



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

Prüfung eines möglichen Agglomerationstatbestands für das Planvorhaben „Auf der Grube“ in Penzberg

Stadt+Regionalentwicklung
Handel
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45 80333 München

T 089 55 118 154
cima.muenchen@cima.de

Ansprechpartner:

Dipl.-Ing. Geogr. Christian Hörmann

M. Sc. Susanne André

B. Sc. Christoph Hübner

München, 3. April 2020

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

www.cima.de

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

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

Inhalt

1 Grundlagen und Vorhabenbeschreibung	5
2 Rechtliche Rahmenbedingungen	7
3 Standortbeschreibung und -bewertung	9
3.1 Makrostandort Stadt Penzberg	9
3.2 Mikrostandort des Planvorhabens	10
4 Einzugsgebiet, Nachfrage- und Kaufkraftpotenziale	13
4.1 Einzugsgebiet des Planvorhabens	13
4.1.1 Zone I - Kerneinzugsgebiet - Penzberg und Nahbereich	14
4.1.2 Zone II - Erweitertes Einzugsgebiet	15
4.2 Kaufkraftpotenziale im Lebensmittelbereich	15
5 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	16
5.1 Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebiets	17
5.1.1 Kerneinzugsgebiet	17
5.1.2 Zone II - Weiteres Einzugsgebiet	18
5.2 Wettbewerbsstrukturen im Umland	18
6 Umsatzprognose für das Planvorhaben	19
6.1 Vorbemerkungen	19
6.2 Umsatzprognosen auf Basis des Marktanteilkonzepts	20
6.2.1 Umsatzprognose E-Center inkl. Backshop	20
6.2.2 Umsatzprognose Lidl	21
6.2.3 Umsatzprognose Getränkefachmarkt	22
7 Bewertung der erheblich überörtlichen Raumbedeutsamkeit	24
8 Landesplanerische Überprüfung gem. LEP Bayern 2020	26
9 Zusammenfassung und abschließende Bewertung	28

Abbildungen

Abbildung 1: Penzberg im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2020 (Ausschnitt)	9
Abbildung 2: Mikrostandort des Vorhabens	11
Abbildung 3: Planzeichnung zum Vorhaben	12
Abbildung 4: Einzugsgebiet des geplanten Vorhabens	14
Abbildung 5: Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie dem weiteren Umfeld von Penzberg.....	16
Abbildung 6: Marktanteile der Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel	20
Abbildung 7: Umsatzanteile der Nahversorgungsbetriebe nach Umsatzherkunft.....	24

Tabellen

Tabelle 1: Einwohner im Einzugsgebiet	13
Tabelle 2: Kaufkraftpotenziale im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet	15
Tabelle 3: Umsatzerwartung des geplanten E-Centers (inkl. Bäckerei) anhand des Marktanteilkonzepts ...	20
Tabelle 4: Umsatzerwartung des geplanten Lidl-Marktes anhand des Marktanteilkonzepts	22
Tabelle 5: Umsatzerwartung des geplanten Getränkefachmarktes anhand des Marktanteilkonzepts	23

1 Grundlagen und Vorhabenbeschreibung

Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung:

Die CIMA Beratung + Management GmbH, München, wurde mit der Prüfung eines möglichen Agglomerationstatbestands für ein Planvorhaben am Standort Auf der Grube in Penzberg beauftragt.

Bereits seit einigen Jahren bestehen Planungen, den Standort Auf der Grube handelsseitig weiterzuentwickeln. In diesem Zusammenhang standen in der Vergangenheit unterschiedliche Ansiedlungsszenarien im Raum, zu welchen mehrere Verträglichkeitsuntersuchungen von der cima erarbeitet und vorgelegt wurden. Hierbei wurden neben Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs auch unterschiedliche Konstellationen mit Bekleidungs- oder Elektronikanbietern geprüft.

Die aktuelle Planung beschränkt sich im Wesentlichen auf nahversorgungsrelevanten Einzelhandel und sieht für den Standort folgende Einzelhandelsnutzungen vor:

- E-Center Lebensmittelvollsortimenter (ca. 2.980 m² VK)
- Bäckerei (ca. 50 m² VK)
- Getränkefachmarkt (ca. 649 m² VK)
- Lidl Lebensmitteldiscounter (ca. 1.400 m² VK)
- Tiernahrungsfachmarkt (ca. 800 m² VK)¹

Die o.g. Betriebe wurden bereits auf ihre städtebaulichen Auswirkungen hin geprüft und gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO als verträglich bewertet.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist nun eine landesplanerische Überprüfung des Vorhabens gemäß der Ziele „Lage im Raum“, „Lage in der Gemeinde“ sowie „Zulässige Verkaufsflächen“ des aktualisierten Landesentwicklungsprogramms Bayern 2020 durchzuführen. In diesem Zusammenhang steht nun die Frage im Raum, ob das obenstehende Nutzungskonzept gemäß LEP Bayern 2020 als Agglomeration und damit gemeinsam als ein Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist oder ob die o.g. Nahversorger jeweils einzeln zu prüfen sind. Je nach Verfahrensweise ergeben sich unterschiedliche zulässige Verkaufsflächenobergrenzen.

In einem Gespräch zwischen Herrn Lang von der Regierung von Oberbayern und dem Auftraggeber am 18. Februar 2020 wurde der mögliche Tatbestand einer Agglomeration bereits besprochen. Für das Vorliegen einer Einzelhandelsagglomeration im Sinne der Landesplanung in Bayern ist neben der Anzahl an Betrieben (mehr als zwei) und einem räumlich funktionalen Zusammenhang der Anbieter untereinander eine erhebliche überörtliche Raumbedeutsamkeit des Gesamtvorhabens ausschlaggebend. Während die Mindestanzahl der Betriebe und deren funktionaler Zusammenhang bei den geplanten Handelsnutzungen unbestritten vorliegen, gilt es im Rahmen der vorliegenden Untersuchung zu klären, ob das Vorhaben als erheblich überörtlich raumbedeutsam einzustufen ist und eine Agglomeration vorliegt. Im Anschluss ist eine entsprechende Prüfung der o.g. Ziele der Landesplanung durchzuführen.

Methodische Grundsätze:

Um die Fragestellung zu klären, ob das Vorhaben als erheblich überörtlich raumbedeutsam einzustufen ist und damit im landesplanerischen Sinne eine Agglomeration vorliegt, wird eine Berechnung der Umsatzherleitung für das Planvorhaben gemäß Marktanteilkonzept durchgeführt. Mit Hilfe dieses theoretischen Modells ist es möglich, die realistisch am Standort erwartbaren Kundenanteile aus Penzberg

¹ Da es sich in Bezug auf den geplanten Tiernahrungsfachmarkt um ein Sortiment des sonstigen Bedarfs ohne Innenstadtrelevanz handelt (vgl. Gespräch mit Herrn Lang am 18.02.2020), wird dieser Anbieter im Rahmen der Marktanteilsuntersuchung nicht berücksichtigt.

und dem Nahbereich bzw. dem weiteren Umland zu bestimmen. Im Anschluss daran können entsprechend Ableitungen für die Raumbedeutsamkeit des Vorhabens getroffen werden.

Wesentlich zur Abwägung der erzielbaren Marktanteile für das Vorhaben ist die Wettbewerbssituation im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Penzberg und dem Umland. Dank der bereits in den vergangenen Jahren zum Vorhabenstandort vorgelegten Verträglichkeitsuntersuchungen verfügt die cima über umfangreiche Standortkenntnisse und entsprechende Daten zur Wettbewerbssituation. Die Erhebungsdaten im Untersuchungsraum aus den Jahren 2017/2018 wurden mittels einer Desktop-Recherche aktualisiert.

Zur Ermittlung und Plausibilisierung der Umsatzleistungen dienen anerkannte Kaufkraftkennziffern auf Gemeindeebene und sortimentspezifische Verbrauchsausgaben.

Auftraggeber:

Küblböck Projektentwicklungs-GmbH
Hopfenröthe 3
93133 Burglengenfeld

Bearbeitung:

Dipl.-Geogr. Christian Hörmann
M. Sc. Susanne André
B. Sc. Christoph Hübner

2 Rechtliche Rahmenbedingungen

Für das überplante Grundstück soll im Vorfeld des Vorhabens ein Bebauungsplan aufgestellt werden. Die geplanten Betriebe E-Center und Lidl wurden daher in vergangenen Gutachten bereits in den avisierten Größenordnungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO auf ihre städtebaulichen Auswirkungen hin geprüft und als verträglich bewertet.

Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist als nächster Schritt die landesplanerische Prüfung gemäß der Vorgaben aus dem aktualisierten Landesentwicklungsprogramm Bayern 2020 durchzuführen. Hierbei müssen die Ziele „Lage im Raum“, „Lage in der Gemeinde“ und „zulässige Verkaufsfläche“ erfüllt werden.

Mit Blick auf die Berechnung der am Standort zulässigen Verkaufsflächen gilt es jedoch zunächst das Vorhaben dahingehend zu untersuchen, ob bei den geplanten Einzelhandelsbetrieben im Sinne der Landesplanung eine Agglomeration vorliegt. In diesem Fall wäre eine Bewertung des Planvorhabens als ein gemeinsames Einzelhandelsgroßprojekt und demzufolge eine landesplanerische Untersuchung auf Ebene des Gesamtvorhabens notwendig. Andernfalls erfolgt die Ermittlung der zulässigen Verkaufsfläche auf einzelbetrieblicher Ebene. Je nach Verfahrensweise ergeben sich hier unterschiedliche zulässige Verkaufsflächenobergrenzen.

Bezüglich der Agglomeration findet sich im LEP Bayern 2018 zu 5.1.3 (B) folgende Erläuterung:

„In Zentralen Orten sollen überörtlich bedeutsame Einrichtungen der Daseinsvorsorge konzentriert werden (vgl. 2.1). Neben Betrieben i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind aufgrund analoger räumlicher Wirkungen auch Agglomerationen von mindestens drei Einzelhandelsbetrieben in räumlich funktionalem Zusammenhang, die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind, als Einzelhandelsgroßprojekte erfasst. (...) Einzelhandelsgroßprojekte sind für die Daseinsvorsorge der Bevölkerung von besonderer Bedeutung. Flächen für die Errichtung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten dürfen grundsätzlich nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden. Die Raumverträglichkeit eines konkreten Vorhabens bemisst sich insbesondere auch an den Vorgaben zu den zulässigen Verkaufsflächen (vgl. 5.3.3). Diese Vorgaben können zur Unzulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten in Zentralen Orten mit kleinen Bezugsräumen führen.“

Zur Einordnung, ob es sich bei dem Vorhaben also um eine Agglomeration im Sinne des LEP Bayern 2020 handelt und eine Bewertung des Vorhabens als ein Einzelhandelsgroßprojekt zu vollziehen ist, werden demnach drei Kriterien herangezogen, die allesamt erfüllt werden müssen.

Eine Bewertung der geplanten Betriebe gemeinsam als ein Einzelhandelsgroßprojekt liegt vor, bei Agglomerationen...

- mit mindestens drei Einzelhandelsbetrieben,
- in einem räumlich funktionalem Zusammenhang,
- die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind.

Das Kriterium „mind. 3 Einzelhandelsbetriebe“ kann mit Blick auf die Planung bestehend aus Vollsortimenter, Discounter, Getränkefachmarkt, Bäckerei und Tiernahrungsfachmarkt bestätigt werden. Bei Betrachtung der vorliegenden Planungen des Projektvorhabens legt die räumliche Anordnung der insgesamt fünf Anbieter einen räumlich funktionalen Zusammenhang nahe (siehe hierzu auch Kapitel 3.2), wodurch auch dieses Merkmal bestätigt wird. Folglich gilt es in der vorliegenden Untersuchung zu klären, ob die Betriebe als „erheblich überörtlich raumbedeutsam“ einzustufen sind und das Vorhaben dementsprechend als eine Agglomeration im oben genannten Sinne zu bewerten ist.

Die cima geht davon aus, dass bei Betrieben mit Sortimenten der Nahversorgung eine erhebliche überörtliche Raumbedeutsamkeit dann gegeben ist, wenn ein Großteil der einzelbetrieblichen

Umsatzanteile - und demnach auch der Kunden – von außerhalb des landesplanerisch festgelegten Nahbereiches stammt. Als relevante Schwelle werden hierbei 50 % des Umsatzes herangezogen. Erwirtschaftet ein Vorhaben also mehr als die Hälfte des Umsatzes aus der Standortkommune und dem zugehörigen Nahbereich, ist es nicht als überörtlich raumbedeutsam einzustufen.

Wird dieser Schwellenwert unterschritten und sind erhebliche Einkaufsverflechtungen in das außerhalb des Nahbereichs gelegene Umland zu konstatieren, wäre das Vorhaben folglich als Agglomeration im landesplanerischen Sinne und somit sämtliche Betriebe gemeinsam als Einzelhandelsgroßprojekt einzuordnen. In diesem Fall sind die einzelnen Einzelhandelsbetriebe nicht mehr allein als prüfungsrelevante Einzelhandelsprojekte im Rahmen der landesplanerischen Betrachtung zu berücksichtigen, sondern die gesamte Agglomeration am Standort Auf der Grube.

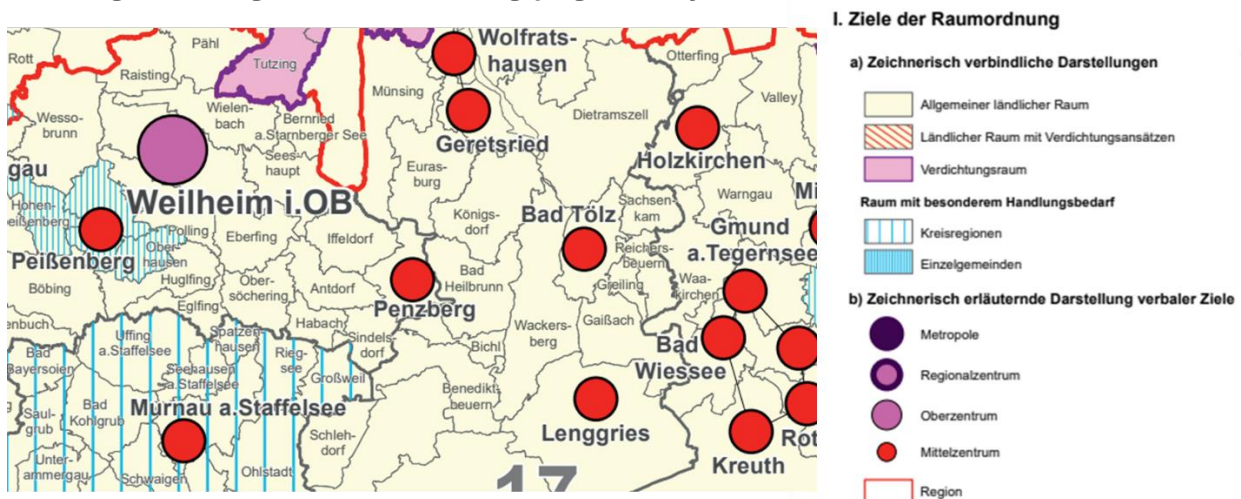
Basierend auf dem Ergebnis dieser Untersuchung wird abschließend eine Prüfung der landesplanerischen Vorgaben aus dem LEP Bayern 2020 durchgeführt.

3 Standortbeschreibung und -bewertung

3.1 Makrostandort Stadt Penzberg

Die Stadt Penzberg ist mit ihren insgesamt **16.586 Einwohnern**² im Landkreis Weilheim-Schongau gelegen und übernimmt gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern die Funktion eines Mittelzentrums in der Region Oberland.³ Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Stadt Weilheim i. OB im Nordwesten (ca. 19 km entfernt). Im Umkreis von ca. 14 km bis 18 km befinden sich mit Geretsried im Norden, Bad Tölz im Osten, Lenggries im Südosten, Murnau a. Staffelsee im Südwesten und Peißenberg im Westen mehrere weitere Mittelzentren. Das Stadtgebiet von Penzberg besteht aus 20 Stadtteilen, von denen der Großteil mit der Kernstadt Penzberg städtebaulich verwachsen ist.

Abbildung 1: Penzberg im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2020 (Ausschnitt)



Quelle: LEP Bayern, 2020; Bearbeitung: cima, 2020

Die **Bevölkerungsentwicklung** der Stadt Penzberg weist seit 2014 eine durchweg - wenngleich geringfügig - positive Entwicklung auf (+2,5 %).⁴ Dieser Trend soll sich gemäß Prognosen in den kommenden Jahren fortführen und die Bevölkerung bis 2025 um weitere rd. 2 % wachsen.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Penzberg ist für den motorisierten Individualverkehr maßgeblich durch die westlich gelegene Bundesautobahn BAB 95 gegeben. Diese verläuft in nördlicher Richtung nach München sowie in südlicher Richtung nach Garmisch-Partenkirchen. Die Bundesstraßen B 11 östlich und B 472 südlich des Stadtgebiets ergänzen die Anbindung Penzbergs an das überregionale Straßennetz in alle Richtungen.

An das **Schienennetz** ist die Stadt Penzberg über ihren Bahnhof angeschlossen. Es besteht eine Verbindung der Regionalbahn Richtung München (Norden) und an die Gemeinde Kochel am See (Süden). Weiterhin ergänzt der Regionalverkehr Oberbayern (RVO) den **ÖPNV** und gewährleistet mit mehreren Buslinien die Erreichbarkeit von Penzberg für die Stadtteile sowie das Umland.

Die **Wirtschaftsstruktur** ist maßgeblich durch den sekundären Sektor geprägt. Von den insgesamt 11.188 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Penzberg arbeiten ca. 70 % im produzierenden

² Fortschreibung des Bevölkerungsstandes, Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 31.12.2018

³ LEP Bayern, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, LEP-Teilfortschreibung 2018

⁴ Bevölkerungsfortschreibung, Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 10.03.2020

Gewerbe, weitere 30 % der Beschäftigten vereint der Dienstleistungssektor auf sich. Der primäre Sektor nimmt hinsichtlich einer wirtschaftsstrukturellen Betrachtung mit einem Wert von unter einem Prozent einen marginalen Stellenwert ein. Besonders zu beachten ist der positive Pendlersaldo von 3.950, welcher die Bedeutung des Wirtschaftsstandorts für die Region besonders hervorhebt.⁵ Der Kaufkraft-Index liegt mit 113,1 deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert.⁶

3.2 Mikrostandort des Planvorhabens

Der Standort, an dem das Vorhaben realisiert werden soll, befindet sich im Gewerbegebiet „Auf der Grube“ im nordöstlichen Bereich der Kernstadt von Penzberg. Das Planareal, um das es sich handelt, wird im Süden durch die Henlestraße und im Westen durch die Straße „Grube“ begrenzt. Im Norden schließt der bestehende Hagebaumarkt am Vorhabengrundstück an, im Osten wird es durch eine Grünfläche begrenzt. Derzeit wird das Grundstück durch das bestehende E-Center genutzt, das im Zuge des Vorhabens abgerissen und an anderer Stelle des Vorhabenstandorts neu errichtet werden soll. Größere Teile des Planareals sind derzeit noch mit einem ehemaligen Logistikkeller bebaut und aktuell ungenutzt.

Bezüglich des prägenden Nutzungsbesatzes im Umfeld des Vorhabenareals zeigt sich folgendes Bild:

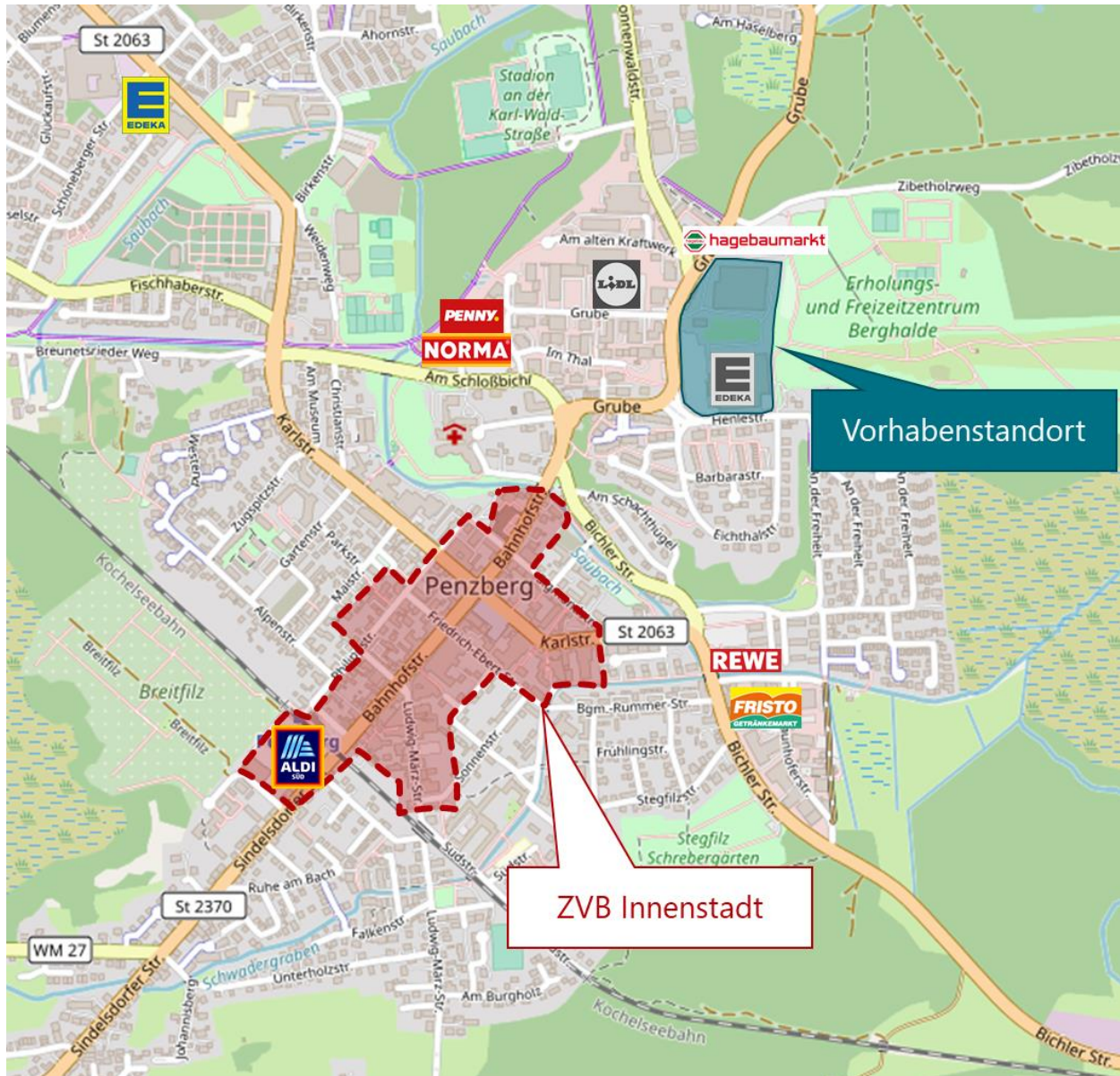
- **Südlich**, lediglich durch die Henlestraße getrennt, grenzt Wohnbebauung (Mehrfamilienhäuser) an das Planareal an. Für diese übernimmt der Standort perspektivisch wichtige z.T. fußläufige Nahversorgungsfunktionen. In südwestlicher Richtung folgt in ca. 300 Meter die Innenstadt von Penzberg.
- Der Nutzungsbesatz im Richtung **Westen** verlaufenden Gewerbegebiet „Auf der Grube“ wird durch Einzelhandelsbetriebe, Einrichtungsspezialisten, Sporteinrichtungen, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe, diverse Autohändler sowie weitere klassische Gewerbenutzungen geprägt. Anteilig ist auch Wohnbebauung vorzufinden.
- Im **Norden** des Planareals gliedern sich zunächst der bestehende Hagebaumarkt und anschließend Grün- bzw. Waldflächen an das Planareal an.
- Im **Osten** schließen sich unmittelbar weitere Waldflächen an.

Der Vorhabenstandort zeichnet sich insgesamt durch eine gute **Erreichbarkeit** für verschiedene Verkehrsträger aus. Entlang des gut ausgebauten Straßennetzes wird mittels **Fuß- und Radwege** eine gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer sichergestellt. Für die unmittelbar umgebenden Wohngebiete übernimmt der Standort mit dem ansässigen Markt bereits heute daher eine wesentliche fußläufige Nahversorgungsfunktion, welche durch die Neuaufstellung des Standortes künftig noch gesteigert wird. Für den motorisierten **Individualverkehr** wird das Grundstück über die Straße „Grube“ erschlossen. Über diese Verkehrsachse ist das Planvorhaben innerhalb des Kernstadtgebiets, den angrenzenden Stadtteilen sowie den Kommunen im Nahbereich und darüber hinaus gut erreichbar. Im nahen Standortumfeld befinden sich mit den Stationen Henlestraße im Süden und Berghalde im Norden zwei Bushaltestellen, die den Standort an den **ÖPNV** und so mit den Stadtteilen inklusive der jeweiligen Wohngebiete verbinden. Insgesamt ist der Standort demnach auch für nicht motorisierte Kundengruppen innerhalb Penzbergs gut erreichbar.

⁵ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitnehmer, Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 30. Juni 2018

⁶ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland, Michael Bauer Research GmbH, 2019 basierend auf Statistisches Bundesamt. Der Kaufkraft-Index beschreibt die lokal vorhandene Kaufkraft in Bezug auf den bundesdeutschen Durchschnitt. Ein Wert von 100 steht hierbei für die durchschnittliche Kaufkraft eines Bürgers in Deutschland.

Abbildung 2: Mikrostandort des Vorhabens



Schematische Darstellung

Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020;

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs (ZVB) Innenstadt wurde aus der Fortschreibung des Einzelhandelskonzept der Stadt Penzberg 2015 übernommen. Es handelt sich hierbei um eine schematische Darstellung.

Ausgegraute Betriebe verlagern ihren Standort im Rahmen des Projektvorhabens.

Die **Vorhabensplanung** sieht vor, das südliche Grundstücksgebiet, welches aktuell mit dem bestehenden E-Center belegt ist, künftig mit Wohnnutzung zu versehen. Insbesondere die hier lebenden Einwohner sind als Kunden für den Vorhabenstandort zu bewerten. In diesem Zusammenhang soll ein Wohnkomplex mit ca. 410 Wohnungen und somit rd. 1.000 Einwohnern entstehen, die über einen neu geschaffenen Kreisverkehr an der Straße „Grube“ erschlossen werden. Über diesen soll auch der nördliche Grundstücksabschnitt angebunden werden, welcher sich wiederum in mehrere Teilbereiche gliedert. Im Westen ist eine zusammenhängende Parkplatzfläche geplant, die den Kunden aller Einzelhandelsbetriebe zur Verfügung steht. Im östlichen Bereich sind zwei Gebäudekomplexe vorgesehen: im Norden sind der

künftige Supermarkt, Getränkemarkt und ein Backshop eingeplant. Südlich davon werden der geplante Discounter und der Tiernahrungsfachmarkt verortet. Die beiden Gebäude sind durch eine Zufahrt für die jeweilige Anlieferung getrennt (vgl. Abbildung 3). Ein räumlich funktionaler Zusammenhang im Sinne der eingangs aufgeführten Vorgaben aus dem LEP Bayern 2020 ist aufgrund der Nähe der Anbieter und der gemeinsamen Erschließung samt Parkflächen entsprechend durchaus anzunehmen.

Abbildung 3: Planzeichnung zum Vorhaben



Quelle: Küblböck Projektentwicklungs-GmbH, 2020

Derzeit liegt für das Plangrundstück kein gültiger Bebauungsplan vor. Im Zuge der Neugestaltung des gesamten Areals soll jedoch ein Bebauungsplan aufgestellt werden.

Gemäß dem aktuell gültigen **Einzelhandelskonzept** der Stadt Penzberg aus dem Jahr 2015 eignet sich der Sonderstandort „Auf der Grube“ perspektivisch als Einzelhandelsstandort. Sowohl den bestehenden Anbietern als auch neuen Konzepten werden grundsätzlich Möglichkeiten einer Entwicklung eingeräumt.⁷

⁷ Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Penzberg, CIMA Beratung + Management GmbH, 2015

4 Einzugsgebiet, Nachfrage- und Kaufkraftpotenziale

4.1 Einzugsgebiet des Planvorhabens

Als Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes ist derjenige Bereich zu verstehen, innerhalb dessen die Einwohner den Handelsstandort Penzberg regelmäßig aufsuchen.⁸ Das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Anziehungskraft des Projektvorhabens, basierend auf Lage, Verkaufsflächendimensionierung und Angebotsvielfalt
- Relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet und Entfernung zu den jeweiligen Standorten, insbesondere die bestehenden Filialnetze der geplanten Anbieter.
- Verkehrs- und siedlungsstrukturelle Voraussetzungen im Untersuchungsgebiet
- Allgemeine Erreichbarkeit und Fahrtzeiten zum Vorhabenstandort
- Bereits in der Vergangenheit durchgeführte Untersuchungen am Standort Penzberg

Besonders zu berücksichtigen ist, dass es sich beim Vorhaben überwiegend um Angebote aus dem Nahversorgungsbereich handelt. Hierbei ist anzunehmen, dass sich ein Großteil der Bevölkerung regelmäßig nahe dem eigenen Wohnort mit entsprechenden Waren versorgt. Aus diesem Grund sieht auch die Landesplanung mit Novelle des LEP 2013 vor, dass Lebensmittelansiedlungen bis zu einer Verkaufsfläche von 1.200 m² in allen Gemeinden, unabhängig ihrer hierarchischen Einstufung möglich sind. Entsprechend ist - im Vergleich zum sortimentsübergreifenden Marktgebiet aus dem Einzelhandelskonzept - grundsätzlich ein kleineres Einzugsgebiet zu erwarten.

Innerhalb dieses projektspezifischen Einzugsgebiets ist davon auszugehen, dass eine unterschiedliche Intensität der Kaufkraftbindung an den Standort zu erwarten ist. Das Einzugsgebiet unterteilt sich dabei in ein Kerneinzugsgebiet (Zone I, Penzberg und Kommunen des Nahbereichs) sowie ein erweitertes Einzugsgebiet (Zone II, Umlandkommunen). Insgesamt leben im Einzugsgebiet des Vorhabens rd. 32.027 Einwohner (vgl. Tabelle 1).

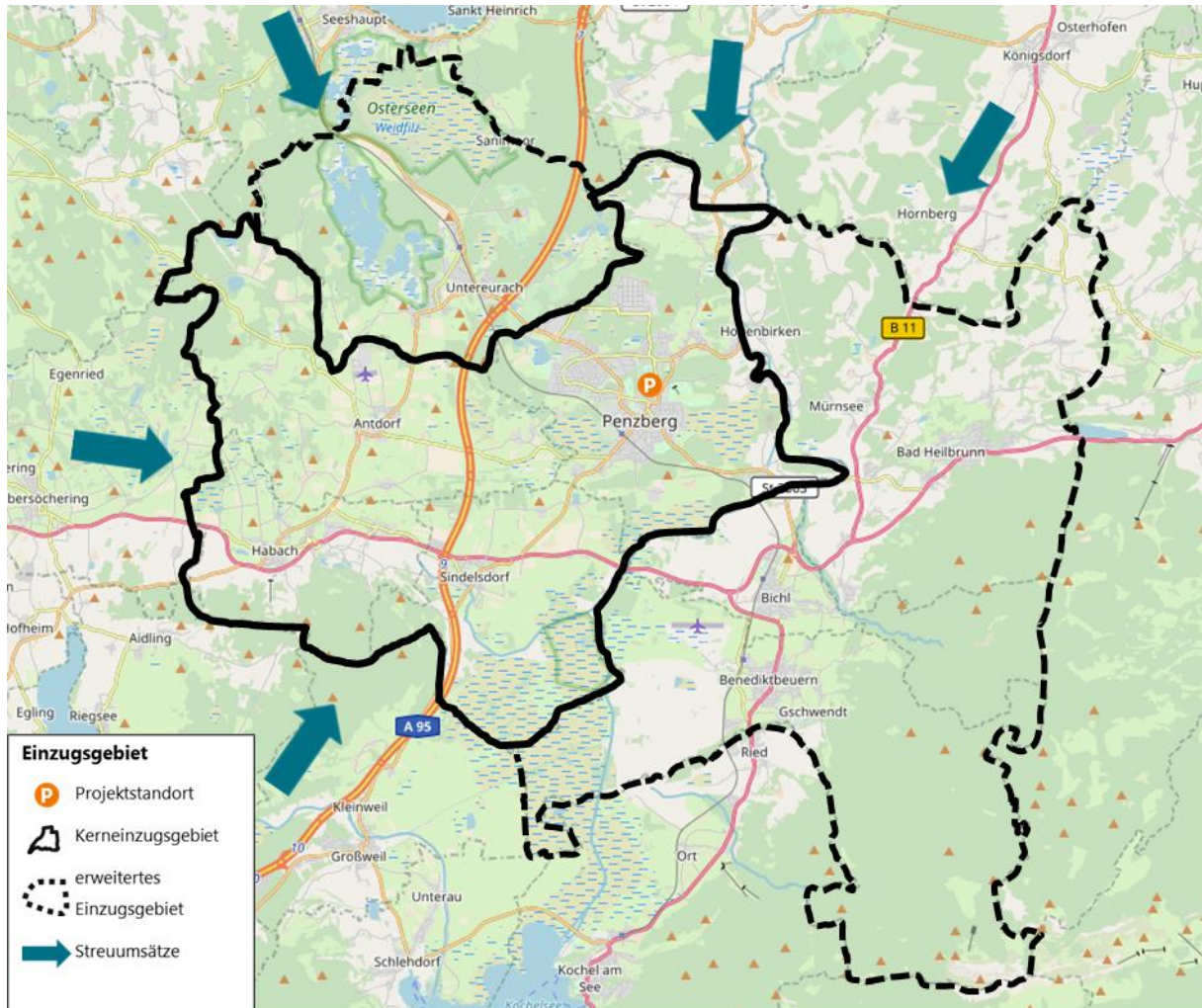
Tabelle 1: Einwohner im Einzugsgebiet

	Kommunen	Einwohner
Kerneinzugsgebiet		
Zone I a (Penzberg)	Penzberg	16.586
Zone I b (Nahbereich)	Antdorf, Habach und Sindelsdorf	3.675
Erweitertes Einzugsgebiet		
Zone II (Umlandkommunen)	Bad Heilbrunn, Benediktbeuern, Bichl und Iffeldorf	11.766
Gesamtes Einzugsgebiet		32.027

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2019; Bayrisches Landesamt für Statistik, Stand 31.12.2018; Rundungsdifferenzen möglich

⁸ Aus Gründen der Datenverfügbarkeit orientiert sich die Einteilung des Einzugsgebiets an den administrativen Grenzen auf Gemeindeebene.

Abbildung 4: Einzugsgebiet des geplanten Vorhabens



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

4.1.1 Zone I - Kerneinzugsgebiet - Penzberg und Nahbereich

Das Kerneinzugsgebiet lässt sich in folgende zwei Bereiche untergliedern:

- **Zone I a - Stadt Penzberg**

Zone I a umfasst das Stadtgebiet der Projektkommune Penzberg mit ihren 16.586 Einwohnern selbst. Hier kann voraussichtlich die höchste Kaufkraftbindung des Vorhabens erzielt werden. Insbesondere aus den nahe des Vorhabenstandortes gelegenen Wohngebieten können u.A. fußläufige Einkaufsverflechtungen erwartet werden.

- **Zone I b – Nahbereich**

Gemäß LEP Bayern 2020 hat ein Zentraler Ort die Aufgabe, ein umfassendes Angebot der Grundversorgung für die Einwohner ihres Nahbereichs vorzuhalten, wozu auch das Lebensmittelangebot zählt.⁹ Die Zone I b des Einzugsgebiets umfasst daher den Nahbereich der Stadt Penzberg (ohne Penzberg selbst) und besteht aus den Gemeinden Antdorf, Habach und Sindelsdorf¹⁰ mit insgesamt 3.675 Einwohner. In diesen Gemeinden kann aufgrund der zentralörtlichen Bedeutung Penzbergs

⁹ Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), Stand 01.01.2020

¹⁰ Regionalplan für die Region 17 - Oberland, Stand 03.2018

ebenfalls von einer hohen Kaufkraftbindung ausgegangen werden, wenngleich diese aufgrund der etwas höheren Distanz zum Vorhabenstandort und der gleichzeitigen Nähe zu anderen Angebotsstandorten etwas geringer ausfallen kann.

4.1.2 Zone II - Erweitertes Einzugsgebiet

Die nahegelegenen Kommunen außerhalb des definierten Nahbereichs, aus welchen ebenfalls nennenswerte regelmäßige Einkaufsverflechtungen zu erwarten sind, werden als Zone II (erweitertes Einzugsgebiet) zusammengefasst. Diese Kategorie beschreibt diejenigen Kommunen, die sich zwar der Annahme nach noch anteilig am Standort Penzberg versorgen, aber bereits selbst über ein gewisses Einzelhandelsangebot im Lebensmittelbereich verfügen. Aus den hier aufgeführten Kommunen ist der Planstandort verkehrsgünstig gelegen und über die gut ausgebauten Verkehrswege der Bundesstraßen B 11 und B 472 sowie der Staatstraße St 2063 anfahrbar. Mit der zunehmenden Entfernung zum Vorhaben sinkt für die Bewohner dieser Kommunen gleichzeitig die Distanz zu den umliegenden Zentren und dem dort vorhandenen Einzelhandelsbesatz. Es ist daher anzunehmen, dass sich die Bewohner aus dem erweiterten Einzugsgebiet öfter auch in den umliegenden Mittel- und Oberzentren versorgen und weniger den Standort Penzberg aufsuchen. Außerdem verfügen sie z.T. selbst über relevante Einzelhandelsstrukturen im Lebensmittelbereich.

Dieses weitere Einzugsgebiet für das Projektvorhaben besteht aus den Kommunen Bad Heilbrunn, Benediktbeuern, Bichl und Iffeldorf mitsamt den ansässigen 11.766 Einwohnern.

4.2 Kaufkraftpotenziale im Lebensmittelbereich

Basis der Berechnungen des sortimentspezifischen Kaufkraftniveaus stellen die jeweiligen durchschnittlichen Konsumausgaben für Deutschland dar. Nach cima-Berechnungen liegen diese Ausgaben für den Lebensmittelbereich bei ca. 2.240 €, speziell auf Getränke entfallen davon ca. 460 € pro Jahr.¹¹ Unter Berücksichtigung des jeweils vorhandenen, örtlichen Kaufkraftniveaus wurden diese Werte auf die lokalen Rahmenbedingungen angepasst.¹²

In den betrachteten Kommunen des Einzugsgebiets leben aggregiert 32.027 Einwohner, die in Summe eine Kaufkraft im Lebensmittelbereich von 80,9 Mio. € vorweisen. Hierbei enthalten ist eine Kaufkraft von ca. 16,8 Mio. € für Getränke im gesamten Einzugsgebiet. Die folgende Tabelle zeigt auf, wie sich die Kaufkraft im Einzugsgebiet auf die oben genannten Zonen und Sortimente verteilt.

Tabelle 2: Kaufkraftpotenziale im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet

	Kaufkraft Lebensmittel	...davon Getränke
Kerneinzugsgebiet		
Zone I a (Penzberg)	42,0 Mio. €	8,7 Mio. €
Zone I b (Nahbereich)	9,2 Mio. €	1,9 Mio. €
Erweitertes Einzugsgebiet		
Zone II (Umlandkommunen)	29,7 Mio. €	6,2 Mio. €
Gesamtes Einzugsgebiet	80,9 Mio. €	16,8 Mio. €

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2019; Rundungsdifferenzen möglich

¹¹ Basis des anteiligen Wertes für Getränke ist der Pro-Kopf-Umsatz gemäß Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017 des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie.

¹² Der Kaufkraft-Index der Kommunen des abgegrenzten Einzugsgebiets liegt zwischen 108,4 (Bichl) und 120,2 (Iffeldorf)

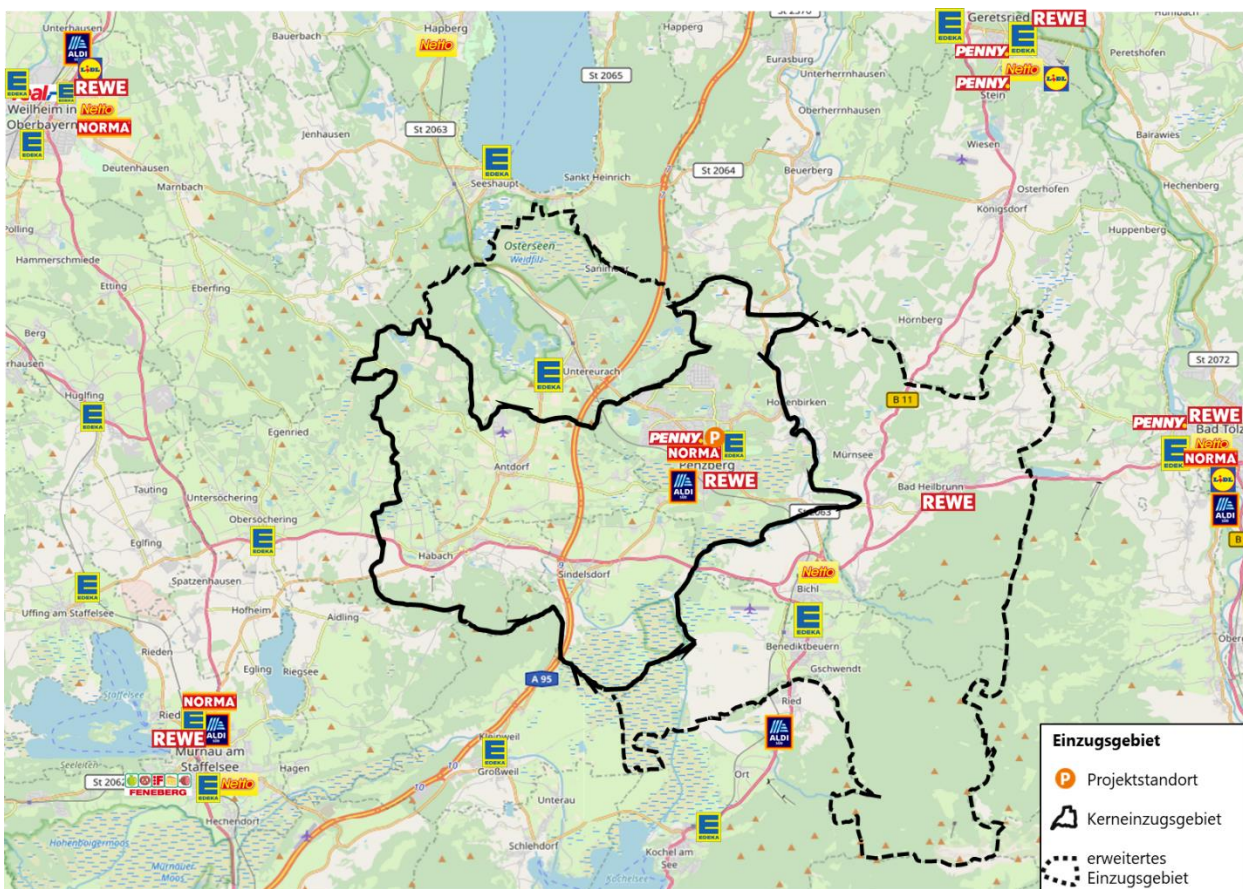
5 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

