

POPIEN & PARTNER
Wirtschaftsgeographie
Dr. Ralf Popien

**Zweite Teilfortschreibung Einzelhandelsgutachten
Oberschleißheim - veränderte Rahmenbedingungen
nach Rückzug des geplanten großflächigen Voll-
sortimenters in der Ortsmitte?**

Gutachten im Auftrag der Gemeinde Oberschleißheim

München im Dezember 2019

Popien und Partner
Wirtschaftsgeographie
Pestalozzistr. 40c
80469 München

Tel. 089-260 234 98

E-Mail: popien@popien-partner.de

Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkung – Fragestellungen	4
2	Methodik	6
3	Oberschleißheims Lage im Einzelhandelsumfeld "München Nord"	7
4	Fachgutachten 2007, 2012 und 2014/15: Handlungsfelder und planungspolitische Schlussfolgerungen	13
5	Einzelhandels- und Zentrenstrukturen Oberschleißheim: Veränderungen seit 2006 bzw. 2014	
	5.1 Einzelhandel, Verkaufsflächen	17
	5.2 Zentren bzw. Agglomerationen: Einzelhandel, kopplungsrelevante Dienstleister	23
6	Bewertung vorliegender Neukonzeption des Ladenzentrums Stutenanger	29
7	Unternehmerische und planungspolitische Einschätzung weiterer Einzelhandelsansiedlungen	
	7.1 Planvorhaben "Getränkemarkt im Gewerbegebiet Sonnenstraße"	32
	7.2 Arrondierung Standort HIT	37
	7.3 Erweiterung Discounter LIDL im Gewerbegebiet Sonnenstraße	38
8	Fazit - Handlungsempfehlungen	40
	Literaturverzeichnis	43

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1:	Oberschleißheimer Bevölkerung: Einkaufsorte ausgewählter Sortimente der Nahversorgung 2007	8
Tabelle 2:	Werbebeilagen bzw. großflächige Anzeigen in regionalen Printmedien Oberschleißheims (Auswahl)	10
Tabelle 3:	Einzelhandelsbesatz Oberschleißheim: Veränderungen von 2006 bis 2014 und 2019 nach Branchen (Zentrenrelevanz)	17
Tabelle 4:	Geschäfte Großeinkauf Lebensmittel (2007)	18
Tabelle 5:	Nachfolgenutzungen ausgefallener bzw. umgezogener Einzelhandelsbetriebe	20
Tabelle 6:	Ausstattung Oberschleißheims mit ausgewählten Betriebstypen im bundesweiten Vergleich	21
Tabelle 7:	Verkaufsflächen ausgewählter Branchen Oberschleißheims im bundesweiten Vergleich	21
Tabelle 8:	Einzelhandelsbesatz Oberschleißheim: Veränderungen von 2006 bis 2014 und 2019 nach Standortraum	23
Tabelle 9:	Verkehrsmittelwahl beim Einkaufen in ausgewählten Märkten (2007)	27
Tabelle 10:	Oberschleißheim und Nachbargemeinden: Ausstattung mit Discountern, Getränkemärkten und Drogeriemärkten	35
Anlage:		
Karte	Oberschleißheim: Einzelhandels- und Dienstleistungskartierung	

1 Vorbemerkung - Fragestellungen

Basierend auf unserem Gutachten HEINRITZ / POPIEN (2007) hat die Gemeinde Oberschleißheim in den letzten Jahren eine Reihe von Schritten der Ortsmittenplanung unternommen.

Zur Behandlung von Anfragen zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, u.a. im Gewerbegebiet V Sonnenstraße hat die Gemeinde 2014 eine erste Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens beauftragt, auf dessen Grundlage die zukünftige Zulassung von Einzelhandelsbetrieben gesteuert wird. Die von den Gutachtern 2007 sowie in einer Stellungnahme 2012 abgegebenen Empfehlungen zur Bauleitplanung wurden fortgeschrieben, sowie mittels einer ortsspezifischen Liste von innenstadtrelevanten Sortimenten ergänzt bzw. präzisiert. Die entsprechend modifizierte, städtebaulich-strukturell begründete "Oberschleißheimer Sortimentsliste" erwies sich als zielführendes Instrument der kommunalen Einzelhandelsentwicklungsplanung.

Unsere Empfehlungen aus 2007 betrafen v.a. die städtebauliche Neugestaltung des Ladenzentrums Stutenanger und des Bürgerplatzes zur "Ortsmitte", begleitet von einem restriktiven Umgang mit Neuansiedlungsplänen von innenstadtrelevanten Einzelhandelsbetrieben in der Peripherie. Die Empfehlungen zur Überplanung der zentralen Grundstücke am Bürgerplatz und am Stutenanger waren auf das Ziel gerichtet, die öffentlichen Einrichtungen incl. Bürgerzentrum/Bürgerstube mit einem neu gestalteten Ladenzentrum zu einer attraktiven Ortsmitte zu verbinden. Fachgutachterliche Anregungen wie Abriss und Vergrößerung des Lebensmittelmarktes, die "Umdrehung" des Marktes, d.h. seine Öffnung nach Südosten in Richtung Bürgerplatz, blick- und wegetechnische Verbindung Ladenzentrum - Bürgerzentrum, Schaffung attraktiver Tagesgastronomie, Schaffung architektonischer sowie Aufenthaltsqualitäten mündeten in die Entwicklung eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes "Neugestaltung Ortsmitte" mit einer entsprechenden Bebauungsplanung.

2016 konnte sich die Gemeinde mit den beiden Grundstückseigentümern des Ladenzentrums Stutenanger, dem Lebensmittelkonzern REWE und der Firma Sedlmayr Grund, zunächst über städtebauliche Verträge zur Konzeption des Ladenzentrums einigen und begann mit der Umgestaltung des öffentlichen Teilbereiches der Ortsmitte. Bis heute jedoch wurde der Vertrag von der Fa. REWE nicht unterzeichnet, nachdem sie von ihren ursprünglichen Plänen zum Neubau eines Lebensmittelvollsortimenters mit 1.400 qm Verkaufsfläche abgerückt ist, und nurmehr die Errichtung eines 800 qm Verkaufsfläche umfassenden Lebensmitteldiscounters avisiert.

Den Ortsmittenbesuchern bietet sich heute das enttäuschende Bild eines zwar im öffentlichen Bereich (Bürgerzentrum, Neue Bürgerstube) neu gestalteten Platzes, an welchen jedoch das völlig unattraktive Areal des Ladenzentrums Stutenanger mit seinen beiden abrisssreifen und großteils leerstehenden Immobilien unmittelbar angrenzt.

Die geänderten Nutzungsvorstellungen des REWE-Konzerns, verbunden mit den Schwierigkeiten, Interessenten für die weiter geplanten Ladeneinheiten der Ortsmitte zu gewinnen, und nicht zuletzt die im weiteren Gemeindegebiet zu verzeichnende Ausdünnung des Ladenbesatzes waren für den Oberschleißheimer Gemeinderat Anlass, die Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens zu beschließen.

Die Gemeindeverwaltung beauftragte dazu die vorliegende weitere Fortschreibung des 2007 erstellten, 2015 erstmals fortgeschriebenen Einzelhandelsgutachtens. Sie analysiert die Entwicklungen des Einzelhandels in den vergangenen Jahren und geht folgenden Fragestellungen nach:

Wie sind die geänderten Nutzungsvorstellungen in der Ortsmitte zu beurteilen?

Welcher Betriebsformen- und Branchenmix ist in der Ortsmitte unter Berücksichtigung sich ändernder Rahmenbedingungen des Einzelhandels angezeigt?

Gewerbegebiet Sonnenstraße: wie sind evtl. Erweiterungspläne ansässiger Einzelhandelsunternehmen bzw. Neuansiedlungspläne ausgewählter Branchen (u.a. Getränkefachmarkt) zu beurteilen und planungsrechtlich zu behandeln?

Zentraler Versorgungsbereich HIT/Bahnhof: welche Möglichkeiten bestehen zu einer Arrondierung des Einzelhandelsareals an der zentralen Mittenheimer Str., ohne die Entwicklung der Ortsmitte Bürgerplatz/Stutenanger zu gefährden?

Welche Chancen bestehen zur Ansiedlung nachbarschaftlich bzw. sozial orientierter Nahversorgungsmöglichkeiten im neu geplanten Wohnquartier Mittenheim?

Die Fragen zur sinnvollen Steuerung der Oberschleißheimer Einzelhandelsentwicklung werden vor dem Hintergrund lokalspezifischer Situationen und Entwicklungen geklärt:

- Lage der Gemeinde (Siedlungsschwerpunkt) in Münchens Suburbia
- Zentren- und Angebotsstruktur des Oberschleißheimer Einzelhandels
- städtebauliche Integration möglicher Einzelhandelsstandorte, Kopplungsmöglichkeiten
- Betriebliche Dispositionen ansässiger und ansiedlungsbereiter Einzelhandelsbetriebe
- Bevölkerungsentwicklung (incl. Tagesbevölkerung durch Arbeitsplatzansiedlungen)

Wie schon in der 2014/2015 vorgelegten Fortschreibung des Gutachtens aus 2007 ist es zur Beantwortung der Fragen nicht zwingend erforderlich, eine Wiederholung der 2007 durchgeführten Befragungen (schriftliche Betriebsbefragung, umfassende Haushaltsbefragung) durchzuführen. Insofern handelt es sich beim hier vorgelegten Gutachten um eine Teilfortschreibung. In jüngster Zeit medial kommunizierte Stellungnahmen mancher Akteure beziehen sich noch auf das Gutachten aus 2007. Dies lässt den Schluss zu, dass dessen Fortschreibung 2014/2015 nicht allen lokalen Akteuren bekannt ist. Daher und mit Hinblick auf neue, 2014 noch nicht aktive Ratsmitglieder nach der anstehenden Kommunalwahl 2020, setzt das hier vorgelegte Gutachten nicht die Kenntnis des gesamten Gutachtens aus 2014/2015 voraus. Es rekurriert vielmehr auf die Entwicklung seit 2007. Somit ergeben sich auch manch unvermeidliche Überschneidungen mit der Fassung aus 2014/15.

Zur Bearbeitung der Aufgabenstellungen wurden folgende Erhebungen durchgeführt:

2 Methodik

Fortschreibung der Betriebskartierung Oberschleißheim

Die 2006 erstellte und 2014 fortgeschriebene Betriebskartierung innerhalb der Gemarkung Oberschleißheims wurde 2019 weiter fortgeschrieben (Einzelhandel mit den Merkmalen Verkaufsfläche und Sortiment; kopplungsrelevante Dienstleistungseinrichtungen sowie Leerstände).

Nachbargemeinden

Eine Beurteilung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten des Oberschleißheimer Einzelhandels ist ohne Betrachtung bekannter bzw. großflächiger Betriebe in den unmittelbar an die Gemarkung Oberschleißheim angrenzenden Gemeinden bzw. Münchner Stadtbezirken nicht zu leisten. Mittels Begehungen und Befahrungen sowie Internetrecherchen wurden deren Standorte erhoben.

Soweit vorhanden und zugänglich, wurden bestehende Einzelhandelsgutachten zu den benachbarten Gemeinden ausgewertet.

Expertengespräche

Mit ausgewählten Schlüsselpersonen vor Ort, Vertretern des lokalen Einzelhandels sowie mit potenziellen Einzelhandelsinvestoren wurden themenspezifische Expertengespräche zu den Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Oberschleißheim durchgeführt, um die Zukunft der Ortsmitte und weiterer Geschäftsbereiche in Oberschleißheim aus Sicht der lokalen Akteure bzw. regionaler Investoren und ihrer Expertise aufzuzeigen.

Das Gesprächstableau umfasste Vertreter folgender Institutionen bzw. Betriebe: Gemeindeverwaltung, Bauamt, Gemeindekämmerei/Wirtschaftsförderung, Vorsitzender Gewerbeverband Oberschleißheim (TK-Laden sowie Immobilieneigentümer in der Ladengruppe Fohlgarten), BBE Handelsberatung - Standortforschung München; Apotheke am Fohlgarten; Stutenanger: REWE- sowie PENNY-Standortexpansion, Schreibwarenladen, ausgewählte Dienstleister; Alt-Oberschleißheim: Backshop, Nahversorger Freisinger Str.; Vertriebsleitung BONUS-Märkte Berufliche Orientierung, Nachbarschaftsmärkte und Service gGmbH.

3 Oberschleißheims Lage im Einzelhandelsumfeld "München Nord"

Die im Landkreis München gelegene Gemeinde Oberschleißheim (11.657 Einwohner am 31.12.2017) grenzt nördlich an die Landeshauptstadt an und ist als Siedlungsschwerpunkt im Verdichtungsraum München ausgewiesen. Zusammen mit weiteren sieben Kommunen der "Nordallianz - Metropolregion München Nord" (darin drei aus dem Nachbarlandkreis Freising) vermarktet sie sich als Gemeinde in einer Region, welche in verschiedenen Standort-Rankings der Wirtschaftskraft Spitzenplätze erreicht. Die Kaufkraft der Region liegt deutlich über dem bayerischen Durchschnitt (2019: 26.112 € pro Kopf, <https://www.acxiom.de/geomarketing/kaufkraft-2019>), wobei Oberschleißheim selbst jedoch nicht an die hohen Werte mancher Nachbargemeinden bzw. der weiteren Region München heranreicht. So zeigt die Kaufkraftkarte der Acxiom (2019, s.o.), dass Oberschleißheim einen auf Deutschland (=100) bezogenen Kaufkraftindex zwischen 116 bis 125 aufweist, während das Grös der Gemeinden in der Region München erheblich höhere Werte, in manchen Fällen 136 und mehr erreicht. In seiner Sozialraumanalyse von 2018 zeigt der Landkreis München eine starke Heterogenität in der Kaufkraft seiner Gemeinden auf. Im Spektrum des - hier auf Bayern 2017 (=100) bezogenen - Indexwertes liegt Oberschleißheim (102,9) zusammen mit Garching (104) am untersten Ende der Landkreis-Skala, an deren oberen Ende vier Gemeinden mit Spitzenwerten von deutlich über 150 liegen.

Das Bevölkerungswachstum im Zeitraum von 2007 bis 2017 fiel in Oberschleißheim mit lediglich 2,7 % (absolut: 308 Einwohner) wesentlich geringer als in der Region München insgesamt (9,9 %) aus. Der Anteil der ab-65-Jährigen liegt heute (2017) mit 20,2 % geringfügig über dem des Landkreises München (19,5 %). In der Nachbargemeinde Unterschleißheim war in der genannten Dekade mit einem Plus von 2.443 Einwohnern (plus 9,3 %) der drittgrößte Bevölkerungsschub in den Gemeinden des Landkreises festzustellen (PV 2018). Dort beträgt der Anteil der ab-65-Jährigen lediglich 17,2 %.

Die Entfaltungsmöglichkeiten des Oberschleißheimer Einzelhandels werden außer durch die im Landkreisvergleich nur moderate Kaufkraft durch die umliegenden Konkurrenzzentren begrenzt. Oberschleißheim liegt im Spannungsfeld der Metropole München, der Kreisstadt des westlich gelegenen Nachbarlandkreises Dachau (Große Kreisstadt mit 47.602 EW am 30.06.2019) sowie der o.g. Nachbarkommune, der nördlich angrenzenden Stadt Unterschleißheim.

Die Nachbargemeinde ("Universitätsstadt") Garching (17.534 EW am 31.12.2017) mit ihrer in den 1980er Jahren errichteten Neuen Ortsmitte stellt kein besonderes Konkurrenzzentrum für den Oberschleißheimer Einzelhandel dar. In ihrem - östlich an die Oberschleißheimer Gemarkung angrenzenden - Gewerbegebiet "Hochbrück" sind außer einem ALDI-Discounter und einem 2011 entstandenen Supermarkt der Nahversorgung keine weiteren Einzelhandelsbetriebe oder Fachmärkte ansässig.

In der Großen Kreisstadt Dachau (47.602 EW am 31.12.2017) wurden in einer Erhebung 2008 280 Einzelhandelsbetriebe mit 82.300 qm Verkaufsfläche gezählt (CIMA 2008), davon 54 Betriebe mit 55.095 qm in nicht integrierten Lagen. 52.300 qm davon entfallen "Dachau Ost", eine der größten Fachmarkttagglomerationen der Region München. Die Entfernung des Areals "Dachau Ost" zu Oberschleißheim beträgt ca. 8 km (10 bis 12 min Fahrzeit). Ankermieter des dort lokalisierten "InCenter" sind ein REWE-Center-Verbrauchermarkt (ehemaliges TOOM-SB-Warenhaus), ein Baumarkt mit Gartencenter und ein Elektrofachmarkt. In seiner Nachbarschaft sind mit weiteren Verbrauchermärkten, Lebensmitteldiscountern, zwei Drogeriemärkten und einem Bio-Fachmarkt Frequenzbringer der Nahversorgung ansässig, welche von einer Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben fast aller zentrenrelevanter Branchen sowie von zentrenbildenden Dienstleistungen ergänzt werden.

2011 hat der Dachauer Stadtrat ein 2008 von der CIMA GmbH erstelltes Einzelhandels- und Zentrenkonzept beschlossen, in welchem der zentrale Versorgungsbereich der Stadt abgegrenzt wurde, außerhalb dem keine neuen Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten ("Dachauer Liste") mehr zulässig sind. Dieser Ansiedlungsstop für zentrenrelevante Fachmärkte in nicht integrierten Lagen fand seine Anwendung außer für Dachau Ost auch im Bebauungsplan für ein Areal an der Kreuzung der Bundesstraße B 304 (Äußere Münchner Str.) und der über Oberschleißheim und Garching führenden B 471.

Das Dachauer Zentrenkonzept weist darüberhinaus ein Teilgebiet im östlich an die Altstadt grenzenden Industrie-Areal der ehemaligen, 2007 stillgelegten MD-Papierfabrik als Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs aus. Auf dem MD-Gelände ist ein urbanes Quartier mit 950 Wohneinheiten (Baubeginn 2021) und ca. 55.000 qm Geschossflächen für Büro/Gewerbe/Einzelhandel projektiert. An einem als "Ergänzung, nicht als Konkurrenz zur Altstadt" (Architekten TROJAN, SZ 03.07.2015) konzipierten "Mühlenforum" sollen in einem SO-Gebiet "Einzelhandel und Kerngebietsnutzungen" entsprechende Einrichtungen errichtet werden. Der Umfang der geplanten Einzelhandelsflächen im MD-Areal wird vom Bauträger mit 15.000 qm Geschossfläche angegeben.

In einer Haushaltsbefragung (2007) wurde Dachau mit seinen Märkten von knapp 10 % der Oberschleißheimer als Ziel ihrer Lebensmittelgroßeinkäufe genannt. Für weitere Branchen der Nahversorgung (Reformwaren, Drogeriewaren, Schreibwaren, "kleines Geschenk") spielt Dachau als Konkurrenz für Oberschleißheim eine geringere Rolle (vgl. Tab. 1).

Tabelle 1: Oberschleißheimer Bevölkerung:
Einkaufsorte ausgewählter Sortimente der Nahversorgung 2007
Angaben in Prozent der Nennungen

	Lebensmittel Großeinkauf	Drogerie- waren*)	Schreib- waren	kleines Geschenk
Oberschleißheim	73	57	64	38
Unterschleißheim	11	16	4	19
Dachau	9	7	5	7
München	6	19	25	33
darin				
Nord	6	2	4	1
OEZ		5	5	12
City		7	14	17
weitere	1	1	2	2
<i>Anzahl Befragte</i>	<i>488</i>	<i>505</i>	<i>479</i>	<i>414</i>
<i>Anzahl Nennungen</i>	<i>1.107</i>	<i>882</i>	<i>676</i>	<i>719</i>

*) vor Eröffnung des dm-Drogeriemarktes im Gewerbegebiet Sonnenstraße

Quelle: HEINRITZ / POPIEN (2007), eigene Erhebungen

Nach Angaben des Gewerbeverbandes Oberschleißheim führte eine vor einiger Zeit verbesserte Busverbindung nach Dachau zu merkbaren Kaufkraftabflüssen aus Oberschleißheim in die Dachauer Einzelhandelsstandorte.

Weitere außerhalb Oberschleißheims gelegene Ziele der Nahversorgung liegen v.a. in München sowie in Unterschleißheim.

Die Richtung Norden 4 km entfernte Nachbarstadt Unterschleißheim (30.184 Einwohner am 31.12.2018) ist in wenigen Fahrminuten zu erreichen. Die Gesamtverkaufsfläche des Unterschleißheimer Einzelhandels (127 Betriebe) betrug 2011 31.200 qm (BBE 2011, S.7). Die Einzelhandelsstruktur ist vom gewachsenen Zentrum des alten Ortsteil Lohhof (Bezirksstraße), von der "Neuen Ortsmitte" am Rathausplatz mit dem Einkaufszentrum IAZ sowie von einer Reihe von Lebensmittelmärkten (darunter ein Kaufland-Verbrauchermarkt) im Gewerbegebiet Unterschleißheim gekennzeichnet.

"Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage und Erreichbarkeit in Nord-Süd-Richtung (...) und der konzeptbedingten Attraktivität für Kopplungskäufe" (BBE 2011, S. 13) wird Oberschleißheim zum Unterschleißheimer Einzugsgebiet der Zone II (Ergänzungsgebiet) gezählt.

In der Lebensmittelbranche spielt für die Oberschleißheimer der in Unterschleißheim gelegene Kaufland-Markt eine nennenswerte Rolle. Er wurde 2007 von 14,5 % der befragten Oberschleißheimer Haushalte genannt, dies entspricht 6 % aller damals abgegebenen Markt-Nennungen. Zusammen mit der 2007 schon bestehenden, bis heute noch erweiterten Zahl weiterer Lebensmittelmärkte (Vollsortimenter sowie Discounter) vereinte Unterschleißheim 11 % aller abgegebenen Nennungen auf sich.

Die auf München entfallenen Nennungen von Lebensmittelmärkten (13 % der befragten Oberschleißheimer Haushalte, 6 % der Nennungen) konzentrierten sich auf große Verbrauchermärkte im Münchener Norden (heute v.a. Real und der mehr als 20.000 qm umfassende V-Markt mit integriertem Baumarkt im Euro-Industriepark).

Die Werbebeilagen der zwei in Oberschleißheim aufgelegten wöchentlichen Printmedien (der in Unterschleißheim herausgegebene Lohhofer & Landkreis-Anzeiger sowie die Münchener Nord-Rundschau des Münchener Wochenanzeigers) dokumentieren einen Teil der in ihrem Verbreitungsgebiet ansässigen Märkte der Lebensmittelbranche und anderer, in der damaligen Haushaltsbefragung nicht erhobenen Branchen (vgl. Tab. 2).

In der Drogeriewarenbranche flossen bis zur Errichtung des dm-Drogeriemarktes im Gewerbegebiet Sonnenstraße noch 43 % der Oberschleißheimer Kaufkraft (gemessen in Anzahl Nennungen Drogeriemärkte) in die Nachbarstädte München, Unterschleißheim und Dachau ab - diese Abflüsse haben sich bis heute stark verringert.

Im Gegensatz zu den Nahversorgungsbranchen Lebensmittel, Drogeriewaren und Schreibwaren reicht der Mehrzahl der Oberschleißheimer für "Shopping Goods der Nahversorgung" das Vor-Ort-Angebot nicht aus. Für das dazu in unserer Haushaltsbefragung verwendete Indikatorprodukt "kleines Geschenk" entfielen nur 38 % der abgegebenen Nennungen auf Oberschleißheimer Betriebe. Neben dem Verbrauchermarkt HIT (23 % der Befragten) waren es v.a. die damals noch drei verschiedenen Blumen- bzw. Pflanzenanbieter, das - inzwischen aufgegebene - Buchgeschäft am Schloss, eine - ebenfalls inzwischen aufgegebene - Confiserie in Alt-Oberschleißheim, sowie für die Bewohner westlich der Bahn das Schreibwarengeschäft Heckenstaller (5 % der Befragten). Ein Drittel aller abgegebenen Nennungen entfielen auf München und weitere 19 % auf Unterschleißheim.

Tabelle 2: Werbebeilagen bzw. großflächige Anzeigen in regionalen Printmedien Oberschleißheims (Auswahl)

Branche	Name	Ort nächste/r Filiale(n)
Lebensmittel	HIT	Oberschleißheim
	Kaufland	Unterschleißheim
		Dachau
	REWE-Center	Dachau
	V-Markt	München Nord, Euro-Industriepark
	ALDI	Oberschleißheim
LIDL	Oberschleißheim	
Drogerie	Müller	Unterschleißheim
		Dachau
Gesundheit	Guten-Tag-Apotheke	Oberschleißheim
Tiernahrung, -zubehör	Fressnapf	Unterschleißheim
		Dachau
Bekleidung	Takko	Oberschleißheim
Schuhe	Siemes Schuh-Center	Dachau
Möbel / Hausrat	Dänisches Bettenlager	Unterschleißheim
	Segmüller	Vaterstetten-Parsdorf
	Wenko Küchen	Eching
	Möbel Fischer	Karlsfeld
Elektromarkt	Expert-Techno	Dachau
Baumarkt	Hagebaumarkt	Dachau
		München Nord Lerchenauer Str.
	Eching	
	V-Baumarkt	München Nord, Euro-Industriepark

Quelle: Lohhofer & Landkreisanzeiger, Münchener Nord-Rundschau

Die auf München entfallenden hohen Kaufkraftabflüsse für Schreibwaren (ein Viertel der Nennungen) sowie für "Shopping Goods der Nahversorgung" (ein Drittel der Nennungen) waren außer auf die Münchener City (v.a. die großen Kaufhäuser sowie Kaut Bullinger) noch auf das Olympia-Einkaufszentrum (OEZ) im Stadtteil Moosach gerichtet (Tab. 1).

Neue Einzelhandelseinrichtungen werden zunehmend in "Centern" unterschiedlicher Größenordnungen und Bedarfsstufen errichtet. Im Münchener Norden reicht das Spektrum dabei vom 2008 an der Schleißheimer Straße in der Nordhaide errichteten Shopping Center "Mira" bis zum 2015 am S-Bahnhof Moosach neu eröffneten Nahversorgungs-Zentrum "Meile Moosach".

Das in einer knappen Viertelstunde Fahrtzeit von Oberschleißheim aus erreichbare Shopping Center "Mira" wurde als Einkaufszentrum mit Ankermietern nicht nur der Nahversorgung, sondern auch und insbesondere mit Betrieben der Textil- und der Elektrobranche auf insgesamt 28.000 qm Geschossfläche (ca. 24.000 qm Ladenfläche) konzipiert. Jedoch haben sich im Schatten des nahe gelegenen

OEZ und am Standort abseits regional bedeutsamer Verkehrsachsen die Umsatzerwartungen einer Reihe von Betrieben nicht erfüllt. Zehn Jahre nach der Eröffnung wurde daher eine Reihe von Mietverträgen nicht mehr verlängert. 12 der ca. 60 Ladeneinheiten stehen derzeit (Herbst 2019) leer bzw. sind untergenutzt, z.B. als Lese-Lounge. Das Center-Management der neuen Eigentümer (seit 2017) plant eine Neupositionierung des Centers weg vom regionalen, auch auf das Umland ausgerichtete Shopping Center hin zum Stadtteil-Zentrum in Kombination mit Einrichtungen auch der öffentlichen Hand. Für die Oberschleißheimer Bevölkerung bleibt das Münchener OEZ das nächstgelegene regionale Shopping-Center.

Ein Viertel der Oberschleißheimer Erwerbstätigen nutzt die S-Bahn zur Erledigung ihrer Einkäufe, überwiegend auf dem (abendlichen) Arbeitsweg (HEINRITZ / POPIEN 2007, S. 36). Für die ÖPNV-Pendler nach München bestehen an der S-Bahn-Linie S1 zwei Umsteigemöglichkeiten zum Münchener U-Bahn-Netz, einmal am Bahnhof Feldmoching, an welchem ein Vollsortimenter und ein Discounter lokalisiert sind, zum anderen am Bahnhof im Stadtteilzentrum Moosach. Beide Bahnhöfe halten auch kostengünstige Park- und Ride-Parkplätze vor. Am Moosacher Bahnhof wurde das bestehende Einzelhandelsangebot 2015 um ein neues Nahversorgungs-Center, die "Meile Moosach" erweitert. Neben dem Hauptmieter aus der Lebensmittelbranche, einem großflächigen Kaufland-Markt, wurden dort weitere 14 Geschäfte bzw. Dienstleister sowohl des täglichen als auch des mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe, Buchgeschäft) eingerichtet.

In Unterschleißheim wurde 2011 das "UeZ - Unterschleißheimer Einkaufszentrum" (ca. 7.000 qm "Handelsfläche" nach ilg-fonds.de) errichtet. Ein Vergleich dieser Handelsagglomeration mit den baulichen und funktionalen Strukturen des IAZ zeigt einen deutlichen Wandel seit den 1980er und 1990er Jahren auf:

Das IAZ wurde in städtebaulich integrierter Lage am S-Bahnhof inmitten neuer Wohnbauten errichtet. Es weist zwei Stockwerke auf, deren großflächige Ankermieter durch eine Vielzahl kleinflächiger, architektonisch relativ verwinkelt gestalteter Ladeneinheiten - z.Tl. entlang von Arkaden-Durchgängen - ergänzt werden. Die Parkplätze für den Kunden sind zu großen Teilen in einer Tiefgarage untergebracht.

Die eigentumsrechtliche Konstruktion des IAZ als Einkaufszentrum incl. Eigentumswohnungen führte dazu, dass sich die Vielzahl der Eigentümer nicht auf dringend notwendige Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung des in die Jahre gekommenen Centers einigen konnten. 2018 machte der Hauptmieter EDEKA die schon für 2016 geplante Schließung seines Supermarktes in dem von hohem Leerstand und erheblichem Investitions- und Sanierungsstau gekennzeichneten Center wahr. Nachdem während eines langjährigen Übergangsprozesses sämtliche Eigentums-Einheiten von einem einzelnen Eigentümer / Investor gekauft werden konnten, wurde ab 2018 eine völlige Neukonzeption des weitestgehend leerstehenden IAZ geplant. 2019 konnte die Gemeinde den IAZ-Eigentümer dazu bewegen, die Räume des ehemaligen EDEKA-Marktes bis zum vorgesehenen Abriss (ca. zwei Jahre) mietfrei der gemeinnützigen Fa. BONUS Märkte Berufliche Orientierung, Nachbarschaftsmärkte und Service gGmbH zu überlassen, um dort einen von der Stadt bezuschussten Lebensmittelmarkt einzurichten.

Das UeZ weist im Gegensatz zum IAZ eine auf die Erdgeschoßfläche beschränkte, lineare Reihung großzügig geschnittener Fachmärkte der Branchen Lebensmittel, Drogerie, Bekleidung (3x), Schuhe, Posten-Partien, Tierbedarf sowie einen Optiker und Gastronomie auf, vor denen (mit 282 Parkplätzen) großzügige oberirdische Stellplatzmöglichkeiten angelegt sind. Sein Standort unmittelbar nördlich des

Gewerbegebietes zielt nicht ausschließlich auf die Einwohnerschaft in einer gewissen Entfernung, sondern auch auf die PkW-Pendler auf ihrem Nachhauseweg vom Arbeitsplatz.

Mit der Installierung bundesweit bekannter Handelsketten aus der Textil- und Schuhbranche in solchen suburbanen Fachmarktzentren ist die Erwartung verbunden, die im wesentlichen nach München fließende Kaufkraft im mittelfristigen Bedarfsbereich wieder "zurückzuholen". Hauptziele der suburbanen Bevölkerung für den Einkauf von Textilien, Schuhen, Sportwaren und anderen "Shopping"-Produkten sind die Münchener Innenstadt sowie die regionalen Shopping-Center der Landeshauptstadt. Angesichts der dort gebotenen Vielfalt vermögen suburbane Angebote nur Teilbereiche im Textil- bzw. Bekleidungsmarkt zu belegen. Eine 100-prozentige Bindung der suburbanen "Shopping"-Kaufkraft in den Siedlungsschwerpunkten ist angesichts der überragenden Zentralität der Landeshauptstadt weder realistisch noch raumordnungspolitisch darstellbar.

Am südlichen Ortsrand Unterschleißheims entsteht derzeit ein Büropark ("Koryfeum") für bis zu 1.600 Beschäftigte incl. Hotel, Boardinghaus und "ergänzenden" Einzelhandelsflächen. Dort ist die Errichtung eines ca. 1.800 qm großen REWE-Supermarktes mit 116 ebenerdigen Parkplätzen geplant (Eröffnung voraussichtlich 2021). Solche Lebensmittelmärkte dienen nicht ausschließlich der Versorgung der Büro-Beschäftigten in ihrer Nachbarschaft, sie richten sich auch auf die Wohnbevölkerung im Umfeld bzw. die Kaufkraft der am Standort vorbeifahrenden PkW-Pendler. Die 2007 in Oberschleißheim durchgeführten Befragungen zeigten auf, dass 42 % der Erwerbstätigen ihre Einkäufe (auch) mit dem PkW auf dem Weg zur bzw. von der Arbeit erledigen. Nach Angaben von Expansions-Experten der Lebensmittelbranche werden dabei die Märkte am Ende des abendlichen Nachhauseweges, d.h. die vertrauten Märkte im Wohnumfeld gegenüber denjenigen am Arbeitsplatz präferiert - v.a. auch in den Sommermonaten, in denen möglichst kurze PkW-Strecken für gekühlte Lebensmittel besonders wichtig sind. Der zukünftige Markt im Koryfeum wird mit seiner Distanz von lediglich 600m zum nördlichen Ortsrand Oberschleißheim (Mittenheim) bzw. 1,6 km (3 min Fahrtzeit) zum Oberschleißheimer HIT-Markt für letzteren eine nicht unerhebliche Konkurrenz darstellen.

Für die von München über die Feldmochinger Straße heimkehrenden Arbeitspendler ergibt sich in naher Zukunft eine weitere Gelegenheit, auf dem Nachhauseweg einen Supermarkt anzusteuern. Unmittelbar am Ortsausgang des stark wachsenden Münchener Stadtteils Feldmoching (vgl. dazu die Einwohnerzahlen des Stadtbezirks 24 Feldmoching - Hasenberg: 2010: 56.655; 2017: 61.530; Prognose 2030: 81.143, nach LHM 2019) entsteht derzeit ein weiterer Supermarkt der Fa. REWE.

4 Fachgutachten 2007, 2012 und 2014/2015: Handlungsfelder und planungspolitische Schlussfolgerungen

In der Haushaltsbefragung 2007 stimmten zwar 81 % der Befragten dem Statement "Ich bekomme in Oberschleißheim alles, was ich für das tägliche Leben brauche" zu, gleichzeitig aber monierten 63 %, dass die Einkaufsmöglichkeiten zu sehr über den Ort verteilt sind und 60 % konstatierten zu begrenzte Auswahlmöglichkeiten am Standort Oberschleißheim.

Bei der Frage nach "Meinem Nachbarschaftszentrum" (Mehrfachnennungen möglich) entfielen auf den Bereich Bahnhof / HIT / Ärztehaus die meisten Nennungen (36 %). An zweiter und dritter Stelle standen mit je ca. 16 % der Nennungen das Ladenzentrum Stutenanger, zum anderen das Gewerbegebiet Sonnenstraße.

Das Stutenanger-Zentrum hatte damals bei den Bewohnern der benacharten Hochhaussiedlung mit 35 % der Nennungen eine größere Bedeutung als der Bereich Bahnhof / HIT. Auch für die Bewohner des Bereiches Prof.-Hupp-Str., Am Glasanger, Am Margarethenanger, Feierabendstraße spielte es - nach dem HIT - eine bedeutende Rolle (27 % der Nennungen).

Die Haushalte wurden 2007 noch danach gefragt, welche Geschäfte oder Einrichtungen sie in Oberschleißheim vermissen und welche Dinge sie am Einzelhandelsstandort Oberschleißheim darüber hinaus noch stören. Die Bürger vermissten v.a. eine Reihe von Angeboten des mittelfristigen Bedarfs wie Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren und Baumarkt, auch wenn ihnen z.Tl. durchaus bewusst war, dass sich solche Angebote am Standort Oberschleißheim nur schwer realisieren lassen.

Die damals gewünschten Ansiedlungen eines Drogeriemarktes und eines attraktiveren als des bestehenden Blumengeschäftes im HIT sowie die Wiederbelebung des Bahnhofskiosks konnten realisiert werden.

Als über die Defizite im Branchenmix hinausgehende, besonders störende Dinge nannten die Bürger in erster Linie die Aufsplitterung des Einzelhandels in mehrere kleine Zentren und die damit verbundenen weiten Entfernungen sowie das Fehlen einer "Ortsmitte". Typische Nennungen waren dabei u.a. *"zer-rissener Ort ohne Zentrum"*, sowie *"Außer dem Hit-Einkaufszentrum kaum Möglichkeit, mehrere Einkäufe auf einem Weg zu erledigen"*.

Neben dem Einzelhandel wurde von den Bürgern v.a. die Ansiedlung gastronomischer Einrichtungen (Café, Bistro, Eisdielen, einladende Kneipe, ...) gefordert.

In unserem Entwicklungsgutachten aus 2007 haben wir zu einem Maßnahmenbündel mit fünf Handlungsfeldern geraten:

- Reduktion der Trennwirkungen zwischen West und Ost
- Verkehrsberuhigung Bahnhofsbereich / HIT-Verbrauchermarkt
- Gestaltungsoffensive Öffentlicher Raum
- Überplanung folgender vier zentraler Grundstücke zu einer attraktiven Gesamtanlage "Ortsmitte": Katholische Kirche, Bürgerplatz, Gelände Stutenanger, Hochhaus Stutenanger, incl. einer verbindenden Neugestaltung des Ladenzentrums Stutenanger und des Bürgerplatzes (vgl. Kap. 1),
- Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungsplänen von Einzelhandelsbetrieben in der Peripherie

Ein Teil der gutachterlichen Empfehlungen konnte seitdem umgesetzt werden. Von dem dazu bis 2016 entworfenen städtebaulichen Konzept hat sich die Fa. REWE jedoch zurückgezogen, aktuelle Pläne sehen nun die Installierung eines Lebensmitteldiscounters statt eines großflächigen Vollsortimenters vor (vgl. Kap. 6).

Im Rahmen des städtebaulichen Förderprogramms "Soziale Stadt" wurde 2010 für das Zentrum Stutenanger, die umliegenden Wohngrundstücke und die angrenzenden öffentlichen Einrichtungen eine Sanierungssatzung "Parksiedlung" mit einem integrierten Handlungskonzept erlassen. Gleichzeitig wurde am Stutenanger 6 ein Quartiersbüro "WIR" als Sitz des Quartiersmanagements und als zentrale Anlaufstelle für Bürger und lokale Akteure eingerichtet. Mit geeigneten Aktivitäten wirkte das Quartiersmanagement bis zum seinem Auslaufen im Herbst 2019 den im Gutachten 2007 festgestellten "Trading-Down"-Prozessen sowie "Broken-Windows"-Effekten entgegen. Infolge einer intensivierten Jugendarbeit ist auch die früher monierte Präsenz problematischer Gruppen im öffentlichen Raum heute nicht mehr zu verzeichnen.

Um das Projekt "Neubau Ladenzentrum mit Erweiterung des Lebensmittelmarktes" und die damit verbundenen Chancen zur Entwicklung einer attraktiven Ortsmitte nicht durch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Streulagen bzw. am Ortsrand zu gefährden, empfahlen wir 2007, zunächst jegliche Anliegen zur Errichtung weiterer Einzelhandelsnutzungen außerhalb des zentralen Bereiches Bürgerzentrum / Stutenananger abzulehnen.

Erst nach einer erfolgreichen Sanierung des Nahversorgungszentrums Stutenanger sollte möglichen zukünftigen Anliegen zur Arrondierung bestehender Standorte, v.a. des Standortes HIT entsprochen werden. Zusätzliche Verkaufsflächen im Grundbedarf (Lebensmittel) aber sind dort auch in Zukunft abzulehnen.

In einer - aus Anlass einer Normenkontrollklage gegen den B-Plan Nr. 2a "Gewerbegebiet östlich der ST 2342" gefertigten - fachgutachterlichen Stellungnahme 2012 konnten wir festhalten, dass sämtliche seit Abgabe des Gutachtens 2007 durchgeführten Verfahren der Bauleitplanung von Gewerbegebieten das Ziel der Sicherung der Ortsmittenplanung durch die Nicht-Zulassung von zentrenrelevanten Einzelhandelseinrichtungen bzw. durch den generellen Einzelhandelsausschluss außerhalb der Ortsmitte verfolgt haben.

Im Gewerbegebiet "Bruckmannring" wurde jeglicher Einzelhandel ausgeschlossen (B-Plan 60a/b).

Auf den peripher gelegenen Grundstücken entlang der St 2342 südlich der Schönleutnerstr. bestand "planerischer Handlungsbedarf, um Entwicklungen zu verhindern, die dem gemeindlichen Ziel einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung in der Ortsmitte entgegenlaufen" (B-Plan 69, Begründung). Auf Basis unseres Gutachtens aus 2007 wurde die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben "nicht gänzlich ausgeschlossen, aber restriktiv geregelt (...). Um dies zu erreichen, macht die Gemeinde auf Grundlage des §1 Abs. 9 BauNVO von der Möglichkeit Gebrauch, Einzelhandelsbetriebe (...) nur ausnahmsweise zuzulassen und zwar nur dann, wenn das Kernsortiment nicht aus Lebensmitteln (oder aus) (zentrenrelevanten Sortimenten) besteht." (Begründung zum B-Plan Nr. 69 Gewerbegebiet südlich der Schönleutnerstraße).

Auch im an der B13 im äußersten Osten der Gemeinde liegenden Gewerbegebiet Kreuzstraße (B-Plan 68) wurden zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe ausgeschlossen.

Um auch der Gefahr zu begegnen, dass beim Auszug von Produktions- bzw. anderen Gewerbebetrieben aus dem Geltungsbereich des 1964 erstellten B-Plans "Gewerbegebiet östlich der St 2342" dort zentrenrelevante, die Bemühungen der Ortszentrenplanung konterkarierende Einzelhandelseinrichtungen entstehen, wurde dieser B-Plan neu gefasst (Nr. 2a). Auf der Teilfläche des Verbrauchermarktzentrums HIT ("Teilfläche E") bleibt Einzelhandel zulässig. Auf allen weiteren nach Norden anschließenden Flächen wurden jegliche Einzelhandelsbetriebe ausgeschlossen, mit Ausnahme der 2006 schon von nicht zentrenrelevanten Betrieben (Handwerker Großhandel, Bauelemente, Parkett und Boden) belegten "Teilfläche A". Im Sinne des Bestandsschutzes wurden dort nicht zentrenrelevante Betriebe für zulässig erklärt.

In den textlichen Festsetzungen der Bebauungspläne wurden die auszuschließenden zentrenrelevanten Sortimente in Form einer Aufzählung entsprechender Warengruppen definiert. Bei der Ansiedlung nicht zentrenrelevanter Betriebe dürfen sie als Randsortiment zusammen max. 5 % der Verkaufsfläche einnehmen.

Mit dem nach Zentrenrelevanz differenzierten Ausschluss von Einzelhandelseinrichtungen hat die Gemeinde den 2003 bei der Bebauungsplanung des Gewerbegebietes Sonnenstraße eingeschlagenen Weg einer schrankenlosen Zulassung von Einzelhandelsbetrieben an solchen desintegrierten Standorten verlassen.

In unserer Stellungnahme aus 2012 empfahlen wir, die restriktive Politik beizubehalten. Nachdem im Gewerbegebiet V Sonnenstraße aufgrund des Satzungsbeschlusses aus 2003 jeglicher Einzelhandel, und in der Teilfläche A des B-Plans 2a sowie im gesamten Geltungsbereich des B-Plans Nr. 69 nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel zulässig ist, rieten wir von einer Genehmigung zusätzlicher Fachmärkte jeglicher - also auch nicht zentrenrelevanter - Branchen an weiteren peripheren Standorten ab. Damit sollte der Initiierung eines möglichen zukünftigen Ansiedlungsdrucks an neuen Standorten mit später auch zentrenrelevanten Branchen entgegen gewirkt werden.

In dem gegen den B-Plan 2a von der Grundstückseignerin des dem HIT benachbarten Grundstücks angestregten Normenkontrollverfahren beim Bayerischen Verwaltungsgerichtshof wurde das auf unserem Gutachten 2007 bezogene Vorgehen der Gemeinde insoweit nicht beanstandet, als dass der Senatsvorsitzende in der mündlichen Verhandlung darauf hinwies, "dass der Senat (...) bei (...) der Begründetheit des Normenkontrollantrags Probleme sehe" (BAYERISCHER VERWALTUNGSGERICHTSHOF 2012, S. 4). Die Grundstückseignerin zog daraufhin ihren Antrag auf Unwirksamkeit des B-Plans zurück.

Zur Frage der Errichtung eines Getränkemarktes im Gewerbegebiet Sonnenstraße formulierten wir in unserem Fachgutachten 2014/2015, dass einer solchen Bauanfrage entsprochen werden kann. Die Ansiedlung dieses für einen integrierten Standort weniger geeigneten, nicht zentrenrelevanten Betriebsformates stellt keine wesentliche Gefährdung des Projektes "Erweiterung des Lebensmittelmarktes am Stutenanger" dar. Die Errichtung eines v.a. auf den PkW-Kunden zielenden Getränkeabholmarktes in unmittelbarer Nachbarschaft der bestehenden, Bestandsschutz genießenden, Lebensmitteldiscounter ist der Ausweisung eines neuen, solitären Standortes im Gemeindegebiet vorzuziehen. So entsteht für den PkW-Kunden eine bessere Möglichkeit, seine Einkäufe auf einer Fahrt zu koppeln, die mit dem PkW zurück gelegten Einkaufswege fallen insgesamt kürzer aus.

Angesichts der sich seit unserem letzten Gutachten intensivierenden Debatte um den Klimaschutz soll hier darauf verwiesen werden, dass die mit der Kopplung von Einkäufen an einem Verbundstandort

eingesparten PkW-Fahrten und damit reduzierten CO₂-Mengen auch aus ökologischen Aspekten der Nachhaltigkeit positiv zu bewerten sind.

Zur planungsrechtlichen Absicherung der zukünftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung wurde auf Basis der bisher in der B-Planung verwendeten Sortimentslisten 2014/2015 eine "Oberschleißheimer Sortimentsliste" erarbeitet, welche neben den Belangen einer ortsangepassten Einzelhandelsstruktur allgemeine Zuordnungskriterien zentren- bzw. nicht zentrenrelevanter Sortimente berücksichtigt (vgl. POPIEN 2014/2015. S.21f).

In der Fachliteratur als nicht zentrenrelevant angesehen werden v.a. Sortimente, die auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines PkW-Transportes überwiegend in Gewerbegebieten angeboten werden und deren marktgängige Betriebsformate einen hohen Flächenbedarf mit einer damit einhergehenden geringen Flächenproduktivität aufweisen, u.a. Elektro-, Bau- und Möbelmärkte, darüberhinaus auch Fachmärkte der Branchen Zoo/Tierbedarf, Sport/Camping, Baby- und Kinderartikel. Die vorgeschlagene Oberschleißheimer Liste verwendet nun nicht eine Auflistung dieser nicht zentrenrelevanten, in manchen Gewerbegebieten noch zulässigen Sortimente, sondern vielmehr eine "Negativ-Liste" solcher zentrenrelevanten Sortimente, die zum Schutz der Ortsmittenentwicklung in Gewerbegebieten explizit ausgeschlossen werden, u.a. Lebensmittel, Gesundheitsartikel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren, Geschenkartikel, Wohnaccessoires etc. (Vgl. POPIEN 2014/2015 S. 21f).

Die 2007 allgemein gehaltene Empfehlung zur zukünftigen Arrondierung des HIT-Standortes wurde 2015 wie folgt präzisiert: Unter der Voraussetzung einer nachhaltig erfolgreichen Konsolidierung des Stutenanger-Zentrums bietet sich das unmittelbar nördlich an den Parkplatz des Verbrauchermarktes HIT angrenzende Gewerbe-Grundstück (Mittenheimer Str. 56) zur zukünftigen Arrondierung des zentrenrelevanten Angebotes mit Betrieben verschiedener Branchen (Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren mit Geschenk- bzw. Dekorationsartikeln, Tagesgastronomie) an. Bei einer entsprechenden Änderung des B-Plans (2a, Teilfläche D) kann die Oberschleißheimer Liste zentrenrelevanter Branchen eine dann noch im Detail anzupassende Basis sein. Lebensmittelbetriebe über 100 qm sind dabei jedoch auszuschließen.

5 Einzelhandels- und Zentrenstrukturen Oberschleißheim: Veränderungen seit 2006 bzw. 2014

5.1 Einzelhandel, Verkaufsflächen

Von 2006 bis 2014 ist die Zahl der Einzelhandelsbetriebe in Oberschleißheim erheblich von 51 auf nurmehr 36, bis 2019 noch etwas weiter auf 32 zurückgegangen (Tab. 3). 21 Betriebsaufgaben und zwei - statistisch durch den Wechsel der Kategorie von Einzelhandel incl. Gastronomie zur Kategorie Gastronomie bedingten - Ausfällen seit 2006 standen 4 Neuansiedlungen (Service-Store am Bahnhof, neuer Hofladen Mittenheim, Bäckerei und Sanitätshaus im Ladenzentrum Fohlgarten) im selben Zeitraum gegenüber. Die Betriebsaufgaben betrafen v.a. kleinere Einzelhandelsflächen in Alt-Oberschleißheim sowie in Streu- und Nebenlagen (Tab. 8). Die Gesamtverkaufsfläche des Oberschleißheimer Einzelhandels ist seit 2006 um 14,4 % zurückgegangen. Die Rückgänge betrafen v.a. Sortimente der Nahversorgung bzw. mit Zentrenrelevanz. Bei den in Oberschleißheim angebotenen "nicht zentrenrelevanten Sortimenten" (Bau/Garten/Bodenbeläge) gab es keine Veränderungen.

Die schon 2006 als "vergleichsweise niedrig" charakterisierte Flächenausstattung entspricht nach wie vor einer auf die Nahversorgung konzentrierten Handelsstruktur des Siedlungsschwerpunktes Oberschleißheim im o.g. Spannungsfeld München - Dachau - Unterschleißheim. Durch die beschränkte Bevölkerungszahl am Ort ist eine Tragfähigkeit für Anbieter von mittel- bis langfristigen Gütern kaum bzw. nicht gegeben und die Ausstattung muss sich - ganz im Gegensatz zu den größeren Siedlungsschwerpunkten und den Mittelzentren - auf den Grundbedarf, ergänzt durch einzelne Anbieter des mittelfristigen Bedarfs beschränken. Der Anteil der Verkaufsflächen für Lebensmittel und weitere Branchen der Nahversorgung beträgt 69 % (2006: 71 %).

Als fehlende Branchen und Einrichtungen vor Ort nannten die 2014/15 befragten Unternehmer und Akteure der Gemeindeverwaltung die Branchen Bekleidung (nicht aber "Ramsch"), Schuhe, Haushaltswaren, Geschenkartikel, weitere Bäckerei / Metzgerei mit Mittagstisch bzw. Treffpunktfunktion, Friseur sowie eine Eisdiele.

Tabelle 3: Einzelhandelsbesatz Oberschleißheim: Veränderungen von 2006 bis 2014 und 2019 nach Branchen (Zentrenrelevanz)

	Anzahl			Verkaufsfläche			
	2006	2014	2019	2006	2014	2019	Veränderung 2006-19 in %
Lebensmittel	22	15	13	5.879	5.330	5.289	-10,0
weitere Nahversorgung	11	8	7	1.803	1.170	1.150	-36,2
weitere zentrenrelevant	14	9	8	1.740	1.759	1.419	-18,4
nicht zentrenrelevant	4	4	4	1.428	1.428	1.428	0,0
Summe	51	36	32	10.850	9.687	9.286	-14,4

Bei der im Rahmen des hier vorgelegten Gutachtens an die Akteure gestellte Frage nach den Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Oberschleißheim nannten die Akteure als Stärken einmal die gesicherte Grundversorgung und zum anderen das über den Gewerbeverband gestaltete Netzwerk der wenigen (noch) vorhandenen kleineren Betriebe, welche persönliche Beratung und besonderen

Kundenservice bieten. Allerdings ist als besondere Schwäche ein zunehmender Verlust dieser kleinen Fachgeschäfte zu beklagen, dem auch planungsrechtlich letztlich nichts entgegenzusetzen ist. Als weitere Schwächen werden die Zersplitterung des Einzelhandelsangebotes auf eine Reihe von über den Ort verteilten Standorten und Defizite in den Branchen Schuhe und Bekleidung beklagt.

Lebensmittelbranche

Der Besitz an Supermärkten und Discountern der Lebensmittelbranche hat sich in Oberschleißheim seit 2006 nicht verändert. Größter Lebensmittelmarkt ist der unmittelbar am Bahnhof gelegene, stark frequentierte Super- bzw. Verbrauchermarkt HIT.

Neben dem HIT sind v.a. die beiden Discounter ALDI und LIDL im Gewerbegebiet Sonnenstraße (B-Plan Nr. 29) Ziele der Großeinkäufe (vgl. Tab. 4). Dies entspricht dem nicht nur in Oberschleißheim empirisch festzustellenden Einkaufsverhalten der Konsumenten, welche mehrheitlich nicht nur in einem, sondern in 2 - 3 Lebensmittelmärkten einkaufen. Dabei wird die Kombination Discounter / Super- bzw. Verbrauchermarkt bevorzugt.

Tabelle 4: Geschäfte Großeinkauf Lebensmittel (2007)
Angaben in Prozent der Befragten, Mehrfachnennungen möglich

HIT, O-Schleißheim	59
ALDI, O-Schleißheim	53
LIDL, O-Schleißheim	40
REWE, O-Schleißheim	14
U-Schleißheim, KAUFLAND	15
Dachau, TOOM	16
<i>Anzahl Befragte</i>	<i>488</i>

weitere Betriebe mit <6 % nicht ausgewiesen

Quelle: Haushaltsbefragung 2007

Der im Nahversorgungszentrum "Stutenanger" (Parksiedlung im Westen der Gemeinde) ansässige REWE-Supermarkt wurde 2007 von lediglich 17 % der Haushalte westlich des Bahngleises und nur von 10 % östlich des Bahngleises (Alt-Oberschleißheim) als Einkaufsziel genannt. Mit dem fortschreitenden Investitionsstau im abrisssreifen Ladenzentrum Stutenanger und dem Ausfall bzw. Wegzug dreier ihm ehemals unmittelbar benachbarter Einzelhandelsbetriebe werden sich diese Werte bis heute weiter verringert haben.

Die Betriebsaufgaben in der Lebensmittelbranche betrafen kleine inhabergeführte Betriebe (Confiserie, Metzgerei, Bäckereien, Blumenladen mit Obst/Gemüsesortiment) ebenso wie Filialisten (Getränkemarkt in zu kleiner Fläche und abseits der Hauptverkehrsströme innerhalb eines Wohngebietes, Aufgabe einer "Skandal"-Bäckerei, Aufgabe attraktiver Bäckerei im Gewerbegebiet zugunsten Pfandstation Discounter, Auszug Bäckerei-Filiale aus dem maroden Ladenzentrum Stutenanger).

Mit der Betriebsaufgabe von Bäckerei-Verkaufsstellen im Ladenzentrum Stutenanger (Parksiedlung), im Nebenzentrum "Raiffeisenmarkt / St. Margarethenstr." (Ertlsiedlung) und im Ortsteil Lustheim ent-

standen dort empfindliche Lücken in der Nahversorgung. An den beiden letztgenannten Standorten ist nicht mehr mit der Schließung dieser Lücken zu rechnen. Neue Bäckereifilialen bekannter und attraktiver Unternehmen entstehen so gut wie nicht mehr als "Stand-Alone"-Standorte, sondern an schon hochfrequentierten Standorten wie den Vorzonen von Super- und Verbrauchermärkten. Darüberhinaus benötigen sie für ihre fortschreitende Diversifizierung zu Café-Betrieben mit umfangreichen Sitzgelegenheiten erheblich größere Flächen als sie die ehemaligen Ladenlokale mit Platz für höchstens ein paar Stehtische bieten könnten.

Mit dem Wegfall einer Metzgerei und einer Reihe von Bäckerei-Filialen incl. ihres gastronomischen Angebotes (Mittagstisch, Café mit Sitzgelegenheiten, Imbiss) entfielen entsprechende Gelegenheiten für die in den letzten Jahren zunehmende Tagesbevölkerung des Kernorts Oberschleißheim, i.e. den Schülern der Berufsfachschule für veterinärmed.-techn. Assistenten und den insgesamt 6.607 (2017) Beschäftigten am Ort, u.a. in den Betrieben an der Mittenheimer Str. nördlich des Verbrauchermarktes HIT und im Standortumfeld des Gewerbegebietes Sonnenstraße.

Weitere Nahversorgung

Die Insolvenz der Drogerie-Kette Schlecker 2012 betraf zwei Immobilien in städtebaulich integrierten Streulagen. Sie wurden - ebenso wie eine kleinflächige leerstehende ehemalige Supermarktimmoblie in der Ertlsiedlung und ein früherer Getränkemarkt - zugunsten neuer Wohnnutzungen abgerissen. Eine Interims-Nutzung einer der beiden Schlecker-Immobilien für eine Reihe von Dienstleistern hatte keinen Bestand.

Der von einem Gartenbaubetrieb an einem völlig abseits gelegenen Standort aufgenommene Verkauf von Geschenk- und Dekorationsartikeln wurde aufgegeben.

Von den 2006 noch vorhandenen 3 Apotheken (Nahversorgungszentrum Stutenanger, Bahnhofsbereich, Alt-Oberschleißheim) hat letztere inzwischen geschlossen.

Grundbedarf

Auch nach diesen Betriebsschließungen ist - mit Ausnahme des relativ kleinflächigen und nicht mehr gepflegten Supermarktes am Stutenanger - die Ausstattung des Oberschleißheimer Einzelhandelsangebotes im Grundbedarf (Anzahl, Betriebsformate, Branchen) zum Zeitpunkt der Erhebungen 2014 sowie im Herbst 2019 insgesamt noch als angemessen zu bewerten. Ab Februar 2020, nach der angekündigten Schließung des Supermarktes im Stutenanger (vgl. Kap. 6) gilt dieser Befund nicht mehr.

In der Lebensmittelbranche (Food) und der Branche "Pharma/Kosmetik/Drogerie" ist mit den Betriebsformaten Verbrauchermarkt bzw. großer Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Bäckerei, Metzgerei, Feinkostgeschäft, Getränkeabholmarkt (Abteilung im HIT-Verbrauchermarkt), Tankstellenshop, Apotheke und Drogeriefachmarkt fast das gesamte Betriebstypenspektrum abgedeckt.

Angebote von Naturkost, Bio- und Reformprodukten werden zum einen in einem Hofladen angeboten, welcher zunächst nur provisorisch in einer Naturland-Gärtnerei des Katholischen Männerfürsorgevereins (KMFV, Landwerk-Werkstatt Mittenheim) eingerichtet war und 2016 dann mit guter Sichtbeziehung zur Mittenheimer Str. neu errichtet wurde. Zum anderen sind Bioprodukte im Sortiment des Verbrauchermarktes am Bahnhof und der Lebensmitteldiscounter integriert.

Zusätzlich zum stationären Einzelhandelsangebot bietet ein jeden Freitagnachmittag stattfindender Wochenmarkt mit sechs Anbietern Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel (Fleischwaren/Eier, Feinkost, Backwaren, Obst/Gemüse aus der Region, Molkereiprodukte, Honig) und Kosmetik.

Der damals noch beklagenswerte Zustand eines leerstehenden Kiosks ("Service-Store") am S-Bahnhof ist heute nach einer entsprechenden Betriebseröffnung überwunden. Dieser attraktiv gestaltete, auch sonntags geöffnete Betrieb bietet ein über das übliche Kiosk-Sortiment hinausgehendes Angebot von Backwaren, Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie zubereitete Speisen und Getränke.

Im Bereich "persönlicher Bedarf" decken drei Schreibwaren-/Zeitungs-/Tabakgeschäfte, ein Blumengeschäft und eine Gärtnerei einen großen Teil des Grundbedarfs im Non-Food-Bereich ab.

Mittelfristiger Bedarf

Nicht mehr am Standort Oberschleißheim halten konnten sich kleinflächige Einzelhandelsanbieter der Branchen Foto, Wohnaccessoires/Dekoration (2), Uhren/Schmuck, PC-Shop, Elektro sowie zuletzt Bücher.

Der mittelfristige Bedarfsbereich Oberschleißheims umfasst nun zwei Anbieter des Textilhandels (Bekleidung) und je einen Anbieter der zentrenrelevanten Branchen Optik, orthopädische Schuhe, Modellbahn/Telefon, ein neues Sanitätshaus sowie einen Posten/Partien-Markt.

Nachfolgenutzungen, Entwicklung Leerstände

Der vielfache Ausfall von Einzelhandelsgeschäften führte zu unterschiedlichen Nachfolgenutzungen. (Tab. 5). Insbesondere in Streulagen (in 4 Fällen), aber auch an der Mittenheimer Str. in Alt-Oberschleißheim (in 2 Fällen) wurden frühere Einzelhandelsimmobilien abgerissen und neue Wohnimmobilien errichtet. In sieben Ladenlokale sind Dienstleistungen eingezogen, zum einen solche mit nur geringen Kopplungsmöglichkeiten (z.B. Immobilienmakler, Versicherungsbüro, Fahrschule, Nachbarschaftshilfe, Handwerk/Beratung, Pizza-Heimservice), zum anderen solche mit mittleren (Kosmetik, Friseur, Arzt) bis hohen Kopplungsbeziehungen (Postagentur) zum Einzelhandel.

Tabelle 5: Nachfolgenutzungen ausgefallener bzw. umgezogener Einzelhandelsbetriebe

Wohnnutzung	6
Dienstleistungen, Handwerk	7
Betriebsräume*)	3
Leerstand	7

*) Lager, Pfandflaschenstation, Gärtnerei-Produktion

In drei Fällen wurden die frei werdenden Einzelhandelsflächen zu Betriebsräumen umgewandelt.

Insgesamt wurden in Oberschleißheim 2006 zehn Leerstände gezählt, bis heute hat sich diese Zahl auf sieben reduziert. Die Mehrzahl der Leerstände konzentrierte sich 2006 noch auf die Ladengruppen Fohlgarten (Parksiedlung) und Bennohof (Dachauer Str.). Im Bennohof konnten bis heute sämtliche Erdgeschossflächen wieder - an Dienstleister bzw. Gastronomie, nicht aber an neue Einzelhandelsbetriebe - vermietet werden. Auch im Zentrum Am Fohlgarten (vgl. Kap. 5.2) sind heute alle Ladenlokale vermietet.

Heute konzentrieren sich die Leerstände auf das marode Ladenzentrum Stutenanger (3) (vgl. Kap. 6), und auf Alt-Schleißheim (4). In Alt-Schleißheim plant die Mehrheit der Eigner ehemaliger Einzel-

handelsimmobilien dem Vernehmen nach die zukünftige Inwertsetzung ihrer Grundstücke nicht mehr durch gewerbliche Nutzungen, sondern ausschließlich für Wohnzwecke.

Ausstattung im Vergleich

Für ausgewählte Formate der Nahversorgung soll ein Vergleich des Oberschleißheimer Betriebsbesatzes mit bundesweiten Ausstattungskennziffern Aufschlüsse über mögliche Ansiedlungspotenziale am Standort Oberschleißheim geben (Tab. 6).

Tabelle 6: Ausstattung Oberschleißheims mit ausgewählten Betriebstypen im bundesweiten Vergleich

Betriebstyp	Anzahl Betriebe		
	bundesweiter Durchschnitt für ...		Oberschleißheim
	11.657 EW	13.050 EW *)	
große Supermärkte / SB-Warenhaus (>2.500 qm)	0,3	0,3	-
Supermarkt / Vollsortimenter 400 - 2.500 qm	1,5	1,7	2 **)
Lebensmitteldiscounter	2,2	2,5	2
Getränkeabholmarkt	1,4	1,6	1 ***)
Drogeriemarkt	0,7	0,7	1
Bäckerei Verkaufsstellen	6,5	7,2	6 ****)
Apotheken	2,7	3,1	2
Augenoptiker	1,6	1,8	1
Schuhgeschäft	1,8	2,1	-

Quelle: EHI 2019, Nielsen 2019, Eigene Berechnungen

*) Prognose für zusätzliche max. 1.400 EW im Ortsteil Mittenheim

***) Zeitpunkt Herbst 2019; ab Februar 2020: 1

****) Abteilung im Verbrauchermarkt HIT (eigener Eingang, gemeinsame Kasse)

*****) incl. Verkaufsstellen Backwaren in Kiosk bzw. Schreibwarengeschäft

Tabelle 7: Verkaufsflächen ausgewählter Branchen Oberschleißheims im bundesweiten Vergleich

Branche / Betriebstyp	Verkaufsfläche		
	bundesweiter Durchschnitt für ...		Oberschleißheim
	11.657 EW	13.050 EW *)	
Lebensmittelmärkte	4.732 qm	5.297 qm	4.798 qm **)
Bekleidungsfachgeschäfte (ohne Kaufhäuser)	1.662 qm	1.860 qm	765 qm

Quelle: EHI 2019

*) Prognose für zusätzliche max. 1.400 EW im Ortsteil Mittenheim

***) Zeitpunkt Herbst 2019; ab Februar 2020: 4.298 qm

Nach Ansiedlung der Märkte im Gewerbegebiet Sonnenstraße ist - gemessen in der Anzahl der Betriebe - das in Oberschleißheim gegebene Potenzial für die typischen Betriebsformate der Lebensmittel- und Drogeriebranche ausgeschöpft. In der Lebensmittelbranche liegt die Verkaufsfläche der Märkte heute - vor der Schließung des REWE-Supermarktes am Stutenanger ab Februar 2020 - leicht über dem Bundesdurchschnitt (Tab. 6). Dies wird sich nach der avisierten Umwandlung des heutigen Supermarktes zu einem rund 200 qm größeren Lebensmitteldiscounter wieder einstellen.

Bei einer Errichtung eines rund um ein ehemaliges Klostergelände im Ortsteil Mittenheim geplanten Neubaugebietes für bis zu 1.400 Einwohner wird das rechnerisch zu veranschlagende zusätzliche Potenzial von rund 570 qm Verkaufsfläche für Lebensmittelmärkte nicht ausreichen, um einen weiteren Supermarkt oder Discounter der heute üblichen Größenordnungen zu realisieren.

Als Alternative zu Märkten der großen Lebensmittelketten bieten sich in unterversorgten Ortsteilen prinzipiell zwei Modelle an, einmal das Modell genossenschaftlich betriebener Nachbarschaftsläden bzw. Bürgerläden, zum anderen die Ansiedlung einer von der öffentlichen Hand bezuschussten Laden- bzw. Markt-Filiale des gemeinnützigen Beschäftigungsunternehmens BONUS "Berufliche Orientierung, Nachbarschaftsläden und Service".

Das Modell eines von der Bürgerschaft getragenen Nachbarschaftsladen erweist sich auch bei hohem ehrenamtlichen Engagement nur dann als tragbar, wenn innerhalb seines weiteren Umfelds keine weitere Lebensmittelmärkte existieren. Diese Situation findet sich bei einer Vielzahl von Ortsteilen bzw. Dörfern im ländlichen Raum, in denen dann auch das Modell eines nachbarschaftlichen "Dorfladens" erfolgreich zur Anwendung kommen kann. Für das zukünftige suburbane Neubauviertel Mittenheim jedoch, mit seiner Lage zwischen dem heutigen, 750m entfernten Verbrauchermarkt HIT und dem zukünftigen Vollsortimenter im Unterschleißheimer Koryfeum in gerade mal 650m Entfernung, ist das Modell "Nachbarschaftsladen" nicht geeignet.

Das Unternehmensziel der Fa. BONUS, einer Tochter der gemeinnützigen Gesellschaft für Schulung und berufliche Reintegration (SBR gGmbH), ist in erster Linie die Qualifizierung von Jugendlichen und Langzeitarbeitslosen, diese erfolgt dann bewusst an Standorten mit fehlender Nahversorgung. In der Regel treten Gemeinden mit unterversorgten Stadt- bzw. Ortsteilen an die Fa. heran und bezuschussen den laufenden Betrieb zu erheblichen Anteilen. Eine Kooperation mit dem vorhandenen Hofladen der - ebenfalls sozial-gemeinnützig orientierten Landwerk-Gärtnerei des KMFV - wie sie der Standort Mittenheim bieten könnte, wäre nach Angaben der Fa. BONUS grundsätzlich "interessant". Um trotz Zuschüssen noch eine "Schwarze Null" zu erwirtschaften, darf ein Standort ein Mindestmaß an Bevölkerung im Umfeld nicht unterschreiten. Anhand einer jüngst in der Gemeinde Forstinning, Landkreis Ebersberg (3.827 EW am 31.12.2018) eröffneten Filiale beziffert die Vertriebsleitung der Fa. BONUS diese Mindestschwelle eines trotz Zuschüssen gerade noch wirtschaftlichen Betriebes auf 3.500 EW - und dies laut Satzung im fußläufigen Umfeld. Die Fa. BONUS versteht sich als fußläufig zu erreichbarer Nahversorger, gerade auch für die ältere Generation. Am Standort Mittenheim direkt nördlich der umfangreichen Oberschleißheimer Gewerbegebiete ist ein solches "Fußvolk" im Nahbereich jedoch nicht vorhanden. Auch wird die anfängliche Bewohnerschaft des Neubauviertels zum Großteil aus Pkw-mobilen jüngeren Erwerbstätigen bestehen. Das BONUS-Modell kommt somit als Nahversorgermodell für die geplante Mittenheimer Wohnsiedlung nicht in Frage.

Die Tierärztliche Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München, die heute in Oberschleißheim ihre Geflügel- und ihre Klautierklinik (Wiederkäuer- und Schweineklinik) und das Zentrum für

Lebensmittelhygiene und Tierernährung betreibt, projektiert ihren Komplett-Umzug in Gewerbeflächen westlich der Sonnenstraße, derzeit sind Neubauten für die Pferdeklinik sowie die Mikrobiologie in Bau. Die zukünftig ca. 800 Mitarbeiter sowie mehr als ca. 2.000 Studierenden werden - auch bei einem auf dem neuen Campus geplanten Café - ein wichtiges Potenzial für die Tagesgastronomie darstellen. Damit entstehen nicht nur im unmittelbaren Standortumfeld neue Chancen zur Ansiedlung entsprechender Nutzungen. Auch für den Lebensmitteleinzelhandel ergeben sich zusätzliche Potenziale, nicht aber in einer Größenordnung, welche für einen Neubau eines weiteren Lebensmittelmarktes angezeigt wäre.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich zeigen die Ausstattungskennziffern in den Branchen Schuhe und Bekleidung (vgl. Tab. 6 und 7) auch vor dem Hintergrund, dass eine 100-prozentige Bindung der suburbanen Oberschleißheimer Kaufkraft in diesen Shopping-Branchen strukturell nicht darstellbar ist, durchaus noch Ansiedlungspotenziale.

5.2 Zentren bzw. Agglomerationen: Einzelhandel und kopplungsrelevante Dienstleister

Die 2007 konstatierten größten Schwächen der Oberschleißheimer Einzelhandelsstruktur, die Aufsplittung des Angebotes auf mehrere, jeweils nur ausgewählte Nahversorger umfassende Einkaufsbereiche und v.a. die städtebaulich desintegrierte Lage des neuen Nahversorgungsschwerpunktes "Gewerbegebiet Sonnenstr." (vgl. Anlage: Kartierung) sind angesichts der Persistenz einmal getroffener (Fehl-)Entscheidungen der Bauleitplanung nicht mehr zu beheben.

Gewerbegebiet Sonnenstraße (B-Plan Nr. 29)

Die ca. 800 m von jeglicher Wohnbebauung entfernte Einzelhandelsagglomeration im Süden Oberschleißheims stellt das flächenmäßig größte Einzelhandelszentrum der Gemeinde dar. Mit den beiden Marktführern der Lebensmitteldiscounter, einem Drogeriefachmarkt, einem Posten-Partienmarkt sowie einem Bekleidungsfachmarkt auf insgesamt rund 3.300 qm Verkaufsfläche umfasst es etwas mehr als ein Drittel aller Einzelhandelsflächen der Gemeinde. Eine ehemals in der Vorzone eines der Discountmärkte ansässige Bäckereifiliale wurde zugunsten von Flächen zur Pfandflaschenrückgabe aufgelöst.

Tabelle 8: Einzelhandelsbesatz Oberschleißheim: Veränderungen von 2006 bis 2014 und 2019 nach Standortraum

	Anzahl			Verkaufsfläche			
	2006	2014	2019	2006	2014	2019	Veränderung 2006-19 in %
Ortskern Alt-Schleißheim	12	5	2	580	180	55	-90,5
Bahnhof	11	10	10	3.214	3.200	3.207	-0,2
Stutenanger	4	4	2	790	790	670	-15,2
Neben-, Streulagen	18	12	13	2.893	2.209	2.046	-29,3
Gewerbegebiet Sonnenstr.	6	5	5	3.373	3.308	3.308	-1,9
Summe	51	36	32	10.850	9.687	9.286	-14,4

Quelle: Eigene Erhebungen

Von den Oberschleißheimer Verkaufsflächen der Nahversorgung entfallen heute 38 % auf das peripher gelegene Gewerbegebiet Sonnenstraße.

Eine besondere Zentralität gewinnt das Gewerbegebiet Sonnenstr. durch die Ansiedlung des zentrenrelevanten, frequenzbringenden Formates "Drogeriefachmarkt", dessen Verkaufsfläche deutlich über den damaligen durchschnittlichen Filialflächen der insolvent gegangenen Drogeriekette Schlecker liegt.

Im Gegensatz zur Lebensmittelbranche mit ihren bundesweit 28.9051 Märkten ab 400 qm (2018) weist die Drogeriebranche mit 4.715 Märkten (2018, nach EHI 2019) einen je Betrieb sehr viel weiter aufgespannten Einzugsbereich und somit eine deutlich höhere zentrenbildende Funktion auf. Vor Installierung des attraktiven Drogeriemarktes dm im Gewerbegebiet Sonnenstraße lag die Oberschleißheimer Kaufkraftbindung in dieser Branche gerade einmal bei 57 % (HEINRITZ / POPIEN 2007) (Tab. 1). Ein großer Teil dieser v.a. nach Unterschleißheim und München gerichteten Kaufkraftabflüsse konnte mit der Ansiedlung des Drogeriefachmarktes wieder nach Oberschleißheim zurückgeholt werden. So positiv dies einzuschätzen ist, so kritisch ist sein peripherer Standort unter Aspekten der Nachhaltigkeit einer auch tatsächlich wohnortnahen "Nah"-versorgung zu bewerten.

Die Kombination der Formate Discounter, Drogeriemarkt und Non-Food-Märkte erleichtert dem Kunden den kombinierten Einkauf in diesen Märkten und macht den Standort somit attraktiver als allein-stehende Märkte ohne Kopplungspartner.

Weitere Gewerbegebiete

Das Einzelhandelsangebot in den weiteren Gewerbegebieten beschränkt sich im wesentlichen auf nicht zentrenrelevante Sortimente (Bauelemente, Bodenbeläge). Ein zwischenzeitlich in einer Gewerbeimmobilie an der nördlichen Mittenheimer Str. eingerichteter Verkauf von Bekleidung entsprach nicht dem im B-Plan (2a, Teilfläche A) festgesetzten Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente und ist wieder eingestellt worden. Zwei Märkte des Gewerbegebiets an der Mittenheimer Str. (B-Plan 2a östlich der ST 2342, Teilflächen A bzw. C) verkaufen Baumarktsortimente - allerdings nicht an private Haushalte, sondern ausschließlich an Gewerbekunden. Somit zählen sie nicht zum Einzelhandel und sind nicht von entsprechenden bauleitplanerischen Beschränkungen (Teilfläche C: jeglicher Ausschluss von Einzelhandel) betroffen.

HIT / Bahnhof

Die zweite bedeutende Konzentration von Einzelhandelsbetrieben stellt der Bereich "Bahnhof" mit dem Verbrauchermarkt HIT, dessen Vorzone sowie dem schräg gegenüberliegenden Geschäftshaus an der Feierabendstraße dar.

Der sich 2006 noch äußerst unattraktiv präsentierende Verbrauchermarkt HIT mit seiner in die Jahre gekommenen Vorzone von geringer Aufenthaltsqualität hat sich bis 2014/2015 zu einem Ladenzentrum mit zeitgemäß gestalteten Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen incl. Tagesgastronomie entwickelt. Die optische Gestaltung der Werbeanlagen wurde verbessert. Der Branchenmix ist bis auf den Auszug eines Uhren- Schmuck-Geschäftes bis heute im wesentlichen unverändert geblieben (Verbrauchermarkt mit Getränkeabholmarkt, Metzgerei mit Imbiss, Bäckerei mit Café, Lotto/Tabak/Schreibwaren/Geschenkartikel, Blumen, Textilien, Feinkost/Döner-Imbiss, Asia-Gastronomie, Reisebüro, Friseur und Reinigung). Die früher von dem Uhren-Schmuck-Geschäft belegten Flächen sind nun von einer in den Lotto/Tabak/Schreibwaren-Laden integrierten Postagentur belegt, welche zu einer weiteren Frequenzsteigerung in diesem Zentrum beiträgt. Durch zwei Betreiberwechsel in den Branchen Blumen und Textilien hat sich die Angebotsqualität in diesen Bereichen deutlich verbessert.

Ebenfalls verbessert wurde das Angebot des Bäckerei-Cafés im HIT durch den Umzug eines attraktiven, zuvor im Geschäftshaus gegenüber ansässigen, dort auf nur beengten Flächen operierenden Betriebes in die Flächen, die mit dem Weggang der früheren Müller-Filiale frei wurden. Hier und in den weiteren gastronomischen Betrieben der Vorzone wurde das Interieur neu und ansprechend gestaltet, so dass sich das HIT-Zentrum inzwischen auch zu einem Gastronomie- und Kommunikations-Treffpunkt entwickelt hat.

Der HIT-Verbrauchermarkt hat nur ausgewählte Teilflächen einer optischen Verbesserung unterzogen, an die heute zu beobachtende Gestaltqualität neu eröffneter Lebensmittelmärkte kann das Erscheinungsbild des Marktes nicht (mehr) heranreichen.

Ergänzt wird das Angebot im Bahnhofsbereich durch eine Apotheke und einen Optiker im gegenüber liegenden Geschäfte- und Ärztehaus an der Feierabendstr. sowie den inzwischen erfreulicherweise wieder belegten "Service-Store" direkt am Bahnhofsausgang.

Nahversorgungszentrum Stutenanger

Von 2007 bis 2014 blieb das Einzelhandelsangebot am Stutenanger (kleinflächiger Supermarkt, Bäckerei, Schreibwaren und Apotheke) unverändert. Die früher im Schreibwarenladen integrierte Postagentur wurde aufgegeben. Auch eine Reihe der zehn 2006 im Ladenzentrum bzw. im Erdgeschoss des benachbarten Wohnhochhauses ansässigen Dienstleistungen sowie zwei nicht mehr besonders attraktive Gastronomiebetriebe waren 2014 nicht mehr existent. Ihre Räume wurden z.Tl. von sozialen Dienstleistungen (Stadtteilbüro "Soziale Stadt", "Kreapark" für Kinder) bzw. von einem Kosmetik-Fußpflege-Studio übernommen.

Mit Hinblick auf den aufgrund der Neukonzeption des REWE-Ladenzentrums erwarteten Abriss und dem damit verbundenen Herunterfahren seiner laufenden Instandhaltung sind die drei dem Supermarkt benachbarten Einzelhandelsbetriebe und ein Kosmetik-Dienstleister inzwischen aus der REWE-Immobilie ausgezogen. Somit stehen heute sämtliche kleineren Ladenlokale bzw. Gastronomie-Räume in den beiden Geschäftsimmobilien leer bzw. werden lediglich als Ausstellungsraum sozialer Einrichtungen genutzt. Während die Filiale der ehemals ansässigen Bäckerei-Kette ihren Betrieb ganz aufgab, führen zwei inhabergeführte Geschäfte ihren ehemals im REWE-Zentrum gelegenen Betrieb heute an anderer Stelle in der Parksiedlung weiter. Die Apotheke fand einen neuen Standort im Nebenzentrum "Am Fohlgarten" (s.u.), das Schreibwarengeschäft in einer der 12 Erdgeschoss-Gewerbereinheiten des benachbarten, 2016 umfassend sanierten Wohnhochhauses.

Während das bis auf den REWE-Markt leerstehende Ladenzentrum in einem zunehmend heruntergewirtschafteten und inzwischen völlig maroden Zustand verharrt, präsentiert sich das am Stutenanger benachbarte Wohnhochhaus und seine Erdgeschoss-Zeile mit einer wesentlich verbesserten Gestaltung.

Die Laden- bzw. Gewerbeflächen im Erdgeschoss des Hochhauses sind heute vollständig vermietet. Mit der Sanierung ging ihre optische Aufwertung sowie eine einheitliche Außengestaltung einher. Die Namen der Betriebe wurden in ein das gesamte Gebäude umfassendes Metallband gefräst, so dass sich ein erheblich wertigerer Außenauftritt als zuvor ergibt. Bis auf das Schreibwarengeschäft sind die gewerblichen Nutzungen sämtlich der Kategorie Dienstleistungen zuzurechnen, darin die meisten mit Kopplungsrelevanz für den Einzelhandel (Bank, Friseur, Kosmetikstudios, Reisebüro, Reinigung mit Änderungsschneiderei), z.Tl. aber auch ohne relevante Kunden-Frequentierung (Verkaufsbüro des

heutigen Gebäudeeigners Patrizia, weiteres Büro, Fahrschule). In das mit Auslaufen des Projektes "Soziale Stadt" nicht mehr weitergeführte Quartiersbüro "WIR" werden pädagogische Angebote der gemeindlichen Jugendfreizeitstätte "Planet O" sowie neue Angebote für Kinder Einzug halten.

Aufgrund einer inzwischen fehlenden ökonomischen Tragfähigkeit wird die lang ansässige chemische Reinigung ihren Betrieb zum Jahresende aufgeben. Ihre Mitarbeiter, die die Entwicklung der Hochhaus-Ladenzeile (heute "Patrizia"-Gebäude) in den letzten Jahren und Jahrzehnten verfolgen konnten, berichten von wiederholten erfolglosen Versuchen, an diesem Standort ein Einzelhandelsgeschäft zu betreiben. So erwarten sie für die Zukunft als rentable Nachfolgenutzung erneut keine Einzelhandels-, sondern eine Dienstleistungsnutzung wie z.B. einen Heimservice der Gastronomie.

Nach Angaben der Inhaberin des vom REWE-Gebäude in die Patrizia-Immobilie umgezogenen Schreibwarengeschäftes besteht am Standort eine Reihe von Problemen:

Vom Leitbetrieb REWE-Supermarkt aus besteht keine direkte Sichtbeziehung zum Ladeneingang.

Die öffentlichen Parkplätze im Ladenumfeld sind vielfach von Dauerparkern belegt und stehen somit Kunden nur eingeschränkt zur Verfügung.

Die Eigentumsgemeinschaft der Gewerbeeinheiten und der darüber liegenden Wohnungen wird mehrheitlich von den Interessen der Wohnungsinhaber bestimmt. Dies beeinträchtigt stark solche Maßnahmen, die für die gewerblichen Mieter wichtig wären, wie z.B. die Anbringung von Werbeschildern.

Die Ladeneinheiten sind aufgrund der vom Straßengrund erhöhten Immobilienlage und einer weiteren Stufe vom Vorplatz zum eigentlichen Ladeneingang für mobilitätseingeschränkte, bzw. auf einen Rollator angewiesene Kunden nur schwer zu erreichen.

Trotz dieser Defizite am Mikro-Standort blickt die Ladeninhaberin positiv in die Zukunft. Sie passt ihr über Schreibwaren und ein Kiosk-Sortiment hinausgehendes Sortiment (u.a. auch Spielwaren und Geschenkartikel) und ihre Dienstleistungen an das Umfeld an. So hat sie aufgrund des Weggangs der Bäckerei-Filiale ihr Sortiment um frische Backwaren erweitert und bietet ausgeschenkt Kaffee an. In manchen Not-Fällen erledigt sie für einen Teil ihrer älteren Kundschaft notwendige Non-Food-Einkäufe in regionalen Märkten ("Schrauben aus dem Baumarkt"). Das Geschäft entwickelte sich nicht nur zu einem wichtigen Rückgrat der Nahversorgung im Ortsteil, sondern auch zu einem sozialen Treffpunkt der Nachbarschaft.

Im Februar 2020 wird auch der noch verbliebene REWE-Supermarkt schließen. Damit wird sich bis zum avisierten Neubau eines PENNY-Marktes (vgl. Kap. 6) die Nahversorgung für die Parksiedlung erheblich verschlechtern, was nicht nur aus städtebaulich-entwicklungspolitischen Aspekten, sondern auch aus Aspekten der Versorgung nicht-automobiler älterer Bürger und nicht zuletzt der Nachhaltigkeit stark zu bedauern ist. Wie unsere Untersuchungen aus 2007 aufgezeigt haben, wird das städtebaulich integrierte Ladenzentrum zu hohen Anteilen zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad aufgesucht (vgl. Tab. 9) - im Gegensatz zu dem an der Staatsstraße liegenden Nahversorgungszentren HIT und insbesondere dem abgelegenen Gewerbegebiet Sonnenstraße. Letzteres wird von 85 % seiner Oberschleißheimer Kunden mit dem PkW aufgesucht, dieser Anteil liegt für den REWE-Supermarkt am Stutenanger mit 53 % erheblich niedriger.

Tabelle 9: Verkehrsmittelwahl beim Einkaufen in ausgewählten Märkten (2007)
Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent

	HIT Bahnhof	REWE Stuten- anger	ALDI Gewerbe- gebiet	LIDL Gewerbe- gebiet
PkW	81	53	84	85
Rad	30	53	29	29
zu Fuß	30	51	23	24
<i>Anzahl Nennungen</i>	<i>675</i>	<i>186</i>	<i>695</i>	<i>562</i>

Quelle: Haushaltsbefragung 2007

Bürgerplatz

Während der Umbau des Ladenzentrums noch auf sich warten lässt, wurde 2017 ein weiterer zentraler Baustein des Ortsentwicklungskonzeptes, der neue Bürgerplatz fertiggestellt. Als neue Gestaltungselemente wurden ein mit Lichtkunst versehenes Marktdach und eine beleuchtete Brunnenachse als Verbindung zum zukünftigen Ladenzentrum installiert.

Die von den Gutachtern 2007 stark kritisierte Gastronomie im Bürgerhaus wurde zwischenzeitlich einer umfassenden architektonischen Neugestaltung unterzogen. In Verbindung mit einem Pächterwechsel konnte die Akzeptanz dieser nicht nur der Versorgung, sondern v.a. auch der Kommunikation und Identitätsstiftung dienenden zentralen Einrichtung wieder hergestellt werden. Die "neuen Bürgerstuben" bieten auch einen Mittagstisch für die Arbeitsplatzbevölkerung Oberschleißheims. In den Sommermonaten tragen sie mit einem Eisverkauf zur Attraktivität der Ortsmitte bei.

An den Freitag-Nachmittagen bietet sich in Verbindung mit dem Wochenmarkt das Bild eines belebten Zentrums - welches jedoch vom Blick auf die Rückseite der maroden Supermarktimmoblie am Stutenanger stark getrübt wird.

Positiv zu bewerten ist die inzwischen in die Arrondierung der Ortsmitte erfolgte Einbeziehung auch des Areals der Katholischen Kirche südlich des Bürgerplatzes, so wie es 2007 empfohlen worden war. Planungen der Kirchenstiftung St. Wilhelm sehen eine Beseitigung bestehender Barrieren zum angrenzenden Bürgerplatz sowie eine attraktivere Grün-Gestaltung vor.

Nebenzentren, Streulagen

Neben den o.g. Versorgungsschwerpunkten existiert eine Reihe von Nebenzentren (Ladenzentrum Raiffeisenmarkt / St. Margarethenstr., Bennohof und Fohlgarten). Im Ladenzentrum an der St. Margarethenstr. konnten sich bis 2014 als Dienstleister u.a. die ehemals namensgebende Bank sowie zwei Einzelhandelseinrichtungen der Nahversorgung halten. Von diesen ist heute nurmehr eine Metzgerei übrig geblieben. Außer von Dienstleistern der Kosmetik und Gesundheit sind die gewerblichen Flächen dieses Nebenzentrums heute v.a. von unternehmensorientierten Dienstleistern ohne Kopplungsrelevanz für den Einzelhandel (Tonstudio, Ingenieurbüro) belegt.

Im Nebenzentrum Bennohof ist kein Einzelhandel mehr ansässig. Die ursprünglich v.a. für klein- und kleinstflächige Handelseinrichtungen konzipierten Ladenflächen im Erdgeschoss sind neben einer Arztpraxis von vier Dienstleistungsbetrieben ohne Kopplungsrelevanz sowie von zwei Gastronomiebetrie-

ben belegt - einer davon das von seinem früheren Standort unmittelbar "am Schloss" umgezogene, heute "zum Schloss" genannte Café. Der heutige Standort liegt 600m vom vorherigen, weiterhin als Café eines neuen Betreibers geführten Objekt entfernt. Dabei führt der Fußweg vom Schloss-Parkplatz aus entlang der stark befahrenen B 471 über den vielfach geschlossenen und somit staubelasteten S-Bahnübergang. Die wenigen Parkplätze auf dem Grundstück selbst sind sehr umständlich anzufahren. Darüber hinaus liegt der Bennohof abseits des direkten Weges von der S-Bahn zum Schlosseingang. So kann er nicht unmittelbar von dem durch das Schloss generierte touristische Potenzial profitieren.

Mit dem weiteren Wegfall des Einzelhandels an den für ihn unattraktiven Streu- bzw. Nebenlagen seit 2006 ist ein Rückgang der Verkaufsflächen in diesen Lagen (Streulagen, Raiffeisenmarkt / St. Margarethenstr., Bennohof) von 2006 bis 2019 um rund ein Drittel verbunden. Zur Kategorie Streulage gezählt wird dabei auch ein 2014 noch vorhandener, heute nicht mehr existierender Buchladen am Schlossparkplatz.

Im Gegensatz zu den beiden genannten Nebenzentren konnte die Einzelhandelsfunktion der Laden- gruppe "Am Fohlgarten" deutlich gestärkt werden. Die dort 2006 noch leerstehenden Ladenlokale sind bis 2014 überwiegend an Dienstleistungsbetriebe vermietet worden, seitdem konnten drei Ladenlokale wieder für den Einzelhandel in Wert gesetzt werden. Treibende Kraft dieser Entwicklung ist der Vorsitzende des Gewerbeverbandes, welcher gleichzeitig Eigentümer eines Teils der Laden- immobilien am Fohlgarten ist. Im Sinne eines positiv zu bewertenden "Ortsteil-Managements" bot er angesichts der zunehmend untragbaren Zustände der REWE-Immobilie am Stutenanger einmal der dort ansässigen Apotheke einen neuen Standort am Fohlgarten an. Zum anderen initiierte er nach der Schließung der Bäckereifiliale am Stutenanger die Anmietung eines Bäckereibetriebes, um diese wichtige Nahversorgungs- und Treffpunktfunktion für die Parksiedlung bzw. Oberschleißheim West aufrecht zu erhalten. Regional aktive namhafte Bäckerei-Ketten konnten für den Standort mit seinen kleinflächigen Ladenlokalen nicht gewonnen werden, da deren Platzangebot nicht für das von den Filialisten gewünschte Sitzplatzangebot für den Cafébetrieb ausreicht. Es gelang schließlich, einen inhabergeführten Bäckerei-Betrieb incl. Paketshop neu anzusiedeln, dessen Produkt- und Service- angebot positiv bewertet wird (google.com: 4,7 von 5). Als weitere Einzelhandelsfunktion wird am Fohlgarten eine Filiale eines regional bekannten Sanitätshauses - mit heute 15 Filialen in der Region München/Oberland - einziehen.

Zwischen den Geschäftsleuten am Fohlgarten und den darüber liegenden Wohnungseigentümern bzw. -nutzern bestehen deutliche Interessensgegensätze. Dem Wunsch der Wohnungsnutzer nach einer Abkapselung des Grundstückes von unerwünschten Passantengruppen und von den Schall- immissionen der Durchgangsstraße (Feierabendstraße) entsprechen die Einzäunung des Grund- stückes, seine dichte Randbepflanzung sowie die Beschränkung des Zugangs von der Feierabend- straße aus auf nur einen schmalen Weg südlich der Apotheke. Die von der Durchgangsstraße aus nicht gegebene Sichtbarkeit der Ladenzeile, die nur über die rückwärtigen Nebenstraßen mögliche PkW-Zufahrt sowie das Fehlen einer direkten, umweglosen Fußwegverbindung vom nah gelegenen Geschäfts- und Ärztehaus am S-Bahnhof aus beeinträchtigen die Attraktivität als Einzelhandelsstand- ort. So haben potenzielle Einzelhandelsinteressen dem Standort Fohlgarten trotz S-Bahnnähe eine "Randlage" attestiert. Darüber hinaus gestattet die mehrheitlich aus Wohnungseigentümern bestehen- de Eigentümergemeinschaft keine Anbringung von Werbeanlagen, welche die Passanten bzw. die Autofahrer entlang der Feierabendstraße auf die Geschäfte am Fohlgarten aufmerksam machen könnten. Durch die Abseitslage vom Bahnhof, aber auch von der Ortsmitte Stutenanger/Bürgerplatz

kam der Fohlgarten nicht als Verlagerungsstandort für die Geschäftsinhaberin des aus dem REWE-Zentrum weggezogenen Schreibwarengeschäftes in Betracht.

Ortskern Alt-Schleißheim

Größter Verlierer der Einzelhandelsentwicklung seit 2006 ist der alte Ortskern. Ohne die Existenz eines frequenzbringenden Magneten und in Konkurrenz zu den weiteren Agglomerationen am Bahnhof sowie im Gewerbegebiet Sonnenstr. konnten sich eine Reihe von inhabergeführten Betrieben des Einzelhandels und ein Reisebüro nicht mehr halten. Der damals schon geringe, weit auseinander gezogene und von Wohnnutzungen durchbrochene Geschäftsbesatz hat sich bis 2014 von zwölf auf fünf Betriebe des Einzelhandels mehr als halbiert, die Verkaufsfläche ist um 69 % auf 2014 nur mehr knapp 200 qm zurück gegangen. Mit dem seitdem erfolgten Ausfall der letzten noch verbliebenen Geschäfte an der Mittenheimer Str. (Blumengeschäft) bzw. ihrer Kreuzung B471 / Effnerstraße (Wegzug orthopädische Schuhe in ehemaligen Buchladen am Schloss) sind an den ehemaligen Haupt-Geschäftsstraßen Alt-Schleißheims nurmehr zwei Einzelhandelsbetriebe ansässig. Heute beträgt die Einzelhandelsverkaufsfläche im Ortskern Alt-Schleißheim mit gerade noch 55 qm nurmehr ein Zehntel der Verkaufsfläche von 2006.

Einer der letzten beiden Nahversorger in Alt-Schleißheim, ein Backshop in einer Seitenstraße der Mittenheimer Str. wird mit Rentenbeginn der Inhaberin schließen und aller Voraussicht nach keinen Nachfolger mehr finden. Mit dem Wegfall jeglicher potenzieller Kopplungspartner anderer Branchen ist die ökonomische Überlebensfähigkeit des Betriebes nicht mehr gesichert.

Mit dem zu erwartenden Ausfall des o.g. Backshops wird sich die Nahversorgung im Ortsteil Alt-Schleißheim auf nurmehr ein Kiosk-Geschäft incl. Paketservice an der B471 / Freisinger Str. beschränken. Ähnlich wie der Schreibwarenladen in der Parksiedlung ergänzt sein Betreiber das übliche Kiosk-Sortiment um Backwaren, um diese Lücke in der Nahversorgung zu schließen. Der Betrieb profitiert erheblich von der Lage unmittelbar an der überörtlichen Durchgangsstraße und den unmittelbar vor dem Geschäft angelegten Parkbuchten. Nach Angaben des Betriebsleiters kommen 90 % seiner Kunden mit dem PkW, auch die in Oberschleißheim wohnhafte Kundschaft. Der Anteil auswärtiger Kunden, ohne die der Betrieb nicht überlebensfähig wäre, wird auf 30 bis 40 % geschätzt. Ein großes Problem am Betriebsstandort stellen die Dauerparker dar, die mangels Ausweisung einer Kurzparkzone die eigentlich für die Kundschaft gedachten Parkplätze blockieren.

Im Gegensatz zu den o.g. Ladengruppen konnten die leerfallenden Ladenlokale in Alt-Oberschleißheim nicht sämtlich an Dienstleistungsunternehmen oder Büros vermietet werden; sie wurden z.Tl. in Wohnimmobilien umgewandelt bzw. stehen leer. Das an der Kreuzung B 471 / Effnerstr. leerstehende Ladenlokal im westlichen Entrée zum Schlossensemble wird nicht mehr für Einzelhandel oder auf die dortigen Tourismusfrequenzen abzielendes Gewerbe genutzt, es soll zugunsten zukünftiger Wohn-Reihenhäuser abgerissen werden.

6 Bewertung vorliegender Neukonzeption des Ladenzentrums Stutenanger

Die ursprüngliche Neukonzeption des Ladenzentrums Stutenanger aus 2014 sah den Neubau zweier an einem neuen Platz in Richtung Bürgerplatz ausgerichteten Immobilien vor, zum einen einen attraktiv gestalteten, auf 1.400 qm Verkaufsfläche erweiterten Vollsortimenter mit einem Bäckerei-Café, zum anderen ein Wohn- und Bürohaus mit gewerblichen Nutzungen aus Einzelhandel und Gastronomie im Erdgeschoss. Die heute längs- und rückseitig des REWE-Marktes befindlichen PkW-Stellplätze

sollen auf einem neuen Parkplatz am Standort der heutigen leerstehenden Gastronomie-Immobilie zusammengefasst werden. Mit der neuen Gebäudeanordnung mussten die Grundstücke der beiden Immobilieneigentümer (Fa. REWE sowie Sedlmayr Grund) neu zugeschnitten werden. Darüberhinaus mussten sich die Eigentümer untereinander auf die Aufteilung des Branchenmix und die dazu notwendigen Sortimentsabsprachen einigen und diese zusammen mit einer Reihe kommunaler Detail-Vorstellungen mit der Gemeinde abstimmen. Die dementsprechend langwierigen Verhandlungen führten zwar zunächst zu "unterschriftsreifen" städtebaulichen Vertragsentwürfen. Ende 2018 aber nahm die REWE-Konzernzentrale eine wirtschaftlichen Neubewertung des - ursprünglich noch als neues Vorzeigebauobjekt der Nachhaltigkeit ("Green Building") konzipierten - Marktes vor. Diese erbrachte ein negatives Ergebnis und führte zu einem Rückzug der Fa. REWE von den städtebaulichen Entwürfen bzw. Verträgen. Nach Angaben der zuständigen Expansionsabteilung der Fa. REWE scheiterte das Projekt letztlich an den in den langen Jahren der Planung stark angestiegenen Baukosten, denen keine entsprechende Umsatzrendite am Standort gegenüberstand. Ein wesentlicher Kostenfaktor war die Tiefgarage, die zur Sicherstellung der für das großflächige Projekt angemessenen Zahl von Kundenparkplätzen notwendig war. Selbst wenn die Gemeinde sich zu einer Ausweitung der oberirdisch gelegenen öffentlichen Kurzparkzone entschlossen hätte, wäre der Bau einer kostenintensiven Tiefgarage notwendig gewesen.

Das aktuell vorliegende Konzept sieht zwei Gebäude mit mehreren über dem gewerblichen Erdgeschoss liegenden Wohngeschossen vor (vier im Gebäude der Sedlmayer Grund, fünf im Gebäude des Lebensmittelmarktes). Insgesamt sind 101 Wohnungen vorgesehen. An Stelle der ursprünglich geplanten Erweiterung des bestehenden REWE-Vollsortimenters auf 1.400 qm ist nun die Errichtung eines PENNY-Discountmarktes mit 800 qm Verkaufsfläche avisiert. Im Gegensatz zum zunächst geplanten Vollsortimenter kommt der PENNY-Markt mit erheblich weniger Parkplätzen aus. Darüber hinaus können diese außer auf dem neuen Parkplatz (25 Stellplätze) auch auf weiteren 16 oberirdischen Stellplätzen direkt neben dem nun kleiner als ursprünglich geplanten Markt entstehen. Somit werden auf dem Gelände des zukünftigen Ladenzentrum oberirdisch deutlich (40 %) mehr Parkplätze als derzeit bzw. für den Vollsortimenter geplant entstehen. Zusammen mit den Parkplätzen in der Tiefgarage steigert dies die Akzeptanz des Marktes bei PkW-Kunden und damit seine Zukunftsfähigkeit insgesamt.

Die für beide Gebäude mit einer gemeinsamen Zufahrt geplante Tiefgarage ist auf 125 Stellplätze ausgelegt. Von dem auf das Discounter-Wohngebäude entfallenden Anteil der Tiefgarage (geplant: 64 - 68 Stellplätze) ist rund ein Drittel der Stellplätze für den Lebensmittelbetrieb vorgesehen. Die Zahl der - äußerst kostenintensiven - Tiefgaragenplätze und ihr Anteil an den für den Lebensmittelmarkt notwendigen Stellplätzen sind erheblich niedriger als beim zuvor geplanten großflächigen Vollsortimenter - so fällt auch in der Wirtschaftlichkeitsberechnung dieser Kostenfaktor für den Discounter entsprechend niedriger aus.

Das auf einen Discounter als Leitbetrieb reduzierte Konzept wird von der Gemeindeverwaltung, von großen Teilen des Gemeinderates sowie vom Gewerbeverband bedauert bzw. unterschiedlich stark kritisiert. Die Pressemeldungen zur Konzeptänderung und der dazu erfolgten Debatte vor Ort werden von negativen Konnotationen wie "REWE speckt ab", "Der Einkaufsmagnet schnurrt zusammen", "ganz, ganz kleine Lösung", "Miniatur-Discounter ersetzt REWE", "ausgedünnte Variante", "mit einem Discounter abgespeist", "Minimallösung", "enttäuschend" etc. bestimmt: "Das Rathaus ist nicht glücklich, (...) nun mit einem Discounter vorlieb nehmen zu müssen".

Während aus den Reihen der politischen Verantwortungsträger trotz des o.g. Bedauerns über den REWE-Rückzug Stimmen zu vernehmen sind, die das Discounter-Konzept als "durchaus ausreichend" bewerten, wird es vom Gewerbeverband als "klare Abwertung gegenüber ursprünglichen Plänen" kritisiert. Die deutliche Kritik am neuen Konzept wird von erheblichem Unmut über das Verhalten des REWE-Konzerns begleitet. Bei einer Reihe von Oberschleißheimer Gewerbetreibenden genießen Akteure der Fa. REWE kein Vertrauen mehr in Bezug auf ihre zukünftigen Planungsabsichten.

Die teils harsche Kritik am Betriebsformat "Discounter" ist z.Tl. noch von Erfahrungen aus den Zeiten geprägt, in dem Vertreter dieses Formates sich überwiegend als einfachst gestaltete Märkte in geradezu trostlosem Ambiente präsentierten und sich in ihrem Sortiment auf eine begrenzte, nicht sehr hochwertige Frischeauswahl und auf No-Name-Produkte bzw. nicht besonders attraktive Eigenmarken beschränkt haben.

Für den avisierten Betreiber des neuen Marktes, der REWE-Tochter PENNY, gilt dies nach ihrem Filialumbau in den Jahren von 2012 bis 2015 nicht mehr. Sie wirbt heute mit einem "modernem und übersichtlichem Ladenlayout" und versteht sich hinsichtlich ihres Sortimentes als "moderner Nahversorger", welcher auch regionale und nachhaltige Produkte, Bioprodukte, Lebensmittel zum Sofortverzehr und nicht zuletzt vegetarische und vegane Produkte anbietet. Im Gegensatz zu anderen Mitbewerbern versteht sich die Fa. PENNY als "Hybrid-Discounter", der analog zu Vollsortimentern die Ware nicht nur auf Paletten oder in Kartons anbietet, sondern in die Regale einräumt und einen nennenswerten Anteil von Markenprodukten führt. Als Referenzobjekt in der näheren Umgebung nennt sie ihre Filiale in Unterschleißheim. Im Gegensatz zu den größeren Märkten der Wettbewerber wird die Oberschleißheimer Filiale auf ihren 800 qm Verkaufsfläche keine umfassende Non-Food-Abteilung mit einer Vielzahl preisaggressiver saisonaler Angebote z.B. von Bekleidung oder Haushaltswaren aufweisen.

Aus städtebaulich-sozialer als auch aus wirtschaftsgeographischer Perspektive ist die Einschätzung, dass der Ersatz des zunächst avisierten Vollsortimenters durch den nun geplanten PENNY-Discounter eine erhebliche Abwertung des Zentrenkonzeptes bedeuten würde, nicht aufrechtzuerhalten. Es steht zwar außer Frage, dass auf 800 qm nicht dieselbe Angebotsvielfalt wie auf 1.400 qm zu erreichen ist. Gleichwohl ist es auf 800 qm möglich, ein alle Produktgruppen umfassendes Lebensmittelangebot ohne Sortimentslücken vorzuhalten. Der Einkauf in einem Discounter ist nicht zwangsläufig mit einem Verzicht auf eine heutigen Standards angepasste oder eine gesunde Lebensführung verbunden. So müssen mobilitätseingeschränkte Bewohner der Parksiedlung nicht befürchten, dass ihre Lebensqualität durch den Bau eines wie oben beschriebenen Hybrid-Discounters anstelle eines Vollsortimenters Schaden nehmen könnte. Die wohnortnahe Nahversorgung bleibt durch das Projekt weiterhin gesichert. Für eine größere Vielfalt innerhalb einer Produktgruppe sowie für den Einkauf spezieller Produkte steht der 600m vom Stutenanger entfernte HIT-Verbrauchermarkt am Bahnhof zur Verfügung. Diese Konstellation entspricht der vielfach in Kundenbefragungen zum Einkaufsverhalten abgegebenen Nennungs-Kombination der Formate Discounter und Vollsortimenter.

Der neue Nahversorger wird ebenso wie der heutige - 200 qm kleinere - Lebensmittelmarkt als Frequenzbringer für weitere Nutzungen im Ladenzentrum fungieren. Ebenso wie vor dessen städtebaulichen Niedergang kann sich in Zukunft ein funktionierender Branchenmix von Einzelhandels- und Gastronomienutzungen (Lebensmittelmarkt, Bäckerei-Café, Apotheke, Schreibwaren/Kiosk, Gastronomie), ergänzt durch die Dienstleistungen im benachbarten "Patrizia"-Hochhaus, einstellen. Die Inha-

berin des von der maroden REWE-Immobilie in das "Patrizia"-Gebäude umgezogenen Schreibwaren-Geschäftes befürwortet ausdrücklich die Installierung des neuen Lebensmittelmagazens als Discounter. Im Gegensatz zu einem Vollsortimenter bestehen erheblich geringere Überschneidungen mit dem von ihr geführten Non-Food-Sortiment, so dass ihre Zukunft besser als beim ursprünglich vorgesehenen Konzept gesichert ist.

Einkommensschwächere Gruppen, wie sie auch in der Parksiedlung zu nennenswerten Anteilen anzutreffen sind, profitieren - trotz der auch in einem Vollsortimenter angebotenen preisgünstigen Eigenmarken - eher von der neuen Konzeption des Stutenanger-Marktes als Dicounter.

Im wichtigen Nahversorgungs-Segment Backwaren muss die Installierung eines Discounters statt eines Vollsortimenters nicht von Nachteil gereichen, sofern es gelingt, am Standort Stutenanger einen attraktiven Betreiber für das geplante Bäckerei-Café zu gewinnen. Ein Vorbild bzw. einen potenziellen Betreiber stellt hier die in der Region agierende Bäckerei-Kette dar, die als Kopplungspartner auch des Unterschleißheimer PENNY-Marktes, sowie in der Vorzone des Oberschleißheimer HIT-Marktes ansässig ist.

Ein Gemeinderat formulierte bzgl. der neuen Planung das Bild des Discounters als "Spatz in der Hand" im Vergleich zur Vollsortimenter-"Taufe auf dem Dach". Darüber noch hinausgehend kann die Gewinnung des neuen Partners PENNY als gute Chance für den Abschluss der langwierigen Ortsmittenentwicklung eingeschätzt werden.

7 Unternehmerische und planungspolitische Einschätzung weiterer Einzelhandelsansiedlungen

7.1 Planvorhaben "Getränkemarkt im Gewerbegebiet Sonnenstraße"

Zur unternehmerischen Einschätzung wurden schon im Rahmen des Einzelhandelsgutachtens 2014/2015 Gespräche u.a. mit Vertretern des Einzelhandels im Gewerbeverband Oberschleißheim geführt. Dieser hat sich 2005 wieder gegründet. Von seinen damals rund 50 Mitgliedern waren ein Drittel - ausschließlich inhabergeführte - Einzelhandelsunternehmen.

Die Ansiedlung eines Getränkemarktes im Gewerbegebiet Sonnenstraße wurde 2014 weder vom Gewerbeverband, noch von den befragten Einzelhandelsunternehmen am Standort HIT (Verbrauchermarkt, Fachgeschäft) und am Standort Stutenanger (Fachgeschäfte) abgelehnt. Mit Ausnahme der REWE-Expansionsabteilung, welche damals noch die Erweiterung des Vollsortimenters am Stutenanger projektierte, sah keiner der Befragten eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Nahversorgungszentren Stutenanger bzw. HIT/Bahnhof. Das Format "Getränkeabholmarkt" ist überwiegend auf den PKW-Kunden abgestellt. Es sucht und benötigt daher Standorte an den Haupt-Verkehrsachsen mit ausreichenden Parkmöglichkeiten. Zur Ansiedlung in einer integrierten Lage wie dem Stutenanger ist es eher nicht geeignet.

Die Expansionsleitung des Lebensmittelunternehmens am Stutenanger (REWE) hatte bei ihren damaligen Erweiterungsplanungen die Tatsache, dass im Gewerbegebiet Sonnenstr. jeglicher Einzelhandel, also auch ein Getränkemarkt, prinzipiell zulässig ist, schon ins Kalkül gezogen. Die Umsetzung ihrer früheren Erweiterungspläne machte sie nicht vom Ausschluss eines weiteren Getränkemarktes im Gewerbegebiet, wohl aber vom Ausschluss weiterer Lebensmittelmärkte im gesamten Gemeindegebiet abhängig.

Im Gegensatz zur damals durchaus kritischen Einstellung der Vollsortimenter-Expansion sieht die Expansionsabteilung des heute am Stutenanger projektierten Discounters so gut wie keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit ihres neuen Marktes durch die Ansiedlung eines Getränkemarktes im Gewerbegebiet Sonnenstraße.

Die geplante Ansiedlung des peripher gelegenen Getränkemarktes wird das mit der Neuplanung des integrierten Standortes Stutenanger verfolgte Ziel einer wohnortnahen Nahversorgung nicht gefährden.

Um das Vorhaben frühzeitig mit der Regierung von Oberbayern als höhere Landesplanungsbehörde abzustimmen, richtete die Gemeinde Oberschleißheim eine entsprechende Voranfrage an die Regierung. Die landesplanerische Einschätzung erbrachte als Ergebnis, dass das Vorhaben "den Erfordernissen der Raumordnung aufgrund einer fehlenden städtebaulichen Integration gemäß Landesentwicklungsprogramm (LEP) 5.3.2 sowie der Überschreitung der maximal zulässigen Verkaufsfläche nach LEP 5.3.3 entgegen (steht)" und damit nach den Maßgaben des zum Zeitpunkt dieser Einschätzung (13.02.2018) gültigen LEPs nicht zulässig ist. Diese Einschätzung wurde mit folgendem Hinweis auf die Fortschreibung des LEPs und die zu erwartenden Kriterien einer Neuregelung von Agglomerationen verbunden: Auch nach diesen Kriterien wäre der Standort weiterhin als Agglomeration zu bewerten und die landesplanerische Überprüfung würde zum selben ablehnenden Ergebnis kommen. Das LEP ist schließlich am 01.03.2018 geändert worden.

Im folgenden sollen die Argumentationslinien und Berechnungsmethoden der landesplanerischen Vorprüfung überprüft werden.

Folgende in der landesplanerischen Prüfung genannten zwei Punkte sind u.E. nicht zu widerlegen und würden bei einer Einstufung der mit dem neuen Getränkemarkt entstehenden Agglomeration ALDI-LIDL-Getränkemarkt als "Einzelhandelsgroßprojekt" zwingend zu einer landesplanerischen Ablehnung führen:

Nach LEP 5.3.2 (Lage in der Gemeinde) hat die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte an "städtebaulich integrierten Standorten" zu erfolgen. Die unter diesem Punkt formulierte mögliche Ausnahmeregelung, einen Betrieb beim Fehlen geeigneter integrierter Standorte auch in einer städtebaulichen Randlage zuzulassen, gilt nur für Betriebe des "sonstigen" Bedarfs, d.h. nicht für Betriebe mit Nahversorgungsbedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Getränke) oder Innenstadtbedarf.

In der Begründung zu LEP 5.3.2 werden als Kriterien einer städtebaulich integrierten Lage die Lage innerhalb eines oder direkt angrenzend an einen "baulich verdichteten Siedlungszusammenhang(s) mit wesentlichen Wohnanteilen", ein "anteiliger fußläufiger Einzugsbereich" und eine "ortsübliche Anbindung an den ÖPNV" aufgeführt. Während letzteres Kriterium erfüllt ist, führt die Tatsache, dass das Gewerbegebiet Sonnenstraße in einer Fußweg-Entfernung von ca. 600m zu den nächstgelegenen Wohngebieten errichtet worden ist, unstreitig zur Einstufung der Lage als städtebaulich nicht integriert.

Einen über die Wohnbevölkerung am Standort hinausgehenden Einbezug auch der Tagesbevölkerung, d.h. von Beschäftigten umliegender Betriebe bzw. von Schülern und Studenten benachbarter Bildungseinrichtungen sieht der Gesetzgeber in der LEP-Begründung nicht vor. Somit kann auch die Existenz des benachbarten Campus der Tierärztlichen Fakultät mit seinen zukünftig 2.800 Studenten bzw.

Beschäftigten nicht zu einer Einstufung des Gewerbegebietes Sonnenstraße als "städtebaulich integriert" führen.

Selbst wenn ein evtl. zukünftig gesetzgeberisch möglicher Einbezug des Campus zu einer Einstufung des Gewerbegebietes Sonnenstraße als integriert führen würde, und die Kaufkraft der 2.800 Studenten bzw. Mitarbeiter zusätzlich zur Kaufkraft der Wohnbevölkerung im Nahbereich in die landesplanerische Beurteilung der geplanten Verkaufsfläche (s.u.) eingehen würde, ist davon auszugehen, dass der Umsatz der Agglomeration ALDI-LIDL-Getränkemarkt über seinem landesplanerisch maximal zulässigen Anteil an der gemeindlichen Kaufkraft ("Abschöpfungsquote") liegen würde.

Die von der Regierung von Oberbayern bzgl. der zulässigen Verkaufsflächen (LEP 5.3.3) getroffenen Aussagen, dass die bereits bestehenden Märkte von ALDI und LIDL die maximal für Großprojekte zulässige Abschöpfungsquote von 25 % heute schon überschreiten und dass mit dem neuen Getränkemarkt eine unzulässige Abschöpfungsquote von dann rund 34 % erreicht würde, ist nicht zu beanstanden. Ein Nachvollzug der landesplanerisch vorgegebenen Rechengänge mit den von der höheren Landesplanungsbehörde zu verwendenden aktuellen Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels der BBE (2017) kommt zu den selben Werten und Schlussfolgerungen. Hier sei nur die Berechnung für die bestehenden Märkte vorgestellt:

Maximal zulässiger Lebensmittelumsatz eines Großprojektes in Oberschleißheim:

Pro-Kopf Umsatz Nahrungs- und Genussmittel, Getränke 2.315 EUR / Jahr x
11.596 Einwohner im Nahbereich x max. Abschöpfungsquote 25 % = 6,7 Mio EUR

Umsatz Lebensmitteldiscounter im Gewerbegebiet Sonnenstr.:

Verkaufsfläche ALDI mit LIDL 1.764 qm x Raumleistung Discounter 4.800 EUR / qm = 8,5 Mio EUR

Die mit den genannten beiden Punkten begründete landesplanerische Ablehnung des Projektes bezieht sich auf die zum Zeitpunkt der Vorab-Einschätzung gültige LEP-Fassung aus 2013. Dort wird in der Begründung zu LEP 5.3 (Einzelhandelsgroßprojekte) festgesetzt, dass auch "Agglomerationen von jeweils für sich betrachtet nicht-großflächigen Einzelhandelsbetrieben (...) in räumlich-funktionalem Zusammenhang, die überörtlich raumbedeutsam sind" als solche Einzelhandelsgroßprojekte gelten.

Nach Vorgaben der BauNVO gilt bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben die sog. "Regelvermutung" einer Auswirkung auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung, sie sind somit nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Prinzipiell könnte eine Widerlegung dieser Regelvermutung angestrengt werden - jedoch nur für städtebaulich integrierte Standorte. Für das wie oben mangels umliegender Wohnanteile zwingend als "nicht integriert" einzustufende Gewerbegebiet Sonnenstraße ist dieser Weg damit nicht gangbar.

Während der räumlich-funktionale Zusammenhang der beiden im Gewerbegebiet Sonnenstraße existierenden Discounter untereinander und mit dem geplanten Getränkemarkt außer Frage steht, wird die von der Regierung abgegebene Einschätzung, dass diese Agglomeration dann auch "überörtlich raumbedeutsam" ist, nicht geteilt.

Bei den drei betrachteten Betrieben handelt es sich um Betriebe der Branchen Lebensmittel bzw. Getränke. Die Tatsache, dass das Gewerbegebiet am Ortsrand an der Staatsstraße St 2342 lokalisiert ist, begründet für sich allein noch nicht die Annahme einer überörtlichen Bedeutung der genannten Betriebe. Ihrer Agglomeration könnte nur dann eine überörtliche Bedeutung attestiert werden, wenn

erhebliche Anteile ihrer Kunden nicht aus Oberschleißheim, sondern aus den umliegenden Gemeinden stammen würden. Dies wäre aber nur dann der Fall, wenn die zu betrachtenden Betriebsformate der Nahversorgung in einer oder mehrerer Nachbargemeinden nicht vorhanden wären, und die dort wohnhafte Bevölkerung gezwungen wäre, zum Aufsuchen eines Discounters bzw. eines Getränkemarktes ihre eigene Gemeinde zu verlassen und in Oberschleißheim einzukaufen. Dem ist aber nicht so. In jeder einzelnen Nachbargemeinde sowie im angrenzenden Münchener Ortsteil Feldmoching sind zwei oder mehr Vertreter sowohl der Betriebsformate Discounter als auch Getränkemarkt angesiedelt (vgl. Tab. 10).

Tabelle 10: Oberschleißheim und Nachbargemeinden: Ausstattung mit Discountern, Getränkemarkten und Drogeriemärkten

Gemeinde	Discounter x: ALDI, LIDL sowie Kaufland +: weitere	Getränkemärkte	Drogeriemärkte
Oberschleißheim	xx	x	x
Unterschleißheim	xxx+++	xx	xx
Dachau	xxxxx+++	xxxxx	xxxxx
Karlsfeld	xx++	xxx	xx
Garching	xx+	xx	x
München, Stadtteil Feldmoching	xx+++	xxxxxx	x

Quelle: eigene Erhebungen

Wie empirische Untersuchungen der geographischen Einzelhandelsforschung aufzeigen, erfolgt die Besorgung von Sortimenten der Nahversorgung vom Wohnort aus überwiegend nach der "nearest center"-Regel, d.h. die Konsumenten steuern i.d.R. den am schnellsten bequem zu erreichenden Markt an. Wie eine im Rahmen unseres 2007 vorgelegten ersten Einzelhandelsgutachtens durchgeführte Haushaltsbefragung bei den Oberschleißheimer Bürgern aufzeigt (Tab. 1), sind gemeindeübergreifende Kaufkraftströme beim Lebensmitteleinkauf v.a. auf die Städte Unterschleißheim, Dachau und München gerichtet. Nur ein Prozent der von den Oberschleißheimer Befragten abgegebenen Nennungen von Einkäufen in Lebensmittelmärkten entfallen auf Auswärtskäufe in einer anderen suburbanen Gemeinde. Ein solcher Befund ist auch bei der Betrachtung der Bevölkerung vergleichbarer suburbaner Gemeinden zu erwarten. Für die sämtlich mit Märkten der Nahversorgung gut ausgestatteten Nachbargemeinden Oberschleißheims ist davon auszugehen, dass Einkäufe außerhalb des Wohnorts v.a. in den genannten Städten stattfinden und keine nennenswerten Kundenströme in das Oberschleißheimer Gewerbegebiet Sonnenstraße fließen.

Diese - auch von der BBE Betriebsberatung, Standortforschung München geteilte Einschätzung - gilt auch unter Berücksichtigung folgender drei Aspekte:

Die "nearest-center"-Regel gilt nicht nur branchen- bzw. sortimentsbezogen, sondern auch für einzelne namhafte Anbieter einer Branche. So bestehen bei Einkäufen in Discountern durchaus Präferenzen der Nachfrager für einen Anbieter (z.B. ALDI oder LIDL), so dass eine näher gelegene Filiale eines anderen Discount-Unternehmens zugunsten einer weiter entfernten Filiale des präferierten

Unternehmens übersprungen wird. Da aber in jeder einzelnen der umliegenden Gemeinden jeweils ein ALDI und ein LIDL-Markt angesiedelt sind, werden dort die jeweiligen Präferenzen abgedeckt, so dass keine Notwendigkeit für eine Fahrt in die Oberschleißheimer Märkte besteht.

Die von der Regierung von Oberbayern in ihrer Begründung angeführten Kopplungskäufe am Einzelhandelsstandort Sonnenstraße betreffen im wesentlichen den dem Vorhabensstandort benachbarten Drogeriemarkt. Jedoch ist auch dieses Format der Nahversorgung in allen Nachbargemeinden bzw. in Feldmoching angesiedelt, teilweise ebenfalls in Verbundstandorten. Für die so ausgestatteten Nachbargemeinden vermag das Gewerbegebiet Sonnenstr. keine besondere Anziehungskraft zu entfalten, die eine eigene Einkaufsfahrt nach Oberschleißheim rechtfertigen würde.

Die von München Feldmoching über Oberschleißheim nach Unterschleißheim führende Staatsstraße 2342 dient zwar auch als Achse für die Pendler zwischen den genannten Städten, erreicht aber bei weitem nicht die überörtlich wirksamen Frequenzen auf den schräg-parallel zu ihr verlaufenden Achsen der A92 und der B13. Ihre Bedeutung wird mit einer zukünftig geplanten verbesserten Anbindung des Münchener Stadtbezirks Feldmoching-HasenbergI an die A92 sowie insbesondere mit der für Oberschleißheim geplanten Westumgehungsstraße parallel zur A92 zurückgehen.

Die zukünftige Verlegung der Staatsstraße 2342 als Westumfahrung und ihre Verknüpfung mit der B 471 nahe der Autobahnanschlussstelle Oberschleißheim wird die heutigen Frequenzen auf der dann zur Gemeindestraße abgestuften Sonnenstraße nach Angaben der Gemeinde um ca. 50 % verringern. Der verbleibende Verkehr wird zum größten Teil aus innerörtlichem Ziel- und Quellverkehr bestehen. Die weiterhin noch auf der Sonnenstraße verkehrenden Pendler zwischen Oberschleißheim Süd und München (Nord) kommen zwar durchaus als potenzielle Kunden für das Gewerbegebiet Sonnenstraße in Frage. Nach Angaben von Experten aus der Lebensmittelbranche jedoch (vgl. Kap. 3) nutzen Pendler überwiegend Lebensmittelmärkte am Ende ihres abendlichen Heimwegs in dem ihnen vertrauten Wohnumfeld. Für die Unterschleißheimer Wohnbevölkerung sind dies die Vollsortimenter und Discounter im Unterschleißheimer Gewerbegebiet (incl. der in Oberschleißheim nicht ansässigen Firmen Kaufland und Müller-Drogeriemarkt) sowie im UeZ-Fachmarktzentrum, welches einen Verbund eines Drogeriemarktes mit einem großflächigen Vollsortimenter und weiteren Einzelhandelsbetrieben bietet.

Sprechen die genannten Argumente schon deutlich gegen die im Februar 2018 von der höheren Landesplanungsbehörde erfolgte Einstufung des Standortes Sonnenstraße als Agglomeration mit "überörtlicher Raumbedeutsamkeit" und somit als Großprojekt, gilt dies insbesondere unter Berücksichtigung des nach dieser Beurteilung neu gefassten LEP (geändert am 01.03.2018). In der Neufassung werden Agglomerationen erst dann als Einzelhandelsgroßprojekte betrachtet, wenn sie aus "mindestens drei Einzelhandelsbetrieben in räumlich-funktionalen Zusammengang" bestehen, "die erheblich überörtlich raumbedeutsam sind", also nicht schon dann, wenn sie wie in der vorherigen Fassung lediglich "überörtlich raumbedeutsam" sind.

Eine "erhebliche" überörtliche Raumbedeutsamkeit kann der Agglomeration ALDI-LIDL-Getränkemarkt nun unter Anbetracht der oben ausgeführten Argumentationslinie nicht zugeschrieben werden. Damit ist die Agglomeration nicht mit einem Einzelhandelsgroßprojekt gleichzusetzen und es entfällt u.E. die Notwendigkeit der Ausweisung als Sondergebiet und der wie oben dargestellten landesplanerischen Überprüfung nach LEP 5.3.2 (Lage in der Gemeinde) und LEP 5.3.3 (Zulässige Verkaufsflächen anhand maximaler Abschöpfungsquoten). Der geplante Getränkemarkt ist als dann einzeln zu betrachtender,

nicht großflächiger Betrieb grundsätzlich in den Teilfeldern des Gewerbegebietes (GE) Sonnenstraße zulässig, in denen eine Einzelhandelsnutzung nicht explizit ausgeschlossen wurde.

Für einen großflächigen Lebensmittelmarkt (ab 1.200 qm Geschoßfläche) mit einer integrierten Getränkeabteilung und das dazu notwendige SO-Gebiet bleibt der Standort aufgrund seiner städtebaulich nicht integrierten Lage weiterhin landesplanerisch nicht geeignet. Zur Erlangung einer davon abweichenden Ausnahmegenehmigung müsste unter Einschaltung bzw. im Benehmen mit der obersten Landesplanungsbehörde, d.h. des Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie ein äußerst aufwändiges Zielabweichungsverfahren nach Art. 4 BayLplG durchgeführt werden. In einem solchen besonderen Verfahren kann "im Einzelfall ... die Abweichung von einem Ziel der Raumordnung" zugelassen werden, "wenn die Abweichung unter raumordnerischen Gesichtspunkten vertretbar ist und die Grundzüge der Planung nicht berührt werden." (BayLplG Art. 4). Nachdem das LEP eine "flexible" (LEP) Handhabung eines solchen Verfahrens jedoch explizit nur zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der grenznahen Gebiete und deren Einzelhandelsversorgung vorsieht (LEP 5.3.5), sind seine Erfolgsaussichten als nicht besonders hoch einzuschätzen.

7.2 Arrondierung Standort HIT

Die im Rahmen des Fachgutachtens 2014/2015 geführten Gespräche zur Frage einer möglichen Arrondierung des HIT-Areals wurden wie folgt zusammengefasst:

"Unmittelbar nördlich des HIT-Parkplatzes liegt das Gelände eines von Oberschleißheim nach Neufahrn umziehenden Gewerbebetriebes. Eine zukünftige - erst nach einer erfolgreichen Sanierung und Konsolidierung des Stutenangerzentrums zu avisierende - Ansiedlung zentrenrelevanter, den Gesamt-Branchenmix der Gemeinde stärkende Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe auf diesem Gelände wird von allen befragten Einzelhandelsvertretern vor Ort begrüßt, jedoch von der REWE-Expansion abgelehnt. In der innerörtlichen Zentrenkonkurrenz befürchtet sie eine weitere Aufwertung des HIT-Standortes mit zentrenrelevanten Kopplungsmöglichkeiten, welche zu einer verstärkten Orientierung auf den HIT zu Ungunsten des REWE-Marktes führen würde."

Die 2019 befragten lokalen Händler sowie der Gewerbeverband befürworten - ebenso wie 2014/2015 - eine zukünftige Ansiedlung der ihrer Ansicht nach fehlenden Branchen Schuhe und Bekleidung nördlich des HITs. Dabei wird von den Unternehmern ins Feld geführt, dass Betriebe dieser Branchen keine Sortimentskonkurrenz für den nun am Stutenanger avisierten Discounter darstellen.

Im Gegensatz zu den damaligen Bedenken der REWE-Expansion äußert heute die Expansionsabteilung des Discounter-Unternehmens keine ablehnende Haltung gegenüber einer Arrondierung des HIT-Areals - sofern dabei die Ansiedlung von Betrieben der Branchen Lebensmittel sowie Drogerie ausgeschlossen wird.

Die 2014/2015 in einer Abwägung der damaligen Argumente getroffene Aussage, dass nach Abschluss der Stutenanger-Sanierung dann auch Anliegen zur Arrondierung des HIT-Areals entsprochen werden kann, bleibt somit, insbesondere nach dem Wechsel des am Stutenanger geplanten Lebensmittel-Formates gültig. Am Standort HIT können, entsprechende Ansiedlungswünsche vorausgesetzt, zukünftig weitere Angebote im mittelfristigen Bedarfsbereich (Schuhe, Textilien, Haushaltswaren) zugelassen werden. Zusätzliche Verkaufsflächen im Grundbedarf (Lebensmittel, Drogeriewaren) sind dort auch in Zukunft abzulehnen.

Für die Ansiedlung großflächiger Fachmärkte der Branchen Bau/Heimwerken, Elektro und Sport scheidet die gesamte Gemeinde Oberschleißheim aus, da die auf ihren Bezugsraum ("einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich" = 11.329 EW) abzielende landesplanerische Berechnung der maximal zulässigen Verkaufsflächen Werte erbringt, die deutlich unter den Mindestbetriebsgrößen dieser Märkte liegen.

7.3 Erweiterung Discounter LIDL im Gewerbegebiet Sonnenstraße

Die BBE Betriebsberatung ist an die Gemeinde herangetreten, um eine mögliche Erweiterung der heutigen Verkaufsfläche des LIDL-Discountmarktes von 793 qm auf zukünftig bis zu 1.200 qm - i.e. die heute in der Nahversorgung gültige Großflächigkeits-Schwelle der Landesplanung - zu eruieren. Als ein wesentliches Standortargument wird dabei vorgebracht, dass mit dieser Erweiterung die Versorgung der zukünftig hohen Zahl von Studenten und Mitarbeiter an der Tierärztlichen Fakultät sicherzustellen sei. Einer von der PENNY-Expansion (Projekt Stutenanger) zu erwartenden Ablehnung dieser Erweiterung wird mit dem Argument begegnet, dass nicht der zu erweiternde periphere LIDL-Discounter, sondern der HIT-Markt am Bahnhof den innerörtlichen Haupt-Konkurrenten zum Ladenzentrum Stutenanger darstellen würde. Dies wird einmal mit der zunehmenden Angleichung der Sortimente von Discountern und Vollsortimentern begründet. Darüberhinaus wird den beiden integrierten Märkten HIT/Bahnhof und PENNY/Stutenanger dieselbe Zielgruppe der überwiegend zu Fuß und mit dem Rad einkaufenden Bürger zugeschrieben, denen eine andere Zielgruppe, die der in der Peripherie mit dem PkW einkaufenden Kunden gegenüber stünde.

Dieser Argumentation hält die PENNY-Expansion - u.E. zu Recht - entgegen, dass für preisorientierte Kunden nach wie vor ein Unterschied zwischen den Betriebsformaten Vollsortimenter und Discounter gemacht wird und bei dieser Zielgruppe eine Konkurrenz gerade zwischen den Discount-Formaten besteht. Beide Discounter richten sich - auch bei einer standortbedingten unterschiedlichen Verkehrsmittelwahl - an dieselbe Zielgruppe, i.e. die (auch, aber nicht ausschließlich) preisbewussten Bewohner der Gemeinde Oberschleißheim. Die Kunden des zukünftigen PENNY-Marktes sind nicht ausschließlich die Bewohner der Nachbarschaft, die den Markt zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufsuchen, sondern zu erheblichen Anteilen gerade auch solche Kunden, die mit dem PkW anfahren. In der 2007 durchgeführten Haushaltsbefragung gaben 53 % der Oberschleißheimer Kunden des Stutenanger-REWEs an, diesen (auch) mit dem PkW aufzusuchen (vgl. Tab. 9).

Für seine wirtschaftliche Zukunft benötigt der PENNY-Markt neben der fußläufig vorhandenen Nachbarschaft auch die ihren PkW nutzende Bevölkerung am Ort. Für letztere steht als Discounter-Alternative der gut mit dem PkW erreichbare LIDL-Standort zur Verfügung, seine Erweiterung würde zu Lasten des integrierten Stutenanger-Standortes gehen.

Für den bestehenden REWE-Vollsortimenter wurden 2018 die möglichen Kaufkraftumlenkungen einer LIDL-Erweiterung von 793 auf zunächst rund 1.000 qm Verkaufsfläche in einer entsprechenden Auswirkungsanalyse der BBE Handelsberatung auf 3-4 % quantifiziert. Wie hoch dieser Wert für a) eine nun im Raum stehende doppelt so hohe Verkaufsflächenerweiterung und b) für das Konkurrenzformat Discounter ausfallen könnte, soll hier nicht vertieft werden. Jedenfalls sähe sich die PENNY-Expansion bei der Genehmigung zusätzlicher Verkaufsflächen für einen oder gar beide der peripheren Discounter gezwungen, ihre auf Basis des Status-Quo durchgeführte Wirtschaftlichkeitsberechnung für das Stutenanger-Projekt neu zu rechnen. Das damit verbundene Risiko ihres Rückzugs und damit des

Ausfalls des einen noch für den Stutenanger verbliebenen potenziellen Lebensmittel-Filialisten sollte die Gemeinde nicht eingehen.

Im Hinblick auf das o.g. Risiko einer neuen Wirtschaftlichkeitsberechnung für das Stutenanger-Projekt kann der Gemeinde auch nicht am Erfolg einer derzeit von der Fa. ALDI anliegenden Klage auf formelle Unwirksamkeit des Bebauungsplans Gewerbegebiet V Sonnenstraße sowie der damit verbundenen Klage auf Genehmigung einer ihrer Ansicht nach dann nach §34 Abs. 3 BauGB möglichen Erweiterung des heute mit 972 qm schon großflächigen ALDI-Marktes auf 1.201 qm Verkaufsfläche gelegen sein.

Aus einer weiteren strategischen Erwägung heraus sollte die Gemeinde im Gewerbegebiet Sonnenstraße keine mit einem Verweis auf den kommenden Campus verbundene Erweiterung der Discoun-ter-Flächen befördern. Eine mit der Vielzahl kommender Studierenden begründete Bebauungs-planänderung könnte dazu führen, dass gerade damit einer Agglomeration ALDI-LIDL-Getränkemarkt eine "erheblich überörtliche" Raumbedeutung zugeschrieben würde, nachdem der Wohnort der Studierenden ja i.d.R. nicht am Ort selbst liegt. Dann wäre die Agglomeration einem Einzelhandels-großprojekt gleichzusetzen, welches nach den heute gültigen Kriterien des LEP (integrierte Lage mit Wohnanteil, maximal zulässige Kaufkraftabschöpfung bzw. Verkaufsfläche, vgl. Kap. 7.1) nicht zuläs-sig wäre. Somit wäre das geplante Projekt "Getränkemarkt im Gewerbegebiet Sonnenstraße" gefähr-det.

7 Fazit - Handlungsempfehlungen

Der in unserem letzten Einzelhandelsgutachten für Oberschleißheim festgestellte deutliche Ausfall von Einzelhandelsbetrieben von 2006 bis 2014, insbesondere von kleinflächigen inhabergeführten Geschäften, hat sich bis heute noch etwas fortgesetzt. Er betraf insbesondere den Alten Ortskern Schleißheim, in dem statt der 2006 noch 12 Betriebe heute nurmehr zwei Nahversorger ansässig sind, sowie Nebenzentren und Streulagen. Die Ladengruppe am Fohlgarten dagegen konnte sich trotz ihrer relativen Abseitslage stabilisieren, nachdem in ihr wichtige Funktionen des abrisssreifen, bald völlig leerstehenden Ladenzentrums Stutenanger Platz gefunden haben. In den Hauptzentren Bahnhof/HIT und Gewerbegebiet Sonnenstraße haben sich Branchenmix und Verkaufsflächen bis heute im wesentlichen nicht verändert.

Die 2007 grundsätzlich formulierten und 2014/15 weiter präzisierten gutachterlichen Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung des suburbanen Standorts Oberschleißheim im Spannungsfeld der Städte Dachau - München - Unterschleißheim haben auch mit Blick auf die aktuellen Einzelhandelsentwicklungen weiterhin Bestand. Dies gilt auch unter Berücksichtigung des während der Neuplanung des Ladenzentrums Stutenanger erfolgten konzeptionellen Wechsels von einem großflächigen Vollsortimenter zu einem Discounter mit 800 qm.

Die Errichtung eines Discounters anstelle des ursprünglich geplanten Vollsortimenters ist nicht als enttäuschende Abwertung des Ursprungskonzepts, sondern vielmehr als Chance zum Abschluss der Ortsmittenplanung einzuschätzen. Im Vergleich zum heute ansässigen Lebensmittelmarkt weist die Planung für den zukünftigen Markt eine größere Verkaufsfläche sowie erheblich verbesserte Parkmöglichkeiten auf. Die Nahversorgung für den westlichen Ortsteil Oberschleißheims bleibt gesichert und die Frequenzbringerfunktion für das neue, städtebaulich mit dem Bürgerplatz verbundene Ladenzentrum bleibt erhalten.

Um die noch anstehende Fertigstellung des neu konzipierten Ladenzentrums Stutenanger als zentralen Baustein der 2007 empfohlenen Ortsmittenplanung nicht zu gefährden bzw. seine Zukunftsfähigkeit nicht zu beeinträchtigen, behalten die 2014/15 formulierten Grundsätze weiterhin ihre Gültigkeit:

Außerhalb der bestehenden Zentren sowie der Gebiete, in denen die aktuellen Bebauungspläne Sortimente ohne Zentrenrelevanz erlauben, sind keine weiteren Areale für neue Einzelhandelsansiedlungen zu öffnen.

Die Ansiedlung eines Getränkemarktes im Gewerbegebiet Sonnenstraße stellt keine Gefährdung des neu projektierten Ladenzentrums am Stutenanger dar. Die Errichtung dieses v.a. auf PkW-Kunden zielenden Formates in räumlich-funktionaler Nachbarschaft zu den bestehenden Discounter-Märkten ("Verbundstandort") ist der Ausweisung eines neuen Solitärstandortes vorzuziehen. Die Ansiedlung weiterer zentrenrelevanter Sortimente sowie haushaltsorientierter Dienstleistungseinrichtungen jedoch ist an diesem peripheren Standort auszuschließen.

Unter der Voraussetzung einer nachhaltig erfolgreichen Konsolidierung des neuen Stutenanger-Zentrums kann der Standort HIT durch Betriebe ausgewählter zentrenrelevanter Non-Food-Branchen sowie Gastronomienutzungen auf dem Areal nördlich des HIT-Parkplatzes arrondiert werden.

Die Expansionsabteilung des neu im Stutenanger geplanten PENNY-Marktes geht mit den genannten Leitlinien d'accord. Sofern am Standort nördlich des HIT-Marktes keine weiteren Lebensmittel- oder Drogerieflächen entstehen, ist die Konkurrenz mit dem HIT-Verbrauchermarkt nicht nachteilig.

Den Ansinnen der beiden im Gewerbegebiet Sonnenstraße ansässigen Discount-Märkte zur Erweiterung ihrer Flächen auf knapp unter bzw. knapp über die heute für Nahversorger gültige Schwelle der Großflächigkeit (1.200 qm) sollte nicht entsprochen werden, da dies eine evtl. negativ ausfallende, und damit für die weitere Ortsmittenplanung erheblich riskante Neubewertung des geplanten Stutenanger-Projektes zur Folge hätte.

Aus Reihen der Gewerbetreibenden wird manche Frustration über die während der vergangenen Ortsmittenplanung gemachten Erfahrungen mit der Fa. REWE vernehmbar. Die daraus vereinzelt abgeleitete Formulierung aber, dass auf die Interessen der REWE (Immobilien Eigentümer) bzw. ihrer Tochter PENNY nun "keine Rücksicht mehr" genommen werden sollte bzw. bräuchte, kann keine Richtschnur der weiteren Kooperation mit den beteiligten Akteuren sein. Dem neuen Partner PENNY sollte unvoreingenommen die Chance gegeben werden, einen zukunftsfesten attraktiven Nahversorger zu entwickeln.

Im neuen, aus zwei Immobilien bestehenden Ladenzentrum Stutenager ist ein attraktives Bäckerei-Café anzusiedeln. Die notwendige Größe seiner Räumlichkeiten sollte mit schon vorab zu akquirierenden potenziellen Interessenten abgesprochen werden. Sollten sie im Raumprogramm der Discounter-Immobilie untergebracht werden können, wäre dann das Sortiment "Backwaren" im zweiten Gebäude auszuschließen, nachdem der Standort sich nur zur Realisierung einer entsprechenden Nutzung eignet.

Um einer evtl. zukünftigen unmittelbaren Konkurrenz des Lebensmittel-Discount-Marktes entgegenzuwirken, ist in der zweiten Immobilie der Ausschluss von Betrieben des Lebensmittelhandels über 300 qm Verkaufsfläche angezeigt. Außer mit diesem und dem o.g. evtl. angezeigten Sortiments-Ausschluss ist keine weitere planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsortimente in der zweiten Geschäftsimmobilie notwendig. Ihrer Eignerin kann somit insoweit eine weitgehende Flexibilität ermöglicht werden.

Zur Frage einer möglichen Ansiedlung von - insbesondere für eine Apotheke - kopplungsrelevanten Arztpraxen sind widersprüchliche Aussagen der lokalen Akteure zu vernehmen. Während einerseits von Schwierigkeiten berichtet wird, entsprechende Interessenten für das neue Ladenzentrum zu gewinnen, schätzen Unternehmer der Gesundheitsbranche das Potenzial für moderne Praxisräume als gegeben ein. Trotz des auf Landkreisebene bestehenden Neuzulassungsstops bestünde eine Nachfrage durch umzugswillige Ärzte. Es sollte daher geprüft werden, inwieweit der ursprüngliche Einzelhandels- und Gastronomiemix am Stutenanger durch neue Arztpraxen ergänzt werden kann.

Um die mit der Schließung des REWE-Marktes Ende Januar 2020 eintretende empfindliche Lücke in der Nahversorgung schließen, könnte die Gemeinde bzgl. einer Interims-Lösung an die Fa. BONUS (vgl. Kap. 5) herantreten. Falls sich die Immobilieneignerin REWE - ähnlich wie die IAZ-Eignerin in der Nachbargemeinde Unterschleißheim - bereit erklären würde, diesem gemeinnützigen Unternehmen die Räume zu einer reduzierten bzw. ganz entfallenden Kaltmiete zu überlassen, könnte die Nahversorgung bis zum Gebäudeabriss gesichert werden. Dies wird allerdings nicht ohne finanzielle Zuschüsse der öffentlichen Hand zu bewerkstelligen sein.

Zur Stärkung des Nebenzentrums Fohlgarten sollte in Kooperation mit der Eigentümergemeinschaft des Gebäudes eine verbesserte Sichtbarkeit seiner Ladengruppe und eine Verbesserung seiner Zuwegung in Angriff genommen werden.

Um die Zukunftsfähigkeit des letzten an der Alt-Schleißheimer Freisinger Str. noch verbliebenen Nahversorgers zu erhalten, ist - unter Berücksichtigung ggf. einschränkender Sonderbestimmungen an der B 471 - eine Umwidmung der dort bestehenden Parkbuchten in Kurzparkplätze angezeigt.

Bzgl. der Ansiedlung eines Getränkemarktes im Gewerbegebiet Sonnenstraße beschied die höhere Landesplanungsbehörde eine entsprechende Voranfrage im Februar 2018 negativ. Sie verwies auf eine ihrer Auffassung nach "überörtliche Raumbedeutsamkeit" der Agglomeration ALDI-LIDL-Getränkemarkt und somit ihrer Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt. Mit der Änderung des LEPs vom 01.03.2018 erfolgt die Einstufung einer Agglomeration als Großprojekt erst dann, wenn es sich um mindestens drei Betriebe (hier erfüllt) handelt, die "erheblich überörtlich raumbedeutsam" sind. Mit dem vorliegenden Gutachten konnte nachgewiesen werden, dass dies nicht der Fall ist. Somit unterliegt die Agglomeration ALDI-LIDL-Getränkemarkt nicht den landesplanerischen Erfordernissen an ein Großprojekt (Sondergebiet, städtebaulich integrierte Lage, begrenzte Kaufkraftabschöpfung) und der Getränkemarkt kann als einzeln zu betrachtender, nicht großflächiger Betrieb im als GE-Gebiet ausgewiesenen Gewerbegebiet Sonnenstraße grundsätzlich zugelassen werden.

Im Zuge der Diskussion über eine wohnortnahe Nahversorgung nannten die befragten Unternehmer eine Reihe von Problemen, die sich insbesondere für Ältere auf ihren Einkaufswegen ergeben. Angesichts des fortschreitenden demographischen Wandels ist der Erleichterung des zu-Fuß-Verkehrs für Ältere bzw. in ihrer Mobilität eingeschränkten Personen verstärkt Rechnung zu tragen. Gerade für Personen, die auf einen Rollator angewiesen sind, können schon einzelne Treppenstufen, nicht ausreichend instand gehaltene Gehwege, aber auch zu kurze Ampelschaltungen erhebliche Barrieren auf ihrem Einkaufsweg darstellen. Insbesondere vom bestehenden Seniorenheim aus sind sichere und barrierefreie Wege zu den wichtigsten Zielen der Nahversorgung bereit zu stellen. Entlang dieser Wege sollten in geeigneten Abständen Sitz- bzw. Ausruhmöglichkeiten installiert werden. Diese sollten so gestaltet werden, dass sie nicht - wie z.B. große Bänke mit ebener Sitzfläche - als Anlaufpunkt für störende Gruppen im öffentlichen Raum dienen, sondern vielmehr für kurze "Verschnaufspausen" genutzt werden können.

Angesichts der zunehmenden Konzentrationsprozesse im Einzelhandel und der überwiegenden PKW-Orientierung im Einkaufsverhalten kann mit Planungsinstrumenten der Kommunalpolitik keine flächendeckende Versorgung sämtlicher Siedlungsgebiete bzw. Ortsteile mit fußläufig erreichbaren Einrichtungen des Grundbedarfs sichergestellt werden. Somit gilt es, ggf. bestehende Defizite im ÖPNV zu identifizieren und ihn entsprechend zu optimieren. Darüberhinaus können und sollten innovative Nahverkehrskonzepte entwickelt werden. Hier sei nur auf das in Gauting vom dortigen Seniorenbeirat angestoßene Pilotprojekt "Mitfahrerbank" verwiesen: In Ergänzung zum ÖPNV wurden extra gekennzeichnete Bänke für ältere Bürger aufgestellt, die dann "per Anhalter" von vorbeikommenden Autofahrern zu ihren Einkaufszielen bzw. von dort zurück mitgenommen werden können.

Zu den Details einer optimierten Gestaltung innerörtlicher Einkaufswege kann die Expertise des Kranken- und Altenpflegevereins Oberschleißheim bzw. anderer mit den Mobilitätsproblemen von Senioren vertrauten Institutionen genutzt werden.

Sollte die Gemeinde den parallel zur Ortsmitteplanung eingeschlagenen Weg der sortimentspezifischen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen beibehalten und sollte es gelingen, die hier nur skizzierten Maßnahmen in Kooperation öffentlicher und gewerblicher Akteure umzusetzen, hat Oberschleißheim alle Chancen, eine angemessene Nahversorgung aufrecht zu erhalten.

Literaturverzeichnis

- BAYERISCHER VERWALTUNGSGERICHTSHOF (2012): Niederschrift über die mündliche Verhandlung des 2. Senats des Bayer. Verwaltungsgerichtshofs. In der Normenkontrollsache Jungheinrich AG gegen Gemeinde Oberschleißheim wegen Unwirksamkeit des Bebauungsplans Nr. 2 a "Gewerbegebiet östlich der ST 2342" am Donnerstag, den 18. Oktober 2012.
- BBE HANDELSBERATUNG (2011): Vorläufiges Gutachten zur Situation des Einzelhandels im Stadtgebiet der Stadt Unterschleißheim.
- BBE HANDELSBERATUNG (2018): Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017.
<http://www.stmwi.bayern.de>
- CIMA (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Dachau. Präsentation der Untersuchungsergebnisse. www.dachau.de
- EHI Retail Institute (2019): EHI handelsdaten aktuell 2019. Struktur, Kennzahlen und Profile des Handels in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Köln.
- GSK Stockmann Rechtsanwälte Notare (2017): Die Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben: Was ist nach der neuen Rechtsprechung noch zulässig? CoRE Handelsimmobilientag 26.10.2017
- HEINRITZ, G. / POPIEN, R. (2007): Einzelhandelsgutachten Oberschleißheim bei München: Stärken, Schwächen und Entwicklungsstrategien zum kommunalen Handlungsschwerpunkt "Die eigene Mitte finden und gestalten". Lehrstuhl für Geographie, Universität München / Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- HEINRITZ, G. / POPIEN, R. (2012): Einzelhandelsgutachten Erding 2012. Fortschreibung der Einzelhandelsgutachten 1999 und 2004. Ludwig-Maximilians-Universität München, Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- LANDRATSAMT MÜNCHEN (2018): Sozialraumanalyse 2018 für den Landkreis München. München
- LHM (2019) = Landeshauptstadt München Referat für Stadtplanung und Bauordnung: Perspektive München. Demografiebericht München - Teil 2. Kleinräumige Bevölkerungsprognose 2017 bis 2040 für die Stadtbezirke.
- NIELSEN (2019) = www.nielsen.com/de/de/insights
- POPIEN, R. (2014/2015): Fortschreibung Einzelhandelsgutachten Oberschleißheim - Einzelhandelsvorhaben in Gewerbegebieten - Risiken für die "Neue Ortsmitte"? Erarbeitung einer ortsspezifischen Liste zentrenrelevanter Sortimente. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie.
- POPIEN, R. (1995): Ortszentrenplanung in Münchens Suburbia - wie attraktiv sind die "neuen Ortsmitten"? Passau (= Münchener Geographische Hefte 73).
- POPIEN, R. (2007): "Neue Ortsmitte" Kirchheim-Heimstetten. Chance für die Gemeinde - Risiko für das Räter-Zentrum? Fachgutachterliche Stellungnahme im Auftrag der Familie Humplmayr. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2008): Einzelhandelsgutachten Neubiberg bei München: Stärken, Schwächen und Entwicklungsstrategien bez. des Planvorhabens "Einzelhandelszentrum Bahnhofplatz" - eine Chance für die Ortsmitte? Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.

- POPIEN, R. (2012): Siedlungserweiterung "Vivamus". Überplanung Angebots- und Ladenstruktur. Fachgutachten zur Ortsentwicklungsplanung des Neubiberger Ortsteils Unterbiberg. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2014): Fortschreibung Einzelhandelsgutachten Neubiberg - Planvorhaben "Erweiterung Lebensmittelmarkt Äußere Hauptstr." - ein Risiko für die Ortsmitte? Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2012): Hohenlinden: Teilfortschreibung Einzelhandelsgutachten. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2013): Ortsentwicklungsplanung Buch a. Erlbach. Fachgutachterliche Stellungnahme zu den Dispositionen ortsansässiger Einzelhandelsunternehmen. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2014): Fachgutachterliche Stellungnahme: Neue Einzelhandelsagglomeration im Erdinger Gewerbegebiet West - Chancen für den Einzelhandelsstandort Erding - Risiko für die Innenstadt? Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2015): Einzelhandels- und Zentrenentwicklung Kirchheim - Maßnahmenempfehlungen zur Stärkung des Alten Ortskerns. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2016): Planung SO-Gebiet in Kirchheim, Heimstettener Zentrum (Räter Einkaufszentrum - REZ): Fachgutachten zu den möglichen Auswirkungen einer Erweiterung des REZ-Lebensmittelmarktes auf den Einzelhandel, die zentralen Versorgungsbereiche sowie die verbraucher-nahe Versorgung im Einzugsbereich des REZ. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie.
- POPIEN, R. (2018): Mögliche Auswirkungen einer Revitalisierung und Erweiterung des Isar Centers Ottobrunn auf die Nahversorgungszentren der Gemeinde Neubiberg. 2. Verfahrensschritt: Stellungnahme zum überarbeiteten Bebauungsplan „Isar-Center“ und zur überarbeiteten Auswirkungsanalyse der BBE. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2018): Fortschreibung Einzelhandelsgutachten Bad Kötzing. Erarbeitung einer Bad Kötztlinger Liste innenstadtrelevanter Einzelhandelssortimente. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- POPIEN, R. (2018): Einzelhandels- und Ortsteilentwicklung Stephanskirchen - Maßnahmenempfehlungen zur Stärkung der Nahversorgung. Popien und Partner Wirtschaftsgeographie, München.
- PLANUNGSVERBAND ÄUSSERER WIRTSCHAFTSRAUM MÜNCHEN / POPIEN (2006): Der Einzelhandelsstandort Schäftlarn im Isartal. Stärken, Schwächen und Entwicklungspotenziale.
- PV (2018) = PLANUNGSVERBAND ÄUSSERER WIRTSCHAFTSRAUM MÜNCHEN: Gemeinde Oberschleißheim, Landkreis München. Gemeindedaten. ausführliche Datengrundlagen 2017
- STADT LAND VERKEHR (2014): Gemeinde Oberschleißheim. Verkehrsanalyse 2014. Erster Bericht.
- diverse Berichte folgender Nachrichtenmedien:
- schleissheimer-zeitung.de
- sueddeutsche.de/muenchen/landkreismuenchen
- merkur.de/lokales