



Einzelhandelskonzept Gemeinde Haar 2018



Untersuchungsbericht

Bearbeiter: Dipl.-Ing. Stadtplaner Jan Vorholt (Projektleitung)
B. Sc. Geogr. Christoph Rohrmeier

München, den 12.04.2018

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45 80333 München
T 089-55 118 154
F 089-55 118 250
cima.muenchen@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung+ Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung+ Management GmbH.

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung+ Management GmbH in München.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag.....	5	7 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Haar	32
2 Trends im Einzelhandel.....	6	7.1 Kaufkraftstromanalyse	32
2.1 Rahmenbedingungen.....	6	7.2 Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	34
2.2 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel.....	9	8 Stärken-Schwächen-Profil.....	36
3 Planerische und sozioökonomische Strukturdaten.....	11	9 Standort- und Sortimentskonzept der Gemeinde Haar.....	37
3.1 Makrostandort Haar.....	11	9.1 Übergeordnete Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung.....	37
3.2 Sozioökonomische Rahmendaten.....	13	9.2 Sortimentskonzept.....	37
4 Angebotssituation des Einzelhandelsstandortes Haar	15	9.2.1 Grundlagen der Sortimentsliste.....	37
4.1 Methodik der Erhebung.....	15	9.2.2 Einstufung der Sortimente.....	39
4.2 Einzelhandelsbestand in Haar.....	16	9.3 Standortkonzept.....	42
4.3 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen	18	9.3.1 Vorbemerkung: Zentrale Versorgungsbereiche.....	42
5 POS-Befragung.....	22	9.3.2 Einzelhandelslagen und Zentrenhierarchie in Haar	44
5.1 Methodik.....	22	9.3.3 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte	45
5.2 Herkunft der Befragten.....	23	9.3.4 Integrierte Lagen	49
5.3 Verkehrsmittel.....	23	9.3.5 Nicht integrierte Lagen	52
5.4 Besuchszweck.....	24	10 Grundsätze für die zukünftige Einzelhandelssteuerung in Haar	53
5.5 Fehlende Angebotsformen.....	24	10.1 Grundsätzliche Regelungen.....	53
6 Nachfragesituation des Einzelhandelsstandortes Haar...27		10.2 Weiterführende Regelungen und Hinweise.....	56
6.1 Abgrenzung des Marktgebiets.....	27	10.3 Grundsätze und Empfehlungen zur Umsetzung in der Bauleitplanung.....	57
6.2 Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet.....	29		
6.3 Einzelhandelszentralität.....	30		

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Umsätze des Einzelhandels und des Online-Handels in Mrd. €...6	
Abb. 2 Kundenbindung nach Branchen stationär/online und Stadtgröße.....7	
Abb. 3 Umsatzentwicklung 2013 gegenüber 2008 in Mio. Euro.....8	
Abb. 4 Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten.....10	
Abb. 5 Verkaufsflächenausstattung im Vergleich.....17	
Abb. 6 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen.....18	
Abb. 7 Point-of-Sale-Befragungsstandorte.....22	
Abb. 8 Herkunft der Befragten.....23	
Abb. 9 Verkehrsmittelwahl der Befragten.....23	
Abb. 10 Besuchszweck nach Befragungsstandorten.....24	
Abb. 11 Fehlende Angebotsformen, gruppiert.....25	
Abb. 12 Zentralität nach Branchengruppen.....31	
Abb. 13 Markt- und Umsatzpotenzial der Gemeinde Haar, über alle Branchen (Angaben in Mio. €).....32	
Abb. 14 Zentrenhierarchie der Gemeinde Haar.....44	
Abb. 15 Eindrücke zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte.....48	
Abb. 16 Streu- / Nebenlagen.....49	
Abb. 17 Eindrücke Bereich „B 304/ Am Jagdfeld“.....50	
Abb. 18 Grundsätze der Einzelhandelssteuerung in Haar.....55	

Tabellenverzeichnis

Tab. 1 Einzelhandelsbestand nach Warengruppen 2017.....16	
Tab. 2 Einwohner und Kaufkraftpotential im Marktgebiet.....29	
Tab. 3 Kaufkraft im Marktgebiet nach Branchen.....29	
Tab. 4 Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen ausgewählter Branchen.....35	
Tab. 5 Haarer Sortimentsliste 2018.....41	

Kartenverzeichnis

Karte 1 Zentralörtliche Einstufung der Gemeinde Haar.....11	
Karte 2 Einzelhandelsbestand Haar.....21	
Karte 3 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Haar.....27	
Karte 4 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte - Abgrenzung und Erdgeschossnutzungen.....46	

1 Auftrag

Die cima Beratung + Management GmbH wurde von der Verwaltung der Gemeinde Haar im August des Jahres 2017 mit der Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

Konkreter Anlass für die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes war die Schaffung eines qualifizierten Instruments zur kommunalen Steuerung des Einzelhandels. Darauf aufbauend erfolgte die Betrachtung und grundsätzliche fachgutachterliche Einschätzung ausgewählter Entwicklungsflächen bzw. Ansiedlungsalternativen in Haar.

Das Konzept wurde in enger Abstimmung mit der Verwaltung, den Gewerbetreibenden in Haar sowie der Politik erarbeitet. Ebenfalls berücksichtigt wurden die relevanten Grundsätze der am 28.04.2015 durch den Haarer Gemeinderat beschlossenen kommunalen Leitlinien „Haar 21“. Ferner wurden bestehende Gutachten und städtebauliche Konzepte wie die Standort- und Marktanalyse zur B 304 und der am 12.12.2017 beschlossene städtebauliche Rahmenplan für den Bereich südlich der B 304 berücksichtigt.

Durch förmlichen Beschluss des Einzelhandelskonzeptes im Gemeinderat gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB werden im Einzelhandelskonzept der Zentrale Versorgungsbereich und eine „Haarer Sortimentsliste“ festgelegt, die als Grundlage zur baurechtlichen Steuerung künftiger Einzelhandelsentwicklungen dienen.

Aufgabe des Einzelhandelskonzeptes ist es, hinsichtlich des zu entwickelnden Standortkonzeptes v.a. den derzeit vorhandenen faktischen zentralen Versorgungsbereich gem. den Kriterien der Rechtsprechung abzugrenzen. Ergänzend ist die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs zu thematisieren und zu begründen.

Im Ergebnis soll das Einzelhandelskonzept im gesamten Gemeindegebiet als Steuerungskonzept für den Einzelhandel anwendbar sein und somit sowohl Handlungsleitfaden für Politik und Verwaltung als

auch Orientierungsrahmen und Impulsgeber für private Investoren und Betreiber sein.

Im Folgenden sind einige wesentliche Themenbereiche aufgeführt, die das Einzelhandelskonzept umfasst:

- Analyse der Grundlagen- und Rahmendaten
- Bestandsanalyse Einzelhandel und Versorgung inklusive Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen und Gastronomie in der Ortsmitte
- Analyse der Nachfragesituation
- Marktgebiet und Kaufkraftberechnung
- Erarbeitung eines Stärken-Schwächen-Profiles
- Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte, Darstellung sonstiger Einzelhandelslagen
- Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste für Haar
- Erarbeiten von Leitlinien für die künftige Entwicklung
- Handlungsempfehlungen zur planungsrechtlichen und baurechtlichen Umsetzung des Konzepts in der Bauleitplanung
- Einordnung aktueller Planungen

Auftraggeber:

Gemeinde Haar
Bahnhofstr. 7
85540 Haar

Bearbeitung:

Dipl.-Ing. Stadtplaner
Jan Vorholt (Projektleitung)
B. Sc. Geogr. Christoph Rohrmeier

Untersuchungszeitraum: September 2017 – April 2018

2 Trends im Einzelhandel

2.1 Rahmenbedingungen

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert.

Die Bevölkerung wird in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen und auf diese Weise auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten“ wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

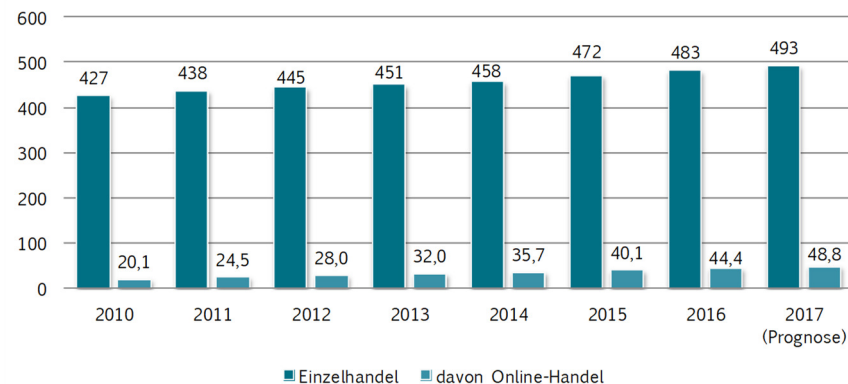
Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet.

Der Preis (Discountorientierung, Stichwort „Geiz ist geil“) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und den aktuell steigenden privaten Verbrauchsausgaben (gute Arbeitsmarktlage und steigende Gehälter) bleibt der Kaufpreis auf Verbraucherseite immer noch ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

Weit wichtiger für die aktuelle und zukünftige Entwicklung und dem damit verbundenen Strukturwandel innerhalb der Handelslandschaft ist die Zunahme des Online-Handels. Durch diese Entwicklungen steht der mittelständische Handel nicht nur regionalen Wettbewerbern, sondern nationaler oder sogar internationaler Konkurrenz gegenüber. Laut einer Studie des IFH Köln kaufen durchschnittlich rund 20 % der Befragten online. Somit verzeichnet der E-Commerce seit Jahren ein stetiges Umsatzwachstum. Je nach Untersuchungsdesign variieren hierbei die Angaben und Prognosen zum Umsatz des Online-Handels: Laut Statistischem Bundesamt und HDE lag der Umsatz des Online-

Handels im Jahr 2016 bei 44,4 Mrd. Euro. Für das Jahr 2017 wird ein Umsatz von 48,8 Mrd. Euro prognostiziert.

Abb. 1 Umsätze des Einzelhandels und des Online-Handels in Mrd. €



Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnungen 2017

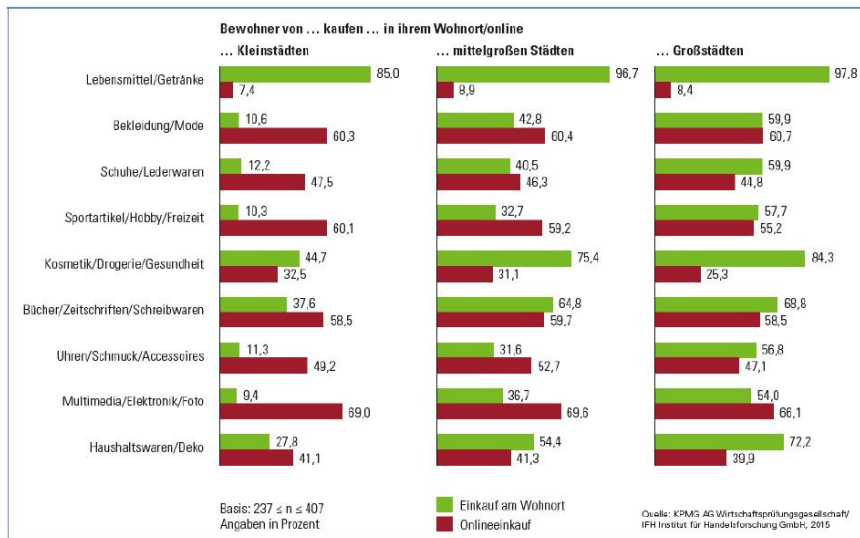
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

Seit 2010 konnte der Einzelhandel insgesamt ein Umsatzwachstum von 56 Mrd. €, d.h. eine Steigerung von 13,1 % verzeichnen, wobei das Wachstum jedoch vor allem im Online-Handel stattgefunden hat. Der einzelhandelsrelevante Online-Handel konnte seine Umsätze um ca. 121 %, der Einzelhandel ohne Online-Handel lediglich um ca. 8 % steigern.

Dabei variieren die Verhältnisse zwischen den einzelnen Branchen und nach Stadtgröße deutlich. Eine Befragung der Kundenbindung in verschiedenen Branchen des IFH Köln kam zu folgendem Ergebnis:

Bei Waren des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel sowie Kosmetik/Drogerie/Gesundheit überwiegt in allen Stadtgrößen klar der Einkauf vor Ort. Hier bleibt abzuwarten, wie sich der Trend mit online-Angeboten und Lieferservice von Lebensmitteln weiterentwickelt. Im Bereich Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren überwiegt in mittelgroßen Städten und Großstädten auch noch der stationäre Handel. Die Branche Multimedia/Elektronik/Foto hat ihren Schwerpunkt naturgemäß beim Online-Handel.

Abb. 2 Kundenbindung nach Branchen stationär/online und Stadtgröße



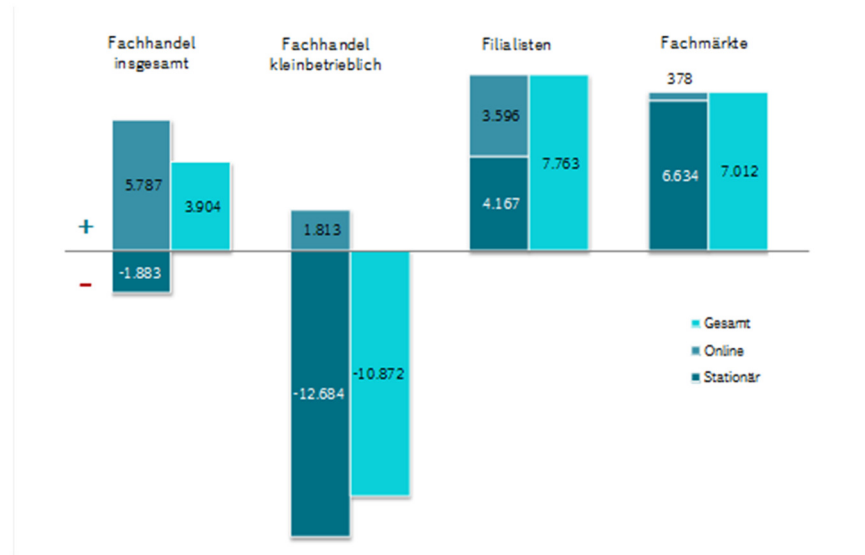
Quelle: Quelle: IFH Köln; KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Branchenreport Online Handel 2015
 Bearbeitung: cima GmbH, 2017

In allen weiteren Branchen ergeben sich Unterschiede nach Stadtgröße. In Kleinstädten überwiegt in fast allen anderen Branchen der online-Handel. Besonders bedeutend ist der Zusammenhang für

Städte im mittelfristigen Bedarfsbereich, zu dem auch die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe und Sportartikel zählen. Auch mittelgroße Städte stehen diesbezüglich verstärkt unter Konkurrenzdruck. Lediglich Großstädte verfügen über ein ausreichend attraktives Angebot und binden zumindest noch in den meisten Branchen mehr Kunden im stationären Handel. Im Bereich Oberbekleidung wird der Onlineeinkauf in allen drei Stadtgrößen bevorzugt, wobei es sich in Großstädten in etwa noch die Waage mit dem Einkauf vor Ort hält. In fast allen Branchen zeigt sich der Trend: Je größer die Stadt, desto größer das Angebot vor Ort, desto mehr wird (noch) vor Ort eingekauft. Je kleiner die Stadt, desto mehr Waren werden bereits online bestellt.

Wie sieht also das Zukunftsszenario für den Einzelhandel aus? Kann der stationäre Handel von dieser Entwicklung profitieren? Das IFH Köln zeigt in seinem Handelsszenario 2020, dass die Chance, den Umsatzverlust im klassischen stationären Handel zu kompensieren, im Ausbau und der Verzahnung von offline- und online-Vertriebsformen (Multi-Channeling) liegt. Der online-Handel kann dadurch den Facheinzelhandel stützen. Aktuell gelingt dies vor allem Filialisten, weshalb der gegenseitige Nutzen zunächst in größeren Städten zur Geltung kommt.

Abb. 3 Umsatzentwicklung 2013 gegenüber 2008 in Mio. Euro



Quelle: IFH Köln, Handelsszenario 2020
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2015

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der zunehmende Online-Handel die größte Herausforderung im Verdrängungswettbewerb für den stationären Handel darstellt. Noch nie in seiner bisherigen Historie musste der Handel einen so enormen Umbruch in so kurzer Zeit bewältigen wie heute. Der starken online-Konkurrenz sind vor allem Großstädte gewachsen, die einerseits ein großes attraktives Angebot vor Ort (z.B. Innenstadt) anbieten können und andererseits durch den komplementären Online-Vertrieb (Multi-Channel-Optionen) Umsatzverluste kompensieren können. Für den Facheinzelhandel ergibt sich daraus zwar ein großer Nachholbedarf gleichzeitig jedoch auch ein Potenzial, das es zu nutzen gilt. Als Grundzentrum verfügt Haar mit seiner attraktiven Ortsmitte und einem umfangreichen Handelsangebot grundsätzlich über gute Voraussetzungen. Die Chancen des ergänzenden Online-Handels sowie des ergänzenden Online-Marketings sollten zukünftig (weiterhin) eine wichtige Rolle bei der Profilierung und Positionierung als Einkaufsstandort spielen.

2.2 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird im zunehmenden Maße wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkt-Agglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so interessante Betriebstyp des Supermarktes erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenüber. Eines der wesentlichen Probleme für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 bis 1.700 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind selbst Flächen bis 3.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen die Händler Kompromisse eingehen und verspielen auf den häufig zu kleinen Flächen ihren wichtigsten Trumpf gegenüber den Discountern: eine ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln.

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit zu einer verbesserten Warenpräsentation, neuen Service- und Angebotsbausteinen und in signifikanten Prozessveränderungen zu sehen:

- Die Ansprüche der Verbraucher an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, so dass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und

ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.

- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So zum Beispiel die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden.
- Serviceelemente, wie z.B. Automaten zur Rücknahme von Pfandflaschen und Getränkekästen oder Selbstbackautomaten für frische Backwaren, benötigen daher zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur wie z.B. Obst sowie anderer „Ready-to-eat“ Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst geschnitten und abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Verkehrswege tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abb. 4 Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten



Edeka

Edeka



AEZ

Kaufland

Quelle: CIMA Beratung + Management 2017, AEZ

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, die die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen auch dem Wunsch der Verbraucher nach einem „one-stop-shopping“ entgegen. Ein idealtypisches Nahversorgungskonzept in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Bio-Markt, Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten) und

Lebensmittelhandwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden.

Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundenstruktur der optimale, zielgruppenorientierte Angebotsmix sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als „neue Form“ des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z.B. Netto, Penny) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäcker, Metzger, Obst, Gemüse, etc.).

Aus kommunaler Sicht ist zu hinzuzufügen, dass eine kundenorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die stadträumlichen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen, sind Nahversorgungsstrukturen zielgerichtet in den Stadtraum zu integrieren, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Sie dienen zugleich als sozialer Treffpunkt für Kinder, Jugendliche und Senioren (ohne Führerschein), im Sinne der „Stadt der kurzen Wege“ und auch ökologisch in Betracht auf Verkehrsbeziehungen (Aufkommen und Verkehrsmittelwahl).

3 Planerische und sozioökonomische Strukturdaten

3.1 Makrostandort Haar

Das Landesentwicklungsprogramm (LEP) von 2013 wurde 2018 durch eine Teilfortschreibung zu verschiedenen Themen¹ reformiert und ist in seiner überarbeiteten Fassung seit März 2018 rechtskräftig. Als Instrument der Landesbehörde werden die im LEP enthaltenen Vorgaben sukzessive auf der Ebene der regionalen Planungsverbände umgesetzt.

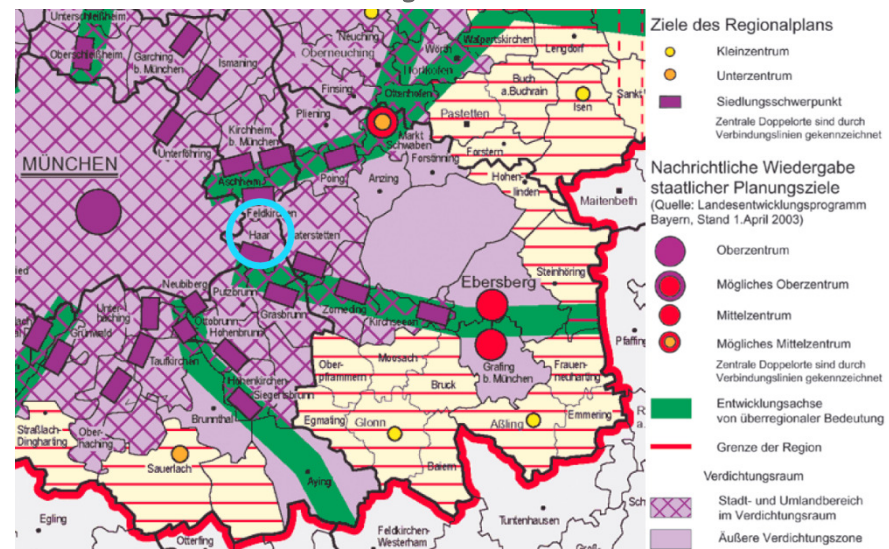
Mit der Teilfortschreibung des LEP ergeben sich für den Einzelhandel und die Planung von Einzelhandelsprojekten in Teilen neue Rahmenbedingungen. Die wichtigsten bestehenden Kriterien sowie die wesentlichen Änderungen werden nachfolgend kurz aufgeführt:

- Die Zentrale-Orte-Hierarchie wurde erweitert. Neben den drei bestehenden Stufen: Grundzentrum, Mittelzentrum und Oberzentrum wurden die beiden zentral-örtlich höheren Kategorien Regionalzentrum und Metropole eingeführt. Entsprechend aktuellem Stand des LEP ist die Gemeinde Haar als Grundzentrum eingestuft.
- Maßgeblich für die Bewertung und Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten sind festgelegte „Einzelhandelspezifische Verflechtungsbereiche“, die als Grundlage für die Berechnung spezifischer Abschöpfungsquoten heranzuziehen sind. Aufgrund der Abgrenzung anhand von Isochronen kommt es dabei zu stärkeren Überlappungen der Verflechtungsbereiche.
- Gemäß Landesentwicklungsprogramm bestehen nach wie vor die drei Bedarfsgruppen Nahversorgungsbedarf, Innenstadtbedarf und Waren des sonstigen Bedarfs.

¹ LEP-Teilfortschreibung zu den Themen Zentrale Orte, Raum mit besonderem Handlungsbedarf, Anbindegebot, Einzelhandel und Höchstspannungsfreileitungen sowie

- Nahversorgungsbetriebe sind bis zu einer Verkaufsfläche von 1.200 m² auch in Orten ohne zentralörtliche Funktion zulässig.

Karte 1 Zentralörtliche Einstufung der Gemeinde Haar



Quelle: Der Regionalplan der Region München, Regionaler Planungsverband München, Raumstruktur 1

zu den Themen Alpenplan und Fluglärmschutzbereiche; in Kraft getreten am 01.03.2018

Bis zur entsprechenden Anpassung der Regionalpläne ergeben sich für die Gemeinde Haar folgende planerische Rahmenbedingungen:

Zentralörtliche Einstufung der Gemeinde Haar

Zentrale-Orte-Stufe:	Grundzentrum
Gebietskategorie:	Verdichtungsraum München
Region:	München (Region 14)
Regierungsbezirk:	Oberbayern

Die Gemeinde Haar grenzt direkt östlich an das Stadtgebiet der Landeshauptstadt München, Stadtbezirk Trudering-Riem, an. Die Siedlungsbereiche gehen dabei unmittelbar ineinander über.

Die Gemeinde Haar ist landesplanerisch als Grundzentrum ausgewiesen und soll gemäß dieser Festlegung die Versorgungsaufgaben des qualifizierten Grundbedarfs erfüllen.²

Der landesplanerische zugewiesene Nahbereich der Gemeinde Haar umfasst das eigene Gemeindegebiet mit rd. 20.800 Einwohnern (Stand: 30.09.2016)³. Der landesplanerisch zugewiesene Verflechtungsbereich des innerörtlichen Einzelhandels in Haar beträgt 25.490 Einwohner⁴.

Die Gemeinde Haar weist folgende wesentliche Lagemerkmale auf:

- Die Gemeinde Haar liegt im Verdichtungsraum der Stadt München. Aufgrund seiner Lage ist Haar als attraktiver Wohnstandort mit sehr guter Anbindung an die bayerische Landeshauptstadt und hohem Freizeitwert zu bezeichnen.

² Begründung des Regionalplans München (14)

³ Bayerisches Landesamt für Statistik

⁴ Bayerisches Staatsministerium der Finanzen für Landesentwicklung und Heimat, 01.03.2018

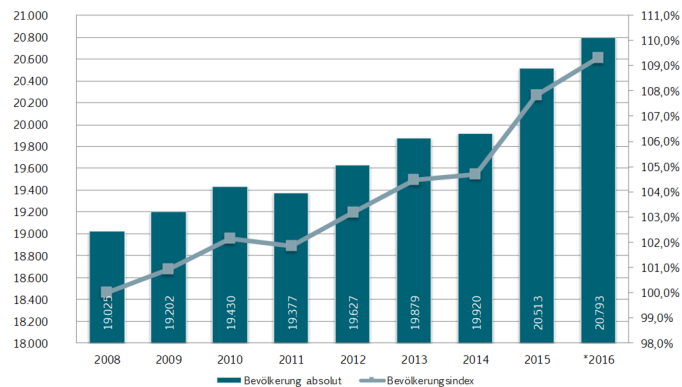
- Mit dem Pkw ist das Zentrum Münchens je nach Verkehrslage in 25 – 30 Minuten zu erreichen.
- Neben verschiedenen Buslinien ist Haar mit den S-Bahnhöfen Gronsdorf und Haar auch an den regionalen ÖPNV angebunden.
- Die Anbindung für den motorisierten Individualverkehr ist in Haar ebenfalls sehr gut. Die Autobahn 94 verläuft nördlich des Gemeindegebiets, vom Ortszentrum ist diese über die Anschlussstelle Feldkirchen-Ost in rd. 4,6 km zu erreichen. Ferner führt die Autobahn 99 (Autobahnring München) durch das Gemeindegebiet und ist über die Anschlussstelle Haar direkt angebunden.
- Ebenso besteht eine sehr gute Anbindung an bedeutende Bundesstraßen. So führt einerseits die Bundesstraße 471, welche ebenfalls ringförmig um die Stadt München verläuft, direkt durchs Gemeindegebiet. Ferner führt mit der breit ausgebauten Bundesstraße 304 die am stärksten frequentierte Ein- und Ausfallstraße Münchens durch das Gemeindegebiet Haars.
- Die Bundesstraße 304 ist dabei auch aufgrund des enormen Potenzials an Pendlern für den Einzelhandel von besonderer Relevanz. So passieren rd. 27.600 Pkw täglich die Zählstelle im Gemeindegebiet Haars.⁵ Das Einkaufsverhalten der Pendler zeichnet sich dadurch aus, dass rund 25 % der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft auf dem Weg zur bzw. von der Arbeit bei Einkäufen ausgegeben wird⁶. Bei einem durchschnittlichen Besatz je Pkw von rund 1,3 Personen ergibt sich somit eine potenzielle, zusätzliche Kundenzahl von 17.940 täglich. Unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Pendler ergibt sich rein rechnerisch ein theoretisches zusätzliches Nachfragevolumen von 4.485 Kunden.

⁵ Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr: Verkehrsmengenkarte München, 2015

⁶ Referenzanalysen der CIMA im Raum München

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Bevölkerung



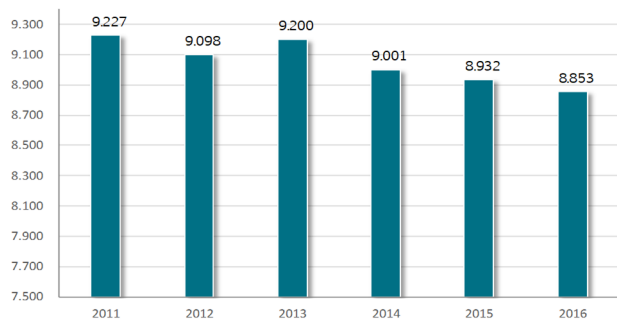
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, 2017;
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2018

Am 30.09.2016 lebten 20.793 Einwohner in der Gemeinde Haar. Betrachtet man die Entwicklung der Einwohnerzahlen seit 2008, zeigt sich, dass die Gesamteinwohnerzahl stark um rd. 9 % angestiegen ist. Der leichte Rückgang im Jahr 2011 ist auf die zensusbedingte Korrektur der Einwohnerzahlen zurückzuführen.

Auch zukünftig ist entsprechend der Bevölkerungsvorausberechnung des bayerischen Landesamtes für Statistik mit einem weiteren kontinuierlichen, starken Anstieg der Einwohnerzahlen auf rd. 23.400 Einwohner im Jahr 2034 zu rechnen.⁷ Im Rahmen der Entwicklung des Jugendstilparks entsteht beispielsweise alleine Wohnraum für rd. 2.000 Personen.⁸ Der Trend einer steigenden Gesamtbevölkerung ist auch in den umliegenden Kommunen bzw. im gesamten Großraum München zu beobachten.

Für den Einzelhandel bedeutet das ein stabiles, stetig wachsendes Kunden- und damit Kaufkraftpotenzial.

Beschäftigtenentwicklung



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, 2017;
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2018

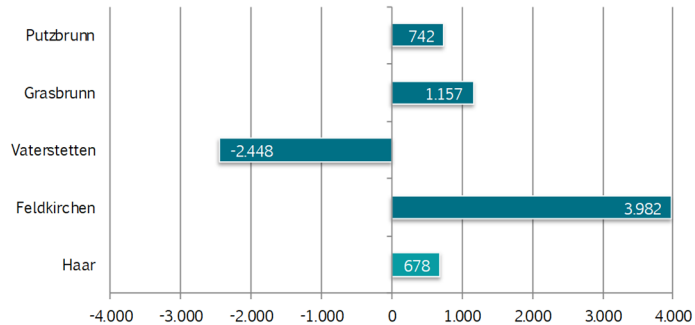
Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort lag in der Gemeinde Haar am 30. Juni 2016 bei 8.853 Personen. Fünf Jahre zuvor lag diese Zahl noch bei 9.227. Entsprechend ist im Betrachtungszeitraum eine Reduktion der Beschäftigten um rd. 4 % unter Schwankungen festzustellen.

Diese Entwicklung wird zukünftig zu beobachten sein. In Anbetracht der guten Konjunktur insbesondere im Großraum München ist u. E. jedoch nicht von einer weiteren stärkeren Abnahme der Beschäftigtenzahlen auszugehen.

⁷ Bayerisches Landesamt für Statistik: Demographiespiegel für Bayern/ Heft 547, 2016

⁸ Gemeinde Haar

Pendler

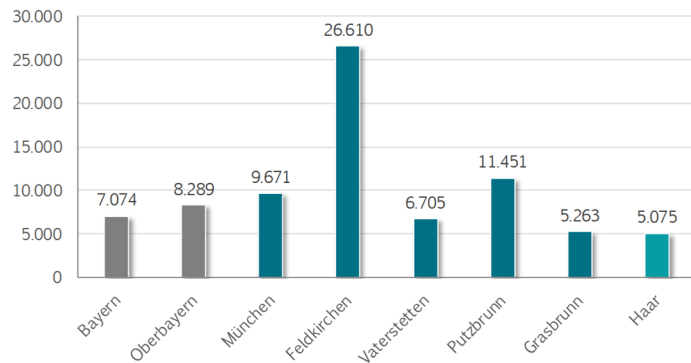


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, 2017;
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2018

Aus der Gegenüberstellung von insgesamt 8.853 Beschäftigten am Arbeitsort und 8.175 Beschäftigten am Wohnort ergibt sich für die Gemeinde Haar rechnerisch ein positiver Pendlersaldo von 678 Personen.

Im direkten Standortumfeld fällt auf, dass die umgebenden Umlandkommunen der Stadt München bis auf Vaterstetten jeweils einen positiven Pendlersaldo aufweisen. In Anbetracht der unmittelbaren Nachbarschaft zur Stadt München ist ein entsprechender Einpendlerüberschuss als positiv zu bewerten. Auch der Einzelhandel kann von den Verhältnissen profitieren, da die überschüssigen Einpendler grundsätzlich ein zusätzliches Kaufkraftpotenzial vor Ort darstellen. In diesem Zusammenhang ist auch auf die stark frequentierte Bundesstraße 304 hinzuweisen, welche durch das Gemeindegebiet führt.

Tourismus



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, 2017;
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2018

Nebenstehende Abbildung zeigt die Tourismusintensität im regionalen Vergleich sowie im Vergleich zum übergeordneten Gesamttraum Bayern bzw. Oberbayern. Die Kennziffer der Tourismusintensität (Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner) erlaubt einen Vergleich der grundsätzlichen Bedeutung des Tourismus in Kommunen.

Die Gemeinde Haar weist im überregionalen und regionalen Vergleich mit Nachbargemeinden eine eher unterdurchschnittliche Tourismusintensität auf. Obwohl Haar nicht als klassische Tourismusdestination einzustufen ist, ist das Tourismussegment mit 54.850 Gästeankünften und 104.102 Übernachtungen im Jahr 2016 dennoch grundsätzlich gut repräsentiert.⁹ Hierbei profitiert die Gemeinde von der Nähe zur Landeshauptstadt München und entsprechenden Einrichtungen wie der Messe München, sodass überwiegend Geschäftsreisende die Gemeinde besuchen. Deren Ausgabenverhalten unterscheidet sich grundlegend von Urlaubsreisenden, welche i. d. R. deutlich mehr Geld im Einzelhandel ihrer Zieldestination ausgeben.

Fazit

In der Gesamtschau der aufgezeigten sozioökonomischen Rahmendaten in Verbindung mit der günstigen Lage ist zukünftig von einer stabilen Nachfrage für die Einzelhandelsentwicklung auszugehen. Grundsätzlich ist Haar als attraktiver Standort mit guten Rahmenbedingungen für den Einzelhandel zu bewerten.

⁹ Bayerisches Landesamt für Statistik, 2017

4 Angebotssituation des Einzelhandelsstandortes Haar

4.1 Methodik der Erhebung

Einzelhandelserhebung

Im Oktober 2017 wurden innerhalb des gesamten Haarer Gemeindegebietes alle Einzelhandelsbetriebe u.a. nach Standort, Verkaufsfläche, Branche, Betriebstyp usw. erfasst. Die Erhebungsmethodik wurde vorab mit der Verwaltung der Gemeinde Haar abgestimmt. Die cima verwendet für die Bestandsaufnahme einen eigenen Schlüssel, der 32 Branchen differenziert.

Um eine möglichst genaue Sortimentsverteilung zu ermitteln, erfolgte die Zuordnung nicht nur nach dem Hauptsortiment der Betriebe, sondern wurde auch innerhalb der Betriebe ggf. bei vorhandenen Rand-/Teilsortimenten differenziert. Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird der Einzelhandelsbestand im Folgenden in einer zusammengefassten Übersicht mit 15 Hauptwarengruppen dargestellt.

Als Verkaufsflächen wurden grundsätzlich alle Flächen aufgenommen, die den Kunden zugänglich sind. Diese Definition ist zum einen die cima-interne Vorgehensweise und zum anderen auf das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24. November 2005 zurückzuführen, nach dem alle Flächen zu berücksichtigen sind, die dem Verkauf der Ware förderlich sind. Neben den Vorkassenzonen, Windfängen und Leergutrückgaben sind dies die Flächenanteile hinter den Bedienungstheken in Lebensmittelvollsortimentern und Metzgereien und Bäckereien. Dagegen werden Lagerflächen, Personalräume oder Warenauslagen im öffentlichen Raum, ebenso wie die Verkehrsflächen in Passagen oder Einkaufszentren, nicht berücksichtigt.

Einzelhandelsnahe Dienstleister und weitere Betriebe

Neben der Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben ist für die Bildung eines Zentrums auch die Ausstattung mit ergänzenden Einrichtungen wie Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie Behörden wichtig, um die Attraktivität und zukünftige Entwicklung beurteilen und gewährleisten zu können. Die Erhebung dieser Betriebe erfolgte für die Ortsmitte der Gemeinde Haar.

Als ergänzende Dienstleister usw. wurden u.a. folgende Kategorien aufgenommen:

- Dienstleistungen (z.B.: Friseure, Reisebüros, Ärzte, Reinigungen)
- Gastronomie / Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Sonstiges Gewerbe / Handwerk

Die einzelhandelsnahen Dienstleistungen und die weiteren genannten Funktionen stiften einen zusätzlichen Nutzen für das Einkaufserlebnis, da sie Funktionsvielfalt und -dichte in Zentren erhöhen. Einige Dienstleistungsbranchen profitieren von den vorhandenen Passantenfrequenzen des Einzelhandels oder sind gar von ihnen abhängig, andere generieren durch eigene Zielkundschaft eine zusätzliche Belegung.

4.2 Einzelhandelsbestand in Haar

Einzelhandelsbestand 2017

Die durchgeführte Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe im Grundzentrum Haar hat die in der nachfolgenden Tabelle zusammengefassten wesentlichen strukturellen Ergebnisse hinsichtlich Betriebszahl, Verkaufsfläche und Umsatz, differenziert nach übergeordneten Warengruppen, ergeben (Stand 10/2017).

Darin ist der gesamtörtliche Einzelhandelsbestand in die 15 übergeordneten Warengruppen der cima aufgeteilt worden. Die Betriebe wurden entsprechend ihrem Hauptsortiment (Umsatzschwerpunkt) zugeordnet. Um einen möglichst genauen Verkaufsflächenbestand je Warengruppe in Haar darstellen zu können, wurde bei Mehrbranchenunternehmen die Verkaufsfläche der Teilsortimente den jeweiligen entsprechenden Warengruppen zugeordnet.

Die Berechnung der Umsätze erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2017 (Brutto-Umsatz je m² Verkaufsfläche p.a.) für die insgesamt 32 Einzelbranchen gemäß cima-Systematik. Die Flächenproduktivitäten basieren auf anerkannten deutschlandweiten Durchschnittswerten, die an die jeweiligen regionalen Situationen angepasst wurden.

Zusammengefasst kommt die Analyse der Branchen- und Betriebsstruktur in Haar (inkl. Ortsteile) zu folgenden Ergebnissen:

- Die Gemeinde Haar verfügt über einen gesamten Einzelhandelsbestand von 73 Betrieben.
- Die innerhalb des Gemeindegebietes vorhandene Gesamtverkaufsfläche beträgt rd. 19.600 m².
- Der rechnerische ermittelte Einzelhandelsumsatz liegt bei insgesamt rd. 85,8 Mio. € (brutto p.a.).

