



Auswirkungsanalyse zum geplanten Nahversorgungszentrum Waldershof „An der Klatze“

AUFTRAGGEBER: W.S. Gewerbebau GmbH
Alte Saale 11, 07407 Uhlstädt-Kirchhasel

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Ing. Gabriele Ostertag

PROJEKTBEARBEITUNG: B. Sc. Franziska Sailer

München, den 17.02.2026

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, die männliche, weibliche und diverse Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro München
Westenriederstraße 19
80331 München

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

089 210 1992-21 / gabriele.ostertag@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Ende Mai 2025 erteilte die W.S. Gewerbebau GmbH der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro München, den Auftrag zur Erarbeitung einer städtebaulich-funktionalen Auswirkungsanalyse zur Bewertung des geplanten Nahversorgungszentrums „An der Klatze“ in Waldershof.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Waldershof und der am Genehmigungsprozess beteiligten Institutionen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA dennoch keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

München, den 17.02.2026
GO / SRF / wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Rechtsrahmen und Prüferfordernis	7
2.1 Bauleitplanung	7
2.2 Landesplanung Bayern: Steuerungserfordernis - Agglomerationsregelung	7
3. Entwicklungstrends in den untersuchungsrelevanten Bausteinen	9
3.1 Lebensmitteleinzelhandel	9
3.2 Getränkefachhandel	10
3.3 Drogeriewarenhandel	11
II. Grundlagen	13
1. Standortanalyse	13
1.1 Makrostandort Waldershof	13
1.2 Mikrostandort „Nahversorgungszentrum An der Klatze“	15
1.3 Fazit der Standortbewertung	18
2. Angebots- und Wettbewerbsanalyse	18
2.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet (Zone I und Zone II)	18
2.2 Wettbewerbssituation im weiteren Untersuchungsraum	19
2.3 Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	21
2.3.1 Marktredwitz Innenstadt	22
2.3.2 Weitere Versorgungslagen in Marktredwitz	23
3. Nachfrageanalyse	23
3.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes und Bevölkerungspotenzial	23
3.2 Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	26
3.3 Umsatzprognose	27
3.3.1 Edeka-Supermarkt	27
3.3.2 Aldi-Discounter	27
3.3.3 Edeka-Getränkemarkt	28
3.3.4 Drogeriemarkt	28
III. Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	30
1. Prüfgegenstand	30
2. Prognose und Bewertung möglicher Auswirkungen	30
3. Fazit	33
IV. Zusammenfassung	34

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die W.S. Gewerbebau GmbH beabsichtigt im Gewerbegebiet „An der Klatze“ ein Nahversorgungszentrum zu entwickeln. Für die Ansiedlung geht eine Verlagerung von Edeka und Aldi Süd einher, die ihren bisherigen Standort an der Marktreidwitzer Straße haben. Ergänzend ist die Neuansiedlung eines Getränkemarkts und einer Konditorei (= kein Einzelhandel) im Gebäude des Edeka-Supermarktes und eines Drogeriemarktes (dm) vorgesehen.

Die Nahversorgung im Grundzentrum Waldershof wurde bisher durch die zur Modernisierung und Verlagerung anstehenden Lebensmittelmärkte des Discounters Aldi sowie des Edeka-Supermarktes an der Marktreidwitzer Straße sichergestellt; beide Märkte haben sich als wichtige Nah- und Grundversorger in der Stadt Waldershof bewährt. Der Edeka-Supermarkt wird durch einen selbstständigen Kaufmann betrieben. Da für diesen bisher kein Nachfolger gefunden wurde, droht eine baldige Aufgabe des Einkaufsstandorts und damit eine Verschlechterung des Nahversorgungsangebots in Waldershof. Auch der Aldi-Markt hat eine Schließung des bestehenden Betriebs bereits angekündigt.

Mit der Planung eines Nahversorgungszentrums nördlich von Waldershof an der Marktreidwitzer Straße (An der Klatze 2) wird das Ziel verfolgt, beide Märkte in der Stadt zu halten und in modernen Immobilien neu aufzustellen (Edeka unter neuem Betreiber). Ergänzend sollen dabei ein dm-Drogeriemarkt, ein Edeka-Getränkemarkt sowie eine vorgelagerte Gastronomieeinheit (kein Einzelhandel) hinzutreten. Durch die Bündelung des Angebots entsteht ein breit und zukunftsfähig, gleichwohl nicht raumbedeutsam aufgestelltes Nahversorgungsangebot für die Stadt Waldershof.

Gemäß dem aktuellen Vorentwurf zum vorhabenbezogenen Bebauungsplan „Nahversorgungszentrum Waldershof“ (Stand: 17.02.2026) ist von insgesamt 3.600 m² Verkaufsfläche (i. F.: VK) auszugehen. Unter Berücksichtigung des Bestandes Edeka-Supermarktes (1.170 m² VK) und Aldi Süd (880 m² VK) resultiert eine Verkaufsflächenentwicklung von + 1.550 m² VK (vgl. Tabelle 1, Abbildung 1).

Am Vorhabenstandort ist derzeit ein Autohändler angesiedelt. Für das Vorhaben wurde durch die Stadt eine Prüfung auf mögliche Standortalternativen durchgeführt. Der Standort „An der Klatze“ hat sich dabei als der einzig verfügbare und den Anforderungen entsprechende Standort herausgestellt (vgl. hierzu auch Einzelhandelsentwicklungskonzept Waldershof 2025).

Tabelle 1: Verteilung der Verkaufsflächen in m²

	Bestand Verkaufsfläche	Verkaufsfläche	Differenz
	in m ²		
Lebensmittelsupermarkt (Edeka)	1.170	1.200	+ 30
Getränkemarkt (integriert bei Edeka)	-	600	+ 600
Lebensmitteldiscounter (Aldi)	880	1.100	+ 220
Drogeriemarkt (dm)	-	700	+ 700
Gesamt	2.050	3.600	1.550

GMA-Darstellung 2026

Abbildung 1: Projektplanung



Quelle: Auftraggeber Stand 10.02.2026

Das Vorhaben soll im Rahmen des vorhabenbezogenen Bebauungsplans „Nahversorgungszentrum Waldershof“ umgesetzt werden.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind im Rahmen der vorliegenden städtebaulich-funktionalen Auswirkungsanalyse gem. § 11 Abs. 3 BauNVO sind folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Rahmenbedingungen am Makrostandort Waldershof
- /// städtebauliche Bewertung des Planstandortes „Nahversorgungszentrum An der Klatze“
- /// Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation im Lebensmittelbereich im Projektumfeld
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für die projektrelevante Nutzung
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen und städtebaulichen Auswirkungen in Waldershof und den umliegenden Gemeinden
- /// Klärung des landes- und regionalplanerischen Steuerungserfordernisses (Fortbestand Einzelhandelsgroßprojekt i. S. LEP 2023; 5.3.1: Agglomerationsregelung)
- /// Bewertung der Auswirkungen gem. § 11 Abs. 3 BauNVO.

Für die Analyse wird der Supermarkt Edeka zunächst nicht berücksichtigt; dieser wird nahezu flächenneutral umgesetzt; umverteilungsrelevanten Mehrumsätze sind nicht zu erwarten. Die dort generierten Umsätze sind bereits im Markt abgearbeitet.

Zur Erarbeitung der vorliegenden städtebaulich-funktionalen Auswirkungsanalyse wurde im Juli 2025 eine intensive Begehung des Projektstandortes sowie der wesentlichen Versorgungslagen im Umfeld des Projektstandorts vorgenommen. Ergänzend wurde auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik und EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

2. Rechtsrahmen und Prüferfordernis

Die wesentlichen Rechtsvorschriften zur Bewertung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsplanungen werden nachfolgend dargestellt. Generell sollen die Rechtsvorschriften nur regeln, **wo** Wettbewerb stattfindet, nicht jedoch **ob** Wettbewerb stattfindet.

2.1 Bauleitplanung

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO¹ relevant, der für Einzelhandelsgroßprojekte folgendes definiert:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Landesplanung Bayern: Steuerungserfordernis - Agglomerationsregelung

Prüfungsmaßstab bei der raumordnerischen Beurteilung des vorliegenden Einzelhandelsgroßprojektes sind die Ziele, Grundsätze und sonstigen Erfordernisse der Raumordnung wie sie in § 2 ROG sowie im Landesentwicklungsprogramm (LEP) Bayern 2023² dargelegt sind. Die wesentlichen Rechtsvorschriften zur Bewertung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsplanungen in Bayern werden in Kapitel 5.3 Einzelhandelsgroßprojekte formuliert. Die Ziele der Landesplanung gem. LEP 5.3 gelten explizit nur für Einzelhandelsgroßprojekte i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO und für Agglomerationen.

Der Planung und Prüfung liegt die Entwicklung eines Versorgungsstandortes mit insgesamt 3.600 m² VK zugrunde, die sich wie folgt aufteilen:

- /// Edeka-Supermarkt mit 1.200 m² (Verlagerung) und Getränkemarkt mit 600 m².
- /// Aldi Süd (Verlagerung): 1.100 m²
- /// dm-Drogeriemarkt: 700 m².

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132); zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023

² In seiner Fassung vom 01.06.2023.

Damit liegt zunächst ein Indiz für die Agglomerationsregelung vor. Der Begriff der Einzelhandelsagglomeration wird durch das LEP Bayern 2023 in den Kontext von Einzelhandelsgroßprojekten gesetzt und in der Begründung zum LEP-Ziel 5.3.1 wie folgt klargestellt:

„Neben Betrieben i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind aufgrund analoger räumlicher Wirkungen auch Agglomerationen von mindestens drei Einzelhandelsbetrieben in räumlich funktionalem Zusammenhang, die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind, als Einzelhandelsgroßprojekte erfasst.“

Zentral für die Beantwortung der Agglomerationsfrage und damit der Frage der Steuerungsrelevanz sind gemäß LEP Bayern 2023 somit zum einen der **räumlich-funktionale Zusammenhang** von **mindestens drei Einzelhandelsbetrieben** und zum anderen die **überörtliche Raumbedeutsamkeit** des Vorhabens.

a. Zur Frage der Anzahl der Betriebe und Großflächigkeit

Mit der Planung liegen vier zunächst für sich genommen kleinflächige Betriebe (im Sinne der landesplanerischen Relevanzschwelle bei Betrieben der Nahversorgung) vor. In diesem Zusammenhang ist auszuführen, dass nach Aussage der Regierung der Oberpfalz gem. Urteil VGH München v. 07.02.2023 – 1 N 21.22 Verkaufsflächen für angegliederte Backshops/Bäckereien (inkl. Verzehrflächen) i.d.R. den Verkaufsflächen des Lebensmittel-Supermarkts dem Hauptbetrieb zuzurechnen sind und nicht als eigenständige Nahversorgungsangebote zu werten sind. **Gleiches dürfte daher im vorliegenden Fall für den im selben Gebäude liegenden EDEKA-Getränkemarkt gelten**, der ebenfalls im Gebäude integriert ist. Damit liegen noch drei Betriebe und damit das Eingangsindiz zur Vorlage einer Agglomeration vor.

b. Zur Frage des räumlich-funktionalen Zusammenhangs

Der Blick auf den räumlich-funktionalen Zusammenhang zeigt, dass das Vorhaben die Realisierung von drei Gebäudeteilen, einem im nördlichen (Vollsortimenter mit angeschlossenem Getränkemarkt) und zwei im südlichen Bereich (Discounter und Drogeriemarkt), mit dazwischenliegenden Pkw-Stellplätzen, vorsieht. Der Grundstückszuschnitt ist nicht als räumlich-funktional Trennung einzelner Einheiten zu bewerten; die Zu- und Abfahrt erfolgt ebenfalls in der Gesamtheit. Insofern liegt hier ebenfalls zunächst ein Eingangsindiz einer Agglomeration i. S. der Landesplanung vor.

c. Zur Frage der überörtlichen Raumwirksamkeit

Das Vorhaben am vorgesehenen Standort wird eine überwiegend auf Waldershof orientierte Wirkung entfalten (vgl. hierzu Kapitel II.3.3). Die Einzelvorhaben werden ihren Umsatz überwiegend in der Standortkommune erwirtschaften (über 70 % bei den beiden Lebensmittelmärkten zzgl. Getränkemarkt bzw. über 50 % beim Drogeriemarkt)³ einfügen. Mit Blick auf die Umsatzherkunft ergibt sich damit zwar auch eine gewisse überörtliche Raumbedeutsamkeit (naturgemäß vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation insbesondere beim Drogeriemarkt), gleichwohl ist das Vorhaben sowohl in seinen Einzelteilen als auch in der Gesamtschau ganz überwiegend auf die Standortkommune orientiert. Gleichzeitig sind durch das Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung sowohl in Waldershof selbst als auch in den angrenzenden Kommunen (hier v. a. Marktredwitz) festzuhalten (vgl. hierzu Kapitel III.2).

³ Insbesondere auch nach Abzug der Streukundenumsätze, die regelmäßig bei Einzelhandelsvorhaben mit zu berücksichtigen, aber nicht standortspezifisch sind, fallen die Umsatzanteile außerhalb von Waldershof noch moderater aus (maximal 20 % bei den beiden Lebensmittelmärkten zzgl. Getränkemarkt bzw. rd. 30 % beim Drogeriemarkt). Eine erhebliche überörtliche Raumbedeutsamkeit ist damit auszuschließen..

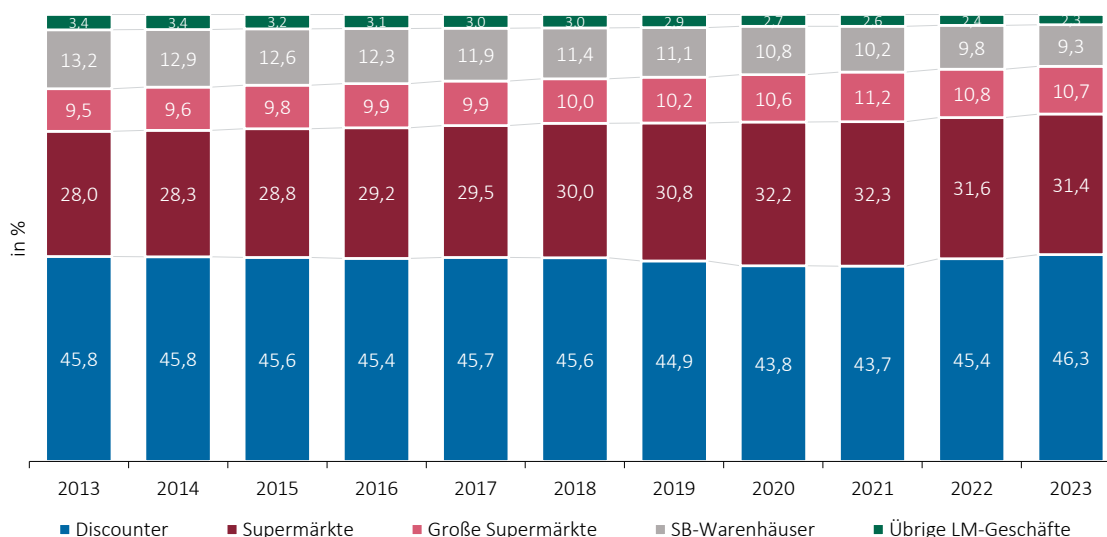
Zusammenfassend ist zwar ein räumlich-funktionaler Zusammenhang für das Vorhaben festzuhalten, eine erhebliche überörtliche Raumwirksamkeit i. S. der Landesplanung wird ausgeschlossen. In der Folge ergibt sich kein Steuerungs- und damit auch kein Untersuchungsbedarf der LEP-Regelungen gem. LEP Bayern 2023.

3. Entwicklungstrends in den untersuchungsrelevanten Bausteinen

3.1 Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze, wobei die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels eine unterschiedliche Entwicklung aufweisen. Während vor allem Discounter und (große) Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland nach Betriebsformen 2013 – 2023



GMA-Darstellung 2025 auf Datenbasis von EHI Europäisches Handelsinstitut (2024): Handelsdaten aktuell 2024

Im Einzelhandel werden verschiedene **Betriebstypen** unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der **Verkaufsfläche** vor allem auch die **Sortimentsstruktur** – und hier insbesondere der Anteil an sogenannte Nonfood-Waren – herangezogen.

Für die Einordnung der verschiedenen **Betriebstypen** wird in vorliegender Untersuchung auf die Definitionen des Europäischen Handelsinstitutes Köln (EHI) zurückgegriffen:⁴

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

⁴ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2024): Handelsdaten aktuell 2024, S. 408.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und Nonfood-II-Artikel führt.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 14.850 Artikel offeriert, bieten große Supermärkte im Durchschnitt sogar rd. 25.000 Artikeln an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich rd. 2.300 Artikel vor. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei allen drei Betriebstypen klar auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Bei Lebensmittelbetrieben ist bezüglich der Sortimente zwischen dem Kernsortiment und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden. Darüber hinaus wird in die beiden Sortimentsgruppen unterschieden:

- Nahrungs- und Genussmittel (= „**Food**“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- Als „**Nonfood**“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung, auch „Nearfood“ genannt) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Schnittblumen, Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.

Die geplanten Märkte Edeka und Aldi sind dem Betriebstyp Supermarkt bzw. Discounter zuzuordnen.

3.2 Getränkefachhandel

Getränkefachmärkte werden in Deutschland entweder als eigenständige Getränkeabholmärkte (überwiegend Filialen) oder als in einem Lebensmittelmarkt integrierte Getränkeabteilung betrieben. So ist es auch in der zu prüfenden Planung vorgesehen (Edeka Getränkemarkt). Etwa ein Drittel des Gesamtumsatzes von Getränken in Deutschland entfällt auf die knapp 10.000 Abholmärkte.⁵

Getränkemärkte offerieren hauptsächlich Kistenware mit Mehrwegflaschen von Wasser, Erfrischungsgetränken und leicht-alkoholischen Getränken (Bier etc.). Außerdem gehören Getränkedosen und Einwegflaschen mit Wein und Spirituosen zum Standardsortiment. Das Kernsortiment wird zumeist ergänzt durch Tabakwaren sowie „Party-Artikel“ wie salzige Snacks, Einweggeschirr, Tischdekoration, Grillkohle etc.⁶ Inhabergeführte Betriebe profilieren sich teil-

⁵ Quelle: Bundesverband des deutschen Getränkefachgroßhandels e. V.: Gemeinsame Presseerklärung vom 20. März 2020: Getränkeversorgung ist gesichert

⁶ In Getränkemarkten, die als Fachabteilung von Lebensmittelmärkten betrieben werden, sind diese ergänzenden Sortimente in der Regel in den übrigen Bereichen des Lebensmittelmarkts vorhanden.

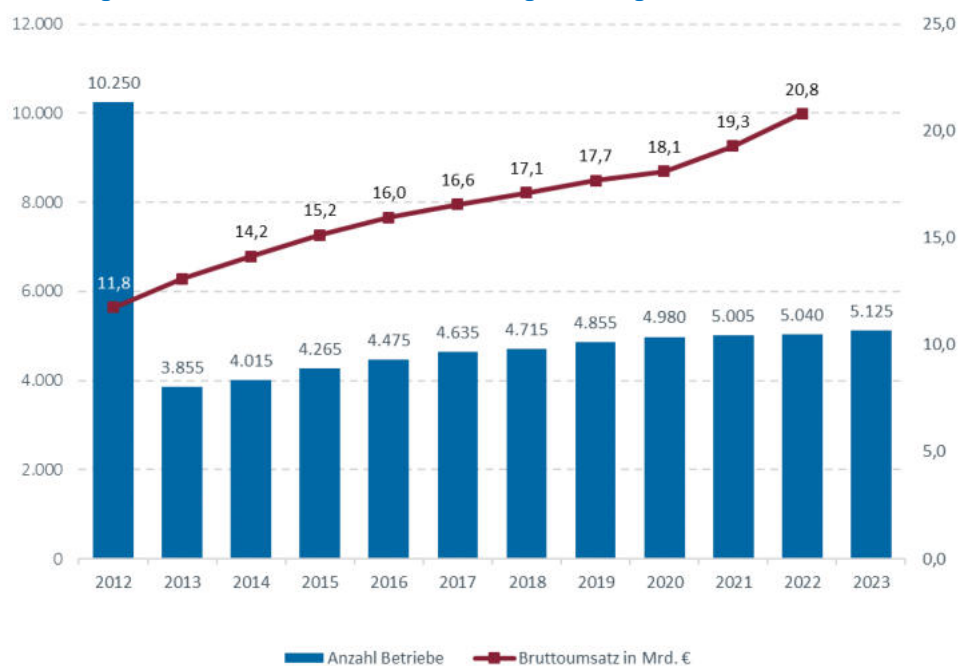
weise zusätzlich durch Dienstleistungen (z. B. Abhol- und Liefersdienste, Vermietung von Zapfanlagen, Bierbänken/-tischen). Insgesamt besteht der größte Teil des Sortiments aber in allen Getränkemärkten aus nahversorgungsrelevanten Waren.

