

Einzelhandelskonzept Markt Grassau 2017



Marktgemeinderatssitzung am 01.08.2017

Dipl. Ing. Jan Vorholt
Stadtplaner | SRL

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus



Die cima – Firmenprofil

- gegründet 1988
- Ca. 80 Mitarbeiter
- unabhängig und partnergeführt
- 6 Standorte in Deutschland
- CIMA Österreich / CIMA Institut für Regionalwirtschaft

1. Einführung
2. Analyseergebnisse
3. Stärken-Schwächen-Profil
4. Standort- & Sortimentskonzept
5. Detailbetrachtung Bahnhofstraße
6. Umsetzung in der Bauleitplanung

1. Einführung

Einzelhandelskonzept - Hintergrund

Markt-/Standortanalyse
MARKT GRASSAU 2002



Einzelhandelskonzept
Markt Grassau 2017

1. Einführung

Einzelhandelskonzept - Erfordernis

Erfordernis zur Fortschreibung / Aktualisierung

- Aktuelle Rahmenbedingungen und Strukturwandel im Einzelhandel (Digitalisierung)
- Veränderungen im Kundenverhalten
- Änderungen durch das Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013 und in der Rechtsprechung zu Einzelhandelskonzepten
- Entwicklungen des Einzelhandels in Grassau
- Planungen in Grassau (z.B. Entwicklungsstandort Bahnhofstraße)



1. Einführung

Einzelhandelskonzept - Nutzen

Konkreter Nutzen von Einzelhandelskonzepten

- Absicherung der kommunalen Entwicklungsziele
- Sicherung und Stärkung der Ortsmitte sowie der verbrauchernahen, möglichst fußläufigen Nahversorgung
- Rechtssicheres räumliches Steuerungsinstrument für den Einzelhandel
- Umsetzung des Konzepts in der Bauleitplanung (nach Beschluss als Städtebauliches Entwicklungskonzept gem. § 1 (6) Nr. 11 BauGB)
- Sicherung von Gewerbeflächen für klassische Gewerbebetriebe/Handwerker
- Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhändler, Immobilieneigentümer, Projektentwickler
- Räumliche Steuerung des Einzelhandels im Sinne der Ortsentwicklung

1. Einführung

Einzelhandelskonzept Grassau - Projektablauf



Analysephase

4. Mai 2017

Auftaktgespräch mit der Verwaltung

Mai 2017

Baustein 1: Strukturwandel und Trends im Einzelhandel

Baustein 2: Analyse der Angebotssituation

Baustein 3: Kundenbefragung

Baustein 4: Analyse der Nachfragesituation

Baustein 5: Stärken-Schwächen-Profil

Konzeptionsphase

Juni 2017

Baustein 6: Leitlinien und Ziele des Einzelhandelsstandortes Grassau

Baustein 7: Sortiments- und Standortkonzept

Baustein 8: Handlungsempfehlungen zur baurechtlichen Umsetzung











1. August 2017

Präsentation im Gemeinderat/ Abgabe des Endberichts

2. Analyseergebnisse

Entwicklung 2002 – 2017 (schematische Darstellung)

Vergleich von wesentlichen Kennziffern

Grassau	2002	2017	
Anzahl Betriebe	65	58	
Verkaufsfläche in m ²	8.710	10.510	
Umsatz in Mio. €	30,2	42,5	
Flächenproduktivität in € / m ²	3.482	4.044	
Kaufkraftpotenzial in Mio. €	29,5	37,8	
Zentralität in %	102,4	112,3	
Einwohner *	6.220	6.790	
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	1,40	1,55	
Umsatz je Einwohner in €	4855,3	6259,3	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in % **	95,7	95,6	

Quellen: *Bayerisches Landesamt für Statistik, Markt Grassau 2017 **BBE!CIMA!MB-Research 2017

3. Stärken-Schwächen-Profil

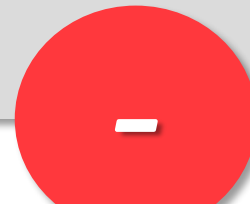
Stärken:

- attraktive Lage im Chiemgau
- gute Erreichbarkeit (B305)
- überörtliches Einzugsgebiet
- gute Parkplatzsituation in der Ortsmitte
- positive Bevölkerungsentwicklung
- breiter Branchenmix
- qualitativ attraktiver Einzelhandelsbesatz
- attraktive, inhabergeführte Fachgeschäfte
- wenig Leerstände
- funktionierende und breite Nahversorgungsstruktur
- lebendige Ortsmitte mit Funktionsvielfalt
- Grundversorgung in Rottau und Mietenkam
- ausgewogene Funktionsteilung zwischen Ortsmitte und dem Versorgungsstandort Eichelreuth
- Wochenmarkt
- hohe städtebauliche Attraktivität der Ortsmitte
- sauberes Straßenbild
- hohe Aufenthaltsqualität durch viele Sitzgelegenheiten
- gutes Gastronomieangebot
- hohe Kundenzufriedenheit



Schwächen:

- Supermarkt Edeka entspricht nicht mehr marktgerechten Standards
→ Revitalisierung am Standort sinnvoll
- relativ großer Leerstand in der Niederfeldstraße ungenutzt
→ Potential für Einzelhandelsansiedlung vorhanden
- Angebotslücken bei Büchern und Elektronikartikeln
- leicht unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer



4. Standort- & Sortimentskonzept

Aufbau

Markt- / Standortanalyse 2002

Einzelhandelskonzept

Übergeordnete Zielsetzungen

Standortkonzept

Sortimentskonzept

4. Standort- & Sortimentskonzept

Grundlegende Ziele

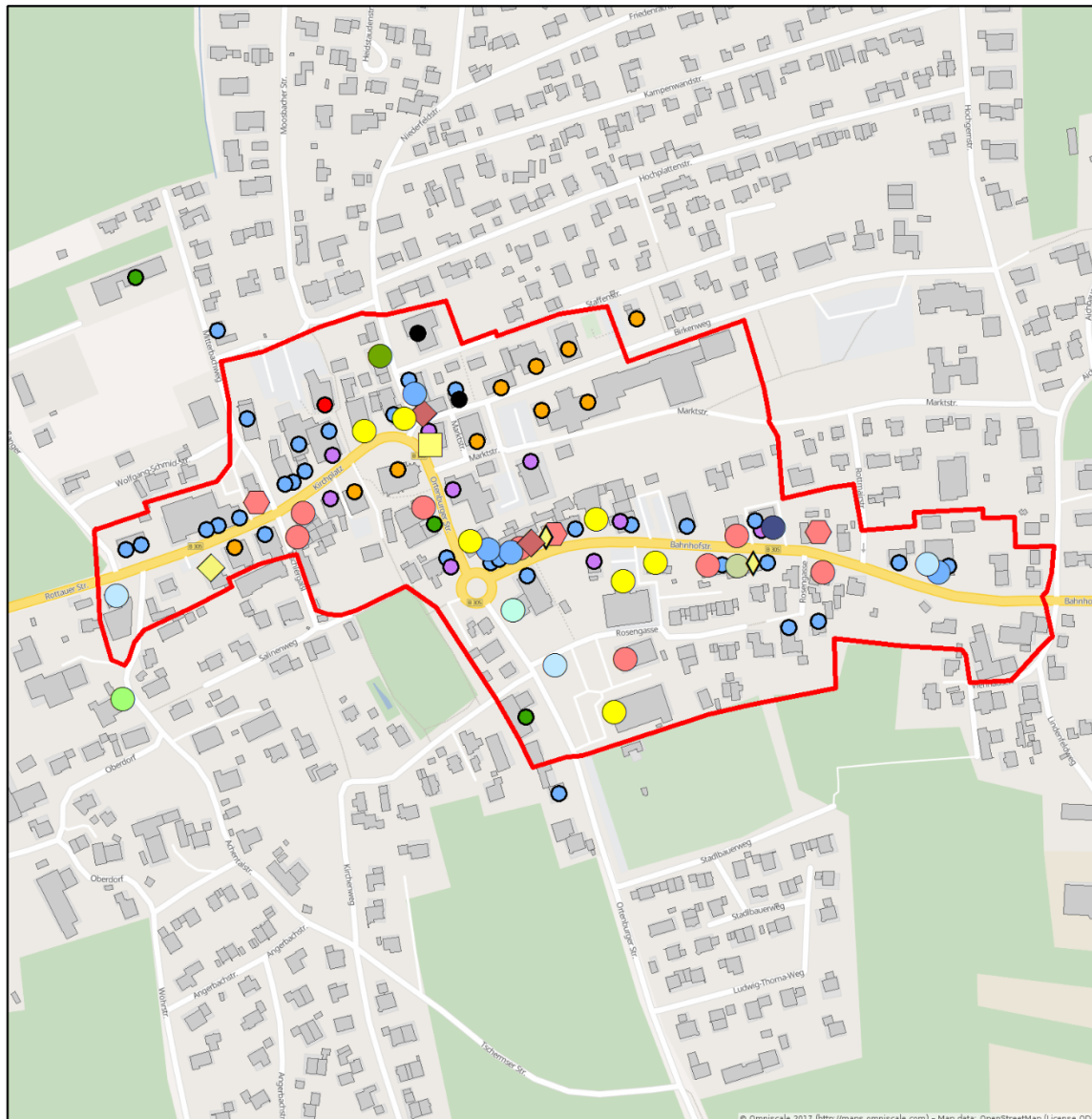
Übergeordnete Zielsetzungen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

