

**POPIEN & PARTNER**

**Wirtschaftsgeographie**

Dr. Ralf Popien

**Das "REZ" in Heimstetten (Kirchheim b. München) - ein  
"Einkaufszentrum" im Sinne der Bayerischen Infektions-  
schutzmaßnahmenverordnung?**

**Mit Anmerkungen zur Frequentierung Kirchheimer Plätze**

Oktober 2020

Popien und Partner  
Wirtschaftsgeographie

Pestalozzistr. 40c  
80469 München

Tel. 089-260 234 98  
E-Mail: [popien@popien-partner.de](mailto:popien@popien-partner.de)

Mobil: 0173-56 45 892  
[www.popien-partner.de](http://www.popien-partner.de)

## **Inhaltsverzeichnis**

1	Vorbemerkung - Aufgabenstellung	3
2	Definition "Einkaufszentrum"	4
3	Überprüfung des "REZ" anhand der Kriterien eines Einkaufszentrums	6
4	Anmerkungen zu Kriterien der Festlegung "stark frequentierter" Plätze	9
5	Fazit - Handlungsempfehlungen	11
	Literaturverzeichnis	13

## **Tabellen- und Kartenverzeichnis**

Tab. 1:	Ausgewählte Einkaufszentren und Shopping-Center im Raum München	5
Karte:	Betriebs- und Parkplatzkartierung REZ (aus POPIEN/HEINRITZ 2003)	7
Tab. 2:	REZ: Lichte Weite der Zugänge, Wege und Durchgänge	9

## 1 Vorbemerkung - Aufgabenstellung

Im Zuge der Corona-Pandemie erließ das Bayerische Staatsministerium für Gesundheit und Pflege am 1. Oktober 2020 die Siebte Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung (7. BayIfSMV). In ihr werden neben allgemeinen Regelungen (Kontaktreduzierung, Abstandsgebot, Mund-Nasen-Bedeckung, Belüftung, Kontaktbeschränkungen im öffentlichen und privaten Raum) spezielle Regelungen für die Bereiche Öffentliches Leben, Sport und Freizeit, Wirtschaftsleben sowie Bildung und Kultur formuliert. Im Teil 4 "Wirtschaftsleben", § 12 "Handels- und Dienstleistungsbetriebe, Märkte" wird den Betreibern von Einzelhandelsbetrieben auferlegt, durch geeignete Maßnahmen einmal sicherzustellen, dass "grundsätzlich ein Mindestabstand von 1,5 m zwischen den Kunden eingehalten werden kann" und dass "die Zahl der gleichzeitig im Ladengeschäft anwesenden Kunden nicht höher ist als ein Kunde je 10 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche." (BayMBl 562, S. 6). Darüberhinaus gilt für Personal, das sich nicht hinter transparenten Schutzwänden an Kassen und Theken aufhält, sowie für Kunden und deren Begleitpersonen die Verpflichtung, eine Mund-Nasen-Bedeckung zu tragen (Maskenpflicht, BayMBl 562, S.7). Die Betreiber haben Schutz- und Hygienekonzepte auszuarbeiten.

Für "Einkaufszentren" wird festgesetzt, dass die o.g. Bestimmungen für die einzelnen Ladengeschäfte gelten, und dass sie "hinsichtlich der verbindenden Kundenpassagen ... mit der Maßgabe entsprechend (gelten), dass das Schutz- und Hygienekonzept die gesamten Kundenströme des Einkaufszentrums berücksichtigen muss."

In seinen Schlussvorschriften sieht das 7. BayIfSMV vor, dass die für den Vollzug des Infektionsschutzgesetzes zuständigen Behörden (hier: Landratsamt München als Kreisverwaltungsbehörde) weiter gehende bzw. im Einzelfall ergänzende Anordnungen treffen können, soweit es aus infektionsschutzrechtlicher Sicht erforderlich ist. Darüberhinaus werden die Kreisverwaltungsbehörden angehalten, ab bestimmten Schwellenwerten der Zahl der Corona-Neuinfektionen pro 100 000 Einwohner innerhalb von sieben Tagen ("Inzidenz") eine Reihe von Anordnungen zu treffen. Diese beziehen sich insbesondere auf die Zahl von Teilnehmern von Feierlichkeiten und Veranstaltungen bzw. von Zusammenkünften im öffentlichen oder privaten Raum, auf Einschränkungen des Verkaufs und des Konsums von Alkohol, auf die Sperrstunde der Gastronomie sowie eine "Maskenpflicht auf bestimmten stark frequentierten öffentlichen Plätzen" (BayMBl 562, S. 13). Diese Maskenpflicht sollte die zuständige Kreisverwaltungsbehörde zunächst ab einer Inzidenz von 50 anordnen, in der am 16.10. erlassenen Verordnung zur Änderung der 7. BayIfSMV wurde der Schwellenwert auf 35 abgesenkt (BMBl 588, S. 2).

Am Samstag, den 17. Oktober 2020 lag der Landkreis München laut RKI den siebten Tag in Folge über dem Signalwert von 35 ("Corona-Ampel Phase gelb"). So erließ das Landratsamt München am 20.10.2020 eine Allgemeinverfügung, welche für eine Reihe von öffentlichen Plätzen in sechs Landkreis-Kommunen eine Maskenpflicht anordnet. Die Festlegung dieser Plätze erfolgte in Abstimmung mit den Gemeinden bzw. Städten. Entscheidendes Kriterium ihrer Festlegung ist der durch starke Passantenfrequenzen bedingte Umstand, dass der Mindestabstand von 1,5 m nicht eingehalten werden kann. Starke Frequenzen ergeben sich entweder durch das Kundenaufkommen einer laut Landratsamt "höhere(n) Zahl von Geschäften oder Gaststätten" oder aufgrund einer Lage zu Verkehrseinrichtungen.