Typische Getränkemärkte (sowohl filialisiert als auch integriert in Lebensmittelmärkten) umfassen einschließlich Leergutannahme in der Regel ca. 400 – 1.200 m² Verkaufsfläche. Je nach Größe und Standortbedingungen sind für sie Flächenproduktivitäten von 1.400 – 1.800 € / m² Verkaufsfläche anzusetzen.⁷

3.3 Drogeriewarenhandel

Die Drogeriebranche hat mit der Insolvenz des langjährigen Marktführers Schlecker 2012 wie keine andere Branche im deutschen Einzelhandel eine Zäsur erfahren, die bis heute nachwirkt. So ist insbesondere in ländlichen Gebieten nach wie vor ein ausgedünntes Standortnetz vorzufinden, was dazu führt, dass in vielen kleineren und mittleren Kommunen aktuell kein qualifiziertes Angebot vorhanden ist. Der Expansionsdrang der verbliebenen Wettbewerber hält daher weiter an. Die Branche verzeichnete in den vergangenen Jahren starke Zuwächse; zwischen 2013 und 2023 hat sich die Zahl der Drogeriemärkte auf ca. 5.125 bzw. um knapp 33 % erhöht (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Anzahl- und Umsatzentwicklung der Drogeriemärkte in Deutschland (2012 – 2023)



Quelle: GMA-Darstellung 2025 auf Basis EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2024), S. 117 und 118

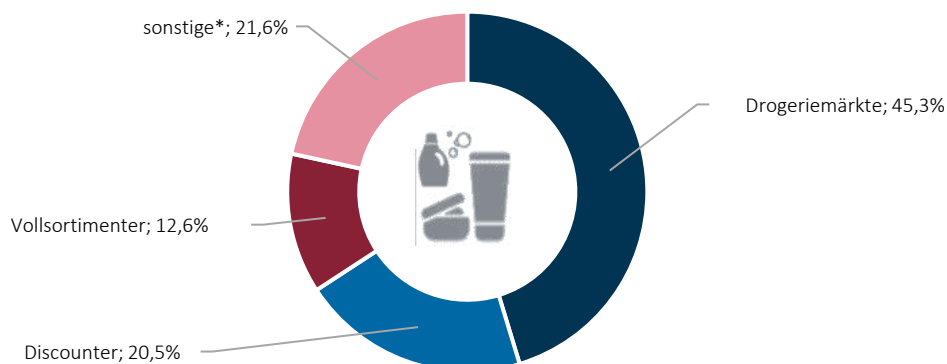
Neben Drogeriemärkten werden Drogeriewaren über den Lebensmitteleinzelhandel, Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken sowie Kauf- und Warenhäuser abgesetzt. Ein Blick auf die Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen zeigt, dass ca. 45,3 % des Umsatzes auf Drogeriemärkte entfällt, ca. 33,1 % auf den Lebensmitteleinzelhandel bzw. ca. 21,6 % auf sonstige Vertriebslinien (vgl. Abbildung 4). Die Drogeriemärkte konnten ihren Marktanteil in den vergangenen fünf Jahren weiter ausbauen. Während dm, ROSSMANN

⁷

Quelle: Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e.V. (BVL), Bundesverband des deutschen Getränkefachgroßhandels e.V., BVE -Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, EHI handelsdaten.de, BBE Branchen- und Standortberatung; IFH Köln.

und Müller weiter kräftig expandieren und so im Wettbewerb stärker werden, verlieren die Vollsortimenter Marktanteile. Deutlich besser haben sich die Discounter am Markt positioniert, die zuletzt ihre Marktanteile wieder leicht ausbauen konnten.

Abbildung 4: Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform



* sonstige Vertriebslinien, u. a. Parfümerien, Apotheken, Kauf- und Warenhäuser.

GMA 2025 nach Statista 2021

Zum Kernsortiment eines Drogeriemarktes gehören Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz-/Reinigungsmittel und Hygieneprodukte. Alle in Deutschland agierenden Drogeriemärkte verkaufen darüber hinaus Lebensmittel (insbesondere Süßwaren und Babykost), Tiernahrung, Gesundheitssortiment und Fotowaren in unterschiedlichem Umfang. In Abhängigkeit vom konkreten Betreiber wird das Kernsortiment durch weitere Randsortimente ergänzt, darunter z. B. Getränke, Tabakwaren, Hauswäsche, Kinder- und Babybekleidung, Unterwäsche, Strumpfwaren, Kurzwaren, Elektroartikel, Schmuck, Uhren, Brillen, Schreib- und Spielwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Dekorationsartikel usw.

Der vorgesehene Anbieter dm ist weiterhin Marktführer unter den deutschen Drogeriemärkten (vgl. Tabelle 2). Der Wettbewerbsdruck unter den verbliebenen Drogeriemarktfilialisten hält weiter an und auch der Lebensmitteleinzelhandel hat das Drogeriegeschäft als Wachstumsfeld für sich entdeckt.

Tabelle 2: Die größten Drogeriemarkunternehmen in Deutschland

Daten	dm	ROSSMANN	Müller	BUDNIKOWSKY
Filialen	2.108	2.290	578	186
Umsatz in Mrd. € (brutto)	11,3	9,3	3,4	0,6
durchschnittliche Filialgröße in m ²	635	614	1.330	526
Flächenproduktivität in €/m ² VK	8.357	6.560	4.417	5.762
Artikelzahl	12.500	23.000	bis 190.000	25.000

GMA-Zusammenstellung 2025 auf Basis von Unternehmensangaben, Hahn Real Estate Report Germany 2024/2025

II. Grundlagen

1. Standortanalyse

1.1 Makrostandort Waldershof

Zur Bewertung des Vorhabens sind folgende Rahmenbedingungen für den Makrostandort Waldershof zusammenfassend festzuhalten:

Tabelle 3: Rahmendaten zum Makrostandort Waldershof

Standortkriterien	Merkmale
Lage im Raum und landesplanerische Funktion 	- Stadt im Norden des Landkreises Tirschenreuth im Regierungsbezirk Oberpfalz - zentralörtliche Einstufung als Grundzentrum - nächstgelegene Mittelzentren Marktrechwitz unmittelbar nördlich angrenzend, Waldsassen rd. 17 km entfernt (Luftlinie) - allgemeiner ländlicher Raum - Raum mit besonderem Handlungsbedarf
Bewertungs-relevanter Verflechtungs-bereich	- Nahbereich: eigenes Stadtgebiet: rd. 4.305 Einwohner⁸ - Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels: 5.344 Einwohner⁹
Siedlungsstruktur 	- Hauptort Waldershof als dörflich geprägte Kleinstadt nördlich des Steinwalder Naturparks - überwiegend lockere Bebauung mit Ein- und Mehrfamilienhäusern, nördlich des Hauptorts bestehen größere Gewerbe- und Industrieflächen (u. a. Headquarter Cube) - weitere, ländlich geprägte Ortsteile westlich und südlich des Hauptorts
Demographie 	- aktuell rd. 4.305 Einwohner¹⁰ - leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung während der vergangenen zehn Jahre, rd. – 0,4 % zw. 2014 und 2024¹¹
Verkehrliche Erreichbarkeit 	MIV - Über die A 93 Anbindung in Richtung Regensburg und Nürnberg bzw. St. 2177 Richtung Marktrechwitz in nördliche und Pfaffenreuth in südliche Richtung ÖPNV - Bahnanbindung in Richtung Nürnberg und Marktrechwitz mit Anschluss an den regionalen und bundesweiten Schienenverkehr - Einbindung in das öffentliche Nahverkehrsnetz des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg (VGN) - Planung und Bau Umgehungsstraße
Einzelhandelsstruktur 	kleinteilige Betriebe in der Stadtmitte ohne Grundversorgungsfunktion, weitere, teilw. großflächige Betriebe entlang der Marktrechwitzer Straße (u. a. Verlage-rungsbetriebe), die bereits heute die Grundversorgung von Waldershof sicherstellen

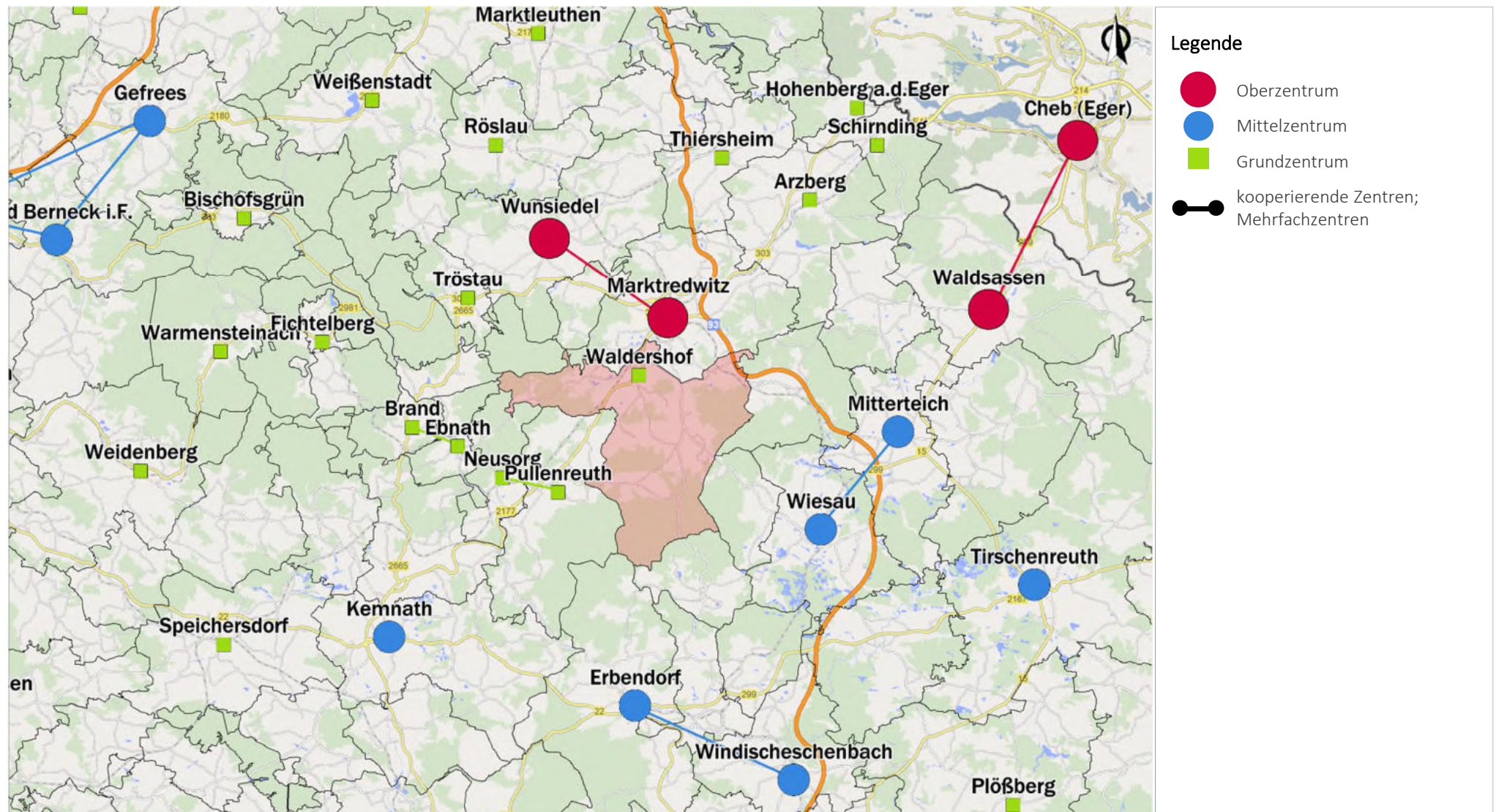
⁸ Quelle: Regionalplan Oberfranken-Ost; Karte Nah- und Mittelbereiche; Stand: 01.09.2006; relevant für Sortiment des Nahversorgungsbedarfs (= Nahrungs- und Genussmittel, Getränke) in Verbindung mit Bayerischem Landesamt für Statistik (2025): Bevölkerung nach Gemeinden (Stand: 31.03.2025).

