

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

In der Stadt Friedberg ist die Ansiedlung eines Outdoor-Fachmarktes am Standort Augsburgener Straße / Hans-Seemüller-Straße geplant. Die geplante Verkaufsfläche des Fachmarktes beträgt maximal 3.600 m². Das Sortiment des Outdoor-Fachmarktes setzt sich zusammen aus Bekleidung, Schuhen, Sport- und Campingartikeln.

Das Vorhaben „Outdoor-Fachmarkt“ ist keine typische Betriebsart. Es kann weder dem klassischen Sportsegment noch dem Bereich Bekleidung und/oder Schuhe eindeutig zugeordnet werden. Es handelt sich dabei vielmehr um eine „Mischform“ unterschiedlicher Anbietertypen.

Es werden sowohl deutlich dem Sportsegment zuzuordnende Waren verkauft (z. B. Sportgeräte) als auch Artikel, welche in durchschnittlichen Bekleidungs- und Schuhfachgeschäften und -fachmärkten erworben werden können (z. B. Streetwear, Jacken). Der geplante Outdoor-Fachmarkt stellt somit nicht nur einen Wettbewerber für klassische Sportfachmärkte dar, sondern auch für typische Bekleidungs- und Schuhfachmärkte wie u. A. C&A, H&M oder Deichmann. So werden bei diesen Anbietern bspw. Multifunktionsjacken – welche bei Sortimentserfassungen i. d. R. dem Sportsegment zugeordnet werden – gleichermaßen angeboten wie Leder- oder Daunenjacken. Sie finden heute weniger den Einsatz im Sport, sondern sind vielmehr einer modischen Ausrichtung im Alltag zuzuordnen. Der Übergang zwischen Sport- und Bekleidungswaren ist hier fließend, abschließend obliegt die Entscheidung dem Kunden, ob er diese Artikel im Sport- oder Bekleidungsfachhandel erwirbt. Tatsächlich werden Produkte dieser Art heute jedoch in unterschiedlichen Fachgeschäften oder -märkten bzw. Warenhäusern eingekauft.

Eine Auswirkungsanalyse, welche lediglich den Sortimentsbereich Sport betrachtet und den geplanten Outdoor-Fachmarkt entsprechend als Wettbewerber nur für den Sportfachhandel identifiziert, wird der Planung in Friedberg nicht gerecht, da – wie oben beschrieben – nicht nur eindeutig dem Sportsegment zuzuordnende Artikel angeboten werden. Daher nimmt die GMA im Rahmen der Untersuchung eine Gliederung in die drei Teilsortimente Sportartikel und -geräte, Bekleidung sowie Schuhe vor. Die von der GMA an dieser Stelle vorgenommene Untergliederung nimmt hierbei sämtliche Wettbewerber in den Blick, welche von möglichen Umsatzumverteilungen betroffen sein könnten und ist entsprechend sachgerecht.

Nach Angaben des Auftraggebers liegt nach für den Standort kein Bebauungsplan vor, sodass sich der Standort im unbeplanten Innenbereich befindet. Die Zulässigkeit des Vorhabens bemisst sich daher ausschließlich nach § 34 BauGB.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Punkte zu bearbeiten: