



Dr. Heider
Standort- und
Wirtschaftsberatung

Dr. Heider
Standort- und Wirtschaftsberatung GmbH
Bismarckstraße 5 86159 Augsburg
Tel ++49-(0)821/52 78 53
Fax ++49-(0)821/52 29 87
www.heider-swb.de
info@heider-swb.de

MARKT MERING

Überprüfung der 'Zentren-/Ortsmitte-relevanz' des
Sortimentsbereichs 'Baby- und Kinderausstattung'



Augsburg, den 19. August 2021

MARKT MERING

Überprüfung der 'Zentren-/Ortsmitte(n)relevanz' des Sortimentsbereichs
'Baby- und Kinderausstattung'

Auftraggeber: Markt Mering
Kirchplatz 4
86415 Mering

Projektleitung: Dr. Manfred Heider
Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. (Univ.) Herbert Brunner

Ausführung: August 2021

Die vorliegende Untersuchung unterliegt dem deutschen Urheberrecht. Verwendung, Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung, die Bereitstellung im Internet u.ä. von einzelnen Inhalten oder des gesamten Werkes sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Nutzungs- und Urheberrechte verbleiben bei der Dr. Heider Standort- und Wirtschaftsberatung GmbH. Die enthaltenen Karten und Daten sowie etwaig zu Layoutzwecken enthaltene Signets und Logos können urheberrechtlich geschützte Inhalte umfassen, deren Nutzungsrechte keine Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung zulassen. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder Separierung von Teilen des Gutachtens löst das vollständige Haftungsrisiko gegenüber etwaigen Ansprüchen Dritter aus. Bei Nichtbeachtung dieser Regelungen ist der Verursacher für daraus entstehende oder auftretende Urheberrechtsverletzungen und deren Ansprüche ebenso wie für die Abwehr und die daraus entstehenden Kosten von Urheberrechtsansprüchen verantwortlich.

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Vorgehen	4
2	Einzelhandelssituation in der Ortsmitte Merings	6
3	Marktsituation/-bedingungen im Sortimentsbereich 'Baby- und Kinderausstattung'	8
4	Einzelhandelsangebot im Sortimentsbereich 'Baby- und Kinderausstattung' in Mering	11
5	Städtebauliche Bedeutung des Sortimentsbereichs 'Baby- und Kinderausstattung' in Mering	13
6	Zusammenfassung, Fazit	15
	Anhang: Aktualisierte Sortimentsliste	16

1 Aufgabenstellung und Vorgehen

Im Einzelhandelskonzept des Marktes Mering v. 15.11.2011 wurden für eine gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zum Schutz und zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte die für die Ortsmitte wichtigen und zu deren Schutz bzw. Stärkung geeigneten Warenangebote als 'zentren-/ortsmittenrelevante Sortimente' definiert. Diese Festsetzungen wurden Bestandteil von Bebauungsplänen, um in deren Geltungsbereich die dortige Einzelhandelsentwicklung an den Erfordernissen der Ortsmitte auszurichten.

Nach über zehn Jahren Erfahrung mit den Einzelhandelsfestsetzungen zu Schutz und Entwicklung der Ortsmitte zeigt sich, dass im Sortiment 'Baby- und Kinderausstattung' in der Ortsmitte keine Weiterentwicklung stattfand. Auch gesamtörtlich erfolgte keine Stärkung, dieses bereits 2011 nur in geringem Umfang in Mering vertretenen Sortimentsbereiches. Der einzige Fachanbieter am Ort, die 'Meringer Kinder-ecke' am Fuchsberg, befindet sich in solitärer Einzelhandelslage am Rand der Ortsmitte Merings in einem weder vom Standort noch der Ladengröße her marktgerechten Geschäft.