In 23 Kommunen, darunter die drei größten Kommunen des Landkreises (Unterschleißheim (Stadt), Unterhaching und Ottobrunn) wurden keine "stark frequentierten" öffentlichen Plätze festgelegt.

Für die Gemeinde Kirchheim b. München wurde der Alte Ortskern im Ortsteil Kirchheim als "stark frequentiert" festgelegt. Auch wenn das Gelände des Räter-Einkaufs-Zentrums (REZ) in der Verfügung des Landratsamtes München nicht als stark frequentierter Platz mit Maskenpflicht festgelegt worden ist, wird es auf der Homepage der Gemeinde Kirchheim als solcher dargestellt. Dies ist der Ansicht des Landratsamtes bzw. der Gemeinde geschuldet, dass das REZ als "Einkaufszentrum" einzustufen ist, für welches laut 7. BayIfSMV grundsätzlich - i.e. unabhängig von den Inzidenzwerten der Corona-Ampel - die in Ladengeschäften des Einzelhandels angeordnete Maskenpflicht gilt.

Angesichts der damit einhergehenden Unsicherheiten hat die Fa. Fritz Humplmayr das Büro Popien & Partner Wirtschaftsgeographie beauftragt, eine fachgutachterliche Stellungnahme zu fertigen, welche der Frage nachgeht, ob das Gelände des REZ als "Einkaufszentrum" i.S. der 7. BayIfSMV einzustufen ist oder nicht. Auch soll der Frage nach Kriterien "stark frequentierter" Plätze im Gemeindevergleich nachgegangen werden.

## **2 Definition "Einkaufszentrum"**

Nach HABERKORN (2015) verzichtet die jüngere wissenschaftliche Literatur zunehmend auf eine Unterscheidung zwischen den Begriffen "Einkaufszentrum" und "Shopping-Center". Er verweist zunächst auf FALK 2009 (S. 22), der zur rechtlichen Definition des Begriffs "Einkaufszentrum" aus einem höchstrichterlichen Urteil zitiert: "Ein "Einkaufszentrum" im Sinne des § 11, Abs. 3, Satz 1, Nr. 1 BauNVO 1977 setzt im Regelfall einen von vornherein einheitlich geplanten, finanzierten, gebauten und verwalteten Gebäudekomplex mit mehreren Einzelhandelsbetrieben ... voraus." (BVerwG 1990).

In der deutschen Literatur hat sich als eine Definition die des EHI Retail Institute etabliert, auf dessen Basis u.a. der Shopping-Center-Report des EHI als deutschlandweite Datenbank entstanden ist:

"Shopping-Center sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken und eine Mietfläche inkl. Nebenflächen von mindestens 10.000 m<sup>2</sup> aufweisen." (EHI 2020). Die Gesamtfläche eines Shopping-Centers umfasst neben der Verkaufsfläche (Einzelhandel) weitere Mietflächen für kundenorientierte Dienstleister, Nebenflächen der Betriebe sowie die allgemeine Verkehrsfläche.

Nach SAILER (2020) überwiegen in Europa "klassische Shopping-Center", gefolgt von Retail Parks bzw. Fachmarktzentren sowie Factory Outlet Centern. Bei klassischen Centern dominiert in Deutschland bis heute der Grundriss einer überdachten Mall mit Magnetbetrieben an den jeweiligen Enden ("Knochenstruktur"). Ein solchermassen geschlossenes Einkaufszentrum steht für eine introvertierte, funktionale Ausrichtung in einer stadträumlichen Hülle (WEIDNER 2014, S. 226). Ein Beispiel solcher geschlossenen Shopping-Center stellt das jüngst im Raum München entstandene Forum Schwanthaler Höhe dar, welches nach dem 1972 eröffneten Olympia-Einkaufszentrum heute das sechste Münchener Einkaufszentrum dieser Art darstellt. In diesem Center sind beiderseits der 165 m langen innenliegenden Hauptpassage im Erdgeschoss und den

damit per Rolltreppe verbundenen Wege-Achsen im Ober- und Untergeschoss insgesamt 90 "Shops" der Funktionen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung installiert. Die Gangbreite der zentralen Achse beträgt 9,60 m, die verschiedenen Zugänge zum Center sind teilweise noch etwas schmaler. Insbesondere im Obergeschoss sind die Verkehrswege durch Öffnungen für die Rolltreppen bzw. zur Eröffnung von vertikalen Sichtbeziehungen durchbrochen. An diesen Öffnungen verringert sich die Gangbreite auf vielerorts nur mehr 3,40 m bzw. 3,13 m.

Tabelle 1: Ausgewählte Einkaufszentren und Shopping-Center im Raum München

	Eröffnung	Mietfläche*)/ (V)erkaufsfläche	Besucher pro Tag
Stachus Einkaufszentrum	1970ff	k.A.	160.000
Olympia-EKZ	1972	56.000 (V)	33.370
PEP Neuperlach	1981	60.000	42.000 maximal
Riem Arcaden	2004	46.500	26.000
Mira Nordheide	2008	25.500 (V)	k.A.
Pasing Arcaden	2011	39.000	Eröffnungstag: 50.000
Forum Schwanthalerhöhe	2019	25.000	"in den ersten Tagen über 100.000"

\*) Verkaufsfläche und Flächen für Dienstleister zzgl. Nebenflächen

Quellen: Homepages der Betreiber, diverse Artikel SZ, eigene online-Recherchen

Die in Tab. 1 aufgelisteten Shopping-Center im Raum München ermöglichen es, die einzelnen Geschäfte von der jeweiligen Parkgarage aus sowie untereinander "trockenen Fußes" aufzusuchen. Sie sind sämtlich als Gebäude mit innenliegenden und somit überdachten Ladenstraßen / Passagen konzipiert bzw. als Komplexe aus mehreren solchen Gebäuden, die mit überdachten Gängen verbunden sind.