Die Analyse und Bewertung der Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum basiert auf einer Aktualisierung der vor-Ort-Erhebung im Rahmen vorangegangener Verträglichkeitsuntersuchungen aus den Jahren 2017/2018. Die vorhandenen Daten wurden auf ihre Aktualität geprüft und ggf. angepasst, sodass sie die derzeitige Angebotssituation wiedergeben.¹³

Als Konkurrenzstandorte zum Vorhaben werden all diejenigen Betriebe betrachtet, die Lebensmittel als Kern- oder Randsortiment anbieten und dadurch Marktanteile binden. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf betriebstypengleiche bzw. betriebstypenähnliche Betriebe (v.a. Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und andere Getränkefachmärkte). Als Untersuchungsraum dient das prognostizierte Einzugsgebiet des Vorhabens aus Kapitel 3.1.

Die wesentlichen Standorte werden im Folgenden zusammenfassend dargestellt und bewertet.

Abbildung 5: Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie dem weiteren Umfeld von Penzberg



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

¹³ Die CIMA ist bereits seit einigen Jahren zu verschiedenen Vorhaben in Penzberg tätig. Die dabei erlangten Erkenntnisse zu den vorhandenen Marktstrukturen finden auch in der vorliegenden Untersuchung Verwendung.

5.1 Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebiets

5.1.1 Kerneinzugsgebiet

Zone I a - Stadt Penzberg

In der Zone I a des Einzugsgebiets, also der Stadt Penzberg, sind die Wettbewerbsstandorte in drei wesentliche Standortkategorien einzuteilen:

- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- Integrierte Lagen
- Nicht-integrierte Lagen

Der **zentrale Versorgungsbereich** gemäß aktuellem Einzelhandelskonzept¹⁴ umfasst im Wesentlichen die Innenstadt von Penzberg entlang der Bahnhofstraße, zwischen Säubach im Norden und Bahnübergang im Süden, samt relevanten Nebenstraßen im entsprechenden Abschnitt. Der Aldi Lebensmitteldiscounter südlich des Bahnübergangs ist ebenfalls noch Teil des zentralen Versorgungsbereichs. Aufgrund der einerseits integrierten Lage, andererseits aber auch der guten verkehrlichen Erschließung übernimmt insbesondere Aldi sowohl für die umliegende Wohnbevölkerung als auch für autoorientierte Kunden aus dem südwestlichen Umland eine erhebliche Versorgungsfunktion. In der Innenstadt wird das Angebot durch mehrere kleinere Betriebe (u.a. Lebensmittelhandwerk) ergänzt, die aufgrund des kleinteiligen Angebots jeweils nur eingeschränkte Marktanteile auf sich vereinen können. Insgesamt bietet die Innenstadt von Penzberg ein attraktives Einzelhandelsangebot auch über den Nahversorgungsbereich hinaus. Daher ist mit umfangreichen Kopplungsmöglichkeiten der jeweiligen Lebensmittelanbieter mit den sonstigen Handelsstrukturen zu rechnen, was sich positiv auf deren Umsatzleistung auswirkt.

Die sonstigen **integrierten Lagen** beschreiben die Standorte mit unmittelbarem räumlichem Bezug zu Wohnnutzungen. In Penzberg umfasst dies vorrangig die Siedlungsstrukturen der Kernstadt außerhalb der Innenstadt. In dieser Lagekategorie bestehen mit den Supermärkten Rewe (Straße des 28. April 1945) und Edeka (Schönberger Straße) zwei weitere Vollsortimenter mit ähnlich guter Verkehrsanbindung. Der Rewe Markt im südöstlichen Gebiet des Kernorts liegt an der wichtigen Verkehrsstraße St 2063 und ist somit für das südöstliche Umland verkehrlich gut erreichbar. Der Edeka Markt befindet sich im nordwestlichen Bereich und ist für potenzielle Kunden aus den angrenzenden Kommunen in dieser Richtung gut anfahrbar. Beide Märkte übernehmen an ihrem jeweiligen Standort ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen für die unmittelbar umliegenden Wohngebiete. Aufgrund der geplanten Verkaufsflächendimensionierung und der anzunehmenden modernen Gestaltung sind die Anbieter des geplanten Vorhabens jedoch als deutlich attraktiver zu bewerten. Ein Biomarkt (Bürgermeister-Rummer-Straße) sowie ein Getränkemarkt Fristo (Fraunhoferstraße) ergänzen das Lebensmittelangebot im östlichen Stadtgebiet, können aufgrund des eingeschränkten Angebots jedoch nur geringe Marktanteile abschöpfen. Anbieter aus dem Discountersegment sind in dieser Lagekategorie nicht zu benennen. Kopplungsmöglichkeiten aus Kundensicht, wie sie am Planvorhaben möglich wären, sind bei keinem der Anbieter vorhanden.

In den **nicht-integrierten** Lagen, also allen Standorten ohne unmittelbaren Bezug zu Wohngebieten, werden Lebensmittel vorrangig von den Discountern Norma (Im Thal) und Penny (Im Thal) angeboten. Beide Märkte liegen innerhalb des Gewerbegebiets Auf der Grube und sind als vorrangig autokundenorientiert einzustufen, wengleich die verkehrliche Erreichbarkeit im Vergleich zum Vorhaben insgesamt etwas schlechter zu bewerten ist. Sie können jedoch von umfangreichen Kopplungen zu Anbietern im Standortumfeld profitieren (u.a. Deichmann Schuhhandel, Fitness- und Sporteinrichtungen, Gewerbebetriebe).

¹⁴ Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Penzberg, CIMA Beratung + Management GmbH, 2015

Zone I b – Nahbereich Penzberg

Zone I b des Einzugsgebiets umfasst mit Antdorf, Habach und Sindelsdorf kleinere Kommunen im südwestlichen Umland, in denen kein ausgeprägter Einzelhandelsbestand vorhanden ist. Das Angebot beschränkt sich auf wenige Anbieter aus dem Lebensmittelbereich, darunter ein Dorfladen in Habach, ein Getränkemarkt in Antdorf und ein Backwarenverkauf in Sindelsdorf. Diese Anbieter können jeweils nur einen kleinen Teil des örtlichen Nahversorgungsbedarfs abdecken. Einwohner dieser Kommunen sind daher auf Versorgungsstrukturen an anderen Orten angewiesen. Insbesondere Penzberg übernimmt dabei mit seiner Ausstattung eine wichtige Versorgungsfunktion, wobei tendenziell eher verkehrsgünstige Standorte für diese Kunden attraktiv sind.

5.1.2 Zone II - Weiteres Einzugsgebiet

Zone II umfasst mit den Kommunen Bad Heilbrunn, Benediktbeuern, Bichl, und Iffeldorf das weitere Einzugsgebiet über den Nahbereich hinaus. Die genannten Kommunen verfügen zwar über eine grundlegende Versorgung im Lebensmittelbereich, jedoch ist doch kein mit dem Planvorhaben vergleichbares Angebot (u.a. großer Supermarkt in Kombination mit Discounter) verortet.

Im nordwestlich gelegenen Iffeldorf kann ein Edeka Markt als Vollsortimenter wichtige Nahversorgungsfunktionen erfüllen. Ergänzende Angebote durch Discounter oder andere Angebotsformate bestehen nicht. Anders verhält es sich bei den Supermärkten Rewe und Edeka in Bad Heilbrunn bzw. Benediktbeuern im östlichen/südöstlichen Umland. In diesem Umgriff übernimmt der Netto Lebensmitteldiscounter in Bichl jedoch eine wichtige Funktion im Discount-Segment und kann einen Teil der Nachfrage bedienen. Dadurch ist eine gewisse Marktabdeckung im Lebensmittelbereich bereits erreicht, weshalb aus Kundensicht seltener auf das weiter entfernte Angebot in Penzberg, hierzu zählt auch das Angebot am geplanten Standort, zurückgegriffen werden muss.

In den o.g. Kommunen bestehen neben den genannten Betrieben auch Anbieter aus dem Lebensmittelhandwerk sowie weitere Angebote mit kleineren Getränkemarkten und Dorfläden. Diese übernehmen aufgrund der Kleinteiligkeit eine jeweils stark lokal begrenzte Funktion.

5.2 Wettbewerbsstrukturen im Umland

Da Anbieter im weiteren Umland ebenfalls Kaufkraft aus den umliegenden Kommunen binden, schränken sie das erreichbare Einzugsgebiet des Planvorhabens in Penzberg ein. Insbesondere an den Rändern des Einzugsgebiets ist von einer Mehrfachorientierung zum Planvorhaben und den weiteren Standorten in Penzberg sowie den Standorten im Umland auszugehen.

Neben dem Oberzentrum Weilheim im Nordwesten sind im Umland von Penzberg noch mehrere Mittelzentren verortet. Dazu zählen Murnau im Südwesten, Lenggries im Südosten, Bad Tölz im Osten und das gemeinsam Mittelzentrum Geretsried-Wolfratshausen im Norden. Diese Standorte verfügen über ein umfangreiches Angebot im Lebensmittelbereich mit jeweils mehreren Anbietern unterschiedlicher Betriebstypen. Damit sind sie attraktiver Einkaufsplatz für die Bewohner in der Region. Durch den umfangreichen Einzelhandelsbesatz abseits des Lebensmittelangebots an allen genannten Städten und den folgenden Kopplungsmöglichkeiten für Kunden wird eine zusätzliche Attraktivität generiert.

Aber auch abseits der o.g. Einzelhandelsstandorte in Ober-/Mittelzentren sind Angebotsstrukturen aus dem Lebensmittelbereich vorhanden. In vielen kleineren Kommunen im weiteren Umland sind z.T. sehr kleine Edeka Märkte ansässig, die in gewissem Umfang Nahversorgungsfunktionen am jeweiligen Standort übernehmen. Dies gilt auch für den Aldi Lebensmitteldiscounter in Ried, südlich von Penzberg.

6 Umsatzprognose für das Planvorhaben

6.1 Vorbemerkungen

Zur Herleitung der voraussichtlichen Umsatzerwartung der geplanten Einzelhandelsbetriebe wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses Modell bestimmt das maximal am Standort zu erwartende Umsatzvolumen eines Vorhabens anhand der erzielbaren Marktanteile im Einzugsgebiet. Neben der Ermittlung der zu erwartenden Gesamtumsatzleistung eines Vorhabens lässt sich mit dem Marktanteilkonzept außerdem die perspektivische Umsatzherkunft herleiten. Somit kann mit Hilfe des Marktanteilkonzeptes der Frage nachgegangen werden, ob es sich bei dem Planvorhaben um ein überörtlich bedeutsames Einzelhandelsprojekt handelt oder es überwiegend der Nahversorgung innerhalb der Stadt Penzberg und des regionalplanerisch definierten Nahbereichs dient.

Es gilt in einem ersten Schritt zu eruieren, in welchem Umfang die geplanten Einzelhandelsnutzungen Teile des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials binden können. Hierbei werden die maximal für das Vorhaben realistisch darstellbaren Marktanteile zugrunde gelegt. Diese maximal am Standort erzielbare Kaufkraftbindung in den einzelnen Zonen des Einzugsgebiets ist stark von den im Umfeld befindlichen Wettbewerbsstrukturen abhängig. Die Herleitung der künftigen Marktanteile der einzelnen Anbieter erfolgt daher auch unter Berücksichtigung ihrer Rolle im Gesamtvorhaben.

Als Grundlage für die Bewertung der bindungsfähigen Kaufkraft dienen zusammenfassend folgende Einflussgrößen:

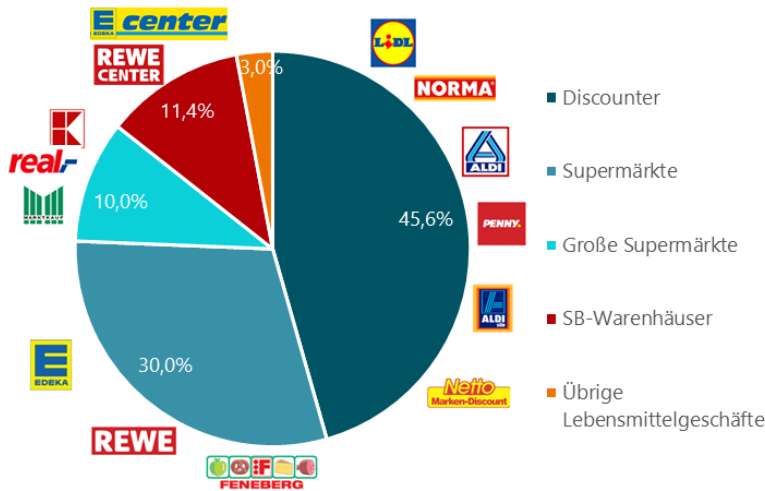
- Entfernungen bzw. Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zum Einkaufsstandort;
- Qualität der verkehrlichen Anbindung;
- Attraktivität der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die konkurrierende Ausstattung im nahen bzw. weiteren Einzugsgebiet der avisierten Einzelhandelsnutzung

Als Orientierung für die anzunehmenden Marktanteile können darüber hinaus die durchschnittlichen Marktanteile nach Betriebsformen im jeweiligen Branchenbereich dienen (vgl. Abbildung 6). So erzielen im gesamtdeutschen Durchschnitt die Anbieter aus dem Lebensmitteldiscount ca. 45 % der Marktanteile. Weitere ca. 41 % verteilen sich auf die Betriebe der Supermarktketten, inkl. der Formate der großen Supermärkte Rewe Center und E-Center. Die restlichen Anteile entfallen auf SB-Warenhäuser (ca. 10 %) und übrige Lebensmittelgeschäfte (ca. 3 %).¹⁵

Diese Marktanteile beziehen sich allerdings auf den gesamtdeutschen Durchschnitt und sind bei lokaler Betrachtung stark abhängig vom vorhandenen Besatz. In der Einzelbetrachtung können die tatsächlichen Werte daher deutlich abweichen.

¹⁵ Quelle: EHI Retail Institute 2019

Abbildung 6: Marktanteile der Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: EHI Retail Institute 2019; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

6.2 Umsatzprognosen auf Basis des Marktanteilkonzepts

6.2.1 Umsatzprognose E-Center inkl. Backshop

Für das E-Center mit angeschlossenem Backshop wird anhand des Marktanteilkonzeptes ein Umsatz von insgesamt ca. 11,3 Mio. € im Lebensmittelbereich über das gesamte Einzugsgebiet prognostiziert. Zuzüglich der Streuumsätze, die durch Kaufkraft außerhalb des Einzugsgebiets erzielt werden, und den Umsätzen aus den Nebensortimenten ergibt sich ein Gesamtumsatz von ca. 14,3 Mio. € pro Jahr. Die nachfolgende Tabelle zeigt die zu erwartenden Marktanteile.

Tabelle 3: Umsatzerwartung des geplanten E-Centers (inkl. Bäckerei) anhand des Marktanteilkonzepts

	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil	Umsatz in Mio. €	Anteil am Umsatz
Hauptsortiment: Lebensmittel				
Kerneinzugsgebiet				
Zone I a (Penzberg)	42,0	20 %	8,4	67,7 %
Zone I b (Nahbereich)	9,2	15 %	1,4	11,3 %
Erweitertes Einzugsgebiet				
Zone II (Umlandkommunen)	29,7	5 %	1,5	12,1 %
Gesamtes Einzugsgebiet:	80,9	14,0 %	11,3	91,1 %
Streuumsätze			1,1	8,9 %
Summe Hauptsortiment			12,4	100 %
Summe Nebensortimente			1,9	
Gesamt			14,3	

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020 eigene Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich

Das E-Center mit angeschlossenem Backshop erzielt nach gutachterlicher Schätzung einen vergleichsweise hohen Marktanteil von rd. 20 % in Zone I a des Einzugsgebiets und somit einen Großteil seiner Umsätze direkt vor Ort. Am Standort Penzberg sind mit einem Edeka und einem Rewe Supermarkt zwei weitere Vollsortimenter vorhanden, die beide eine erheblich geringere Verkaufsfläche vorweisen und dadurch für Kunden, die nicht aus den jeweils umliegenden Wohngebieten stammen, weniger attraktiv erscheinen. Durch die Nähe zu den umliegenden – bestehenden sowie insbesondere zu den geplanten – Wohngebieten übernimmt das Planvorhaben perspektivisch eine wichtige Nahversorgungsfunktion, was seine Bedeutung für das Stadtgebiet zusätzlich stärkt. Auch ist anzunehmen, dass durch eine Neugestaltung mit gehobenerer Einkaufsatmosphäre und -qualität noch einmal mehr Kundenpotenzial gebunden werden kann. Betriebstypenähnliche Anbieter aus dem Discountersegment - hierzu zählen Aldi, Penny und Norma - wirken sich aufgrund der anzunehmenden, geringeren Angebotsqualität und unterschiedlichen Preisstruktur nur geringfügig auf den Marktanteil aus.

Bedingt durch die vergleichsweise schwach ausgeprägte Angebotssituation im Nahbereich Penzbergs (Zone I b) ist der Marktanteil in dieser Zone mit 15 % nur geringfügig geringer anzunehmen. Die verkehrsgünstige Lage des Standorts stellt im Vergleich zu anderen Anbietern in Penzberg keine wesentliche Hürde für die Erreichbarkeit aus den Nahbereichskommunen dar. Wettbewerbsstandorte im Umland von Penzberg sind für die Einwohner des Nahbereichs aufgrund der großen Entfernung etwas schlechter zu erreichen, was die Marktanteile am Vorhabenstandort begünstigt.

Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) sind unter Berücksichtigung der jeweils vorhandenen Anbieter und der Nähe zu den umliegenden Konkurrenzstandorten deutlich geringere Marktanteile i.H.v. rd. 5 % zu erwarten. Die umliegenden Zentren (Bad Tölz, Geretsried, Weilheim, Murnau) verfügen über ein mindestens gleichwertiges Angebot im Vergleich zu Penzberg und liegen in teilweise vergleichbarer Distanz. So ist anzunehmen, dass sich die Einwohner dieser Zone auch an anderen Standorten versorgen und der Marktanteil des E-Centers in dieser Zone entsprechend gering ausfällt. Zusätzliche Kopplungsmöglichkeiten in den umliegenden Zentren, die in Penzberg zum Teil nur eingeschränkt vorhanden sind, verstärken diesen Effekt weiter.

In einer Gesamtschau wird deutlich, dass das E-Center seinen Umsatz überwiegend aus dem Kerneinzugsgebiet, also der Stadt Penzberg und dem definierten Nahbereich, erzielen wird. So werden mehr als drei Viertel des Umsatzes durch Kaufkraft in Zone I gebunden. Lediglich gut 20 % des Umsatzes stammen aus Kommunen im erweiterten Einzugsgebiet sowie von Kunden darüber hinaus (Streuumsätze).

6.2.2 Umsatzprognose Lidl

Der am Vorhabenstandort geplante Lidl Markt wird durch die Verlagerung und der damit einhergehenden Modernisierung und Erweiterung voraussichtlich leicht höhere Marktanteile als im derzeitigen Bestand erzielen. Entsprechend ist mit einem Gesamtumsatz i.H.v. rd. 10,5 Mio. € zu rechnen (vgl. Tabelle 4).

Nach gutachterlicher Einschätzung erreicht der Anbieter Lidl Marktanteile i.H.v. rd. 13 % in Zone I a und ca. 10 % in Zone I b¹⁶. Auch bei Lidl wirkt sich die Neugestaltung und die größere Verkaufsfläche attraktivitätssteigernd aus, sodass am Standort ein im Vergleich zu den restlichen Anbietern in Penzberg überdurchschnittliches Angebot entsteht. Der zentral gelegene Aldi Lebensmitteldiscounter verfügt jedoch ebenfalls über eine überdurchschnittliche große Verkaufsfläche und kann entsprechend große Marktanteile auf sich vereinen. Die beiden Anbieter Norma und Penny können hingegen nur eingeschränkte Attraktivität und Angebotsumfang vorweisen und sind demnach nachrangig als Wettbewerber zu bewerten.

¹⁶ Insbesondere nahe am Standort liegende Wohngebiete versorgen sich voraussichtlich eher am Planstandort, als weiter entfernte Wohngebiete. Primär weiter südlich gelegene Wohngebiete orientieren sich voraussichtlich zunehmend in Richtung des Anbieters Aldi.

Tabelle 4: Umsatzerwartung des geplanten Lidl-Marktes anhand des Marktanteilkonzepts

	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil	Umsatz in Mio. €	Anteil am Umsatz
	Hauptsortiment: Lebensmittel			
Kerneinzugsgebiet				
Zone I a (Penzberg)	42,0	13 %	5,5	65,5 %
Zone I b (Nahbereich)	9,2	10 %	0,9	10,7 %
Erweitertes Einzugsgebiet				
Zone II (Umlandkommunen)	29,7	4 %	1,2	14,3 %
Gesamtes Einzugsgebiet:	80,9	9,4 %	7,6	90,5 %
Streuumsätze			0,8	9,5 %
Summe Hauptsortiment			8,4	100 %
Summe Nebensortimente			2,1	
Gesamt			10,5	

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020 eigene Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich

In Zone II des Einzugsgebiets sind wie auch bei Edeka etwas niedrigere Marktanteile zu unterstellen. Auch hier wirken sich die umliegenden Einkaufsstandorte mit attraktiven Discountangeboten anteilmindernd aus. So werden sich die Bewohner der Umlandkommunen regelmäßig an mehreren unterschiedlichen Standorten versorgen. Im erweiterten Einzugsgebiet kann der Anbieter Lidl aufgrund seiner Marktposition im Discountersegment über alle Kommunen hinweg durchschnittliche Marktanteile in Höhe von rd. 4 % erzielen.

In Summe ergeben sich dadurch 8,4 Mio. € Umsatz im Lebensmittelbereich aus dem Einzugsgebiet. Zuzüglich der zu erwartenden Streuumsätze und Umsätze durch Nebensortimente wird von einem jährlichen Umsatz von ca. 10,5 Mio. € ausgegangen.

Auch Lidl wird somit seinen Umsatz überwiegend aus dem Kerneinzugsgebiet generieren (ca. 75 %). Lediglich ein Viertel des Umsatzvolumens wird durch Kunden von außerhalb Penzbergs und des Nahbereichs erzielt.

6.2.3 Umsatzprognose Getränkemarkt

Gegenüber den anderen Getränkemarkten kann der geplante Markt durch seine deutlich größer dimensionierte Verkaufsfläche und dem folglich breiteren Angebotsspektrum eine stärkere Attraktivität erzeugen. Zusätzlich konkurriert der Anbieter neben den Getränkemarkten im Untersuchungsgebiet auch mit klassischen Systemanbietern aus dem Lebensmittelbereich. Sowohl Discounter wie auch Supermärkte bieten Getränke in ihrem Sortiment an und binden dadurch einen Teil der vorhandenen Kaufkraft in diesem Segment. Daher ist grundsätzlich von geringeren Marktanteilen auszugehen als bei den oben genannten Betriebstypen.

Nach gutachterlicher Schätzung kann der geplante Getränkemarkt am Standort Penzberg (Zone I a) voraussichtlich 10 % der Kaufkraft im Bereich Getränke auf sich vereinen. Aufgrund der zunehmenden Konkurrenz durch andere Getränkemarkte, zum Teil auch im Nahbereich, sinkt der Marktanteil in Zone I b auf ca. 7 %. Im weiteren Einzugsgebiet der Zone II fällt dieser Anteil weiter auf 2 % ab (vgl. Tabelle 5). Es ist anzunehmen, dass Kunden aus dieser Zone das Angebot überwiegend dann nutzen, wenn sie sich bereits bei einem der restlichen Anbieter am Standort versorgen und die vorhandenen Kopplungsmöglichkeiten nutzen, andernfalls das Angebot jedoch eher selten gezielt aufsuchen. Streuumsätze durch Kunden außerhalb des Einzugsgebiets sind an dieser Stelle nur in äußerst geringen Umfang zu erwarten.

Insgesamt erzielt der Markt nach gutachterlicher Schätzung einen jährlichen Umsatz von ca. 1,1 Mio. €.

Tabelle 5: Umsatzerwartung des geplanten Getränkemarktes anhand des Marktanteilkonzepts

	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil	Umsatz in Mio. €	Anteil am Umsatz
	Hauptsortiment: Getränke			
Kerneinzugsgebiet				
Zone I a (Penzberg)	8,7	10 %	0,9	81,8 %
Zone I b (Nahbereich)	1,9	7 %	0,1	9,1 %
Erweitertes Einzugsgebiet				
Zone II (Umlandkommunen)	6,2	2 %	0,1	9,1 %
Gesamtes Einzugsgebiet:	16,8	6,5 %	1,1	100 %
Streuumsätze			<< 0,1	< 1 %
Gesamt			1,1	

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020 eigene Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich

Mit Blick auf die erzielbaren Marktanteile ist auch für den Getränkemarkt von einer enormen Nahversorgungsbedeutung für Penzberg und den Nahbereich auszugehen. Gut 90 % des Umsatzes werden innerhalb des Kerneinzugsgebiets erzielt.

7 Bewertung der erheblich überörtlichen Raumbedeutsamkeit

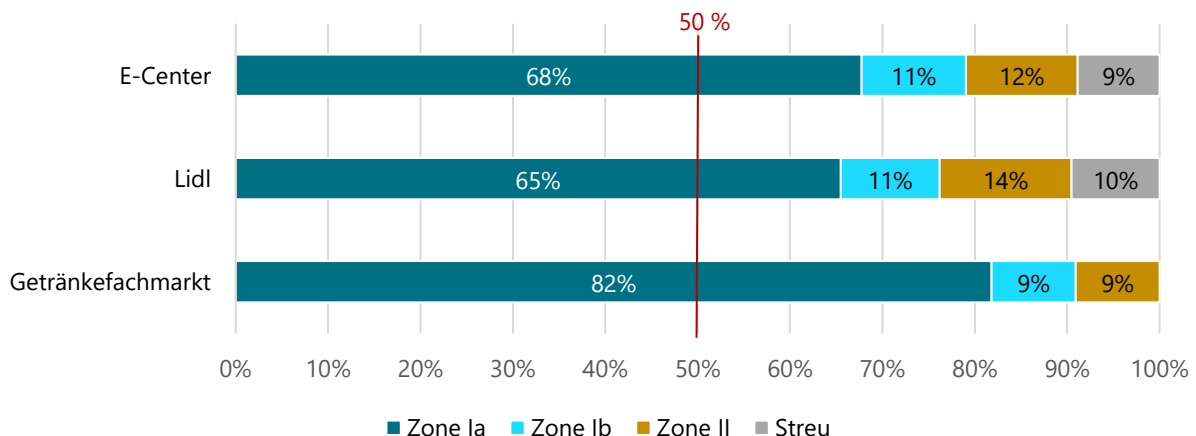
Wie eingangs beschrieben spielt die Frage der Raumbedeutsamkeit eine entscheidende Rolle, ob die geplanten Einzelhandelsbetriebe bei Prüfung der landesplanerischen Ziele gemeinsam als ein Einzelhandelsgroßprojekt oder jeweils separat zu bewerten sind. Nur wenn die einzelnen Handelsbetriebe als erheblich überörtlich raumbedeutsam anzusehen sind, wird von einer Agglomeration im landesplanerischen Sinne gesprochen, sodass das Vorhaben in seiner Gesamtheit einer landesplanerischen Prüfung unterzogen werden muss. Andernfalls ist diese Betrachtung auf einzelbetrieblicher Ebene durchzuführen.

Für diese Bewertung wird die, durch die Herleitung des Umsatzes der Einzelhandelsbetriebe mittels Marktanteilkonzept dargelegte Umsatzherkunft herangezogen. Je höher der Umsatzanteil aus Penzberg und dem Nahbereich, desto höher ist seine lokale Bedeutung zu bewerten. Nach Einschätzung der CIMA ist eine erheblich überörtliche Raumbedeutsamkeit dann gegeben, wenn mehr als 50 % der Umsatzanteile von außerhalb des landesplanerisch festgelegten Nahbereichs stammen (vgl. Kapitel 2).

Wie in Kapitel 6 aufgezeigt, sind die Umsatzanteile stark von der vorherrschenden Wettbewerbssituation und der Attraktivität des Gesamtangebots abhängig. Da es sich in der vorliegenden Betrachtung um das Sortiment Lebensmittel und somit um ein Sortiment des Nahversorgungsbedarfs handelt, ist entsprechend anzunehmen, dass der jeweilige Marktanteil mit zunehmender Entfernung zum Vorhabenstandort abnimmt. Dies ist bereits vom Übergang des Stadtgebiets (Zone I a) in den Nahbereich (Zone I b) zu beobachten. Aus dem erweiterten Einzugsgebiet sind entsprechend weiterhin geringe Marktanteile zu erwarten.

Für die Anbieter des Planvorhabens ergibt sich im Detail folgendes Bild zur Umsatzherkunft:

Abbildung 7: Umsatzanteile der Nahversorgungsbetriebe nach Umsatzherkunft



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020; eigene Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich

Die rote Linie markiert den Schwellenwert von 50 % des Gesamtumsatzes. Wird dieser Wert durch Umsätze aus dem Kerneinzugsgebiet erreicht, wird der Betrieb als nicht erheblich überörtlich raumbedeutsam angesehen

- Das **E-Center** generiert mit ca. 68 % ungefähr zwei Drittel seines Umsatzes aus dem Stadtgebiet Penzberg selbst. Weitere 11 % stammen aus den Kommunen des Nahbereichs (Antdorf, Habach und Sindelsdorf). Insgesamt 79 % des Gesamtumsatzes werden daher aus Penzberg selbst und dem regionalplanerisch zugeordneten Nahbereich der Stadt generiert. Aus den restlichen Gemeinden des

weiteren Einzugsgebiets (Bad Heilbrunn, Benediktbeuern, Bichl, Iffeldorf) stammen zusätzliche 12 % des Gesamtumsatzes. Lediglich knapp 9 % stammen von außerhalb des Einzugsgebiets.

- Vergleichbare Werte werden beim Lebensmitteldiscounter **Lidl** prognostiziert, bei welchem ca. 65 % des Umsatzes aus Penzberg stammen. Der Nahbereich trägt ca. 11 % bei, während das weitere Einzugsgebiet zusätzliche 14 % des Gesamtumsatzes ausmacht. Somit erzielt der Anbieter Lidl ca. 76 % seines Umsatzes aus dem Nahbereich. Knapp 10 % entfallen auch hier auf Streuumsätze.
- Aufgrund des vorhandenen Angebots mehrerer Getränkemarkte, auch in kleineren Umlandgemeinden, ist bei dem geplanten **Getränkemarkt** von einer höheren lokalen Bedeutung auszugehen. Ca. 82 % des Umsatzes werden in Penzberg selbst erzielt, während ca. 9 % aus dem Nahbereich mit den Gemeinden Antdorf, Habach und Sindelsdorf stammen. Umsätze aus dem erweiterten Einzugsgebiet werden ebenfalls mit 9 % prognostiziert während Streuumsätze nur in kleinem Maße stattfinden und auf gutachterlicher Ebene nicht messbar sind.

Wie Abbildung 7 zeigt, ist bei dem Planvorhaben von einer erheblichen Nahversorgungsbedeutung für die Standortkommune Penzberg und den zugehörigen Nahbereich auszugehen. Insgesamt wird deutlich, dass über alle Anbieter hinweg ein hoher Umsatzanteil aus Penzberg selbst sowie dem definierten Nahbereich erzielt wird. Mindestens ca. 65 % des Umsatzes werden durch die Kaufkraft in Penzberg selbst erwirtschaftet. Darüber hinaus wird rd. ein Zehntel des Umsatzvolumens durch die Kommunen im Nahbereich generiert. Mit Blick auf sämtliche geprüfte Nahversorger werden maximal rd. 24 % des Umsatzes durch Kunden außerhalb des Nahbereichs erzielt.

Folglich kann also konstatiert werden, dass das gesamte Vorhaben vorrangig auf die Erfüllung der Nachfrage aus der Stadt selbst sowie dem Nahbereich ausgelegt ist. **Eine erhebliche überörtliche Raumbedeutsamkeit liegt entsprechend nicht vor.** Die Umsatzanteile von außerhalb der Standortkommune und dem Nahbereich liegen deutlich unterhalb der 50 % Schwelle.

Die geplanten Einzelhandelsbetriebe erfüllen entsprechend nicht die Kriterien der Landesplanung für eine erheblich überörtlich raumbedeutsame Einzelhandelsagglomeration und sind damit nicht gemeinsam als ein Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten. Im Sinne der landesplanerischen Überprüfung hat keine Betrachtung des Gesamtvorhabens zu erfolgen, sondern die Ziele aus dem LEP Bayern 2020 sind auf einzelbetrieblicher Ebene zu prüfen.

8 Landesplanerische Überprüfung gem. LEP Bayern 2020

Das Landesentwicklungsprogramm Bayern in seiner aktuellen Fortschreibung 2020 bildet die wesentliche Grundlage für die landesplanerische Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten. In Kapitel 7 wurde festgestellt, dass das geplante Projektvorhaben nicht als erheblich überörtlich raumbedeutsam zu bewerten ist und die einzelnen Betriebe demnach nicht gemeinsam als ein Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen sind. Folglich gilt es nun, die beiden als großflächig anzusehenden Anbieter E-Center und Lidl gemäß den Vorgaben aus dem LEP zu bewerten. Es gibt mit Blick auf das konkrete Vorhaben in Penzberg folgende Ziele vor:

„5.3.1 Lage im Raum (Z)

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

Abweichend sind Ausweisungen zulässig

- *für Betriebe bis 1 200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2,*
- *für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.“*

Die Stadt Penzberg, in welcher sich der Projektstandort befindet, ist gemäß LEP Bayern 2020 als Mittelzentrum definiert. Sie ist entsprechend für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben geeignet.

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

„5.3.2 Lage in der Gemeinde (Z)

Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

- *das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder*
- *die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.“*

Gemäß LEP Bayern, Fortschreibung 2020 sind städtebaulich integrierte Lagen „Standorte innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend, die über einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich und eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) verfügen.“

Der Planstandort des Projektvorhaben befindet sich im nördlichen Siedlungsgebiet der Stadt Penzberg. Im fußläufigen Einzugsbereich des Standortes sind insbesondere in Richtung Süden und Westen Wohngebiete verortet. Für diese übernimmt der Standort bereits heute in großem Umfang fußläufige Versorgungsfunktionen. Außerdem ist im unmittelbaren Standortumfeld eine umfangreiche Neubautätigkeit mit einer Vielzahl von Wohneinheiten vorgesehen. Darüber hinaus besteht über die Haltestelle „Henlestraße / E-Center“ eine Anbindung an den ÖPNV. Entsprechend ist der Standort als städtebaulich integriert einzustufen.

Ziel 5.3.2 (Lage in der Gemeinde) wird erfüllt.

„5.3.3 Zulässige Verkaufsflächen (Z)

Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- *soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H.,*
- *soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v.H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v.H.*

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“

Gemäß den Vorgaben darf ein Einzelhandelsgroßprojekt mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel nicht mehr als 25 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich einer Kommune abschöpfen. Der Nahbereich von Penzberg umfasst das Stadtgebiet sowie die angrenzenden Kommunen Antdorf, Habach und Sindelsdorf.¹⁷ Insgesamt leben im Nahbereich der Stadt Penzberg rd. 20.260 Einwohner.¹⁸

Da das Gesamtvorhaben nicht als ein Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, wird die zulässige Verkaufsfläche auf einzelbetrieblicher Ebene abgeleitet. Demzufolge werden die beiden jeweils großflächigen Betriebe E-Center und Lidl einzeln für sich betrachtet.

- Unter Annahme einer Pro-Kopf-Kaufkraft im Lebensmittelbereich von 2.315 €/Jahr beläuft sich die sortimentspezifische Kaufkraft insgesamt auf rd. 46,9 Mio. € im Nahbereich, wovon das E-Center 25 % abschöpfen darf. Bei einer Verkaufsflächenproduktivität in einer Spanne zwischen 3.300 und 4.300 €/m² für große Supermärkte ergibt sich eine zulässige Verkaufsfläche in einer Größenordnung von 2.727 – 3.553 m². Mit einer geplanten Verkaufsfläche von rd. 2.980 m² passt die Planung in die Vorgaben der Landesplanung.
- Auch der Anbieter Lidl darf 25 % der rd. 46,9 Mio. € Lebensmittelkaufkraft abschöpfen. Unter Zugrundelegung einer Flächenleistung von 3.800 – 5.800 €/m² für Lebensmitteldiscounter ergibt sich ein zulässiges Verkaufsflächenvolumen i.H.v. 2.022 bis 3.086 m². Die avisierte Verkaufsfläche für Lidl (rd. 1.400 m²) unterschreitet dabei die landesplanerische Relevanzschwelle bei Weitem.

Beide großflächigen Einzelhandelsbetriebe fügen sich mit ihren geplanten Verkaufsflächengrößen in den Rahmen der landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen ein.

Ziel 5.3.3 (Zulässige Verkaufsflächen) wird erfüllt.

Die Ziele der Landesplanung (LEP Bayern 2018) werden für beide großflächigen Einzelhandelsvorhaben E-Center und Lidl in Penzberg erfüllt.

¹⁷ Regionalplan für die Region 17 - Oberland, Stand 03.2018

¹⁸ Fortschreibung des Bevölkerungsstandes, Bayrisches Landesamt für Statistik, Stand 31.12.2018

9 Zusammenfassung und abschließende Bewertung

In der Stadt Penzberg ist am Standort „Auf der Grube“ die Umgestaltung des gesamten Standortareals geplant, auf welchem derzeit ein E-Center sowie ehemalige, derzeit ungenutzte Logistikhallen verortet sind. Im südlichen Bereich des Planvorhabens sind neue Wohngebäude geplant, während der nördliche Abschnitt durch folgende Einzelhandelsbetriebe genutzt werden soll:

- | | | |
|-----------------------------|--|-----------------------------|
| ▪ E-Center (inkl. Backshop) | (Neugestaltung nach Abriss) | ca. 2.980 m ² VK |
| ▪ Lidl | (Neugestaltung nach Standortverlagerung) | ca. 1.400 m ² VK |
| ▪ Getränkemarkt | (Neugestaltung nach Standortverlagerung) | ca. 650 m ² VK |
| ▪ Tiernahrungsfachmarkt | (Neugestaltung nach Standortverlagerung) | ca. 800 m ² VK |

Für das Plangrundstück soll im Zuge der Umgestaltung ein Bebauungsplan erstellt werden, für welchen die erforderliche Prüfung der geplanten Verkaufsflächen gemäß §11 Abs. 3 BauNVO in vergangenen Untersuchungen bereits durchgeführt wurde. Im weiteren Verfahren muss nun eine Prüfung der landesplanerischen Ziele gemäß LEP Bayern 2020 erfolgen. Hierbei ist jedoch zunächst mit Blick auf die Ermittlung der am Standort zulässigen Verkaufsfläche zu bewerten, ob es sich bei dem Vorhaben um eine Einzelhandelsagglomeration im landesplanerischen Sinne handelt. In diesem Fall wäre eine Bewertung des Planvorhabens als ein Einzelhandelsgroßprojekt notwendig und demzufolge eine landesplanerische Untersuchung auf Ebene des Gesamtvorhabens notwendig. Andernfalls erfolgt die Prüfung auf einzelbetrieblicher Ebene. Da es sich bei dem Planvorhaben um mehr als drei Betriebe in einem vermeintlich räumlich funktionalen Zusammenhang handelt, galt es durch das vorliegende Gutachten zu untersuchen, ob das o.g. Nutzungskonzept als „erheblich überörtlich raumbedeutsam“ einzustufen ist.

Zu Untersuchung der Fragestellung wurde mittels Marktanteilskonzept die voraussichtliche Umsatzherkunft der geplanten Einzelhändler ermittelt. Sollte der Großteil der hergeleiteten Umsätze je Betrieb aus dem landesplanerisch festgelegten Nahbereich stammen (> 50 %) ist das Vorhaben als nicht erheblich überörtlich raumbedeutsam einzustufen.

Die Prüfung anhand des Marktanteilskonzeptes hat ergeben, dass das Vorhaben insgesamt als nicht erheblich überörtlich raumbedeutsam anzusehen ist. Die geplanten Lebensmittelmärkte übernehmen nach Annahmen der cima eine wichtige Nahversorgungsbedeutung insbesondere für die Bewohner der Stadt Penzberg selbst sowie nachgeordnet auch für die Bewohner des Nahbereichs. Entsprechend stammen die Umsatzanteile der maßgeblichen Anbieter E-Center und Lidl zu ca. zwei Dritteln aus dem Kerneinzugsgebiet (Penzberg und Nahbereich). Der Getränkemarkt erzielt nach gutachterlicher Schätzung vor Ort außerdem deutlich höhere Marktanteile. Die Umsatzanteile, die aus dem Umland sowie durch Streukunden erzielt werden, belaufen sich hingegen mit Blick auf sämtliche der geplanten Nahversorger auf lediglich maximal ein Viertel.

Insgesamt kann das Vorhaben damit als nicht erheblich überörtlich raumbedeutsam eingestuft werden. Folglich ist das Vorhaben nicht als ein Einzelhandelsgroßprojekt anzusehen, sodass sich die landesplanerische Überprüfung für die geplanten Einzelhandelsbetriebe auf einzelbetrieblicher Ebene bemisst. Diese Prüfung der Vorgaben der Landesplanung (LEP Bayern 2020) war ebenfalls Teil des Prüfumfanges der cima und erfolgte aufgrund ihrer geplanten großflächigen Verkaufsfläche für die beiden Anbieter E-Center und Lidl. Als Ergebnis ist dabei festzustellen, dass das Ansiedlungsvorhaben die in der Landesplanung definierten Ziele erfüllt und entsprechend aus Sicht der Landesplanung positiv zu bewerten ist.