

***Stadt Vilseck***

---

***Entwicklungskonzept  
Einzelhandel***

---

***Bayreuth, Juni 2013***

# **Entwicklungskonzept Einzelhandel für die Stadt Vilseck**

**Auftraggeber:** Stadt Vilseck  
Marktplatz 13  
92249 Vilseck

**Auftragnehmer:** GEO-PLAN Bayreuth  
Verkehr Tourismus Stadtmarketing  
Hutzelmann, Hacke und Hofmann  
Diplom- Geographen GbR  
Fr.-v.-Schiller-Str. 14 95444 Bayreuth  
Fon: (0921) 24365 Fax: (0921) 83720  
E-Mail: [info@geoplan-bayreuth.de](mailto:info@geoplan-bayreuth.de)  
[www.geoplan-bayreuth.de](http://www.geoplan-bayreuth.de)

**Vorgelegt:** Bayreuth, Juni 2013

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>1 Entwicklungstrends im Einzelhandel.....</b>	<b>1</b>
1.1 Wesentliche Veränderungen auf der Verbraucherseite .....	1
1.2 Veränderungen auf der Angebotsseite .....	2
1.3 Konsequenzen für die Einzelhandelsentwicklung .....	3
<b>2 Zentralörtliche Funktion und Lage im Raum .....</b>	<b>4</b>
<b>3 Bevölkerung, Beschäftigte und Tourismus .....</b>	<b>5</b>
3.1 Bevölkerungsentwicklung.....	5
3.2 Beschäftigte und Pendlersaldo.....	8
3.3 Tourismus .....	9
<b>4 Der Einzelhandel in Vilseck .....</b>	<b>10</b>
4.1 Einzelhandelsbestand, Angebots- und Betriebsgrößenstruktur .....	12
4.2 Standorträume des Einzelhandels .....	16
4.3 Nutzungsstruktur der Altstadt .....	19
4.4 Öffnungszeiten des Altstadteinzelhandels .....	20
4.5 Nahversorgung .....	21
4.6 Leerstände.....	24
4.7 Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes.....	25
4.8 Entwicklung des Einzelhandels seit dem Jahr 2005/06 .....	26
<b>5 Nutzung und Wahrnehmung der Stadt Vilseck als Einkaufsort .....</b>	<b>27</b>
5.1 Handelsfunktion einzelner Standortbereiche .....	28
5.2 Einkaufshäufigkeit.....	30
5.3 Vermisste Einkaufsangebote.....	30
5.4 Wahrnehmung und Bewertung der Altstadt.....	32
5.5 Erreichbarkeit der Altstadt und Parken.....	35
5.6 Hinweise und Anregungen der Bevölkerung .....	37
<b>6 Analyse der Nachfrageseite.....</b>	<b>39</b>
6.1 Kennzahlen zum Einzelhandel in Vilseck .....	39
6.2 Bindung lokalen Umsatzpotenzials.....	41
6.3 Versorgungsbereich der Stadt Vilseck .....	42
6.4 POS-Umsatz und Bindung regionalen Umsatzpotenzials .....	45
<b>7 Stärken und Schwächen .....</b>	<b>46</b>
<b>8 Bestandsbewertung und Ausbauspielräume des Einzelhandels in Vilseck .....</b>	<b>47</b>
8.1 Nahversorgungsrelevante Sortimente .....	48
8.2 Zentrenrelevante Sortimente.....	49
8.3 Nicht zentrenrelevante Sortimente .....	50
8.4 Bewertung der Angebotssituation .....	51

<b>9 Empfehlungen zur räumlichen und sortimentsbezogenen Handelsentwicklung .....</b>	<b>52</b>
9.1 Zentrenrelevante Sortimente in Vilseck .....	53
9.2 Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Vilseck .....	55
9.3 Entwicklungsräume des Einzelhandels .....	58
9.4 Grundsätze zur räumlichen und sortimentsspezifischen Handelsentwicklung .....	61
9.5 Bewertung der Entwicklungsvorhaben Netto und EDEKA .....	63
9.5.1 Entwicklungsvorhaben Netto .....	63
9.5.2 Entwicklungsvorhaben EDEKA.....	70
9.5.3 Zusammenfassende Bewertung der Entwicklungsvorhaben.....	75
<b>10 Flankierende Maßnahmen der Einzelhandelsentwicklung .....</b>	<b>77</b>
10.1 Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Altstadt.....	77
10.2 Parkraummanagement.....	77
10.3 Marktauftritt von Einzelhandel und Gastronomie .....	78
<b>11 Anhang.....</b>	<b>79</b>
11.1 Fragebogen schriftliche Haushaltsbefragung .....	79
11.2 Dokumentation der Informations- und Ideenwerkstatt .....	84

## Abbildungsverzeichnis

## Seite

Abb. 1: Konsumausgaben priv. Haushalte nach Verwendungszwecken (2001 und 2010).....	1
Abb. 2: Flächenentwicklung im Einzelhandel 1980-2010 .....	2
Abb. 3: Karte Raumstruktur Region Oberpfalz-Nord (Ausschnitt).....	4
Abb. 4: Bevölkerungsentwicklung und -prognose Vilseck (2001-2029) .....	5
Abb. 5: Bevölkerungsentwicklung und -prognose Nahbereich Vilseck (2001-2021) .....	6
Abb. 6: Entwicklung der Altersstruktur Vilseck (2001-2011) .....	7
Abb. 7: Entwicklung der Altersgruppen Vilseck (2011-2029) .....	7
Abb. 8: Sozialversicherungspfl. Beschäftigte am Arbeitsort Vilseck (2001-2011) .....	8
Abb. 9: Ein- und Auspendler / Pendlersaldo Vilseck (2001-2011) .....	8
Abb. 10: Arbeitsmarktstruktur Vilseck: Beschäftigte und Pendlerverhalten (2011) .....	9
Abb. 11: Gästeankünfte und -übernachtungen Vilseck 2000-2012 (Betriebe größer 8 Betten) .....	9
Abb. 12: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Vilseck .....	15
Abb. 13: Standort- und Branchenstruktur des Vilsecker Einzelhandels.....	16
Abb. 14: Verkaufsflächen nach Standorträumen und Branchengruppen.....	17
Abb. 15: Abgrenzung und Nutzungsstruktur der Altstadt .....	19
Abb. 16: Öffnungszeiten des Altstadteinzelhandels am Donnerstag und Samstag .....	20
Abb. 17: Zufriedenheit mit den Öffnungszeiten des Einzelhandels in der Altstadt.....	21
Abb. 18: Nahversorgungssituation in Vilseck.....	23
Abb. 19: Ladenleerstände in städtebaulich empfindlichen Lagen .....	24
Abb. 20: Nutzung des Öffentlichen Raumes .....	25
Abb. 21: Altersstruktur der Befragten und der Einwohner (ab 18 Jahre) .....	27
Abb. 22: Wohnorte der Befragten in Vilseck (ab 18 Jahre) .....	27
Abb. 23: Kopplungsquoten Innenstadt - Stadtrand im Vergleich .....	28
Abb. 24: Beim letzten Einkauf besuchte Lebensmittelmärkte in Vilseck.....	29
Abb. 25: Einkaufshäufigkeit in der Altstadt und im sonstigen Stadtgebiet .....	30
Abb. 26: In Vilseck vermisste Einkaufsmöglichkeiten .....	31
Abb. 27: Positiv bewertete Aspekte der Altstadt .....	32
Abb. 28: Als störend empfundene Aspekte der Altstadt .....	33
Abb. 29: Zufriedenheit mit der Einkaufsatmosphäre in der Altstadt.....	34
Abb. 30: Zufriedenheit mit qualitativen Aspekten des Einzelhandelsangebotes .....	34
Abb. 31: Zufriedenheit mit dem gastronomischen Angebot in der Altstadt .....	35
Abb. 32: Verkehrsmittelwahl beim letzten Einkauf in der Altstadt.....	35
Abb. 33: Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Altstadt.....	36
Abb. 34: Bewertung des innerstädtischen Parkangebotes im interkommunalen Vergleich ...	37
Abb. 35: Vorschläge der Bevölkerung zur Attraktivierung der Altstadt .....	38
Abb. 36: Handelszentralität nach Sortimenten .....	40
Abb. 37: Bindung und Abfluss lokalen Umsatzpotenzials .....	41
Abb. 38: Regionale Wettbewerbssituation: Lebensmittelmärkte .....	42
Abb. 39: Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Vilseck.....	56
Abb. 40: Entwicklungsräume des Einzelhandels in Vilseck.....	60
Abb. 41: Standort Netto-Markt Vilseck; Schlichter Straße 2a .....	64
Abb. 42: Abgrenzung des Vorhabenstandortes Netto im FNP .....	65

Abb. 43: Projektskizze Vorhaben Netto .....	66
Abb. 44: Städtebauliche Integration des Vorhabenstandortes Netto .....	67
Abb. 45: Projektskizze Vorhaben EDEKA.....	70
Abb. 46: Abgrenzung des Vorhabenstandortes EDEKA im FNP .....	71
Abb. 47: Städtebauliche Integration des Vorhabenstandortes EDEKA .....	72

## Tabellenverzeichnis

## Seite

Tab. 1: Einteilung der Sortimentsstruktur .....	10
Tab. 2: Übersicht zu den Betrieben und Verkaufsflächen des Einzelhandels .....	12
Tab. 3: Aktive Verkaufsfläche nach Warengruppen .....	14
Tab. 4: Betriebe der Grundversorgung in Vilseck nach Standortbereichen .....	22
Tab. 5: Entwicklung der Verkaufsflächen seit 2005/06.....	26
Tab. 6: Beim letzten Einkauf aufgesuchte Stadtbereiche .....	28
Tab. 7: Stellplätze und Verkaufsflächen im Vergleich zu anderen Kleinstädten .....	36
Tab. 8: Parksuchdauer im Vergleich zu anderen Kleinstädten .....	36
Tab. 9: Erreichbarkeitsvorteile zu Wettbewerbsstandorten .....	43
Tab. 10: Ergebnisse der POS-Befragung nach Erhebungstagen.....	43
Tab. 11: Zusammenfassung der Ergebnisse der POS-Befragung .....	44
Tab. 12: Bindung lokalen und regionalen Umsatzpotenzials.....	45
Tab. 13: Anbieter und Verkaufsflächen Food-Sortimente .....	48
Tab. 14: "Vilsecker Liste" zentrenrelevante Sortimente inkl. Nahversorgung .....	54
Tab. 15: Verkaufsflächenbilanz Vorhaben Netto.....	68
Tab. 16: Verkaufsflächenbilanz Vorhaben EDEKA .....	73
Tab. 17: Verkaufsflächenbilanz Vorhaben Netto und EDEKA .....	75

## 1 Entwicklungstrends im Einzelhandel

Für die Erstellung eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes ist die Kenntnis der wichtigsten Entwicklungstendenzen in Deutschland unerlässlich. Zugleich ergeben sich hieraus wertvolle Erkenntnisse, die auch für die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Vilseck von maßgeblichem Interesse sind. Wesentliche Datenquellen der nachfolgenden Darstellungen sind unterschiedliche (fach)wissenschaftliche Publikationen der einschlägigen Institute und Verbände (z.B. BBE, EHI, HDE, DSSW, ISW, IHK u.a.).

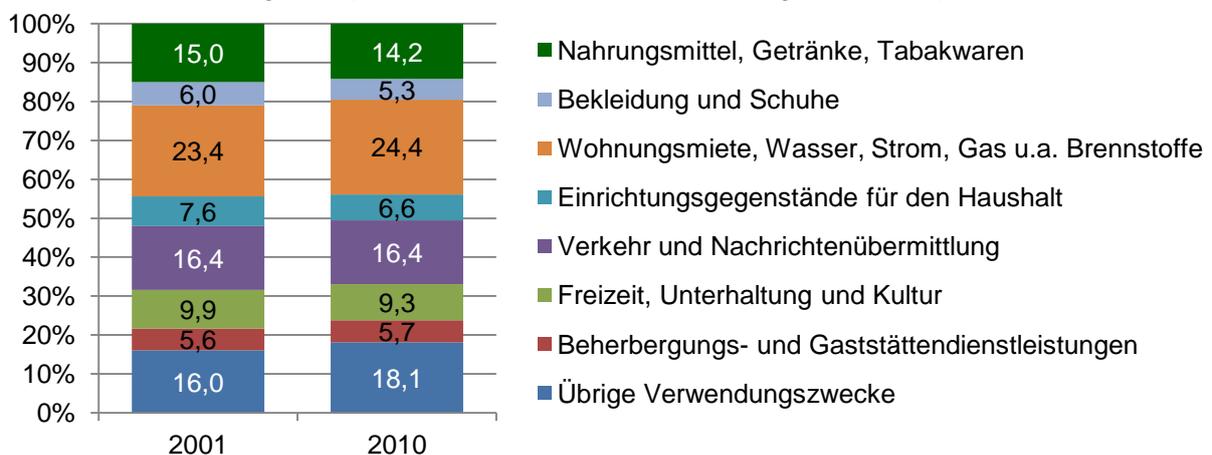
### 1.1 Wesentliche Veränderungen auf der Verbraucherseite

Auf Verbraucherseite sind vor allem die Entwicklung der Konsumausgaben insgesamt und deren Verteilung auf unterschiedliche Ausgabenbereiche sowie die Veränderungen des Einkaufsverhaltes von Interesse.

#### Konsumausgaben und verändertes Ausgabeverhalten

Bei den Konsumausgaben der Haushalte in Deutschland ist ein stetiger Anstieg von 1.194,03 Mrd. Euro im Jahr 2001 auf 1.370,85 Mrd. Euro im Jahr 2010 zu verzeichnen (Statistisches Bundesamt). Im Vergleich zu den privaten Konsumausgaben entwickelt sich der Einzelhandelsumsatz deutlich schwächer. Ursache hierfür ist ein rückläufiger Anteil der Ausgaben der privaten Haushalte für Einzelhandel (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Konsumausgaben priv. Haushalte nach Verwendungszwecken (2001 und 2010)



Quelle: Statistisches Bundesamt

#### Änderungen im Einkaufsverhalten

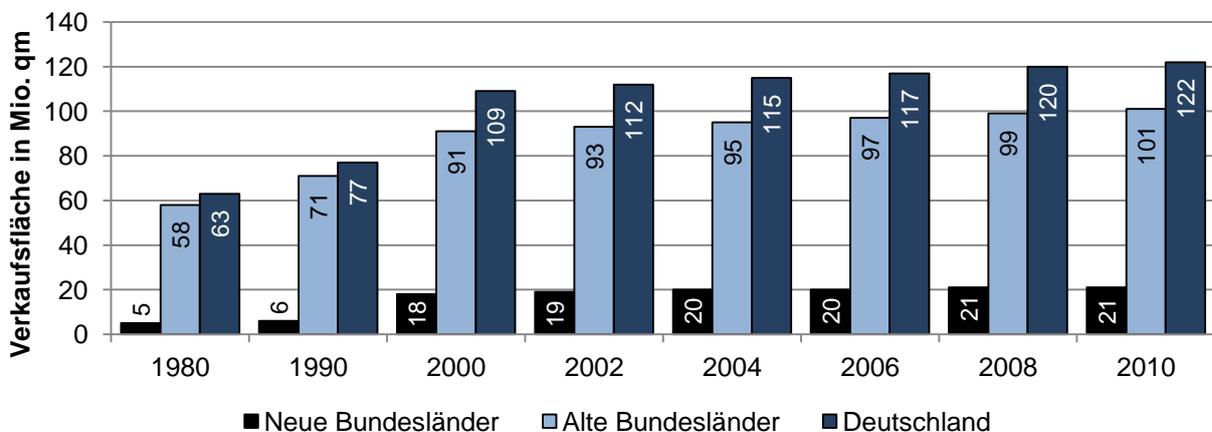
Der Konsument zeichnet sich zunehmend durch das unterschiedliche Zusammenspiel von Qualitäts- und Preisorientierung aus. Er bewegt sich zwischen unterschiedlichen Angebotspolen und nutzt sowohl hochwertige Fachgeschäfte als auch Discountangebote. Gegenüber Defiziten im Einkaufsumfeld ist eine abnehmende Toleranz zu beobachten, während der Erlebniseinkauf und die Aufwandsminimierung (One-Stop-Shopping) zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Die skizzierten Veränderungen auf der Nachfrageseite wirken sich auf die Betriebsformwahl beim Einkauf unterschiedlicher Warengruppen aus und sind auch treibende Kraft für die (räumliche) Entwicklung von Einkaufsstandorten. Im Bereich des Lebensmittelhandels sind dabei nach Angaben des HDE die Discounter, gefolgt von Supermärkten und den Verbrauchermärkten die Betriebsformen, die häufig aufgesucht werden. Im Modebereich führen dagegen Multilabel-Fachgeschäfte die Einkaufsstättenhitliste an.

## 1.2 Veränderungen auf der Angebotsseite

Auf der Angebotsseite ist ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen im Einzelhandel zu beobachten (vgl. Abb. 2). Zwischen 1995 und 2008 stieg die Verkaufsfläche in Deutschland um ca. 26,3%, der Einzelhandelsumsatz jedoch lediglich um 6,3% (1996-2008). Diese statistische Disharmonie ist durch die insgesamt abnehmende Flächenproduktivität zu erklären. Die betriebswirtschaftlich notwendigen Mindestverkaufsflächen für den Fachhandel steigen hierdurch ebenso wie die durchschnittlichen Betriebsgrößen. Dies gilt insbesondere auch für den Lebensmitteleinzelhandel. Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb ist hier im Jahr 2008 bei Supermärkten auf 1.267 und bei Discountern auf 646 m<sup>2</sup> angewachsen (EHI). Mit ca. 122 Mio. m<sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche im Jahr 2010 liegt die Verkaufsflächenausstattung in der Bundesrepublik bei rd. 1,5 m<sup>2</sup> je Einwohner.

Abb. 2: Flächenentwicklung im Einzelhandel 1980-2010



Quelle: EHI, Handel aktuell, Ausgabe 2009/2010

Insbesondere beim Lebensmitteleinzelhandel ist hinsichtlich der Standortwahl eine verstärkte Ansiedlung an nicht-integrierten Standorten, vornehmlich in Gewerbegebieten festzustellen. Häufig widerspricht dies den städtebaulichen Zielen der Standortkommunen. Seit Jahren ist ein Rückzug von Einzelhandelsbetrieben aus Stadtteilen und Wohngebieten festzustellen. Die wohnstandortnahe Grundversorgung mit Lebensmitteln und kurzfristigen Bedarfsgütern ist somit oft nicht mehr gegeben. Dadurch geraten auch konsumnahe Dienstleister in den Innenstädten und Ortsmitten unter Druck, da eine ausreichende Frequentierung nicht mehr gewährleistet ist.

### 1.3 Konsequenzen für die Einzelhandelsentwicklung

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 der städtischen Einzelhandelslandschaft eine wesentliche Rolle spielt. Häufig wird vor diesem Hintergrund Planungsrecht für Standorte geschaffen, die zwar betriebswirtschaftlich optimal sind, den kommunalen Anforderungen an eine nachhaltige Stadtentwicklungsplanung jedoch nicht gerecht werden.

Ergebnis eines unkontrollierten und städtebaulich nicht gesteuerten Standortwettbewerbs ist ein weiterer Auf- und Ausbau von kostengünstigen, Pkw-orientierten Standorten am Siedlungsrand und ein Verlust von wohnstandortnahen, fußläufig erreichbaren Versorgungsstandorten in integrierter Lage. Dies widerspricht den fachlichen Zielsetzungen des LEP, der Regionalpläne, des Baugesetzbuches und i.d.R. auch den städtebaulichen Zielen der Gemeinden. Im Rahmen der Bauleitplanung ist es daher eine elementare Aufgabe der Kommunen, insbesondere zur Sicherung der Innenstädte und Ortsmitten, in den Standortwettbewerb des Einzelhandels nicht wettbewerbsbeschränkend aber städtebaulich steuernd einzugreifen. Hierbei gilt es, der zentralörtlichen Versorgungsfunktion gerecht zu werden und eine gewisse Vollständigkeit des Angebotes hinsichtlich der Sortimente und Betriebstypen zu erreichen. Zum anderen müssen die Handelsfunktionen der Innenstadt sowie integrierter Nahversorgungsstandorte gesichert und ggf. gestärkt werden.

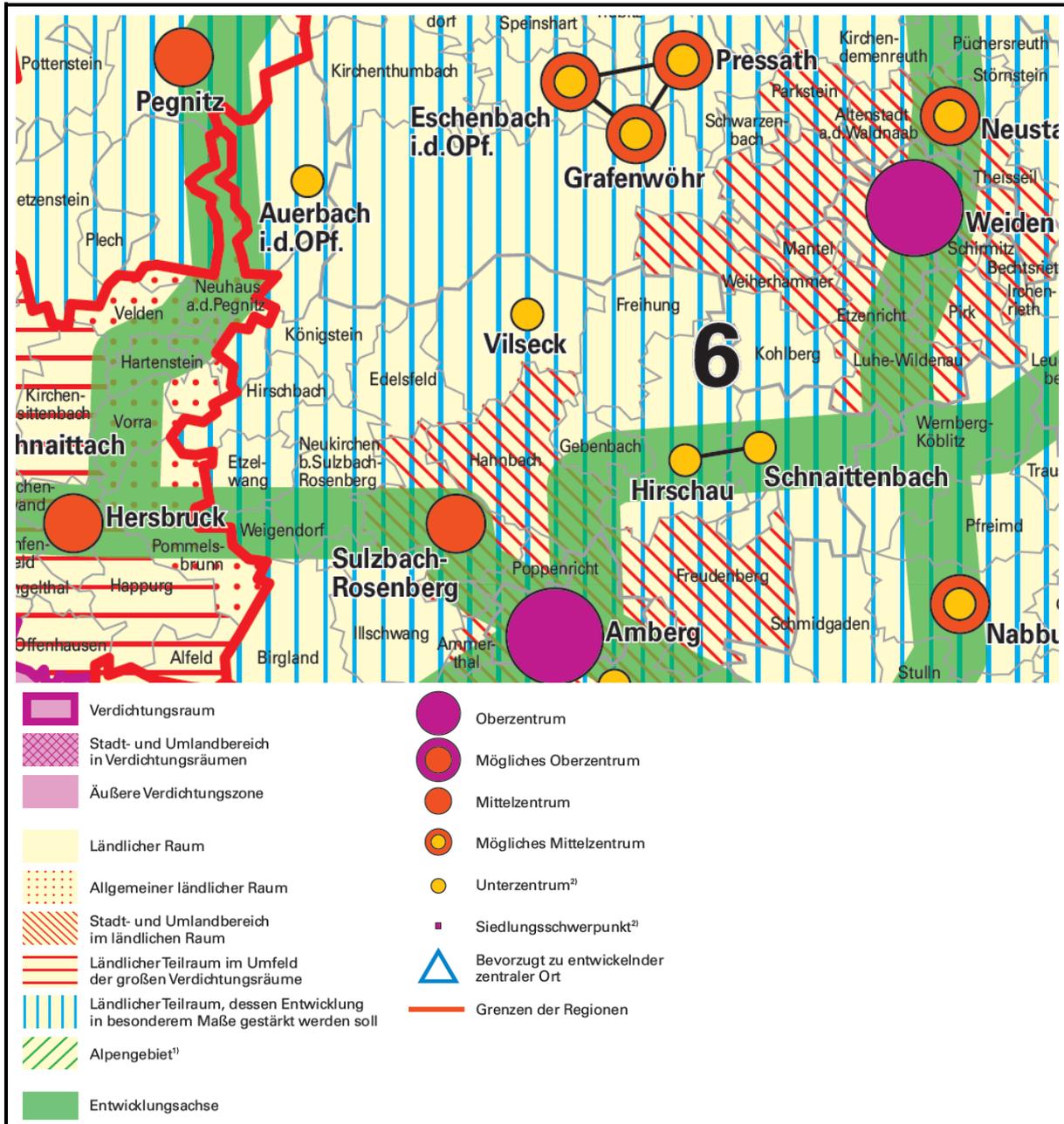
Als Lösungsweg bietet sich häufig eine Teilung der Versorgungsfunktionen dahingehend an, dass zentrenrelevante Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs der Innenstadt vorbehalten sind, zentrenrelevante Sortimente des kurzfristigen Bedarfs auf mehrere Nahversorgungsstandorte verteilt werden und der größerflächige Handel mit nichtzentrenrelevanten Sortimenten an Sonder- und Ergänzungsstandorten in Gewerbegebieten positioniert wird. Das planungsrechtliche Instrumentarium ermöglicht es den Kommunen, im Zuge der Bauleitplanung die möglichen Standorte für Einzelhandelsunternehmen sowie die zulässige Verkaufsflächengröße und die zulässigen Sortimente zu steuern. Es besteht allerdings keine Möglichkeit, Einfluss auf das Preis- bzw. Qualitätsniveau zu nehmen. Dementsprechend gilt es vor der Schaffung von Planungsrecht zu beurteilen, ob und in welchem Umfang zentrenrelevante Sortimente außerhalb der Innenstadt oder der Nahversorgungsstandorte angesiedelt werden können, um die Attraktivität als Einkaufsstadt zu erhalten ohne die Innenstadt und die integrierten Nahversorgungsstandorte zu gefährden.

Grundlegend ist hierfür eine Entwicklungsstrategie, die unter Berücksichtigung des gesamtörtlichen Entwicklungspotenzials und der standortbezogenen Eignungsflächen festlegt, welcher verträgliche Entwicklungsspielraum insgesamt besteht und an welchen Standorten dieser zu realisieren ist.

## 2 Zentralörtliche Funktion und Lage im Raum

Die Stadt Vilseck liegt im oberpfälzischen Landkreis Amberg-Sulzbach, rd. 30 km westlich des Oberzentrums Weiden und 23 km nördlich des Oberzentrums Amberg. Vilseck liegt am südlichen Rand des Truppenübungsplatzes Grafenwöhr, in einem ländlichen Teilraum, dessen Entwicklung in besonderem Maße gestärkt werden soll und ist als Unterzentrum ausgewiesen (vgl. Abb. 3).

Abb. 3: Karte Raumstruktur Region Oberpfalz-Nord (Ausschnitt)



Quelle: BayStMWIVT: LEP Bayern 2006, Strukturkarte; Ausschnitt: GEO-PLAN 2012

Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm Bayern 2006 sollen Unterzentren die Bevölkerung ihrer Nahbereiche mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Grundbedarfs versorgen. Sie nehmen darüber hinaus, falls erforderlich, einzelne Funktionen für die Bevölkerung der Nahbereiche benachbarter Kleinzentren wahr (vgl. LEP 2006; S. 23).

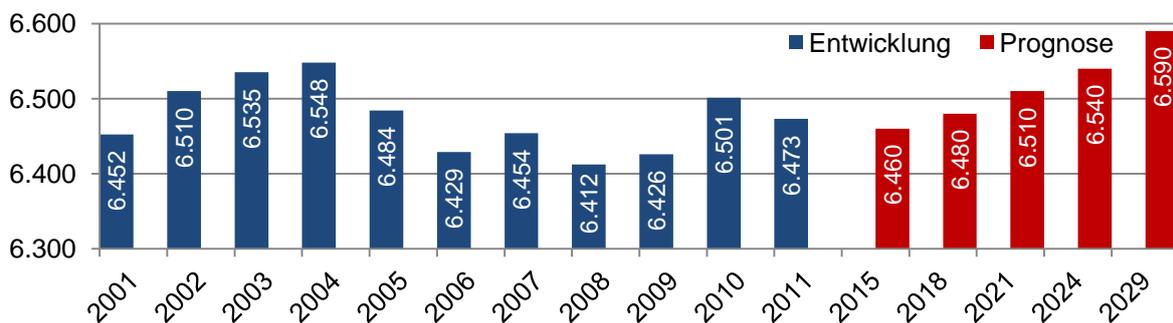
### 3 Bevölkerung, Beschäftigte und Tourismus

#### 3.1 Bevölkerungsentwicklung

##### Stadt Vilseck

Am 31.12.2011 zählte die Stadt Vilseck 6.473 Einwohner auf einer Gesamtfläche von rd. 64,7 km<sup>2</sup> (rd. 100 Einwohner / km<sup>2</sup>). Rückblickend bis zum Jahr 2001 zeigt sich eine stabile Bevölkerungsentwicklung mit leichten Schwankungen. Nach der Prognose des Statistischen Landesamtes bis zum Jahr 2029 ist zukünftig von einer leicht positiven Einwohnerentwicklung und damit von einer zumindest stabilen lokalen Einzelhandelsnachfrage auszugehen (vgl. Abb. 4).

Abb. 4: Bevölkerungsentwicklung und -prognose Vilseck (2001-2029)

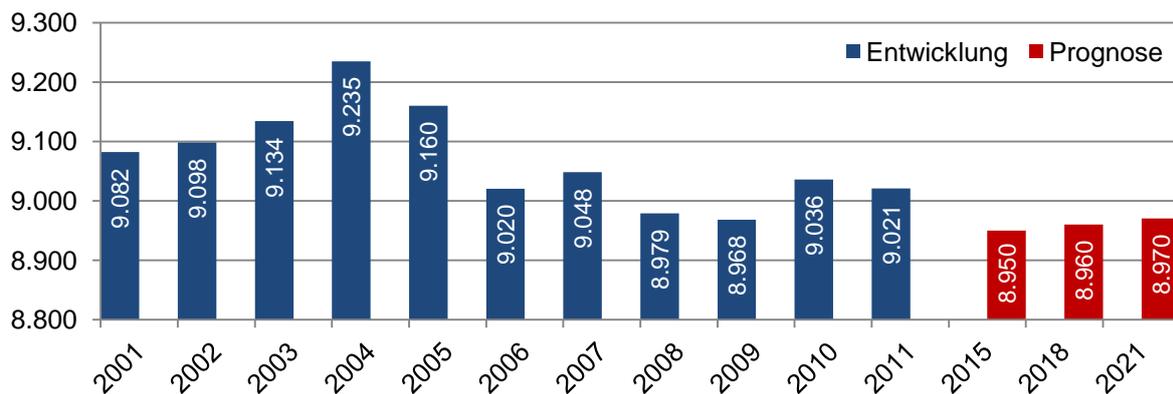


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bearbeitung: GEO-PLAN 2012

##### Nahbereich

Der landesplanerische Nahbereich von Vilseck umfasst neben der Stadt selbst die Marktgemeinde Freihung. Im Nahbereich lebten damit im Jahr 2011 insgesamt 9.021 Personen. Zwischen 2001 und 2011 zeigt sich in der Zusammenschau ein geringer Bevölkerungsrückgang von 61 Einwohnern (<1%), der sich aber laut der aktuellen Prognose in den kommenden Jahren auf leicht niedrigerem Niveau stabilisieren wird (vgl. Abb. 5).

Abb. 5: Bevölkerungsentwicklung und -prognose Nahbereich Vilseck (2001-2021)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bearbeitung: GEO-PLAN 2012

### Regionales Umfeld

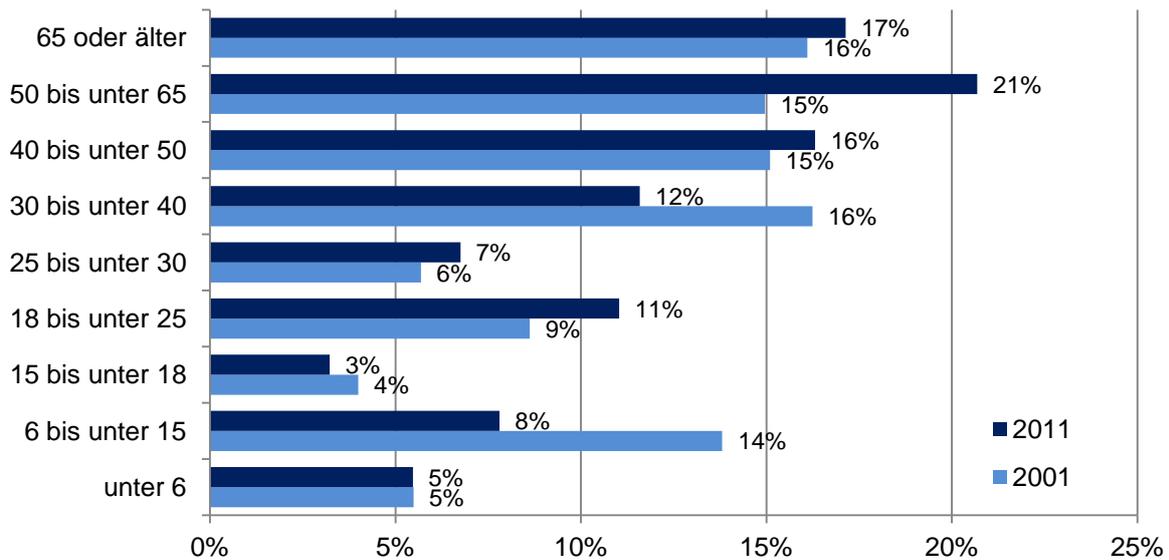
Die Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung des Landkreises Amberg-Weizsach zeigt, dass sich Vilseck, entgegen der Entwicklung der Stadt selbst, in einem Raum mit deutlichen Schrumpfungstendenzen befindet.

Im Zeitraum zwischen 2001 und 2011 verlor der Landkreis rd. 4% seiner Einwohner (4.400 EW). Bis zum Jahr 2031 wird sich diese Entwicklung deutlich verstärken, was sich in einem Bevölkerungsverlust von weiteren rd. 8% (8.300 EW) auf Landkreisebene ausdrückt. Der nördlich an Vilseck angrenzende Landkreis Neustadt an der Waldnaab zeigte in den Jahren seit 2001 eine vergleichbare Entwicklung (-4,2%) zum Landkreis Amberg-Weizsach, bei allerdings noch deutlicher ausgeprägten prognostizierten Bevölkerungsverlusten von rd. 9% bzw. 9.000 Einwohnern.

### Altersstruktur

Dem Trend der allgemeinen demographischen Entwicklung folgend ist auch für die Stadt Vilseck eine zunehmende Alterung der Bevölkerung zu beobachten. Die Entwicklungen der Jahre 2001 bis 2011 zeigen, dass die Anteile der jüngeren Bevölkerungsschichten (bis unter 40-Jahre) in der Summe geschrumpft und die Anteile älterer Menschen ab 40 Jahre dagegen deutlich angestiegen sind (vgl. Abb. 6).

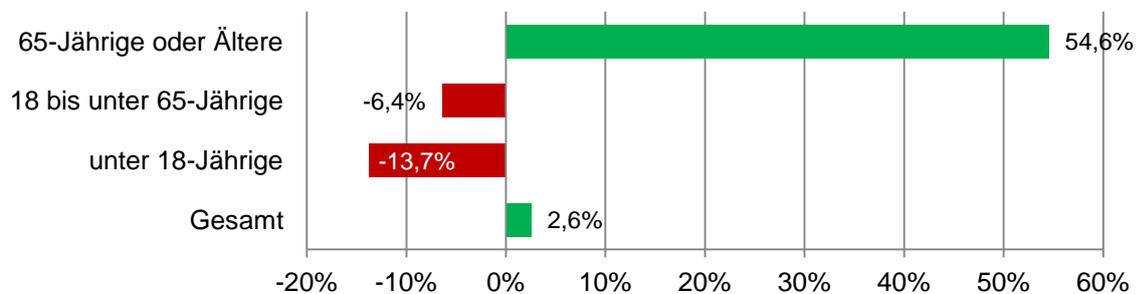
Abb. 6: Entwicklung der Altersstruktur Vilseck (2001-2011)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bearbeitung: GEO-PLAN 2012

Bis zum Jahr 2029 wird das Durchschnittsalter der Bevölkerung in Vilseck nach den Berechnungen des Landesamtes von 41,4 (2009) auf dann 46,5 Jahre ansteigen. Der Anteil der jungen Bevölkerungsgruppen bis unter 18 Jahre wird um rd. 14% schrumpfen, der der älteren Menschen (65 Jahr und älter) um rd. 55% anwachsen (vgl. Abb. 7).

Abb. 7: Entwicklung der Altersgruppen Vilseck (2011-2029)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bearbeitung: GEO-PLAN 2012

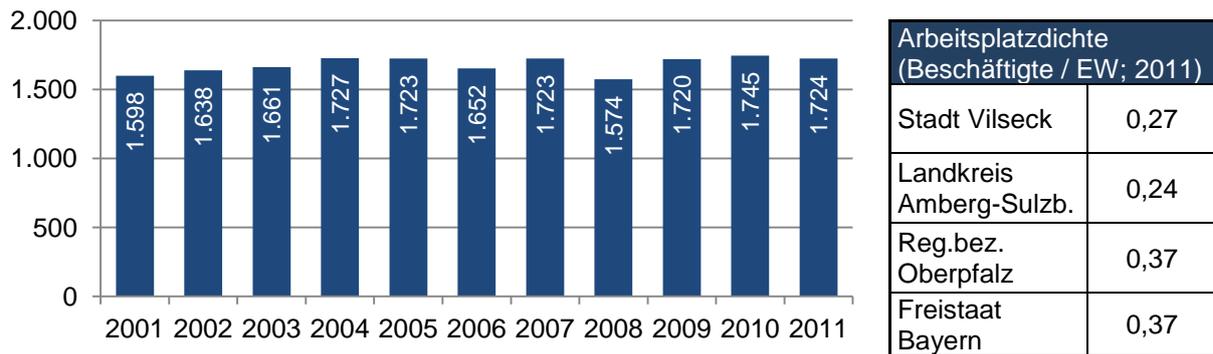
Wenngleich kleinräumige Bevölkerungsprognosen über lange Zeiträume keine absolut exakten Zukunftsaussagen erlauben, so bieten sie dennoch einen Orientierungsrahmen:

- ➔ Die Stadt Vilseck zeigt eine stabile Einwohnerentwicklung, befindet sich jedoch in einem von Schrumpfung betroffenen Raum. Dies wird für den Einzelhandel eine sinkende Nachfrage aus dem regionalen Umfeld zur Folge haben.
- ➔ Der wachsende Anteil älterer Menschen wird an die Sicherung einer funktionierenden Nahversorgung und deren Erreichbarkeit geänderte Anforderungen richten. Das betrifft die räumliche Verteilung des Einzelhandels, die Nutzbarkeit von Wegeverbindungen sowie spezialisierte Serviceangebote des Einzelhandels.

### 3.2 Beschäftigte und Pendlersaldo

Im Jahr 2011 bestanden in Vilseck 1.724 sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse. Die Anzahl der Beschäftigten am Arbeitsort ist in den vergangenen Jahren relativ konstant, bei einer insgesamt positiven Entwicklung seit dem Jahr 2001(+7,9%). Mit einem Wert von 0,27 Beschäftigten pro Einwohner besteht derzeit eine Arbeitsplatzdichte, die zwar leicht über dem Durchschnitt des Landkreises, jedoch deutlich unter den Werten des Regierungsbezirkes Oberpfalz bzw. des Freistaates Bayern liegt (vgl. Abb. 8).

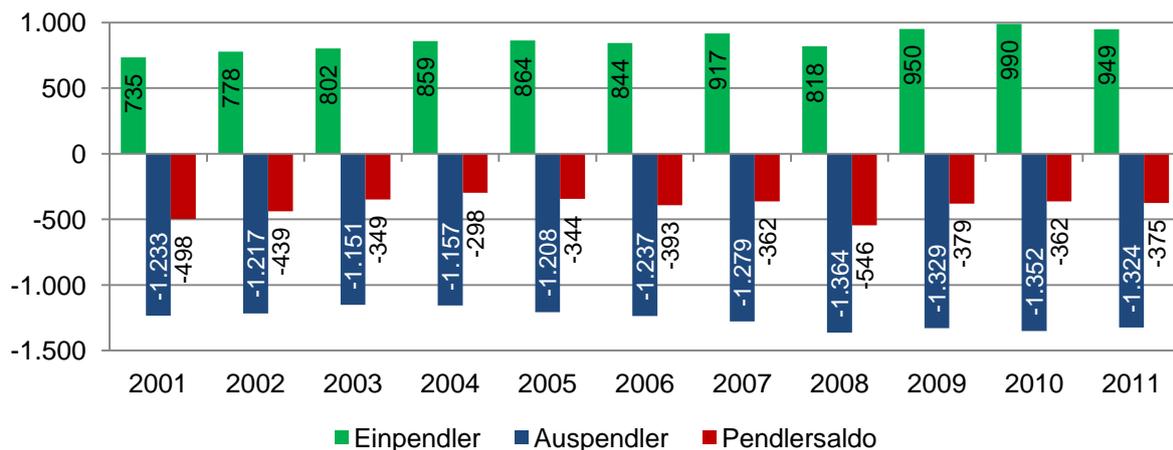
Abb. 8: Sozialversicherungspf. Beschäftigte am Arbeitsort Vilseck (2001-2011)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bearbeitung: GEO-PLAN 2012

Die vergleichsweise geringe Arbeitsplatzdichte spiegelt sich in einem, in den letzten Jahren relativ konstanten, Auspendlerüberschuss von knapp 400 Beschäftigten (2011) wider und drückt die eher geringe Arbeitsmarktfunktion der Stadt im Umfeld der umliegenden höher-rangigen Zentren aus. (vgl. Abb. 9).

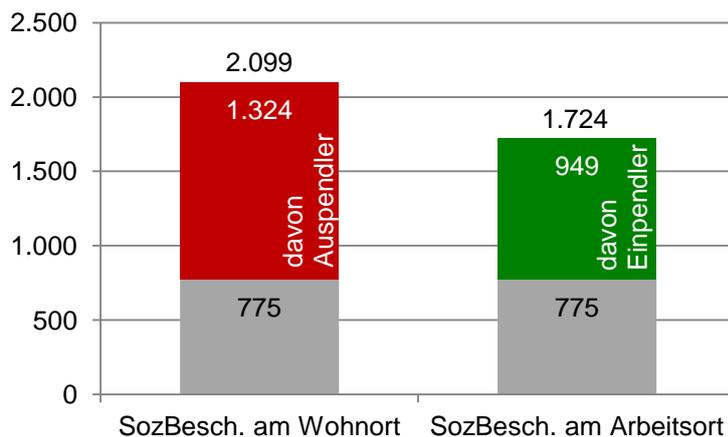
Abb. 9: Ein- und Auspendler / Pendlersaldo Vilseck (2001-2011)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bearbeitung: GEO-PLAN 2012

Im Jahr 2011 lebten in Vilseck insgesamt 2.099 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Rd. 63% davon pendeln aus, rd. 37% haben ihren Arbeitsplatz am Wohnort (vgl. Abb. 10). Den 1.324 Auspendlern stehen 949 Einpendler gegenüber (Saldo: -375).