Vor diesem Hintergrund und um eine gesamtörtlich geeignete Entwicklung in diesem Sortiment zu ermöglichen, sollte die vorliegende Einstufung der 'Zentren-/Ortsmittenrelevanz' von 'Baby- und Kinderausstattung' in Mering geprüft werden. Hierzu erfolgte für das Sortiment 'Baby- und Kinderausstattung' eine aktuelle Bewertung der Bestandsstruktur sowie der Etablierbarkeit und Eignung des Sortimentes für den 'zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte' in Mering. Dies erforderte die Erfassung und Bewertung der lokalen Situation sowie die Klärung etwaiger Veränderungen in der Branche seit 2011. Die zu beantwortende Frage lautete, ob die Veränderungen im Einzelhandel, z.B. bei Betriebstypen, Anforderungen und Einkaufsgewohnheiten, im Sortimentsbereich 'Baby- und Kinderausstattung' unter den aktuellen und absehbaren Bedingungen ggf. zu einer neu zu bewertenden 'Zentren-/Ortsmittenrelevanz' von 'Baby- und Kinderausstattung' führen.

Vorliegende Stellungnahme soll somit der grundsätzlichen Klärung der Zuordenbarkeit bzw. ggf. auch Nicht-Zuordenbarkeit des Sortimentes 'Baby- und Kinderausstattung' zur 'Zentren-/Ortsmittenrelevanz' unter den aktuellen und sich abzeichnenden Markt- und Standortrahmenbedingungen dienen. Es ist keine gutachterliche Stellungnahme zur Klärung der Verträglichkeit und Auswirkungen in städtebaulicher, landesplanerischer oder einzelhandelsstruktureller Hinsicht eines konkreten Vorhabens.

Die Arbeitsschritte im Einzelnen:

- ▶ Erfassung und Einschätzung der Einzelhandelssituation der Ortsmitte unter versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Kriterien
- ▶ Erfassung des Angebotes bei 'Baby- und Kinderausstattung' in Mering
- ▶ Kurzanalyse Marktentwicklungen im Einzelhandel für Baby- und Kinderausstattung und Konsequenzen für die Zentren-/Ortsmitte-Relevanz des Baby- und Kinderausstattungssortiments
- ▶ Bewertung der '(Zentren-)Ortsmitte-Relevanz' von 'Baby- und Kinderausstattung'
- ▶ Zusammenfassung, Fazit

2 Einzelhandelssituation in der Ortsmitte Merings

Laut Einzelhandelskonzept des Marktes Mering v. 15.11.2011 wird die Ortsmitte, als der 'zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte' von Mering räumlich folgendermaßen definiert: "... Die Ortsmitte von Mering erstreckt sich entlang der Münchener und Augsburger Straße. Im Süden wird diese in etwa von der Bahnunterführung, im Norden auf Höhe Färbergasse abgegrenzt. Im Mittelbereich weitet sich die Ausdehnung der Ortsmitte durch die Einbeziehung verschiedener öffentlicher/sozialer/kirchlicher Einrichtungen speziell in östlicher Richtung aus. Der westliche Bereich der Ortsmitte wird durch die Abgabelung der Paar begrenzt. Die innerörtliche Hauptgeschäftslage als zusammenhängender, kompakter Einzelhandelsbereich beschränkt sich auf den inneren Teil der Ortsmitte entlang der Münchner Straße (ab den Bahngleisen) über den Marktplatz bis zum Beginn der Augsburger Straße. Auch die östlich angrenzende Bgm.-Wohlgeschaffenstraße bis zum Kirchplatz zählt hinzu. Hier ist ein Großteil der innerörtlichen Einzelhandelsbetriebe angesiedelt ..."¹

Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte, Ausschnitt aus Karte Standortkonzept des Einzelhandelskonzepts 2011¹



Die Meringer Ortsmitte (= zentraler Versorgungsbereich) stellt, nach wie vor einen vergleichsweise vielfältig besetzten und funktionierenden Einzelhandels- und Wirtschaftsstandort dar – trotz einiger Leerstände in der Hauptgeschäftslage und der Schließung von Mode Seiler, als ehemals bedeutender Ortsmittenbetrieb in der Hauptgeschäftslage, sowie des Wegfalls des Sportfachmarktes Intersport Steinbrecher am südlichen Ende der Meringer Ortsmitte. Die Funktionsfähigkeit der Ortsmitte kann insbesondere deshalb festgestellt werden, da zusätzlich zu den bestehenden Einzelhandelsbetrieben ein vielfältiges ergänzendes Angebot aus Dienstleistern, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen die Ortsmitte kennzeichnet. Mit Ausnahme des leerstehenden Ladenlokals von Mode Seiler, handelt es sich bei den

¹ Dr. Heider: Einzelhandelsanalyse und Standortkonzept Einzelhandel für den Markt Mering - Gesamtörtliches Standortkonzept des Einzelhandels mit Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche – v. 15.11.2011, S. 37

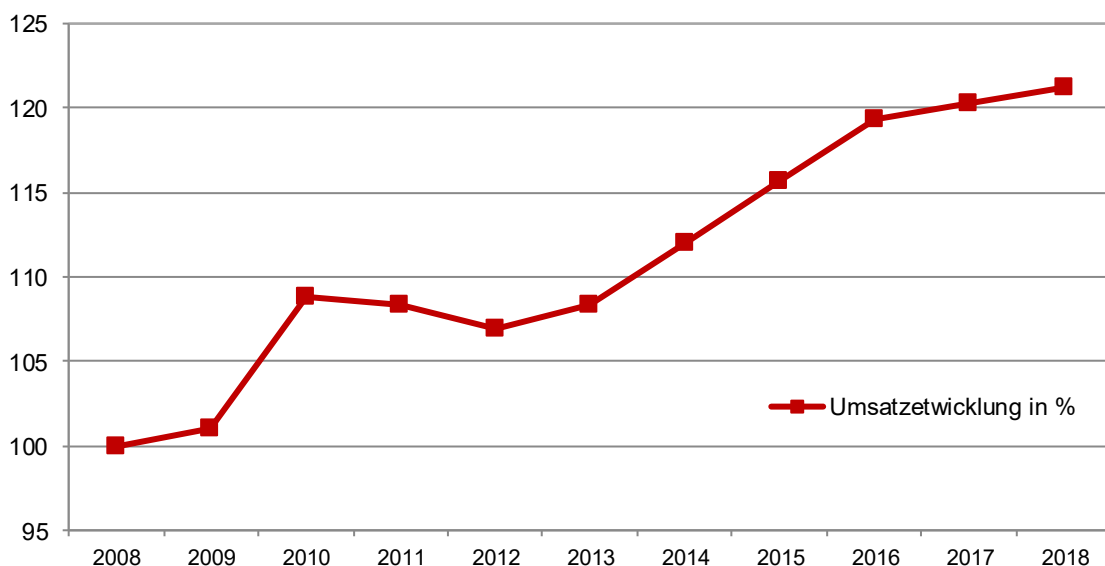
Leerständen um kleine Ladeneinheiten, mit deutlich eingeschränkter Marktfähigkeit für leistungsfähige Fachgeschäfte.

- **Die Meringer Ortsmitte stellt nach wie vor einen vielfältig besetzten und funktionierenden Einzelhandels- und Wirtschaftsstandort im dicht besetzten Augsburger Umland dar. Die vorliegenden Leerstände weisen überwiegend eine eingeschränkte Marktfähigkeit für leistungsfähige Fachgeschäfte auf.**

3 Marktsituation/-bedingungen im Sortimentsbereich 'Baby- und Kinderausstattung'

Der **Einzelhandel mit Baby- und Kinderausstattung** ist nach mehreren schwierigen Jahren zwischen 2010 und 2012/2013 seither wieder von einem deutlich erkennbaren Aufwärtstrend geprägt. Seit 2012 stieg der Jahresumsatz im deutschen Markt für Baby- und Kinderausstattung von ca. 6,5 Mrd. € auf ca. 7,3 Mrd. € (in 2018), d.h. um ca. 12,3%. Zwischen 2008 und 2018 ist sogar ein Umsatzwachstum von ca. 21,3% festzustellen. Der anhaltende Babyboom in Deutschland stabilisiert sich weiter auf hohem Niveau und sorgt für Rückenwind bei Baby- und Kinderausstattern. Wichtige Gründe hierfür sind/waren die gute Beschäftigungslage sowie die sich zunehmend verbessernden Möglichkeiten, Kinderkriegen/-erziehung und Beschäftigung zu vereinbaren. Analysten erachten es für möglich, dass sich das teils hohe Marktwachstum der letzten Jahre aufgrund der zuletzt weniger starken Zuwachsraten, aber auch unter Berücksichtigung der nach wie vor laufenden Corona-Pandemie und ihrer Folgen, nicht weiter fortsetzen wird, sondern vielmehr eine Stabilisierung zu erwarten ist.²

Umsatzentwicklung im deutschen Markt für Baby- und Kinderausstattung 2008-2018
(2008=100%)



Quellen: statista.com, Datenabfrage v om 13.08.2021; eigene Berechnungen, Dr. Heider 2021

² Vgl. www.toys-kids.de/industrie-handel.html?topic_id=940; Abruf vom 16.08.2021.

Innerhalb des **Marktes für 'Baby- und Kinderausstattung'** bleibt einer der wesentlichen Entwicklungen, der Trend zu leichten und kompakten Kinderwagen, ungebrochen. Allen voran sind Quickfolder, als sehr einfach zusammenklappbare Kinderwagen, stark nachgefragt. Sog. Selbstfalter-Modelle falten sich sogar auf Knopfdruck automatisch zusammen und stellen sich ebenso wieder auf. Eine echte Innovation in diesem Bereich ist zudem der E-Kinderwagen. Dieser hat eine elektronische Antriebshilfe und wird mit einem Akku betrieben. 2018 kauften die Deutschen insgesamt 837.052 Kinderwagen (inkl. Buggys); das entspricht einem Plus von 1,6 % gegenüber dem Vorjahr. Auch der Markt für Autokindersitze konnte ein leichtes Plus verzeichnen: 2018 wurden in Deutschland rund 2,5 Millionen Autokindersitze abgesetzt – das sind 1,8 % mehr als im Vorjahr. Bei Spielzeug für die Kleinsten konsolidierte sich der Markt nach einem vorhergehenden Rückgang wieder; während der Spielwaren-Gesamtmarkt in 2018 sich lediglich stabil entwickelte, konnte der Umsatz bei Spielzeug für unter 3-Jährige um 2,4 % zulegen.³

Hinsichtlich der **Anbieter- und Preisstruktur** ist anzuführen, dass preisattraktive Vertriebsformen an Bedeutung zulegen und zunehmend die Marktpreise drücken. Durch einen insgesamt sehr hohen Wettbewerb mit einer Vielzahl an Anbietern und unterschiedlichen Vertriebsformen werden – gerade auch unter Berücksichtigung des auch in diesem Bereich wachsenden Onlinehandels – die Preise weiter gedrückt. Eltern kaufen zunehmend preisbewusst – die durchschnittlichen Ausgaben pro Kind sanken daher laut Angaben des IFH Köln von rund 760 Euro im Jahr 2017 auf rund 750 Euro im Jahr 2018.⁴ Prognosen gehen daher davon aus, dass das hohe Marktwachstum der letzten Jahre bald zu einem Ende kommen könnte.

Der Zukunftsausblick des 'Handelsszenario 2020' des IFH Köln zeigte klar, dass der **Onlinehandel** – dies gilt allgemein für den Einzelhandel, aber auch für den Bereich 'Baby- und Kinderausstattung' – in den letzten Jahren nicht nur bereits stark gewachsen ist, sondern weiter an Bedeutung gewinnen wird und der stationäre Handel zunehmend unter Druck gerät. Deutlich macht dies u.a. die Insolvenz der bekannten und lange Zeit sehr beliebten Spielwarenkette Toys R Us. Das Umsatzvolumen mit 'Baby- und Kinderausstattung' im Onlinehandel betrug 2018 bereits rund 27 Prozent des Gesamtvolumens – womit dieser Angebotsbereich zu den stärksten vom Onlinehandel vereinnahmten Einzelhandelsbranchen gehört. Der überwiegende Teil davon wird durch sog. Internet-Pure-Player wie v.a. Amazon sowie auch ursprüngliche Katalogversender, die heute online anbieten, generiert.⁵

³ Vgl. Pressegespräch des Handelsverbandes Spielwaren (BVS) zur Fachmesse Kind + Jugend am 3. September 2019 in Köln.

⁴ Vgl. Pressemitteilung des IFH Köln vom 12. November 2019.

⁵ Vgl. www.toys-kids.de/industrie-handel.html?topic_id=940; Abruf vom 16.08.2021.

- ➡ **Die Marktentwicklung im Bereich 'Baby- und Kinderausstattung' zeigt gegenüber der Situation von 2011 erhebliche Veränderungen. Nicht zuletzt unter dem gewachsenen Druck des Onlinehandels werden attraktive Verkaufsflächen in zeitgemäßen Größen zur Präsentation eines möglichst breiten Sortiments für zukunftsfähige stationäre Betriebe unerlässlich. Für Anbieter auf kleinen Flächen, welche nicht die aus Kundensicht erwartete Auswahl bieten, oder Standortlagen, welche nicht den Kundenerwartungen hinsichtlich bequemer Erreichbarkeit und Abtransportierbarkeit der überwiegend großteiligen Waren (Kinderwagen, Autokindersitze) entsprechen, wird es im hart umkämpften Markt zunehmend schwieriger tragfähige Umsätze zu erzielen und den Betrieb zu erhalten.**

4 Einzelhandelsangebot im Sortimentsbereich 'Baby- und Kinderausstattung' in Mering

- ▶ Bei Erstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Mering im Jahr 2011 gab es ein Fachgeschäft für das Sortiment 'Baby- und Kinderausstattung' (Meringer Kinderecke) in Randlage der Ortsmitte Merings. Hinzu kamen einzelne, kleinere Nebensortimente von Betrieben in Gewerbegebietslage in Mering-St. Afra (u.a. NKD, Tedi).
- ▶ Nach einem im August 2021 vorgenommenen Besatzcheck des Meringer Einzelhandels im Bereich 'Baby- und Kinderausstattung' hat sich die Angebotssituation seither nicht bzw. zumindest nicht nennenswert verändert.
- ▶ Die Meringer Kinderecke, mit seinem insbesondere auf großformatige Baby-/Kinderartikel, wie Kinderwägen, Babyschalen, Autositze und Hochstühle, spezialisiertem Angebot⁶, verfügt über eine hohe Sortimentskompetenz.
- ▶ Die 'Meringer Kinderecke' am Fuchsberg in der Ortsmitte Merings lässt aufgrund seiner aus Einzelhandelssicht nur wenig attraktiven, solitären Standortlage im nicht frequentierten, südlichen Randbereich der Ortsmitte nur eine recht eingeschränkte Marktfähigkeit und Zukunftsperspektive erwarten. Neben den bestehenden, schwierigen Standortrahmenbedingungen ist in diesem Zusammenhang auf die auch im Bereich 'Baby- und Kinderausstattung' zunehmende Bedeutung des Onlinehandels hinzuweisen. Um weiterhin am Standort Mering festhalten zu können, bestehen daher Überlegungen der 'Meringer Kinderecke' an einen aus Einzelhandels Gesichtspunkten / wirtschaftlicher Sicht deutlich attraktiveren Standort in Fachmarktlage außerhalb der Ortsmitte zu wechseln. Mit dem Umzug wäre eine deutlich attraktivere Präsentation des Warenangebotes auf mehr Fläche möglich, womit heutige Kundenansprüche besser erfüllt werden könnten.
- ▶ Für einen zeitgemäßen Fachanbieter aus dem Bereich 'Baby- und Kinderausstattung' mit einem möglichst anziehungsstarken Fachangebot ist die aktuelle Verkaufsfläche der 'Meringer Kinderecke' – gerade unter den bestehenden Standort- und Marktbedingungen (Stichworte: abseitige Lage, weiter wachsender Onlinehandel) – sehr knapp bemessen. Nach vorliegender Einschätzung wird eine Vergrößerung des Betriebes sowie eine den Marktanforderungen dieses Sortimentsbereiches entsprechende Situierung unverzichtbar, wenn in Mering im hart umkämpften Markt für 'Baby- und Kinderausstattung' ein Angebot erhalten bleiben soll. Kunden ist neben Fachkompetenz und gutem Service, einer Kernkompetenz des Betriebes Meringer Kinderecke, heutzutage v.a. auch