1. Stärkung der Versorgungsfunktion es Einzelhandelsstandortes für Grassau und das Umland
2. Sicherung und Weiterentwicklung der Ortsmitte als zentraler Einkaufs- und Nahversorgungsstandort, Kommunikationsort und Identifikationsraum
3. Sicherung und Ausbau der fußläufigen Nahversorgung in Grassau und den Ortsteilen
4. Verhinderung von negativen Auswirkungen für die Ortsmitte und die Nahversorgung bei Einzelhandelsneuentwicklungen



4. Standort- & Sortimentskonzept

Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte



Einzelhandelsbetriebe nach Hauptsortiment

- Lebensmittel
- ◆ Apotheken (Arzneimittel)
- Drogerie - und Parfümwaren
- Blumen (Schnittblumen, Floristik)
- Bekleidung (auch Kindermode)
- Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
- ◆ Sport
- ◆ Schuhe
- Schreibwaren
- Spielwaren (auch Babyspielzeug, Bastelzubehör)
- ◆ Tiernahrung
- Möbel
- Antiquitäten, Kunstgegenstände
- Eisenwaren, baumarktspezifische Sortimente
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
- ◆ Optik, Hörgeräteakustik
- ◆ Uhren, Schmuck
- Fahrräder
- Computer, Telekommunikation
- ▲ Pflanzen, Gartenbedarf
- ▲ Zeitschriften, Zeitungen

Ergänzende Nutzungen

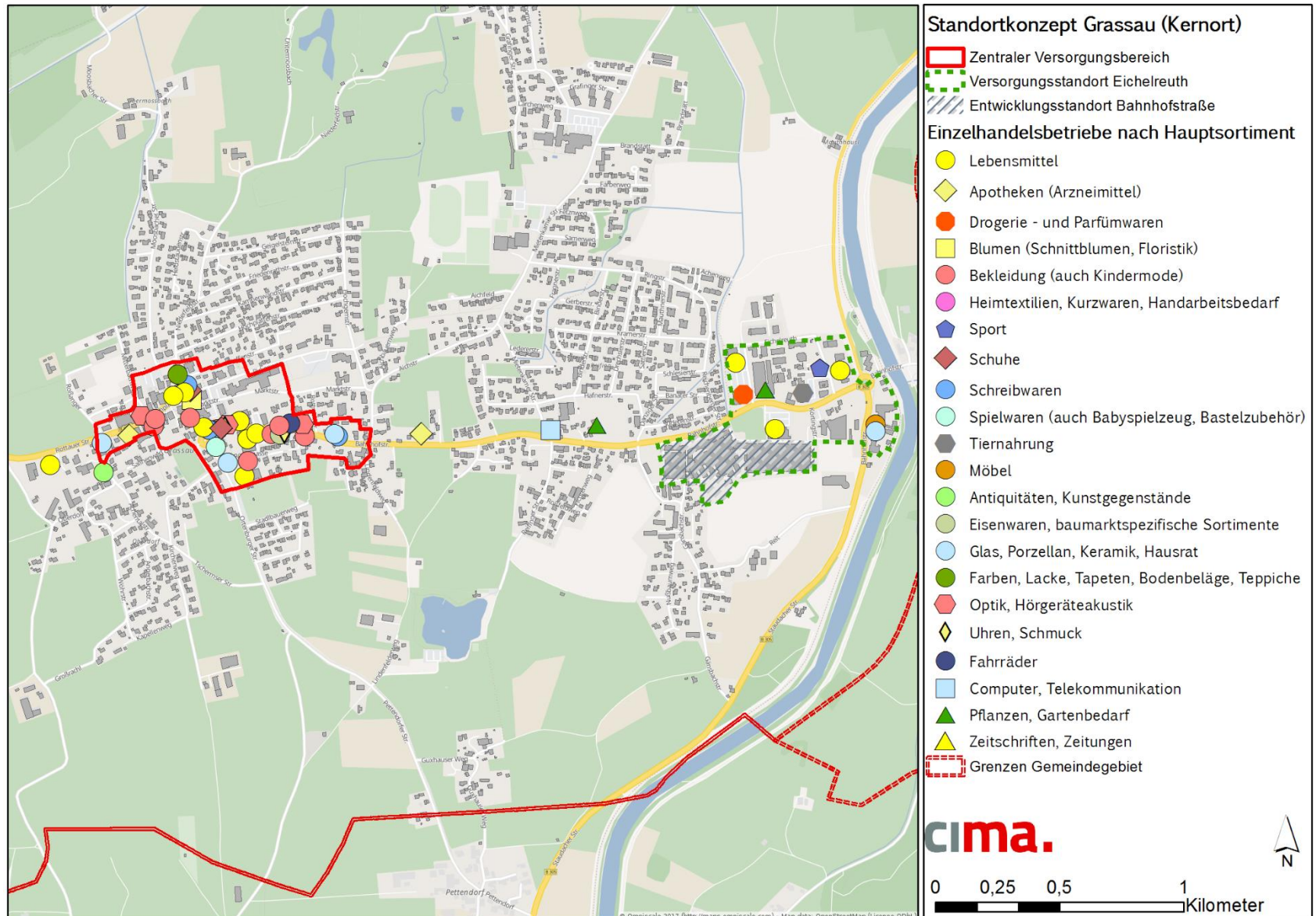
- Markthalle
- Dienstleistung
- Gastronomie
- öffentliches Gebäude
- sonstiges Gewerbe
- Leerstand

■ Zentraler Versorgungsbereich

0 125 250 Meter

4. Standort- & Sortimentskonzept

Relevante Standorte - Kernort



4. Standort- & Sortimentskonzept

Funktionsbereiche



4. Standort- & Sortimentskonzept

Sortimentsliste Grassau 2017



Sortimente des Innenstadtbedarfs	Sortimente des Nahversorgungsbedarfs	Sortimente des sonstigen Bedarfs
<ul style="list-style-type: none">▪ Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte▪ Baby- und Kinderartikel▪ Bekleidung▪ Blumen▪ Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse, Hörgeräte, Akustik▪ Bücher▪ Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Haushaltselektronik („weiße Ware“), Computer und Zubehör, Foto, Film)▪ Fahrräder und Zubehör▪ Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Souvenirs▪ Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe, Kurzwaren▪ Jagd-, Angel- und Reitbedarf▪ Lederwaren, Modeaccessoires, Taschen▪ Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf, Bastelartikel▪ Parfümeriewaren▪ Schuhe▪ Spielwaren▪ Sport- und Campingartikel▪ Uhren und Schmuck	<ul style="list-style-type: none">▪ Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke, Reformwaren, Naturkost▪ Zeitungen, Zeitschriften▪ Drogeriewaren, Kosmetika,▪ Wasch- und Putzmittel	<ul style="list-style-type: none">▪ Autoteile und Autozubehör▪ Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse▪ Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren▪ Leuchten und Zubehör▪ Boote und Zubehör▪ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen▪ Möbel, Küchen▪ Zooartikel, Tiere

4. Standort- & Sortimentskonzept

Zielsetzung



Grundsätzliche Zielsetzung bei Neuansiedlungen nach Hauptsortiment

Standort	Sortimente des Innenstadtbedarfs	Sortimente des Nahversorgungsbedarf	Sortimente des sonstigen Bedarfs
Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte	Ja	Ja	Ja
Integrierte Streulagen*	Nein	Ja** (bis 400 m ² VK)	Ja
Versorgungsstandort Eichelreuth inkl. Entwicklungsareal Bahnhofstraße	Nein	Ja** (bis 400 m ² VK)	Ja
Sonstige Standorte	Nein	Nein	Ja