Abb. 10: Arbeitsmarktstruktur Vilseck: Beschäftigte und Pendlerverhalten (2011)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bearbeitung: GEO-PLAN 2012

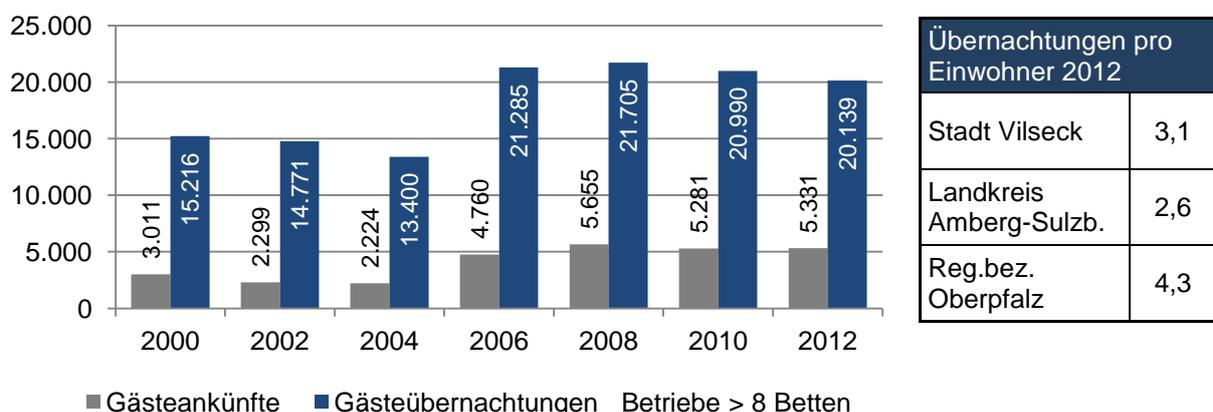
➔ Im Hinblick auf den Einzelhandel ist davon auszugehen, dass durch den Auspendlerüberschuss lokale Kaufkraft teilweise auf andere Standorte umgelenkt wird, z.B. in Form der Nahversorgungsnachfrage am Arbeitsplatz (vgl. Abb. 10).

### 3.3 Tourismus

Die Stadt Vilseck verzeichnete im Jahr 2012 insgesamt 20.139 Übernachtungen in Betrieben mit mehr als acht Betten. Rückblickend ist bei den Gästeankünften und -übernachtungen eine insgesamt positive Entwicklung festzustellen, bei einer zuletzt leicht abnehmenden Tendenz. Ab dem Jahr 2006 wurden auch die Gästeankünfte und -übernachtungen auf Camping- und Wohnmobilplätzen in die Statistik integriert. Dies erklärt den sprunghaften Anstieg der Zahlen ab diesem Zeitpunkt.

Die Anzahl der Übernachtungen pro Einwohner (hier Betriebe > 8 Betten) liegt in Vilseck mit einem Wert von 3,1 leicht über dem Landkreis bzw. unter dem Regierungsbezirk (vgl. Abb. 11). Im Hinblick auf den Einzelhandel spielt das touristische Kaufkraftpotenzial aufgrund der verhältnismäßig geringen Übernachtungszahlen eine nachgeordnete Rolle.

Abb. 11: Gästeankünfte und -übernachtungen Vilseck 2000-2012 (Betriebe größer 8 Betten)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Bearbeitung: GEO-PLAN 2012

#### 4 Der Einzelhandel in Vilseck

**Bestandsaufnahme:** Die Darstellungen zum Einzelhandel gründen auf einer vollständigen einzelbetrieblichen Bestandsaufnahme. Dies umfasst den Fach- und den filialisierten Einzelhandel, Gewerbe- und Handwerksbetriebe mit Kunden zugänglichen Verkaufsflächen sowie Gärtnereien, Bau- und Heimwerkermärkte (ohne Baustoffhandel). Erfasst wurden die Verkaufsflächen, differenziert nach Sortimenten, Lage und Typ der Betriebe sowie qualitative Merkmale, wie z.B. Öffnungszeiten.

**Verkaufsflächen:** Die im Weiteren dargestellten Flächenangaben betreffen die reinen Verkaufsflächen. Hierzu gehören alle Flächen, die dem Kunden zugänglich sind, nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt werden und damit dem Verkauf bzw. der Förderung des Kaufabschlusses dienen. Dies umfasst auch die Standflächen für Warenträger und Einrichtungsgegenstände, Gangflächen und Treppen in Verkaufsräumen, Kassenvorräume, Windfänge und sonstige Verkaufs- und Serviceflächen. Büro- und Personalräume, reine Lagerflächen sowie Flächen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung erfolgt, zählen nicht zu den Verkaufsflächen.

**Warengruppen:** Sortimente ähnlicher Funktionalität werden den in Tabelle 1 dargestellten Warengruppen zugeordnet (z.B. Persönliche Ausstattung: alle Produkte, die am Körper getragen werden). Dies ermöglicht eine kompakte Darstellung und Bewertung der Angebotssituation.

Tab. 1: Einteilung der Sortimentsstruktur

Warengruppen	Sortimente
<b>Grundversorgung</b>	
Nahrungs-, Genussmittel, Reformhauswaren	Lebensmittel, Bio-, Frischwaren (inkl. Tabakwaren), Bäckerei, Konditorei, Metzger, Fleischerei, Getränke, Spirituosen, Weinhandlungen, Reformhauswaren
Körper- und Gesundheitspflege	Drogerie, Körperpflege, Parfümerie, Apotheken, Sanitätshaus, med.- und orthopädische Artikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
Blumen	Blumen (Schnittblumen)
<b>Persönliche Ausstattung</b>	
Bekleidung, Wäsche, Baby-, Kinderbedarf	Oberbekleidung für Herren und Damen, Kinderbekleidung, Wäsche, Textilien (Metzware für Bekleidung)
Schuhe, Lederwaren	Schuhe, Lederwaren (Koffer, Taschen)
Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
<b>Freizeitbedarf</b>	
Sport, Camping	Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportgeräte, Campingartikel
Spielwaren	Spielwaren, Hobby
Musikalien	Musikalien, Musikinstrumente
Fahrräder	Fahrräder, Zubehör
<b>Medien, Technologie</b>	
Bücher, Schreibwaren	Sortimentsbuchhandel, Papier, Schreibwaren, Bürobedarf, Zeitschriften
Foto, Optik, Akustik	Foto, Optik, Hörgeräte
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, Tonträger, Videokameras und -geräte, Mobiltelefone, Telefone, Faxgeräte und Zubehör, Computer, -zubehör, Software, Elektrobedarf, Küchengeräte, Lampen, Leuchten

Wohnen	
Haushaltswaren, GPK, Geschenkartikel	Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
Raumausstattung, Heimtextilien	Wohn- und Einrichtungsbedarf, Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Haus-, Bett- und Tischwäsche, Kurzwaren, Handarbeitswaren
Möbel, Küchen	Möbel, Bad-, Küchen-, Büro- und Gartenmöbel
Baumarktspezifische- und sonstige Sortimente	
Bau-, Heimwerkerbedarf, Gartengeräte	Baumarktspezifische Sortimente, Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge, Bauelemente, Eisenwaren, (Elektro-)Werkzeuge und Zubehör, Gartenmarktsortimente, Pflanzen, Sämereien, Gartenbedarf
Sonstige Sortimente	Tiernahrung, Zooartikel, Kfz-Zubehör, Korbwaren, Waffen, Jagdbedarf, Antiquitäten, Kunst, Bilder, Rahmen etc.

Quelle: GEO-PLAN, eigene Zusammenstellung

**Bedarfsbereiche:** Neben der Einteilung in Warengruppen wird das Einzelhandelsangebot mitunter Bedarfsbereichen zugeordnet. Diese fassen Produkte vergleichbarer Reichweiten zusammen. So unterliegen Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches einer wesentlich ausgeprägteren Distanzempfindlichkeit als die des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches. Dieser Sachverhalt kommt insbesondere bei der Sicherstellung einer wohnstandortnahen Grundversorgung sowie bei der Darstellung der regionalen Versorgungsfunktion zum Tragen.

▪ Überwiegend kurzfristiger Bedarf:

Hierzu zählen alle Produkte, die in der Regel sehr häufig eingekauft und unmittelbar nach dem Kauf ge- oder verbraucht werden. Dies sind alle Sortimente der Grundversorgung wie z.B. Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren (vgl. Tab. 1), aber auch Tiernahrung, Bücher, Schreibwaren, Zeitungen und Zeitschriften.

▪ Überwiegend mittelfristiger Bedarf:

Hierzu zählen alle Sortimente, die im Vergleich zum kurzfristigen Bedarf seltener eingekauft, nicht unmittelbar nach dem Einkauf verbraucht, aber auch nicht dauerhaft genutzt werden. Dies sind z.B. Sortimente der Warengruppen Persönliche Ausstattung, wie Bekleidung und Schuhe oder des Freizeitbedarfs, wie z.B. Sportartikel.

▪ Überwiegend langfristiger Bedarf:

Hierzu zählen alle Sortimente, die in der Regel für einen längeren Nutzungszeitraum angeschafft und daher im Vergleich zu den anderen Bedarfsbereichen deutlich seltener eingekauft werden. Dies sind z.B. Sortimente der Warengruppen Wohnen (z.B. Möbel, Teppiche) oder Medien/Technologie (z.B. Elektrogeräte).

#### 4.1 Einzelhandelsbestand, Angebots- und Betriebsgrößenstruktur

##### Einzelhandelsbestand

Die Bestandserhebung umfasste 33 Betriebsstätten (Altstadt 17) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 11.090 m<sup>2</sup>. Darin sind acht leerstehende Ladengeschäfte mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.280 m<sup>2</sup> enthalten. Die aktive Verkaufsfläche betrug somit im Oktober 2012 rd. 9.810 m<sup>2</sup> und verteilt sich auf 25 aktiv geführte Betriebe (vgl. Tab. 2). Zwei aktive Betriebe sowie ein Leerstand befinden sich davon im Ortsteil Schlicht, der für sich genommen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 90 m<sup>2</sup> umfasst.

Die Gesamtverkaufsfläche umfasst ebenso zwei Gärtnereien, die mit jeweils rd. 1.600 m<sup>2</sup> in die Gesamtbilanz der Verkaufsflächen einfließen.

Rund die Hälfte aller aktiven Betriebe (52%) befindet sich in der Altstadt, deren Verkaufsflächenanteil liegt jedoch nur bei 10%. Zurückzuführen ist dies auf die im Vergleich zu den peripheren Standorten deutlich kleinteiligere Größenstruktur des Handels.

Die Verkaufsfläche pro Einwohner beträgt rd. 1,5 m<sup>2</sup>. Im Vergleich mit anderen Kleinstädten ist dies ein eher niedriger Wert (vgl.: Bad Königshofen 3,0 m<sup>2</sup>, Hofheim i. UFr 2,9 m<sup>2</sup>, Volkach UFr. 2,1 m<sup>2</sup>, Bischofsheim UFr. 1,6 m<sup>2</sup>, Windsbach MFr. 1,4, Pappenheim MFr. 1,1).

Hinsichtlich der Ladengeschäfte beträgt die Leerstandsquote rd. 32%, bezogen auf die Verkaufsfläche rd. 13%. Im Vergleich mit anderen Kleinstädten sind dies überdurchschnittlich hohe Werte, die einen Handlungsbedarf signalisieren (vgl.: Windsbach MFr. 21% bzw. 6%, Bischofsheim UFr. 15,0% bzw. 7,8%, Gerolzhofen UFr. 15,0% bzw. 5,5%, Hofheim i. UFr 8,1% bzw. 8,3%).

Tab. 2: Übersicht zu den Betrieben und Verkaufsflächen des Einzelhandels

Betriebskenngrößen	Altstadt		so. Stadtgebiet		Gesamt
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut
<b>Alle Betriebsstätten des Einzelhandels</b>					
Betriebe gesamt	17	52%	16	48%	33
Verkaufsfläche gesamt	1.440 m <sup>2</sup>	13%	9.650 m <sup>2</sup>	87%	11.090 m <sup>2</sup>
<b>Aktive Betriebe</b>					
Aktive Betriebe	13	52%	12	48%	25
Aktive Verkaufsfläche	1.000 m <sup>2</sup>	10%	8.810 m <sup>2</sup>	90%	9.810 m <sup>2</sup>
Verkaufsfläche / EW	0,15 m <sup>2</sup>		1,36 m <sup>2</sup>		1,5 m <sup>2</sup>
<b>Leerstände</b>					
Leerstehende Betriebe	4	50%	4	50%	8
Leerstehende VF	440 m <sup>2</sup>	34%	840 m <sup>2</sup>	66%	1.280 m <sup>2</sup>

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

### **Angebotsstruktur**

Auf einem Drittel der Gesamtverkaufsfläche (rd. 3.230 m<sup>2</sup>) werden Artikel der Grundversorgung angeboten, also hauptsächlich Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie- und Apothekenartikel. Zusammen mit Blumen und dem Angebot der beiden angesprochenen Gärtnereien, die ebenfalls der Grundversorgung zuzurechnen sind, beträgt der Anteil dieser Warengruppe rd. 66% der Gesamtverkaufsfläche (vgl. Tab. 2).

Artikel der Warengruppe „Persönlichen Ausstattung“ werden auf rd. 340 m<sup>2</sup> angeboten, die vollständig auf die Sortimente Bekleidung und Schuhe entfallen.

Weitere Angebotsschwerpunkte sind bau- und gartenmarktspezifische Sortimente (rd. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie die Warengruppe Wohnen (Möbel, Haushaltswaren, Heimtextilien etc. / rd. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

- ➔ Das Einzelhandelsangebot der Stadt Vilseck ist hinsichtlich der Verkaufsflächenstruktur auf den Bedarf der Grundversorgung ausgerichtet. Hierin spiegelt sich die überwiegende Nahversorgungsfunktion der Stadt für ihre eigene Bevölkerung wider. Im mittel- und langfristigen Bedarf liegt der Angebotsschwerpunkt bei bau- und gartenmarktspezifischen Sortimenten (vgl. Tab. 3).

Tab. 3: Aktive Verkaufsfläche nach Warengruppen

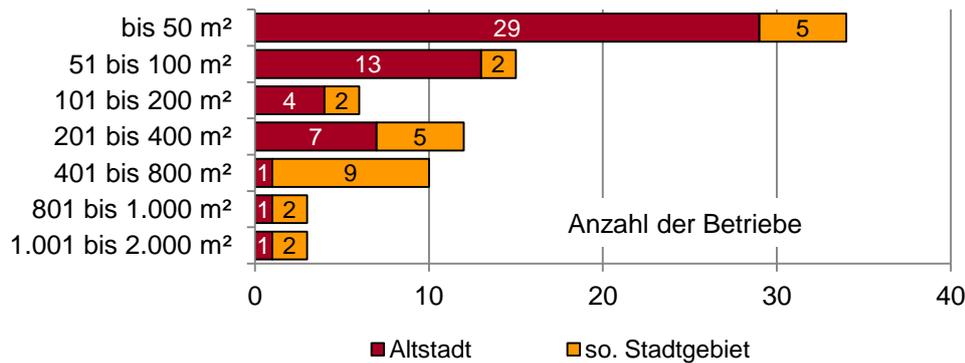
Warengruppen	Verkaufsfläche	Anteil an Gesamt-VF	VF/Ew
<b>Grundversorgung</b>			
Lebensmittel, Bio-, Frischwaren	2.110	21,5	0,3
Getränke	895	9,1	0,1
Drogerie-, Parfümerieartikel	165	1,7	0,0
Apothekenartikel	60	0,6	0,0
Blumen, Gärtnerei	3.230	32,9	0,5
<b>Summe</b>	<b>6.460</b>	<b>65,9</b>	<b>1,0</b>
<b>Persönliche Ausstattung</b>			
Oberbekleidung für Herren	55	0,6	0,0
Oberbekleidung für Damen	85	0,9	0,0
Kinderbekleidung, Wäsche	145	1,5	0,0
Schuhe, Lederwaren	55	0,6	0,0
<b>Summe</b>	<b>340</b>	<b>3,5</b>	<b>0,1</b>
<b>Freizeitbedarf</b>			
Fahrräder, Fahrradzubehör	10	0,1	0,0
Spielwaren	10	0,1	0,0
<b>Summe</b>	<b>20</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>
<b>Medien, Technologie</b>			
Bücher, Zeitschriften	35	0,4	0,0
Schreibwaren, Papierwaren	15	0,2	0,0
Unterhaltungselektronik, Computer, Foto	70	0,7	0,0
Elektroartikel (Küchengeräte, Leuchten)	180	1,8	0,0
Optik	20	0,2	0,0
<b>Summe</b>	<b>320</b>	<b>3,3</b>	<b>0,0</b>
<b>Wohnen</b>			
Bettwaren, Gardinen, Heimtextilien	150	1,5	0,0
Haushaltswaren, GPK, Geschenkartikel	330	3,4	0,1
Möbel (Küchenfachmarkt)	500	5,1	0,1
<b>Summe</b>	<b>980</b>	<b>10,0</b>	<b>0,2</b>
<b>Baumarktspezifische und sonstige Sortimente</b>			
Baumarkt-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1.415	14,4	0,2
Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge	80	0,8	0,0
Sonstiges	195	2,0	0,0
<b>Summe</b>	<b>1.690</b>	<b>17,2</b>	<b>0,3</b>
<b>Gesamt</b>	<b>9.810</b>	<b>100,0</b>	<b>1,5</b>

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

### Betriebsgrößenstruktur

Die Größenstruktur des Einzelhandels ist durch kleine Betriebe in der Altstadt und großflächige Betriebe im sonstigen Stadtgebiet geprägt. Knapp die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe verfügt über maximal 50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, deren Anteil an der Gesamtverkaufsfläche beträgt jedoch lediglich rd. 3%. Umgekehrt vereinen die fünf größten Betriebe vor Ort rd. 76% der Gesamtverkaufsfläche auf sich (vgl. Abb. 12).

Abb. 12: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Vilseck

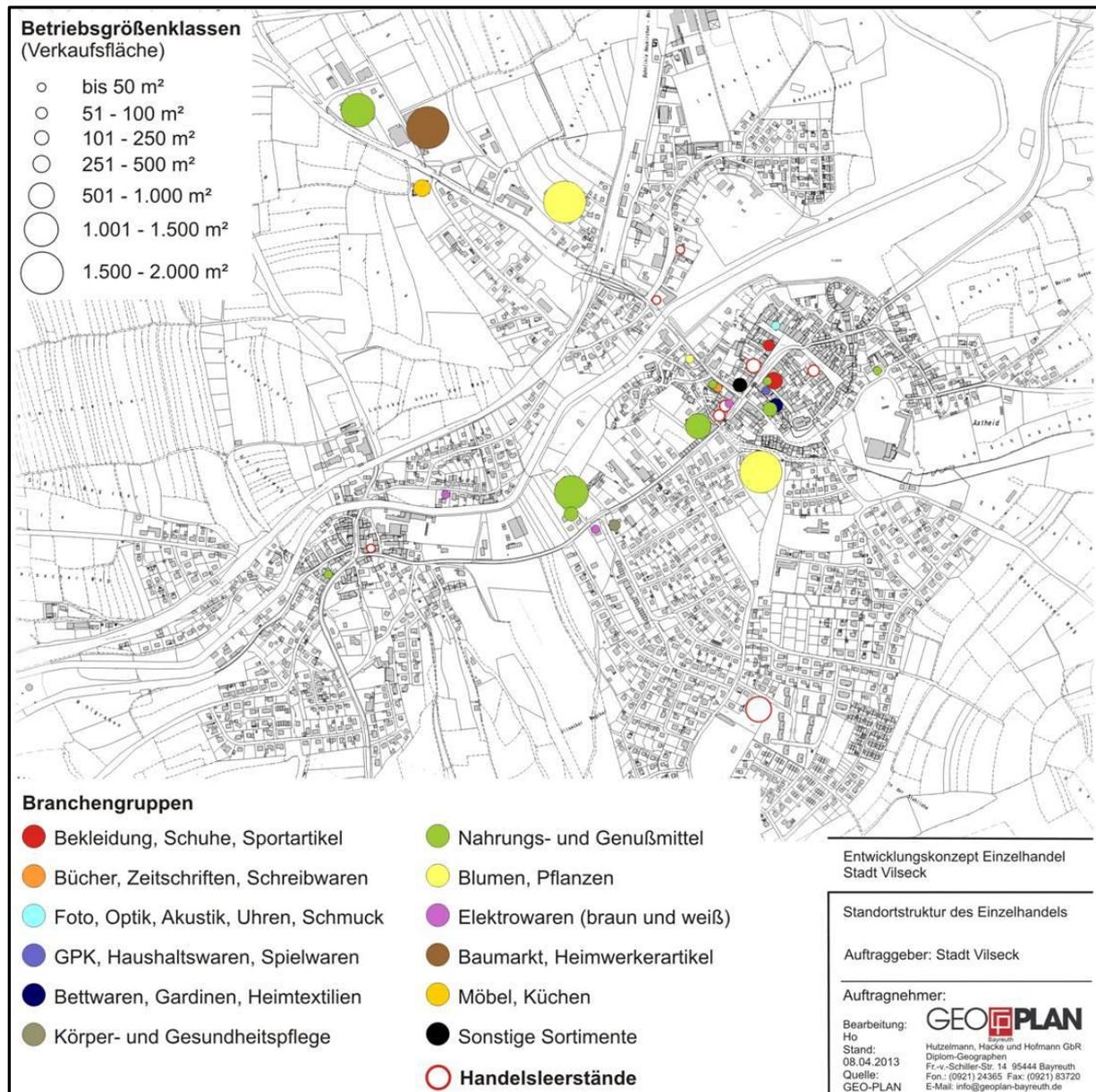


Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

## 4.2 Standorträume des Einzelhandels

Der Einzelhandel in Vilseck bildet im Wesentlichen drei Standortbereiche aus. Die Altstadt stellt sich hinsichtlich der Verkaufsfläche als kleinster und hinsichtlich der Sortimentsstruktur als differenziertester Einzelhandelsstandort heraus. Die Betriebe im Gewerbegebiet Mittlere Lohe sowie im Südwesten der Altstadt (Schlichter Straße / Amberger Straße) sind hingegen vorwiegend von größeren Betrieben der Grundversorgung geprägt (vgl. Abb. 13).

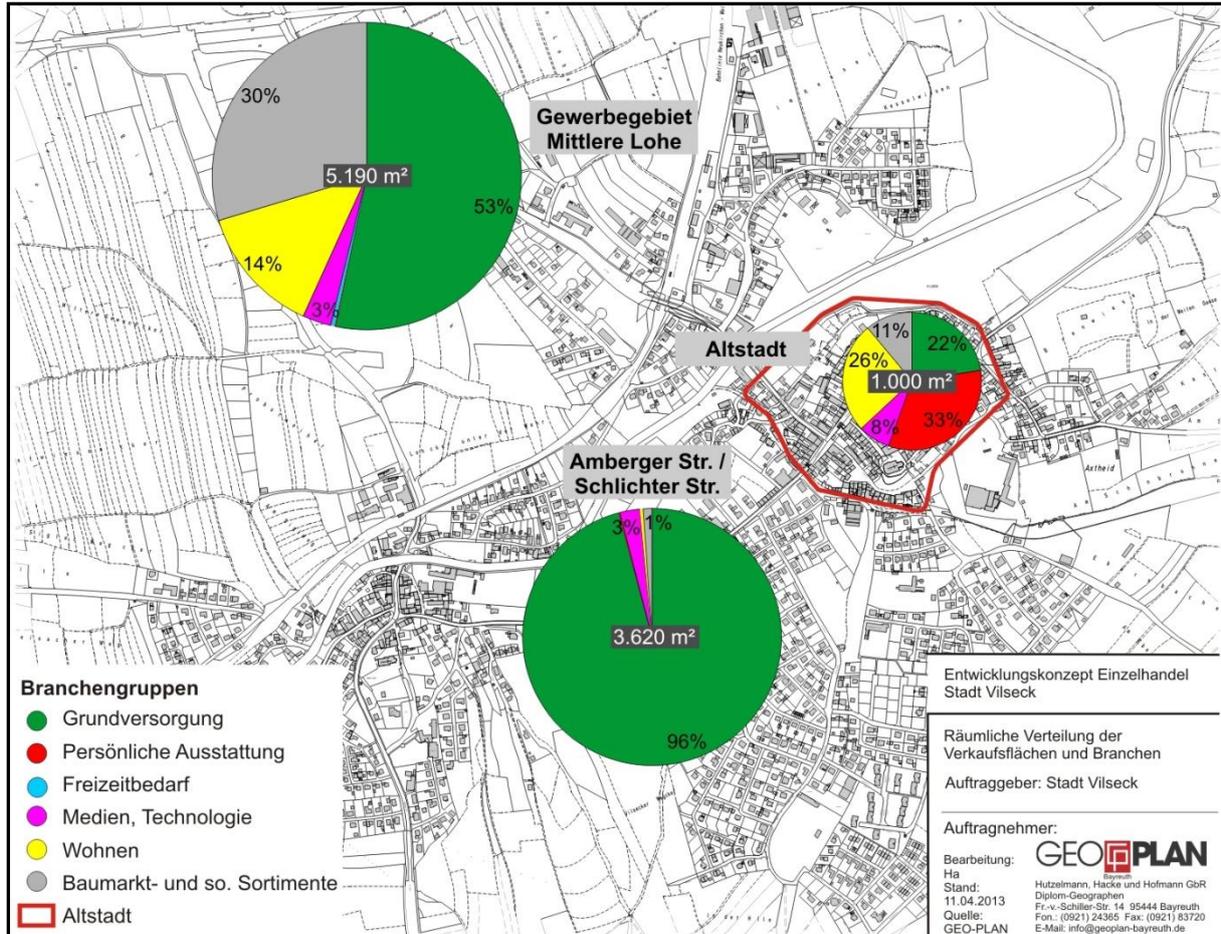
Abb. 13: Standort- und Branchenstruktur des Vilsecker Einzelhandels



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

Die folgende Karte zeigt eine gruppierte Darstellung der Verkaufsflächen, unterteilt nach Branchengruppen und Standorträumen (vgl. Abb. 14).

Abb. 14: Verkaufsflächen nach Standorträumen und Branchengruppen



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

Nachfolgend werden die Standortbereiche an Hand wesentlicher Kennzahlen sowie ihrer Standorteigenschaften und -funktionen näher typisiert.

### Altstadt

Anzahl	Aktive Betriebe	
	Verkaufsfläche	Ø VF / Betrieb
17	1.000 m²	60 m²

Die Altstadt bietet bei einer sehr kleinteiligen Betriebsstruktur ein vergleichsweise breites Warenangebot. Der quantitative Ausbau der Verkaufsfläche erreicht dabei jedoch nur ein niedriges Niveau (1.000 m²). Im Sortimentsbereich der persönlichen Ausstattung besitzt die Altstadt einen Bedeutungsüberhang gegenüber den sonstigen Standortbereichen. Nahezu das gesamte Angebot an Bekleidung und Schuhen findet sich hier in Form eines Schuhfachgeschäftes sowie einer NKD-Filiale. Weitere Kompetenzbereiche der Altstadt stellen die Sortimente Heimtextilien, GPK und Geschenkartikel dar. Diese Branchengruppe macht rund ein Viertel des Gesamtangebotes der Altstadt aus. Ergänzt wird die Angebotsstruktur der Altstadt durch Sortimente der Grundversorgung, die jedoch aufgrund ihres geringen Ausbaus allenfalls ergänzende Versorgungsfunktion erfüllen können (Getränkemarkt, Bäckerei, 2 Metzgereien).

### Amberger Straße / Schlichter Straße

Aktive Betriebe		
Anzahl	Verkaufsfläche	Ø VF / Betrieb
8	3.620 m <sup>2</sup>	455 m <sup>2</sup>

Im Standortbereich Amberger Straße / Schlichter Straße, südwestlich der Altstadt befinden sich mit Netto und Edeka ein Lebensmitteldiscounter sowie ein Vollversorger, ergänzt um einen Getränkemarkt. Das Angebot entspricht somit dem eines Nahversorgungsstandortes, der durch seine Lage (rd. 300m Entfernung zur Stadtmitte) eine für wesentliche Anteile der Wohnbevölkerung der Altstadt sowie der südlich gelegenen Siedlungsgebiete fußläufig erreichbare Nahversorgungsfunktion übernehmen kann. Ergänzend werden im Standortraum Blumen und Gärtnereierzeugnisse sowie Apotheken und Elektroartikel, diese jedoch in geringem quantitativen Umfang, angeboten.

### Gewerbegebiet Mittlere Lohe

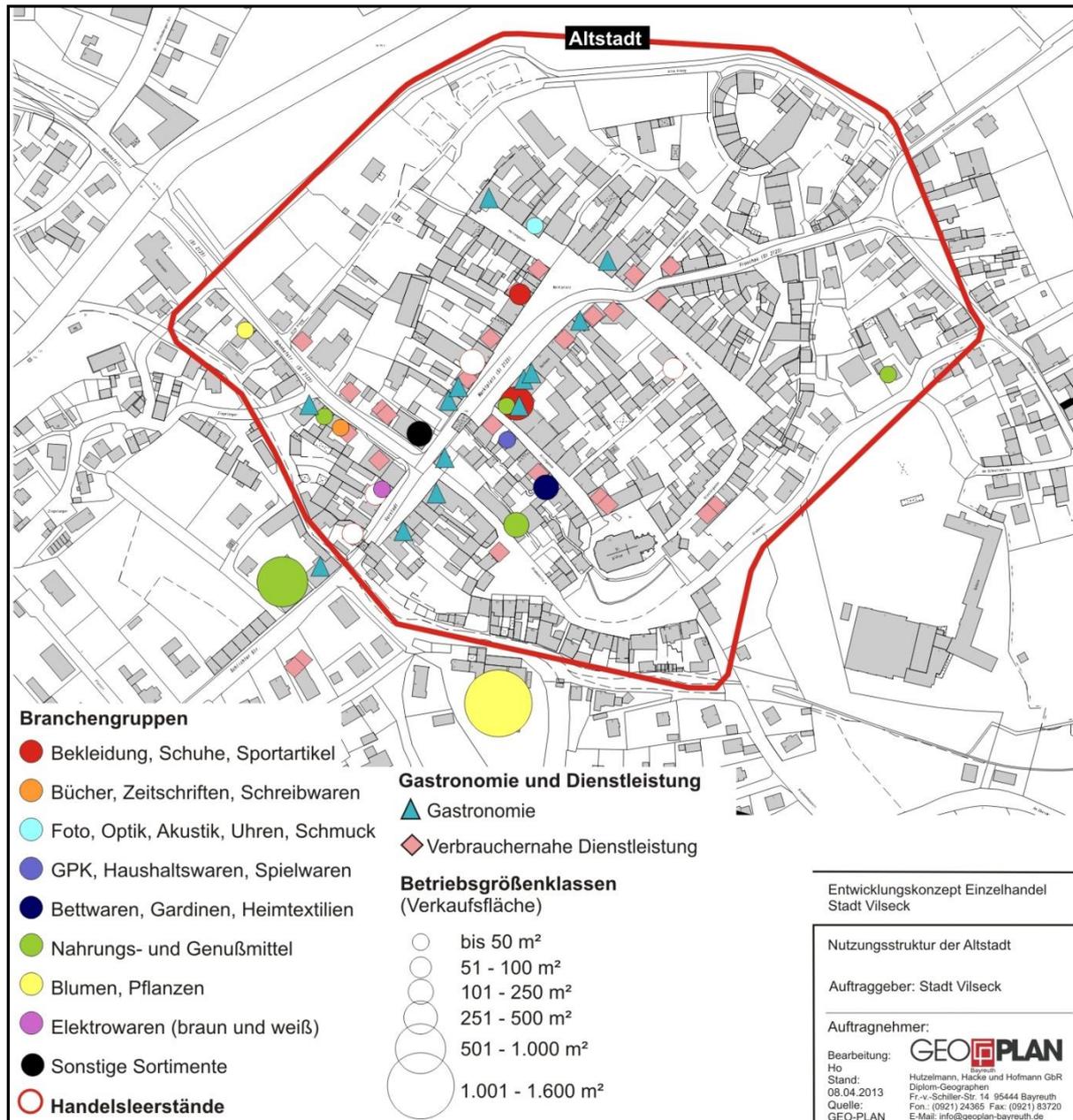
Aktive Betriebe		
Anzahl	Verkaufsfläche	Ø VF / Betrieb
4	5.190 m <sup>2</sup>	1.300 m <sup>2</sup>

Am Standort im Gewerbegebiet Mittlere Lohe befinden sich ein Rewe-Markt (rd. 1.200 m<sup>2</sup>), ein Baumarkt (rd. 1.900 m<sup>2</sup>), ein Küchenstudio (rd. 500 m<sup>2</sup>) sowie eine Gärtnerei (rd. 1.600 m<sup>2</sup>). Die Angebotsschwerpunkte liegen somit zur Hälfte in der Branchengruppe Grundversorgung und zu rd. einem Drittel bei baumarktspezifischen Sortimenten. Quantitativ stellt dieser Standortraum mit dem Besatz an Fachmärkten den am stärksten ausgebauten Standortraum in Vilseck dar. Der Lebensmittelmarkt kann aufgrund seiner Entfernung zu den nächstgelegenen Siedlungsgebieten (Dr.-Reichenberger-Straße; Entfernung rd. 1 km) keine nennenswerte Nahversorgungsfunktion übernehmen. Es handelt sich um einen überwiegend autoorientierten Standort, der von der Lage an der St 2123 profitiert und sich in wesentlichem Umfang an die Versorgung der umliegenden Ortschaften richtet.

### 4.3 Nutzungsstruktur der Altstadt

Die Altstadt von Vilseck kann an Hand der deutlich ablesbaren historischen Siedlungsstruktur, der Bebauungsdichte und Gebäudekubatur sowie der Nutzungsstruktur abgegrenzt werden. Sie umfasst das Stadtgebiet zwischen Altmühlweg, Axtheid, Grabenstraße, Am Bach und Ziegelanger. Betrachtet werden funktionale Aspekte an Hand der vorhandenen Nutzungsstruktur sowie der Lage und räumlichen Konzentration der Betriebe (vgl. Abb. 15).

Abb. 15: Abgrenzung und Nutzungsstruktur der Altstadt



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

- ➔ Mit insgesamt 50 aktiven Betrieben (13 Einzelhandel, 13 Gastronomie, 24 Dienstleistungen) stellt die Altstadt einen funktional durchmischten Standortraum dar.
- ➔ Mit insgesamt rd. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bildet die Altstadt einen kleinteilig strukturierten Einkaufsbereich mit insgesamt geringer Nutzungsdichte aus.
- ➔ Der Einzelhandel erfüllt in der Altstadt kaum zentrumsbildende Funktion. Die höchste Nutzungsdichte besteht im Bereich von Marktplatz und Bahnhofstraße.

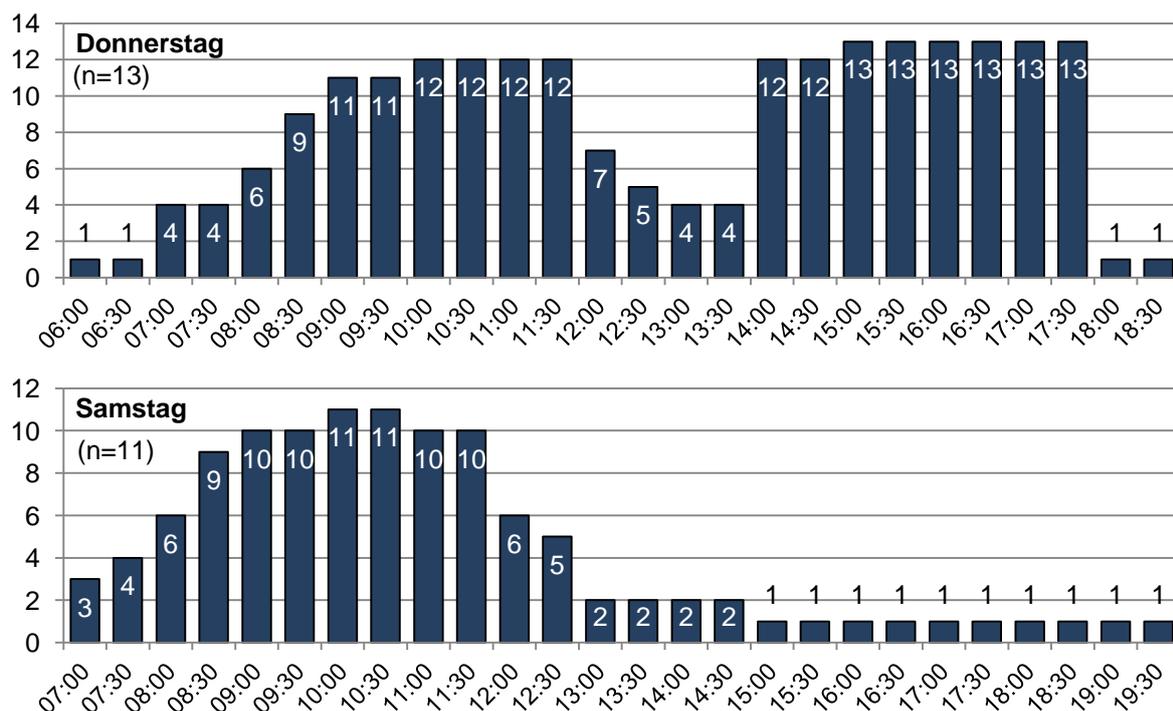
#### 4.4 Öffnungszeiten des Altstadteinzelhandels

Im Rahmen der Bestandserhebung konnten bei allen 13 in der Altstadt ansässigen Betrieben die Geschäftszeiten festgestellt werden. Beispielhaft werden die Öffnungszeiten für Donnerstag und Samstag ausgewertet (vgl. Abb. 16)

Am Donnerstag schließen rd. zwei Drittel der Betriebe (8) zur Mittagszeit. In vergleichbaren Untersuchungen häufig genannte Gründe hierfür liegen in gefühlt geringer Kundenfrequenz, personellen und persönlichen Gründen oder auch darin, dass die Händler im Umfeld ebenfalls schließen. Von 09:00 bis 12:00 Uhr sowie von 14:00 bis 18:00 Uhr sind zumindest elf der 13 Betriebe (85%) dem Kunden zugänglich.

- ➔ Die mittägliche Schließung des Einzelhandels ist in Kleinstädten zwar durchaus üblich, vermittelt dem Kunden aber den Eindruck einer „geschlossenen Altstadt“, obwohl wenigstens ein Drittel der Betriebe durchgängig geöffnet hat.

Abb. 16: Öffnungszeiten des Altstadteinzelhandels am Donnerstag und Samstag

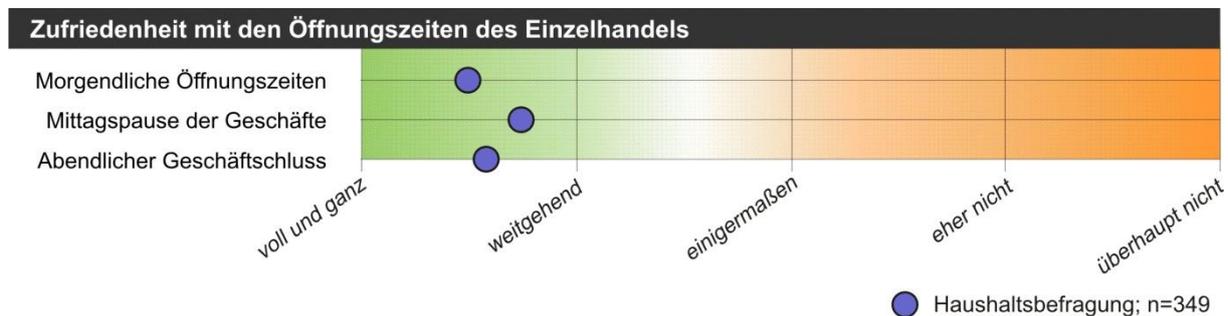


Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

An Samstagen öffnen nur 11 Betriebe, vor 08:30 und nach 13:00 Uhr haben die meisten geschlossen. An Samstagen werden von den Kunden auch in Kleinstädten zunehmend Öffnungszeiten bis 14:00 Uhr erwartet. Hier besteht Optimierungspotenzial durch eine einheitlich gestaltete Ausweitung der Geschäftszeiten.

Die morgendlichen Öffnungszeiten sowie der abendliche Geschäftsschluss des Einzelhandels in der Altstadt entsprechen dem Einkaufsverhalten der Einwohner von Vilseck weitgehend. Auch mit der mittäglichen Schließung der Geschäfte besteht Zufriedenheit, was auf eine „Gewöhnung“ bzw. Anpassung des Einkaufsverhaltens der Kunden an die Öffnungszeiten des Handels schließen lässt (vgl. Abb. 17).

Abb. 17: Zufriedenheit mit den Öffnungszeiten des Einzelhandels in der Altstadt



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

➔ Empfohlen wird eine Anpassung bzw. weitgehende Vereinheitlichung der Öffnungs- sowie der mittäglichen Schließungszeiten auf ein möglichst kurzes Zeitfenster (z.B. 12:00 bis 13:30).

#### 4.5 Nahversorgung

Die wohnstandortnahe Versorgung der Bevölkerung mit Waren des kurzfristigen Bedarfsbereiches sollte ein Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Vilseck sein. Insbesondere im Hinblick auf die wachsende Zahl älterer und damit zunehmend immobiler Bevölkerungsgruppen gewinnt eine auf kurzen Wegen erreichbare Nahversorgung an Bedeutung.

Zur Vollversorgung zählen Lebensmittel und Frischwaren (Obst, Gemüse, Fleisch, Wurstwaren) sowie Drogeriewaren in einem Lebensmittelvollsortimenter oder in mehreren kleineren, sich ergänzenden und in räumlichem Zusammenhang stehenden Betrieben. Die fußläufige Nahversorgung gilt dann als gesichert, wenn innerhalb von ca. 10 min. Fußweg eine Vollversorgung möglich ist. 10 min. Fußweg entsprechen etwa einem Radius von 500 Metern.

Tabelle 4 beinhaltet alle neun Betriebe, durch die die Grundversorgung in Vilseck getragen wird. Innerhalb der Altstadt sind dies eine Bäckerei, zwei Metzgereien sowie ein Getränkemarkt, im sonstigen Stadtgebiet hauptsächlich die drei Lebensmittelmärkte (vgl. Abb. 18).

Tab: 4: Betriebe der Grundversorgung in Vilseck nach Standortbereichen

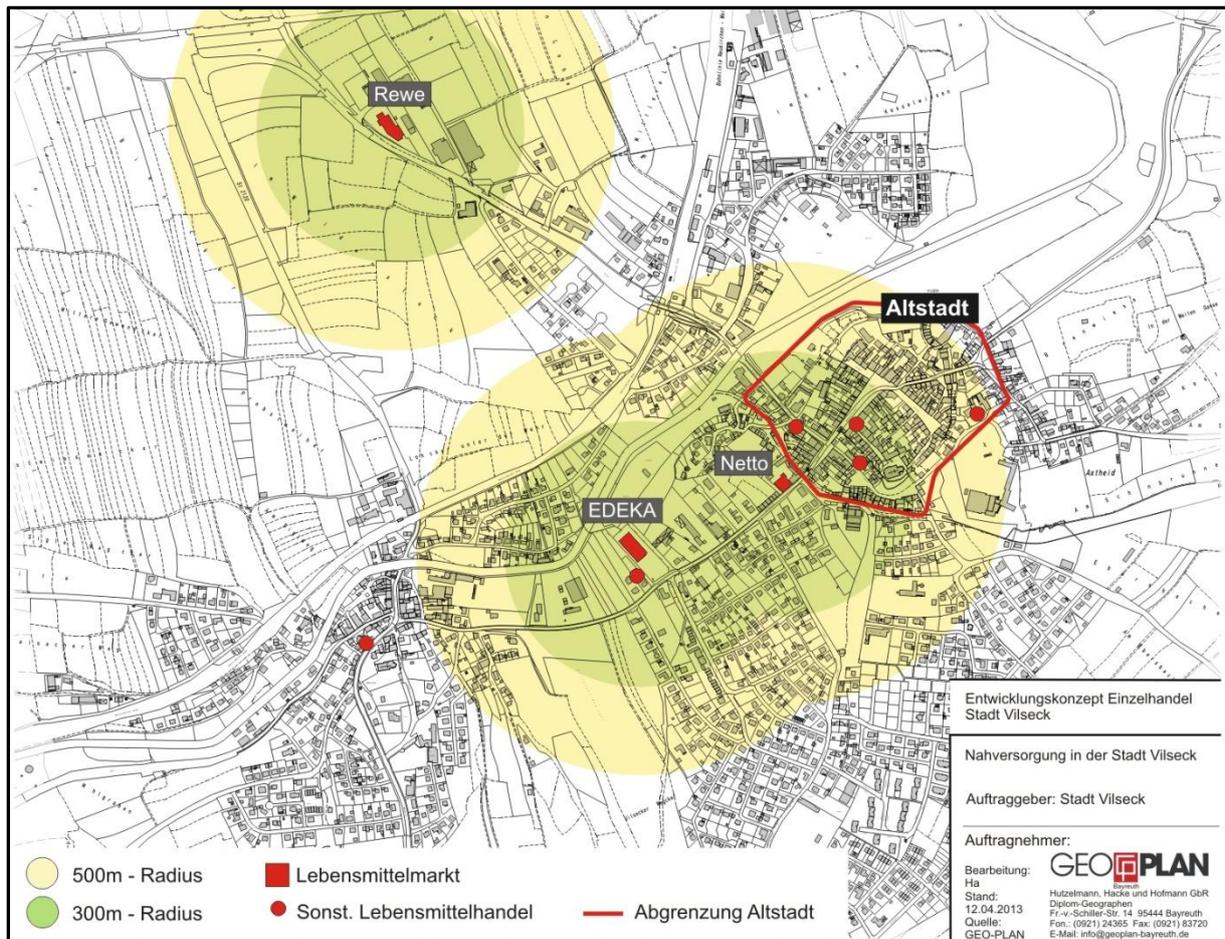
Betrieb	Straße	Verkaufsfläche
<b>Altstadt</b>		ca. 200 m <sup>2</sup>
Bäckerei Schaller	Marktplatz 17	
Metzgerei Rauh	Bahnhofstraße 5	
Metzgerei Eschenwecker	Grabenstraße 21	
Getränkemarkt Klette	Grabenstraße 3	
<b>Sonstiges Stadtgebiet</b>		ca. 3.100 m <sup>2</sup>
Netto	Schlichter Straße 2a	
EDEKA	Amberger Straße 2	
Rewe	Amberger Straße 4a	
Christines Getränke	Robert-Bosch-Straße 2	
Bäckerei Schaller	Amberger Straße 42	
<b>Gesamt</b>		ca. 3.300 m <sup>2</sup>

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

Betrachtet man das Nahversorgungsgebiet in Vilseck nach oben genannten Kriterien, so lassen sich folgende Feststellungen treffen:

- ➔ Für die Altstadt sowie die südlich bzw. westlich angrenzenden Wohngebiete übernehmen die Lebensmittelmärkte in der Amberger / Schlichter Straße Nahversorgungsfunktion.
- ➔ Dezentral gelegene Wohngebiete im Süden und Norden sowie Teile des Ortsteils Schlicht sind weitgehend ohne Nahversorgung.
- ➔ Der Lebensmittelmarkt im Gewerbegebiet Mittlere Lohe kann aufgrund seiner peripheren Lage keine Nahversorgungsfunktion übernehmen.
- ➔ Eine nach den oben beschriebenen Kriterien vollausgestattete Nahversorgung besteht in keinem Stadtgebiet. Dies ist hinsichtlich der Stadtgröße und Siedlungsstruktur von Vilseck auch nicht zu erwarten.

Abb. 18: Nahversorgungssituation in Vilseck



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

#### 4.6 Leerstände

In der Altstadt wurden im Zuge der Bestandsaufnahme vier leerstehende Ladengeschäfte erhoben. Es handelt sich dabei um Einheiten kleiner bis mittlerer Größe (bezogen auf die Verkaufsflächenstruktur der Altstadt) mit Verkaufsflächen zwischen 60 und 200 m<sup>2</sup>. Zusammen umfassen die Leerstände rd. 440 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Durch die eher kleinen Flächengrößen wird eine gewerbliche Reaktivierung zwar erschwert. Dennoch sollte aktiv an der Nach- bzw. Umnutzung der Flächen gearbeitet werden, zumal einzelne Leerstände prominente Lagen einnehmen (Raumkanten, Platzbildungen). In Kombination mit weiterem renovierungsbedürftigem Gebäudebestand wird das Stadtbild hierdurch auch in zentraler Lage beeinträchtigt (vgl. Abb. 19).

Abb. 19: Ladenleerstände in städtebaulich empfindlichen Lagen



Fotos: GEO-PLAN, 2012/13

#### 4.7 Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes

Die Vilsecker Altstadt wird durch den Marktplatz (oben) sowie den Bereich südwestlich des Vogeltors (Marktplatz / Vorstadt) geprägt. Der Marktplatz zeigt sich großzügig angelegt und im nördlichen Bereich durch eine gestaltete Grünanlage auch als innerstädtischer Freiraum nutzbar. Im Gesamteindruck dominieren jedoch in den Haupteinkaufslagen die Verkehrsflächen / Parkflächen. Im Zusammenspiel mit dem Verkehrsaufkommen (Verlauf der St2123 über Marktplatz und Bahnhofstraße) ergibt sich eine für Fußgänger und Radfahrer eingeschränkte Nutzbarkeit (vgl. Abb. 20).

Abb. 20: Nutzung des Öffentlichen Raumes



Fotos: GEO-PLAN, 2012/13

Möglichkeiten, mehr Raum für Aufenthalt und Kommunikation zu schaffen, würde die Anpassung der Stellplatztiefen im östlichen Verlauf der Vorstadt und des Marktplatzes bieten. Allein durch eine Verlagerung der Stellplätze an den Fahrbahnrand ließen sich abschnittsweise bis zu vier Meter für eine Aufweitung des Gehwegraumes gewinnen (siehe Fotos linke Spalte) und so die Aufenthaltsqualität deutlich steigern.

#### 4.8 Entwicklung des Einzelhandels seit dem Jahr 2005/06

Für die Stadt Vilseck liegt ein Einzelhandelsentwicklungskonzept (GEO-PLAN) vom März 2006 vor. Das Konzept gründet auf Daten aus dem Jahr 2005. Ein Abgleich mit den Erhebungen aus dem Jahr 2012 gibt Aufschluss über die Entwicklung des Einzelhandels innerhalb der letzten sieben Jahre (vgl. Tab. 5).

Die Gesamtverkaufsfläche des Einzelhandels ist um lediglich rd. 200 m<sup>2</sup> auf insgesamt rd. 9.800 m<sup>2</sup> angewachsen. Dies entspricht einem Flächenzuwachs von rd. 2%. Die Einwohnerzahl der Stadt ist in diesem Zeitraum leicht gesunken (-1%), was durch die geringe absolute Veränderung jedoch bezüglich des gerundeten Wertes der Verkaufsfläche pro Einwohner (1,5 m<sup>2</sup>) keine nennenswerte Änderung bedingt.

Außerhalb der Altstadt hat sich im betrachteten Zeitraum ein Flächenwachstum von rd. 650 m<sup>2</sup> vollzogen (8% Zuwachs). Die Altstadt hat hingegen gleichzeitig deutlich an aktiver Verkaufsfläche verloren (-450 m<sup>2</sup> bzw. -31%), was den zuvor bereits geringen Verkaufsflächenanteil von 15% nochmals auf nun rd. 10% schrumpfen ließ. Im Verhältnis zu anderen Kleinstädten ist dies ein deutlich unterdurchschnittlicher Wert.

Tab. 5: Entwicklung der Verkaufsflächen seit 2005/06

<b>Entwicklungen</b> (Werte gerundet)	<b>2005/06</b>	<b>2012</b>	<b>Absolut</b>	<b>Prozent</b>
Aktive Verkaufsfläche	9.600 m <sup>2</sup>	9.800 m <sup>2</sup>	+ 200 m <sup>2</sup>	+ 2%
Aktive Verkaufsfläche Altstadt	1.450 m <sup>2</sup>	1.000 m <sup>2</sup>	- 450 m <sup>2</sup>	- 31%
Aktive Verkaufsfläche so. Stadtgebiet	8.150 m <sup>2</sup>	8.800 m <sup>2</sup>	+ 650 m <sup>2</sup>	+ 8%
Verkaufsfläche pro Einwohner	1,5 m <sup>2</sup>	1,5 m <sup>2</sup>	+/- 0 m <sup>2</sup>	+/- 0%
Verkaufsflächenanteil Altstadt	15%	10%		

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebungen und Berechnungen 2012

## 5 Nutzung und Wahrnehmung der Stadt Vilseck als Einkaufsort

Dem Folgenden liegen umfangreiche eigene empirische Erhebungen zu Grunde:

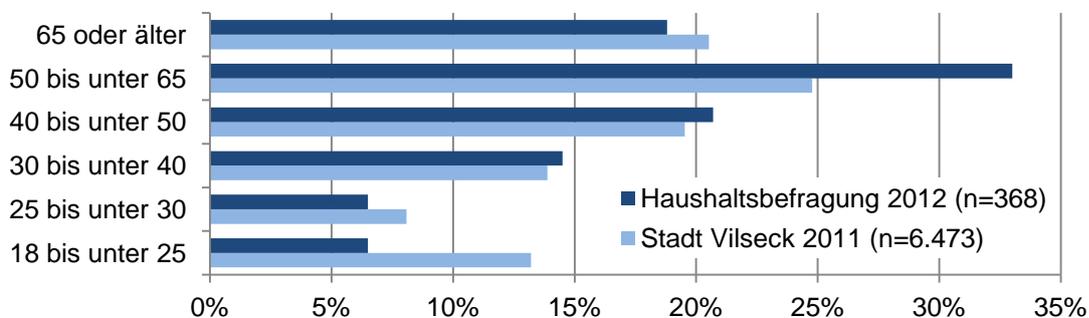
### Schriftliche Haushaltsbefragung

Nach einem Zufallsverfahren wurden 800 Haushalte in der Stadt Vilseck ausgewählt und um die Beantwortung eines Fragebogens (siehe Anhang) gebeten. Die Befragung wurde auf Personen ab 18 Jahren begrenzt. Mit 368 ausgefüllten Fragebögen konnte eine sehr hohe Rücklaufquote von 46% erzielt werden. Damit liegen Daten zu zumindest 971 Personen (einschließlich Familienangehörige) bzw. zu rd. 15% der Bevölkerung, über deren Einkaufsverhalten und Einschätzungen vor. In den folgenden Auswertungen beziehen sich die Prozentergebnisse stets auf die Zahl der tatsächlich Antwortenden. Somit kann die Grundgesamtheit der Antworten von der Anzahl der beantworteten Fragebögen abweichen.

Mit einem Anteil von rd. 92% an den Befragten wurden Einwohner erreicht, die zumindest seit zehn Jahren in Vilseck leben, somit sehr gut mit den lokalen Gegebenheiten vertraut sind und eine stark ausgeprägte Bindung an ihren Wohnort erwarten lassen.

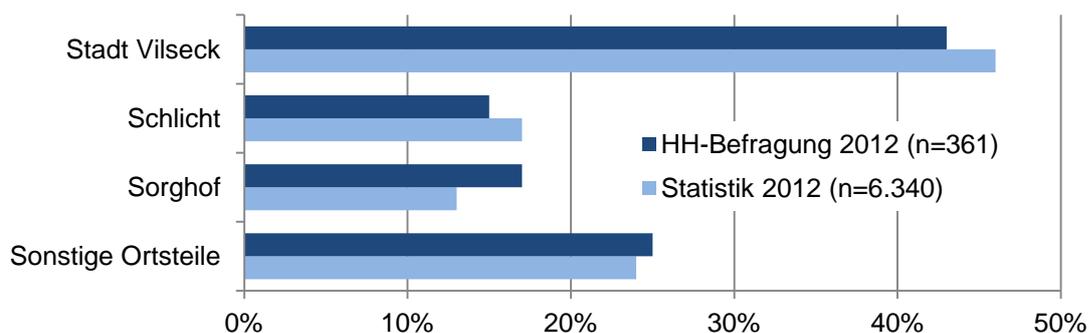
In der Befragung ist es gelungen, die Bevölkerung sowohl hinsichtlich der Altersstruktur als auch der Verteilung auf die Ortsteile weitgehend abzubilden. Hierdurch ist eine hohe Repräsentativität der Befragungsergebnisse gewährleistet (vgl. Abb. 21 und 22).

Abb. 21: Altersstruktur der Befragten und der Einwohner (ab 18 Jahre)



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012, Bay. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Abb. 22: Wohnorte der Befragten in Vilseck (ab 18 Jahre)



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012, Bay. Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

## 5.1 Handelsfunktion einzelner Standortbereiche

Eine Analyse der beim letzten Einkauf besuchten Standortbereiche und Geschäfte gibt Aufschluss über das Einkaufsverhalten der Bevölkerung und damit über die Handelsfunktionen sowie das Zusammenwirken der Einzelhandelslagen.

### Aufgesuchte Handelsstandorte und Kopplungsquoten

Rd. 53% der Vilsecker Bevölkerung haben bei ihrem letzten Einkauf sowohl die Altstadt als auch das sonstige Stadtgebiet besucht, 6% waren nur in der Altstadt, 41% nur im sonstigen Stadtgebiet. Insgesamt haben somit knapp 60% der Befragten die Altstadt und rd. 95% Standorte außerhalb der Altstadt aufgesucht. (vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Beim letzten Einkauf aufgesuchte Stadtbereiche

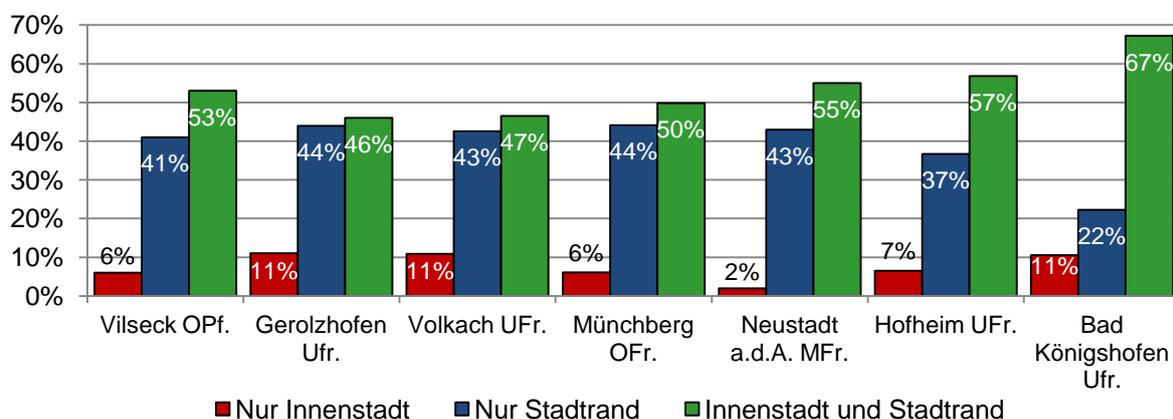
	Nur Altstadt	nur sonstiges Stadtgebiet	beide Stadtbereiche
Haushaltsbefragung (n = 368)	6%	41%	<b>53%</b>

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

Im Vergleich mit anderen Kleinstädten (vgl. Abb. 23) zeigt sich eine

- mittlere Kopplungsquote (53%) zwischen der Altstadt und den weiteren Einkaufslagen,
- eher geringe besuchsauslösende Kraft der Altstadt (6%) und
- eher hoch ausgeprägte Beschränkung von Einkäufen auf das sonstige Stadtgebiet (41%).

Abb. 23: Kopplungsquoten Innenstadt - Stadtrand im Vergleich



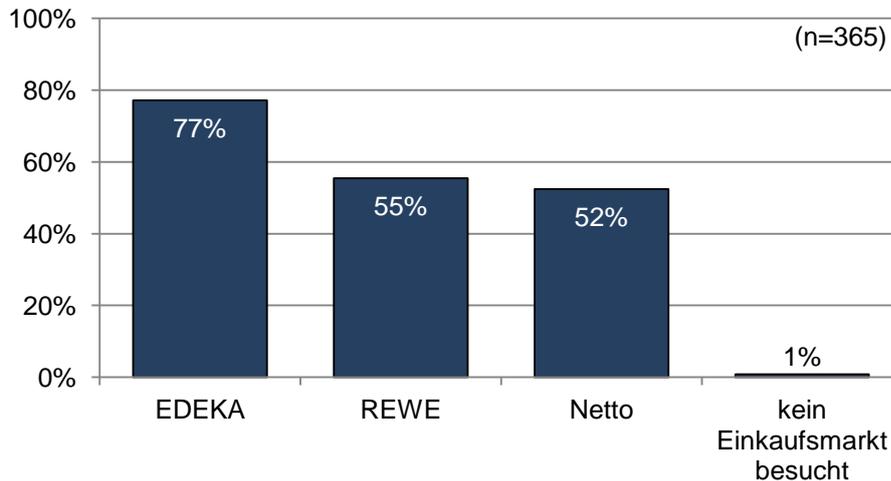
Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012 u.a.

- ➔ Der Vilsecker Altstadteinzelhandel funktioniert hauptsächlich im Zusammenwirken mit den sonstigen Handelsstandorten der Stadt. Er ist überwiegend auf deren Frequenzstiftung angewiesen. Die eigene Magnetwirkung ist sehr gering.

## Handelsfunktion der Lebensmittelmärkte

Abbildung 24 zeigt, welche Lebensmittelmärkte die Bevölkerung bei ihrem letzten Einkauf in Vilseck aufgesucht hat. Es wird deutlich, dass der EDEKA-Markt am stärksten frequentiert wird, mehr als drei Viertel aller Befragten besuchten ihn bei ihrem letzten Einkauf.

Abb. 24: Beim letzten Einkauf besuchte Lebensmittelmärkte in Vilseck



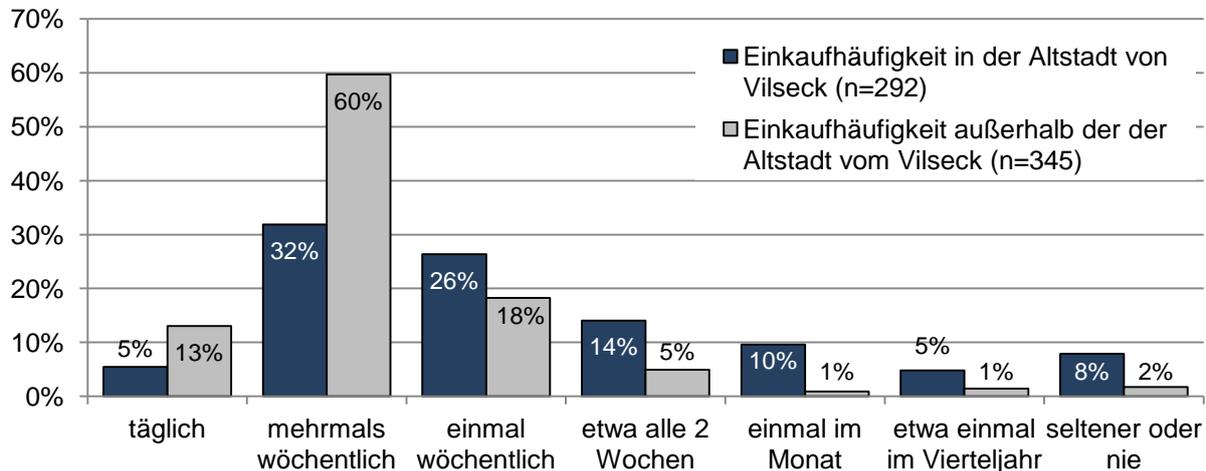
Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

- ➔ Die hohen Besuchsanteile aller Lebensmittelmärkte im Zusammenhang mit dem sehr geringen Anteil derer, die beim letzten Einkauf keinen Lebensmittelmarkt besuchten (1%) belegen die nahezu ausschließlich auf die Grundversorgung der Bevölkerung ausgerichtete Angebotsstruktur des Vilsecker Einzelhandels.
- ➔ Im Vergleich zum eher peripher gelegenen Standort von REWE erfüllt der Standort von EDEKA in der Amberger Straße eine wesentlich bedeutsamere Nahversorgungsfunktion für die lokale Bevölkerung.
- ➔ Im Vergleich zu EDEKA und REWE verfügt Netto über die geringste und mit rd. 540 m<sup>2</sup> auch nicht mehr zeitgemäße Verkaufsfläche. Hierunter leidet die Attraktivität des Marktes. Dies spiegelt sich auch in der im Vergleich geringsten Besuchshäufigkeit wider.

## 5.2 Einkaufshäufigkeit

Die Altstadt wird von rd. 63% der Einwohner zumindest einmal wöchentlich zum Einkaufen aufgesucht, im sonstigen Stadtgebiet kaufen rd. 91% der Einwohner mindestens einmal pro Woche ein (vgl. Abb. 25).

Abb. 25: Einkaufshäufigkeit in der Altstadt und im sonstigen Stadtgebiet



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

- ➔ Die höhere Einkaufshäufigkeit im sonstigen Stadtgebiet ist vorwiegend auf das dort umfassend ausgebaute Grundversorgungsangebot (insb. Lebensmittel) zurückzuführen (Waren des kurzfristigen Bedarfs, die in kurzen Zeitabständen eingekauft werden).
- ➔ Die schwach ausgeprägte Handelsfunktion der Altstadt spiegelt sich in einer vergleichsweise geringen Einkaufshäufigkeit wider. Insgesamt ist rd. ein Drittel aller Einkäufe der eigenen Bevölkerung auf die Altstadt ausgerichtet, zwei Drittel auf das sonstige Stadtgebiet.

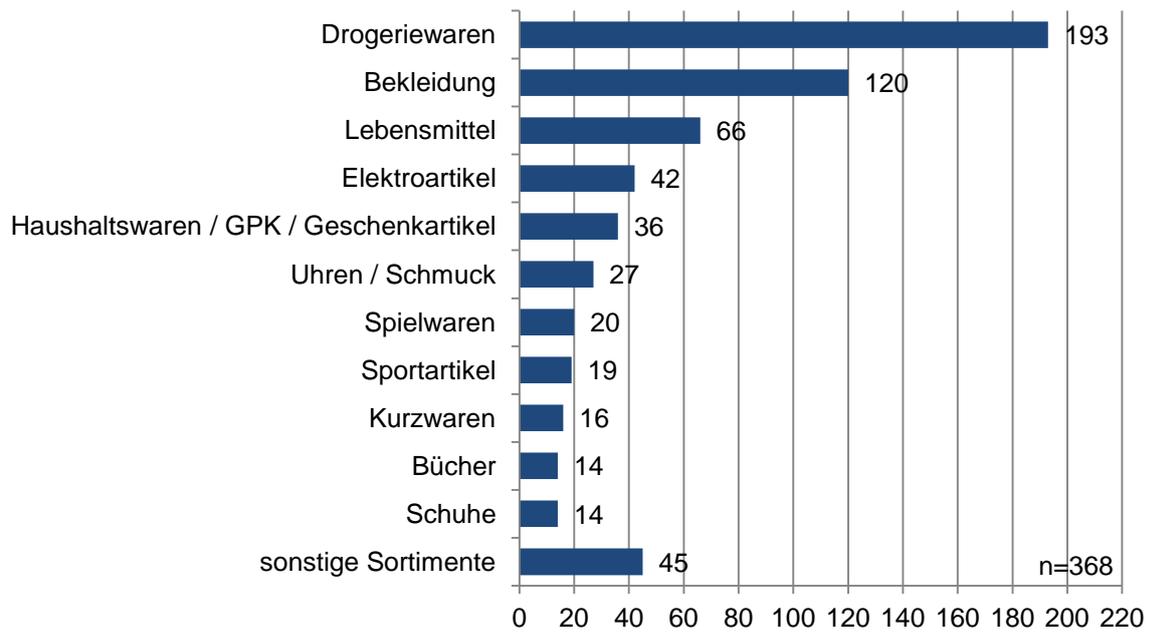
## 5.3 Vermisste Einkaufsangebote

In Vilseck vermisst die Bevölkerung v.a. folgende Einkaufsmöglichkeiten:

- Drogeriewaren
- Bekleidung
- Lebensmittel
- Elektroartikel
- Haushaltswaren / GPK / Geschenkartikel

Der ausgeprägte Wunsch nach einem Ausbau des Drogeriewarenangebotes (52% der Befragten) ist vor dem Hintergrund zu sehen, dass wenige Monate vor Durchführung der Befragungen der Schleckermarkt in der Altstadt schließen musste und dadurch kein Drogeriefachmarkt mehr in Vilseck ansässig ist. Daneben wird vor allem ein Angebotsausbau im Bekleidungssektor gewünscht. Dies liegt an dem quantitativ schwach ausgebauten Angebot vor Ort, das sich im Wesentlichen auf den Discountbereich beschränkt (NKD). Auch ein intensiverer Ausbau des Lebensmittelangebotes wird von rd. 18% der Befragten vermisst (vgl. Abb. 26).

Abb. 26: In Vilseck vermisste Einkaufsmöglichkeiten



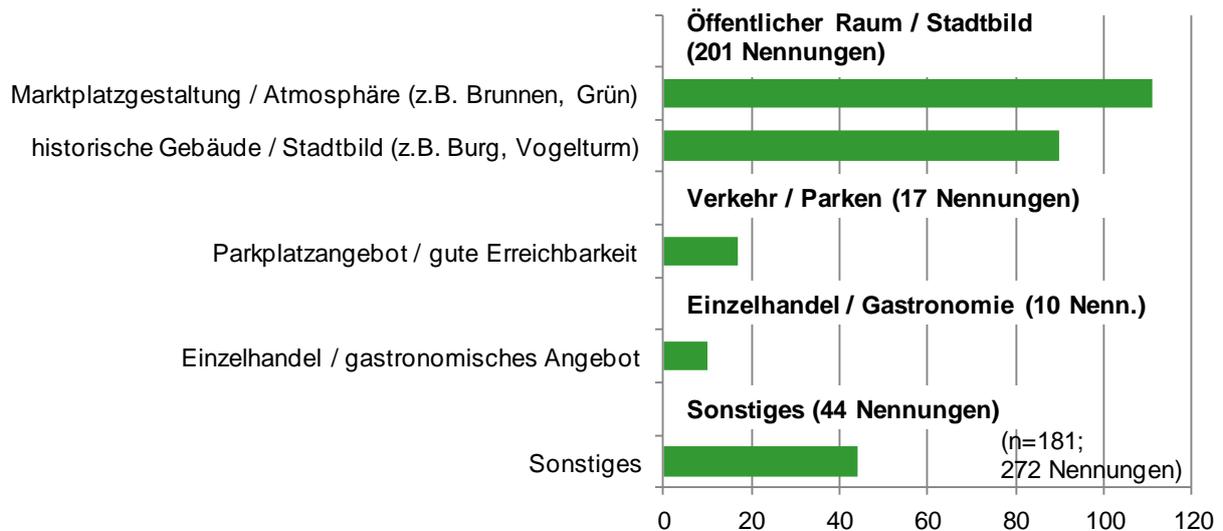
Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

## 5.4 Wahrnehmung und Bewertung der Altstadt

### Wahrnehmung / Empfinden des Aufenthalts in der Altstadt

Die Gestaltung des öffentlichen Raumes sowie das städtebauliche Erscheinungsbild und Flair der Altstadt scheinen bei der Bevölkerung auf sehr breite Zustimmung zu treffen. Daneben fallen die wenigen positiven Nennungen in anderen Themenfeldern auf, die (in der Zusammenschau mit den negativ empfundenen Aspekten) vorwiegend auf einem fehlenden Angebotsausbau von Einzelhandel und Gastronomie gründen (vgl. Abb. 27).

Abb. 27: Positiv bewertete Aspekte der Altstadt

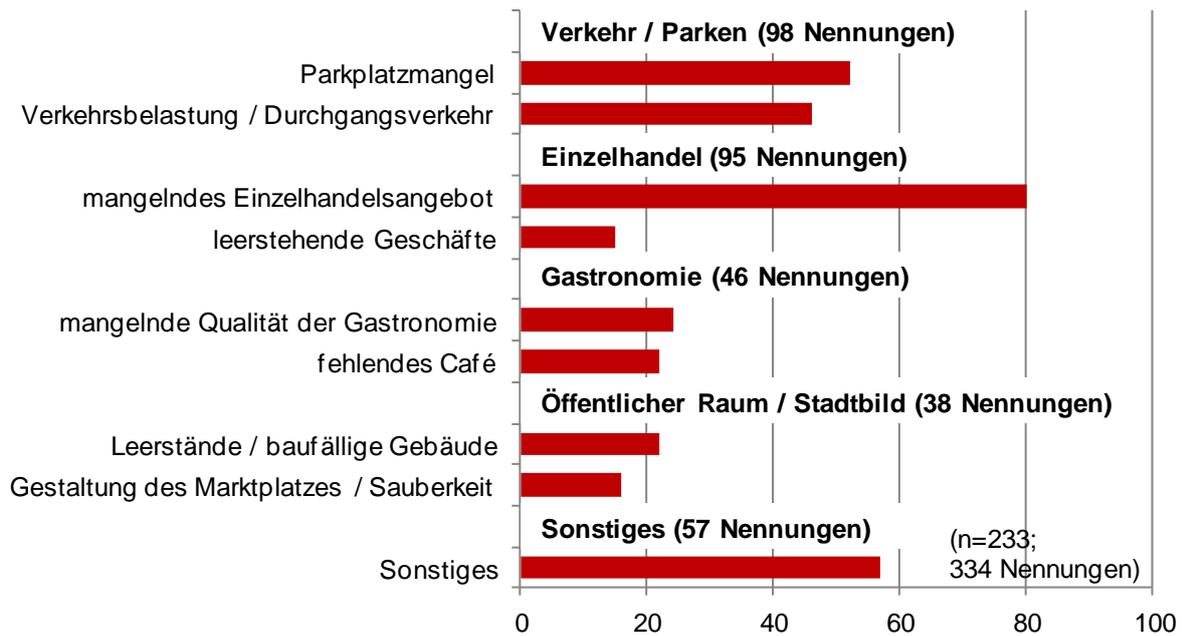


Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

Die Park(platz)situation wird von der Bevölkerung teils unterschiedlich beurteilt. Während einige das Parkangebot als ausreichend empfinden (vgl. Abb. 27), sieht die Mehrheit einen Mangel an innerstädtischen Parkflächen (vgl. Abb. 28).

Unangenehm empfundene Aspekte der Altstadt, die einen Handlungsbedarf erkennen lassen, beziehen sich in der Hauptsache auf das schwach ausgebaute Einzelhandelsangebot sowie auf die Verkehrsbelastung im Verlauf der St 2123 bzw. den Parkplatzmangel. Auch die Qualität der Gastronomie sowie das Fehlen eines Cafés in der Altstadt werden bemängelt (vgl. Abb. 28).

Abb. 28: Als störend empfundene Aspekte der Altstadt



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

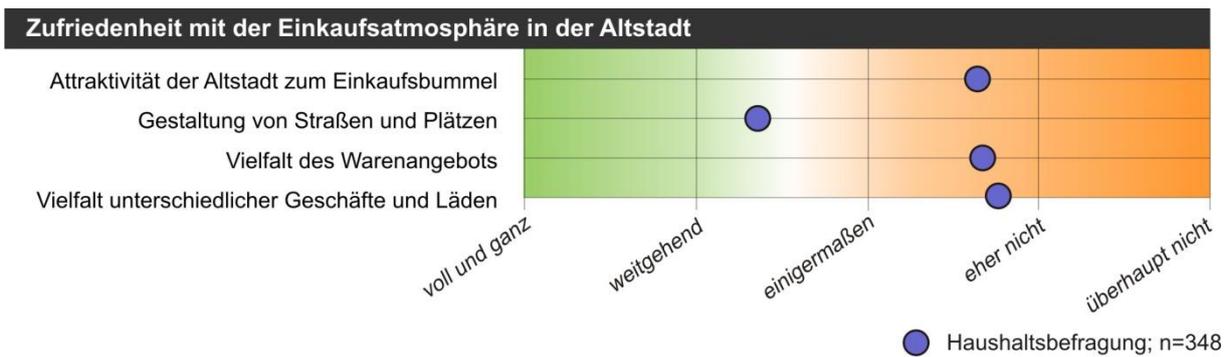
### **Bewertung von Einkaufsatmosphäre, Einzelhandels- und gastronomischem Angebot**

Die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes ist Ergebnis einer Vielzahl von Einflussgrößen. Nutzungsvielfalt, Aufenthaltsqualität, qualitative Aspekte des Lebens- und Wohnwertes prägen den Erfolg eines vitalen Handelsstandortes. Nachfolgend wird die Zufriedenheit der Bevölkerung mit der Einkaufsatmosphäre und dem gastronomischen Angebot der Altstadt dargestellt. Handlungsaufforderung zeigen bereits durchschnittliche Bewertungen (Grenze bei 2,5). Im interkommunalen Wettbewerb bilden sie keinen Standortvorteil.

### **Einkaufsatmosphäre in der Altstadt**

Die bisherigen Analyseergebnisse haben gezeigt, dass die Altstadt vorwiegend zum ergänzenden Versorgungseinkauf genutzt wird und nicht als eigenständiger Handelsstandort funktioniert. Die Einkaufsatmosphäre wird deutlich negativ bewertet. Handlungsbedarf zeigt sich bei allen Aspekten, die sich auf Quantität und Qualität des Einzelhandelsangebotes zurückführen lassen – Vielfalt von Geschäften und Warenangebot sowie Attraktivität zum Einkaufsbummel. Positiv wird von der Bevölkerung hingegen die Gestaltung des öffentlichen Raumes innerhalb der Altstadt bewertet (vgl. Abb. 29).

Abb. 29: Zufriedenheit mit der Einkaufsatmosphäre in der Altstadt

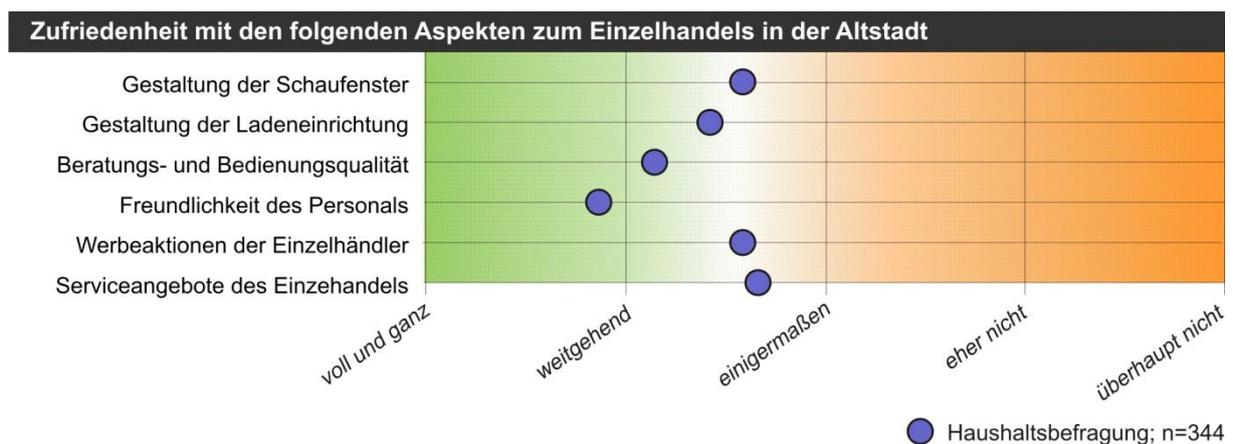


Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

### Zufriedenheit mit qualitativen Aspekten des Einzelhandels in der Altstadt

Der Marktauftritt und die Servicequalität des Einzelhandels in der Vilsecker Altstadt werden von der Bevölkerung im Gesamtbild eher durchschnittlich bewertet. Positiv werden die Freundlichkeit des Personals sowie die Beratungs- und Bedienungsqualität hervorgehoben, mit denen weitgehende Zufriedenheit herrscht. (vgl. Abb. 30).

Abb. 30: Zufriedenheit mit qualitativen Aspekten des Einzelhandelsangebotes

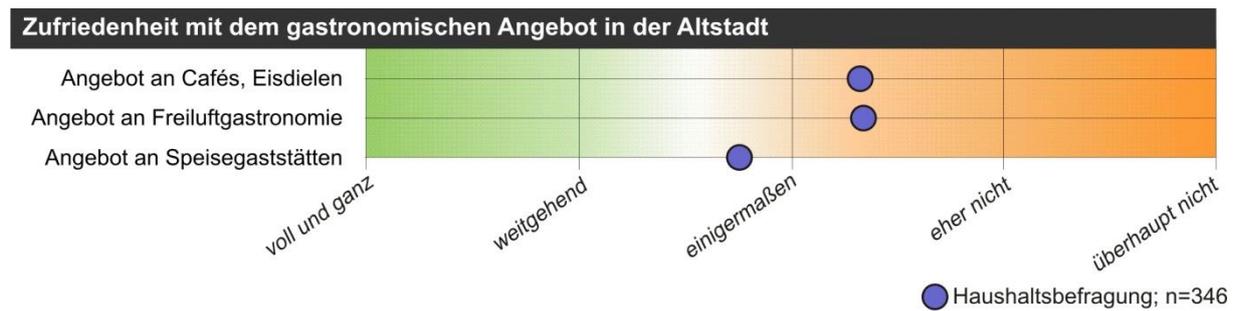


Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

### Zufriedenheit mit dem gastronomischen Angebot in der Altstadt

Das gastronomische Angebot erfährt eine unterdurchschnittliche Bewertung. Dies betrifft vor allem das Angebot an Cafés, Eisdielen und Freiluftgastronomie. Speisegaststätten werden etwas positiver bewertet, jedoch besteht auch hiermit eine erkennbare Unzufriedenheit (vgl. Abb. 31).

Abb. 31: Zufriedenheit mit dem gastronomischen Angebot in der Altstadt



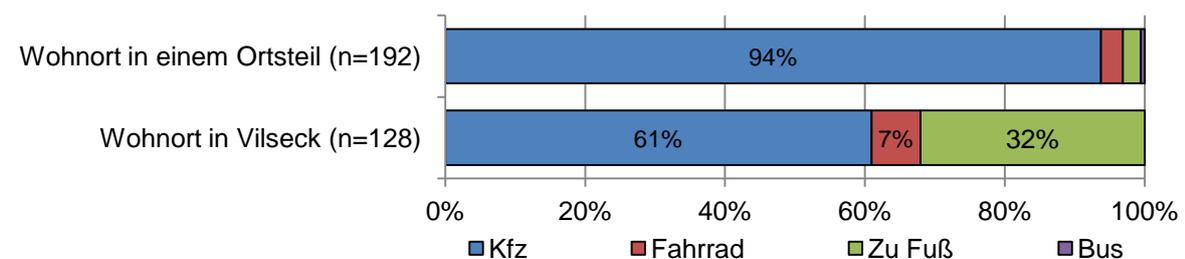
Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

### 5.5 Erreichbarkeit der Altstadt und Parken

Der Anteil des PKW beim Einkauf in der Vilsecker Altstadt liegt bei den Einwohnern des Hauptortes bei rd. 61%, immerhin rd. 32% erledigen ihre Einkäufe zu Fuß. Das Fahrrad weist als Verkehrsmittel noch erheblichen Ausbauspielraum auf. Bei den Einwohnern aus den Ortsteilen ist ein üblich hoher Anteil des motorisierten Verkehrs von rd. 94% festzustellen (vgl. Abb. 32).

➔ Der Anteil des nicht-motorisierten Einkaufsverkehrs sollte, insbesondere im Hinblick auf die als störend empfundene Verkehrsbelastung, durch einen Ausbau von Fuß- und Radwegeverbindungen zwischen den Einzelhandelslagen sowie zu den Wohngebieten weiter ausgebaut werden.

Abb. 32: Verkehrsmittelwahl beim letzten Einkauf in der Altstadt



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

In der Altstadt und deren Umfeld bestehen insgesamt rd. 345 öffentliche Kfz-Stellplätze. Bezogen auf den Altstadteinzelhandel entspricht das rd. 0,35 Stellplätzen pro Quadratmeter Verkaufsfläche. Im Vergleich mit anderen Kleinstädten ist dies ein sehr hoher Wert, der ein quantitativ ausreichend ausgebautes Parkangebot belegt (vgl. Tab. 7).