⁶ Hinzu kommen u.a. Kinderrucksäcke.

ein breites vor-Ort-Angebot wichtig. Nur so bleibt neben bzw. anstatt eines bequemen Onlineeinkaufs von Zuhause aus ein Einkauf im stationären Handel vor Ort interessant.

- ➔ **Das Angebot an 'Baby- und Kinderausstattung' ist in Mering, wie bereits 2011, als sehr begrenzt einzustufen. Einziger Fachanbieter am Standort ist die Meringer Kinderecke im Randbereich der Ortsmitte. Dieser Anbieter entspricht, aufgrund seiner begrenzten Ladenfläche wie auch vom Standort und der Erreichbarkeit her, nicht den branchenüblichen Anforderungen und ist als kaum zukunftsfähig einzustufen. Für einen Erhalt des Anbieters wird eine sortiments- und kundenentsprechende Vergrößerung des Angebotes und dessen Präsentationsfläche sowie eine attraktivere Situierung des Geschäftes unverzichtbar, um in Mering ein Angebot im Sortimentsbereich 'Baby- und Kinderausstattung' erhalten zu können.**

5 Städtebauliche Bedeutung des Sortimentsbereichs 'Baby- und Kinderausstattung' in Mering

Für die Bewertung der städtebaulichen Bedeutung des Sortimentsbereichs 'Baby- und Kinderausstattung' ist entscheidend, inwieweit eine Bedeutung bzw. ein Auswirkungspotenzial auf städtebaulich relevante Versorgungsstrukturen, hier die Ortsmitte in Mering, besteht. Die Einstufung vorliegender oder nicht vorliegender 'Zentren-/Ortsmittenrelevanz' von 'Baby- und Kinderausstattung' folgt der konkreten städtebaulichen Situation auf Gemeindeebene.

Zur Bewertung der städtebaulichen Einstufung von 'Baby- und Kinderausstattung' in Mering dienen

- die räumliche Bestandsstruktur in Mering,
- die Etablierbarkeit im 'zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte',
- die Bewertung des Sortimentes für die Funktionsfähigkeit und Attraktivität des 'zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte'.

Räumliche Bestandsstruktur und Etablierbarkeit im 'zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte'

Die Meringer Kinderecke ist der einzige Fachanbieter im Bereich 'Baby- und Kinderausstattung' in Mering. Der Betriebsstandort befindet sich in Ortsmittenrandlage. Aufgrund der vorliegenden Standort- und Marktbedingungen ist ein zukunftsfähiger Weiterbetrieb am Bestandsstandort jedoch mehr als fraglich. Um am Standort Mering festhalten zu können, ist eine Standortverlagerung an einen besser geeigneten Standort und ein marktfähiges Ladengeschäft plausibel erforderlich. Die Standortanforderungen eines den derzeitigen und absehbaren Marktbedingungen entsprechenden zukunftsfähigen Fachanbieters im Bereich 'Baby- und Kinderausstattung', mit entsprechend geeigneten Entwicklungsflächen oder Flächenangeboten, liegen in der Ortsmitte, weder vor, noch sind diese erkennbar.