⁹ Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie: Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich der Zentralen Orte in Bayern (Stand: 25.02.2025)

¹⁰ Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2025 (Stand 02. Juli 2025, Daten auf Basis Fortschreibung Zensus 2022)

¹¹ Im Vergleich zum Stand 31.12.2014, eigene Berechnung.

Karte 1: Lage des Grundzentrums Waldershof und zentralörtliche Struktur der Region



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2025

1.2 Mikrostandort „Nahversorgungszentrum An der Klatze“

Zur Prüfung des Integrationsgebotes ist der Untersuchungsstandort unter Berücksichtigung relevanter Kriterien wie Lage zu zentralen Versorgungsbereichen, Lage zu den Wohngebieten oder verkehrliche Erreichbarkeit einzuordnen und hinsichtlich seines städtebaulichen Integrationsgrades und seiner Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion unter Berücksichtigung der siedlungsstrukturellen und topographischen Gegebenheiten zu beurteilen.

Tabelle 4: Rahmendaten zum Mikrostandort

Standortkriterien	Merkmale
Lage im Stadtgebiet 	- Ortsrandlage im Norden des Kernorts Waldershof an der Marktreidwitzer Straße, welche die Stadt Waldershof mit Marktreidwitz verbindet - am südlich des Standorts gelegenen Kreisverkehr endet die geplante Umgehungsstraße, welche westlich um das Ortszentrum von Waldershof herumführt (geplante Fertigstellung 2026) - Distanz zum Ortszentrum: rd. 1,2 km (Luftlinie) bzw. 15 Gehminuten - Entwicklungspotenzial im Hauptort Waldershof: Bei der zu entwickelnden Fläche handelt es sich um die einzige Fläche im Hauptort, die über ein ausreichendes Flächenpotenzial verfügt.
Baurechtliche Situation 	- aktuell ohne gültigem Bebauungsplan - geplante Umsetzung im Rahmen des vorhabenbezogenen Bebauungsplans „Nahversorgungszentrum Waldershof, An der Klatze“ (Festsetzung Sondergebiet Einzelhandel)
Aktuelle Nutzungsstruktur und geplante Entwicklung 	derzeit ist auf der Vorhabenfläche ein Autohändler angesiedelt
Standortumfeld 	- Direktes Umfeld überwiegend gewerblich geprägt (insbes. Betriebe aus der Fahrradherstellung und Metallverarbeitung, Fa. Cube), nördlich grenzt ein Kfz-Ersatzteilgeschäft an - gegenüber an der Marktreidwitzer Straße schließt das Wohngebiet „Waldershof Siedlung“ an - weitere Wohnnutzungen schließen südlich der Gewerbeflächen im Hauptort Waldershof an - Standort profitiert von der Lage an der stark frequentierten Marktreidwitzer Straße (Ausfallstraße Richtung Marktreidwitz) mit 10.000 bis 11.000 Kfz / Tag¹²

Fortsetzung auf nächster Seite

¹² Zählstellen 60389557 (Marktreidwitzer Straße, Waldershof) und 60389445 (Waldershofer Straße, Marktreidwitz); Landesbaudirektion Bayern (Stand 2024)

Standortkriterien	Merkmale Standort An der Klatze
Erreichbarkeit 	Fußgänger und Radfahrer: geteilter Fußgänger-/Radweg auf der gegenüberliegenden Straßenseite; aktuell keine sichere Querung möglich, diese soll mit dem Projektvorhaben geschaffen werden → Ca. 15 Gehminuten; 5 Radminuten zum Stadtzentrum ÖPNV: die nächstgelegene Bushaltestelle befindet sich direkt nördlich der Einfahrt „Klatze“ (mehrere Buslinien in Richtung Waldershof und Marktrechwitz, jedoch nur eine geringe Taktung auf (etwa ein Bus /h) → Ca. 6 Minuten zum Stadtzentrum PKW: gute Erreichbarkeit durch die Lage an der Hauptverkehrsachse Marktrechwitzer Straße / Waldershofer Straße; perspektivisch verkehrsgünstiger Standort mit Blick auf die derzeit geplante Umgehungsstraße
Zusammengefasste Standortkriterien 	+ sehr gute Erreichbarkeit mit dem PKW (perspektivisch Umgehungsstraße) + gute Sichtbarkeit durch disponierte Lage an der Marktrechwitzer Straße + hohe Arbeitsplatzbedeutung und Kfz-Frequenzen und damit ergänzende Zuführeffekte – überwiegend gewerbliche Prägung im näheren Standortumfeld – Erreichbarkeit mit dem Bus, dem Fahrrad und zu Fuß aktuell nachteilig

GMA-Zusammenstellung 2025



Vorhabenstandort



ÖPNV-Haltestpunkt „Waldershof Siedlung“ in rd. 100 m Entfernung



Gewerbegebiet gegenüber des Vorhabenstandortes



Ländlich geprägt Wohnnutzung „Ortsteil Siedlung“ in rd. 100 m Entfernung

GMA-Aufnahmen 2025

Karte 2: Mikrostandort „Nahversorgungszentrum An der Klatze“ und be-stehende Umfeldnutzungen



Quelle: Luftbild: Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung Bayern; GMA-Bearbeitung 2025

1.3 Fazit der Standortbewertung

Das Integrationsgebot ist wie folgt zu bewerten:

- Der Standort des geplanten Nahversorgungszentrums liegt etwas außerhalb des Siedlungskerns. Verkehrlich ist der Standort aus dem Hauptort per PKW gut zu erreichen, darüber hinaus bestehen meist stündliche Busverbindungen an der nahegelegenen Haltestelle „Waldershof, Siedlung“.
- Aus fußläufiger Sicht ist das geplante Nahversorgungszentrum aus dem Ortszentrum Waldershof in etwa 15 Minuten zu erreichen. Ein Wohngebietsbezug ist zum Ortsteil „Waldershof Siedlung“ gegeben, welcher westlich an den Vorhabenstandort angrenzt. Auch eine Erreichbarkeit per Fahrrad ist grundsätzlich gegeben (rd. 5 Minuten in das Ortszentrum). Jedoch besteht derzeit kein Radweg auf der Straßenseite des Vorhabenstandorts.
- Das Vorhaben fügt sich in die umliegende Bebauungs- und Nutzungsstruktur ein, welche durch eine Mischung aus gewerblichen und Wohnnutzungen gekennzeichnet ist (keine Beeinträchtigung des Orts- und Landschaftsbildes und des Naturhaushaltes).
- Aus städtebaulicher Sicht ist der Standort zunächst als nicht ideal integriert einzuordnen. Im Rahmen einer Umsetzung wird angeregt Maßnahmen zur Aufwertung (insb. fußläufige Erreichbarkeit, Fußgängerquerung, Optimierung der ÖPNV-Anbindung) vorzusehen. Mit dem Ziel, einen optimalen Standort zu identifizieren, wurde durch die Stadt Waldershof eine Standortalternativenprüfung durchgeführt. **Dabei wurde festgestellt, dass keine alternativen Standorte für ein entsprechendes Vorhaben zur Verfügung stehen. Eine städtebauliche Entwicklung zur zukunftsfesten Sicherung Grundversorgung in Waldershof kann daher nur am geplanten Standort „An der Klatze“ umgesetzt werden.**

Der Standort ist damit unter Berücksichtigung der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten als städtebaulich integriert einzustufen.

2. Angebots- und Wettbewerbsanalyse

Zur Prüfung möglicher Wirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO ist zunächst die Angebots- und Wettbewerbssituation für das Vorhaben im Einzugsgebiet bzw. im Untersuchungsraum darzustellen und zu bewerten. Ausgehend davon lassen sich die durch das Vorhaben zu erwartenden wettbewerblichen bzw. prüfungsrelevanten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ermitteln.

Zur Beurteilung der Angebotssituation wurden von der GMA im Juli 2025 eine intensive Vor-Ort-Erhebung aller projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe sowie eine städtebaulich-funktionale Beurteilung der Einzelhandelslagen im Untersuchungsraum durchgeführt. Ergänzend sind relevante Planungen berücksichtigt. Als Wettbewerber für das Vorhaben gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die Überschneidungen mit den zu untersuchenden Neuansiedlungen aufweisen. So sind wettbewerbliche Auseinandersetzungen in erster Linie mit strukturprägenden Systemwettbewerbern zu erwarten.

2.1 Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet (Zone I und Zone II)

Da im **Kerneinzugsgebiet** des Vorhabenstandorts (Stadt Waldershof) die beiden bestehenden Lebensmittelmärkte Edeka und Aldi mit in das Nahversorgungszentrum umziehen, entfällt hier

die Berücksichtigung eines Wettbewerbs. In der Stadt Waldershof ist das Angebot auf kleinteilige Anbieter des Lebensmittelhandwerks (jew. Ein Bäcker und Metzger) begrenzt. Wettbewerbsüberschneidungen können weitgehend ausgeschlossen werden (eine Einbindung des örtlichen Anbieters als Vorkassenbäckers in Form einer Filiale ist zu empfehlen).

Im **erweiterten Einzugsgebiet** (Zone II: Pullenreuth und Fuchsmühl) besteht kein großflächiges Nahversorgungsangebot. Einzelne Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk beschränken sich auf das Angebot in Pullenreuth (Metzgerei Weiß, Bioladl) und in Fuchsmühl (Dorfladen, Metzgerei).

2.2 Wettbewerbssituation im weiteren Untersuchungsraum

Über das Einzugsgebiet hinaus umfasst der Untersuchungsraum einschlägige Versorgungsstandorte, wo es zu gewissen Wettbewerbsüberschneidungen mit dem Planobjekt kommen wird. Berücksichtigt werden hierbei Angebote, welche vom Vorhabenstandort in einer für den Versorgungseinkauf im ländlich geprägten Raum typischen PKW-Fahrzeit von rd. 10 Minuten zu erreichen sind (Distanzempfindlichkeit der Nahversorgungssortimente). Zu betrachten sind damit insbesondere Betriebe in der benachbarten Stadt Marktrechwitz sowie in den umliegenden Gemeinden von Waldershof.

Im weiteren Untersuchungsraum sind folgende projektrelevante Angebotsstrukturen festzuhalten (vgl. hierzu auch Karte 3):

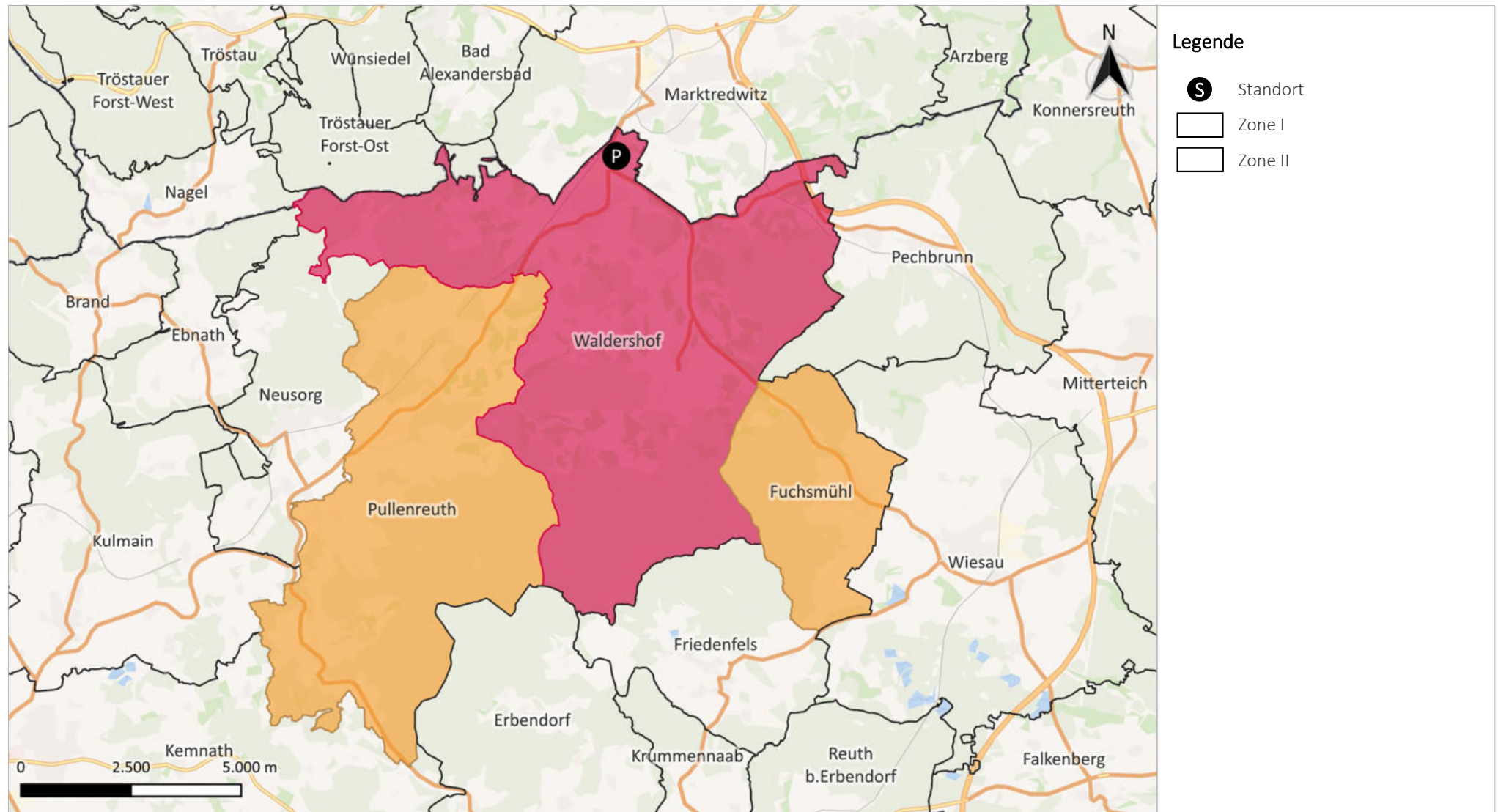
Tabelle 5: Angebotssituation im Nahrungs- und Genussmittel- sowie Drogeriewarenbereich im weiteren Untersuchungsraum: Marktrechwitz (VK > 400 m²)*

Anbieter	Betriebstyp	Standort	PKW Entfernung in min	VK in m ²
Innenstadt				
Müller	Drogeriemarkt	Innenstadt	6	520
Wölsauer Straße Mitte (nicht integriert)				
E Center Schraml	Supermarkt	Wölsauer Straße	10	3.300
Wölsauer Straße Ost (nicht integriert)				
Lidl	Discounter	Wölsauer Straße Ost	10	980
Getränke Hoffmann	Getränkemarkt	Wölsauer Straße Ost	10	480
Aldi Süd	Discounter	Wölsauer Straße Ost	10	1.200
dm	Drogeriemarkt	Wölsauer Straße Ost	10	690
Oberredwitz (integriert)				
Edeka Schraml	Supermarkt	Jean-Paul-Straße	6	1.450
Norma	Discounter	Wundsiedler Straße	8	950
Kaufland	Supermarkt	Bayreuther Straße	8	3.000
Waldershofer Straße (nicht integriert)				
Netto	Discounter	Waldershofer Straße	4	790
Breslauer Straße (nicht integriert)				
Netto	Discounter	Breslauer Straße	8	1.050

* Lagezuordnung auf Basis der faktischen Verhältnisse vor Ort

GMA-Erhebung 2025

Karte 3: Einzugsgebiet des Vorhabens



Quelle: © OpenMapTiles, © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025

Tabelle 6: Angebotssituation im Nahrungs- und Genussmittel- sowie Drogeriewarenbereich im weiteren Untersuchungsraum, außerhalb Marktrechwitz (VK > 400 m²)

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage*	PKW Entfernung in min	VK in m ²
Neusorg					
Netto	Discounter	Am Steinbruch	Dezentrale Lage	15	750
Rewe Walter	Supermarkt	Steinwaldstraße	Städtebaulich integrierte Lage	15	1.000
Wiesau**					
Rewe	Supermarkt	Egerstraße	Städtebaulich integrierte Lage	15	1.230
Rewe Getränke	Getränkemarkt	Egerstraße	Städtebaulich integrierte Lage	15	640
Brand					
Netto	Discounter	Max-Reger-Straße	Städtebaulich integrierte Lage	18	900

* Lagezuordnung auf Basis der faktischen Verhältnisse vor Ort

** geplante Neueröffnung Norma in Wiesau (1.100 m² VK), voraussichtlich im August 2025

GMA-Erhebung 2025

Das Angebot wird ergänzt durch kleinflächige Anbieter aus dem Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger), Obst- und Gemüseläden, Dorfläden und Tankstellenshops. Zu verweisen ist außerdem auf den 24/7-Minisupermarkt MAKsl in der Innenstadt von Marktrechwitz, welcher durch Edeka Schraml betrieben wird. Im erweiterten Untersuchungsraum ist im projektrelevanten Sortimentsbereich (einschließlich kleinflächiger Lebensmittelmärkte, Getränkemarkte und Betrieben des Lebensmittelhandwerks) eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 21.020 m² Verkaufsfläche vorhanden.

Die erfassten Betriebe erwirtschaften zusammen einen Jahresumsatz im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Höhe von rd. 107,3 Mio. €. ¹³

Das Angebot im Drogeriebereich verteilt sich auf wenige Anbieter sowie auf Teilsortimente in Discountern und Supermärkten. Hervorzuheben ist hierbei der Drogeriemarkt Müller in der Innenstadt von Marktrechwitz (mit rd. 520 m² VK) sowie der Drogeriemarkt am östlichen Ende der Wölsauer Straße in Marktrechwitz (mit rd. 690 m² VK nicht-integriert). Insgesamt werden im Drogeriebereich rd. 18,5 Mio. € erwirtschaftet.

2.3 Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Bei einer Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben ist zu prüfen, ob sich diese auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können. Hierbei ist insbesondere auf die Funktionsfähigkeit und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, die versorgungsstrukturelle Situation der Bevölkerung im Einzugsbereich sowie die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung abzustellen. Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Marktrechwitz aus dem Jahr 2014 befinden sich im Untersuchungsraum ein Zentrum im Range eines zentralen Versorgungsbereiches sowie weitere Versorgungslagen, die nachfolgend städtebaulich-funktional untersucht und bewertet werden.

¹³ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Anteile im Nonfood-I- und -II-Bereich.

2.3.1 Marktredwitz Innenstadt

Marktredwitz Innenstadt	
Abgrenzung gemäß EHK Marktredwitz (2014) - Hauptgeschäftslagen in der Marktstraße und im Einkaufszentrum KEC - Nördliche Abgrenzung entlang der Martin-Luther-Straße und Bergstraße bis auf Kreiselhöhe; südliche Abgrenzung entlang der Kössein bis auf Höhe Ottostraße und entlang der Leopold Straße sowie Dammstraße - Die seinerzeit vorgenommene räumliche Abgrenzung kann auch nach aktueller Inaugenscheinnahme bestätigt werden.	Städtebaulich-funktionale Einordnung - Hauptzentrum der Stadt mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion und darüber hinaus - ergänzendes Angebot mit Sortimenten des mittel- und langfristigen Sortimentbereichs - Müller und KEC als Frequenzbringer - Geringfügiger Leerstand - Attraktives Stadtbild - Einkaufszentrum KEC im Süden der Innenstadt mit einem modernen Auftritt und zeitgemäßem Angebotsmix - umfangreiche Ergänzung durch Komplementärnutzungen (Gastronomie, Hotellerie, Dienstleistungen) - sehr gute ÖPNV-Anbindung und fußläufige Erreichbarkeit - gute PKW-Erreichbarkeit mit Parkhäusern v. a. im Süden der Innenstadt
Verkaufsfläche bei Nahrungs- und Genussmitteln - solides Angebot an groß- und kleinflächigen Anbietern - Summe 700 m², davon - Naturkost, Reformhaus und Feinkost mit rd. 200 m² VK - Orientalische Lebensmittel mit rd. 180 m² - MAKsl mit rd. 35 m² - Obst und Gemüse (Kern) mit rd. 45 m² VK - Zigarrenhaus (Wagner) mit rd. 25 m² VK - Lebensmittelhandwerke mit rd. 155 m²	
Verkaufsfläche bei Drogeriemärkten - Drogeriemarkt Müller mit rd. 520 m² VK - Parfümerie Och mit rd. 50 m² VK	
Einschätzung - Hauptzentrum mit Nutzungsmix und attraktivem Stadtbild - kaum sichtbare Leerstände - weitgehend robustes Zentrum	



GMA-Aufnahmen 2024 und 2025

2.3.2 Weitere Versorgungslagen in Marktredwitz

Nahversorgungsrelevante Lagen

Auf folgende weitere städtebaulich integrierte und nahversorgungsrelevante Lagen ist hinzuweisen:

- **Bayreuther Straße** in Oberredwitz mit Hauptanbieter Kaufland (leistungsfähig und modern, größter Einkaufsmarkt im Norden von Marktredwitz) und Wohngebietsbezug.
- **Breslauer Straße** in einem Wohngebiet im nördlichen Marktredwitz mit Hauptanbieter Netto (modern, zentral gelegen, fußläufig gut erreichbar) und deutlichem Wohngebietsbezug.
- **Jean-Paul-Straße** in Oberredwitz mit Hauptanbieter Edeka Schraml (modernisiert, gut integriert) und sowohl Wohngebietsbezug als auch Autokundenorientierung (großer Parkplatz und an einer Hauptverkehrsachse gelegen).
- **Wölsauer Straße Mitte** in Marktredwitz mit Hauptanbieter E-Center Schraml (neu, umfassendes Angebot, breit aufgestellt), ergänzt durch kleinflächige Anbieter (u. a. Bäcker, Blumenladen). Weitere Betriebe aus dem Einzelhandel (Rofu Kinderland, Fressnapf, tedox).
- **Wunsiedler Straße** mit Hauptanbieter Norma (modernisierungsbedürftig, gut integriert) und Leerstand in anliegenden Flächen; ausgeprägter Wohngebietsbezug.