Tab. 7: Stellplätze und Verkaufsflächen im Vergleich zu anderen Kleinstädten

Stellplätze	Kfz-Stellplätze Innenstadt und angrenzender Bereich	Aktive VF Innenstadt	Stellplätze / m <sup>2</sup> VF
Vilseck	345	1.000 m <sup>2</sup>	0,35
Bad Königshofen	670	7.250 m <sup>2</sup>	0,09
Bischofsheim a.d.R.	60	1.160 m <sup>2</sup>	0,05
Hofheim	128	4.400 m <sup>2</sup>	0,03
Gerolzhofen	139	9.840 m <sup>2</sup>	0,01

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebungen

Die Parksuchdauern sind entsprechend kurz. Rd. 53% der Befragten, die für ihren letzten Einkauf in der Altstadt den PKW benutzt haben, fanden sofort einen Parkplatz. Innerhalb von fünf Minuten waren rd. 90% der Parksuchvorgänge erfolgreich beendet. Der Vergleich mit anderen Kleinstädten zeigt einen hohen Wert (vgl. Tab. 8).

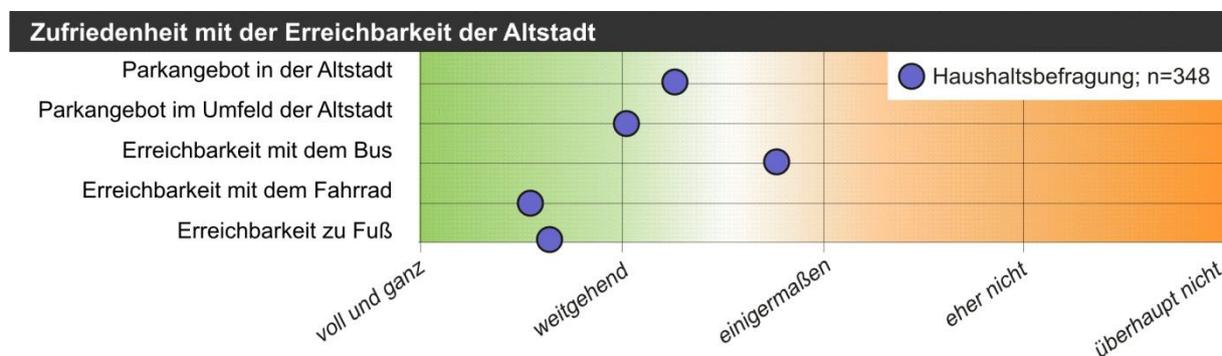
Tab. 8: Parksuchdauer im Vergleich zu anderen Kleinstädten

Parksuchdauer	Sofort	Nach kurzem Suchen (5 min.)	in 5 min.	Nach längerem Suchen
Vilseck	53%	37%	90%	10%
Bad Königshofen	59%	30%	89%	11%
Bischofsheim a.d.R.	52%	37%	89%	9%
Gerolzhofen	66%	25%	90%	10%
Hofheim	69%	26%	95%	5%

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebungen

Durchweg positiv wird die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad und zu Fuß bewertet. Handlungsbedarf wird vor allem bei der ÖPNV-Erreichbarkeit erkannt. Mit dem Parkangebot im näheren Umfeld der Altstadt zeigt sich die Bevölkerung weitgehend zufrieden, während die Zufriedenheit mit dem Parkangebot innerhalb der Altstadt, trotz kurzer Parksuchdauern und insgesamt hohem Parksucherfolg, im Vergleich etwas zurück fällt (vgl. Abb. 33).

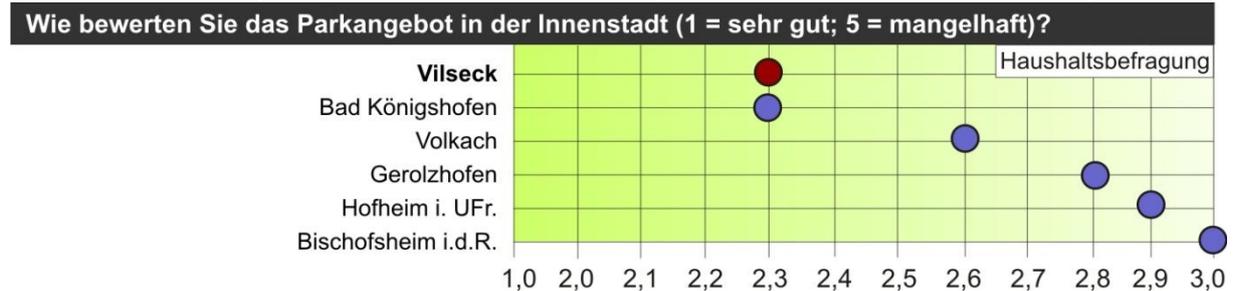
Abb. 33: Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Altstadt



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

➔ Verglichen mit anderen Kleinstädten fällt die Bewertung des innerstädtischen Parkangebotes jedoch überdurchschnittlich positiv aus (vgl. Abb. 34). Hierin liegt ein wichtiger Standortvorteil für den Einzelhandel der Altstadt begründet, der grundsätzlich gesichert werden sollte.

Abb. 34: Bewertung des innerstädtischen Parkangebotes im interkommunalen Vergleich



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebungen

## 5.6 Hinweise und Anregungen der Bevölkerung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurde der Bevölkerung die Möglichkeit gegeben Vorschläge einzubringen, mit denen aus ihrer Sicht eine Steigerung der Attraktivität der Altstadt erreicht werden könnte. Rd. 54% der Befragten haben entsprechende Hinweise und Anregungen formuliert (insg. 315 Nennungen). Diese beziehen sich sowohl auf funktionale als auch auf bauliche Aspekte und umfassen somit eine große Bandbreite möglicher Handlungsoptionen zur Aufwertung der Altstadt. Abbildung 35 beinhaltet die thematisch gruppierten Ergebnisse, aus denen drei zentrale Handlungsfelder ableitbar sind:

### Einzelhandel

Mit insgesamt über einem Drittel der Nennungen steht ein Ausbau des Einzelhandelsangebotes in der Altstadt in der Meinung der Bevölkerung an vorderster Stelle der Handlungsdringlichkeiten. Neben dem allgemeinen Wunsch nach einem quantitativen Angebotsausbau beziehen sich die Bürger vor allem auf Drogeriewaren sowie mehr Bekleidungsgeschäfte.

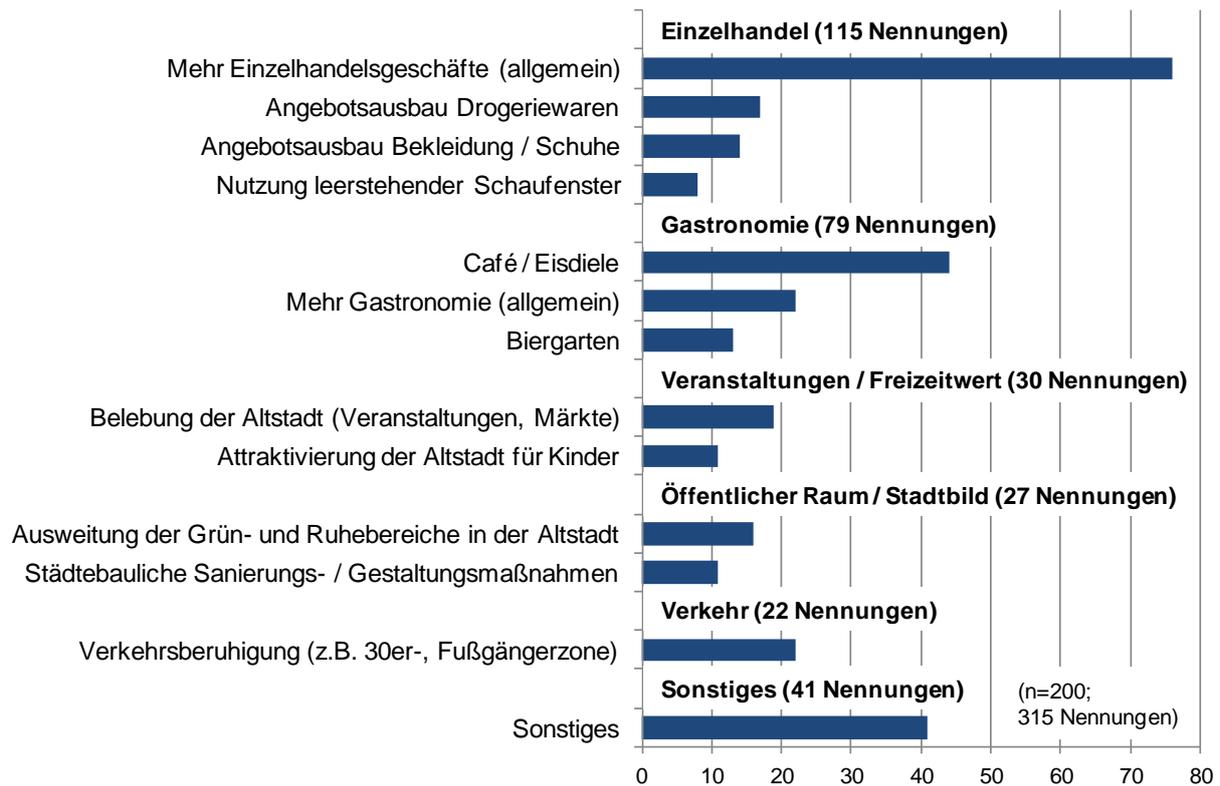
### Gastronomie und Veranstaltungen

Ein Angebotsausbau, insbesondere Cafés sowie Freiluftangebote (Eisdielen, Biergärten) betreffend, würde nach Ansicht der Befragten eine Attraktivitätssteigerung für die Altstadt bewirken. Gleiches gilt für zusätzliche Veranstaltungen und Märkte zur Belebung des Marktplatzes.

### Gestaltung des öffentlichen Raumes und Verkehr

In der Zusammenschau der Nennungen, die sich auf gestalterische sowie verkehrliche Aspekte beziehen, lässt sich der Wunsch der Bevölkerung nach einer weiteren Aufwertung der Aufenthaltsqualität in der Altstadt herauslesen. Die Ausweitung von Grün- und Ruheazonen am Marktplatz sowie Durchführung von Sanierungsmaßnahmen in Verbindung mit einer Verbesserung der Fußgängerfreundlichkeit durch eine Verkehrsberuhigung im Marktplatzbereich korrespondiert mit der bereits festgestellten verkehrsbedingten Beeinträchtigung des Altstadttaufenthalts.

Abb. 35: Vorschläge der Bevölkerung zur Attraktivierung der Altstadt



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

## 6 Analyse der Nachfrageseite

### 6.1 Kennzahlen zum Einzelhandel in Vilseck

#### Kaufkraftindex

Der Kaufkraftindex bezeichnet das Kaufkraftniveau einer Gebietseinheit im Vergleich zum Bundesmittel. Mit einem Wert von **92,8** (IHK Regensburg) liegt der Kaufkraftindex des Landkreises Amberg-Sulzbach unter dem Bundesmittel (100). Dies hat für den Einzelhandel in Vilseck ein entsprechend leicht unterdurchschnittliches Umsatzpotenzial zur Folge.

#### Lokales einzelhandelsrelevantes Umsatzpotenzial

Das einzelhandelsrelevante Umsatzpotenzial wird an Hand des lokalen Kaufkraftindex, der Einwohnerzahl sowie der Ausgaben für den Einzelhandel pro Einwohner berechnet. Danach ergibt sich für die Stadt Vilseck ein lokales einzelhandelsrelevantes Umsatzpotenzial in Höhe von insgesamt **rd. 33 Mio. €**.

#### Sollumsatz des Einzelhandels

Im Rahmen der einzelbetrieblichen Bestandserhebung konnten in Vilseck insgesamt rd. 9.800 m<sup>2</sup> aktive Verkaufsfläche, verteilt auf 25 Betriebe unterschiedlicher Branchen festgestellt werden. Auf der Grundlage branchenüblicher Raumleistungen (BBE) sowie von Filialbetrieben veröffentlichter Kennzahlen ergibt sich nach eigenen Berechnungen ein Sollumsatz in Höhe von **rd. 22 Mio. €**.

#### Point-of-sale-Umsatz (POS)

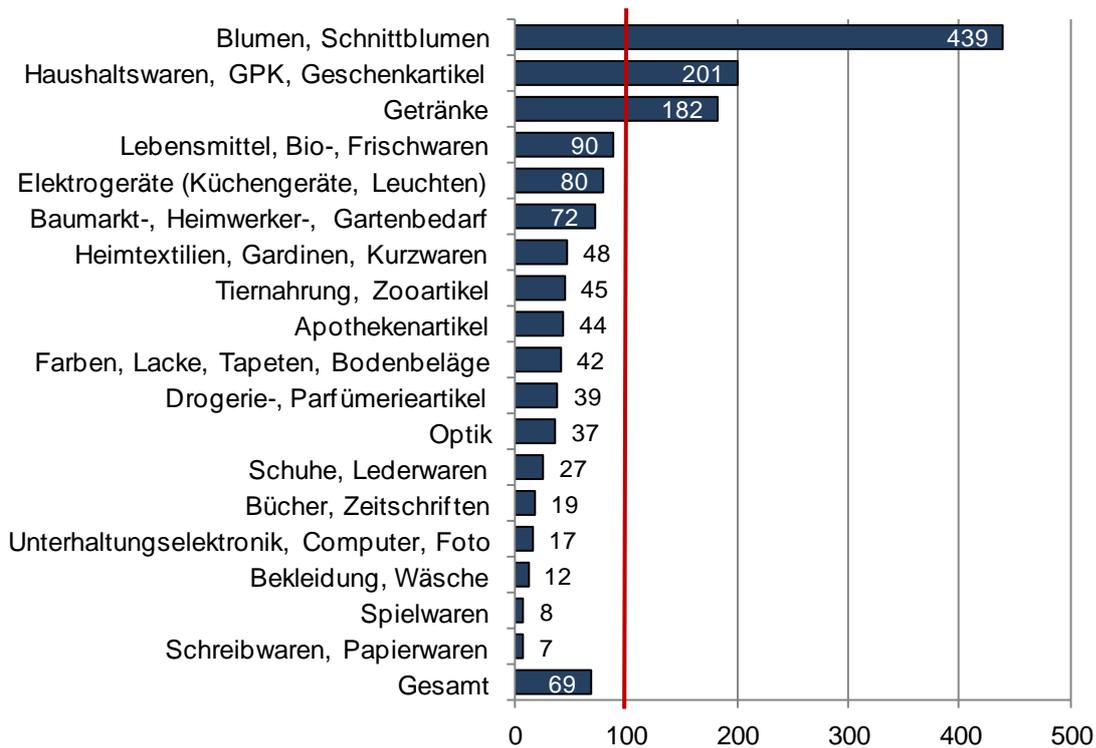
Aufgrund der Ergebnisse der empirischen Erhebungen (lokale Bindungsquoten, POS-Erhebung) muss für die nachfolgenden Berechnungen davon ausgegangen werden, dass der tatsächlich in Vilseck realisierte Umsatz (POS-Umsatz) leicht unter dem berechneten Sollumsatz liegt und sich auf **rd. 18 Mio. €** beläuft.

#### Einzelhandelszentralität

An Hand der Einzelhandelszentralität kann erkannt werden, inwieweit es einem Standort gelingt, externe Kaufkraft an sich zu binden. Werte über 100 zeigen den Zufluss externer Kaufkraft (es wird mehr Kaufkraft gebunden, als am Ort vorhanden ist), Werte unter 100 Kaufkraftabflüsse an. Die Einzelhandelszentralität wird als Quotient aus dem Point-of-Sale-Umsatz im Einzelhandel, multipliziert mit dem Faktor 100, und der Kaufkraft für den Einzelhandel berechnet.

- ➔ Mit einer berechneten Einzelhandelszentralität von **69** nimmt die Stadt Vilseck danach eine überwiegend auf die eigene Bevölkerung ausgerichtete Einzelhandelsfunktion wahr. Eine auf überörtliche Nachfrage ausgerichtete Versorgungsfunktion ist nur bei den Sortimenten Blumen, Haushaltswaren, GKP, Geschenkartikel sowie bei Getränken festzustellen (vgl. Abb. 36).

Abb. 36: Handelszentralität nach Sortimenten



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung und Berechnung 2012

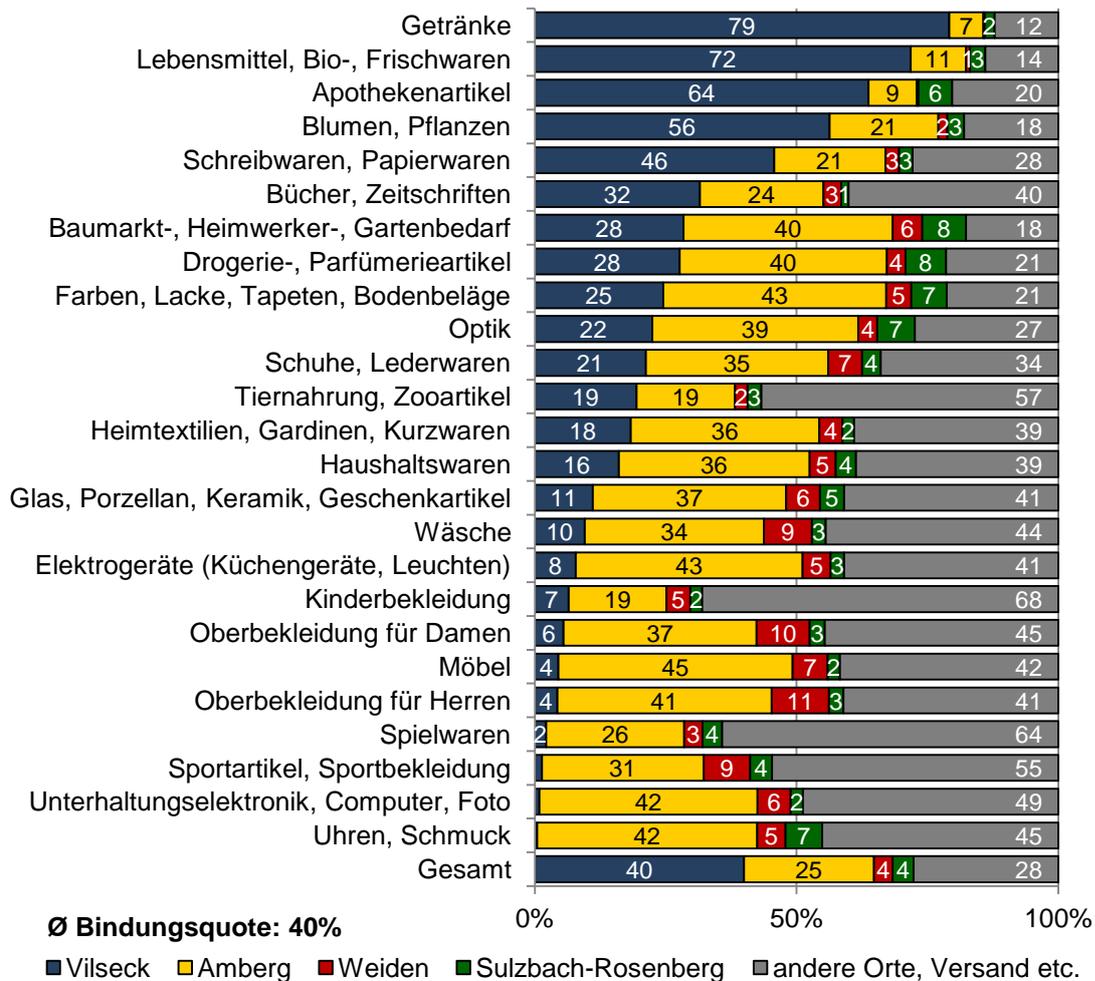
- ➔ Gemäß dem Regionalplan Oberpfalz-Nord sollen Unterzentren die Bevölkerung eines größeren Nahbereiches mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs versorgen. In der Zusammenschau wird jedoch deutlich, dass die Stadt Vilseck nur in wenigen Sortimenten eine überörtliche Ausstrahlungskraft besitzt. Bei den Sortimenten der Grundversorgung ist dies lediglich für Getränke feststellbar.

## 6.2 Bindung lokalen Umsatzpotenzials

Das lokale Umsatzpotenzial beträgt in Vilseck insgesamt rd. 33 Mio. €. Die Bindungsquote liegt über alle Sortimente hinweg bei 40%, d.h. rd. 13 Mio. € des lokalen Umsatzpotenzials werden in Vilseck gebunden und rd. 20 Mio. € fließen an andere Standorte ab. Im Vergleich mit anderen Kleinstädten ähnlicher Einwohnerzahl liegt die Bindungsquote mit 40% im unteren Mittelfeld der üblichen Spannweite (rd. 30 bis 60%).

- ➔ Dem Einzelhandel gelingt es nur bei Sortimenten der Grundversorgung mehr als die Hälfte der lokalen Kaufkraft am Ort zu binden. Bei allen anderen Sortimenten versorgt sich die Bevölkerung überwiegend außerhalb der eigenen Stadt (vgl. Abb. 37).
- ➔ Die nicht gebundene Kaufkraft fließt zu hohen Anteilen in das rd. 23 km entfernt liegende Oberzentrum Amberg (insgesamt rd. 8,1 Mio. €) ab.

Abb. 37: Bindung und Abfluss lokalen Umsatzpotenzials



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung und Berechnung 2012

### 6.3 Versorgungsbereich der Stadt Vilseck

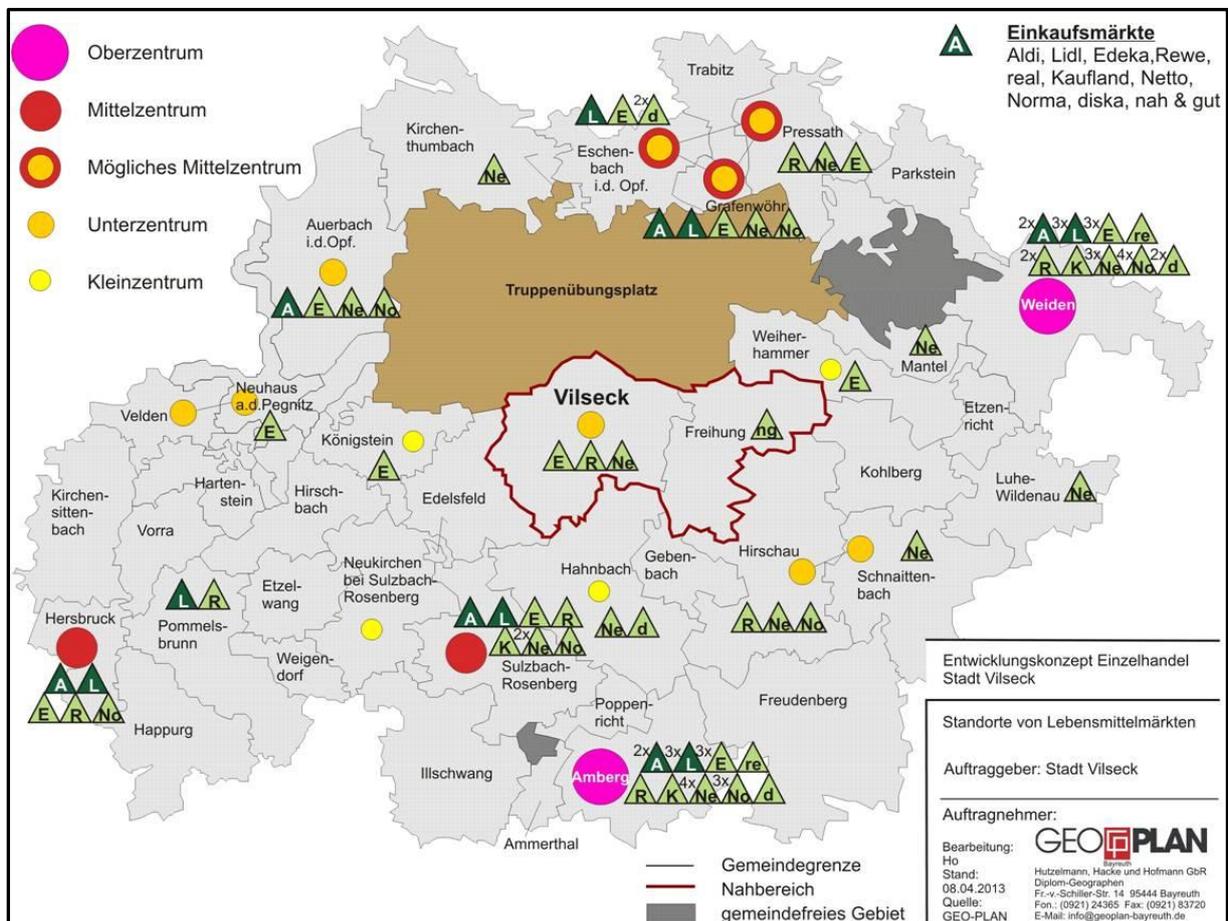
#### Versorgungsbereich

Der Versorgungsbereich der Stadt Vilseck kann an Hand der regionalen Wettbewerbssituation sowie der durchgeführten POS- und Haushaltsbefragung bestimmt werden. Auf diese Weise führen empirische Erhebungen und ökonomische Abgrenzungen tatsächlich gezeigtes und nach rationalen Aspekten wahrscheinliches Kaufverhalten zusammen.

#### ▪ Regionale Wettbewerbssituation und Erreichbarkeitsvorteile

Die Bestandsanalyse hat gezeigt, dass der Angebotsschwerpunkt des Einzelhandels in Vilseck in der Grundversorgung liegt. Zur Bestimmung des Versorgungsbereiches ist daher vor allem die Wettbewerbssituation im Lebensmitteleinzelhandel maßgebend (vgl. Abb. 38).

Abb. 38: Regionale Wettbewerbssituation: Lebensmittelmärkte



Quelle: GEO-PLAN 2012

Im Norden der Stadt begrenzt der Truppenübungsplatz Grafenwöhr den Kundeneinzugsbereich der Stadt Vilseck und beschränkt diesen auf die Gemeinden Königstein und Edelsfeld im Westen, einige Ortsteile der Gemeinde Hahnbach im Süden und den zum Nahbereich gehörenden Markt Freihung im Osten.

Die Stadt Vilseck steht jedoch im Wettbewerb mit den umfassender ausgebauten Standorten Weiden, Amberg, Sulzbach-Rosenberg und Auerbach sowie der Stadt Hirschau, die über eine vergleichbare Ausstattung mit Lebensmittelmärkten verfügt. Eine Analyse der Fahrtzeitdistanzen zeigt, dass die Stadt Vilseck im Vergleich zu den Wettbewerbern nur für den zum Nahbereich gehörenden Markt Freihung Erreichbarkeitsvorteile bietet (vgl. Tab. 9).

Tab. 9: Erreichbarkeitsvorteile zu Wettbewerbsstandorten

Fahrtzeit in Min.	Vilseck	Amberg	Sulzbach-R.	Weiden	Auerbach	Hirschau
Königstein	18	29	21	46	12	34
Edelsfeld	15	24	16	43	15	27
Hahnbach	11	17	11	34	29	11
Freihung	12	27	26	23	29	15
Vilseck		26	21	33	23	19

Quelle: Routenplaner, schnellster Weg; GEO-PLAN 2012

#### ▪ POS-Erhebung

Im Rahmen einer Point-of-sale-Befragung (POS) wurden die Kunden des Vilsecker Einzelhandels bei jedem Kassierungsvorgang nach der Postleitzahl ihres Wohnortes bzw. ihrer Zugehörigkeit zur US Armee befragt und der Einkaufsbetrag notiert. Ziel der POS-Befragung war es, den Versorgungsbereich des Vilsecker Einzelhandels empirisch zu erheben und das für Vilseck relevante Kaufkraftpotenzial Angehöriger der US Armee abschätzen zu können.

Die POS-Befragung wurde über drei vollständige Betriebstage (Dienstag, 06.11., Donnerstag, 08.11. und Samstag, 10.11.2012) durchgeführt. An zwei Erhebungstagen haben sich jeweils sieben, an einem Erhebungstag acht Betriebe beteiligt. Der Branchenquerschnitt der teilnehmenden Betriebe ist geeignet, die Situation des Einzelhandels in Vilseck repräsentativ abzubilden. Erfasst wurden die Daten von insgesamt 6.226 Kunden sowie ein Umsatzvolumen von 90.428 €. Die Ergebnisdarstellung berücksichtigt den Datenschutz und erfolgt somit in kumulierter Form. Rückschlüsse auf einzelne Betriebe sind nicht möglich (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: Ergebnisse der POS-Befragung nach Erhebungstagen

Datum	Di, 06.11.2012		Do, 08.11.2012		Sa, 10.11.2012	
	Kundenanteil	Umsatzanteil	Kundenanteil	Umsatzanteil	Kundenanteil	Umsatzanteil
Vilseck	68,3%	73,9%	72,6%	69,0%	77,6%	74,9%
US Armee	11,3%	9,0%	15,0%	16,2%	10,0%	10,5%
Hahnbach	2,6%	2,3%	2,0%	3,4%	2,0%	1,9%
Freihung	3,0%	3,3%	2,4%	3,5%	3,4%	4,7%
Edelsfeld	2,2%	2,3%	1,2%	2,3%	2,3%	2,9%
Königstein	1,4%	1,7%	0,8%	1,5%	1,5%	1,8%
Sonstige	11,1%	7,4%	6,0%	4,0%	3,2%	3,3%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung und Berechnung 2012

Die Ergebnisse der POS-Befragung zeigen, dass die Einzelhandelsnachfrage vorwiegend von der eigenen Bevölkerung ausgeht. Der entsprechende Kunden- bzw. Umsatzanteil lag an den Erhebungstagen zwischen 68 und 78%.

Externes Umsatzpotenzial fließt hauptsächlich aus den benachbarten Gemeinden Freihung, Edelsfeld, Königstein und Hahnbach zu. In der Summe sind dies rd. 11% des POS-Umsatzes. Der Kunden- bzw. Umsatzanteil von Angehörigen der US Armee beläuft sich auf rd. 12% des POS-Umsatzes (vgl. Tab. 11).

Tab. 11: Zusammenfassung der Ergebnisse der POS-Befragung

Alle Erhebungstage				
Herkunft	Kunden	Umsatz	Kundenanteil	Umsatzanteil
Vilseck	4.605	66.112 €	74,0	73,1
US Armee	736	10.539 €	11,8	11,7
Hahnbach	134	2.151 €	2,2	2,4
Freihung	188	3.676 €	3,0	4,1
Edelsfeld	120	2.369 €	1,9	2,6
Königstein	79	1.571 €	1,3	1,7
Sonstige	364	4.010 €	5,8	4,4
Gesamt	6.226	90.428 €	100,0	100,0

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung und Berechnung 2012

➔ Dem Vilsecker Einzelhandel gelingt es nur in geringem Umfang, externes Umsatzpotenzial zu binden. Dies trifft, trotz Erreichbarkeitsvorteilen, auch auf den zum Nahbereich gehörenden Markt Freihung zu.

Das am Südrand des Truppenübungsplatzes gelegene Südlager der US Armee gehört zwar noch zum Vilsecker Stadtgebiet, stellt faktisch jedoch eine in sich abgeschlossene Kleinstadt für sich dar. Dort leben und arbeiten mehr als 10.000 Angehörige der US Armee (Quelle: Stadt Vilseck). Hierzu zählen Mitglieder der Streitkräfte, des zivilen Gefolges und deren Angehörige. Ein Teil der amerikanischen Soldaten wohnt mit ihren Familien auch außerhalb des Truppenübungsplatzes im Vilsecker Stadtgebiet.

➔ Innerhalb des Truppenübungsplatzes bestehen umfangreiche US-spezifische Versorgungseinrichtungen und -angebote. Die einzelhandelsbezogene Nachfrage Angehöriger der US-Armee richtet sich somit nur zu einem geringen Anteil auf Angebote in der Stadt Vilseck, in der Summe fließen dem Einzelhandel dort jedoch immerhin rd. 2,1 Mio. € pro Jahr zu. Davon entfallen rd. 1,2 bis 1,3 Mio. € auf den Lebensmitteleinzelhandel.

➔ Der durch Angehörige der US Armee induzierte Einzelhandelsumsatz entspricht damit in etwa dem aus dem sonstigen regionalen Umfeld zufließenden.

## 6.4 POS-Umsatz und Bindung regionalen Umsatzpotenzials

Aus der Zusammenführung der Ergebnisse von Haushalts- und POS-Befragung kann für die Stadt Vilseck ein tatsächlich realisierter Einzelhandelsumsatz von rd. 18 Mio. € berechnet werden. Davon entstammen rd. 83% aus dem Nahbereich der Stadt Vilseck sowie aus den umliegenden Gemeinden Edelsfeld, Hahnbach und Königstein. Der Umsatzanteil Angehöriger der US-Armee beläuft sich mit jährlich rd. 2,1 Mio. € auf etwa 12% des POS-Umsatzes, weitere 0,9 Mio. € sind sogenannte Streuumsätze, die von Kunden außerhalb dieses Versorgungsbereiches stammen (vgl. Tab. 12).

Tab. 12: Bindung lokalen und regionalen Umsatzpotenzials

Herkunft		Einwohner (2011)	Umsatzpotenzial in Mio. €	Bindungsquote	in Vilseck gebundener Umsatz in Mio. €	Anteil am POS-Umsatz
Nahbereich Vilseck	Vilseck	6.473	rd. 33	rd. 40%	rd. 13,0	rd. 72%
	Freihung	2.548	rd. 13	rd. 6%	rd. 0,8	rd. 4%
Edelsfeld, Hahnbach, Königstein		8.631	rd. 44	rd. 3%	rd. 1,2	rd. 7%
Gesamt		17.652	rd. 90	rd. 17%	rd. 15	rd. 83%
Angehörige der US Armee					rd. 2,1	rd. 12%
Streuumsätze					rd. 0,9	rd. 5%
Gesamt					rd. 18,0	100%

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung und Berechnung 2012

- ➔ Der tatsächlich realisierte POS-Umsatz in Vilseck liegt mit rd. 18 Mio. € unter dem berechneten Sollumsatz von rd. 22 Mio. €, d.h., es gelingt dem Vilsecker Einzelhandel bzw. einzelnen Betrieben nur zum Teil, durchschnittliche Raumleistungen bzw. betriebswirtschaftliche Umsatzziele zu erreichen.
- ➔ Die geringen Bindungsquoten externen Umsatzpotenzials, auch den zum Nahbereich gehörenden Markt Freihung betreffend, zeigen, dass die Ursachen hierfür in der im Vergleich zu den Wettbewerbsstandorten deutlich geringeren Einkaufsattraktivität des Handelsstandortes Vilseck liegen. Ziel sollte daher ein ortsangemessener Ausbau der Handelsfunktion und -attraktivität sein, so dass die Stadt Vilseck der ihr als Unterzentrum landesplanerisch zugedachten Versorgungsfunktion, zumindest für ihren Nahbereich, besser gerecht werden kann.

## 7 Stärken und Schwächen

Die vorgenommenen Analysen ergeben folgende Stärken und Schwächen der Einzelhandelsituation in Vilseck:

Stärken	Schwächen
→ Stabile Entwicklung der lokalen und regionalen Nachfrage (Bevölkerung)	↔ Quantitativ schwach ausgebautes Einzelhandelsangebot
→ Nahezu flächendeckende Nahversorgung im zentralen Stadtgebiet	↔ Unvollständiges Grundversorgungsangebot durch fehlenden Drogeriemarkt
→ Lebensmittelangebot in fußläufiger Entfernung zur Altstadt (nahversorgungsrelevante Sortimente)	↔ Eng begrenzter Versorgungsbereich des Einzelhandels
→ Hohe Zufriedenheit mit der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum	↔ Geringe überörtliche Versorgungsfunktion der Stadt Vilseck
→ Altstadt ist ein funktional durchmischter Standortraum (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie)	↔ Geringe Handelsfunktion der Altstadt
→ Hoher Anteil des nichtmotorisierten Einkaufsverkehrs	↔ Beeinträchtigung des Stadtbildes durch Ladenleerstände in prominenter Lage
→ Hohe Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Altstadt für Fußgänger und Radfahrer	↔ Dominanz des fließenden und ruhenden Verkehrs in der Altstadt
→ Ausreichendes Stellplatzangebot in der Altstadt	↔ Geringe Zufriedenheit mit dem gastronomischen Angebot in der Altstadt
→ Hohe Erfolgsquote im Parksuchverkehr	↔ Geringe Zufriedenheit mit Einzelhandelsangebot und Einkaufsatmosphäre in der Altstadt
→ Hohe Kopplung zwischen Altstadt und sonstigen Einkaufsstandorten	
→ Funktionale Arbeitsteilung der Standorte des Einzelhandels	

## 8 Bestandsbewertung und Ausbauspielräume des Einzelhandels in Vilseck

Aufgabe der kommunalen Einzelhandelsentwicklung eines Unterzentrums ist es, die Versorgung der eigenen Bevölkerung und die des Nahbereiches in angemessener Weise zu gewährleisten. Insofern ist es von Bedeutung, Kenntnis über das branchenspezifische Ausstattungsniveau und absatzwirtschaftlich tragfähige Ausbauspielräume zu erhalten.

Die quantitative Entwicklungsfähigkeit des Einzelhandels wird durch das am Ort bindungsfähige Umsatzpotenzial bestimmt. Maßgebend für die Bindungskraft sind die Struktur des Angebotes, die Attraktivität des Marktauftrittes des Einzelhandels, die ergänzenden einzelhandelsnahen Angebote (Handwerk, Dienstleistung, Gastronomie), das im Marktgebiet vorhandene einzelhandelsrelevante Umsatzpotenzial sowie die regionale Wettbewerbssituation.

Auf Grundlage von Zielbindungsquoten, d.h., derjenigen Bindungsquoten lokalen und regionalen Umsatzpotenzials, die bei einem angemessenen Einzelhandelsangebot in den einzelnen Sortimenten realistisch in Vilseck erreicht werden können und sollten sowie branchenüblichen Raumleistungen, werden tragfähige Verkaufsflächenpotenziale berechnet. Deren Vergleich mit dem Bestand ergibt Hinweise auf Ausbauspielräume. Ergänzend werden qualitative Aspekte (z.B. vorhandene Betriebstypen, Qualität des Marktauftrittes, standörtliche Lagebeziehungen etc.) berücksichtigt. Auch das Umsatzpotenzial Angehöriger der US Armee fließt in Anlehnung an die Ergebnisse der POS-Befragung in die Berechnungen ein.

Demzufolge wird der Schwerpunkt weiterhin auf den Sortimenten der Grundversorgung liegen. In diesem Warenbereich sollten etwa 70% bis 80% des lokalen und rd. 30% bis 40% des Umsatzpotenzials im Nahbereich gebunden werden. Im Hinblick auf das mittelzentrale Versorgungsangebot der Städte Amberg, Weiden und Sulzbach-Rosenberg werden die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs nur begrenzt ausbaubar sein und auch künftig vorwiegend ergänzende Funktion haben.

Zu beachten ist jedoch, dass die jeweilige Höhe der berechneten Ausbauspielräume nur einen **Orientierungswert** darstellt, der sich auf das jeweilige Hauptsortiment bezieht. Bislang am Ort noch nicht vorhandene Spezialanbieter, Betriebsformen oder Preissegmente können zusätzliche Nachfrage an den Standort lenken und höhere Ausbauspielräume begründen. Vorhaben, deren Größenordnungen oberhalb der Orientierungswerte liegen, sind somit nicht zwangsläufig negativ zu bewerten. Ein maßvolles Überschreiten kann unter Umständen vertretbar sein, wenn dadurch keine schädlichen Auswirkungen auf „schützenswerte Bereiche“ zu erwarten sind und z.B.

- eine Steigerung der Einkaufsattraktivität erreicht werden kann, die der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt Vilseck als Unterzentrum besser gerecht wird,
- ein geeigneter Standort gezielt entwickelt werden soll oder
- Wettbewerbsverschärfungen hauptsächlich zu Lasten weniger geeigneter Einzelhandelsstandorte, z.B. in städtebaulich nicht integrierter Lage, stattfinden.

Bereits an dieser Stelle sei jedoch darauf hingewiesen, dass es dabei nicht darum geht, Wettbewerb im Sinne eines „Konkurrenzschutzes“ zu verhindern, sondern im Sinne einer städtebaulich geordneten Entwicklung durch eine vorausschauende Planung entwicklungs- politische Ziele zu sichern und unerwünschte Negativwirkungen zu vermeiden.

## 8.1 Nahversorgungsrelevante Sortimente

Der zum Nahbereich der Stadt Vilseck gehörende Markt Freihung verfügt mit einem Lebensmittelmarkt (nah&gut), einer Bäcker- und einer Metzgerei sowie einem Getränkemarkt über eine eigene „Grundausstattung“ mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Diesen Umstand berücksichtigend stellen die Berechnungen zum Ausbauspielraum in Vilseck darauf ab, dass rd. 30% des dortigen sortimentsrelevanten Umsatzpotenzials in Vilseck gebunden werden und der überwiegende Anteil des Freihunger Umsatzpotenzials weiterhin vor Ort gebunden wird. Vorbehaltlich einer differenzierten Verträglichkeitsanalyse wird daher davon ausgegangen, dass keine schädlichen Auswirkungen auf schützenswerte Versorgungsstrukturen im Markt Freihung zu erwarten sind.

**Lebensmittel und Getränke:** Lebensmittel und Getränke (Food-Sortimente) werden in Vilseck auf insgesamt rd. 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten (Lebensmittel: rd. 2.100 m<sup>2</sup>; Getränke: rd. 900 m<sup>2</sup>). Knapp 90% der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf die drei Lebensmittelmärkte, das übrige Angebot wird von Bäcker- und Metzgereibetrieben sowie Getränkemarkten dargeboten (vgl. Tab. 13).

Tab. 13: Anbieter und Verkaufsflächen Food-Sortimente

Betriebe		Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> , Werte gerundet)		
		Lebensmittel	Getränke	Gesamt
Lebensmittel- märkte	Netto	430	60	490
	EDEKA	840	180	1.020
	REWE	680	400	1.080
<b>Gesamt</b>		<b>1.950</b>	<b>640</b>	<b>2.590</b>
Lebensmittelhandwerk		170		170
Getränkemarkte			250	250
<b>Gesamt</b>		<b>2.120</b>	<b>890</b>	<b>3.010</b>

Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung 2012

Der Sollumsatz des Lebensmitteleinzelhandels in Vilseck beläuft sich nach den durchschnittlichen Raumleistungen der Betriebe auf rd. 8,3 Mio. € für Lebensmittel und rd. 2,6 Mio. € für Getränke. Ausgehend von den derzeitigen Bindungsquoten ist danach bereits ein Ausbauspielraum von rd. 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel festzustellen.

