



Entwicklung eines Grundversorgungs- standortes in Bruck i. d. Oberpfalz - Expertise zur überörtlichen Raumbedeutsamkeit -

AUFTRAGGEBER: KIST Projekt GmbH & Co. KG
Stadtgraben 32, 94315 Straubing

PROJEKTLEITUNG: Dipl. Ing. Gabriele Ostertag
Dr. Gino Meier

München, den 08.01.2026

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

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.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird die Sprachform des generischen Maskulinums verwendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass die ausschließliche Verwendung des Maskulinums geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.

Quelle Titelbild: GMA 2025



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

Büro München
Westenriederstraße 19
80331 München

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

089 210 1992-22 / gino.meier@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Ausgangslage und Aufgabenstellung	4
II. Frage der Raumbedeutsamkeit des Vorhabens	6
1. Was ist Nahversorgung?	6
2. Aufgabe der Grundzentren	7
3. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben	7
4. Standort und Vorhaben und die Frage der erheblichen überörtlichen Raumwirksamkeit	9
III. Analyse über mögliche Wirkungen	12
1. Einzugsgebiet und Kaufkraft	12
2. Umsatzprognose	14
3. Projektrelevante Wettbewerbssituation	15
3.1 Angebotssituation im Einzugsgebiet	15
3.2 Angebotssituation im Umland	16
4. Auswirkungen durch das Vorhaben	18
4.1 Methodik	18
4.2 Umsatzumverteilungseffekte	19
4.3 Städtebauliche Auswirkungen	22
IV. Abschließende Bewertung und Empfehlungen	23

I. Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Gemeinde Bruck i. d. Oberpfalz soll die Entwicklung eines Grundversorgungsstandortes am Standort „An der Schöngraser Straße“ geprüft werden. Nach aktuellem Planungsstand ist die Ansiedlung eines Vollsortimenters mit 1.200 m² VK, eines Getränkemarkts mit 600 m² VK sowie eines Nonfood-Discounters mit 800 m² VK in Ergänzung durch einen Gastronomiebetrieb vorgesehen. Seitens der Planungsbehörde kann den insgesamt 1.800 m² VK der beiden Nahversorgungsbetriebe in Ergänzung zum Nonfood-Discounter unter der Maßgabe zugestimmt werden, dass das Gesamtvorhaben nicht als „erheblich überörtlich raumbedeutsam“ einzustufen ist; andernfalls ist von einer „Rückfalloption“ auf 1.450 m² VK (Vollsortimenter inkl. Getränkemarkt) auszugehen. Die vom Büro TB Markert (Nürnberg) durchgeführte Standortalternativenprüfung bestätigt den vorgesehenen Standort als einzig möglichen bzw. bestgeeigneten Standort in Bruck.¹

Vor diesem Hintergrund konzentriert sich die Untersuchung der GMA auf die **Frage der erheblich überörtlichen Raumbedeutsamkeit des Gesamtvorhabens** sowie der möglichen versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens. Nach Auffassung der Regierung kann die „erhebliche überörtliche Raumbedeutsamkeit“ – und damit das Vorliegen einer Agglomeration - verneint werden, sofern keine **erheblichen versorgungsstrukturellen** und auch städtebaulich relevanten Auswirkungen im gemeinsamen Grundzentrum und in benachbarten Zentralen Orten nachweisbar sind² – hierauf zielt die vorliegende Untersuchung ab.

Abbildung 1: Konzept des Vorhabens



Quelle: Auftraggeberin; 2025

¹ Standortalternativenprüfung für die Errichtung eines Einzelhandelsstandortes im Markt Bruck i. d. Oberpfalz.; 14.02.2025.

² Vgl. Stellungnahme der Regierung der Oberpfalz vom 28.11.2025.

Folgende Punkte wurden bearbeitet:

- /// Rahmenbedingungen am Makrostandort Bruck i. d. Oberpfalz und am Mikrostandort „Am Schöngras“
- /// Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets und Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials unter Maßgabe des Gesamtprojektes (Lebensmittelvollsortimenter, Getränkemarkt, Nonfooddiscounter, Gastronomiebetrieb).
- /// Umsatzprognose und Umsatzherkunft für das Vorhaben anhand des Marktanteilkonzepts
- /// Darstellung und Beurteilung der gegenwärtigen Versorgungssituation in Bruck i. d. Oberpfalz und im Umland (Wettbewerbsanalyse)
- /// Ermittlung der Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum und ihre Wirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche und Versorgungslagen

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde eine intensive Begehung des Standortes sowie sonstiger Einzelhandelslagen in Bruck i. d. Oberpfalz und im Umland vorgenommen. Als erste Orientierung wurde zudem das Einzelhandelskonzept von Bruck i. d. Oberpfalz von 2009 herangezogen und als aktualisierungsbedürftig eingeordnet, so dass dieses als Bewertungsgrundlage ungeeignet ist. Weiterhin wurde auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik sowie EHI Handelsdaten zurückgegriffen.

II. Frage der Raumbedeutsamkeit des Vorhabens

Alle Annahmen, v. a. Einzugsgebiet, Marktdurchdringung und in Folge mögliche städtebauliche Wirkungen durch das Vorhaben gehen vor der Maßgabe des Gesamtvorhabens aus, also inkl. Nonfood-Discounter und Gastronomiebetrieb, gleichwohl das Gesamtvorhaben auf seine Grundversorgungsfunktion fokussiert.

1. Was ist Nahversorgung?

Mit dem Thema Nahversorgung wird heute mehr als nur die reine Bedarfsdeckung verbunden. Die Nahversorgung stellt die **Grundlage für Lebensqualität am Wohnstandort** dar und übernimmt wichtige soziale Bindungs- und räumliche Orientierungsfunktionen. Während die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs auch als Grundversorgung bezeichnet wird, stellt der Nahversorgungsbegriff ein um den Faktor „Entfernung“ und deren Überwindung erweitertes Verständnis der Grundversorgung dar. Mit „Nah“ wird dabei eine wohnortnahe, möglichst auch fußläufige Erreichbarkeit umschrieben, wobei ein enger Zusammenhang mit den Leitbildern und Zielen der Stadtentwicklung besteht.

Nahversorgung lässt sich wie folgt charakterisieren:

- /// Idealerweise existiert ein **zentral gelegenes**, auch fußläufig erreichbares Angebot mit Gütern des täglichen Bedarfs.
- /// Lebensmittel- und Drogeriewarenangebote stehen im Mittelpunkt der Nahversorgung.
- /// Dienstleistungen und Angebote der medizinischen Versorgung stellen ergänzende Bestandteile der Nahversorgung dar.
- /// Nahversorgung ist die Grundlage für Lebens- und Standortqualität durch soziale Treffpunkte im Alltag, Kopplungseffekte mit anderen Anbietern und Belebung des öffentlichen Raumes.

Abbildung 2: Facetten der Nahversorgung



GMA 2025

Primäre **Aufgabe der Nahversorgung** ist es, die kurzfristigen, täglichen Bedarfe der Bevölkerung abzudecken. Dazu gehören all jene Güter, die vom Verbraucher nahezu unmittelbar nach dem Kauf verwendet oder verbraucht werden. Neben der Versorgungsaufgabe der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs übernehmen Nahversorgungseinrichtungen eine bedeutende Rolle im sozialen Alltag der Bewohner. Der Einkauf ermöglicht es, am sozialen Leben teilzuhaben, was insbesondere für ältere Menschen wichtig ist. Außerdem kommt dem

Lebensmittelhandel eine hohe Bedeutung als Arbeitgeber zu. Neben dem reinen Beschäftigungseffekt ist zu berücksichtigen, dass ein Teil der Ausgaben für die Nahversorgung in die lokale Wirtschaft zurückfließt.

2. Aufgabe der Grundzentren

Aufgabe von Grundzentren ist es, „ein umfassendes Angebot an zentralörtlichen Einrichtungen der Grundversorgung für die Einwohner ihres Nahbereichs“³ vorzuhalten. Güter und Dienstleistungen des Grundbedarfs sollen dabei für die Bevölkerung des Nahbereichs in zumutbarer Erreichbarkeit bereitstehen. Bei Doppelzentren soll zudem eine interkommunale Zusammenarbeit besonders berücksichtigt werden. Als Begründung heißt es dazu:

Damit Doppel- und Mehrfachzentren ihren gemeinsamen Versorgungsauftrag möglichst gut wahrnehmen können, spielt die enge Verflechtung der Teillorte untereinander eine große Rolle. Vor allem auf der Ebene der Grundzentren (Nahversorgung) werden Versorgungsaktivitäten häufig miteinander gekoppelt. Durch die räumliche Nähe zueinander oder über leistungsfähige öffentliche Nahverkehrsverbindungen zwischen den Teillorten können motorisierter Individualverkehr vermieden und die Erreichbarkeit auch für immobilere Bevölkerungsgruppen gewährleistet werden.⁴

Bruck i. d. Oberpfalz ist gem. **Regionalplan Oberpfalz-Nord**⁵, i.V.m. dem Landesentwicklungsprogramm Bayern 2023 (LEP), die Funktion eines **gemeinsamen Grundzentrums** mit der Nachbarkommune Bodenwöhr zugewiesen. Folglich verfügt Bruck i. d. Oberpfalz, kombiniert mit der Nachbargemeinde, nicht nur über eine Versorgungsfunktion für die Ansiedlungskommune selbst, sondern auch für den Nahbereich. Im Regionalplan⁶ wird der Nahbereich des gemeinsamen Grundzentrums mit dem Gemeindegebiet von Bodenwöhr und Bruck i. d. Oberpfalz abgegrenzt. Hier leben rd. 8.370 Einwohner. Bei der Betrachtung und Weiterentwicklung der Versorgungsstruktur sind dementsprechend beide Kommunen zu berücksichtigen.

3. Kongruenzgebot – landesplanerische Vorgaben

Das Kongruenzgebot gemäß LEP-Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsfläche“) fokussiert auf die Ableitung maximal zulässiger Verkaufsflächen für Einzelhandelsgroßprojekte. Nach landesplanerischer Rechenarithmetik dürfen Einzelhandelsgroßprojekte i. S. **von § 11 Abs. 3 BauNVO** mit einer VK > 800 m² bzw. Einzelhandelsagglomerationen i. S. **von 5.3.1, LEP Bayern** (Überschreitung der landesplanerischen Relevanzschwelle⁷) 25 % des im einschlägigen Bezugsraum (= Nahbereich) vorhandenen, sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials für Sortimente des Nahversorgungsbedarfs bzw. 30 % des im Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels für Sortimente des Innenstadtbedarfs abschöpfen. Für den Markt Bruck i. d. Oberpfalz erstreckt sich der Nahbereich auf Bruck i. d. Oberpfalz und Bodenwöhr mit insgesamt von rd. 8.370⁸ Einwohnern bzw. der Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels auf 8.899 Einwohner.⁹

³ LEP Bayern 2023

⁴ ebd.

⁵ in seiner aktuell gültigen Fassung vom 01.09.2024

⁶ Bayerisches Landesamt für Statistik (2025): Fortschreibung des Bevölkerungsstandes (Stand: 30.06.2025).

⁷ Prüfgrundlage ist die Sortimentsliste des LEP Bayern 2023, Anlage 2 Einteilung der Sortimente in Bedarfsgruppen (aktueller Stand: 01.03.2018).

⁸ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2025): Fortschreibung des Bevölkerungsstandes (Stand: 30.06.2025)

⁹ Vgl. LEP Bayern 2023, Anlage Verflechtungsbereiche, Stand: 25.02.2025.

Die betriebstypenspezifischen Raumleistungen sind der Studie „Struktur- und Marktdaten 2024“ zu entnehmen. In Verbindung mit dem errechneten vorhabenrelevanten Marktpotenzial ergeben sich die landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen.

Wenn keine Einzelhandelsagglomeration i. S. von LEP Bayern 5.3.1 vorliegt und dem Vorhaben keine erhebliche überörtliche Funktion zukommt (vgl. hierzu Ausführungen in Kapitel II. 4), ist die landesplanerische Zulässigkeit für die Einzelbetriebe wie in Tabelle 1 dargelegt, einzuordnen.

Tabelle 1: Landesplanerische Überprüfung der vorgesehenen Verkaufsflächen

Betriebstyp	sortiments-spezifische Kaufkraft ¹ im Bezugsraum in Mio. €	abschöpfungs-fähiges Kaufkraft-volumen in Mio. € ³	betriebs-typenspezifische Raum-leistung in € / m ² VK	zulässige Verkaufs-fläche nach LEP Bayern in m ²	geplante Verkaufs-fläche in m ²	Zulässigkeit nach LEP Bayern 2023
Supermarkt ²	26,2	6,6	4.200 – 5.200	1.260 – 1.560	1.200	erfüllt
Getränkemarkt ²	5,0	1,3	1.600 – 2.000	610 – 770	600	erfüllt
Nonfooddiscounter ³	2,5	0,8	900 – 3.000	250 – 830	800	erfüllt

1 Die sortimentsspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben ergeben sich aus den „Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024“

2 Als Bezugsraum ist der definierte Nahbereich zugrunde zu legen (= Bruck i. d. Oberpfalz und Bodenwöhr); abschöpfungs-fähiges Kaufkraftvolumen für Nahversorgungsbedarf: 25 % sortimentsspezifischen Kaufkraft

3 Als Bezugsraum ist der Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels mit 8.899 Einwohner gemäß LEP Bayern zugrunde zu legen; als abschöpfungs-fähiges Kaufkraftvolumen für Sortimentes des Innenstadtbedarfs gelten 30 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft

GMA-Berechnungen 2026

Im Ergebnis ist festzuhalten, dass die vorgesehene Planung den Vorgaben der bayerischen Landesplanung hinsichtlich maximal zulässiger Verkaufsflächen der einzelnen Betriebe entspricht.

Gemäß Stellungnahme der Regierung Oberpfalz vom 28.11.2025 ist bei Vorliegen einer Einzelhandelsagglomeration der geplanten Vollsortimenters und Getränkemarkt als ein Betrieb zu betrachten, der mit seinem Gesamtumsatz im Nahrungs- und Genussmittelbereich 25 % der im Nahbereich zur Verfügung stehenden, sortimentsspezifischen Kaufkraft abschöpfen darf. Dies sind im vorliegenden Fall rd. 6,6 Mio. € (25 % von 26,2 Mio. €).

Mit Blick auf vorstehende Umsatzprognose (Kapitel III. 3) der beiden geplanten Betriebe sowie unter Berücksichtigung der Distributionsstrukturen bei Vollsortimentern und Getränkemarkten (Kern- und Randsortimentsanteile) ist von einem Gesamtumsatz im Lebensmittelbereich von 5,6 Mio. € auszugehen.

Somit liegt die Umsatzerwartung beider Betriebe summarisch im Bereich des abschöpfbaren Kaufkraftvolumens gem. LEP-Rechenarithmetik.

Auch für den Nonfooddiscounter ist die zulässige Verkaufsfläche eingehalten.

Dem LEP-Ziel 5.3.3 („Zulässige Verkaufsflächen“) wird durch das Vorhaben vollumfänglich Rechnung getragen.

4. Standort und Vorhaben und die Frage der erheblichen überörtlichen Raumwirksamkeit

Das Gesamtvorhaben sieht die Entwicklung von drei Einzelhandelsbetrieben vor. Damit würde das Vorhaben grundsätzlich in Verbindung mit einer städtebaulichen Randlage einer Agglomeration i. S. von LEP Bayern, 5.3.1 entsprechen, wenn nachgewiesen wird, dass es erhebliche überörtliche Bedeutung entfaltet.

Der **Markt Bruck i. d. Oberpfalz** zählt rund 4.170 Einwohner und verzeichnet seit 2015 ein Wachstum von ca. 3,3 % (+140 Personen). Bis 2033 wird laut Bevölkerungsvorausberechnung ein weiterer Anstieg um etwa 3,3 % (+150 Personen) erwartet¹⁰. Die verkehrliche Erreichbarkeit ist insgesamt durchschnittlich gut: Über die B 85 sowie Staats- und Kreisstraßen besteht Anschluss an das überörtliche Straßennetz.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Bruck i. d. Oberpfalz ist insgesamt als durchschnittlich gut zu bezeichnen. Mit dem Individualverkehr (Pkw) gelangt man über die durch das Gemeindegebiet führende B 85 zu den umliegenden Zentralen Orten. Das Mittelzentrum Schwandorf ist innerhalb von rd. 20 Pkw-Fahrminuten, die Mittelzentren Nittenau und Neunburg v. Wald in rd. 15 Pkw-Fahrminuten zu erreichen. Durch verschiedene Staats- und Kreisstraßen ist das Gemeindegebiet in das überörtliche Straßennetz eingebunden. Bruck i. d. Oberpfalz ist zudem in das Netz der Regionalbuslinien angeschlossen.

Bruck i. d. Oberpfalz ist überwiegend ländlich geprägt mit kleinteiliger **Siedlungsstruktur**, die aus einem kompakten Ortskern sowie verstreuten Wohn- und Gewerbegebieten besteht.

Die Grundversorgung ist derzeit durch die am Ortsrand von Bruck i. d. Oberpfalz ansässigen Märkte Norma (westlich) und Netto (südlich) im Lebensmittelbereich abgesichert.

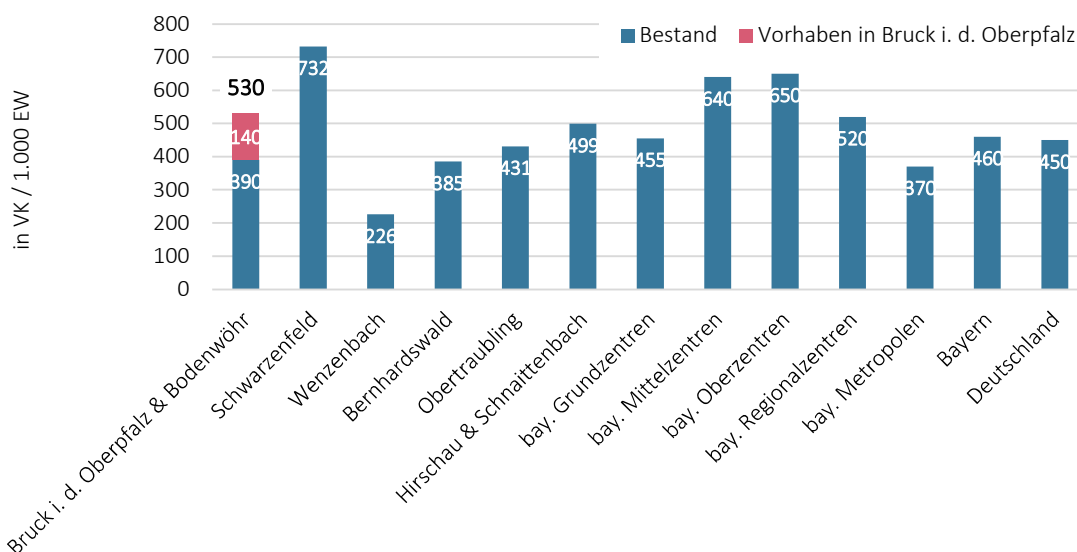
Zur Bewertung der Angebotssituation im Lebensmittelbereich wird als Vergleichsmaßstab die **Verkaufsflächenausstattung** im gemeinsamen Grundzentrum pro 1.000 Einwohner herangezogen. Durch die Normierung der Verkaufsfläche mit den Einwohnerzahlen werden die vorhandenen Angebotsstrukturen untereinander vergleichbar und können auch mit den zentralörtlichen Durchschnittswerten anderer Orte in Relation gesetzt werden.¹¹

Für das Grundzentrum ist die **Verkaufsflächenausstattung** mit aktuell 390 m² VK / 1.000 EW ausbaufähig. Die Umsetzung des Planvorhabens stellt somit eine maßstäbliche Entwicklung dar. Mit dann rd. 530 m² VK / 1.000 EW schließt das Grundzentrum an einem unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkt sinnvollen Standort auf das regionale und bayerische Niveau auf (siehe Abbildung 3).

¹⁰ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2025): Fortschreibung des Bevölkerungsstandes (Stand: 30.06.2025; Prognosestand: 31.12.2033)

¹¹ Für einen Vergleich des Verkaufsflächenbestandes werden die Verkaufsflächenerhebungen des Europäischen Handelsinstituts (EHI) Köln herangezogen. Dieses ermittelt jährlich den Verkaufsflächenbestand des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland, wobei die Verkaufsfläche der Systembetriebe inkl. Nonfoodverkaufsfläche erfasst wird. Hingegen werden Spezialgeschäfte (z. B. Obst- und Gemüsehändler, Getränkemarkte) sowie der nicht-organisierte Lebensmitteleinzelhandel (z. B. Wochenmärkte, Kiosk, Hofläden) nicht berücksichtigt.

Abbildung 3: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich in Bayern und Deutschland



Quelle: Europäisches Handelsinstitut (EHI) Köln (2025): Handelsdaten aktuell 2024 für Deutschland; übrige Kategorien auf Basis GMA-Erhebungsdaten im gesamten Freistaat Bayern sowie Einwohner gemäß Statistischem Bundesamt 2025 und Bayerischem Landesamt für Statistik

Ein Nonfood-Discounter ist im gemeinsamen Grundzentrum sogar gar nicht vorhanden. Die nächstgelegenen Anbieter sind erst wieder in den Zentren¹² ansässig.

Bereits an dieser Stelle ist hervorzuheben, dass das Vorhaben mit der Etablierung eines Supermarktes und eines Getränkemarktes ganz wesentlich auf die Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgung des gemeinsamen Grundzentrums in diesem Grundversorgungsortiment orientiert ist.

Der **Vorhabenstandort** selbst befindet sich am nordwestlichen Ortsrand von Bruck i. d. Oberpfalz an der Abfahrt der Bundesstraße B 85 (Bier- und Burgenstraße) zwischen den Straßen St 2150, Schöngraser Straße und Mögendorf. Die durchgeführte **Standortalternativenprüfung** hat diesen Standort als den einzig möglichen Entwicklungsstandort ermittelt¹³. Der Standort liegt zwischen den Hauptorten Bruck i. d. Oberpfalz und Bodenwöhr und hat dadurch eine Scharnierfunktion für das gemeinsame Grundzentrum. Er stellt mit seinen Eigenschaften eine Chance zur Rückholung von nach außen fließender Kaufkraft und damit eine Maßnahme zur Verkehrsvermeidung dar. Die Erschließung des Standortes ist über die bestehende Anbindung an die Staatsstraße geplant; die Einrichtung einer Linksabbiegerspur wird die Sicherheit an dieser Stelle erhöhen. Eine überörtliche Anbindung an die Bundesstraße findet hingegen nicht statt.

¹² Anbieter Action mit Outlets in Nittenau und Regenstauf sowie Anbieter Tedi mit Outlets in Maxhütte-Haidhof, Burglengenfeld, Roding und Schwandorf.

¹³ Standortalternativenprüfung vom 14.02.2025 vom Büro TB Market sowie Stellungnahme Regierung Oberpfalz vom 28.11.2025



Vorhabenstandort



Bushaltestelle am Vorhabenstandort



Zufahrt zum Vorhabenstandort



Fußweg von Bruck i. d. OPf. (Unterführung)

GMA-Aufnahmen 2025

Zusammenfassend sind folgende Argumente herauszustellen, die unterstreichen, dass die Entwicklung des Gesamtvorhabens keine erhebliche überörtliche Raumbedeutsamkeit i. S. der bayerischen Landes- und Regionalplanung impliziert:

- Das Angebot ist mit den beiden Anbietern Super- und Getränkemarkt schwerpunktmäßig auf Nahrungs- und Genussmittel fokussiert, davon ist lediglich der Supermarkt als großflächig einzuordnen.
- der kleinflächige Nonfooddiscounter wird keine erhebliche überörtliche Auswirkung entfalten, dass andere Zentren die ihnen zugewiesene Versorgungsfunktion nicht mehr wahrnehmen könnten.
- Last but not least wird der verkehrlich an sich gute, gleichwohl einzige Standort¹⁴, nicht an die überörtlich bedeutsame Bundesstraße angebunden. Die Erschließung erfolgt über die bestehende Anbindung an die Staatsstraße.

¹⁴ Vgl. Standortalternativenprüfung vom 14.02.2025

III. Analyse über mögliche Wirkungen

Die Darstellung möglicher versorgungsstruktureller und städtebaulicher Wirkungen durch das Vorhaben konzentriert sich auf die beiden Betriebstypen Supermarkt und Getränkemarkt. Negative städtebauliche Wirkungen aufgrund des kleinflächigen Nonfood-Discounters können hingegen aufgrund der

- /// Wettbewerbssituation¹⁵ und
- /// Sortimentspolitik¹⁶

bereits an dieser Stelle ausgeschlossen werden.

1. Einzugsgebiet und Kaufkraft

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 Einzugsgebiets 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,

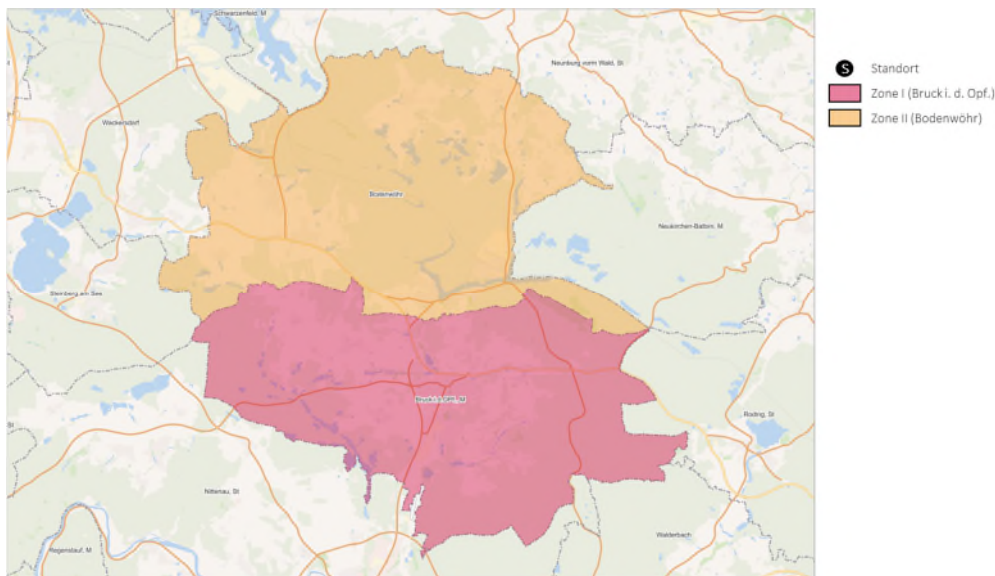
¹⁵ Anbieter Action mit zwei Outlets in Nittenau und Regenstauf sowie Anbieter Tedi mit vier Outlets in Maxhütte-Haidhof, Burglengenfeld, Roding und Schwandorf; mit Ausnahme von Tedi in Roding befinden sich alle Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche und sind unter städtebaulichen Gesichtspunkten nicht relevant.

¹⁶ Die gängige Definition der Zentren- bzw. Innenstadtrelevanz anhand des Sortiments ist nicht zielführend, da sich dieses regelmäßig verändert und sowohl zentrenrelevante als auch nicht-zentrenrelevante Warengruppen beinhaltet. Eine Definition auf dieser Grundlage wäre demnach lediglich eine Momentaufnahme. Entsprechend ist es sinnvoller, zur Beurteilung der Zentrenrelevanz weitere Kriterien heranzuziehen. Dazu zählen die Flächenansprüche der Betriebsform Sonderpostenmarkt, die Attraktivität für innerstädtische Lagen, die Bedeutung als Frequenzbringer oder mögliche Synergieeffekte zu anderen Betrieben der Innenstadt. Diese Kriterien können unter dem Oberbegriff der städtebaulichen Qualitäten bzw. Anforderungen an eine funktionsfähige und attraktive Innenstadt zusammengefasst werden. Innenstädte zeichnen sich mit Blick auf den Einzelhandel in der Regel durch einen differenzierten Branchenmix und die Existenz qualitativ hochwertiger Fachgeschäfte aus. Diese Geschäfte setzen neben der Qualität der angebotenen Waren auf eine individuelle Kundenansprache und eine hohe Beratungsleistung u. a. durch geschultes Personal. Ein Nonfood-Discounter erfüllt diese Kriterien nicht. Beratungs- oder Serviceleistungen werden nicht angeboten. Da Sonderpostenmärkte zudem im Vergleich zu Fachgeschäften und gängigen Filialisten überwiegend Waren aus dem untersten Preissegment anbieten, stehen diese nicht in einem direkten Wettbewerb zueinander. Sie verfolgen vielmehr eine Kundenansprache, die über den geringen Preis und die meist minderwertige Qualität der Waren erfolgt. Damit konkurrieren die Märkte vornehmlich mit ähnlichen Anbietern und den Randsortimentsabteilungen von Möbeldiscountern und Baumärkten, die ähnliche Produkte in ähnlichen Preisklassen anbieten (oder z. B. mit den Aktionswaren bei Lebensmitteldiscountern). Aufgrund des Geschäftsmodells sind lediglich geringe Gewinnspannen möglich, so dass in der Regel stark frequentierte und damit teure Einzelhandelslagen gemieden werden. Folglich befinden sich Sonderpostenmärkte überwiegend in sogenannten B- oder C-Lagen sowie in städtebaulichen Randlagen – also Einzelhandelsbereichen, die von Kunden weniger stark frequentiert werden. Die Gründe dafür können vielfältig sein (mangelnde Aufenthaltsqualität, Fehlen attraktiver Einzelhandelsangebote etc.). Dort bilden sie häufig einen Standortverbund mit weiteren Billiganbietern oder Angeboten aus nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereichen. **Dementsprechend besitzt ein Sonderpostenmarkt keine Relevanz als Frequenzbringer oder Magnetbetrieb.** Auch Synergieeffekte, von denen andere Betriebe profitieren könnten, treten nicht auf.)

- /// Eigenschaften des Mikrostandortes unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen,
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation, vor allem Lage und Erreichbarkeit anderer projektrelevanter Anbieter,
- /// Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte),
- /// Ergebnisse aus der durchgeführten Bürgerbeteiligung sowie aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Unter Berücksichtigung der zuvor genannten Kriterien wird für das Vorhaben das in Karte 1 dargestellte Kerneinzugsgebiet abgegrenzt.

Karte 1: Einzugsgebiet des Vorhabens



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

Zur Kaufkraftberechnung¹⁷ ist neben den Einwohnerzahlen¹⁸ die projektrelevanten Pro-Kopf Ausgabewerte¹⁹ und das lokale Kaufkraftniveau²⁰ zu berücksichtigen. Hieraus ergeben sich folgende Werte:

- ¹⁷ Rechenvorgang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens
- ¹⁸ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2025): Fortschreibung des Bevölkerungsstandes (Stand: 30.06.2025).
- ¹⁹ Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2024): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024.
- ²⁰ Quelle: 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, soll auf die zusätzliche Anwendung lokaler Kaufkraftindizes verzichtet werden. Diese Vorgehensweise diene auch der Herstellung einer Analogie bei der Ermittlung der maximal zulässigen Verkaufsflächen im Sinne des LEP-Kongruenzgebots. Die beschriebene Methodik wird bislang ausschließlich im Rahmen von Auswirkungsanalysen angewendet. Dies kann dazu führen, dass aufgrund unterschiedlicher Datengrundlagen zur Kaufkraftermittlung trotz identischer Rahmenbedingungen abweichende Ergebnisse zwischen bestehenden Einzelhandelskonzepten und Auswirkungsanalysen entstehen. Um Kongruenz zum ebenfalls von der GMA erarbeiteten Einzelhandelskonzept in Neuaufstellung (2025; Entwurfsfassung liegt zur Beratung vor) sicherzustellen, wurde die bisher übliche Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft basierend auf den durchschnittlichen sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben auf Bundesebene, ergänzt durch gemeindespezifische Kaufkraftkennziffern angewandt.

Tabelle 2: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zone	Einwohner	Kaufkraft NuG (Lebensmittel und Tabak) in Mio. €	Kaufkraft NuG (Getränke) in Mio. €
I (Bruck i. d. Oberpfalz)	4.170	10,6	2,5
II (Bodenwöhr)	4.200	10,7	2,5
Gesamt	8.370	21,3	5,0

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

2. Umsatzprognose

Die potenzielle Umsatzleistung eines zur Ansiedlung geplanten Vollsortimenters 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 Umsatzzumlenkungen 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 Umsatzzumverteilungen (vgl. Kapitel III. 5) auseinander. Damit lassen sich mögliche städtebauliche und versorgungsbezogene Wirkungen bewerten.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den geplanten **Vollsortimenter** anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln:²¹

Tabelle 3: Umsatzerwartung des Vollsortimenters (1.200 m² VK)

Zone	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz in Mio. €			Umsatzherkunft in %
			Food	Nonfood*	gesamt	
Zone I	10,6	28	3,0	0,5	3,5	61
Zone II	10,7	13	1,4	0,2	1,6	28 – 29
Streuumsätze			0,5	0,1	0,6	10 - 11
Gesamt			4,9	0,8	5,7	100

* Der Umsatzanteil im Nonfood-Bereich (Nonfood I und II) beträgt bei einem Vollsortimenter in der Regel rd. 15 %.

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

/// Unter Berücksichtigung der angestrebten Verkaufsfläche von 1.200 m² errechnet sich aus der vorstehenden Umsatzerwartung eine **Flächenleistung** von rd. 4.760 € / m² VK. Damit wird dem Planvorhaben eine – **im Sinne einer Worst-Case-Annahme** – durchschnittliche Leistungsfähigkeit für den Betriebstyp Supermarkt²² unterstellt.

/// Mit Blick auf die **Umsatzherkunft** werden rd. 90 % des Umsatzes – raumordnungskonform – aus dem Nahbereich selbst erbracht.

Folgende **Umsatzprognose** lässt sich für den geplanten **Getränkemarkt** anhand des Marktanteilkonzepts ermitteln²³:

²¹ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

²² Vgl. Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (2024): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024, S. 15 (Raumleistung für den Betriebstyp Supermarkt zwischen 4.200 und 5.200 € / m² VK).

²³ Rechengang: Kaufkraft der Wohnbevölkerung x Marktanteil = Umsatz des Vorhabens.

Tabelle 4: Umsatzerwartung des Getränkemarkts (600 m² VK)

Zone	Kaufkraft Getränke in Mio. €	Marktanteil Getränke in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzherkunft in %
Zone I	2,5	25	0,6	60
Zone II	2,5	10	0,3	24 – 25
Streuumsätze			0,2	15 – 16
Gesamt			1,1	100

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

- / Für den Getränkemarkt mit rd. 600 m² Verkaufsfläche lässt sich eine **Gesamtumsatzleistung** von rd. 1,1 Mio. € ermitteln. Dies entspricht unter Berücksichtigung der angestrebten Verkaufsfläche einer Flächenleistung von ca. 1.800 € / m² VK.
- / 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. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Zur Beurteilung der Angebotssituation wurde von der GMA im Dezember 2025 eine Vor-Ort-Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe in Bruck i. d. Oberpfalz und dem überörtlichen Umland durchgeführt. Als Wettbewerber für das Vorhaben gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die Überschneidungen mit dem Vorhaben aufweisen. So sind wettbewerbliche Auseinandersetzungen in erster Linie mit den in Bruck i. d. Oberpfalz und im Umland ansässigen Supermärkten und Getränkemärkten, nachgeordnet aber auch mit den lokalen Lebensmitteldiscountern und Betrieben des Lebensmittelhandwerks zu führen.

3.1 Angebotssituation im Einzugsgebiet

In Bruck i. d. Oberpfalz sind die folgenden strukturprägenden Wettbewerber festzuhalten:

Übersicht 1: Projektrelevante Angebotssituation in Bruck i. d. Oberpfalz (VK > 200 m²)

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage*	VK in m ²
Netto	Discounter	Nittenauer Straße	städteb. integriert	1.130
Norma	Discounter	Hans-Sachs-Straße	städteb. integriert	1.000
Markgrafen Getränkemarkt	Getränkemarkt	Hans-Sachs-Straße	städteb. integriert	280

* Einordnung gemäß faktischer Vor-Ort-Verhältnisse

GMA-Erhebung 2025

Hinzu kommen Anbieter des **Lebensmittelhandwerks** (Bäckereien, Metzgerei) sowie Spezialanbieter für Lebensmittel (z. B. internationale Lebensmittel), die einen wichtigen Beitrag zur Grundversorgung leisten.

Damit werden Lebensmittel in Bruck i. d. Oberpfalz gegenwärtig auf rd. 2.560 m² Verkaufsfläche angeboten, auf der jährliche Bruttoumsätze in Höhe von rd. 10,9 Mio. € erwirtschaftet wird.²⁴

²⁴ Bereinigter Umsatz der Systemanbieter, d. h. ohne Umsatzanteile aus den Bereichen Nonfood I und Nonfood II



Netto

GMA-Aufnahmen 2025



Norma

In Bodenwöhr ist auf folgende strukturprägende Wettbewerber hinzuweisen:

Übersicht 2: Projektrelevante Angebotssituation im erweiterten Einzugsgebiet (VK > 200 m²)

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage*	VK in m ²
EDEKA Buchbauer	Supermarkt	Hauptstraße	städteb. integriert	1.150
Getränke Bollinger	Getränkemarkt	Hauptstraße	städteb. integriert	300

* Einordnung gemäß faktischer Vor-Ort-Verhältnisse

GMA-Erhebung 2025

Das Angebot wird ergänzt durch kleinflächige Anbieter aus dem Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger), Spezialanbieter (Getränkeladen) und Tankstellenshops. Im erweiterten Einzugsgebiet ist im projektrelevanten Sortimentsbereich (einschließlich kleinflächiger Lebensmittelmärkte, Getränkemarkte und Betrieben des Lebensmittelhandwerks) eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.710 m² Verkaufsfläche vorhanden.

Die erfassten Betriebe erwirtschaften zusammen einen Jahresumsatz im Nahrungs- und Genussmittelbereich in Höhe von rd. 6,8 Mio. €.²⁵

3.2 Angebotssituation im Umland

Im Umland von Bruck i. d. Oberpfalz stellt sich die Wettbewerbssituation intensiv und ausdifferenziert dar. In den Nachbargemeinden sind alle namhaften Lebensmittelanbieter vertreten, die trotz der generellen Distanzempfindlichkeit des Lebensmittelsortiments in Teilen attraktive Einkaufsalternativen darstellen.

Folgende strukturprägende Angebote (VK > 400 m²) sind zu nennen:

²⁵ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Anteile im Nonfood-I- und -II-Bereich.

Übersicht 3: Projektrelevante Angebotssituation im Umland

Anbieter	Betriebstyp	Standort	Lage*	Lage im ZVB*	VK in m ²
Nittenau					
EDEKA	Supermarkt	Industriestraße	städteb. integriert	nein	1.500
Lidl	Discounter	Industriestraße	städteb. integriert	nein	1.300
Norma	Discounter	Brucker Straße	städteb. integriert	nein	1.100
Netto	Discounter	Regentalstraße	Ortsmitte	ja	1.035
Roding					
REWE Ederer	Supermarkt	Further Straße	städteb. integriert	ja	1.400
REWE Ederer	Supermarkt	Schellererstraße	städteb. integriert	nein	1.400
Aldi	Discounter	Kagerstraße	städteb. nicht-integriert	nein	1.170
Norma	Discounter	Falkensteiner Straße	städteb. integriert	ja	980
Netto	Discounter	Bahnhofstraße	städteb. integriert	nein	800
Netto	Discounter	Further Straße	städteb. nicht-integriert	nein	700
EDEKA Niklas	Supermarkt	Singergartenweg	städteb. integriert	nein	320
Wackersdorf					
EDEKA	Supermarkt	Hauptstraße	städteb. integriert	nein	1.370
Schwandorf					
Globus	Supermarkt	Am Brunnfeld	städteb. nicht-integriert	nein	4.630**
REWE-Center	Supermarkt	Paul-von-Denis Straße	städteb. integriert	ja	2.790
Aldi	Discounter	Regensburger Straße	städteb. nicht-integriert	nein	1.090
Netto	Discounter	Fraunhofer Straße	städteb. integriert	nein	1.020
Netto	Discounter	Wackersdorfer Straße	städteb. integriert	nein	1.010
Lidl	Discounter	Paul-von-Denis Straße	städteb. integriert	ja	980
Aldi	Discounter	Am Brunnfeld	städteb. nicht-integriert	nein	900
Norma	Discounter	Marie-Curie-Straße	städteb. nicht-integriert	nein	850
Denns Biomarkt	Supermarkt	Regensburger Straße	städteb. nicht-integriert	nein	840
EDEKA	Supermarkt	Dachelhofer Straße	städteb. integriert	nein	780
Mix Markt	Supermarkt	Ettmannsdorfer Straße	städteb. integriert	ja	620
Neunburg v. Wald					
REWE	Supermarkt	Senft-Meyer-Straße	städteb. integriert	nein	1.780
EDEKA	Supermarkt	Rötzer Straße	städteb. integriert	nein	1.500
Netto	Discounter	Söltlstraße	städteb. integriert	nein	750
Aldi	Discounter	Heinz-Flesner-Straße	städteb. nicht-integriert	nein	920
Norma	Discounter	Heinz-Flesner-Straße	städteb. nicht-integriert	nein	870
Lidl	Discounter	Industriestraße	städteb. nicht-integriert	nein	800
Rötz					
EDEKA Kohl	Supermarkt	Gmünder Straße	städteb. nicht-integriert	nein	1.200
Netto	Discounter	Neunburger Straße	städteb. integriert	nein	840
Stamsried					
EDEKA Niklas	Supermarkt	Marktplatz	städteb. integriert	ja	750
Walderbach					
EDEKA Pirzer	Supermarkt	Hauptstraße	städteb. integriert	nein	1.040

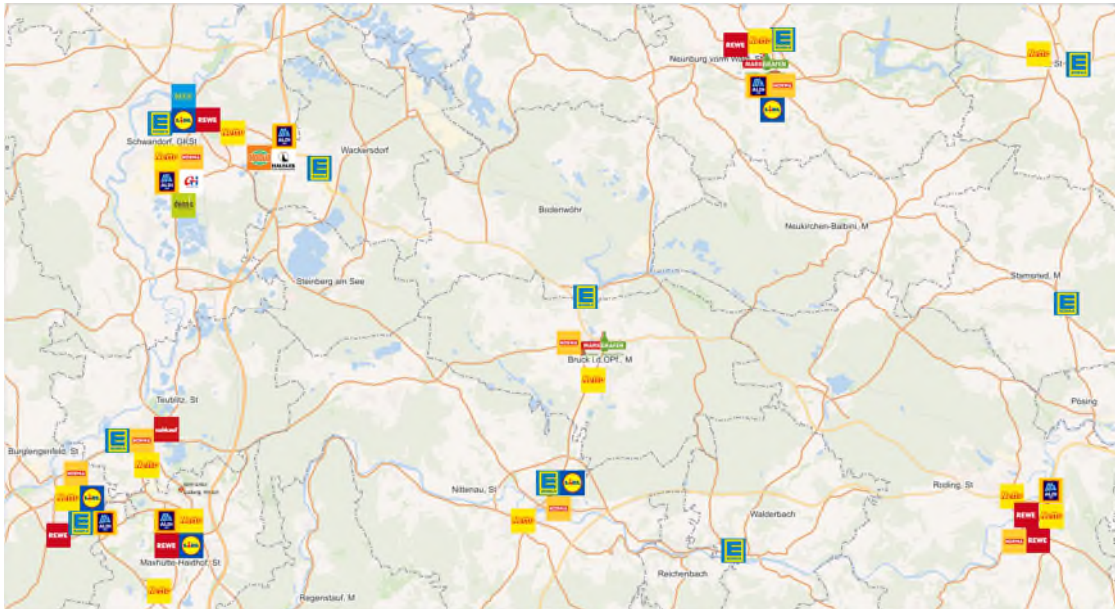
* Einordnung gemäß faktischer Vor-Ort-Verhältnisse

** Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel

GMA-Erhebung 2025

Insgesamt werden im projektrelevanten Umland Lebensmittel aktuell auf rd. 38.580 m² Verkaufsfläche angeboten, auf der jährliche Bruttoumsätze in Höhe von rd. 200,4 Mio. € erwirtschaftet wird.²⁶

Karte 2: Angebotssituation im Umland



Bearbeitung: GMA 2025

Kartenhintergrund: OpenMapTiles, © OpenStreetMap-Mitwirkende

4. Auswirkungen durch das Vorhaben

4.1 Methodik

Mit der Ansiedlung von Einzelhandelsobjekten werden in der Regel Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Herleitung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel bzw. einzelner Standortlagen.

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen 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.

²⁶ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Umsatzanteile aus den Bereichen Nonfood I und Nonfood II.

4.2 Umsatzumverteilungseffekte

Für die Bewertung des Ansiedlungsvorhabens in Bruck i. d. Oberpfalz werden hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumlenkungen folgende **Annahmen** getroffen:

- /// Ein Vollsortimenter mit rd. 1.200 m² VK wird eine Umsatzleistung von rd. 5,7 Mio. € erzielen. Davon entfallen rd. 4,9 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und 0,8 Mio. € auf den Nicht-Lebensmittelbereich.
- /// Für den Getränkemarkt mit 600 m² Verkaufsfläche ist mit einem Umsatzvolumen von rd. 1,1 Mio. € auszugehen. Diese werden ausschließlich dem Lebensmittelbereich zugeordnet.
- /// Damit werden im Untersuchungsraum insgesamt rd. 5,6 Mio. € im Lebensmitteleinzelhandel, 0,3 – 0,4 Mio. € im Getränkefachhandel sowie rd. 0,9 – 1,0 Mio. € im Nonfood-Einzelhandel umverteilungswirksam (vgl. Tabelle 5).
- /// Die Umsatzumverteilungen des Vollsortimenters und Getränkemarkts 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).
- /// In deutlich nachgeordneter Form sind auch kleinere Betriebe und Spezialanbieter des Lebensmittelhandwerks betroffen.
- /// Bedingt durch die Lage des Vorhabens mit der räumlichen Nähe sind in erster Linie Wettbewerber in Bruck i. d. Oberpfalz sowie Bodenwöhr von möglichen Umverteilungen durch das Vorhaben betroffen. Deutlich nachgeordnet erstrecken sich die Umverteilungen auch auf die Wettbewerbsstandorte im weiteren Untersuchungsraum, z. B. Nittenau, Roding und Wackersdorf.

Tabelle 5: Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Vorhaben

	Vollsortimenter mit 1.200 m ² VK	Getränkemarkt mit 600 m ² VK	Summe
Lebensmitteleinzelhandel	4,9	0,7	5,6
Getränkefachhandel	-	0,3 – 0,4	0,3 – 0,4
Nonfood-Einzelhandel	0,8	< 0,1	0,9 – 1,0
Summe	5,7	1,1	6,9

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

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende **Umsatzumlenkungen** durch das Vorhaben zu erwarten:

Lebensmittelbereich

Tabelle 6: Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch einen Vollsortimenter (1.200 m² VK)

Umsatzumverteilungen ggü. Anbietern in...	Umsatz im Bestand in Mio. €* in Mio. €	UUV** in Mio. €	UUV** in %
Innerhalb des Einzugsgebiets	17,7	1,7	9 - 10
Zone I (Bruck i. d. Oberpfalz)	10,9	0,7	6 - 7
ZVB „Ortsmitte Bruck i. d. Oberpfalz“	0,9	< 0,1	3
städtebaulich integrierte Lagen	10,0	0,7	7
Zone II (Bodenwöhr)	6,8	1,0	14 - 15
städtebaulich integrierte Lagen	6,8	1,0	14 - 15
städtebaulich nicht-integrierte Lagen	-	-	-
Außerhalb des Einzugsgebiets	145,2	3,2	2,2
Nittenau	26,7	2,1	9 – 10
ZVB	9,0	-	-
städtebaulich integrierte Lagen	22,3	2,1	9 – 10
städtebaulich nicht-integrierte Lagen	-	-	-
Roding	28,9	0,4	4
ZVB	9,0	0,3	3
städtebaulich integrierte Lagen	10,0	-	-
städtebaulich nicht-integrierte Lagen	9,9	0,1	1
Wackersdorf	5,9	0,1	2
städtebaulich integrierte Lagen	5,9	0,1	2
städtebaulich nicht-integrierte Lagen	-	-	-
Schwandorf	83,7	0,6	1
ZVBs	22,4	-	-
städtebaulich integrierte Lagen	12,2	-	-
städtebaulich nicht-integrierte Lagen	49,1	0,6	1
Sonstige Anbieter / Streukunden		0,5 – 0,6	
Summe	162,9	5,5	3 – 4

* Nahrungs- und Genussmittel, ohne Nonfood I- und II-Anteile

** Umsatzumverteilung

- Ausweis nicht sinnvoll

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

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumlenkungen in Bruck i. d. Oberpfalz sowie im Untersuchungsraum sind folgende **wettbewerbliche Wirkungen** durch das Ansiedlungsvorhaben zu erwarten:

- / Von den Umsatzumverteilungseffekten durch das Vorhaben der Ansiedlung eines Vollsortimenters sind in erster Linie die in **Bruck i. d. Oberpfalz** (Zone I) ansässigen Wettbewerber betroffen. Gegenüber diesen wird im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung ein Food-Umsatzanteil in Höhe von rd. 0,7 Mio. € umverteilt, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 6 - 7 % gemessen am Gesamtumsatzvolumen entspricht.
 - Gegenüber den Lebensmittelanbietern im **zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Bruck i. d. Oberpfalz“** werden temporäre Kaufkraftbewegungen in Höhe von weniger als 0,1 Mio. € prognostiziert, woraus eine Umverteilungsquote von ca. 3 % resultiert. In erster Linie wirken sich die Umsatzrückgänge gegenüber dem Spezialanbieter

„Bulgarische Lebensmittel“ aus. Da dieser Betrieb jedoch ein spezielles Sortiment führt, werden Kunden den Markt weiterhin aufsuchen und negative städtebauliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten.

- Für **städtebaulich integrierte Lagen** wird eine Umsatzumverteilung von ca. 0,7 Mio. € (rd. 7 % Umsatzumverteilungsquote) prognostiziert. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Vorhaben werden überwiegend der Norma-Discounter am westlichen Ortsrand betroffen sein sowie nachgelagert der modernere aufgestellte Netto im südlichen Teil von Bruck i. d. Oberpfalz.

Der Großteil des Umsatzumverteilungsvolumens wird in Bodenwöhr (Zone II) **an den städtebaulich integrierten Standorten** mit insgesamt rd. ca. 1,0 Mio. € wirksam, was einer Umverteilungsquote von ca. 14 - 15 % entspricht.

- Dies betrifft insbesondere den dort ansässigen und städtebaulich integrierten EDEKA Buchbauer als einzigen Vollsortimenter im gemeinsamen Grundzentrum. Durch die Betriebstypengleichheit, gute Pkw-Erreichbarkeit des Vorhabens und aufgrund von strukturellen Herausforderungen des bestehenden EDEKA-Marktes (Modernisierungstau) wird dieser von dem Vorhaben betroffen sein.

Die Gemeinden im **Umland** verfügen über eigene, ortsnahe Lebensmittelmärkte, die den täglichen Bedarf der Bevölkerung grundsätzlich gut abdecken.

- Der Großteil der Umsatzumverteilung verteilt sich mit ca. 2,1 Mio. € und 9 – 10 % auf die Anbieter EDEKA, Lidl und Norma an **städtebaulich integrierten** und nördlichen Lagen in **Nittenau**. Aufgrund der Betriebstypengleichheit wird davon der EDEKA am meisten betroffen sein. Die Angebotsstandorte befinden sich zudem an der Ortsausfahrt Richtung Bruck i. d. Oberpfalz und Bodenwöhr, sodass hier durch Arbeitsplatz- und Pendlerverflechtungen nach Nittenau Umverteilungseffekte im Rahmen von „Mitnahme-Einkäufen“ auf dem Arbeitsweg auftreten. Weitere Anbieter in Nittenau werden aufgrund ihrer entfernteren Standorte nicht vom Vorhaben betroffen sein.
- In **Roding** als Mittelzentrum und Arbeitsplatzstandort sowie Anbindung an die Bundesstraße B 85 werden nachgelagerte Umsatzumverteilungen erwartet. Diese verteilen sich mit 0,4 Mio. € und ca. 4 % auf denselben Betriebstyp REWE im zentralen Versorgungsbereich sowie die weiteren systemgleichen Anbieter in integrierten und nicht-integrierten Lagen. Die Umsatzrückgänge sind dabei als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen.
- Gegenüber dem Lebensmittelanbieter EDEKA als gleicher Betriebstyp in integrierter Lage in **Wackersdorf** wird ein Umsatzanteil von ca. 0,1 Mio. € umverteilungswirksam. Somit ergibt sich eine Umsatzumverteilungsquote von ca. 2 %, die jedoch als unkritisch bewertet wird und im Bereich jährlicher Umsatzschwankungen liegt.
- Dem Globus-Markt in **Schwandorf** in nicht-integrierter Lage wird infolge des Vorhabens ein Umsatzanteil in Höhe von ca. 0,6 Mio. € wettbewerbswirksam. Die prognostizierten Umsatzrückgänge bewegen sich im Bereich von ca. 1 % und sind damit als rein wettbewerbliche Effekte einzustufen.

Getränkehandel

Für den geplanten Getränkemarkt mit 600 m² VK werden im Getränkehandel 0,3 - 0,4 Mio. € umverteilungswirksam. Diese verteilen sich aufgrund der räumlichen Nähe auf den städtebaulich integrierten Markgrafen Getränkemarkt in Bruck in der Oberpfalz mit ca. 0,3 Mio. € (Umsatzumverteilungsquote von ca. 3 %) sowie auf Getränkemärkte und -läden in städtebaulich integrierten Lagen in Bodenwöhr (Getränke Bollinger, Getränkeladen Jacob, zwei Tankstellenshops) mit unter 0,1 Mio. € und einer Umsatzumverteilungsquote von 2 – 3 %. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Vorhabens ist zudem mit einer Umsatzumverteilung über Pendlerverflechtungen bzw. Streukunden mit unter 0,1 Mio. € zu rechnen.

Nonfood-Einzelhandel

Im **Nonfoodbereich** werden die durch das Vorhaben ausgelösten Neuumsätze in Höhe von rd. 0,9 – 1,0 Mio. € gegenüber einer Vielzahl verschiedener Anbieter aus unterschiedlichen Branchen im Untersuchungsraum sowie gegenüber dem Online-Handel wirksam werden. Insbesondere wird dies Anbieter in den nächstgelegenen Mittelzentren Nittenau, Schwandorf und Roding mit einem entsprechenden Angebot im Nonfoodbereich betreffen. Nennenswerte Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern in Bruck i. d. Oberpfalz sind kaum zu erwarten, da beispielsweise Randsortimente des Supermarktes (z. B. Haushaltswaren, Dekoration) kaum in Bruck i. d. Oberpfalz existieren und hier nicht umverteilungswirksam werden (können). Stattdessen werden vor allem branchenfremde Anbieter im Umland oder sogenannte Aktionswaren bei Lebensmitteldiscountern betroffen sein. Der erwartete Umsatzanteil im Nonfood-Bereich des geplanten Supermarktes führt in der Betrachtung des Untersuchungsraums allenfalls zu wettbewerblichen Auseinandersetzungen auf geringem Niveau.