Ergänzungsstandorte / dezentrale Lagen

- **Waldershofer Straße** am südlichen Ortsausgang von Marktredwitz Richtung Waldershof mit Hauptanbieter Netto (modernisierungsbedürftig). Räumlicher Zusammenhang mit weiteren Einzelhandelsbetrieben (JYSK, Kik); ohne Wohngebietsbezug und hohe Autokundenorientierung. Der Netto-Lebensmitteldiscounter zeichnet sich bereits heute durch eine vergleichsweise geringe Frequentierung und geringe Leistungsfähigkeit aus.
- **Wölsauer Straße Ost** am östlichen Ortsausgang von Marktredwitz mit Hauptanbietern Aldi, Lidl, dm und Getränkemarkt; deutlich positive Entwicklung der letzten Jahre (Ansiedlung dm durch Verlagerung aus dem KEC, ZVB Innenstadt). Breit und modern aufgestellter Standort mit Autokundenorientierung (nahe Auffahrt zur Autobahn).

3. Nachfrageanalyse

Für die Prüfung möglicher Wirkungen ist das erschließbare Einzugsgebiet und das dort vorhandene Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial zu ermitteln. Über das Marktanteilkonzept ist in einem weiteren Schritt die Umsatzprognose und letztlich die Umsatzherkunft vorzunehmen.

3.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes und Bevölkerungspotenzial

Die Abgrenzung des erschließbaren Einzugsgebietes stellt die wesentliche Grundlage für die Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft für das geplante Nahversorgungszentrum An der Klatze dar. Es bildet gleichsam die Basis für die Umsatzprognose.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung der Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus nach Zonen untergliedern, aus denen eine gleichmäßig abgestufte Kundeneinkaufsorientierung an den Planstandort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei in der Regel von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit und Bewerbungskonzept der Betriebe usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung,
- /// Eigenschaften des Mikrostandortes unter Berücksichtigung verkehrlicher, topographischer und siedlungsstruktureller Bedingungen auf Basis von Fahrzeitisochronen / generelle Anziehungskraft des Projektstandortes,
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation (vor allem Lage und Erreichbarkeit anderer projektrelevanter Lebensmittelbetriebe),
- /// Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte) sowie
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region, aktuell auch Einzelhandelsentwicklungskonzept Waldershof selbst

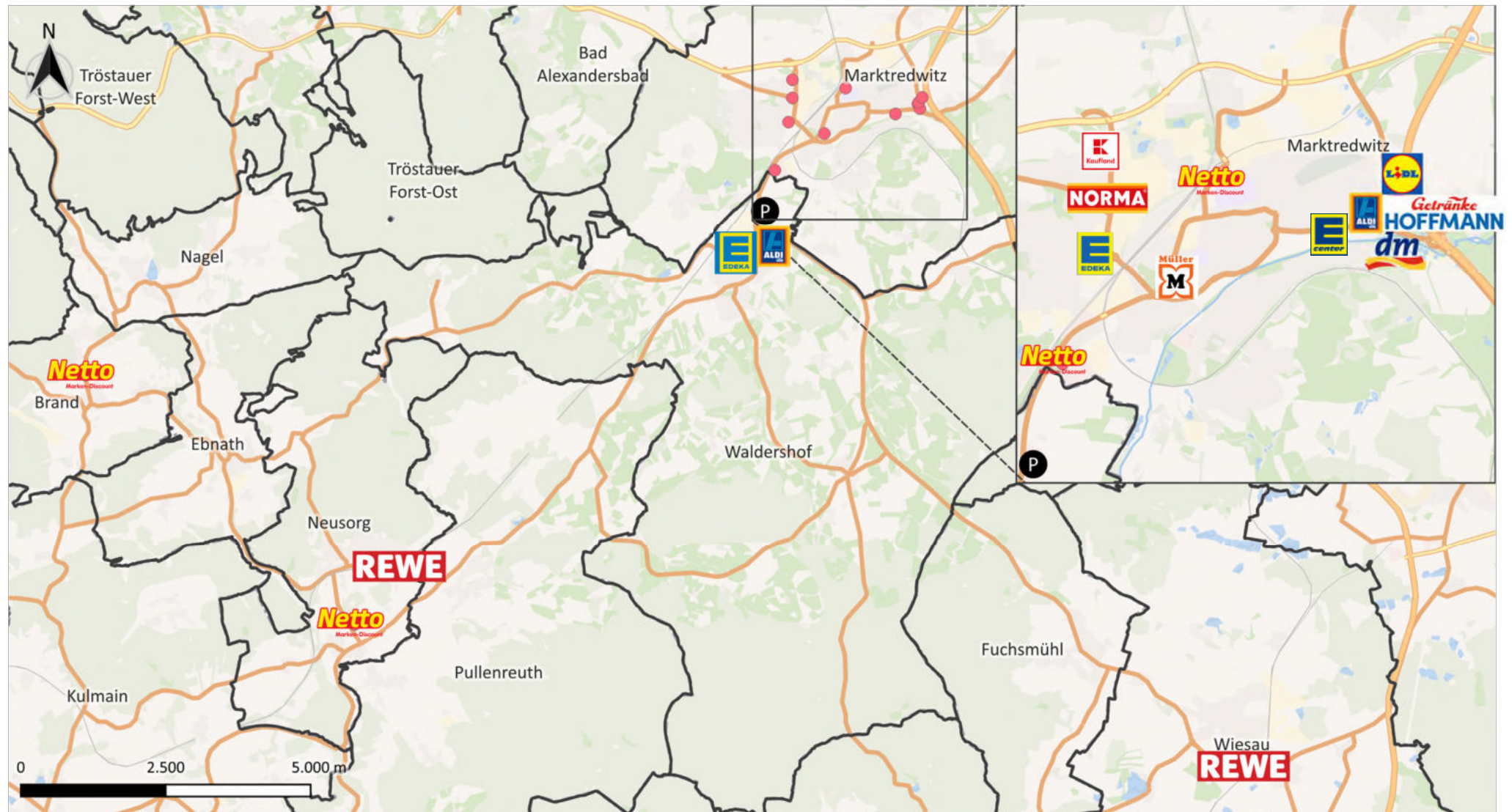
Im Nahversorgungszentrum „An der Klatze“ ist ein Supermarkt des Betreibers EDEKA vorgesehen. Der geplante Getränkemarkt wird ebenfalls von EDEKA betrieben. Zudem ist ein Discounter ALDI geplant sowie ein Drogeriemarkt von dm. Es ist davon auszugehen, dass durch das breite und attraktive Angebot eine anziehende Wirkung von dem neuen Standort ausgehen wird.

Daher wird die Marktreichweite des Projektstandorts in erster Linie durch die zunehmende Distanz im Raum bzw. die Erreichbarkeit von konkurrierenden Einkaufsstandorten im Umland von Waldershof begrenzt. Konkurrenzwirkung entfalten insbesondere die Lebensmittelmärkte im Mittelzentrum Marktredwitz (gesamte Betriebstypenspektrum z. T. mehrfach vorhanden, vgl. Wettbewerbsanalyse, Kap. II. 2). Durch die gute verkehrliche Anbindung von Pullenreuth und Fuchsmühl an den Arbeitsplatzstandort Marktredwitz wird der Pendlerverkehr der beiden Gemeinden durch die Stadt Waldershof (aktuell rd. 10.000 bis 11.000 Kfz / Tag) mitberücksichtigt. Die verkehrliche Anbindung von Pechbrunn an Marktredwitz verläuft nicht über Waldershof, daher wird dieses nicht einberechnet.

Für die Bewohner in Waldershof stellt der geplante Markt in jedem Fall ein attraktives Angebot dar, welches die Nah- und Fremdversorgung in der Stadt langfristig sichert und eine Abwanderung der Kaufkraft in umliegende Kommunen verhindert.

Unter Berücksichtigung der genannten Aspekte besteht das abgegrenzte Einzugsgebiet aus dem Kerneinzugsgebiet (Zone I) und einem erweiterten Einzugsgebiet (Zone II). **Zone I** wird hierbei durch das Stadtgebiet Waldershof abgebildet, während sich das erweiterte Einzugsgebiet in **Zone II** auf die Gemeinden Pullenreuth und Fuchsmühl beschränkt.

Karte 4: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quelle: © OpenMapTiles, © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Erhebung 2025

Tabelle 7: Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial

Zone	Kommunen	Einwohner
I	Waldershof	4.305
II	Pullenreuth, Fuchsmühl	3.070
Gesamt		7.375

GMA-Berechnung 2025 in Verbindung mit Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth (Stand: 31.03.2025)

Eine darüber hinaus gehende Ausdehnung des Einzugsgebietes ist aufgrund

- der spezifischen Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (vgl. Kapitel II. 2) sowie
- den siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und des Raumgefüges in Verbindung mit
- der verkehrlichen Erschließungsachsen sowie daraus folgend zunehmenden Distanz zum Projektstandort

nicht zu erwarten.

Alle drei Aspekte sind somit die wesentlichen begrenzenden Faktoren für das definierte Einzugsgebiet. Mögliche Umsatzzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebietes (v. a. Arbeits- und Pendlerverflechtungen) werden in Form von Streuumsätzen im weiteren Verlauf der Untersuchung angemessen berücksichtigt. Da sich der Standort an der Ausfallstraße in Richtung Marktredwitz befindet, ist dabei insbesondere von nicht unerheblichen Kaufkraftzuflüssen aus Marktredwitz auszugehen. Zwar verfügt Marktredwitz im eigenen Stadtgebiet über eine ausgeprägte Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren. Vor allem für Pendler aus Marktredwitz wird das geplante Nahversorgungszentrum „An der Klatze“ ein attraktives Einkaufsangebot darstellen. Dies findet Berücksichtigung in Form von höheren Streuumsätzen durch Pendlerverflechtungen.

3.2 Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet erschließbaren Nachfragepotenziale wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Als Grundlage dienen aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes, die Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024¹⁴ sowie GMA-Kaufkraftwerte.

Für den geplanten Supermarkt Edeka und den Discounter Aldi sind jährliche Pro-Kopf-Ausgaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von **3.125 €** anzunehmen; für den zusätzlich geplanten Getränkemarkt beschränken sich die jährlichen Pro-Kopf-Ausgaben auf **587 €**; für den Drogeriemarkt wird mit **529 €** gerechnet.¹⁵ Somit steht im gesamten Einzugsgebiet ein Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von rd. 23,1 Mio. €, im Getränkehandel von rd. 4,3 Mio. € und für Drogeriewaren 4,1 Mio. € zur Verfügung (vgl. Tabelle 8).

¹⁴ Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2024): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024.

¹⁵ Quelle: ebd. Mit den aktuellen Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels (Stand: Mai 2024) wurden erstmals in Ergänzung zu den durchschnittlichen sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben auf Bundesebene durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben für den Freistaat Bayern eingeführt. Nach Rücksprache mit dem herausgebenden StMWi (Dezember 2024 und März 2025) wurde empfohlen, die „neuen“ bayerischen Pro-Kopf-Ausgaben zur Ermittlung der projektrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet zu verwenden. Da diese bereits eine regionale Gewichtung beinhalten, wird auf die zusätzliche Anwendung lokaler Kaufkraftindizes verzichtet. Diese Vorgehensweise dient auch der Herstellung einer Analogie bei der Ermittlung der maximal zulässigen Verkaufsflächen im Sinne des LEP-Kongruenzgebots. Die bisher übliche Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft basierend auf den durchschnittlichen sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben auf Bundesebene, ergänzt durch gemeindespezifische Kaufkraftkennziffern, entfällt somit.

Tabelle 8: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

	Kaufkraftpotenzial Nah- rungs- und Genussmittel in Mio. €	Kaufkraftpotenzial Ge- tränke in Mio. €	Kaufkraftpotenzial Drogeriewaren in Mio. €
Zone I	13,5	2,5	2,3
Zone II	9,6	1,8	1,6
Gesamt	23,1	4,3	3,9

Quelle: GMA 2025 (Rundungsdifferenzen möglich)

3.3 Umsatzprognose

Die potenzielle Umsatzleistung der projektierten Märkte wird anhand des Marktanteilkonzepts berechnet. Dieses stellt dem relevanten Angebot im Untersuchungsraum das für das Einzugsgebiet errechnete Nachfragevolumen (Kaufkraft) gegenüber. Allerdings lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. Mit der Frage, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und welche Folgen die Vorhabenrealisierung für die vorhandenen Wettbewerber hat, setzt sich die Betrachtung der Umsatzumverteilungen (vgl. Kapitel III.2) auseinander. Im Anschluss daran werden die möglichen städtebaulichen und versorgungsbezogenen Wirkungen analysiert.

3.3.1 Edeka-Supermarkt

Im Zuge der Neuansiedlung des Edekas im Nahversorgungszentrum wird dieser um etwa + 30 m² VK erweitert. Hieraus ist ein nennenswerter, umverteilungsrelevanter Mehrumsatz deutlich auszuschließen.

3.3.2 Aldi-Discounter

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den geplanten Discounter anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:¹⁶

Tabelle 9: Umsatzerwartung Discounter (1.100 m² VK)

Zone	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood in Mio. €*	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz- herkunft in %
Zone I	13,5	28	3,8	1,0	4,9	72 – 73
Zone II	9,6	10	1,0	0,2	1,2	18 – 19
Streuumsätze			0,5	0,1	0,6	9
Gesamt			5,3	1,3	6,6	100

Der Umsatzanteil im Nonfood-Bereich (Nonfood I und II) beträgt beim Betreiber ALDI in der Regel rd. 20 %.

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Somit lässt sich für den geplanten Discounter ALDI mit einer Verkaufsfläche von 1.100 m² eine **Gesamtumsatzleistung** von rd. 6,6 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen rd. 5,3 Mio. € auf den Food- und rd. 1,3 Mio. € auf den Non-Food-Bereich (Nonfood I und II).
- Hinsichtlich der **Umsatzherkunft** wird mit über 70 % der größte Anteil mit Kunden aus Waldershof, nachgeordnet von Kunden aus dem erweiterten Einzugsgebiet erbracht. Ein

¹⁶ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens

Streukundenumsatz in Höhe von rd. 10 % berücksichtigt unregelmäßige Kundenbeziehungen (z. B. Pendler, Touristen) bzw. Kunden aus umliegenden Kommunen, die nicht dem regelmäßigen Einzugsgebiet zugerechnet werden (Arbeitsplatzbedeutung Waldershof, Marktrechwitz) berücksichtigt.

- Unter Berücksichtigung der angestrebten Verkaufsfläche für den Discounter errechnet sich aus der vorstehenden Umsatzerwartung eine **Flächenleistung** von ca. 6.000 € / m² VK.
- Gemäß des seitens der Landesplanung Bayern regelmäßig eingeführten Wertes aus den Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels in Bayern ist für einen durchschnittlichen Discounter mit mindestens 800 m² Verkaufsfläche eine Flächenleistung von 4.500 bis 7.500 € / m² VK zu erwarten. Der geplante Discounter wird daher eine durchschnittliche Leistungsfähigkeit erzielen.

3.3.3 Edeka-Getränkemarkt

Folgende Umsatzprognose lässt sich für den geplanten Getränkemarkt anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:

Tabelle 10: Umsatzerwartung Getränkemarkt (600 m² VK)

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	2,5	28 – 29	0,7	70
Zone II	1,8	10	0,2	20
Streuumsätze			0,1	10
Gesamt			1,0	100

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Für den Getränkemarkt mit rd. 600 m² Verkaufsfläche lässt sich eine **Gesamtumsatzleistung** von rd. 1,0 Mio. € ermitteln. Dies entspricht unter Berücksichtigung der angestrebten Verkaufsfläche einer Flächenleistung von ca. 1.670 / m².
- Für den geplanten Getränkemarkt ergibt sich eine Flächenproduktivität, die im Rahmen der gem. Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels in Bayern angegebenen Werte von 1.600 bis 2.000 € / m² VK liegt.

3.3.4 Drogeriemarkt

Für den geplanten Drogeriemarkt lässt sich folgende Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:

Tabelle 11: Umsatzerwartung Drogeriemarkt (700 m² VK)

Zone	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Zzgl. Umsatz mit Randsortimenten in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	2,3	60	1,4	1,9	52 – 53
Zone II	1,6	50	0,8	1,1	30 – 31
Streuumsätze			0,5	0,6	17
Gesamt			2,7	3,6	100

* Umsatzanteil im Randsortiment beträgt bei dm rd. 25 %.

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

- Der Drogeriemarkt mit rd. 700 m² Verkaufsfläche lässt sich mit einer **Gesamtumsatzleistung** von rd. 3,6 Mio. € einschätzen. Dies entspricht unter Berücksichtigung der angestrebten Verkaufsfläche einer Flächenleistung von ca. 5.140 € / m² VK.
- Damit ergibt sich für den Drogeriemarkt eine durchschnittliche Flächenproduktivität. Gemäß der Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels in Bayern ist für einen durchschnittlichen Drogeriemarkt eine Flächenleistung von 4.400 bis 7.500 € / m² VK zu erwarten.
- Der erhöhte Streuumsatzanteil ergibt sich in diesem Falle durch kein vergleichbares Drogerie-Angebot in den umliegenden südlichen Gemeinden, aber auch den hohen Pendler-effekt entlang der St 2177 / Markredwitzer Straße sowie den Pendlern aus Markredwitz.

III. Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO

1. Prüfgegenstand

Die prüfrelevanten Wirkungsbereiche besagen, dass das Vorhaben

- /// das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- /// die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens

nicht beeinträchtigen darf.

Demnach dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich von Einzelhandelsvorhaben nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

2. Prognose und Bewertung möglicher Auswirkungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein **Rechenmodell** zum Einsatz, welches auf dem Prinzip eines Gravitationsmodells basiert. Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- /// die **Attraktivität** der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- /// der **Distanzwiderstand**, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Anbietern ergibt.

Für die Bewertung des Vorhabens am Standort „Nahversorgungszentrum An der Klatze“ in Waldershof werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen (vgl. hierzu auch Kapitel II. 3.3):

- /// Der Discounter Aldi Süd wird auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.100 m² einen Umsatz von rd. 6,6 Mio. € erzielen. Davon entfallen rd. 5,3 Mio. € auf den Lebensmittel- und 1,3 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. Bei dem Vorhaben handelt es sich um eine Standortverlagerung innerhalb der Kommune, die mit einer Vergrößerung der Verkaufsfläche von 220 m² einhergeht. Durch das Vorhaben wird ein Mehrumsatz in Höhe von rd. 1,3 Mio. € generiert (davon 1,0 Mio. € Lebensmittelbereich und 0,3 Mio. € Nichtlebensmittelbereich).
- /// Für den Getränkemarkt mit 600 m² Verkaufsfläche ist mit einem Umsatzvolumen von rd. 1,0 Mio. € auszugehen. Diese werden ausschließlich dem Lebensmittelbereich zugeordnet.
- /// Der Umsatz des Drogeriemarkts wird mit rd. 3,6 Mio. € für die Verkaufsfläche von 700 m² berechnet. Davon entfallen rd. 2,7 Mio. € auf Drogeriewaren und rd. 0,9 Mio. € auf Randsortimente.

Tabelle 12: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

	Planobjektrelevanter Umsatz im Bestand (Lebens- und Genussmittel & Drogerie) in Mio. €*	Lebensmittelsupermarkt (1.162 m² VK)		Lebensmitteldiscounter (1.100 m² VK + 220 m² VK)		Getränkemarkt (600 m² VK)		Drogeriemarkt (700 m² VK)		kumulierte Betrachtung Gesamtvorhaben	
		UUV abs. in Mio. €	UUV in %	UUV abs. in Mio. €	UUV in %	UUV abs. in Mio. €	UUV in %	UUV abs. in Mio. €	UUV in %	UUV abs. in Mio. €	UUV in %
Einzugsgebiet											
Waldershof (Zone I)	2,5	0	0	n. n.	n. n.	n. n.	n. n.	n. n.	n. n.	n. n.	n. n.
Pullenreuth (Zone II)	0,7	0	0	n. n.	< 1	n. n.	< 1	n. n.	n. n.	n. n.	1
Fuchsmühl (Zone II)	0,8	0	0	n. n.	< 1	n. n.	< 1	n. n.	n. n.	n. n.	1
Außerhalb des Einzugsgebietes											
Marktrechwitz											
 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	9,6	0	0	n. n.	< 1	n. n.	< 1	0,3	3	0,4	4
 Bayreuther Straße	17,6	0	0	0,1	< 1	0,1	< 1	0,3	1 – 2	0,5	2-3
 Breslauer Straße (nicht-integriert)	5,6	0	0	n. n.	< 1	n. n.	< 1	0,1	1 – 2	0,2	3
 Jean-Paul-Straße	7,3	0	0	0,1	1	0,1	< 1	0,1	1	0,2	3
 Wölsauer Straße Mitte (integriert)	17,8	0	0	0,1	< 1	0,1	< 1	0,3	1 – 2	0,5	2 – 3
 Wunsiedler Straße	4,5	0	0	0,1	1 – 2	0,1	1 – 2	0,1	1 – 2	0,2	3 – 4
 Waldershofer Straße (nicht-integriert)	4,3	0	0	0,1	2 – 3	0,1	2 – 3	0,2	5	0,4	9 - 10
 Wölsauer Straße Ost (nicht-integriert)	25,7	0	0	0,2	< 1	0,2	< 1	1,2	4 – 5	1,6	6
 Sonstige Lagen in Marktrechwitz	4,3	0	0	n. n.	< 1	n. n.	< 1	n. n.	< 1	0,1	1 - 2
Neusorg	10,3	0	0	0,1	1 – 2	0,1	1 – 2	0,1	1	0,3	3 - 4
Wiesau	9,0	0	0	0,1	1	0,1	1	0,1	< 1	0,3	3
Brand	4,1	0	0	n. n.	< 1	n. n.	< 1	0,1	1 – 2	0,1	3
Ebnath	0,5	0	0	n. n.	1	n. n.	< 1	n. n.	n. n.	n. n.	2
Nagel	0,8	0	0	n. n.	< 1	n. n.	< 1	n. n.	n. n.	n. n.	1 - 2
Pechbrunn	0,4	0	0	n. n.	1 - 2	n. n.	1	n. n.	n. n.	n. n.	2 - 3
Gesamt	125,8	0	0	1,0	< 1	1	1	< 1	2	4,8	4

n.n. = nicht nachweisbar; Quelle: GMA-Aufstellung 2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Damit werden im Untersuchungsraum insgesamt rd. 2,3 Mio. € im Nahrungs- und Genussmittelhandel sowie rd. 2,7 Mio. € im Drogeriewarenhandel umverteilungswirksam.

- Die Umsatzumverteilungen des Discounters Aldi und Getränkemarkts (Edeka) werden in erster Linie sogenannte Systemwettbewerber mit gleichwertigen Angebotsformaten treffen, d. h. andere Anbieter aus dem Lebensmittelbereich mit ähnlichem Vertriebskonzept (im vorliegenden Fall vor allem Supermärkte / Vollsortimenter, Discounter, Getränkemarkte). Für den geplanten Drogeriemarkt dm betreffen die Umsatzverteilungen überwiegend andere Drogeriemärkte und nachgelagert auch Anbieter mit Teilsortimenten im Drogeriesegment (Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser) im Untersuchungsraum).
- In deutlich nachgeordneter Form sind auch kleinere Betriebe und Spezialanbieter des Lebensmittelhandwerks betroffen.
- Bedingt durch die Lage des Vorhabens an der Ausfallstraße in Richtung Marktrechwitz, der räumlichen Nähe und der bestehenden Pendlerverflechtungen sind in erster Linie Wettbewerber in der Stadt Marktrechwitz von möglichen Umverteilungen durch das Vorhaben betroffen. Deutlich nachgeordnet erstrecken sich die Umverteilungen auch auf die Wettbewerbsstandorte im weiteren Untersuchungsraum, z. B. Brand, Neusorg und Wiesau.
- Mit Blick auf die Wettbewerbssituation innerhalb des Untersuchungsraums sowie in Verbindung mit den infrastrukturellen Gegebenheiten bzw. zunehmenden Distanzen werden Betriebe außerhalb des Untersuchungsraums kaum von Auswirkungen der Planung betroffen sein.

Im Detail sind im Untersuchungsraum die in Tabelle 12 dargestellten Umsatzumlenkungen durch das geplante Vorhaben zu erwarten.

Das Vorhaben „Nahversorgungszentrum An der Klatze“ stellt ein zukunftsfähiges sowie leistungsfähiges und attraktives Nahversorgungsangebot für Waldershof dar. Dies geht jedoch nicht ohne Umsatzumverteilungseffekte gegenüber bestehenden Versorgungslagen im Standortumfeld und zwar außerhalb des Einzugsgebietes einher:

- Der **zentrale Versorgungsbereich** im **Marktrechwitzer** Ortszentrum wird von den Umsatzumverteilungen vom Lebensmitteldiscounter und Getränkemarkt mit rd. unter einem Prozent tangiert. Stärker betroffen ist die Innenstadt vom Vorhaben des Drogeriemarkts dm. Für den zentralen Versorgungsbereich sind für die Betriebe (u. a. Müller, MAKsl und Parfümerie Och) eine Umsatzumverteilung in der Größenordnung von 4 % zu erwarten. Städtebauliche und / oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind auszuschließen.
- Die **weiteren versorgungsrelevanten Lagen** außerhalb des Einzugsgebietes in Marktrechwitz sind durch ihre Lage unterschiedlich vom Vorhaben betroffen. Am stärksten wird der dezentrale Standort *Waldershofer Straße* (Netto) mit einer Umsatzumverteilung von knapp 10 % betroffen. Eine Aufgabe des Standorts kann vor dem Hintergrund der begrenzten Kaufkraft und dem Kundenpotenzial im Einzugsgebiet nicht ausgeschlossen werden. Diese mögliche Verdrängung findet jedoch im freien Wettbewerb statt. Die Versorgungssituation würde hierdurch für die Bewohner in Waldershof sowie Marktrechwitz nicht verschlechtert werden. Der Netto befindet sich am Ortsrand von Marktrechwitz in städtebaulich nicht-integrierter Lage, direkt an der Straße die in nur wenigen weiteren PKW-Minuten zum geplanten Nahversorgungszentrum führt. Mit Blick auf das

umfangreichere Angebot des geplanten Vorhabens sorgt dieses qualitativ wie auch quantitativ potenziell eine Aufwertung der Versorgungsstrukturen. Ansonsten liegen die Umverteilungsquoten durchweg auf geringem Niveau. Städtebauliche und / oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind für die Versorgungslagen in Marktredwitz auszuschließen.

- Im **weiteren Untersuchungsraum** werden nur geringfügige Umsatzumverteilungen erwartet. Städtebauliche und / oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind daher im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO im weiteren Untersuchungsraum ebenfalls auszuschließen.

3. Fazit

Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum sowie den dargestellten Umsatzumverteilungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich möglicher Auswirkungen wie folgt bewerten:

- Durch das Vorhaben sind städtebaulich und/oder versorgungsstrukturell relevante Auswirkungen gegenüber den relevanten Lagen in der Stadt Marktredwitz auszuschließen. Eine mögliche Beeinträchtigung besteht jedoch in erster Linie für den nördlich des geplanten Nahversorgungszentrums gelegenen Netto-Lebensmitteldiscounter in der Waldershofers Straße. Der Netto-Lebensmitteldiscounter zeichnet sich bereits heute durch eine vergleichsweise geringe Frequentierung und niedrige Leistungsfähigkeit aus. Als nicht-integrierte Lage ist der Standort keine schützenswerte Lage im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO.
- Anders stellt sich die Situation in der Innenstadt Marktredwitz dar; wo es sich um einen zentralen Versorgungsbereich und damit um eine schützenswerte Lage im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt. Allerdings fallen hier die Umverteilungen insgesamt mit 4 % als beherrschbar aus.
- Umsatzumverteilungen gegenüber Versorgungslagen im weiteren Untersuchungsraum fallen insgesamt ebenfalls auf einem beherrschbaren Niveau aus. Es wird nicht davon ausgegangen, dass durch das Vorhaben erhebliche Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen in den Nachbargemeinden (insb. Brand, Neusorg, Wiesau) ausgelöst werden.

Das Vorhaben „Nahversorgungszentrum Waldershof, An der Klatze“ wird keine Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche aber auch von Nahversorgungslagen im Untersuchungsraum auslösen.

IV. Zusammenfassung

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	- Entwicklung eines Nahversorgungszentrums mit Supermarkt EDEKA auf rd. 1.200 m² VK (Verlagerung: + 30 m² VK) und Getränkemarkt mit rd. 600 m² VK; Discounter ALDI auf rd. 1.100 m² VK (Verlagerung: + 220 m² VK); Drogeriemarkt dm mit rd. 700 m² - Entwicklung im Rahmen des vorhabenbezogenen Bebauungsplans „Nahversorgungszentrum An der Klatze“ (Sondergebiet Einzelhandel)
Rechtsrahmen	- Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO - Es ist zwar ein räumlich-funktionaler Zusammenhang für das Vorhaben i. S. einer Großflächigkeit für das Vorhaben festzuhalten, eine überörtliche Raumwirksamkeit i. S. der Landesplanung wird ausgeschlossen. In der Folge ergibt sich kein Steuerungs- und damit auch kein Untersuchungsbedarf der LEP-Regelungen gem. LEP Bayern 2023.
Standortrahmenbedingungen	- Makrostandort: Grundzentrum Waldershof - Lage am nördlichen Ortseingang, im Umfeld überwiegend gewerbliche Nutzungen sowie Wohnnutzung (westlich angrenzend) - sehr gute Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts per PKW - Erreichbarkeit per Bus, Fahrrad sowie zu Fuß grundsätzlich möglich, jedoch Optimierungsbedarf
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	- Zone I: Stadt Waldershof mit rd. 4.305 Einwohnern - Zone II: Gemeinden Fuchsmühl und Pullenreuth mit insgesamt rd. 3.070 Einwohnern - projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet - Nahrungs- und Genussmittel inkl. Getränke: rd. 23,1 Mio. € - Drogeriewaren 3,9 Mio. €
Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	Basierend auf der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im Untersuchungsraum sowie den dargestellten Umsatzumverteilungen lässt sich das Vorhaben hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotess wie folgt bewerten: Die Prüfung hat ergeben, dass keine relevanten Wirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO eintreten.
Bewertung GMA und Empfehlungen zur Umsetzung	Bei dem geplanten Vorhaben „Nahversorgungszentrum Waldershof“ handelt es sich um ein Zukunftsprojekt, welches langfristig die Nahversorgung in der Stadt Waldershof sichern kann und einen deutlichen Mehrwert für die Einwohner aber auch die Arbeitsplätze in Waldershof bietet. Im Rahmen der Umsetzung wird angeregt Maßnahmen zur Aufwertung der Erreichbarkeit (sichere Fußgängerquerung (Zebrastreifen, Ampel) zu schaffen. Zur weiteren Verbesserung der Sicherheit könnte weiterhin ein separater Radweg (anstelle eines geteilten Fußgänger- und Radweges) angelegt werden. Auch sollte geprüft werden, ob sich die ÖPNV-Anbindung durch eine Erhöhung der Taktung verbessern lässt.

GMA-Zusammenstellung 2026

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage des Grundzentrums Waldershof und zentralörtliche Struktur der Region	14
Karte 2:	Mikrostandort „Nahversorgungszentrum An der Klatze“ und bestehende Umfeldnutzungen	17
Karte 3:	Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	20
Karte 4:	Einzugsgebiet des Vorhabens	25

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Verteilung der Verkaufsflächen in m ²	5
Tabelle 2:	Die größten Drogeriemarkunternehmen in Deutschland	12
Tabelle 3:	Rahmendaten zum Makrostandort Waldershof	13
Tabelle 4:	Rahmendaten zum Mikrostandort	15
Tabelle 5:	Angebotssituation im Nahrungs- und Genussmittel- sowie Drogeriewarenbereich im weiteren Untersuchungsraum: Marktredwitz (VK > 400 m ²)*	19
Tabelle 6:	Angebotssituation im Nahrungs- und Genussmittel- sowie Drogeriewarenbereich im weiteren Untersuchungsraum, außerhalb Marktredwitz (VK > 400 m ²)	21
Tabelle 7:	Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial	26
Tabelle 8:	Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	27
Tabelle 9:	Umsatzerwartung Discounter (1.100 m ² VK)	27
Tabelle 10:	Umsatzerwartung Getränkemarkt (600 m ² VK)	28
Tabelle 11:	Umsatzerwartung Drogeriemarkt (700 m ² VK)	28
Tabelle 12:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Projektplanung	6
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland nach Betriebsformen 2013 – 2023	9
Abbildung 3:	Anzahl- und Umsatzentwicklung der Drogeriemärkte in Deutschland (2012 – 2023)	11
Abbildung 4:	Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform	12