Die Bindung lokalen, vor allem aber die schwache Bindung regionalen Umsatzpotenzials kann durch einen Angebotsausbau gesteigert werden. Auf Grundlage von Zielbindungsquoten wird ein insgesamt bindungsfähiges Umsatzpotenzial von rd. 11 Mio. € für Lebensmittel berechnet.

Die Differenz zwischen dem Sollumsatz der Betriebe (Angebot) und dem bindungsfähigen Umsatzpotenzial (Nachfrage) beläuft sich bei Lebensmitteln auf rd. 2,7 Mio. € und begründet ein Ausbaupotenzial von bis zu rd. 730 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Basis: Vollsortimenter). Bei Getränken entspricht der Ausbaustand weitgehend dem bindungsfähigen Umsatzpotenzial.

**Drogeriewaren / Parfümartikel:** Drogeriewaren und Parfümartikel werden ausschließlich in den Lebensmittelmärkten auf insgesamt rd. 165 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Zu berücksichtigen ist, dass Drogeriewaren dort nur als Randsortiment mit geringen Artikelzahlen angeboten werden. Hinsichtlich der Sortimentsbreite und -vielfalt sowie der Kundenattraktivität ist dies nicht mit dem Angebot von Drogeriemärkten vergleichbar. Zu Herstellung einer qualifizierten Grundversorgung wäre die Ansiedlung eines Drogeriemarktes wünschenswert. Rechnerisch ergibt sich Ausbauspielraum in Höhe von rd. 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

## 8.2 Zentrenrelevante Sortimente

**Blumen:** Es bestehen ein Blumenladen in der Bahnhofstraße sowie die beiden flächengroßen Gärtnereien Derrfuß und Würfl. Die Gesamtverkaufsfläche (inkl. der kundenzugänglichen Gewächshäuser) beläuft sich auf rd. 3.200 m<sup>2</sup>. Ausbauspielraum ist nicht zu erkennen.

**Apotheken:** Die Apothekendichte liegt in Deutschland seit Jahren konstant bei rd. 3.800 Einwohnern pro Apotheke. In der Stadt Vilseck liegt dieser Wert mit einer Apotheke für 6.473 Einwohner deutlich höher. Anhand dieses bundesdurchschnittlichen Vergleichswertes sowie der branchenüblichen Ausgaben für Apothekenartikel kann ein Ausbauspielraum für eine weitere Apotheke bzw. rd. 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nachgewiesen werden.

**Tiernahrung, Zooartikel:** Tiernahrung und Zooartikel werden als Randsortimente der Lebensmittelmärkte sowie vom Werkmarkt Einhäupl auf insgesamt rd. 75 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Insofern ist ein Grundangebot vorhanden und Ausbauspielraum für weitere rd. 30 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche darstellbar.

**Bekleidung, Sportartikel, Sportbekleidung:** In nennenswertem Umfang werden Bekleidungsartikel nur von NKD auf rd. 260 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Weitere rd. 25 m<sup>2</sup> verteilen sich als Randsortimente auf einen OTTO-Shop sowie das Wäscheangebot von REWE und EDEKA. Rechnerisch ergibt sich Tragfähigkeit für rd. 250 bis 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ein Angebot im niedrigen bis mittleren Preissegment. Dies würde die Ansiedlung eines Fachgeschäftes ermöglichen. Für Angebote im gehobenen Preissegment wird aufgrund der Nähe zum Oberzentrum Amberg kein ausreichendes Umsatzpotenzial erkannt. Sportartikel und Sportbekleidung werden derzeit, mit Ausnahme des spezialisierten Sportwaffenbedarfs von Wild Jaeger, nicht in Vilseck angeboten. Ausbauspielraum ist für rd. 60 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nachweisbar.

**Schuhe:** Schuhe werden von einem Fachgeschäften in der Altstadt auf rd. 55 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Tragfähigkeit kann für weitere rd. 50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nachgewiesen werden.

**Heimtextilien, Gardinen, Kurzwaren:** Sortimente dieser Warengruppe werden von einem Fachgeschäft für Raumausstattung auf rd. 120 m<sup>2</sup> sowie als Teilsortiment von NKD auf rd. 30 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Zusätzlicher Ausbauspielraum ist nicht erkennbar.

**Schreib- und Papierwaren:** Schreib- und Papierwaren werden nur als Randsortimente von drei Betrieben auf insgesamt rd. 15 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Tragfähigkeit besteht für rd. 120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Dies würde die Ansiedlung eines Fachgeschäftes ermöglichen.

**Bücher, Zeitschriften:** Derzeit besteht lediglich ein Angebot für Zeitschriften, das sich als Randsortiment auf fünf Betriebe und rd. 35 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche verteilt. Tragfähigkeit kann für weitere rd. 60 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche berechnet werden. Dies liegt allerdings unterhalb der Mindestbetriebsgröße für den Buchhandel. Insofern wird ein Ausbau im Bestand empfohlen.

**Spielwaren:** Spielwaren werden lediglich als Randsortiment im Werkmarkt Einhäupl auf rd. 10 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Der Ausbauspielraum von rd. 20 m<sup>2</sup> liegt deutlich unterhalb der Einstiegsgröße für ein Fachgeschäft und sollte im Bestand realisiert werden.

**Hausrat, GPK, Geschenkartikel:** Diese Sortimente werden auf rd. 330 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Werkmarkt Einhäupl, bei NKD, in einem OTTO-Shop sowie als Randsortiment von EDEKA und REWE angeboten. Tragfähigkeit für einen Angebotsausbau ist nicht zu erkennen.

**Elektroartikel:** Das Angebot im Teilssegment Unterhaltungselektronik, Computer, Foto (braune Ware) beschränkt sich auf zwei Telefonläden mit rd. 70 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Elektrogeräte (weiße Ware) werden auf rd. 180 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vom Werkmarkt Einhäupl und dem Fachgeschäft Klier im Ortsteil Schlicht angeboten. Ausbauspielraum ist lediglich für Unterhaltungselektronik in der Größenordnung von rd. 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche darstellbar. Dies würde die Ansiedlung eines kleinen Fachgeschäftes ermöglichen.

**Optik:** In der Vilsecker Altstadt besteht ein Optiker mit rd. 20 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Tragfähigkeit für einen Angebotsausbau ist nicht zu erkennen.

**Uhren, Schmuck:** Uhren und Schmuck werden derzeit nicht in Vilseck angeboten. Ein Fachgeschäft in der Altstadt wäre zwar wünschenswert, es wird jedoch kein ausreichendes Umsatzpotenzial erkannt.

### 8.3 Nicht zentrenrelevante Sortimente

**Bau- und Gartenmarktartikel (Kernsortiment), Farben und Lacke:** Kernsortimente eines klassischen Bau- und Gartenmarktes werden vom Werkmarkt Einhäupl auf rd. 1.400 m<sup>2</sup>, Farben und Lacke auf rd. 80 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten. Insofern ist ein qualifiziertes Grundangebot vorhanden, Tragfähigkeit für einen weiteren Angebotsausbau kann nicht erkannt werden.

**Möbel:** In Vilseck beschränkt sich das Möbelangebot auf ein Küchenstudio mit rd. 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Rechnerisch ist zwar ein Umsatzpotenzial für ein klassisches Möbelangebot

in der Größenordnung von rd. 600 m<sup>2</sup> darstellbar, dies liegt jedoch weit unterhalb der Einstiegsgrößen für ein Möbelhaus.

#### **8.4 Bewertung der Angebotssituation**

Eine Ausweitung des Einzelhandelsangebotes sollte primär die Herstellung einer ortsangemessenen Versorgungssituation und die Schließung von Angebotslücken bewirken. Der Abgleich von Angebot und Nachfragepotenzial zeigt Ausbauspielräume, die vor allem das Grundversorgungsangebot (Lebensmittel und Drogeriewaren) betreffen.

Vor dem Hintergrund, dass die Stadt Vilseck als Unterzentrum selbst für den eigenen Nahbereich nur eine untergeordnete Versorgungsfunktion übernimmt (Bindungsquote Freihung 6%), sollte der Fokus vor allem auf einen ortsangemessenen Ausbau der grund- und nahversorgungsrelevanten Sortimente gelegt werden. Neben dem Erhalt und zeitgemäßen Ausbau eines funktionierenden Betriebstypenmixes mit Lebensmittelmärkten (Vollversorger und Discounter) wäre diesbezüglich die Ansiedlung eines Drogeriemarktes wünschenswert, um ein umfänglich sortiertes Grundversorgungsangebot sowie die Grundattraktivität als Einkaufsstandort zu sichern und auszubauen.

## 9 Empfehlungen zur räumlichen und sortimentsbezogenen Handelsentwicklung

Vilseck hat sich zu einer Kleinstadt mit rd. 6.500 Einwohnern entwickelt. Als Unterzentrum ist ihr landesplanerisch ein Versorgungsauftrag für den Nahbereich zugeordnet, in dem Zusammen mit dem Markt Freihung rd. 9.000 Einwohner leben. Zusätzlich übernimmt Vilseck in begrenztem Umfang Versorgungsfunktion für Angehörige der US Armee, die im Truppenübungsplatz stationiert sind oder zusammen mit ihren Familienangehörigen im Stadtgebiet leben. Die Versorgungsstrukturen im Einzelhandel entsprechen jedoch eher einer Siedlung mit dörflichem Charakter. Insofern ist die Stadt Vilseck angehalten, zumindest in der Grundversorgung ein der Stadtgröße und dem Versorgungsbereich entsprechendes Angebot zu schaffen.

Im Sinne einer geordneten städtebaulichen Entwicklung besteht die Notwendigkeit, zukünftige Vorhaben sowohl räumlich als auch funktional zu steuern und Wege einer nachhaltigen Handelsentwicklung aufzuzeigen.

In diesem Zusammenhang wird auf die rechtlichen Steuerungsmöglichkeiten zur Einflussnahme auf die Entwicklung des Einzelhandels durch das Planungsrecht verwiesen. Rechtsinstrumente zur städtebaulichen und landesplanerischen Steuerung der Handelsentwicklung stellen vor allem das Baugesetzbuch und die Baunutzungsverordnung dar. Die Steuerungsmöglichkeiten zielen im Wesentlichen auf den Schutz

- überörtlicher Versorgungsfunktionen zentraler Orte (z.B. Einzelhandelsgroßprojekte) und
- zentraler Versorgungsbereiche innerhalb der Städte und Gemeinden ab.

Neben der Stärkung und dem Erhalt gewachsener Siedlungs- und Zentrumsstrukturen muss es aber auch darum gehen, Investitionen nicht zu blockieren, sondern ortsverträglich zu gestalten und zu lenken. Hierzu werden auf Grundlage der vorangegangenen Analyseergebnisse konkrete Instrumente mit zugehörigen Handlungsempfehlungen erarbeitet.

Dies umfasst...

1. die Zusammenstellung einer stadtspezifischen Sortimentsliste,
2. die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches,
3. die Darstellung und funktionale Bewertung von Entwicklungsräumen des Einzelhandels,
4. die Formulierung von Grundsätzen zur räumlichen und sortimentspezifischen Handelsentwicklung,
5. die Bewertung konkreter Entwicklungsvorhaben.

Die Stadt Vilseck erhält damit ein Sortiments- und Standortkonzept, das sowohl quantitative als auch qualitative und funktionale sowie räumliche Aspekte integriert und als Entscheidungsgrundlage zur Beurteilung von Verlagerungs-, Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben herangezogen werden kann.

## 9.1 Zentrenrelevante Sortimente in Vilseck

Der Stadt Vilseck wird empfohlen, die Versorgungs- und Einkaufsfunktion der Altstadt gezielt zu stärken. Dies kann im Wesentlichen durch die Vermeidung von zentrenrelevanten Angebotsausweitungen außerhalb der Altstadt geschehen.

Auf der Grundlage von § 1 Abs. 5 und 9 sowie des § 11 BauNVO können zentrenrelevante Sortimente in der Bauleitplanung, z.B. für Gewerbegebiete, ausgeschlossen werden, soweit die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt. Dieses Instrument greift auch unterhalb der Großflächigkeit. Möglich ist eine positive (Zulassung einzelner Sortimente) sowie eine negative (Ausschluss bestimmter Sortimente) Festsetzung.

Zur Feinsteuerung des Einzelhandels ist eine ortsspezifische Sortimentsliste erforderlich, in der zentrenrelevante Sortimente dargestellt sind. Diese Liste kann als strategisches Instrument zur räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, als Maßgabe bei Verfahren der Bauleitplanung sowie zur Information möglicher Investoren über "zulässige" Handelsentwicklungen dienen. Die Abgrenzung erfolgt im Wesentlichen nach folgenden Aspekten:

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- in der Altstadt in nicht nur unwesentlichem Umfang präsent sind,
- eine hohe frequenzauslösende Kraft besitzen, die zur Belebung der Altstadt beiträgt,
- einen hohen Beitrag zur Attraktivität der Altstadt und zum Einkaufserlebnis leisten,
- eine hohe Kopplungsaffinität mit anderen Sortimenten (Verbundeinkäufe) aufweisen,
- ggf. auch eine gehobene Beratungsintensität aufweisen,
- ggf. auf eine hohe Passantenfrequenz angewiesen und
- einfach zu transportieren sind (Handtransportwaren).

Nicht zentrenrelevant sind Sortimente, die

- einen hohen Flächenbedarf und eine geringe Flächenproduktivität aufweisen und/oder
- eine ausgewiesene hohe Autoorientierung besitzen (z.B. Großvolumigkeit, Gewicht).

Die Zusammenstellung der Sortimentsliste für die Stadt Vilseck orientiert sich an den oben genannten Kriterien, den diesbezüglichen Empfehlungen des LEP Bayern sowie an der tatsächlichen Sortiments- und Standortstruktur des Einzelhandels in Vilseck.

**Hinweis:** Auch nahversorgungsrelevante Sortimente, die der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung dienen (Lebensmittel, Bio-, Frischwaren, Getränke, Drogeriewaren), sind grundsätzlich zentrenrelevant. Eine Ansiedlung an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung jedoch sinnvoll sein, insbesondere dann, wenn keine geeigneten Entwicklungsflächen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nachgewiesen werden können.

Für die Stadt Vilseck ergibt sich die nachfolgende Liste zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Tab. 14). Sortimente, die nicht in dieser Liste aufgeführt sind, sind in Vilseck nicht zentrenrelevant.

Tab. 14: "Vilsecker Liste" zentrenrelevante Sortimente inkl. Nahversorgung

Hauptbranchen	Sortimente
<b>Nahversorgung (kurzfristiger Bedarf)</b>	
Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel, Bio-, Frischwaren (inkl. Tabakwaren) Bäckerei / Konditorei, Metzger / Fleischerei
Getränke	Getränke und Spirituosen, Weinhandlungen
Drogerie-, Parfümerieartikel	Drogerie, Körperpflege, Parfümerie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	
Apothekenartikel	Apotheke
Blumen (Schnittblumen)	Blumen (Schnittblumen)
Tiernahrung, Zooartikel	Tiernahrung, Zooartikel
Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Papierwaren	Sortimentsbuchhandel, Papier, Schreibwaren, Bürobedarf, Zeitschriften
<b>Mittel- und langfristiger Bedarf</b>	
Sanitätswaren	Sanitätshaus, med.- und orthopädische Artikel, Hörgeräte
Oberbekleidung für Herren und Damen	Oberbekleidung für Herren und Damen
Kinderbekleidung	Kinderbekleidung
Textilien, Wäsche	Meterware für Bekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren	Schuhe, Lederwaren (Koffer, Taschen)
Sportartikel, Sportbekleidung	Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe Sportgeräte, Campingartikel
Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
Optik	Optik
Haushaltswaren	Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke
Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
Wohnungseinrichtungsbedarf, Heimtextilien, Gardinen, Kurzwaren	Wohn- und Einrichtungsbedarf, Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Haus-, Bett- und Tischwäsche, Kurzwaren, Hand- darbeitswaren
Spielwaren	Spielwaren
Musikalien	Musikalien, Musikinstrumente
Unterhaltungselektronik, Computer, Foto	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, Tonträger, Videokameras und -geräte, Mobiltelefone, Telefone, Faxgerä- te und Zubehör, Computer, -zubehör, Software, Fotokamera
Elektrogeräte (Küchengeräte, Leuchten)	Elektrobedarf, Küchengeräte, Lampen, Leuchten
Fahrräder, Fahrradzubehör	Fahrräder, Zubehör
Antiquitäten, Kunst	Antiquitäten, Kunst, Bilder, Rahmen

Quelle: GEO-PLAN, 2012

## 9.2 Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Vilseck

**Rechtliche Verankerung und Funktion:** §1 des Baugesetzbuches (BauGB) verpflichtet die Kommunen zu einer geordneten städtebaulichen Entwicklung unter Berücksichtigung einer verbrauchernahen Versorgung. Dies bedingt auch eine räumliche Steuerung des Einzelhandels, bei der es nicht darum geht, Wettbewerb im Sinne eines „Konkurrenzschatzes“ zu verhindern, sondern durch eine vorausschauende Planung entwicklungspolitische Ziele zu sichern und unerwünschte Negativwirkungen zu vermeiden.

Gefordert ist die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches, da dessen Festlegung, neben der ortsspezifischen Liste zentrenrelevanter Sortimente, ein geeignetes Instrument zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels im oben genannten Sinne ist. Geschäfte, insbesondere mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (vgl. Vilsecker Liste) sollen sich nach Möglichkeit innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ansiedeln.

Darüber hinaus erhält der zentrale Versorgungsbereich im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB dahingehend einen „Schutzstatus“, dass Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile nur dann zulässig sind, wenn keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind. Auch bei der Aufstellung von Bauleitplänen sind nach § 1 (6) Nr. 4 BauGB die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Der zentrale Versorgungsbereich ist somit ein rechtliches Instrumentarium, das auf eine räumliche Steuerung des Einzelhandels sowie den Schutz und die Entwicklung gewachsener Zentrenstrukturen abzielt.

**Abgrenzung:** Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches soll möglichst parzellscharf erfolgen. Maßgeblich sind im Wesentlichen planerische Festlegungen, städtebauliche Konzeptionen sowie die tatsächliche Situation vor Ort. Abgrenzungskriterien können sein:

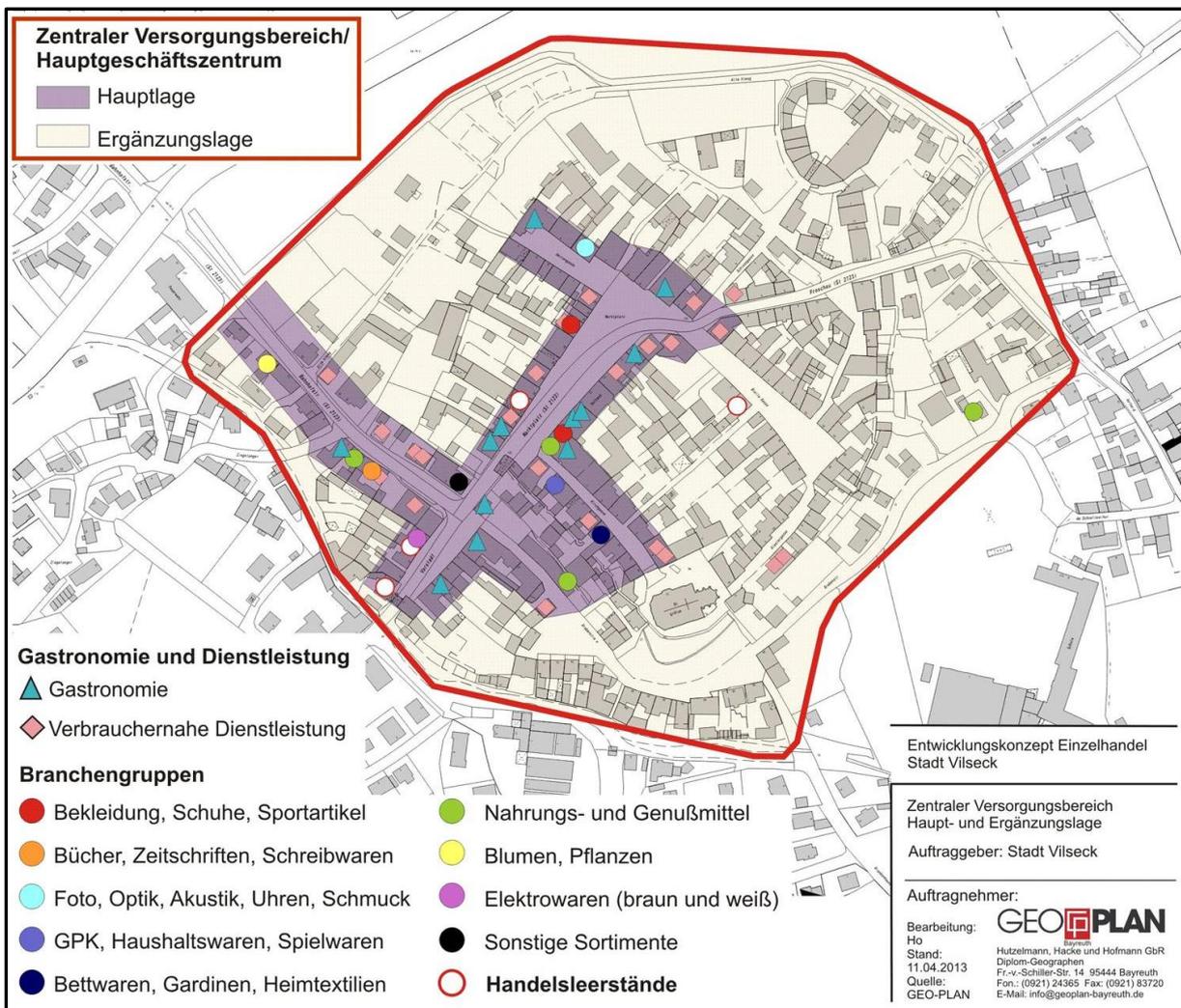
- Funktionale Kriterien:
  - Einzelhandelsdichte,
  - Multifunktionalität durch Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie,
  - Kundenorientierung der Betriebe (Fußgänger vs. Autokunden),
  - Betriebsgrößen und Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente.
  
- Städtebauliche Kriterien
  - Struktur, Alter, Dichte und Kubatur der Bebauung,
  - Gestaltung und Dimensionierung der verkehrlichen Erschließung,
  - Barrieren und Friktionen (Straßenkreuzungen, Sackgassen),
  - Gestaltung des öffentlichen Raumes (z.B. Oberflächengestaltung)

In Vilseck orientiert sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches aufgrund des geringen Handelsbesatzes vor allem an der städtebaulichen Struktur, an Hand derer die Alt-

stadt klar ablesbar ist. Diese erstreckt sich vom Hafnertor im Südwesten über die Vorstadt, das Vogeltor und den Marktplatz bis zur Burg Dagestein im Nordosten und wird vom Altmühlweg und der Grabenstraße umrahmt. Durch eine innere Gliederung werden Haupt- und Ergänzungslage des zentralen Versorgungsbereiches entsprechend ihrer unterschiedlichen (Einzelhandels-)funktionen differenziert.

Die **Hauptlage** umfasst den Teil der Altstadt mit dem höchsten zusammenhängenden Einzelhandelsbesatz (Vorstadt, Marktplatz, Kirchgasse, Bahnhofstraße, Herrengasse). Der übrige Teil der Altstadt wird als **Ergänzungslage** definiert. Diese bietet möglichen Entwicklungsspielraum für Ansiedlungsvorhaben, die nicht in der Hauptlage untergebracht werden können und dient so ggf. der funktionalen Ergänzung der Hauptlage (vgl. Abb. 39).

Abb. 39: Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Vilseck



Quelle: GEO-PLAN 2012/13

Entwicklungsziel sollte vor allem die Steigerung der Handelsdichte sein, um so ein attraktives Einkaufsangebot mit urbanem Flair zu schaffen und leerstehende Ladengeschäfte einer Nachnutzung zuzuführen. Dies gilt insbesondere für die Hauptlage.

Die Attraktivität der Altstadt spiegelt sich darüber hinaus aber auch im Zusammenwirken städtebaulicher und funktionaler Aspekte wider, die über die reine Handelsfunktion hinausreichen. Insofern muss die Altstadt als identifikationsstiftendes Zentrum wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen mit entsprechenden Synergieeffekten zwischen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie verstanden werden. Nutzungsdichte und -vielfalt sowie ein ansprechendes Ambiente mit hoher Aufenthaltsqualität sind die Voraussetzung für eine lebendige Altstadt mit hoher Besucherfrequenz.

Die Stadtverwaltung kann hierzu einen Beitrag leisten, indem Ansiedlungs- und Entwicklungsvorhaben gezielt in den zentralen Versorgungsbereich gelenkt werden. Der Einzelhandel ist wiederum dazu aufgerufen, die Attraktivität der Altstadt durch einen qualitätsvollen Marktauftritt zu befördern.

Grundsätzlich sollte in einem zentralen Versorgungsbereich ein breites Warenspektrum im lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten werden. Hierzu gehören auch nahversorgungsrelevante Sortimente. Neben dem bestehenden Angebot einer Bäckereifiliale, zwei Metzgereibetrieben und einem Getränkemarkt wäre auch die Ansiedlung eines Lebensmittel- und Drogeriemarktes wünschenswert. Hierzu bedarf es jedoch Flächengrößen, die innerhalb des kleinteiligen und historischen Siedlungskerns kaum verfügbar sind.

Lediglich im Westen der Altstadt könnte durch bauliche Eingriffe ein Areal geschaffen werden, auf dem auch größerflächige Vorhaben realisiert werden könnten. Bereits im Jahr 2007 wurden entsprechende Projektzeichnungen, Varianten und Visualisierungen entworfen. Die intensiven Vermarktungsbemühungen zur Ansiedlung eines Verbrauchermarktes auf dieser Fläche sind jedoch gescheitert. Es hat sich gezeigt, dass die rückwärtige und gefangene Lage bei keinem der in Frage kommenden Lebensmittelmärkte zeitgemäßen Standortanforderungen entspricht.



- ➔ Die Handelseignung des zentralen Versorgungsbereiches in Vilseck beschränkt sich somit auf eher kleinflächige Betriebsgrößen. Flächenpotenziale, die hinsichtlich der Lage, Größe und Erreichbarkeit den Standortanforderungen zeitgemäßer Lebensmittelmärkte entsprechen, können nicht identifiziert werden.

### 9.3 Entwicklungsräume des Einzelhandels

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches werden in Anlehnung an ein Zentren- bzw. Nahversorgungskonzept weitere Entwicklungsräume des Einzelhandels dargestellt und eine arbeitsteile Funktionszuordnung vorgenommen. Diese orientiert sich zwar am vorhandenen Bestand sowie der Lagequalität der Standorträume, spiegelt aber auch planerische Entwicklungsziele wider. **Ziele** der zukünftigen Handelsentwicklung sollten sein:

- Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Handelsfunktion,
- Erhalt bzw. Ausbau einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung,
- Erhalt einer funktionalen Arbeitsteilung der Standorträume,
- Sicherung und Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung und den Nahbereich.

Auf Grundlage der Analyseergebnisse, der vorgenannten Ziele sowie städtebaulicher und funktionaler Gesichtspunkte sollte die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Vilseck innerhalb der bereits vorgeprägten Standorträume, unter Berücksichtigung der jeweiligen funktionalen Eignung, erfolgen (vgl. Abb. 40).

#### **Altstadt / Zentraler Versorgungsbereich:**

Die Altstadt eignet sich grundsätzlich als Standortraum für Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Die kleinteilige Struktur des historisch gewachsenen Siedlungskerns beschränkt realisierbare Betriebsgrößen jedoch. Wie die gescheiterten Bemühungen zum „Verbrauchermarkt Altstadt West“ gezeigt haben (vgl. Kap. 9.2), sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches keine Flächenpotenziale vorhanden, die die Ansiedlung größerflächigen Handels ermöglichen würden und zugleich dessen Anforderungen entsprechen. Insofern beschränkt sich die Handelseignung auf überwiegend kleinteilige Betriebsstrukturen. Entwicklungsziel sollte daher die Sicherung des bestehenden Grundversorgungsangebotes sowie der Erhalt und Ausbau des Handels mit zentrenrelevanten Sortimenten sein.

#### **Gewerbegebiet Mittlere Lohe:**

Das Gewerbegebiet Mittlere Lohe liegt nordwestlich der Bahnlinie und damit auf der dem Wohnen abgewandten Seite des Siedlungsgefüges, ohne unmittelbaren Bezug zur Altstadt. Das Gewerbegebiet ist Standort größerflächiger Betriebe ohne Zentrenrelevanz (Küchenstudio, Bau- und Gartenmarkt), einer flächenintensiven Gärtnerei sowie des Lebensmittelvollversorgers REWE. Insofern werden an diesem Standort auch grundversorgungsrelevante Sortimente angeboten.

In der POS-Erhebung konnte festgestellt werden, dass REWE im Vergleich zu EDEKA einen deutlich höheren Umsatz- und Kundenanteil durch Angehörige der US Armee sowie von Auswärtigen verzeichnet, während sich die Vilsecker Bevölkerung zu einem höheren Anteil bei den Lebensmittelmärkten im wohnortnahen Standortraum Amberger Straße / Schlichter Straße versorgt (dies belegt auch die Haushaltsbefragung: Von der Bevölkerung wurde EDEKA im Zusammenhang mit dem letzten Einkauf deutlich häufiger als REWE aufgesucht).

Funktional richtet sich der Lebensmittelmarkt im Gewerbegebiet Mittlere Lohe aufgrund seiner Nähe zum Südlager im Truppenübungsplatz sowie zum Verkehrsknoten der Staatsstraße 2166, 2123 und 2120 tendenziell eher an autoorientierte und rein auf Grundversorgung ausgerichtete Einkaufsfahrten aus dem Umland. Diese Versorgungsfahrten werden damit bereits am Stadtrand abgefangen und entsprechende Verkehrsaufkommen in der Stadt vermieden. Aufgrund der eingeschränkten Nahversorgungsfunktion sollte ein weiterer Ausbau mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten an diesem Standort jedoch vermieden werden.

Handelseignung besteht für größerflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Entwicklungsziel ist die funktionale Ergänzung des Einzelhandels in Vilseck für größerflächige Vorhaben ohne Zentrenrelevanz sowie für gewerbeabhängige Verkaufsstätten (z.B. Kfz-Zubehör in einem Autohaus).

### **Amberger Straße / Schlichter Straße:**

Der Standortraum liegt westlich im unmittelbaren Anschluss zur Altstadt bzw. zwischen dem Hauptort Vilseck und dem rd. 1.000 Einwohner zählenden Ortsteil Schlicht. Insofern kann dieser Standortraum eine Nahversorgungsfunktion für den Hauptort und den Ortsteil übernehmen:

- wesentliche Anteile der Wohnbevölkerung und der Altstadt werden in fußläufig akzeptierten Distanzen erreicht,
- durch die Haltestellen Milchhof und Vorstadt besteht eine gute Anbindung an den ÖPNV,
- mit den Lebensmittelmärkten EDEKA und Netto, einem Getränkemarkt und einer Apotheke besteht bereits eine entsprechende funktionale Prägung,
- durch den unmittelbaren Anschluss zur Altstadt kann der Standortraum eine funktionale Ergänzung des zentralen Versorgungsbereiches mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in größerflächigen Betrieben übernehmen.

Entwicklungsziel sollte die Ausbildung eines umfangreich sortierten Angebotes mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und zeitgemäßen Betriebsgrößen sein. D.h., das für Lebensmittel und Drogeriewaren berechnete Ausbaupotenzial sollte in Vilseck an diesem Standort realisiert werden, sofern dafür keine geeigneten Flächen im zentralen Versorgungsbereich nachgewiesen werden können (derzeit der Fall). Ergänzend weist der Standort auch Eignung für größerflächige Betriebe ohne zentrenrelevante Hauptsortimente auf.

Zur Vervollständigung des Grundversorgungsangebotes im Standortraum Amberger Straße / Schlichter Straße wäre die Ansiedlung eines Drogeriemarktes wünschenswert. Im Falle der geplanten Standortverlagerung des Netto-Marktes (vgl. Kapitel 9.5.1) sollte dafür der Altstandort genutzt werden, der hinsichtlich der Verkaufsfläche dem für Drogeriewaren berechneten Ausbauspielraum von rd. 500 m<sup>2</sup> entspricht. Der Gefahr einer Brache könnte so begegnet und die Versorgungsqualität in wohnort- und altstadtnähe deutlich verbessert werden. Insofern wird der Stadt Vilseck empfohlen, sich intensiv um die Ansiedlung eines Drogeriemarktes an diesem Standort zu bemühen. Andere Standorte im Raum Amberger Str. / Schlichter Str. sollten ausschließlich dann in Betracht gezogen werden, wenn dieser Standort

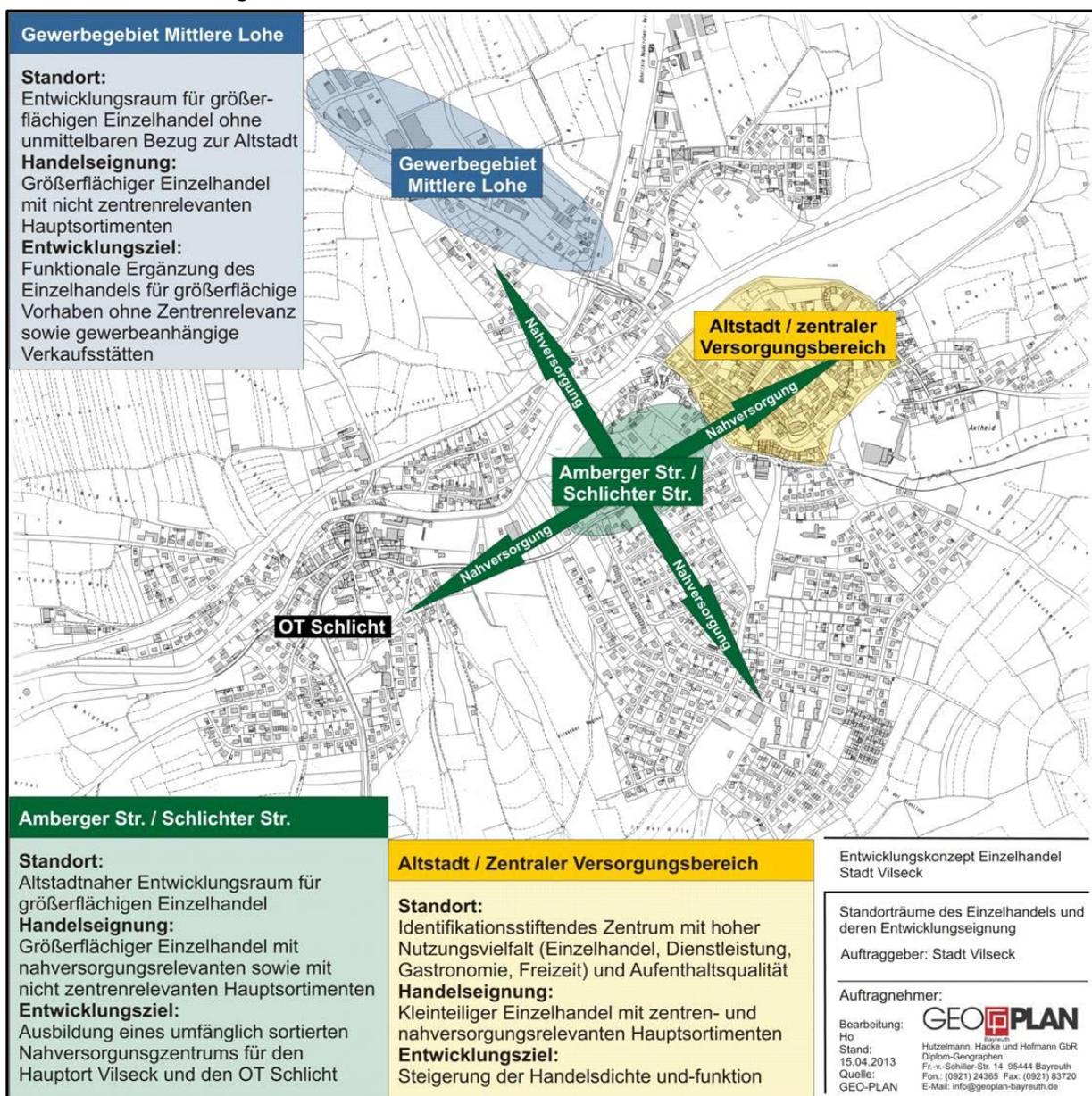
nach der Nutzungsaufgabe von Netto nachweislich nicht mehr verfügbar sein sollte (Privateigentum).

**Fazit:**

In der Zusammenschau ergibt sich für die Stadt Vilseck eine dreigliedrige Struktur von Einzelhandels- und Entwicklungsräumen mit funktionaler Arbeitsteilung:

- Altstadt / zentraler Versorgungsbereich: kleinteiliger, zentrenrelevanter Handel
- Gewerbegebiet Mittlere Lohe: größerflächiger, nicht zentrenrelevanter Handel
- Amberger Str. / Schlichter Str.: größerflächiger, nahversorgungsrelevanter Handel

Abb. 40: Entwicklungsräume des Einzelhandels in Vilseck



Quelle: GEO-PLAN 2012/13

## **9.4 Grundsätze zur räumlichen und sortimentspezifischen Handelsentwicklung**

Ausgehend von den Entwicklungsräumen und deren funktionaler Handelseignung sollten zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels folgende Grundsätze Anwendung finden:

### **Einzelhandel mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne Nahversorgungsrelevanz)**

Die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollte vorrangig im zentralen Versorgungsbereich erfolgen und Ansiedlungen außerhalb nur dann in Betracht gezogen werden, wenn dort ein Fehlen geeigneter Entwicklungsflächen nachgewiesen werden kann und keine schädlichen Auswirkungen auf diesen zu erwarten sind. Sie sind dann auf städtebaulich integrierte und bestenfalls bereits entwickelte Standorte zu lenken (z.B. Amberger Str. / Schlichter Str.). Städtebaulich nicht integrierte Lagen sind auszuschließen.

### **Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten**

Die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sollte an städtebaulich integrierten und bereits entwickelten Standorten mit hohem Bezug zur Wohnbevölkerung erfolgen (Amberger Str. / Schlichter Str.). Städtebaulich nicht integrierte Standorte sind auszuschließen.

Das Angebot der Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten umfasst meist auch einem der Betriebstypik entsprechenden Anteil von zentrenrelevanten Randsortimenten. Bei Lebensmittelmärkten liegt dieser Anteil meist deutlich unter 20%. Marktübliche Größenordnungen von Lebensmittelmärkten liegen bei Discountern zwischen 800 bis 1.200 m<sup>2</sup> bei Vollsortimentern zwischen 1.200 bis 1.800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche. Sofern diese Größenordnungen nicht überschritten werden, können zentrenrelevante Randsortimente grundsätzlich als nicht strukturprägend eingestuft werden. Von schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich ist dann nicht auszugehen. Bei Überschreiten der genannten Größenordnungen wird eine Verträglichkeitsanalyse angeraten.

### **Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten**

Zunächst sollte auch bei Betrieben mit diesem Warenspektrum eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich geprüft werden, da auch diese Betriebe eine Attraktivitätssteigerung für den Standort bewirken können. Im Weiteren gilt es, derartige Ansiedlungen an bereits mit Handel entwickelte und städtebaulich integrierte Lagen zu lenken (Gewerbegebiet Mittlere Lohe).

Ansiedlungen außerhalb dieser Lagen sollten nur dann zugelassen werden, wenn dort keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen oder für diese andere, vorrangige Entwicklungsziele bestehen. Bei Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sollten zentrenrelevante Randsortimente nur dann zulässig sein, wenn dies der Betriebstypik bzw. der branchenüblichen Sortimentszusammensetzung entspricht (z.B. GPK bei Möbelhäusern). Eine wirksame Beschränkung der zentrenrelevanten Sortimente (z.B. maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche und maximal 300 m<sup>2</sup>) ist im Einzelfall zu prüfen.

### **Gewerbeanhängige Verkaufsstätten, Fabrikverkäufe**

Gewerbe- und Handwerksbetriebe mit anhängigen Verkaufsstätten finden sich meist in den klassischen Gewerbe- oder Industriegebieten. Im Rahmen des sog. „Handwerkerprivilegs“ sollte die Zulässigkeit gewerbeanhängiger Verkaufsflächen auch weiterhin gesichert, jedoch im Sinne einer Ausnahmeregelung reglementiert werden. Das bedeutet, dass eine Zulassung nur dann gewährt werden sollte, wenn bei der Verkaufsstätte und den angebotenen Sortimenten ein eindeutiger Bezug zum Hauptbetrieb gegeben ist (z.B. Kfz-Zubehör in Autohäusern). Zulässige Sortimente und Größe der Verkaufsfläche sollten im Einzelfall möglichst exakt definiert werden.

## 9.5 Bewertung der Entwicklungsvorhaben Netto und EDEKA

Die am Standort Vilseck ansässigen Lebensmittelmärkte Netto und EDEKA planen Erweiterungen ihrer Verkaufsflächen. Im Falle von Netto wäre dies mit einer Verlagerung des derzeitigen Standortes verbunden. Im Rahmen des vorliegenden Entwicklungskonzeptes erfolgt eine Einordnung der Vorhaben hinsichtlich ihrer Tragfähigkeit und Übereinstimmung mit den Zielen der Einzelhandelsentwicklung in Vilseck.

### 9.5.1 Entwicklungsvorhaben Netto

In der Schlichter Straße 2a besteht ein Netto-Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 540 m<sup>2</sup>. Geplant ist eine Standortverlagerung in die rd. 170 m entfernt liegende Schlichter Straße 12, verbunden mit einer Betriebsvergrößerung auf rd. 1.150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (inkl. Backshop).

Es erfolgt eine Bewertung des Vorhabens nach folgenden Aspekten:

- Betriebsgröße und Standort
- Vorhabenstandort
- Quantitative Tragfähigkeit des Vorhabens
- Auswirkungen auf die örtliche Wettbewerbssituation

#### **Betriebsgröße und Standort**

Die Filialgröße entspricht mit rd. 540 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht mehr dem üblichen Marktauftritt von Netto. Einschließlich 33 Kundenparkplätzen umfasst der aktuelle Standort ca. 1.950 m<sup>2</sup>. Die aktuellen Standortanforderungen von Netto liegen bei rd. 4.000 m<sup>2</sup> Grundstücksfläche und 60 bis 100 objekt eigenen Kundenparkplätzen. Die Parkflächen liegen rückwärtig hinter dem Markt in einer Art Innenhof und sind von außen nicht einsehbar. Die Stellplatzanordnung ist dem verwinkelten Flächenzuschnitt angepasst und erfordert zumeist komplizierte Rangiermanöver. Ebenso verwinkelt stellt sich die Zufahrt dar (vgl. Abb. 41).

- ➔ Die beengte Laden- und Parksituation spiegeln sich auch in den Ergebnissen der Haushaltsbefragung wider. In Verbindung mit dem letzten Einkauf wurden die anderen Lebensmittelmärkte (EDEKA, REWE) deutlich häufiger aufgesucht. Der Markt hat somit nur eine nachgeordnete Versorgungsfunktion und entspricht dem von den Kunden gewünschten Angebotsmix von Vollversorgern und Discountern nur eingeschränkt.
- ➔ Eine Erweiterung des Marktes ist am derzeitigen Standort nicht möglich. Auf die angrenzenden Flächen hinter dem Scheunenriegel besteht kein Zugriff. Insofern ist das Verlagerungsbegehren von Netto nachvollziehbar.

Abb. 41: Standort Netto-Markt Vilseck; Schlichter Straße 2a



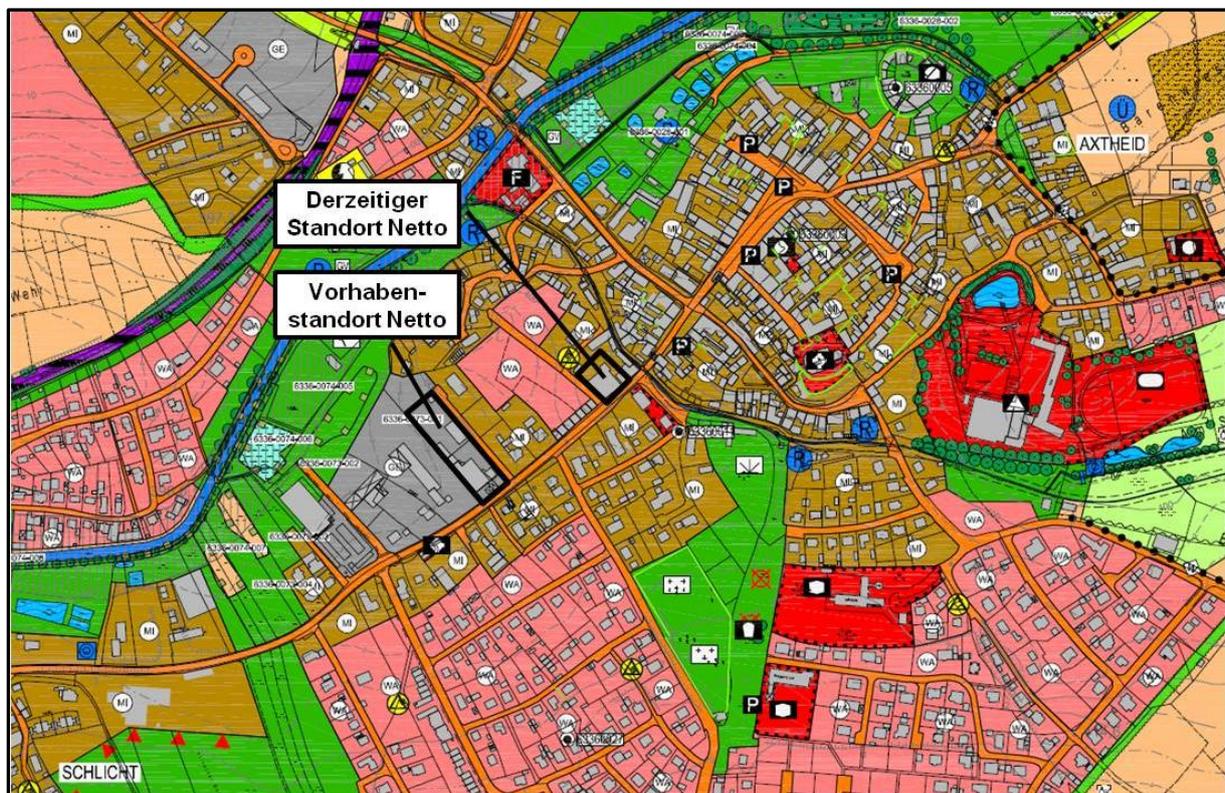
Fotos: GEO-PLAN, 2012/13

### Vorhabenstandort

Der Vorhabenstandort ist als Gewerbegebiet ausgewiesen. In Richtung Altstadt grenzt ein Mischgebiet an. Derzeit noch unbebaute Flächen zwischen dem Vorhabenstandort und der Altstadt sind als Allgemeines Wohngebiet ausgewiesen worden. Insofern ist zu erwarten, dass nördlich der Schlichter Straße Wohnfunktion anschließen wird. Südlich des Standortes, auf der gegenüberliegenden Seite der Schlichter Straße, wird ebenfalls unmittelbar Wohnbevölkerung in einem Misch- bzw. Wohngebiet erreicht. Westlich des Standortes setzt sich das Gewerbegebiet bis zum EDEKA-Markt fort. (vgl. Abb. 42).

- ➔ Aus den Darstellungen des Flächennutzungsplanes ist deutlich erkennbar, dass sich der Vorhabenstandort in dem im Zusammenhang bebauten Hauptort befindet bzw. unmittelbar an diesen anschließt und für wesentliche Anteile der Wohnbevölkerung eine Nahversorgungsfunktion übernehmen kann.

Abb. 42: Abgrenzung des Vorhabenstandortes Netto im FNP



Quelle: Stadt Vilseck; Hervorhebungen: GEO-PLAN 2012/13

Der Standort selbst umfasst die Flurnummern 665/6, 665/12 und 665/13. Auf dieser Fläche befinden sich derzeit noch die Gebäude einer Tankstelle. Durch die Ansiedlung des Netto-Marktes würde eine funktionale Aufwertung des Areals erreicht. Die Detailplanung kann der Projektskizze (vgl. Abb. 43) entnommen werden.

Abb. 43: Projektskizze Vorhaben Netto

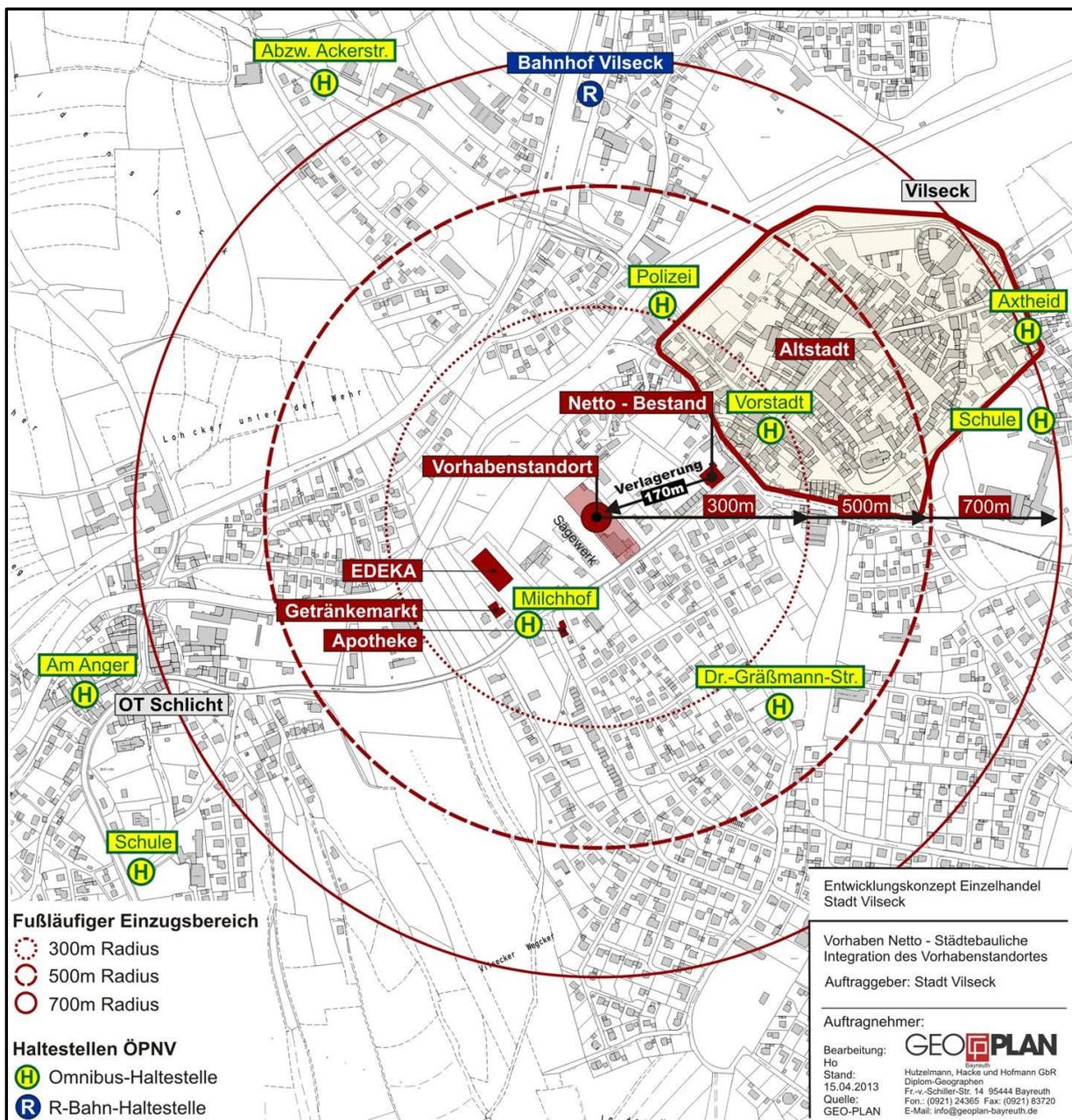


Quelle: Ratisbona Holding GmbH & Co. KG Regensburg

Der Vorhabenstandort befindet sich rd. 170 m vom derzeitigen Standort entfernt und stellt innerhalb des Standortraumes Amberger Str. / Schlichter Str. die zur Altstadt nächstliegende Fläche mit Handelseignung dar (vgl. Abb. 44).

- ➔ Die Lage des Vorhabens entspricht dem Entwicklungsziel, diesen Standortraum als Nahversorgungszentrum auszubauen. Innerhalb des Standortraumes bestehen bereits ein Vollsortimenter, ein Getränkemarkt und eine Apotheke, die unmittelbar durch die Haltestelle Milchhof an den ÖPNV angebunden sind. Die Distanz von der Haltestelle zum Vorhabenstandort beträgt rd. 170 m. Innerhalb eines 300 m Radius befinden sich noch eine weitere, innerhalb von 500 m noch weitere zwei Haltestellen. Für den Einkaufsverkehr ist somit eine gute Erschließung durch den ÖPNV gegeben (vgl. Abb. 44).

Abb. 44: Städtebauliche Integration des Vorhabenstandortes Netto



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung und Darstellung 2012/13

Für eine fußläufig erreichbare Nahversorgung wird im Allgemeinen ein Radius von 500 m bis 700 m um den Objektstandort gelegt. Innerhalb dieser Distanz ist davon auszugehen, dass der Standort in einer Gehzeit von etwa 10 Minuten erreichbar ist.

- ➔ Der Radius von 500 m um den Vorhabenstandort umfasst wesentliche Teile der Altstadt und der Wohnbevölkerung. Ein Radius von 700 m schließt die Altstadt vollständig ein und erreicht Wohnbevölkerung im Ortsteil Schlicht. Insofern kann der Standort Nahversorgungsfunktion für den Hauptort und den Ortsteil übernehmen. Die Altstadt ist fußläufig erreichbar. Der Altstadtrand (Hafnertor) liegt rd. 230 m entfernt (vgl. Abb. 44).
- ➔ Der Vorhabenstandort erfüllt alle wesentlichen Kriterien einer funktionalen städtebaulichen Integration und ist somit grundsätzlich für das Entwicklungsvorhaben geeignet.

### Quantitative Tragfähigkeit des Vorhabens

Mit der Standortverlagerung des Netto-Marktes ist eine Vergrößerung der Verkaufsfläche von derzeit rd. 540 m<sup>2</sup> auf dann rd. 1.050 m<sup>2</sup> (inkl. Backshop) vorgesehen. Anhand der bei zahlreichen Bestandserhebungen festgestellten Sortimentsstruktur kann davon ausgegangen werden, dass von der Verkaufsfläche des neuen Marktes etwa 70% auf Food-Sortimente, 20% auf Getränke und 10% auf Non-Food-Sortimente entfallen. Insofern ergibt sich in der Bilanz des Vorhabens eine Verkaufsflächenmehrung von rd. 310 m<sup>2</sup> bei Lebensmitteln und rd. 150 m<sup>2</sup> bei Getränken (vgl. Tab. 15).

Tab. 15: Verkaufsflächenbilanz Vorhaben Netto

Betrieb	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )			
	Gesamt	Lebensmittel	Getränke	Non-Food
Netto Bestand *	540	430	60	50
Netto Planung **	1.050	740	210	100
<b>Bilanz</b>	<b>+ 510</b>	<b>+ 310</b>	<b>+ 150</b>	<b>+ 50</b>

Quelle: GEO-PLAN: \* Bestandserhebung 2012; \*\* übliche Sortimentsstruktur

Für Lebensmittel beläuft sich der derzeitige Sollumsatz aller Betriebe in Vilseck auf insgesamt rd. 8,3 Mio. €. Davon entfallen rd. 7,3 Mio. € auf die drei Lebensmittelmärkte und weitere 1,0 Mio. € auf die übrigen Anbieter (Ladenhandwerk).

Auf der Basis von Zielbindungsquoten, die bei einem angemessenen Angebot in Vilseck realistisch erreicht werden können und sollten, ergibt sich für Lebensmittel ein bindungsfähiges Umsatzpotenzial von rd. 11 Mio. €. Aus der Differenz von Sollumsatz und bindungsfähigem Umsatzpotenzial ergibt sich ein Spielraum von rd. 2,7 Mio. €, der für Ausbauprojekte im Sortiment Lebensmittel genutzt werden kann.

Durch das Vorhaben von Netto ist eine zusätzliche Verkaufsfläche für Lebensmittel von rd. 310 m<sup>2</sup> und ein zusätzlicher Umsatz zwischen

- rd. 1,2 Mio. € (Basis: Ø Raumleistung Netto: 3.830 €/m<sup>2</sup> p.a.; Quelle: EHI 2009/10) und
- rd. 1,5 Mio. € (Basis: Ø Raumleistung Discounter: 4.700 €/m<sup>2</sup> p.a.; Quelle: BBE 2010)

zu erwarten. Dies liegt deutlich unterhalb des für Ausbauprojekte berechneten, zusätzlich bindungsfähigen Umsatzpotenzials von rd. 2,7 Mio. €.

- ➔ Das Vorhaben liegt innerhalb des berechneten Ausbauspielraumes für Lebensmittel, ohne dieses vollständig auszuschöpfen.
- ➔ Für Getränke konnte in Vilseck zwar kein Ausbaubedarf festgestellt werden. Ein Grundangebot für Getränke entspricht jedoch der Betriebstypik von Lebensmittelmärkten. Negative Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstrukturen sind durch eine zusätzliche Verkaufsfläche von rd. 150 m<sup>2</sup> nicht zu erwarten.

### **Auswirkungen auf die örtliche Wettbewerbssituation**

Es ist davon auszugehen, dass durch einen Angebotsausbau und der damit einhergehenden Attraktivierung des Angebotes im Lebensmitteldiscount eine höhere Bindung lokalen und regionalen Umsatzpotenzials erreicht wird. Umsatzverlagerungen zu Lasten bestehender Betriebe sind nicht in wesentlichem Umfang zu erwarten, da sich der Wettbewerb vorrangig an Anbieter vergleichbarer Angebots- und Distributionsformen richten würde. EDEKA und REWE stehen als Vollsortimenter jedoch nicht im unmittelbaren Wettbewerb zum discountorientierten Angebot von Netto. Auch die Altstadt bzw. der zentrale Versorgungsbereich wird davon kaum berührt, da Lebensmittel dort nur in Bäcker- und Metzgereibetrieben angeboten werden.

### **Gesamtbewertung**

Die geplante Vergrößerung der Verkaufsfläche sowie die dafür notwendige Standortverlagerung des Netto-Marktes werden in erster Linie als Maßnahme zur Sicherung des Standortes Vilseck und zur Darbietung eines zeitgemäßen Marktauftrittes verstanden. Insofern entspricht das Vorhaben dem Entwicklungsziel, die zentralörtliche Grundversorgungsfunktion der Stadt Vilseck für ihre eigene Bevölkerung und den Nahbereich zu stärken.

Der Vorhabenstandort liegt in einem Raum, dessen Funktion als altstadt- und wohnortnaher Grundversorgungsstandort gezielt gestärkt werden soll. Innerhalb dieses Raumes stellt der Vorhabenstandort die zur Altstadt nächstliegende Fläche mit Handelseignung dar. Der Standort kann Nahversorgungsfunktion für wesentliche Anteile der Wohnbevölkerung und die Altstadt übernehmen. Insofern entspricht das Vorhaben dem Entwicklungsziel der Sicherung und des Ausbaus einer wohnort- und zentrumsnahen Grundversorgung.

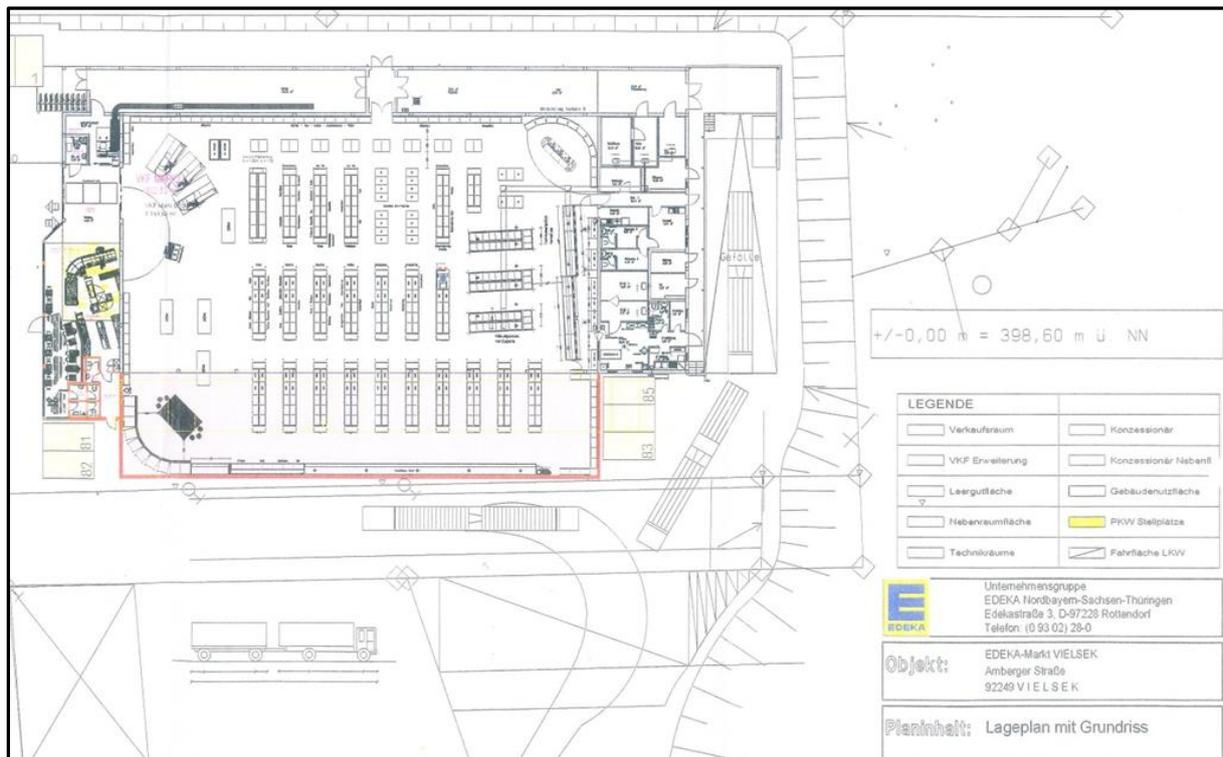
Zu einem umfangreich sortierten Lebensmittelangebot gehört neben den Vollsortimentern (EDEKA und REWE) auch ein zeitgemäßer Discounter. Mit den Vorhaben von Netto kann dieser wünschenswerte Betriebstypenmix langfristig für die Stadt Vilseck gesichert werden. Zudem lenken attraktive Lebensmitteldiscounter regionale Kaufkraft auf sich. Es ist somit von einer erhöhten Bindung lokaler und regionaler Kaufkraft in Vilseck auszugehen. Im Vergleich zu den Hard-Discountern (Aldi, Lidl) ist der Verkaufsflächenanteil für zentrenrelevante Non-Food-Sortimente beim Soft-Discounter Netto deutlich geringer. Insofern wird dadurch ein unerwünschtes Wachstum zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der Altstadt vermieden.

- ➔ Von dem Vorhaben sind keine schädlichen Auswirkungen auf schützenswerte Bereiche und Versorgungsstrukturen anzunehmen. Es trägt vielmehr zur Sicherung eines wohnortnahen Grundversorgungsangebotes sowie zur Stärkung der zentralörtlichen Funktion der Stadt Vilseck bei und entspricht wesentlichen Zielen der Einzelhandelsentwicklung in Vilseck.

### 9.5.2 Entwicklungsvorhaben EDEKA

In der Amberger Straße 2 besteht ein EDEKA-Markt mit integriertem Backshop in der Vorkassenzone. Die Verkaufsfläche von EDEKA beträgt 1.151 m<sup>2</sup>, die des Backshops rd. 50 m<sup>2</sup>. Geplant ist eine Erweiterung der EDEKA-Verkaufsfläche um 451 m<sup>2</sup> auf dann 1.602 m<sup>2</sup> am derzeitigen Standort. Nach dem Kenntnisstand der Stadt Vilseck wird die zusätzliche Verkaufsfläche weniger zur Sortimentserweiterung, sondern vielmehr für den Umbau zu einem Markt der Generationen benötigt. Dies bedeutet breitere Gänge und niedrigere Regale für eine übersichtlichere und dem demographischen Wandel angepasste Warenpräsentation.

Abb. 45: Projektskizze Vorhaben EDEKA



Quelle: Unternehmensgruppe EDEKA Nordbayern\_Sachsen-Thüringen; Rottendorf

Es erfolgt eine Beurteilung des Vorhabens nach folgenden Aspekten:

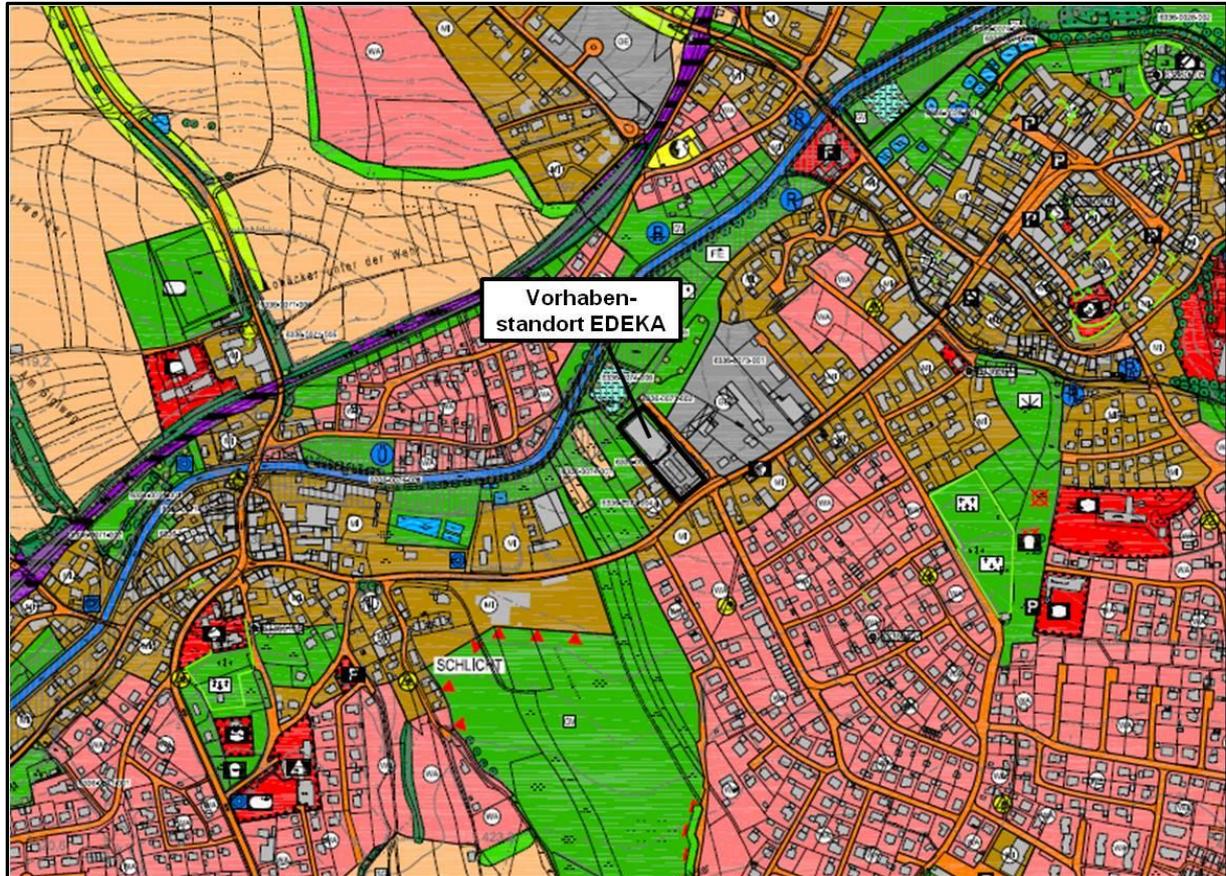
- Vorhabenstandort
- Quantitative Tragfähigkeit des Vorhabens
- Auswirkungen auf die örtliche Wettbewerbssituation

#### Vorhabenstandort

Der EDEKA-Markt liegt zwischen dem Ortsteil Schlicht und der Vilsecker Altstadt in einem Gewerbegebiet. In Richtung Altstadt setzt sich das Gewerbegebiet rd. 180 m weit bis zur Tankstelle fort und schließt an ein Misch- bzw. Wohngebiet an. In Richtung Schlicht grenzt ein Mischgebiet an, danach folgt ein Grüngürtel, der die Siedlungsräume Schlicht und Vilseck trennt und erhalten werden soll. Südlich des Standortes, auf der gegenüberliegenden Seite der Amberger Straße wird unmittelbar Wohnbevölkerung in einem Misch- bzw. Wohngebiet erreicht (vgl. Abb. 460).

- ➔ Aus den Darstellungen des Flächennutzungsplanes ist deutlich ablesbar, dass der Vorhabenstandort in baulichem Zusammenhang mit dem Hauptort und dessen Wohngebieten steht.

Abb. 46: Abgrenzung des Vorhabenstandortes EDEKA im FNP



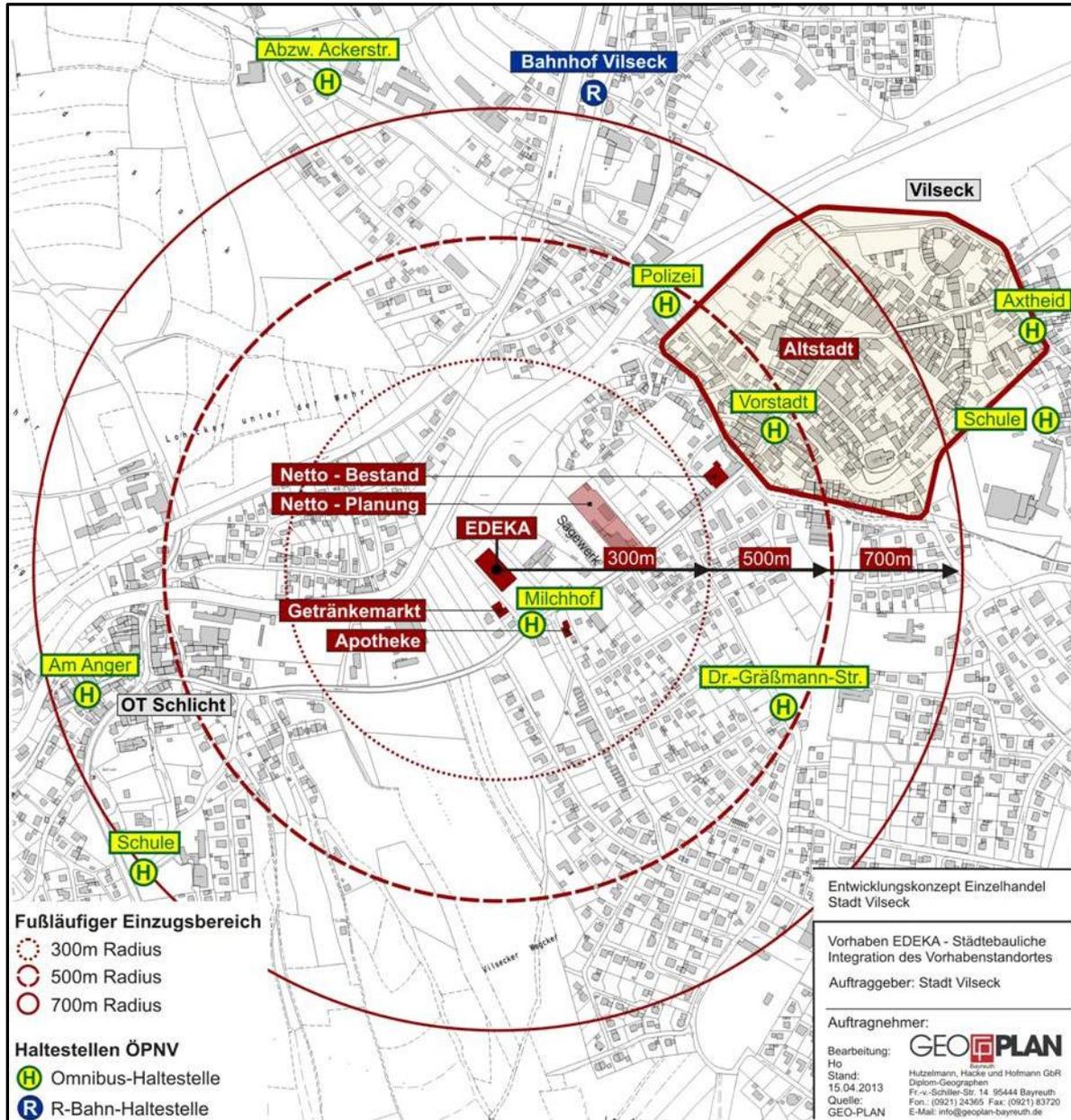
Quelle: Stadt Vilseck; Hervorhebungen: GEO-PLAN 2012/13

Für eine fußläufig erreichbare Nahversorgung wird im Allgemeinen ein Radius von 500 m bis 700 m um den Objektstandort gelegt. Innerhalb dieser Distanz ist davon auszugehen, dass der Standort in einer Gehzeit von etwa 10 Minuten erreichbar ist.

- ➔ Der Radius von 500 m bzw. 700 m um den Vorhabenstandort erreicht wesentliche Anteile der Altstadt, der Wohnbevölkerung des Hauptortes sowie des Ortsteils Schlicht. Insofern kann der Standort eine Nahversorgungsfunktion für den Hauptort und den Ortsteil übernehmen. Die Altstadt ist fußläufig erreichbar. Der Altstadtrand (Hafnertor) liegt rd. 400 m entfernt (vgl. Abb. 47).
- ➔ Die Lage des Vorhabens entspricht grundsätzlich dem Entwicklungsziel, diesen Standortraum als Nahversorgungszentrum für den Hauptort Vilseck und den Ortsteil Schlicht auszubauen. Unmittelbar am Standort bestehen ein Getränkemarkt und eine Apotheke. Der Standort ist durch die Haltestelle Milchhof direkt an den ÖPNV angebunden. Innerhalb eines 500 m Radius befinden sich noch drei weitere Haltestellen. Für den Einkaufsverkehr ist somit eine gute Erschließung durch den ÖPNV gegeben (vgl. Abb. 47).

➔ Der Vorhabenstandort liegt am Siedlungsrand des Hauptortes Vilseck, erfüllt dort jedoch, wie dargelegt, wesentliche Kriterien einer funktionalen städtebaulichen Integration und ist somit grundsätzlich für das Entwicklungsvorhaben geeignet.

Abb. 47: Städtebauliche Integration des Vorhabenstandortes EDEKA



Quelle: GEO-PLAN, eigene Erhebung und Darstellung 2012/13

### Quantitative Tragfähigkeit des Vorhabens

Das Vorhaben sieht eine Flächenmehrung von rd. 450 m<sup>2</sup> auf dann insgesamt rd. 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vor. Anhand der bei zahlreichen Bestandserhebungen festgestellten Sortimentsstruktur kann davon ausgegangen werden, dass von der Verkaufsfläche des vergrößerten Marktes etwa 70% auf Food-Sortimente, 15% auf Getränke und 15% auf Non-Food-Sortimente entfallen. Insofern ergibt sich in der Bilanz des Vorhabens eine Verkaufsflächenmehrung von rd. 280 m<sup>2</sup> bei Lebensmitteln und rd. 60 m<sup>2</sup> bei Getränken (vgl. Tab. 16).

Tab. 16: Verkaufsflächenbilanz Vorhaben EDEKA

Betrieb	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )			
	Gesamt	Lebensmittel	Getränke	Non-Food
EDEKA Bestand *	1.150	840	180	130
EDEKA Planung **	1.600	1.120	240	240
<b>Bilanz</b>	<b>+ 450</b>	<b>+ 280</b>	<b>+ 60</b>	<b>+ 110</b>

Quelle: GEO-PLAN: \* Bestandserhebung 2012; \*\* übliche Sortimentsstruktur

Für Lebensmittel beläuft sich der derzeitige Sollumsatz aller Betriebe in Vilseck auf insgesamt rd. 8,3 Mio. €. Davon entfallen rd. 7,3 Mio. € auf die drei Lebensmittelmärkte und weitere 1,0 Mio. € auf die übrigen Anbieter (Ladenhandwerk).

Auf der Basis von Zielbindungsquoten, die bei einem angemessenen Angebot in Vilseck realistisch erreicht werden können und sollten, ergibt sich für Lebensmittel ein bindungsfähiges Umsatzpotenzial von rd. 11 Mio. €. Aus der Differenz von Sollumsatz und bindungsfähigem Umsatzpotenzial ergibt sich ein Spielraum von rd. 2,7 Mio. €, der für Ausbauvorhaben im Sortiment Lebensmittel genutzt werden kann.

Durch das Vorhaben von EDEKA ist eine zusätzliche Verkaufsfläche für Lebensmittel von rd. 280 m<sup>2</sup> und ein zusätzlicher Umsatz von rd. 1,0 Mio. € zu erwarten (Basis: Ø Raumleistung Supermärkte: 3.700 €/m<sup>2</sup> p.a.; Quelle: BBE 2010). Dies liegt deutlich unterhalb des für Ausbauvorhaben berechneten, zusätzlich bindungsfähigen Umsatzpotenzials von rd. 2,7 Mio. €.

- ➔ Die Berechnungen zeigen, dass das Vorhaben innerhalb des berechneten Ausbauspielraumes für Lebensmittel liegt, ohne dieses vollständig auszuschöpfen.
- ➔ Für Getränke konnte in Vilseck zwar kein Ausbaubedarf festgestellt werden. Ein Grundangebot für Getränke entspricht jedoch der Betriebstypik von Lebensmittelmärkten. Eine unverträgliche Wettbewerbsverschärfung ist durch eine zusätzliche Verkaufsfläche von rd. 60 m<sup>2</sup> nicht zu erwarten.
- ➔ Selbst bei Realisierung des Vorhabens von Netto (zusätzlicher Umsatz: max. rd. 1,5 Mio. € für Lebensmittel) wird das zusätzlich bindungsfähige Umsatzpotenzial von rd. 2,7 Mio. € noch nicht vollständig ausgeschöpft und es kann eine entsprechende Tragfähigkeit für das Vorhaben EDEKA nachgewiesen werden.

### **Auswirkungen auf die örtliche Wettbewerbssituation**

Es ist davon auszugehen, dass durch einen Angebotsausbau und der damit einhergehenden Attraktivierung eine höhere Bindung lokalen und regionalen Umsatzpotenzials erreicht wird. Wesentliche Umsatzverlagerungen zu Lasten bestehender Betriebe sind nicht zu erwarten. Von einer dennoch möglichen Wettbewerbsverschärfung wären allenfalls Anbieter gleicher bzw. ähnlicher Angebots- und Distributionsform betroffen.

In Vilseck ist dies der Vollsortimenter REWE. Vor dem Hintergrund, dass sich EDEKA in einem Standortraum mit bedeutsamer Nahversorgungsfunktion befindet und diese dort gezielt entwickelt werden soll, wäre in der Abwägung durchaus eine maßvolle Wettbewerbsverschärfung in Kauf zu nehmen. Netto steht als sog. Softdiscounter nicht im direkten Wettbewerb zu einem Vollsortimenter. Die Altstadt bzw. der zentrale Versorgungsbereich werden wettbewerbslich von dem Vorhaben kaum berührt, da Lebensmittel dort nur in Bäcker- und Metzgereibetrieben angeboten werden.

➔ Von dem Vorhaben sind keine schädlichen Auswirkungen auf schützenswerte Bereiche bzw. Versorgungsstrukturen in Vilseck zu erwarten.

### **Gesamtbewertung**

Nach derzeitigem Kenntnisstand wird die zusätzliche Verkaufsfläche für den Umbau zu einem Markt der Generationen benötigt, der durch breitere Gänge und niedrigere Regalhöhen eine übersichtlichere und dem demographischen Wandel angepasste Warenpräsentation ermöglichen soll. Vor dem Hintergrund einer zunehmend älter und damit auch eingeschränkt mobiler werdenden Bevölkerung ist dieses Betriebskonzept grundsätzlich begrüßenswert.

Die geplante Modernisierung wird als Maßnahme zur Sicherung und Aufwertung des Standortes Vilseck aufgefasst. Insofern entspricht das Vorhaben dem Entwicklungsziel, die zentralörtliche Grundversorgungsfunktion der Stadt Vilseck für ihre eigene Bevölkerung und den Nahbereich zu stärken.

Der Vorhabenstandort liegt in einem Raum, dessen Funktion als Grundversorgungsstandort gezielt gestärkt werden soll. Als Vollversorger kann EDEKA hier Nahversorgungsfunktion für wesentliche Anteile der Wohnbevölkerung des Hauptortes und des Ortsteils Schlicht übernehmen. Insofern entspricht das Vorhaben dem Entwicklungsziel der Sicherung und des Ausbaus einer wohnortnahen Grundversorgung.

Zur Versorgung der Bevölkerung ist das umfangreich sortierte Angebot eines Vollversorgers wünschenswert. Im Vergleich der Lebensmittel anbietenden Distributionsformen weisen Vollsormenter die höchste Artikelzahl (pro m<sup>2</sup>) an Frischware und Lebensmitteln und zugleich die geringsten Artikelzahlen (pro m<sup>2</sup>) im zumeist zentrenrelevanten Non-Food-Segment auf. Insofern wird dadurch auch ein unerwünschtes Wachstum zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der Altstadt vermieden.

- ➔ Von dem Vorhaben sind keine schädlichen Auswirkungen auf schützenswerte Bereiche und Versorgungsstrukturen anzunehmen. Es trägt zur Sicherung eines wohnortnahen Grundversorgungsangebotes sowie zur Stärkung der zentralörtlichen Funktion der Stadt Vilseck bei und entspricht wesentlichen Zielen der Einzelhandelsentwicklung in Vilseck.

### 9.5.3 Zusammenfassende Bewertung der Entwicklungsvorhaben

Die einzelfallbezogene Beurteilung der Vorhaben hat ergeben, dass jedes für sich mit den Zielen der Handelsentwicklung in Vilseck übereinstimmt und eine entsprechende Tragfähigkeit nachweisbar ist. Im Falle der Realisierung beider Vorhaben würde sich aus den jeweiligen Flächenbilanzen (vgl. Kap. 9.5.1 und 9.5.2) eine Mehrung der Verkaufsfläche von insgesamt 960 m<sup>2</sup> ergeben, wovon rd. 590 m<sup>2</sup> auf Lebensmittel, rd. 210 m<sup>2</sup> auf Getränke und rd. 160 m<sup>2</sup> auf Non-Food-Sortimente entfallen (vgl. Tab. 17).

Tab. 17: Verkaufsflächenbilanz Vorhaben Netto und EDEKA

Betrieb	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )			
	Gesamt	Lebensmittel	Getränke	Non-Food
Netto Bilanz	+ 510	+ 310	+ 150	+ 50
EDEKA Bilanz	+ 450	+ 280	+ 60	+ 110
<b>Bilanz Gesamt</b>	<b>+ 960</b>	<b>+ 590</b>	<b>+ 210</b>	<b>+ 160</b>

Quelle: GEO-PLAN 2012/13

Der infolge der Erweiterungen zusätzlich zu erwartende Umsatz für das Sortiment Lebensmittel liegt bei Netto zwischen 1,2 und 1,5 Mio. € und beträgt bei EDEKA rd. 1,0 Mio. €. In der Summe sind dies rd. 2,2 bis 2,5 Mio. €. Das für Lebensmittel als zusätzlich bindungsfähig berechnete Umsatzpotenzial von rd. 2,7 Mio. € wird damit nicht vollständig ausgeschöpft. Insofern kann Tragfähigkeit für beide Vorhaben nachgewiesen werden.

Der erwartbare Zuwachs an Verkaufsfläche für Getränke und Non-Food-Sortimente entspricht der Betriebstypik von Lebensmittelmärkten. Schädliche Auswirkungen auf schützenswerte Versorgungsstrukturen sind davon ausgehend nicht zu erwarten.

- ➔ Die Vorhabenstandorte liegen räumlich getrennt (Distanz rd. 180 m), verfügen über eigene Erschließungen und jeweils eigene Parkplätze. Zwischen den Standorten befinden sich Flächen mit gewerblicher, jedoch keiner Handelsnutzung und damit mit deutlicher Trennwirkung. Es entsteht somit keine Agglomeration von Handelsbetrieben im unmittelbaren baulichen und funktionalen Zusammenhang. Zudem handelt es sich um Betriebe zwar unterschiedlicher Distributionsform jedoch mit vergleichbarem Hauptsortiment. Eine weitere Ansiedlung von sortimentsergänzenden Handelsbetrieben (z.B. Fachmärkten) erfolgt nicht. Somit erfüllt der Standortraum das Kriterium eines Nahversorgungsraumes, jedoch nicht den eines Fachmarktzentrams.
- ➔ Grundsätzlich sollte bei der Feinplanung der Entwicklungsvorhaben nicht nur auf die Funktionalität sondern auch auf eine städtebaulich ansprechende Gestaltung und qualitätsvolle Architektur geachtet werden.

- ➔ Beide Vorhaben würden die Versorgungsfunktion der Stadt Vilseck als Unterzentrum stärken und liegen in einem Raum, der als altstadt- und wohnortnaher Grundversorgungsstandort entwickelt werden soll. Eine Realisierung würde somit wesentlichen Zielen der Einzelhandelsentwicklung in Vilseck entsprechen, insofern bestehen keine Bedenken gegen die Umsetzung beider Planungen.
  
- ➔ Die landesplanerische Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten mit innenstadtrelevanten Sortimenten von Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs bemisst sich nach der maximal zulässigen Abschöpfungsquote von 25% der sortimentsrelevanten Kaufkraft im Nahbereich. Nach den Ergebnissen dieser Untersuchung ist der Kaufkraft im Nahbereich das darin nicht enthaltene, jedoch in Vilseck gebundene Umsatzpotenzial Angehöriger der US-Armee hinzuzurechnen. Dieses beträgt entsprechend der POS-Erhebung rd. 1,2 bis 1,3 Mio. € für den Lebensmitteleinzelhandel (inkl. Getränke). Für die Vorhaben der Lebensmittelmärkte deutet dies - vorbehaltlich einer differenzierten Prüfung durch die Landesplanung:
  - Netto-Markt: Die geplante Verkaufsfläche von rd. 1.050 m<sup>2</sup> entspricht der zulässigen Abschöpfungsquote.
  - Unter Einbeziehung des US-amerikanischen Umsatzpotenzials entspricht die von Edeka geplante Verkaufsfläche annähernd den Vorgaben der Landesplanung.

## **10 Flankierende Maßnahmen der Einzelhandelsentwicklung**

Qualitative Aspekte der Einzelhandelsentwicklung können planungsrechtlich nicht gesteuert werden. Der Handlungsspielraum der Kommune liegt hier vorwiegend in der attraktiven Gestaltung des öffentlichen Raumes, in der Herstellung einer kundenfreundlichen Innenstadterreichbarkeit für alle Mobilitätsformen, in einer zweckgerecht ausdifferenzierten Bewirtschaftung des Parkraums sowie im Aufbau und Erhalt einer lebhaften, zielführenden und ergebnisorientierten öffentlich-privaten Zusammenarbeit.

Aus den Ortsbegehungen und Befragungen sind für Vilseck folgende Handlungsbedarfe zur Förderung einer positiven Einzelhandelsentwicklung ableitbar. Weitere Anregungen der Bevölkerung, die im Rahmen einer Informations- und Ideenwerkstatt gesammelt wurden, können der Dokumentation dieser Veranstaltung (Anhang) entnommen werden.

### **10.1 Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Altstadt**

Die Analyse hat gezeigt, dass der öffentliche Raum vor allem durch Flächen für den fließenden und ruhenden Verkehr geprägt wird. Stadträume, die zum Flanieren oder einem längeren Aufenthalt einladen, sind deutlich beschränkt. Einzelhandel und Gastronomie wirken in der Folge zurückgezogen, Flächen für Freiluftpräsentationen fehlen weitgehend. Dies hat einen in Teilen unscheinbaren und wenig einladenden Gesamteindruck der Altstadtlagen zum Ergebnis. Zur Aufwertung der Aufenthaltsqualität in der Altstadt werden folgende Ansatzpunkte empfohlen:

- Erweiterung der Flächen für Aufenthalt, Kommunikation, z. B. durch die Anpassung der Stellplatztiefen der Senkrechtstellplätze in der Vorstadt und am Markt,
- Überprüfung des Flächenbedarfs für den ruhenden Verkehr (Parkraumanalyse),
- Belebung der Altstadt durch Veranstaltungen und Märkte,

### **10.2 Parkraummanagement**

Trotz des quantitativ zunächst ausreichenden Parkangebotes in der Altstadt wird ein Parkplatzmangel empfunden (vgl. Abb. 28). Dies lässt den Rückschluss zu, dass zwar ausreichend Stellplätze vorhanden, diese jedoch - trotz der am Markt auf eine Stunde beschränkten Höchstparkdauer - weitgehend von Dauerparkern belegt werden.

Empfohlen wird daher die Einführung und konsequente Umsetzung einer differenzierten Parkraumbewirtschaftung, die sich an den Bedürfnissen der Geschäftstreibenden, der Altstadtbewohner sowie der Kunden bzw. Besucher orientiert. Geschäftsinhaber, deren Beschäftigte und Angestellte der Stadtverwaltung sollten grundsätzlich randlich zur Altstadt gelegene Parkflächen nutzen, um so die Erreichbarkeit für Auswärtige zu verbessern.

### **10.3 Marktauftritt von Einzelhandel und Gastronomie**

#### **Einzelhandel**

Der erste Eindruck ist beim Einzelhandel von maßgeblicher Bedeutung. Die Wahrnehmung durch den Kunden erfolgt zunächst über rein optische Merkmale und Anreize, Angebots- und Servicequalität erfahren erst in zweiter Linie Aufmerksamkeit. Wichtig sind daher eine ansprechende Fassaden-, Schaufenster- und Eingangsgestaltung der Verkaufsräume sowie eine zeitgemäße und attraktive Warenpräsentation.

Bezüglich des Außenauftrittes und der Schaufenstergestaltung ergab die Bestandserhebung z.T. ein deutliches Optimierungspotenzial. Besondere Gestaltungselemente (z.B. Blickfänge) fehlen weitgehend, die Auspreisung der Waren ist häufig unvollständig. Es entsteht der Eindruck eines eher konservativen und unauffälligen Marktauftritts.

Empfohlen wird daher eine Offensive zur Aufwertung des Erscheinungsbildes der Einzelhandelsbetriebe und deren Umfeld. Hierzu gehören auch eine Verbesserung der Schaufenstergestaltung sowie die Schaffung nutzbarer Außenflächen für Warenpräsentation. An den Einzelhandel ergeht die Aufforderung, dauerhaft einen qualitätsvollen Marktauftritt, auch im Hinblick auf die angebotenen Sortimente, zu forcieren.

#### **Gastronomie**

Das gastronomische Angebot könnte, auch in den Augen der Bevölkerung, durch zusätzliche Angebote für Freiluftgastronomie und Straßencafés eine Angebotsabrundung erfahren. In diesem Zusammenhang ist die Stadtverwaltung dazu aufgefordert, die Ausweisung von Sondernutzungsflächen für eine Außen- / Freiluftgastronomie zu prüfen. Auf diese Weise kann die Aufenthaltsqualität gezielt erhöht und das Ambiente eines lebendigen Zentrums mit anspruchsvoller Atmosphäre erreicht werden kann.

## **11 Anhang**

### **11.1 Fragebogen schriftliche Haushaltsbefragung**



**Liebe Bürgerinnen und Bürger der Stadt Vilseck!**

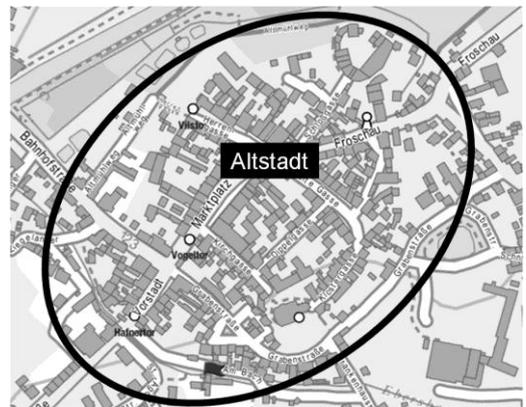
Die Stadt Vilseck hat das Büro GEO-PLAN mit der Fortschreibung des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel beauftragt. Grundlage des Konzeptes ist eine umfassende Analyse, zu der auch diese Befragung zählt. Die Aussagekraft der Ergebnisse hängt von einer möglichst großen Beteiligung der Bürger ab! Ihr Name wurde in einem Zufallsverfahren ausgewählt. Daher bitten wir darum, dass die Person den Fragebogen ausfüllt, die in Ihrem Haushalt üblicherweise die Einkäufe erledigt. Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen in dem beiliegenden Kuvert

**bis zum 16. November 2012**

an die Stadtverwaltung zurück. **Das Porto zahlt natürlich der Empfänger.** Sie können den Umschlag auch im Rathaus abgeben oder in den städtischen Briefkasten einwerfen. Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt und keinen Dritten zugänglich gemacht. Die Auswertung wird keine Rückschlüsse auf Einzelne zulassen.

**FRAGEN ZUM EINKAUFEN IN VILSECK**

Bei den folgenden Fragen unterscheiden wir zwischen der Altstadt und dem sonstigen Stadtgebiet. Mit der Altstadt ist das Stadtgebiet zwischen dem Hafnertor und der Burganlage, dem Altmühlweg und der Grabenstraße gemeint. Das sonstige Stadtgebiet betrifft die übrige Stadt Vilseck ohne Ortsteile.



**1. Wie häufig kaufen Sie in der Regel in Vilseck ein?**

	Geschäfte in der Altstadt	Märkte und Geschäfte außerhalb der Altstadt
täglich	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
mehrmals wöchentlich	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
einmal wöchentlich	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
etwa alle zwei Wochen	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
einmal monatlich	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
etwa einmal im Vierteljahr	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
seltener oder nie	7 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>

**2. Haben Sie bei Ihrem letzten Einkauf in Vilseck nur Geschäfte in der Altstadt, nur außerhalb der Altstadt oder in beiden Stadtgebieten aufgesucht?**

1  nur Altstadt    2  nur außerhalb der Altstadt    3  beide Stadtgebiete

**3. Haben sie bei Ihrem letzten Einkauf in Vilseck auch einen oder mehrere der folgenden Lebensmittelmärkte besucht?**

1  EDEKA    1  REWE    1  Netto    1  keinen Einkaufsmarkt aufgesucht



**4. Bitte schätzen Sie, zu welchem Prozent-Anteil Sie in der Regel Ihren Bedarf an folgenden Waren in Vilseck bzw. in anderen Städten decken.**

	Vilseck	Amberg	Sulzbach- Rosenberg	Weiden	andere Städte, Versand, Internet	gesamt
Lebensmittel, Bio-, Frischwaren	%	%	%	%	%	100 %
Getränke	%	%	%	%	%	100 %
Drogerie-, Parfümerieartikel	%	%	%	%	%	100 %
Apothekenartikel	%	%	%	%	%	100 %
Blumen, Pflanzen	%	%	%	%	%	100 %
Oberbekleidung für Herren	%	%	%	%	%	100 %
Oberbekleidung für Damen	%	%	%	%	%	100 %
Kinderbekleidung	%	%	%	%	%	100 %
Wäsche	%	%	%	%	%	100 %
Schuhe, Lederwaren	%	%	%	%	%	100 %
Sportartikel, Sportbekleidung	%	%	%	%	%	100 %
Heimtextilien, Gardinen, Kurzwaren	%	%	%	%	%	100 %
Bücher, Zeitschriften	%	%	%	%	%	100 %
Schreibwaren, Papierwaren	%	%	%	%	%	100 %
Spielwaren	%	%	%	%	%	100 %
Haushaltswaren	%	%	%	%	%	100 %
Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	%	%	%	%	%	100 %
Unterhaltungselektronik, Computer, Foto	%	%	%	%	%	100 %
Elektrogeräte ( <i>Küchengeräte, Leuchten</i> )	%	%	%	%	%	100 %
Optik	%	%	%	%	%	100 %
Uhren, Schmuck	%	%	%	%	%	100 %
Tiernahrung, Zooartikel	%	%	%	%	%	100 %
Baumarkt-, Heimwerker-, Gartenbedarf	%	%	%	%	%	100 %
Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge	%	%	%	%	%	100 %
Möbel	%	%	%	%	%	100 %

**5. Gibt es Einkaufsangebote, die Sie in Vilseck vermissen?**

1  Nein, es fehlt nichts    2  Ja, und zwar:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## FRAGEN ZUR ATTRAKTIVITÄT DER ALTSTADT

### 6. Was gefällt Ihnen an der Altstadt besonders gut und was stört Sie besonders?

Das gefällt mir besonders gut:	Das stört mich besonders:

### 7. Durch welche Maßnahmen könnte die Altstadt für Sie attraktiver gestaltet werden?


### 8. Bitte überlegen Sie, wie zufrieden Sie mit den angeführten Aspekten zur Altstadt sind?

	voll und ganz	weitgehend	einigermaßen	eher nicht	überhaupt nicht
<b>Wie zufrieden sind Sie mit der Einkaufsatmosphäre in der Altstadt?</b>					
Attraktivität zum Stadt- / Einkaufsbummel	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Gestaltung von Straßen und Plätzen	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Vielfalt des Warenangebotes	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Vielfalt unterschiedlicher Geschäfte und Läden	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
<b>Entsprechen die Öffnungszeiten des Einzelhandels Ihrem Einkaufsverhalten?</b>					
Morgendliche Öffnungszeiten	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Mittagspause der Geschäfte	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Abendlicher Geschäftsschluss	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
<b>Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten zum Einzelhandel in der Altstadt?</b>					
Gestaltung der Schaufenster	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Gestaltung der Ladeneinrichtungen	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Beratungs- und Bedienqualität	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Freundlichkeit des Personals	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Werbeaktivitäten der Einzelhändler	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Serviceangebote des Einzelhandels	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
<b>Wie zufrieden sind Sie mit dem gastronomischen Angebot in der Altstadt?</b>					
Angebot an Cafés, Eisdiele	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Angebot an Freiluftgastronomie	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Angebot an Speisegaststätten	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>



## FRAGEN ZUR ERREICHBARKEIT DER ALTSTADT

9. Welches Verkehrsmittel haben Sie bei Ihrem letzten Einkauf in der Altstadt genutzt?

- 1  Kfz    2  Fahrrad    3  Zu Fuß    4  Bus    5  Taxi    6  sonstige

10. Wenn Sie das Auto genutzt haben: Wie schnell haben Sie einen Parkplatz gefunden?

- 1  sofort, ohne Suchen                      3  nach längerem Suchen (ca. 10 min)  
2  nach kurzem Suchen (ca. 5 min)        4  finde in der Regel keinen Parkplatz

11. Wie zufrieden sind Sie mit der Erreichbarkeit der Altstadt?

	voll und ganz	weitgehend	einigermaßen	eher nicht	überhaupt nicht
Parkangebot in der Altstadt	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Parkangebot im Umfeld der Altstadt	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Erreichbarkeit mit dem Bus	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Erreichbarkeit zu Fuß	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

## ZUM SCHLUSS BITTEN WIR SIE NOCH UM ANGABEN ZU IHRER PERSON

12. Wohnen Sie in der Stadt Vilseck oder in einem Ortsteil?

- |  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> Stadt Vilseck | 10 <input type="checkbox"/> Gressenwöhr  | 19 <input type="checkbox"/> Lohhof         | 28 <input type="checkbox"/> Schüsselhof     |
| 2 <input type="checkbox"/> Altmannsberg  | 11 <input type="checkbox"/> Gumpenhof    | 20 <input type="checkbox"/> Neuhammer      | 29 <input type="checkbox"/> Seiboldsrict    |
| 3 <input type="checkbox"/> Axtheid       | 12 <input type="checkbox"/> Heringnohe   | 21 <input type="checkbox"/> Oberweißenbach | 30 <input type="checkbox"/> Sigl            |
| 4 <input type="checkbox"/> Axtheid-Berg  | 13 <input type="checkbox"/> Heroldsmühle | 22 <input type="checkbox"/> Oedgodlricht   | 31 <input type="checkbox"/> Sollnes         |
| 5 <input type="checkbox"/> Bruckmühle    | 14 <input type="checkbox"/> Hohenzant    | 23 <input type="checkbox"/> Rauschenhof    | 32 <input type="checkbox"/> Sorghof         |
| 6 <input type="checkbox"/> Bürgerwald    | 15 <input type="checkbox"/> Kagerhof     | 24 <input type="checkbox"/> Reisach        | 33 <input type="checkbox"/> Triebweg        |
| 7 <input type="checkbox"/> Drechselberg  | 16 <input type="checkbox"/> Ködritz      | 25 <input type="checkbox"/> Schlicht       | 34 <input type="checkbox"/> Unterweißenbach |
| 8 <input type="checkbox"/> Ebersbach     | 17 <input type="checkbox"/> Langenbruck  | 26 <input type="checkbox"/> Schöfelhof     | 35 <input type="checkbox"/> Weiherhäusl     |
| 9 <input type="checkbox"/> Frauenbrunn   | 18 <input type="checkbox"/> Leinschlag   | 27 <input type="checkbox"/> Schönwind      | 36 <input type="checkbox"/> Wickenricht     |

13. Seit wann wohnen Sie in Vilseck?

- 1  unter 5 Jahre    2  5 bis 10 Jahre    3  länger als 10 Jahre    4  seit Geburt

14. Wie viele Personen gehören einschließlich Ihnen zu Ihrem Haushalt?  Personen

15. Ihr Geschlecht:    1  weiblich    2  männlich

16. Ihr Geburtsjahr:    19

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

## **11.2 Dokumentation der Informations- und Ideenwerkstatt**

**Stadt Vilseck**

**Entwicklungskonzept Einzelhandel**



## **Dokumentation der Informations- und Ideenwerkstatt**



**am 11.06.2013 im Hotel Angerer, Vilseck**

<b>Inhalte</b>	<b>Seite</b>
A Teilnehmer .....	1
B Ablauf .....	1
C Begrüßung.....	2
D Vorstellung der fachlichen Analyseergebnisse.....	2
E Fragen und Diskussion zu den fachlichen Ergebnissen .....	17
F Maßnahmenvorschläge zur Attraktivierung der Altstadt .....	19
G Dokumentation (zusätzlicher) Anregungen auf Plakatwänden .....	22
H Abschluss.....	22

## **A Teilnehmer**

### **Planer / Moderation:**

- Herr Hofmann (GEO-PLAN, Bayreuth)
- Herr Höme (GEO-PLAN, Bayreuth)

### **Stadt Vilseck:**

- Herr Schertl (Erster Bürgermeister)
- Herr Mallmann (Geschäftsleiter)
- Herr Kergl (Kämmerei)

### **Bürger und Gewerbetreibende:**

- ca. 25 Personen

## **B Ablauf**

### **Beginn, Begrüßung**

- Vorstellung der fachlichen Analyseergebnisse
- Fragen und Diskussion zu den fachlichen Ergebnissen
- Maßnahmenvorschläge zur Attraktivierung der Altstadt
- Dokumentation (zusätzlicher) Anregungen auf Plakatwänden

### **Abschluss**

Dauer: 19:30 bis ca. 22:30 Uhr

## C Begrüßung

Erster Bürgermeister Hans-Martin Schertl begrüßte die Bürgerinnen und Bürger sowie die Gewerbetreibenden und erläuterte den Anlass der Veranstaltung. Er wies darauf hin, dass

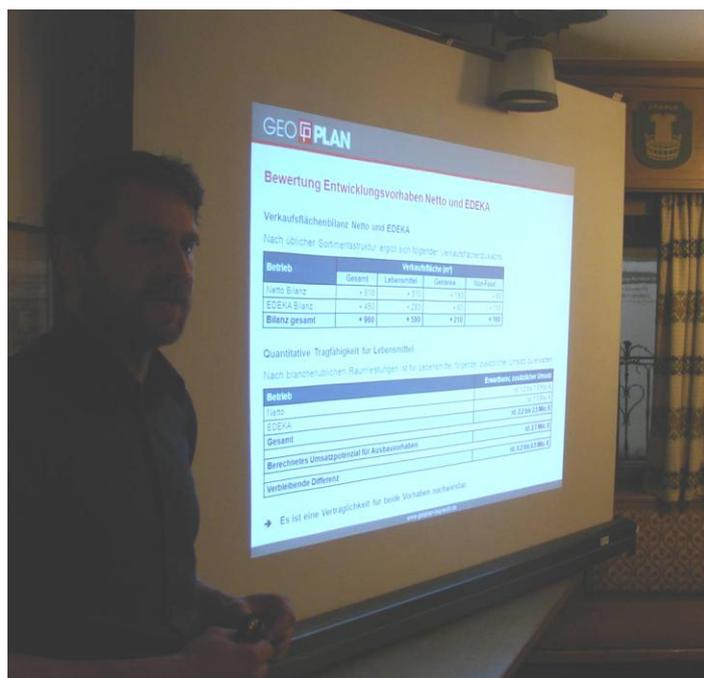
- eine Fortschreibung des Entwicklungskonzeptes aus dem Jahr 2006 insbesondere aufgrund der Entwicklungsvorhaben von EDEKA und Netto sowie den eingetretenen Veränderungen (z.B. Standortschließung Schlecker) notwendig geworden ist,
- damit das Büro GEO-PLAN aus Bayreuth beauftragt wurde und
- nach Abschluss der fachlichen Untersuchungen nun die Ergebnisse der Bürgerbeteiligung in das Konzept einfließen sollen.

Herr Hofmann (GEO-PLAN) begrüßte die Teilnehmer und informierte über den geplanten Ablauf sowie die Zielsetzung der Veranstaltung. Er verwies darauf, dass

- neben den fachlichen Analysen die Bürgerbeteiligung ein zentraler Baustein des Konzeptes sein wird,
- nach Präsentation der fachlichen Analyseergebnisse eine zielgerichtete Diskussion von Maßnahmenvorschlägen zur Attraktivierung der Vilsecker Altstadt geführt und
- alle (zusätzlichen) Anregungen auf Plakatwänden schriftlich festgehalten werden sollen.

## D Vorstellung der fachlichen Analyseergebnisse

Als fachlichen Input präsentierte Herr Hofmann die wesentlichen Ergebnisse der Analysen des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel an Hand des folgenden Folienvortrages und verwies darauf, dass die bereits durchgeführte Haushaltsbefragung ein erster Baustein der Bürgerbeteiligung gewesen ist, deren Ergebnisse in der nachfolgenden Diskussion vertieft und konkretisiert werden sollen.



## Empirische Erhebungen

### ▪ Betriebserhebung

Vollständige Betriebserhebung  
 in der Stadt Vilseck (33 Betriebsstätten).

### ▪ Schriftliche Haushaltsbefragung

Versand: 800 Fragebögen;  
 Rücklauf: 368 (rd. 46%);  
 Daten zu 971 Personen bzw.  
 rd. 15% der Bevölkerung.

### ▪ POS-Befragung

Erhebung über drei Betriebstage (Di, Do, Sa).  
 Beteiligung: jeweils 7 bis 8 Betriebe mit  
 repräsentativem Branchenquerschnitt.

➔ Ermittlung des Versorgungsbereiches und  
 Umsatzanteils Angehöriger der US-Armee.

ENTWICKLUNGSKONZEPT EINZELHANDEL STADT VILSECK  
 - Haushaltsbefragung -



Liebe Bürgerinnen und Bürger der Stadt Vilseck!

Die Stadt Vilseck hat das Büro GEO-PLAN mit der Fortschreibung des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel beauftragt. Grundlage des Konzeptes ist eine umfassende Analyse, zu der auch diese Befragung zählt. Die Aussagekraft der Ergebnisse hängt von einer möglichst großen Beteiligung der Bürger ab! Ihr Name wurde in einem Zufallsverfahren ausgewählt. Daher bitten wir darum, dass die Person den Fragebogen ausfüllt, die in Ihrem Haushalt üblicherweise die Einkäufe erledigt. Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen in dem beiliegenden Kuvert

**bis zum 16. November 2012**

an die Stadtverwaltung zurück. Das Porto zählt natürlich der Empfänger. Sie können den Umschlag auch im Rathaus abgeben oder in den städtischen Briefkasten einwerfen. Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt und keinen Dritten zugänglich gemacht. Die Auswertung wird keine Rückschlüsse auf Einzelne zulassen.

#### FRAGEN ZUM EINKAUFEN IN VILSECK

Bei den folgenden Fragen unterscheiden wir zwischen der Altstadt und dem sonstigen Stadtgebiet. Mit der Altstadt ist das Stadtgebiet zwischen dem Halnertor und der Burganlage, dem Altmühlweg und der Grabenstraße gemeint. Das sonstige Stadtgebiet betrifft die übrige Stadt Vilseck ohne Ortsteile.



#### 1. Wie häufig kaufen Sie in der Regel in Vilseck ein?

	Geschäfte in der Altstadt	Märkte und Geschäfte außerhalb der Altstadt
täglich	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
mehrmals wöchentlich	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
einmal wöchentlich	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
etwa alle zwei Wochen	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
einmal monatlich	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
etwa einmal im Vierteljahr	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
seltener oder nie	7 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>

#### 2. Haben Sie bei Ihrem letzten Einkauf in Vilseck nur Geschäfte in der Altstadt, nur außerhalb der Altstadt oder in beiden Stadtgebieten aufgesucht?

1  nur Altstadt 2  nur außerhalb der Altstadt 3  beide Stadtgebiete

#### 3. Haben sie bei Ihrem letzten Einkauf in Vilseck auch einen oder mehrere der folgenden Lebensmittelmärkte besucht?

1  EDEKA 1  REWE 1  Netto 1  keinen Einkaufsmarkt aufgesucht

1

www.geoplan-bayreuth.de

## Standortstruktur des Einzelhandels

	Gesamt	Altstadt
Aktive Betriebe	25	13 (52%)
Verkaufsfläche	9.800 m <sup>2</sup>	1.000 m <sup>2</sup> (10%)
Verkaufsfläche / Ew	1,5 m <sup>2</sup>	0,15 m <sup>2</sup>
Leerstände	8 (1.280 m <sup>2</sup> )	4 (440 m <sup>2</sup> )

#### Betriebsgrößenklassen (Verkaufsfläche)

- bis 50 m<sup>2</sup>
- 51 - 100 m<sup>2</sup>
- 101 - 250 m<sup>2</sup>
- 251 - 500 m<sup>2</sup>
- 501 - 1.000 m<sup>2</sup>
- 1.001 - 1.500 m<sup>2</sup>
- 1.500 - 2.000 m<sup>2</sup>



#### Branchengruppen

- Bekleidung, Schuhe, Sportartikel
- Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren
- Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck
- GPK, Haushaltswaren, Spielwaren
- Bettwaren, Gardinen, Heimtextilien
- Körper- und Gesundheitspflege
- Nahrungs- und Genußmittel
- Blumen, Pflanzen
- Elektrowaren (braun und weiß)
- Baumarkt, Heimwerkerartikel
- Möbel, Küchen
- Sonstige Sortimente
- Handelsleerstände

Entwicklungskonzept Einzelhandel  
 Stadt Vilseck

Standortstruktur des Einzelhandels

Auftraggeber: Stadt Vilseck

Auftragnehmer:

**GEO PLAN**  
 Bayreuth  
 09.04.2013  
 Quelle: GEO-PLAN

www.geoplan-bayreuth.de

## Standorträume des Einzelhandels

### 3 Standorträume mit funktionaler Arbeitsteilung:

#### Altstadt

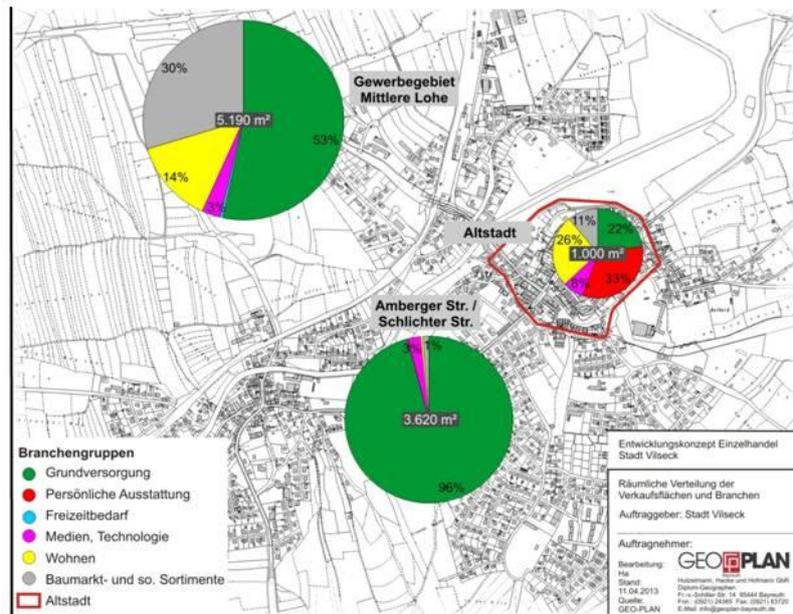
- geringer Verkaufsflächenanteil
- kleinteilige Betriebsstruktur
- differenzierte Sortimentsstruktur

#### Gewerbegebiet Mittlere Lohe

- quantitativ am stärksten ausgebauter Standort
- Angebotsschwerpunkt:  
Grundversorgung, Baumarkt, Wohnen

#### Amberger Str. / Schlichter Str.

- Schwerpunkt: Grundversorgung  
- Lebensmittel, Getränke,  
- Apotheke, Blumen, Gärtnerei
- hohe Nahversorgungsfunktion



www.geoplan-bayreuth.de

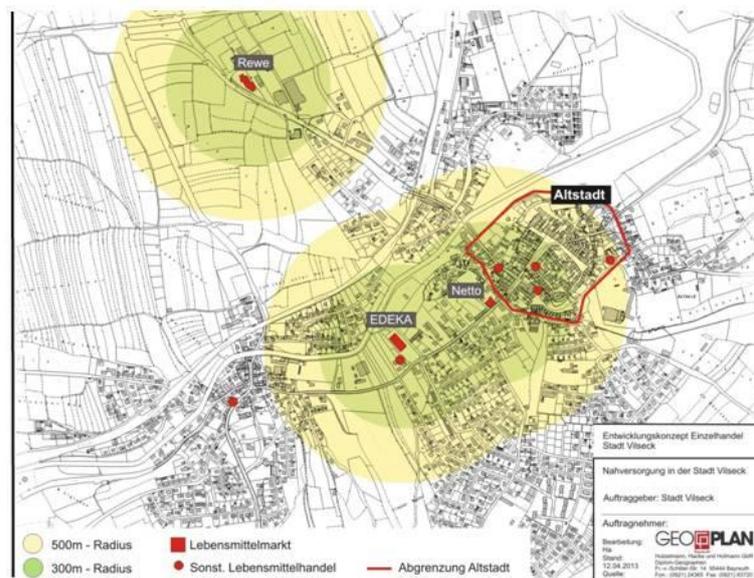
## Nahversorgungssituation

#### Lebensmittelmärkte in der Amberger Str. / Schlichter Str.

- hohe Nahversorgungsfunktion für die Altstadt und südlich / westlich angrenzende Wohngebiete.

#### Lebensmittelmarkt im Gewerbegebiet Mittlere Lohe

- kaum Nahversorgungsfunktion für die lokale Bevölkerung.
- Versorgungsfunktion richtet sich stärker an Auswärtige und US-amerikanische Nachfrage.



www.geoplan-bayreuth.de

## Nutzungsstruktur der Altstadt

Funktional durchmischter Standortraum mit geringer Nutzungsdichte.

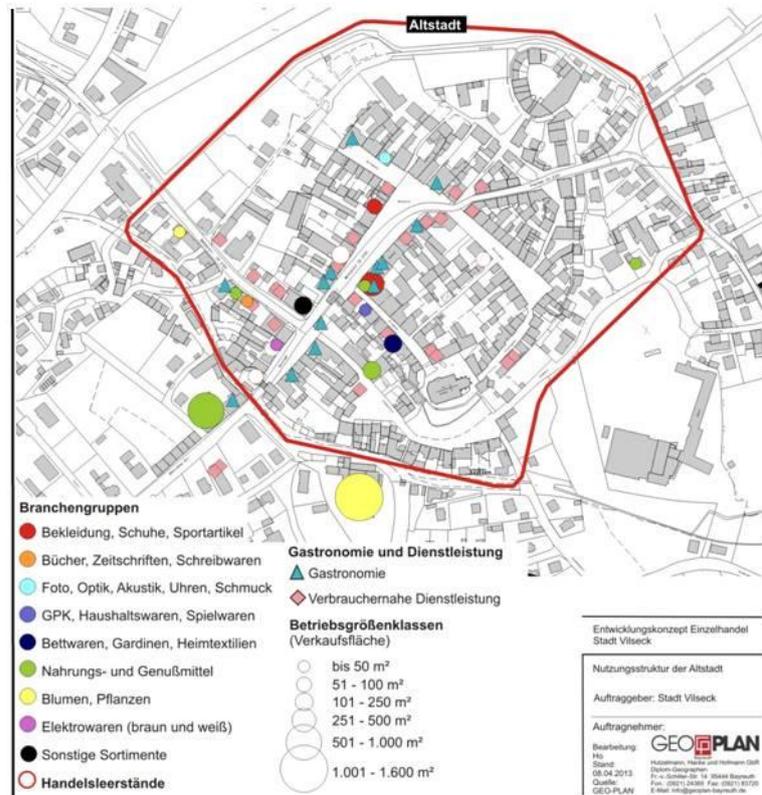
50 aktive Betriebe

- Einzelhandel: 13
- Gastronomie: 13
- Dienstleistung: 24

Der Einzelhandel...

- ist kleinteilig strukturiert (1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).
- übernimmt kaum zentrumsbildende Funktion.

Höchste Nutzungsdichte:  
 Marktplatz / Bahnhofstraße.



www.geoplan-bayreuth.de

## Kopplung zwischen den Einkaufsstandorten

Beim letzten Einkauf besuchte Stadtgebiete

	Nur Altstadt	nur sonstiges Stadtgebiet	beide Stadtbereiche
Haushaltsbefragung (n=368)	6%	41%	53%

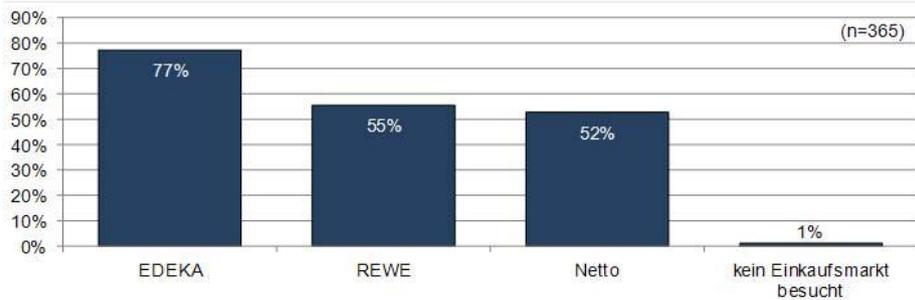
- Es zeigt sich eine
  - geringe besuchsauslösende Kraft der Altstadt (6%),
  - ausgeprägte Beschränkung von Einkäufen auf das so. Stadtgebiet (41%),
  - hohe Kopplungsquote zwischen der Altstadt und dem sonstigen Stadtgebiet (53%).
- Insgesamt haben von den Befragten bei ihrem letzten Einkauf
  - rd. 59% die Altstadt,
  - rd. 95% das sonstige Stadtgebiet aufgesucht.

➔ **Der Altstadteinzelhandel funktioniert hauptsächlich im Zusammenwirken mit den sonstigen Handelsstandorten der Stadt.**

www.geoplan-bayreuth.de

## Handelsfunktion der Lebensmittelmärkte

### Beim letzten Einkauf besuchte Lebensmittelmärkte



- Es finden kaum Einkäufe statt, bei denen kein Lebensmittelmarkt besucht wird, die Angebotsstruktur ist vorwiegend auf die Grundversorgung der Bevölkerung ausgerichtet.
- Im Vergleich zu REWE (periphere Lage) erfüllt EDEKA in der Amberger Str. eine wesentlich bedeutsamere Nahversorgungsfunktion für die lokale Bevölkerung.
- Netto verfügt über die kleinste und eine nicht mehr zeitgemäße Filialgröße. Dies spiegelt sich in der geringsten Besuchshäufigkeit wider.

www.geoplan-bayreuth.de

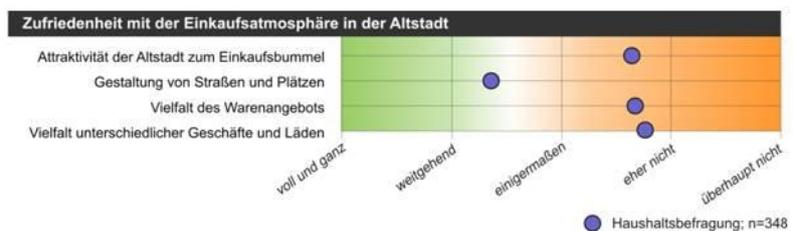
## Zufriedenheit mit dem Einzelhandel in der Altstadt

- **Positiv:**  
 Freundlichkeit des Personal,  
 Beratungsqualität.
- **Handlungsbedarf:**  
 Schaufenster, Ladeneinrichtung,  
 Werbeaktionen, Serviceangebote.



## Zufriedenheit mit der Einkaufsatmosphäre in der Altstadt

- **Positiv:**  
 Gestaltung Straßen und Plätze.
- **Negativ:**  
 Attraktivität zum Bummeln,  
 Vielfalt des Warenangebotes,  
 Vielfalt der Geschäfte.



www.geoplan-bayreuth.de

## Von der Bevölkerung vermisste Sortimente / Einkaufsmöglichkeiten

### Vermisst werden vor allem

- Drogeriewaren,
- Bekleidung und
- Lebensmittel.

### Drogeriewaren:

Standortschließung von Schlecker, daher:  
 → Neuansiedlung wünschenswert.

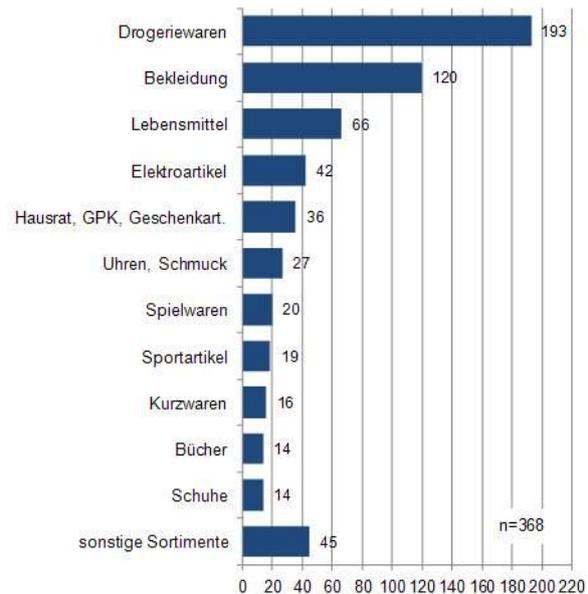
### Bekleidung:

Geringes Angebot im Discountbereich, aber:  
 → Tragfähigkeit für zus. Angebot begrenzt.

### Lebensmittel:

Zwei Vollsortimenter am Standort, aber:  
 → Attraktives Discountangebot fehlt.  
 (Netto nicht mehr zeitgemäß)

### Gibt es Einkaufsangebote, die Sie in Vilseck vermissen?



www.geoplan-bayreuth.de

## Wahrnehmung der Altstadt

### Positiv:

- städtebauliches Erscheinungsbild,
- Marktplatzgestaltung,
- historische Gebäude.

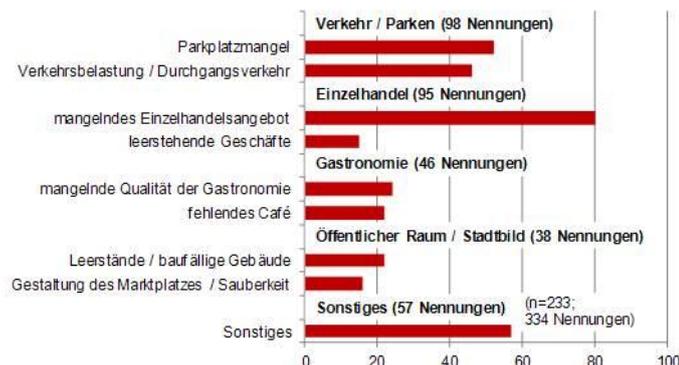
### Was gefällt Ihnen an der Altstadt besonders gut?



### Negativ:

- empfundener Parkplatzmangel,
- Verkehrsbelastung,
- geringes Einkaufsangebot,
- Gastronomie.

### Was stört Sie an der Altstadt besonders?



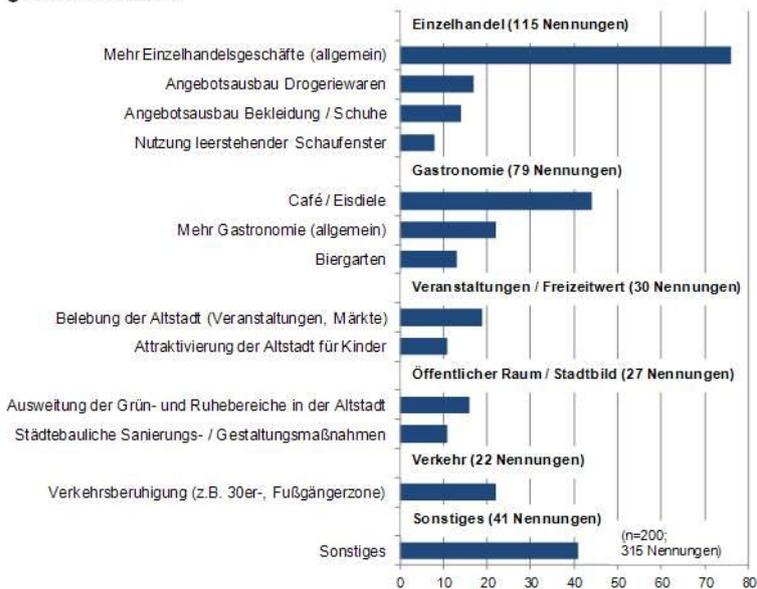
www.geoplan-bayreuth.de

## Anregungen zur Attraktivierung der Altstadt

### Wesentliche Ansatzpunkte sind:

- Ausweitung des Einzelhandelsangebotes (Drogeriewaren, Bekleidung).
- Ausweitung/ Qualifizierung des gastronomischen Angebotes (Café, Eisdiele, Freiluftgastro.).

