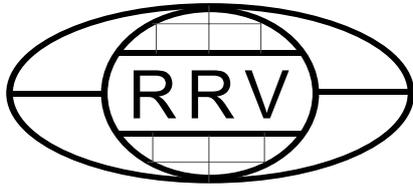
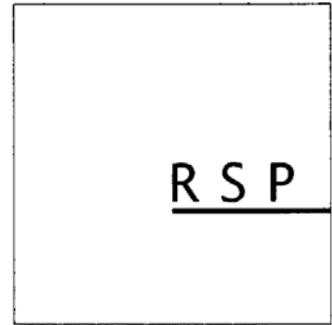


BÜROGEMEINSCHAFT DER



**RRV-Gesellschaft für Raumanalysen,
Regionalpolitik und Verwaltungspraxis mbH**



**RESCH+STIEFLER+PARTNER
ARCHITEKTEN · STADTPLANER**

Endbericht

**Aktualisierung des
Städtebaulichen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes (SEEK)
für die Stadt Kemnath**

im Auftrag der Stadt Kemnath

Projektleitung: Prof. Dr. Dr. h.c. J. Maier
Dipl.-Ing. Arch. K. Stiefler

Mitarbeiter: Dipl.-Geographin B. Kadner
Dipl.-Ing. Arch. (FH) R. Köferl
stud. rer. reg. M. Nicolai

Bayreuth, 15.09.2006

Universitätsstraße 30, 95440 Bayreuth,
Tel. 0921/552262, Fax 0921/552369
e-mail: ls.wigeo-regplg@uni-bayreuth.de

Wahnfriedstraße 3, 95444 Bayreuth,
Tel. 0921/76450-0 Fax 0921/76450-20
e-mail: info@architekten-rsp.de



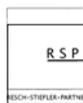
1. Problemstellung.....	1
2. Veränderungen der Ausgangslage im Einzelhandel	3
2.1 Neue planungsrechtliche Gegebenheiten bzgl. großflächiger Einzelhandelseinrichtungen in Bayern (LEP 2006)	3
2.2 Aktuelle Trends im Einzelhandel.....	8
3. Veränderungen der Einzelhandelslandschaft im Raum Kemnath	12
3.1 Veränderungen der Einzelhandelsstruktur in Kemnath.....	12
3.2 Anstehende Verlagerungen bzw. Neuansiedlungen im Gewerbegebiet West	17
3.3 Bevölkerungsentwicklung und Pendlerbeziehungen im Marktgebiet von Kemnath.....	25
4. Zwischenfazit: Folgen der Veränderungen für die Marktgebietsabgrenzung und die zulässigen Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten.....	32
5. Städtebauliche Potenziale/ Chancen und Missstände/ Risiken durch die geplanten bzw. zu erwartenden Maßnahmen.....	41



Inhalt

Seite

6. Überprüfung der relevanten Leitbilder und der Innenstadtabgrenzung	45
6.1 Vorbemerkung	45
6.2 Leitbild Einzelhandel und Dienstleistungen	45
6.2 Städtebauliche Leitbilder	47
6.4 Innenstadtabgrenzung und Flächenpotential für die Einzelhandels- entwicklung	49
7. Vorschläge für die angestrebte städtebauliche Entwicklung und Neuordnung	54
7.1 Bereich des Gewerbegebietes Hammergraben, insbesondere Grundstück Flur.-Nr. 1155, Gemarkung Kemnath	54
7.2 Anbindung des neuen ALDI- Marktes	55
7.3 Östlicher Bereich des Seeleitenparks	56
8. Überprüfung und Anpassungen der Handlungsanleitungen des SEEK 2004	65
ANHANG	66



1. PROBLEMSTELLUNG

Die Stadt Kemnath besitzt ein städtebauliches Entwicklungskonzept mit dem Schwerpunkt Einzelhandelsentwicklung aus dem Jahr 2004. Obwohl noch recht aktuell, haben sich seither für die weitere Stadtentwicklung von Kemnath wichtige neue Ansätze ergeben, wie z. B.

- die Nachfrage von Handelsketten nach Einzelhandelsflächen wächst (sowohl durch beabsichtigte Neuansiedlungen als auch durch Flächenanpassungen),
- für den im SEEK genannten Stadtentwicklungsschwerpunkt „Seeleite“ haben sich erste Nutzungsvorstellungen ergeben,
- im Bereich des Stadteingangs West an der Staatsstraße St 2665 wird sich ein weiterer Einkaufsmarkt ansiedeln mit Auswirkungen auf die verkehrliche Situation in diesem Bereich, und
- die im Stadtentwicklungskonzept angeregte interkommunale Zusammenarbeit ist begonnen worden.

Angesichts der vorliegenden Anfragen von Einzelhandelsunternehmen bei der Stadt Kemnath bzw. der Genehmigung von Ansiedlungen ist es u.a. auch durch Veränderungen der landesplanerischen Rechtslage und des hohen Wettbewerbsdrucks im Einzelhandelsbereich notwendig, das im Jahr 2004 im Rahmen eines Stadtentwicklungskonzeptes erstellte SEEK in den allgemeinen Aussagen sowie in einigen Standortbereichen zu überprüfen.

Aus landesplanerischer Sicht bestehen nach Ansicht der Gutachter nur wenig Hemmnisse für die angedachten Veränderungen. Jedoch sind im Hinblick auf die im SEEK festgelegten Leitlinien insb. aus Sicht der Zielsetzungen der Städtebauförderung Überprüfungen nötig. Da es sich aber zumeist um Marktanpassungsmaßnahmen der bereits ortsansässigen Handelsunternehmen handelt, bestehen keine gravierenden Argumente gegen die neueren Entwicklungen.

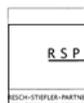
Die Aktualisierung wird sich auf die drei nachfolgend aufgeführten Standortbereiche mit Überarbeitungs- bzw. Anpassungsbedarf beschränken. Die jeweiligen Fragestellungen ergeben sich aufgrund einiger stadtplanerischer Veränderungen (u.a. Neuansiedlungen, Umsiedlungen, Brachenbeseitigung):



- **Stadteingang im Gewerbegebiet-West insbesondere im Kreuzungsbereich Bayreuther Str. / Röntgenstr.:**
 - Ansiedlungen bzw. Umsiedlungen von (großflächigen) Einzelhandelseinrichtungen (zumeist Marktanpassungen ansässiger Unternehmen),
 - Umgang mit vorhandenen und ggf. entstehenden Brachen,
 - Aufwertung des Eingangsbereiches und der Anbindung an die Altstadt;

- **Kreuzungsbereich Ausfahrt B 22 von Bayreuth kommend / St 2665:**
 - Verkehrsreglung im Zuge der genehmigten Neuansiedlung eines Discounters,
 - fußläufige Anbindung an Gewerbegebiet West;

- **Östlicher Bereich des Seeleitenparks:**
 - Vorschläge zur Nutzung und Gestaltung (Parken, Dienstleistungszentrum) nach Beseitigung der Brache.



2. VERÄNDERUNGEN DER AUSGANGSLAGE IM EINZELHANDEL

Im Einzelhandelssektor lassen sich immer kürzere Entwicklungszyklen ausmachen. Sowohl auf Angebots- als auch auf Nachfrageseite sind neue Trends festzustellen und auch bzgl. der landesplanerischen Stellung zu Fragen der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben hat sich in Bayern durch entsprechende Diskussionen und Entscheidungen des Bayerischen Landtages innerhalb eines recht kurzen Zeitraums die Situation insbesondere für die bayerischen Grenzregionen geändert (vgl. insb. seit dem 14.02.2006).

Neben den überregionalen Veränderungen bei der Ausgangslage sollte trotz der relativ kurzen Zeit seit der Erfassung der Einzelhandelsstruktur in Kemnath auch hier eine Aktualisierung vorgenommen werden. Neben den bislang erfolgten bzw. geplanten Veränderungen gilt es v. a. die anstehenden Anfragen ansässiger Einzelhandelsunternehmen bzgl. Verlagerungen und weiterer Unternehmen wegen Neuansiedlung zu beleuchten.

2.1 Neue planungsrechtliche Gegebenheiten bzgl. großflächiger Einzelhandelseinrichtungen in Bayern (LEP 2006)

Das **LEP 2006**, welches **zum 1. September 2006 in Kraft** getreten ist, ist die „5. Auflage“ des Bayerischen Landesentwicklungsprogramms. Ausgelöst wurde die aktuelle Fortschreibung durch das Projekt Verwaltung 21 mit dem Ziel, ein strafferes, lesbareres und anwenderfreundlicheres LEP zu erstellen. Mit der **Straffung**¹ gingen einige Positionsänderungen bzgl. der Beurteilung von Einzelhandelseinrichtungen einher, die den bayerisch-tschechischen Grenzraum betreffen.

Die Straffung wurden vom Bayerischen Ministerrat u. a. beschlossen, um Doppelregelungen, d.h. Ziele, deren Inhalt anderswo bereits geregelt sind, und überfachliche Ziele, die ihr Äquivalent in den Fachzielen finden, nicht raumbedeutsame Ziele oder auch Ziele, die nicht landesweit relevant sind, zu vermeiden. Ferner findet die erfolgte **EU-Osterweiterung** u. a. bereits in der Präambel, die aktualisiert und in den bisherigen Formulierungen gekürzt wurde, Berücksichtigung. Neben der Straffung des LEP wurde erstmals eine Unterscheidung der Festlegungen in Ziele der Raumordnung und Grundsätze durchgeführt. Die **Grundstruktur** des LEP als Gesamtkonzept der Staatsregierung für die räumliche Entwicklung Bayerns in den wesentlichen raumrelevanten Fachbereichen wurde jedoch **beibehalten**. Am langjährig bewährten Leitziel der gleichwertigen Lebens- und Arbeitsbedingungen in allen Landesteilen mit einer - wo noch erforderlich - Priorisierung der ländlichen Räume wird festgehalten. Auch die insgesamt eher restriktive und auf den Schutz der Innenstädte ausgerichtete Genehmigungshandhabung bzgl. Einzelhandels-großprojekte wurde beibehalten.

1

Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) am 8. August 2006, GVBl. S. 471



Dennoch könnten für die Aktualisierungen des **SEEK Kemnath** Änderungen der Ziele B II Nachhaltige gewerbliche Wirtschaft und Dienstleistungen sowie B VI Nachhaltige Siedlungsentwicklung relevant werden:

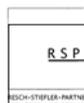
Das Kapitel B II hat zwar keine grundsätzliche Neuausrichtung erfahren. Jedoch wurden in diesem Kapitel zur gewerblichen Wirtschaft und Dienstleistungen, einem Bereich, in dem häufig nur mittelbare Einflussmöglichkeiten der öffentlichen Stellen bestehen, vielfach Festlegungen als Grundsätze getroffen und eine neue Zielsetzung zur Schaffung qualifizierter Arbeitsplätze in allen Landesteilen aufgenommen (B II 4.1). Die Zielsetzung B II 4.1 (Z) „Die wirtschaftliche Entwicklung in den **östlichen und nordöstlichen Grenzregionen** soll nachhaltig gestärkt werden“ (Hervorhebung durch RRV) gilt auch für die im Grenzlandkreis Tirschenreuth gelegene Stadt Kemnath.

Die Ziele und **Grundsätze zum Handel** unter B II 1.2.1 verdeutlichen nach wie vor die Bedeutung einer **verbrauchernahen Versorgung** v. a. im Bereich der Bedarfsdeckung mit Waren des kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfs. Auch die **Vielfalt von Betrieben** unterschiedlicher Größe, die **Erreichbarkeit** der Handelseinrichtungen auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie der Erhalt der Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und ihrer Innenstädte, Ortskerne und Stadtteilzentren wird weiterhin betont. Als Begründung wird die Reduzierung des Flächenverbrauchs, des Verkehrsaufkommens und die Versorgung weniger mobiler Bevölkerungsgruppen angeführt.

Das Kapitel B II 1.2.1.2 regelt entsprechend dem Kapitel B II 1.2.1.5 des LEP 2003 die **Ausweisung von Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte** in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufen sowie die Kaufkraftabschöpfungsquoten in Abhängigkeit vom Sortiment. An den Quoten und den Ausnahmereglungen hat sich nichts geändert. Jedoch wurde ein Passus zum Erhalt der **Wettbewerbsfähigkeit der grenznahen Gebiete** und deren Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen angefügt². Die Zulassung von Einzelhandelsgroßprojekten hat die Praxis in den Nachbarstaaten zu berücksichtigen. Eine **flexible Handhabung der Zielabweichungsverfahren** wird angeraten.

Mit dieser Genehmigungspraxis möchte man in ganz Bayern einerseits den Ansiedlungsbestrebungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, die sich zunehmend auf ausgeprägt autokundenorientierte Standorte wie Autobahnen und überregionale Verkehrsknotenpunkte ausrichten, entgegenkommen ohne andererseits die Nahversorgungs- und innerstädtischen Versorgungsstrukturen in ihrem Bestand und ihrer Entwicklung zu gefährden. Neben den **Ausnahmereglungen** für Ansiedlungen in Gemeinden ohne zentrale Funktion (keine sonstigen Möglichkeiten zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs, Flächenspenderfunktion) und den besonderen Regelungen für die Stadt- und Umlandbereiche der Verdichtungsräume sah man im LEP 2006 eine **Lockerung in den Grenzregionen** zu Österreich und der Tschechischen Republik als erforderlich an, da Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels in den Nachbarländern Österreich und Tschechischen Republik weitaus großzügiger gehandhabt werden und eine Einflussnahme von bayerischer Seite darauf gering ist.

² „Zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der grenznahen Gebiete und deren Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen soll in diesen Gebieten das Zielabweichungsverfahren bei der Zulassung von Einzelhandelsgroßprojekten unter Berücksichtigung der Praxis in den Nachbarstaaten flexibel gehandhabt werden“ LEP 2006 Kapitel B II 1.2.1.2 Absatz 5 (s. auch Anhang)



Aufgrund der unterschiedlichen Genehmigungspraxis zeigte sich insbesondere im Grenzraum bei Salzburg eine unausgeglichene Einzelhandelsentwicklung und es wird befürchtet, dass die Verwirklichung von weiteren Großvorhaben in Grenznähe zu Bayern zu erheblichen **Kaufkraftabflüssen in die Nachbarländer** und zu Geschäftsaufgaben in bayerischen Innenstädten führt. Daher erscheint eine Lockerung in den Grenzregionen Bayerns zu Österreich und der Tschechischen Republik angebracht. Als **grenznahe Gebiete** im Sinne der Vorschrift gelten die Gebiete der Landkreise, die unmittelbar an Österreich oder die Tschechische Republik anschließen. Während der Anhörungsverfahren und der **Landtagsberatung**, die letztlich am 18.07.2006 im Beschluss des neuen LEP 2006 endete, wurde die flexiblere Handhabung für die Grenzräume zumeist begrüßt, eine noch weitere Lockerung (von einigen eingefordert) wurde jedoch nicht befürwortet. Die Abgrenzung über die Landkreise und nicht über Verflechtungsbereiche oder Einzugsradien erscheint sowohl dem Aufwand als auch dem Anliegen angemessen.

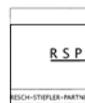
Eine Erleichterung der Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen, die die Versorgung der Bevölkerung sichern, ist für die bayerischen grenznahen Gebiete somit gegeben, jedoch sind bei der **Prüfung der Raumverträglichkeit** von Einzelhandelsgroßprojekten die einschlägigen Erfordernisse der Raumordnung zu Grunde zu legen. Bei einem sog. Zielabweichungsverfahren sind im Einzelfall die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und die Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen in den grenznahen Gebieten sowie die **Zulassungspraxis in den Nachbarstaaten** einzubeziehen.

Exkurs: Raumplanung in der Tschechischen Republik

Die Tschechische Republik ist eine parlamentarische Demokratie mit einer Verfassung und einem Zweikammersystem (Abgeordnetenhaus und Senat). Im Rahmen der **Dezentralisierung** entstanden bis Ende 2003 14 Regionen / Bezirke („kraj“) und die bisherigen Kreise („okresný“) wurden aufgegeben³. Die Regionen verfügen als eigenständige Verwaltungseinheiten über eine gewählte Vertretung und haben von der Zentralregierung mehr Befugnisse erhalten (Prinzip der territorialen Selbstverwaltung). Ferner wurde die **kommunale Selbstverwaltung** gestärkt. Die **Zuständigkeit für Fragen der Raumplanung** obliegt dem Ministerium für Raumentwicklung auf Staatsebene und den Bezirksämter für Raumplanung auf Bezirksebene. Ferner sind die einzelnen Gemeinden für die Erstellung der „raumplanerischen Unterlagen“ und der „raumplanerischen Dokumentationen“ zuständig. Der Prozess der Raumplanung wird über das **Baugesetz 50/1976** Gesetzblatt (GBI) über Raumplanung und Bauordnung geregelt. Das seit 1976 bestehende Gesetz hat zwar inzwischen viele Teiländerungen erfahren, besteht aber in seinen Grundsätzen im Prinzip unverändert. Darüber hinaus besteht eine gültige **Durchführungsverordnung** über die raumplanerischen Unterlagen und die raumplanerischen Dokumentationen Nr. 135/2001 GBI. Diese präzisiert die im Baugesetz festgelegten Anforderungen.

Die unverbindlichen „raumplanerischen Unterlagen“ wie städtebauliche Studien, raumplanerische Prognose u. ä. werden nicht öffentlich behandelt und dienen den Planungs-

³ Die nachfolgende Ausführungen lehnen sich v.a. an: Slapa. S. u.a. (2006): DSSW-Materialien, Abstimmungsprozesse in Grenzregionen. Umgang mit Ansiedlungen in den Grenzregionen Deutschland – Polen und Deutschland – Tschechien. Berlin; Kap. 1.2 und 1.4



stellen nur als Orientierung. Die verbindlichen „raumplanerischen Dokumentationen“ für die **drei raumplanerischen Ebenen**

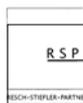
- der Raumordnungs- bzw. Gebietsentwicklungsplan (Flächennutzungsplan einer größeren Gebietseinheit bzw. Bezirke, Maßstab i.d.R. 1:50.000, u. a. Festlegung von Entwicklungskorridore, Flächen öffentlicher Nutzungen sowie Grenzwerte für Nutzungen mit überregionaler Bedeutung),
- die gemeindlichen Flächennutzungspläne (Maßstab i.d.R. 1:5.000 bzw. bei größeren Städten 1:10.000, insb. Festlegung von bebautem Gebiet, von Nutzung und Gestaltung von Flächen, von Flächen für Biotope und Rohstoffgewinnung sowie Sanierungsmaßnahmen) und
- die Bebauungspläne (Maßstab 1:1.000 bzw. 1:500, Festlegungen von Nutzung, Höhen usw. für einzelne Baugrundstücke)

präzisieren die **Nutzung eines Gebietes**.

Im dreistufigen Aufstellungsverfahren bestehen **Abstimmungs- und Beteiligungsmöglichkeiten** für Fachbehörden und Nachbargemeinden (Stellungnahme in der Planaufstellungsphase). Der Bezirk als übergeordnete Behörde darf zwar aufgrund der gesetzlichen Lage nicht in die fachliche Seite der Flächennutzungspläne der Gemeinden eingreifen, muss aber darauf achten, dass die Inhalte des Baugesetzbuches und der Planungsprozess formal eingehalten werden. Eine Abstimmung mit dem Nachbarland sieht die tschechische Raumplanung nicht vor! Beim Ministerium für auswärtigen Angelegenheiten könnte allerdings eine Beteiligung eingefordert werden. Jedoch läuft in einigen Regionen zumindest eine Information und ggf. auch eine Beteiligung über überregionale Planungen auf informeller freiwilliger Basis⁴. Im Zuge der laufenden Novellierung des Baugesetzbuches sollen in einem landesweit wirksamen Planungsdokument eine Beteiligung bei überregional bedeutsamen Ansiedlungsvorhaben verankert werden (tritt voraussichtlich Anfang 2007 in Kraft). Die im Rahmen von Umweltverträglichkeitsprüfungen entsprechend EU-Recht vorgeschriebene Beteiligung der angrenzenden Nachbarländer findet statt.

Reglungen zum **großflächigen Einzelhandel** finden sich in der Tschechischen Republik nicht als eine gesonderte Kategorie im Baugesetz wieder. Sie werden in den Flächennutzungsplänen der Gemeinden unter „Gesellschaftsbauten“ (alle Einrichtungen zur Befriedigung von kulturellen, geistigen, gesundheitlichen und sozialen Bedürfnissen sowie der Bedürfnisse auf dem Gebiet der Bildung und Erziehung) subsumiert. Das Gesetz Nr. 100/2001 GBI zur **Umweltverträglichkeitsprüfung** bezieht auch Handelseinrichtungen mit ein (als Kategorie II Prüfung, sofern bestimmte Kriterien zutreffen). Als Richtwerte sind hier v. a. zu nennen: mehr als **3.000 qm bebaute Fläche** und mehr als 100 Parkplätze für das gesamte Bauwerk. Eine generelle Regulierung des Baus von großflächigen Handelseinrichtungen und des dadurch entstehen Konkurrenzkampfes zwischen Unter-

⁴ z.B. für Oberfranken, Südwestsachsen und Böhmen als ein Ergebnis der Beratungen im Themenbereich Raumordnung im Rahmen von CLARA@eu (Grenzüberschreitende Zusammenarbeit lokaler und regionaler Behörden im Zeitraum der Erweiterung der Union, EU Projekt der Regierung von Oberfranken)



nehmen erfolgt damit jedoch nicht. Ferner werden in der Tschechischen Republik die **Öffnungszeiten** von Supermärkten und Handelszentren nicht durch die Legislative geregelt. Es unterliegt den Gemeinden zur Einhaltung der Nachtruhe einschränkende Maßnahmen in Form einer Verordnung zu erlassen. Über städtebauliche Anforderungen an großflächige Einzelhandelseinrichtungen bestehen aus Vorgaben in Bebauungsplänen keine Regelungen.

Wieder zurück zur Situation in Bayern:

Im neuen bayerischen LEP 2006 blieb das Zielerfordernis der **städtebaulichen Integration** von Einzelhandelsgroßprojekten unverändert. Städtebaulich integriert sind nach wie vor Standorte

- in einem – insbesondere baulich verdichteten – Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen,
- die Bestandteil eines planerischen Gesamtkonzepts mit besonderer Berücksichtigung der Aspekte Städtebau, Verkehr sowie Einzelhandel und Dienstleistungen sind.

Wichtig sind für die städtebauliche Integration eines Standortes ist eine den örtlichen Gegebenheiten entsprechende Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) sowie ein anteiliger fußläufiger Einzugsbereich. Daneben sind die Belange des Orts- und Landschaftsbildes sowie des Naturschutzes und der Landschaftspflege zu berücksichtigen. Genehmigungen an Ortsrandlagen bzw. in städtebaulichen Randlagen sind nur in Ausnahmefällen nach einem Nachweis des Fehlens geeigneter städtebaulich integrierter Standorte möglich. Hierauf wird auch weiterhin in grenznahen Gebieten von Seiten der **Städtebauförderung** ein großes Augenmerk gelegt werden. Die jeweils **ortsspezifische Ausgangssituation** darf angesichts der landesplanerischen Öffnung nicht außer Acht gelassen werden, jedoch sind aktuell insbesondere im nördlichen Grenzbereich der Oberpfalz zur Tschechischen Republik keine Ansiedlungsvorhaben von Großprojekten oder Ausweisungen von Sonderbaugebieten bekannt. Im Bereich der Discounter und Supermärkte, die die Grenze zur Großflächigkeit überschreiten, können derzeit noch keine Aussagen getroffen werden.

Von Seiten der Städtebauförderung setzt man bzgl. der neuen Regelung im LEP 2006 einerseits auf das Verantwortungsbewusstsein der Kommunalvertreter und andererseits auf eine **weitergehende Angleichung der Angebote** insbesondere im Bereich des täglichen Bedarfs **beiderseits der Grenzen**. So kann man das Angebot an Supermärkten und Discountern in den grenznahen Gemeinden in der Tschechischen Republik als vergleichbar bezeichnen. Die großen Handelsketten (insb. die Discounter) haben sich die Märkte inzwischen erschlossen und die angebotenen Sortimente unterscheiden sich kaum (s. Kap. 2.2 zum Einkaufsverhalten der Tschechen). In der Tschechischen Republik v.a. tätig sind die **Gesellschaften Ahold, Carrefour, Globus, Tesco, Marko und Lidl**. Die Anzahl der Einrichtungen steigt ständig. Im Jahr 2005 wurde die Gesamtfläche der existierenden Einkaufszentren mit 1,1 Millionen qm angegeben und ein schneller Anstieg auf 1,3 Millionen qm wird erwartet. Zunehmend werden u.a. von Seiten von Arbeitnehmervertretungen, dem Gewerkschaftsverband der Handelsanbieter sowie von Agrarverbänden und Lebensmittelproduzenten Stimmen laut, die auf die **Schattenseiten des Booms der Han-**



delsketten hinweisen⁵. Beschränkungen der Öffnungszeiten einerseits und heikle Themen wie Abnahmevereinbarungen der Ketten mit den Produzenten (u.a. Regalgebühren, Partnerschaftsbeiträge) andererseits werden zukünftig für Diskussionsstoff in der Tschechischen Republik sorgen. Auch die „Monokultur der Zweckbauten“ und der Anstieg des individuellen Kraftfahrzeugverkehrs wird von Umweltschützern angeprangert. Veränderungen der rechtlichen Ausgangsbedingungen sind zu erwarten, aber aktuell noch nicht bekannt.

In der Kernnath nächst gelegenen größeren tschechischen **Stadt Cheb / Eger** findet man derzeit auch einige als großflächig zu bezeichnende Einzelhandelseinrichtungen, beispielsweise einen großen Tesco Verbrauchermarkt und eine Fachmarkttagglomeration mit kleinen Fach(einzel)geschäften in Verbindung mit einem Kaufland-Verbrauchermarkt. Die sonstigen Geschäfte (v.a. für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs) in der Innenstadt können aber noch nicht als Konkurrenz für deutsche Einkaufsstädte angesehen werden, sie laden nur bedingt zu einem Einkaufsbummel ein.

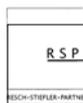
Entsprechend der Hoffnung auf Verantwortungsbewusstsein bei Handelsunternehmen und deutschen Kommunalpolitikern stärken die Straffungen im Kapitel B VI des LEP 2006 „Nachhaltige Siedlungsentwicklung“ v. a. die **kommunale Eigenverantwortung für das Siedlungswesen**. Bereits die **Novellierung des BauGB 2004** verstärkte den Schutzanspruch der zentralen Versorgungsbereiche nochmals. Neben den Vorgaben zur Aufstellung von Bebauungsplänen in **§ 2 (2) BauGB** (Berücksichtigung der Funktionen einer Gemeinde und Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche) wird auch in **§ 34 (3) BauGB** auf die Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten nur bei Unschädlichkeit für zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde und auch in Nachbargemeinden hingewiesen. **Interkommunale Kooperationen** bis hin zu interkommunalen Einzelhandelskonzepten bei Standort- und Ansiedlungsfragen sollten damit in Zukunft stärker an Bedeutung gewinnen. Bislang sind insbesondere im ländlichen Raum aber bzgl. § 34 (3) BauGB noch viele Unsicherheiten festzustellen. Neben der Unkenntnis der gesetzlichen Vorgabe, Planungen mit den Nachbargemeinden abzustimmen, besteht unberechtigtweise auch die Meinung, dass der Praxisbezug hier nicht so gegeben ist wie in Verdichtungsräumen⁶. In Zukunft sollte auch ohne die rechtliche Vorgabe eine freiwillige und formelle Abstimmung erfolgen, denn nur so ergibt sich Investitionssicherheit für Städte und Unternehmen.

2.2 Aktuelle Trends im Einzelhandel

Auf der Nachfragerseite schreitet die Entwicklung weiter, die **Zielgruppen verschiedener Handelseinrichtungen schwimmen immer mehr**. Man spricht inzwischen nicht nur

⁵ Martin, L.: Wirtschaftsmagazin – Handelsketten wollen mit Politik und Wirtschaft einen besseren Konsens finden. (Radiosendung Radio Prag - die Auslandssendungen des Tschechischen Rundfunks 26.01.2005), www.radio.cz/de/artikel/62774

⁶ Drost, H.: Interkommunale Ansiedlungspraxis – Kooperation oder Rechtsweg. Vorstellung der DSSW-Projektergebnisse. In: Handout anlässlich der DSSW-Tagung „Erfolgreiche Innenstädte. Handeln – Kooperieren – Integrieren“, Themenbereich 4: Interkommunale und grenzüberschreitende Standortabstimmung. 25.01.2006, Berlin



vom „hybriden“, sondern vom „schizophrenen“⁷ Kunden, unabhängig vom Alter. „Morgens Aldi, abends Armani - das Kaufverhalten gerade der Deutschen weist Züge von Schizophrenie auf. Konsumexperten sprechen vornehm vom "hybriden" oder "multioptionalen" Käufer, meinen aber das Gleiche: die Massenflucht aus dem Mainstream“.⁸ Einerseits wächst das Bewusstsein für die Umwelt, die Grenzen des Wachstums und die weltweite Ungerechtigkeit, aber, anstatt „zu Helden eines ethischen Konsums zu werden“, wird die Zahl der Schnäppchenjäger im größer. „Aus der dickbauchigen Zwiebel, die einst den Konsummarkt repräsentierte, ist eine stark taillierte Sanduhr geworden: **Discount boomt, Luxus auch**“⁹ (Hervorhebung RRV). Sind die Grundbedürfnisse gestillt, ist der neue Konsument bereit, für Luxusgüter und Produkte, die er für die Selbstverwirklichung benötigt (z.B. Freizeitgeräte, Statussymbole), viel Geld zu bezahlen. Auch die Schere zwischen kleinen und großen Betrieben wird noch weiter auseinander gehen, denn insb. einzelbetriebliche Fachgeschäfte zögern bei Investitionen, hingegen setzen die großen Handelsunternehmen weiterhin auf Expansion.¹⁰ Insgesamt sind die Geschäftserwartungen 2006 besser als in den letzten fünf Jahren.

Der Kunde ist **konsumerfahren** und ihm stehen vielfältige Informationsangebote über Wertschöpfungsketten und Angebote zur Verfügung. Die Konsumenten haben Macht und setzen diese, wie der Shell-Boycott beispielsweise zeigte, auch ein. Der hybride Verbraucher wird als ein Beginn einer Entwicklung gesehen, die den Konsum weltweit neu definieren könnte. Nach der Bedürfnisökonomie mit Nachfrageüberhang und der Durchsättigung stehen Deutschland und andere westliche Länder vor einer **Verdrängungsökonomie** mit extremem Angebotsüberhang. Der Wettbewerb zwischen den Handelsunternehmen ist groß, neben den Einzelunternehmen werden an manchen Standorten auch Geschäfte der Ketten zunehmend Probleme bekommen. Jedoch lässt sich der Prozess mit den **Regelungen der Raumordnung nicht oder nur bedingt steuern**, und ein Eingriff von staatlicher Seite in den Wettbewerb darf und soll nicht erfolgen. Problematisch ist bei der Handelsentwicklung der Rückgang der sog. Mittelschicht, die Zahl der Haushalte, deren Einkommen unter der Armutsgrenze liegt, steigt demgegenüber. Diese Tatsache und der zunehmend harte Preiskampf insbesondere im Lebensmittelhandel zeigt sich auch in den deutlich schlechteren Lageeinschätzungen beim Lebensmitteleinzelhandel als in den anderen Branchen.¹¹

Vier gesellschaftliche Faktoren¹² werden somit für die Entwicklung im Handel als bestimmend angesehen:

- **Information** (aufgeklärte und kritische Verbraucher dank Internet),

⁷ Siehe z.B. Hillenkamp, S.: „Selbst schuld! Ob Niedriglöhne, Stellenabbau oder Umweltzerstörung: Was uns als Bürger empört, fördern wir als Kunden“; In: DIE ZEIT 08.06.2006 Nr. 24 (http://www.zeit.de/2006/24/Selbst-schuld-Titel_xml?page=all)

⁸ Klaus, W., „Aldi trifft Gucci“; In Manager Magazin 02.02.2005, (<http://www2.t-online-business.de/dyn/c/33/58/43/3358430.html>)

⁹ ebenda

¹⁰ Deutscher Industrie- und Handelskammertag (Hg.) Handelsreport 2006. Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern. Jahresbeginn 2006.

¹¹ ebenda, S. 8

¹² Klaus, W., „Aldi trifft Gucci“; In Manager Magazin 02.02.2005, (<http://www2.t-online-business.de/dyn/c/33/58/43/3358430.html>)



- **Einfachheit** (Convenience-Orientierung durch Zeitdruck aber auch Suche nach schlichten Konzepten),
- **Spaß** (Konsum als Erlebnis, z.B. Erfolg von Ebay - nicht das Produkt im Vordergrund, sondern die Freude am Bieten) und
- **transmaterieller Konsum** (Tendenz zum "De-Junking" da häufig Haushalte „übersättigt“, Konsum verlagert sich zu Immateriellem, wie Reisen oder Wellness).

Entsprechend setzt im Handel eine „Simplify-Bewegung“¹³ an diesen Erkenntnissen an, denn aus der Sicht von immer mehr Kunden ist **Vorauswahl, Filterung und Navigation** eine echte Marktleistung, für die sie auch zu zahlen bereit sind. Hinzu kommt die **Emotionalisierung** der Märkte: Für Emotionen sind Kunden heute schon bereit, einen höheren Preis zu zahlen. Leistungen werden für die Kunden durch emotionelle Aufladung **unverwechselbar** und die Unternehmen binden sie so an sich.

Der Handel versucht sich auf **drei Klassen von Kunden** einzustellen, von denen aber insgesamt wenig wirtschaftliche Entwicklungsimpulse ausgehen: Die *Tugendhaften* (geben ihr Geld für Notwendiges und Vernünftiges aus, Sparen ist für sie ein eherner Grundsatz), die *Hungrigen* (moderne Unterschicht, Konsum ist für sie zwar die Eintrittskarte zum Mithalten, Produktbesitz wichtiger als Marke und Qualität) und die *Selektiven* (neue, bewusste Kunden, für die sich Konsum längst relativiert und entzaubert hat, sie könnten mehr Geld ausgeben, wollen aber auch ihre Sehnsüchte "Entschleunigung, Service, Zeitsouveränität" bedient haben). Da von Letzteren noch am meisten Entwicklungsimpulse zu erwarten sind, wird ein „Neuer Luxusmarkt“ entstehen, den BOSSHART als "Mastige" bezeichnet, eine Kreuzung aus "Mass" und "Prestige" (Premiummarkt, preislich knapp unter dem traditionellen Luxussegment). Andere Händler wie Saturn und Media Markt setzen v. a. auf die Hungrigen aber es wird in Zukunft nicht mehr reichen, nur der Billigste zu sein. Stagnierende Umsätze bei Lidl und ALDI zeigen, dass eine Sättigung im Discountbereich erreicht ist. Die besten Chancen hat, wer sich **über das reine Billigimage hinaus als Marke positioniert**. „Discounter müssen ähnlich arbeiten, wie es die Luxushersteller schon heute tun und wie es die Mittelsegmenter versäumt haben. Wem es dann gelingt, den Megatrend "Dematerialisierung" zu nutzen, der könnte gar ein neues Segment kreieren. Mit revolutionären Regeln: Zeitgewinn und Wohlfühlen statt Besitz. Services ersetzen Waren.“¹⁴

Trotz der schwierigen Zielgruppenabgrenzung findet man bei einigen Anbietern (u.a. EDEKA) auch eine Verstärkung der **zielgruppenorientierten „Verbraucherarbeit“ für und mit Senioren**. Neben Zielgruppenanpassungen z.B. bei der Lebensmittelindustrie im Hinblick auf Portionierungen, Verpackungen (Öffnen – Lesbarkeit – Haltbarkeit – Inhalte) achten auch die Händler zusehends auf eine Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation, die den Anforderungen der größer werdenden Käufergruppe der Senioren entspricht (z.B. bei der Beschriftung der Preisschilder an Regalen, Gangbreite, Regalhöhe). Ferner wird auch das Personal stärker für einen zielgruppengerechten Service und Beratung geschult. Informationsangebote insb. bei Technik-Produkten oder Ernährungsange-

¹³ <https://www.marketing-trendinformationen.de/ratgeber/zwx-google.html?sid=544012>

¹⁴ Klaus W., "Aldi trifft Gucci"; In Manager Magazin 02.02.2005, (<http://www2.t-online-business.de/dyn/-c/33/58/43/3358430.html>)

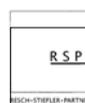


boten (z.B. Diabetes) entsprechend dem Informationsbedarf der älteren Generation fehlen derzeit noch in vielen Einzelhandelseinrichtungen. Im ländlichen Raum kommt ferner das Problem der **Erreichbarkeit des Einzelhandels** verstärkend hinzu. Auch hier setzen erste Überlegungen der Handelsunternehmen an. Angebote für Einkaufsfahrten und Verknüpfung mit optional interessanten und aktuellen Zusatzangeboten (z.B. Modenschauen, Ernährungsberatung) werden offeriert. Jedoch werden solche Konzepte bislang v.a. an neuen Standorten verfolgt, da sie Raum brauchen, welcher an älteren, insb. innerstädtischen Standorten nicht zur Verfügung steht. Angesichts städtebaulicher Auflagen werden zukünftig bei einigen Handelsketten auch Überlegungen bzgl. eines umweltgerechten, wirtschaftlichen und zielgruppengerechten Bauens und Einrichtens im Handel verstärkt.

Das **grenzüberschreitende Kaufverhalten von Deutschen wie Tschechen** im Grenzraum ist zwar immer wieder Anlass für Diskussionen, insbesondere der „Tanktourismus“, jedoch liegen noch wenige gesicherte Analysen (außer interne von den Handelsketten oder kostenpflichtige bei den großen Marktforschungsunternehmen) vor. Es lässt sich aber in einigen Beobachtungen (auch durch eine laufende Untersuchung am Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalplanung) aufzeigen, dass sowohl Deutsche wie Tschechen v.a. bestimmte Waren in den jeweiligen Nachbarland kaufen. **Kleidung, Parfüm, Elektronik und Musikträger** werden von tschechischen Bürgern gerne in Deutschland gekauft. Beispielsweise sind Herrenhemden im bayerischen Einzelhandel um 20 % günstiger als in Geschäften in Prag oder anderen größeren tschechischen Städten. Ferner sind gerade **Markenprodukte** im Kosmetikbereich (von Duschgel über Seifen bis zum Haarlack) in der Tschechischen Republik rund ein Drittel teurer. Deutsche Kunden kaufen in der Tschechischen Republik hingegen v.a. Nahrungs- und Genussmittel günstiger.¹⁵

¹⁵

Henning, J.: Vom Unbekannten und unterschätzten Kunden: Die Tschechen kommen!; In: Wirtschaft Konkret, Dezember 05, S. 28 - 33



3. VERÄNDERUNGEN DER EINZELHANDELSLANDSCHAFT IM RAUM KEMNATH

Neben den aktuellen bundes- bzw. bayernweiten Veränderungen muss die Aktualisierung des SEEK v. a. auch die Veränderungen in der Stadt Kemnath selbst beleuchten.

3.1 Veränderungen der Einzelhandelsstruktur in Kemnath

Die Branchenzusammensetzung und das Standortgefüge hat sich seit dem SEEK von 2004 nur wenig verändert. Es lassen sich erfreulicherweise weniger Leerstände in Innenbereich ausmachen. Eine neue Nutzung als Bekleidungsgeschäft hat beispielsweise der alte NKD-Standort am Stadttor gefunden. Z.T. fanden aber auch Nutzungsveränderungen von Geschäftsflächen in Standorte von Dienstleistungen statt. Eine große auffällige und wegen der Lage am Stadteingang für die Stadtentwicklung ungünstige Brachfläche findet sich im Gewerbegebiet West Ecke Bayreuther Straße / Röntgenstraße. Das dort im Jahr 2004 noch ansässige Autohaus hat inzwischen geschlossen.

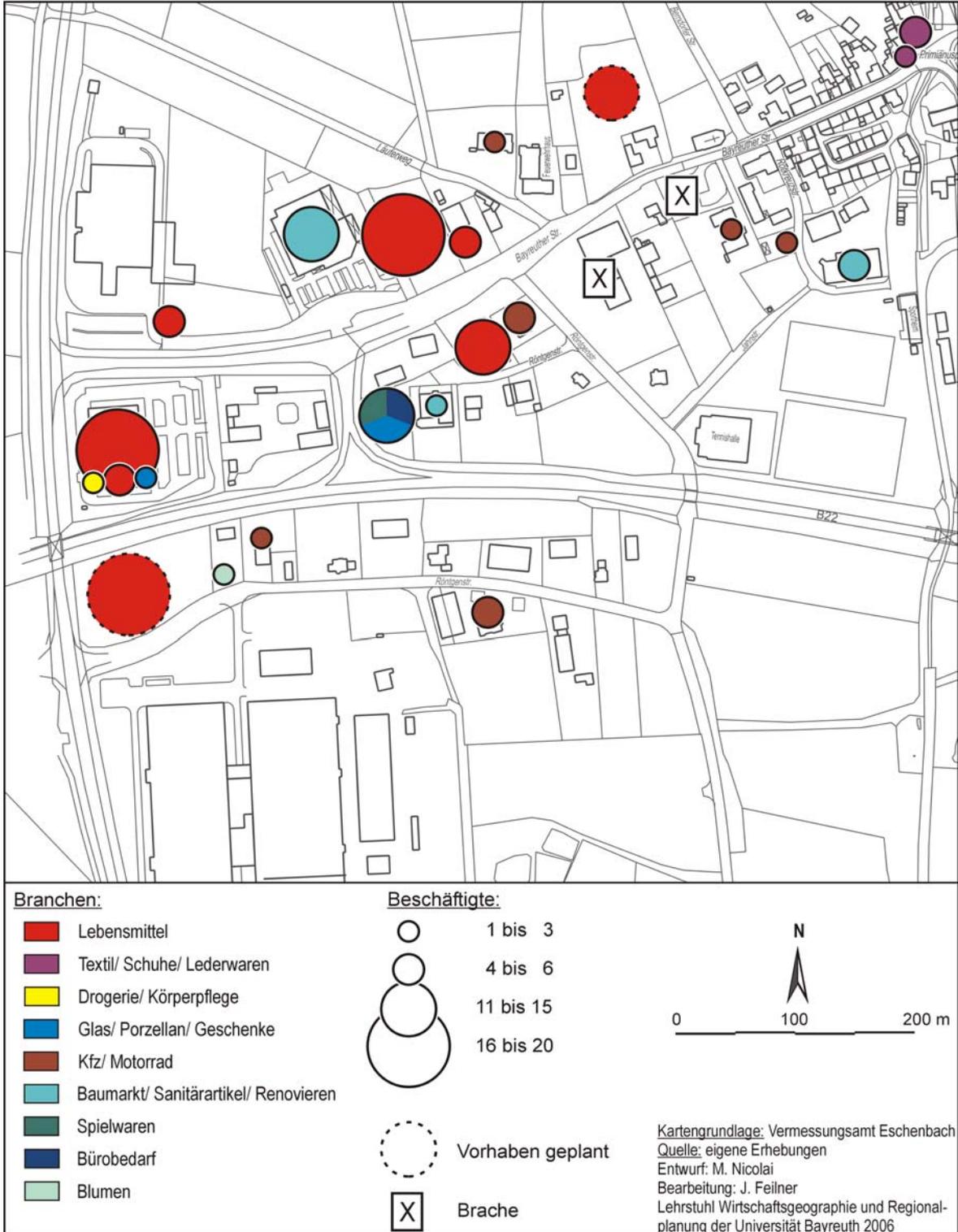
Die erneute Einzelhandelskartierung ergab nur wenig Veränderungen, das **breit gefächerte Bild** des Kemnather Einzelhandels hat damit Bestand. Als dominant zeigen sich nach wie vor v.a. die **Branchen** mit Gütern des kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfs, also Lebensmittel und Drogerie/Körperpflege. Aber auch bei längerfristigen Konsumgütern, wie im Bereich Textil- und Schuhe, dem Kfz, Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf sowie Papier/Büro/Schreibwaren besteht ein relativ großes Angebot. Einige Geschäfte aus den Bereichen Sport/Hobby/Freizeit, Elektro-/Elektronikartikel/Computer, Foto/Optik sowie Haushaltswaren/Glas/Porzellan/Geschenke und alle sonstigen Geschäfte runden mit ihren Sortimenten das Kemnather Einzelhandelsangebot positiv ab. Die 2003/2004 aufgezeigten **Mängel im höherwertigen Bereich**, um den Ansprüchen eines möglichen Mittelzentrums voll zu entsprechen, bestehen damit fort.

Neu im **Gewerbegebiet** aufgenommen werden konnte ein Blumengeschäft. Ferner sind in Karte 1 bereits zwei geplante Neuansiedlungen aus dem Bereich Lebensmitteldiscount aufgenommen. Augenfällig v.a. ist aber auch die Brachfläche am „Innenstadteingang“, das leerstehende Gebäude und die leere Ausstellungsfläche des Autohauses hinterlässt eine deutliche Lücke. Im **Innenbereich** sind inzwischen zwar zwei Geschäfte aus dem Bereich Textil/Schuhe/Lederwaren geschlossen (Stadtplatz / Am Einlass, Cammerloher Platz) jedoch fanden auch einige Leerstände aus den Bereichen Textil/Schuhe-/Lederwaren und Elektro/HiFi/Multimedia eine Wiedernutzung (s. Karte 2).

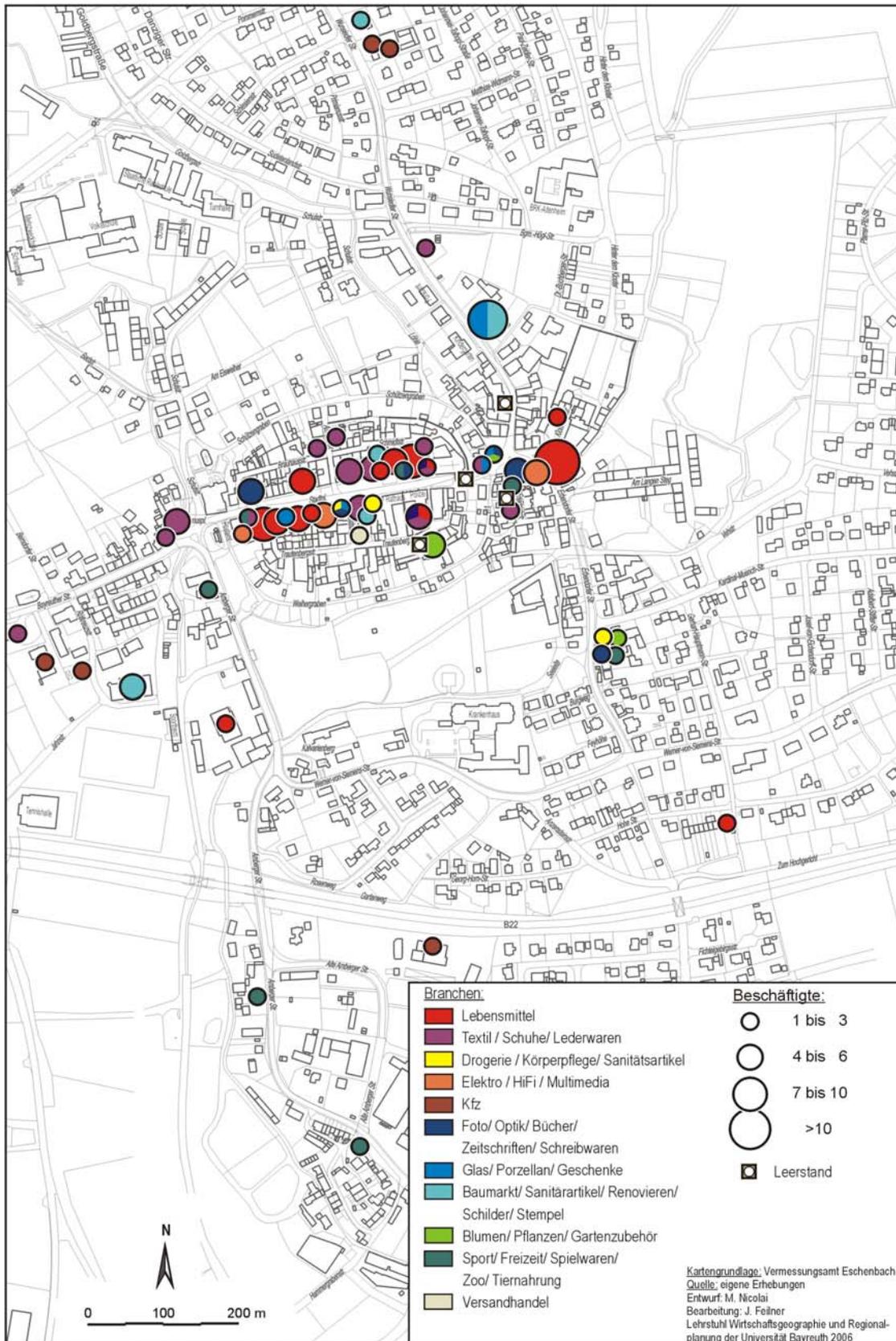
Im Bereich der **bevölkerungsnahen Dienstleistungen** gab es ebenfalls einige Veränderungen (Karten 3 und 4), die aber im Rahmen einer gesunden Fluktuation als normal zu betrachten sind.



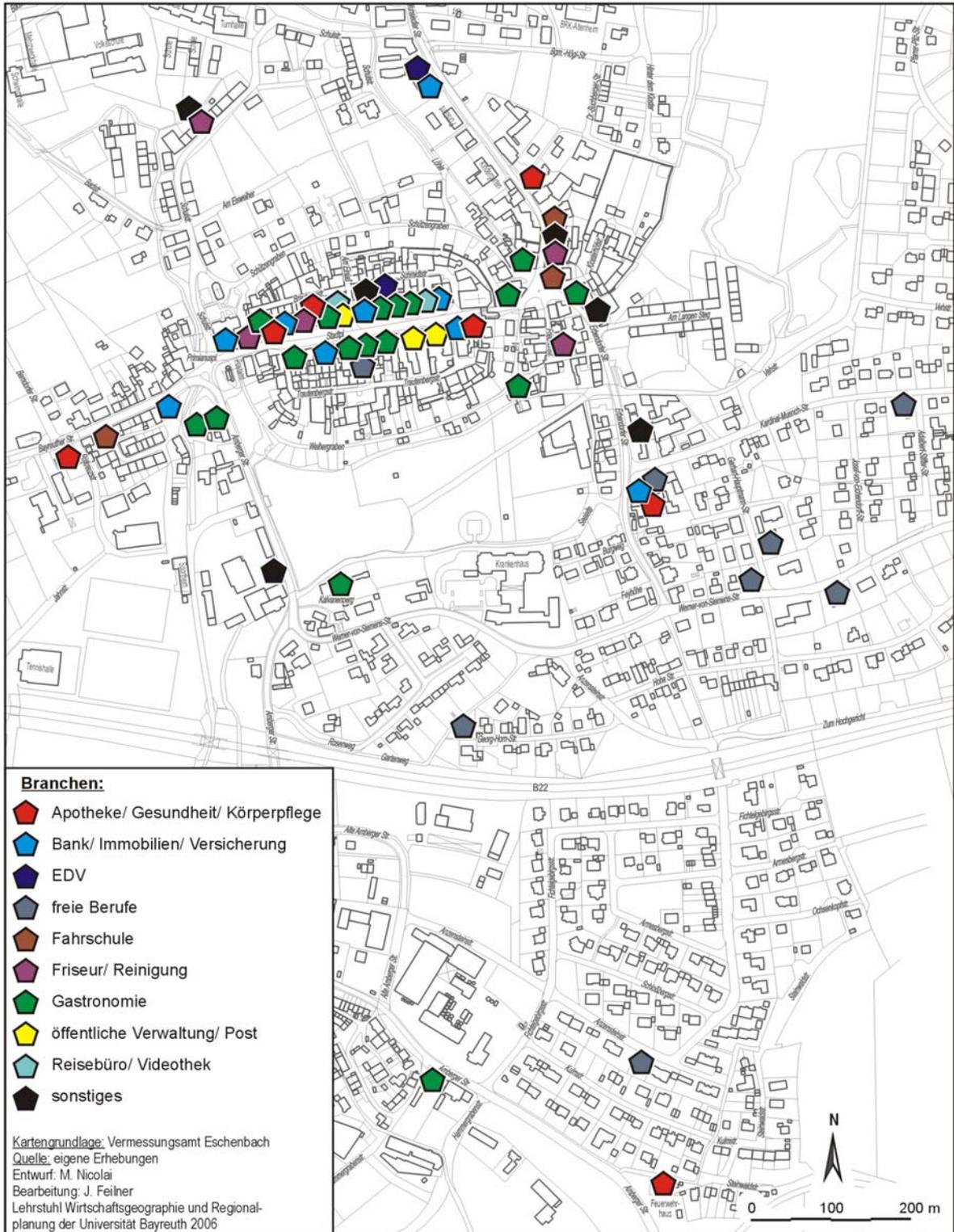
Karte 1 Branchenausrichtung und Einzelhandelsgebiete im Gewerbegebiet West (Juli 2006)



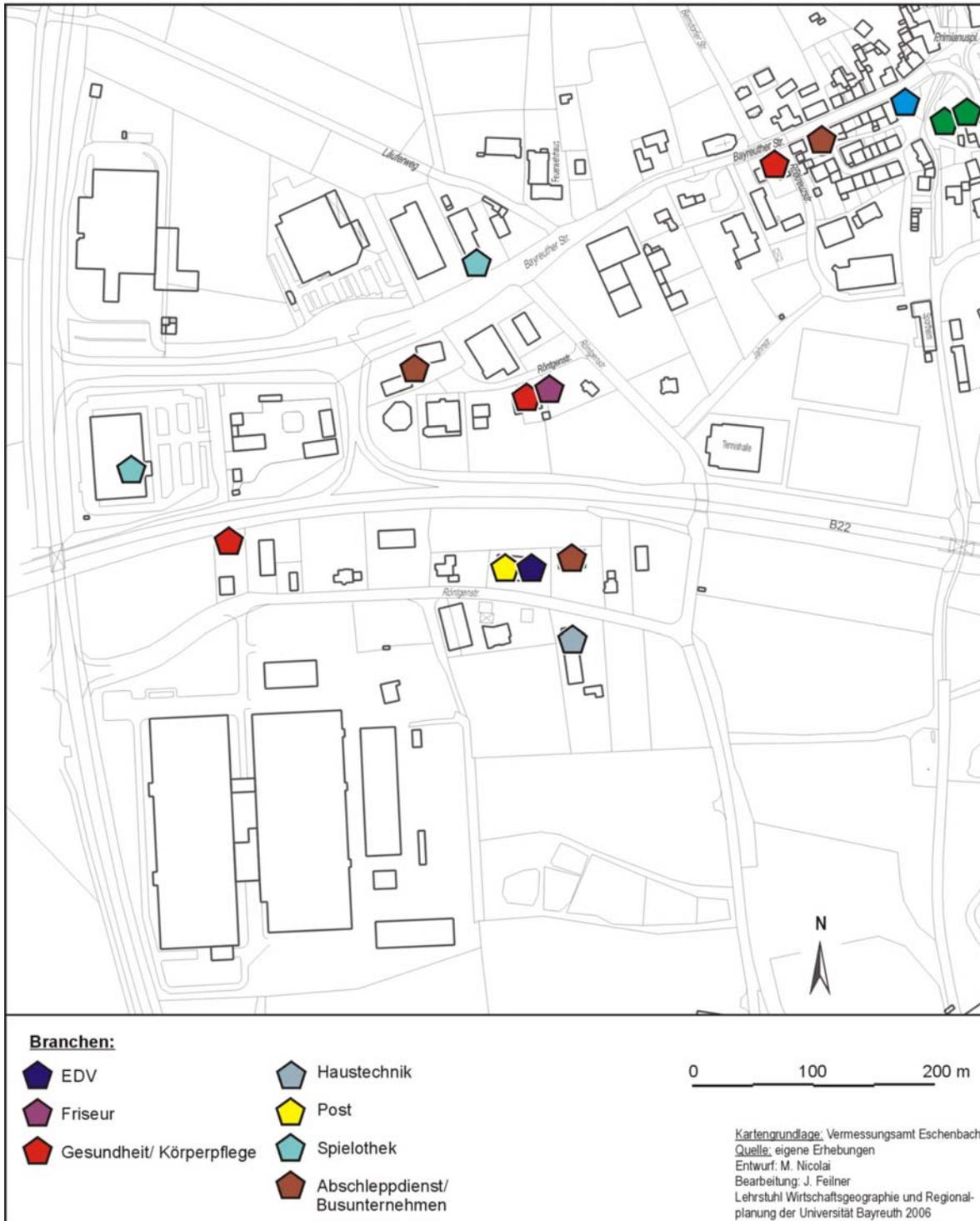
Karte 2 Branchenausrichtung und Einzelhandelsstandorte in der Innenstadt von Kemnath (Juli 2006)



Karte 3 Dienstleistungsstandorte in der Innenstadt von Kemnath (Juli 2006)

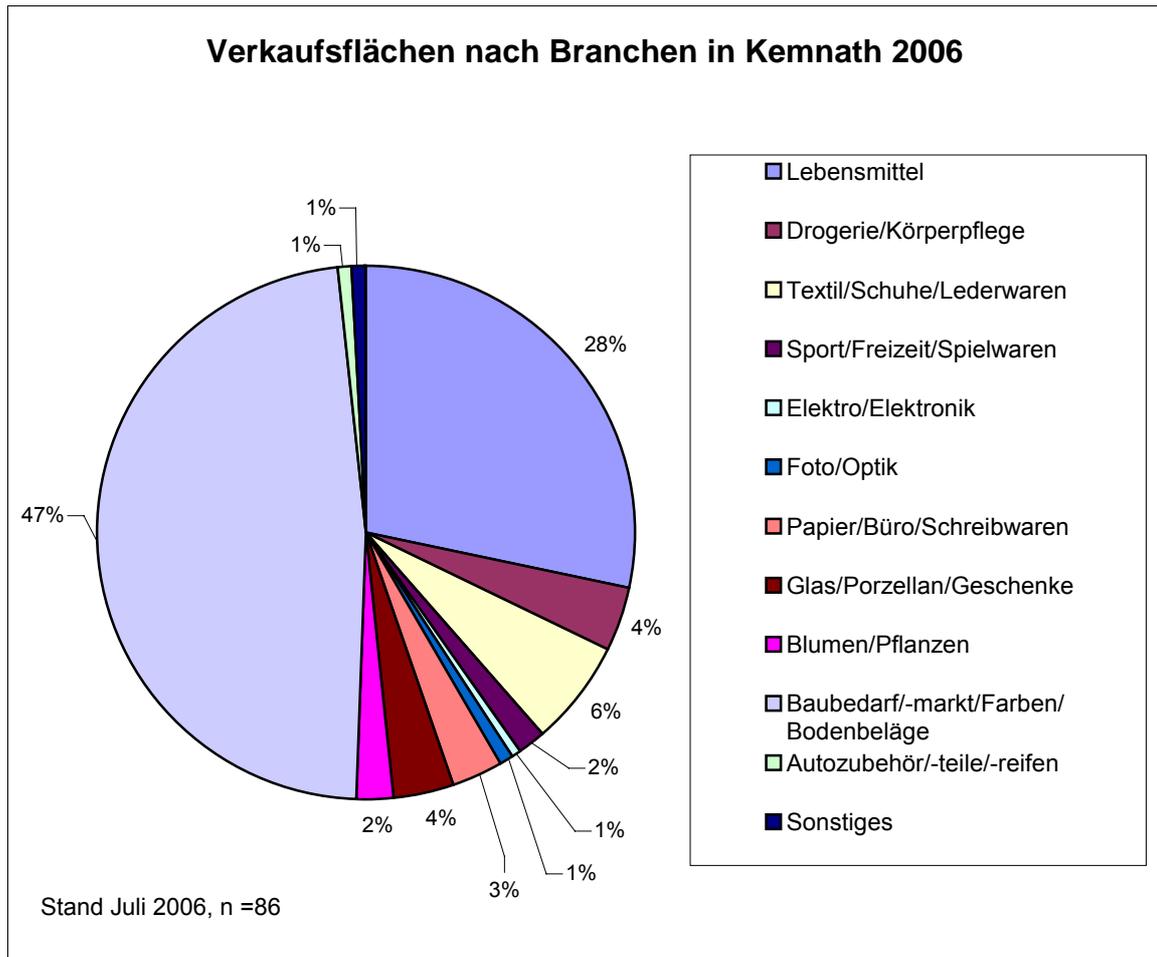


Karte 4 Branchenausrichtung und Dienstleistungsstandorte im Gewerbegebiet West (Juli 2006)



Trotz eines leichten Anstiegs der in der Stadt zu verzeichnenden Verkaufsfläche auf 17.300 qm hat sich an der Verteilung auf die Branchen keine Veränderung ergeben (s. Abb. 1). Ohne die im nächsten Kapitel anzusprechenden Neuansiedlungen ist daher keine neue Berechnung der noch zulässigen Verkaufsflächen nötig.

Abb. 1 Verkaufsflächenverteilung im Kemnather Einzelhandel nach Sortimenten 2006



Quelle: Eigene Erhebungen, Bayreuth 2006

3.2 Anstehende Verlagerungen bzw. Neuansiedlungen im Gewerbegebiet West

Im SEEK 2004 wurde in Kap. VIII 2.1.2 festgehalten, dass in Kemnath die Einzelhandelseinrichtungen mit größeren Verkaufsflächen v. a. im Gewerbegebiet West und da entlang der Bayreuther Straße ansässig sind. Die Kartierungen von 2006 zeigen für diesen Bereich **keine grundsätzlichen Veränderungen** auf. Auch an den Beurteilungen der einzelnen Betriebe aus städtebaulicher und betrieblicher Hinsicht (anhand der Integration in das Stadtbild und der Sortimentszusammensetzung) hat sich nichts Wesentliches geändert.

Als neue Beeinträchtigung der Situation am westlichen Stadteingang muss aber die große **Brachfläche des ehemaligen VW-Autohauses** (s. Abb. 2) angesprochen werden.

Abb. 2 Kreuzungsbereich Bayreuther Straße / Röntgenstraße



Quelle: Foto RRV, 2006

Ferner liegen für **zwei neue Einzelhandelseinrichtungen** im Bereich des Gewerbegebietes West **Baugenehmigungen** vor bzw. stehen kurz vor der Genehmigung. Beide werden zwar aus Sicht der Landesplanung als genehmigungsfähig angesehen, jedoch ziehen sie für die Einzelhandelsstruktur sowie für das Stadtbild Veränderungen, die nachfolgend zu beleuchten sind, nach sich. Da es sich bei einer der geplanten Neuansiedlungen eventuell um eine Umsiedlung eines bereits im Gewerbegebiet ansässigen Handelsbetriebes handelt, könnten in Folge der Umsiedlungen weitere Brachflächen entstehen bzw. sind weitere Nachnutzungen denkbar, die ggf. mittelfristig ebenfalls die Einzelhandelsstruktur verändern. Gerade die Umsiedlungen würde für die städtebauliche Entwicklung im Bereich des Stadteingangs eine Chance darstellen (s. Kap. 7.1).

Die nachfolgende Beschreibung der bereits geplanten und der potentiellen Veränderungen im Bereich des Gewerbegebietes West dienen v. a. dazu, im Kap. 7 die **Kompatibilität** dieser mit der im SEEK von 2004 unter Kap. VIII 5.2 empfohlenen **Strategie „Entwicklung einer zweipoligen Einkaufslandschaft“** zu überprüfen. Nach dieser sollte im Gewerbegebiet v. a. der schnelle Versorgungseinkauf stattfinden, der jedoch auch zu einem Bummel in der Innenstadt anregen sollte. Ferner wurden im SEEK von 2004 auch einige städteplanerische und grünordnerische Maßnahmen vorgeschlagen (s. v. a. Kap. VIII 4.1.2 bzgl. Ruhenden Verkehr und 4.2.6 bzgl. Grünordnung sowie das Leitbild Stadtgestalt in Kap VII 4.3.4), um insb. die Stadteingangssituation aufzuwerten. Inwieweit diese von den anstehend Veränderungen betroffen sind, gilt es unter Kap. 6 anzusprechen.

Im einzelnen ist nach Information der Stadt Kemnath geplant:

- **Neuansiedlung einer Einzelhandelseinrichtung, Bayreuther Straße 22 (neben Friedhof)**

Die Fläche liegt direkt am im SEEK abgegrenzten **Innenstadtrand** und ihr wurde 2004 unter Kap VIII 4.3.1 und mit dem Projekt 23 (Aufbau eines sozialen Dienstleistungs- und Kulturzentrums) eine Art Überleitungsfunktion vom Gewerbegebiet zur Innenstadt mit der nördlich und südlich der Bayreuther Straße überwiegenden Wohnnutzung zugeordnet. Ferner wurde vorgeschlagen, das direkt westlich an den Friedhof anschließende Grundstück nur direkt entlang der Bayreuther Straße zu bebauen, da eine tief in das Grundstück ragende Bebauung die dort **vorhandene Baustruktur** unterbricht und verunklart.

Ähnlich wie einige Bürger, die mit einer Unterschriftensammlung eine Einzelhandelsnutzung auf diesem Grundstück verhindern wollten, sahen die Gutachter darüber hinaus wegen eventueller **Nutzungskonflikte** zwischen Friedhof und Einzelhandel diese Fläche als weniger geeignet für eine Einzelhandelsentwicklung an (s. Kap. VIII 3.2).

Abb. 3 Friedhof und anschließendes Grundstück



Quelle: Foto Stadt Kemnath

Diese Bedenken trugen aber Einzelhandelsbetreiber und Projektentwickler sowie der ehemalige Flächeneigentümer nicht und da u. a. auch keine Großflächigkeit des Vorhabens vorliegt, ist inzwischen eine Baugenehmigung durch das Landratsamt Tirschenreuth am 28. Juli 2006 unter dem Az. 2006-396-4 ergangen. Mit einem Baubeginn kann daher noch im Herbst 2006 gerechnet werden.

Nach dem Bauantrag sind auf dem Gelände nach Abriss der alten Gebäude eine Neubebauung mit zwei eingeschossigen Gebäuden vorgesehen.

Die Gebäude, Parkplätze und die Anlieferungsmöglichkeiten sollen, nach einigen entsprechenden Diskussionen zwischen der Stadt und den Projektentwicklern bzgl. der Nutzungskonflikte nun so angeordnet werden, dass eine Reihe Parkplätze und ein Rückgebäude durch eine Begrünung getrennt an den Friedhof anschließen. Eine direkte Bebauung an der Kante zur Bayreuther Straße ist nicht vorgesehen.

Als Nutzung ist ein Markendiscounter, ein nicht näher definierter Laden und ein Backshop mit Bistro (1.864 qm Grundfläche, 1.063 qm Nutzfläche) sowie eine nicht näher definierte Einzelhandelseinrichtung (507 qm Grundfläche, 260 qm Nutzfläche) beantragt. Insgesamt entstehen 1.528 qm Verkaufsflächen, die sich wie folgt verteilen:

Gebäude 1

- Markendiscounter 758 qm VKF
- Einzelhandel 228 qm VKF
- Bäcker 142 qm VKF

Gebäude 2

- Einzelhandel 400 qm VKF.

Ferner sind 94 **Stellplätze** (alle oberirdisch) bei einem rechnerischen Soll entsprechend der VKF von 89 Stellplätzen vorgesehen.

Nach der angegebenen Flächenaufteilung und Gesprächen der Stadt mit dem Antragsteller sollen die **Hauptnutzer** der Gebäude ein Netto-Marken-Discounters und ein Getränkemarkt sein. Der potentielle Nutzer der Einzelhandelsfläche im Gebäude I wurde nicht weiter ausgeführt. Die Nutzung im Gebäude 2 wird voraussichtlich ein Getränkemarkt sein.

Der heutige Netto Markt auf der gegenüberliegenden Seite - etwas weiter stadtauswärts - besteht am Standort bereits seit über 12 Jahren, entspricht aber mit ca. 950¹⁶ qm VKF (insg. mit Backshop) noch dem Standard. Die verkehrliche Situation (Parkraum, Anlieferung) ist nicht optimal.

Abb. 4 Derzeitiger Netto-Markt



Quelle: Foto RRV, 2004

Ferner läuft der Pachtvertrag wahrscheinlich in naher Zukunft aus. Für die entstehende Gewerbebrache könnte als möglicher Nachnutzer der gegenüber ansässige Norma-Markt in Frage kommen, da dieser am aktuellen Standort sehr beengt ist (ca. 370 qm VKF¹⁷).

- **Ansiedlung von ALDI, Röntgenstraße (gegenüber Ausfahrt B 22 Kemnath West)**

Derzeit noch zur Genehmigung im Landratsamt Tirschenreuth liegt ein Bauantrag der Firma ALDI. Auf der Fläche im Kreuzungsbereich Röntgenstraße / St 2665, deren Verkauf inzwischen erfolgt ist, soll mit Baubeginn im Frühjahr 2007 eine ALDI-Filiale entstehen.

Die geplante Verkaufsfläche beträgt 883 qm (einschließlich Kassen und Packzone) bei einer Geschossfläche von 1.665 qm. Damit ist das Projekt **nach §11 Abs. 3 Bau NVO** als **Einzelhandelsgroßprojekt** einzustufen. Die von der Firma ALDI und der Stadt Kemnath eingebrachten Argumente (u. a. Dimensionierung zur kundenfreundlichen, zeitgemäßen Ausgestaltung, ausreichend städtebaulich integriert und verkehrlich erschlossen, Kaufkraftabschöpfung raumverträglich) wurden aus Sicht der Landesplanung (Regierung der

¹⁶ geschätzte Flächenangabe aus dem SEEK von 2003

¹⁷ geschätzte Flächenangabe aus dem SEEK von 2003

Oberpfalz, Sachgebiet 24: Raumordnung, Landes- und Regionalplanung) als plausibel eingeschätzt und die **Regelvermutung widerlegt**. Es handelt sich damit **nicht** um ein **sondergebietspflichtiges Einzelhandelsgroßprojekt**, was die Genehmigung nach dem Einfügungsgebot des § 34 BauGB ermöglicht. Die Genehmigung des Landratsamtes Tirschenreuth steht noch aus, da noch einige Details im Bebauungsplan bzgl. der Grünzone und der Abstandsflächen zu klären sind.

Abb. 5 Gewerbegebiet West Kreuzungsbereich Bayreuther Straße und Röntgenstraße mit ST 2665

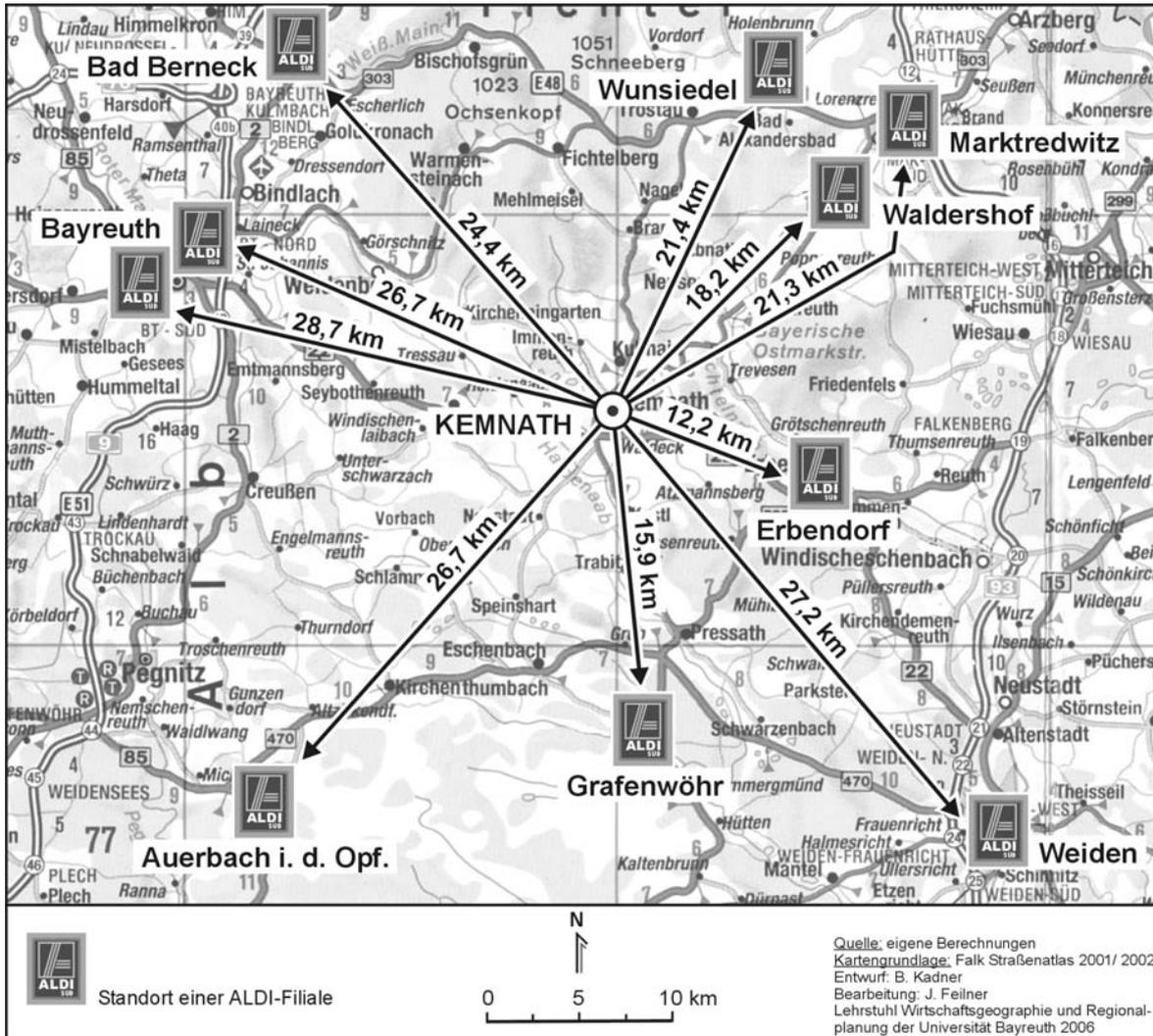


Quelle: Foto Stadt Kemnath

Mit der Ansiedlung einer ALDI-Filiale in der Stadt Kemnath wird einem während der Bürgerbefragung im Rahmen des SEEK 2004 geäußertem Wunsch entsprochen. Nach **fehlenden Geschäften** gefragt, nannte die Bevölkerung vor zwei Jahren vornehmlich einen Lebensmitteldiscounter (23 Prozent), wobei hier vom größten Teil ganz explizit ein ALDI-Markt genannt wurde (s. Abb. 69, SEEK 2004). Dieses Befragungsergebnis wurde in einer Befragung der Realschule Kemnath nochmals bestärkt.

Stärker als andere Discounter besticht die Firma ALDI v. a. durch das wöchentlich wechselnde Angebot an Non-Food-Artikeln (u.a. Textil- und Elektrowaren). Das SEEK 2004 zeigte unter Abwägung des vorhandenen Angebots und der augenscheinlichen Nachfrage auf, dass ein **Bedarf** im Bereich Textil zwar gegeben ist, aber der hohe Grundstock an Lebensmitteln bei ALDI problematisch werden könnte. Allerdings wurde auch ausgeführt, dass es bei der **Kaufkraftabschöpfungsquote** eines ALDI Marktes auch zu bedenken gilt, dass gerade ein derartiges Handelsunternehmen eine **Magnetfunktion** hat und die Kemnather Bürger bereits heute bei ALDI-Märkten im Umkreis einkaufen.

Karte 5 ALDI Standorte im Umkreis von Kemnath im Jahr 2006



Da die Firma ALDI i.d.R. nur dann eine neue Filiale eröffnet, wenn sie hausinterne Rentabilitätskriterien erfüllt und optimal zum logistischen Aktionsradius eines bestehenden Distributionszentrums passt¹⁸, scheint man im Management der Firma ALDI von der regional vorhandenen Kaufkraft – trotz der Nähe des Standortes in Erbendorf - überzeugt zu sein. Die direkte Anbindung bzw. Nähe des **Mikrostandortes** zur St 2665 Marktredwitz – Pressath und B 22 Bayreuth – Weiden sowie neben den großen Arbeitgebern (Siemens, Ponnath und Hegele) sind für diese Beurteilung sicher mit ausschlaggebend gewesen.

Jedoch könnte gerade ihre Lage – direkt an der auch von den Mitarbeitern von Siemens genutzten Röntgenstraße - zukünftig zu Verkehrsproblemen führen, auch wenn die Kreuzung aktuell **nicht** als **Unfallschwerpunkt** ausgewiesen ist. Eine Auswertung der bei der Polizei gemeldeten Unfälle von Juli 2002 bis Juli 2006 im Umfeld des Standortes ergab für die Kreuzung St 2665 / St 2168 / Hammergrabenstraße 13 Unfälle, für die Kreuzung St 2665 / Auffahrt B 22 aus Richtung Bayreuth/Röntgenstraße 24 Unfälle und für die Ein-

¹⁸ Dawson, M.(2001): „Handel in Europa. Die Gewinner. Discounter: Genug Platz für zwei? Urteile und Vorurteile und die Erfolge von Aldi und Lidl“. IN: Lebensmittelzeitung (LZ/Net). Special Reports <http://www.lz-net.de/specials/pages/show.prl?id=181&backid=172>

mündung St 2665 / Bayreuther Straße 15 Unfälle. Im Bereich der Auffahrt B 22 waren damit zwar mehr Unfälle als an den beiden anderen Punkten zu verzeichnen, jedoch vornehmlich Kleinunfälle. Aus Sicht der Gutachter erscheint hier aber dennoch eine vorausschauende **Umgestaltung der Verkehrsführung** angeraten (s. Kap. 7), um den bislang ausgebliebenen schwereren bzw. gar tödlichen Unfällen vorzubeugen und so die Verkehrssicherheit zu erhöhen. Ferner sollte auch der Verkehrsfluss im Ausfahrtbereich der B 22 verbessert werden, hier kommt es in Stoßzeiten bereits heute zu Rückstau bis auf die B 22.

- **Potentielle Umsiedlung von EDEKA Neukauf von der Nord- auf die Südseite der Bayreuther Staße (Brache Autohaus König)**

Angesichts der interessant (nahe Innenstadtrand) gelegenen, von Altlasten wahrscheinlich unbelasteten und großzügig geschnittenen Brachfläche des ehemaligen Autohauses haben verschiedene Investoren **Interesse an einer Nachnutzung** gezeigt. Am konkretesten aber aus der Sicht des SEEK bzw. des Planungs- und Baurechtes zu hinterfragen, sind die Überlegungen zu einem **Neubau eines EDEKA Neukauf** und mit einer Filiale eines Bekleidungsdiscounters.

Abb. 6 Gewerbebrache Kreuzung Bayreuther / Röntgenstraße



Quelle: Foto RRV 2006

Bei einer Verkaufsfläche von 1.500 qm (EDEKA) und 400 qm (Bekleidungsdiscounter) (insgesamt ein Baukörper von 2.100 qm) und 160 Parkplätzen, wie sie in einer Voranfrage angedeutet wurden, wäre eine **Sondergebietsausweisung** für großflächigen Einzelhandel (nach §11 Abs. 3 Bau NVO) nötig. Damit sind die noch zulässigen Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten anzuwenden.

Der heutige Markt auf der gegenüberliegenden Straßenseite (stadtauswärts in der Bayreuther Straße) hat eine geschätzte Verkaufsfläche von 950 qm und ist damit trotz der 2004 erneuerten Inneneinrichtung **nicht mehr zeitgemäß**. Hinzu kommt ein **ungeordneter, beengter Parkplatz**. Der Pachtvertrag läuft noch vier Jahre.

Abb. 7 Derzeitiger EDEKA Neukauf



Quelle: Foto RRV, 2004

Nach dem SEEK von 2004 sind für einen Verbrauchermarkt (aggregiert) noch 1.240 qm und für den Food-Bereich davon 973 qm erlaubt (SEEK 2004, Kap. V 8.2.). Somit müssten **triftige Argumente** vorgebracht werden, um die angedachten Verkaufsflächen von 1.500 qm zu erlauben. So sollten ggf. Veränderungen in der Größe bzw. den Einwohnerzahlen im Marktgebiet, die sich im Rahmen der Aktualisierung ergeben, eingerechnet werden. Auch müsste betont werden, dass es sich um eine Marktanpassung handelt und die Fläche des heutigen Marktes, der dann geschlossen wird, „gegengerechnet“ werden muss. Die Ansiedlung eines Bekleidungsdiscounters hingegen stellt - auch innerhalb einer großflächigen Einrichtung - kein Problem dar, da laut SEEK 2004 im Bereich Textilien (aggregiert) bzw. bei einem Textil-Fachmarkt noch eine zulässige zusätzliche Verkaufsfläche von 431 qm bzw. 564 qm (bei der engen Definition des Verflechtungsbereiches) zulässig wäre.

Positiv zu werten wäre eine verbindliche **Zusicherung** der Geschäftsleitung von EDEKA (wie sie bei der Voranfrage schon angedeutet wurde), den EDEKA „nah&gut“-Markt am Stadtplatz bei einer positiven Entscheidung bzgl. einer Umsiedlung in der Bayreuther Straße für die nächsten zehn Jahre als **Standort in der Innenstadt zu erhalten**. Falls der Standort dennoch geschlossen wird, würde man eine monatliche Abstandszahlung leisten. Jedoch sollte diese auch „schmerzlich“ sein, da der zugesicherte Erhalt, der insbesondere für ältere und immobile Bürger sowie im Sinne eines lebendigen Stadtplatzes für Kernnath von hoher Bedeutung ist. Jedoch war 2003/2004 im „nah&gut“-Markt noch eine gute Kundenfrequenz zu verzeichnen und die Innenstadt mit ihren Fachgeschäften auch im Lebensmittelbereich wurde als Einkaufsziel relativ gut angenommen (SEEK 2004, Kap. V 4.2.). Dies lässt auf eine Zukunftsfähigkeit der EDEKA-Einrichtung am Stadtplatz schließen. Die Stadt und alle Akteure in der Innenstadt müssen und können diesen Standort mit sichern (s. Empfehlung im SEEK 2004 zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt unter Kap. VIII 5.1).

Als ein weiteres Argument für die Zulässigkeit einer Verkaufsfläche leicht über dem im SEEK 2004 errechneten Wert wäre ähnlich wie bei ALDI angewandt die kundenfreundliche Gestaltung mit mehr Raum zwischen den Warenangeboten für die Kunden. Wenn

EDEKA an diesem Standort beispielsweise das Konzept eines **seniorengerechten Marktes** mit breiteren Gängen und eine übersichtlicheren Warenpräsentation verfolgt, sollte bei der Flächen- bzw. Kaufkraftabschöpfungsberechnung berücksichtigt werden, dass die Verkaufsflächen zwar höher sind, jedoch ohne eine Sortimentsverbreiterung und eine höhere Kaufkraftbindung.

Problematisch würde sich jedoch die **Folgebrache** des bisherigen Neukauf-Marktes auswirken. Die Nachnutzungsüberlegungen gehen in Richtung Textil. Der hier gegebene Bedarf an Flächen müssten nach einer Ansiedlung eines Bekleidungsdiscounter neu berechnet werden. Ansiedlungen mit innenstadtrelevanten Sortimenten, die in der Stadt Kemnath derzeit noch gut in der Innenstadt positioniert sind (z.B. Firma Stich aber auch NKD), sollten sehr vorsichtig angegangen werden. Aber auch ein weiterer, noch nicht ansässiger Discounter (z.B. Lidl), wäre ebenfalls im Sinne der vorliegenden Berechnungen nicht wünschenswert.

▪ **Weitere mögliche Umsiedlungen im Bereich der Bayreuther Straße**

Bereits bei der Erstellung des SEEK 2004 musste die Norma Filiale als nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen gerecht eingestuft werden. Eine Umsiedlung in den heutigen NETTO- oder Neukauf-Standort wäre auch im Sinne der im SEEK 2004 vertretenen Strategie zu befürworten.

3.3 Bevölkerungsentwicklung und Pendlerbeziehungen im Marktgebiet von Kemnath

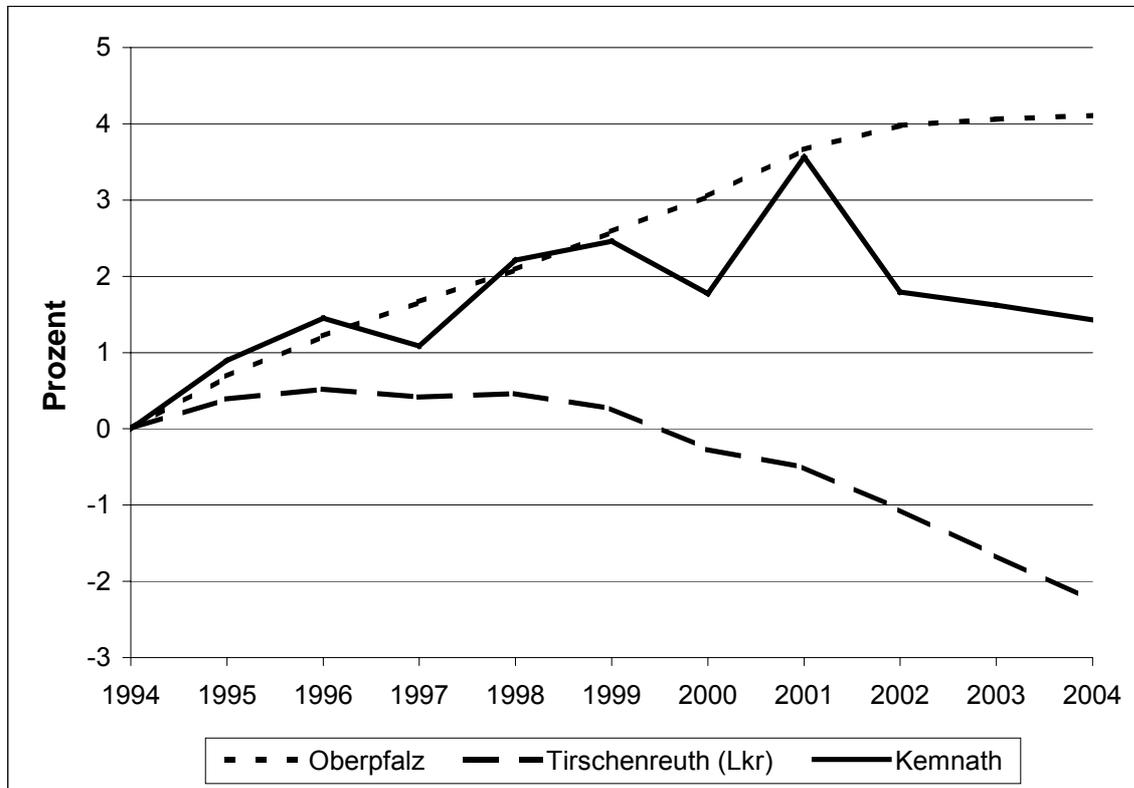
Zur erneuten Beurteilung der Ausgewogenheit der Einzelhandelsstruktur in Kemnath bzw. dem Erreichen eines einem Mittelzentrum entsprechenden Angebotes ist es nötig, das 2004 ermittelte Marktgebiet zu überprüfen. Die Marktgebietsabgrenzung im Rahmen des SEEK von 2004 bildet die Grundlage für die Darstellung der Bedeutung von Kemnath als Einzelhandelsstandort sowie für Aussagen zu Kaufkraftpotenzialen, Bedarfen und z.T. auch zur Ermittlung von noch zulässigen Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten. Die Abgrenzung erfolgte dabei anhand **mehrerer Kriterien**, um zu einem möglichst breit abgesicherten Ergebnis zu gelangen.

Da eine erneute Befragung der Bürger und ausführliche Strukturanalysen nach einer so kurzen Zeitspanne als nicht angemessen erscheinen, sollen v. a. **zwei wesentlichen Punkte (Bevölkerungszahlen und Pendlerbeziehungen) aktualisiert** werden und ggf. darauf aufbauend eine nötige Anpassung vorgenommen werden. Angesichts der in Nordbayern aktuellen Diskussion im Hinblick auf den demographischen Wandel soll v.a. ein Blick auf die **Bevölkerungsentwicklung** in den **letzten Jahren** sowie auf Prognosen für die Bevölkerungsentwicklung **bis 2020** gelenkt werden. Ferner hat sich in Kemnath **seit 2001 in der Wirtschaftsstruktur** u.a. mit der Ansiedlung des Logistikunternehmens Simon Hegele Gesellschaft für Logistik und Service mbH einiges getan, was ggf. auch auf die Pendlerbeziehungen Einfluss hat.



Im Vergleich mit dem Landkreis hat sich in der Bevölkerungszahl Kemnaths in den letzten zehn Jahren sehr positiv entwickelt, wobei die jährlichen Schwankungen bei der Stadt deutlicher hervortreten (s. Abb. 8). Die Stadt liegt anders als der Landkreis im guten Trend des Regierungsbezirkes Oberpfalz.

Abb. 8 Veränderung der Bevölkerung in der Oberpfalz, im Landkreis Tirschenreuth und in Kemnath 1994-2004 in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung Bayreuth, 2006, Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung

Auch für die Zukunft zeigt sich angesichts der in weiten Teilen Nordostbayerns z.T. hohen Betroffenheit bei Bevölkerungsrückgang und Alterung für die Stadt Kemnath eine relativ erfreuliche **Prognose bis 2020**. Damit wird das Marktgebiet stabilisiert. Jedoch sollte man bei den zukünftigen Einzelhandelsentwicklungen das **Thema Alterung** nicht aus den Augen verlieren. Das Einkaufsverhalten und die Ansprüche an das Warenangebot der älteren Menschen gilt es zu beachten. So nimmt z.B. die Mobilität (zu Fuß und mit dem eigenen Fahrzeug) mit dem Alter ab oder es werden bei einem hohen Anteil an Ein-Personen-Haushalten verstärkt kleinere Packungsgrößen nachgefragt. In diesem Zusammenhang soll auch noch einmal auf die Bedeutung des EDEKA-Geschäftes am Stadtplatz hingewiesen werden.

Die nachfolgenden Zahlen über mögliche Bevölkerungszahlen 2020 in der Stadt Kemnath stützen sich auf den „**Wegweiser Demographischer Wandel**“, ein Informations- und Frühwarnsystem für Kommunen, welches im Internet für Jedermann auf Seiten der Ber-

telsmannStiftung abzurufen ist¹⁹. Der demographische Wandel ist eine der zentralen Herausforderungen für die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft. Für alle Kommunen Deutschlands mit mehr als 5.000 Einwohnern beinhaltet er Daten, Prognosen und Handlungskonzepte für die kommunale Praxis und gibt damit einen Überblick auf die prognostizierte demographische Entwicklung. Eine zukunftsorientierte und **demographiesensible Steuerung** der Kommunen wird zu einem der Erfolgsfaktoren in der Zukunft. Der „Wegweiser Demographischer Wandel“ wurde von der Aktion Demographischer Wandel in Zusammenarbeit mit kommunalen Praktikern und Wissenschaftlern (u.a. Institut für Entwicklungs- und Strukturforschung an der Universität Hannover GmbH, Statistisches Bundesamt, BBR) erarbeitet

Eine Beschränkung des Untersuchungsrahmens auf Gemeinden mit mindestens 5.000 Einwohnern ermöglicht belastbare Analysen und Prognosen ohne die kleinräumigen Betrachtung für die Erstellung von Handlungskonzepten außer Acht zu lassen. Dennoch darf nicht vergessen werden, dass je kleiner die zu betrachtende räumliche Einheit wird, umso schlechter die **Datenverfügbarkeit** und die **Aussagefähigkeit** von Bevölkerungsprognosen werden. Die genaue Methodik der Prognose kann im Internet nachgelesen werden. Eine Beschreibung würde den Rahmen der vorliegenden Untersuchung sprengen, sie ist jedoch als relativ belastbar einzustufen, da neben den demographischen Ausgangsdaten auch Daten über die wirtschaftliche Situation, Wohnen u.ä. einfließen. Ferner ist ein besonderes Merkmal des Wegweisers eine Clusteranalyse, die für die Siedlungsstrukturtypen die Aussagen zusätzlich stützt. Auf Basis ausgewählter, hochgradig demographierelevanter Daten wurden die betrachteten Kommunen in 15 Demographietypen eingeteilt.

Die **Stadt Kemnath** als eine Gemeinde im Siedlungsstrukturtyp Typ IX „Ländliche Räume - Ländliche Kreise geringerer Dichte“ liegend, wurde dem **Demographietyp Typ 1 „Stabile Mittelstädte und regionale Zentren mit geringem Familienanteil“** zugeordnet. Die Ausgangswerte für die Prognose waren eine Bevölkerung von 5.331 Personen und eine Einwohnerdichte von 1 EW/ha im Jahr 2003. Der Anteil von 64,9 % Beschäftigten im 2. Sektor liegt relativ hoch (zum Vergleich 55,2 % im Landkreis Tirschenreuth), die Zahl der Beschäftigten im 3. Sektor mit 33,9 % liegt deutlich unter dem Durchschnitt im Landkreis und im Freistaat (40,9 % bzw. 60,4 %).

Unter den **gegebenen Ausgangsbedingungen** und mit der angewandten Methodik ergibt sich nach dieser Prognose eine für die Stadt Kemnath **recht erfreuliche Bevölkerungsvorhersage** (s. Tab. 1). Als eine Stadt aus dem Demographietyp 1 war **Kemnath** in den letzten Jahren von einer geringen Bevölkerungsdynamik gekennzeichnet. Dies prägt auch die Jahre bis 2020, es sind für diesen Demographietyp **nur geringe Veränderungen**, oder wie im Falle von Kemnath leichte Zunahmen bei der Bevölkerungszahl zu prognostizieren. Ein eher geringer aber stabiler Familienanteil (in einer katholisch geprägten Gemeinde mit einem hohen Fertilitätsindex, d.h. Geburten pro Frau im Bundesvergleich) sowie ein durchschnittlicher Alterungsprozess prägen die Entwicklung. Für Kommunen in dieser Kategorie ist eine stabile ökonomische Entwicklung typisch, die aus Sicht des Gutachters auch für Kemnath als sehr wahrscheinlich erachtet wird.

¹⁹ http://www.wegweiserdemographie.de/common/wegweiser/html/wegweiser_entwicklung.html oder www.aktion2050.de/wegweiser



Tab. 1 Bevölkerungsstruktur heute und 2020

Merkmal	Kemnath	LK Tirschenreuth	Bayern
Bevölkerung 1996-2003 (%)	0,2	-2,2	3,2
Bevölkerung 2003-2020 (%)	2,3	-7,4	2,2
Frauenanteil an den 20 bis 34-Jährigen (%)	49,2	48,4	49,6
Fertilitätsindex (%)	7,8	3,3	1,6
Familienwanderung (pro 1.000 Ew.)	0	-0,5	4,9
Bildungswanderung (pro 1.000 Ew.)	-14,5	-18,2	24,5
Durchschnittsalter 2003 (Jahre)	40,3	41,5	41,2
Durchschnittsalter 2020 (Jahre)	47,0	46,9	45,4
Anteil unter 18-Jährige 2003 (%)	20,5	20,0	19,1
Anteil unter 18-Jährige 2020 (%)	15,1	15,1	15,5
Anteil 60- bis 79-Jährige 2003 (%)	19,1	20,7	19,5
Anteil 60- bis 79-Jährige 2020 (%)	23,9	24,2	22,2
Anteil ab 80-Jährige 2003 (%)	4,0	4,5	4,2
Anteil ab 80-Jährige 2020 (%)	9,1	8,6	7,0

Quelle: <http://www.wegweiserdemographie.de/prognose/datenausgabe/jsp/ausgabe/ausgabe.-jsp?gkz=09377129&typ=1&indikatorenwahl=1&datenbezug=1>

Die **Herausforderung** für diesen Demographietyp ist es, den „Wandel ohne Wachstum“ zu gestalten. Auf Nullwachstum oder gar Schrumpfung sind die raumplanerischen Instrumente bislang nicht eingestellt. Wichtig ist es, die nicht dramatische Lage dennoch ernst zu nehmen und die Sicherung der Lebensqualität sowie die Daseinsvorsorge auf lokaler Ebene im Zusammenwirken mit dem Umland im Auge zu behalten. Die **regionale Perspektive**, wie schon im SEEK 2004 vorgeschlagen, ist für die kommunale Zukunftsgestaltung unerlässlich. Wichtig ist es, somit die **Zentrumsfunktionen** v. a. auch im Bereich des Einzelhandels zu erhalten bzw. zu stärken.

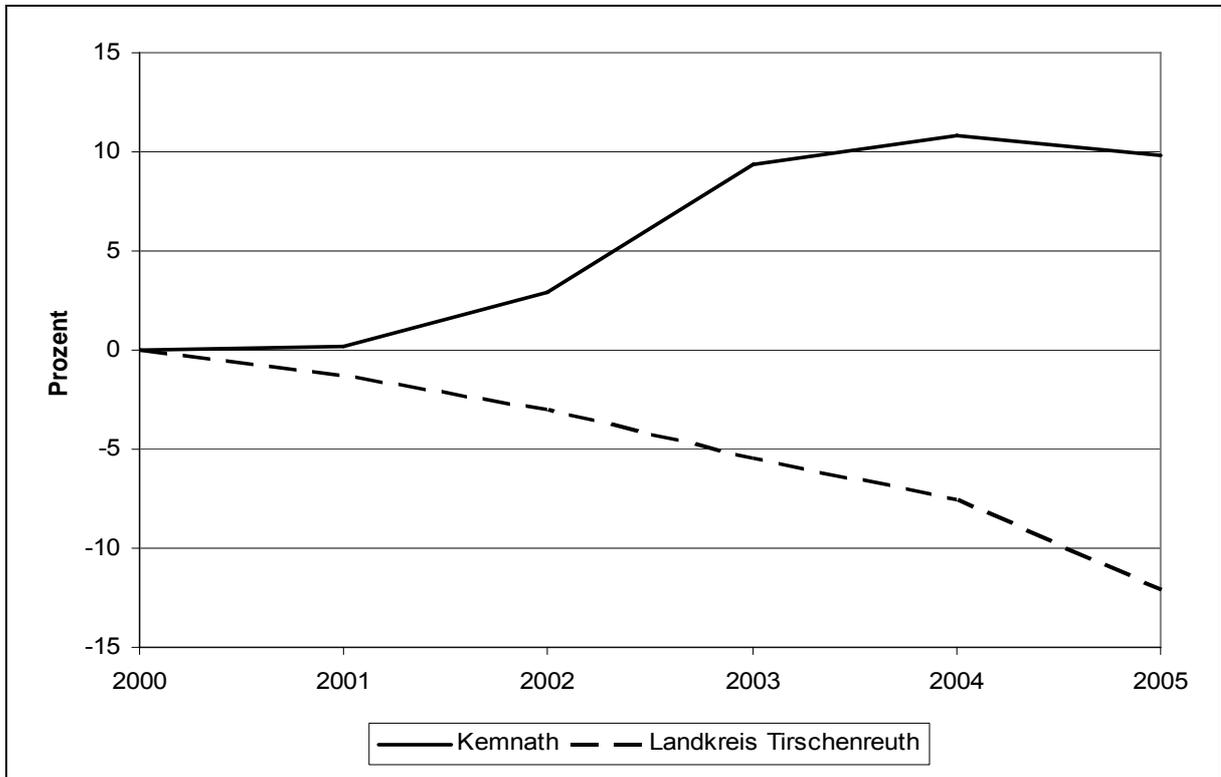
Die Einstufung in diesen Demographietyp und die recht positive Prognose für die Stadt Kemnath hängt v.a. von der **Wirtschaftsentwicklung ab 2000 ab**. Im Jahr 2005 (Stand 31. Juli) konnte die Stadt Kemnath mit 2.786 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort auf einen Anstieg der Beschäftigtenzahlen um ca. 10 % zurückblicken. Im Landkreis Tirschenreuth hingegen war in derselben Zeit ein deutlicher Rückgang der Arbeitsplätze zu verzeichnen. Im Juli 2005 fanden 19.106 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Landkreis einen Arbeitsplatz (entspricht ca. -12 %, s. Abb. 9).

Was den zweiten wichtigen Indikator, die **Pendlerbeziehungen**, betrifft so lässt sich für das Jahr 2005 festhalten, dass die Stadt Kemnath ihre Position als Einpendlerort behaupten, ja leicht ausbauen konnte. In Kemnath stehen im Juli 2005 2.786 Arbeitsplätze zur Verfügung, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte sind zum selben Zeitpunkt 1.848 Personen in Kemnath wohnhaft. Hiervon pendeln 1.083 Personen aus. Gleichzeitig sind



2.021 Einpendler in die Stadt zu verzeichnen. Im Jahr 2002 standen in Kemnath 1.845 Einpendler 1.126 Auspendlern gegenüber. Damit verzeichnete Kemnath 2002 wie 2005 einen Einpendlerüberschuss von 719 Personen. Der Einpendleranteil ist jedoch von 70,6 % leicht auf 72,5 % gestiegen und der Auspendleranteil leicht gesunken (von 59,5 % auf 58,6 %)

Abb. 9 Veränderung der Sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Kemnath und Landkreis Tirschenreuth 2000-2005 in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2006, Agentur für Arbeit, Weiden

Die **Herkunft der Einpendler** hat sich seit 2002 leicht zugunsten der näher gelegenen Einzugsbereiche verschoben. So kommen heute weniger Einpendler aus den Bundesländern Sachsen, Thüringen und den übrigen bayerischen Regierungsbezirken (mit Ausnahme von Oberfranken). Die Zahl der Oberpfälzer und Oberfranken bei den Einpendlern hat hingegen zugenommen (s. Tab. 2). Der Anteil der Einpendler aus dem Regierungsbezirk Oberpfalz liegt damit konstant bei 63,8 % und der Landkreis Tirschenreuth ist nach wie vor dominant. Bezüglich der Ab- oder Zunahmen aus einzelnen Gemeinden lässt sich kein neues Muster ausmachen. So kommen etwas mehr Personen als 2002 z.B. aus Neusorg, Trabitze und Pullenreuth sowie weniger aus Grafenwöhr und Kulmain.

Tab. 2 Herkunftsgemeinden der Einpendler nach Kemnath 2005 (und 2003)

Herkunftsregion	Personen	Herkunftskreis	Personen	Herkunftsgemeinde	Personen
Oberpfalz	1.291 (1.177)	Weiden i.d.OPf., Stadt	21		
		Landkreis Neustadt an der Waldnaab	321	Neustadt am Kulm, Stadt	79
				Pressath, Stadt	53
				Grafenwöhr, Stadt	29
				Trabit	32
				Speinshart	22
				Eschenbach i.d.OPf., Stadt	25
				Vorbach	15
				Kirchenthumbach, Markt	18
				Windischeschenbach, Stadt	7
				Übrige Gemeinden (Kreis)	41
		Landkreis Tirschen- reuth	919	Kulmain	237
				Immenreuth	126
				Erbendorf, Stadt	129
				Kastl	109
				Neusorg	76
				Pullenreuth	57
				Ebnath	32
				Krummennaab	25
				Waldershof, Stadt	21
Reuth b.Erbendorf	16				
Brand	18				
Übrige Gemeinden (Kreis)	73				
sonst. Oberpfalz	30				
Oberfranken	586 (494)	Bayreuth, Stadt	114		
		Landkreis Bayreuth	342	Speichersdorf	191
				Weidenberg, Markt	29
				Kirchenpingarten	40
				Mehlmeisel	15
				Fichtelberg	7
		Übrige Gemeinden (Kreis)	60		
Landkreis Wunsiedel	69	Marktredwitz, Stadt	22		
		Nagel	13		
		Übrige Gemeinden (Kreis)	34		
sonst. Oberfranken	61				
sonst. Bayern	43 (56)				
Sachsen	43 (50)				
Thüringen	16 (29)				
Tschechische Republik	22 (16)				
Übrige (Bundes) Länder	20 (23)				
Einpendler insgesamt	2.021 (1.845)				

Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2006Agentur für Arbeit Weiden, Stichtag 30.06

Hinsichtlich der **Zielgemeinden** der Auspendler gab es ebenfalls kaum Verschiebungen. 62,2 % Prozent der Auspendler arbeiten in der Oberpfalz, wobei die Landkreise Tirschenreuth mit 221 Personen (20,4 %) und Neustadt an der Waldnaab mit 280 Personen (25,8 %) die Schwerpunkte bilden.

Da einpendelnde Arbeitnehmer vom Konsumverhalten her sich oft am Arbeitsstandort versorgen, fließt hier der Stadt auch Kaufkraft zu. Umgekehrt geht mit Kernrather Auspendlern Kaufkraft verloren. Die Quellgemeinden der Einpendler und die Zielgemeinden der Auspendler 2005 **stützen** damit nach wie vor die **Marktgebietsabgrenzung** des SEEK von 2004. Die leichte Zunahme der Einpendleranteile aus näher gelegenen Quellgebieten können für die in Kernath bindbare Kaufkraft eher als positiv gewertet werden, Nahbereichspendler kaufen ggf. mehr in der Stadt ein als Pendler, die weite Wege zurücklegen.

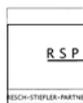


4. ZWISCHENFAZIT: FOLGEN DER VERÄNDERUNGEN FÜR DIE MARKTGEBIETS- ABGRENZUNG UND DIE ZULÄSSIGEN VERKAUFSFLÄCHEN IN EINZELHANDELSGROßPROJEKTEN

Wie in Kapitel 3 aufgezeigt haben sich seit der Erstellung des SEEK 2004 einige wenn auch leichte Veränderungen ergeben, die Bedeutung für die Abgrenzung bzw. die Größe des Marktgebietes und die landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten besitzen, Diese gilt es nun im nächsten Schritt zu überprüfen. Die Abgrenzung des Marktgebietes 2003/2004 erfolgte dabei anhand **mehrerer Kriterien**, um zu einem möglichst breit abgesicherten Ergebnis zu gelangen. Dazu zählten Landes- und regionalplanerische Aussagen, Pendlerverflechtungen, Ergebnisse eines Gravitations- und Potenzialmodells, Beurteilung der Konkurrenzsituation und empirische Ergebnisse aus der Bevölkerungs- und Einzelhändlerbefragung sowie der Einzelhandelskartierung. Die landes- und regionalplanerischen Aussagen zu Verflechtungsbereichen haben sich nicht verändert. Die Aufstellung eines neuen Gravitations- und Potenzialmodells und eine Neubeurteilung der Konkurrenzsituation im Gesamttraum erscheint daher nicht nötig.

Die Abgrenzung mittels des 2004 angewandten **Gravitationsmodells** kann auch ohne neue Erhebungen als weitestgehend stimmig eingeschätzt werden (s. SEEK von 2004 Karte 13). Insbesondere bzgl. der Einzelhandelsumsätze dürften sich im Gesamttraum kaum Veränderungen ergeben haben. In keiner der Gemeinden sind größere Veränderungen im Einzelhandel bekannt. Im Hinblick auf die sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten konnte Kemnath seine Position sogar leicht stärken (s. Abb. 9). Bezüglich der **Einkaufswahrscheinlichkeiten**, die mittels eines Potentialmodells ermittelt wurden (s. SEEK von 2004, Tab. 16) kann ebenfalls von einem Weiterbestand ausgegangen werden. Die anstehende **Ansiedlung von ALDI** könnte jedoch die Einkaufswahrscheinlichkeit insbesondere aus den Gemeinden im westlichen und nördlichen Einzugsbereich (s. auch Karte 5 mit den heutigen ALDI-Standorten im Umfeld) erhöhen.

Der Schwerpunkt der Argumentation für eine Neuabgrenzung bzw. Neuberechnung des Marktgebietes wird damit auf die Bevölkerungsentwicklung und die aktuellen Pendlerbeziehungen gelegt. Angesichts der nur leichten Zunahmen bei den Einpendlern und der gefestigten wirtschaftlichen Position der Stadt Kemnath kann das 2003/2004 **abgegrenzte Marktgebiet für den Kemnather Einzelhandel** als weiterhin plausibel erachtet werden (vgl. Tab. 3; Karte 6). Eine räumliche Ausdehnung in Richtung Norden um die Gemeinden Nagel und Mehlmeisel sowie ein Erhöhung der Prozentzahlen insb. in den westlichen Bereichen kann wegen der Ansiedlung von ALDI angenommen werden. Da jedoch für landesplanerische Berechnungen nach wie vor die festgeschriebenen Nahbereiche bzw. Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels (von GfK PRISMA Institut ermittelt, der im Falle Kemnaths im SEEK 2004 bereits als nicht als nachvollziehbar bezeichnet werden musste) herangezogen werden, sollte das Marktgebiet beibehalten werden. Für die anstehenden und angedachten Ansiedlungen (s. Kap. 3.2.) ist bei Berechnungen von landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen, da es sich in erster Linie um Lebensmittel-Discounter und Verbrauchermärkte (und somit um innenstadtrelevante Sortimente des



kurzfristigen, täglichen Bedarfs) handelt, der **Nahbereich** (entspricht in der vom Gutachter vorgenommenen Marktgebietsabgrenzung dem Kernbereich) relevant. Bei Berechnungen zu innenstadtrelevanten Sortimenten des sonstigen Bedarfs muss nach landesplanerischen Gesichtspunkten der **Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels** einbezogen werden.

Das **abgegrenzte Marktgebiet für den Kemnather Einzelhandel** 2004 und 2006 besteht damit aus:

- Dem **Kernbereich** mit der Stadt Kemnath als Hauptort und den Gemeinden Immenreuth, Kastl und Kulmain und
- dem **Ergänzungsbereich** mit daran anschließenden Gemeinden, die allerdings nicht als Ganzes, sondern zu unterschiedlichen Prozentsätzen mit zum Marktgebiet gezählt werden. Hintergrund hierfür sind vornehmlich die abnehmenden Verflechtungsintensitäten, zunehmende Distanzen und der zunehmende Einfluss umgebender Konkurrenzstandorte:
 - zu ca. 30 Prozent der Einwohnerzahl: Speichersdorf/Kirchenlaibach, Neustadt am Kulm und Trabitze,
 - zu ca. 20 Prozent der Einwohnerzahl: Speinshart, Brand, Ebnath und Neusorg,
 - zu ca. 10 Prozent der Einwohnerzahl: Erbdorf, Pressath und Pullenreuth.

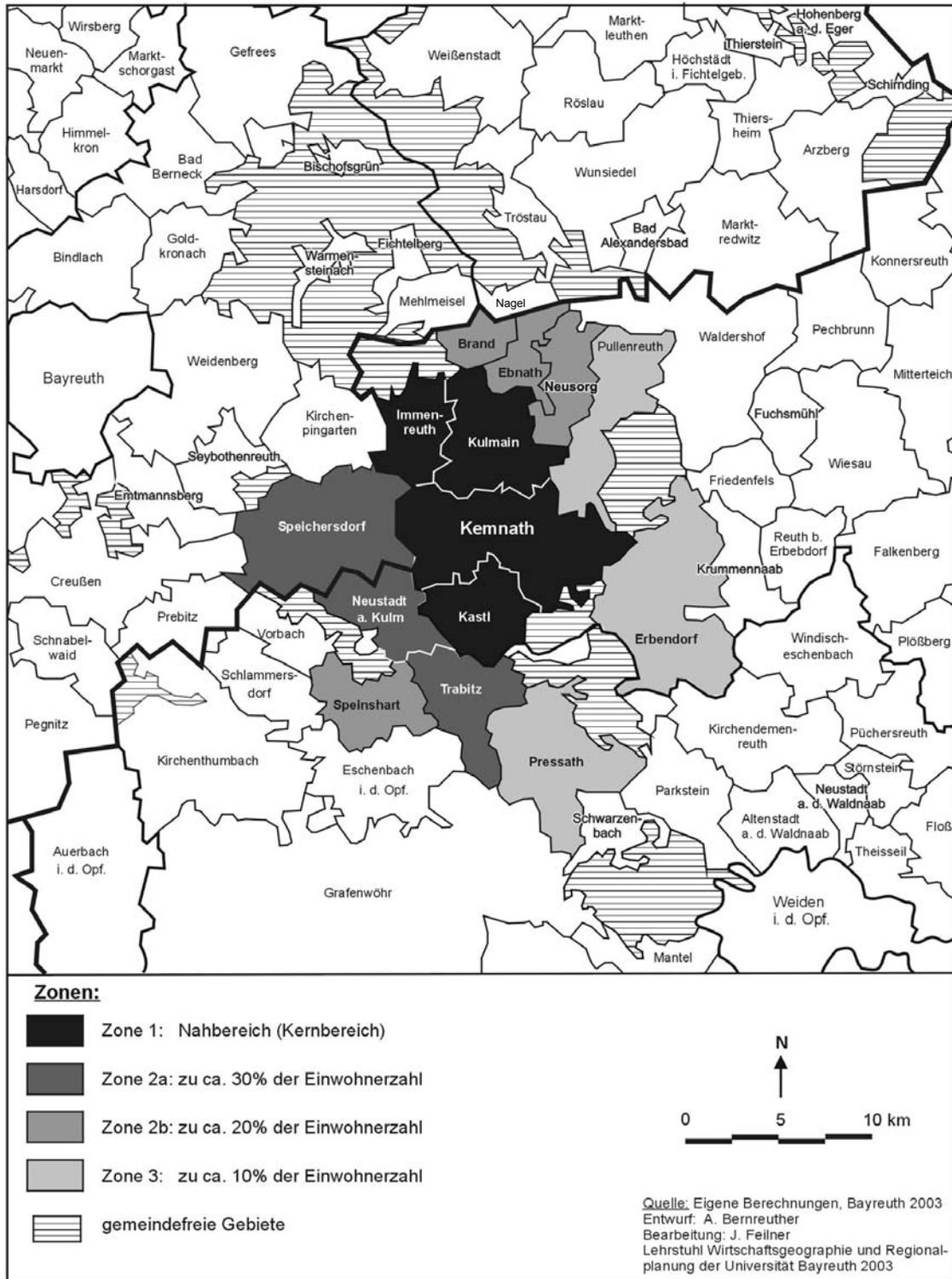
Eventuell könnte überlegt werden, ob einen 5 prozentigen Anteil der Einwohner von **Mehlmeisel, Nagel und ggf. auch Kirchenpingarten** (aus den Nahbereichen von Warmensteinnach-Fichtelberg, Tröstau und Weidenberg) mit den Argumenten der ehemaligen Landkreisbeziehungen, der besseren Anbindung sowie v.a. der Neuansiedlung von ALDI und seiner Attraktivität anzurechnen ist.

Langfristig gesehen muss festgehalten werden, dass die **Bevölkerungsprognose** für die Stadt Kemnath weiterhin für das Marktgebiet eine stabile Einwohnerzahl erwarten lässt. Die **Alterung** der Bevölkerung sollte jedoch von den Akteuren der Stadt und des Einzelhandels nicht außer Acht gelassen werden. Seniorengerechte Angebote mit großzügigen Parkmöglichkeiten sind daher ebenso zu befürworten wie der Erhalt des innerstädtischen Angebotes für weniger mit eigenem PKW fahrende ältere Bürger.

Tab. 3 zeigt einen **minimalen Rückgang der Einwohnerzahl im Marktgebiet**. Die Hinzurechnung von 5 % der Einwohner von Nagel, Mehlmeisel und Kirchenpingarten würde ein Plus von ca. 235 Personen bedeuten. Auf den Nahbereich, der für Ansiedlungen aus dem Bereich des Lebensmitteldiscountes relevant ist, haben diese Überlegungen jedoch keinen Einfluss. Hier ist der Rückgang der Einwohnerzahlen mit 4 Personen nur minimal.



Karte 6 Räumlicher Überblick über das abgegrenzte Marktgebiet für Kemnath 2003 wie 2006



Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2003/2006

Tab. 3 Bereiche, Gemeinden und Einwohner im Marktgebiet von Kemnath 2003 und 2005

Bereiche des Marktgebietes und dazugezählte Gemeinden	Einwohner am 30.06.2003	Einwohner am 31.12.2004
Kernbereich		
Kemnath	5.314	5.321
Kulmain	2.402	2.405
Kastl	1.381	1.398
Immenreuth	1.907	1.876
Summe Kernbereich	11.004	11.000
Ergänzungsbereich		
zu ca. 30 Prozent der Einwohnerzahl		
Speichersdorf/Kirchenlaibach	1.869	1.874
Neustadt am Kulm	396	396
Trabitzen	434	422
zu ca. 20 Prozent der Einwohnerzahl		
Speinshart	230	234
Brand	243	241
Ebnath	284	280
Neusorg	411	405
zu ca. 10 Prozent der Einwohnerzahl		
Erbendorf	542	539
Pressath	473	467
Pullenreuth	192	191
Summe Ergänzungsbereich	5.074	5.050
Summe gesamtes Marktgebiet	16.078	16.050

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2003, 2006) / Einwohnerzahlen 2003 nach Auskunft der Landratsämter Bayreuth, Tirschenreuth und Neustadt a. d. Waldnaab, 2004

Diese nur geringen Veränderungen der Einwohnerzahlen im Marktgebiet sowie die Annahme, dass sich das durchschnittliche Kaufkraftniveau für das Marktgebiet nicht wesentlich verändert hat rechtfertigen keine vollständige Neuberechnung der noch zulässigen Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten. Daher werden die Tabellen aus dem SEEK 2004 hier übernommen und auf die Erläuterungen dort verweisen.

Im Bereich der **zentrenrelevanten Güter des kurzfristigen Bedarfs** (vgl. Tab. 4) sind die Möglichkeiten somit für die großflächigen Vertriebsformen v.a. im Lebensmitteleinzelhandel nach wie vor relativ beschränkt. Dies gilt insbesondere für SB-Warenhäuser oder Verbrauchermärkte, die definitionsgemäß meist mit Verkaufsflächen betrieben werden, die deutlich über den hier genehmigungsfähigen liegen. So auch das angedachte **Vorhaben von EDEKA**. Jedoch ist die Regierung der Oberpfalz bei der Genehmigung des **ALDI-Marktes** den Argumenten Kundenorientierung (im Hinblick großzügiger Verkauf- und Kassenräume) und Kundenwunsch („wenn Discounter dann ALDI“) entgegengekommen



und hat damit bei den Konkurrenzunternehmen entsprechende Reaktionen wie Marktpassungen (EDEKA, Norma, Netto) und ggf. auch Anfragen für weitere Neuansiedlungen (z.B. von Lidl oder Plus) beschleunigt.

Tab. 4 Noch zulässige Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten in Kemnath mit überwiegend zentrenrelevanten Gütern des kurzfristigen Bedarfs 2003 wie 2006

Hauptsortiment	Abschöpfungsquote (in Prozent)	Kaufkraft Nahbereich (in Mio. €)	max. noch zulässige Verkaufs- fläche (in qm)
Zentrenrelevant (kurzfristiger Bedarf)			
SB-Warenhaus (aggregiert)	25	21,3	1.211
SB-Warenhaus (Food-Bereich)	25	21,3	840
Verbrauchermarkt (aggregiert)	25	21,3	1.240
Verbrauchermarkt (Food-Bereich)	25	21,3	973
Supermarkt	25	21,3	1.120
Discounter	25	21,3	708
SB-Markt*	25	21,3	1.488
Metzgerei*	25	21,3	718
Bäckerei*	25	21,3	973
Feinkostgeschäft*	25	21,3	694
Getränkemarkt	25	21,3	2.083
Tabakwarenfachgeschäft*	25	21,3	386
Drogerie(-markt)	25	1,5	120

* nur zur Vollständigkeit, da per Definition i.A. nicht großflächig; Unterscheidung im Einzelfall wichtig

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2003/2006)/BBE (1998), Struktur und Marktdaten, München/BAYSTMLU (2003) (Hrsg.), Landesentwicklungsprogramm Bayern 2003, München

Bei **zentrenrelevanten Gütern des sonstigen Bedarfs** (vgl. Tab. 5) sind und bleiben Grenzen ebenfalls sehr eng gesetzt, so dass größtenteils kein marktangepasstes Einzelhandelsgroßprojekt genehmigungsfähig ist. Da jedoch wie schon 2003 angesprochen, dies v.a. an den äußerst **restriktiven offiziellen Annahmen zum Verflechtungsbereich** des innerstädtischen Einzelhandels liegt und diese Abgrenzungen aus den 1990er Jahre stammen, sollen auch in der Aktualisierung zum Vergleich die zusätzlich Berechnungen auf der **Basis des abgegrenzten Marktgebietes** (wie 2004) genannt werden.

Die Stadt Kemnath hat das Argument der zu engen Abgrenzung entsprechend der Handlungsempfehlungen von 2004 auch bereits an den geeigneten Stellen vorgetragen.

Für die Ergebnisse der Berechnungen bei **nicht zentrenrelevanten Gütern** (vgl. Tab. 56) sei nochmals darauf hingewiesen, dass es sich hierbei nur um **sehr grobe Abschätzungen** handelt, da hierfür eigentlich der jeweilige, spezifische Einzugsbereich eines konkreten Ansiedlungsprojektes herangezogen werden müsste.



Tab. 5 Noch zulässige Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten in Kemnath mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten des sonstigen Bedarfs

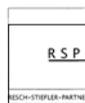
Hauptsortiment	Abschöpfungsq ote	Max. Kaufkraft innerstädt. Ver- flechtungsbe- reich (in Mio. €)	max. noch zu- lässige Ver- kaufsfläche (in m ²)	Max. Kauf- kraft ges. Marktgebiet (in Mio. €)	max. noch zulässige Verkaufsflä- che (in m ²)
zentrenrelevant (sonstiger Bedarf)				Nur zum Vergleich!	
Apotheken	30	3	49	5,3	86
Baby-/Kinderausstattung	30	0,1	17	0,2	34
Buchhandel	30	0,7	33	1,2	56
Bürofachhandel mit Vollsortiment*	30	3,1	101	5,6	183
Parfümerie	30	1,2	44	2,1	77
Elektrogeräte/Leuchten	30	0,8	69	1,4	121
Fahrräder (Fachgeschäft)	30	0,3	25	0,5	42
Fahrräder (Fachmarkt)	30	0,3	33	0,5	55
Fotofachgeschäft	30	0,4	18	0,6	27
Glas/Porzellan/Keramik/Geschenke	30	0,4	42	0,6	63
Lederwaren	30	0,2	17	0,3	26
Musikinstrumente/Musikalien	30	0,1	6	0,2	12
Optiker	30	0,4	16	0,7	27
Papier/Büro/Schreibw. (Fg. Abs. priv.)	30	0,7	44	1,3	81
Papier/Büro/Schreibw. (Fg. Abs. gesch.)	30	0,7	27	1,3	51
Papier/Büro/Schreibw. (Fachmarkt)	30	0,7	48	1,3	90
Reformhaus	30	0,2	12	0,3	18
Naturkost	30	0,2	13	0,3	20
Sanitätshaus	30	0,1	2	0,2	3
Schuhe (Fachgeschäft)	30	1	81	1,8	147
Schuhe (Fachmarkt)	30	1	107	1,8	192
Spielwaren (Fachgeschäft)	30	0,3	32	0,6	64
Spielwaren (Fachmarkt)	30	0,3	39	0,6	78
Sportartikel (Fachgeschäft)	30	0,8	67	1,4	117
Sportartikel (Fachmarkt)	30	0,8	78	1,4	137
Textil (aggregiert)	30	5	431	8,8	759
Herrenoberbekleidung	30	3,2	250	5,6	438
Damenoberbekleidung	30	3,2	226	5,6	396
Textil-EH mit gemischtem Sort.	30	5	587	8,8	1.033
Textil-EH (Großfilialist)	30	5	367	8,8	645
Textil-EH (Fachmarkt)	30	5	564	8,8	993
Uhren/Schmuck	30	0,6	17	1,1	31
Unterhaltungselektronik (Fg.)	30	1,3	76	2,3	135
Elektro/Elektronik (Fachmarkt)**	30	2,1	137	3,7	241
Zoofachhandel	30	0,1	12	0,3	35
Blumenfachgeschäft***	30	0,5	41	0,8	65
Bau-/Heimwerkerbedarf (Fm. Randsort.)	30	0,6	104	1	173
Gartenbedarf/-center (Randsortiment)	30	0,5	84	0,8	134
Möbel(häuser) (Randsortiment)	30	1,5	367	2,6	636

* Kaufkraftaddition Büromaschinen/-einrichtung/Computer und Papierwaren/Bürobedarf/Schreibwaren

** Kaufkraftaddition Elektorgeräte/Leuchten und Unterhaltungselektronik

*** Kaufkraft Gartenbedarf

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth 2003/BBE a.a.O./BAYSTMLU a.a.O.



Tab. 6 Grobe Abschätzung noch zulässiger Verkaufsflächen in Einzelhandelsgroßprojekten in Kemnath mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten

Hauptsortiment	Abschöpfungsquote (in %)	Max. Kaufkraft „mittlerer“ Einzugsbereich (in Mio. €)	Max. noch zulässige Verkaufsfläche (in m²)
nicht zentrenrelevant			
Autoteile/-zubehör (Fachmarkt)	25	2,9	177
Bau-/Heimwerkerbedarf (Fachmarkt)*	25/30	9,4	1.369
Eisenwaren mit gemischtem Sortiment**	25	8,8	827
Eisenwaren, Werkzeuge, Baubeschläge**	25	8,8	172
Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag (aggregiert)	25	2,0	239
Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag (Fachges.)	25	2,0	188
Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag (Fachmarkt)	25	2,0	326
Gartenbedarf/-center*	25/30	3,1	447
Möbelvollsortimenter/Möbelhaus*	25/30	12,5	2.608
Möbelmitnahmemarkt*	25/30	12,5	1.956
Küchenspezialist**	25	11,0	672
* Kaufkraftaddition Kern- und Randsortiment mit entsprechender Anwendung der Abschöpfungsquote			
** Kaufkraft Kernsortiment Baumarkt(-artikel) bzw. Möbel			

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth 2003/BBE a.a.O./ BAYStMLU a.a.O.

Für die dargelegten Werte der landesplanerisch noch zulässigen Verkaufsflächen sind wie im SEEK 2004 bereits erläutert, nicht die in Kemnath vorhandenen Verkaufsflächen ausschlaggebend, sondern nur Einwohner bzw. deren Kaufkraft im Nahbereich bzw. im Verflechtungsbereich und durchschnittliche Umsatzzahlen in den Branchen. Damit ändert sich der Wert bei einer Beurteilung der An- bzw. Umsiedlung von EDEKA neukauf unabhängig von den bis dahin realisierten Projekten (ALDI, Netto, Getränkemarkt) aus den zentrenrelevanten Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs nicht.

Jedoch sollte eine Entscheidung in der Stadt neben den rechtlich noch zulässigen Verkaufsflächen v.a. auch vom Bedarf an weiteren Einzelhandelsflächen im Bereich Lebensmittel abhängig gemacht werden. Für die Zukunft des Kemnather Einzelhandels wurden 2004 Aussagen über den Bedarf in verschiedenen Sortimentsbereichen getroffen. Dadurch wurde ein Über- bzw. Unterbesatz in verschiedenen Branchen festgestellt (s. SEEK 2004, Kap. V 7.) und ein **Anhaltspunkt für mögliche Bedarfe** ermittelt, der jedoch die Qualität sowohl der bestehenden Geschäfte als auch von möglichen Ansiedlungsprojekten nicht bewertete. Die Berechnungen basierten auf statistischen Durchschnittswerten und den vorhandenen Verkaufsflächen in den wichtigsten Bereichen im Kemnather Einzelhandel. Im Einzelnen sind die erhobenen, derzeit vorhandenen Verkaufsflächen, die



berechnete gebundene Kaufkraft und die sortimentspezifischen Raumleistungen²⁰ Grundlage der Bedarfsberechnungen. Die Differenz zwischen vorhandener Verkaufsfläche und (aufgrund der sortimentspezifischen Kaufkraft bzw. den Raumleistungen errechneten) theoretisch maximal möglicher Verkaufsfläche gibt so Anhaltspunkte für einen Unter- bzw. Überbesatz, insbesondere für den Lebensmittelbereich, wo sich bereits 2004 mit den in Kemnath ansässigen Lebensmitteldiscountern und -supermärkte ein deutlicher Überbesatz (s. Tab. 7) zeigt.

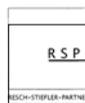
Tab. 7 Bedarfe im Kemnather Einzelhandel nach den wichtigsten Sortimentsbereichen 2003

Hauptsortiment	gebundene Kaufkraft (in Mio. €)	vorhandene Verkaufsfläche (in qm)-	maximale Verkaufsfläche (in qm)	Differenz zw. vorhandener & maximaler Verkaufsfläche (in qm)
zentrenrelevant (kurzfristiger Bedarf)				
Lebensmittel	20,3	4.880	3.834	-1.046
Drogerie/Körperpflege	1,5	670	481	-189
zentrenrelevant (sonstiger Bedarf)				
Textil/Schuhe/Lederwaren	3,2	1.070	936	-134
Sport/Freizeit	0,3	120	84	-36
Elektro/Elektronik	1,0	90	233	143
Foto/Optik	0,8	110	112	2
Papier/Büro/Schreibwaren	1,1	530	229	-301
Glas/Porzellan/Geschenke	0,4	620	140	-480
Blumen/Pflanzen	1,0	380	272	-108
Spielwaren	0,4	160	142	-18
nicht zentrenrelevant				
Baubedarf/-markt/Farben/ Tapeten/Bodenbeläge	9,7	8.230	5.581	-2.649
Autozubehör/-teile/-reifen	0,8	140	196	56

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2003)/BBE (1998), Struktur und Marktdaten, München

Gerade angesichts der Ansiedlung von ALDI sollte nochmals darauf hingewiesen werden, dass ein momentaner Überbesatz an Flächen auch darauf hindeuten kann, dass einzelne Unternehmen evtl. einen größeren Kundeneinzugsbereich als das abgegrenzte Marktgebiet haben. Dennoch **wird der Überbesatz durch die neuen Projekte noch erhöht**. Es kommen im Lebensmittelbereich mit ALDI 883 qm VKF hinzu, die zum überwiegenden Teil dem Lebensmittelbereich zuzurechnen sind. Ferner 400 qm für den Getränkemarkt in Zusammenhang mit der Netto-Umsiedlung. Der Netto-Markt selbst und der integrierte

²⁰ Vgl. BBE (1998), Markt- und Strukturdaten, München



Backshop mit gemeinsam 900 qm hingegen kann unberücksichtigt bleiben, da davon ausgegangen werden kann, dass die derzeitige Einrichtung geschlossen wird. Auf Spekulationen bzgl. Nachnutzer soll nicht eingegangen werden.

Damit müsste sich - geht man von einer erhöhten Kaufkraftbindung wegen des ALDI Marktes, der ggf. etwas mehr Kunden nach Kemnath bringt bzw. den Kaufkraftabfluss bei den Kemnathern etwas reduziert und einer Erhöhung der VKF um 1200 qm aus - die Zeile Lebensmittel sich wie folgt verändern:

Tab. 8 Bedarfe im Kemnather Lebensmitteleinzelhandel 2007 (nach Realisierung der neuen Projekte)

Hauptsortiment	gebundene Kaufkraft (in Mio. €)	vorhandene Verkaufsfläche (in qm)-	maximale Verkaufsfläche (in qm)	Differenz zw. vorhandener & maximaler Verkaufsfläche (in qm)
Lebensmittel	21,3	6.280	4.023	-2.257

Quelle: Eigene Berechnungen, Bayreuth (2006)

Damit sollten Neuansiedlungen im Lebensmitteldiscount- bzw. Supermarktbereich insbesondere in den Außenbereichen nicht mehr befürwortet werden und auch Umsiedlungen bzw. Vergrößerungen der bereits in Kemnath tätigen Unternehmen im Sinn von Marktanpassungen sind nur mit Bedacht (wie z.B. städtebauliche Verbesserung, gute Anbindung an die Altstadt) zu realisieren.

5. STÄDTEBAULICHE POTENZIALE/ CHANCEN UND MISSSTÄNDE/ RISIKEN DURCH DIE GEPLANTEN BZW. ZU ERWARTENDEN MAßNAHMEN

Durch die o. a. zu erwartenden bzw. bereits geplanten Maßnahmen in den Bereichen

- Gewerbegebiet Hammergraben, insbesondere beim Grundstück Flur -Nr. 1155 (Anwesen Stojan),
- östliche „Seeleite“, und
- im Bereich des Stadteingangs West an der Kreuzung der Röntgenstraße mit der St 2665 (neuer ALDI -Markt)

werden sich Chancen und Risiken nicht nur für die betroffenen Bereiche und deren unmittelbare Umgebung, sondern teilweise auch Auswirkungen darüber hinaus ergeben.

Aus städtebaulicher Sicht ergeben sich für die einzelnen Bereiche (siehe Karte 7) folgende **Chancen (+) und Risiken (-)**:

Gewerbegebiet Hammergraben, Grundstück Flur-Nr. 1155 (Anwesen Stojan)

+

Mit dem Neubau eines Nettomarktes auf dem Grundstück Flur-Nr. 392 westlich des Friedhofes und dem zu erwartenden Umzug eines Lebensmitteldiscounters von der Nordseite der Bayreuther Straße auf das Stojan-Gelände kommt die bisher relativ festgefügte „Marktlandschaft“ am westlichen Stadteingang in Bewegung.

Damit ergibt sich die Chance, dass sich durch die o.a. geplanten Standortverschiebungen und dadurch weiter initiierte Neubauten und Umzüge das im SEEK 2004 herausgearbeitete und als städtebaulich wünschenswert vorgeschlagene Neuordnungskonzept am westlichen Stadteingang leichter umsetzen lässt.

Da jetzt ohnehin bauliche Maßnahmen geplant sind, dürfte die Bereitschaft der Marktbetreiber und der Eigentümer der Marktimmobilien steigen, das Neuordnungskonzept mit seinen klar definierten Raumkanten und dem angedachten Grün- und Parkierungskonzept umzusetzen (s. Abb. 10).

Zusätzlich könnte die Stadt durch bauplanungsrechtliche, bauordnungsrechtliche und gestalterische Festsetzungen in Bebauungsplänen oder in Ortssatzungen die gewünschte Neuordnung/Gestaltung des Gewerbegebietes in Gang setzen.

+

Da das Grundstück Flur-Nr. 1155 nach der Aufgabe des früheren KFZ-Handels leer steht, verschwindet mit dem geplanten Umzug eines Lebensmitteldiscounters auf das Stojan-Gelände die am Stadteingang ohnehin problematische Gewerbebrache.



+

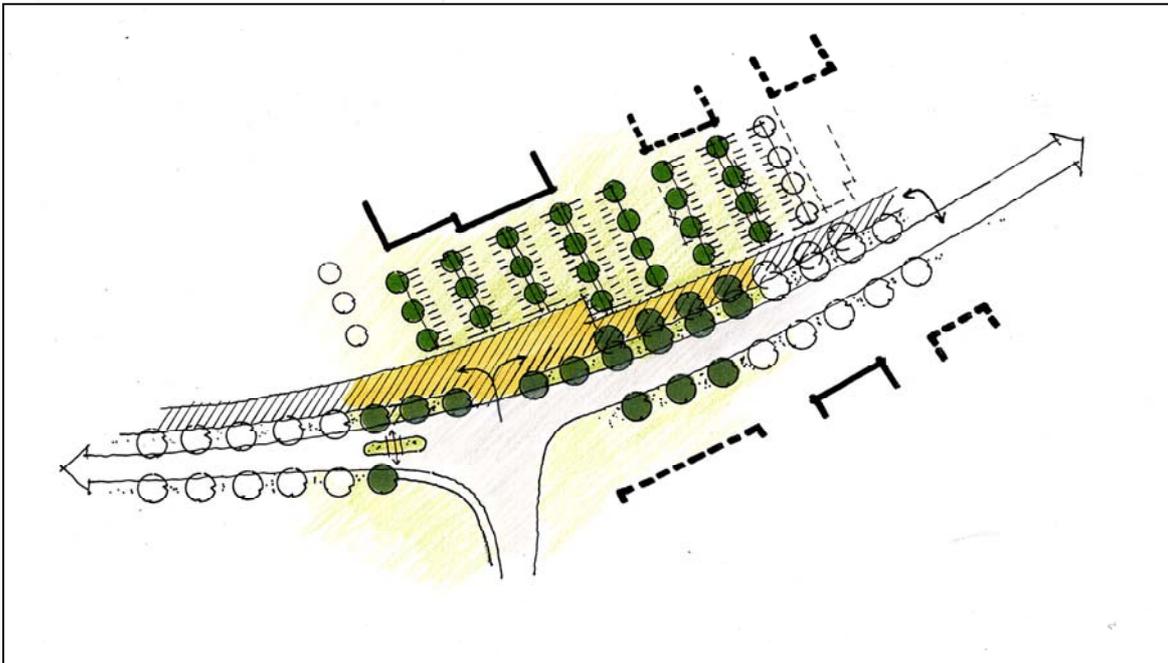
Durch den Umzug von der Nordseite der Bayreuther Straße auf das Stojan-Gelände rückt der Lebensmitteldiscounter außerdem etwas näher an den Stadtkern heran. Gleichzeitig besteht die Chance, dass von ihm auch Impulse für das zur Zeit ungenutzte bzw. unter Wert genutzte benachbarte Grundstück Flur-Nr. 397/3 (ehem. Tankstellengelände) ausgehen.

Karte 7 Die Lage der drei Untersuchungsbereiche



Quelle: Stadt Kemnath, 2003

Abb. 10 Einheitliche Gestaltung von Kundenstellplätzen



Quelle: RSP

Östliche Seeleite

Derzeit wird diskutiert, im Bereich des Krankenhauses (insbesondere nördlich davon) zusätzliche Nutzungen aus dem Bereich Gesundheitswesen anzusiedeln.

Die Stadt Kemnath hat bereits das Gelände der Gewerbebrache im Bereich der östlichen Seeleite zu erworben und beabsichtigt, diese Fläche in den Grünzug einzubringen.

+

Damit eröffnet sich die Chance, die im SEEK 2004 bereits formulierte Projektidee, Kemnath als Stadt in der Gesundheitsregion Oberfranken zu positionieren und den Standort des Krankenhauses durch Spezialisierung und Ausbau der Einrichtungen zu sichern, noch weiter voranzubringen. (Vgl. SEEK VIII 4.3.2 Soziales und Gesundheit und Projektidee 15).

+

Der Bereich nördlich des Krankenhauses wird derzeit sehr stark durch die Gewerbebrache der Fa. Veigl geprägt.

Durch die Neuordnung des Areals ergeben sich nicht nur Erweiterungsmöglichkeiten für das Krankenhaus, sondern gleichzeitig auch neue Impulse für die Inwertsetzung und Aufwertung der angrenzenden, teilweise stark vernachlässigten Grünbereiche einschließlich

einer Renaturierung der Bachläufe, und damit insgesamt für den weiteren Ausbau des städtebaulich wünschenswerten Grüngürtels um die Altstadt, verbunden mit einer Verbesserung des innenstadtnahen Freizeit- und Naherholungsangebotes.

+/-

Neben den beschriebenen Chancen besteht jedoch gleichzeitig das Risiko, dass mit den Erweiterungsflächen für das Krankenhaus das im SEEK 2004 im Leitbild „Grün- und Freiflächen“ formulierte Ziel eines „grünen Rings um die Altstadt“ beeinträchtigt wird. Es gilt daher die unterschiedlichen Ansprüche gut gegeneinander abzuwägen und soweit möglich miteinander zu verbinden.

Bereich Stadteingang West an der Kreuzung der Röntgenstraße mit der St 2665 (neuer ALDI-Markt)

-

Durch die Neuansiedlung des ALDI -Marktes besteht das Risiko, dass der derzeit ohnehin schon in Richtung Westen verlagerte Einzelhandelsschwerpunkt noch weiter in diese Richtung und damit vom Stadtkern wegdriftet.

+

Gleichzeitig besteht aber auch die Chance, dass dadurch der westliche Bereich so ergänzt wird, dass die bisher unterbliebene attraktive Anbindung an den Stadtkern nun Sinn macht und damit die beiden Pole der zweipoligen Einkaufslandschaft (vgl. SEEK 2004, VIII 5.2) auch tatsächlich miteinander verknüpft werden.

-

Der Kreuzungsbereich der St 2665 mit der Röntgenstraße und dem Überleitungsast von der B22 wird durch die Ansiedlung des ALDI-Marktes zusätzlich belastet (insbesondere auch durch den zu erwartenden überörtlichen Ziel - und Quellverkehr zum neuen ALDI-Markt). Um eine Verschlechterung der verkehrlichen Situation zu vermeiden, wird daher eine Neuordnung der Verkehrsströme und des Kreuzungsbereiches erforderlich werden.



6. ÜBERPRÜFUNG DER RELEVANTEN LEITBILDER UND DER INNENSTADTABGRENZUNG

6.1 Vorbemerkung

Die Stadt Kemnath hat in den drei Jahren seit der Erstellung des SEEK bereits Einiges im Sinne des **übergeordnete Leitbildes**

Die Stadt Kemnath 2018 –
Der Mittelpunkt des Städteneztes Kemnather Land
– überregional bekannt als „Tor zur Oberpfalz“
Tradition – Fortschritt – Wohlgefühl

vorangebracht. Die Bürgermeister der Städte und Gemeinden des „Kemnather Landes“ treffen sich regelmäßig und werden auch im Sinne „Gemeinsam an einem Strang ziehen“ aktiv. Als aktuelles Beispiel, auch wenn es nicht im direkten Zusammenhang mit der Aktualisierung des SEEK steht, sollen die Bemühungen um den Erhalt des Freibads Immenreuth angesprochen werden.

Auch im Sinne der **Leitbilder für die Bereiche „Freizeit, Tourismus, Naherholung und Kultur“** und **„Industrie, Gewerbe und Handwerk“** wurde gehandelt. Der „Phantastische Karpfenweg“ oder neue Veranstaltungen im Seeleiten Park (z.B. Operettenabend) stärken die Position der Stadt als kultureller Mittelpunkt der Region und fördern Naherholung und Tourismus. Die positive wirtschaftliche Entwicklung haben bereits die Pendlerzahlen in Kap. 2.4.1 verdeutlicht. Im Bereich der Gastronomie und Hotellerie könnten aber noch Bemühungen vorangetrieben werden, wie auch Aussagen von Mitarbeitern der großen Firmen Siemens und Ponnath zeigen. Sie haben bei Tagungen oder Mitarbeiteraustausch z.T. Probleme, geeignete Übernachtungsmöglichkeiten zu finden.

6.2 Leitbild Einzelhandel und Dienstleistungen

Nach dem Leitbild im SEEK von 2004 sollte die Stadt Kemnath als verkehrsgünstig gelegene und größere Stadt im westlichen Landkreis Tirschenreuth noch stärker die Versorgungsfunktion im Einzelhandel neben den Partnern Erbdorf und Speichersdorf übernehmen. Die 2003/2004 festgestellten qualitativen und quantitativen Mängel sind erkannt, aber noch nicht behoben. Mit der Ansiedlung von ALDI baut man seine Position v.a. gegenüber den nördlich und westlich gelegenen Gemeinden wie etwa Speichersdorf aus und nutzt den in landesplanerischer Hinsicht gegebenen geringen Spielraum bzgl. der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen entsprechend der **Wünsche der Bevölkerung**. Die vorhandenen **Bedarflücken** im Bereich der sonstigen Güter, z.B. Elektro/Elektronik und Foto/Optik sind noch zu schließen.



Das Leitbild hielt ferner fest, dass im Hinblick auf die **Städtebauförderung** und v.a. auch im eigenen Interesse der Stadtentwicklung die **Attraktivität des Stadtplatzes** gesichert werden muss. Diese Zielsetzung gilt es weiterhin zu verfolgen. Die schön sanierte Innenstadt lebt von den Funktionen in ihr. Händler, Dienstleister und Bewohner sollten gemeinsam mit der Stadtverwaltung Maßnahmen zum Erhalt des Kleinstadtlairs ergreifen, aber v.a. auch neue Ansiedlungen im Stadtkern bzw. in **städtebaulich integrierten Lagen** fördern, um die **Einzelhandelsstruktur zu stärken**. Nur bei einem attraktiven Angebot und einer gewissen Konkurrenz innerhalb der eigenen Stadt ergibt sich eine Anziehungskraft für Kunden auch aus dem Umland. **Neben dem Einzelhandel sind Dienstleistungen sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen für die Innenstadt** zu gewinnen. Mögliche Entwicklungsschwerpunkte ergeben sich v.a. am Rand des Stadtkerns.

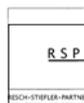
Das 2004 beschlossene Leitbild:

Stadt Kemnath 2018 –
Einkaufen und Erleben, gute Versorgung und viel Ambiente
im historischen Stadtlair, das prägt das Zentrum im Kemnather Land

gilt damit unverändert.

Auch die darauf aufbauenden Ziele für das Handlungsfeld Handel und Dienstleistungen sind weiterhin zu verfolgen:

- Verstärkte Zusammenarbeit der Händler und Dienstleister in der Stadt,
- Vermarktung als Einkaufsstadt für die Kemnather aber v.a. auch für Kunden von außerhalb, Stärkung der Innenstadt als Einkaufs- und Dienstleistungsbereich,
- Schaffen einer positiven Stimmung und eines Wir-Gefühls,
- Sensibilisierung der Bevölkerung für die Stärken der Stadt, wie z.B. Aufenthaltsqualität des Stadtplatzes,
- Nutzen der Chancen der EU-Osterweiterung durch Handel und Dienstleistungen,
- Schaffen einer lebendigen Innenstadt mittels Kultur, Unterhaltung und Gastronomie,
- Stärken der Einzelhandels- und dienstleistungsbezogenen Infrastruktur,
- Unterstreichen des historischen Stadtlairs mit Aktionen und Märkten,
- Aufwerten von Standorten in der „zweiten Reihe“ und an den Verbindungswegen zwischen Standortschwerpunkten,
- reale und informelle Verbindungen zwischen dem Einzelhandelsschwerpunkt am Stadtrand und dem Stadtplatz sowie neuen Standorten schaffen,
- verstärkte An- und Umsiedlungsbemühungen an städtebaulich integrierten Standorten,
- Initiierung gestalterischer Aufwertungen im Gewerbegebiet-West.



Insbesondere **die drei letztgenannten Ziele** gilt es angesichts der aktuellen Entwicklungen verstärkt – bei allen Hemmnissen einer verstärkten Innenentwicklung - im Auge zu behalten.

6.2 Städtebauliche Leitbilder

Nachfolgend wurde geprüft, ob bzw. inwieweit die o.a. Planungsansätze mit den formulierten städtebaulichen Leitbildern des SEEK 2004 übereinstimmen und ob gegebenenfalls Änderungen an den städtebaulichen Leitbildern und Zielen erforderlich werden.

Leitbild Verkehr

In den vergangenen drei Jahren hat das Verkehrsnetz Kemnaths einige wichtige Verbesserungen erfahren, die aus dem Leitbild „Verkehr“ des SEEK 2004 heraus entwickelt wurden bzw. den darin formulierten städtebaulichen Zielen entsprechen:

So wurde z. B. die Schulstraße ausgebaut und damit die innerörtliche Verkehrserschließung (nördliche Innenstadtumfahrung) verbessert.

Weiterhin erhielt vor kurzem die Auffahrt auf die B 22 im westlichen Stadtbereich eine neue Einfädelspur, die Anbindung an die überregional wichtige B 22 (in Fahrtrichtung Oberzentrum Bayreuth) wurde damit verbessert.

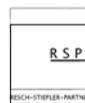
Gleichzeitig wird derzeit vom Straßenbauamt Weiden die Umgestaltung der Kreuzung Bayreuther Straße / Anschluss B 22 zu einem Kreisell geplant und damit einerseits die Anbindung an die B 22 optimiert, andererseits der westliche Stadteingang auch gestalterisch neu definiert.

Durch den Neubau des ALDI-Marktes erhält – neben der Bayreuther Straße, der wichtigen westlichen Stadtzufahrt – jetzt auch die Röntgenstraße eine größere Bedeutung als zweiter westlicher Stadtzugang.

Die Röntgenstraße ist daher – entsprechend ihrer jetzt höheren verkehrlichen Bedeutung – noch besser und leistungsfähiger an das überregionale /regionale Straßennetz von B 22 und St 2665 anzubinden. Die Kreuzung sollte dazu so ertüchtigt werden, dass sich insbesondere bei den derzeit problematischen Linksabbiegevorgängen vom Überleitungsast der B 22 auf die Staatsstraße und von der Röntgenstraße auf die St 2665 erhebliche Verbesserungen (auch bei der Verkehrssicherheit) ergeben.

Durch die derzeitigen und zukünftigen Baumaßnahmen (Firmen Ponnath, Siemens, Hegele und ALDI, siehe auch Leitbild „Nutzung und Funktion“) gewinnt der westliche Stadtbereich an Bedeutung innerhalb der Stadtstruktur Kemnaths.

Umso wichtiger ist es, das im SEEK 2004 formulierte Ziel **„Aufbau eines vollständigen Fuß- und Radwegesystems innerhalb des Stadtgebietes“** weiterzuverfolgen und um den vorrangigen Schwerpunkt **„Aufbau einer schlüssigen Fuß- und Radwegeanbindung des westlichen Stadtgebietes an die Altstadt“** zu ergänzen.



Leitbild Grün- und Freiflächen

Mit der Realisierung des „Phantastischen Karpfenweges“ hat die Stadt geschickt auf den vorhandenen Potenzialen aufgebaut und diese im Sinne einer attraktiven Stadtgestaltung genutzt und weiterentwickelt.

Die im Leitbild Grün- und Freiflächen entwickelten Zielvorstellungen des SEEK 2004 gelten weiterhin. Aus städtebaulicher Sicht sollte jedoch für die sich abzeichnenden Planungsansätze der Schwerpunkt noch mehr beim öffentlichen Grün liegen, für das im SEEK 2004 folgende Zielvorstellung formuliert wurde:

„Weiterer Ausbau der innerstädtischen Grün- und Aufenthaltsbereiche im Bereich der Bürgermeister – Metschnabl - Anlage (Stadtweiher), Seeleite im Süden und des Eisweiher im Norden als wichtige innerstädtische Grünflächen für die Naherholung und Freizeit, „Grüner Ring um die Altstadt“.

Bei der Umsetzung dieser Leitvorstellung gilt es jedoch etwaige Zielkonflikte zwischen dem Ausbau des „Grünen Rings“ im Bereich der Seeleite und den hier angedachten medizinischen Folge- und Ergänzungseinrichtungen auszuschließen.

Leitbild Nutzung und Funktion

Im SEEK 2004 war als eine der hauptsächlichen Leitvorstellungen für die städtebauliche Entwicklung Kemnaths der Ausbau zum **regional bedeutsamen Gewerbestandort (Medizintechnologiestandort, Nahrungsmittelstandort)** formuliert worden.

In enger Zusammenarbeit mit den in Frage kommenden Firmen sind dazu in den beiden Jahren seit Erstellung des SEEK bei der Umsetzung dieses Ziels wesentliche Fortschritte zu verzeichnen:

So erweitert die Sparte „medical solutions“ der Fa. Siemens derzeit den Betrieb an der Röntgenstraße, ebenso das Logistikunternehmen Hegele, das seinen erst im Jahr 2004 errichteten Betrieb bereits jetzt erweitert und damit einerseits die Lagegunst ihres Standortes am Verkehrsknoten B 22 und St 2665 gezielt nutzt, damit andererseits aber auch die Schlüssigkeit der o.a. städtebaulichen Zielvorstellung unterstreicht.

Auch die Firma Ponnath setzt mit dem Neubau ihres Werksverkaufs neue Impulse im Bereich Nahrungsmittelstandort.

Angesichts dieser Maßnahmen, die alle im westlichen Stadtbereich liegen und des neuen ALDI- Marktes, der ebenfalls in diesem Bereich angesiedelt wird, erhält die im SEEK 2004 formulierte Leitvorstellung, den westlichen Stadtbereich sowohl real (z. B. durch verkehrliche Anbindungen) aber auch informell (z. B. durch IT) noch besser an den Stadtkern anzubinden, eine noch wesentlich größerer Bedeutung.

Leitbild Stadtgestaltung

Die im SEEK 2004 formulierten Leitbilder und grundsätzlichen Ziele für die Stadtgestaltung gelten weiterhin, die o.a. Planungsansätze entsprechen dem Leitbild bzw. den städtebaulichen Zielen.



Dabei erhält - wegen der baulichen Erweiterungen der Firmen Siemens, Hegele und Ponath zusammen mit der Ansiedlung eines neuen ALDI -Marktes - die Leitvorstellung „**Gestalterische Aufwertung (optische Aufwertung) und Verknüpfung der Gewerbebetriebe entlang der Bayreuther Straße mit der Altstadt**“ besonderes Gewicht.

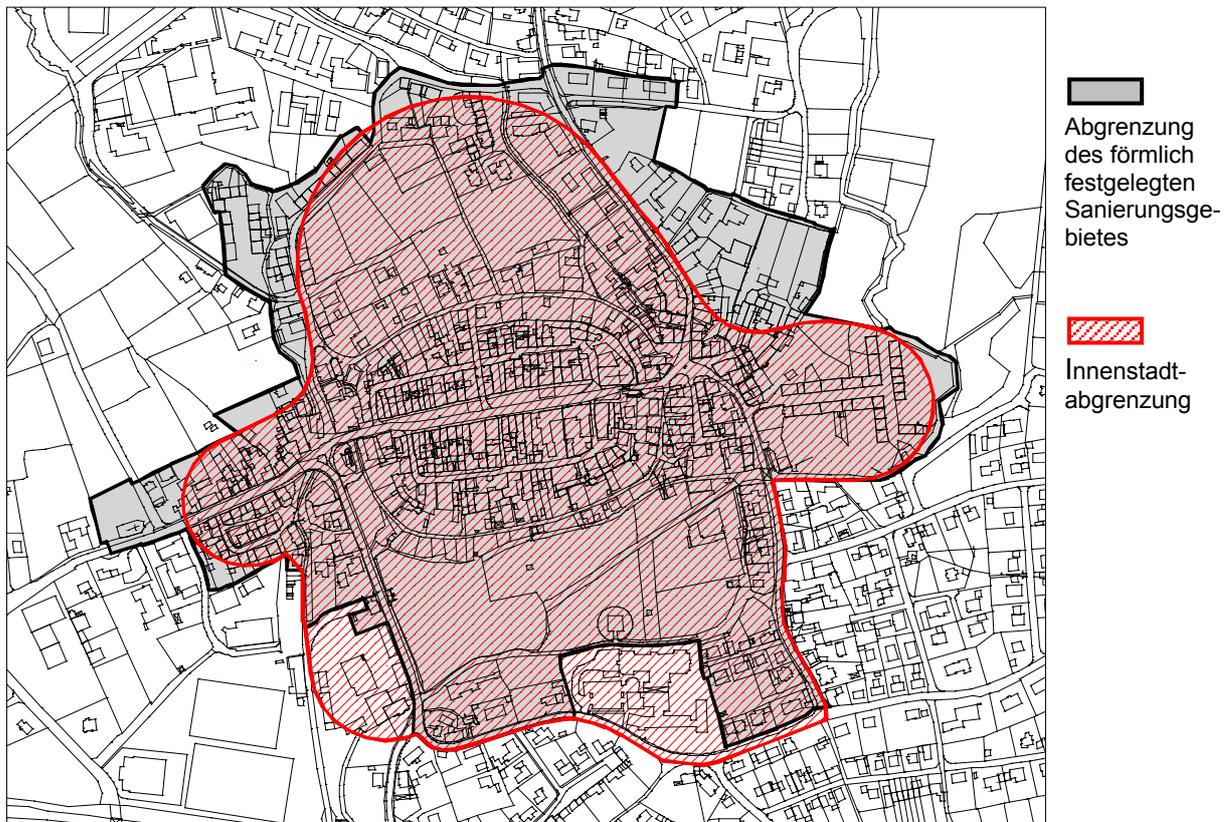
Die o. a. Leitvorstellung sollte wegen der damit verbundenen Maßnahmen um die **Verknüpfung der Gewerbebetriebe entlang der Röntgenstraße und insgesamt der gewerblichen Flächen westlich des Stadtkerns mit der Altstadt** ergänzt werden.

6.4 Innenstadtabgrenzung und Flächenpotential für die Einzelhandelsentwicklung

Wie in Kap. 2.1 bereits ausgeführt, hat sich die Forderung des LEP zur **städtebaulich integrierten Lage** nicht geändert, damit bleiben auch die entsprechenden Kriterien bestehen.

Für **Kemnath** bezog sich 2004 die Innenstadtabgrenzung im wesentlichen auf die städtebaulich und stadthistorische Entwicklung / Nutzungsvielfalt sowie auf bauliche Grenzen. Hier haben sich keine Veränderungen ergeben, so dass an der Abgrenzung festgehalten wird.

Karte 8 Abgrenzung der Innenstadt



Quelle: RSP

Bei der Identifizierung der Flächenpotenziale für die Einzelhandelsentwicklung ist ebenfalls nach wie vor auf die **Nutzungsverteilung** in der Stadt, nämlich Wohnen im Norden, Osten und Süden, Gewerbe, großflächiger Einzelhandel im Westen, Mischnutzung in der Altstadt, und den Gürtel um die historische Altstadt mit teilweise unterschiedlichen Nutzungsschwerpunkten zu achten.

Jedoch hat sich in den vergangenen drei Jahren gezeigt, dass die 2004 **identifizierten Flächen**, insb. das Gelände der ehemaligen Brauerei doch deutlich **schwerer zu vermarkten** sind als erhofft.

Karte 9 Flächenpotenziale



Quelle: RSP

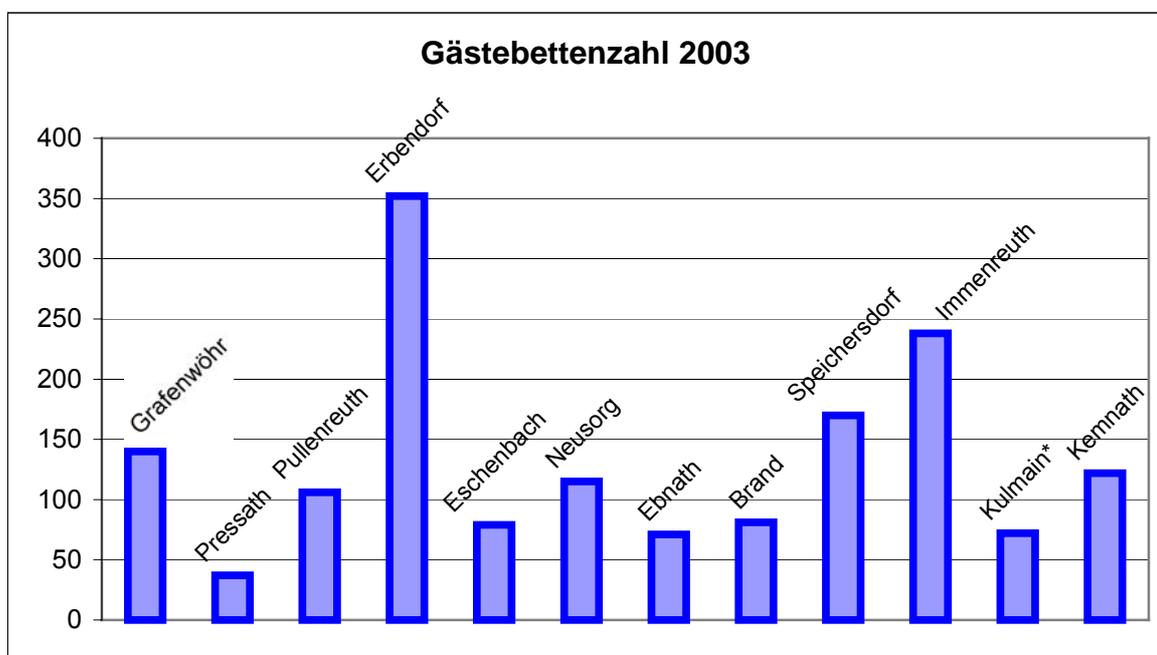
Eine Nachnutzung des im Innenstadtbereich liegenden **Brauhausgeländes**, welches entsprechend der Karte 10 im SEEK 2004 als die vorrangig für Einzelhandelsentwicklung vorgeschlagene Fläche mit Einzelhandel in Kombination mit Dienstleistungen konnte trotz intensivem Bemühen bislang nicht erreicht werden. Der Eigentümer ist an einem Verkauf interessiert und potentiellen Investoren wurde die Fläche immer wieder angeboten. Vorun-

tersuchungen des Bodens oder auch ein Abriss der Gebäude - die z.T. als Getränkemarkt „zwischen-“genutzt werden – würden die **Vermarktbarkeit der Fläche** verbessern. Die Bereitschaft, hier in Vorleistung zu gehen ist aber bislang nicht gegeben. Ein Ankauf der Fläche von Seiten der Stadt ist in naher Zukunft ebenfalls nicht zu erwarten.

Neben dem Einzelhandel, dessen Standortwahl insbesondere bei Discountern wie ALDI v.a. an der (überörtlichen) Verkehrsanbindung ausgerichtet ist, sollten angesichts der bislang gescheiterten Bemühungen auch **andere Nutzungsvarianten** für diese zentral gelegene Brache durchdacht und verfolgt werden. In Verbindungen mit den im SEEK 2004 vorgestellten Überlegungen bezüglich einer Weiterentwicklung des Seeleitenparks erschienen v.a. Ansätze in Richtung Standort für Kultur, Gastronomie und v.a. auch Hotellerie denkbar. Die Stadt Kemnath und das Kemnather Land bieten ausbaufähige Potentiale für Tourismus und Naherholung. Ferner sind einige größere Unternehmen in der Stadt ansässig (insb. Siemens und Ponnath), die Tagungen abhalten bzw. durch zeitweilig im Betrieb tätige Arbeitnehmer vor Ort Übernachtungsmöglichkeiten benötigen.

Die Angebote entsprechen quantitativ und qualitativ jedoch nicht mehr dem aktuellen Standard. Die Zahl der **Gästebetten in der Stadt Kemnath** schwankte in den Jahren 1992 bis 2003 zwischen 112 und 128 Betten. Die angebotenen Gästebetten in Ferienwohnungen, Pensionen und Gasthöfen findet man v.a. in den Ortsteilen von Kemnath. Zu nennen sind hier mit je zwei Häusern Atzmannsberg, Kötzersdorf, Schönreuth und Waldeck. In der Stadt Kemnath ansässig ist der Gasthof „Goldene Krone / Weißes Roß“ sowie die Ferienwohnung „Lippershof“. Insgesamt sind 13 Unterkunftsangebote auf den Internetseiten der Stadt verzeichnet.

Abb. 11 Im Kemnather Umland angebotene Gästebetten am 30. Juni 2003

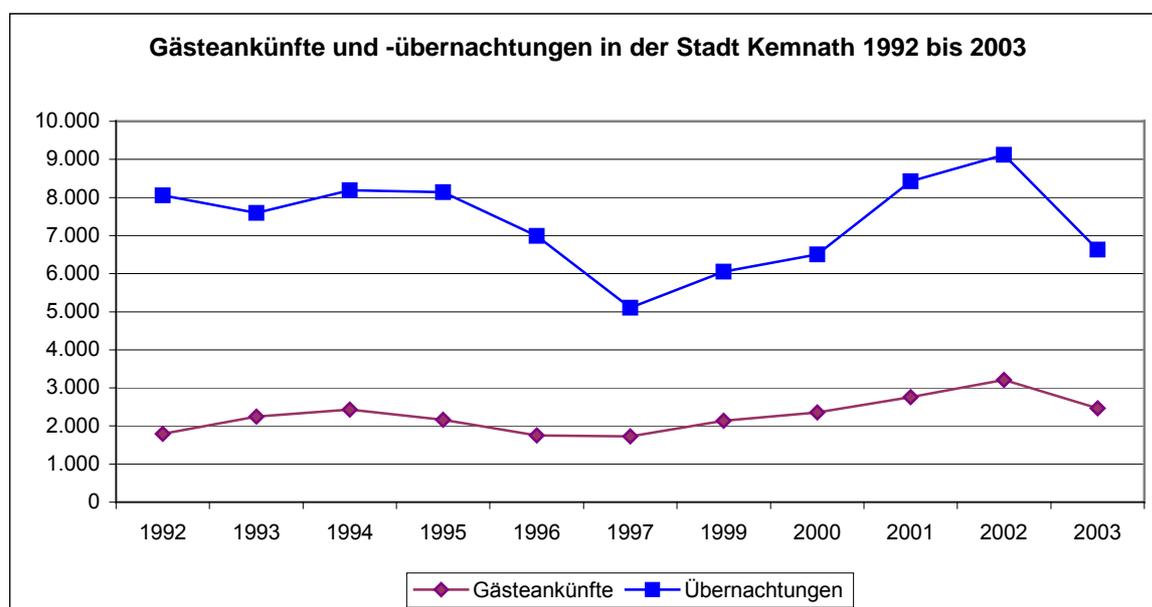


Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2006, Daten Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, <http://www.dareza.de/>, * Zahl von 2002

Die **Gemeinden Immenreuth und Speichersdorf sowie die Stadt Erbandorf** weisen aktuell die größten Zahlen an Gästebetten auf. Jedoch handelt es sich mit nur wenigen Ausnahmen auch hier um Angebote in kleineren Gasthöfen, Pensionen und Ferienwohnungen. Tagungsmöglichkeiten und Unterkünfte für größere Gruppen können nur wenige aufweisen. Entsprechende Angebote präsentiert im Internet das Hotel Steinwaldhaus im Ortsteil Pfaben der Stadt Erbandorf.

Mit einer **durchschnittlichen Aufenthaltsdauer** von 2,7 Tagen im Jahr 2003 liegt die Stadt Kemnath im Vergleich mit den Gemeinden im Kemnather Land im unteren Drittel. Anders als Erbandorf mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von über 7 Tagen oder Immenreuth, Ebnath und Pullenreuth mit zumindest ca. 5 Tagen spielen damit in Kemnath v.a. Geschäftsreisende und Kurzurlauber eine Rolle. Dennoch ist **Kemnath als Übernachtungsstandort** nicht uninteressant, wie die Zahl der Übernachtungen und v.a. der **Anstieg** in den Jahren um die Jahrtausendwende belegen (s. Abb. 12).

Abb. 12 Entwicklung der touristischen Nachfrage in der Stadt Kemnath



Quelle: Eigene Darstellung, Bayreuth 2006, Daten Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, <http://www.dareza.de/>

Damit scheint, soweit es diese Kurzanalyse im Rahmen der Aktualisierung des SEEK belegen kann, ein Bedarf an Übernachtungsmöglichkeiten im Hotelbereich gegeben zu sein. Der **Standort gegenüber dem Stadtweiher** in der Nachbarschaft zur Altstadt und auch zu den größeren Betrieben sowie dem Krankenhaus könnte ein Hotel in dieser Lage für verschiedene Zielgruppen interessant machen. Eine **Kombination mit Sport-/Fitness- und Kulturangeboten**, die auch den ortsansässigen Bürgern zugänglich gemacht werden, wäre ideal. Verschiedene bauliche Lösungen sind - entsprechend der Abb. 81 und Abb. 107 im SEEK 2004 -denkbar. Beispielsweise könnten die Gastronomie zum Weiher hin ausgerichtet und ein Wellness- und Tagungsbereich in die tiefer gelegenen rückwärtigen Bereiche integriert werden.

Empfehlenswert wäre eine Verbindung mit einer (internationalen) **Hotelkette** (z.B. NH oder amerikanischer Anbieter in Zusammenhang mit dem Ausbau des Truppenstandortes Grafenwöhr der US-Army), aber auch ein **regionaltätiger Unternehmer**, der sich an Vermarktungsinitiativen (wie Flair-Hotels o.ä.) anschließt und mit Internetvermittlern (wie hotel.de) zusammenarbeitet, sollte sich an dem Standort erfolgreich positionieren können. Die Ausstattung sollte einer Einstufung im 3- bis 4-Sterne-Bereich entsprechen und die Größe bei 80 bis 100 Betten liegen.

Für eine Entwicklung in diese Richtung müssen aber Vorleistungen vom Flächeneigentümer und der Stadt unternommen werden, da Investoren im Hotelleriegewerbe **Planungssicherheit** erwarten. Der monetäre und städtebauliche/ideelle **Wert der Fläche**, die von der Lage her als wichtiges Verbindungsglied zwischen der Altstadt und den westlichen Gewerbegebiet anzusehen ist, ist v.a. in **stadtentwicklungspolitischer** Hinsicht nicht zu unterschätzen, jedoch beeinträchtigen die ungeklärten Fragen bzgl. Altlasten u.ä.m. die Vermarktung. Die Stadt und der Flächeneigentümer sollten daher gemeinsam aktiv an einer Lösung im Sinn der Gesamtstadtentwicklung arbeiten.



7. VORSCHLÄGE FÜR DIE ANGESTREBTE STÄDTEBAULICHE ENTWICKLUNG UND NEUORDNUNG

Die neuen Entwicklungen in der Stadt Kemnath bergen wie in Kap. 5 bereits angesprochen aus städtebaulicher Sicht Chancen, aber auch einige Probleme. Nachfolgend werden für drei Teilbereiche einige Vorschläge für die städtebauliche Entwicklung gemacht, die die Chancen nutzen und die Probleme eindämmen.

7.1 Bereich des Gewerbegebietes Hammergraben, insbesondere Grundstück Flur.-Nr. 1155, Gemarkung Kemnath

Der Umzug eines vorhandenen Marktes von der Nordseite der Bayreuther Straße auf die Südseite auf das Grundstück des ehemaligen Gebrauchtwagenhandels ist aus städtebaulicher Sicht möglich, soweit es sich dabei um Marktanpassungen handelt und weil damit die derzeitige Gewerbebrache am Übergang vom westlichen Gewerbegebiet zum Stadtkern wieder eine neue Nutzung erhält.

Abb. 13 Situation an der westlichen Stadtzufahrt 2003/2004



Quelle: Foto RSP

Allerdings sind folgende städtebaulichen Grundsätze zu beachten:

Bereits im SEEK 2004 ist vorgeschlagen worden, die baukörperliche Anordnung der bestehenden Märkte einschließlich der Stellplatzflächen neu zu ordnen und damit eine geordnete städtebauliche Struktur zu schaffen. Sollte diese städtebauliche Zielvorstellung nicht durch freiwillige Verpflichtung der Grundstückseigentümer/Bauherren im Rahmen

der jeweiligen Bauanträge möglich sein, sollte die Stadt die für diese Gebiete bereits vorhandenen Bebauungspläne ändern.

Die gewünschte städtebauliche Struktur sollte dann

- durch bauplanungsrechtliche Festsetzungen wie z. B. durch Baulinien zur Sicherstellung der städtebaulich angestrebten Raumkanten und durch überbaubare Grundstücksflächen zur Festlegung der gewünschten Baumassenverteilung auf dem Grundstück
- durch bauordnungsrechtliche Festsetzungen zur Umsetzung der von der Stadt gewollten gestalterischen Ausbildung der Baukörper, und
- durch grünordnerische Festsetzungen zur Sicherstellung des gewünschten Erscheinungsbildes des Straßenraums der Bayreuther Straße

erreicht werden.

Die neu geplante Bebauung auf dem Grundstück Flur - Nr. 1155 sollte entsprechend der vorgesehenen Nutzungen in verschiedene Baukörper gegliedert werden, also jeweils separate Baukörper für den angedachten Textilhandel und den Lebensmitteldiscounter.

Kleinere Nutzungseinheiten (wie Backshop, Metzgereifiliale etc.) sollten wegen ihrer geringeren Größe und ihrer kleinteiligeren Fassadenstruktur entlang der Bayreuther Straße angeordnet werden.

Der östliche Baukörper sollte gegenüber dem westlichen Baukörper näher an die Bayreuther Straße heranrücken, um so den Übergang innerhalb der Bayreuther Straße vom breiten Straßenraum im Westen zum engeren (innenstadtzugewandten) Straßenraum im Osten zu markieren.

Um die Anbindung an den Stadtkern zu verbessern, wird vorgeschlagen, den auf der Südseite der Bayreuther Straße nur teilweise vorhandenen Gehsteig so zu ergänzen, dass sich eine durchgängige Fußwegeverbindung vom Stojan-Gelände zur Innenstadt ergibt.

7.2 Verkehrliche Anbindung des neuen ALDI- Marktes

Die Einmündung des Überleitungsastes von der B 22 und der Röntgenstraße in die St. 2665 hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Verkehrsknoten entwickelt. Hier erfolgt im wesentlichen die Zufahrt/Abfahrt zur Firma Siemens – mit hohem Verkehrsaufkommen besonders bei den Schichtwechseln. Gleichzeitig wird auch das angrenzende Industrie- und Gewerbegebiet Kemnath-West II über diesen Knoten erschlossen. Das derzeitige Verkehrsaufkommen wird sich durch die Ansiedlung des ALDI-Marktes mit seinem Ziel- und Quellverkehr noch vergrößern.



Problematisch sind dabei bereits bisher die Linksabbiegevorgänge von der Röntgenstraße in Richtung Pressath/Grafenwöhr und vom Überleitungsast der B 22 in Richtung Waldershof/Marktredwitz.

Auch wenn bisher der Verkehrsknoten von der Polizei nicht als Unfallschwerpunkt eingestuft wird, ist dennoch zu überlegen, wie der Knoten für die bisherigen und zukünftigen Verkehrsströme leistungsfähig ausgebildet werden kann.

Vorgeschlagen wird die Ausbildung als Kreisverkehr. Damit entfallen die o. a. Linksabbiegevorgänge und die damit verbundenen längeren Wartezeiten. Außerdem entsteht ein verkehrssicherer Knotenpunkt.

Durch die Anordnung des Kreisels wird die Verkehrsgeschwindigkeit des Kfz-Verkehrs auf der Staatsstraße reduziert. Autofahrer, die bisher an Kemnath vorbeifahren, nehmen nun Kemnath anders wahr. Die Stadt sollte diese Chance nutzen und sich selbst am Staatsstraßenteilstück zwischen der Einmündung der Bayreuther Straße und dem Verkehrskreisel besser darstellen, z. B. durch entsprechende Infotafeln und Beschilderung, aber auch ein Verkehrsleitsystem/Parkleitsystem wäre denkbar. Die bisherigen Vorschläge zur Gestaltung des Stadteingangs im SEEK 2004, die weiterhin Gültigkeit besitzen, werden so sinnvoll ergänzt und unterstützt.

Der Knotenpunkt hat sich bereits zu einer zweiten Stadteinfahrt – neben der Bayreuther Straße – entwickelt. Das zukünftige Verkehrsaufkommen in Verbindung mit dem o. a. Kreisel wird die Bedeutung der Röntgenstraße als weitere Stadteinfahrt noch verstärken.

Daher wird vorgeschlagen, die Röntgenstraße gezielt auch zur Anbindung der Fa. Siemens, des Industrie- und Gewerbegebietes Kemnath-West II und des neuen ALDI-Marktes an den Stadtkern zu nutzen. Auch sollte das Fußwegenetz so ergänzt werden, dass das westliche Gewerbegebiet mit einbezogen wird. Dazu können die bisher bereits vorhandenen Wegeverbindungen in Richtung Altstadt genutzt werden, die allerdings durch entsprechende Begrünung und Beschilderung noch verbessert werden müssten.

Um die trennende Wirkung der B 22 zu mildern, wäre auch die Anordnung eines Fußgängersteiges vom ALDI-Markt über die B 22 zum KEM – Einkaufszentrum sinnvoll.

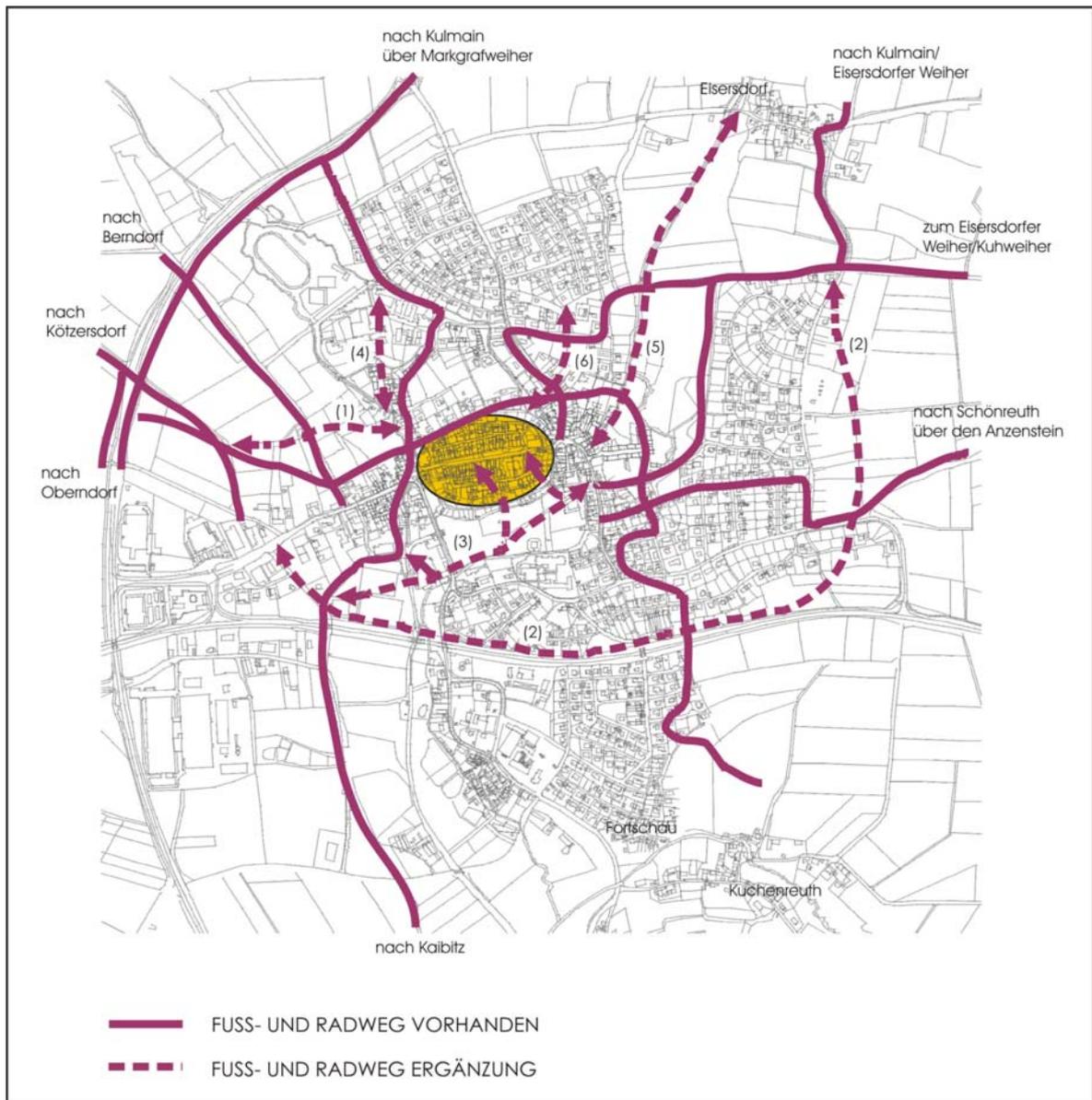
Zur Übersicht ist die im SEEK 2004 enthaltene Karte mit der Darstellung des innerstädtischen Fuß- und Radwegenetzes und den o. a. erforderlichen Ergänzungen dargestellt (s. Karte 10).

7.3 Östlicher Bereich des Seeleitenparks

Das im SEEK 2004 enthaltene Ziel, einen „grünen Ring um die Altstadt“ zu entwickeln, ist weiterhin aktuell. Die Stadt beabsichtigt dazu, den Bereich des Eisweihers im Norden der Altstadt umzugestalten. Entsprechende Gestaltungskonzepte liegen bereits vor und sollen – abhängig von der Finanzierbarkeit - in den nächsten Jahren umgesetzt werden.



Karte 10 Innerstädtisches Fuß- und Radwegenetz



Quelle: RSP

Vorrangig sollte jedoch der bisher städtebaulich und in seiner Nutzung zurückgebliebene Bereich der Seeleite so neu geordnet, funktional aufgewertet und gestaltet werden, dass sich zusammen mit dem Bereich um den Stadtweiher ein zusammenhängender Verbund von Grün- und Aufenthaltsflächen im Süden der Altstadt ergibt und ein attraktiver Bereich für Freizeit und Naherholung als Ausgleich für die fehlenden Freiflächen im Stadtkern entsteht.

Karte 11 - ALDI und Stojan-Gelände



Die Stadt hat sich dazu bereits das erforderliche Schlüsselgrundstück der Gewerbebrache Preßler durch Ersteigerung gesichert.

Abb. 14 Gewerbebrache nördlich der Seeleite, mit Zwischennutzung 2003/2004



Quelle: Foto RSP

Gleichzeitig sind aber auch Erweiterungen im Bereich nördlich des Krankenhauses angedacht. Im Gespräch ist der Neubau einer Dialyse - Station, alternativ wären auch Diagnostik- oder Rehabilitationseinrichtungen ergänzend zum Leistungsangebot des Krankenhauses denkbar.

Diese beiden Planungsansätze, die beide den Zielvorstellungen des SEEK 2004 entsprechen, nämlich

- einerseits den o. a. „**grünen Ring um die Altstadt**“ aufzubauen, und
- andererseits **Kemnath als Medizin- und Gesundheitsstandort** noch besser zu positionieren,

scheinen sich zunächst gegenseitig auszuschließen.

Im nachfolgenden Rahmenplankonzept wird jedoch nachgewiesen, dass die zur Verfügung stehenden Flächen groß genug sind, sodass die beiden o.a. Ziele ohne gegenseitige Beeinträchtigungen verwirklicht werden können und die beiden Planungsüberlegungen sich gegenseitig sogar positiv beeinflussen können.

Um dies zu erreichen, wird aus städtebaulicher Sicht folgendes vorgeschlagen:

Nach Abbruch der Gebäude der Fa. Veigl und Beseitigung eventueller Altlasten sollten die Flächen direkt südlich an den Mittelbach angrenzend zu attraktiven Grün- und Aufenthaltsbereichen umgestaltet werden. In diesem Zusammenhang sollte der Mittelbach außerdem renaturiert und an geeigneten Stellen aufgeweitet werden, sodass auch der Zugang zum Wasser verbessert wird. Gleichzeitig ist auch das Anlegen eines Teiches/ Weiheres möglich, der vom Mittelbach gespeist wird.

Das gesamte Areal sollte über ein neues Fußwegesystem, das entlang des Mittelbaches und des Teiches/Weiheres führt, schlüssig an den Bereich um den Stadtweiher im Südwesten, aber auch an die Altstadt im Norden angebunden werden. Diese Anbindung an die Altstadt sollte über das Grundstück Flur-Nr. 548 erfolgen, das sich allerdings nicht im Eigentum der Stadt befindet.

Von hier aus wäre dann die fußläufige Anbindung in Richtung zum Cammerloherplatz über die Friedrichstraße oder die Anbindung in Richtung Altstadt mit Durchlass durch die Stadtmauer bei der Fronfeste möglich.

Sollte das Grundstück Flur – Nr. 548 nicht zur Verfügung stehen, wären folgende Alternativen möglich:

- über die Flur – Nr. 518 und 543 (jeweils an den westlichen Grundstücksgrenzen). Der Fußweg würde dann von der Seeleite in Richtung Weihergraben geführt werden und von dort über den öffentlichen Fußweg im Bereich des alten Rathauses zum Rathausplatz/Poststraße/Stadtplatz oder über den o.a. angedachten Durchlass durch die Stadtmauer bei der Fronfeste.
- über die Flur – Nr. 501 zur Erbdorfer Straße und von dort zum Cammerloher Platz.

Aus städtebaulicher Sicht ist jedoch die Wegeverbindung über die Flur Nr. 548 zu bevorzugen, da sie die direkteste und damit die schlüssigste Anbindung darstellt.

Zur schlüssigen Abrundung des Seeleitenparks sollte jedoch auch die Gewerbebrache (ehemalige Gerberei) auf dem Grundstück Flur-Nr. 518/2 und 518/3 zwischen Mittelbach und Spitalbach mit einbezogen werden. Die hier bis vor kurzem vorhandenen Gebäude sind bereits abgebrochen worden.

Das Grundstück sollte ähnlich dem Seeleitenpark gestaltet und begrünt werden, sodass sich ein schlüssiges Gesamterscheinungsbild ergibt.

Im westlichen Teil des Grundstücks müsste der Fußweg vom Seeleitenpark in Richtung Flur-Nr. 548 und weiter in Richtung zur Altstadt (vgl. oben) verlaufen.

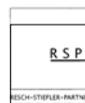


Abb. 15 Insel zwischen Mittelbach und Spitalbach 2003/2004



Quelle: Foto RSP

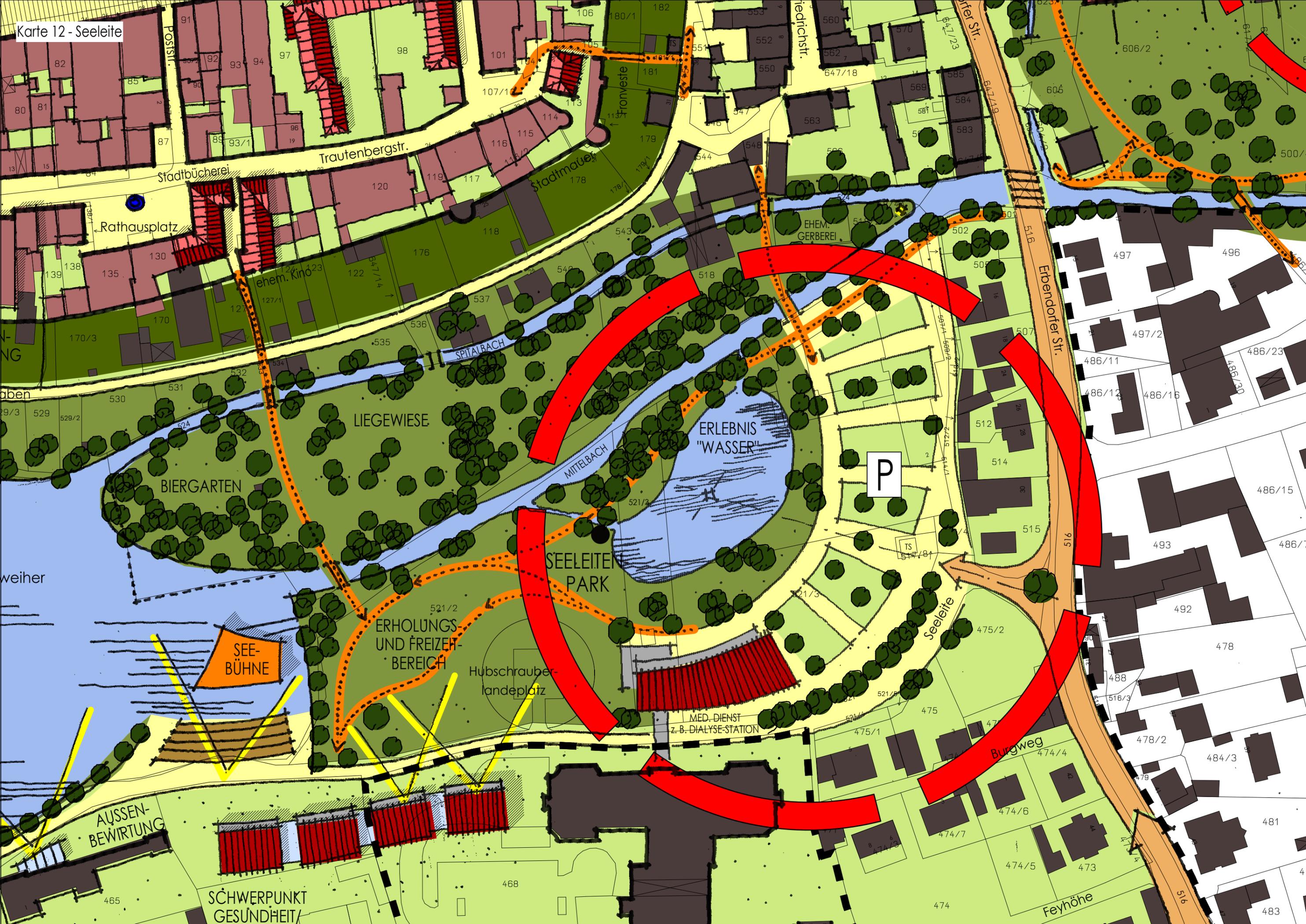
Um dem Defizit an Dauerparkplätzen im südlichen Altstadtbereich abzuhelpfen und um den Parkdruck am Stadtplatz zu reduzieren, bietet sich die Anlage von neuen Dauerparkplätzen im östlichen Bereich der Seeleite an. Um eine gute Integration des Parkplatzes in den Seeleitenpark zu gewährleisten, sollten für die Befestigung der Stellplatzflächen wasser-durchlässige Materialien verwendet, auf eine lockere und auf die städtebauliche Situation eingehende Anordnung Wert gelegt und der Parkplatz intensiv eingegrünt werden.

Der Anschluss des Parkplatzes an das örtliche Straßennetz erfolgt von der Erbindorfer Straße aus, sodass den aus Süden kommenden Besuchern der Innenstadt bereits vor Erreichen der Altstadt Parkmöglichkeiten angeboten werden können und damit auch der Cammerloherplatz verkehrlich nicht belastet wird.

Die angedachten baulichen Ergänzungen im Bereich des Krankenhauses sollten direkt anschließend an das Krankenhaus vorgesehen werden. Um den gewünschten Grünzug des Seeleitenparks nicht durch bauliche Strukturen zu stören, sollte der Ergänzungsbau nicht in Nord-Süd-Richtung sondern in Ost-West-Richtung angeordnet werden.

Bei einer geplanten Nutzung z. B. als Dialyse-Station ergeben sich so für die Patienten außerdem reizvolle Blickbeziehungen in Richtung Seeleitenpark und zur Altstadt. Bei der baulichen Ausformung des Erweiterungsbaus sollte auf eine „weiche“, sich in die Grünstruktur des Seeleitenparks gut einfügende Grundstruktur geachtet werden.

Der im beiliegenden Rahmenplanausschnitt dargestellte Erweiterungsbau ist dabei – in Abhängigkeit vom vorhandenen Regenrückhaltebecken – ggf. noch in Richtung Osten zu verschieben.



Karte 12 - Seeleite

Trautenbergstr.

Stadtbücherei

Rathausplatz

ehem. Kino

SPITALBACH

LIEGEWIESE

BIERGARTEN

SEELEITEN PARK

ERHOLUNGS- UND FREIZEIT-BEREICH

SEE-BÜHNE

AUSSEN-BEWIRTUNG

SCHWERPUNKT GESUNDHEIT

Hubschrauber-landeplatz

MED. DIENST Z. B. DIALYSE-STATION

Burgweg

Feyhöhe

Ebendorfer Str.

Seeleite

Stadtmauer

ERLEBNIS "WASSER"

EHEM. GERBEREI

P

516

515

514

513

512

511

510

509

508

507

506

505

504

503

180/1

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

551

552

553

554

555

556

557

558

559

560

561

562

563

564

565

566

567

568

585

584

583

582

581

580

579

578

577

576

575

574

573

572

571

570

569

568

606/2

605

604

603

602

601

600

599

598

597

596

595

594

593

592

591

590

589

497

496

495

494

493

492

491

490

489

488

487

486/11

486/12

486/13

486/14

486/15

486/16

486/17

497/2

497/3

497/4

497/5

497/6

497/7

497/8

497/9

497/10

497/11

497/12

497/13

497/14

497/15

497/16

497/17

497/18

497/19

486/23

486/24

486/25

486/26

486/27

486/28

486/29

486/30

486/31

486/32

486/33

486/34

486/35

486/36

486/37

486/38

486/39

486/40

8. ÜBERPRÜFUNG UND ANPASSUNGEN DER HANDLUNGSANLEITUNGEN DES SEEK 2004

Abschließend sollen die im SEEK 2004 getroffenen Aussagen zu wichtigen Strategien sowie Handlungsempfehlungen auf ihren weiteren Bestand hin überprüft werden.

Die erste getroffene Aussage bzgl. der **MARKTGEBIETSABGRENZUNG UND LANDESPLANE-RISCH MAXIMAL NOCH ZULÄSSIGEN VERKAUFSFLÄCHEN IN EINZELHANDELSGROSSPROJEKTEN** wurde als zentrale Frage im Kapitel 4 bereits diskutiert.

Die getroffene Handlungsempfehlung *bei zukünftigen Ansiedlungsanfragen und Genehmigungsverfahren auf die erheblichen Unterschiede in der Einwohnerzahl zwischen dem ermittelten Marktgebiet und dem GfK-Verflechtungsbereich hinzuweisen*, wurde wahrgenommen und gilt es insbesondere in Zukunft auch weiter zu vertreten. Gerade die Ansiedlung von **ALDI** wird den **Einzugsbereich** stabilisieren bzw. sogar ausweiten. Der Leitgedanke der Stärkung der **Mittelpunktfunktionen der Stadt Kemnath** für das Umland zwischen den größeren Zentren Bayreuth, Marktredwitz/Wunsiedel und Weiden (s. SEEK 2004 Kap. VII 4.1) wird beibehalten bzw. damit verfolgt.

Auch der festgestellte Bedarf (s. SEEK 2004 Kap. V. 7.) und die Aussagen zu fehlenden Geschäften bei der Bevölkerungsbefragung zeigen nach wie vor, dass in manchen Sortimentsbereichen (v.a. im höherwertigen Bedarf) in geringen Maße Ansiedlungen erfolgen könnten und sollten.

Der zweite Punkt, die **STEIGERUNG DER ATTRAKTIVITÄT DER INNENSTADT**, hat uneingeschränkt weiter Gültigkeit bzw. ist angesichts der neuen Ansiedlungen im Außenbereich sogar von noch höherer Bedeutung.

Alle mögliche **Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt** sind zu ergreifen. Der Stadtplatz von Kemnath und seine Seitenstraßen stellen aktuell einen Schwerpunkt des kleinflächigen Einzelhandels dar, die 2004 festgehaltenen qualitativen und quantitativen Mängel im Einzelhandelsbesatz bestehen weiterhin. Die neuen Überlegungen von EDEKA im Gewerbegebiet müssen mit einem Erhalt des **nah&gut-Marktes am Stadtplatz** unbedingt verknüpft werden.

Alle im SEEK 2004 angeführten Faktoren, die dazu beitragen, die Attraktivität der Innenstadt zu erhöhen (s. SEEK 2004 Abb. 111), sind mit dem Oberziel, das Image der Stadt zu verbessern, weiterhin von Bedeutung. Die Maßnahmenideen aus dem SEEK 2004, wie z.B.:

- Aufbau eines Leerstand- bzw. Flächenmanagements,
- Ansätze zur Verbesserung der Kundenorientierung,
- Ansätze zur Stärkung der Funktionen Wohnen, Freizeit, Arbeit in der Innenstadt,
- Aufbau weiterer innenstadtnaher Einkaufsschwerpunkte (z.B. Brauereigelände),
- Schaffen von weiteren „Erlebnissen“ am Stadtplatz und seinem Umfeld durch Zu-



sammenarbeit aller Akteure,

- Verankerung des Stadtmarketing- bzw. -managementgedankens im Bewusstsein aller Bürger,
- Schaffen kultur- bzw. freizeitbezogener Verknüpfungsmöglichkeiten zwischen Stadtplatz und anderen Einzelhandelsbereichen sowie mit den Wohngebieten,
- Stärkung der Einrichtungen der Gastronomie und Kultur im Innenbereich,
- Erhöhung der Einkaufsatmosphäre durch hohe Aufenthaltsqualität, die zum Verweilen einlädt (z.B. Sitzmöglichkeiten, Straßengrün, Licht und Wasserläufe)
- Erhalt der Unterschiede in der Gestaltung verschiedener Stadtbereiche, entsprechend dem Leitbild „Arbeiten im Grünen“ - „Steinerne Stadt“ – „Wohnen im Grünen“,
- Verbesserung der überörtlichen Erreichbarkeit der Stadt Kemnath (Ausschilderung, Ausfahrten, Stadteingänge),
- Ergreifen von Maßnahmen in Bezug auf
 - gute Erreichbarkeit von Krankenhaus, Schulen, Mehrzweckhalle usw.,
 - optimaler Anschluss an den Gewerbepark,
 - gute Innenstadtumfahrung,
 - gute Erreichbarkeit der Entlastungsparkplätze,
 - Intensivierung des überregionalen und regionalen Fuß- und Radwegenetzes,
 - Stärkung des öffentlichen Personennahverkehrs

wurden in weiten Teilen bereits in Angriff genommen und **sind weiterhin zur Stärkung der Innenstadt zu verfolgen.**

Als zentrale Idee des SEEK 2004 war die Handlungsempfehlung **AUSBAU DER ZWEIPOLIGEN EINZELHANDELSLANDSCHAFT** zu verstehen. Daran sollte ebenfalls weitergearbeitet werden. Die Ansiedlung von ALDI und die weiteren geplanten Einzelhandelsaktivitäten im Gewerbegebiet West widersprechen der Idee nicht, erfordern aber noch höhere Aufmerksamkeit in Bezug auf das **Gewicht der beiden Pole zueinander.**

In Kemnath zeigt sich, wie heute eigentlich in allen Städten, eine **Aufteilung der Einzelhandelslandschaft** nach Einkaufsart (Versorgungseinkauf, Erlebniseinkauf) bei den Nachfragern einerseits und nach Betriebsform bei den Anbietern andererseits. In der Innenstadt sind die kleineren Fachgeschäfte (ortsansässige Händler sowie Filialen bundesdeutscher Ketten) für den aperiodischen Einkauf vertreten, der gerne mit „Erlebnissen“ verbunden wird, während in den Gewerbegebieten die großflächigen Einzelhandelsformen für den Versorgungseinkauf vorherrschen (die Ansiedlung von ALDI entspricht genau diesem Bild). Die **zwei Hauptstandorte** - das Gewerbegebiet Kemnath-West/Bayreuther Straße und der Stadtplatz mit den Vorstädten - sind für eine gezielte, zukunftsfähige Stadtentwicklung mit einer konkurrenzfähigen und attraktiven Innenstadt in ihrer **Zweipo-**



ligkeit zu erhalten bzw. noch auszubauen. So können die verschiedenen Standortbereiche gegenseitig vom jeweils spezifischen Kundenpotenzial profitieren und stehen damit nicht in direkter Konkurrenz (s. „hybrider Konsument“). Dieses gegenseitige Profitieren sollte mit einsprechenden **gemeinsamen Aktionen aller Einzelhändler** gefördert werden.

Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Kemnath bedeutet dies damit weithin - unter der Berücksichtigung der landesplanerisch zulässigen Flächen, der ermittelten Bedarfe und der zu beachtenden Ziele der Landesentwicklung - zwei sich ergänzende räumliche und funktionale Bereiche:

1. In der **Innenstadt – Einkaufen, Erleben und Kommunikation** oder anders ausgedrückt, die Potenziale Tradition und Fortschritt für ein Wohlgefühl in der Einkaufsstadt Kemnath zu nutzen, und
2. im **Gewerbegebiet – Schneller Versorgungseinkauf**, der jedoch auch zu einem Bummel in der Innenstadt anregen soll (was durch eine entsprechende Information zum Ausdruck gebracht werden kann).

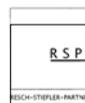
Eine weitere wichtige Empfehlung im SEEK 2004 war das **SCHAFFEN VON VERBINDUNGEN ZWISCHEN EINZELHANDELSBEREICHEN SOWIE ZWISCHEN WOHNGBIETEN UND INNENSTADT.** Diese Forderung ist ebenfalls aufrecht zu halten.

Damit die **unterschiedlichen Nutzungsschwerpunkte** innerhalb des Stadtgefüges untereinander Wechselwirkungen entfalten können und sich gegenseitig in ihrer Funktion unterstützen, sind **Verbindungen zwischen** diesen Bereichen besonders wichtig. Ziel muss es sein, die unterschiedlichen Bereiche miteinander zu verknüpfen. Dies ist auf vielfältige Weise möglich, wie z. B. durch ÖPNV-Verbindungen, Verbindungsachsen für den motorisierten Individualverkehr, fußläufige Verbindungen/Radwegverbindungen und durch funktionale Verknüpfung, nicht zuletzt – wie bereits erwähnt – durch Information und gemeinsames Werben.

Insbesondere im Bereich der fußläufigen Verbindungen/Radwegverbindungen sind u.a. mit dem Karpfenweg wichtige Schritte schon vorangebracht. Aber auch bei allen zukünftigen städtebaulichen Maßnahmen sind diese Überlegungen zu beachten, noch vorhandene **Lücken im Wegenetz** sollten möglichst zügig geschlossen werden. Insbesondere gilt dies nach der Ansiedlung von ALDI auch für den **südlichen Bereich des Gewerbegebietes Kemnath West.**

Die Handlungsempfehlung **VERZICHT AUF NEUE EINZELHANDELSFLÄCHEN INSB. IM BEREICH DES GROSSFLÄCHIGEN EINZELHANDELS IM GEWERBEGBIET WEST, MIT AUSNAHME NOTWENDIGER MARKTANPASSUNGEN IM BESTAND** ist angesichts der dargestellten Entwicklungen zu hinterfragen.

Im Gewerbegebiet im Westen haben sich bereits seit mehreren Jahren verschiedene Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Größere zusammenhängende Flächen, die im SEEK 2004 als für Neuansiedlungen im Einzelhandel empfehlenswert bzw. interessant einge-



stift wurden, waren 2004 im Bereich der Bayreuther Straße nicht vorhanden. Die **Ansiedlung von ALDI** südlich der B 22 und auch die Diskussionen um die **Ansiedlung neben dem Friedhof** bestätigen diese Einschätzung. Beide sind damit im Sinne dieser Handlungsempfehlung aus städtebaulicher Sicht **nicht uneingeschränkt positiv zu bewerten**. Die Kleinflächigkeit bzw. die erfolgte landesplanerische Zustimmung (mit der Widerlegung der Regelvermutung) führt jedoch zur Realisierung der beiden Vorhaben, die auch **einige städtebauliche Chancen** (s. Kap. 5) aufweisen bzw. bei entsprechenden Maßnahmen zur Anbindung (s. Kap. 7) städtebaulich vertretbar sind.

Die Bestandsaufnahme 2004 ließ ferner bereits erwarten, dass zukünftig mit **Erweiterungen, Verlagerungen und Umbauten** im Bereich der Bayreuther Straße zu rechnen sein wird. Die Gewerbebrache des Autohauses bietet hierfür nun den nötigen Spielraum. Diese als Marktanpassung zu bezeichneten Vorhaben, insb. die Planungen von EDEKA in der Verbindung mit dem Erhalt des „nah&gut“-Marktes am Stadtplatz, bedürfen einer Ausweisung als **Sondergebiet** und wären in der aktuell angedachten Dimension (s. max. zulässige VKF) von **Seiten der Landesplanung genau zu überprüfen**. Die Öffnungsklausel im LEP 2006 für die Grenzräume gibt jedoch den entsprechenden Entscheidungsspielraum. Für eine betriebliche Entwicklung ist eine solche Erweiterung v.a. mit der neuen Konkurrenz vor Ort sicher notwendig und da es sich um eine **Marktanpassung** handelt, was **laut der Handlungsempfehlung 2004 möglich** sein sollte, müsste aus Sicht der Gutachter eine entsprechende Umsiedlung zu befürworten sein. Jedoch sollten **städtebaulich** die Vorschläge in Kap. 7 beachtet werden und eine möglichst verbindliche Zusage bezüglich des Erhalts des „nah&gut“-Marktes mit einer entsprechenden Sondergebietsausweisung verbunden werden.

Das Gewerbegebiet entwickelt sich als **Einkaufspol für den Versorgungseinkauf** auch wegen seiner verkehrsgünstigen Lage an B 22 / St 2665 sehr gut. Damit wird eine Verschiebung der Versorgungsfunktion nach Westen zu Lasten der Altstadt nicht generell zu verhindern sein. Die **Stärkung der Altstadt**, eine gute verkehrliche **Verknüpfung der Gebiete** und eine ansprechende Gestaltung des Stadteingangs gewinnen in ihrer Wichtigkeit für die zukünftige Entwicklung damit noch mehr Gewicht. Mit einer Imagekampagne für die Innenstadt kann angesichts deren Potential entgegengesteuert werden.

Ferner sollten, um ein weiteres Verschieben in Richtung Westen zu verhindern und die Innenstadt als Einkaufsschwerpunkt zu stärken, über die in dieser Aktualisierung diskutierten Vorhaben **keine weiteren Einzelhandelsflächen im Westen mehr ausgewiesen bzw. kein Flächenzuwachs mehr angestrebt werden**. Die Nachfolgenutzung der entstehenden Brachen des derzeitigen Netto- und des Neukauf-Marktes und möglicherweise anderer Discounter sollten sehr zurückhaltend angegangen werden. Ferner ist die Chance der städtebaulichen Neuordnung des Stadteingangs wahrzunehmen.

Die letzte Handlungsempfehlung, die **STÄRKUNG DES GÜRTELS UM DIE ALTSTADT** ist von den beiden Einzelhandelsprojekten nicht betroffen. Die angesprochenen Entwicklungen im östlichen Seeleitenpark entsprechen dieser Idee.

Der städtebaulich, aber auch funktional bisher zurückgebliebene **Gürtel um die Altstadt**



mit den im SEEK 2004 festgestellten städtebaulichen Missständen stellt eines der **wesentlichen Potenziale für die Stadtentwicklung** dar. Diese werden mit der Verwirklichung der Planungen (Parkplatz und Erweiterungen im Gesundheitsbereich) nach Abriss der Gewerbebrache aktiv genutzt.

Neben möglichen **Flächen für Freizeit / Erholung** liegen in diesem Bereich auch einige Flächen, die 2004 als gut geeignet für die **Entwicklung von Einzelhandel** eingestuft wurden. Jedoch zeichnet es sich inzwischen ab, dass für das Gelände des ehemaligen Brauhauses Kemnath, das direkt westlich an der Innenstadtumfahrung (Amberger Straße) liegt und der Innenstadt zuzuordnen ist, ein Investor aus dem Einzelhandelssektor nur schwer zu gewinnen ist. Die Bereiche **Kultur, Sport/Freizeit sowie Gastronomie/ Hotellerie** sollten daher als eine weitere stadtentwicklungspolitische Entwicklungsrichtungen in Angriff genommen werden (s. auch Kap. 6.4), die beispielhafte Aktion des Karpfen-Marketings ist dafür ein hervorragender Ansatz.

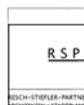


Zusammenfassend soll somit noch einmal als zentral für eine städtebaulich verträgliche Einzelhandelsentwicklung festgehalten werden:

- ◆ Erhalt der Zweipoligkeit der Einzelhandelslandschaft mit sich gegenseitig stützenden Polen,
- ◆ Steigerung der Attraktivität der Altstadt und des Gürtels um die Altstadt als Standort vielfältiger Nutzung und
- ◆ Stärkung der jeder Art von Verknüpfungen v.a. zwischen Gewerbegebiet West und Altstadt.



ANHANG



Auszug aus LEP Bayern 2006

1.2 Handel und Außenwirtschaft

1.2.1 Handel

...

1.2.1.2 (Z) Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte sollen in der Regel nur in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufen sowie in Siedlungsschwerpunkten (geeignete zentrale Orte) ausgewiesen werden. Soweit Einzelhandelsgroßprojekte ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs dienen, kommen auch Kleinzentren und nichtzentrale Orte in Betracht, wenn diese über keine Versorgung mit diesen Waren verfügen und sie dem ländlichen Raum angehören. Die Ausweisung soll in städtebaulich integrierter Lage mit einer den örtlichen Gegebenheiten entsprechenden Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgen. Vom Erfordernis der städtebaulich integrierten Lage kann in städtebaulichen Randlagen bei Einzelhandelsgroßprojekten, die nicht dem Verkauf von Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs dienen, ausnahmsweise abgesehen werden, wenn

- die Gemeinde den Nachweis des Fehlens geeigneter städtebaulich integrierter Standorte erbringt und
- bei Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten das Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie als oberste Landesplanungsbehörde im Einvernehmen mit dem Staatsministerium des Innern im Rahmen der landesplanerischen Überprüfung dem jeweiligen Vorhaben auf Grund übergeordneter Gesichtspunkte der räumlichen Ordnung und Entwicklung zustimmt.

(Z) Durch die Ausweisung von Flächen für die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten soll die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einrichtungen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Einzelhandelsgroßprojekte dürfen, soweit in ihnen

- innenstadtrelevante Sortimente verkauft werden, bei
 - a. Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs höchstens 25 v.H. der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich, bei Siedlungsschwerpunkten ohne Nahbereich im Gemeindegebiet,
 - b. Waren des sonstigen Bedarfs
 - für die ersten 100.000 Einwohner höchstens 30 v.H.,
 - für die 100.000 übersteigenden Einwohner höchstens 15 v.H., in den Oberzentren München, Nürnberg, Augsburg und Würzburg höchstens



10 v.H. der sortimentspezifischen Kaufkraft im jeweiligen Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels,

- nicht innenstadtrelevante Sortimente verkauft werden, höchstens 25 v.H. der sortimentspezifischen Kaufkraft im Einzugsbereich des jeweiligen Vorhabens abschöpfen. In Fällen des Abs. 1 Satz 2 können in Abweichung von Abs. 3 Satz 2, erstes Tired, Buchst. a Einzelhandelsgroßprojekte die Mindestbetriebsgröße erreichen.

(Z) In den geeigneten zentralen Orten der Stadt- und Umlandbereiche (Anhänge 2 und 3) kann ausnahmsweise unter der Voraussetzung einer engen städtebaulichen, räumlich-funktionalen und verkehrsmäßigen Verflechtung mit der Kernstadt bei innenstadtrelevanten Sortimenten von Waren des sonstigen Bedarfs zusätzlich bis zu einer Obergrenze von 15 v.H. auf die nach Absatz 2 Satz 2, erstes Tired, Buchst. b maßgebliche Kaufkraft der Kernstadt zurückgegriffen werden. Die Höhe der jeweils zulässigen Rückgriffsquote bemisst sich danach, ob der geeignete zentrale Ort in den Stadt- und Umlandbereichen

- der Verdichtungsräume München, Nürnberg/Fürth/Erlangen, Augsburg, Würzburg,
- der sonstigen Verdichtungsräume oder
- im ländlichen Raum

liegt. Unbeschadet dessen, kann bei Erscheinungsformen des großflächigen Einzelhandels, in denen das innenstadtrelevante Randsortiment von Waren des sonstigen Bedarfs einen generell notwendigen Bestandteil des Gesamtsortiments darstellt, die Obergrenze der Rückgriffsquote ausgeschöpft werden.

Zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der grenznahen Gebiete und deren Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen soll in diesen Gebieten das Zielabweichungsverfahren bei der Zulassung von Einzelhandelsgroßprojekten unter Berücksichtigung der Praxis in den Nachbarstaaten flexibel gehandhabt werden. (Hervorhebung durch RRV)