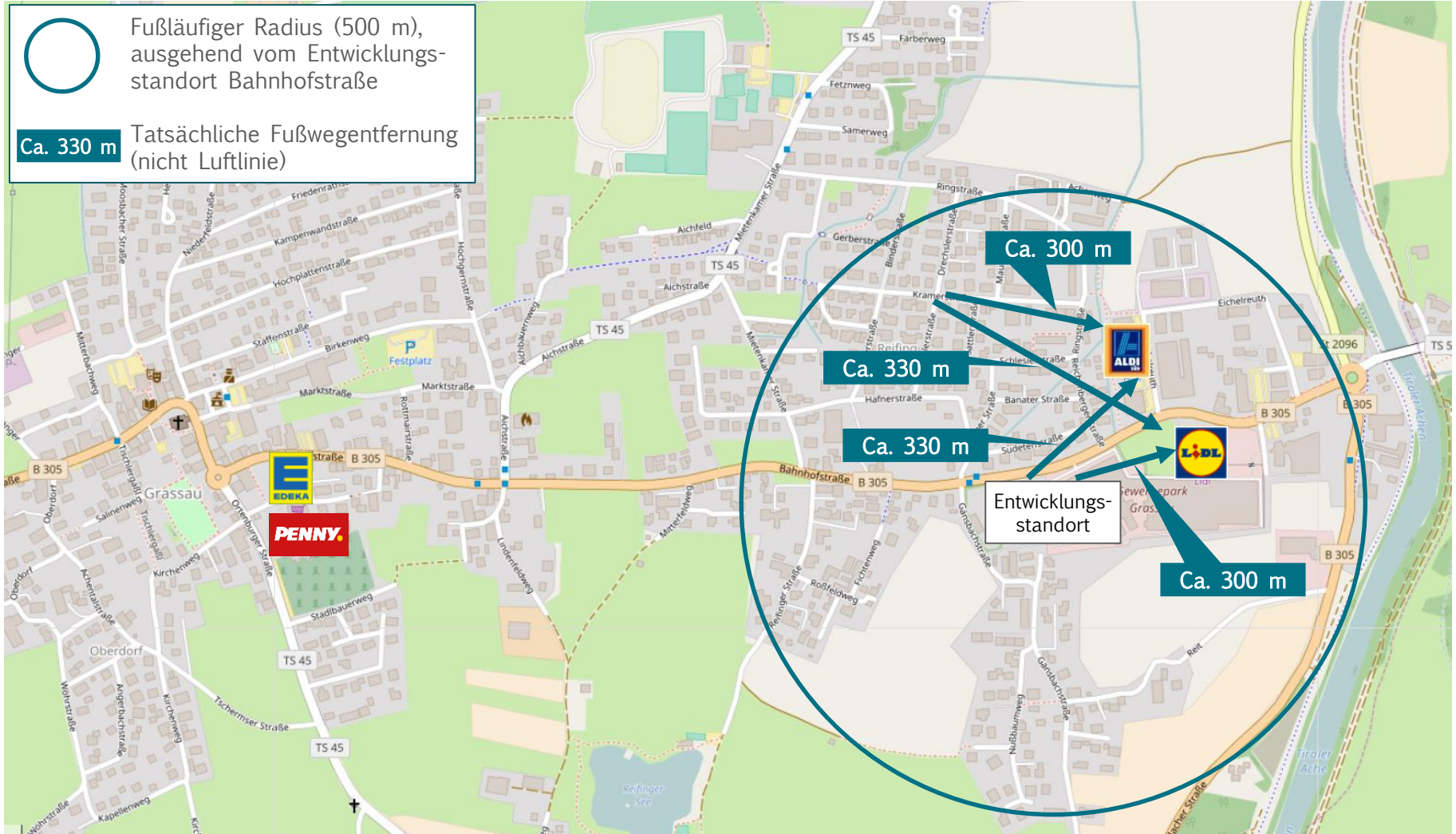
* Städtebaulich integrierte Lage, wesentliche Wohnnutzung im unmittelbaren Standortumfeld

** Ansiedlung von Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs begrenzt, zum Schutz und zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs, ggf. Einzelfallprüfung

5. Entwicklungsstandort Bahnhofstraße

Detailbetrachtung Entwicklungsstandort Bahnhofstraße


Versorgungssituation



5. Entwicklungsstandort Bahnhofstraße

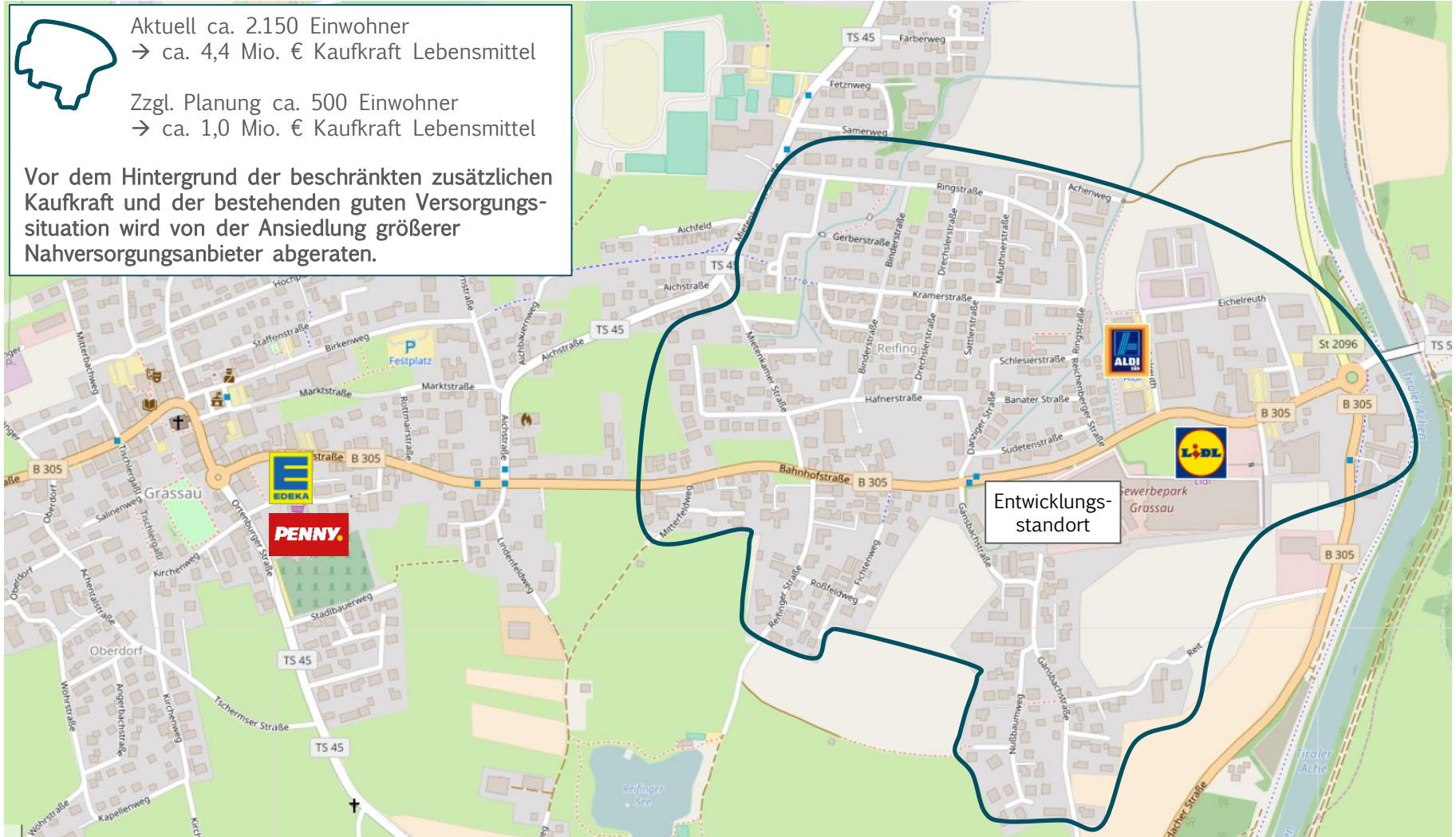
Detailbetrachtung Entwicklungsstandort Bahnhofstraße

Einwohner, Kaufkraftpotenzial inkl. Zuwachs

 Aktuell ca. 2.150 Einwohner
→ ca. 4,4 Mio. € Kaufkraft Lebensmittel

Zzgl. Planung ca. 500 Einwohner
→ ca. 1,0 Mio. € Kaufkraft Lebensmittel

Vor dem Hintergrund der beschränkten zusätzlichen Kaufkraft und der bestehenden guten Versorgungssituation wird von der Ansiedlung größerer Nahversorgungsanbieter abgeraten.



