

Gegenüberstellung der Zentrenrelevanz der Sortimente nach aktuellem „Magdeburger Märktekonzept“ und nach gültigem B-Plan

Aktuell (Grundlage: „Magdeburger Märktekonzept“)	Festsetzungen des rechtsverbindlichen B-Planes Nr. 111-2
Sortiment ist zentrenrelevant	
Sortiment ist nicht zentrenrelevant	
Sortiment/Waren sind nicht im Bebauungsplan benannt	
Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren	Warengruppe Food, Nahrung, Genussmittel
Drogerie-, Kosmetik-, Parfümeriewaren; Apotheker-, Sanitäts-, Orthopädiwaren; Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf; Haushaltswaren (Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel)	Warengruppe Nonfood, Gesundheit, Körperpflege, Bücher, Bürobedarf, Schreibwaren, Haushaltswaren
Schnittblumen	Keine Nennung
Tiernahrung, Lebewesen, zoologischer Bedarf	Keine Nennung
Bekleidung, Baby-/Kinderartikel; Schuhe, Lederwaren	Warengruppe Schuhe, Bekleidung, Zubehör
Sportartikel (inclusive Sportbekleidung und - schuhe)	Warengruppe Schuhe, Bekleidung, Zubehör (soweit Sportbekleidung), Warengruppe Baumarkt, Gartencenter, Freizeit, soweit Sportgeräte
Spielwaren, Bastelartikel	Warengruppe Spielwaren
Computer, Telefone und Zubehör, Fotowaren, Bild- und Tonträger, Computerspiele	Warengruppe Elektro
Elektrogroßgeräte (weiße Ware); Unterhaltungselektronik (braune Ware), Elektrokleingeräte	Warengruppe Baumarkt, Gartencenter, Freizeit
Antiquitäten, Kunst, Galerie	Keine Nennung
Heimtextilien, Bettwaren, Kurzwaren, Wolle, Gardinen, Zubehör	Warengruppe Möbel (Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen) Kurzwaren, Wolle – keine Nennung
Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck	Keine Nennung
Musikinstrumente, Musikalien	Warengruppe Elektro
Campingartikel, Sportgroßgeräte; Fahrräder	Warengruppe Baumarkt, Gartencenter, Freizeit
Keine Entsprechung im Märktekonzept	Discount, zulässig sind: Billigartikel, Koreaware, Versicherungsschäden