4.3 Städtebauliche Auswirkungen

Auf Grundlage der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und Umland sowie der getroffenen Annahmen zu den möglichen Auswirkungen des Vorhabens ist die Projektplanung hinsichtlich des **Beeinträchtungsverbot**es wie folgt bewerten:

- /// Durch das Vorhaben sind städtebaulich und / oder versorgungsstrukturell relevante Auswirkungen gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich im Markt Bruck i. d. Oberpfalz und weiteren im Umland deutlich auszuschließen.
- /// Eine Beeinträchtigung besteht jedoch für den nahegelegenen EDEKA-Supermarkt in Bodenwöhr. Der EDEKA-Markt zeichnet sich bereits heute durch strukturelle Herausforderungen wie eine vergleichsweise niedrige Leistungsfähigkeit und Modernisierungstau aus. Der Anbieter leistet grundsätzlich einen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung. Durch das Vorhaben ist mit einer weiteren Zunahme des Handlungsbedarfs zur Weiterentwicklung des EDEKA-Marktes zu rechnen. Aufgrund des bereits heute bestehenden Modernisierungstaus verfügt der Standort nur über eine geringe Aufnahmekapazität für zusätzliche Kaufkraftverluste. Grundsätzlich wird der Sicherung des Standortes in Bodenwöhr jedoch auch mit der Entwicklung in Bruck i. d. Oberpfalz ausreichend Entwicklungspotenzial zur Verfügung stehen: mit der Entwicklung des Grundversorgungsstandortes in Scharnierlage Bruck i. d. OPf. werden rd. 13 % der zur Verfügung stehenden Kaufkraft am Standort Bodenwöhr gebunden. Dies bedeutet, dass noch über 9 Mio. € Kaufkraft für eine Sicherung der Grundversorgung in Bodenwöhr selbst zur Verfügung steht.

IV. Abschließende Bewertung und Empfehlungen

Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// geplante Ansiedlung eines Vollsortimenters mit ca. 1.200 m² VK, Getränkemarktes mit ca. 600 m² VK und eines Nonfood-Discounters mit ca. 800 m² VK am Ortsrand von Bruck i. d. Oberpfalz („Am Schöngras“ – Scharnierfunktion zwischen Bruck und Bodenwöhr) /// Vorhabenbezogener Bebauungsplan „Einzelhandel an der Schöngraser Straße“ mit Ausweisung eines SO gemäß § 11 BauNVO
Untersuchungsrahmen	<ul style="list-style-type: none"> /// Prüfung über örtliche Raumbedeutsamkeit i. V. mit möglichen Beeinträchtigungen für das Gesamtvorhaben
Standortrahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Makrostandort: Markt Bruck i. d. Oberpfalz – gemeinsames Grundzentrum mit Bodenwöhr in der Planungsregion Oberpfalz Nord mit rd. 8.370 Einwohnern /// strukturprägende Anbieter im Lebensmittelbereich sind EDEKA Buchbauer (Bodenwöhr); Norma, Getränkemarkt, Netto (Bruck i. d. Oberpfalz); Anbieter im vorgesehenen Nonfoodsegment (Nonfood-Discounter) sind hingegen erst in den nächstgelegenen Zentren und hier mit Ausnahme von Roding außerhalb städtebaulich relevanter Versorgungsbereiche untergebracht.
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial (Klammerwert)	Nahrungsmittel und Tabakwaren/ Getränke <ul style="list-style-type: none"> /// Zone I = Bruck i. d. Oberpfalz: 4.170 EW (10,6 2,5 Mio. €) /// Zone II = Bodenwöhr: 4.200 EW (10,7 2,5 Mio. €) /// insgesamt 8.370 EW (21,3 5,0 Mio. €)
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> /// Umsatzerwartung Vollsortimenter: 5,7 Mio. € <ul style="list-style-type: none"> ▪ Food: 4,9 Mio. € ▪ Nonfood: 0,8 Mio. € Umsatzerwartung Getränkemarkt: 1,1 Mio. €
Umsatzumverteilungseffekte	<ul style="list-style-type: none"> /// Bruck i. d. Oberpfalz (Zone I) <ul style="list-style-type: none"> ▪ ZVB 3 % ▪ städtebaulich integrierte Lagen 7 % /// Bodenwöhr (Zone II) <ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebaulich integrierte Lagen 14 – 15 % /// Nittenau <ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebaulich integrierte Lagen 9 – 10 % /// Roding <ul style="list-style-type: none"> ▪ ZVB 3 % ▪ städtebaulich nicht-integrierte Lagen 1 % /// Wackersdorf <ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebaulich integrierte Lagen 2 % /// Schwandorf <ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebaulich nicht-integrierte Lagen 1 %

Einordnung und Empfehlung

Durch das Vorhaben sind versorgungsstrukturell und/oder städtebaulich relevante Auswirkungen gegenüber zentralen Versorgungsbereichen im Markt Bruck i. d. Oberpfalz und weiteren im Umland nicht zu erwarten.

Eine Beeinträchtigung besteht jedoch in erster Linie für den nahegelegenen EDEKA-Supermarkt in Bodenwöhr. Der städtebaulich integrierte EDEKA-Markt zeichnet sich bereits heute durch strukturelle Herausforderungen aus. Vor diesem Hintergrund sind die möglichen Auswirkungen auf den bestehenden EDEKA-Standort im Rahmen der Auswirkungsanalyse in der planerischen Abwägung besonders zu berücksichtigen.

Fazit

Das Vorhaben ist vorbildlich auf die Sicherung und Weiterentwicklung der Grundversorgung für das gemeinsame Grundzentrum Bruck i. d. Oberpfalz / Bodenwöhr und zwar an einem Scharnierstandort ausgerichtet. Aktuell ist die Ausstattung mit rd. 390 m² VK / 1.000 EW deutlich ausbaufähig einzuordnen. Der Bestand ist auf zwei Discounter in Bruck sowie einem deutlich in die Jahre gekommenen Vollsortimenter in Bodenwöhr konzentriert. Es findet aktuell ein hoher Kaufkraftabfluss aus dem gemeinsamen Grundzentrum in Richtung umliegende Zentren statt, mit in der Folge vermeidbarer Mehrverkehre. Dies gilt übrigens auch für das Thema Nonfooddiscounter, welches aktuell im gemeinsamen Grundzentrum noch gar nicht angeboten wird.

Mit der Entwicklung des Grundversorgungsstandortes werden keine Negativwirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie beherrschbare Wirkungen auf Versorgungslagen ausgelöst. Mit einer Umverteilungsquote i. H. von rd. 14 – 15 % wird zwar eine nennenswerte Quote zu Lasten des Versorgungsstandortes in Bodenwöhr prognostiziert. Dies trifft auf einen stark modernisierungsbedürftigen Anbieter. Dabei ist anzuführen, dass für Bodenwöhr noch ausreichend Potenzial für ein adäquates Grundversorgungsangebot zur Verfügung steht, so dass bei modernem Marktauftritt das Angebot in seiner Existenz nicht gefährdet ist. Vielmehr kommt es mit der Standortentwicklung in Bruck zu einer nachhaltigen Entwicklung der Versorgungsfunktion des gemeinsamen Grundzentrums Bruck / Bodenwöhr.

Das Gesamtvorhaben ist mit den beiden Anbietern Super- und Getränkemarkt in Ergänzung zum kleinflächigen Nonfooddiscounter schwerpunktmäßig auf Nahrungs- und Genussmittel fokussiert und wird keine erhebliche überörtliche Auswirkung i. S. der Landes- und Regionalplanung entfalten.

GMA-Bewertung 2025

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Einzugsgebiet des Vorhabens	13
Karte 2:	Angebotssituation im Umland	18

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Landesplanerische Überprüfung der vorgesehenen Verkaufsflächen	8
Tabelle 2:	Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	14
Tabelle 3:	Umsatzerwartung des Vollsortimenters (1.200 m ² VK)	14
Tabelle 4:	Umsatzerwartung des Getränkemarkts (600 m ² VK)	15
Tabelle 5:	Zu erwartende Umsatzzumlenkungen durch das Vorhaben	19
Tabelle 6:	Zu erwartende Umsatzzumlenkungen durch einen Vollsortimenter (1.200 m ² VK)	20

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Konzept des Vorhabens	4
Abbildung 2:	Facetten der Nahversorgung	6
Abbildung 3:	Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich in Bayern und Deutschland	10

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Projektrelevante Angebotssituation in Bruck i. d. Oberpfalz (VK > 200 m ²)	15
Übersicht 2:	Projektrelevante Angebotssituation im erweiterten Einzugsgebiet (VK > 200 m ²)	16
Übersicht 3:	Projektrelevante Angebotssituation im Umland	17