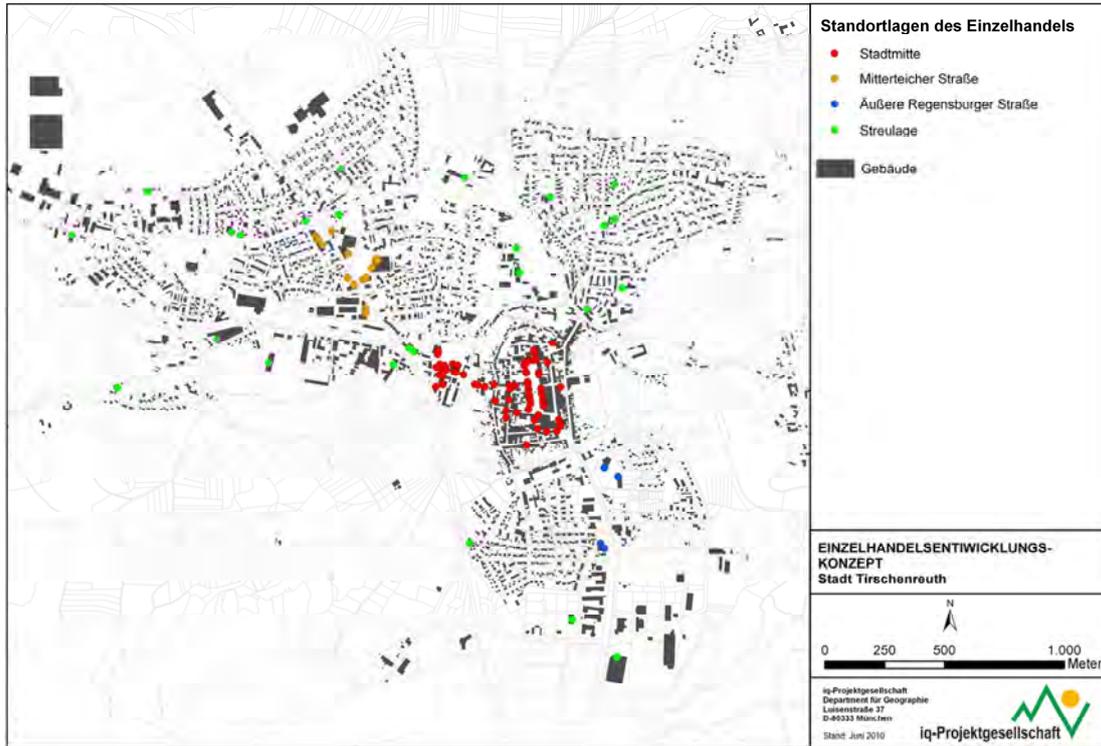
Als nicht-integriert sind Standorte zu werten, die als rein autokundenorientierte Standorte keine wesentlichen Wohnbauflächen in ihrem Einzugsgebiet besitzen und in reinen Gewerbegebieten oder außerhalb des geschlossenen Siedlungsverbundes positioniert ist. Außerhalb des geschlossenen Siedlungsverbundes existieren in Tirschenreuth keine Einzelhandelsgeschäfte. Lediglich das Möbelhaus Gleißner ist im Gewerbegebiet situiert und weist keine anteilige Wohnbevölkerung im zugeordneten fußläufigen Einzugsbereich auf.

C 2.2 Verteilung des Einzelhandelsbestandes nach Versorgungsstandorten

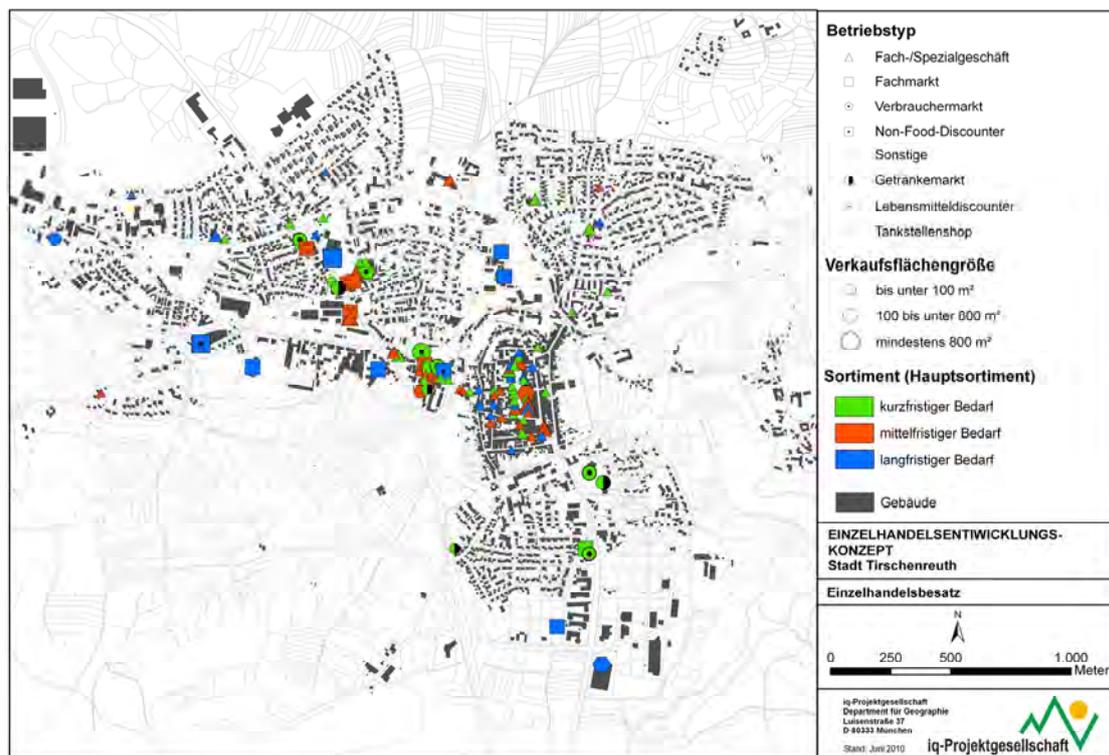
Die Verteilung des Einzelhandelsbestandes nach Verkaufsflächengrößenklasse, Betriebsform und Verkaufsflächenstruktur auf die einzelnen Versorgungsstandorte der Stadt Tirschenreuth zeigt deren aktuelle Versorgungsfunktion.

Für die Analyse werden – an die spezifische Ausgangssituation in Tirschenreuth angepasst – die folgenden Standortkategorien unterschieden: zentraler Versorgungsbereich Stadtmitte, Versorgungsstandort „Mitterteicher Straße“, Versorgungsstandort „Äußere Regensburger Straße“ und Streulagen. Unter Streulagen werden alle Einzelhandelsbetriebe innerhalb der Stadt Tirschenreuth subsummiert, die den anderen drei Versorgungsstandorten nicht zuzuordnen sind. Dies schließt auch das im Flächennutzungsplan ausgewiesene Gewerbe- und Industriegebiet im südlichen Stadtgebiet ein, in dem sich das Möbelhaus Gleißner befindet. Da einzelbetriebliche Angaben nicht veröffentlicht werden, wird dieser Standort den Streulagen zugeordnet. Eine räumliche Übersicht der Zuordnung gibt Karte 5.

Karte 5: Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth



Karte 6: Einzelhandelsbesatz in der Stadt Tirschenreuth nach Betriebstyp, Verkaufsflächengröße und Sortiment



Quelle: Eigene Erhebung (Einzelhandelskartierung 2010) und Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Karte 6 gibt einen Überblick zur räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Betriebsgröße und Bedarfsstufenzugehörigkeit des Sortiments.

Die nachfolgenden Tabellen stellen die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Größenklasse und Betriebsform für die einzelnen Versorgungsstandorte dar sowie die Aufteilung der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche (vgl. Tab. 7, 8 und 9).

Tabelle 7: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächengrößenklassen und Versorgungsstandorten

	Stadtmitte	Mitterteicher Str.	Äußere Regensburger Str.	Streulage
	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %
bis unter 50 m ²	29 / 45,3	5 / 31,3	0 / 0,0	9 / 36,0
50 m ² bis unter 100 m ²	21 / 32,8	1 / 6,3	0 / 0,0	2 / 8,0
100 m ² bis unter 300 m ²	6 / 9,4	2 / 12,5	2 / 50,0	6 / 24,0
300 m ² bis unter 800 m ²	5 / 7,8	5 / 31,3	2 / 50,0	6 / 24,0
800 m ² bis unter 1.500 m ²	2 / 3,1	1 / 6,3	0 / 0,0	1 / 4,0
mindestens 1.500 m ²	1 / 1,6	2 / 12,5	0 / 0,0	1 / 4,0
gesamt	64 / 100	16 / 100	4 / 100	25 / 100

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- 64 Betriebe und damit etwa 59 % aller Einzelhandelsbetriebe haben ihren Standort in der Stadtmitte der Stadt Tirschenreuth. Zusammen verfügen sie über rund 27 % (ca. 10.195 m²) der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- Während in der Stadtmitte Geschäfte mit bis zu 100 m² Verkaufsfläche dominieren, existieren an den anderen Standorten überwiegend Einzelhandelsbetriebe ab 100 m² Verkaufsfläche. Dementsprechend unterschiedlich gestaltet sich auch die Betriebsformen-Mix in den einzelnen Standorten. Während in der Stadtmitte Betriebsformen mit einer geringen Verkaufsfläche (LM-Spezialgeschäfte, Fach-/Spezialgeschäfte, Apotheken) zu finden sind, existieren in den anderen Standortlagen vorwiegend Einzelhandelsbetriebe mit größerer Verkaufsfläche.
- Auf 17,4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche werden Nahrungs- und Genussmittel angeboten. Der Angebotsschwerpunkt befindet sich am Versorgungsstandort „Mitterteicher Straße“.
- Unter den zentrenrelevanten Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs nimmt die Warengruppe Bekleidung mit 18 Betrieben und einem Verkaufsflächenanteil von ca. 15,2 % die

bedeutendste Stellung innerhalb der Stadt Tirschenreuth ein. Innerhalb der Stadtmitte erreicht diese Hauptwarengruppe einen Anteil von ca. 38,2 % der dortigen Gesamtverkaufsfläche.

Tabelle 8: Einzelhandelsbetriebe nach Betriebsform und Versorgungsstandorten

	Stadtmitte	Mitterteicher Str.	Äußere Regensburger Str.	Streulage
	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %
LM-Spezialgeschäft	11 / 17,2	4 / 25,0	0 / 0,0	5 / 20,0
LM-SB-Markt	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0	1 / 4,0
Naturkost/Reformhaus	1 / 1,6	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
LM-Discounter	2 / 3,1	1 / 6,3	2 / 50,0	0 / 0,0
LM-Supermarkt	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Verbrauchermarkt	0 / 0,0	1 / 6,3	0 / 0,0	0 / 0,0
Getränkemarkt	1 / 1,6	1 / 6,3	1 / 25,0	1 / 4,0
<hr/>				
Betriebe des Lebensmittelhandels	15 / 23,5	7 / 43,8	3 / 75,0	7 / 28,0
<hr/>				
Fach-/Spezialgeschäft	37 / 57,8	3 / 18,8	0 / 0,0	10 / 40,0
Discounter	2 / 3,1	1 / 6,3	0 / 0,0	1 / 4,0
Fachmarkt	1 / 1,6	4 / 25,0	1 / 25,0	5 / 20,0
Fachkaufhaus	1 / 1,6	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Möbelhaus	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0	1 / 4,0
Sonstiges	1 / 1,6	0 / 0,0	0 / 0,0	1 / 4,0
<hr/>				
Betriebe des Handels mit Gebrauchsartikeln	42 / 65,6	8 / 50,0	1 / 25,0	18 / 72,0
<hr/>				
Apotheke	4 / 6,3	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Sanitätshaus	3 / 4,7	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Tankstellenshop	0 / 0,0	1 / 6,3	0 / 0,0	0 / 0,0
<hr/>				
sonstige Betriebsformen	7 / 10,9	1 / 6,3	0 / 0,0	0 / 0,0
<hr/>				
gesamt	64 / 100	16 / 100	4 / 100	25 / 100

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Im langfristigen Bedarfsbereich weist die Warengruppe Möbel und Einrichtungsbedarf eine dominierende Stellung auf. Bezogen auf die Stadt Tirschenreuth verzeichnet sie 27 % der gesamten Verkaufsfläche, und hat ihren Schwerpunkt bei Betrieben in Streulage.

Tabelle 9: Verkaufsflächen der Versorgungsstandorte in Tirschenreuth nach Hauptwarengruppen

	Stadtmitte	Mitterteicher Str.	Äußere Regensburger Str.	Streulage
	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.959 / 19,2	3.293 / 32,2	1.008 / 60,0	333 / 2,1
Drogerie- und Parfümeriewaren	663 / 6,5	381 / 3,7	323 / 19,3	28 / 0,2
Apothekerwaren	120 / 1,2	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Zeitung, Zeitschriften	33 / 0,3	12 / 0,1	0 / 0,0	7 / 0,0
Blumen, Topfpflanzen	33 / 0,3	0 / 0,0	0 / 0,0	385 / 2,4
überwiegend kurzfristig	2.808 / 27,5	3.685 / 36,0	1.332 / 79,3	752 / 4,8
Bücher	68 / 0,7	50 / 0,5	0 / 0,0	169 / 1,1
Papier, Schreibwaren	253 / 2,5	62 / 0,6	0 / 0,0	0 / 0,0
Bekleidung	3.899 / 38,2	1.695 / 16,6	0 / 0,0	178 / 1,1
Schuhe und Lederwaren	281 / 2,8	430 / 4,2	0 / 0,0	19 / 0,1
Sanitätshäuser	195 / 1,9	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Zoobedarf, Tiernahrung	310 / 3,0	87 / 0,8	34 / 2,0	27 / 0,2
Spielwaren, Babybedarf, Hobbybedarf	359 / 3,5	346 / 3,4	0 / 0,0	60 / 0,4
Sportartikel, Sportbekleidung/-schuhe, Camping	110 / 1,1	579 / 5,7	0 / 0,0	0 / 0,0
überwiegend mittelfristig	5.476 / 53,7	3.248 / 31,7	34 / 2,0	453 / 2,9
Möbel, Einrichtungsbedarf	406 / 4,0	63 / 0,6	0 / 0,0	9.780 / 61,8
Hausrat, Glas, Keramik, Porzellan, Geschenkartikel	539 / 5,3	97 / 0,9	9 / 0,5	1.552 / 9,8
Elektrogroßgeräte	26 / 0,3	0 / 0,0	0 / 0,0	144 / 0,9
Elektroartikel	239 / 2,3	245 / 2,4	2 / 0,1	516 / 3,3
Foto, Optik	351 / 3,4	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Uhren, Schmuck	132 / 1,3	36 / 0,3	0 / 0,0	0 / 0,0
Baumarktartikel	13 / 0,1	1.606 / 15,7	0 / 0,0	561 / 3,5
Gartenartikel	21 / 0,2	597 / 5,8	0 / 0,0	1.538 / 9,7
Kfz-Zubehör	30 / 0,3	173 / 1,7	0 / 0,0	0 / 0,0
Farben, Lacke, Bodenbeläge	0 / 0,0	416 / 4,1	0 / 0,0	535 / 3,4
überwiegend langfristig	1.756 / 17,2	3.233 / 31,6	11 / 0,6	14.625 / 92,4
Aktionsware	155 / 1,5	74 / 0,7	304 / 18,1	0 / 0,0
gesamt	10.195 / 100	10.240 / 100	1.680 / 100	15.830 / 100

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Versorgungsstandort Stadtmitte

- Zur Versorgungslage Stadtmitte gehören neben den Einzelhandelsbetrieben am Maximilianplatz und dessen näheren Umfeld die Geschäfte entlang der Bahnhofstraße (ohne Eisenwaren Bayreuther). Hierzu zählen die Betriebe in der Tirschenreuther Einkaufsoase (TEO) sowie Einzelhandelsbetriebe südlich der Bahnhofstraße. Dieser Standortbereich innerhalb der Stadtmitte bietet eine Angebotsergänzung in verschiedenen Warengruppen, die am Maximilianplatz auf Grund der dortigen Gebäudestrukturen, welche lediglich kleine Verkaufsflächen zulassen, nicht oder lediglich in sehr geringem Umfang unterzubringen sind (z.B. LM-Discounter).
- In der Stadtmitte sind 64 Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Das entspricht 58,7 % aller Betriebe der Stadt Tirschenreuth. Insgesamt befinden sich hier aber nur etwa ein Viertel (26,9 % bzw. 10.195 m²) der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Der Verkaufsflächenanteil der Stadtmitte ist damit vergleichsweise gering. Diese Ausgangssituation ist auf die Ausweitung der Verkaufsfläche außerhalb der Stadtmitte zurückzuführen. In der Regel führt dies zu einem gesamtstädtischen Bedeutungsverlust der Stadtmitte als Angebotsstandort im Einzelhandel. Für die Stadt Tirschenreuth trifft dies aber nur in eingeschränktem Maße zu.
- Der deutlich höhere Betriebsanteil im Vergleich zum Verkaufsflächenanteil ist auf die vorwiegend kleinflächige Betriebsstruktur zurückzuführen. Der Einzelhandelsbestand der Stadtmitte wird zahlenmäßig von Betrieben mit weniger als 100 m² Verkaufsfläche dominiert. Für mehr als drei Viertel bzw. 50 der 64 Einzelhandelsbetriebe in der Stadtmitte trifft dies zu.
- Entsprechend der kleinflächigen Betriebsgrößenstruktur in der Stadtmitte liegt der Schwerpunkt bei den Betriebsformen im Bereich der Fachgeschäfte und kleinflächigen LM-Spezialanbieter (Bäckerei, Metzgerei, Obst und Gemüse).
- Am Maximilianplatz hat die Nahrungs- und Genussmittelbranche ihre Bedeutung größtenteils eingebüßt. Lediglich noch knapp 5 % der Verkaufsfläche in dieser Branche sind hier angesiedelt, die sich in LM-Spezialgeschäften (Bäcker, Metzger) befinden. Diese sind jedoch nicht in der Lage, eine vollständige Nahversorgungsfunktion speziell für die Wohnbevölkerung der Innenstadt zu erfüllen.
- Die Nahversorgungsfunktion der Stadtmitte wird durch das Angebot im TEO, westlich des Maximilianplatzes, an der Bahnhofstraße gelegen, sichergestellt. Auf einer ehemaligen Industriebrache konnten Gebäudekörper geschaffen werden, die ein Einzelhandelsangebot auf großflächiger Verkaufsfläche zulassen. Die dort angesiedelten Einzelhandelsbetriebe decken mit ihrem Angebot sowohl den kurzfristigen Bedarf (Netto, Norma), als auch den mittel- bzw. langfristigen Bedarfsbereich (u.a. KIK, Müller, Pfennigpfeiffer) ab. Von der Frequenz, welche das TEO auf Grund der LM-Discounter im Rahmen seiner Versorgungsfunktion im kurzfristigen Bedarf generiert, können die Geschäfte am Maximilianplatz

nur in eingeschränktem Umfang profitieren. Über die Bahnhofstraße ist jedoch eine direkte Verbindung vom TEO zum Maximilianplatz vorhanden, welche von einigen Kunden im Zuge von Kopplungskäufen genutzt wird.

- Bzgl. der Branche Drogerie- und Parfümeriewaren ist die Versorgungsfunktion der Stadtmitte als gut einzuschätzen. Der Anbieter Müller (TEO), der einen gehobener Drogeriemarkt darstellt, ergänzt das flächenbezogen geringere Drogerie- und Parfümerieangebot am Maximilianplatz. Dieses wird von dem Anbieter Ihr Platz, welcher ebenfalls dem gehobenen Drogeriemarktsegment zuzuordnen ist, bestimmt. Daneben führen auch andere Anbieter im TEO Produkte dieser Warengruppe. Weitere Drogeriefachmärkte, die zu den bevorzugten Betriebsformen dieses Sortimentsbereichs zählen, existieren in der Stadtmitte nicht. Eine Parfümerie ist weder in der Stadtmitte noch in der Gesamtstadt vorhanden, was eine Lücke im Branchen-Mix darstellt.
- Apotheken sind trotz ihrer Nahversorgungsfunktion ausschließlich am Versorgungsstandort Stadtmitte angesiedelt und konzentrieren sich vor allem auf dem Maximilianplatz.
- Auf mehr als der Hälfte der Verkaufsfläche der Stadtmitte werden Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs angeboten. Mit knapp 5.500 m² Verkaufsfläche weist die Stadtmitte bei diesen Warengruppen einen deutlichen Schwerpunkt im Vergleich zu den übrigen Versorgungsstandorten auf. Der wesentlicher Grund für diesen Zustand sind die Anbieter im Bereich Bekleidung. So entfällt mehr als ein Drittel der Verkaufsfläche in der Stadtmitte auf diese Warengruppe. Die flächenbezogen größten Anbieter sind mit Modeland Jäger + Turba und Wäschehaus Wettinger am Maximilianplatz zu finden. Diese werden vom Textil-Discounter KIK (TEO) sowie von kleineren Betrieben entlang der Bahnhofstraße (u.a. TEO) ergänzt.
- Zudem konzentrieren sich am Maximilianplatz Verkaufsflächen für den Bereich Sanitätsbedarf. Diese Warengruppe ist ansonsten an keinem anderen Versorgungsstandort vorzufinden. Weiterhin weist die Stadtmitte eine örtliche Flächendominanz für die Warengruppen Papier/Schreibwaren (Anbieter im TEO) sowie Zoobedarf/Tiernahrung, repräsentiert vor allem durch Heimtierbedarf Wolfrum (Bahnhofstraße), auf.
- Für weitere Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs wie Schuhe und Lederwaren sowie für Sportartikel, -bekleidung, -schuhe und Camping liegt der Angebotsschwerpunkt bezogen auf die Verkaufsfläche dagegen außerhalb der Stadtmitte.
- Im langfristigen Bedarfsbereich erreicht die Stadtmitte in ihrer Verkaufsflächenausstattung eine untergeordnete Stellung im gesamtstädtischen Kontext. Allerdings gilt es hier eine Unterscheidung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Hauptwarengruppen zu treffen. Bei den zentrenrelevanten Hauptwarengruppen Foto und Optik sowie Uhren und Schmuck befinden sich die Anbieter fast ausnahmslos in der Stadtmitte. Lediglich im Standortareal „Mitterteicher Straße“ führen die Filialisten Takko und Vögele Schmuck als Nebensortiment.

Abbildung 12: Einzelhandelsbetriebe am Versorgungsstandort Stadtmitte



Quelle: Eigene Aufnahme.

iq-Projektgesellschaft

- In der ebenfalls zentrenrelevanten Warengruppe Hausrat, GPK (Glas, Porzellan, Keramik), Geschenkartikel liegt der Schwerpunkt der Verkaufsfläche außerhalb der Stadtmitte.
- Im Bereich Möbel, Einrichtungsbedarf existieren einige Anbieter in der Stadtmitte, die auf ihrer Verkaufsfläche Haus- und Heimtextilien anbieten. Das Angebot in dieser Warengruppe wird aber insgesamt maßgeblich von einem Anbieter, dem Möbelhaus Gleißner, dominiert, das sich im südlichen Stadtgebiet befindet.

- Elektroartikel- und großgeräte befinden sich zum Teil in der Stadtmitte, jedoch existiert auch hier das auf die Fläche bezogen größere Angebot in den Standortlagen außerhalb der Stadtmitte.

Versorgungsstandort „Mitterteicher Straße“

- Die wenig kompakte räumliche Anordnung der Einzelhandelsbetriebe entlang der Mitterteicher Straße beeinträchtigt die Wahrnehmung dieses Versorgungsstandorts als eine Angebotseinheit.
- Innerhalb des Versorgungsstandorts „Mitterteicher Straße“ sind 16 Betriebe (14,7 % aller Betriebe) angesiedelt, die auf sich mit 10.240 m² 27 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche vereinen. Damit ist die Verkaufsfläche vergleichbar mit der des Versorgungsstandorts Stadtmitte, jedoch unterscheiden sich beide Standorte in ihrer Bestandsstruktur deutlich voneinander. Im Gegensatz zu der kleinflächigen Betriebsstruktur in der Stadtmitte (vor allem Maximilianplatz und Umfeld) dominieren am Standort „Mitterteicher Straße“ zahlenmäßig vor allem Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 100 m² Verkaufsfläche. Für 10 der 16 Einzelhandelsbetriebe trifft dies zu.
- Der Einzelhandelsbesatz des Versorgungsstandorts „Mitterteicher Straße“ wird etwa im gleichen Maße durch Betriebsformen des Lebensmittelhandels sowie des Handels mit Gebrauchsartikeln geprägt. Mit den Angebotsbausteinen LM-Spezialgeschäft, LM-Discounter, Verbrauchermarkt und Getränkemarkt wird insgesamt ein nahezu vollständiges Angebot aller Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels erreicht. Lediglich ein klassischer LM-Supermarkt ist nicht vorhanden.
- Die Verkaufsfläche an der Mitterteicher Straße verteilt sich zu etwa jeweils einem Drittel auf die Warengruppen des kurzfristigen, des mittelfristigen und des langfristigen Bedarfs.
- Im Bereich des kurzfristigen Bedarfs nehmen die Einzelhandelsbetriebe an der Mitterteicher Straße im gesamtstädtischen Kontext eine herausragende Stellung ein. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel vereinen die hier angesiedelten Betriebe die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich, wobei das Angebot vor allem vom E-Center (Verbrauchermarkt) dominiert wird.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich konzentriert sich das Angebot vornehmlich auf die Warengruppe Bekleidung. Jedoch ist die Verkaufsfläche im Vergleich zur Stadtmitte deutlich geringer und zudem von Fachmärkten dominiert, was einen deutlichen strukturellen Unterschied zu den Betriebstypen der Bekleidungsanbieter in der Stadtmitte darstellt.
- An der Mitterteicher Straße befindet sich das auf die gesamtstädtische Verkaufsfläche bezogen größte Angebot für die Warengruppen Schuhe und Lederwaren sowie für Sportartikel, -bekleidung, -schuhe und Camping. Allerdings könnte sich das Angebot dieser

Warengruppen durch die anstehende Umgestaltung des Maurer-Einkaufs-Centers deutlich reduzieren.

Abbildung 13: Einzelhandelsbetriebe im Versorgungsstandort „Mitterteicher Straße“



Quelle: Eigene Aufnahme.

iq-Projektgesellschaft

- Im Bereich des langfristigen Bedarfs verfügt der Standort „Mitterteicher Straße“ über eine stärkere Stellung im gesamtstädtischen Kontext als die Stadtmitte. Die Bedeutung bleibt aber insgesamt relativ gering, da im langfristigen Bedarfsbereich vor allem das Möbelhaus Gleißner die Angebotsstruktur prägt. Der eindeutige Angebotsschwerpunkt im langfristigen Bedarf liegt am Standort „Mitterteicher Straße“ auf der Warengruppe Baumarktartikel.
- Zu größeren Überschneidungen mit dem Versorgungsstandort Stadtmitte kommt es für die Sortimente Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Spielwaren. Geringe Überschneidungen sind für Warengruppen des langfristigen Bedarfs feststellbar. Vor allem bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (Baumarktartikel, Gartenartikel, Kfz-Zubehör, Farbe, Lacke, Bodenbeläge) ergänzt das Angebot in der Mitterteicher Straße den Versorgungsstandort Stadtmitte.

Versorgungsstandort „Äußere Regensburger Straße“

- Im Standortareal „Äußere Regensburger Straße“ existieren vier Einzelhandelsgeschäfte (3,7 % aller Einzelhandelsbetriebe) mit einer Verkaufsfläche von 1.680 m². Das entspricht 4,4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- Die Wahrnehmbarkeit des Standortareals als ein ganzheitlicher Standort ist momentan nicht gegeben. Auf der einen Seite bilden ein LM-Discounter und Drogerie-Fachmarkt eine Teillage im südlichen Bereich des Versorgungsstandorts, auf der anderen Seite existieren

tiert mit einem weiteren LM-Discounter und einem Getränkemarkt eine weitere Teillage im nördlichen Bereich dieses Gebiets. Das Gebäude, in dem sich der Getränkemarkt befindet, verzeichnet einen großen einzelhandelsrelevanten Leerstand. Die Standorte der beiden Teillagen liegen etwa 300 bis 400 Meter auseinander.

Abbildung 14: Einzelhandelsbetriebe im Versorgungsstandort „Äußere Regensburger Straße“



Quelle: Eigene Aufnahme.

iq-Projektgesellschaft

- Die Angebotsstruktur ist von einer Konzentration auf die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren gekennzeichnet. Bezogen auf die gesamtstädtische Verkaufsfläche für Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spielen die Einzelhandelsbetriebe an der Äußeren Regensburger Straße eine untergeordnete Rolle. Trotz der im Vergleich zu den anderen Versorgungsstandorten geringen Verkaufsfläche nimmt das Gebiet jedoch eine wichtige Nahversorgungsfunktion vor allem für die Wohnbevölkerung im südlichen Stadtgebiet der Stadt Tirschenreuth ein.

Betriebe in Streulage

- Die übrigen Einzelhandelsbetriebe in Tirschenreuth befinden sich innerhalb des geschlossenen Siedlungskörpers in Streulage. Einzige Ausnahme bildet hier das Möbelhaus Gleißner, dessen Standort im südlichen Stadtgebiet sich etwas außerhalb des geschlossenen Siedlungskörpers befindet. In Streulage treten keine Agglomerationen von mehreren Betrieben auf, die als Versorgungsstandort definiert werden könnten.
- Insgesamt befinden sich 25 Einzelhandelsbetriebe der Stadt Tirschenreuth (ca. 22,9 %) und 15.830 m² Verkaufsfläche in Streulagen. Das entspricht 41,7 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- In Streulage sind alle Verkaufsflächengrößenklassen vertreten. Die meisten der Einzelhandelsbetriebe, nämlich 72 %, handeln mit Gebrauchsartikeln. Geschäfte, die eine wohnstandortnahe Grundversorgungsfunktion wahrnehmen, sind mit 28 % deutlich in der Unterzahl.
- Die meisten der Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels sind kleinflächige LM-Spezialgeschäfte, weswegen die Verkaufsfläche für Warengruppen des kurzfristigen Be-

darfs sich lediglich auf 4,8 % beläuft. Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs werden auf 2,9 % der Verkaufsfläche angeboten.

Abbildung 15: Einzelhandelsbetriebe in Streulage



Quelle: Eigene Aufnahme.

iq-Projektgesellschaft

- 92,4 % der Verkaufsfläche der Betriebe in Streulage entfallen auf Warengruppen des langfristigen Bedarfs. Dabei fällt vor allem das Möbelhauses Gleißner ins Gewicht. Auch ohne die Berücksichtigung des Möbelhauses entfällt etwa drei Viertel der Verkaufsfläche auf Warengruppen des langfristigen Bedarfs.

Insgesamt zeigt die raumstrukturelle Verteilung der Verkaufsfläche innerhalb der Stadt Tirschenreuth eine für Mittelzentren typische Struktur mit einer Funktionsteilung und Angebotsdifferenzierung, wobei sich der Facheinzelhandel und damit das leistungsoptimierte Angebot stärker auf die Stadtmitte konzentriert, während das kostenoptimierte Angebot in dezentralen Versorgungsstandorten („Mitterteicher Straße“, „Äußere Regensburger Straße“) vorzufinden ist. Diese typische Struktur unterscheidet sich jedoch in einem Punkt deutlich von der in anderen Mittelzentren typischerweise vorzufindenden räumlichen Grundstruktur. So kann durch die Innenstadterweiterung um den Einzelhandelsstandort TEO auch das kostenoptimierte

Angebote zentrumsnah angeboten werden, was eine wesentliche Qualität der Versorgungssituation in der Stadt Tirschenreuth darstellt.

C 3 Räumliche und städtebauliche Struktur der Versorgungsstandorte

Vor dem Hintergrund der zentralörtlich bestimmten, überörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Tirschenreuth als Mittelzentrum ist eine Aufteilung der Versorgungsfunktion zwischen den Handelsstandorten Innenstadt und integrierten sowie nicht-integrierten Versorgungsstandorten grundsätzlich zielführend. Dies folgt den städtebaulichen Gegebenheiten und flächenbezogenen Möglichkeiten einer Stadt der Größe von Tirschenreuth. So kann einerseits die Stadtmitte auf Grund ihrer räumliche Begrenzung und städtebaulichen Charakteristik das Verkaufsflächenwachstum und die unterschiedlichen Betriebsformen mit ihren großvolumigen Baukörpern nicht uneingeschränkt aufnehmen. Mit dem TEO existiert bereits ein zentrumsnaher Einzelhandelsstandort, dessen Gegebenheiten diesen Anforderungen des Einzelhandels weit entgegenkommen.

Die Standortstruktur der Stadt Tirschenreuth zeigt in den Versorgungsstandorten Stadtmitte, „Mitterteicher Straße“ und „Äußere Regensburger Straße“ eine städtebaulich und funktional zielführende Aufteilung.

In Streulage befinden sich einige Einzelhandelsbetriebe, die Warengruppen sowohl des kurz- und mittelfristigen als auch langfristigen Bedarfsbereichs anbieten. Eine Agglomeration von Betrieben in Streulage existiert nicht.

C 3.1 Versorgungsstandort Stadtmitte

Innerhalb des Versorgungsstandorts Stadtmitte befinden sich die Teillagen Maximilianplatz und Umfeld sowie das TEO. Der Stadtplatz verfügt über einen qualitativ hochwertigen öffentlichen Raum mit hoher Aufenthaltsqualität, der von geschlossener und teilweise kleinteiliger Randbebauung umgeben ist. Auf Grund dessen besitzt der Stadtplatz eine besondere Standorteignung für gehobenen Einzelhandel und Gastronomie bzw. Außengastronomie.

Die Teillagen Maximilianplatz und Umfeld sowie TEO sind gekennzeichnet durch jeweils gemeinsame Parkflächen, die die Nutzung des Pkws zum Aufsuchen eines weiteren Einzelhandelsbetriebs in der jeweiligen Teillage nicht nötig macht.

Obwohl der Stadtplatz auf Grund seiner räumlichen Begrenzung und städtebaulichen Charakteristik nur in eingeschränktem Umfang nahversorgungsrelevante Aufgaben wahrnehmen kann, ist durch das Einzelhandelsangebot im TEO die Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit zur Stadtmitte gewährleistet. Den aktuellen Entwicklungen im (Lebensmittel) Einzel-

handel mit einem anhaltenden Verkaufsflächenwachstum sowie den großvolumigen Baukörpern der unterschiedlichen Betriebstypen kann in der Teillage TEO eher entsprochen werden als am Marktplatz. Diese beiden Teillagen (Maximilianplatz und Umfeld sowie TEO) innerhalb des Versorgungsstandorts Stadtmitte ergänzen sich daher auf Grund ihrer unterschiedlichen Betriebstypen und Sortimentsstruktur gut. Ein Kundenaustausch zwischen den beiden Einzelhandelslagen Maximilianplatz und TEO wird durch die mangelnde Attraktivität der Bahnhofsstraße, welche als Verbindungsachse zwischen diesen beiden Einzelhandelslagen fungiert, gehemmt.

C 3.2 Versorgungsstandort „Mitterteicher Straße“

Das Einzelhandelsangebot an der Mitterteicher Straße übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für alle Warengruppen der drei Bedarfsstufen (kurzfristig, mittelfristig, langfristig).

Dieser Versorgungsstandort erstreckt sich über knapp 600 Meter entlang der Mitterteicher Straße. Diese Weitläufigkeit erschwert die Wahrnehmung des dortigen Einzelhandelsangebots als einheitlicher Versorgungsstandort. Zudem ist auf Grund der Distanz zwischen den jeweiligen Einzelhandelsbetrieben die fußläufige Erreichbarkeit eingeschränkt. Auch wegen der mangelnden Aufenthaltsqualität ist dieser Versorgungsstandort als vorwiegend autokundenorientierter Standort zu klassifizieren. Gemeinsame Parkflächen von mehreren Einzelhandelsbetrieben existieren lediglich vereinzelt. Auf Grund dessen sind Kopplungskäufe meist nur in Verbindung mit der Nutzung des Pkw zu bewerkstelligen.

C 3.3 Versorgungsstandort „Äußere Regensburger Straße“

An der Äußeren Regensburger Straße existieren mehrere Einzelhandelsbetriebe mit Nahversorgungsfunktion. Allerdings kann diese Versorgungslage auf Grund der Distanz zwischen den jeweiligen Einzelhandelsbetrieben von den Einwohnern momentan nur eingeschränkt als eine Standortlage wahrgenommen werden.

Die Äußere Regensburger Straße ist eine wichtige Durchgangsstraße, die zur Bundesstraße 15 führt. Nach der Schließung des Drogerie-Fachmarkts Schlecker verfügen alle dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe über eigene Parkflächen. Wie in der Mitterteicher Straße ist auch hier die Wahrnehmung als einheitlicher Versorgungsstandort durch die Distanz zwischen den einzelnen Einzelhandelsbetrieben erschwert. Zudem ist die Aufenthaltsqualität an diesem Versorgungsstandort sehr gering.

C 4 Qualitative Analyse des Einzelhandelsbestands

Im Zuge der Kartierung des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Tirschenreuth wurden unterschiedliche qualitative Merkmale zum gesamten Einzelhandelsbestand erfasst. Anhand dieser Merkmale lässt sich nicht nur das äußere Erscheinungsbild und die Attraktivität der Einzelbetriebe kennzeichnen, sondern in der Summe auch die Attraktivität der jeweiligen Standortlage bestimmen.

- Das **Vorhandensein eines Schaufensters** bietet nicht nur die Möglichkeit der Warenpräsentation, sondern ist vor allem für die Stadtmitte ein wesentliches Ausstattungsmerkmal, das die Aufenthaltsqualität und die Attraktivität zum Bummeln bestimmt. Zudem prägen Schaufenster die Attraktivität einer Wegeverbindung und sind damit ein wesentlicher Faktor für den Verlauf und die Intensität von Passantenströmen. Insgesamt nutzen in Tirschenreuth knapp 72 % der Einzelhandelsbetriebe ihre Schaufenster zur Warenpräsentation, lediglich 5,5 % nutzen diese nicht. 23 % der Betriebe haben keine Schaufenster. Diese sind vornehmlich in den beiden Versorgungsstandorten „Mitterteicher Straße“ und „Äußere Regensburger Straße“ sowie in Streulagen zu finden. In der Stadtmitte verfügen 90,6 % der Einzelhandelsbetriebe über ein Schaufenster. Am Maximilianplatz und in dessen Umfeld besitzen mit Ausnahme eines Geschäfts alle Einzelhandelsbetriebe Schaufenster. Als problematisch sind diejenigen Betriebe einzustufen, die zwar über ein Schaufenster verfügen, dieses aber nicht im Sinne einer Angebotspräsentation nutzen und damit entsprechend negative Konsequenzen für die Außenwahrnehmung des öffentlichen Raumes haben. Für die Stadtmitte der Stadt Tirschenreuth trifft dies für nur etwa 3 % der Betriebe zu.
- Den ersten qualitativen Eindruck von einem Einzelhandelsgeschäft erhält ein Passant und potenzieller Kunde über den **äußeren Gebäudezustand**. In Tirschenreuth können etwa 69 % aller Gebäude mit Einzelhandelsbesatz ihrem äußeren Erscheinungsbild nach als „gut“ oder „sehr gut“ bewertet werden. In der Stadtmitte trifft dies für drei Viertel aller Gebäude mit Einzelhandelsbesatz zu, wobei vor allem die Gebäude direkt am Maximilianplatz und im TEO nahezu ausschließlich als „gut“ oder „sehr gut“ zu bewerten sind. Größere Defizite sind entlang der Bahnhofstraße sowie teilweise im weiteren Umfeld des Maximilianplatzes festzustellen, wo der Gebäudezustand nur als „teils/teils“ bewertet werden kann. Teilweise beeinflussen diese Betriebe die Wahrnehmung des öffentlichen Raumes und die Aufenthaltsqualität in der Tirschenreuther Stadtmitte negativ. Gebäude mit Einzelhandelsbesatz in verbesserungswürdigem Zustand sind weiterhin in Streulagen zu finden. Der Gebäudezustand an den Versorgungsstandorten „Mitterteicher Straße“ und „Äußere Regensburger Straße“ ist überwiegend als „gut“ bis „sehr gut“ zu bewerten.
- Neben dem Gebäudezustand ist insbesondere auch der **Außenauftritt** eines Einzelhandelsbetriebes und seine Werbewirksamkeit entscheidend, um potenzielle Kunden anzusprechen. Nur etwa 5 % der Betriebe in Tirschenreuth haben einen weniger einladenden

Außerauftritt. In der Stadtmitte verfügen knapp 47 % der Betriebe über einen tatsächlich einladenden Außenauftritt, während dieser für mehr als die Hälfte der Geschäfte in der Innenstadt als „teils/teils“ zu bezeichnen ist. In der Tirschenreuther Stadtmitte gibt es lediglich eine geringe Anzahl an Betrieben, die sich weniger einladend präsentieren. Diese Tatsache ist positiv hervorzuheben.

- Die **Schaufenstergestaltung** prägt noch deutlicher als der Gebäudezustand und der Außenauftritt den äußeren Eindruck des Einzelhandelsbetriebes. Insgesamt sind in Tirschenreuth deutlich mehr als die Hälfte der Schaufenster standardmäßig gestaltet, mehr als ein Drittel ist „gut“ bis „sehr gut“ gestaltet. In der Stadtmitte ist dieser Wert deutlich höher (40,7 %), wenngleich auch hier der Großteil der Schaufenster (47,5 %) standardmäßig gestaltet ist. Verbesserungspotenzial offenbart sich für etwa ein Zehntel der Geschäfte in der Stadtmitte.
- Ein Aspekt, der zum Abbau von Eintritts-Barrieren bei einem Einzelhandelsgeschäft beiträgt, ist die Möglichkeit der **Sicht** durch das Schaufenster **in den Verkaufsraum**. Dem potenziellen Kunden bietet sich die Möglichkeit vor Eintritt in das Geschäft bereits einen Eindruck davon zu erhalten, was ihn erwartet. Dies steigert bei attraktiver Schaufenster- und Ladengestaltung die Motivation eines potenziellen Kunden, das Geschäft zu betreten. Gleichzeitig werden Informationen über das Angebot und die Ladengestaltung nach außen transportiert. Während gesamtstädtisch bei knapp 60 % der Geschäfte zumindest teilweise die Sicht in den Verkaufsraum möglich ist, bietet sich in der Stadtmitte bei knapp drei Viertel der Betriebe die Möglichkeit, zumindest teilweise in den Verkaufsraum zu blicken. Jedoch existieren auch einige Betriebe, bei denen keine Einsicht in den Verkaufsraum möglich ist. Diese sind in allen Versorgungsstandorten zu finden, auch in der Stadtmitte.
- Ein weiterer Faktor, um Eintritts-Barrieren potenzieller Kunden abzubauen, ist die Gestaltung der **Eingangssituation** des Geschäftes, die häufig vernachlässigt wird. Mehr als die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Tirschenreuth verfügen über eine überdurchschnittlich einladende Eingangssituation. In der Stadtmitte trifft dies für rund 61 % der Geschäfte zu. Jedoch sind diesbezüglich vor allem entlang der Bahnhofstraße sowie teilweise im weiteren Umfeld des Maximilianplatzes (u. a. Deschplatz) Abstriche zu machen.
- Die **Ladengestaltung** im Inneren des Geschäftes entspricht bei vier Fünftel der Tirschenreuther Einzelhandelsbetriebe dem aktuellen Standard. In der Stadtmitte ist dies bei mehr als drei Viertel der Geschäfte der Fall. Betriebe, deren Ladengestaltung als „gehoben“ bezeichnet werden kann, sind vor allem in der Stadtmitte verteilt, jedoch nicht südlich der Bahnhofstraße zu finden. In den Versorgungsstandorten „Mitterteicher Straße“ und „Äußere Regensburger Straße“ ist die Ladengestaltung der Einzelhandelsbetriebe ausschließlich als standardmäßig zu bezeichnen. Bezüglich der Ladengestaltung hebt sich die Stadtmitte damit nicht eindeutig positiv von den anderen Standortlagen ab. Im Vergleich

zu anderen Standortlagen ist der Anteil von Geschäften mit gehobener Ladengestaltung höher. Jedoch befindet sich mehr als die Hälfte aller Betriebe, deren Ladengestaltung als modernisierungsbedürftig eingestuft werden kann, in der Stadtmitte. Dies entspricht etwa 11 % der Betriebe in der Stadtmitte.

- Die **Zielgruppenausrichtung** ist ein Indikator für die Hochwertigkeit des Warenangebotes in den einzelnen Geschäften. Die Stadtmitte der Stadt Tirschenreuth verfügt über deutlich mehr Einzelhandelsbetriebe, die mit einem „gehobenen“ Angebot ihre Zielgruppe ansprechen. Der Anteil dieser Geschäfte liegt in der Stadtmitte deutlich über dem entsprechenden Wert für die übrigen Versorgungsstandorte. Anhand der Ergebnisse werden auch die unterschiedlichen Schwerpunkte zwischen den Betrieben am Maximilianplatz sowie dessen Umfeld und den Geschäften in und um das TEO deutlich. Während am Maximilianplatz sowie dessen Umfeld in keinem der Ladenlokale die discountorientierte Zielgruppe angesprochen wird, ist dies bei den Betrieben im TEO durchaus der Fall. Neben diesen Betrieben existieren dort zudem Geschäfte, die mit ihrer „gehobenen“ Qualitätsorientierung der Produkte eine andere Zielgruppe ansprechen. Diese Geschäfte befinden sich unmittelbar an der Bahnhofstraße, während discountorientierte Einzelhandelsbetriebe sich im rückwärtigen Gebäudekomplex des TEO befinden. Zudem existieren weitere discountorientierten Anbieter in den Versorgungsstandorten „Mitterteicher Straße“, „Äußere Regensburger Straße“ sowie in Streulagen. Diese unterschiedliche Zielgruppenausrichtung stellt aber lediglich eine Momentaufnahme dar und kann planungsrechtlich nicht gesichert werden, da die Kommune zwar die Möglichkeit hat, Sortimente an einem Standort festzulegen, nicht aber Qualitäten.
- Die Einschätzung der **Wettbewerbsfähigkeit** des Betriebes stellt eine zusammenfassende Charakterisierung dar, die das Angebot, die Ausrichtung und die Betriebsform berücksichtigt. Sie bildet einen zusammenfassenden Indikator, der die Attraktivität des jeweiligen Geschäftes aus Kundensicht ausdrückt. Der Bewertungsmaßstab richtet sich dabei nicht nach dem in der Stadt Tirschenreuth vorhandenen Angebotsumfang und der Angebotsqualität. Für die zukünftige Entwicklung ist der Anteil der Geschäfte in den einzelnen Standortlagen wesentlich, denen eine „eher niedrige“ oder „niedrige“ Wettbewerbsfähigkeit zugesprochen wird, da diese im marktwirtschaftlichen Selektionsprozess am stärksten bedroht sind. Hierbei zeigt sich, dass die Wettbewerbsfähigkeit von relativ wenigen Betrieben in Tirschenreuth als eher niedrig eingestuft werden kann. Einige dieser Betriebe befinden sich im historischen Stadtkern (Maximilianplatz und Umfeld).

Insgesamt zeigt sich, dass die Stadtmitte der Stadt Tirschenreuth sowohl was die Bausubstanz und Gestaltung als auch was den Außenauftritt und Marktauftritt der Einzelhandelsbetriebe betrifft relativ gut aufgestellt ist. Dies kann jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass innerhalb der Stadtmitte Gebiete existieren, in denen Defizite vorhanden sind. Dies trifft beispielsweise für die Bahnhofstraße zu, die als Verbindungsachse zwischen Maximilianplatz und dem TEO fungiert. Weiterhin hat die Stadtmitte einige Leerstände zu verzeichnen, die

hauptsächlich im nordöstlichen (Dammstraße) sowie südlichen Bereich des historischen Stadtkerns vorzufinden sind. Die Gebäude entlang der Dammstraße, in welchen sich neben einzelhandelsrelevante Leerstände sowie Leerständen, die für sonstige Nutzungen (Dienstleistungen) geeignet wären, verschiedene Dienstleistungsbetriebe befinden, weisen größtenteils einen schlechten Zustand auf. Einzelhandelsbesatz existiert hier nicht. Weiterhin existieren im historischen Stadtkern, südlich der Bahnhofstraße, vereinzelt Leerstände. Eine Konzentration befindet sich am südlichen Ende des Maximilianplatzes.

Der Betriebsformenwandel hat in Tirschenreuth bisher sowohl an den Versorgungsstandorten, „Mitterteicher Straße“ und „Äußere Regensburger Straße“, als auch innerhalb des Versorgungsstandorts Stadtmitte zwischen den beiden Teillagen Maximilianplatz und TEO stattgefunden. Diese Entwicklung hat auf der einen Seite zu einer abnehmenden Nutzungsdichte in der Stadtmitte geführt, auf der anderen Seite konnte das Revitalisierungspotenzial zentrumsnah realisiert werden. Dementsprechend kommt der räumlichen Steuerung der weiteren Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Tirschenreuth besondere Bedeutung zu, damit die durchaus erwünschten wettbewerblichen Wirkungen nicht zu einer städtebaulichen Unverträglichkeit führen.

Die weitere Einzelhandelsentwicklung ist vor diesem Hintergrund künftig so zu steuern, dass Wettbewerbswirkungen im Sinne einer städtebaulich geordneten Entwicklung auch zur Weiterentwicklung der Stadtmitte und der integrierten Standorte beitragen. Es gilt, ansiedlungswillige Unternehmen an die städtebaulich geeigneten Standorte zu lenken, um den Wettbewerb an diesen Standorten zu erhöhen.

C 5 Situation der Nahversorgung

Die Struktur und räumliche Verteilung der Nahversorgungsstandorte besitzt einen besonderen Stellenwert im Rahmen der kommunalen Einzelhandelsplanung und der kommunalen Daseinsvorsorge. So sollte die Versorgung der Bürgerinnen und Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden, um Verkehr zu vermeiden und um die Versorgung nicht mobiler oder eingeschränkt mobiler Bevölkerungsgruppen zu gewährleisten. Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden insbesondere die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel einschließlich Apothekerwaren gezählt. Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote (vgl. Tab. 10).

Zur Einschätzung der Nahversorgungssituation wird für gewöhnlich die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben dieser rein

quantitativen Betrachtung gilt es aber zudem mit der Erreichbarkeit und dem Betriebsformen-Mix auch räumliche und strukturelle Aspekte zu berücksichtigen.

Tabelle 10: Angebotsbausteine einer wohnstandortnahen Grundversorgung

Grundausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch und Wurstwaren Getränke Gesundheits- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Schreibwaren, Papier Blumen, Zoo
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

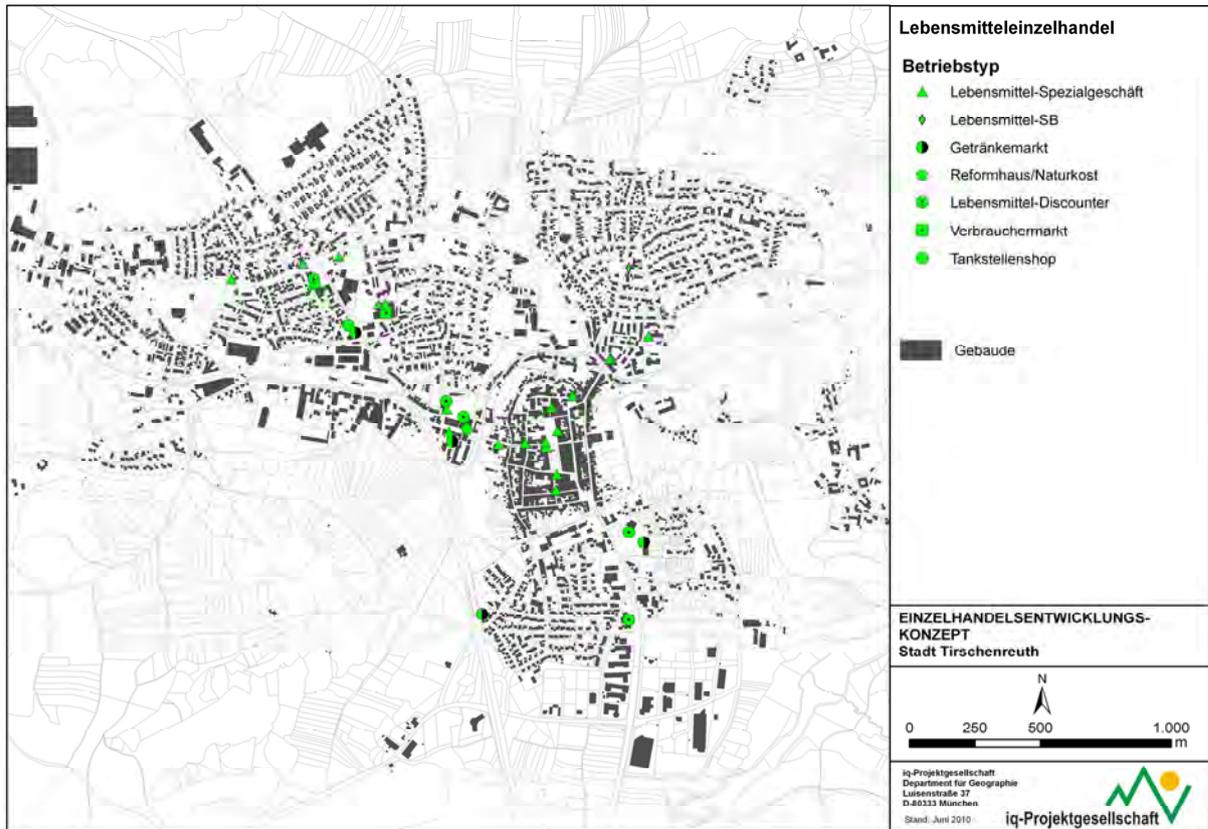
Quelle: Eigene Zusammenstellung.

iq-Projektgesellschaft

In der Stadt Tirschenreuth beläuft sich die Angebotsausstattung im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf insgesamt ca. 6.600 m² Verkaufsfläche, was einem Wert von 0,72 m² Verkaufsfläche je Einwohner entspricht. Damit liegt die Ausstattung für diese Warengruppe oberhalb des Referenzwertes für vergleichbare Mittelzentren, der 0,66 m² Verkaufsfläche je Einwohner beträgt. Dies lässt zunächst keine quantitativen Ausstattungsdefizite erwarten.

Die Angebotsstruktur ist durch das Vorhandensein eines nahezu vollständigen Betriebsformen-Mix bestehend aus einem Verbrauchermarkt (E-Center), fünf LM-Discountern (zwei Norma, Netto, Aldi, Lidl) und vier Getränkemärkten (davon ein Garagenverkauf) sowie einer Vielzahl an Spezialgeschäften als für ein Mittelzentrum sehr gut zu bewerten (vgl. Karte 7). Lediglich ein klassischer LM-Supermarkt ist nicht in der Stadt Tirschenreuth angesiedelt. Außerdem fehlt die Betriebsform „SB-Warenhaus“, die allerdings für eine Stadt der Größe von Tirschenreuth zumindest in der klassischen Variante mit über 5.000 m² Verkaufsfläche auch nicht typisch ist. Ergänzend zur der rein quantitativen Betrachtung der Grundversorgungs-ausstattung bemisst sich deren Funktion als tatsächliche Nahversorgung speziell an der räumlichen Verteilung der Standorte. Dabei wird deren fußläufige Erreichbarkeit als Bewertungsmaßstab herangezogen. Als kritische Zeit/Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen gilt eine Entfernung von ca. 500 m.

Karte 7: Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

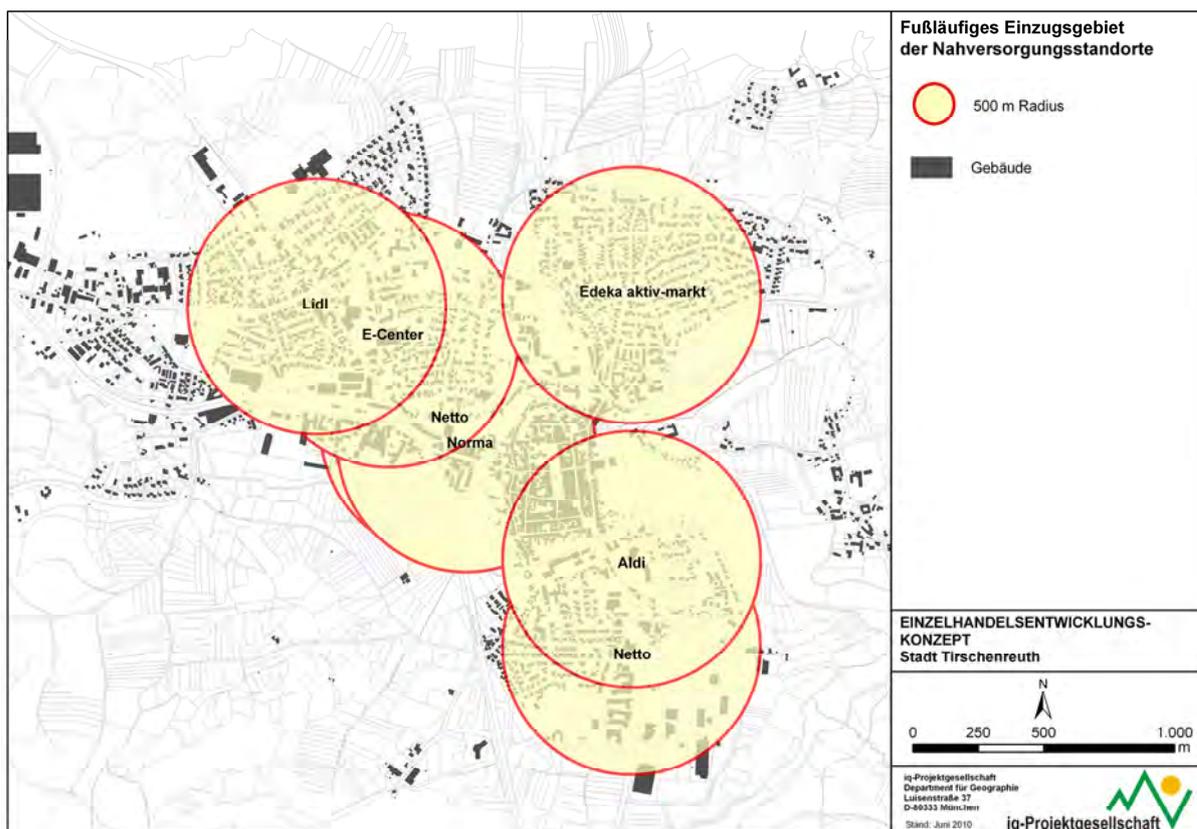
Karte 8 gibt einen Überblick über die Nahversorgungssituation in Tirschenreuth. Um die grundversorgungsrelevanten Betriebe (LM-SB-Markt, LM-Discounter, Verbrauchermarkt) wurde ein so genannter Versorgungsradius von 500 Metern gelegt, innerhalb dessen die Bevölkerung zumindest planerisch betrachtet über eine ausreichende Nahversorgung verfügt. Zu berücksichtigen ist dabei allerdings, dass sich die Angebotstiefe und -breite der einzelnen Betriebstypen unterscheidet. So bieten Verbrauchermärkte bis zu 40.000 Artikel an, während LM-Discounter je nach Betreiber lediglich 1.200 (Lidl) bzw. nur ca. 800 Artikel (z.B. Aldi) anbieten.

- Der Maximilianplatz verfügt über keinen Grundbaustein des nahversorgungsrelevanten Lebensmitteleinzelhandels (LM-Supermarkt oder LM-Discounter). Vor allem existieren hier viele LM-Spezialgeschäfte, die bei der Nahversorgung eine sehr untergeordnete Rolle spielen. Die Nahversorgungsfunktion in der Stadtmitte übernehmen vor allem die LM-Discounter Netto und Norma, die ihren Standort im TEO und damit in fußläufiger Erreichbarkeit zum Maximilianplatz haben.
- Auch die Anbieter E-Center (Verbrauchermarkt) und Lidl (LM-Discounter), beide in der Mitterteicher Straße gelegen, können als tatsächliche Nahversorgungsstandorte charakte-

risiert werden, da sie einen fußläufigen Einzugsbereich ausbilden, in dem sich Wohnbauung befindet.

- Die LM-Discounter Aldi und Netto im südlichen Stadtgebiet (Äußere Regensburger Straße) sind ebenfalls als wohnstandortnahe Grundversorgungsstandorte zu werten, wenn gleich innerhalb ihres fußläufigen Einzugsbereichs weniger Wohnbevölkerung existiert als bei den beiden vorgenannten Betrieben.

Karte 8: Nahversorgung in der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

- Mit dem Edeka aktiv-markt (LM-SB-Markt) im nordöstlichen Stadtgebiet existiert ein Nahversorger mit lediglich etwa 100 m² Verkaufsfläche für Lebensmittel. Trotz dieser geringen Größe hat dieser eine hohe Bedeutung für die Nahversorgung des nordöstlichen Stadtgebiets, da es sich bei dem Edeka aktiv-markt um den einzigen Anbieter handelt, der dort angesiedelt ist, und keine anderen Anbieter einen fußläufigen Einzugsbereich ausbilden, der in dieses Stadtgebiet hineinreicht.
- Insgesamt befinden sich alle Standorte der Lebensmittelanbieter in integrierten Lagen und übernehmen in unterschiedlichem Umfang eine Nahversorgungsfunktion für Wohngebiete in den verschiedenen Stadtteilen, wobei sie neben der dortigen Wohnbevölkerung auch autokundenorientierte Grundversorgungsstandorte darstellen.

- Die räumliche Verteilung der Nahversorger in der Stadt Tirschenreuth gewährleistet eine fast vollständige wohnstandortnahe Grundversorgung für die Einwohner. Es existiert eine Vielzahl von Überschneidungsbereichen der Versorgungsradien der einzelnen Anbieter. Defizite sind auf Grund der geringen m² Verkaufsfläche für Lebensmittel im nordöstlichen Stadtgebiet feststellbar.

C 6 Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung

Im Zuge der Kartierung des Einzelhandelsbestandes wurde ein Fragebogen an alle Einzelhändler verteilt. Von 37 der insgesamt 109 Einzelhandelsgeschäfte liegen Ergebnisse zur Unternehmerbefragung vor. Das sind etwa ein Drittel aller Betriebe. Dabei handelt es sich um folgendes Untersuchungssample in der Stadt Tirschenreuth:

- 62,2 % der Betriebe des Untersuchungssamples sind Hauptniederlassungen. 27 % der Betriebe des Untersuchungssamples sind Zweigniederlassungen bzw. Filialbetriebe oder Franchisenehmer. 10,8 % machten hierzu keine Angabe.
- 64,9 % der Betriebe des Untersuchungssamples werden im Haupterwerb geführt. 8,1 % der Betriebe des Untersuchungssamples werden im Nebenerwerb geführt, 27 % machten hierzu keine Angabe.
- 75,7 % der Betriebe des Untersuchungssamples haben ihren Standort in der Stadtmitte der Stadt Tirschenreuth.

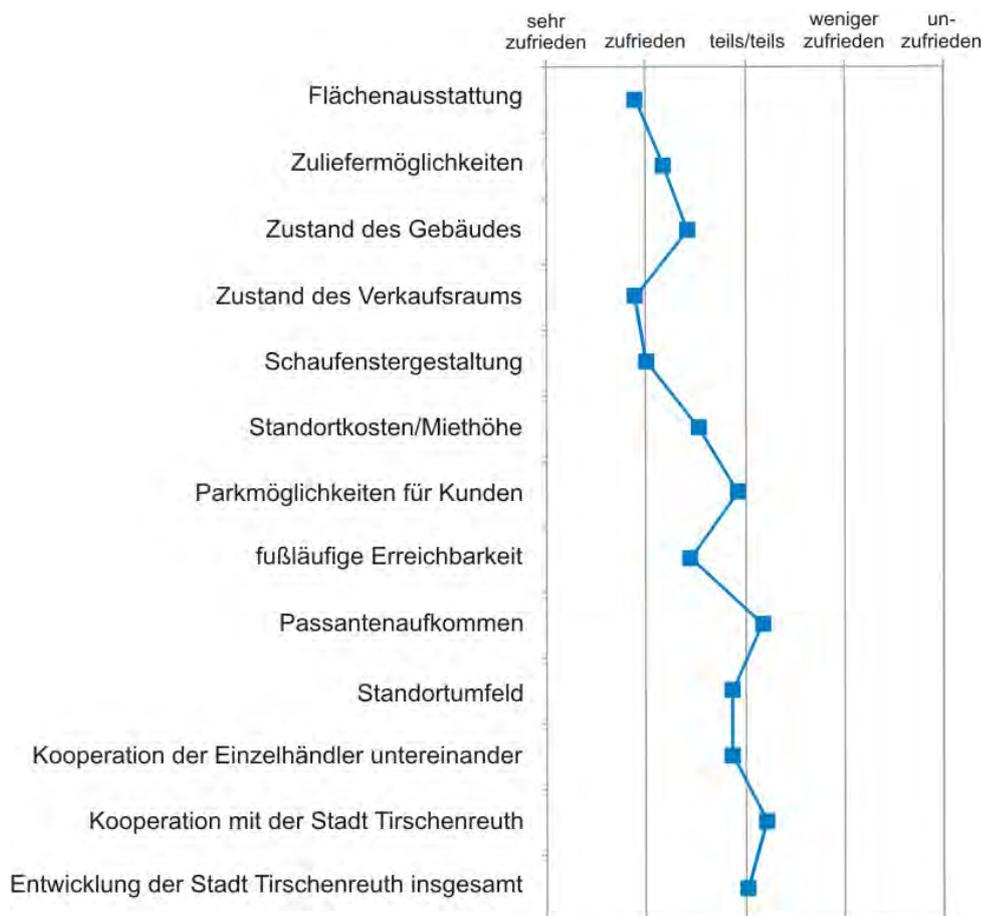
Eigentumsverhältnisse und Standortzufriedenheit

- 64,9 % der antwortenden Einzelhändler nutzen Verkaufsräume, die gemietet oder gepachtet sind. Dementsprechend umfassen die betrieblichen Kosten bei der überwiegenden Mehrzahl der Einzelhandelsbetriebe auch Kosten für Miete/Pacht, die durch die Geschäftstätigkeit erwirtschaftet werden müssen. In eigenen Räumlichkeiten befindet sich knapp ein Drittel der antwortenden Einzelhändler. Entsprechend entfallen deren betrieblichen Kosten für Miete/Pacht.
- Der Großteil der antwortenden Einzelhändler ist zufrieden mit seinem jetzigen Standort. 70,3 % würden bei einer Betriebsneugründung ihren derzeitigen Standort erneut wählen. Bei 29,7 % der Befragten herrscht Unzufriedenheit über ihre Standortbedingungen.
- Die Einzelhändler versprechen sich an anderen Standorten insbesondere mehr Passanzenaufkommen sowie eine verbesserte Parkplatzsituation. Zudem würden einige der antwortenden Einzelhändler andere Standorte wegen dem Vorhandensein von Magnetbetrieben, einem größeren Einzugsgebiet, einer besseren Erreichbarkeit sowie einer besseren Aufenthaltsqualität wählen.
- Mehr als ein Drittel der Einzelhändler, die mit ihrem Standort unzufrieden sind, würden ihren Alternativstandort außerhalb der Stadt Tirschenreuth wählen. Ein bevorzugter Alter-

nativstandort innerhalb der Stadt Tirschenreuth kristallisiert sich nicht heraus. Weder der Maximilianplatz noch das TEO werden hier auffällig häufig genannt.

- Die antwortenden Einzelhändler beurteilen die verschiedenen Standortbedingungen ihres Betriebes sehr unterschiedlich (vgl. Abb. 16). Zufrieden sind die Einzelhändler mit der Flächenausstattung, dem Zustand des Verkaufsraums sowie der Schaufenstergestaltung. Als noch zufriedenstellend werden die Zuliefermöglichkeiten, der Zustand des Gebäudes und die fußläufige Erreichbarkeit eingeschätzt.

Abbildung 16: Beurteilung der Standortbedingungen in der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Die Zufriedenheit mit den Standortkosten/Miethöhe ist dagegen weniger groß, liegt aber deutlich höher als die Zufriedenheit mit Standortumfeld oder Passantenaufkommen. Auch die Kooperation der Einzelhändler untereinander sowie die Zusammenarbeit mit der Stadt Tirschenreuth halten die meisten der antwortenden Einzelhändler für verbesserungswürdig. Verbesserungspotenzial wird zudem bei den Parkmöglichkeiten für Kunden gesehen.
- Vor allem die Einzelhändler aus der Stadtmitte schätzen die Parkplatzsituation sowie die Zuliefermöglichkeiten schlechter ein als der Gesamtdurchschnitt aller antwortenden Einzelhändler. Auch die Kooperation mit der Stadt Tirschenreuth ist in ihren Augen schlech-

ter. Dagegen bewerten sie die Schaufenstergestaltung positiver als der Gesamtdurchschnitt aller antwortenden Einzelhändler.

- Insgesamt ist festzustellen, dass keine der ausgewählten Standortbedingungen von den antwortenden Einzelhändlern im Durchschnitt mit „weniger zufrieden“ bzw. „unzufrieden“ eingestuft wird.

Aus Sicht der befragten Einzelhändler ergeben sich diverse Ansatzpunkte zur Profilierung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort. Jedoch machte lediglich knapp die Hälfte der 37 antwortenden Einzelhändler hierzu Angaben.

Tabelle 11: Handlungsfelder zur Profilierung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort

Handlungsfeld	absolut	Anteil an allen Befragten (in %)
Parkmöglichkeiten verbessern	5	13,5
Ansiedlung von Fachgeschäften statt „Billigmärkten“	4	10,8
Beherbergungsangebot verbessern	4	10,8
Gastronomieangebot verbessern	3	8,1
ÖPNV-Anbindung verbessern	3	8,1
Schaffung von Arbeitsplätzen	3	8,1

Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Am häufigsten (fünf Nennungen) wird eine Verbesserung der Parkplatzsituation am Maximilianplatz gefordert. Jeweils vier Einzelhändler fordern die verstärkte Ansiedlung von Fachgeschäften an Stelle von Einzelhandelsbetrieben mit discountorientiertem Qualitätsniveau sowie die Verbesserung des Übernachtungsangebots in der Stadt Tirschenreuth. Die Verbesserung des Gastronomieangebotes sowie die Anbindung an den Öffentlichen Personennahverkehr werden von jeweils drei Einzelhändlern als zukünftige Handlungsfelder für die Stadt Tirschenreuth identifiziert.

Weiterhin wurden die Einzelhändler dazu befragt, in welchen Bereichen die Zusammenarbeit zwischen Stadt, Handel und Gastronomie verbessert werden könnte. Hierzu gab es nur sehr wenige Verbesserungsvorschläge. Einzelne Befragte nennen u.a. gemeinsame Aktionen von Stadtmarketing und TIR-Info Runde oder ein gemeinsames Werbekonzept.

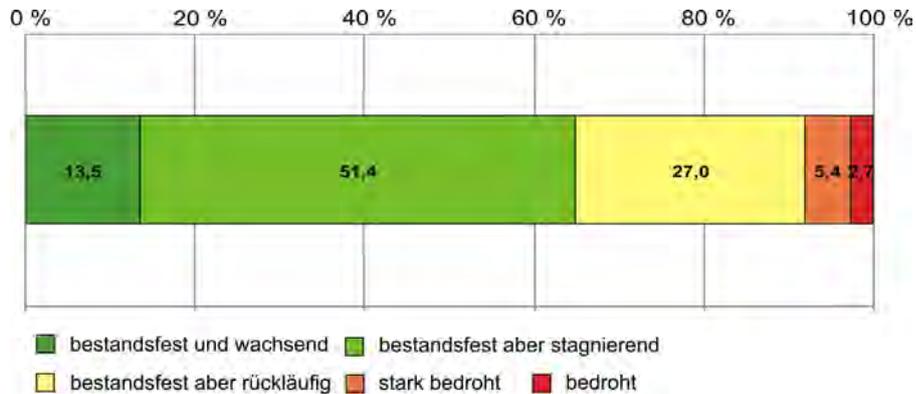
Bestandsfestigkeit

Neben den Standortbedingungen stellt die Bestandsfestigkeit der Einzelhandelsbetriebe eine entscheidende Größe für die Innenstadt als Einkaufsstandort dar.

- Insgesamt sehen 91,9 % der antwortenden Einzelhändler ihren Betrieb als bestandsfest für die nächsten fünf Jahre (vgl. Abb. 17). Mehr als die Hälfte der Geschäfte sieht sich mit

einer stagnierenden, knapp mehr als ein Viertel mit einer rückläufigen Entwicklung konfrontiert. 13,5 % der antwortenden Einzelhändler geben an, wachsende Entwicklungsperspektiven zu haben. Als „bedroht“ oder sogar „stark bedroht“ stufen 8,1 % der antwortenden Einzelhändler ihren Betrieb ein.

Abbildung 17: Bestandsfestigkeit der Einzelhandelsbetriebe in Tirschenreuth

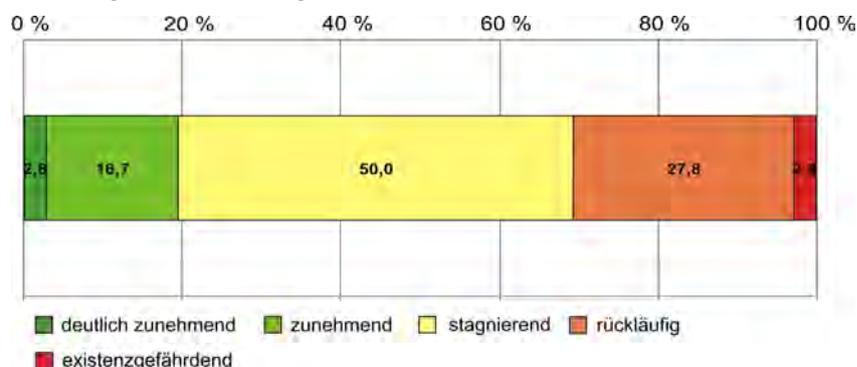


Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Für etwas mehr als zwei Drittel der antwortenden Einzelhändler zeichnen sich Problembereiche ab, die den Fortbestand oder die Weiterentwicklung ihres Betriebs in Tirschenreuth gefährden. Als bedeutendste Problembereiche werden die Entwicklung des Standorts/ Standortumfelds sowie Absatzprobleme/Nachfragerückgang genannt. Daneben werden der Wettbewerb innerhalb der Stadt, die Branchenentwicklung sowie die Ertragslage und Parkplatzprobleme als problematisch für die Erhaltung des Betriebes gesehen.
- Ein wichtiger Faktor für die Bestandsfestigkeit von Einzelhandelsbetrieben ist das Alter der Inhaber/Betreiber der Geschäfte und daraus resultierend die Fragestellung, ob heute bereits eine Nachfolgeregelung getroffen wurde, die den Fortbestand des Geschäfts sicherstellt. Bei knapp einem Fünftel der antwortenden Einzelhändler steht innerhalb der nächsten fünf Jahre eine Unternehmensnachfolge an, die Nachfolgeregelung ist bei diesen Betrieben bereits bei rund 71 % geklärt.

Abbildung 18: Ertragsentwicklung der Einzelhandelsbetriebe in Tirschenreuth



Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Betriebliche Entwicklung

- 19,5 % der antwortenden Einzelhändler geben an, eine zunehmende bis deutlich zunehmende Ertragsentwicklung in den vergangenen fünf Jahren verzeichnet zu haben (vgl. Abb. 18). Die Hälfte verweist auf stagnierende Erträge. 27,8 % der antwortenden Einzelhändler mussten rückläufige, 2,8 % existenzgefährdende Erträge hinnehmen.

Entwicklung des Standortes

- Die Entwicklung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstadt in den vergangenen zehn Jahren wird insgesamt leicht positiv bewertet (vgl. Abb. 19). Einem Anteil von 27 % der antwortenden Einzelhändler, welche eine gute oder sehr gute Entwicklung beobachten, steht ein Anteil von 10,8 % gegenüber, der eine schlechte oder sehr schlechte Entwicklung der Stadt Tirschenreuth wahrnimmt. Der überwiegende Anteil ist jedoch unentschieden und sieht sowohl positive als auch negative Entwicklungen im vergangenen Jahrzehnt.

Abbildung 19: Entwicklung ausgewählter Standortlagen



Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Für ihr direktes Standortumfeld bewerten 40,5 % der antwortenden Einzelhändler die Entwicklung als gut bis sehr gut. Auf der anderen Seite stellt mehr als ein Drittel eine schlechte Entwicklung ihres direkten Standortumfelds in den letzten zehn Jahren fest.

D Nachfrageverhalten

D 1 Aktuelles Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth

Als aktuelles Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth wird der Raum bezeichnet, dessen Bevölkerung aktuell zum Einkauf in der Stadt Tirschenreuth neigt. Die Größe des Marktgebietes für den Einzelhandel der Stadt Tirschenreuth wird von einer Reihe unterschiedlicher Faktoren beeinflusst. Im Wesentlichen zählen hierzu:

- Struktur und räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes innerhalb des Stadtgebietes der Stadt Tirschenreuth,
- Branchen-Mix und Sogkraft ansässiger (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe,
- Lage zu anderen zentralen Orten sowie Nähe zu Konkurrenzorten,
- Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum und Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerverflechtungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- topographische Bedingungen, Verkehrsinfrastruktur und Erreichbarkeit.

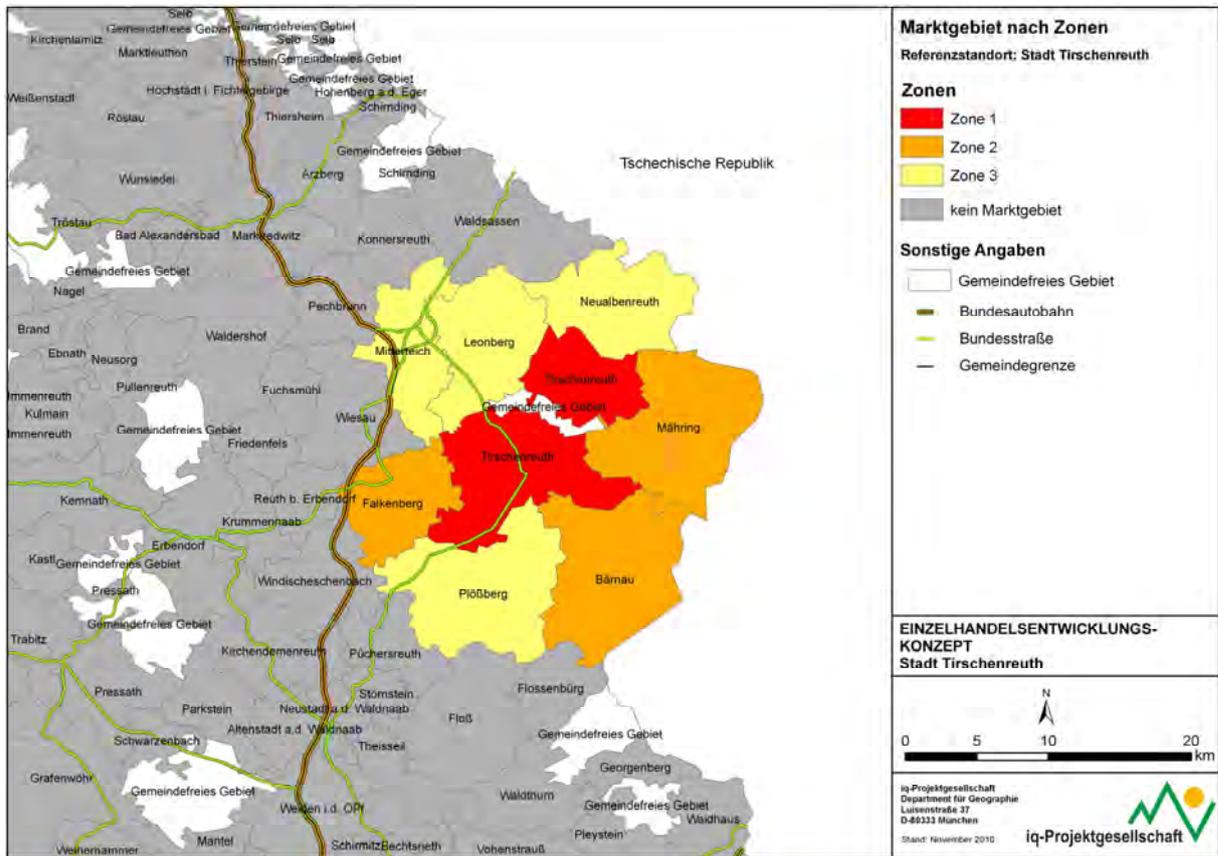
Unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren wurde das Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth bestimmt. Für eine Verifizierung der Abgrenzung wurde innerhalb eines größeren räumlichen Umgriffs eine Haushaltsbefragung durchgeführt.

Um die unterschiedliche Intensität der Kundenbindung im Marktgebiet zum Ausdruck zu bringen, wird das aktuelle Marktgebiet in unterschiedliche Zonen unterteilt (vgl. Karte 9):

- Zone 1 umfasst die Stadt Tirschenreuth selbst und ist als Kernbereich zu verstehen, innerhalb dessen eine deutliche Orientierung der Verbraucher auf das Einzelhandelsangebot in der Stadt Tirschenreuth vorliegt.
- Zone 2 umfasst die Kommunen im Umland der Stadt Tirschenreuth, die über alle Sortimente betrachtet eine überwiegende Orientierung der Verbraucher auf die Stadt Tirschenreuth aufweisen.
- Zone 3 umfasst die Kommunen im Umland der Stadt Tirschenreuth, die aufgrund der räumlichen Distanz oder der Nähe zu alternativen Versorgungsstandorten eine mäßige ausgeprägte Einkaufsorientierung der Wohnbevölkerung auf die Stadt Tirschenreuth besitzen.
- Außerhalb der Zonen 1 bis 3 befinden sich die Kommunen, welche aufgrund der räumlichen Distanz oder der Nähe zu alternativen Versorgungsstandorten eine sehr schwach

ausgeprägte Einkaufsorientierung der Wohnbevölkerung auf die Stadt Tirschenreuth besitzen.

Karte 9: Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth nach Zonen



Quelle: Eigene Erhebung (Umlandbefragung Tirschenreuth 2010) und Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Das dargestellte Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth entspricht der Ist-Situation. Demnach umfasst das Marktgebiet derzeit ca. 28.000 Einwohner.

Tabelle 12: Einwohnerverteilung im einzelhandelsbezogenen Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth

Zonen	Einwohner (31.12.2009)
Zone 1	9.149
Tirschenreuth	
Zone 2	6.102
Bärnau, Falkenberg, Mähning	
Zone 3	12.815
Leonberg, Mitterteich, Neualbenreuth, Plößberg	
Zonen 1 bis 3	28.066

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Obwohl die Stadt Tirschenreuth als Mittelzentrum eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Kommunen besitzt, fällt die Kaufkraftbindung in Tirschenreuth der Gemeinden der Zone 2 und 3 mit Werten zwischen 44 % und 51 % im kurzfristigen Bedarfsbereich relativ gering aus. Die Zonierung ist Resultat der Berücksichtigung weiterer Sortimente und anderer Einflussfaktoren wie z.B. Erreichbarkeitsvorteile gegenüber anderen zentralen Orten sowie das Einzelhandelsangebot innerhalb der jeweiligen Kommune.

D 2 Wettbewerbssituation im Marktgebiet

Innerhalb des Mittelbereichs der Stadt Tirschenreuth verfügt lediglich Mitterteich über ein ausreichendes Angebot im Lebensmittelmitteleinzelhandel. Auf Grund dessen ist eine weniger stark ausgeprägte Einkaufsorientierung für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zu erwarten. Innerhalb des Mittelbereichs der Stadt Tirschenreuth verfügen keine weiteren Kommunen über eine derartige Ausstattung im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels.

Tabelle 13: Ausstattung benachbarter Kommunen mit Anbietern des Lebensmitteleinzelhandels

		E-Center	diska (Edeka)	Edeka	Edeka nah und gut	Rewe	Plus	Aldi	Lidl	Penny	Norma	Netto	Kaufland	real	Globus
Mittelbereich Tirschenreuth	Bärnau		x												
	Falkenberg				x										
	Mitterteich			x				x	x			x			
	Plößberg				x										
	Wiesau					x						x			
Weiden i.d.OPf.	xx	xx	x	xx			xx	xx	xx	xx	xx	xx	x	x	
Waldsassen			x				x				x	x			
Marktredwitz	x		x				x	xx	x	x	x	x	x		
Neustadt a.d.Waldnaab			x				x			x	x				
Wunsiedel	x	x					x	x			x	x			
Erbendorf			x				x					x			
Windisch-eschenbach			x								x	x			

Quelle: Eigene Erhebung.

iq-Projektgesellschaft

Außerhalb des Mittelbereichs der Stadt Tirschenreuth nimmt das Oberzentrum Weiden i.d.OPf. eine herausragende Stellung ein. Der zentrale Doppelort Marktredwitz/Wunsiedel ist

ebenfalls mit zahlreichen Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ausgestattet. U.a. befindet sich hier ein Kaufland. In den weiteren Mittelzentren Waldsassen und Neustadt a.d.Waldnaab befinden sich jeweils vier Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe. Auch die Unterezentren Erbdorf und Windischeschenbach verfügen über ein Nahversorgungsangebot. Die Ausstattung der einzelnen Kommunen mit den unterschiedlichen Anbietern der gängigen Betriebsformen LM-Discounter, LM-Supermarkt, Verbrauchermarkt und SB-Warenhaus zeigt Tabelle 13.

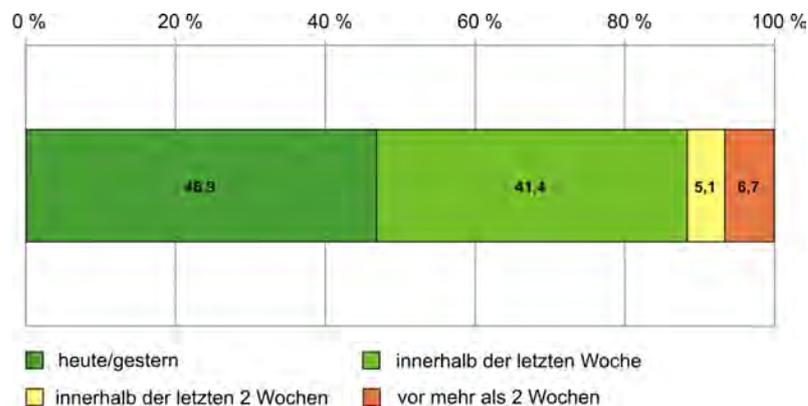
D 3 Einkaufsintensität und Einkaufsstättenwahl

Die Intensität der Kundenbindung in der Stadt Tirschenreuth bzw. deren Einkaufsintensität an den jeweiligen Handelsstandorten in der Stadt Tirschenreuth wird durch die Häufigkeit des Besuchs zum Ausdruck gebracht.

Einwohner der Stadt Tirschenreuth

Nachdem die Tirschenreuther Bürgerinnen und Bürger für Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ein gutes Angebot in der eigenen Stadt vorfinden, besteht keine Notwendigkeit, diese Warengruppen in anderen Städten einzukaufen. Dementsprechend erreicht auch die Einkaufshäufigkeit der Tirschenreuther Bevölkerung in der eigenen Stadt einen vergleichsweise hohen Wert (vgl. Abb. 20).

Abbildung 20: Einkaufshäufigkeit der Wohnbevölkerung



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Die überwiegende Mehrheit, nämlich 88,3 % der der Befragten, hat innerhalb der letzten Woche in der Stadt Tirschenreuth eingekauft. Lediglich bei 6,7 % der Befragten war der lag ein Einkauf in Tirschenreuth über zwei Wochen zurück.

Der Großteil der Befragten, nämlich mehr als zwei Drittel, besuchten bei Ihrem letzten Einkauf in Tirschenreuth Einzelhandelsbetriebe an der Mitterteicher Straße (vgl. Tab. 14). Das

TEO wurde von knapp jedem Vierten der Befragten beim Einkauf besucht. Lediglich 18 % geben an, bei ihrem letzten Einkauf Geschäfte am Maximilianplatz aufgesucht zu haben.

Tabelle 14: Ort des letzten Einkaufs

Standort	Anteil in %
Mitterteicher Straße	67,5
TEO	39,2
sonstiger Standort	30,3
Stadtplatz (Maximilianplatz)	18,1

Hinweis: Mehrfachnennungen möglich.
* Einkauf mit mehr als 30 € Tagesausgaben.

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Insgesamt geben etwa vier Fünftel der Befragten an, beim letzten Einkauf den Maximilianplatz nicht aufgesucht zu haben (vgl. Tab. 15). Lediglich ca. 18 % haben bei ihrem letzten Einkauf den Maximilianplatz aufgesucht. Es fällt auf, dass insgesamt relativ wenige Einwohner einen Einkauf am Stadtplatz mit Erledigungen an anderen Versorgungsstandorten verbinden.

Tabelle 15: Besuchte Versorgungsstandorte beim letzten Einkauf*

Standorte	Anzahl	Anteil in %
Stadtplatz	90	18,1
Stadtplatz + Mitterteicher Straße	26	5,2
Stadtplatz + TEO	15	3,0
Stadtplatz + TEO + Mitterteicher Straße	15	3,0
nur Stadtplatz	11	2,2
Stadtplatz + sonstiger Standort	9	1,8
Stadtplatz + TEO + Mitterteicher Straße + sonstiger Standort	8	1,6
Stadtplatz + Mitterteicher Straße + sonstiger Standort	3	0,6
Stadtplatz + TEO + sonstiger Standort	3	0,6
ohne Stadtplatz	402	80,7
nur Mitterteicher Straße	152	30,5
Mitterteicher Straße + TEO	73	14,7
nur sonstiger Standort	60	12,0
nur TEO	49	9,8
Mitterteicher Straße + sonstiger Standort	36	7,2
Mitterteicher Straße + TEO + sonstiger Standort	23	4,6
TEO + sonstiger Standort	9	1,8

* Einkauf mit mehr als 30 € Tagesausgaben

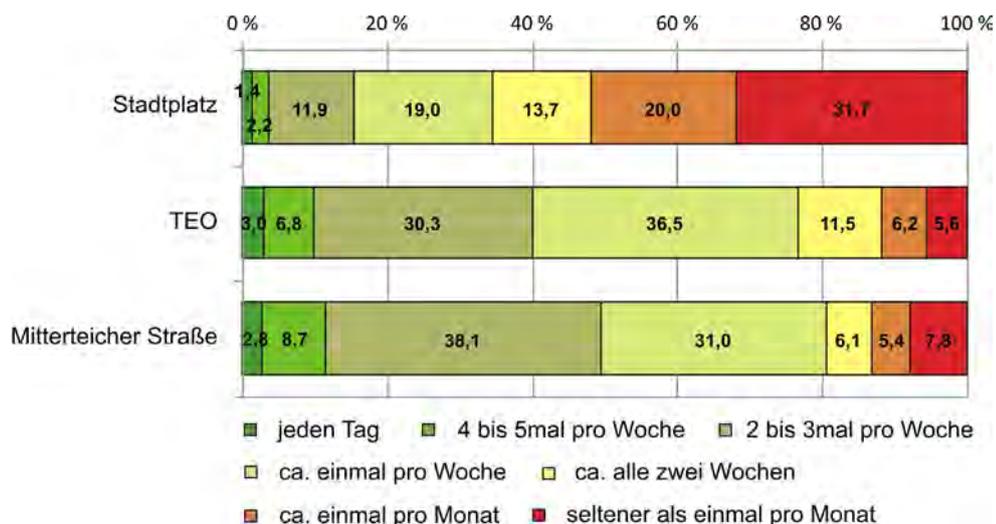
Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Deutlich häufiger als den Stadtplatz suchen die Tirschenreuther Bürgerinnen und Bürger die anderen Versorgungslagen auf. Vor allem das Einzelhandelsangebot in der Mitterteicher Straße ist von großer Bedeutung, welches 31 % der Befragten aufsuchen, ohne einen dortigen Einkauf mit einer Besorgung in anderen Versorgungslagen zu verbinden. Knapp 15 % der Befragten haben bei ihrem letzten Einkauf sowohl die Geschäfte an der Mitterteicher Straße als auch die im TEO aufgesucht. An sonstigen Standorten kaufen 12 % der Befragten ein. Dabei handelt es sich um die Einzelhandelsbetriebe in Streulage sowie um die Betriebe an der Äußeren Regensburger Straße. Ausschließlich im TEO kaufen ca. 10 % der Tirschenreuther Einwohner ein.

Die Besuchshäufigkeit des Tirschenreuther Stadtplatzes (Maximilianplatz) unterscheidet sich deutlich von der Besuchsfrequenz der Versorgungslagen „Mitterteicher Straße“ und TEO (vgl. Abb. 21).

Abbildung 21: Besuchshäufigkeit verschiedener Versorgungslagen in der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Während die Einzelhandelsbetriebe im TEO und der Mitterteicher Straße von ca. 81 bzw. 77 % der Befragten mindestens einmal pro Woche besucht werden, kaufen lediglich ca. 35 % der Befragten in Geschäften am Maximilianplatz mindestens einmal pro Woche ein. Entsprechend hoch ist die Anzahl derer, die ca. einmal im Monat und seltener Geschäfte am Stadtplatz aufsuchen. Knapp 12 % der Befragten nutzen die Einkaufsmöglichkeiten an der Mitterteicher Straße viermal und häufiger pro Woche was damit den Wert für das TEO (ca. 10 %) übersteigt.
- Die Einzelhandelsbetriebe an der „Mitterteicher Straße“ übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion u. a. für Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs, da hier der Anteil der Tirschenreuther Bevölkerung, der mehrmals in der Woche einkauft, am höchsten ist.

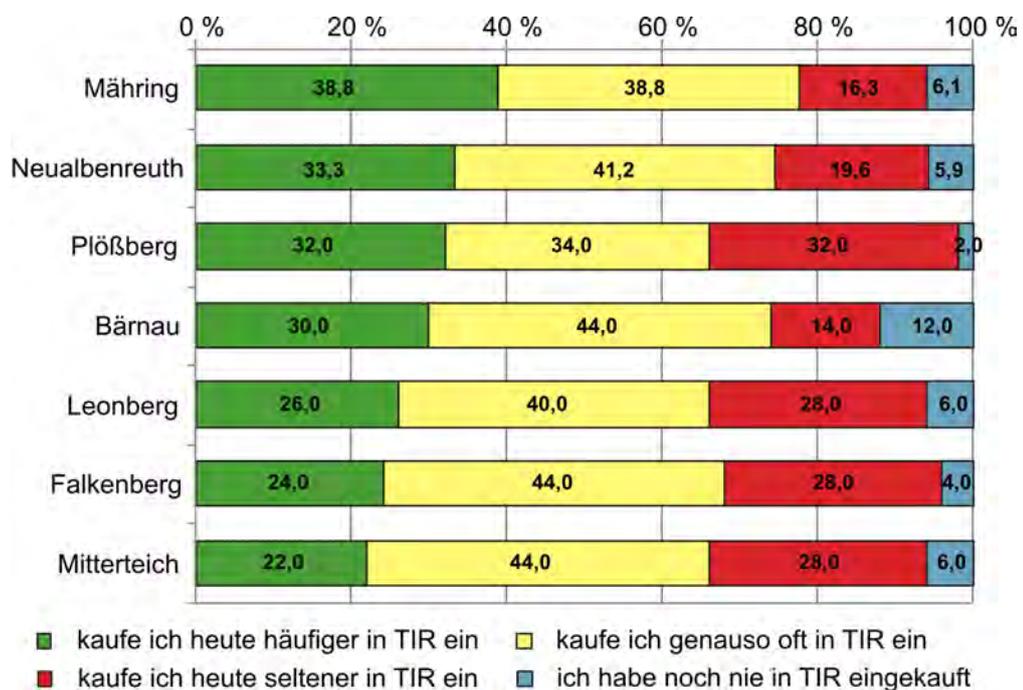
D 4 Einkaufsorientierung und Veränderung des Einkaufsverhaltens

Auf Basis der Ergebnisse der schriftlichen Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth sowie der telefonischen Haushaltsbefragung in den Umlandgemeinden ist die Einkaufsorientierung der jeweiligen Einwohner in den Untersuchungsgemeinden dargestellt. Daraus werden die wesentlichen Konkurrenzstandorte deutlich, in die Kaufkraft der Tirschenreuther Bevölkerung abfließt.

Einwohner der Gemeinden im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth

In den vergangenen fünf Jahren hat sich die Einkaufsorientierung der Einwohner aus den Umlandkommunen in Bezug auf die Stadt Tirschenreuth unterschiedlich entwickelt (vgl. Abb. 22).

Abbildung 22: Entwicklung der Einkaufsorientierung im Marktgebiet im Vergleich zu vor fünf Jahren



Quelle: Eigene Erhebung (Telefonische Umlandbefragung 2010) und Berechnung.

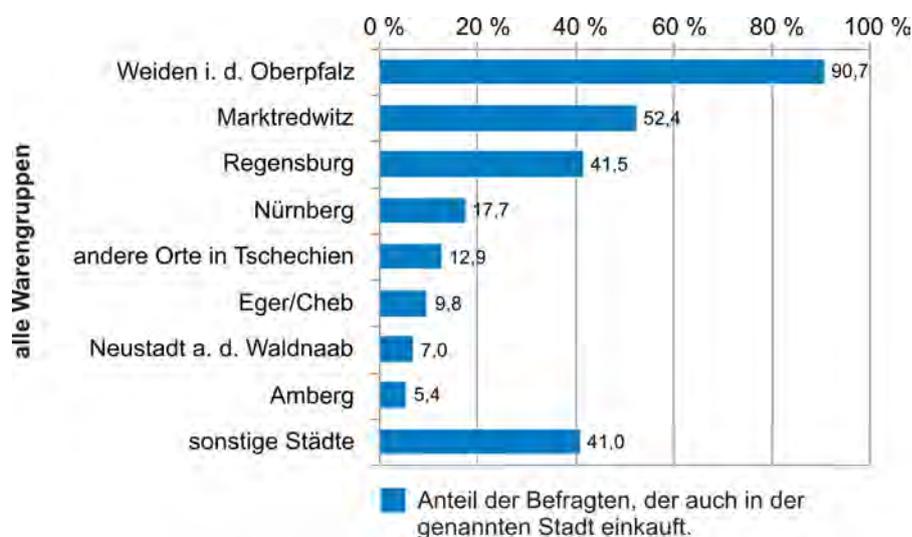
iq-Projektgesellschaft

- Vor allem Einwohner aus den östlich von Tirschenreuth gelegenen Gemeinden Mähring und Neualbenreuth nutzen heute das Einzelhandelsangebot in der Stadt Tirschenreuth öfter als vor fünf Jahren. Gleiches gilt für Bärnau, wobei hier der Anteil derer, die noch nie in Tirschenreuth eingekauft habe, am höchsten ist. Bei den übrigen Kommunen im Marktgebiet hält sich der Anteil derer, die häufiger bzw. seltener in Tirschenreuth einkaufen in etwa die Waage. Meist ist hier jedoch eine Tendenz zu selteneren Einkäufen in der Stadt Tirschenreuth festzustellen.

Einwohner der Stadt Tirschenreuth

Ergänzend zur Bestimmung der Kaufkraftbindung wird auf Basis der Ergebnisse aus der Haushaltsbefragung die räumliche Einkaufsorientierung der Tirschenreuther Wohnbevölkerung dargestellt. Daraus werden die wesentlichen Konkurrenzstandorte deutlich, in die Kaufkraft der Tirschenreuther Bevölkerung abfließt. Die nachfolgende Abbildung 23 zeigt das Ergebnis zur grundsätzlichen räumlichen Einkaufsorientierung über alle Warengruppen. Eine nach einzelnen Warengruppen differenzierte Darstellung befindet sich im Anhang.

Abbildung 23: Einkaufsorientierung der Tirschenreuther Bevölkerung



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

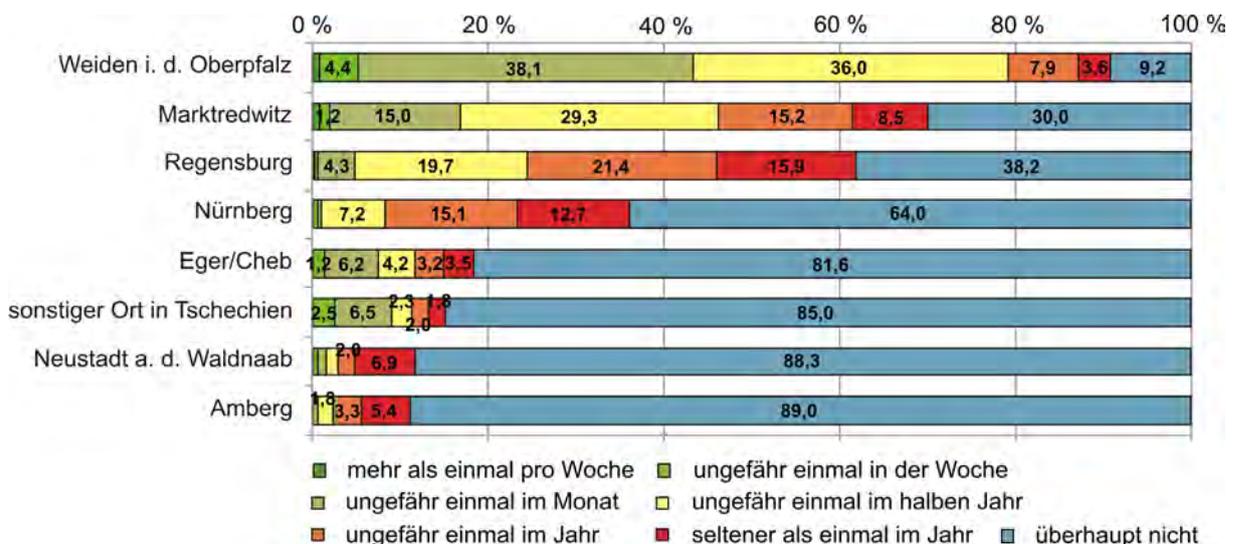
- Vor allem das Oberzentrum Weiden i.d.OPf. wird vom überwiegenden Teil der Tirschenreuther Bevölkerung zum Einkaufen aufgesucht. Auch das Mittelzentrum Marktredwitz sowie das Oberzentrum Regensburg sind für vergleichsweise viele der Tirschenreuther Einwohner wichtige Orte für ihre Einkäufe. Diese Städte konkurrieren um die Kaufkraft der Tirschenreuther Bevölkerung.
- Obwohl in Tirschenreuth nahezu alle Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels existieren, kaufen viele Einwohner zu einem vergleichsweise hohen Anteil Waren des kurzfristigen Bedarfs auch in Weiden i.d.OPf. ein. In gleichem Maße gilt dies auch für die Warengruppe Drogeriewaren. Von etwas weniger als einem Fünftel werden Schnittblumen und Apothekerwaren in Weiden i.d.OPf. eingekauft. Auf Grund des Fehlens eines Parfümeriegeschäfts in der Stadt Tirschenreuth weichen ca. 43 % der Befragten bei der Besorgung von Parfümeriewaren auf Weiden i.d.OPf. aus.
- Auch für die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs ist bei den Tirschenreuther Einwohnern eine starke Orientierung in das Oberzentrum Weiden i.d.OPf. festzustellen. In besonderem Maße trifft dies für die Warengruppe Bekleidung zu, aber auch Schuhe und Lederwaren sowie Sportartikel und -bekleidung kaufen mehr als die Hälfte der Befragten

in Weiden i.d.OPf. ein. Zudem übernehmen auch die Städte Marktredwitz und Regensburg eine Versorgungsfunktion für diese genannten Warengruppen, vor allem bei der Warengruppe Bekleidung. Für die übrigen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs ist die Stadt Weiden i.d.OPf. für weniger als ca. 40 % der Tirschenreuther Bürgerinnen und Bürger ein alternativer Einkaufsstandort.

- Elektrohaushaltsgeräte sowie Unterhaltungselektronik, IT, Telekommunikation, Leuchten und Baumarktartikel, die Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs darstellen, werden von mehr als der Hälfte der Tirschenreuther Einwohner auch in Weiden i.d.OPf. eingekauft. Knapp die Hälfte der Tirschenreuther Bürgerinnen und Bürger sucht diesen Ort zum Kauf von Gartengeräten, -artikeln und Pflanzen auf. Auch das Mittelzentrum Marktredwitz spielt bei der Versorgung mit diesen Warengruppen eine Rolle. Dies ist auf das Fehlen entsprechender Anbieter in der Stadt Tirschenreuth zurückzuführen bzw. der hohe Anteil weist darauf hin, dass die Konsumenten das Angebot in Tirschenreuth als insgesamt zu gering erachten und deshalb einen Standort mit höherer „Anbieter- und Flächenkompetenz“ und dementsprechend umfangreicheren Auswahl- und Vergleichsmöglichkeiten aufsuchen. Die Einkaufsorientierung nach Weiden i.d.OPf. ist bei den anderen Warengruppen des langfristigen Bedarfs nicht derart stark, aber insgesamt auch als relativ ausgeprägt zu bezeichnen.

Die unterschiedliche Bedeutung der konkurrierenden Versorgungsstandorte im Umland der Stadt Tirschenreuth zeigt sich nicht nur anhand der Einkaufsorientierung, sondern wird auch durch die Einkaufsintensität deutlich (vgl. Abb. 24).

Abbildung 24: Einkaufsintensität außerhalb der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

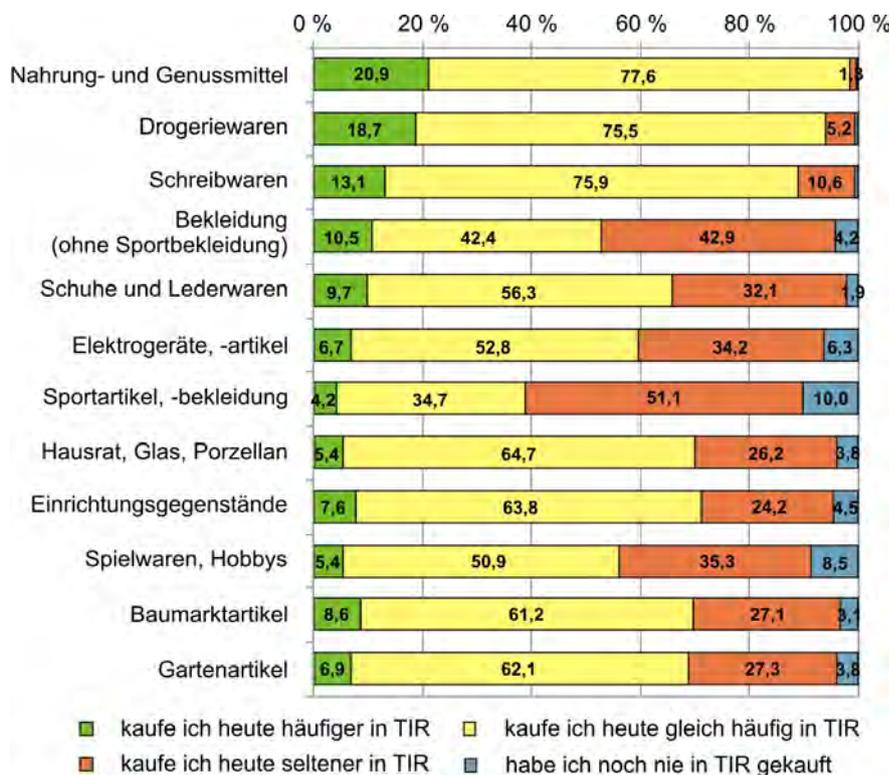
iq-Projektgesellschaft

- Der Anteil der Wohnbevölkerung, die regelmäßig mindestens wöchentlich in zentralen Orten außerhalb der Stadt Tirschenreuth einkauft und diese dementsprechend als Grund-

versorgungsstandorte nutzt, ist insgesamt sehr gering. Lediglich die Stadt Weiden i.d.OPf. ist hier von nennenswerter Bedeutung.

- Vor allem das Oberzentrum Weiden i.d.OPf. hat eine beachtliche Versorgungsfunktion nachdem dort mehr als zwei Fünftel der Tirschenreuther Bevölkerung mindestens einmal im Monat und knapp 80 % mindestens einmal im halben Jahr einkaufen. In Marktredwitz versorgen sich ca. 17 % der Tirschenreuther Einwohner mindestens monatlich. Ebenfalls knapp 17 % der Bürgerinnen und Bürger suchen verschiedene Orte in Tschechien (Eger/Cheb und andere Orte) in diesem Besuchsrhythmus auf.
- Mindestens eine halbjährliche und damit eine regelmäßige Einkaufsbeziehung pflegen etwa 46 % nach Marktredwitz und knapp ein Viertel nach Regensburg. Auch das Nachbarland Tschechien (Eger/Cheb und andere Orte) wird von knapp einem Viertel der Tirschenreuther Bürgerinnen und Bürger in diesem Turnus aufgesucht.

Abbildung 25: Entwicklung der Einkaufsorientierung im Vergleich zu vor fünf Jahren



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Veränderungen im Einkaufsverhalten der Kunden zeigen die Akzeptanz des Angebotes in der Stadt Tirschenreuth (vgl. Abb. 25). Sie sind aber auch ein Indiz dafür, inwiefern das Angebot in Tirschenreuth konkurrenzfähig ist gegenüber dem Angebot an den konkurrierenden Einkaufsstandorten, die von der Tirschenreuth Wohnbevölkerung aufgesucht werden. Neben der stärkeren Hinwendung der Verbraucher zu modernen Betriebsformen wie Fachmärkten sind insbesondere die Aspekte „Umfang des Angebotes“ bzw. „vielfältige Auswahl“ entschei-

dende Aspekte, die gerade bei Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs die Einkaufsorientierung beeinflussen.

- Für Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs lässt sich, im Vergleich zu anderen Einkaufsorten, ein insgesamt konkurrenzfähiges Angebot ableiten. Vor allem für Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren trifft dies zu. Diese Warengruppen werden heute deutlich häufiger in Tirschenreuth eingekauft, als dies noch vor fünf Jahren der Fall war.
- Ein deutlicher Positionsverlust der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort lässt sich dagegen für alle Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs ausmachen. Vor allem Bekleidung und Sportartikel werden seltener in Tirschenreuth eingekauft als noch vor fünf Jahren. Insgesamt haben 10 % noch nie Sportartikel in Tirschenreuth eingekauft.
- Bei Warengruppen, die der langfristigen Bedarfsstufe zuzuordnen sind, erledigen die meisten der Befragten etwa gleich häufig ihre Einkäufe in Tirschenreuth. Jedoch ist auch hier ein Positionsverlust zu erkennen, da die Zahl der Einwohner, die heute seltener bzw. noch nie in Tirschenreuth diese Warengruppen eingekauft hat, überwiegt.

Die räumliche Entwicklung der Einkaufsorientierung zeigt die konkurrierenden Standorte, an die heute mehr Kaufkraft abfließt als vor fünf Jahren. Die in Abbildung 26 dargestellten Anteilswerte beziehen sich dabei nicht auf die Gruppe der Personen, die heute häufiger als vor fünf Jahren in Nachbarstädten einkaufen, sondern auf die Gesamtheit aller Befragten.

Abbildung 26: Räumlich differenzierte Entwicklung der Einkaufsorientierung



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Vor allem im Oberzentrum Weiden i.d.OPf. kaufen heute die Tirschenreuther Einwohner häufiger als noch vor fünf Jahren ein. 28,7 % der Befragten geben dies an.
- Weitere Städte, in denen nennenswerte Anteile der Tirschenreuther Wohnbevölkerung heute häufiger als vor fünf Jahren einkaufen, sind Marktredwitz und Regensburg.

D 5 Bewertung des Einzelhandelsangebots und der Stadtmitte

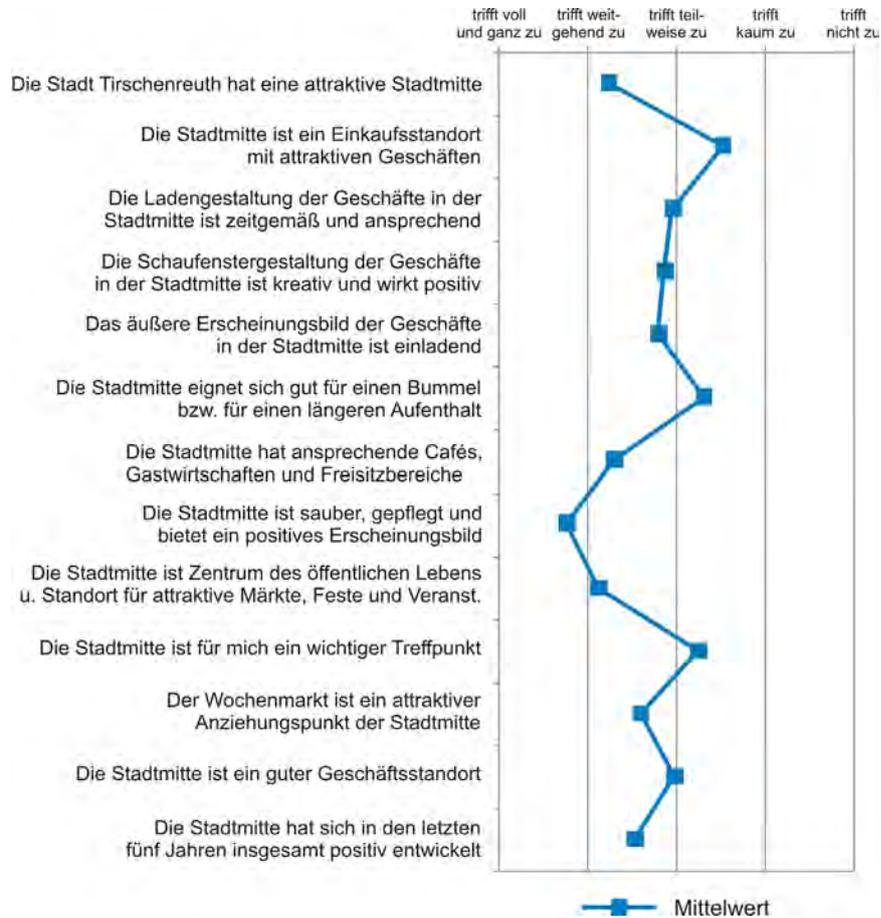
Im Rahmen des regionalen und örtlichen Standortwettbewerbs kommt der Zufriedenheit der Tirschenreuther Bevölkerung mit dem Einzelhandelsangebot der Stadt Tirschenreuth bzw. dem Angebot einzelner Versorgungsstandorte der Stadt Tirschenreuther eine entscheidende Bedeutung zu. Vor diesem Hintergrund wurden die Befragten im Zuge der Haushaltsbefragung in Tirschenreuth u.a. gebeten, persönliche Einschätzungen sowie Verbesserungsmöglichkeiten für den Tirschenreuther Einzelhandel anzugeben. Daraus werden Schwächen aus Verbrauchersicht deutlich, die zu Kaufkraftabflüssen in benachbarte Kommunen führen können. Bei derartigen Angaben gilt es aber stets zu berücksichtigen, dass die Verbesserungsvorschläge als Wünsche zu interpretieren sind, die nachfolgend nur dargestellt aber nicht hinsichtlich ihrer ökonomischen Realisierbarkeit oder ihrer stadtentwicklungsbezogenen Sinnhaftigkeit beurteilt werden.

Bewertung der Tirschenreuther Stadtmitte

- Besonders positiv heben die befragten Einwohner das saubere und gepflegte Erscheinungsbild der Stadtmitte hervor (vgl. Abb. 27). Sie stimmen weitgehend damit überein, dass Tirschenreuth eine attraktive Stadtmitte und ein ansprechendes gastronomische Angebot sowie Freisitzbereiche hat. Zudem bestätigen sie, dass die Stadtmitte das Zentrum des öffentlichen Lebens ist. Eine deutlich schlechtere Beurteilung geben die befragten Einwohner für die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadtmitte ab. Dieser Aspekt wird bei der Bewertung der Tirschenreuther Stadtmitte am negativsten eingeschätzt. Auch lädt die Stadtmitte weniger zu einem längeren Aufenthalt bzw. zum Bummeln ein und dient eher weniger als wichtiger Treffpunkt. Trotz der negativen Beurteilung der drei vorgenannten Aspekte wird insgesamt die Entwicklung der Stadtmitte in den letzten fünf Jahren als leicht positiv gesehen.

Handlungsfelder zur Profilierung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort bzw. des Einzelhandels in Tirschenreuth werden besonders in der Vielfalt der Geschäfte sowie in der Parkplatzsituation am Marktplatz gesehen (vgl. Tab. 16). Auch gestalterische Aspekte am Maximilianplatz sowie eine Veränderung des Gastronomieangebotes werden von einigen der Befragten als Handlungsfelder genannt.

Abbildung 27: Bewertung der Stadtmitte der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Tabelle 16: Handlungsfelder zur Profilierung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort

Handlungsfelder	Anteil an allen Befragten (in %)
Vielfalt an Geschäften	43,6
Parkplatzsituation am Marktplatz	12,7
Gestaltung des Marktplatzes	9,8
Gastronomieangebot	7,8
hochwertige Geschäfte	3,0
Öffnungszeiten	2,8
Beratungsqualität in den Geschäften	2,2
keine Billigläden	2,0
ÖPNV	1,6
Übernachtungsangebot	1,2

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Bezüglich der Vielfalt der Geschäfte wünscht sich etwa ein Fünftel aller Befragten zusätzliche Fachgeschäfte mit dem Sortiment Bekleidung (vgl. Tab. 17). Oft werden hier einschlägige Filialunternehmen genannt. Zudem wird eine Ausweitung des Angebots im Bereich Sport gewünscht. Etwa 9 % aller Befragten weisen explizit auf einen fehlenden Nahversorgungsbetrieb am Maximilianplatz hin.
- Neben der mangelnden Auswahl an Fachgeschäften sehen knapp 13 % aller Befragten Verbesserungsbedarf bezüglich der Parkplatzsituation am Maximilianplatz.
- Bei der Gestaltung des Maximilianplatzes monieren 3 % der Befragten die Eisenpfosten, die auch das Einparken am Marktplatz erschweren. Zudem wünschen sich Einige eine Verkehrsberuhigung speziell am oberen Marktplatz.
- Bezüglich einer Veränderung des Gastronomieangebotes verweisen viele der Befragten auf das Fehlen attraktiver einheimischer Gastronomiebetriebe.

Tabelle 17: Handlungsfelder zur Profilierung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstandort – Vielfalt an Geschäften

Gewünschtes Fachgeschäft mit dem Sortiment...	Anteil an allen Befragten (in %)
Bekleidung	20,5
Sport	9,8
Lebensmittel am Marktplatz	9,2
Bau-, Gartenmarkt	6,8
Elektro	5,6
Spielwaren	3,4
Schuhe	3,0
Feinkost/Fisch	1,8
Parfümerie	1,4
Fahrrad	1,2
Bücher	1,0
mehrere Sortimente (Kaufhaus)	1,0
Sonstige	6,6

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Erreichbarkeit und Verkehrssituation der Tirschenreuther Stadtmitte

- Knapp 92 % der Befragten nutzen regelmäßig ihren Pkw für ihren Einkauf in Tirschenreuth. Daneben gehen 43 % der Befragten regelmäßig zu Fuß zum Einkaufen. Etwas weniger als ein Viertel nutzt das Fahrrad. Angebote des Öffentlichen Personennahverkehrs (Bus) spielen so gut wie keine Rolle.

- 89 % der Befragten geben an, dass ihnen für ihre Einkäufe immer ein Pkw in ihrem Haushalt zur Verfügung steht. 6 % verfügen nur gelegentlich, etwa 4 % nur ausnahmsweise oder nie über ein Auto.

Tabelle 18: Verkehrsmittelwahl für den Einkauf in der Stadt Tirschenreuth

Verkehrsmittel	Anteil in %
Pkw	91,6
zu Fuß	43,4
Fahrrad	24,3
Bus	1,8
sonstige Verkehrsmittel	1,0

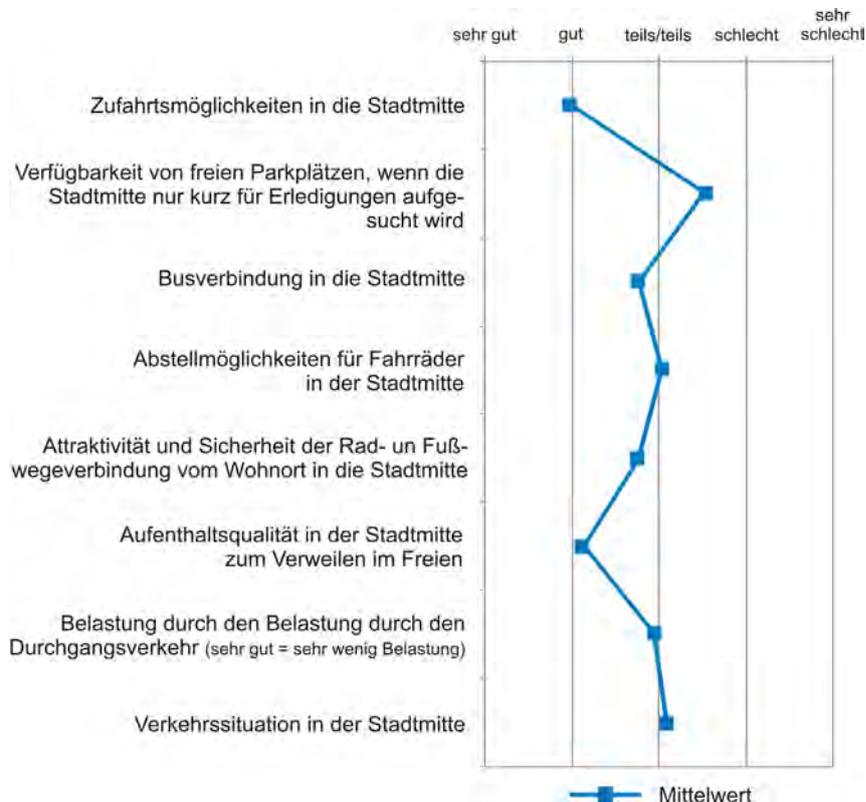
Hinweis: Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Die Befragten bewerten Aspekte zum motorisierten Individualverkehr recht unterschiedlich. Während sie die Zufahrtsmöglichkeiten zur Stadtmitte als gut einschätzen, sehen sie die allgemeine Verkehrssituation in der Stadtmitte leicht negativ. Vor allem mit der Verfügbarkeit von Parkplätzen sind die Befragten weniger zufrieden.

Abbildung 28: Bewertung der Verkehrssituation in der Stadtmitte (Maximilianplatz) der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Bezüglich des nichtmotorisierten Individualverkehrs und des öffentlichen Personennahverkehrs zeigt sich eine gemischte Einschätzung der aktuellen Situation. Hier stehen keine Aspekte besonders positiv oder negativ hervor. Leicht positiv werden die Attraktivität und Sicherheit der Rad- und Fußwegeverbindungen in die Stadtmitte bewertet. Die Verfügbarkeit von Abstellmöglichkeiten für Fahrräder wird insgesamt als teils/teils eingeschätzt. Busverbindungen in die Stadtmitte werden lediglich leicht positiv bewertet.
- Als gut empfinden die Befragten die Aufenthaltsqualität in der Stadtmitte, woraus sich als Konsequenz eine größere Unzufriedenheit mit der Parkplatzsituation ergibt. Verkehrsgerechte Stadtplätze besitzen in der Regel keine hohe Aufenthaltsqualität, wohingegen Stadtplätze mit einer hohen Aufenthaltsqualität Einbußen hinsichtlich ihrer Verkehrssituationen in der Regel hinnehmen müssen.
- Zwei Drittel der Antwortenden geben an, Probleme zu haben, einen Parkplatz in der Stadtmitte zu finden.
- Dies liegt vor allem daran, dass die meisten der Befragten (ca. 82 %) bei einem Besuch der Stadtmitte in Tirschenreuth zuerst nach Parkmöglichkeiten direkt im Parkbereich Maximilianplatz suchen. Lediglich jeweils 4 % parken vorwiegend an den Plätzen oder Seitenstraßen in der Nähe des Maximilianplatzes. Den Großparkplatz nutzen nur 2 % der Befragten, die die Stadtmitte mit dem Pkw aufsuchen.

Tabelle 19: Genutzte Parkbereiche bei einem Besuch der Stadtmitte (Maximilianplatz)

Parkbereich	Anteil in %
Maximilianplatz	81,5
Plätze um Maximilianplatz	4,2
Seitenstraßen am Maximilianplatz	3,8
Großparkplatz	2,0
sonstige Parkbereiche	4,6
keine Angabe	5,2
gesamt	100,0

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

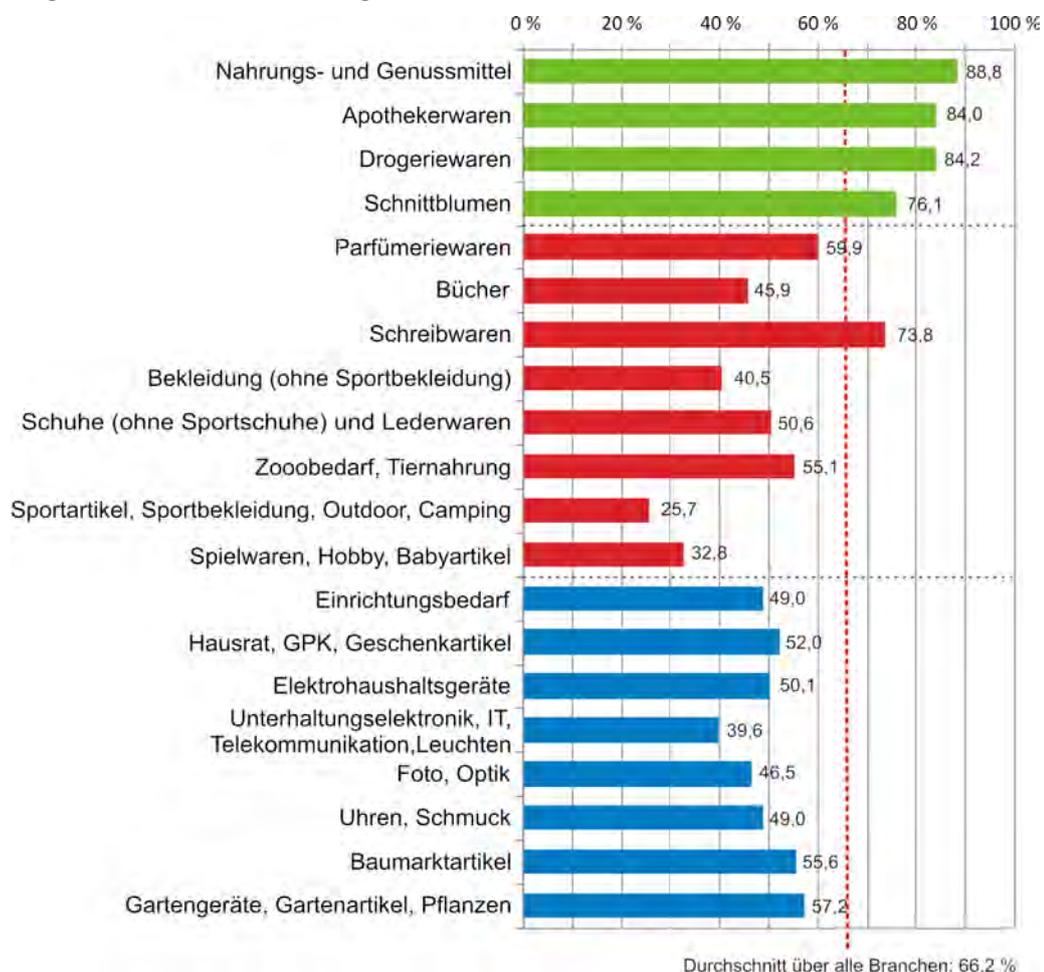
iq-Projektgesellschaft

E Markt- und Potenzialanalyse

E 1 Kaufkraftbindung

Die Kaufkraftbindung in % beschreibt den Teil des Nachfragepotenzials der Tirschenreuther Bevölkerung, der zum Erhebungszeitpunkt tatsächlich in der Stadt Tirschenreuth als Einzelhandelsumsatz gebunden wird. Die Berechnung ist branchenbezogen oder branchenübergreifend möglich. Die hier vorgenommenen Berechnungen zur Kaufkraftbindung basieren auf den Ergebnissen der Haushaltsbefragung in der Stadt Tirschenreuth.

Abbildung 29: Kaufkraftbindung des Einzelhandels innerhalb der Stadt Tirschenreuth



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Im Durchschnitt über alle Branchen werden ca. 66,2 % der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Tirschenreuther Bürgerinnen und Bürger (Wohnbevölkerung) durch den Tirschenreuther Einzelhandel gebunden. Die Aufteilung nach einzelnen Sortimenten zeigt die obestehende Übersicht (vgl. Abb. 29).

Die Stadt Tirschenreuth erreicht eine Bindungsquote von ca. 66,2 %, was für ein Mittelzentrum in der beschriebenen Standortlage etwas unterhalb des üblichen Rahmens liegt. Das wesentliche Potenzial für eine Steigerung der Kaufkraftbindung liegt vor allem in den Branchen, die bisher erst vergleichsweise niedrigere Bindungsquoten erreichen (vgl. Abb. 29).

- Die Bindungsquote für alle Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs erreichen zusammengekommen ca. 87,8 %. Dieser Wert liegt etwas unter dem Niveau, das für ein Mittelzentrum anzustreben ist und deutet auf punktuelle Ausstattungsdefizite oder eine starke regionale Konkurrenzsituation hin. Im Fall der Stadt Tirschenreuth ist der nur leicht unterdurchschnittliche Wert auf das Fehlen einzelner Betriebsformen bzw. Anbieter zurückzuführen. So besitzt die Stadt weder einen klassischen Supermarkt noch ein SB-Warenhaus. Grundsätzlich geht man aber ohnehin davon aus, dass in den Branchen des kurzfristigen Bedarfs Bindungsquoten von mehr als 90-95 % nicht erreicht werden können. Die Kaufkraftbindung in den einzelnen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ist vor diesem Hintergrund angemessen, aber zumindest in Teilen auch noch steigerungsfähig.
- Für die Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs liegt die Bindungsquote bei rund 48 %. Dieser Wert ist für Mittelzentren nicht unüblich, da die Verbraucher für den Kauf von Waren aus diesen Bedarfsstufen längere Anfahrtswege in Kauf nehmen und gerade im Vergleich zu den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs verhältnismäßig distanzunempfindlich sind. So rücken bei Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs insbesondere die mit Tirschenreuth konkurrierenden Einkaufsstandorte Marktredwitz, Weiden i.d.OPf. und Regensburg stärker ins Blickfeld der Tirschenreuther Bevölkerung. Die geringe Bindungsquote ist dabei auch Ausdruck dafür, dass in der Stadt Tirschenreuth in einzelnen Branchen im Vergleich zu den größeren Angebotsstandorten Weiden i.d.OPf. und Marktredwitz zu wenige Anbieter vorhanden sind. Somit wird das Angebot in Tirschenreuth von den Verbrauchern nicht als so umfangreich, differenziert und attraktiv wahrgenommen, als dass der Besuch gleich- oder höherrangiger Zentren auf breiter Basis entfallen könnte.
- Auch mit Blick auf die Arbeitsorientierung der Tirschenreuther Wohnbevölkerung sind Kaufkraftabflüsse vor allem nach Marktredwitz, Weiden i.d.OPf. und Regensburg festzustellen.
- Vor allem die Warengruppen Sportartikel, und -bekleidung sowie Spielwaren, Hobby, Babyartikel, die beide der mittelfristigen Bedarfsstufe zuzuordnen sind, erreichen deutlich unterdurchschnittliche Werte. Auch für das Sortiment Unterhaltungselektronik, IT, Telekommunikation, Leuchten (langfristiger Bedarf) lässt sich als Folge der Angebotslücken in Tirschenreuth nur eine geringe Kaufkraftbindung feststellen. Eine im Vergleich dazu überdurchschnittliche Kaufkraftbindung wird dagegen bei der Warengruppe Schreibwaren erreicht, bei der einerseits das örtliche Angebot weitgehend vollständig ist und andererseits eine höhere Distanzempfindlichkeit auf Seiten der Kunden vorliegt.

- Das Internet als Vertriebsweg ist für die einzelnen Warengruppen in unterschiedlichem Maße von Bedeutung (vgl. Tab. 20). Regelmäßig kaufen im Internet knapp 42 % der Befragten Tirschenreuther Bürger ein. Gerade Bücher und Bekleidung werden mit etwa 31 % bzw. ca. 25 % von einem vergleichsweise hohen Anteil der Tirschenreuther Wohnbevölkerung regelmäßig über das Internet bezogen. Gleiches gilt auch für Elektroartikel und Apothekerwaren, die von jeweils etwa einem Fünftel der Tirschenreuther Bürgerinnen und Bürger regelmäßig über das Internet erworben werden.

Tabelle 20: Einkauf über das Internet – am häufigsten nachgefragte Warengruppen

Warengruppe	Anteil der Befragten in %
Bücher	30,8
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	24,6
Unterhaltungselektronik, IT, Telekommunikation, Leuchten	20,8
Apothekerwaren	19,4
Sportartikel, Sportbekleidung, Outdoor, Camping	18,3
Spielwaren, Hobby, Babyartikel	17,7
Schuhe (ohne Sportschuhe) und Lederwaren	15,7
Foto, Optik	15,5
Elektrohaushaltsgeräte	15,3

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Durch den Bezug der Waren über das Internet mindert sich das Umsatzpotenzial, das aus der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft für den stationären Einzelhandel in der Stadt Tirschenreuth zur Verfügung steht.

E 2 Kaufkraftströme

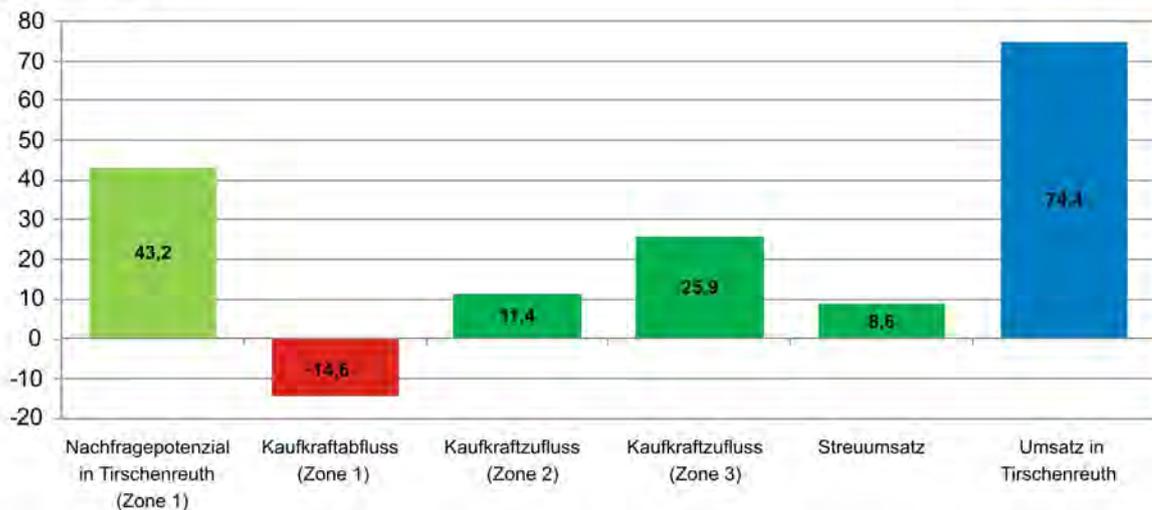
Für die Darstellung der Kaufkraftströme werden die Kaufkraftbewegungen zwischen der Stadt Tirschenreuth und ihrem Umland betrachtet. Hierbei werden sowohl die Kaufkraftzuflüsse als auch die Kaufkraftabflüsse dargestellt (vgl. Abb. 30). Diffuse Zuflüsse werden als sogenannte Streuumsätze mit einbezogen. Sie sind für die Stadt Tirschenreuth nicht als unerheblich einzustufen und speisen sich unter anderem aus den Ausgaben tschechischer Tagessgäste in Tirschenreuth. Grundlage der Bestimmung der Kaufkraftströme sind die Angaben zur einzelhandelsbezogenen Kaufkraft der GfK Nürnberg in Verbindung mit den Ergebnissen der Haushaltsbefragungen, die sowohl in der Stadt Tirschenreuth als auch im Umland durchgeführt wurden.

- Das Nachfragepotenzial der Tirschenreuther Bevölkerung bzw. deren Kaufkraft für den Einzelhandel liegt zum Stand für das Jahr 2010 bei ca. 43,2 Mio. €.

- Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Tirschenreuth von ca. 14,6 Mio. € verringern dieses Nachfragepotenzial entsprechend, so dass die in der Stadt Tirschenreuth als Einzelhandelsumsatz verbleibende Kaufkraft der Tirschenreuther Bevölkerung einen Wert von ca. 28,6 Mio. € erreicht.

Abbildung 30: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme

Angaben in Mio. €



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragungen 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Die Kaufkraftzuflüsse und damit die Ausgaben im Einzelhandel in der Stadt Tirschenreuth durch Personen, die nicht in der Stadt Tirschenreuth wohnen, belaufen sich insgesamt auf 45,8 Mio. €. Damit übersteigen die Kaufkraftzuflüsse die Kaufkraftabflüsse um etwa das Dreifache.
- Die Kaufkraftzuflüsse setzen sich aus Zuflüssen der Kommunen in Zone 2 in Höhe von 11,4 Mio. € und Zuflüssen aus Kommunen der Zone 3 in Höhe von 25,9 Mio. € zusammen. Weitere 8,6 Mio. € fließen als sogenannte Streuumsätze ein, die sich aus Kaufkraft von außerhalb des Marktgebiets (Zone 1 bis Zone 3) rekrutieren.
- Aus der Summe des Nachfragepotenzials in der Stadt Tirschenreuth sowie den Kaufkraftzuflüssen und -abflüssen ergibt sich der tatsächlich in Tirschenreuth erzielter Einzelhandelsumsatz in Höhe von ca. 74,4 Mio. €.

Kaufkraftzuflüsse

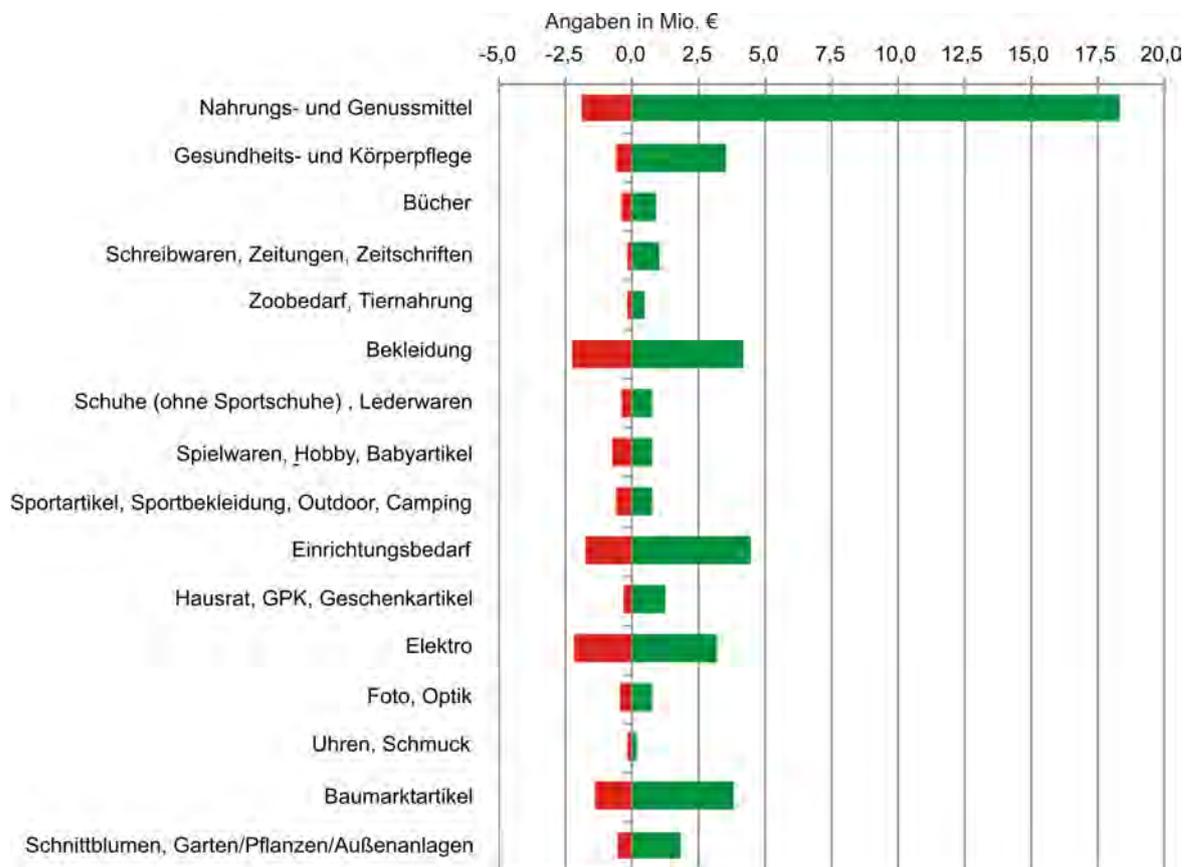
- Der mit Abstand größte Anteil der Kaufkraftzuflüsse entfällt mit 18,4 Mio. € auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Zudem verzeichnen die Sortimentsbereiche Gesundheits- und Körperpflege (3,5 Mio. €), Bekleidung (4,2 Mio. €), Einrichtungsbedarf (4,4 Mio. €), Elektro (2,2 Mio. €) und Baumarktartikel (3,8 Mio. €) ebenfalls noch Kaufkraftzuflüsse in größerem Umfang. Auch für die Bereiche Garten/Pflanzen/Außenanlagen sowie Haus-

rat, Glas, Porzellan und Keramik (GPK) sind Kaufkraftzuflüsse in einer Größenordnung von über einer Mio. € festzustellen.

Kaufkraftabflüsse

- Die umfangreichsten Kaufkraftabflüsse sind mit 2,3 Mio. € für die Warengruppe Bekleidung festzustellen.
- Weitere Warengruppen, die Kaufkraftabflüsse in einem höheren Maße verzeichnen, sind Nahrungs- und Genussmittel (1,9 Mio. €), Einrichtungsbedarf (1,8 Mio. €) sowie Elektro (2,2 Mio. €) und Baumarktartikel (1,4 Mio. €).

Abbildung 31: Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse in Tirschenreuth



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragungen 2010) und Berechnung.

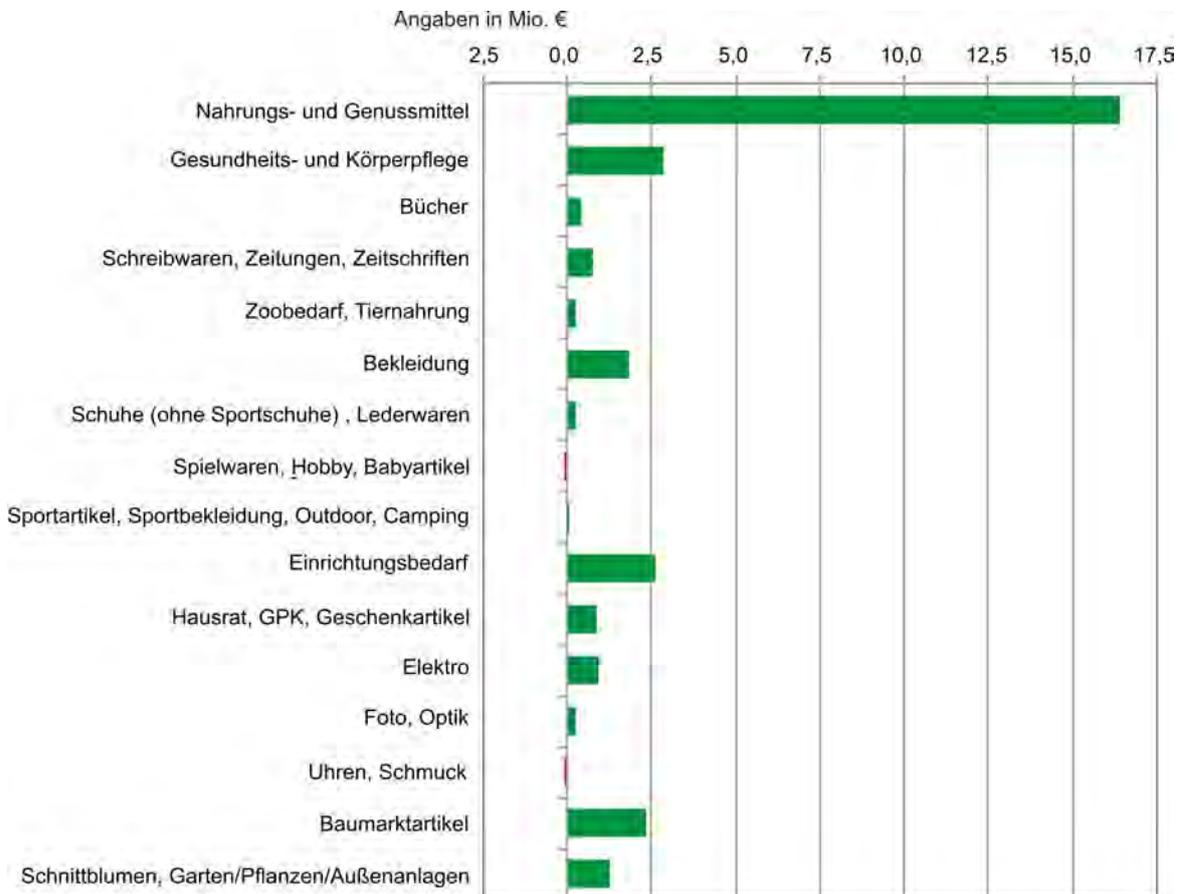
iq-Projektgesellschaft

Saldierte Kaufkraftströme

- Ein Blick auf die saldierten Kaufkraftströme (vgl. Abb. 32) verdeutlicht die hohe Versorgungsfunktion der Stadt Tirschenreuth für die umliegenden Kommunen. Außer für die Warengruppen Spielwaren sowie Uhren und Schmuck liefern alle übrigen saldierten Kaufkraftströme ein positives Ergebnis.

- Insbesondere der saldierte Wert für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht die besondere Bedeutung dieses Sortiments für den Einzelhandelsumsatz und die Versorgungsfunktion der Stadt Tirschenreuth.

Abbildung 32: Kaufkraftströme in Tirschenreuth – Saldierte Zu- und Abflüsse



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragungen 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

- Ebenfalls deutlich positive Salden sind für die Warengruppen Gesundheits- und Körperpflege (kurzfristiger Bedarf), Bekleidung (mittelfristiger Bedarf), Einrichtungsbedarf, Baumarktartikel sowie Garten/Pflanzen/Außenanlagen (jeweils langfristiger Bedarf) auszumachen.
- Bei einigen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs weist der Umfang und die Attraktivität des Warenangebotes in Tirschenreuth eine geringe Anziehungskraft auf die umliegenden Kommunen aus. Für die Warengruppen Elektro, Schuhe und Lederwaren, Spielwaren sowie Sportartikel sind die saldierten Zu- und Abflüsse beispielsweise nur leicht positiv bzw. sogar leicht negativ. Die Kaufkraftzuflüsse für diese drei Branchen sind insgesamt als deutlich unterdurchschnittlich für ein Mittelzentrum zu bezeichnen.
- Ausgeprägte Kaufkraftzuflüsse sind für die Warengruppen Einrichtungsbedarf und Baumarktartikel auszumachen.

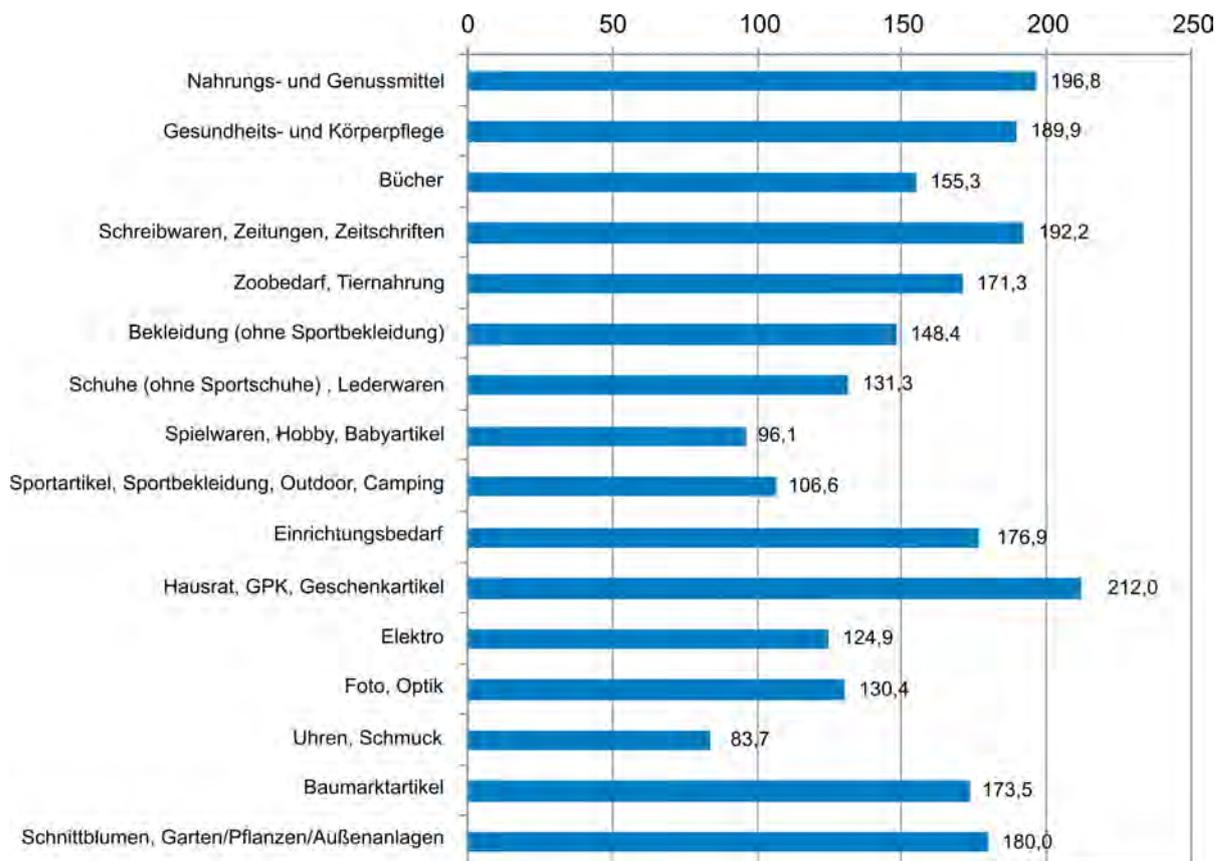
E 3 Warengruppenspezifische Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

Über alle Branchen bzw. Warengruppen hinweg erreicht das Mittelzentrum Tirschenreuth eine Einzelhandelszentralität von 172,2 %. Ein derartiger Wert ist für ein Mittelzentrum als überdurchschnittlich einzustufen und belegt

- die bedeutende Stellung der Stadt Tirschenreuth als zentraler Ort für das Umland,
- die hohe Versorgungsfunktion der Stadt für das ländlich geprägte Umland sowie
- das Kaufkraftpotenzial der ländlich geprägten Umlandgemeinden, die auf die Stadt Tirschenreuth orientiert sind.

Abbildung 33: Einzelhandelszentralität nach Warengruppen



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragungen 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Ein Mittelzentrum sollte gemäß dieser raumordnerischen Zuordnung neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung im Bereich des kurzfristigen Bedarfs auch die Versorgung der Bevölkerung angrenzender Kommunen in Teilen des mittel- und langfristigen Bedarfs gewährleisten. Diese Versorgungsfunktion erfüllt die Stadt Tirschenreuth in den meisten Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs. Als unzureichend kann die Versorgung für die Warengruppen Spielwaren, Sportartikel sowie Uhren und Schmuck bezeichnet werden. Per Saldo liegt die Einzelhandelszentralität deutlich über 100 %, so dass insgesamt die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland die Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Tirschenreuth bei Weitem übersteigen.

Die Einzelhandelszentralität für die einzelnen Warengruppen weist in Tirschenreuth folgende Eigenschaften auf:

- Die Zentralitätswerte im kurzfristigen Bedarf entsprechen der Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums und drücken den Bedeutungsüberschuss des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth für das dünn besiedelte Umland aus.
- Bei den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs erreicht die Einzelhandelszentralität teilweise Werte von deutlich über 150 %. Diese Größenordnung ist Ausdruck einer bedeutenden Versorgungsfunktion der Stadt Tirschenreuth in der betreffenden Warengruppe für die umliegenden Kommunen. Dagegen sind Werte der Einzelhandelszentralität von unter 130 % bei den entsprechenden Warengruppen Ausdruck von Ausstattungsdefiziten in der Stadt Tirschenreuth.
- Aus den Angaben der Haushaltsbefragung in Tirschenreuth wird deutlich, dass sich die Werte der Einzelhandelszentralität für die einzelnen Warengruppen sehr unterschiedlich entwickelt haben. Dabei ist in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren und Schreibwaren für die vergangenen fünf Jahre eine zunehmende Einzelhandelszentralität auszumachen. In allen anderen Warengruppen sind dagegen Rückgänge in der Einzelhandelszentralität zu verzeichnen, die insbesondere die Warengruppen Bekleidung und Sportartikel betreffen.
- Für die umliegenden Kommunen, vor allem für Mähring und Bärnau, ist in den letzten fünf Jahren eine verstärkte Einkaufsorientierung nach Tirschenreuth festzustellen, die sich auch in einem Anstieg der Einzelhandelszentralität niederschlägt.

Zukünftig wird sich die Bedeutung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsort für die umliegenden Gemeinden erhöhen. Ursachen hierfür sind der demographische Wandel sowie der Bevölkerungsrückgang in der Region was beides zusammen die Tragfähigkeit eines eigenständigen Einzelhandelsangebotes in den Umlandkommunen in Frage stellt. Die Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Tirschenreuth für das Umland nimmt damit zu.

E 4 Potenzialanalyse

Für eine Potenzialanalyse ist es zunächst erforderlich, das Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth zu bestimmen. Bei der Darstellung des derzeitigen Marktgebietes der Stadt Tirschenreuth wurde bereits auf die Einflussgrößen hingewiesen, die für die Ausdehnung des Marktgebietes relevant sind. Die Festlegung des potenziellen Marktgebietes ergibt hierzu keine Änderung.

Tabelle 21: Marktvolumen im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth

Sortimente	Kaufkraft in Mio. €			
	Zone 1	Zone 2	Zone 3	gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	17,0	11,5	24,0	52,5
Gesundheits- und Körperpflege	3,2	2,2	4,5	9,9
Bücher	0,8	0,6	1,2	2,5
Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften etc.	0,8	0,6	1,2	2,6
Bekleidung	3,9	2,6	5,4	11,9
Schuhe, Lederwaren	0,9	0,6	1,3	2,8
Einrichtungsbedarf (Möbel, Haus- und Heimtextilien)	3,5	2,3	4,9	10,7
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik	0,7	0,4	0,9	2,0
Elektroartikel und Leuchten (inkl. Elektrohaushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Informationstechnologie)	3,9	2,6	5,5	11,9
Foto und Optik	0,9	0,6	1,3	2,8
Uhren und Schmuck	0,5	0,3	0,6	1,4
Spielwaren, Hobbys, Babyartikel	1,2	0,8	1,7	3,7
Sportartikel, -bekleidung, -schuhe/Campingartikel	0,9	0,6	1,2	2,7
Baumarktspezifisches Sortiment (ohne Garten und Tiernahrung)	3,2	2,2	4,5	10,0
Blumen, Garten, Pflanzen, Außenanlagen	1,6	1,1	2,2	4,9
Tiernahrung und Haustierzubehör	0,4	0,3	0,6	1,2
insgesamt	43,2	29,3	61,0	133,5

Quelle: GfK Nürnberg und eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Zum aktuellen und potenziellen Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth zählen

- Kommunen, für die Stadt Tirschenreuth Erreichbarkeitsvorteile aufweist,
- Kommunen, die derzeit eine zumindest wahrnehmbare Einkaufsorientierung auf die Stadt Tirschenreuth aufweisen,
- Kommunen, die als Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels der Stadt Tirschenreuth definiert sind sowie

- Kommunen, deren Einzelhandelsangebot nur in eingeschränktem Maße ausreicht, um die dortige Wohnbevölkerung zu versorgen.

Neben der Stadt Tirschenreuth selbst, umfasst das Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth die Kommunen Mähring, Bärnau und Falkenberg (als Zone 2) sowie die Kommunen Mitterteich, Leonberg, Neualbenreuth und Plößberg (als Zone 3). Zum Stand 2010 beläuft sich die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft und damit das Marktvolumen im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth auf 133,5 Mio. €. Die Aufteilung des Marktvolumens auf die unterschiedlichen Sortimente sowie die derzeitigen Zonen des Marktgebietes zeigt Tabelle 21.

Tabelle 22: Potenzialanalyse für das Marktgebiet

	Kaufkraft in Mio. €				
	EZH-Umsatz 2010	Differenz EH-Umsatz & Marktvolumen	Abschätzung maximal erreichbarer EH-Umsatz 2010	zusätzliches EH-Umsatz-potenzial 2010 (Maximalabschätzung)	zusätzliches EH-Umsatz-potenzial Prognose für 2028 (Maximalabschätzung)
Nahrungs- und Genussmittel	32,5	20,0	35,3	2,9	< 0,1
Gesundheits- und Körperpflege	6,0	3,9	6,7	0,7	< 0,1
Bücher	1,2	1,3	1,3	0,1	< 0,1
Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften etc.	1,6	1,0	1,8	0,2	< 0,1
Bekleidung	4,1	7,8	6,2	2,1	1,2
Schuhe, Lederwaren	1,1	1,7	1,5	0,4	0,2
Einrichtungsbedarf	2,8	7,9	6,6	3,9	3,1
Hausrat, Glas, Porzellan	0,8	1,3	1,4	0,6	0,4
Elektro	4,2	7,7	7,7	3,5	2,4
Foto/Optik	1,1	1,7	1,5	0,4	0,2
Uhren und Schmuck	0,3	1,1	0,7	0,4	0,3
Spielwaren, Hobbys	1,1	2,6	2,4	1,3	0,9
Sportartikel, -bekleidung, -schuhe/Campingartikel	0,9	1,8	1,4	0,5	0,3
Baumarktspezifisches Sortiment (ohne Garten und Tiernahrung)	5,1	4,9	6,4	1,3	0,4
Garten/Pflanzen/Außenanlagen	2,6	2,3	3,1	0,6	0,1
Tiernahrung und Haustierzubehör	0,6	0,6	0,8	0,2	0,1
insgesamt	65,8	67,6	84,7	18,9	6,8

alle Angaben ohne Streuumsätze

Quelle: GfK Nürnberg und eigene Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Im Zuge der Potenzialanalyse gilt es nun das Marktvolumen im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth dem aktuell erzielten Einzelhandelsumsatz gegenüberzustellen. Dadurch werden

die nicht in Tirschenreuth gebundenen Umsatzpotenziale differenziert nach einzelnen Sortimenten sichtbar. Diese Differenz zwischen dem Einzelhandelsumsatz in Tirschenreuth und dem Marktvolumen sind als lediglich theoretisch begründete Maximalabschätzung zu interpretieren, da es in der Realität weder zutreffend noch gewünscht ist, dass das komplette Marktpotenzial im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth ausschließlich in der Stadt Tirschenreuth als Einzelhandelsumsatz wirksam wird. Vielmehr wird ein Teil des Marktpotenzials immer in den einzelnen Kommunen als Einzelhandelsumsatz verbleiben und ein gewisser Teil auch immer in die umliegenden Mittel- und Oberzentren abfließen.

Deshalb wird im Zuge der Potenzialanalyse eine ambitionierte, aber für ein Mittelzentrum gerechtfertigte Ausschöpfung des Nachfragevolumens im Marktgebiet angesetzt. Für diese Abschätzung des maximal erreichbaren Einzelhandelsumsatzes werden für die nahversorgungsrelevanten Sortimente erreichbare Marktanteile in der Größenordnung von 90 % in Zone 1, 70 % in Zone 2 und 50 % in Zone 3 als erreichbar angesetzt. Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs werden erreichbare Marktanteile von ca. 60-70 % in Zone 1, ca. 55-65 % in Zone 2 und ca. 45-60% in Zone 3 angenommen. Hieraus errechnet sich im Sinne einer Maximalabschätzung ein realistisches Umsatzpotenzial für den Tirschenreuther Einzelhandel aus dem Marktgebiet in Höhe von 84,7 Mio. €, was einer Einzelhandelszentralität von 196 % entspricht. Diese Marktausschöpfung ist allerdings nur bei einem idealen Anbieter- und Betriebstypenbesatz zu erzielen und darf nicht als allgemein erreichbares Umsatzpotenzial interpretiert werden.

In Verbindung mit dem derzeitigen Einzelhandelsumsatz aus dem Marktgebiet ergibt sich zum heutigen Stand ein zusätzliches Umsatzpotenzial für den Tirschenreuther Einzelhandel von 22 Mio. €. Die – absolut betrachtet – höchsten zusätzlichen Umsatzpotenziale sind für die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Einrichtungsbedarf, Elektroartikel und Bekleidung auszumachen. Dabei gilt es aber stets zu berücksichtigen, dass erst ein weitgehend vollständiger Anbieter und Betriebsformen-Mix in den einzelnen Sortimenten dazu in der Lage ist, das Nachfragepotenzial entsprechend umfangreich auszuschöpfen.

Für die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung ist neben der Darstellung der aktuellen Situation zu den Entwicklungspotenzialen gerade der Blick auf die künftige Entwicklung des Marktpotenzials wesentlich. So werden Neuansiedlungen gerade dann den örtlichen Wettbewerb verschärfen, wenn ein insgesamt geringeres Marktpotenzial zur Verfügung steht. Vor dem Hintergrund der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung für die Stadt und den Landkreis Tirschenreuth ist dies zu erwarten. Unter Berücksichtigung der prognostizierten rückläufigen Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet der Stadt Tirschenreuth sowie zu erwartender Einbußen bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird für das Prognosejahr 2028 im Vergleich zum Jahr 2010 ein Rückgang des Marktvolumens in einer Größenordnung

von 14,5 % angenommen. Dadurch reduziert sich auch die Maximalabschätzung zum zusätzlich erreichbaren Einzelhandelsumsatz deutlich von 18,9 Mio. € auf nur mehr 6,6 Mio. €. Deutliche Rückgänge sind dabei gerade für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren festzustellen.

Die Potenzialanalyse zeigt mit Blick auf das Jahr 2028 letztlich nur für die Sortimente

- Einrichtungsbedarf
- Bekleidung
- Elektroartikel
- Spielwaren, Babyartikel und Hobby

ein offenes Umsatzpotenzial, das eine nennenswerte Weiterentwicklung des Einzelhandelsbestandes bzw. der Verkaufsfläche ermöglicht. Insgesamt wird sich dagegen die örtliche Wettbewerbssituation mit dem rückläufigen Marktvolumen deutlich verschärfen. Dementsprechend sind die bei geplanten Neuansiedelungen zu erwartenden wettbewerblichen Wirkungen gerade auch vor dem Hintergrund ihrer städtebaulichen Folgen zu beurteilen und zu bewerten.

Für eine städtebaulich geordnete Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Tirschenreuth wird vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Bestandsanalyse nachfolgend eine geeignete Steuerungsstrategie definiert (vgl. Kap. F).

F Entwicklungskonzept für den Einzelhandel in der Stadt Tirschenreuth

F 1 Entwicklungstrends im Einzelhandel und deren Konsequenzen für die städtische Einzelhandelsentwicklung in Tirschenreuth

Ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Tirschenreuth kann nicht losgelöst von den grundsätzlichen Entwicklungen auf der Angebots- und Nachfrageseite im Einzelhandel formuliert werden. Sie sind die Triebfeder auch für den raumstrukturellen Wandel im Einzelhandel. Im Rahmen eines kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes, das sich an stadtentwicklungsbezogenen sowie städtebaulichen Zielsetzungen orientiert, liegt der Betrachtung der einzelhandelsbezogenen Entwicklungstrends eine dementsprechende Sichtweise zugrunde. So besteht die kommunale Zielsetzung nicht darin, für die wahrnehmbaren Entwicklungen und Trends auf der Angebots- und Nachfrageseite eine passende Stadtplanung vorzunehmen. Vielmehr ist die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung Bestandteil der strategischen Stadtplanung und dieser untergeordnet.

Beim Blick auf die Entwicklungstrends auf der Angebots- und Nachfrageseite stehen deshalb auch die jeweiligen städtebaulichen Folgen im Vordergrund. Sofern diese einer nachhaltigen Stadtentwicklung entgegenstehen, ist es Aufgabe der Kommune, im Rahmen ihrer Bauleitplanung steuernd einzugreifen. Nur so lassen sich gewachsene städtebauliche Strukturen zeitgemäß weiterentwickeln, die als grundlegender Rahmen für eine mitteleuropäische bzw. oberpfälzische Stadt gelten und zusammen mit den darin eingebetteten individuellen Bausteinen identitätsstiftend wirken. Ein kommunales Einzelhandelsentwicklungskonzept bildet hierfür die wesentliche Steuerungsgrundlage und ist zudem auch Grundvoraussetzung für eine entsprechende Anpassung der Bauleitplanung.

Im Folgenden werden kurz die wesentlichen Trends im Einzelhandel beschrieben. Aufbauend auf der Darstellung der Entwicklungen auf der Angebots- und der Nachfrageseite erfolgt eine Beschreibung der Konsequenzen dieser Entwicklungstrends für die Einzelhandels- und Stadtentwicklung in der Stadt Tirschenreuth. Wesentliche Datenquellen der nachfolgenden Darstellung (Kap. F 1.1, F 1.2 und F 1.3) sind eigene Erhebungen und Analysen im Zuge der Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen im Fachbereich Einzelhandel sowie weitere wissenschaftliche und fachwissenschaftliche Veröffentlichungen sowie Publikationen und Vorträge einschlägiger Institute und Verbände (z.B. EHI, HDE, DSSW, BBE, ISW, IHK u.a.).

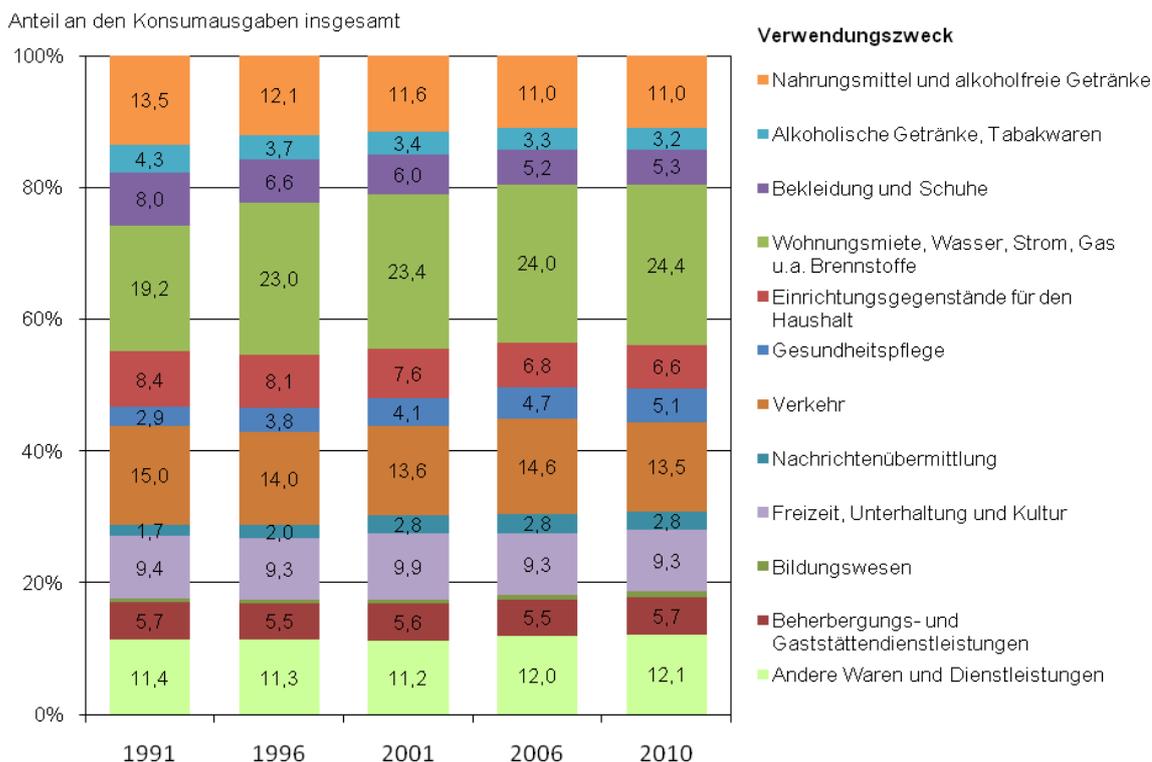
F 1.1 Wesentliche Veränderungen auf der Verbraucherseite

Auf der Nachfrageseite sind im Einzelhandel vor allem zwei große Themenbereiche maßgeblich. Diese betreffen zum einen die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft und damit das monetäre Volumen der Nachfrage bzw. des Marktes und zum anderen die Veränderungen im Einkaufsverhalten und der Einkaufsorientierung bei der Bevölkerung als die wesentliche Einflussgröße für entsprechende raumrelevante Veränderungen auf der Angebotsseite.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft bzw. Marktvolumen

Der Einzelhandelsumsatz in Deutschland hat sich in den letzten Jahren im Vergleich zu den insgesamt steigenden Konsumausgaben der privaten Haushalte schwächer entwickelt. Ursache hierfür ist ein weiter rückläufiger Anteil der Ausgaben für Einzelhandel (vgl. Abb. 34 und 35) an den gesamten Konsumausgaben privater Haushalte.

Abbildung 34: Struktur der Konsumausgaben der privaten Haushalte



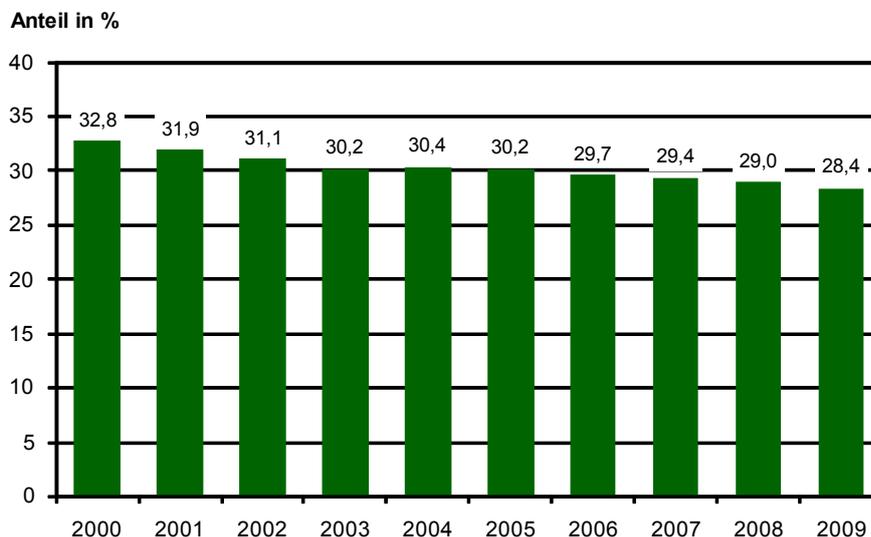
Quelle: Statistisches Bundesamt, eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Für die Zukunft wird für die gesamten Konsumausgaben maximal eine Stagnation prognostiziert, da einerseits die Realeinkommen weitestgehend stagnieren und zudem weiter steigende Aufwendungen für Altersvorsorge aufgebracht werden müssen. Nachdem zudem in Bereichen wie Energie und Mobilität höhere Aufwendungen zu erwarten sind, wird der Anteil

des Einzelhandels am privaten Verbrauch bzw. an den gesamten Konsumausgaben auch weiterhin eher von einem Rückgang gekennzeichnet sein.

Abbildung 35: Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den privaten Konsumausgaben



Quelle: HDE und Statistisches Bundesamt; eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Wesentliche Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel durch die Nachfrageseite, die sich aus einem erhöhten einzelhandelsbezogenen Kaufkraftvolumen speisen müssten, sind dementsprechend nicht zu erwarten. Damit ist verbunden, dass jede zusätzliche Angebotsausweitung die häufig schon stark angespannte Wettbewerbssituation weiter verschärfen und verstärkt Verdrängungsmechanismen in Gang setzen dürfte. Diese sind als Bestandteil der Marktwirtschaft systemimmanent und gewünscht, ihnen muss aber ein städtebaulich verträglicher Rahmen gesetzt werden. Ziel ist es hierbei, wettbewerbsbedingte Prozesse von „Entstehung“ auf der einen Seite und „Niedergang“ auf der anderen Seite nicht zu Lasten städtebaulich relevanter Standorte zu generieren, sondern für die Weiterentwicklung an einem Standort zu nutzen.

Sofern wettbewerbliche Effekte an städtebaulich relevanten Standorten nicht durch eine Weiterentwicklung oder Neuentwicklung städtebaulich ungeeigneter oder weniger geeigneter Standorte auftreten, sondern nur durch eine Weiterentwicklung am jeweiligen städtebaulich geeigneten Standort, sind sie aus städtebaulicher Sicht auch nicht als negativ zu werten.

Änderungen im Einkaufsverhalten und der Einkaufsorientierung

Im Einkaufsverhalten und der Einkaufsorientierung lassen sich allgemeine Änderungen feststellen, die mit einer entsprechenden Angebotsentwicklung korrespondieren und damit auch raumrelevante Veränderungen zur Folge haben bzw. diese manifestieren. Hierzu zählen:

- Preisbewusstsein: Nach Angaben des HDE (2008) kaufen mittlerweile nahezu 100 % aller Verbraucher Artikel aus dem Lebensmittelbereich bei Discountern. Dementsprechend breitet sich diese Betriebsform mit ihren spezifischen Standortansprüchen weiter aus. Standortpräferenzen von Lebensmitteldiscountern richten sich bevorzugt auf verkehrsoptimierte Lagen an Ausfallstraßen, häufig auf Standorte am Stadtrand oder innerhalb von Gewerbegebieten. Dieses betriebswirtschaftlich und damit einzelbetrieblich optimierte Standortwahlverhalten führt ohne eine entsprechende Standortsteuerung zu einem umfassenden Wandel des gewachsenen Systems an Nahversorgungsstandorten. Gerade wohnstandortbezogene, städtebaulich integrierte Standorte, die sich auch zu Zentren des öffentlichen Lebens entwickelt haben, geraten hierdurch verstärkt unter Druck und zeigen Niedergangs- und Auflösungserscheinungen.
- Ausdifferenzierung der Nachfrage: Während der Marktanteil des gehobenen Preissegments in geringem Maße zunimmt und der Marktanteil niedrigpreisiger Produkte stark zunimmt, verzeichnet das mittlere Preissegment einen starken Rückgang. Der häufig örtlich verankerte, inhabergeführte, klein- und mittelständisch geprägte, traditionelle Facheinzelhandel gerät dadurch stärker unter Druck. Dabei verschaffen sich gerade die Anbieter niedrigpreisiger Produkte einen Wettbewerbsvorteil durch die Wahl kostengünstiger Standorte außerhalb der gewachsenen Zentren bzw. der Innenstadt. Hieraus resultieren auf der einen Seite negative Folgen für das gewachsene, kleinteilig strukturierte Versorgungszentrum Innenstadt. Gerade dieser Standort bestimmt aber die Individualität und Wahrnehmung einer Stadt. Auf der anderen Seite entstehen vornehmlich für Anbieter aus dem Discountbereich gesichtslose, austauschbare Versorgungsstandorte mit starkem Besitz an uniformen Filialisten.
- Multioptionalität: Der einzelne Konsument zeichnet sich in seinem Einkaufsverhalten durch das unterschiedliche Zusammenspiel von Qualitäts- und Genussorientierung einerseits sowie zugleich Preisorientierung andererseits aus. Ein und derselbe Kunde bewegt sich zwischen diesen beiden Angebotspolen hin und her. Er nutzt auf der Anbieterseite sowohl hochwertige Fachgeschäfte als auch Discounters. So geht die ursprünglich vergleichsweise trennscharfe Kategorisierung der Verbraucher nach ihrem Einkaufsverhalten verloren und es entstehen sogenannte hybride Kunden, die – je nach Sortiment – sowohl Billigprodukte als auch Exklusives nachfragen.
- Sinkende Standort- und Unternehmensbindung beim Einkauf („Standort-Hopping“): Gerade durch den Angebotsvergleich der Kunden bei mehreren Anbietern sowie einer rückläufigen Distanzempfindlichkeit wird insgesamt mehr Verkehr generiert. Verbraucher wählen einerseits nicht mehr ausschließlich den nächstgelegenen Standort und andererseits vergleichen sie auch das Angebot zwischen Anbietern an unterschiedlichen Standorten. Unabhängig von ökologisch, energetisch oder volkswirtschaftlich negativen Effekten ist dieser zusätzliche Verkehr auch im häufig bereits stark belasteten städtischen Verkehrssystem nicht wünschenswert. Insbesondere im Sinne einer nachhaltigen – am Leitbild einer

Stadt der kurzen Wege orientierten – Stadtentwicklung ist dementsprechend eine möglichst verkehrsvermeidende räumliche Verteilung der Versorgungsstandorte zielführend.

- Ausdifferenzierung des Einkaufsverhaltens in die beiden Segmente Erlebniskonsum und Versorgungseinkauf. Beide Segmente sind mit ganz unterschiedlichen Bedürfnissen nach der Erreichbarkeit, dem Angebotsumfang sowie dem Standortumfeld verbunden, was einen entsprechenden Wandel und eine Ausdifferenzierung auch des Angebotes an den bestehenden Standorten nach sich zieht. Bei der Konzeption von Versorgungsstandorten und ihrer räumlichen Verteilung können die unterschiedlichen Verbraucherbedürfnisse steuernd eingesetzt werden.
- Steigende Bedeutung des Erlebniskonsums bei abnehmender Toleranz gegenüber Defiziten im Einkaufsumfeld (z.B. Beeinträchtigungen durch Witterung, soziale Randgruppen, fehlende Sauberkeit). Die Einkaufsaktivität wird dabei im Zuge des Erlebniskonsums mit weiteren Freizeitaktivitäten gekoppelt. Im Vordergrund steht dabei der Besuch gastronomischer Einrichtungen oder kultureller Veranstaltungen. Damit wird vor allem die städtebaulich qualitative Weiterentwicklung der Innenstadt und ihrer Aufenthaltsqualität als dem städtischen Standort mit Erlebnisqualität sowie die Positionierung als Treffpunkt und Veranstaltungsort zu einer vordringlichen Aufgabe auch einer innenstadtorientierten Einzelhandelsentwicklung.
- Zunehmendes Anspruchsniveau bei der Wahl des Einkaufsstandortes sowohl hinsichtlich der Vielfalt des Warenangebotes als auch hinsichtlich Preis-Leistungs-Verhältnis, gekoppelt mit einer hohen Mobilität der Bevölkerung sowie einer hohen Mobilitätsbereitschaft. Dies führt zu einer Dominanz der Größe sowohl im Zuge der Standortentwicklung als auch auf einzelbetrieblicher Ebene. Der Versuch der Anbieterseite, Flächenführerschaft herzustellen, setzt erneut die gewachsenen integrierten Versorgungslagen und deren Bestand stärker unter Druck.
- Hohe Bedeutung des Convenience-Gedankens bzw. von Aufwandsminimierung und Effizienz (One-Stop-Shopping) speziell beim reinen Versorgungseinkauf von Gütern des kurzfristigen Bedarfs. Im Sinne einer Aufwandsminimierung suchen Verbraucher hierbei bevorzugt Einkaufsstätten in der näheren Umgebung auf, um Zeit und Kosten (z.B. Benzinkosten) zu sparen. Dieses rationale Einkaufsverhalten kann für die Ausbildung einer wohnstandortnahen Grundversorgung genutzt werden.

Die Veränderungen auf der Nachfrageseite wirken sich auf die Betriebsformenwahl der Verbraucher beim Einkauf der unterschiedlichen Sortimente aus und sind damit nicht nur treibende Kraft für die Entwicklung der unterschiedlichen Betriebsformen im Handel, sondern auch – als Folge davon – für die unterschiedliche Entwicklung der jeweiligen Einkaufsstandorte. Es profitieren diejenigen Standorte, die über einen entsprechenden Besitz mit Betriebsformen verfügen, die von Verbraucherseite bevorzugt werden. Im Bereich des Lebensmittelhandels sind dabei nach Angaben des HDE die Discounter, gefolgt von Super-

märkten und den Verbrauchermärkten die Betriebsformen, die häufig aufgesucht werden. Im Modebereich führen dagegen Multilabel-Fachgeschäfte die Rangliste der bevorzugten Geschäfte an, gefolgt von der Betriebsform Warenhaus und Bekleidungshaus. Textil-Discounter rangieren dagegen erst auf zehnter Position. Die bevorzugte Einkaufsstätte für Schuhe ist dagegen noch das Einzelhandelsfachgeschäft.

Nachdem die Standortwahl der an Bedeutung zunehmenden Betriebsformen Fachmarkt und Lebensmittel-Discounter häufig zu Gunsten autokundenorientierter Standorte am Stadtrand oder an Ausfallstraßen ausfällt, erleiden sowohl die innerstädtischen Zentren als auch die integrierten Nahversorgungsstandorte in Wohngebietslagen einen deutlichen und teilweise vollständigen Bedeutungsverlust. Dies gilt speziell für den Lebensmitteleinzelhandel. Hiermit verbunden sind:

- eine Verschlechterung der wohnstandortnahen Grundversorgung,
- eine Zunahme der Distanzüberwindung bzw. des Verkehrsaufkommens sowie
- eine funktionale und möglicherweise auch städtebauliche Schwächung der integrierten Zentren bzw. der Innenstadt.

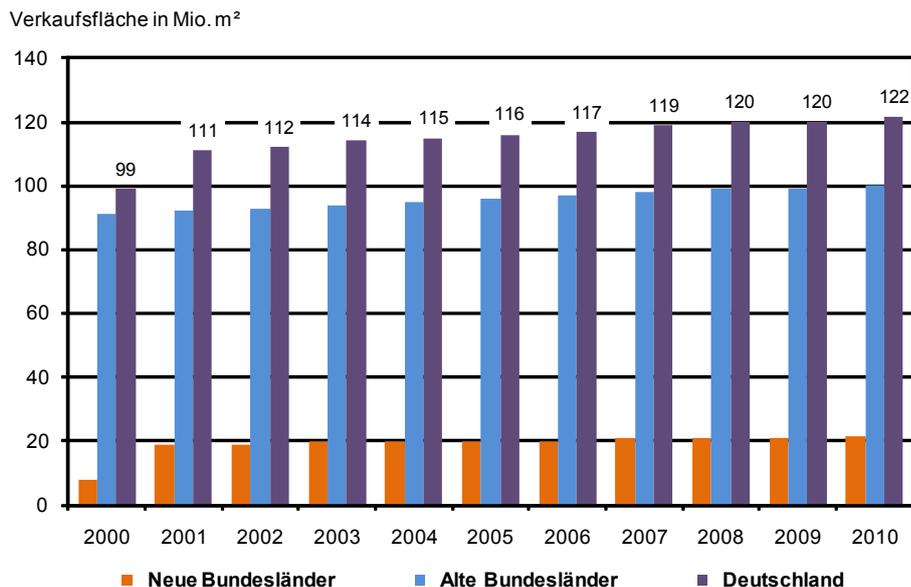
Diese Folgen stehen explizit nicht im Einklang mit einer nachhaltigen Stadtentwicklung.

F 1.2 Veränderungen auf der Angebotsseite

Die oben beschriebenen Änderungen auf der Nachfrageseite werden meist durch die Angebotsseite induziert und anschließend weiter intensiviert. Das Wecken von Bedürfnissen, das Erkennen von Nachfragewünschen und eine dementsprechend nachfragegerechte Angebotsgestaltung sind eine der Grundlagen für eine wettbewerbsfähige Positionierung der Anbieter. Ihre aus dieser Form der Angebotsgestaltung resultierende Standortpräferenz und Standortwahl besitzt aber auch Folgen für die Stadtentwicklung und bedingt häufig einen stadtstrukturellen Wandel. Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend die wesentlichen raumrelevanten Entwicklungstrends auf der Angebotsseite dargestellt, denen die kommunale Stadtentwicklungsplanung einen städtebaulich verträglichen Rahmen setzen muss.

Flächenwachstum und rückläufige Flächenproduktivität

Trotz stagnierender Nachfrage nimmt die Gesamtverkaufsfläche weiter zu (vgl. Abb. 36). So legte nach Abgaben des HDI die Verkaufsfläche zwischen 1995 und 2008 in Deutschland um ca. 26,3 % zu. Im Zeitraum von 1996 bis 2008 stieg dagegen der Einzelhandelsumsatz nominal um lediglich 6,2 %, dagegen ist real ein Rückgang von -5,1 % auszumachen. Eine insgesamt um - 16,1 % abnehmende Flächenproduktivität im Einzelhandel war damit für den Zeitraum von 1995 bis 2008 zwangsläufig die Folge.

Abbildung 36: Flächenentwicklung im Einzelhandel 1980-2010

Quelle: BBE, eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Nach Angaben des EHI hat sich die durchschnittliche Betriebsgröße im Lebensmitteleinzelhandel zwischen 1997 und 2007 um fast 70 % erhöht während die Flächenleistung einen Rückgang von fast 32 % zu verzeichnen hatte.

Betriebsformenwandel

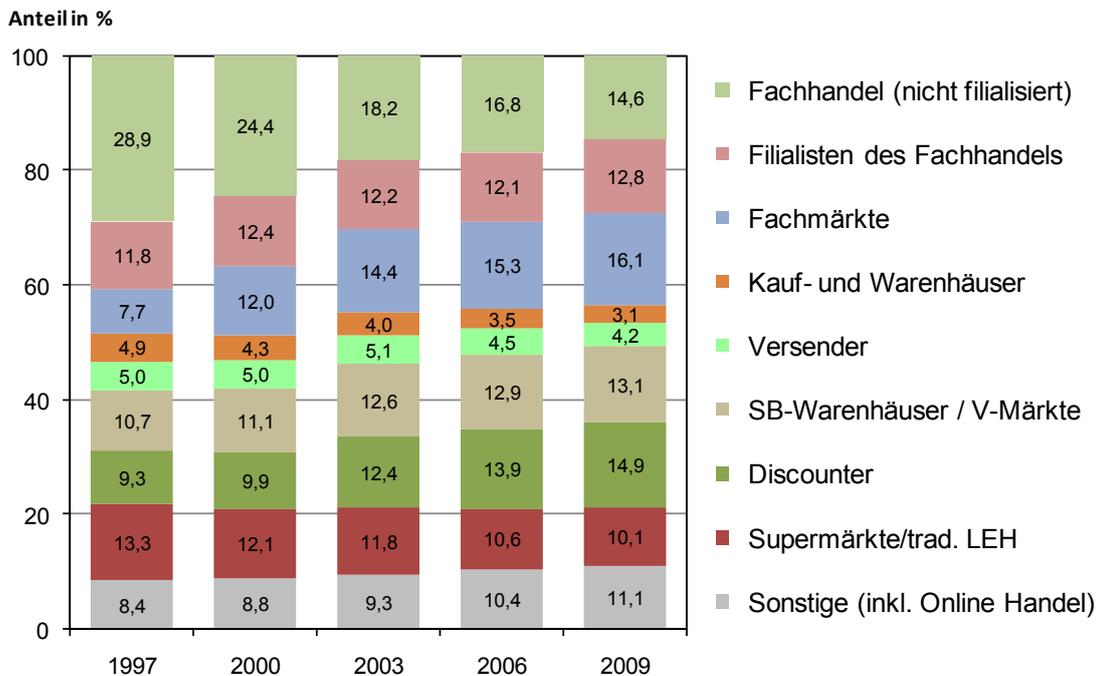
Mit der zunehmenden Polarisierung zwischen preis- und qualitäts-/serviceorientiertem Einkauf bzw. den veränderten Präferenzen der Verbraucher bei der Betriebsformwahl für den Einkauf entwickeln sich auch die einzelnen Handelsformate unterschiedlich. Die Betrachtung der Umsatzanteile einzelner Handelsformate am Gesamtmarkt zeigt die wesentlichen Veränderungen (vgl. Abb. 37).

- Der Umsatzanteil des nicht-filialisierten Fachhandels ist kontinuierlich rückläufig,
- Kauf- und Warenhäuser sowie Supermärkte verlieren Umsatzanteile,
- SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte legen zu,
- eine deutliche Zunahme verzeichnen sowohl die Fachmärkte als auch die Discounter, die mittlerweile eine Vielzahl von Branchen abdecken,
- schließlich gewinnt auch der filialisierte Non-Food-Fachhandel hinzu.

Neben dem Betriebsformenwandel innerhalb des klassischen Ladeneinzelhandels lässt sich auch eine Zunahme neuer Vertriebs- und Absatzschienen wie Hersteller-Direktverkauf und Internethandel feststellen, wodurch der klassische Ladeneinzelhandel substituiert wird und

somit insgesamt Marktanteile verliert. Dabei wird für den Internet-Handel in den relevanten Sortimenten, zu denen insbesondere Bücher, Elektroartikel, Geschenkartikel oder Spielwaren zählen, ein Marktanteil von ca. 5 % angegeben. An den FOC-Standorten prägen dagegen speziell die Sortimente Bekleidung, Schuhe und Sport das Angebot.

Abbildung 37: Veränderung der Umsatzanteile der Handelsformate von 1993 bis 2005



Quelle: BBE, eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Standortwahl

Hinsichtlich der Standortwahl geht der oben angesprochene Betriebsformenwandel mit veränderte Standortpräferenzen einher, die zu einer verstärkten Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben bzw. zu einer Verkaufsflächenzunahme an nicht-integrierten, autokundenorientierten Standorten führt, insbesondere in Gewerbegebieten. Neben dem zunehmenden Flächenbedarf der größer dimensionierten Betriebe selbst, stellt vor allem der Stellplatzbedarf hohe Anforderungen an die Grundstücksgröße, die innerhalb gewachsener Lagen zumindest ebenerdig kaum herstellbar sind. Mit der insgesamt geringeren Flächenleistung der Fachmärkte gegenüber den Fachgeschäften einerseits und dem andererseits höheren Flächenbedarf der Fachmärkte liegen zudem ökonomische Zwänge der Standortwahl vor. So ist die Betriebsform Fachmarkt für vergleichsweise teure Standortlagen, wie sie beispielsweise die Hauptlagen der Innenstädte darstellen, häufig ungeeignet und auch vor diesem Hintergrund entstehen entsprechende Standorte an der Peripherie.

Nach Angaben des HDE verschieben sich aber die Verkaufsflächenanteile seit den 1990er Jahren auf Kosten der grüne Wiese Standorte und der Standorte in nicht-integrierten Lagen wieder hin zu Gunsten der Innenstädte und integrierten Standorte.

Dimensionierung und Strukturierung

Weitere Entwicklungen auf der Angebotsseite umfassen die Zunahme der betriebswirtschaftlich notwendigen Mindestverkaufsfläche und damit die Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgröße (Dimensionierung). Gleichzeitig sinkt die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe, wobei vor allem die inhabergeführten Fachgeschäfte Opfer des Konzentrationsprozesses sind.

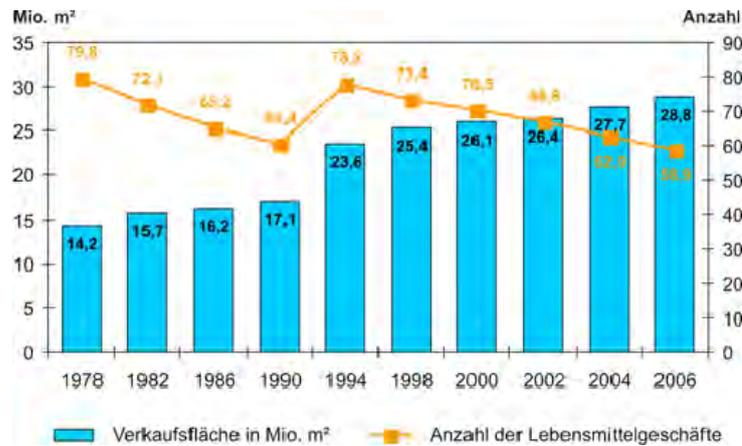
Gerade Versorgungsstandorte in peripherer Lage sind in ihrer inneren Strukturierung auf das Vorhandensein von entsprechenden Frequenzbringern oder Magnetbetrieben angewiesen. Dabei kann es sich einerseits um Betriebe handeln, die allein auf Grund ihrer Größe eine besondere Anziehungskraft besitzen, wie dies beispielsweise für Möbelhäuser bzw. Wohnerbiswelten der Fall ist. Häufiger lässt sich aber eine Agglomeration von Anbietern des mittel- oder langfristigen Bedarfs mit Lebensmittelmärkten und Drogeriemärkten feststellen, die einem Standort die entsprechende Frequentierung sichern. Sofern eine Kommune kein entsprechendes Sortimentsleitbild definiert hat, sind insbesondere (discountorientierte) Fachmärkte beispielsweise der zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung und Schuhe häufig in Verbindung mit Lebensmittelmärkten als sogenannte „Fachmarktstandorte moderner Prägung“ vorzufinden. Auch diese Konzeption erfordert eine Flächenverfügbarkeit und stellt auf eine Autokundenorientierung ab, die an gewachsenen, integrierten Standorten zumindest nicht kurzfristig herstellbar ist.

F 1.3 Entwicklungstrends im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

Wie in vielen anderen Bereichen des Einzelhandels können auch für den Lebensmitteleinzelhandel ein betriebsspezifisches Flächenwachstum und ein Rückgang der Betriebszahl (Konzentrationstendenz) nachvollzogen werden (vgl. Abb. 39).

Als Konsequenz dieser beiden Entwicklungen lassen sich strukturelle Verschiebungen zu Gunsten größerer Betriebseinheiten ausmachen (vgl. Abb. 38). Für das Jahr 2007 gibt das EHI nur mehr eine Anzahl von 55.026 Lebensmittelgeschäften an, die zusammen 28,8 Mio. m² Verkaufsfläche umfassen. Die durchschnittliche Betriebsgröße im Lebensmitteleinzelhandel (insgesamt) ist dabei von ca. 489 m² Verkaufsfläche im Jahr 2006 auf 523 m² Verkaufsfläche im Jahr 2007 weiter angewachsen.

Abbildung 38: Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

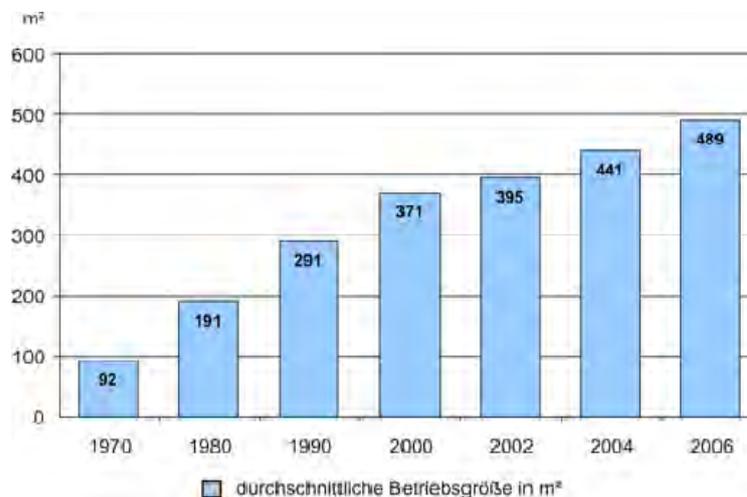


Quelle: eigener Entwurf nach EHI Handel aktuell, Ausgabe 2007/2008.

iq-Projektgesellschaft

Ein Konzentrationsprozess lässt sich aber nicht nur auf Ebene der Einzelbetriebe feststellen, sondern auch für die Anbieter. So werden mehr als 90 % des Marktes im Lebensmitteleinzelhandel von den sechs größten Anbietern bestimmt. Dabei handelt es sich um einen insgesamt hart umkämpften Markt, in dem die verbliebenen Anbieter um Marktanteile ringen. Gerade dieser Umstand verschafft den Kommunen mit entsprechender Bevölkerungszahl und damit Marktpotenzial eine sehr gute Stellung gegenüber der Anbieterseite.

Abbildung 39: Durchschnittliche Betriebsgröße im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: eigener Entwurf nach EHI Handel aktuell, Ausgabe 2007/2008.

iq-Projektgesellschaft

Rückzug aus Wohnlagen und Ausdünnung des Standortnetzes

Sofern eine kommunale Steuerung der Einzelhandelsentwicklung nicht stattfindet und kein entsprechendes Rahmenkonzept vorliegt, versuchen die einzelnen Anbieter sich gerade auch durch die drei Komponenten

- erreichbarkeitsbezogene Standortvorteile,
- Verkaufsflächengröße und
- Verbundstandort

Vorteile gegenüber ihren Wettbewerbern zu verschaffen. Speziell im Wettbewerb innerhalb der gleichen Betriebsform wird im Lebensmitteleinzelhandel versucht, die Flächenführerschaft herzustellen. Dabei wird versucht, möglichst eine Maximal-Dimensionierung bezogen auf das zugeordnete Einzugsgebiet zu realisieren, die keinen Tragfähigkeits-Spielraum mehr übrig lässt, der einem direkten Wettbewerber für eine spätere Ansiedlung zur Verfügung steht. Zudem wird die Entwicklung von Verbundstandorten mit Anbietern aus weiteren, insbesondere nahversorgungsorientierten Sortimenten betrieben (Drogeriemarkt, Tiernahrung, Getränkemarkt), um ein umfassendes und möglichst vollständiges Grundversorgungsangebot mit starkem Kopplungsangebot bereitzustellen.

Alle drei Komponenten zusammen führen zur Planung und Entwicklung immer größerer Grundversorgungsstandorte, die einerseits kaum mehr in Wohnlagen zu integrieren sind und andererseits auch auf eine immer größere Mantelbevölkerung angewiesen sind, um tragfähig zu sein. So entsteht letztlich ein immer weitmaschigeres Standortnetz mit immer stärker ausgebildeten Knoten, was unter erreichbarkeitsbezogenen Aspekten der Nahversorgung sowie der städtebaulichen Weiterentwicklung von gewachsenen Zentren nachteilig ist. Seit mehreren Jahren ist ein Rückzug von Einzelhandelsbetrieben aus Stadtteilen und Wohngebieten festzustellen. Die fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und weiteren Waren des kurzfristigen Bedarfs (Zeitschriften, Blumen, Getränke, Drogerie- und Apothekerwaren) ist oft nicht mehr gegeben. Dadurch geraten auch konsumnahe Dienstleister wie Friseur, Reinigung, Banken und Sparkassen oder Post unter Druck.

Das wettbewerbliche und ökonomisch ausgerichtete, unternehmerische Standortwahlverhalten, das rein autokundenorientierte Standorte mit umfangreicher Flächenverfügbarkeit bevorzugt, liegt in der Regel nicht im Einklang mit den städtebaulichen Gegebenheiten, Anforderungen und Zielen der Standortkommunen. Gelegentlich lassen sich zumindest integrierte Standorte realisieren, wenn großflächige Nutzungen wie Gärtnereien oder Gewerbebetriebe aus integrierten Lagen ausgelagert und für die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums nachgenutzt werden. Diese Strategie stärkt zwar wieder die wohnstandortnahe Grundversorgung, sie trägt aber nicht zur Weiterentwicklung der bereits bestehenden gewachsenen und multifunktional ausgerichteten Nahversorgungszentren bei, die aber wesentliche Kommunikationspunkte und Quartierszentren darstellen.

Größenstruktur von Lebensmittelmärkten

Die Zahl der Betreiber von Lebensmittel-Supermärkten und Lebensmittel-Discountern hat sich in den letzten 20 Jahren auf eine Hand voll leistungsfähiger Anbieter reduziert, die bundesweit tätig sind. Inhabergeführte, kettenunabhängige Geschäfte sind kaum noch vorzufinden.

Die Entwicklung der Betriebsgrößen wird sich auf Grund der betriebswirtschaftlichen Aspekte auch zukünftig in Richtung der größeren Einheiten vollziehen. Derzeit wird die betriebswirtschaftlich notwendige Mindestgröße für Betriebsformen aus dem Lebensmittelbereich in etwa bei folgenden Werten angesetzt:

▪ SB-Warenhaus	ca. 3.500 m ²	▪ LM-SB-Markt	ca. 200 m ²
▪ Verbrauchermarkt	ca. 1.500 m ²	▪ Getränkemarkt	ca. 200 m ²
▪ LM-Discounter	ca. 700 m ²	▪ Metzger/Bäcker	ca. 30 m ²
▪ LM-Supermarkt	ca. 1.200 m ²		

Für die Zukunft wird eine weiter steigende Tendenz erwartet. Allerdings zeigen sich bei entsprechender Standortsteuerung durch die Kommune auch deutlich geringere Betriebsgrößen, die rentabel betrieben werden können. Dies gelingt sehr gut, sobald ein ausreichendes Marktpotenzial im Umfeld vorhanden ist, das einzelnen Versorgungsstandorten von Seiten der Kommune durch ein entsprechend verlässliches Rahmenkonzept mit einem fest definiertem Standortsystem und eindeutigen Steuerungsmechanismen zugeordnet wird.

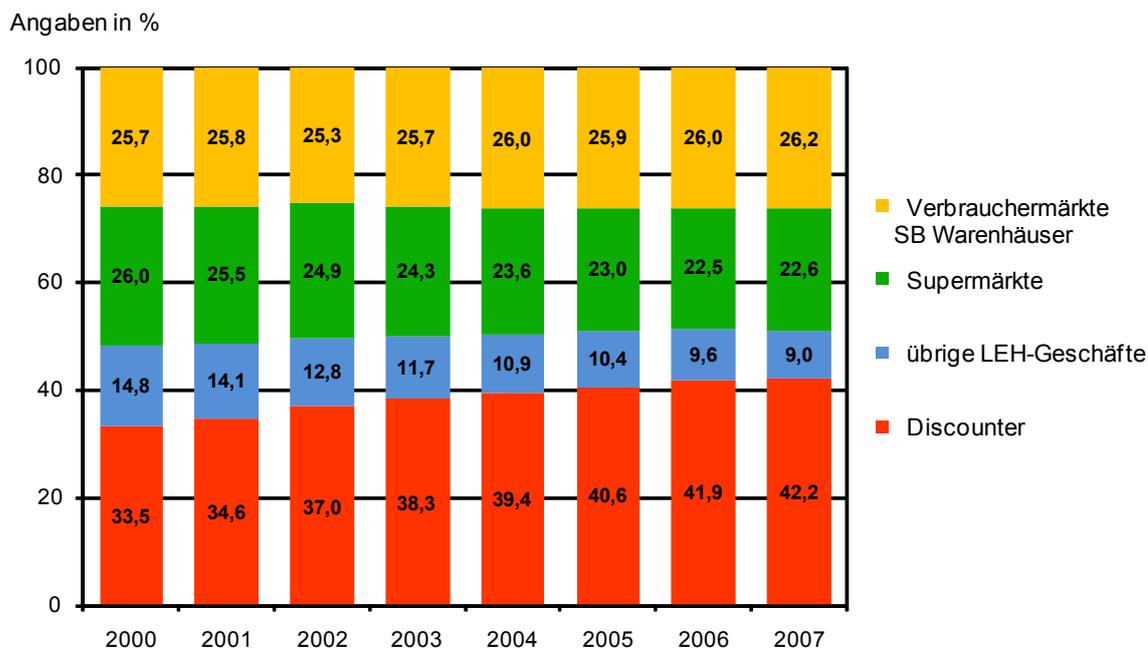
Betriebsformenwandel

Unter Berücksichtigung der veränderten Verkaufsflächenausstattung haben LM-Supermärkte und kleine Verbrauchermärkte an Umsatz verloren, LM-Discounters haben dagegen deutlich zugelegt und verfügen noch über weiteres Entwicklungspotenzial (vgl. Abb. 40). Der Umsatz von großflächigen Verbrauchermärkten im Lebensmitteleinzelhandel ist deutlich zu Ungunsten der sonstigen Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte angestiegen (vgl. EHI 2007/2009).

Die unterschiedlichen Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels sind nicht nur von einer unterschiedlichen Preisorientierung geprägt, sondern auch von einer spezifischen Versorgungsfunktion. Die Verbraucher nutzen für den rein versorgungsorientierten Grundeinkauf bevorzugt die preisorientierten Discounters, während mit dem Einkauf in Supermärkten in stärkerem Maße auch qualitative Elemente wie Auswahl, Frische, Warenpräsentation, Ladenatmosphäre und Service verbunden werden. Beide Betriebsformen können aber anhand ihrer Dimensionierung und Strukturierung (geringer Anteil an Nonfood-Verkaufsfläche – bis ca. 15 %) im Grundsatz als nahversorgungsorientiert bezeichnet werden. Dies gilt für die Betriebsformen Verbrauchermarkt und SB-Warenhaus so nicht. Sie besitzen einen Verkaufs-

flächenanteil im Nonfood-Bereich von über 20 % und verfügen damit über umfangreiche Verkaufsfläche gerade im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Sie stehen damit nicht nur zu anderen Grund- bzw. Nahversorgungsstandorten im Wettbewerb, sondern auch zum Warenangebot der Innenstadt bzw. der zentralen Versorgungsstandorte.

Abbildung 40: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: EHI, eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Im Drogeriehandel als einem weiteren nahversorgungsrelevanten Sortiment ist das Marktgeschehen ebenfalls von einem umfassenden Betriebsformenwandel geprägt. Der klassische Facheinzelhandel ist auch in diesem Sortiment stark rückläufig, während Drogeriefachmärkte Marktanteile gewinnen.

Standortwahl

Zu den grundlegenden Standortanforderungen der gängigen Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels und insbesondere für einen Lebensmittel-Supermarkt zählen aus Sicht der Anbieter des Lebensmittelhandels folgende Kriterien:

- wohnbereichsnahe Lage an Hauptverkehrs- und Ausfallstraßen oder Lage in Geschäfts- oder Einkaufs-/Fachmarktzentren sowie City- und Stadtteillagen,
- ausreichende Grundstückgröße mit mindestens 3.500 m² besser aber 5.000 bis 10.000 m²,
- ausreichende Anzahl an Parkplätzen an Fahrstandorten (mindestens 50),

- Verkaufsfläche zwischen 700 m² und 2.000 m² (EDEKA) bzw. 500 m² bis 5.000 m² (REWE).

Die Standortanforderungen für moderne Betriebsformen des Sortimentes Drogeriewaren sind je nach Anbieter unterschiedlich. Für die drei wichtigsten Anbieter lassen sich folgende Anforderungen an die Verkaufsfläche ausmachen:

- Drogeriemarkt Schlecker: 200 m² bis 800 m² Verkaufsfläche
- Drogeriemarkt dm: 300 m² bis 800 m² Verkaufsfläche
- Drogeriemarkt rossmann: ca. 500 m² Verkaufsfläche

Die gewünschten Standortvoraussetzungen auf Seiten der Anbieter verdeutlichen die Präferenz einer Standortwahl zugunsten verkehrsorientierter und damit erreichbarkeitsoptimierter Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit für die Realisierung immer größerer Einheiten. Die Kommunen sind dementsprechend gefordert, diesem Entwicklungstrend einen städtebaulich verträglichen Rahmen zu setzen.

F 1.4 Konsequenzen für die kommunale Einzelhandelsentwicklungsplanung

Im Zuge der Beschreibung der Entwicklungstrends auf der Nachfrage- und Angebotsseite wurde bereits mehrfach auf den kommunalen Steuerungsbedarf hingewiesen. Dieser begründet sich aus städtebaulichen Erwägungen, die im wettbewerblichen Marktgeschehen auf Seiten der Anbieter keine entsprechende Relevanz besitzen. So ist das Marktgeschehen blind gegenüber versorgungsbezogenen und städtebaulichen Qualitäten, deren Sicherung ist aber ein wesentliches gesellschaftliches Anliegen und eine wesentliche Anforderung an die kommunale Bauleitplanung. Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend die kommunale Ausgangsposition und schwerpunktmäßig der kommunale Handlungsbedarf dargestellt.

Nutzung des örtlichen Marktvolumens ergänzend zur kommunalen Planungshoheit zur Durchsetzung der eigenen Entwicklungsvorstellungen

Die Problematik für die städtische Einzelhandelsentwicklung liegt darin, dass für die Attraktivität einer Stadt als Einkaufsstandort der Besitz mit modernen Betriebstypen wie Fachmärkten, Discountern oder Filialisten, die von Seiten der Verbraucher bevorzugt werden, als Angebotsbaustein innerhalb der gesamten städtischen Einzelhandelslandschaft eine wesentliche Rolle spielt. Dementsprechend ist eine Stadt für den Erhalt ihrer Versorgungsfunktion bzw. der Anziehungskraft innerhalb des Marktgebietes von der Ansiedlung derartiger Betriebsformen abhängig. Sie trägt dadurch zur Sicherung ihrer Position als Handels- und Versorgungszentrum gegenüber konkurrierenden Kommunen im Umland bei. Gerade wenn – vor dem Hintergrund eines insgesamt rückläufigen Nachfragevolumens – ein Ausbau des

Angebotsumfangs und damit die Sicherung der Standortattraktivität insgesamt schwierig ist, wird den Standortpräferenzen der Anbieterseite häufig weit entgegengekommen und Planungsrecht für Standorte in autokundenorientierter und häufig nicht-integrierter Lage geschaffen. Dies ist zwar aus der Perspektive der Immobilienentwickler und Betreiber betriebswirtschaftlich optimal, wird aber den kommunalen Anforderungen an eine nachhaltige Stadtentwicklungsplanung nicht gerecht.

Mit Blick auf das Marktpotenzial der eigenen Bevölkerung einer hohen Distanzempfindlichkeit der Verbraucher beim reinen Versorgungseinkauf sowie der hohen Bedeutung einer Sicherung von Marktanteilen auf Seiten der Anbieter verfügen gerade die Mittelzentren im ländlichen Raum über eine eher starke Position gegenüber der Anbieterseite. Sie können ihre Entwicklungsvorstellungen im Sinne einer nachhaltigen städtebaulichen Entwicklung formulieren und auf Grundlage der kommunalen Planungshoheit realisieren. Sie verfügen damit sowohl über die planungsrechtlichen Voraussetzungen als auch über ein nachfrageseitiges Potenzial das ihnen eine aktive Einzelhandelsentwicklungsplanung nach eigenen Vorstellungen ermöglicht.

Weiterentwicklung der Handelsfunktion der bestehenden integrierten Standorte und der Innenstadt

Vollzieht sich der Betriebsformenwandel hin zu einem stärkeren Verkaufsflächenanteil der Filialisten und insbesondere der Fachmärkte bei einem rückläufigen Verkaufsflächenanteil der Fachgeschäfte und Fachkaufhäuser nicht innerhalb der Innenstadt und ihrer unterschiedlichen Standortlagen bzw der gewachsenen integrierten Nahversorgungsstandorte, sondern in Form eines Verkaufsflächenrückgangs der Innenstadt als Folge von Betriebsaufgaben bei gleichzeitig zunehmender Verkaufsfläche außerhalb der Innenstadt als Folge einer Neuan siedlung von Fachmärkten, sind negative städtebauliche Wirkungen zu erwarten. Diese drücken sich letztlich in einem Rückgang der Handelsfunktion und einer Zunahme der handelsbezogenen Leerstände gerade in den Nebenlagen aus.

Mit einem Verlust der Einzelhandelsausstattung als Leitfunktion in Teilen der Innenstadt geht zudem eine sinkende Attraktivität dieses gesamten Standortes nicht nur als Einkaufsstandort, sondern auch als Treffpunkt und öffentlicher Kommunikationsraum einher. Hiervon sind auch die Gastronomie und personenorientierte Dienstleistungen betroffen. Um eine derartige Abwärtsspirale nicht zu beschreiten und der Innenstadt die Möglichkeit zu erhalten, sich gemäß dem Leitbild einer europäischen Stadt als multifunktionales, wahrnehmungsbezogenes und identitätsprägendes Zentrum weiterzuentwickeln, sind die Kommunen gefordert eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorzunehmen. Ziel ist es, die Handelsfunktion als

Leitfunktion der Innenstadt und als Teilfunktion im gesamten innerstädtischen Bereich zu stärken und weiterzuentwickeln.

Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch ein kommunales Entwicklungskonzept

Die Standortpräferenz der meist discountorientierten Fachmärkte sowie der SB-Warenhäuser ist in der Regel auf Standorte fokussiert, die gut erreichbar sind, eine ausreichende Flächenverfügbarkeit besitzen, gut einsehbar sind und geringe Standortkosten verursachen. Nachdem die Summe dieser Standortanforderungen häufig nur außerhalb der Innenstadt und außerhalb der gewachsenen, städtebaulich integrierten Lagen zu erfüllen ist, besteht meist eine Diskrepanz zwischen dem einzelbetrieblich bzw. unternehmerisch bevorzugten Standort derartiger fachmarkt- und discountorientierten Anbieter und den Standorten, die aus stadtplanerischer bzw. städtebaulicher Sicht geeignet sind, um den Anforderungen an eine nachhaltige Stadt- und städtische Einzelhandelsentwicklung gerecht zu werden.

Diese bestehen zum einen darin, der zentralörtlichen Versorgungsfunktion gerecht zu werden und eine gewisse Vollständigkeit des Angebotes hinsichtlich Sortiment und Betriebstyp zu erreichen. Zum anderen gilt es die Funktionsfähigkeit der Innenstadt insgesamt weiterzuentwickeln, ihre Handelsfunktion zu stärken und bestehende integrierte Nahversorgungsstandorte zu sichern. Vor diesem Hintergrund hat sich in vielen Städten eine Standortstruktur im Einzelhandel herausgebildet, die neben der Innenstadt und integrierten Versorgungsstandorten auch einen Fachmarkt- bzw. Versorgungsstandort in nicht-integrierter Lage umfasst.

Sofern derartige, nicht-integrierte Fachmarkt- bzw. Versorgungsstandorte planungsrechtlich als Gewerbegebiet ausgewiesen sind, das keinen Einzelhandelsausschluss beinhaltet, kann eine sortimentspezifische Steuerung der weiteren Einzelhandelsentwicklung nicht bzw. kaum erfolgen. Da diese Standorte zudem häufig über eine umfassende Flächenverfügbarkeit verfügen, der Einzelhandel meist die einzige, kurzfristig verfügbare oder realisierbare Entwicklungsoption darstellt und die Flächen gegenüber der Innenstadt und den integrierten Nahversorgungsstandorten bei den Standortfaktoren Erreichbarkeit, Flächenverfügbarkeit, Einsehbarkeit und Kosten gerade für Fachmärkte und großflächige Lebensmittelbetriebe außerordentlich attraktiv sind, entwickeln sie sich nach und nach zu überörtlich bedeutsamen Versorgungsstandorten. Dadurch ziehen sie nicht nur Umsatz, sondern auch Frequenz aus der Innenstadt und den integrierten Nahversorgungsstandorten ab, mit entsprechend negativen städtebaulichen Folgen.

Bei engem Blick ausschließlich auf den Erhalt der gesamtstädtischen Anziehungskraft im Einzelhandel zeigt diese Entwicklung aber auch durchaus positive Effekte und kann zu einer Stabilisierung der Einzelhandelszentralität führen. Zudem können großflächige Betriebe nur

selten problemlos innerhalb der Innenstadt realisiert werden. Sofern es sich um Anbieter aus dem unteren Preissegment handelt, entsprechen diese Anbieter teilweise auch nicht der gewünschten Angebotsstruktur im zentralen Bereich der Innenstadt. Allerdings wächst die örtliche Verkaufsfläche häufig über ein tragfähiges Volumen hinaus und die Innenstadt und die Nahversorgungsstandorte werden ohne eine entsprechende sortimentspezifische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zusätzlich zur bestehenden Konkurrenz am jeweiligen Standort auch einer verschärften Konkurrenz zwischen den Standorten ausgesetzt. Wegen der hierdurch ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte im System der städtischen Versorgungsstandorte besteht dabei die Gefahr, der Innenstadt eine deutliche Schwächung zuzufügen, eine Zunahme der Leerstandsproblematik zu verursachen und die Innenstadt in ihrer Funktionsfähigkeit als multifunktionales Zentrum zu beeinträchtigen. Auch die Bestandsfestigkeit der Nahversorgungsstandorte wird gefährdet.

Beide Entwicklungen sind mit einer nachhaltigen kommunalen Einzelhandelsentwicklungsplanung unvereinbar und widersprechen explizit den übergeordneten städtebaulichen Zielen der Städtebauförderung sowie den landes- und regionalplanerische Zielen. So kommt es zum einen verstärkt zur Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Sortiment des mittel- und langfristigen Bedarfs außerhalb der Innenstadt und zum anderen zur Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels außerhalb der integrierten Nahversorgungsstandorte.

Dieser Entwicklung kann nur dann gegengesteuert werden, wenn die Kommune ihre Planungshoheit vollumfänglich wahrnimmt, eine den eigenen Entwicklungsvorstellungen angepasste Steuerungsstrategie formuliert und diese konsequent anwendet.

F 2 Strategisches Fazit der Bestandsanalyse und Ableitung des kommunalen Steuerungsbedarfs für die Stadt Tirschenreuth

Derzeit lassen sich in der Stadt Tirschenreuth vier Standortbereiche unterscheiden, die zumindest teilweise eine unterschiedliche Struktur im sortimentspezifischen Besitz nach nahversorgungsrelevanten Sortimenten, zentrenrelevanten Sortimenten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten aufweisen (vgl. Karte 10). Für eine genauere Erläuterung der Sortimentstypen siehe Kapitel F4.

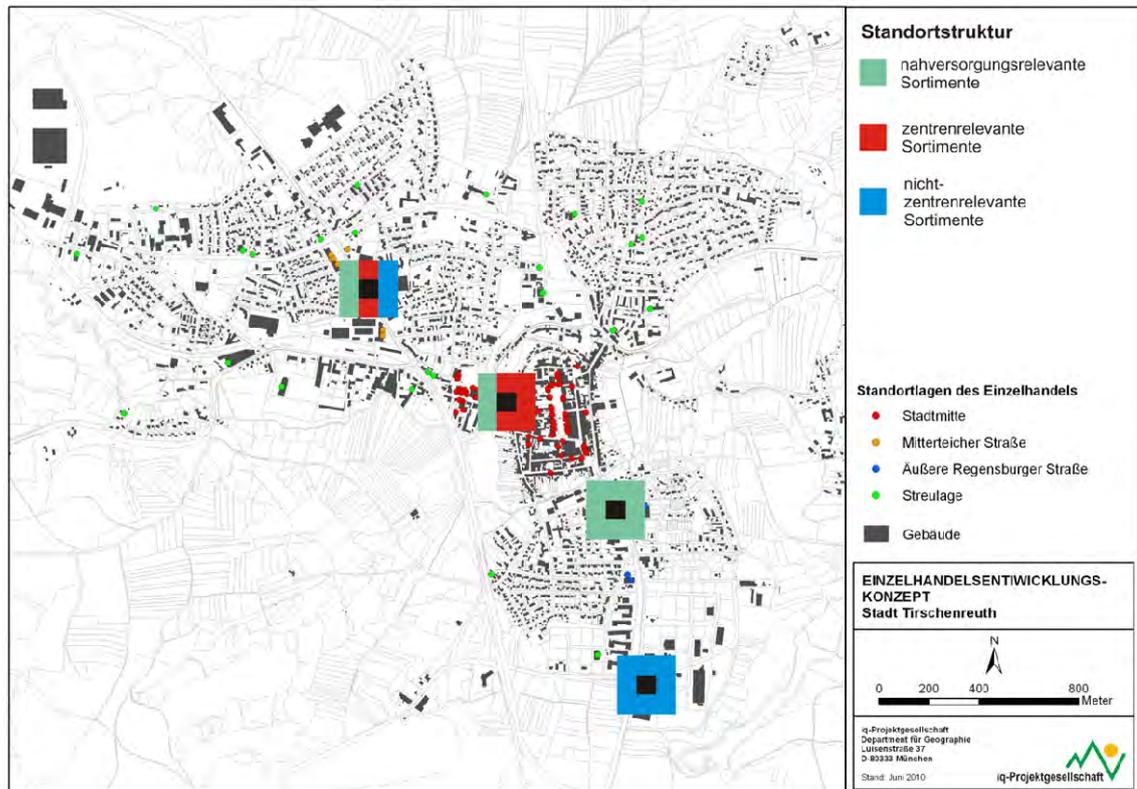
Stadtmitte

Der Standortbereich der Innenstadt, der sich aus den beiden räumlichen Bausteinen

- historischer Marktplatz mit seinem Umfeld und
- Bahnhofstraße mit TEO (Tirschenreuther Einkaufs Oase)

zusammensetzt, ist geprägt von einem Besitz mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten.

Karte 10: Aktuelle Standortstruktur des Einzelhandels in der Stadt Tirschenreuth



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Mitterteicher Straße

Eine zur sortimentsbezogenen Angebotsstruktur der Stadtmitte ähnliche Angebotsstruktur ist auch für den Standortbereich der Mitterteicher Straße auszumachen. Zwar wird dieser Standortbereich auch durch Verkaufsfläche aus dem Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente geprägt, gerade im Vergleich zum Angebotspektrum des TEO lassen sich aber deutliche Überschneidungen ausmachen. So ist am Standort Mitterteicher Straße Verkaufsfläche im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente platziert, die für eine Erhöhung der Angebotsdichte in der Stadtmitte und insbesondere für eine bessere Verknüpfung der beiden innerstädtischen Angebotspole (Marktplatz und TEO) nicht zur Verfügung steht.

Äußere Regensburger Straße und Gewerbegebiet Süd

Für die äußere Regensburger Straße ist der Besitz mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten prägend. Aufgrund seiner integrierten Lage im direkten Anschluss an wesentliche Wohn-

bauflächen dient der Standort der wohnstandortnahen Grundversorgung. Nachdem am Standort Äußere Regensburger Straße keine zentrenrelevanten Sortimente vorhanden sind, tritt der Standort auch nicht in Konkurrenz zur Versorgungsfunktion der Stadtmitte.

Das Gewerbegebiet Süd beinhaltet derzeit lediglich das Möbelhaus als Anbieter, dem aber aufgrund seiner Größe eine besondere zentrenbildende Magnetfunktion zukommt. Es steht im Bereich der zentrenrelevanten Randsortimente, die im Möbelhaus vorhanden sind, in einer Konkurrenzsituation zur Innenstadt.

Strategische Anforderungen

Die Stadt Tirschenreuth hat in der Vergangenheit ein Standortsystem des städtischen Einzelhandels geschaffen, das in seiner räumlichen Anordnung als städtebaulich uneingeschränkt geeignet und zukunftsfähig einzustufen ist. Dementsprechend gilt es bei der sich künftig durch den allgemeinen Nachfragerückgang sich verschärfenden Konkurrenzsituation zunächst die Rahmenbedingungen dafür zu schaffen, dass die bestehende Standortstruktur erhalten bleiben kann.

Als Folge des wirtschaftsstrukturellen Wandels und der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung verfügt die Stadt Tirschenreuth bereits heute über zahlreiche Leerstände, die aus Sicht der Angebotsseite für eine Handelsnutzung geeignet wären. Sofern die handelsbezogene Nachfolgenutzung von Leerständen aber neue Versorgungsstandorte schafft, was insbesondere dann der Fall ist, wenn dort Lebensmittelmärkte angesiedelt werden, die als Frequenzbringer und Magnetbetrieb wirken, wird die Konkurrenz zwischen den Versorgungsstandorten verschärft. Umsatzumverteilungseffekte von den bestehenden Standorten an den neu geschaffenen Standort gefährden das bestehende, städtebaulich geeignete Standortsystem in seiner Existenz.

Eine Schwächung des bestehenden örtlichen Standortsystems durch wettbewerbsbedingte Ausleseprozesse als Folge der Entwicklung neuer Versorgungsstandorte in Tirschenreuth ist aber explizit nicht Ziel der kommunalen Einzelhandelsentwicklungsplanung. Vielmehr ist eine Bündelung der Versorgungsfunktion auf wenige aber dafür kompakte Standorte auch für sich genommen mit folgenden Vorteilen verbunden:

- Geringere Verkehrsbelastung durch nutzungsbezogene Entflechtung des Verkehrs.
- Verbesserte überörtliche Wahrnehmung und Anziehungskraft der Versorgungsstandorte und Standortverbund für die Außendarstellung.
- Verringerung der Verkehrsbelastung im Standortbereich durch weniger Such- sowie Vergleichsverkehr.

- Verringerter Flächenbedarf durch die gemeinsame Nutzung von Flächen beispielsweise für Stellplätze.
- Verbesserte Attraktivität, wettbewerbsbedingte Branchen am Standort einer einzelhandelsbezogenen Nachfolgenutzung zuzuführen.

Neben der städtebaulichen Problematik, die grundsätzlich aus der Schaffung neuer Handelsstandorte resultiert, wird auch die Konkurrenzsituation zwischen den bestehenden Handelsstandorten umso mehr verschärft, je stärker sich die angebotenen Sortimente überschneiden. Eine derartige Wettbewerbsverschärfung zwischen den bestehenden Standorten ist aber insbesondere aus städtebaulichen Gründen nicht erwünscht, wenn sie mit Funktionsverlagerungen und Umsatzumverteilungseffekten zu Lasten der Stadtmitte verbunden ist, die deren Funktionsfähigkeit in Frage stellen. So basiert die Funktionsfähigkeit einer Innenstadt bei aller Multifunktionalität im Wesentlichen auf dem Einzelhandel als der Leitfunktion einer Stadtmitte. In Verbindung mit Gastronomie und weiteren Dienstleistungen entsteht eine Angebotsdichte, die der Innenstadt eine ausreichende Frequentierung sichert, um auch als kommunikatives Zentrum der Stadt zu funktionieren.

Gerade in der Stadt Tirschenreuth steht mit dem TEO eine geeignete Innenstadterweiterung zur Verfügung, die moderne Betriebstypen mit zentrenrelevanten Sortimenten aufgenommen hat. Das TEO übernimmt damit eine wesentliche Funktion, um den anhaltenden Betriebsformenwandel in zentraler Lage zu begegnen und stellt damit die Versorgung mit zentrenrelevanten Sortimenten (u.a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie) in der Nähe des Stadtplatzes sicher. Eine umfassende und damit autarke Versorgungsfunktion der Handelsstandorte außerhalb der Stadtmitte ist nicht Ziel der kommunalen Einzelhandelsentwicklungsplanung, da sie zu einem Verlust der Besuchsansätze für die Stadtmitte führen und die Kopplungsbeziehungen zwischen den Versorgungsstandorten und innerhalb der Innenstadt verringern würde. Dementsprechend sollte die Versorgungsfunktion des Standortes Mitterteicher Straße nicht in Konkurrenz zur Innenstadt weiterentwickelt werden. Vielmehr besteht die Anforderung darin, die Standorte hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion arbeitsteilig weiterzuentwickeln. Dabei sollte aber durchaus ein erweiterter Bestandsschutz am Standort Mitterteicher Straße gewährt werden.

Fazit

Eine aktive Steuerung der künftigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Tirschenreuth ist notwendig, um die Funktionsfähigkeit der Stadtmitte zu erhalten, die Handelsfunktion auf die vorhandenen, städtebaulich geeigneten Standorte zu bündeln und deren Weiterentwicklung arbeitsteilig hinsichtlich ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion zu organisieren.

F 3 Leitlinien für die Einzelhandelsentwicklung in Tirschenreuth

Grundlage einer kommunalen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist ein entsprechendes Steuerungsleitbild. Hierfür sind einleitend die von kommunaler Seite angestrebten Entwicklungsziele zu formulieren, nach denen sich nachfolgend auch die Steuerungsstrategie richtet. Gerade bei strittigen Fragen in der Einzelhandelsentwicklung bilden die in der kommunalen Entwicklungsstrategie formulierten Leitlinien künftig die Bewertungsgrundlage.

Inhaltlich gilt es zum einen die Einzelhandelsentwicklung in ihrer überörtlichen Bedeutung zu thematisieren und die Rolle als Mittelzentrum sowie die Entwicklung im Vergleich zum Umland anzusprechen. Zum anderen sind Aussagen zur Stellung der einzelnen Versorgungsstandorte innerhalb der Stadt Tirschenreuth erforderlich.

Nachfolgend werden die Zielsetzungen und Entwicklungsgrundsätze der kommunalen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Tirschenreuth definiert und die damit verbundenen Aspekte erläutert.

Zielsetzung A Erhaltung und Stärkung der zentralörtlichen Funktion der Stadt Tirschenreuth

- Das Landesentwicklungsprogramm bzw. der Regionalplan ordnet die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem ein. Als Mittelzentrum kommt der Stadt Tirschenreuth dabei eine entsprechende zentralörtliche Versorgungsfunktion für ihr Umland zu. Die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Tirschenreuth sowie die räumliche Anordnung der Versorgungsstandorte sind daher sowohl im örtlichen als auch im überörtlichen Kontext zu betrachten. Es gilt der überörtlichen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum gerecht zu werden und ein Einzelhandelsangebot zu entwickeln, das eine ausreichend starke Anziehungskraft auf das Marktgebiet ausübt. Vor diesem Hintergrund gilt es für die Stadt Tirschenreuth neben der Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes auch eine Bündelung der Versorgungsfunktion in der Innenstadt vorzunehmen sowie die Stadt Tirschenreuth überörtlich bzw. regional entsprechend als Einkaufsstandort zu positionieren.
- Die einzelhandelsbezogene Attraktivität der Stadt Tirschenreuth als Wohnstandort für die eigene Bevölkerung und als Einkaufsstandort für die Umlandbevölkerung definiert sich entscheidend über den Umfang, die Vollständigkeit und die Qualität des Einzelhandelsangebotes (Verkaufsflächenausstattung, Branchen- und Betriebsformen-Mix) sowie seiner Erreichbarkeit vom Wohnstandort aus. Ziel für die Stadt Tirschenreuth ist es daher, eine Handelsvielfalt zu erlangen bzw. zu sichern, die den nachfrageseitigen Vorstellungen entspricht. Eine Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes nach Betriebstypen, Qualitäten und Sortimenten ist damit ebenso erwünscht wie wettbewerbliche Selektionseffekte im

Einzelhandel, die innerhalb eines städtebaulich verträglichen Rahmens stattfinden und so insgesamt zu einer Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebotes in Sinne der nachfrageseitigen Vorstellungen beitragen.

Zielsetzung B

Sicherung und ggf. Stärkung des Standortes Innenstadt in seiner Versorgungsfunktion , seiner Funktionsvielfalt und seiner räumlichen Struktur

- **Sicherung der städtebaulichen Struktur der Stadt Tirschenreuth**
Die Sicherung und Stärkung der Funktionsfähigkeit der Tirschenreuther Innenstadt ist eine Anforderung die gerade vor dem Hintergrund des rückläufigen Marktvolumens und der Zunahme der Leerstände innerhalb der Innenstadt besondere Bedeutung behält. Die Identität der Stadt Tirschenreuth wird sowohl auf Grund der bereits historisch begründeten Funktion der heutigen Innenstadt als auch auf Grund der monozentralen Grundkonzeption der Stadt entscheidend von einer funktionsfähigen Stadtmitte bestimmt.
- **Sicherung der Leitfunktion der Innenstadt**
Eine entsprechende Aufenthaltsqualität und funktionale Dichte sind die entscheidenden Voraussetzungen, um die Funktionsfähigkeit einer Innenstadt zu gewährleisten. Mit der Sanierung des Marktplatzes hat die Stadt Tirschenreuth einen Impuls gesetzt, der genutzt und fortgeführt werden soll. Dementsprechend gilt es, die Handelsfunktion als eine der Leitfunktionen einer Innenstadt auch in der Tirschenreuther Innenstadt zu sichern.
- **Sicherung der Multifunktionalität**
Die Innenstadt der Stadt Tirschenreuth besitzt neben dem Einzelhandel eine Reihe weiterer Nutzungen (Dienstleistung, Verwaltung, Gastronomie etc.) mit hoher Bedeutung für die städtische aber auch überörtliche Versorgung der Bevölkerung. Sie stellt damit sowohl in ihrer umfassenden Versorgungsfunktion als auch unter siedlungsräumlichen, städtebaulichen sowie identitäts- und wahrnehmungsbezogenen Gesichtspunkten das Zentrum der Stadt dar. Um diese Multifunktionalität und hervorgehobenen Bedeutung zu sichern, wird die Innenstadt in ihrer Bedeutung als einzelhandelsbezogener und umfassender Versorgungsstandort sowie als multifunktionales Zentrum der Stadt gesichert und weiter gestärkt. Hierfür werden u.a auch durch Märkte, Veranstaltungen, Events und Marketingmaßnahmen immer wieder Besuchsanlässe für die Innenstadt geschaffen, um sie auch als Veranstaltungsort und Treffpunkt sowie als Zentrum der Kommunikation zu positionieren.
- **Steigerung der Nutzungsdichte**
Die räumliche Struktur der Innenstadt wird durch die beiden Bereiche Bahnhofstraße (TEO) und Maximiliansplatz bestimmt. Insbesondere die Verbindung dieser beiden Bereiche ist das vordringliche Ziel der Stadt Tirschenreuth. Dabei kommt dem Einzelhandel als Nutzung zur Erhöhung der Angebotsdichte und damit als verbindende Funktion besonde-

re Bedeutung zu. Dementsprechend soll der Innenstadt insgesamt ein Nachfragepotenzial gesichert werden, das für die Erhöhung der Angebotsdichte genutzt werden kann.

Zielsetzung C **Bündelung der Handelsfunktion auf die bestehenden Standortbereiche**

- Bei einem insgesamt rückläufigen Marktvolumen und damit einer verminderten Tragfähigkeit von Einzelhandelsnutzungen kommt der Sicherung der bestehenden räumlichen Strukturen eine besondere städtebauliche Relevanz zu. Bereits die bestehenden Einzelhandelsstandorte bieten eine ausreichende Flächenverfügbarkeit. Gleichzeitig erhöhen Leerstände mit einzelhandelsbezogenem Planungsrecht das Flächenangebot. Auf Grund der städtebaulichen Zielsetzung, die Funktionsfähigkeit der bestehenden Versorgungsstandorte zu erhalten, Potenzial für die Revitalisierung und Weiterentwicklung zu sichern und um das Leerstandsrisiko und die daraus folgenden nutzungsstrukturellen Brüche nicht weiter zu verstärken, wird die Handelsfunktion künftig ausschließlich auf die bestehenden Standortbereiche konzentriert. Zielsetzung ist die Weiterentwicklung des bestehenden räumlichen Standortsystems im Einzelhandel. Hierfür ist es erforderlich, dass Neuansiedlungen funktional den bestehenden Zentren zugeordnet werden können und so eine laufende Weiterentwicklung der Zentren und deren Funktionserhalt erfolgt. Im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung ist es Ziel, die städtebaulich negativen Prozesse des Niedergangs eines Zentrums und der Neuentwicklung an anderer Stelle durch die Revitalisierung von Zentren zu ersetzen. Es werden keine neuen Standortbereiche durch die Positionierung zentrongenerierender Betriebsformen geschaffen, wie sie gerade Lebensmittelmärkte (LM-Discounter, LM-Supermarkt, Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus) darstellen. Vielmehr soll das Innenentwicklungspotenzial der bestehenden Versorgungsstandorte genutzt werden, um deren Funktionsfähigkeit zu erhalten. Dies unterstützt auch die städtebauliche Zielsetzung der Stadt Tirschenreuth, einen kompakten Siedlungskörper zu erhalten und einer weiteren Perforation des Siedlungskörpers entgegenzuwirken.

Zielsetzung D **Entwicklung eines funktional differenzierten Systems an Versorgungsstandorten.**

- Komplementarität der Versorgungsfunktion der Versorgungsstandorte
Als städtebaulich nachhaltige Entwicklungsstrategie für den Einzelhandel in der Stadt Tirschenreuth wird ein System an Versorgungsstandorten angestrebt, das sich wechselseitig möglichst ergänzt und nicht bekämpft. Ziel ist der Aufbau eines in seiner Versorgungsfunktion arbeitsteilig organisierten Standortsystems nach dem Prinzip der Komplementarität der Sortimente. So werden letztlich Versorgungsstandorte geschaffen, die sich wechselseitig ergänzen und nicht kannibalisieren. Damit wird der Wettbewerb zwischen Standorten substituiert durch den Wettbewerb an einem Standort.

- Sortimentsbezogene Steuerungsstrategie
 Nachdem die Stadt Tirschenreuth planungsrechtlich nur die Möglichkeit hat, Sortimente im Rahmen der Bauleitplanung für einzelne Standorte festzulegen, nicht aber Qualitäten des Warenangebotes, kann keine differenzierte Steuerung des Warenangebotes erfolgen (beispielsweise nach Zielgruppe oder Discountorientierung). Dementsprechend wird festgelegt, welche Sortimente zukünftig für die unterschiedlichen Standorttypen geeignet sind. Kern der sortimentsbezogenen Steuerungsstrategie ist die Differenzierung der Sortimente nach ihrer Zentrenrelevanz sowie ihrer Bedeutung für die wohnstandortnahe Grundversorgung.
- Örtliche Besonderheiten wie Einzelhandel in Verbindung mit einem Produktionsbetrieb (z.B. Hatico) sowie bestehende Einzelhandelsbetriebe sollen erhalten bleiben. Dementsprechend wird in diesen Fällen ein erweiterter Bestandsschutz eingeräumt.

Zielsetzung E
Beibehaltung und Weiterentwicklung des Grundversorgungsangebotes als Nahversorgungsangebot

- Eine wohnstandortnahe Grundversorgung ist insbesondere unter versorgungsbezogenen Aspekten ein wichtiger Bestandteil des städtischen Einzelhandelsangebotes. Für eine möglichst umfassende Abdeckung der Wohngebiete mit Nahversorgungsstandorten in fußläufiger Erreichbarkeit wäre eine Vielzahl von entsprechenden Nahversorgungsstandorten erforderlich, die jedoch auf Grund betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten bezüglich Verkaufsflächengröße und Standortumfeld nicht realisierbar sind. Vielmehr ist mit dem rückläufigen Marktvolumen eher eine Auflösung der integrierten Nahversorgungsstandorte zu befürchten. Entsprechende Tendenzen zeigen sich beispielsweise im Standortbereich der äußeren Regensburger Straße. Vor diesem Hintergrund ist es Ziel der Stadt Tirschenreuth, die bestehenden integrierten Nahversorgungsstandorte so weiterzuentwickeln, dass sie eine Anziehungskraft entfalten, die zur nachhaltigen Bestandssicherung beiträgt.

F 4 Sortimentskonzept

Für die städtebaulich gerechtfertigte, planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist eine konkret auf die Stadt Tirschenreuth bezogene Sortimentsliste zur Feinsteuerung des Einzelhandels definiert. Dabei werden sowohl der Bestand im zentralen Versorgungsbereich als auch die städtebaulichen Entwicklungsvorstellungen berücksichtigt.

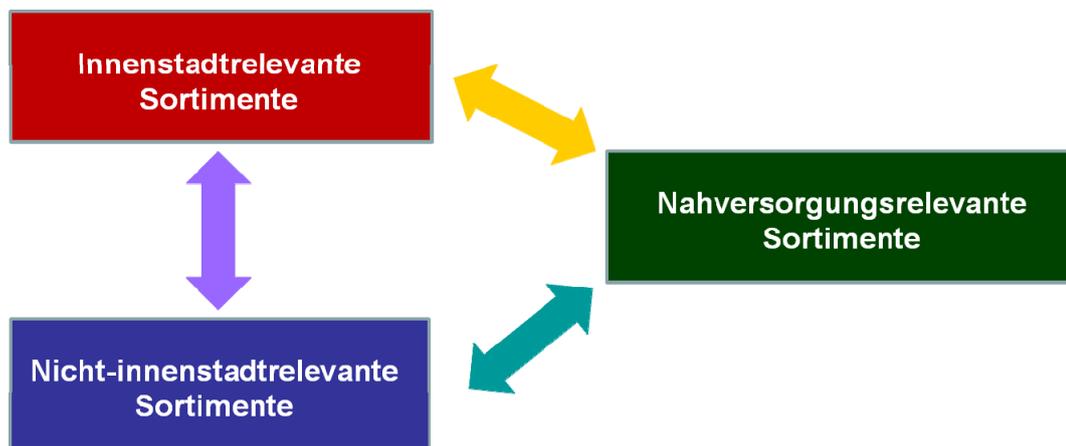
Für die Stadt Tirschenreuth erweist sich für die oben angegebenen einzelhandelsbezogenen und städtebaulichen Entwicklungsziele eine Unterscheidung zwischen den Sortimentskategorien

- zentrenrelevantes Sortiment,

- nahversorgungsrelevantes Sortiment sowie
- nicht-zentrenrelevantes Sortiment

als zielführend für eine künftige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Abb. 41).

Abbildung 41: Sortimentskategorien im Einzelhandel der Stadt Tirschenreuth



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Nachdem nachfolgend nur die Hauptwarengruppen den einzelnen Sortimentskategorien zugeordnet sind, befindet sich im Anhang eine ausführliche Auflistung der den jeweiligen Hauptwarengruppen zugeordneten Sortimente (vgl. Tabelle 23 im Anhang).

In der Stadt Tirschenreuth sind Hauptwarengruppen bzw. Sortimente zentrenrelevant, die

- in der Innenstadt am stärksten vertreten sind (Kriterium: Einzelhandelsbestand),
- für einen attraktiven Branchen-Mix in der Innenstadt notwendig sind oder einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind (Kriterium: Einzelhandelsstruktur),
- Innenstadtbesucher anziehen (Kriterium: Frequentierung),
- einen relativ geringen, sortiments- bzw. betriebsformspezifischen Flächenbedarf besitzen (Kriterium: Integrationsfähigkeit),
- über eine relativ hohe Versorgungsbedeutung bzw. Zentralität verfügen, da sie nur selten (bzw. nur in Mittel- und Oberzentren) angeboten werden (Kriterium: Einzelhandelszentralität),
- häufig im Zusammenhang mit anderen Einrichtungen in der Innenstadt besucht werden (Kriterium: Kopplungsaffinität),

- leicht transportiert werden können (Handtaschensortiment)
(Kriterium: Transportfähigkeit).

Zentrenrelevante Hauptwarengruppen bzw. Sortimente sind in der Stadt Tirschenreuth dementsprechend:

- Schnittblumen
- Drogeriewaren, Parfümeriewaren
- Apothekerwaren, Sanitätswaren, Orthopädie
- Papier- und Schreibwaren, Bücher
- Bekleidung
- Schuhe, Lederwaren
- Hausrat, Glas, Porzellan, Geschenkartikel
- Spielwaren, Hobby, Babyartikel, Akustik
- Uhren und Schmuck
- Foto, Optik
- Zoobedarf

In der Stadt Tirschenreuth sind Sortimente nahversorgungsrelevant,

- für die eine flächendeckende Versorgung angestrebt wird
(Kriterium: Abdeckung),
- die häufig benötigt und dem kurzfristigen Bedarf zugeordnet werden können
(Kriterien: Bedarfshäufigkeit und Fristigkeit),
- für die eine Zuordnung zu Wohnstandorten angestrebt wird
(Kriterium: fußläufige Erreichbarkeit),
- bei denen der Versorgungseinkauf im Vordergrund steht
(Kriterium: Effizienz).

Nahversorgungsrelevante Hauptwarengruppen sind in der Stadt Tirschenreuth dementsprechend folgende Warengruppen:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Tiernahrung

In der Stadt Tirschenreuth sind Sortimente nicht-zentrenrelevant, die

- in der Innenstadt derzeit ohne Bedeutung sind und diese nicht prägen (Kriterium: Relevanz),
- zukünftig kein Entwicklungspotenzial für die Innenstadt bieten (Kriterium: Impulsfunktion),
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. des betriebsformspezifischen Flächenbedarfs für eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich (Kernbereich oder erweiterter Bereich) nicht geeignet sind (Kriterium Integrationsfähigkeit),
- eine geringe Umsatzleistung je m² Verkaufsfläche aufweisen (Kriterium: Flächenproduktivität).

Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind in der Stadt Tirschenreuth demnach folgende Warengruppen:

- Sportartikel, -geräte, Fahrräder, Camping
- Elektroartikel und Leuchten
- Einrichtungsbedarf
- Baumarktartikel
- Gartenmarktartikel
- Kfz-Handel

Mit der ausführlichen Sortimentsliste für die Stadt Tirschenreuth (siehe Anhang) ist eine einheitliche Vorgehensweise bei der Steuerung von Einzelhandelssortimenten an den jeweiligen Standorttypen gewährleistet die dem Bestimmtheitsgrundsatz gerecht wird.

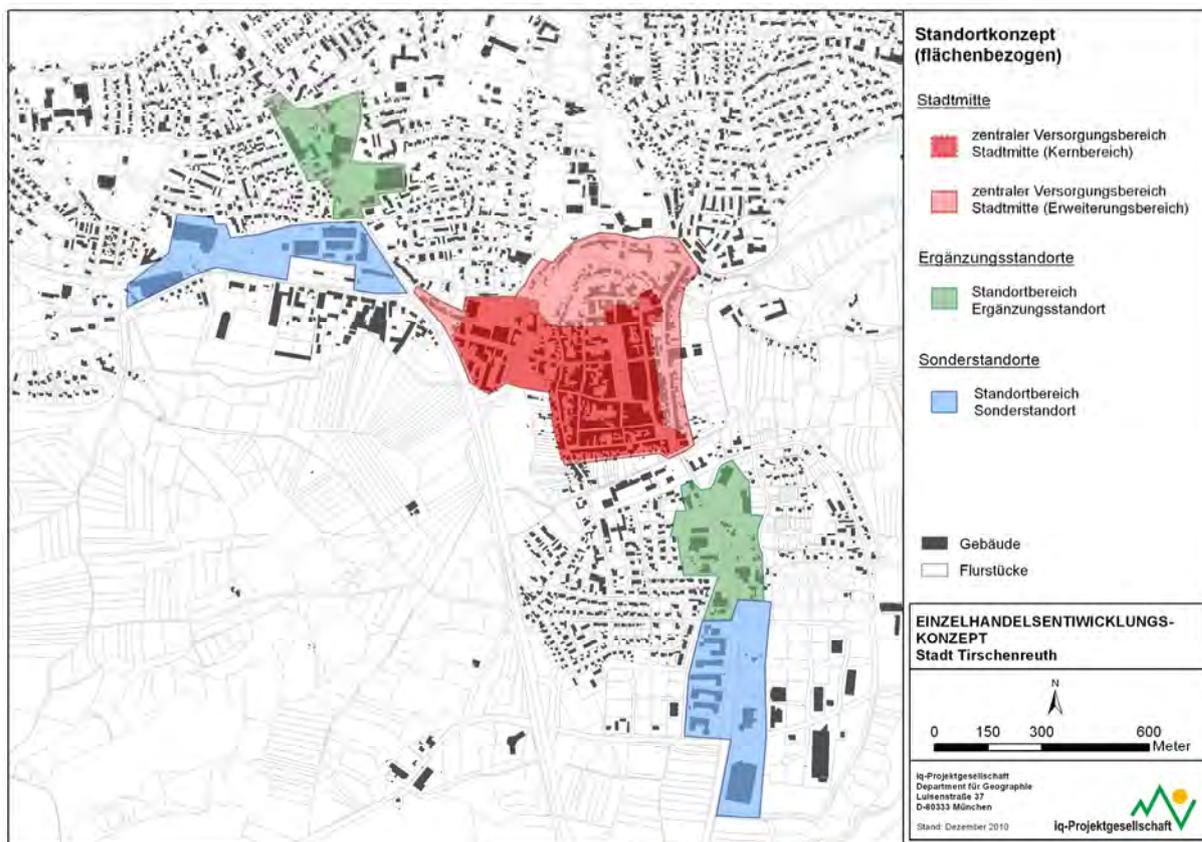
F 5 Standortkonzept und Steuerungsgrundsätze

Für die Stadt Tirschenreuth werden vor dem Hintergrund bestehender und planungsrechtlich gesicherter Einzelhandelsnutzungen sowie vor dem Hintergrund der beabsichtigten sortimentspezifischen Steuerungsstrategie folgende Standortkategorien (vgl. Karte 11) unterschieden:

- zentraler Versorgungsbereich Stadtmitte (neben dem Marktplatz und seinem Umfeld zählt hierzu auch die Bahnhofstraße im Umfeld des TEO),
- Ergänzungsstandort Mitterteicher Straße,
- Sonderstandort Falkenberger Straße,
- Ergänzungsstandort nördliche Äußere Regensburger Straße und

- Sonderstandort südliche Äußere Regensburger Straße.

Karte 11: Standortbereiche für den Einzelhandel in der Stadt Tirschenreuth



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Für eine differenzierte planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Tirschenreuth gelten die nachfolgenden Steuerungsgrundsätze, die den einzelnen Kategorien von Handelsstandorten jeweils eine spezifische Versorgungsfunktion zuweisen und somit auch deren Eignung für Planvorhaben bestimmen (vgl. hierzu auch Karte 12).

- **Steuerungsgrundsatz 1:**
Ansiedlung von Einzelhandel mit zentrenrelevantem Sortiment nur noch im Standortbereich Stadtmitte.

Die Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Sortiment als Hauptsortiment erfolgt ausschließlich im Standortbereich Stadtmitte. Dies gilt generell für alle Vorhaben. Ausnahmen gelten lediglich im Rahmen des erweiterten Bestandsschutz sowie in Verbindung mit einem Gewerbebetrieb. So kann der gewerbeabhängige Verkauf an Endverbraucher zugelassen werden.

Für Einzelstandorte und/oder Einzelbetriebe des Handwerks oder des produzierenden Gewerbes sollte der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren aus-

nahmsweise zulässig sein. Voraussetzung hierfür ist, dass der Verkauf nach Art und Umfang in betrieblichem Zusammenhang mit der Produktion, der Ver- und Bearbeitung dieser Güter einschließlich Reparatur und Serviceleistungen steht.

■ **Steuerungsgrundsatz 2**

Ansiedlung von zentrengenerierendem Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Sortiment im Standortbereich Innenstadt sowie an den Standortbereichen Mitterteicher Straße und nördliche Äußere Regensburger Straße

Die Ansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von größeren Betrieben (mehr als 100 m² Verkaufsfläche) mit Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortiment erfolgt unter der Maßgabe, die wohnstandortbezogene Grundversorgung zu sichern bzw. zu verbessern. Davon nicht betroffen sind Läden mit bis zu 100 m² Verkaufsfläche im nahversorgungsrelevanten Sortiment, für die keine Beschränkung auf einen Standortbereich vorgenommen wird.

Die übliche Größenordnung der für die Nahversorgung relevanten Lebensmittelanbieter liegt bei 800-1.200 m² Verkaufsfläche im Falle von Lebensmitteldiscountern und bei 1.500-2.500 m² Verkaufsfläche im Falle von Vollsortimentern. Die Angebotspalette dieser Betriebe umfasst zu einem gewissen Anteil – etwa 10 bis 20 % – zentrenrelevante Randsortimente (u. a. Schreibwaren, Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Bekleidung). Die Randsortimente können aufgrund der geringen Verkaufsfläche aber per se als nicht strukturprägend beurteilt werden.

■ **Steuerungsgrundsatz 3**

Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment am Standortbereich Innenstadt, an den Standortbereichen Mitterteicher Straße und nördliche Äußere Regensburger Straße sowie an den Standortbereichen Falkenberger Straße und südliche Äußere Regensburger Straße.

Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel könnte grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet – sofern eine Handelsnutzung anhand des Flächennutzungsplanes möglich ist – zugelassen werden. Um allerdings eine Aufsplitterung in eine Vielzahl von Handelsstandorten zu verhindern und eine räumlich ausgewogene Standortstruktur sowie eine ausreichende Anziehungskraft einzelner Versorgungsstandorte – im Sinne positiver Agglomerationseffekte – zu gewährleisten, werden auch Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente räumlich gebündelt.

■ **Steuerungsgrundsatz 4**

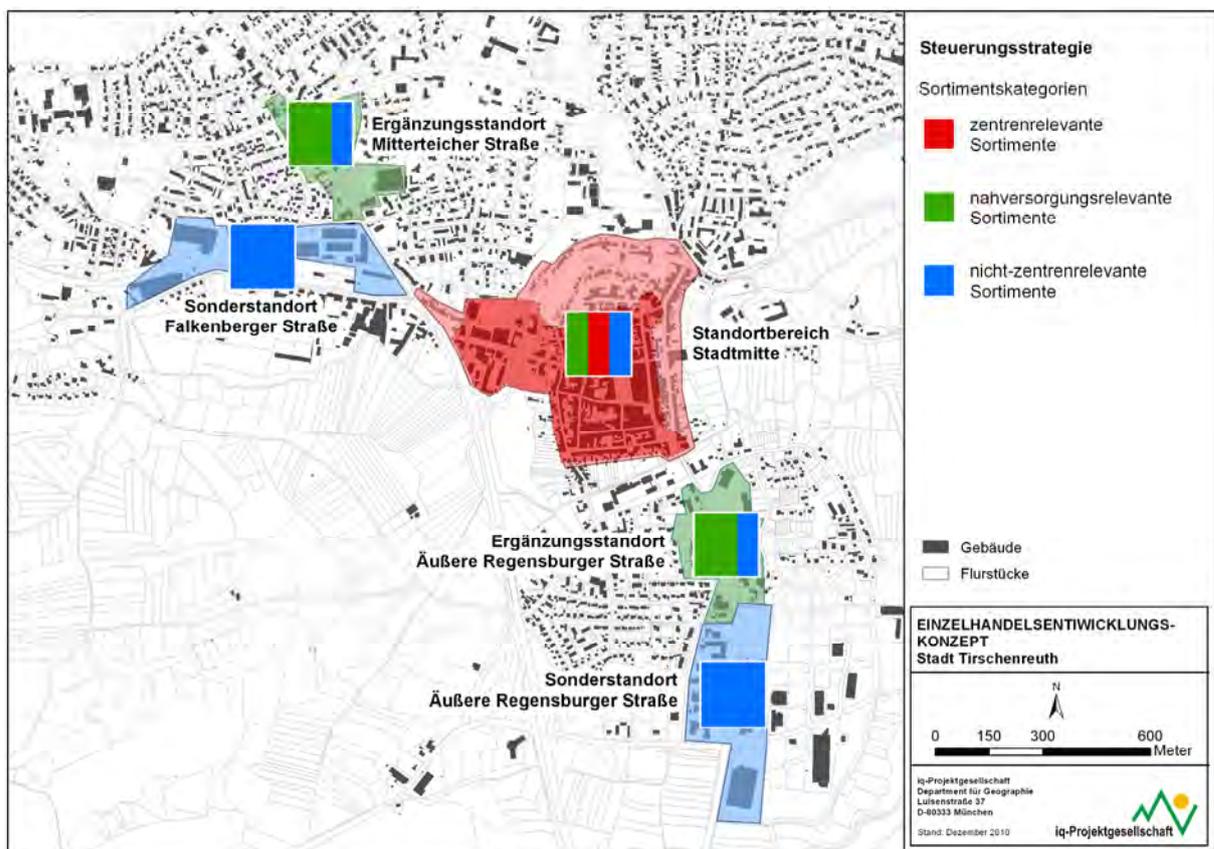
Einzelhandel mit zentrenrelevantem Randsortiment mit Einschränkung auch an Sonderstandorten und Nahversorgungszentren

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht-zentrenrelevanten

Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten negative Auswirkungen möglich.

Zentrenrelevante Randsortimente sind deshalb nur in begrenztem Umfang zulässig. Eine Begrenzung auf rd. 10 % der gesamten Verkaufsfläche mit einer Obergrenze von maximal 700 m² insgesamt und maximal 300 m² je Sortiment sollte hierbei Anwendung finden.

Karte 12: Steuerungsgrundsätze für den Einzelhandel der Stadt Tirschenreuth



Quelle: eigener Entwurf.

iq-Projektgesellschaft

Für die einzelnen Handelsstandorte in Tirschenreuth (vgl. Karte 11) bestehen – über die Anwendung der Steuerungsgrundsätze hinaus – unterschiedliche räumliche Entwicklungsvorstellungen, die als städtebaulich wünschenswerte Entwicklung anzusehen sind.

zentraler Versorgungsbereich Stadtmitte

Die Stadtmitte der Stadt Tirschenreuth sollte räumlich so weiterentwickelt werden, dass die derzeit bipolare Grundkonzeption mit dem Teo und dem Maximilianplatz als Polen weiterentwickelt und der Zwischenabschnitt funktional angereichert wird. Dem Betriebsformenwandel konnte durch die Entstehung des TEO zentrumsnah begegnet werden. Ziel der weiteren Entwicklung sollte es sein, die Lagen TEO sowie Maximilianplatz durch eine attraktivere Ge-

staltung der Bahnhofstraße miteinander zu verbinden. Dementsprechend können Flächen im Umfeld des TEO (südliche der Bahnhofstraße) ebenso für eine Handelsentwicklung genutzt werden wie das räumliche Umfeld um den Maximiliansplatz. Gleichzeitig kommt der auch stadträumlichen/städtebaulichen Aufwertung des Abschnittes zwischen TEO und Maximiliansplatz besondere Bedeutung zu, um die Aufenthaltsqualität und Fußläufigkeit zwischen diesen beiden Polen zu verbessern. In diesem Zusammenhang ist auch die stadträumliche Aufwertung der Anbindung des Großparkplatzes zu sehen.

Neben einer Einzelhandelsentwicklung im Kernbereich der Innenstadt zählen auch die Bereiche ehemaliger Handelsnutzung in Tirschenreuth zum zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und deren Revitalisierung wäre wünschenswert. Dies gilt speziell für die aufgegebenen Nutzungen in der Regensburger Straße und der Dammstraße, die im Zusammenhang mit der kleinen Landesgartenschau (Natur in der Stadt) eine Revitalisierung erfahren könnten. Auch der nördliche Bereich dient als Erweiterungsbereich für den zentralen Versorgungsbereich Stadtmitte, wenngleich derzeit in diesem Bereich lediglich vereinzelte Dienstleister vorhanden sind.

Die Handelsnutzungen in der Bahnhofstraße, die sich im Umfeld des TEO befinden (Eisenwaren Bayreuther) werden auch zukünftig als zugehörig zum Handelsstandort Stadtmitte aufgefasst. Sie stellen damit ebenfalls einen Erweiterungsbereich für den zentralen Versorgungsbereich Stadtmitte dar. Die weiter westlich bzw. nördlich gelegenen Einzelhandelsnutzungen in der Mitterteicher Straße sind dagegen stadträumlich nicht mehr dem TEO zuzuordnen und damit auch explizit kein Teilbereich des zentralen Versorgungsstandortes Stadtmitte.

Ergänzungsstandort Mitterteicher Straße

Der Ergänzungsstandort Mitterteicher Straße sollte in seiner räumlichen Kompaktheit möglichst erhalten werden. Eine Weiterentwicklung und Umstrukturierung sollte deshalb weiterhin im Bestand erfolgen. Die Investitionen, die beispielsweise am Standort des LM-Discounters Lidl erfolgten, weisen bereits in die richtige Richtung. Hieraus wird auch deutlich, dass mit dem kommunalen Verzicht auf die Schaffung eines neuen Standortbereichs für einen LM-Discounter die Revitalisierung von Standorten positiv unterstützt wird.

Sonderstandort Falkenberger Straße

Der Handelsstandort Falkenberger Straße soll als Sonderstandort nur mehr nicht zentrenrelevanten Einzelhandel aufnehmen. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass bereits Planungsrecht für großflächigen Einzelhandel (Baumarkt) an diesem Standort existiert und mit der ehemaligen Tirschenreuther Porzellanfabrik zudem ein Leerstand vorhanden ist, für den

eine Nachnutzungsoption auch im Bereich des Einzelhandels definiert werden soll. Neben diesen beiden möglichen Standorten für großflächigen Einzelhandel im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente sind auch die sich weiter nach Osten anschließenden Flächen für die Ansiedlung oder Verlagerung von Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment geeignet.

Ergänzungsstandort nördliche Äußere Regensburger Straße

Der nördliche Bereich der Äußeren Regensburger Straße besitzt eine besondere Eignung und stadträumliche Bedeutung als Nahversorgungsstandort und kann in dieser Funktion gestärkt werden. Insbesondere die Ansiedlung der in Tirschenreuth noch fehlenden Betriebsform LM-Supermarkt wäre an diesem Standort wünschenswert. Gleichzeitig wäre dieser Standort auch für die Ansiedlung weiterer Wettbewerber des Lebensmitteleinzelhandels in Tirschenreuth möglich. Hierfür könnten durchaus auch größere Flächen in Frage kommen, die derzeit beispielsweise durch Autohäuser, Gewerbebetriebe oder städtische Einrichtungen (Kettelerhaus) besetzt sind. Allerdings sollte der Standort vergleichbar zum Standort Mitterteicher Straße möglichst kompakt gehalten werden, so dass die mögliche Ausdehnung des Standortbereichs für den Ergänzungsstandort nach Süden entsprechend begrenzt ist.

Sonderstandort südliche Äußere Regensburger Straße.

Der Standortbereich der südlichen Äußeren Regensburger Straße ist in Verbindung mit dem ansässigen Möbelhaus zu sehen, das einen starken und weit reichenden Anziehungspunkt in Tirschenreuth darstellt. Eine Handelsagglomeration im Umfeld des Möbelhauses ist vor dem Hintergrund einer Nutzung der Anziehungskraft dieses Anbieters bei gleichzeitiger räumlicher Bündelung der Handelsfunktion zu empfehlen. Dementsprechend wird der Standortbereich ausgehend vom Möbelhaus in Richtung der Stadtmitte als Sonderstandort definiert. In diesem Bereich sind einige großvolumige Baukörper und entsprechend dimensionierte Flurstücke vorhanden, was eine Grundvoraussetzung für großflächigen Einzelhandel ist.

Anhang

Tabelle 23: Sortimentsliste Stadt Tirschenreuth

Hauptwarengruppe	Sortiment	Zentrenrelevanz
Nahrungs- und Genussmittel	Back- und Konditoreiwaren	nahversorgungsrelevant
	Metzgerei- und Fleischereiwaren	nahversorgungsrelevant
	Obst und Gemüse	nahversorgungsrelevant
	Lebensmittel, Naturkost und Reformwaren	nahversorgungsrelevant
	alkoholfreie und alkoholische Getränke Spirituosen	nahversorgungsrelevant
Gesundheits- und Körperpflege	Drogeriewaren (Kosmetika, Körperpflege, Wach-, Putz- und Reinigungsmittel, etc.)	zentrenrelevant
	Parfümeriewaren	zentrenrelevant
	freiverkäufliche Apothekerwaren und Pharmazeutika	zentrenrelevant
	Sanitätsbedarf (med. und orthopädische Artikel)	zentrenrelevant
Schreibwaren, Papier, Bücher	Zeitungen, Zeitschriften	zentrenrelevant
	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	zentrenrelevant
	Büromaschinen, Organisation	zentrenrelevant
	Bücher	zentrenrelevant
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung	zentrenrelevant
	Kinderbekleidung	zentrenrelevant
	Wäsche, Nachtwäsche, Miederwaren, Dessous	zentrenrelevant
	sonstige Bekleidung (Berufsbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Motorradbekleidung etc.)	zentrenrelevant
	Handarbeitsbedarf, Kurzwaren, Meterware Stoffe, Wolle	zentrenrelevant

Schuhe, Lederwaren	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme	zentrenrelevant
	Schuhe	zentrenrelevant
Sportartikel, -geräte, Fahrräder, Camping	Sportbekleidung, Bademoden	nicht-zentrenrelevant
	Sportschuhe	nicht-zentrenrelevant
	Fahrräder und Zubehör	nicht-zentrenrelevant
	Camping- und Outdoorartikel	nicht-zentrenrelevant
	Reiter- und Anglerbedarf	nicht-zentrenrelevant
	Sportgeräte	nicht-zentrenrelevant
	Sportgroßgeräte	nicht-zentrenrelevant
Hausrat, Glas, Porzellan	Geschenkartikel	zentrenrelevant
	Glas, Porzellan, Keramik	zentrenrelevant
	Haushaltswaren, Bestecke, Schneidwaren	zentrenrelevant
Spielwaren, Hobby	Spielwaren	zentrenrelevant
	Baby- und Kleinkindausstattung	zentrenrelevant
	Künstlerbedarf, Bastelbedarf, Bastelzubehör	zentrenrelevant
	Musikinstrumente und Zubehör	zentrenrelevant
	Jagdbedarf, Waffen, Pokale	zentrenrelevant
Uhren und Schmuck	Uhren	zentrenrelevant
	Schmuck	zentrenrelevant

Fortsetzung auf der nächsten Seite

Elektroartikel und Leuchten	Elektrogroßgeräte (weiße Ware: Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Unterhaltungselektronik und Zubehör (Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Videokameras, Videorekorder, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Informationstechnik (Computer und Zubehör, Hardware, Software, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Telekommunikation und Zubehör	nicht-zentrenrelevant
	Bild- und Tonträger (Schallplatten, CDs, Video, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Leuchten	nicht-zentrenrelevant
Foto, Optik, Akustik	Foto	zentrenrelevant
	Optik, Augenoptik	zentrenrelevant
	Hörgeräte	zentrenrelevant
Einrichtungsbedarf	Wohnmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel, Gartenmöbel, Küchen	nicht-zentrenrelevant
	Bilder, Bilderrahmen, Kunstgewerbe, Antiquitäten	nicht-zentrenrelevant
	Haus-, Bett- und Tischwäsche	zentrenrelevant
	Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen	zentrenrelevant
	Bettwaren, Matratzen	nicht-zentrenrelevant

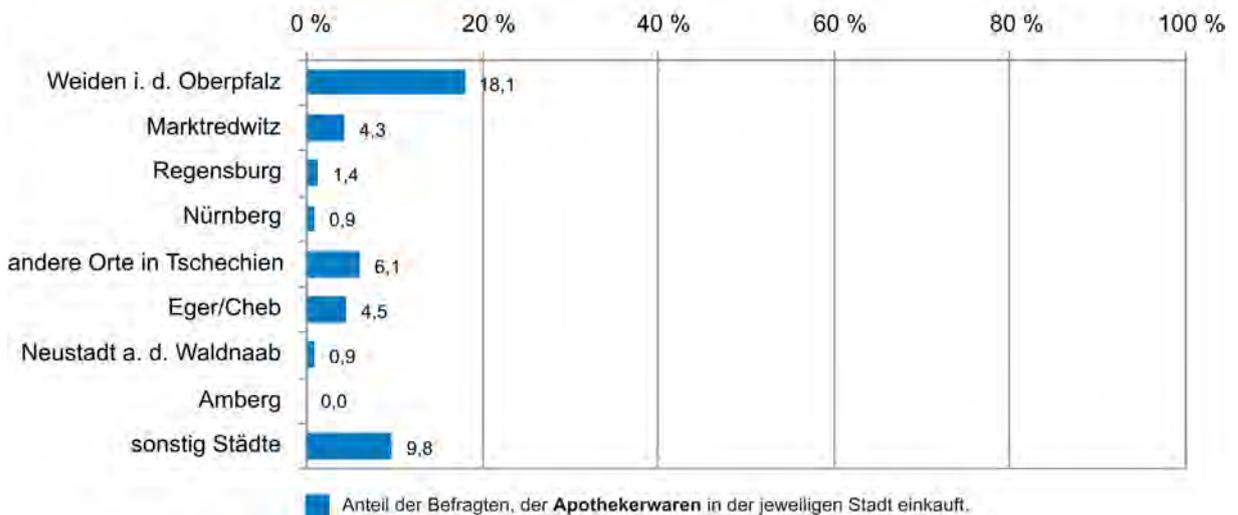
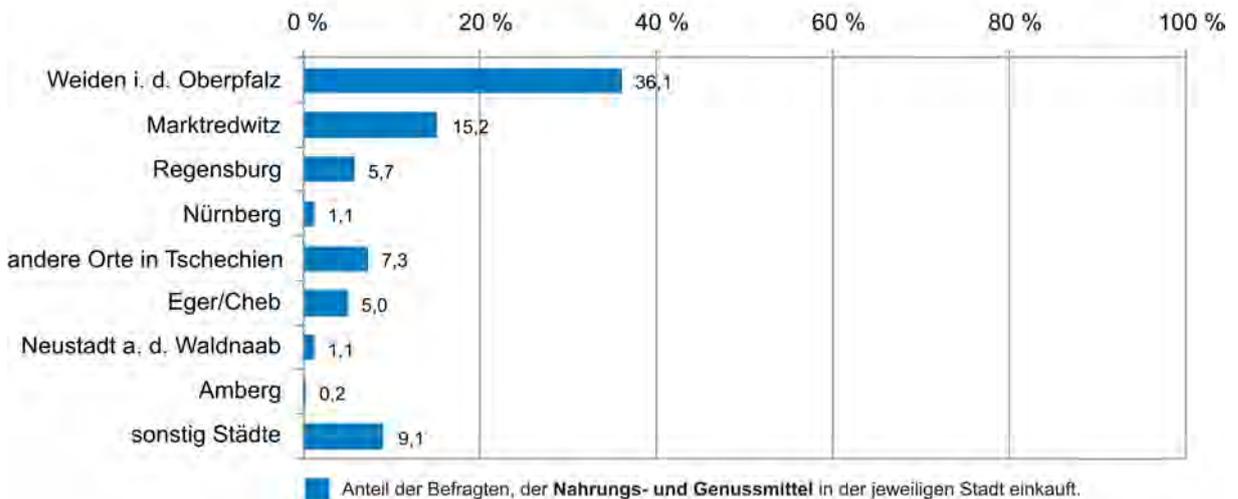
Fortsetzung auf der nächsten Seite

Bau- und Gartenmarkt-sortiment	Bauelemente, Baustoffe	nicht-zentrenrelevant
	Türen, Fenster, Wintergärten	nicht-zentrenrelevant
	Rollläden, Markisen	nicht-zentrenrelevant
	Kamine, Kachelöfen	nicht-zentrenrelevant
	Bodenbeläge (Fliesen, Teppich, Auslegware, etc.)	nicht-zentrenrelevant
	Farben und Lacke, Tapeten	nicht-zentrenrelevant
	Maschinen und Werkzeuge	nicht-zentrenrelevant
	Eisen-, Metall-, Kunststoffwaren, Elektroinstallationsmaterial	nicht-zentrenrelevant
	Bad, Sanitär, Heizung, Klima	nicht-zentrenrelevant
	Kfz- und Motorrad-Zubehör	nicht-zentrenrelevant
	zoologischer Bedarf	zentrenrelevant
	Tiernahrung	nahversorgungsrelevant
	Holz	nicht-zentrenrelevant
	Blumen (Schnittblumen)	zentrenrelevant
	Pflanzen (Topf- und Freilandpflanzen), Sämereien,	nicht-zentrenrelevant
	Gartenartikel und Gartengeräte	nicht-zentrenrelevant
Pflanzengefäße, Erde, Torf, Pflege- und Düngemittel, Gartenhäuser, Zäune, Teichbau	nicht-zentrenrelevant	
Sauna- und Schwimmbadanlagen	nicht-zentrenrelevant	
Kfz-Handel	Kraftfahrzeuge, Reifen	nicht-zentrenrelevant

Quelle: eigene Zuordnung.

iq-Projektgesellschaft

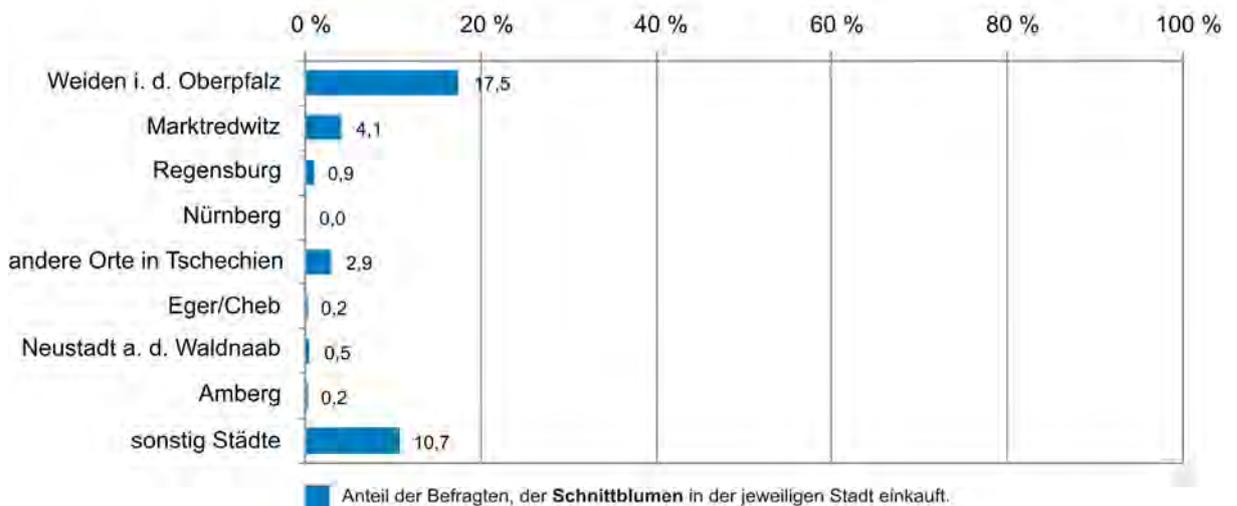
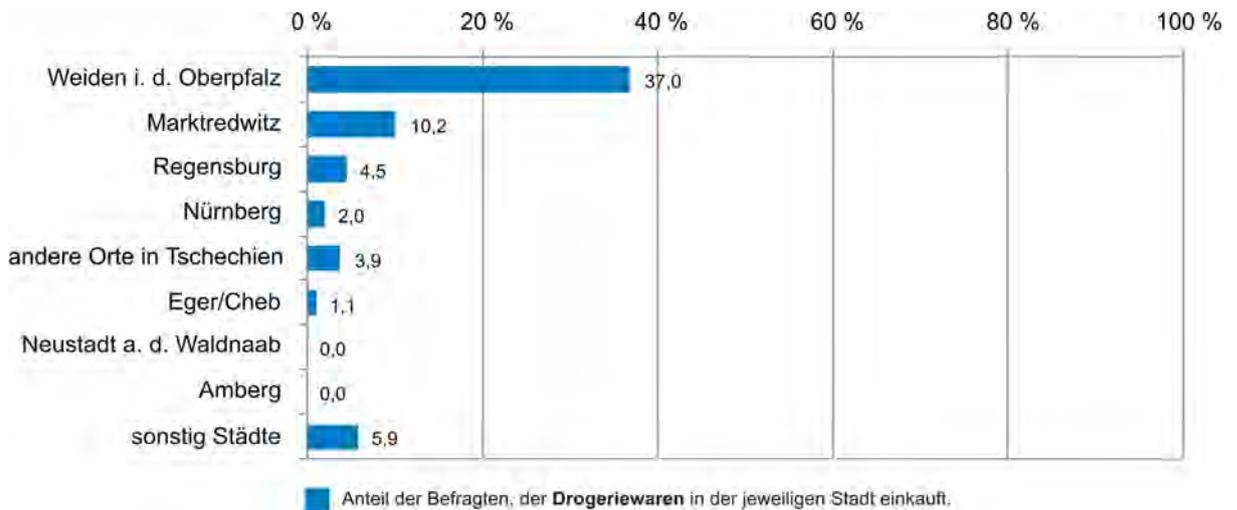
Abbildung 42: Einkaufsorientierung nach Warengruppen



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

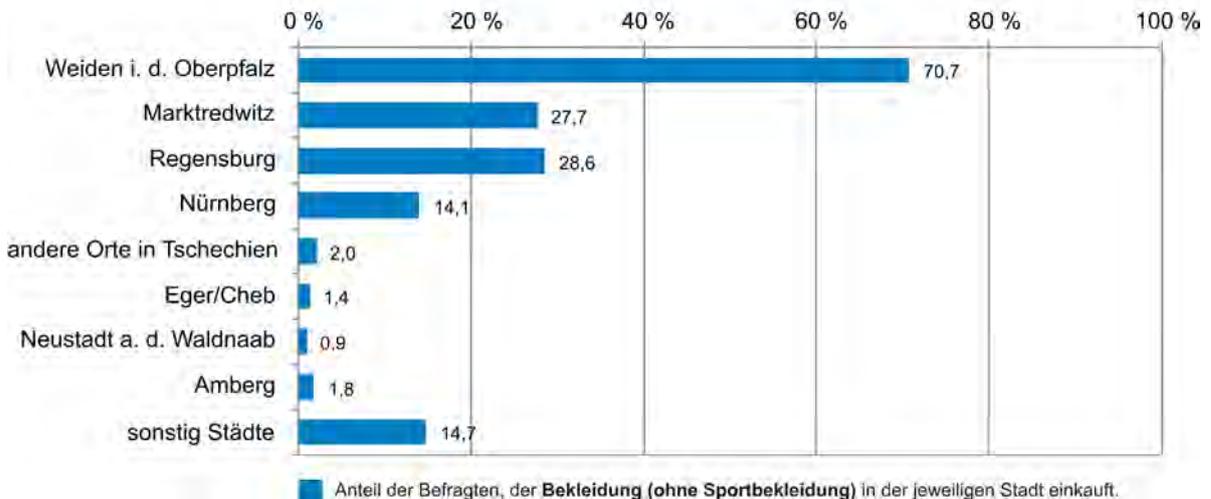
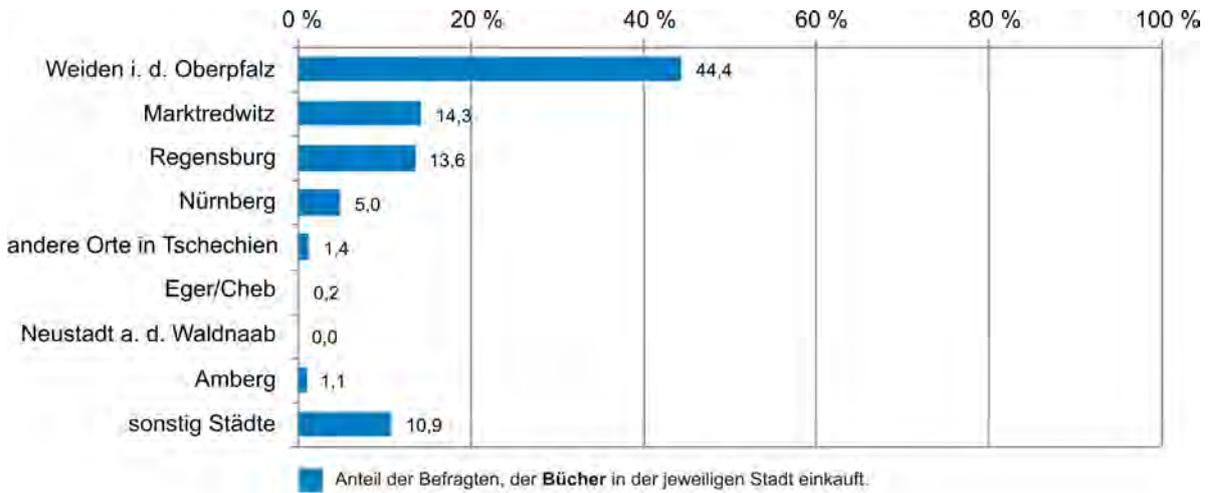
Abbildung 43: Einkaufsorientierung nach Warengruppen



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

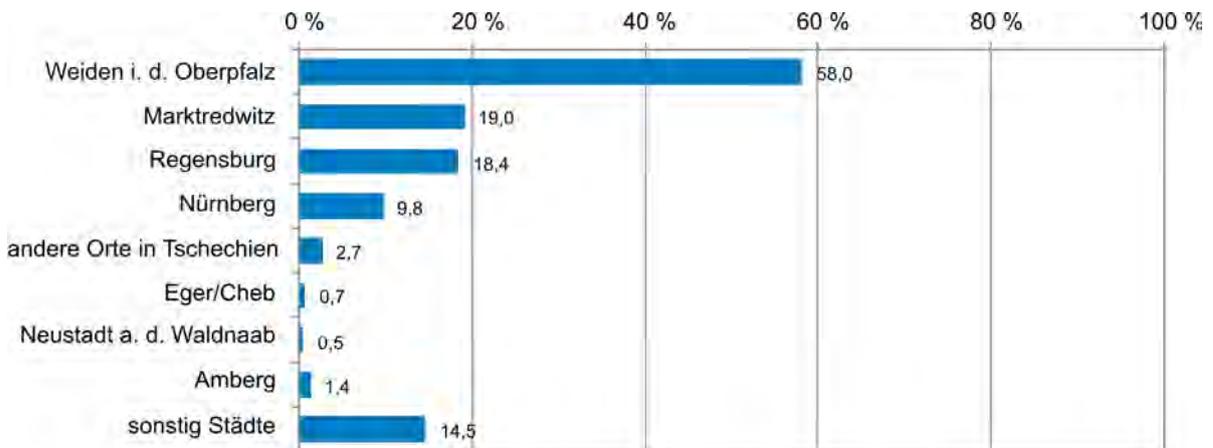
Abbildung 44: Einkaufsorientierung nach Warengruppen



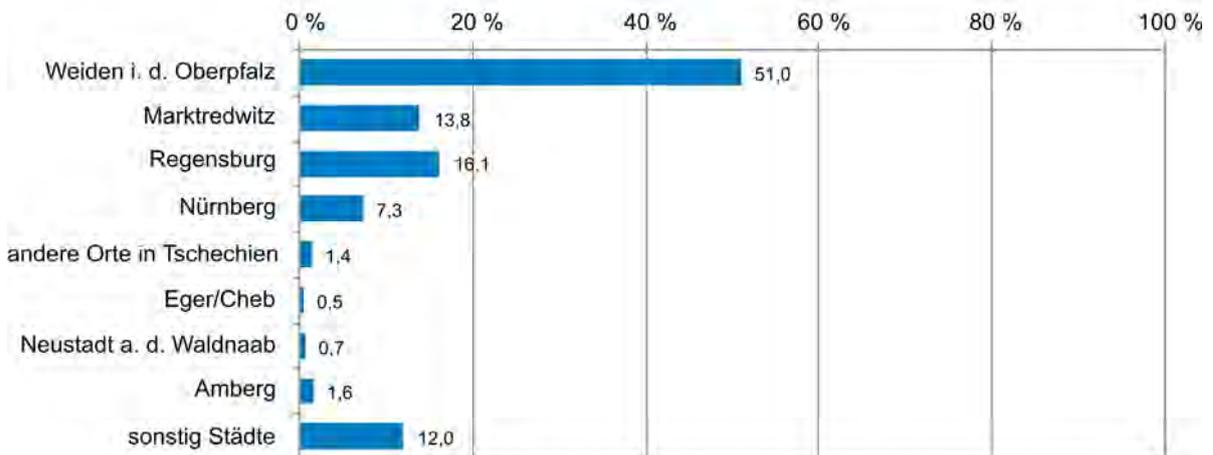
Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

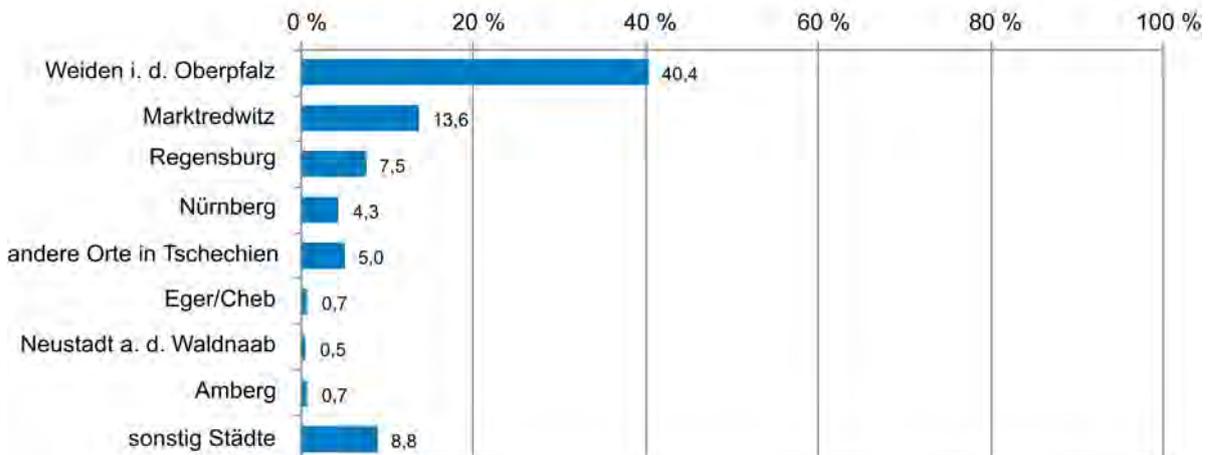
Abbildung 45: Einkaufsorientierung nach Warengruppen



Anteil der Befragten, der **Schuhe (ohne Sportschuhe) und Lederwaren** in der jeweiligen Stadt einkauft.



Anteil der Befragten, der **Sportartikel, Sportbekleidung, Outdoor, Camping** in der jeweiligen Stadt einkauft.

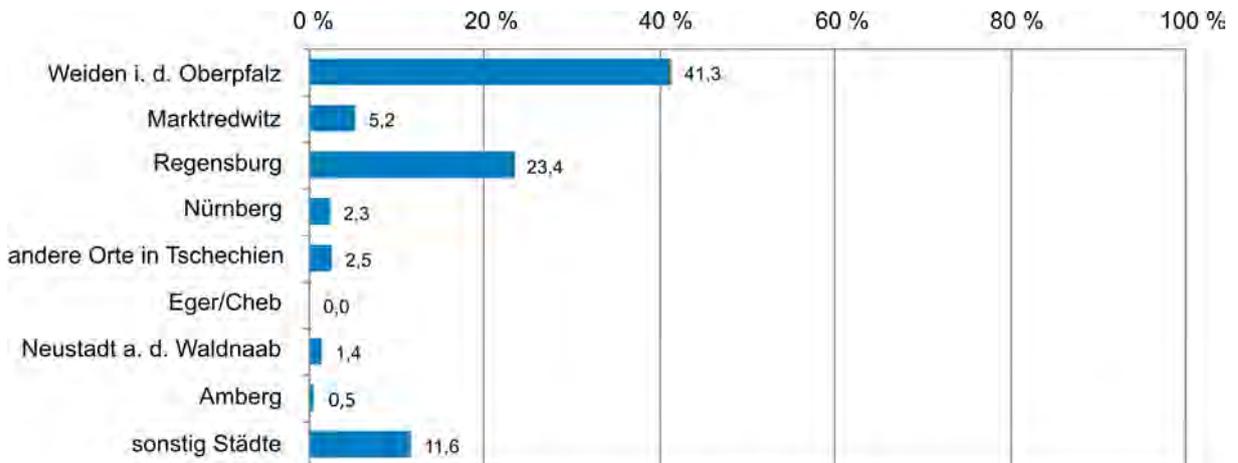


Anteil der Befragten, der **Spielwaren, Hobby, Babyartikel** in der jeweiligen Stadt einkauft.

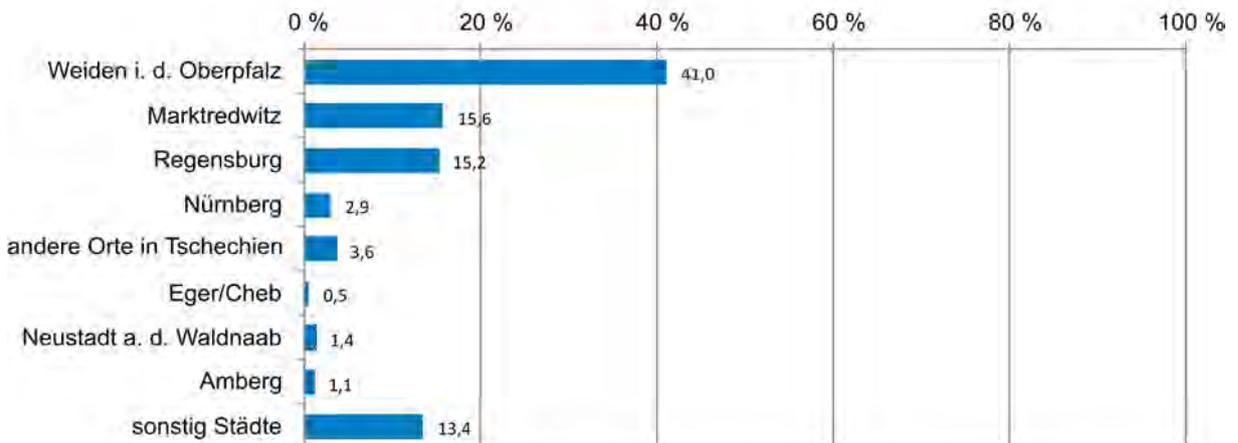
Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

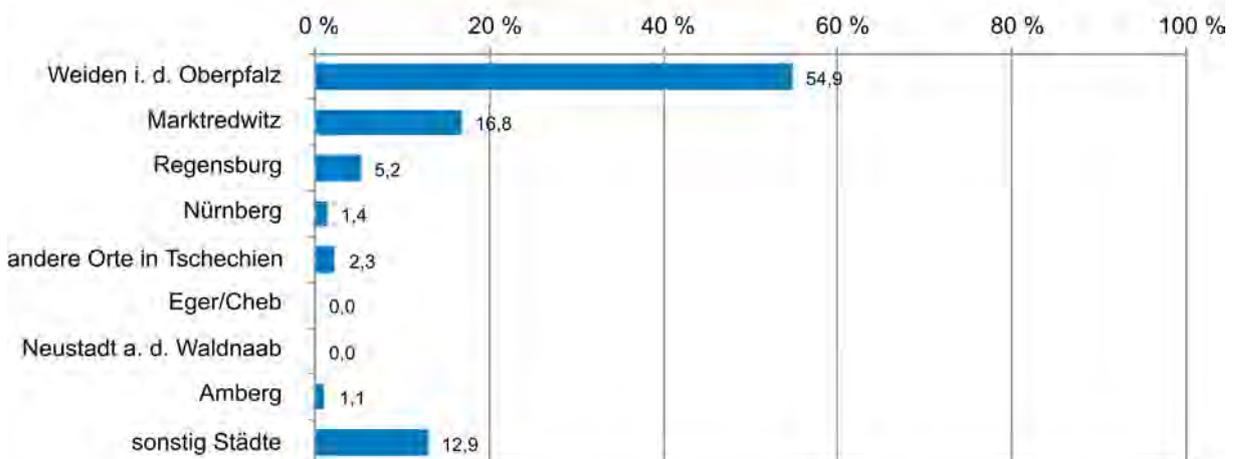
Abbildung 46: Einkaufsorientierung nach Warengruppen



■ Anteil der Befragten, der **Einrichtungsbedarf** in der jeweiligen Stadt einkauft.



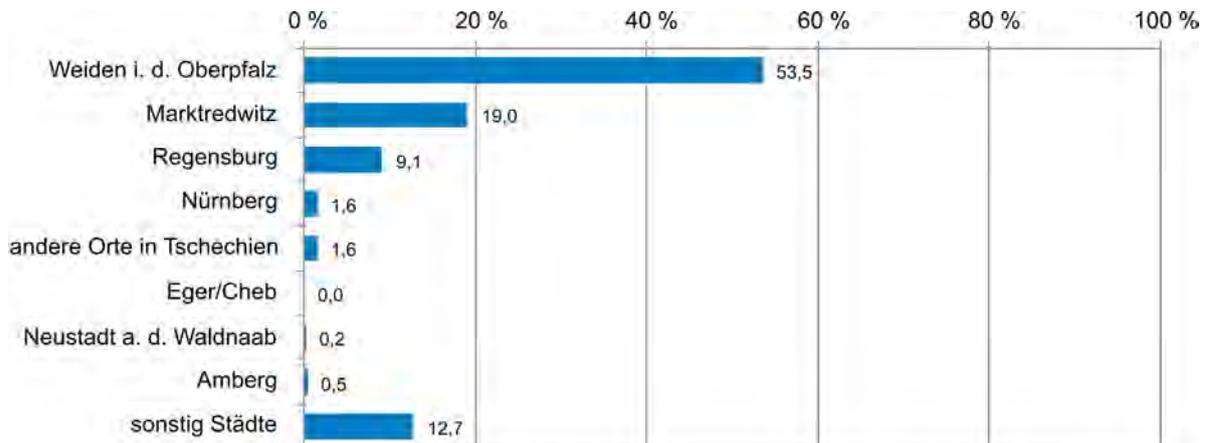
■ Anteil der Befragten, der **Hausrat, Glas, Porzellan, Geschenkartikel** in der jeweiligen Stadt einkauft.



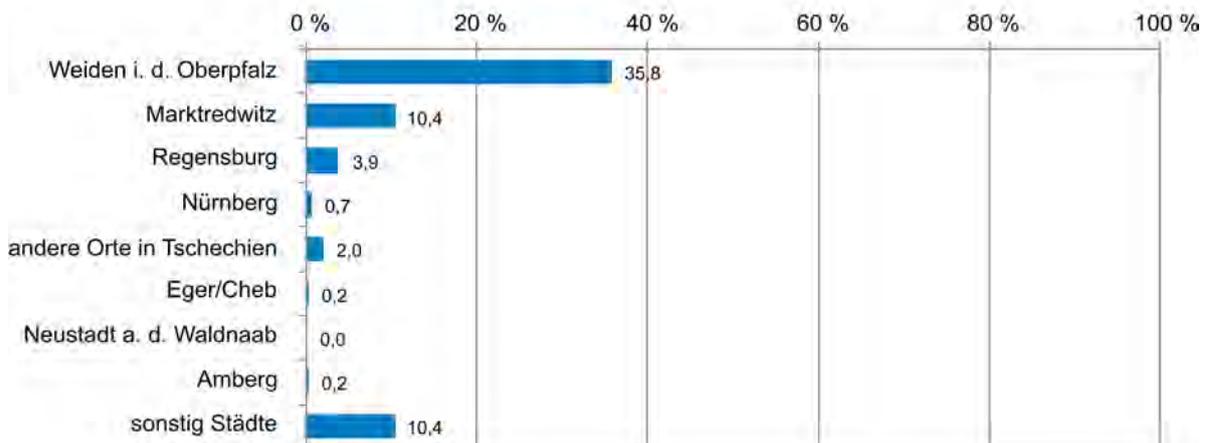
■ Anteil der Befragten, der **Elektrohaushaltsgeräte** in der jeweiligen Stadt einkauft.

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

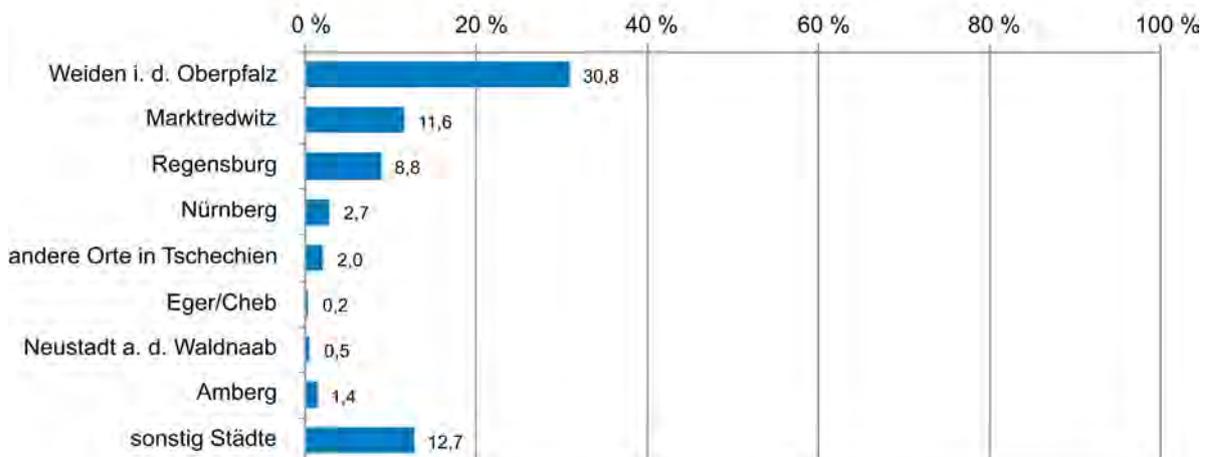
Abbildung 47: Einkaufsorientierung nach Warengruppen



■ Anteil der Befragten, der **Unterhaltungselektronik, IT, Telekommunikation, Leuchten** in der jeweiligen Stadt einkauft.



■ Anteil der Befragten, der **Foto und Optik** in der jeweiligen Stadt einkauft.

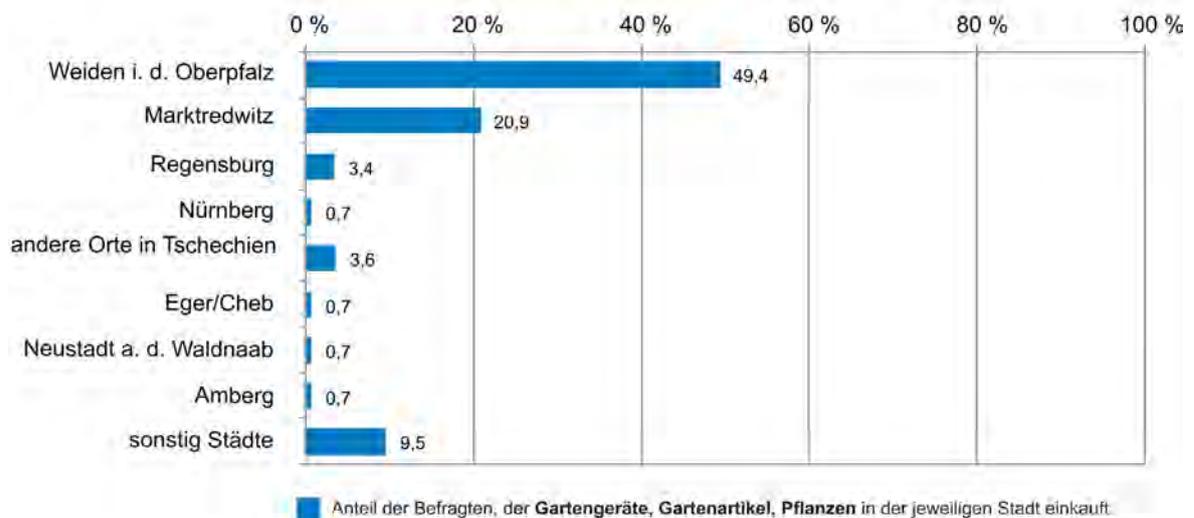
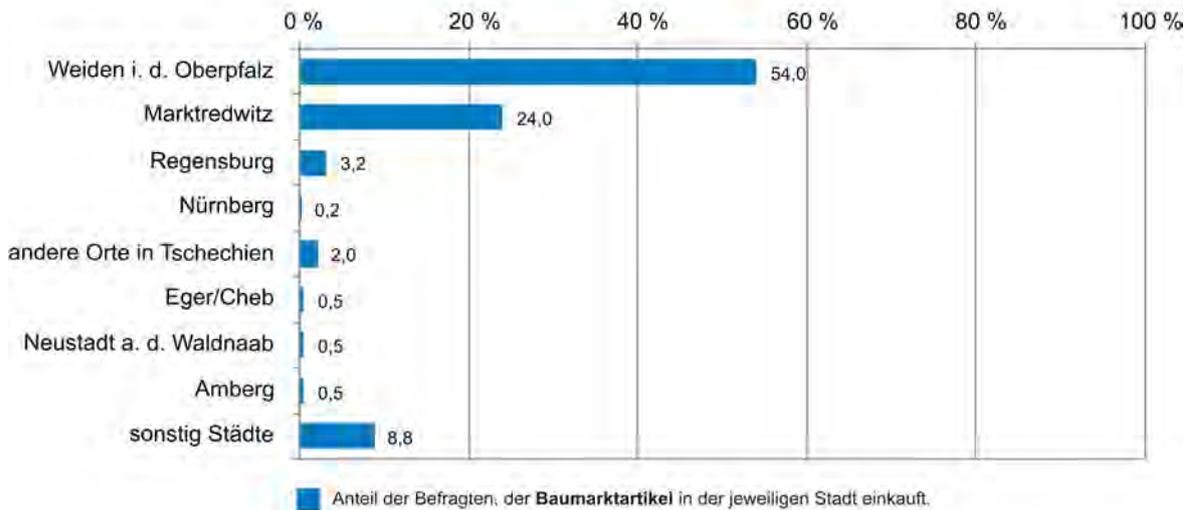
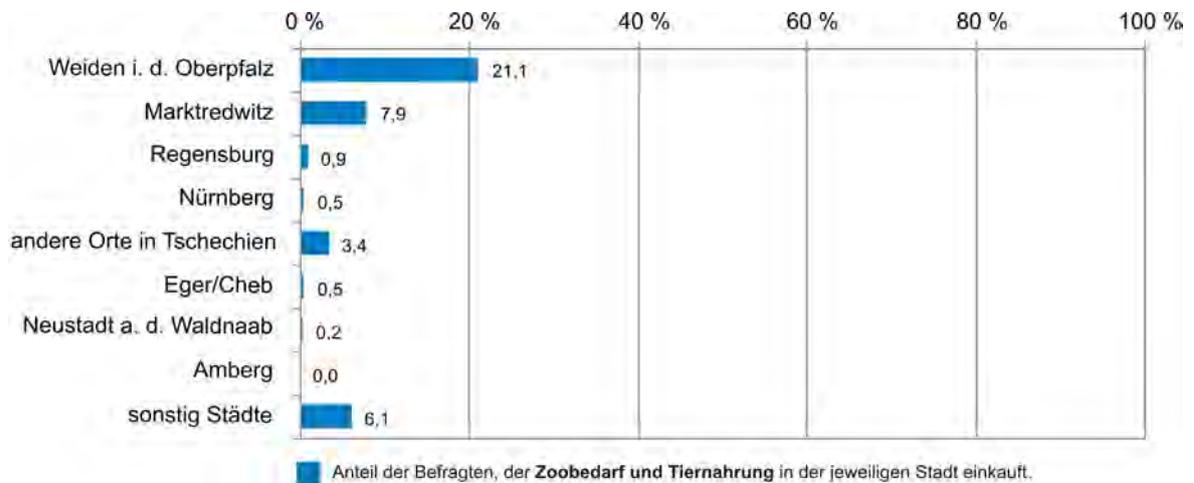


■ Anteil der Befragten, der **Uhren und Schmuck** in der jeweiligen Stadt einkauft.

Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

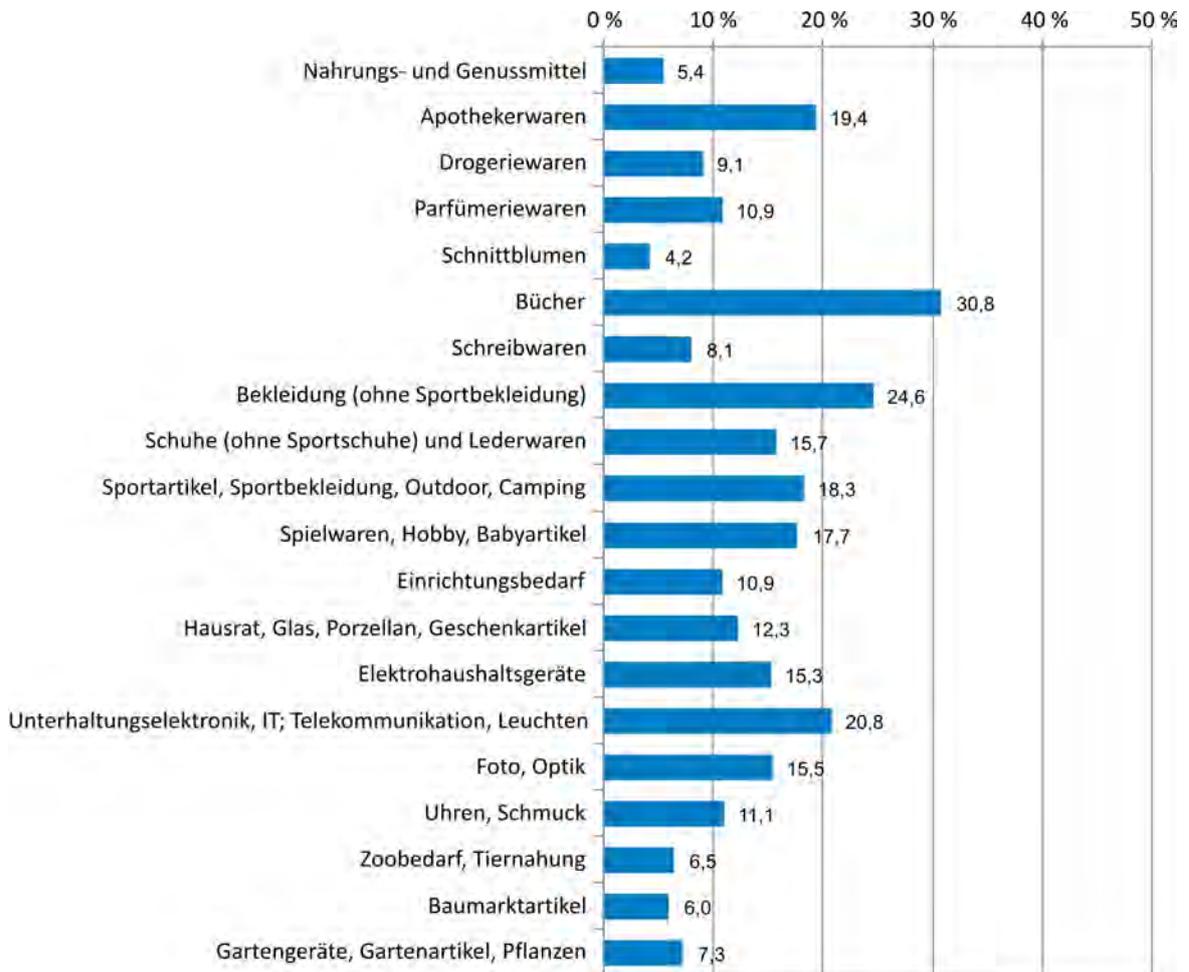
Abbildung 48: Einkaufsorientierung nach Warengruppen



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Abbildung 49: Einkauf im Internet nach Warengruppen



Quelle: Eigene Erhebung (Haushaltsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Tabelle 24: Offene Antworten aus der Einzelhändlerbefragung**Haben Sie Verbesserungsvorschläge zur Weiterentwicklung der Stadt Tirschenreuth als Einkaufsstadt?**

	absolut	Anteil an allen Befragten (in %)
Parkmöglichkeiten verbessern	5	13,5
Ansiedlung von Fachgeschäften statt Billigmärkten	4	10,8
Beherbergungsangebot verbessern	4	10,8
Gastronomieangebot verbessern	3	8,1
ÖPNV-Anbindung verbessern	3	8,1
Schaffung von Arbeitsplätzen	3	8,1
Entfernung der Eisenpfosten am Marktplatz	2	5,4
Fußgängerüberwege überflüssig am Marktplatz	2	5,4
Sperrungen Marktplatz wg. Veranstaltungen reduzieren	2	5,4
Aufwertung des Stadtumfeld	1	2,7
Einbeziehung des Handels bei Veranstaltungen	1	2,7
Eindeutiger Fußgängerüberweg am Marktplatz	1	2,7
Etablierung von Veranstaltungen	1	2,7
Keine neuen Supermärkte	1	2,7
Klares Auftreten als Einkaufsstadt, modernste Geschäfte mit klarer Positionierung, Alleinstellungsmerkmale gegenüber Nachbarstädten	1	2,7
Magnetbetrieb für Innenstadt	1	2,7
Marktplatz immer für Autos öffnen	1	2,7
Parkregelung ändern (Dauerparker, Anwohner)	1	2,7
Senkung der Energiekosten	1	2,7
Stärkere Begrenzung der Randsortimente großflächiger Einzelhandelsbetriebe	1	2,7
Verbindung Marktplatz zu TEO als Einkaufszone	1	2,7
Verkehrssituation am Marktplatz	1	2,7
Verlegung des verkaufsoffenen Juni-Sonntags auf 2. Adventsonntag	1	2,7
Zufahrtsstraße zur Stadtmitte	1	2,7

Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Tirschenreuth 2010) und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Begriffe

Einzelhandelszentralität

Als Einzelhandelszentralität einer Kommune wird das Verhältnis aus Umsatz des Einzelhandels der Kommune zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ihrer Bürger bezeichnet. Werte über 100 % weisen auf eine Anziehungskraft der Kommune auf ihr Umland hin, die so stark ist, dass mehr Kaufkraft der Umlandbewohner in die Kommune fließt als die eigene Bevölkerung Kaufkraft nach außen trägt.

Bedarfsstufen

kurzfristiger Bedarf sind alle Waren, die von Verbrauchern in der Regel unmittelbar nach dem Kauf ge- oder verbraucht werden. Zum kurzfristigen Bedarf zählen unter anderem alle Nahrungs- und Genussmittel, Blumen, Drogerie-, Parfümerie- und Kosmetikartikel sowie Zeitungen und Zeitschriften.

mittelfristiger Bedarf umfasst die einzelhandelsrelevanten Waren, die der Verbraucher einerseits nicht unmittelbar verbraucht und andererseits nicht dauerhaft nutzt. Beispiele hierfür sind etwa Oberbekleidung und Schuhe.

langfristiger Bedarf umfasst alle Waren, die von Verbrauchern in der Regel für einen längeren Nutzungszeitraum angeschafft werden. An dieser Art des Bedarfs orientieren sich besonders Einzelhändler aus den Branchen Möbel, Teppiche, Elektrogeräte, Uhren und Schmuck.