5. Entwicklungsstandort Bahnhofstraße

Detailbetrachtung Entwicklungsstandort Bahnhofstraße



Empfehlungen für den Entwicklungsstandort Bahnhofstraße

Vor dem Hintergrund der beschränkten zusätzlichen Kaufkraft und der bestehenden guten Versorgungssituation werden folgende Empfehlungen abgeleitet:

- Zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte keine Sortimente des Innenstadtbedarfs (vgl. Sortimentsliste)
- Zulässigkeit von Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs bis 400 m² zur Gebietsversorgung: Nahrungs- und Genussmittel, inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke, Reformwaren, Naturkost, Zeitungen, Zeitschriften, Drogeriewaren, Kosmetika, Wasch- und Putzmittel (z.B. Bäcker inkl. Café, Metzger inkl. heißer Theke, Gemüseladen, Zeitschriftenladen)
- Zulässigkeit von Sortimenten des Sonstigen Bedarfs (z.B. Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf)
- Ergänzend zu den Nahversorgungsbetrieben denkbar: gewisse Flächen für Dienstleister, Büros, Praxen, Gastronomie eher in Verbindung mit Bäcker/Metzger
- Die vorhandene sowie zusätzliche Kaufkraft kann die Überlebensfähigkeit einer „zweiten Ortsmitte“ bzw. einer umfangreichen Ortsteillage nicht gewährleisten. (Gefahr für Ortsmitte!)
- Entwicklung eines attraktiven Wohnstandortes. **ABER:** Von der Entwicklung eines umfangreichen und sehr attraktiven Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiestandortes sollte zum Schutz der Ortsmitte daher abgesehen werden.

6. Umsetzung in der Bauleitplanung

Allgemeine Grundsätze

Einzelhandelskonzept als Grundlage für die Bauleitplanung

- Berücksichtigung bei der Aufstellung neuer und Änderung vorhandener B-Pläne
- Anpassung der wesentlichen handelsrelevanten Bebauungspläne an die Vorgaben des Standort- und Sortimentskonzeptes sowie an die weiterführenden Regelungen (u.a. Randsortimente, Erweiterungen)
- Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB): Empfehlung zur Aufstellung neuer B-Pläne in Gebieten mit besonderem Handlungsbedarf (Einzelfallprüfung)
- Ggf. Veränderungssperre / Zurückstellung von Baugesuchen
- Ggf. Hinzuziehung von Fachjuristen zur Detailprüfung

Voraussetzung für Steuerungswirkung:

Gemeinderatsbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept
gem. § 1 (6) Nr. 11 BauGB



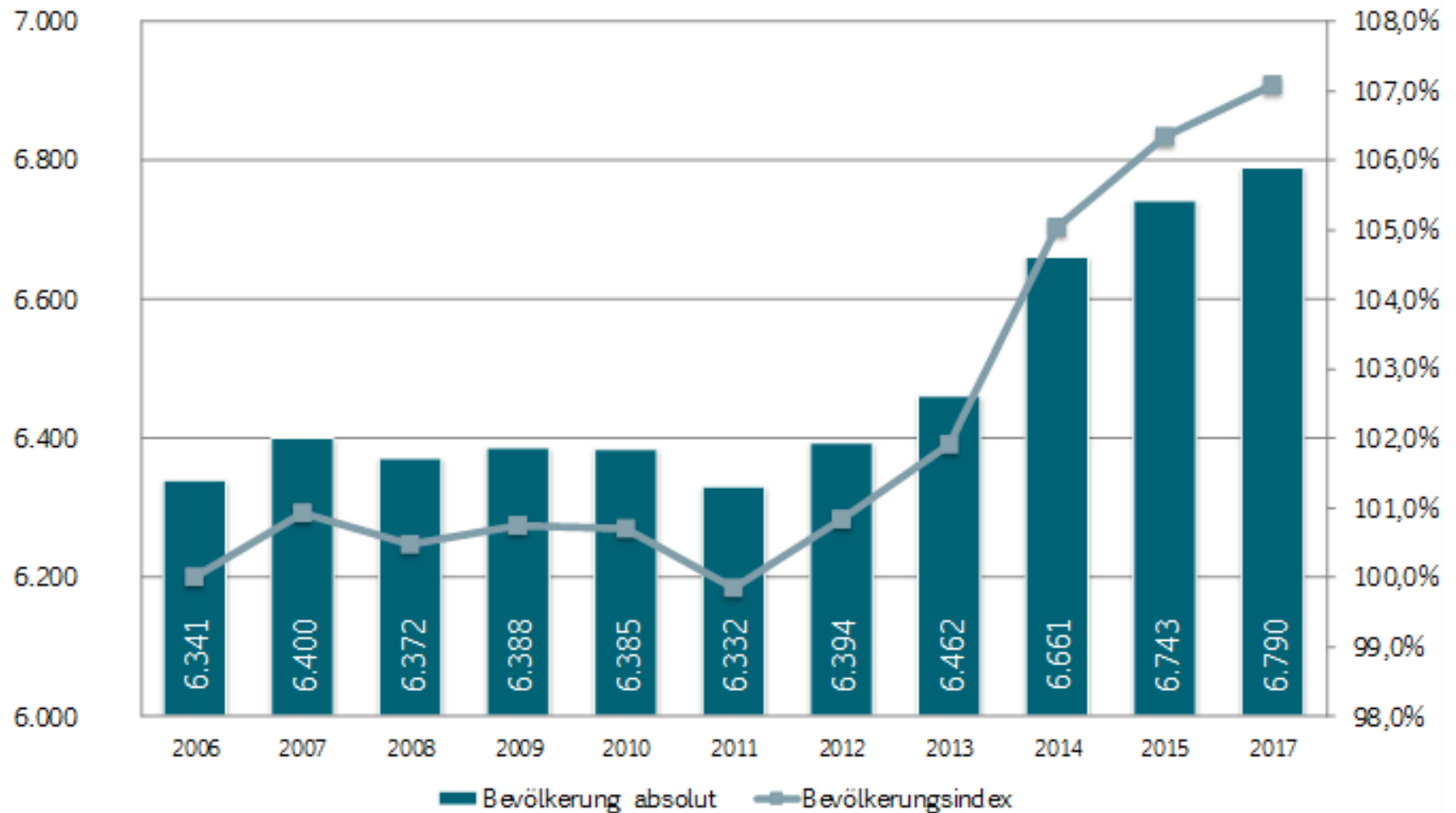
Gehen Sie Ihren Weg konsequent weiter!



Anhang

2. Rahmenbedingungen

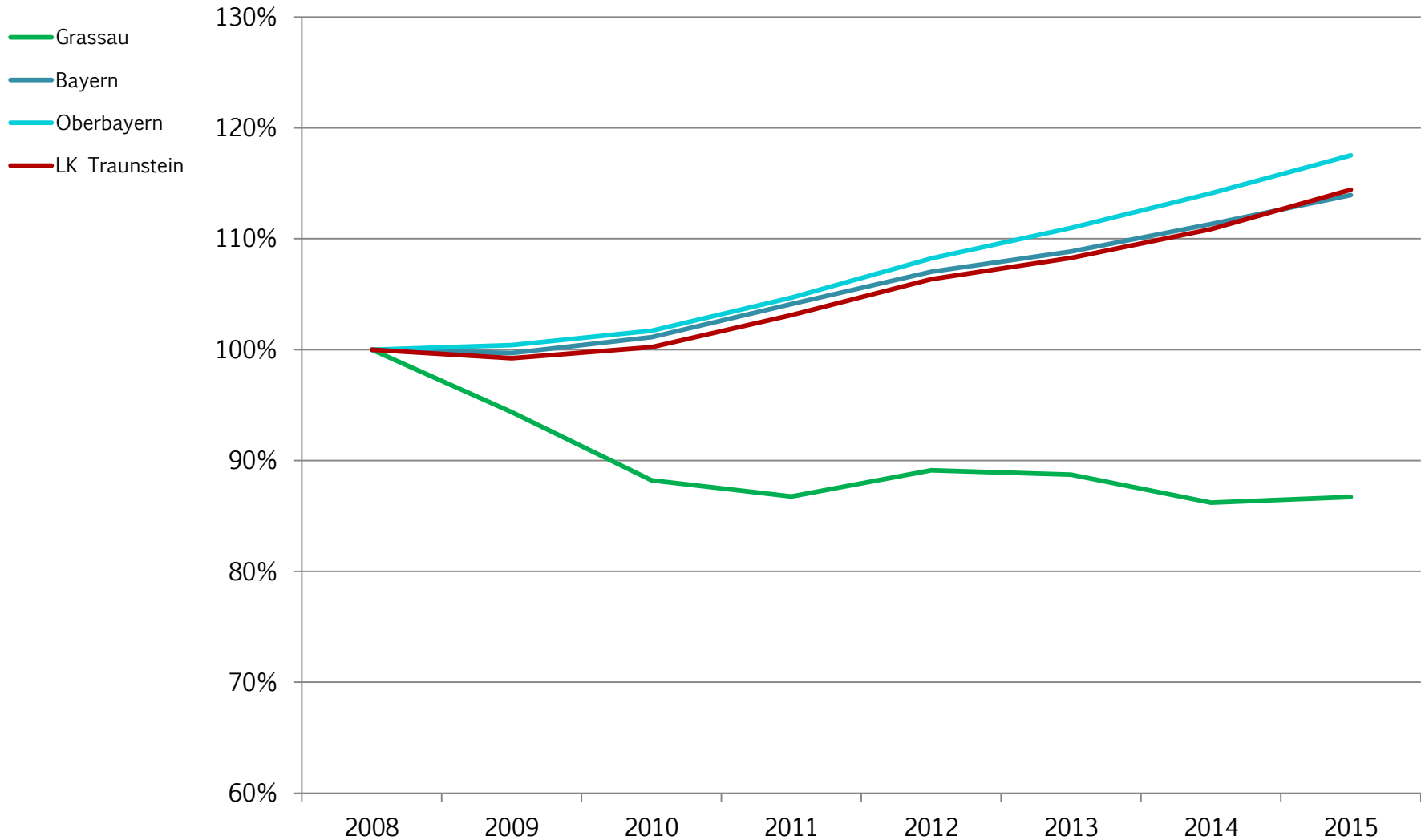
Bevölkerungsentwicklung



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, 2017

2. Rahmenbedingungen

Beschäftigtenentwicklung



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, 2017

3. Analyseergebnisse

Einzelhandel: Methodik - Erhebung

Erhebung und Bewertung des Einzelhandelsbestandes in Grassau

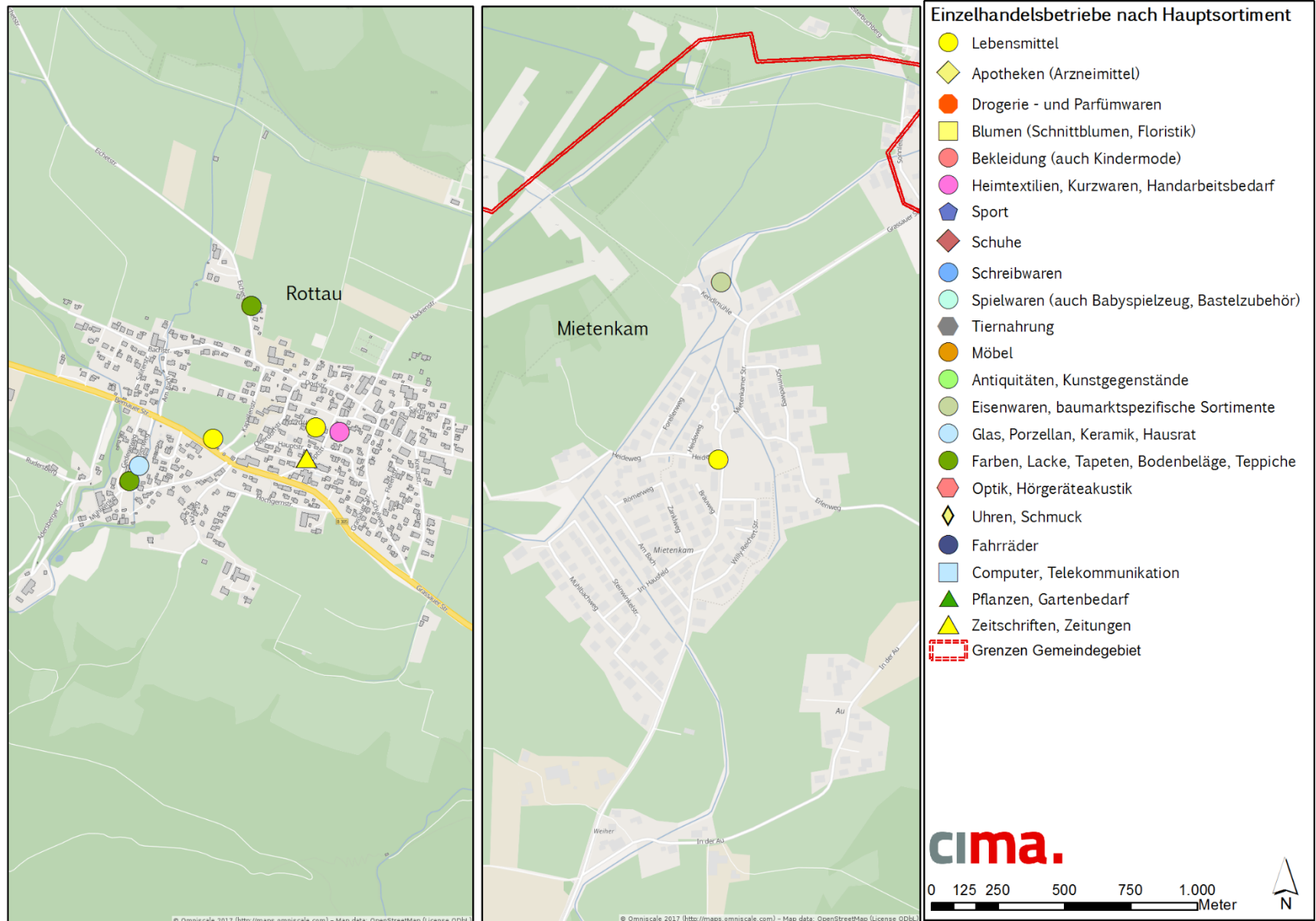
- Erfassung der sortimentsgenauen Verkaufsflächen (32 Sortimente / 15 Warengruppen)
- Betriebstyp
- Leerstände

kurzfristig	Lebensmittel	langfristig	Möbel
	Reformwaren		Antiquitäten, Kunstgegenstände
	Arzneimittel (Apotheken)		Eisenwaren, Baumarktartikel
	Drogerie- und Parfümeriewaren		Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
	Schnittblumen, Floristik		Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
	Zeitschriften, Zeitungen		Elektrogeräte, Leuchten
mittelfristig	Oberbekleidung		Unterhaltungselektronik
	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung		Foto
	Heimtextilien		Optik, Hörgeräteakustik
	Sportartikel		Uhren, Schmuck
	Schuhe		Lederwaren
	Sanitätswaren		Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
	Bücher		Fahrräder
	Schreibwaren		Kfz-Zubehör
	Spielwaren		Computer, Büro-/ Telekommunikation
Zoobedarf	Pflanzen, Gartenbedarf		

Quelle: CIMA GmbH 2017

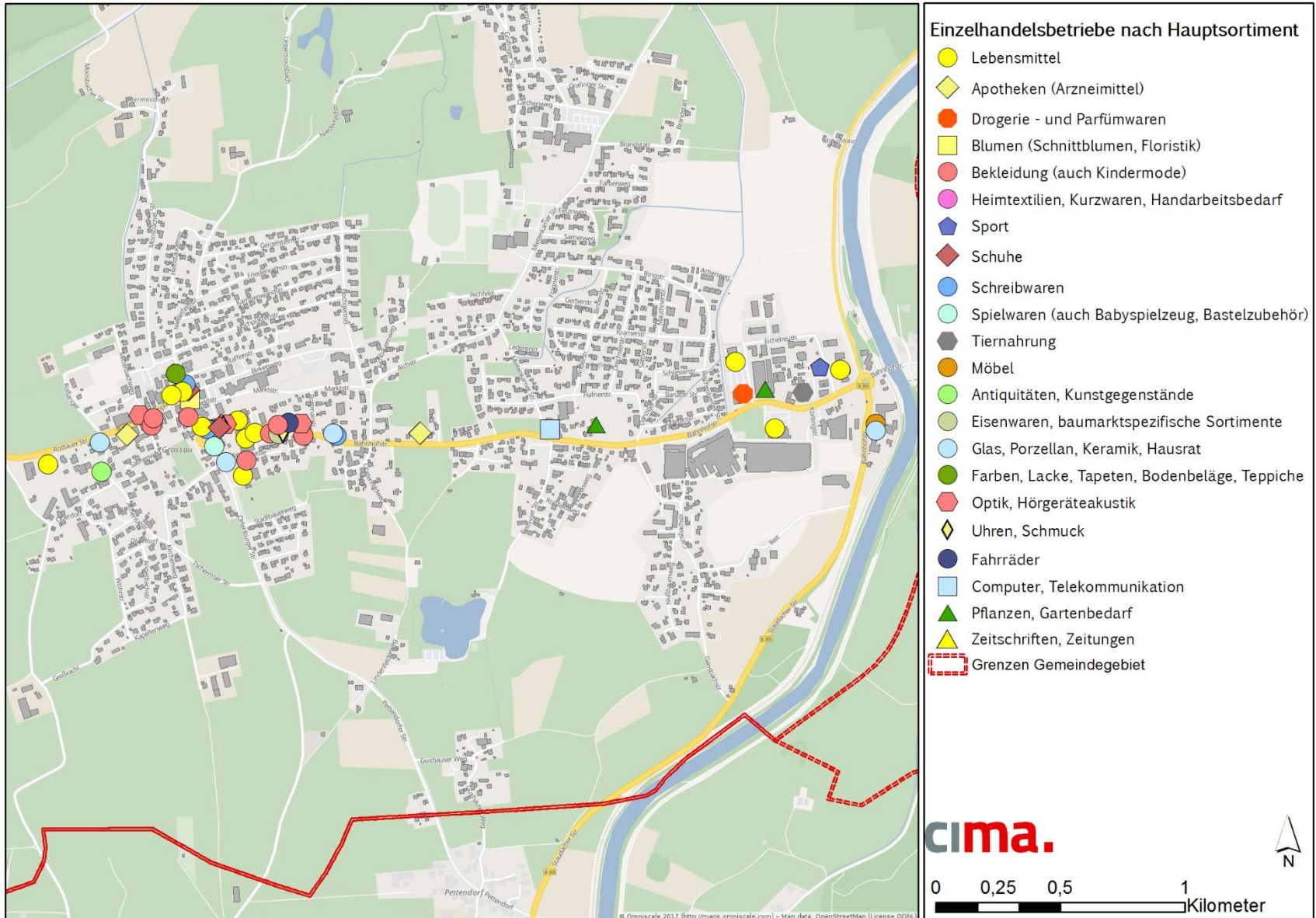
2. Analyseergebnisse

Einzelhandelsbesatz in den Ortsteilen Rottau und Mietenkam



2. Analyseergebnisse

Einzelhandelsbesatz Kernort



Quelle: Kartengrundlage Markt Grassau, OpenStreetMap©, www.openstreetmap.de, Zugriff 2017, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management

3. Analyseergebnisse

Einzelhandelsbestand und Branchenmix

cima Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Täglicher und kurzfristiger Bedarf insgesamt	19	4.866	26,4
Lebensmittel	14	3.849	19,3
Gesundheit und Körperpflege	3	843	6,3
Zeitschriften, Schnittblumen	2	174	0,7
Mittel- und langfristiger Bedarf insgesamt	39	5.644	16,1
Bekleidung, Wäsche	9	1.243	4,2
Schuhe, Lederwaren	2	255	0,8
Uhren, Schmuck, Optik, med.-orth. Bedarf	5	295	2,0
Bücher, Schreibwaren	3	217	0,8
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	1	181	0,6
Sportartikel, Fahrräder	2	426	1,4
Spielwaren	1	183	0,4
Hobbybedarf, Zooartikel	1	828	1,7
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	5	1.056	2,6
Möbel, Antiquitäten	2	135	0,2
Heimtextilien	1	135	0,2
Baumarktartikel, Gartenbedarf	7	690	1,3
Einzelhandel insgesamt	58	10.510	42,5



* Aufteilung der Teilsortimente bei Mehrbranchenbetrieben auf die Warengruppen

**Datenschutz, Darstellung erst ab drei Betrieben

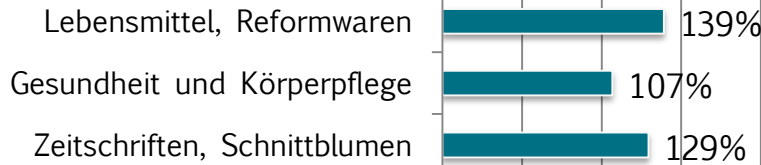
Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Stand 05/2017.

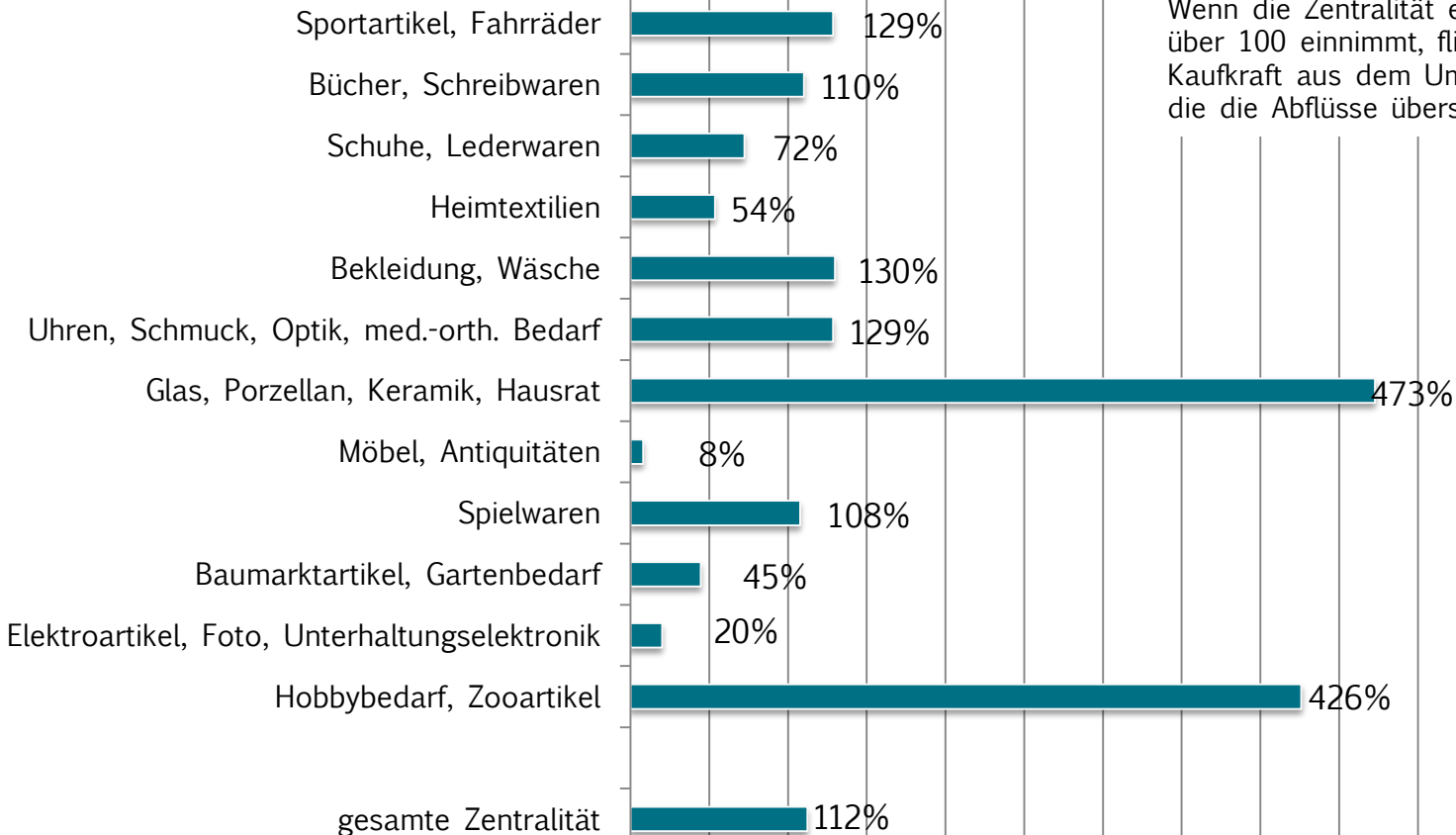
3. Analyseergebnisse

Einzelhandelszentralität

Täglicher und kurzfristiger Bedarfsbereich:



Mittel- und langfristiger Bedarfsbereich:



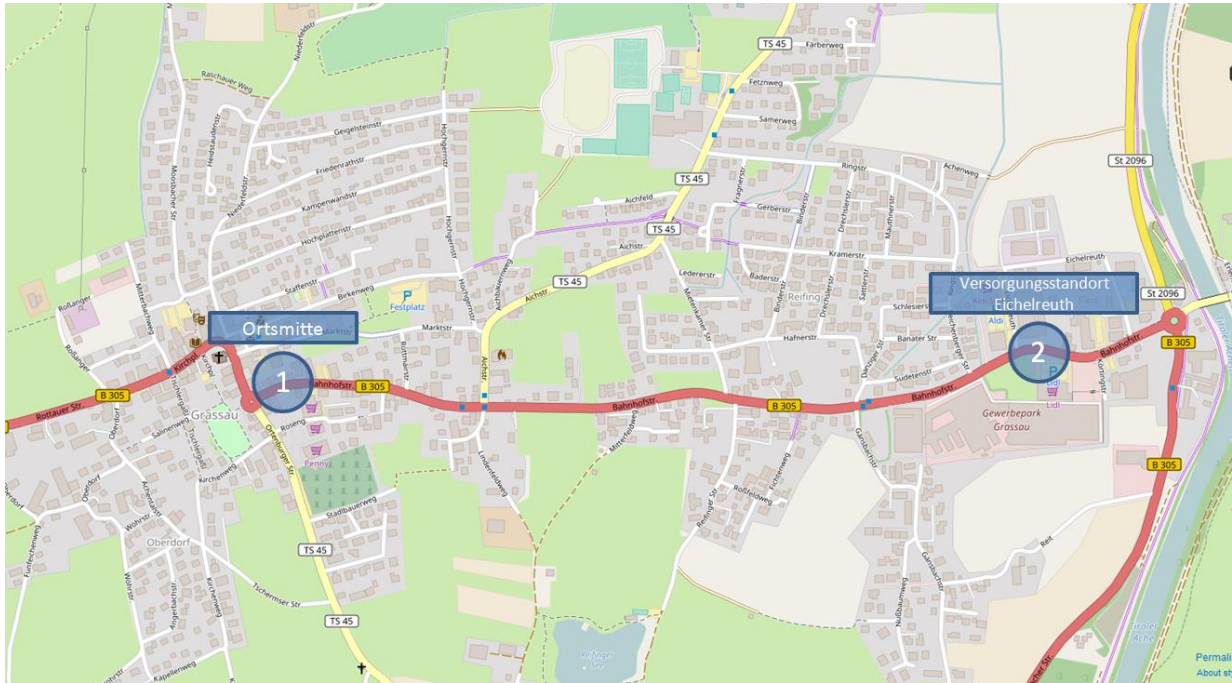
Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage (Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Grassau).

Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt.

4. Kundenbefragung

Grundlagen

Wann und wo wurde befragt?

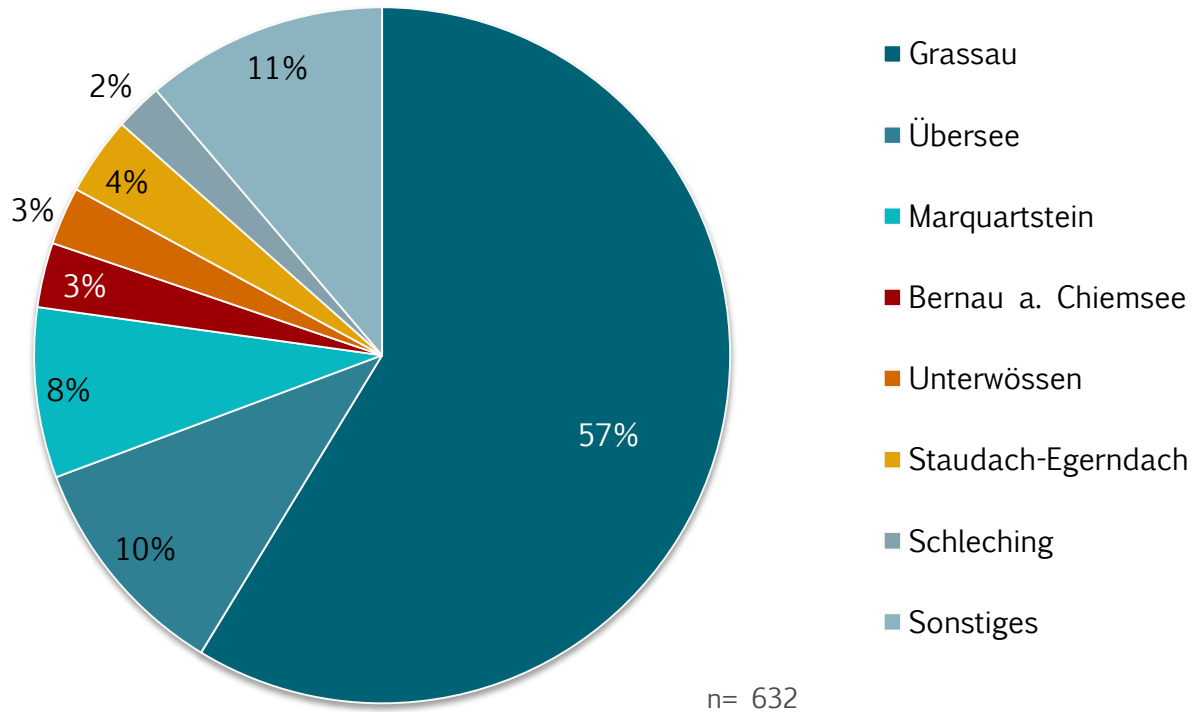


- **Befragungstage:**
 - Samstag, 20.05.2017
 - Mittwoch, 31.05.2017
- **Stichprobe:**
 - Insgesamt 632 Befragte
 - Passanten/Kunden wurden befragt
- **Befragungsstandorte**
 - Ortmitte: 308 Personen
 - Versorgungsstandort Eichelreuth: 324 Personen

4. Kundenbefragung

Herkunft der Befragten

...gesamt

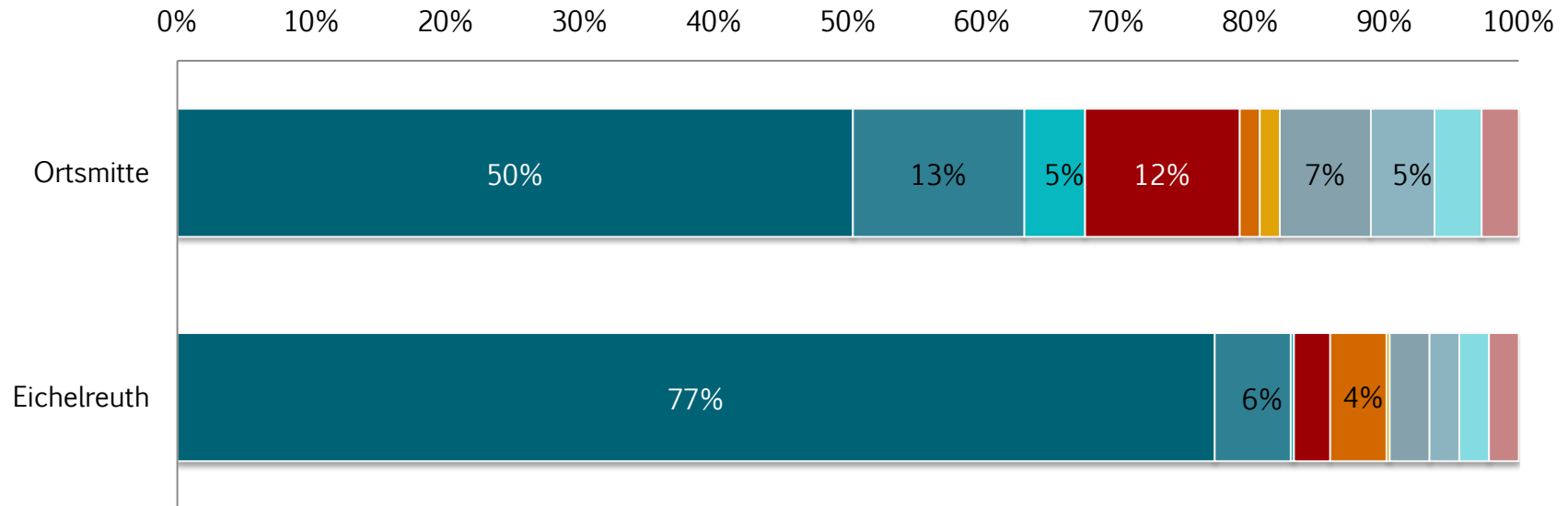


4. Kundenbefragung

Besuchszweck



...nach Befragungsort

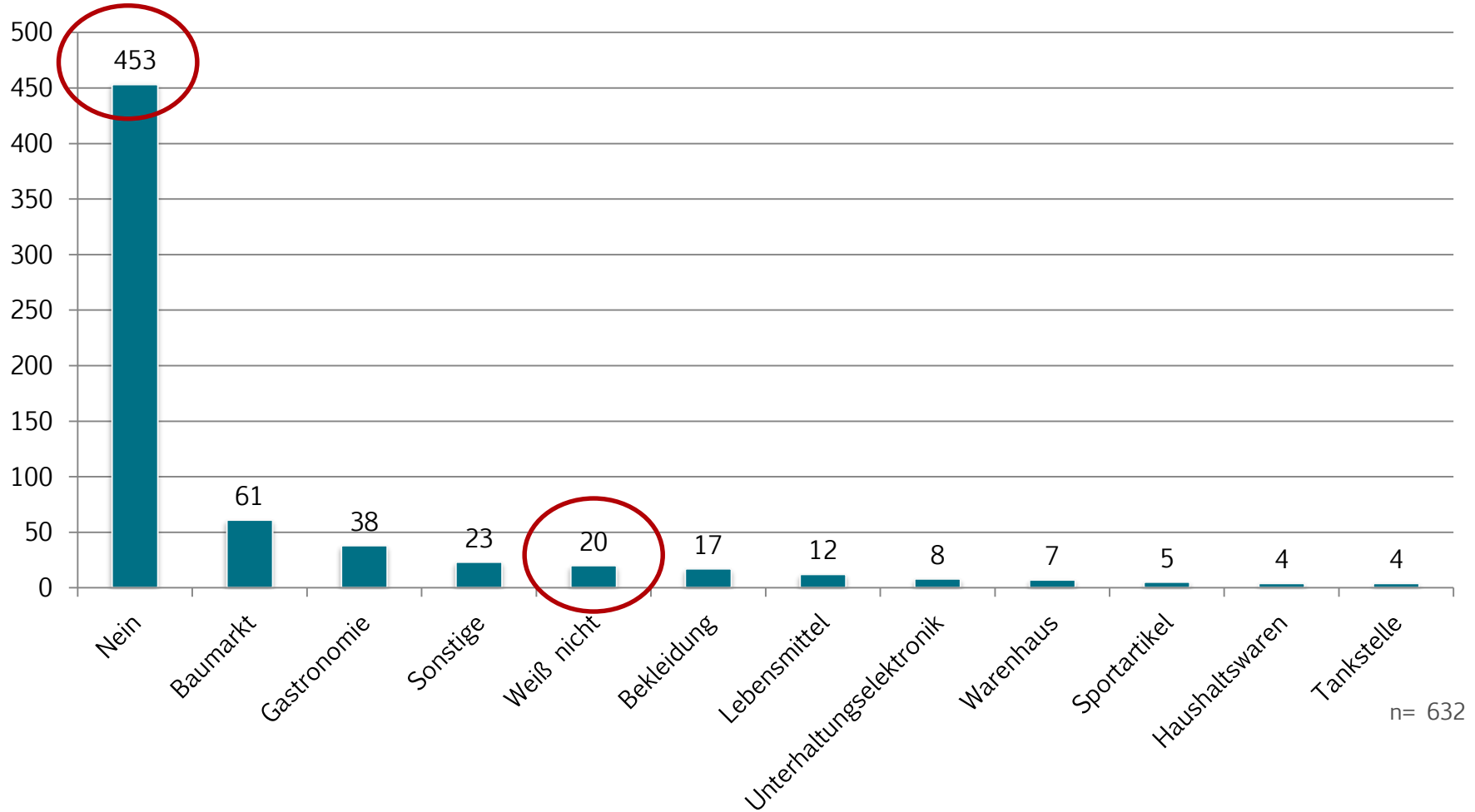


- Einkaufen
- Gastronomiebesuch
- Wochenmarkt
- Bummeln
- Arbeitsplatz
- Schule/Bildung
- Dienstleistungen (Arzt, Friseur,...)
- Radtour
- Wandern
- Sonstiges

n= 632

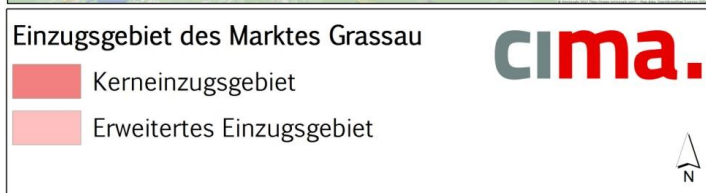
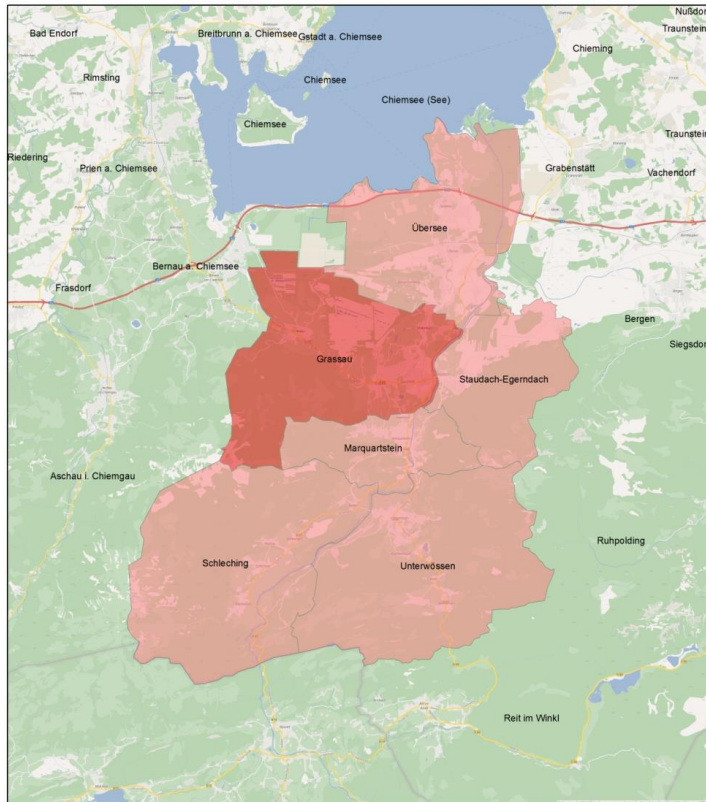
4. Kundenbefragung

Vermissen Sie bestimmte Angebotsformen?



2. Analyseergebnisse

Marktgebiet des Einzelhandels und Kaufkraft in Grassau



Kaufkraftpotenzial nach cima Warengruppen		Grassau
Täglicher und kurzfristiger Bedarf		20,4
Lebensmittel		13,9
Gesundheit und Körperpflege		5,9
Zeitschriften, Schnittblumen		0,6
Mittel- und langfristiger Bedarf		17,4
Bekleidung, Wäsche		3,2
Schuhe, Lederwaren		1,1
Uhren, Schmuck, Optik, med.-orth. Bedarf		1,5
Bücher, Schreibwaren		0,7
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik		3,0
Sportartikel, Fahrräder		1,1
Spielwaren		0,4
Hobbybedarf, Zooartikel		0,4
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat		0,5
Möbel, Antiquitäten		2,1
Heimtextilien		0,4
Baummarktartikel, Gartenbedarf		3,0
Einzelhandel insgesamt		37,8

Derzeit wohnen im gesamten definierten Marktgebiet von Grassau 21.972 Einwohner, die über ein kumuliertes Kaufkraftpotenzial von 123,29 Mio. € verfügen.

6. Standort- & Sortimentskonzept

Zentraler Versorgungsbereich

Definition zentraler Versorgungsbereich

- räumlich abgrenzbarer Bereich einer Gemeinde, dem auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt
- Zentrale Versorgungsbereiche können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. (BVerwG, Az. 4 C 7/07)
- Ein zentraler Versorgungsbereich muss einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinaus reichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken. (BVerwG, Az. 4 C 2.08)

Weitere Kriterien aus der Praxis

- Städtebauliche Integration
- Einzelhandelsnutzungen als Leitfunktion
- Ergänzend Dienstleister, Gastronomie oder öffentlichen Einrichtungen
- Städtebauliche Gegebenheiten
- Städtebaulicher, räumlicher und funktionaler Zusammenhang

6. Standort- und Sortimentskonzept

Weiterführende Regelungen



Bestandsschutz / Erweiterungen

- Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz und können ihre Verkaufsfläche grundsätzlich in gewissem Rahmen erweitern bzw. modernisieren, um dadurch eine gegebenenfalls notwendige Marktanpassung zu erreichen. Grundsätzlich Einzelfallprüfung für Nachweis der Verträglichkeit.

Randsortimente

- Bei Betrieben mit Hauptsortiment des sonstigen Bedarfs außerhalb der Ortsmitte entsprechend Einzelfallprüfung max. 15 % der Gesamtverkaufsfläche sowie max. 100 m² je Einzelsortiment. Verträglichkeit ggü. Ortsmitte ist im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung zu prüfen (ggf. Einschränkung).

Annexhandel (vormals Handwerkerregel)

- Gewerbebetriebe an Betriebsstätte / Firmensitz auf untergeordneter Fläche
- Sortimente des Innenstadt- und des Nahversorgungsbedarfs dürfen nur im direkten Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) angeboten werden. Hier liegt die Verkaufsflächenbeschränkung bei max. 100 m² Innenstadtbedarf nur mit unmittelbarem Zusammenhang zum Gewerbe
- Nachweis der Verträglichkeit