Bewertung des Sortimentes für die Funktionsfähigkeit und Attraktivität des 'zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte'

Analog zur Sortimentseinstufung des Einzelhandelskonzeptes 2011 sind auf kommunaler Ebene des Marktes Mering folgende Merkmale für zentren-/ortsmittenrelevante Sortimente relevant:

- ▶ Sie ziehen üblicherweise viele Besucher / Kunden an.
- ▶ Sie haben oftmals einen eher geringen Flächenanspruch und können somit auch von kleinteiligen Fachgeschäften wirtschaftlich angeboten werden.
- ▶ Sie werden häufig mit anderen Nutzungen in der Ortsmitte nachgefragt.
- ▶ Sie können überwiegend ohne Pkw transportiert werden, d.h. die Waren lassen sich auch gut per Hand / in Einkaufsstüben transportieren.

Die deutlich gewachsenen und prognostizierbar weiter ansteigenden Flächenansprüche für tragfähige Betriebe im Bereich 'Baby- und Kinderausstattung', die eher unterdurchschnittlich ausgeprägten Kopplungserledigungen mit anderen Einkäufen sowie die im Verhältnis zu den Flächenansprüchen relativ geringen Kundenzahlen sprechen gegen eine 'Zentren-/Ortsmittenrelevanz' des Sortimentsbereichs. Dagegen spricht auch die überwiegende Großvolumigkeit der Waren (Autokindersitze, Kinderwagen und Hochstühle), welche zu überwiegend pkw-orientierten Einkäufen führt. Unter den aktuellen und absehbaren Sortimentsausprägungen ist festzustellen, dass 'Baby- und Kinderausstattung' für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte keine besondere Eignung und prägende Bedeutung aufweist.

- ☞ **Unter Wertung der städtebaulichen Gegebenheiten in Mering, der Anforderungen eines marktgerechten Betriebes sowie der Bedeutung des Sortimentes 'Baby- und Kinderausstattung' für die Funktionsfähigkeit und Attraktivität des 'zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte' kann 'Baby- und Kinderausstattung' weit überwiegend als 'nicht-ortsmittenrelevant' eingestuft werden.**

6 Zusammenfassung, Fazit

- ▶ In der 2011 erstellten "Einzelhandelsanalyse und Standortkonzept Einzelhandel für den Markt Mering – Gesamtörtliches Standortkonzept des Einzelhandels mit Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche" fand, neben einer Abgrenzung des 'zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte' und weiterer, aus städtebaulichen Gründen definierten Standortlagen, auch eine Einordnung der Einzelhandelsortimente/-sortimentsbereiche hinsichtlich ihrer 'Ortsmittenrelevanz' statt. Auf Basis der bestehenden Standortrahmenbedingungen in Mering wie auch der generellen Marktbedingungen wurde dabei 'Baby- und Kinderausstattung' als 'zentren-/ortsmittenrelevant' eingestuft. 'Baby- und Kinderausstattung' sollten demgemäß dem 'zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte' vorbehalten bleiben.
 - ▶ Die Marktentwicklung im Bereich 'Baby- und Kinderausstattung' zeigt gegenüber der Situation von 2011 erhebliche Veränderungen. Nicht zuletzt unter dem gewachsenen Druck des Onlinehandels werden attraktive Verkaufsflächen in zeitgemäßen Größen zur Präsentation eines möglichst breiten Sortiments für zukunftsfähige stationäre Betriebe unerlässlich. Für Anbieter auf kleinen Flächen, welche nicht die aus Kundensicht erwartete Auswahl bieten, oder Standortlagen, welche nicht den Kundenerwartungen hinsichtlich bequemer Erreichbarkeit und Abtransportierbarkeit der überwiegend großteiligen Waren (Kinderwagen, Autokindersitze) entsprechen, wird es im hart umkämpften Markt zunehmend schwieriger tragfähige Umsätze zu erzielen und den Betrieb zu erhalten.
 - ▶ Das Angebot an 'Baby- und Kinderausstattung' ist in Mering, wie bereits 2011, sehr begrenzt. Einziger Fachanbieter am Standort ist die Meringer Kinderecke im Randbereich der Ortsmitte. Dieser Anbieter entspricht, aufgrund seiner begrenzten Ladenfläche wie auch vom Standort und der Erreichbarkeit her, nicht den branchenüblichen Anforderungen und ist als kaum zukunftsfähig einzustufen. Für einen Erhalt des Anbieters wird eine sortiments- und kundenentsprechende Vergrößerung des Angebotes und dessen Präsentationsfläche sowie eine attraktivere Situierung des Geschäftes unverzichtbar, um in Mering ein Angebot im Sortimentsbereich 'Baby- und Kinderausstattung' erhalten zu können.
 - ▶ Unter Wertung der städtebaulichen Gegebenheiten in Mering, der Anforderungen eines marktgerechten Betriebes im Sortiment sowie der Bedeutung des Sortimentes 'Baby- und Kinderausstattung' für die Funktionsfähigkeit und Attraktivität des 'zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte' kann 'Baby- und Kinderausstattung' weit überwiegend als 'nicht-ortsmittenrelevant' eingestuft werden.
- ☞ **Nach Bewertung der aktuellen Situation sprechen weit überwiegende Gründe gegen eine Einstufung des Bereiches 'Baby- und Kinderausstattung' als 'zentren-/ortsmittenrelevant' in Mering. Der Sortimentsbereich käme damit auch in Bebauungsplanbereichen in Betracht, wo dieser bisher aufgrund 'Zentren-/Ortsmittenrelevanz' ausgeschlossen war.**