Tab. 1 Einzelhandelsbestand nach Warengruppen 2017

cima Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Täglicher und kurzfristiger Bedarf insgesamt	40	9.841	60,7
Lebensmittel	25	7.868	44,9
Gesundheit und Körperpflege	6	1.661	14,3
Zeitschriften, Schnittblumen	9	312	1,5
Mittel- und langfristiger Bedarf insgesamt	33	9.759	25,2
Bekleidung, Wäsche	9	1.521	3,5
Schuhe, Lederwaren	*	*	*
Uhren, Schmuck, Optik, med.-orth. Bedarf	6	385	3,0
Bücher, Schreibwaren	5	417	1,8
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	*	*	*
Sportartikel, Fahrräder	*	*	*
Spielwaren	*	*	*
Hobbybedarf, Zooartikel	*	*	*
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	*	*	*
Möbel, Antiquitäten	3	872	2,4
Heimtextilien	*	*	*
Baumarktartikel, Gartenbedarf	3	4.396	9,0
Einzelhandel insgesamt	73	19.600	85,8

Aufteilung der Teilsortimente bei Mehrbranchenbetrieben auf die Warengruppen
Rundungsdifferenzen möglich

* Keine Veröffentlichung aus Datenschutzgründen bei weniger als drei Betrieben

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Stand 10/2017.

- Das Segment Lebensmittel als wichtiger Teil der Nahversorgung nimmt in Haar einen erheblichen Anteil am gesamtörtlichen Einzelhandelsbestand ein. Als umfangreichste Warengruppe in Haar entfallen rund 34 % der Betriebe und ca. 40 % der Verkaufsfläche auf den Lebensmittelbereich.
- Mehr als die Hälfte des örtlichen Einzelhandelsumsatzes (rd. 52 %) werden zudem von der Branche Lebensmittel erwirtschaftet. Dies ist auf die gute Versorgungssituation mit Lebensmitteln zurückzuführen. Diese werden maßgeblich von den Betreibern Edeka, Rewe, Aldi und Lidl angeboten.

- Zum Zeitpunkt der Erhebung entfielen ebenfalls rd. 22 % der Verkaufsfläche sowie rd. 11 % des Umsatzes des Haarer Einzelhandels auf die Warengruppe Baumarktartikel und Gartenbedarf. Mit der zu erwartenden Schließung des Hagebaumarktes wird sich die Bedeutung dieses Branchenbereichs für Haar allerdings zukünftig deutlich reduzieren.
- Einen weiteren maßgeblichen Anteil des Haarer Einzelhandels bildet die Branche Bekleidung mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.520 m² (rd. 8 %) und einem Anteil am Gesamtumsatz von rd. 4 %. Neben discountorientierten Fachmarktkonzepten (Kik, NKD) sind ebenso klassische Fachgeschäfte (u. a. Karisma, Chicsaal) sowie Spezialgeschäfte (u. a. Vollmer Brautmoden) vorhanden.
- Die Branche Gesundheit und Körperpflege besitzt einen hohen Anteil am Gesamtumsatz (rd. 17 %). Das liegt an der insgesamt guten Ausstattung mit Systemanbietern im Drogeriewarenssegment (Rossmann, dm) sowie der ebenfalls guten Ausstattung an Apotheken. Ergänzt wird das Angebot durch die Randsortimente der bestehenden Systemanbieter im Lebensmittelbereich.

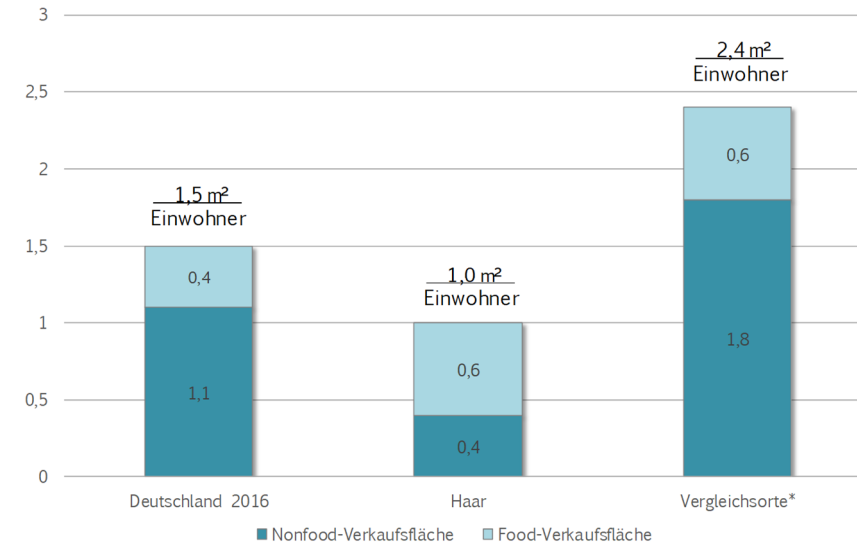
Einzelhandelsbestand im Vergleich

Im gesamtdeutschen Vergleich und insbesondere durch die Gegenüberstellung mit ausgewählten Vergleichskommunen, kann die quantitative Ausstattung des Haarer Einzelhandels eingeschätzt werden.

- Insgesamt ergibt sich für die Gemeinde Haar eine Verkaufsfläche von rd. 1,0 m² pro Einwohner. Im Vergleich zu anderen derzeit von der cima untersuchten bayerischen Gemeinden wie z. B. Gröbenzell oder Gauting, die in etwa eine vergleichbare Größenordnung aufweisen, liegt der rein flächenbezogene Versorgungsgrad in Haar unter dem Durchschnitt der Vergleichskommunen (2,4 m²/ Einwohner).

¹⁰ Vergleichsorte: 11 bayerische Kommunen zwischen 17.000 und 21.000 Einwohnern

Abb. 5 Verkaufsflächenausstattung im Vergleich



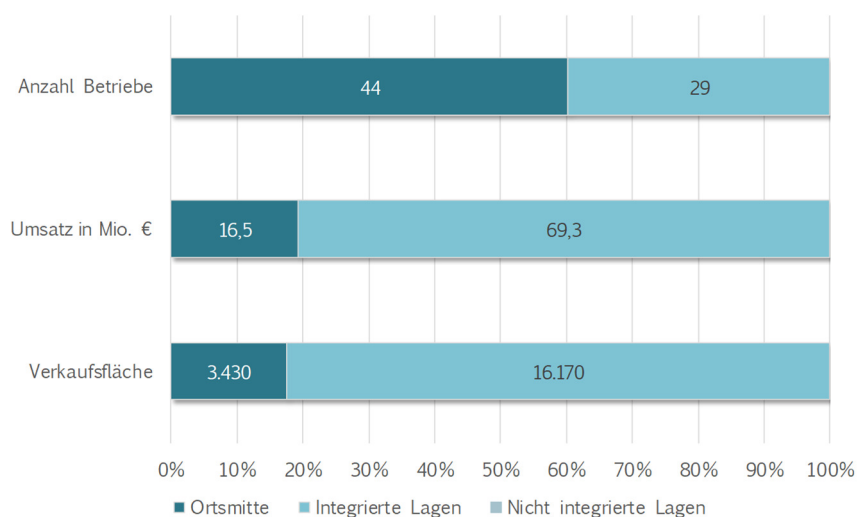
Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017¹⁰
EHI Retail Institute, 2017

- Im Lebensmittelbereich ist die Verkaufsflächenausstattung mit 0,6 m² in Haar jedoch auf dem Niveau der Vergleichskommunen und oberhalb des gesamtdeutschen Wertes von 0,4 m². Hier wird die insgesamt gute Situation der Nahversorgung in Haar deutlich. Demgegenüber ist die Ausstattung im Bereich der Nonfood-Sortimente gering, was letztlich auf die direkte Nachbarschaft, das intensive Wettbewerbsumfeld im Großraum München sowie die innenorientierte kommunale Entwicklungsstrategie (keine Ansiedlung großer Fachmarkttagglomerationen) bei Einzelhandelsansiedlungen in Haar zurückzuführen ist.

4.3 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Die Gemeinde Haar weist zwei für den örtlichen Einzelhandel übergeordnete Standortkategorien auf (vgl. Karte 2). Diese umfassen die Haarer Ortsmitte sowie integrierte (Streu-)lagen (z. B. Bereich am Jagdfeld, nördl. Leibstraße, etc.) im weiteren Haarer Gemeindegebiet (inkl. Ortsteile). Nicht integrierte Lagen, Standorte ohne unmittelbaren Siedlungszusammenhang oder wesentliche Wohnanteile in der Umgebung sind derzeit nicht im Haarer Gemeindegebiet vorhanden.

Abb. 6 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Stand 10/2017

Während die Mehrheit der Betriebe in der Ortsmitte angesiedelt ist, liegt der Schwerpunkt der Verkaufsflächenausstattung und des vor Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes im Bereich der integrierten Lagen.

Ortsmitte

Im Hinblick auf die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe liegt der Schwerpunkt in Haar mit rd. 60 % in der Ortsmitte. Mit rund 3.430 m² Verkaufsfläche weist die Ortsmitte allerdings lediglich knapp ein Fünftel (rd. 18 %) der gesamten örtlichen Verkaufsfläche auf. Dieser eher geringe Anteil ist auf die städtebaulichen Strukturen im Zentrum zurückzuführen. So sind die Grundstücksflächen und dementsprechend auch die relevanten Handelsimmobilien eher kleiner dimensioniert, sodass die jeweiligen Handelsgeschäfte überwiegend kleine Verkaufsflächen aufweisen. Demgegenüber befinden sich die großflächigen Betriebe der Nahversorger in den integrierten Lagen.

Dennoch stellt die Ortsmitte den zentralen Handelsstandort in Haar dar. Das Haarer Zentrum verfügt insgesamt über einen attraktiven Einzelhandelsbesatz, der überwiegende Teil der Geschäfte ist kleinteilig strukturiert und inhabergeführt. Dies ist ein wesentlicher Baustein der innerörtlichen Attraktivität. Ergänzend tragen die anderen publikumswirksamen Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen) zur Attraktivität und Funktionalität der Ortsmitte bei.

Wesentliche Anbieter sind Betriebe aus den Bereichen Textilien, Schuhe, Optik, Uhren sowie Papier und Schreibwaren. Diese Sortimente sind klassische innerstädtische Leitsortimente und dementsprechend prägend für die Haarer Ortsmitte. Blumen, Heimtextilien, Fahrräder Apotheken sowie verschiedene Spezialanbieter und Lebensmittelhandwerker (Bäcker, Metzger) vervollständigen den innerörtlichen Branchenmix.

Wesentliche Angebotslücke in der Ortsmitte ist seit der Schließung des Netto-Discounters im Bereich des Bahnhofsvorplatzes das Angebot eines ausreichend dimensionierten Systemanbieters im Lebensmittelbereich. Entsprechend ist der Rossmann-Drogeriemarkt in der Leibstraße ein wichtiger Magnetbetrieb und Frequenzbringer für die Haarer Ortsmitte.

Eine Leerstandsproblematik, die Haar als Einzelhandelsstandort beeinträchtigen würde, existiert aktuell nicht. Es finden sich lediglich wenige Leerstände auf kleineren Flächen. Strukturelle Leerstände oder eine Ballung solcher, die eine negative Wirkung auf ihre Umgebung entfalten, bestehen in Haar nicht. Positiv hervorzuheben ist hier auch die Tatsache, dass für die Fläche des ehemaligen Netto-Discounters eine Nachnutzung gefunden werden konnte.

Insgesamt ist die Ortsmitte Haar als attraktiver und funktionsfähiger Ortskern zu bezeichnen. Zwar kam es in der Vergangenheit zu Einschnitten im Branchenmix (Schließung der Lebensmittelfilialisten) und zu einer leichten Reduktion der Gesamtfrequenz am Standort, in Anbetracht des Strukturwandels im Einzelhandel, des vorhandenen Handelsbesatzes und der intakten Strukturen kann dennoch eine Attraktivität und Funktionalität konstatiert werden.

Integrierte Lagen

Die integrierten Lagen stellen mit rd. 16.170 m² und damit rd. 82,5% der gesamten Verkaufsfläche den Verkaufsschwerpunkt Haars dar. Dementsprechend werden hier mit rd. 69,3 Mio. € die Mehrheit der Haarer Einzelhandelsumsätze erwirtschaftet.

Der Großteil der Betriebe in integrierten Lagen ist entlang der Münchner Straße (B 304) sowie im weiteren Verlauf im Bereich des Jagdfeldrings situiert. Neben Anbietern von Waren des langfristigen Bedarfsbereichs wie Möbel oder Baumarktbedarf (Bis zur Schließung des Hagebaumarktes) befinden sich an dieser Stelle vor allem Betriebe, die Waren des nahversorgungsrelevanten Bedarfs offerieren.

Innerhalb dieses Segments sind zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl), ein Lebensmittelvollsortimenter (Edeka) sowie ein türkischer Supermarkt vorhanden. Ferner besteht durch den dm-Drogeriemarkt ein qualifiziertes Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich, welches die gute Ausstattung an Versorgungsbetrieben in diesem Bereich komplettiert.

Die Standorte an der B 304 sind einerseits autokundenorientiert, übernehmen aber andererseits aufgrund der vorhandenen umliegenden Wohngebiete (Großwohnsiedlungen am Jagdfeld, integrierte Wohnlagen) ebenso eine wichtige, umfangreiche fußläufige Versorgungsfunktion. Insgesamt stellt der Standort jedoch eine gut funktionierende Ergänzung zum Angebot in der Haarer Ortsmitte dar und übernimmt damit eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Bewohner sowie für pendelnde Bewohner der nahen Umgebung. Vor dem Hintergrund, dass in der Ortsmitte entsprechende Flächen nicht zur Verfügung stehen, ist die Vorhaltung nahversorgungsrelevanter Angebote im Bereich des Jagdfelds ebenfalls als positiv zu bewerten.

Außerhalb der Ortsmitte und des Bereichs an der südlichen B 304 und Jagdfeldring ist lediglich ein geringer Teil der Haarer Einzelhandelsbetriebe situiert.

Für die Nahversorgung wichtig sind hier die in Streulage (nördl. Leibstraße, Waldluststraße) befindlichen Edeka-Filialen (ehem. Tengemann), welche jeweils für die fußläufige Versorgung ihrer Umgebung von Bedeutung sind. Daneben befindet sich mit dem Rewe-Markt an der Keferloher Straße ein weiterer Vollsortimenter in integrierter Streulage. Zukünftig wird das Nahversorgungsnetz noch durch zwei ebenfalls in integrierter Lage geplante Lebensmittelsystemanbieter sinnvoll erweitert. So ist im Ortsteil Grons Dorf an der Schneiderhofstraße die Ansiedlung eines Vollsortimenters geplant. Ferner soll im Zuge der Entwicklung des Jugendstilparks ein großflächiger Lebensmitteldiscountbetrieb an der Ecke Leibstraße und Vockestraße entstehen. Hierfür wurde bereits Baurecht geschaffen. Diese zusätzlichen Standorte übernehmen künftig eine wichtige Funktion in der wohnortnahen Lebensmittelversorgung.

Neben den Betrieben der Nahversorgung finden sich darüber hinaus lediglich vereinzelt kleine Betriebe anderer Sortimentsbereiche in integrierten Streulagen.

Nicht integrierte Lagen

Nicht integrierte Standorte (kein baulich verdichteter Siedlungszusammenhang, keine wesentlichen Wohnanteile in der Umgebung, keine ortsübliche Anbindung an den ÖPNV, kein anteiliger fußläufiger Einzugsbereich) bestehen in Haar derzeit nicht.

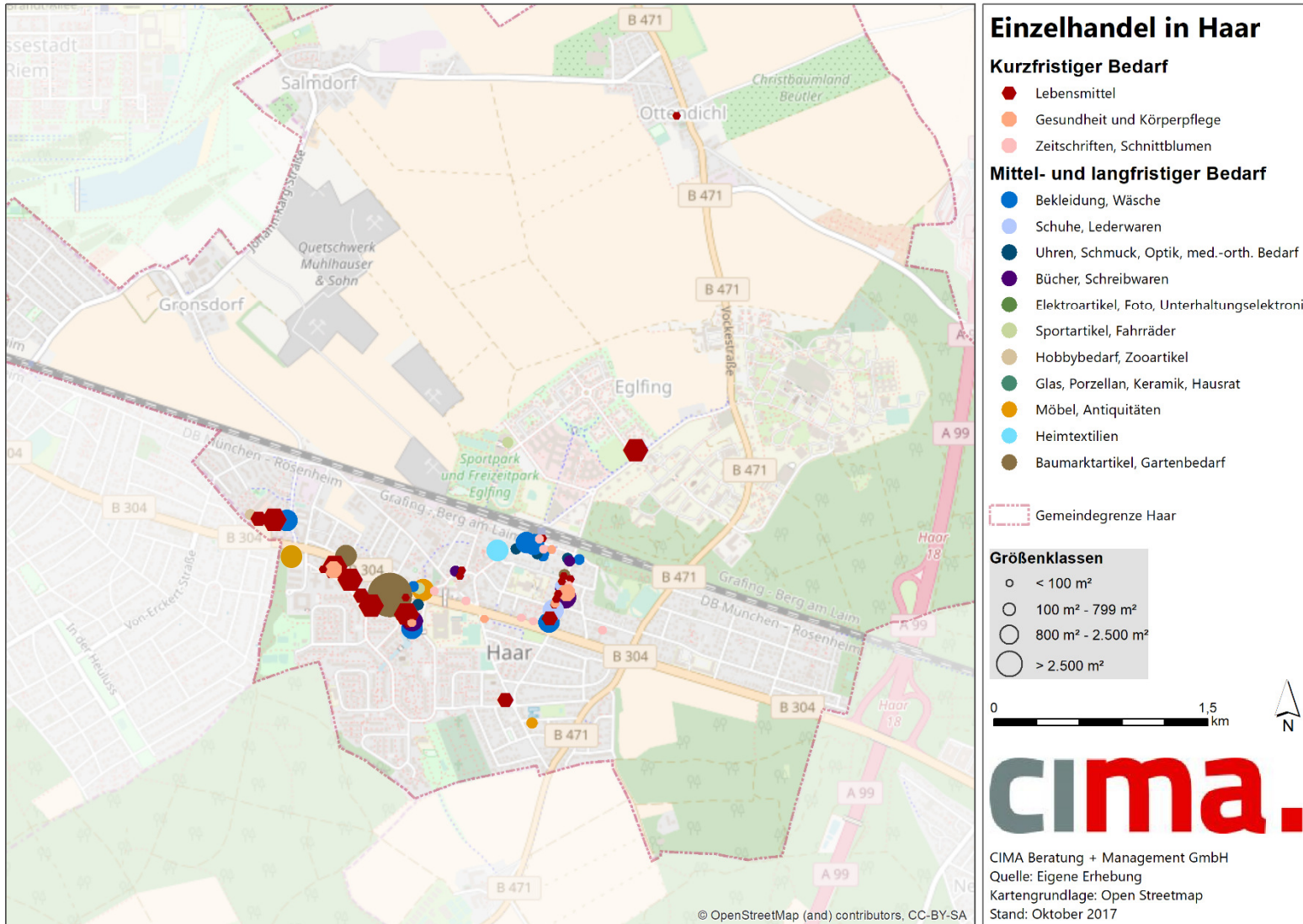
Die Verteilung des Einzelhandels innerhalb der Gemeinde Haar ist als günstig zu bewerten. Die Ortsmitte weist grundsätzlich einen gelungenen Angebotsmix auf, in dem viele wichtige innerstädtische Leitbranchen repräsentiert sind. Nach der Schließung der Tengelmann- sowie der Netto-Filiale, fehlt jedoch im Einzelhandelsbereich neben anderen Anbietern vor allem ein relevanter Nahversorgungsbetrieb im Zentrum. Damit fungiert der bestehende Drogeriemarkt als maßgeblicher Frequenzbringer für die Ortsmitte. Künftig wird Wert darauf zu legen sein, diesen Magnetbetrieb in der Ortsmitte zu sichern. Das innerörtliche Einzelhandelsangebot wird durch zahlreiche Dienstleister, Gastronomiebetriebe und öffentliche Einrichtungen ergänzt, die ebenfalls zur Funktionalität und Lebendigkeit der Ortsmitte beitragen.

Der Bereich südlich der B 304 ergänzt als weiterer Handelsschwerpunkt das Angebot der Ortsmitte und übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die Haarer Bewohner. In den übrigen Streulagen sind verschiedene Betriebe in geringerem Umfang situiert, die den örtlichen Handelsbesatz vervollständigen. Ferner finden sich mit einer Rewe- und zwei Edeka-Filialen ebenso wichtige integrierte Nahversorger. Die bestehenden Planungen (Projektierte Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter) werden zukünftig das bestehende Nahversorgungsnetz weiter optimieren.

Klassische Lücken weist der Einzelhandelsstandort in den Sortimentsbereichen Multimedia oder Sport auf. Dies ist allerdings kein spezifisches Haarer Problem, sondern ein Strukturdefizit der Branchen, die sich zunehmend auf größere Kommunen und den Online-Handel fokussieren.

Die folgende Karte zeigt einen Überblick über die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Gemeindegebietes:

Karte 2 Einzelhandelsbestand Haar



Quelle: Kartengrundlage Gemeinde Haar, OpenStreetMap©, www.openstreetmap.de, Zugriff 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management 2017

5 POS-Befragung

5.1 Methodik

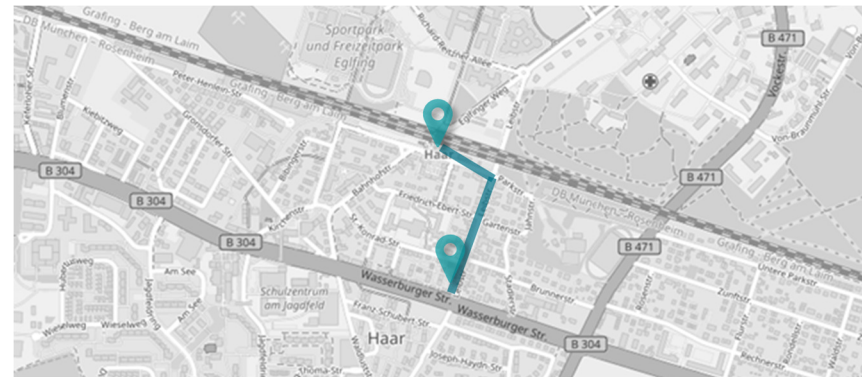
Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Haar wurde eine Passantenbefragung am „Point-of-Sale“ (echter Einkaufsort) durchgeführt. Eine POS-Befragung ermöglicht es, nähere Aussagen zur Abgrenzung des Einzugsgebietes einer Gemeinde zu erhalten sowie einen fundierten Überblick über das Einkaufsverhalten der Kunden zu gewinnen und in die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes einfließen zu lassen. Die Passantenbefragung in der Ortsmitte wurde somit durchgeführt, um die gutachterliche Einschätzung um die Meinung der Passanten/Besucher zu ergänzen. Weder die Befragung, noch deren Ergebnisse sind ein Kriterium für die im weiteren Verlauf erfolgende Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in Haar.

Folgende Fragen waren mit der Verwaltung abgestimmte Grundlage der Passantenbefragung:

- Herkunft:
„Woher kommen Sie?“
- Verkehrsmittel:
„Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie hierhergekommen?“
- Zweck:
„Zu welchem Zweck sind Sie heute hauptsächlich in Haar unterwegs?“
- Fehlendes Angebot:
„Vermissen Sie bestimmte Angebotsformen in Haar. Wenn ja, welche?“

In Abstimmung mit der Verwaltung wurde als Befragungsstandort der Bereich zwischen Bahnhofplatz und Leibstraße gewählt. In diesem Bereich findet sich die wesentliche Konzentration der Haarer Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe in der Ortsmitte, weswegen dieser Standort für die Kundenbefragung am besten geeignet ist.

Abb. 7 Point-of-Sale-Befragungsstandorte



Kartengrundlage: OpenStreetMap©, 2017

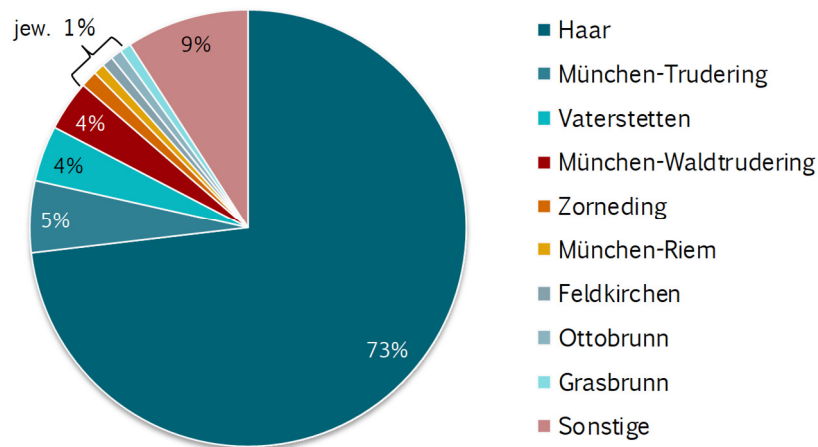
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

Durchgeführt wurde die Befragung am Donnerstag, 14. September und (witterungsbedingt) jeweils Samstag, 23. September und 28. September 2017. Bewusst wurde sowohl ein Befragungstag unter der Woche, wie auch einer am Wochenende gewählt. Das Wetter war an den Befragungstagen 14.09. und 28.09. überwiegend sonnig und trocken. Am 23.09. wurde die Befragung aufgrund einsetzender stärkerer Regenfälle abgebrochen und am 28.09. fortgeführt. Insgesamt wurden 242 Personen befragt. Nachfolgend werden die wichtigsten Ergebnisse der Befragung dargestellt.

5.2 Herkunft der Befragten

Zur Ermittlung bzw. Verifizierung des Einzugsgebietes des Einzelhandelsstandortes Haar wurden die Personen nach ihrer Herkunft befragt. Die Ergebnisse sind im Folgenden dargestellt:

Abb. 8 Herkunft der Befragten



Quelle: eigene Analyse und Berechnung
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017, (n=242)

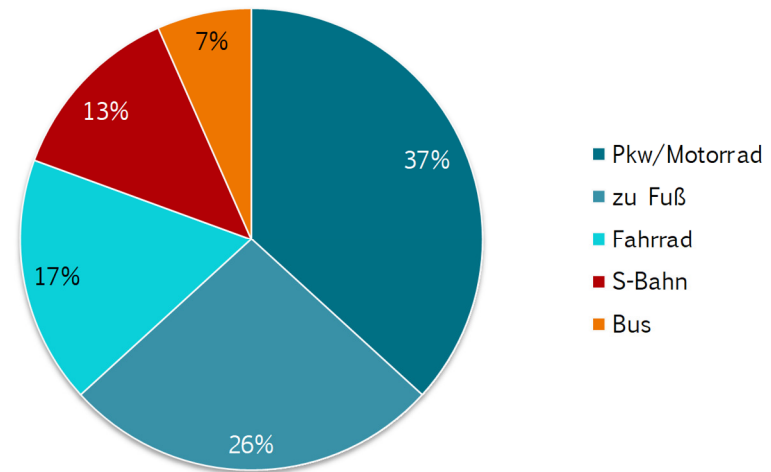
Beim Betrachten der Herkunft zeigt sich, dass beinahe drei Viertel und damit die große Mehrheit der Befragten direkt aus Haar kommen. Das andere Viertel der Befragten kommt von außerhalb und zu großen Teilen aus den nahegelegenen östlichen Münchner Stadtbezirksteilen Waldtrudering und Trudering sowie aus der Gemeinde Vaterstetten. Insgesamt rd. 9 % aller Befragten gaben sonstige bzw. weiter entfernte Kommunen als Herkunftsort an. Daraus wird deutlich, dass der in der Ortsmitte Haar gelegene Einzelhandel insgesamt hauptsächlich die Versorgung der lokalen Bevölkerung und nur zu

geringen Teilen die Versorgung der Umlandbevölkerung gewährleistet.

5.3 Verkehrsmittel

Mit 37 % stellt der motorisierte Individualverkehr (Pkw/ Motorrad) das dominierende Verkehrsmittel der Befragten in der Haarer Ortsmitte dar. Im Vergleich zu anderen Untersuchungen der CIMA in vergleichbaren Kommunen fällt das Verhältnis der MIV-Nutzer gering aus. Rund jeder Vierte gab an, zu Fuß den Befragungsstandort aufgesucht zu haben und rund 17 % waren mit dem Fahrrad unterwegs. Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) mit (S-)Bahn (13 %) und Bus (7 %) stellt für die Besucher der Haarer Ortsmitte ebenfalls ein wichtiges Verkehrsmittel dar.

Abb. 9 Verkehrsmittelwahl der Befragten



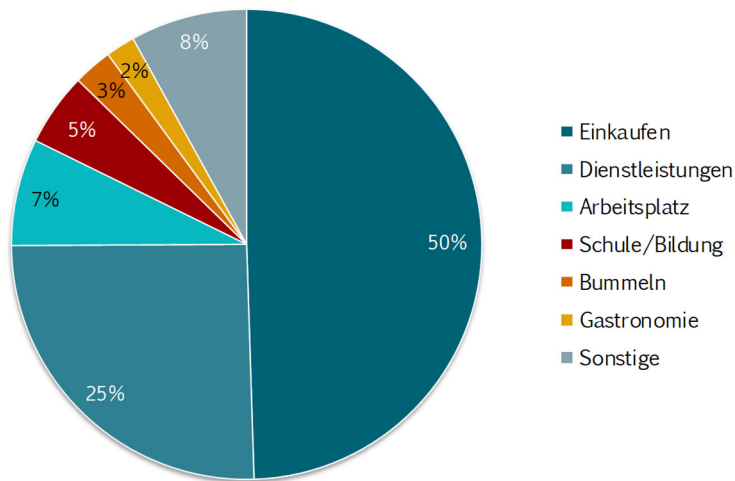
Quelle: eigene Analyse und Berechnung
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017 (n=242)

Im Hinblick auf die Verteilung am Modal-Split der Ortsmittenbesucher zeigt sich im Vergleich mit anderen Kommunen im suburbanen Raum ein klassisches Bild mit einer leichten Dominanz des motorisierten Individualverkehrs. Insgesamt überwiegen jedoch die Anteile der nicht motorisierten Besucher mit rd. 63 %. In Anbetracht der Herkunft der Befragten zeigt dies die grundsätzliche gute Erreichbarkeit der Ortsmitte aus dem Haarer Kernsiedlungsgebiet.

5.4 Besuchszweck

Die Multifunktionalität eines Standortes entscheidet über die Attraktivität und damit die Frequenz vor Ort. Mit Hilfe der Frage nach dem Besuchszweck können diese Faktoren bestimmt und ein Standort eingeschätzt werden.

Abb. 10 Besuchszweck nach Befragungsstandorten



Mehrfachnennung möglich (298 Nennungen)

Quelle: eigene Analyse und Berechnung

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017 (n=242)

Die **Ortsmitte** Haar wird mit 50 % der Nennungen am häufigsten zum Einkaufen aufgesucht. Darüber hinaus wird das Nutzen von Dienstleistungen wie zum Beispiel Arztbesuche (25 %) häufiger als Besuchszweck der Ortsmitte genannt. Weitere Besuchsgründe wie Café- und Gaststättenbesuche, Besuch des Arbeitsplatzes, Schule/Bildung sowie Bummeln wurden seltener, aber dennoch in nennenswerter Anzahl genannt.

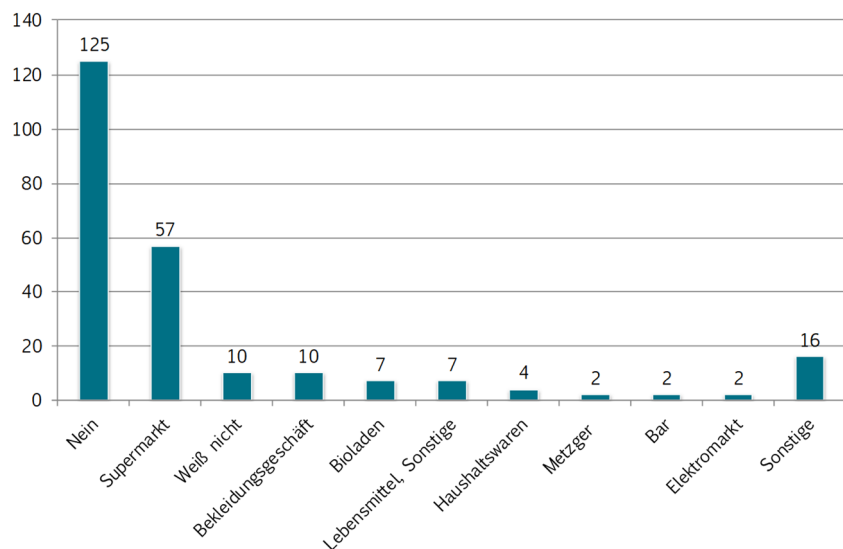
Insgesamt illustrieren die vielfältigen Besuchszwecke die grundsätzliche Multifunktionalität und Funktionsfähigkeit der Ortsmitte und bestätigen damit auch die gutachterliche Einschätzung. Insbesondere in Zeiten des Online-Handels und aufgrund der Nähe zu München ist diese Funktionsvielfalt in Haar zu sichern und weiter auszubauen. Künftig wird der Einzelhandelsstandort Ortsmitte noch stärker von der Attraktivität und Vielfalt ergänzender Nutzungen abhängig sein.

5.5 Fehlende Angebotsformen

Zusätzlich wurden die Passanten nach fehlenden Angebotsformen in Haar befragt. Anhand dieser Daten kann ggf. auf Optimierungsmöglichkeiten im lokalen Branchenmix geschlossen werden.

Inwieweit die Befragten bestimmte Angebotsformen in Haar vermissen und welchen Branchen diese zuzuordnen sind, wird in Abbildung 11 dargestellt:

Abb. 11 Fehlende Angebotsformen, gruppiert



Mehrfachnennung möglich

Quelle: eigene Analyse und Berechnung

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017 (n=242)

Auf die Frage ob bestimmte Angebotsformen in Haar vermisst werden, antworteten 125 Personen und damit etwas mehr als die Hälfte der Befragten mit „Nein“. Rund 52 % der Befragten zeigen somit, dass sie mit dem vorhandenen Angebot in Haar grundsätzlich zufrieden sind und nichts vermissen. Hinzu kommen 10 Befragte die spontan keine fehlenden Angebotsformen nennen konnten und mit „Weiß nicht“ antworteten. Betrachtet man die gruppierten Nennungen, zeigt sich, dass von einem Großteil der Befragten (57 Nennungen bzw. 23 %) ein Supermarkt vermisst wird. Dabei dürften sich die Befragten auf den Standort der Befragung und damit den Bereich der Ortsmitte beziehen. Damit bestätigt sich auch in der Kundenwahrnehmung vor Ort die durch die Schließung des Netto bedingte, wesentliche Lücke im innerörtlichen Branchenmix. Des

Weiteren werden Bekleidungsgeschäfte sowie weitere Lebensmittelanbieter unterschiedlicher Formate vermisst.

Das Ergebnis ist für die Gemeinde Haar und ihr Angebot in der Ortsmitte grundsätzlich positiv zu bewerten. Als wesentliche Angebotsform wird ein Lebensmittelvollversorger in der Ortsmitte vermisst. Die Ansiedlung eines entsprechenden Betriebs würde eine sinnvolle Ergänzung der Angebote in der Ortsmitte darstellen. Aufgrund der bestehenden städtebaulichen Situation (fehlende ausreichend dimensionierte Entwicklungsflächen) sind die aktuellen Realisierungschancen aus gutachterlicher Sicht jedoch als gering zu bezeichnen. Auch weitere Bekleidungsfachgeschäfte könnten das innerörtliche Angebot aus Sicht der Kunden weiter qualifizieren.

Ansonsten sind die Befragten aber mit dem Angebot zufrieden, da weitere Formate nur in untergeordnetem Rahmen genannt werden. Ferner vermissen mehr als die Hälfte der Befragten keine Angebotsform, was den grundsätzlich guten Funktions- und Branchenmix in der Ortsmitte aus Kundensicht verdeutlicht.

Fazit:

An der POS-Befragung in Haar, die an drei Tagen stattfand, nahmen insgesamt 242 Personen teil. Befragt wurde in der Ortsmitte im Bereich des Bahnhofsplatzes und der Leibstraße.

Rund drei Viertel der Befragten gab an aus Haar selbst zu kommen, was einen wichtigen Hinweis auf das Einzugsgebiet des lokalen Einzelhandels liefert. Mit rd. 43 % besteht ein hoher Anteil an Fußgängern und Radfahrern in der Ortsmitte., was der Attraktivität des Ortszentrums zu Gute kommt und für die gute Erreichbarkeit des Zentrums spricht. Im Hinblick auf den Besuchszweck kann die Ortsmitte als multifunktionaler Raum mit verschiedenen Nutzungsansprüchen und -möglichkeiten der Besucher klassifiziert werden. Der gelungene Funktionsmix aus Einzelhandel und ergänzenden Nutzungen stellt ein entscheidendes Qualitätsmerkmal der Haarer Ortsmitte dar.

Aus der Frage, ob Angebotsformen in Haar vermisst werden, ging hervor, dass rd. die Hälfte der Befragten mit den lokalen Angeboten grundsätzlich zufrieden ist. Als wesentliche Angebotslücke im innerörtlichen Branchenmix wurde von den Befragten das Fehlen eines Lebensmittelvollversorgers genannt.

Aufgrund der bestehenden Flächen- und Immobiliensituation im Ortszentrum sind die Realisierungschancen eines entsprechenden Vorhabens jedoch gering.

Hinsichtlich der Funktionalität und Funktionsfähigkeit des Ortszentrums geht es künftig vor allem darum, die Haarer Bevölkerung mit einer Sicherung und Stärkung der Angebotsvielfalt (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie) als Besucher/ Kunden für die Ortsmitte zu begeistern.

6 Nachfragesituation des Einzelhandelsstandortes Haar

6.1 Abgrenzung des Marktgebiets

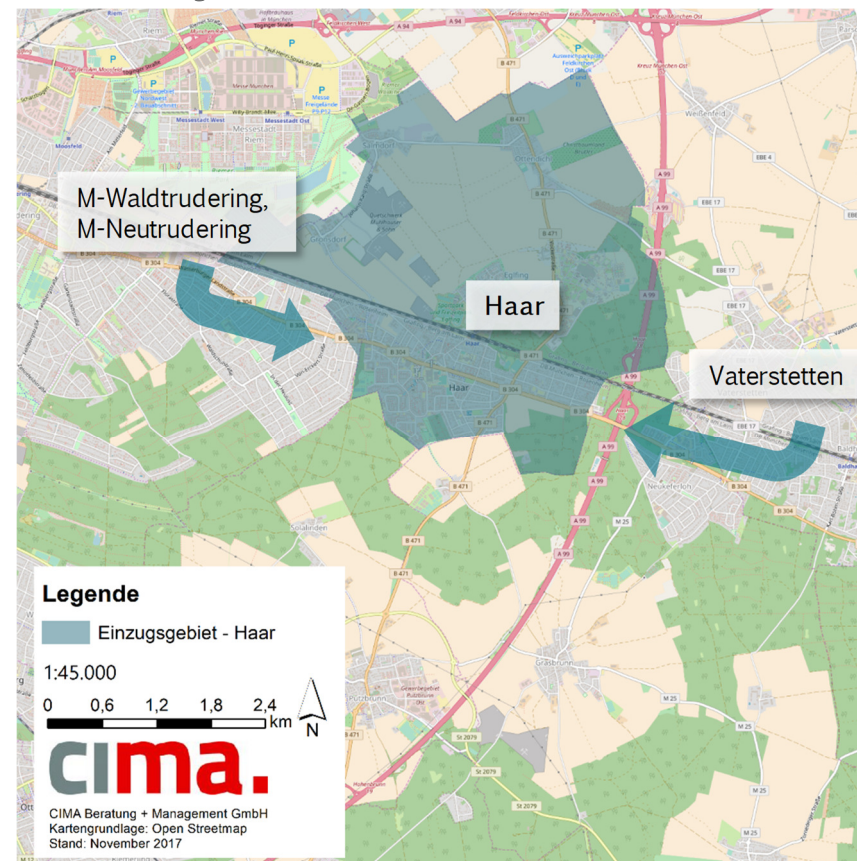
Als Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Haar wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Einwohner den Handelsstandort Haar regelmäßig aufsuchen. Das Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Haar,
- Branchenmix,
- Anziehungskraft und Attraktivität ansässiger (Groß-)Betriebe,
- Nähe zu Konkurrenzorten,
- Angebot an Wettbewerbsstandorten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Pendlerbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt).

Das durchschnittliche Einzugsgebiet des Haarer Einzelhandels über alle Branchen wurde zum einen auf Basis der obigen Parameter ermittelt, aber auch anhand der Ergebnisse, die aus der im vorherigen Kapitel dargelegten Point-of-Sale Befragung mit einfließen.

Das sog. Kerneinzugsgebiet mit einer Kaufkraftbindung von mehr als 50 % über alle Branchen besteht aus dem Gemeindegebiet Haar.

Karte 3 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Haar



Quelle: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2016
Kartengrundlage: Openstreetmap
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

Ein erweitertes Einzugsgebiet mit einer nennenswerten Kaufkraftbindung aus umliegenden Gemeinden oder Münchner Stadtteilen besteht in Haar derzeit nicht. Dennoch sind aus den angrenzenden östlichen Münchner Stadtbezirksteilen Waldtrudering und Neutrudering sowie aus Vaterstetten Einkaufsbeziehungen in etwas höherem Umfang festzustellen (vgl. Karte 3). Aufgrund der Lage an der B 304 ist auch darüber hinaus insbesondere im Bereich der Bundesstraße noch mit zusätzlichen Kunden (Umlandbewohner, Pendler, Zufallskunden) zu rechnen. Umfang und Intensität dieser Einkaufsbeziehungen sind jedoch nicht stark genug ausgeprägt, um diese Bereiche bzw. Kommune noch zum Marktgebiet des Haarer Einzelhandels zu zählen.

6.2 Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet

Die Berechnung des Kaufkraftpotenzials¹¹ im Marktgebiet erfolgt auf der Basis der sortimentsspezifischen, einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben, der aktuellen Einwohnerzahl und der lokalen Kaufkraftkennziffern.

Es wird der statistische Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.890 € für das Jahr 2017 zu Grunde gelegt.¹² Mit Hilfe der Kaufkraftkennziffern¹³ wurde dieser an das Niveau im Marktgebiet angepasst. Für die Gemeinde Haar (Kaufkraftkennziffer: 109,1) ergibt sich somit ein im Bundesvergleich erhöhter Ausgabesatz von 6.426 € je Einwohner pro Jahr.

Derzeit leben im Haarer Gemeindegebiet und damit im gesamten definierten Marktgebiet von Haar 20.793 Einwohner¹⁴, die über ein kumuliertes Kaufkraftpotenzial von 133,6 Mio. € verfügen.

Tab. 2 Einwohner und Kaufkraftpotential im Marktgebiet

Marktgebiet	Einwohner	Kaufkraftpotenzial
Kerneinzugsgebiet (Haar)	20.793	133,6 Mio. €
Erweitertes Einzugsgebiet	<i>- nicht vorhanden -</i>	

Quelle: Statistisches Landesamt Bayern, eigene Berechnungen, Stand: 01/2017 MB-Research

Ergänzend werden zudem Umsätze aus den Münchner Stadtbezirksteilen Waldtrudering und Neutrudering sowie der Gemeinde Vaterstetten durch den Haarer Einzelhandel gebunden. Die Kaufkraftbindung erreicht jedoch keine ausreichende Intensität um diese Bereiche als erweitertes Einzugsgebiet zu klassifizieren.

¹¹ Das Kaufkraftpotenzial entspricht den monetären Mitteln (in Mio. €) der Bevölkerung im Marktgebiet, die den Einwohnern insgesamt für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

¹² CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

In der folgenden Tabelle ist das Kaufkraftpotential des Haarer Marktgebietes (Wohnbevölkerung Haar) nach Branchengruppen unterteilt aufgeführt.

Tab. 3 Kaufkraft im Marktgebiet nach Branchen

Kaufkraftpotenzial nach cima Warengruppen	Haar
Täglicher und kurzfristiger Bedarf	72,2
Lebensmittel	48,7
Gesundheit und Körperpflege	21,6
Zeitschriften, Schnittblumen	1,9
Mittel- und langfristiger Bedarf	61,4
Bekleidung, Wäsche	11,2
Schuhe, Lederwaren	3,7
Uhren, Schmuck, Optik, med.-orth. Bedarf	5,4
Bücher, Schreibwaren	2,4
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	10,4
Sportartikel, Fahrräder	4,0
Spielwaren	1,2
Hobbybedarf, Zooartikel	1,5
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,9
Möbel, Antiquitäten	7,5
Heimtextilien	1,6
Baumarktartikel, Gartenbedarf	10,6
Einzelhandel insgesamt	133,6

Quelle: eigene Berechnung CIMA Beratung + Management GmbH 2017, MB-Research

¹³ CIMA|BBE|MB Research, 2017
Bundesdeutscher Durchschnitt entspricht Index=100

¹⁴ Bayerisches Landesamt für Statistik, 2017

6.3 Einzelhandelszentralität

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

Auf Basis des von der cima rechnerisch ermittelten Einzelhandelsumsatzes in Haar von ca. 85,8 Mio. € und der vorhandenen Kaufkraft der Haarer Wohnbevölkerung von rd. 133,6 Mio. € errechnet sich eine aktuelle Einzelhandelszentralität von ca. 63 %. Entsprechend fließt Kaufkraft in deutlich höherem Umfang aus Haar ab, als Kaufkraftzuflüsse zum Einzelhandelsstandort Haar bestehen.

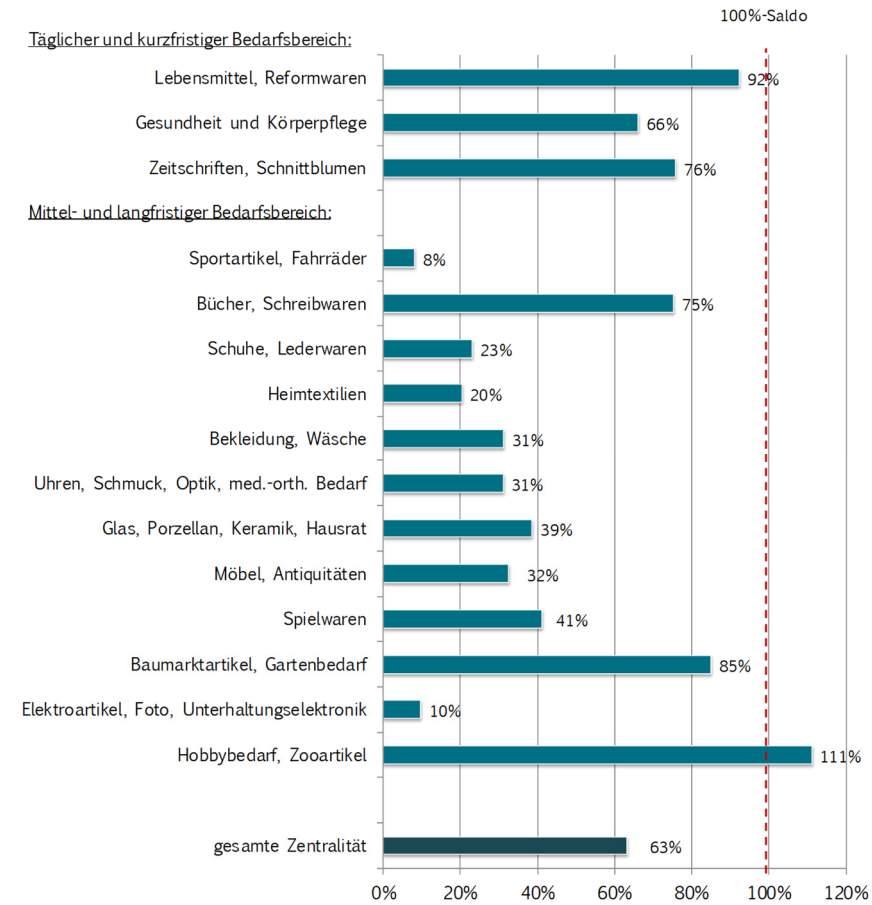
Bei den verschiedenen Branchen bestehen Unterschiede im Hinblick auf die Zentralität. Im Lebensmittelsegment deutet die Zentralität mit rd. 92 % auf die gute Versorgungsqualität im Bereich der Nahversorgung hin. Mit Realisierung der Planungen im Lebensmittelbereich wird die Zentralität in dieser Branchengruppe noch weiter ansteigen. Die Branchengruppen Hobbybedarf, Zooartikel sowie Baumarktartikel, Gartenbedarf weisen ferner mit rd. 111 % und rd. 85 % einen hohen bzw. erhöhten Zentralitätswert auf. In Folge der anstehenden Schließung des Hagebaumarkts wird sich dieser Zentralitätswert jedoch deutlich reduzieren.

Ansonsten bestehen in den einzelnen Branchenbereichen des mittel- und langfristigen Bedarfs geringe bzw. teils sehr geringe Zentralitäten. Insgesamt entsprechen die Zentralitätswerte der Angebotssituation in Haar mit einer eher geringen Verkaufsflächenausstattung in diesen Bedarfsbereichen sowie der intensiven Wettbewerbssituation im Standortumfeld (östliches München sowie umfangreiche dezentrale

Handelsstandorte in den östlichen Vororten Münchens) und spiegeln die zentralörtliche Rolle Haars als Grundzentrum, welches prioritär die Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs im Nahbereich übernehmen soll, wieder. Auch wird hier die bisher erfolgreiche, zentrumsorientierte kommunale Entwicklungsstrategie im Hinblick auf Einzelhandelsansiedlungen deutlich, welche keine Etablierung von Fachmarktstandorten in nicht integrierten Lagen vorsah.

Insgesamt erfüllt Haar die landesplanerisch zugewiesene Hauptaufgabe der qualifizierten Grundversorgung erfolgreich. Aus den geringen Zentralitäten in den mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen sind ferner erste Hinweise auf Entwicklungsspielräume ersichtlich.

Abb. 12 Zentralität nach Branchengruppen



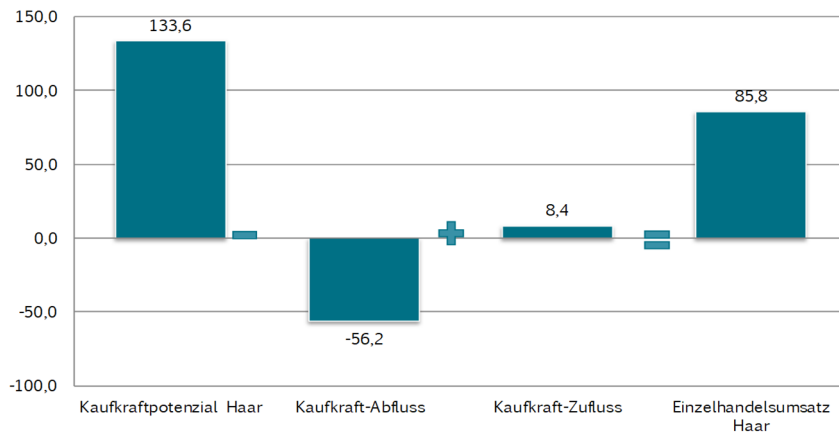
Quelle: eigene Analyse und Berechnung
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

7 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Haar

7.1 Kaufkraftstromanalyse

Die Höhe des generierten Umsatzes in Haar für das Jahr 2017 errechnet sich aus dem theoretisch verfügbaren Marktpotenzial der Gemeinde unter Berücksichtigung der Kaufkraftzu- und -abflüsse. So fließt zum einen ein Teil der verfügbaren Kaufkraft der Haarer Bevölkerung an andere Orte ab (Versorgungseinkäufe, „Shopping“ etc.). Zum anderen kommt es zu Kaufkraftzuflüssen aus umliegenden Gemeinden und Münchner Stadtteilen in den Haarer Einzelhandel.

Abb. 13 Markt- und Umsatzpotenzial der Gemeinde Haar, über alle Branchen (Angaben in Mio. €)



Quelle: eigene Berechnungen, 2017
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

Wie Abbildung 13 zeigt, fließen von dem am Ort vorhandenen Kaufkraftpotenzial (rd. 133,6 Mio. € über alle Branchen) insgesamt rd. 56,2 Mio. € an Konkurrenzstandorte im Umland ab.¹⁵ Diesen Abflüssen stehen Kaufkraftzuflüsse aus den benachbarten Kommunen in Höhe von rd. 8,4 Mio. € gegenüber. Damit beläuft sich der geschätzte Ist-Umsatz, der im Haarer Einzelhandel generiert wird, auf insgesamt rd. 85,8 Mio. €.

Entwicklungshypothese

Mit Blick in die Zukunft sind für die Prognoserechnung einer zukünftig möglichst realistischen Nachfrage im Vorfeld bestimmte Annahmen zu treffen. Grundlage für die Ermittlung von branchenspezifischen Umsatzpotenzialen ist zunächst immer die Bildung einer Arbeitshypothese für das unseren Berechnungen zugrundeliegende raumökonomische Zeit-Distanz-Simulationsmodell nach Huff. Für die Ermittlung von branchenbereichsspezifischen Umsatzpotenzialen gehen wir von folgenden Grundannahmen der zukünftigen Entwicklung der Rahmenbedingungen in Haar selbst sowie im weiteren Marktgebiet aus:

- Stabile Entwicklung der Verbrauchsausgaben im Einzelhandel (in € pro Kopf und Jahr)
- Stabile Pro-Kopf-Kaufkraftstärke
- Stabile Besucherzahlen in Haar
- Annahme eines moderaten Bevölkerungswachstums

Die daraus für die Gemeinde Haar formulierte Entwicklungshypothese lautet folglich:

¹⁵ Insbesondere in die Einkaufszentren und das Stadtzentrum der benachbarten Landeshauptstadt München. Dies entspricht der landesplanerisch zugewiesenen Funktion Haars als Grundzentrum.

Wenn es bei den angenommen konstanten Rahmenbedingungen gelingt, attraktive Ansiedlungen und damit insbesondere Branchen- und Konzeptlücken zu schließen, dann wäre es auch möglich zukünftig Kaufkraftabflüsse zu verringern und die lokale Kaufkraftbindung der Haarer Bevölkerung zu erhöhen. In Teilen können auch Kaufkraftzuflüsse erhöht bzw. im Bereich heutiger Branchenlücken wie Sport- oder Elektronikartikel generiert werden. Über alle Branchen betrachtet ist jedoch nicht von einer signifikanten Zunahme der Kaufkraftzuflüsse und einer Ausweitung des Einzugsgebietes auszugehen.

Nach der Modellrechnung verfügt Haar entsprechend diesem modellierten Idealfall über ein mögliches, bindungsfähiges Umsatzpotenzial von **111,8 Mio. €**. Aufgrund des geschätzten Ist-Umsatzes in Höhe von derzeit ca. 85,8 Mio. € ergibt sich daraus ein **zusätzlich theoretisch möglicher Umsatz in Höhe von rund 26,0 Mio. €**.

Fazit

Der in Haar generierte, geschätzte Ist-Umsatz liegt bei insgesamt 85,8 Mio. € und damit unterhalb des lokal vorhandenen Kaufkraftpotenzials von 133,6 Mio. €. Bedingt durch die starke Konkurrenzsituation im Großraum München ist die Situation in Haar durch starke Kaufkraftabflüsse sowie moderate -zuflüsse geprägt. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels können Zuflüsse aus den umgebenden Gemeinden und Münchner Stadtteilen generiert werden. Dies ist insbesondere bedingt durch das räumlich gut erreichbare örtliche Angebot im Lebensmittelsegment in Haar (Betriebe der Nahversorgung entlang der Bundesstraße 304).

Kaufkraftabflüsse, insbesondere im langfristigen Bedarfsbereich sind aufgrund des beschränkten örtlichen Angebots und des ausgeprägten Einzelhandelsangebots im Umfeld vorhanden. Die Gemeinde Haar hat als Grundzentrum eine zuge dachte Versorgungsfunktion insbesondere mit Gütern des täglichen Bedarfs, weshalb die vorhandenen Kaufkraftabflüsse grundsätzlich als funktional zu erachten sind.

Aus der Kaufkraftstromanalyse wird deutlich, dass in gewissem Rahmen zukünftig Kaufkraftpotenziale bei entsprechender Entwicklung in Haar gebunden werden können. Strategisches Ziel der zukünftigen Entwicklung sollte vor diesem Hintergrund daher einerseits die Minimierung bestehender Abflüsse sein. Dabei sollte die Entwicklung sinnvoller für die Ortsentwicklung verträglicher Standorte jedoch oberste Priorität haben.

Entsprechend ist darauf hinzuweisen, dass sich Haar bereits heute aus gutachterlicher Sicht als grundsätzlich erfolgreicher Handelsstandort präsentiert. Die bisherige Strategie der zentren- und innenorientierten Einzelhandelsentwicklung sollte also auch zukünftig beibehalten werden.

7.2 Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Der Berechnung branchenbezogener Entwicklungspotenziale (offene Umsatzpotenziale) wurde eine Entwicklungshypothese zugrunde gelegt. Diese besagt, dass die Ansiedlung attraktiver Anbieter einhergehend mit einer Schließung von Branchen- oder Konzeptlücken zukünftig aktuell bestehende Kaufkraftabflüsse minimieren sowie in Maßen Kaufkraftzuflüsse erhöhen kann, wobei nicht von einer Ausweitung des Einzugsgebiets ausgegangen wird.

Auf dieser Grundlage wurde für den Haarer Einzelhandel **ein offenes Umsatzpotenzial in Höhe von 26,0 Mio. €** prognostiziert.

In der Einzelbetrachtung ergeben sich für die einzelnen Branchenbereiche teils nicht gedeckte Umsatzpotenziale. Es handelt sich bei den Angaben um **theoretische Bedarfe**, die im Einzelfall auch durch eine höhere Flächenproduktivität bzw. Erweiterungsflächen in vorhandenen Betrieben oder in Form von Randsortimenten kompensiert werden können. In der nachstehenden Berechnung wurden dabei noch keine pauschalen Umsatzumverteilungen im Handelsbestand angenommen.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über offene Potenziale nach Branchenbereichen. Dabei wurde bereits der Tatsache Rechnung getragen, dass Haar als Grundzentrum sowie aufgrund des eingeschränkten Flächenpotenzials nicht gleichermaßen für alle Branchen als Standort geeignet ist.

Zusätzlich ist auch zu berücksichtigen, dass ein Teil der Potenziale den Bestandsanbietern als Wachstumspotenzial vorbehalten sein muss, um den Betrieb zu erhalten und sich ändernden Marktbedingungen anpassen zu können. Die größte Herausforderung für Haar wird in der Schaffung adäquater, attraktiver, den heutigen Betreiberansprüchen an Flächenzuschnitt und -größe genügenden Verkaufsflächen in der Ortsmitte sowie in der Umsetzung des städtebaulichen Rahmenplans für den Bereich südlich der B 304 bestehen.

Die Aussagen zu den in einzelnen Branchen noch offenen Umsatzpotenzialen stellen dabei einen Orientierungsrahmen dar, ersetzen bei einem tatsächlichen Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben jedoch keine einzelbetriebliche Beratung. Im Ansiedlungsfall muss nach Standort, Ausstattungs- und Angebotsniveau zusätzlich eine objekt-spezifische, betriebliche Wirtschaftlichkeits- ggf. auch eine Verträglichkeitsberechnung erfolgen. Die branchenspezifischen Empfehlungen berücksichtigen zudem die allgemeinen Entwicklungstrends im Einzelhandel. Neben den im Folgenden aufgeführten Potenzialen bestehen in weiteren Sortimentsbereichen Kleinpotenziale. Die vorhandenen Potenziale im Lebensmittelbereich werden nach Realisierung der projektierten Vorhaben (Gronsdorf und Jugendstilpark) aktiviert. Ferner sollte ebenso noch ein Restpotenzial für ggf. zukünftige Erweiterungen von Bestandsbetrieben vorgehalten werden.

Tab. 4 Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen ausgewählter Branchen

Branche	Anzahl Betriebe mit Hauptsortiment	Zentralität	Ansiedlungs-be-reich	Format	Ungedecktes Um-satzpotenzial
Unterhaltungs-elekt-ronik	0	10 %*	Ortsmitte B304	Fachmarktkonzept (1.000 – 1.500 m ² Ver-kaufsfläche) in verkehrsgünstiger Lage	5,5 - 6,5 Mio. €
Sportartikel/ Fahrräder	2	8 %	Ortsmitte B304	Fachmarktkonzept (800 – 1.500 m ² Ver-kaufsfläche) in verkehrsgünstiger Lage	1,5 – 2,5 Mio. €
Schuhe	2	23 %	Ortsmitte	Fachgeschäft oder Erweiterung im Ortsze-ntrum	0,5 – 1,0 Mio. €
Bekleidung	9	31 %	Ortsmitte	Fachgeschäft	3,0 - 4,0 Mio. €
Baumarktartikel	2 ¹⁶	10 %	B304	Fachgeschäft/Fachmarkt mit Spezialisie-rung (bis zu 1.000 m ² Verkaufsfläche)	2,0 – 3,0 Mio. €
Inneneinrichtung/ Dekoration/ Haushaltswaren	0	39 %*	Ortsmitte	GPK-Fachgeschäft Inneneinrichtung Fachmarkt	3,5 – 4,5 Mio. €

Quelle und Bearbeitung: eigene Analyse, CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

Anmerkung.: Dargestellt werden theoretische Entwicklungspotenziale. Ein wirtschaftlicher Erfolg möglicher zukünftiger Anbieter kann allein aufgrund theoretisch vorhandener Potenziale nicht garantiert werden. Vielmehr ist für einen erfolgreichen Markteintritt und -verbleib ebenso die Qualität und Standortwahl potenzieller Betreiber ausschlaggebend.

* Aufgrund von Randsortimenten bei Anbietern anderer Branchen

¹⁶ Nach geplanter Schließung des Hagebaumarkts

8 Stärken-Schwächen-Profil

Auf Basis der bisherigen Untersuchungsergebnisse zum Einzelhandelsstandort Haar sowie in Abstimmung mit ansässigen Einzelhändlern im Rahmen einer Informationsveranstaltung am 08.02.2018 wurde die folgende Stärken-Schwächen-Analyse entwickelt. Ziel der Kommunalentwicklung sollte es sein, die Stärken von Haar auch im Vergleich zu den Wettbewerbsstandorten zu erhalten und auszubauen und die erkannten Schwächen soweit möglich schrittweise abzubauen.

Stärken-Profil der Gemeinde Haar

- ✓ attraktive Lage im Landkreis München
- ✓ sehr gute Erreichbarkeit (B304)
- ✓ Zwei S-Bahnanschlüsse
- ✓ gute fußläufige Erreichbarkeit der Ortsmitte
- ✓ positive Bevölkerungsentwicklung
- ✓ ausgewogener Branchenmix in der Ortsmitte
- ✓ attraktive, inhabergeführte Fachgeschäfte
- ✓ funktionierende, breite und gut verteilte Nahversorgungsstruktur
- ✓ lebendige Ortsmitte mit Funktionsvielfalt mit Handel, Dienstleistungen und sonstigen Einrichtungen
- ✓ hohe städtebauliche Attraktivität und Gestaltung im Bereich der Bahnhofstraße und des Kirchenplatzes
- ✓ gutes Gastronomieangebot
- ✓ hohe Kundenzufriedenheit (vgl. Befragung)
- ✓ Haarer Zehner
- ✓ Wochenmarkt

Schwächen-Profil der Gemeinde Haar

- wenige Magnetbetriebe in der Ortsmitte
- Rossmann muss auf zu kleiner Fläche operieren
- unattraktive Situationen im Bereich des Bahnhofsvorplatzes
- Teils Optimierungsbedarfe im Bereich öffentlicher Räume (Leibstraße)
- Funktionslücken im zentralen Versorgungsbereich
- Kein Nahversorger mehr im zentralen Versorgungsbereich
- keine Lenkung vom Bahnhof in die Leibstraße
- fehlende Einzelhandelsbranchen
- kleine Flächen-/Immobilienzuschnitte im zentralen Versorgungsbereich; eingeschränkte Entwicklungsflächen im Ortszentrum
- suboptimale Erreichbarkeit/Sichtbarkeit (ungünstige Parkplatzsituation) wichtiger Nahversorger (Rewe, Lidl), Standortrahmenbedingungen
- Herausforderung Jagdfeldzentrum

9 Standort- und Sortimentskonzept der Gemeinde Haar

9.1 Übergeordnete Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Haar verfolgt städtebauliche Zielvorstellungen und dient als Steuerungsgrundlage des Einzelhandels im Rahmen der integrierten Ortsentwicklung. Ein Eingriff in den Wettbewerb zu Gunsten einzelner Betriebe findet nicht statt. Das Einzelhandelskonzept stellt die Grundlage bei der Bewertung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben und zur Priorisierung von Einzelhandelsstandorten dar.

Die Umsetzung dieser räumlichen Ziele sieht vorrangig die Schaffung von Planungssicherheit vor. Lenkung und Steuerung im Sinne der Planungshoheit der Kommune soll zur Sicherung und gezielten Stärkung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit bestehender zentraler Versorgungsbereiche, der Vorhaltung einer wohnortnahen Grundversorgung, sowie zur strukturverträglichen Weiterentwicklung gegebenenfalls zukünftig vorhandener Potenzialflächen in Haar eingesetzt werden.

Zu berücksichtigen ist grundsätzlich, dass die Investitions- und Sachentscheidungen im Einzelhandel überwiegend in privater Hand liegen. Die Gemeinde Haar kann nur die Rahmen gebenden Bedingungen der Einzelhandelsentwicklung als Planungsgrundlage vorgeben. Steuernd darf die Kommune mit den zur Verfügung stehenden, planungsrechtlichen Mitteln nur dann eingreifen, wenn andernfalls negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung oder die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu befürchten sind.

Die formulierten Zielsetzungen orientieren sich an der bisherigen Handelsentwicklung in Haar sowie den Gegebenheiten vor Ort und verfolgen eine zentrenorientierte Weiterentwicklung des bestehenden Systems. Der bisherige Umgang mit der Handelsentwicklung in Haar soll dementsprechend konkretisiert und nicht grundlegend neu

gedacht werden. Als übergeordnete Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung in Haar sind folgende Leitlinien zu nennen:

- **Stärkung der Versorgungsfunktion des Einzelhandelsstandortes für Haar**
- **Sicherung und Weiterentwicklung der Ortsmitte als Einkaufs- und Versorgungsstandort, Kommunikations- und Aufenthaltsort sowie Identifikationsraum**
- **Sicherung und Ausbau der fußläufigen Nahversorgung in Haar und den Ortsteilen/Wohnquartieren**
- **Verhinderung von negativen Auswirkungen für die Ortsmitte und die Nahversorgung bei Einzelhandelsneuentwicklungen**

Nach Beschluss des Einzelhandelskonzepts durch den Haarer Gemeinderat wird das Einzelhandelskonzept im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts gemäß § 1 Abs. 6 (11) BauGB zukünftig als Grundlage für die vorbereitende und verbindliche Bauleitplanung heranzuziehen sein. Dabei stellt das Einzelhandelskonzept keine vollständig neue Strategie dar, sondern konkretisiert den bisherigen Entwicklungsansatz einer innenorientierten Einzelhandelsentwicklung und entspricht damit auch den kommunalen Leitlinien „Haar 21“.

9.2 Sortimentskonzept

9.2.1 Grundlagen der Sortimentsliste

Ergänzend zu den formulierten übergeordneten Zielsetzungen ist bei der Erstellung eines Einzelhandelskonzepts die Definition einer

ortsspezifischen Sortimentsliste obligatorisch. Im Rahmen der Sortimentsliste werden die Einzelhandelssortimente hinsichtlich ihrer Relevanz für die Ortsmitte sowie für die sonstigen Lagen des Ortes eingestuft.

Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.¹⁷

Die Rechtsprechung betont die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen, zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“¹⁸

Die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes sieht einen „(nahezu) vollständigen Einzelhandelsausschluss durch das Ziel der Stärkung der im Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt“ an¹⁹. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den zentralen

Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und die in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend, müssen solche Ausschlüsse städtebaulich gerechtfertigt sein. Das oben beschriebene Ziel, die zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten und gezielt zu stärken ist in der Rechtsprechung allgemein als städtebauliche Rechtfertigung anerkannt. Daraus folgt – für Haar wie allgemein – dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung kaum rechtssicher abgeleitet werden kann. Das Einzelhandelskonzept dient also dazu, Einzelhandelsvorhaben in Haar rechtssicher und städtebaulich begründet steuern zu können. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten der Kommune zu berücksichtigen.²⁰

Anforderungen an die Bestimmtheit von Sortimentslisten

Die Rechtsprechung hat deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichmaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Gemeindegebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beruhen.²¹

¹⁷ u.a. OVG Münster, Urteil vom 22.04.2004 – 7a D 142/02 NE; siehe hierzu auch OVG Lüneburg, Urteil vom 14.06.2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 bis 9 BauNVO bieten eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanter Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von diesen Feinsteuerungsmöglichkeiten Gebrauch macht.“

¹⁸ VGH Mannheim, Urteil vom 30.01.2006 – 3 S 1259/05

¹⁹ BVerwG, Urteil vom 26.03.2009 – 4 C 21.07

²⁰ hierzu u.a. OVG Münster, Urteil vom 03.06.2002 – 7 A 92/99.NE

²¹ hierzu u.a. OVG Münster, Urteile vom 09.10.2003 – 10a D 76/01.NE (Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen) und

Die Haarer Sortimentsliste dient dem Schutz, aber auch gerade der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.²² Dabei können beispielsweise bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden. Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein muss, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen kann, um auch Sortimente zuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind.

9.2.2 Einstufung der Sortimente

Grundlage für die aktuelle Einstufung der Einzelhandelssortimente bilden neben Kriterien der Warenbeschaffenheit, der Magnetfunktion auch die aktuellen Bestandsstrukturen des Einzelhandels in Haar, realistische Ansiedlungsmöglichkeiten sowie städtebauliche und wirtschaftsförderungspolitische Gründe. Darüber hinaus berücksichtigt die aktuelle Sortimentsliste die 2013 geänderte Einstufung der Sortimente im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013. Im LEP 2013 werden die Kategorien „Sortimente des Innenstadtbedarfs“, „Sortimente des Nahversorgungsbedarfs“ und „Sortimente des sonstigen Bedarfs“ definiert. Seit 1.3.2018 ist die Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogramms rechtskräftig. Die genannte Systematik der Sortimentseinteilung ist weiterhin gültig.

Als Sortimente des Innenstadtbedarfs werden Sortimente bezeichnet, die

- eine besondere Funktion in zentralen Lagen erfüllen (z.B. als Frequenzbringer, Synergie-Effekte zu anderen Sortimenten),
- vom Kunden weitgehend problemlos transportiert werden können,
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- das „Einkaufserlebnis“ steigern können,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen,
- vorwiegend im Zentrum angeboten werden und prägend für das Zentrum sind.

Die Einstufung als Sortiment des Innenstadtbedarfs bedeutet nicht, dass die Sortimente zum aktuellen Zeitpunkt bereits im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte vorhanden sein müssen. Eine entsprechende Einstufung kann auch erfolgen, wenn das Sortiment nicht oder nur in geringem Maße im zentralen Versorgungsbereich vertreten ist, jedoch das Ziel einer Ansiedlung zur Steigerung der Attraktivität des zentralen Versorgungsbereichs besteht.

Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (täglicher und kurzfristiger Bedarf) sind Sortimente, die

- täglich oder mehrmals wöchentlich nachgefragt werden,
- i.d.R. eine wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion übernehmen und wohnortnah nachgefragt werden,
- vom Kunden sofort angenommen und meist problemlos transportiert werden können,

vom 22.04.2004 – 7a D 142/02 NE (Bestätigung baurechtlicher Festsetzungen auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes)

²² vgl. BVerwG, Beschluss vom 04.10.2001 – 4 BN 45.01

- zunehmend zur Frequenzerhöhung und Belebung von Zentren genutzt werden.

Sortimente des sonstigen Bedarfs sind vor allem Sortimente, die

- aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind,
- überwiegend von Pkw-Kunden nachgefragt werden,
- nur schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen und deren Kauf eher als Versorgungseinkauf und weniger als Erlebniseinkauf wahrgenommen wird,
- überwiegend auf den jeweiligen Verkaufsflächen eine im Vergleich zu den anderen Sortimentsbereichen (siehe oben) geringere Flächenproduktivität erreichen.

Bei den Betrieben mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs ist auf den Umfang und die Struktur der Randsortimente des Innenstadt-/Nahversorgungsbedarfs zu achten, um zentrale Lagen nicht zu schädigen (vgl. Kap. 9.2).

Die Sortimentsgruppe Drogeriewaren, Kosmetika, Wasch- und Putzmittel wird in der Haarer Sortimentsliste als Sortiment des Innenstadtbedarfs definiert und entspricht damit auch der vorliegenden Einstufung der Sortimentsgruppe im Landesentwicklungsprogramm Bayern. Grundsätzlich ist das Drogeriewarenssegment zwar ebenfalls dem kurzfristigen bzw. täglichen Bedarf zuzurechnen und entsprechend auch für die Nahversorgung relevant. Aufgrund der städtebaulichen Strukturen in Haar (Drogeriemarkt als wesentlicher Magnetbetrieb der Ortsmitte) ist aus gutachterlicher Sicht der grundsätzlichen Empfehlung des Landesentwicklungsprogramms zu folgen und der Bereich Drogeriewaren, Kosmetika, Wasch- und Putzmittel als Sortiment des Innenstadtbedarfs einzustufen.

Die drei genannten Sortimentskategorien bilden die Grundlage für die Haarer Sortimentsliste. In der folgenden Tabelle ist die detaillierte Sortimentsliste dargestellt. Künftig sollte die Sortimentsliste als Grundlage in der Bauleitplanung herangezogen werden.

Tab. 5 Haarer Sortimentsliste 2018

Sortimente des Innenstadtbedarfs	Sortimente des Nahversorgungsbedarfs	Sortimente des sonstigen Bedarfs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Antiquitäten und Kunstgegenstände ▪ Baby- und Kinderartikel ▪ Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse ▪ Bekleidung ▪ Blumen ▪ Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse, Hörgeräte, Akustik ▪ Bücher ▪ Drogeriewaren, Kosmetika, Wasch- und Putzmittel ▪ Fahrräder und Zubehör ▪ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge ▪ Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Souvenirs ▪ Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe, Kurzwaren ▪ Lederwaren, Modeaccessoires, Taschen ▪ Medizinische und orthopädische Produkte ▪ Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf, Bastelartikel ▪ Parfümeriewaren ▪ Schuhe ▪ Spielwaren ▪ Uhren und Schmuck 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arzneimittel ▪ Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke, Reformwaren, Naturkost ▪ Zeitungen, Zeitschriften 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autoteile und Autozubehör ▪ Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren ▪ Boote und Zubehör ▪ Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Haushaltselektronik („weiße Ware“), Computer und Zubehör, Foto, Film) ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen ▪ Jagd-, Angel- und Reitbedarf ▪ Leuchten und Zubehör ▪ Möbel, Küchen ▪ Sport- und Campingartikel ▪ Zooartikel, Tiere

Quelle: Empfehlung auf Basis der Bestandsstrukturen, der Entwicklungspotenziale sowie der städtebaulichen Zielsetzungen und LEP Bayern 2013 sowie Teilfortschreibung 2018 CIMA Beratung + Management GmbH, 2018

9.3 Standortkonzept

Das Standortkonzept definiert räumliche Prioritäten für die Einzelhandelsentwicklung und dient somit als Grundlage für die Entwicklung wesentlicher Einzelhandelslagen in Haar. Kernelement des Standortkonzepts ist die Definition und räumliche Abgrenzung des faktischen aktuellen zentralen Versorgungsbereiches sowie die Bewertung der Entwicklungsfähigkeit. Die durchgeführte POS-Befragung hat keinen Einfluss bzw. ist kein Kriterium zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs.

9.3.1 Vorbemerkung: Zentrale Versorgungsbereiche

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ in Raumordnungsprogrammen oder Einzelhandelserlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Das Bundesverwaltungsgericht hat eine Definition des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ erarbeitet, die bereits in zahlreichen

Urteilen und Beschlüssen zitiert wurde und daher als allgemeingültig gelten kann:

„Zentrale Versorgungsbereiche i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“²³

Die Raumordnungsverordnungen und die Rechtsprechung liefern außerdem Hinweise und Vorgaben für die räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Stadt- bzw. Gemeindegebietes sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine gebietsscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im

²³ BVerwG Urteil vom 17.12.2009 - 4 C 2.08

zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.²⁴

- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen zu berücksichtigen, ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als solche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen, Verwaltung, sonstige öffentliche, soziale und kulturelle Einrichtungen, etc.) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereiches ab. In einem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in einem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der

häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte).

Grundsätzlich gilt es, sowohl die aktuelle Situation als auch die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereichs gleichermaßen zu berücksichtigen.

Bei der Beurteilung der aktuellen Situation vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als faktischer zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes,
- Umfang der ergänzenden zentrenprägenden Nutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen, Verwaltung, sonstige öffentliche, soziale und kulturelle Einrichtungen, etc.),
- siedlungsstrukturell integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),
- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- städtebauliche, verkehrsstrukturelle Barrieren,
- heutige Versorgungsfunktion.

Bei der Beurteilung der Entwicklungsmöglichkeiten übernehmen u.a. folgende Aspekte eine wesentliche Bedeutung:

- geplante Versorgungsfunktion
- städtebauliche Planungen der Gemeinde,
- Entwicklungsflächen.

²⁴ vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

9.3.2 Einzelhandelslagen und Zentrenhierarchie in Haar

Die folgenden Abschnitte beschäftigen sich mit den unterschiedlichen Standorten in der Gemeinde Haar, die eine aktuelle oder perspektivische Relevanz für den örtlichen Einzelhandel besitzen. Es wird aufgezeigt, welche Standorte als zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden können bzw. wie weitere Einzelhandelsstandorte in Haar zu definieren sind. Außerdem wird die Bedeutung der einzelnen Bereiche innerhalb des Gemeindegebietes erläutert.

Aufgabe des Einzelhandelskonzepts ist es, den vorhandenen zentralen Versorgungsbereich zu definieren und abzugrenzen sowie die Entwicklungsfähigkeit bzw. das Entwicklungspotenzial zu berücksichtigen. Auch ist zu begründen, warum andere Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden. Diese Schritte erfolgen in den folgenden Kapiteln 9.3.3 und 9.3.4.

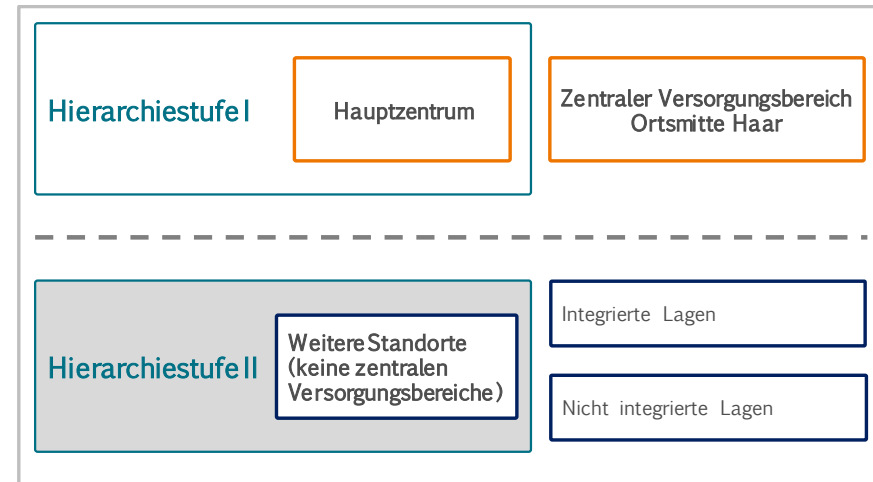
Ergänzend erfolgt für die unterschiedlichen Standortkategorien die Ableitung von Entwicklungsstrategien bzw. Ansiedlungsleitsätzen und Grundsätzen der Einzelhandelssteuerung.

In Haar kann die Ortsmitte als zentraler Versorgungsbereich im rechtlichen Sinne abgegrenzt werden (vgl. Kapitel 9.3.3). Die weiteren Einzelhandelsstandorte entfallen in Haar auf städtebaulich integrierte Lagen und übernehmen je nach Sortiment (v.a. Lebensmittelbereich) eine wichtige fußläufige Nahversorgungsfunktion für die Haarer Bevölkerung. Dezentrale Standorte im Sinne städtebaulich nicht integrierter Handelslagen bestehen in Haar nicht.

Der Bereich um das Jagdfeldzentrum befindet sich südwestlich der Ortsmitte. Er ist nicht Bestandteil des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs (Begründung vgl. Kapitel 9.3.3) und erfüllt nicht die vorne aufgeführten Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 9.3.4). Wie die weiteren Einzelhandelsstandorte in Haar sowie den Ortsteilen ist dieser Standortbereich zur Standortkategorie der integrierten Lagen zu zählen.

Für die zukünftige Handelsentwicklung gilt die folgende Zentrenhierarchie mit dem Hauptzentrum „Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte“:

Abb. 14 Zentrenhierarchie der Gemeinde Haar



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2018

Neben dem Sortimentskonzept ist das Standortkonzept mit der definierten Zentrenhierarchie die wesentliche Grundlage für die strategische Weiterentwicklung des Einzelhandels in Haar entsprechend den formulierten Zielen und Leitlinien (vgl. auch Kapitel 10)

9.3.3 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte

Abgrenzungsbegründung und Entwicklungsfähigkeit

Der aktuelle zentrale Versorgungsbereich der Gemeinde Haar umfasst das gewachsene Zentrum des Ortes. Die Ortsmitte wird aus Handelssicht v.a. von den Betrieben entlang der Leibstraße sowie dem Bahnhofplatz geprägt. Ferner finden sich entlang der Bahnhofstraße sowie in der Kirchenstraße publikumswirksame Erdgeschossnutzungen wie gastronomische oder öffentliche Einrichtungen (u. a. Rathaus, Bürgerhaus), Dienstleistungen sowie ebenfalls weitere Handelsbetriebe. Im Bereich des Kirchenplatzes und der Kirchenstraße sind ebenfalls weitere Handelsbetriebe situiert (vgl. Karte 4).

Dieser Bereich übernimmt die zentralen Versorgungsfunktionen in der Gemeinde Haar und ist durch einen maßgeblichen Einzelhandelsbesatz geprägt, der durch zahlreiche zusätzliche zentrenprägende Nutzungen ergänzt wird. Der Einzelhandelsbesatz ist relativ kleinteilig strukturiert und vereint rund 60 % aller Einzelhandelsbetriebe auf sich. Der Bereich verfügt über vorhandene zusammenhängende funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen.

Gemäß den anzusetzenden Kriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kriterien in Kap. 9.3.1) wird der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte in Haar im Norden durch die Bahnleiße begrenzt. Die vorhandene Bahntrasse stellt eine städtebauliche und verkehrliche Barriere dar, sodass hier der für die ÖPNV-Erreichbarkeit maßgebliche S-Bahnhof Haar inkl. der Bahnleiße das nördliche Ende des zentralen Versorgungsbereichs Haar markiert.

Im Westen und Osten wird der zentrale Versorgungsbereich dadurch begrenzt, dass die angrenzenden Bereiche nur noch eine sehr geringe Nutzungsmischung aufweisen und vorwiegend monofunktional durch Wohnnutzung geprägt sind.

Im Süden reicht der zentrale Versorgungsbereich bis zur B 304, an welcher auf der Nordseite ebenfalls Handelsbetriebe, Gastronomie und Dienstleister liegen. Hier fungiert die Bundesstraße aufgrund ihrer Dimensionierung (tlw. sechsspurig) und enormen Frequentierung (rd. 27.600 Pkw täglich²⁵) als starke städtebauliche und verkehrliche Zäsur in Richtung des südlich gelegenen Jagdfeldzentrums.

Eine Barrierewirkung sowie eine fehlende Unmittelbarkeit der fußläufigen Anknüpfung sind nicht nur durch die teilweise 6-spurige B 304, sondern auch deshalb gegeben, weil sich die Einzelhandelsbetriebe südlich der B 304 im Jagdfeldzentrum im rückwärtigen Gebäudeteil befinden und somit auch keine Sichtbeziehung besteht. Darüber hinaus liegen sie im „Hochparterre“, nicht niveaugleich zum öffentlichen Raum. Augenscheinlich bestehen vor diesem Hintergrund relativ geringe fußläufige Kundenaustauschbeziehungen zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und den Standorten südlich der B 304.

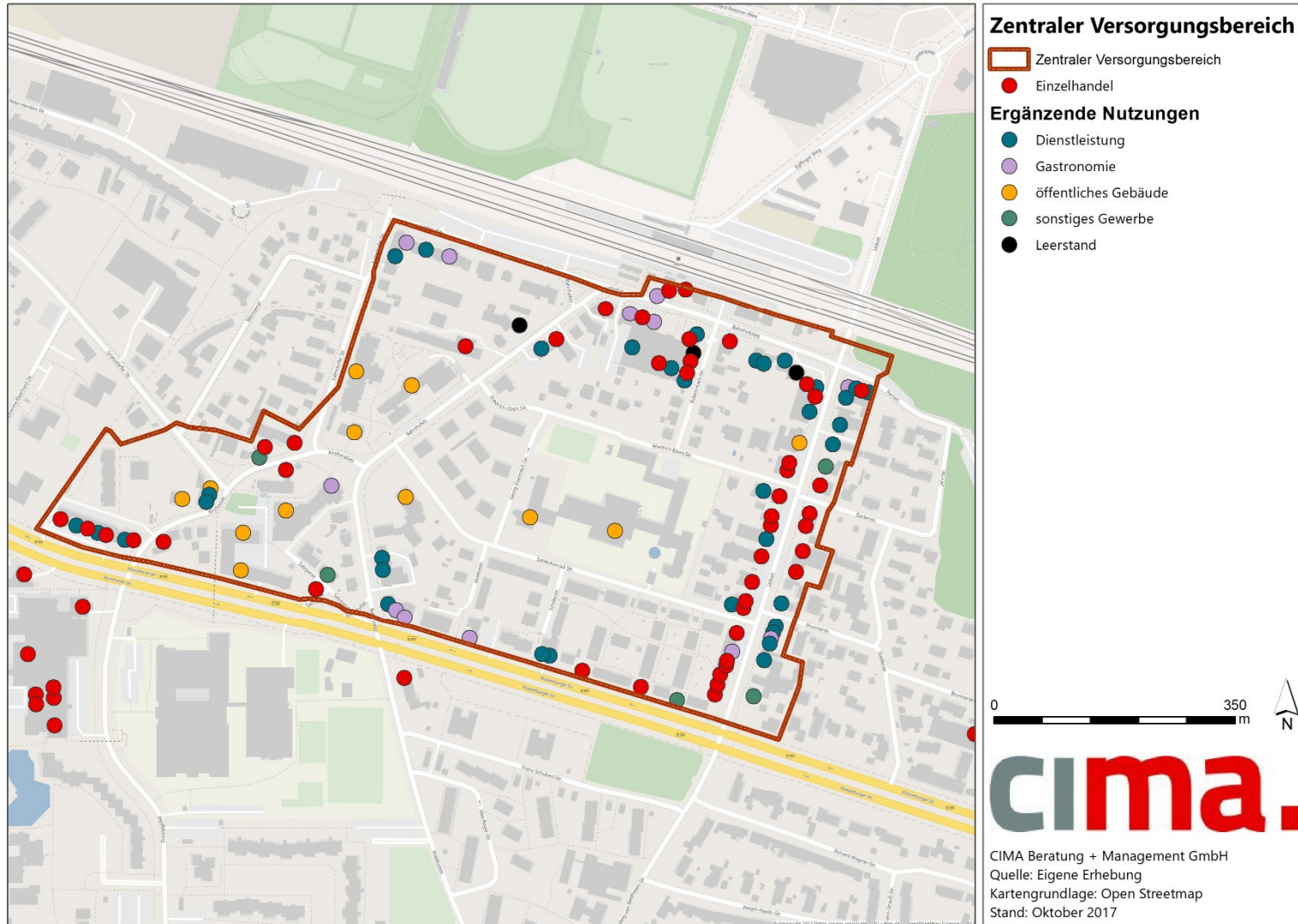
Wenngleich das Jagdfeldzentrum wichtige Funktionen in der fußläufigen Versorgung der umliegenden Wohngebiete v.a. im Lebensmittelbereich übernimmt, ist der Bereich südlich der Bundesstraße auf Basis der angeführten Gründe nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte zu rechnen (vgl. Kriterien in Kap. 9.3.1).

Neben den vorhandenen Anbietern aus dem Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich sowie den ergänzenden Funktionen ist im zentralen Versorgungsbereich auch auf Flächenpotenzial zur Weiterentwicklung des Versorgungsbereichs hinzuweisen, welches die Entwicklungsfähigkeit belegt. Diesbezüglich ist v.a. auf die Grundstücke an der Leibstraße 4 hinzuweisen. Auch darüber hinaus können sich durch Umnutzungen oder Immobilienentwicklungen immer wieder Entwicklungsmöglichkeiten ergeben. Die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs sollte nicht durch Fehlentwicklungen an anderer Stelle konterkariert werden.

²⁵ Vergleiche Ausführungen in Kapitel 3.1

Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, für Bau und Verkehr: Verkehrsmengenkarte München, 2015

Karte 4 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte - Abgrenzung und Erdgeschossnutzungen



Quelle: Kartengrundlage: Verwaltung Gemeinde Haar, OpenStreetMap©, www.openstreetmap.de, Zugriff 2018, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management 2018

Ausgangssituation/Rahmeninformationen

- Die Ortsmitte von Haar zeichnet sich durch einen grundsätzlich breiten Angebotsmix im Einzelhandel und einen hohen Anteil an inhabergeführten Betrieben aus.
- Mit 44 Betrieben, ist die Mehrheit (60,3 %) der Betriebe des Haarer Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte situiert.
- Die Betriebe verfügen dabei aufgrund der kleinteiligen Strukturen in der Ortsmitte mit rd. 3.430 m² Verkaufsfläche lediglich über einen untergeordneten Teil der Gesamtverkaufsfläche (17,5 %). Mit diesem Wert wird auch die geringe Filialisierungsquote und der hohe Anteil an inhabergeführten Geschäften deutlich.
- Der größte Teil der Betriebe in der Ortsmitte befindet sich in der Leibstraße.
- Im nördlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches befindet sich der Bahnhof mit Anschluss nach München sowie Richtung Ebersberg, welcher unter der Woche stark von Berufspendlern frequentiert wird.
- Im Hinblick auf die städtebauliche Gestaltung bestehen in der Ortsmitte noch Optimierungsmöglichkeiten. So sind teilweise uneinheitliche Bodenbeläge vorhanden, ferner sind die öffentlichen und privaten Bereiche vor Geschäften oftmals gar nicht bzw. unattraktiv gestaltet. Dadurch wird auch die Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte in Teilen eingeschränkt.
- Entlang der Bahnhofstraße und am Kirchplatz befinden sich wichtige öffentliche Einrichtungen des Ortes (u.a. Rathaus und Bürgerhaus).
- Von sehr großer Bedeutung für die Ortsmitte ist der Drogeriemarkt Rossmann. Zum einen ist der Betrieb sehr wichtig als Versorger mit Waren des kurzfristigen Bedarfs, zum anderen trägt der Drogeriemarkt als wichtigster Magnetbetrieb erheblich zur Kundenfrequenz in der Ortsmitte bei. Sowohl die weiteren Einzelhandelsbetriebe als auch Dienstleister und ergänzende Einrichtungen können davon profitieren.
- In Folge der Schließung des Netto-Discounters am Bahnhofplatz ist mittlerweile kein größerer Systemanbieter der Lebensmittelbranche (Supermarkt, Discounter) im zentralen Versorgungsbereich mehr vorhanden. Dadurch besteht einerseits eine signifikante Angebotslücke im innerörtlichen Branchenmix und andererseits fehlt ein entsprechendes Format auch als Magnetbetrieb und damit Frequenzbringer für die umliegenden Geschäfte.
- Die Ortsmitte der Gemeinde weist ein für die Ortsgröße und in Anbetracht des intensiven Wettbewerbsumfelds gutes und qualifiziertes Angebot an Geschäften mit Sortimenten des Innenstadtbedarfs auf (u. a. Bekleidung, Schuhe, Optik, Uhren und Schmuck) auf. Sechs Betriebe, die teils unterschiedliche Zielgruppen ansprechen, führen Oberbekleidung im Hauptsortiment. Sie zeichnen sich dabei auch überwiegend durch eine positive Ladengestaltung und Kundenansprache aus.
- Daneben komplettieren inhabergeführte Angebote aus den Sortimentsbereichen Farben und Lacke oder Sanitärbedarf den insgesamt gelungenen Branchenmix im zentralen Versorgungsbereich.
- Neben den Einzelhandelsbetrieben befindet sich auch eine Vielzahl an Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben im zentralen Versorgungsbereich. Diese tragen wesentlich zur Kundenfrequenz in der Ortsmitte und zur Attraktivitätssteigerung des Gesamtstandortes bei.
- Insgesamt weist der inhabergeführte Facheinzelhandel ein ansprechendes Angebot auf. Ergänzend mit den Dienstleistern und guten Gastronomieangeboten sorgt das für eine entsprechende Kundenakzeptanz und Zufriedenheit.
- Lagen mit einer Ballung von Leerständen sowie funktional prägende Leerstände bestehen im Haarer Zentrum nicht.

Abb. 15 Eindrücke zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte



Quelle: eigene Aufnahmen, CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

Handlungsempfehlungen

- Sofern zukünftig eine geeignete Entwicklungsfläche zur Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes (Supermarkt, Discounter) zur Verfügung stehen sollte, sollte die Realisierung eines entsprechenden Vorhabens mitunter das prioritäre Ziel der innerörtlichen Entwicklungsstrategie darstellen.
- Mit dem Rossmann-Drogeriemarkt sollte ein wesentlicher Magnetbetrieb mit allen Möglichkeiten in der Ortsmitte gehalten werden. Von seiner Grundfrequenz profitieren auch die umliegenden Betriebe durch Kopplungsbeziehungen. Damit trägt der Drogeriemarkt maßgeblich zum Erhalt der etablierten städtebaulichen Strukturen

bei. Sollten zukünftig Flächenpotenziale zur Vergrößerung in der Ortsmitte vorhanden sein, sollte eine Verlagerung des Betreibers zur langfristigen Sicherung des Angebots im zentralen Versorgungsbereich in Erwägung gezogen werden.

- Vom Bereich des Bahnhofplatzes sollte die Lenkung in die Leibstraße optimiert werden. Für Personen ohne Ortskenntnis, die mit der S-Bahn nach Haar gereist sind, bestehen derzeit keine Hinweise auf den Handelsbesatz in der Leibstraße.
- Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wurde mit der Informationsveranstaltung am 08.02.2018 im Sitzungssaal des Rathauses der Dialog mit den lokalen Einzelhändlern zur zukünftigen Entwicklung der Ortsmitte weiter intensiviert. Auf Basis dessen sollte der enge Dialog weiter aufrechterhalten werden, um zukünftig geeignete Marketinginitiativen für die Ortsmitte gemeinsam mit den Händlern anstoßen zu können.

Hierbei ist neben der verwaltungsseitigen Initiative insbesondere auch ein intensives Engagement der Händlerseite erforderlich. Nach Möglichkeit kann ein entsprechender aus der Händlerschaft geführter Gewerbeverein mit entsprechenden Zielsetzungen gegründet werden.

- Dem formulierten übergeordneten Ziel der Sicherung und Weiterentwicklung der Ortsmitte als zentraler Einkaufsstandort, Kommunikationsort und Identifikationsraum ist höchste Priorität einzuräumen.
- Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Ortsmitte, die die Entwicklung und Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte negativ beeinträchtigen können, sollten konsequent ausgeschlossen werden.
- Nach Möglichkeit ist die Gestaltung des öffentlichen und privaten Raumes zu optimieren, um so die Aufenthaltsqualität und Attraktivität in der Haarer Ortsmitte weiter zu erhöhen.

9.3.4 Integrierte Lagen

Ausgangssituation/Rahmeninformationen

- In den weiteren Einzelhandelslagen, den integrierten Lagen, ist mit rd. 16.170 m² Verkaufsfläche der Großteil der örtlichen Verkaufsflächen situiert, welcher auf 29 Betriebe entfällt. Anders als im überwiegend kleinteilig geprägten zentralen Versorgungsbereich bestehen mit dem ansässigen Baumarkt oder Möbelspezialanbietern (Küchen 3er) sowie den Systemanbietern aus dem Lebensmittelbereich einige größere bzw. großflächige Anbieter.
- Der Großteil der Betriebe in integrierten Lagen ist entlang der Münchner Straße (B 304) sowie im weiteren Verlauf im Bereich des Jagdfeldrings situiert. Neben Anbietern von Waren überwiegend des langfristigen Bedarfsbereichs wie Möbel oder Baumarktbedarf befinden sich an dieser Stelle vor allem Betriebe, die Waren des nahversorgungsrelevanten Bedarfs offerieren. Für die fußläufige Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs sowie für die gesamtgemeindliche Versorgung sind diese Betriebe von großer Wichtigkeit. Dabei ergänzen die vorhandenen Systemanbieter im Lebensmittelbereich (Aldi, Edeka) mit modernen, den aktuellen Erfordernissen entsprechenden Konzepten das innerörtliche Angebot.

Abb. 16 Streu- / Nebenlagen



Quelle: eigene Aufnahmen, CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

- Außerhalb der Ortsmitte und des Bereichs B 304 und am Jagdfeld ist lediglich ein geringer Teil der Haarer Einzelhandelsbetriebe situiert. Hierbei handelt es sich hauptsächlich um Betriebe die Waren des täglichen Bedarfs offerieren. Besonders wichtig für die Nahversorgung sind dabei die beiden Edeka-Filialen (ehem. Tengelmann) sowie der Supermarkt der Fa. Rewe, welche jeweils für die fußläufige Versorgung ihrer Umgebung von Bedeutung sind. Neben den Betrieben der Nahversorgung finden sich darüber hinaus lediglich vereinzelt kleine Betriebe anderer Sortimentsbereiche in integrierten Streulagen.
- Als zentrale Versorgungsbereiche im juristischen Sinne können die Bereiche unter anderem aufgrund der überwiegenden Monostrukturierung im Einzelhandelssegment und fehlender ergänzender (öffentlicher und privater) Komplementärnutzungen an den Standorten nicht eingestuft werden.
- Das Jagdfeldzentrum ist, wie bereits ausgeführt und begründet wurde, v.a. aufgrund der Barrierewirkung der B 304 nicht Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte (vgl. Kapitel 9.3.3).
- Im Jagdfeldzentrum sind unterschiedliche Einzelhandelsbetriebe ansässig, die verschiedene Sortimente anbieten (6 Betriebe mit ca. 1.400 m² Verkaufsfläche). Als Magnetbetrieb für die Passage im Hochparterre des Jagdfeldzentrums ist derzeit der Lebensmitteldiscounter Lidl zu nennen. Ergänzend sind im Einzelhandelsbereich ein Textildiscounter, eine Apotheke, ein Bäcker, ein Metzger, ein Sanitätshaus und eine Papeterie ansässig.
- Neben den Handelsbetrieben sind im Jagdfeldzentrum als ergänzende Nutzungen u.a. das Kino, ein Kebap-Imbiss, ein Nagel- und Kosmetikstudio sowie Ärzte anzuführen. Des Weiteren befinden sich Büros sowie Wohnungen am Standort. Publikumswirksame öffentliche Infrastruktureinrichtungen sind nicht vorhanden. Mit Ausnahme des Kinos beschränkt sich die Versorgungsfunktion v.a. auf den unmittelbaren Nahbereich im Standortumfeld.

- Vor dem Hintergrund der aktuellen Situation ist der Standortbereich Jagdfeldzentrum gem. den anzulegenden Kriterien nicht als zentraler Versorgungsbereich im juristischen Sinne einzustufen (vgl. Kap. 9.3.1). Ergänzend stellt sich auch die weitere Entwicklungsfähigkeit des Jagdfeldzentrums als eingeschränkt dar. Die Firma Lidl würde ihre Betriebsstätte derzeit gern aus dem Jagdfeldzentrum herausverlagern. Aufgrund der immobilienpezifischen Gegebenheiten (Flächenzuschnitte, räumliche Gestaltung, Erreichbarkeit) präsentiert sich das Jagdfeldzentrum in der aktuellen Situation nicht mehr zeitgemäß und nicht mehr als moderner, zukunftsfähiger Einzelhandelsstandort mit Entwicklungspotenzial.

Abb. 17 Eindrücke Bereich „B 304/ Am Jagdfeld“



Quelle: eigene Aufnahmen, CIMA Beratung + Management GmbH, 2017

- Des Weiteren spricht gegen eine Ausweisung des Standortbereichs Jagdfeldzentrum als zentraler Versorgungsbereich inkl. Ansiedlungsmöglichkeit von zusätzlichen Betrieben des Innenstadtbedarfs, dass die Funktionsfähigkeit, Zukunftsfähigkeit sowie das Entwicklungspotenzial des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte erheblich beeinträchtigt würde. Dies widerspricht dem formulierten städtebaulichen und ortsentwicklungspolitischen Ziel

einer Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte.

- Die Beschränkung des zentralen Versorgungsbereichs auf die Ortsmitte nördlich der B 304 steht einer Weiterentwicklung der wichtigen wohngebietsnahen und fußläufig erreichbaren Lebensmittelnaheversorgung in Haar, auch an den derzeit vorhandenen Standorten südlich der B304, nicht entgegen.

Handlungsempfehlungen

- Die Betriebe in den integrierten Streulagen sowie jene im Bereich südlich der B 304 üben eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung aus. Maßnahmen der Bestandssicherung bzw. -erweiterung sollten daher in gewissem Maße für die ansässigen Betriebe ermöglicht werden. Grundsätzlich ist bei Erweiterungsplanungen eine Einzelfallabwägung sowie ein Nachweis der Verträglichkeit erforderlich, insbesondere gegenüber den lokalen Nahversorgungsstrukturen und der Ortsmitte zu erbringen.
- Zukünftig wird das Nahversorgungsnetz noch durch zwei ebenfalls in integrierter Lage geplante Lebensmittelsystemanbieter erweitert. Diese Ansiedlungen (Jugendstilpark, Ortsteil Gronsdorf) sind aus gutachterlicher Sicht für den Handelsstandort Haar als positiv zu erachten. Darüber hinaus sollten Neuansiedlungen in integrierten Streulagen sowie im Bereich südlich der B 304 bei Betrieben des Nahversorgungsbedarfs zum Schutz des Erhalts und der Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereichs sowie der örtlichen Nahversorgungsstrukturen auf 400 m² begrenzt werden und hauptsächlich der Gebietsversorgung der umliegenden Wohngebiete dienen.²⁶
- Betriebe mit Sortimenten des Innenstadtbedarfs sollten zum Schutz und zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs in

²⁶ Ggf. mehr nach Einzelfallprüfung

den integrierten Lagen ausgeschlossen werden. Die Ansiedlung von Betrieben mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs ist hingegen aus Einzelhandelsentwicklungssicht als unkritisch anzusehen. Hier muss lediglich die Beeinträchtigung der umliegenden Wohnnutzung ausgeschlossen werden.

- Langfristig sollte für den Bereich südlich der B 304 der städtebauliche Rahmenplan umgesetzt werden. Grundsätzlich sollten Planungen in dieser Lage die Entwicklung, die Funktionsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte nicht beeinträchtigen. Die Ansiedlung von Betrieben mit Hauptsortiment des Innenstadtbedarfs sollte daher nicht zugelassen werden.
- Grundsätzlich besteht die Möglichkeit – sofern Flächenverfügbarkeiten gegeben sind – Ergänzungen des Standortes mit Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs (Modernisierungen bestehender Anbieter) sowie des sonstigen Bedarfs vorzunehmen. Für Ansiedlungen von Anbietern mit Hauptsortiment des sonstigen Bedarfs (z.B. Sportartikel, Elektronikartikel) ist der Bereich geeignet.

9.3.5 Nicht integrierte Lagen

Ausgangssituation / Rahmeninformationen

- Die nicht integrierten Lagen des Ortes umfassen alle Betriebe, die außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte liegen und die sich nicht in unmittelbarer Nähe von Schwerpunkten der Wohnbebauung befinden.

Häufig sind dies Fachmarkttagglomerationen in Gewerbegebieten bzw. auf der grünen Wiese. Diese Kategorie ist als Handelsstandort in Haar aktuell nicht existent.

Handlungsempfehlungen

- Aktuell besteht kein Anlass Einzelhandelsstandorte in nicht integrierten Lagen in Haar zu entwickeln.
- Betriebe mit Hauptsortiment des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs sollten auch künftig nicht in nicht integrierten Lagen angesiedelt werden.
- Waren des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs sollten in sonstigen dezentralen Lagen lediglich als untergeordnete Randsortimente vorgehalten werden.
- Die Ansiedlung von Betrieben mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs ist in den sonstigen dezentralen Lagen grundsätzlich zulässig.

10 Grundsätze für die zukünftige Einzelhandelssteuerung in Haar

Aus der Zusammenführung der analysierten Entwicklungen sowie des Sortiments- und Standortkonzepts ergeben sich die wesentlichen Grundsätze für die künftige Einzelhandelsentwicklung und -steuerung in Haar, die durch weiterführende Regelungen ergänzt werden. Auf Basis dieser Regelungen kann die Steuerungswirkung des Einzelhandelskonzeptes konsequent in der Praxis umgesetzt werden.

Wirksamkeit erlangen die Regelungen und Empfehlungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben durch die Verankerung in der kommunalen Bauleitplanung. Diese ist nach Prüfung ggf. an die aktuellen Ziele und Regelungen des Einzelhandelskonzeptes anzupassen.

Das Standort- und Sortimentskonzept sowie die folgenden Grundsätze und Regelungen sind keine vollständige Neuausrichtung der Haarer Einzelhandelsentwicklung. Vielmehr konkretisieren die Aspekte im Wesentlichen die bislang verfolgten Ziele der Gemeindeentwicklung hinsichtlich der Sicherung und Stärkung der Ortsmitte sowie einer funktionsfähigen, möglichst flächendeckenden Weiterentwicklung der Nahversorgung.

10.1 Grundsätzliche Regelungen

Um die formulierten Ziele des Einzelhandelskonzeptes zu verfolgen, ist eine effiziente Steuerung künftiger Einzelhandelsvorhaben erforderlich. Die grundsätzlichen Regelungen beziehen sich dabei sowohl auf Einzelhandelsneuansiedlungen als auch auf geplante Verkaufsflächenerweiterungen von Betrieben. Unter Berücksichtigung des Standortkonzeptes sowie des Sortimentskonzeptes wurden für Haar die nachfolgenden Regelungen definiert (vgl. dazu auch Abb. 18, S. 55):

Sortimente des Innenstadtbedarfs

- Sortimente des Innenstadtbedarfs sind als Hauptsortiment ausschließlich im **zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte** ohne Einschränkung zulässig.
- An den übrigen Standorten wie in **integrierten Lagen** sowie in **nicht integrierten Lagen** sind Neuansiedlungen von Betrieben mit Hauptsortiment des Innenstadtbedarfs nicht zulässig. Erweiterungen von bestehenden Betrieben können nach Einzelfallprüfung und nachgewiesener Verträglichkeit zulässig sein.

Sortimente des Nahversorgungsbedarfs

- Sortimente des Nahversorgungsbedarfs sind als Hauptsortiment grundsätzlich im **zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte** zulässig.
- In **integrierten Lagen** sind Sortimente des Nahversorgungsbedarfs als Hauptsortiment bis 400 m² Verkaufsfläche zur Gebietsversorgung grundsätzlich zulässig. Neuansiedlungen oder Erweiterungen in größerem Umfang können nach Einzelfallprüfung und nachgewiesener Verträglichkeit zulässig sein.
- In **nicht integrierten Lagen** sind Neuansiedlungen von Betrieben mit Hauptsortiment des Nahversorgungsbedarfs nicht zulässig.

Sortimente des sonstigen Bedarfs

- Sortimente des sonstigen Bedarfs sind als Hauptsortiment grundsätzlich an allen definierten Standorten zulässig. Aufgrund der teilweise erforderlichen Flächen einiger Betriebstypen und der eingeschränkten Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte, sollten diese Ansiedlungen bei erhöhtem Flächenbedarf jedoch vorzugsweise an Standorten außerhalb der Ortsmitte realisiert werden.

- Zu beachten ist bei der Bewertung von Planvorhaben mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs insbesondere die Begrenzung der Randsortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs (vgl. Kap. 10.2, S. 56).

Einzelfallprüfung

- Um die übergeordneten städtebaulichen Ziele der Einzelhandelsentwicklung effizient zu verfolgen und flexibel auf die jeweilige Situation im Zusammenhang mit einem Planvorhaben reagieren zu können, werden im Einzelfall Prüfungen von Vorhaben empfohlen. So kann die Anforderung an eine individuelle Bewertung von Planvorhaben erreicht werden.
- Ein Planvorhaben kann mit dem Einzelhandelskonzept kompatibel sein, wenn die Prüfung keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die weitere Nahversorgung erwarten lässt. Einzelfallprüfungen können ggf. auch Verkaufsflächenreduzierungen bei Vorhaben empfehlen, um so eine Verträglichkeit des Planvorhabens sicherzustellen. Darüber hinaus ist Gegenstand einer Einzelfallprüfung/-abwägung, ob das entsprechende Planvorhaben generell mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes und der künftigen Ortsentwicklung vereinbar ist.

Abb. 18 Grundsätze der Einzelhandelssteuerung in Haar

Standort	Sortimente des Innenstadtbedarfs	Sortimente des Nahversorgungsbedarf	Sortimente des sonstigen Bedarfs
Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte	Ja	Ja	Ja
Integrierte Lagen*	Nein	Ja** (bis 400 m ² VK)	Ja
Nicht integrierte Lagen	Nein	Nein	Ja

Quelle: Abgestimmte Grundsätze; CIMA Beratung + Management GmbH 2018.

* Städtebaulich integrierte Lage, wesentliche Wohnnutzung im unmittelbaren Standortumfeld; Ansiedlung von Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs, wenn: Schließung einer Nahversorgungslücke, Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit bei Lebensmittelmärkten > 400 m² VK im Rahmen einer Einzelfallprüfung

Nicht integrierte Lagen derzeit in Haar nicht vorhanden.

10.2 Weiterführende Regelungen und Hinweise

Die weiterführenden Regelungen zum Standort- und Sortimentskonzept definieren einige weitere bedeutende Aspekte in Ergänzung zu den vorgenannten grundsätzlichen Regelungen.

Randsortimente

- Grundsätzlich sollte jedes Vorhaben im Rahmen einer Einzelfallprüfung bzgl. der Randsortimente untersucht werden und die Randsortimentsanteile vorhabenbezogen festgelegt werden.
- Bei Betrieben mit dem Hauptsortiment des sonstigen Bedarfs außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte sind bei Neuansiedlungen Randsortimente des Innenstadt- und des Nahversorgungsbedarfs zur Abrundung des betrieblichen Angebotsspektrums zulässig, sofern sie branchentypisch sind und in einem untergeordneten Rahmen bleiben. Der Anteil der Randsortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs ist auf insgesamt maximal 15 % der Gesamtverkaufsfläche sowie 100 m² Verkaufsfläche je Einzelsortiment zu beschränken. In Ausnahmefällen können ggf. auch größere Verkaufsflächen möglich sein, sofern diese zur Bereitstellung des betrieblichen Angebots erforderlich sind und keine schädlichen Auswirkungen auf bestehende Strukturen (Zentraler Versorgungsbereich, Nahversorgung) nach sich ziehen. Dies gilt es jedoch in Einzelfallprüfungen fundiert zu untersuchen und abzuwägen.
- Die genannten Werte können in Abhängigkeit der Ergebnisse einer transparenten und nachvollziehbaren Auswirkungsanalyse bzw. Verträglichkeitsprüfung reduziert werden.

Bestandsschutz

- Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz und können ihre Verkaufsfläche grundsätzlich in gewissem Rahmen erweitern bzw. modernisieren, um dadurch eine gegebenenfalls notwendige Marktanpassung zu erreichen.
- Eine Erweiterung bzw. Modernisierung ist jedoch grundsätzlich nur nach Einzelfallprüfung und Nachweis der Verträglichkeit gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich sowie der bestehenden Nahversorgungsstruktur möglich.

Annexhandel (vormals Handwerkerregel)

- Bei Gewerbebetrieben sind an ihrer Betriebsstätte bzw. dem Firmensitz auf untergeordneter Fläche Verkaufsflächen zulässig.
- Sortimente des Innenstadt- und des Nahversorgungsbedarfs dürfen nur im direkten Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) angeboten werden. Hier liegt die Verkaufsflächenbeschränkung maximal 10 % der gesamten Geschossfläche und maximal 200 m².
- Mit einer Einzelfallprüfung ist der Nachweis der Verträglichkeit zu erbringen.

Zusammenfassend sind die definierten Grundsätze und Regelungen erforderlich und geeignet, die übergeordneten städtebaulichen und kommunalentwicklungspolitischen Zielsetzungen der Haarer Einzelhandelsentwicklung zu erreichen. Im Vordergrund stehen dabei der Schutz und die Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte sowie die Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Nahversorgung in Haar bei gleichzeitiger Entwicklung des Einzelhandels des sonstigen Bedarfs zur Sicherung der Versorgungsfunktion des Einzelhandelsstandortes Haar.

10.3 Grundsätze und Empfehlungen zur Umsetzung in der Bauleitplanung

Nach dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Gemeinderat kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauNVO als Grundlage für die kommunale Bauleitplanung herangezogen werden. So werden die Zielsetzungen und Instrumente rechtssicher in Baurecht überführt.

Inhaltlich maßgeblich sind dabei v.a.

- die formulierten übergeordneten städtebaulichen Zielsetzungen
- die Sortimentsliste (vgl. Kap. 9.2.2, S. 42)
- die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte (vgl. Kap. 9.3.3, S. 47.),
- die grundsätzlichen Regelungen (vgl. Kap. 10.1, S. 53 ff.) sowie
- die weiterführenden Regelungen (vgl. Kap. 10.2, S. 56).

Die Umsetzung dieser inhaltlichen Zielsetzungen und Grundsätze kann insbesondere im Rahmen der Aufstellung neuer Bebauungspläne sowie der Änderung bestehender rechtskräftiger Bebauungspläne erfolgen.

Um Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen an städtebaulich unerwünschten Standorten, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, zu vermeiden, sollten die jeweiligen Bereiche bauleitplanerisch angepasst werden. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß §§ 30, 31 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (§-34-Gebiete) – städtische Teilräume ohne rechtskräftige Bebauungspläne – sein. Bei §-34-Gebieten ist grundsätzlich die Aufstellung von B-Plänen zu empfehlen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, unerwünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Zur effektiven räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben zu empfehlen. Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Steuerung bzw. zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in der Bauleitplanung in Betracht:

- Ausschluss von Sortimenten des Innenstadt- und /oder des Nahversorgungsbedarfs
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 1 Abs. 9 BauNVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Grundsätzlich sollte bedacht werden, dass ein „informelles“ Einzelhandelskonzept lediglich einen Entwicklungsrahmen vorgeben kann. Für akute Fälle stehen im Baurecht jedoch auch die Möglichkeiten der Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und der Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung. Auf diese Weise können kritische Planvorhaben zunächst gestoppt und entsprechende B-Planänderungen vorgenommen werden. Insbesondere unbeplante Innenbereiche, in denen bereits Einzelhandel angesiedelt ist, verfügen über ein höheres Risiko zusätzlicher unerwünschter Ansiedlungen. In diesen Bereichen ist mit der Aufstellung eines B-Plans bzw. mit den Instrumenten der Veränderungssperre und der Zurückstellung von Baugesuchen auf konkrete Planungen zu reagieren.

Aufgrund des erheblichen Aufwands können unmittelbar nach Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Gemeinderat nicht in allen unbeplanten Innenbereichen B-Pläne aufgestellt werden. Dies ist in der Regel auch nicht zwingend für alle Bereiche erforderlich. Vielmehr kann während der sukzessiven Umsetzung im Baurecht bei entsprechenden Anfragen/Planungen fallbezogen mit den beschriebenen Instrumenten reagiert werden. Bei der Aufstellung oder

Änderung von B-Plänen im gesamten Gemeindegebiet sind die Festsetzungen grundsätzlich in jedem Fall hinsichtlich Konformität mit dem Standort- und Sortimentskonzept zu prüfen.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept stellt eine fundierte Grundlagenermittlung und Datenanalyse dar, auf deren Basis die Ziele formuliert sowie das Standort- und Sortimentskonzept mit den weiterführenden Regelungen erarbeitet wurden. Das Einzelhandelskonzept fußt dabei auf den bestehenden Strukturen vor Ort, konkretisiert den bisherigen erfolgreichen Weg in Haar und stellt somit keine Neuausrichtung der Einzelhandelsentwicklung dar. Vielmehr handelt es sich um eine notwendige rechtssichere und zielgerichtete Systematik zur künftigen Bewertung und Steuerung von Einzelhandelsvorhaben im Sinne einer nachhaltigen Ortsentwicklung.

Insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung gilt es, laufend zu prüfen, ob das vorliegende Gutachten noch den tatsächlichen Gegebenheiten respektive Aufgabenstellungen in der Einzelhandelssteuerung gerecht wird. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Einzelhandelskonzept, das i. d. R. mittelfristig – ca. alle 5 bis 7 Jahre – einer Überprüfung und ggf. einer Anpassung bedarf.