Die in den genannten Einkaufszentren ("Shopping-Centern") üblicherweise zu verzeichnenden hohen Kundenfrequenzen führen zusammen mit den baulichen Center-Konzeptionen (geschlossene Bauweise; innenliegende, vielfach beengte Verkehrswege) dazu, dass der nach Maßgabe des Infektionsschutzes geltende Mindestabstand von 1,5 m nicht grundsätzlich eingehalten werden kann. Dies begründet die in der 7. BayIfSMV verordnete Maskenpflicht außer für die einzelnen Ladengeschäfte auch für die "verbindenden Kundenpassagen" (BayMBl 562, S.7).

In Bezug auf "Open-Air"-Flächen lässt die 7. BayIfSMV ausdrücklich "Wochenmärkte und andere Märkte zum Warenverkauf unter freiem Himmel" zu, sofern sie keine großen Besucherströme anziehen, ein Schutz- und Hygienekonzept ausgearbeitet wird und der Mindestabstand von 1,5 m eingehalten werden kann. Für solche Märkte unter freiem Himmel besteht keine generelle Maskenpflicht.

Eine international in der Immobilienwirtschaft gebräuchliche Definition von "Shopping-Centern" (ICSC 2006) verwendet v.a. das Kriterium "zentrale Planung und Verwaltung" und bezieht dabei prinzipiell auch Center mit nennenswerten Anteilen von "open-air"-Verkehrsflächen ein. Gleichwohl steht angesichts der Formulierungen in der 7. BayIfSMV ("verbindende Kundenpassage") außer Frage, dass der in dieser Verordnung verwendete Begriff "Einkaufszentrum" auf das Kriterium der Geschlossenheit ihrer Gebäude mit innenliegenden Verkehrswegen bzw. überdachten Ladenstraßen abzielt.

### **3 Überprüfung des "REZ" anhand der Kriterien eines Einkaufszentrums**

Auch wenn sich das "Räter-Einkaufszentrum" ("REZ") in seiner Außendarstellung als solches vermarktet, erfüllt es folgende in den o.g. Definitionen genannten Kriterien nicht:

Das REZ wurde nicht von vornherein einheitlich geplant und gebaut. Seine bauliche und funktionale Struktur entstand vielmehr im Verlauf von rund drei Jahrzehnten - aus zunächst einem in einem Wohnhaus integrierten Supermarkt und einer ebenfalls mit Wohnnutzungen sowie mit Arztpraxen in den Obergeschossen kombinierten kleineren Ladenzeile.

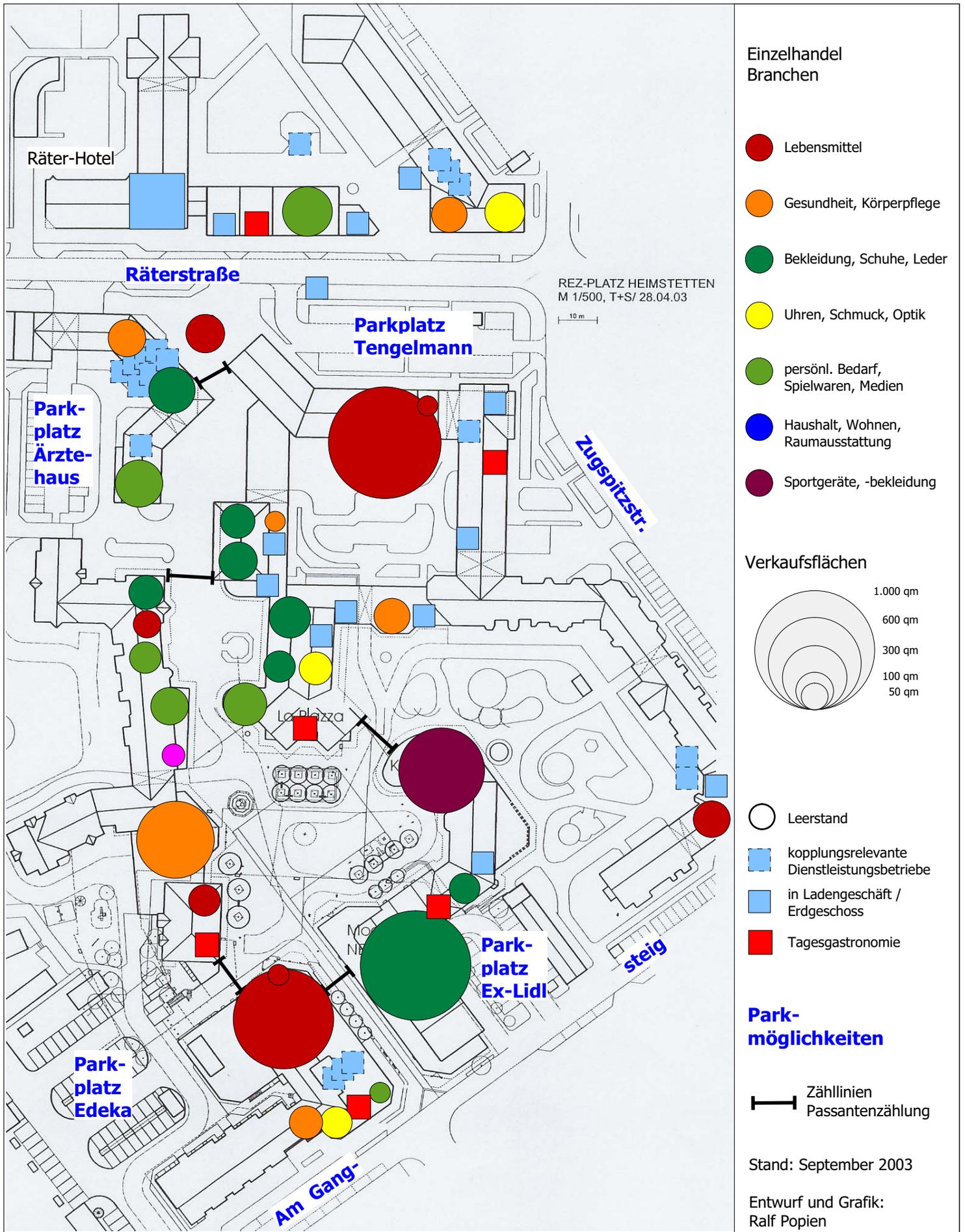
Als Ortsteil- bzw. gemeindliches Nahversorgungszentrum umfasst das REZ nicht das gesamte Angebotsspektrum eines Einkaufszentrums. Überregionale Filialisten ausgesprochener Shopping-Branchen des mittel- bis langfristigen Bedarfs wie der Elektro- oder der Bekleidungsbranche sind - mit Ausnahme eines NKD-Textildiscounters - nicht vorhanden.

Die an Einzelhandel, Gastronomen und Dienstleister (Ladenlokale mit 7.197 m<sup>2</sup>) sowie an Arztpraxen (2.251 m<sup>2</sup>) vermietete Fläche liegt mit insgesamt 9.448 m<sup>2</sup> unter der vom EHI ausgegebenen Mindestschwelle von 10.000 m<sup>2</sup> Mietfläche, ab der eine einheitlich verwaltete Geschäftsagglomeration auch als Shopping-Center bzw. Einkaufszentrum geführt wird.

Die Mietflächen sind nicht im Eigentum eines einzelnen Unternehmens und werden nicht einheitlich verwaltet. Vielmehr ist das REZ eigentumsrechtlich in elf Bauteile untergliedert. Zwei dieser Bauteile befinden sich im Eigentum einzelner Mitglieder der Familie Humplmayr, weitere sieben Bauteile im Eigentum von fünf unterschiedlich kombinierten Personengesellschaften der insgesamt 5-köpfigen Familie Humplmayr. Die Ladenflächen und Arztpraxen der übrigen zwei, städtebaulich an den zentralen Geschäftsbereich "angedockten" Bauteile (ca. 9 % der gesamten Mietfläche) gehören verschiedenen Einzeleigentümern außerhalb der Familie Humplmayr.

Während Einkaufszentren im Sinne der 7. BayIfSMV geschlossene Gebäude bzw. Gebäudekomplexe mit überdachten Kundenpassagen darstellen, entspricht der städtebauliche Charakter des REZ dem einer im öffentlichen Raum üblicherweise anzutreffenden Geschäftsagglomeration. Im Gegensatz zu den o.g. Shopping-Centern, in denen der Zutritt zu den einzelnen Ladenlokalen ausschließlich über innenliegende, überdachte Passagen erfolgt, liegen sämtliche Geschäfte des REZ in Wohn- und Geschäftshäusern, bei denen der Zugang zu den einzelnen Ladenlokalen von außen, d.h. "unter freiem Himmel" erfolgt.

# Karte 3: Betriebs- und Parkplatzkartierung REZ



Im Gebäude des Einkaufszentrums "Forum Schwanthaler Höhe" sind 90 Ladenlokale entlang einer auf drei Etagen verteilten Wegstrecke von insgesamt ca. 420m angeordnet. Im REZ gruppieren sich nur halb so viele (44) Ladenlokale in verschiedenen Gebäuden entlang öffentlicher Straßen (Räterstraße, Am Gangsteig) oder entlang der zentralen, als öffentlichen Weg gewidmeten Fußgängerzone (vgl. Karte<sup>1</sup> S. 7). Die Gesamtlänge der - ausnahmslos im Freien liegenden - zentralen Weg-Achse (vom Optiker Räterstr. 19 im Norden bis zur St.-Emmeram-Apotheke Am Gangsteig 5 im Süden) beträgt 355 m. Die Fußgängerzone weitet sich zu einem von Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben umgebenen Platz aus, welcher in W-O-Richtung 68 m, und in N-S-Richtung 58 m umfasst. Die Großzügigkeit dieses Platzes erlaubte der Fa. Fritz Humplmayr, im Corona-Sommer 2020 Open-Air-Kino-Veranstaltungen durchzuführen. Bei der Bestuhlung des zentralen REZ-Platzes wurden für insgesamt 12 Kinovorführungen jeweils 85 Besucher genehmigt. Für das - seitens der Fa. Humplmayr dann auf 55 Plätze reduzierte - Publikum bestand während des Sitzens keine Maskenpflicht.

Aktuelle Besucherzahlen zum REZ liegen nicht vor, doch ermöglichen 2003 durchgeführte Passantenzählungen eine ungefähre Abschätzung der täglichen Frequenz im Vergleich zu den in Tab. 1 ausgewiesenen Frequenzen Münchener Shopping-Center. An einem Freitag im September 2003 wurden im REZ bei freundlichem Wetter an drei Zähllinien der Hauptachse (Nord, Mitte, Süd), dem Zugang vom Edeka-(heute Rossmann)-Parkplatz sowie an einem Nebenzugang (vgl. Karte S. 7) für jeweils 2x2 Stunden (10-12h und 15-17h) die Passanten in beiden Richtungen gezählt. Unter Berücksichtigung eines üblichen Tagesganges sowie den begründeten Annahmen, dass sich unter den Passanten solche befanden, die beim Koppeln verschiedener Geschäfte mehr als eine der Zähllinien durchschritten haben und dass ein Großteil der erfassten Personen sowohl auf ihrem Weg zu einem Laden als auch auf ihrem Rückweg zum Fahrzeug bzw. nach Hause gezählt worden sind, kann für den damaligen Freitag die Besucherzahl grob mit rund 1.400 abgeschätzt werden. Dieser Wert liegt bei rund einem bzw. weniger als einem Zwanzigstel der durchschnittlich pro Tag in Münchener Shopping-Centern erfassten Besucherzahlen.

Die lichte Weite der - "unter freiem Himmel" befindlichen - Zugänge zum zentralen Bereich liegt zwischen 8,7 und 9 m, wobei beim südlichen Zugang die für den Fußgänger nutzbare Breite durch Bepflanzungen längs der Rossmann-Filiale (ehemals Edeka) auf 5,7 m reduziert wird (Tab. 2). Die Breite der Fußgängerzone beträgt an ihrer schmalsten Stelle 9,75 m. Im Gegensatz z.B. zur ähnlich breiten Innen-Passage des stark frequentierten Forums Schwanthaler Höhe, die an vielen Stellen auf knapp über 3m schmale Wegbreiten verengt wird, erlauben die Frequenzen in der zentralen Achse des REZ eine problemlose Einhaltung des Mindestabstandes von 1,5 m.

Sowohl städtebaulich-strukturell als auch aus infektionsschutzrechtlichen Aspekten kann das "Open-Air"-REZ nicht mit dem Typus eines geschlossenen, überdachten Einkaufszentrums gleichgesetzt werden.

---

<sup>1</sup> Die Karte zeigt die Situation des REZ im Jahr 2003. Bis auf eine Reihe von Erweiterungsmodernisierungen der größeren Ladenflächen und deren Neubelegung mit anderen Branchen blieben die Strukturen des REZ bis heute im wesentlichen unverändert. Der ehemalige Tengelmann-Supermarkt an der Räterstraße wurde zu einem Edeka-Markt mit 1.124 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert. Im Gebäude des ehemaligen Edeka-Marktes am REZ-Hauptplatz ist heute der Rossmann-Drogeriemarkt ansässig. Die benachbarte Fläche eines ehemaligen Mode-Geschäftes ist heute von einem Discounter (Penny) belegt.

Tabelle 2: REZ: Lichte Weite der Zugänge, Wege und Durchgänge

	m
Zugang Nord, zwischen Internistenzentrum und Bäckerei	8,7
Zugang Nord, zwischen Gebäude Supermarkt und Bäckerei	9,1
Nord, zwischen Hundewaschsalon und Schmuck Lachner	12,0
Mitte, zwischen Schneiderei und Fanplay Teamsport	10,9
Mitte, zwischen Buchladen und NKD	9,75
Zugang Süd, zwischen Fassaden Rossmann (ehemals Edeka) und Penny (ehemals Mode)	5,7 *)
Zugang Süd, zwischen Blumenzauber und Fassade Penny (ehemals Mode)	9,0
Durchgang Edeka (ehemals Tegelman) - Innenhof	2,95
Durchgang Fußgängerzone - Innenhof	2,95
Durchgang Hauptplatz - Innenhof	3,77
Abkürzung/Passage Parkplatz Südost - Hauptplatz	1,25

\*) Wegbreite, lichte Weite zwischen Baukörpern: 9,5

Die Durchgänge zu dem abseits der Hauptachse liegenden Innenhof südlich des Edeka-Marktes (ehemals Tengelmann) sind, da ohne Türen, dauerhaft frischer Luft ausgesetzt. Sie werden, da im Innenhof nur einzelne Dienstleister ansässig sind, nur von sehr wenigen Passanten benutzt. Die Durchgangsbreiten von 2,95 bis 3,77 m ermöglichen es zwei sich begegnenden Passanten, den geforderten Mindestabstand von 1,50m einzuhalten - ohne unangenehm nahe an der Hauswand entlang gehen zu müssen. Letzteres gilt jedoch nicht für die vor einiger Zeit nachträglich als Abkürzung eingebaute, lediglich 1,25 m schmale Passage innerhalb des Geschäftsgebäudes, das zwischen dem südöstlichen Parkplatz Am Gangsteig und dem Hauptplatz liegt.

#### 4 Anmerkungen zu Kriterien der Festlegung "stark frequentierter" Plätze

Die nach Überschreiten der Sieben-Tage-Inzidenz-Schwelle von 35 (vgl. Kap. 1) vom Landratsamt München am 20.10.2020 erlassene Allgemeinverfügung setzt "in Abstimmung mit den Gemeinden und Städten" (LRA 2020, S. 4) acht öffentliche Plätze in sechs Landkreiskommunen als "stark frequentiert" fest und belegt deren Besuch somit mit einer Maskenpflicht. Eine Durchsicht der Liste dieser Plätze im Vergleich zu der Liste von insgesamt 23 Kommunen, für die keine "stark frequentierten" öffentlichen Plätze ausgewiesen worden sind, lässt den Schluss zu, dass dieser Festlegung kein einheitlicher Maßstab zugrunde gelegt worden ist. Vielmehr wurde die Liste - dem Vernehmen nach - aufgrund von Meldungen aus den einzelnen Kommunen erstellt. Dabei scheint jede Kommune ganz eigene Maßstäbe aufgestellt zu haben, ab wann ein Platz als "stark frequentiert" zu gelten hat. So wird die Ortsmitte Haar (Leibstraße vom Bahnhofplatz zur Wasserburger Str.) als "stark frequentiert" eingestuft, strukturell vergleichbare Ortszentren wie z.B. in Planegg (Bahnhofstraße), Unterschleißheim (Bezirksstraße), Neubiberg (Hauptstraße) dagegen nicht. Während für die Stadt Garching der Bereich ihrer Ortsmitte sowie ein Platz vor einer Wirtschaft im Ortsteil Hochbrück als "stark frequentiert"

ausgewiesen werden, werden für die drei größten Kommunen des Landkreises (Stadt Unterschleißheim, Gemeinden Unterhaching und Ottobrunn) keine stark frequentierte Plätze festgelegt.

Auch innerhalb der Metropolregion München werden unterschiedliche Maßstäbe des Kriteriums "starke Frequenz" deutlich. Die Landeshauptstadt München legt die Fußgängerzone bzw. Haupteinkaufsbereiche der Altstadt entsprechend fest, nicht aber die in ihrem Zentrenkonzept ausgewiesenen Stadtteilzentren. Letztere weisen z.Tl. erheblich höhere Frequenzen auf als die im Landkreis festgelegten Plätze.

Im Rahmen einer von POPIEN & PARTNER 2015 erarbeiteten Studie zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklungs Kirchheims b. München wurden Passantenbefragungen durchgeführt, während derer sich der Bearbeiter und eine Mitarbeiterin ein detailliertes Bild vom Grad der Frequentierung des Alten Ortskerns Kirchheim machen konnten. In der Studie wird konstatiert, dass das "zentrale "T" des Kirchheimer Ortskerns ... von einer gewissen Weitläufigkeit bestimmt (ist), die das gemeinsame Aufsuchen der darin liegenden Einrichtungen erschwert. ... Die Wege innerhalb des Ortskerns führen nicht sämtlich an Ladenlokalen, sondern vielfach auch an weiten Arealen geringer Nutzungsintensität (Friedhof, Pfarrzentrum, Brache Ex-Schreinerei) vorbei" (POPIEN & PARTNER 2015, S. 15). Frequenzbringende Magnetbetriebe wie ein Supermarkt oder ein Drogeriemarkt sind nicht ansässig. Mit Ausnahme eines Tages, an dem eine gut besuchte Beerdigung zu einer starken Frequentierung des Ortskerns und einer durchgängigen Belegung seiner Parkplätze führte, konnten im Ortskern nur wenige Passanten beobachtet werden. Zu keiner Zeit - außer an den Tagen des jährlich veranstalteten Kirchheimer Dorffestes - kam es auf den Bürgersteigen vor den Geschäften und Gaststätten zu Frequenzen bzw. "Gedränge", welche/s die Einhaltung einer Distanz von 1,50 m verunmöglicht hätte. Dies gilt heute umso mehr, nachdem die Post als ehemaliger Haupt-Frequenzbringer - 46 % der Passanten nannten sie damals als Besuchsmotiv - inzwischen vom Alten Ortskern in das Brunnenzentrum umgezogen ist. Anders als in der Allgemeinverfügung unter "Gründe II" (LRA 2020, S. 4) mit Bezug auf eine "höhere Zahl von Geschäften oder Gaststätten" formuliert, ist es im Normalfall im Kirchheimer Ortskern nicht "unvermeidbar, dass der Mindestabstand von 1,5m unterschritten wird".

Sofern die heutige Einstufung des Kirchheimer Ortskerns als "stark frequentierter" Platz nicht - wie in manch anderen Gemeinden vor Gasthäusern bzw. einem Musikclub - auf neuerdings zu verzeichnende Ansammlungen geselliger Gruppen bzw. feiernder Partygänger zurückgeht, sondern lediglich auf die Kategorie "Zahl von Geschäften und Gaststätten", erscheint diese Einstufung nicht schlüssig. Dies gilt insbesondere im Vergleich zu weitaus stärker und dichter mit Geschäften und Gaststätten belegten suburbanen Ortsmitten bzw. Münchener Stadtteilzentren, die nicht als "stark frequentiert" festgelegt worden sind.

Das REZ hat zwar eine höhere Zahl von Geschäften - darunter auch einen Supermarkt, einen Discounter und einen Drogeriemarkt - und damit höhere Besucherfrequenzen als der Alte Ortskern Kirchheim aufzuweisen, gleichwohl erreichen die Frequenzen während der üblichen Geschäftsöffnungszeiten nicht ein solches Ausmaß, welches unvermeidlich zur Unterschreitung des Mindestabstandes führt. Auf den Wegen der Kunden durch das Zentrum ist es ihnen an allen Stellen möglich, zu entgegen kommenden bzw. vor ihnen laufenden Passanten eine Distanz von 1,5m einzuhalten.

Die öffentliche Kommunikation der Staatsregierung bzgl. der Änderungsverordnungen der 7. BayIfSMV zielt in der Begründung der Maskenpflicht, welche ab einer Inzidenz von 35 auf ausgewiesenen stark frequentierten Plätzen gilt, v.a. auf die freizeitorientierte Präsenz geselliger bzw. feiernder Gruppen ab, die zum einen den Mindestabstand nicht einhalten (können) und darüberhinaus auch längere Zeit als nur für einen kurzen Begegnungsmoment zusammenstehen bzw. "cornern". Ob das REZ einen solchen "Hotspot" geselliger Gruppen im öffentlichen Raum darstellt oder nicht, kann an dieser Stelle nicht beurteilt werden.

Sollte das Gelände des REZ ohne begründeten Bezug auf ggf. dort zu beobachtende freizeitorientierte Gruppenbildungen, sondern lediglich aufgrund der Zahl der Geschäfte und den damit verbundenen Passantenfrequenzen als maskenpflichtiger "stark frequentierter" öffentlicher Platz eingestuft werden, würde dies - im Vergleich zu den Ortsmitten, Stadtteilzentren und Geschäftsstraßen der Region München, die mindestens die selbe Zahl von Geschäften sowie dieselben oder höhere Frequenzen aufweisen und dennoch nicht als "stark frequentiert" und somit nicht als maskenpflichtig eingestuft werden - eine Ungleichbehandlung der REZ-Geschäftsinhaber darstellen.

## **5 Fazit - Handlungsempfehlungen**

Das REZ erfüllt weder die Kriterien eines Shopping-Centers der deutschen Literatur bzw. Rechtssprechung ("von vornherein einheitlich geplant", "einheitlich verwaltet", "kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf", "Mietfläche mindestens 10.000 m<sup>2</sup>") noch das in der 7. BayIfSMV für ein Einkaufszentrum explizit erwähnte Kriterium "verbindender Kundenpassagen", d.h. innenliegender überdachter Ladenstraßen. Die innerhalb der Ladenlokale geltende Maskenpflicht gilt somit nicht für das - ausschließlich "Open-Air"-Wege aufweisende - REZ-Gelände. Anderslautende Anordnungen und Informationen der Gemeinde Kirchheim sind daher zurückzunehmen. Dies gilt auch bei Überschreiten der 7-Tage-Inzidenz von 35 Neuinfektionen auf 100.000 Einwohner, da die für diesen Fall erlassene, derzeit gültige Allgemeinverfügung des Landratsamtes Münchens das REZ nicht als "stark frequentierten" Platz ausweist.

In der einzigen bzgl. der Abstandsregelungen kritischen Stelle im REZ, der 1,25 m schmalen Abkürzungs-Passage im Gebäude zwischen dem REZ-Hauptplatz und dem südöstlichen Parkplatz ist eine Einbahnregelung einzurichten.

Um die Besucher des REZ-Geländes insbesondere in den ca. 3 bis 4 m breiten Durchgängen sowie auf dem südlichen, knapp 6 m breiten Zugangsweg an die Einhaltung des Abstandsbotes zu erinnern, sollten dort auf dem Boden Pfeilmarkierungen aufgebracht werden, welche die Passanten zu einem "Zweibahnen-Gegenverkehr" anleiten.

Im Gegensatz zu einer Reihe belebter Ortsmitten im Landkreis München sowie Münchener Stadtteilzentren wurde der mit nur wenigen Geschäften - darunter kein Supermarkt oder Drogeriemarkt - ausgestattete Alte Ortskern Kirchheim vom Landratsamt München als "stark frequentiert" eingestuft. Dem stehen Beobachtungen im Rahmen einer 2015 gefertigten Studie zum Alten Ortskern Kirchheim entgegen. Die im Alten Ortskern zu verzeichnenden Passantenfrequenzen - die sich nach Wegzug der Postfiliale bis heute noch verringert haben - ermöglichen es beim Einkaufen und Gaststättenbesuch während der üblichen Geschäftszeiten ohne weiteres, im öffentlichen Raum den Mindestabstand von 1,5 m einzuhalten.

Letzteres gilt auch für das REZ Heimstetten. Sofern keine expliziten Beobachtungen über gesellige bzw. feiernde Gruppen im Alten Ortskern bzw. im REZ vorliegen, sollten diese beiden Zentren - im Sinne einer intra-regionalen Gleichbehandlung der dort ansässigen wirtschaftlichen Akteure - keinen Niederschlag in der Liste der "stark frequentierten" Plätze finden. Eine lediglich mit der "höheren" Zahl der Geschäfte begründete Einstufung des REZ als "stark frequentierten" Platz würde der empirischen Realität im Vergleich zu anderen suburbanen Ortsmitten nicht gerecht.

Aus Perspektive einkaufender Kunden ist eine bei Überschreiten des Inzidenz-Wertes von 35 Neuinfektionen pro 100.000 EW eingeführte Maskenpflicht für so stark frequentierte Plätze wie S-Bahnhofs-Vorplätze oder großstädtische Fußgängerzonen einsichtig. Auf geringere Akzeptanz jedoch stoßen Regelungen, die die Kunden auch dann zum Aufsetzen einer Mund-Nasen-Bedeckung im öffentlichen Raum verpflichten, wenn nur sehr wenige weitere Passanten bzw. potenzielle Begegnungskontakte auszumachen sind. Um die insgesamt hohe Akzeptanz der Infektionsschutzmaßnahmen beim Einkaufen auch weiterhin sicher zu stellen, sollte auf Ebene des Landkreises die Ausweisung "stark frequentierter" Plätze mit einer dann permanenten Maskenpflicht im Freien nur dann erfolgen, wenn diese Plätze auch tagsüber so stark mit Passanten gefüllt sind, dass der Mindestabstand unweigerlich unterschritten wird. Dies ist weder für den Alten Ortskern noch für das REZ der Fall.

Auch bei einem Verzicht auf die Einstufung der Kirchheimer Zentren als "stark frequentierte" Plätze gilt nach wie vor die Allgemeine - auch bei Inzidenzwerten unter 35 gültige - Regelung der 7. BayIfSMV: "Wo die Einhaltung des Mindestabstands im öffentlichen Raum nicht möglich ist, soll eine Mund-Nasen-Bedeckung getragen werden" (BayMBl 562, S. 1). Dies bedeutet für die Besucher des REZ, dass sie z.B. beim Weg über den außerhalb der Haupteinkaufszeiten nur spärlich besuchten weitläufigen zentralen REZ-Platz nicht dazu angehalten werden, eine Maske zu tragen, wohl aber dann, wenn sie bei erhöhtem Besucheraufkommen in die Nähe von anderen Passanten kommen. Ein solches umsichtiges Verhalten im öffentlichen Raum ist derzeit bei einem Großteil von Passanten auf ihren Wegen zwischen einzelnen Geschäften zu beobachten.

Statt ab einer Landkreis-Inzidenz von 35 einzelne suburbane Plätze mit einer formalen und im Zentrenvergleich maßzahlenmäßig nur schwierig zu begründenden Einstufung als "stark frequentiert" und somit maskenpflichtig festzulegen, sollte die o.g. grundsätzliche "Soll"-Bestimmung ("Maskengebot, wenn kein Abstand möglich") zu einer landkreisweiten Verpflichtung ausgeweitet werden. Somit entstünde immer dann eine Maskenpflicht im Freien, wenn in Haupteinkaufszeiten dichte Passantenströme in Geschäftsstraßen zu verzeichnen sind bzw. bei größeren Menschenmengen im Vorfeld von Supermärkten oder Gaststätten und bei zu eng gedrängten Anstehschlangen vor einzelnen Geschäften. Eine solche Verpflichtung würde ihre Wirkung nicht nur für einzelne per Verordnung festgelegte Plätze, sondern landkreisweit entfalten und würde dem Gleichheitsgrundsatz entsprechen.

In Abstimmung mit der für die öffentlichen Straßen zuständigen Gemeinde sollten die privaten Eigentümer der zentralen REZ-"Open-Air"-Flächen ihre Besucher über die jeweils geltenden behördlichen Verordnungen zu Masken-Geboten bzw. Maskenpflichten informieren. Unabhängig davon sollten sie ihren Besuchern grundsätzlich das Tragen einer Maske empfehlen.

## Literaturverzeichnis

- BayMBl 562 = Bayerisches Ministerialblatt 2020 Nr. 562, 2126-1-11-G: Siebte Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung (7. BayIfSMV) vom 1. Oktober 2020
- BayMBl 588 = Bayerisches Ministerialblatt 2020 Nr. 588, 2126-1-11-G, 2126-1-6-G: Verordnung zur Änderung der Siebten Bayerischen Infektionsschutzmaßnahmenverordnung und der Einreise-Quarantäneverordnung vom 16. Oktober 2020
- BVerwG 1990 = Bundesverwaltungsgericht, Urteil vom 27.04.1990 - 4 C 16.87
- EHI (2020): Shopping-Center-Report. Definitionen.  
URL: <http://www.shopping-center-report.de/#/definitions> (Okt 2020)
- FALK, B. (2009): Shopping-Center. Erscheinungsformen, Besonderheiten und Erfolgskriterien. In FALK, B. & W. R. BAYS (Hrsg.): Shopping-Center-Handbuch. Development, Management, Marketing. Starnberg: 21-37
- HABERKORN, J. (2015): Shopping-Center im Zeitalter des Online-Handels. Bachelorarbeit im Studiengang Kulturgeographie. Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Institut für Geographie
- ICSC (2006): European Shopping Centre Standard. URL:  
[http://www.icsc.org/uploads/research/general/euro\\_standard\\_only.pdf](http://www.icsc.org/uploads/research/general/euro_standard_only.pdf) (Okt 2020)
- LRA 2020 = Landratsamt München 2020 Az 4. 3.2-530-Corona. Allgemeinverfügung vom 20.10.2020: Schutzmaßnahmen für den Landkreis München wegen erhöhter Infektionszahlen, Maskenpflicht auf stark frequentierten öffentlichen Plätzen
- POPIEN, R. / HEINRITZ, G. (2003): Das Räter-Einkaufszentrum (REZ) in Heimstetten-Kirchheim bei München. Expertise II. Evaluation der Expertise I: Stärken, Schwächen und weitere Entwicklungsstrategien. Gutachten im Auftrag der Fa. Carola und Fritz Humplmayr
- POPIEN & PARTNER WIRTSCHAFTSGEOGRAPHIE (2015): Einzelhandels- und Zentrenentwicklung Kirchheim - Maßnahmenempfehlungen zur Stärkung des Alten Ortskerns. Im Auftrag der Gemeinde Kirchheim
- SAILER (2020): Shopping Center - Kathedralen des Massenkonsums. In: NEIBERGER, C. / HAHN, B. (Hrsg): Geographische Handelsforschung; Kapitel 17
- WEIDNER, S. (2014): Stadtmanagement und Shopping-Center. In: FALK, B. & M. T. FALK (Hrsg.): Shopping-Center-Future. Starnberg, S. 220-230