### Durch welche Maßnahmen könnte die Altstadt für Sie attraktiver gestaltet werden?



www.geoplan-bayreuth.de

## Bindung und Abfluss lokalen Umsatzpotenzials

### Lokales Umsatzpotenzial in Vilseck

- Rd. 33 Mio. €

### Durchschnittliche Bindungsquote

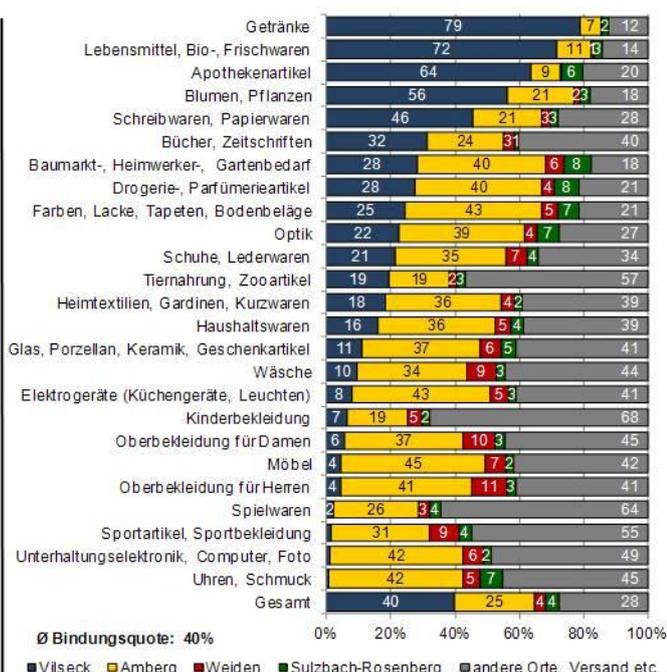
- Rd. 40% (= rd. 13 Mio. €)

### Hohe Bindungsquoten (> 50%)

- Nur bei Sortimenten der Grundversorgung (56% - 79%)

### Starke externe Orientierung

- Amberg (Kaufkraftabfluss: rd. 8,1 Mio. €)



www.geoplan-bayreuth.de

## Versorgungsbereich der Stadt Vilseck

### Regionale Wettbewerbssituation in der Grundversorgung

#### Kundeneinzugsbereich

Der Truppenübungsplatz begrenzt den Kundeneinzugsbereich auf

- Freihung (Nahbereich),
- Königstein,
- Edelsfeld,
- Hahnbach.

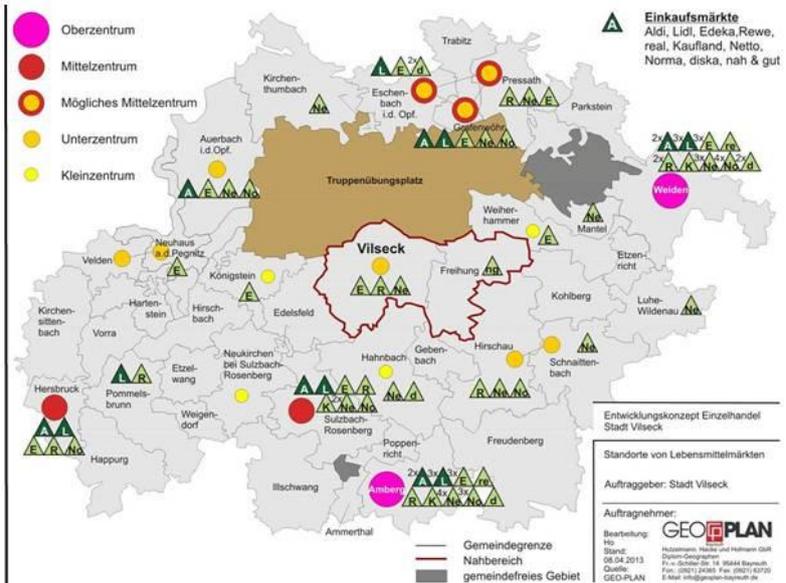
#### Wettbewerbsstandorte

- Weiden, Amberg, Sulzbach-R.,
- Auerbach, Hirschau.

#### Erreichbarkeitsvorteile

- Nur für den Markt Freihung.

➔ **Räumlich stark begrenzter Versorgungsbereich.**



www.geoplan-bayreuth.de

## Versorgungsbereich der Stadt Vilseck

### Bindung regionaler / externer Kaufkraft in Vilseck

#### POS-Befragung

- 3 Erhebungstage: Di, Do, Sa (06.-10.11.2012).
- Beteiligung: Jeweils 7 bzw. 8 Betriebe, repräsentativer Branchenquerschnitt.
- Erfasst wurden: 6.226 Kunden; 90.428 € Umsatzvolumen.

POS - Befragung: Alle Erhebungstage		
Herkunft	Umsatzanteil	Kundenanteil
Vilseck	73,1%	74,0%
US Armee	11,7%	11,8%
Freihung	4,1%	3,0%
Edelsfeld	2,6%	1,9%
Hahnbach	2,4%	2,2%
Königstein	1,7%	1,3%
Sonstige	4,4%	5,8%
Gesamt	100%	100%

#### Ergebnisse

- Vorwiegend von lokaler Bevölkerung getragene Einzelhandelsnachfrage (rd. 73%).
- POS-Umsatz Vilseck: rd. 18 Mio. €.
- US-amerikanische Nachfrage:
  - rd. 12% des Umsatzes = rd. 2,1 Mio. €.
  - davon rd. 1,3 Mio. € für Lebensmittel.

In Vilseck gebundener Umsatz			
Herkunft		Bindung	gebundener Umsatz
Nahbereich Vilseck	Vilseck	rd. 40%	rd. 13,0 Mio. €
	Freihung	rd. 6%	rd. 0,8 Mio. €
Edelsfeld, Hahnbach, Königstein		rd. 3%	rd. 1,2 Mio. €
Gesamt		rd. 17%	rd. 15,0 Mio. €
Angehörige der US Armee			rd. 2,1 Mio. €
Streuumsätze			rd. 0,9 Mio. €
Gesamt			rd. 18,0 Mio. €

www.geoplan-bayreuth.de

## Ausbauspielräume

### Orientierungswerte für zusätzlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale

#### ▪ Nahversorgung, kurzfristiger Bedarf

Ausbaupotenzial besteht vor allem bei den Sortimenten der Nahversorgung.

- ➔ Es sollten rd. 70% bis 80% des lokalen und rd. 30% des Umsatzpotenzials aus dem Nahbereich gebunden werden.

#### ▪ Mittel- und langfristiger Bedarf

Räumliche Nähe zu Amberg, Weiden, Sulzbach-Rosenberg.

- ➔ Ausbauspielraum begrenzt, vorwiegend ergänzende Funktion.

Sortiment	Ausbauspielraum
<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	<b>rd. 1.230 m<sup>2</sup></b>
Lebensmittel	rd. 730 m <sup>2</sup> *
Drogeriewaren, Parfümartikel	rd. 500 m <sup>2</sup>
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>rd. 310 m<sup>2</sup></b>
Schreib- und Papierwaren	rd. 120 m <sup>2</sup>
Apotheken	rd. 100 m <sup>2</sup>
Bücher, Zeitschriften	rd. 60 m <sup>2</sup>
Tiermahrung, Zooartikel	rd. 30 m <sup>2</sup>
<b>Mittel- bis langfristiger Bedarf</b>	<b>rd. 1.130 m<sup>2</sup></b>
Möbel	rd. 600 m <sup>2</sup>
Bekleidung	rd. 300 m <sup>2</sup>
Unterhaltungselektronik	rd. 100 m <sup>2</sup>
Sportartikel, Sportbekleidung	rd. 60 m <sup>2</sup>
Schuhe	rd. 50 m <sup>2</sup>
Spielwaren	rd. 20 m <sup>2</sup>
<b>Gesamt:</b>	<b>rd. 2.670 m<sup>2</sup></b>
* Basis: Vollsortimenter	

www.geoplan-bayreuth.de

## Räumliche Entwicklung des Einzelhandels - Rechtliche Verankerung

Einzelhandelskonzepte sollen als städtebauliche Entwicklungskonzepte als bedeutsame Abwägungsgrundlage bei der Aufstellung von Bauleitplänen berücksichtigt werden:

- Nach § 1 (6) Nr. 4 BauGB sind bei der Aufstellung von Bauleitplänen die **Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche** zu berücksichtigen.
- Nach § 34 (3) BauGB sind Vorhaben [...] nur dann zulässig, wenn **keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche** in der Gemeinde [...] zu erwarten sind.

Gefordert ist demnach

- die Abgrenzung eines **zentralen Versorgungsbereiches**,
- die Festlegung einer **Liste zentrenrelevanter Sortimente**,
- die Darstellung und funktionale Bewertung von **Entwicklungsräumen**.

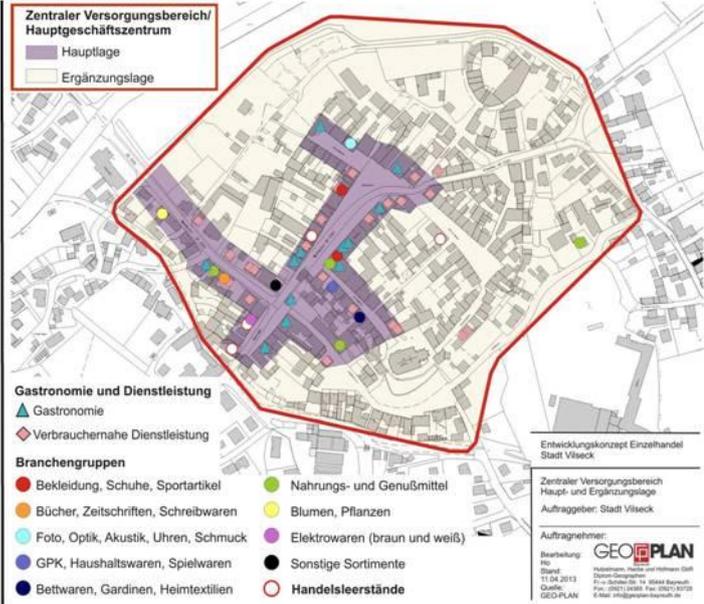
www.geoplan-bayreuth.de

## Zentraler Versorgungsbereich und zentrenrelevante Sortimente

„Vilsecker Liste“ zentrenrelevanter Sortimente

Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Vilseck

<b>Hauptbranchen</b>
<b>Nahversorgung (kurzfristiger Bedarf)</b>
Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel
Getränke, Drogerie-, Parfümerieartikel
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>
Apothekenartikel
Blumen (Schnittblumen)
Tiernahrung, Zooartikel
Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Papierwaren
<b>Mittel- und langfristiger Bedarf</b>
Sanitätswaren
Oberbekleidung für Herren, Damen, Kinder
Textilien, Wäsche, Schuhe, Lederwaren
Sportartikel, Sportbekleidung
Uhren, Schmuck, Optik, Haushaltswaren
Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
Wohnungseinrichtungsbedarf, Heimtextilien, Gardinen, Kurzwaren
Spielwaren
Musikalien
Unterhaltungselektronik, Computer, Foto
Elektrogeräte (Küchengeräte, Leuchten)
Fahrräder, Fahrradzubehör
Antiquitäten, Kunst



www.geoplan-bayreuth.de

### Entwicklungsräume des Einzelhandels

**Funktionale Arbeitsteilung:**

**Altstadt**

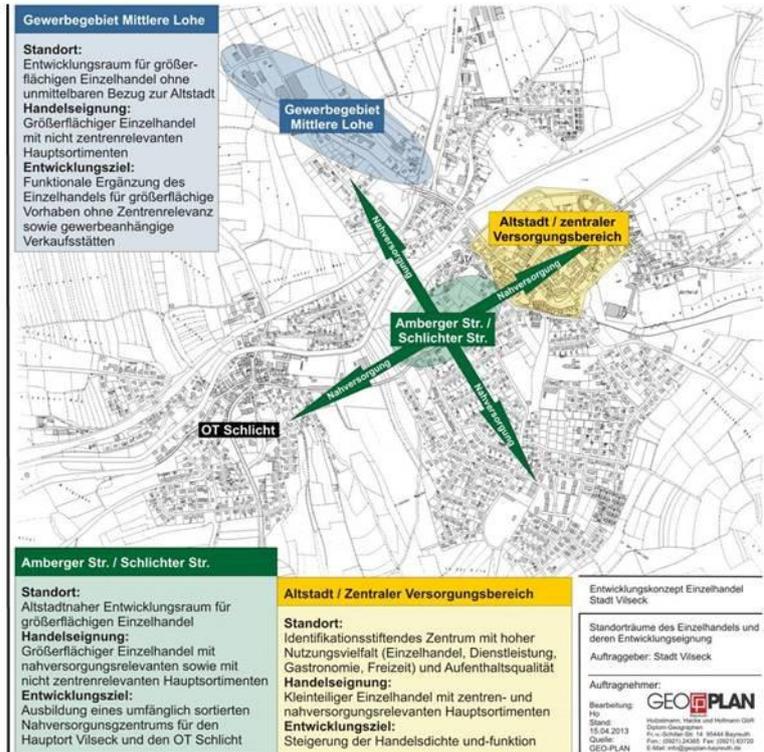
kleinteiliger, zentrenrelevanter Einzelhandel.

**Gewerbegebiet Mittlere Lohe**

größerflächiger, nicht zentrenrelevanter Einzelhandel.

**Amberger Str. / Schlichter Str.**

größerflächiger, nahversorgungsrelevanter Einzelhandel.



www.geoplan-bayreuth.de

**GEO PLAN**

**Entwicklungsvorhaben Netto**

**Bestand** Standort: Schlichter Straße 2a  
 Verkaufsfläche: rd. 540 m<sup>2</sup>

- kleinräumig-beengte Standortsituation ohne Erweiterungsoption,
- nur 33 Stellplätze in innenhofartiger Lage, schwierige Parksituation,
- derzeitige Situation entspricht nicht mehr dem üblichen Marktauftritt,
- nur noch nachgeordnete Versorgungsfunktion für die Bevölkerung (geringste Besuchshäufigkeit).



**Planung** Standortverlagerung: Schlichter Str. 12  
 Neue Verkaufsfläche: rd. 1.150 m<sup>2</sup>

**Verkaufsflächenbilanz**

Betrieb	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )			
	Gesamt	Lebensmittel	Getränke	Non-Food
Netto Bestand *	540	430	60	50
Netto Planung **	1.050	740	210	100
<b>Bilanz</b>	<b>+ 510</b>	<b>+ 310</b>	<b>+ 150</b>	<b>+ 50</b>

\* Bestandserhebung; \*\* übliche Sortimentsstruktur

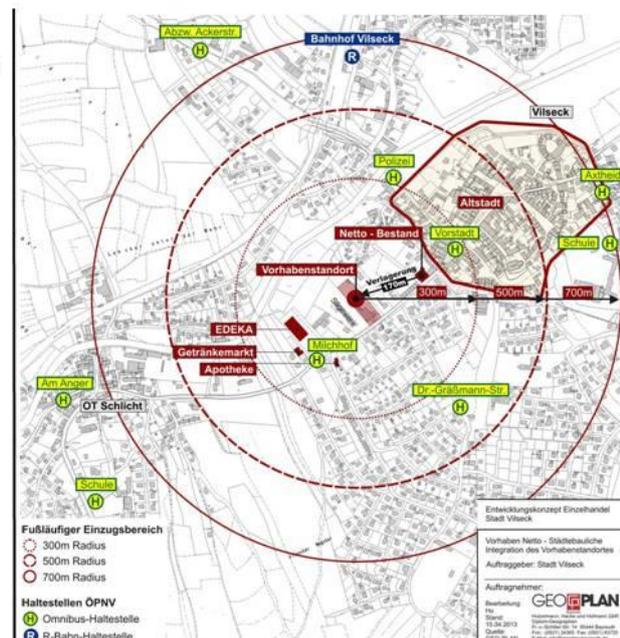
www.geoplan-bayreuth.de

**GEO PLAN**

**Entwicklungsvorhaben Netto**

**Der Vorhabenstandort...**

- liegt rd. 170 m vom dz. Standort entfernt,
- erreicht in einem Radius von 500 m wesentliche Anteile der Wohnbevölkerung und der Altstadt,
- ist durch den ÖPNV erschlossen,
- ist im Standortraum Amberger Str. / Schlichter Str. der zur Altstadt nächstliegende Standort,
- erfüllt wesentliche Kriterien einer funktionalen städtebaulichen Integration,
- ist grundsätzlich für das Vorhaben geeignet.



www.geoplan-bayreuth.de

## Entwicklungsvorhaben EDEKA

### Bestand

Standort: Amberger Straße 2  
 Verkaufsfläche: rd. 1.200 m<sup>2</sup>

### Planung

Umbau zu einem Markt der Generationen  
 (breitere Gänge, niedrigere Regale)  
 Neue Verkaufsfläche: rd. 1.600 m<sup>2</sup>



### Verkaufsflächenbilanz

Betrieb	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )			
	Gesamt	Lebensmittel	Getränke	Non-Food
EDEKA Bestand *	1.150	840	180	130
EDEKA Planung **	1.600	1.120	240	240
<b>Bilanz</b>	<b>+ 450</b>	<b>+ 280</b>	<b>+ 60</b>	<b>+ 110</b>

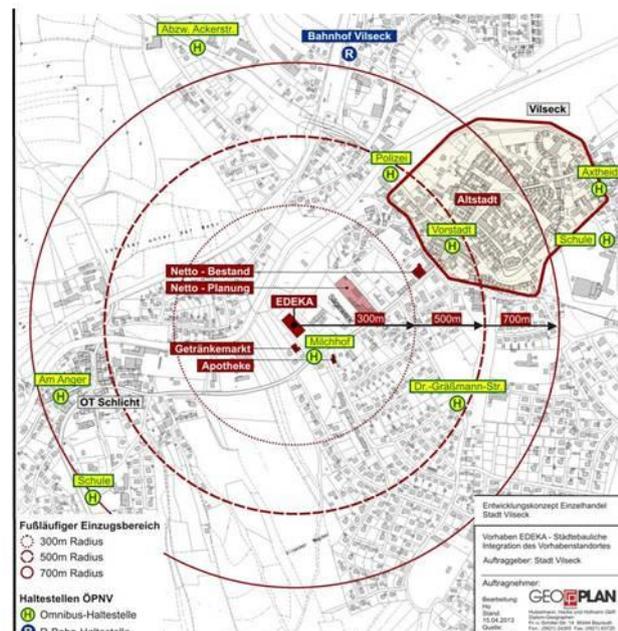
\* Bestandserhebung; \*\* übliche Sortimentsstruktur

www.geoplan-bayreuth.de

## Entwicklungsvorhaben EDEKA

### Der Vorhabenstandort...

- liegt zw. OT Schlicht und Vilsecker Altstadt,
- erreicht in einem Radius von 500 m bis 700 m wesentliche Anteile der Wohnbevölkerung in Vilseck, im OT Schlicht und die Altstadt,
- ist unmittelbar durch den ÖPNV erschlossen,
- erfüllt wesentliche Kriterien einer funktionalen städtebaulichen Integration,
- ist grundsätzlich für das Vorhaben geeignet.



www.geoplan-bayreuth.de

## Bewertung Entwicklungsvorhaben Netto und EDEKA

### Verkaufsflächenbilanz Netto und EDEKA

Nach üblicher Sortimentsstruktur ergibt sich folgender Verkaufsflächenzuwachs:

Betrieb	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )			
	Gesamt	Lebensmittel	Getränke	Non-Food
Netto Bilanz	+ 510	+ 310	+ 150	+ 50
EDEKA Bilanz	+ 450	+ 280	+ 60	+ 110
<b>Bilanz gesamt</b>	<b>+ 960</b>	<b>+ 590</b>	<b>+ 210</b>	<b>+ 160</b>

### Quantitative Tragfähigkeit für Lebensmittel

Nach branchenüblichen Raumleistungen ist für Lebensmittel folgender zusätzlicher Umsatz zu erwarten:

Betrieb	Erwartbarer, zusätzlicher Umsatz
Netto	rd. 1,2 bis 1,5 Mio. €
EDEKA	rd. 1,0 Mio. €
<b>Gesamt</b>	<b>rd. 2,2 bis 2,5 Mio. €</b>
<b>Berechnetes Umsatzpotenzial für Ausbauvorhaben</b>	<b>rd. 2,7 Mio. €</b>
<b>Verbleibende Differenz</b>	<b>rd. 0,2 bis 0,5 Mio. €</b>

➔ **Es ist eine Verträglichkeit für beide Vorhaben nachweisbar.**

www.geoplan-bayreuth.de

## Bewertung Entwicklungsvorhaben Netto und EDEKA

### Das Entwicklungsvorhaben Netto...

- wird in erster Linie als Maßnahme zur Sicherung des Standortes Vilseck verstanden,
- ist geeignet, zusätzliche Kaufkraft in Vilseck zu binden.

### Das Entwicklungsvorhaben EDEKA...

- soll eine dem demographischen Wandel angepasste Form der Warenpräsentation ermöglichen (Markt der Generationen), dies ist grundsätzlich begrüßenswert,

### Beide Vorhaben...

- stärken die zentralörtliche Grundversorgungsfunktion für die Bevölkerung und den Nahbereich,
- liegen in einem Raum, dessen Funktion als Grundversorgungsstandort gestärkt werden soll,
- entsprechen wesentlichen Zielen der Einzelhandelsentwicklung in Vilseck.

### Empfehlung:

Für den zukünftigen Altstandort von Netto wird die Ansiedlung eines Drogeriemarktes empfohlen (Frequenzstifter für die Altstadt; Ausbau eines vollsortierten Grundversorgungsangebotes).

www.geoplan-bayreuth.de

## Fazit zum Einzelhandelsstandort Vilseck

### ▪ Standort mit

- stabiler Entwicklung lokaler und regionaler Nachfrage (Bevölkerung),
- nahezu flächendeckender Nahversorgung im zentralen Stadtgebiet,
- Lebensmittelangebot in fußläufiger Entfernung zur Altstadt,
- funktionaler Arbeitsteilung der Standorträume,

### ▪ aber auch mit

- geringer Handelsfunktion der Altstadt,
- geringer überörtlicher Versorgungsfunktion,
- unvollständigem Grundversorgungsangebot.

### → Handlungsbedarf:

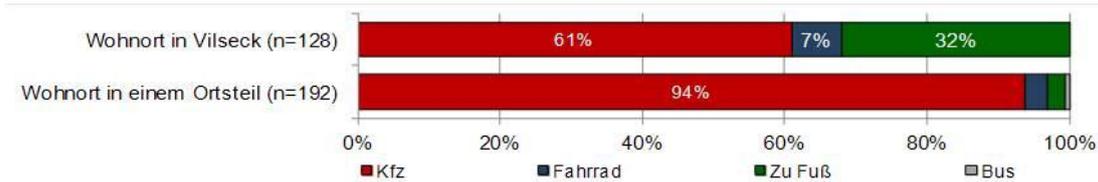
- Sicherung / Ausbau der Grundversorgungsfunktion,
- Funktionale Stärkung der Altstadt  
(Handel, Gastronomie, Dienstleistung, Freizeit, Aufenthaltsqualität).



Nachfolgende Folien wurden im Rahmen der Diskussion präsentiert:



### Verkehrsmittelwahl beim Einkauf in der Altstadt



- ➔ Hohe Bereitschaft, Einkäufe ohne das Auto zu erledigen.
- ➔ Anteil nicht-motorisierten Einkaufsverkehrs ist steigerbar und im Hinblick auf die als störend empfundene Verkehrsbelastung wünschenswert (➔ Ausbau Fuß- / Radwege).

### Parkplätze und Verkaufsflächen in der Altstadt

Stellplätze	Kfz-Stellplätze Innenstadt und angrenzender Bereich	Aktive VF Innenstadt	Stellplätze / m² VF
<b>Vilseck</b>	<b>345</b>	<b>1.000 m²</b>	<b>0,35</b>
Bad Königshofen	670	7.250 m²	0,09
Bischofsheim a.d.R.	60	1.160 m²	0,05
Hofheim	128	4.400 m²	0,03
Gerolzhofen	139	9.840 m²	0,01

- ➔ Quantitativ ausreichendes Stellplatzangebot in der Altstadt und deren Umfeld.

www.geoplan-bayreuth.de



### Parksuchdauer (Altstadt)

Wie schnell haben Sie bei Ihrem letzten Einkauf in der Altstadt einen Parkplatz gefunden?

Parksuchdauer	Sofort	Nach kurzem Suchen (5 min.)	in 5 min.	Nach längerem Suchen
<b>Vilseck</b>	<b>53%</b>	<b>37%</b>	<b>90%</b>	<b>10%</b>
Bad Königshofen	59%	30%	89%	11%
Bischofsheim a.d.R.	52%	37%	89%	9%
Gerolzhofen	66%	25%	90%	10%
Hofheim	69%	26%	95%	5%

- ➔ Hohe Parksucherfolgsquote.

### Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Altstadt

- **Positiv:**  
Erreichbarkeit zu Fuß / Rad
- **Geht so:**  
Parkplatzangebot
- **Negativ:**  
ÖPNV-Erreichbarkeit



www.geoplan-bayreuth.de

## Flankierende Maßnahmen

### ▪ Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Altstadt

- Erweiterung der Flächen für Aufenthalt und Kommunikation
- Prüfung des Flächenbedarfs für Parken
- Belegung der Altstadt durch Veranstaltungen und Märkte

### ▪ Parkraummanagement

Warum? Quantitativ ausreichendes Stellplatzangebot, aber empfundener Parkplatzmangel!

- Trotz Beschränkung der Höchstparkdauer offensichtlich Stellplatzbelegung durch Dauerparker.
- Konsequentes Parkraumbewirtschaftung, Dauerparker auf randlich gelegene Stellplätze verweisen.

### ▪ Marktauftritt von Einzelhandel und Gastronomie

- Feststellbare Defizite bei Ladeneinrichtung und Schaufenstergestaltung
- Offensive zur Aufwertung des Erscheinungsbildes / Umfeldgestaltung
- Gastronomie: Prüfung der Ausweisung von Sondernutzungsflächen für Freiluftgastronomie

## E Fragen und Diskussion zu den fachlichen Ergebnissen

Im Anschluss an die Präsentation wurde darüber diskutiert, in wie fern die Entwicklungsvorhaben der Lebensmittelmärkte sich auf den Standort Altstadt auswirken werden und ob es nicht doch möglich wäre, einen Lebensmittler in der Altstadt anzusiedeln.

Bürgermeister Schertl verwies diesbezüglich auf die langjährigen Bemühungen der Stadt Vilseck, einen Lebensmittelmarkt in der Altstadt anzusiedeln und das Ergebnis, dass die einzig in Frage kommende Fläche nicht den Standortanforderungen der Märkte entspricht.

Herr Hofmann wies darauf hin, dass ein Lebensmittelmarkt in der Altstadt natürlich wünschenswert sei, man aber niemanden zu einer Ansiedlung zwingen könne. Er gab zu bedenken, dass die Stadt Vilseck als Unterzentrum dennoch einen landesplanerischen Versorgungsauftrag für die rd. 9.000 Einwohner der Stadt und des Nahbereiches, zumindest in der Grundversorgung, wahrzunehmen hat und zu einem umfänglich sortierten Lebensmittelangebot auch ein attraktiver Discounter gehören würde. Das Ziel einer funktionalen Stärkung der Altstadt dürfe aber dennoch nicht aus den Augen verloren werden.

## Fragen und Diskussion



Im Hinblick auf die geplante Standortverlagerung von Netto wurde ein eingebrachter Vorschlag diskutiert, ob ein Verbot von Ansiedlungen für Lebensmittelmärkte außerhalb der Altstadt möglich und sinnvoll wäre, um so die Ansiedlungschancen in der Altstadt zu erhöhen.

Ergebnis der Diskussion war, dass dies weder umsetzbar noch zielführend sei und die Gefahr einer vollständigen Schließung des Netto-Standortes Vilseck bestünde, womit eine massive Verschlechterung der Nahversorgungssituation einhergehen würde.

Konsens bestand dahingehend, dass

- es durch einen attraktiveren Discounter gelingen kann, mehr Kaufkraft am Ort zu binden und damit die Gesamtattraktivität des Standortes Vilseck zu steigern,
- davon aber auch die Altstadt profitieren müsse,
- die Handelsfunktion der Altstadt gezielt gestärkt werden sollte,
- dies vor allem durch einen attraktiven Magnetbetrieb geschehen könne,
- eine attraktive Altstadt sich aber nicht nur über den Handel definiert,
- auch andere ergänzende Funktionen wie Gastronomie, Dienstleistung, Aufenthaltsqualität und Wohnen stärker auf die und in der Altstadt fokussiert und gefördert werden sollten und
- dafür vor allem auch städtebauliche Gestaltungsmaßnahmen notwendig sind.

Gefragt sind demnach geeignete Maßnahmen zur funktionalen Stärkung der Altstadt, die nachfolgend diskutiert wurden. Dabei wurden auch Hemmnisse angesprochen, die wünschenswerte Entwicklungen blockieren.

## F Maßnahmenvorschläge zur Attraktivierung der Altstadt

Die Dokumentation der diskutierten Maßnahmenvorschläge und Anregungen sowie Hemmnisse, die nach Ansicht der Teilnehmer eine attraktivere Gestaltung der Altstadt erschweren, erfolgt thematisch gruppiert und umfasst auch Aspekte, die nach der Diskussion noch auf den Plakatwänden schriftlich festgehalten wurden.

### Diskussion von Maßnahmenvorschlägen



### 1. Freiraum für mehr Aufenthaltsqualität / Reduzierung der Verkehrsdominanz

#### Rückbau nicht benötigter Parkflächen

Die fachlichen Untersuchungen (GEO-PLAN) sowie die Einschätzungen der Bürger haben zum Ergebnis, dass in der Altstadt ausreichend Stellplätze vorhanden sind und mit einer Reduktion des Dauerparkens auch eine Reduzierung bzw. der Rückbau von Stellplätzen möglich wäre, ohne die Erreichbarkeit der Altstadt zu beeinträchtigen. Hierdurch könnte die empfundene Dominanz des ruhenden Verkehrs in der Altstadt reduziert und Frei- bzw. Gestaltungsraum für andere Nutzungen geschaffen werden.

#### Reduktion der Stellplatztiefen

Vor allem an der Süd-Ost-Seite des Marktplatzes bestehen sehr hohe Stellplatztiefen, deren Reduktion eine Verbreiterung der Bürgersteige und damit ein fußgängerfreundlicheres Erscheinungsbild ermöglichen würde.

#### Reduzierung des Durchgangsverkehrs

Es sollten Möglichkeiten geprüft werden, den Durchgangsverkehr (insbesondere Schwerlastverkehr) und somit die empfundene Verkehrsdominanz zu reduzieren.

#### Prüfung eines möglichen Rückbaus der Linksabbiegespur in die Kirchgasse

Die Linksabbiegespur in die Kirchgasse, die nach Ansicht der Bürger nicht benötigt würde, bewirkt eine Aufweitung des Straßenraumes. Ein möglicher Rückbau würde zusätzlichen Frei- bzw. Gestaltungsraum schaffen. Dies wurde durch die Stadtverwaltung bereits geprüft und zurückgestellt, sollte nach Ansicht der Teilnehmer jedoch noch nicht ad acta gelegt werden.

## 2. Parkraummanagement

### **Ausweitung der zulässigen Höchstparkdauer**

Vor allem für einen Besuch der Gastronomie wird die zulässige Höchstparkdauer von einer Stunde am Marktplatz als nicht ausreichend empfunden. Vorgeschlagen wurde eine Ausweitung auf z.B. zwei Stunden, zumindest für einen Teilbereich der Stellplätze.

### **Dauerparken nur noch auf randlich gelegenen Parkplätzen**

Stellplätze in der Altstadt werden trotz zulässiger Höchstparkdauer von einer Stunde durch Dauerparker belegt – die Gefahr eines Strafzettels ist aufgrund mangelnder Parkraumüberwachung gering. Kunden- und besucherrelevante Stellplätze sollten nicht durch Geschäftsinhaber bzw. deren Angestellte belegt werden. Gleiches gilt für Verwaltungsangestellte der Stadt Vilseck, die mit gutem Beispiel vorangehen sollte.

### **Verstärkte Parkraumüberwachung**

Zur Reduzierung durchgängiger Belegungen von Stellplätzen durch Dauerparker sollte eine wirkungsvolle Parkraumüberwachung stattfinden.

## 3. Städtebauliche Gestaltung im öffentlichen Raum

### **Förderung von Einzelmaßnahmen beim Umbau des Marktplatzes / Vorstadt**

Im Hinblick auf einen kostenintensiven und daher vorerst kaum realisierbaren Komplettumbau des Marktplatzes wurde angeregt, verstärkt Einzelmaßnahmen, die für sich genommen bereits eine Attraktivierung der Altstadt bewirken würden, zu fördern.

### **Marktplatzgestaltung mit altem Gebäude Amtsgericht**

Dem ehemaligen Amtsgericht sollte bei einer (Neu-)Gestaltung des Marktplatzes eine der historischen Bedeutsamkeit entsprechende Funktion zukommen.

### **Breitere Bürgersteige, barrierefreier Marktplatzumbau**

Zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und Fußgängerfreundlichkeit wird eine Verbreiterung der Gehwege angeregt. Der nötige Flächenbedarf könnte durch eine Reduzierung der Stellplatztiefen von senkrecht zur Straße liegenden Parkplätzen erhalten werden (vgl. Reduktion der Stellplatztiefen). In diesem Zuge sollte auch eine niveaugleiche und damit barrierefreie Oberflächengestaltung geprüft werden, um so vor allem die Belange von älteren Menschen mit eingeschränkter Mobilität zu berücksichtigen.

### **Wohnen in der Altstadt**

Zur Belebung der Altstadt sollte zukünftig verstärkt das Thema „Wohnen in der Altstadt“ angegangen werden. Vor allem für ältere Menschen dürfte Wohnraum in zentraler Stadtlage, nahe an den Versorgungseinrichtungen, attraktiv sein. Es entstünde mehr Nachfrage an Waren und Dienstleistungen in der Altstadt sowie eine lebendigere Atmosphäre. Dies bedingt neben der Schaffung von attraktivem Wohnraum jedoch auch eine attraktive „Wohnumfeldgestaltung“ in der Altstadt mit entsprechenden Flächen für Aufenthalt und Freizeit (z.B. barrierefreie Gestaltung; autofreie Bereiche; Stadtmöblierung).

### **Denkmalschutz als Hemmnis für Gebäudesanierungen (Sanierungsstau)**

Bei der Diskussion zum Thema „Wohnen in der Altstadt“ wurde nachdrücklich darauf hingewiesen, dass sich die Auflagen des Denkmalschutzes bzw. daraus abgeleitete Auflagen der Behörden zum Teil als massives und „wirklichkeitsfernes“ Hemmnis für Gebäude- und Wohnraumsanierungen herausstellen und dadurch auch in hohem Umfang sanierungswillige Gebäudeeigentümer von notwendigen Modernisierungsmaßnahmen abgehalten werden. Die Folge ist ein Sanierungsstau in der Altstadt, der im Widerspruch zu den städtebaulichen Gestaltungszielen (Fassaden) und der für die Altstadt als förderungswürdig erkannten Teilnutzung für Wohnen steht. Herr Mallmann verwies darauf, dass man auch von Seiten der Stadt Vilseck versucht, sanierungswillige Eigentümer vermittelnd zu unterstützen, man jedoch häufig an der sehr strengen Auslegung der Abstandsflächenregelung durch das Landratsamt scheitert. Eine Lösung konnte auch in der gemeinschaftlichen Diskussion nicht erarbeitet werden.

## **4. Einzelhandel und Gastronomie**

### **Magnetbetrieb in der Altstadt**

Zur Sicherung der bestehenden Handelsbetriebe in der Altstadt sowie zur Stärkung der Handelsfunktion sollte die Ansiedlung eines Magnetbetriebes forciert werden, der frequenzerzeugende Wirkung entfaltet und damit entsprechende Passanten- und Besucherfrequenz erzeugt. Aus fachplanerischer Sicht kann dies ein Drogeriemarkt in bzw. im unmittelbaren Anschluss an die Altstadt (z.B. zukünftiger Altstandort Netto) sein.

### **Steigerung der Handelsdichte**

Zur Steigerung der Handelsdichte wäre es wünschenswert, in der Altstadt bereits bestehende Betriebe räumlich stärker zu konzentrieren, um so Synergieeffekte besser ausnutzen und die Kundenattraktivität steigern zu können. Dass dies allein aufgrund der bestehenden Eigentumsverhältnisse sowie des Umstandes, dass einige der standorträumlich in Frage kommenden Gebäude für eine erdgeschossige Handelsnutzung erst umgebaut werden müssten, nicht bzw. nur bedingt umsetzbar ist, war Ergebnis dieser Diskussion. Konsens besteht aber dahingehend, dass zukünftig alle sich dafür bietenden Chancen genutzt werden und Neuan siedlungen in der Altstadt zielgerichtet zur Steigerung der Handelsdichte dienen sollen. Geeigneter Ansiedlungsraum ist die im Fachgutachten abgegrenzte Hauptlage des Zentralen Versorgungsbereiches, insbesondere das Marktplatzumfeld.

### **Breitere Bürgersteige für Freiluftgastronomie und Einzelhandel**

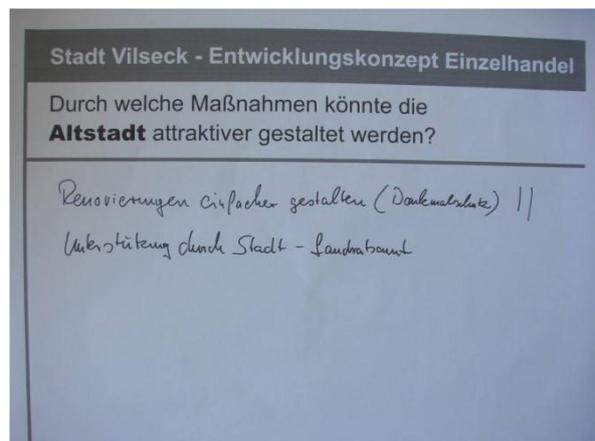
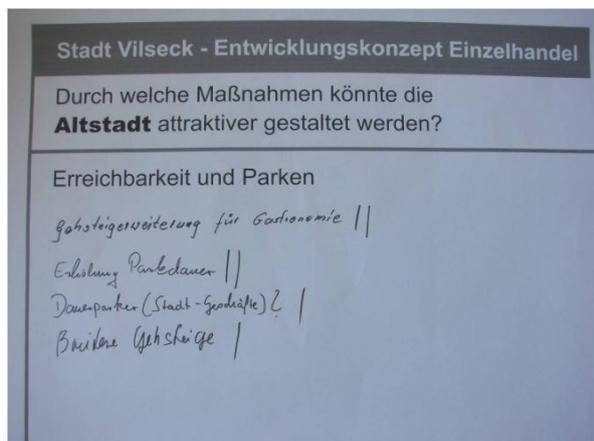
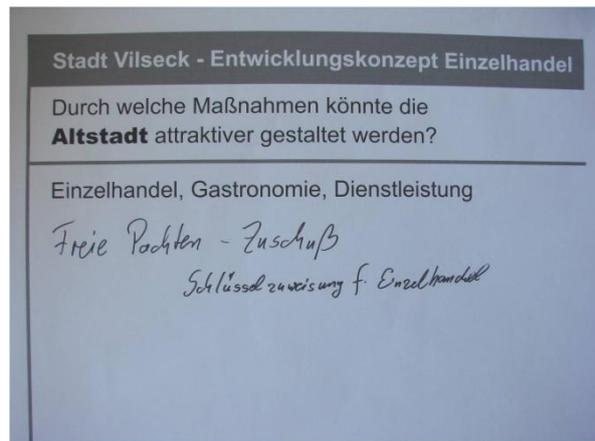
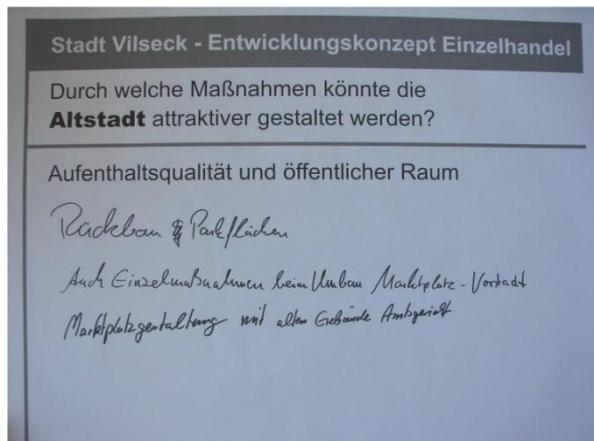
Flächen für Freiluftgastronomie stehen in der Altstadt zwar zur Verfügung, durch die Verbreiterung der Gehwege infolge einer Reduktion der Stellplatztiefen könnte zusätzliche Außenfläche für die Gastronomie und / oder den Einzelhandel (Kundenstopper) geschaffen werden. Dies entspräche dem Ziel einer lebendiger wirkenden Altstadt und würde die derzeit empfundene Verkehrsdominanz abmildern.

### **Finanzielle Unterstützung für den Einzelhandel in der Altstadt**

Unter dem Stichwort „Schlüsselzuweisung für Einzelhändler“ wurden Möglichkeiten diskutiert, den Bestand an Handelsbetrieben in der Altstadt durch finanzielle Unterstützungen zu

sichern und so auch Anreize für zusätzliche Ansiedlungen in der Altstadt zu schaffen, etwa durch (Teil-)Finanzierung der Pacht- bzw. Mietkosten oder eine Art Schlüsselzuweisung. Von Seiten der Stadt Vilseck wurde darauf hingewiesen, dass eine unmittelbare finanzielle Unterstützung einzelner Betriebe mit öffentlichen Geldern nicht möglich ist, diese jedoch für Maßnahmen eingesetzt werden können, die für den Handelsstandort Altstadt eine attraktivitätssteigernde Wirkung entfalten und davon indirekt auch der Altstadthandel profitiert.

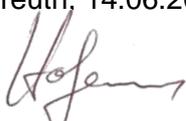
## G Dokumentation (zusätzlicher) Anregungen auf Plakatwänden



## H Abschluss

Bürgermeister Schertl und Herr Hofmann dankten den Teilnehmern für ihr Kommen, die engagierte Diskussion sowie die konstruktiven Beiträge und wiesen darauf hin, dass die Ergebnisse der Veranstaltung dokumentiert und Bestandteil des Entwicklungskonzeptes Einzelhandel werden.

Bayreuth, 14.06.2013



Hofmann, GEO-PLAN