Anhang: Aktualisierte Sortimentsliste

Sortimentsliste Zentren-/Ortsmitte-relevanz Mering

Grundlage: Dr. Heider: Einzelhandelsanalyse und Standortkonzept Einzelhandel für den Markt Mering v. 15.11.2011, Aktualisierung 'Fahrräder' v. 11.02.2020, Aktualisierung 'Baby- und Kinderausstattung' v. 19.08.2021

Ortsmitte-relevante Sortimente	Nicht-ortsmitte-relevante Sortimente
Arzneimittel, orthopäd. und medizin. Artikel	Fahrräder
Oberbekleidung, Wäsche, Wolle, Stoffe, sonst. Textilwaren	Baby- und Kinderausstattung
Schuhe, Lederwaren	Möbel, Küchen, Büromöbel, Korbwaren
Haus- und Heimtextilien, Gardinen	Farben, Tapeten
Haushaltswaren, Geschenkartikel, Glas/Porzellan/Keramik, Kunstgewerbe, Antiquitäten, Devotionalien	Herde, Öfen
Nähmaschinen u. Zubehör, Kurzwaren	Bodenbeläge, Teppiche
Elektrowaren, Haushaltsgeräte ('weiße Ware'), Unterhaltungselektronik ('braune Ware')	Pflanzen und Zubehör
Computer und Bürotechnik	Elektroinstallationsbedarf
Musikalien, Musikinstrumente, Medien (Tonträger, Bildtonträger)	Werkzeuge, Maschinen und Zubehör
Bücher, Büro-, Schulbedarf	Düngemittel, Pflanzgefäße, Gartenmöbel, Gartenmaschinen und -werkzeuge, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, u.ä.
Blumen, Tiernahrung, zoologischer Bedarf	Leuchten
Foto, Optik, Schmuck	Baustoffe, Bauelemente, Sanitär, Fliesen, Badeinrichtung, Beschläge, Eisenwaren, Rollläden, Rollos
Spielwaren	Landmaschinen
Sportartikel, Outdoorartikel	Holz (-materialien), Fenster, Türen, Kork
Waffen, Jagd- und Angelbedarf	Boote und Campingzubehör
zudem auch nahversorgungsrelevant:	Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren/Naturkost	Kfz und Zubehör
Drogerie-, Parfümeriewaren, Kosmetika	Motorräder und Zubehör
Papier, Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften	