

C Bestandsaufnahme des städtischen Einzelhandelsangebotes und Analyse der Angebotsstruktur

C 1 Einzelhandelsausstattung der Stadt Moosburg a.d. Isar

Nachdem die einzelnen Orte und Ortsteile im Stadtgebiet der Stadt Moosburg a.d. Isar nur über eine geringe Mantelbevölkerung verfügen, existieren Versorgungsstandorte derzeit nur am Hauptort. Zum Zeitpunkt der Einzelhandelskartierung wurde in der Stadt Moosburg a.d. Isar (Kernstadt) folgender Einzelhandelsbestand ermittelt:

- 120 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit
- einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 31.119 m² und
- einem Bruttoumsatz im Einzelhandel von insgesamt ca. 113,1 Mio. € (GfK 2007).

Auf die Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel (food) entfallen:

a. 11.250 m² Verkaufsfläche bzw. 36,2 % der Gesamtverkaufsfläche.

Auf die Hauptwarengruppe Nichtlebensmittel (non-food) entfallen:

ca. 19.869 m² Verkaufsfläche bzw. 63,8 % der Gesamtverkaufsfläche.

Die Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Moosburg a.d. Isar weist im Wesentlichen folgende strukturelle Kennzeichen auf:

53 der in der Stadt Moosburg situierten Einzelhandelsbetriebe sind entsprechend ihrer Hauptwarengruppe dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen (vgl. Tab. 4). Dies entspricht einem Anteil von ca. 44,2 % aller Betriebe im Stadtgebiet. Rund 13.787 m² Verkaufsfläche entfallen auf den Bereich des kurzfristigen Bedarfs. Sein Verkaufsflächenanteil beträgt damit 44,3 %. Die flächenbezogen wesentlichen Anbieter im Bereich des kurzfristigen Bedarfs stammen aus dem Lebensmitteleinzelhandel und sind in Moosburg durch die Anbieter Kaufland (Verbrauchermarkt), Rewe (LM-Supermarkt), Edeka (LM-Supermarkt) sowie die Lebensmittel-Discounter Aldi, Lidl, Norma, Penny und Netto repräsentiert. Im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren dominiert der Anbieter DM die örtliche Ausstatung. Darüber hinaus sind nur drei flächenbezogen deutlich kleinere Märkte des Anbieters Schlecker im Stadtgebiet verteilt.

Tabelle 4: Verkaufsflächen und Betriebe in der Stadt Moosburg a.d. Isar nach Hauptwarengruppen

Bedarfsstufe*	VK in m²	Anteil in %	Anzahl Betriebe*	Anteil Betriebe
überwiegend kurzfristig	13.787	44,3	53	44,2
überwiegend mittelfristig	9.809	31,5	33	27,5
überwiegend langfristig	7.523	24,2	34	28,3
gesamt	31.119	100	120	100

^{*)} Die Betriebe sind entsprechend ihrem Hauptsortiment zugeordnet.

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.



Tabelle 5: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächengrößenklassen

	VK in m²	Anteil VK	Anzahl Betriebe	Anteil Betriebe
bis unter 50 m ²	905	2,9	36	30,0
50 m² bis unter 100 m²	2.082	6,7	29	24,2
100 m² bis unter 300 m²	4.480	14,4	25	20,8
300 m² bis unter 800 m²	12.776	41,1	23	19,2
800 m² bis unter 1.500 m²	3.026	9,7	3	2,5
mindestens 1.500 m²	7.850	25,2	4	3,3
gesamt	31.119	100	120	100

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Tabelle 6: Verteilung der Verkaufsfläche und der Betriebe nach Betriebsform

	VK in m²	Anteil in %	Anzahl Betriebe	Anteil Betriebe
LM-Spezialgeschäft	882	2,8	24	20,0
LM-SB-Markt	231	0,7	2	1,7
Naturkost/Reformhaus	120	0,4	1	0,8
LM-Discounter	3.626	11,7	5	4,2
LM-Supermarkt	2.510	8,1	2	1,7
Verbrauchermarkt	2.835	9,1	1	0,8
Getränkemarkt	3.488	11,2	5	4,2
Betriebe des Lebensmittelhandels	13.692	44,0	40	33,3
Fach-/Spezialgeschäft	5.388	17,3	45	37,5
Discounter	295	0,9	1	0,8
Fachmarkt	8.988	28,9	22	18,3
Fachkaufhaus	2.400	7,7	2	1,7
Betriebe des Handels mit Ge- brauchsartikel	17.071	54,9	70	58,3
Apotheke	99	0,3	4	3,3
Sanitätshaus	132	0,4	3	2,5
Versandhandel	5	0,0	1	0,8
Tankstellenshop	120	0,4	2	1,7
Sonstige Betriebsformen	356	1,1	10	8,3
gesamt	31.119	100	120	100

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Nahezu drei Viertel aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Moosburg a.d. Isar (74,2 %) verfügen über eine Verkaufsfläche von weniger als 300 m². Auf diese kleinflächigen Betriebe entfällt jedoch lediglich ein Verkaufsflächenanteil von ca. 24 %. Großflächige Betriebe mit über 800 m² Verkaufsfläche erreichen dagegen nur einen Anteil von ca. 5,8 %



am Gesamtbestand, allerdings umfasst ihr Anteil an der Verkaufsfläche eine Größenordnung von ca. 34,9 %. Betriebe mit 300 bis 800 m² Verkaufsfläche haben einen vergleichsweise hohen Anteil von 19,2 % am Betriebsbestand im Einzelhandel und einen ebenfalls vergleichsweise hohen Anteil von ca. 41,1 % an der Verkaufsfläche (vgl. Tab. 5). Ursächlich hierfür ist unter anderem der Besatz des Gewerbegebietes Degernpoint mit Betrieben aus dem Lebensmittelhandel, deren Verkaufsflächenausstattung (aus planungsrechtlichen Gründen) knapp unterhalb der Großflächigkeit bleibt.

- 33,3 % aller Betriebe zählen entsprechend ihrer Hauptwarengruppe zum Bereich Lebensmitteleinzelhandel. Ihr Verkaufsflächenanteil beträgt 44 % (vgl. Tab. 6). Unter ausschließlicher Berücksichtigung der Verkaufsfläche für Lebensmittel beträgt der Verkaufsflächenanteil im Lebensmitteleinzelhandel allerdings nur ca. 36,2 %.
- 37,5 % aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Moosburg a.d. Isar sind der Betriebsform Fachgeschäft zuzuordnen. Hierbei handelt es sich allerdings in der Regel um kleinflächige Anbieter, die zusammen nur einen Verkaufsflächenanteil von 17,3 % erreichen. Die 22 Fachmärkte in der Stadt Moosburg a.d. Isar erreichen dagegen nur einen Anteil von ca. 19 % an allen Einzelhandelsgeschäften aber ihr Verkaufsflächenanteil beläuft sich auf ca. 28,9 % (vgl. Tab. 6).

Bewertung der Verkaufsflächenausstattung

Eine Bewertung der Verkaufsflächenausstattung anhand eines Vergleichs mit den Bestandsdaten anderer Städte kann für sich alleine genommen keine aussagekräftigen Ergebnisse liefern. Ursache hierfür ist, dass die Tragfähigkeit im Einzelhandel, also die Verkaufsflächenausstattung, die aufgrund der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in einer Stadt möglich ist, sowohl von der Bevölkerungszahl und dem Kaufkraftniveau der eigenen Bevölkerung als auch der Bevölkerung im Einzugsgebiet abhängig ist. Gerade das Einzugsgebiet einzelner Städte weist aber häufig eine sehr individuelle Ausdehnung auf und daraus ergibt sich ein stark unterschiedliches Marktpotenzial. Speziell im ländlichen Raum ohne konkurrierende Zentren in der Nähe kommt Mittelzentren oft eine besonders starke Versorgungsfunktion für das Umland zu, was sich letztlich auch in einer entsprechenden Verkaufsflächenausstattung niederschlägt. Eine derartige Raumstruktur lässt sich allerdings für die Stadt Moosburg nicht ausmachen. Dennoch soll ein Vergleich mit der Stadt Pfaffenhofen a.d. Ilm und dem Durchschnittswert zumindest in der Größe vergleichbarer Städte (Vergleichsstädte mit ca. 20.000 Einwohnern) eine erste Tendenz sowie die Wettbewerbsposition aufzeigen.

Hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner erreicht die Stadt Moosburg mit 1,78 einen deutlich unterdurchschnittlichen Wert (Stadt Pfaffenhofen 2,38, Vergleichsstädte 2,26). Damit ist die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Moosburg für ein Mittelzentrum als unterdurchschnittlich zu bewerten, was Folge einer vergleichsweise geringen Versorgungsfunktion der Stadt für das ländliche Umland ist.

Die Vergleichswerte nach den einzelnen Hauptwarengruppen ermöglichen darüber hinaus Aufschlüsse über die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Moosburg a.d. Isar differenziert nach einzelnen Warengruppen (vgl. Abb. 9).



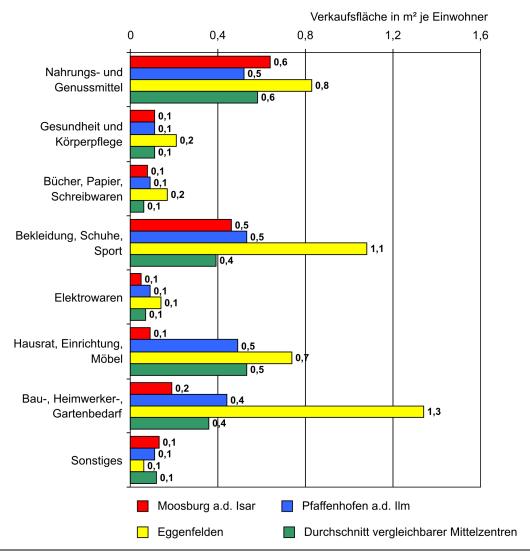


Abbildung 9: Verkaufsflächenausstattung der Stadt Moosburg a.d. Isar im Vergleich

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.

- Der Bereich Nahrungs- und Genussmittel ist die Verkaufsfläche je Einwohner leicht überdurchschnittliche ausgeprägt. Als entscheidend hierfür erweist sich der Umstand, dass der großflächige Anbieter Kaufland mit einem Verbrauchermarkt in Moosburg vorhanden ist. Im Vergleich zu anderen Mittelzentren erweist sich gerade die Betriebsform Verbrauchermarkt oder SB-Warenhaus als entscheidend für die Unterschiede in der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner.
- Für den Bereich Gesundheit und Körperpflege lässt sich bezogen auf die Verkaufsfläche je Einwohner ein durchschnittliches Angebot in der Stadt Moosburg a.d. Isar ausmachen.
- Insgesamt erreicht die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Moosburg a.d.Isar im Bereich des kurzfristigen Bedarfs (gemessen an der Verkaufsfläche je Einwohner) einen überdurchschnittlichen Wert. Nachdem alle Betriebsformen vorhanden sind, bestimmt sich die Qualität der Nahversorgung speziell aus der räumlichen Verteilung der Versorgungsstandorte.
- Eine nur leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist für die zentrenrelevanten Hauptwarengruppen des mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe, Sport) aus-



zumachen. Unabhängig von qualitativen Aspekten und Aspekten der räumlichen Verteilung liegt bei den zentrenrelevanten Hauptwarengruppen aber im Vergleich mit der Stadt Pfaffenhofen a.d. Ilm ein deutlich geringeres Angebot vor. Speziell die deutlich geringere Ausstattung der Stadt Moosburg a.d. Isar in den Bereichen Sport und Schuhe ist hierfür maßgeblich.

■ Die deutlichsten Defizite in der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner lassen sich im Vergleich mit anderen Mittelzentren für die Warengruppen des langfristigen Bedarfs feststellen. Ursache hierfür ist, dass in der Stadt Moosburg a.d. Isar in keinem Sortiment ein großflächiger Fachmarkt vorhanden ist. Dies gilt insbesondere bezogen auf einen Baumarkt oder Gartenfachmarkt, aber auch bezogen auf einen Elektrofachmarkt. Diese stark unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im langfristigen Bedarfsbereich ist auch ursächlich für die insgesamt unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung der Stadt Moosburg a.d. Isar. Nachdem die Fachmärkte in diesen Warengruppen aber keine typischen Bausteine einer Innenstadt sind, können daraus keine Ursachen für eine schwache Position der Innenstadt abgeleitet werden.

Insgesamt lassen sich im Städtevergleich Defizite der Stadt Moosburg a.d. Isar sowohl für die zentrenrelevanten Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, Schuhe/Lederwaren und Sport sowie für die Warengruppen des langfristigen Bedarfs Elektroartikel, Baumarktartikel, Gartenartikel und Einrichtungsbedarf Defizite in der Verkaufsflächenausstattung nachweisen. Nachdem gerade in den angesprochenen Warengruppen des langfristigen Bedarfs großflächige Fachmärkte das Angebot bestimmen, die auch ein weites Einzugsgebiet ausbilden, lässt sich für die Stadt Moosburg ein vergleichsweise enges Marktgebiet erwarten.

C 2 Standortstruktur des Einzelhandels in der Stadt Moosburg a.d. Isar

C 2.1 Raumstrukturelle Standortlagen des Einzelhandels

Der Einzelhandelsbestand in der Moosburg a.d. Isar lässt sich vier raum- und siedlungsstrukturell unterschiedlichen Standortlagen zuordnen (vgl. Karte 7), die teilweise eine weitere interne Unterscheidung erfordern. Im Einzelnen handelt es sich um die Standortlagen

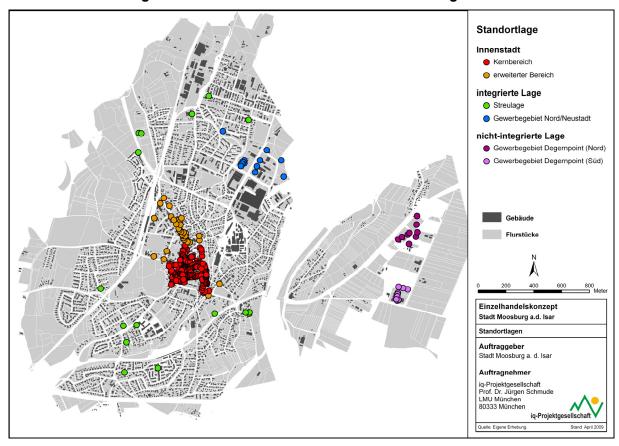
- Innenstadt mit den beiden Teilräumen "Kernzone" und "erweiterter Bereich",
- integrierte Standortlage mit den beiden Teillagen "Streulage" und "Gewerbegebiet-Nord/Neustadt"
- nicht-integrierte Standortlage mit den beiden Teilräumen "Gewerbegebiet Degernpoint Nord" und "Gewerbegebiet Degernpoint Süd".

Speziell für die Abgrenzung der Kernzone der Moosburger Innenstadt unter einzelhandelsbezogenen Aspekten sind folgende Kriterien und Anhaltspunkte maßgeblich:

- zusammenhängender, dichter Besatz mit Einzelhandelsgeschäften und Dienstleistungsanbietern,
- Vielfalt von Nutzungen, Multifunktionalität (v.a. Einzelhandel, Wohnen, Gastronomie, Verwaltung, Kultur),
- historisch gewachsenes Versorgungszentrum (z.B. historische Altstadt),



- qualifizierte Anbindung an den ÖPNV, anteiliger fußläufiger Einzugsbereich, Parkbereiche im Umfeld des Stadtzentrum und Wegeführung von den Parkplätzen ins Stadtzentrum.
- regelmäßig baulich verdichtetes Mischgebiet oder Kerngebiet sowie historische bauliche Begrenzung (z.B. Stadtmauern, Tore),
- topographische Barrieren (z.B. Flüsse, Hügel) und Verkehrstrassen (z.B. Ringstraßen, Bahnlinien).



Karte 7: Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Moosburg a.d. Isar

Quelle: Eigene Bearbeitung.

iq-Projektgesellschaft

Innenstadt: Kernzone und erweiterter Bereich

Innerhalb der Standortlage der Innenstadt der Stadt Moosburg lassen sich raumstrukturell und funktional zwei Bereiche unterscheiden. Eine Kernzone, die durch eine hohe allgemeine funktionale Dichte und eine hohe Einzelhandelsdichte geprägt wird. Auf Grund des weitgehend geschlossenen Einzelhandelsbesatzes wird dieser Bereich als einheitliche Standortlage wahrgenommen. Als ein typisches Verhaltensmuster ist dementsprechend festzustellen, dass die Kunden unterschiedliche Geschäfte innerhalb dieser Standortlage zu Fuß aufsuchen und den Pkw auf einem Stellplatz am Innenstadtrand oder innerhalb der Innenstadt stehenlassen.

Die Kernzone der Innenstadt der Stadt Moosburg a.d. Isar wird im Wesentlichen durch die Straßenzüge: Auf dem Gries, Seifensiedergäßchen, Auf dem Plan, Rentamtstraße, Teile der Bahnhofstraße und Weingraben umschlossen. Der einzelhandelsrelevante Hauptgeschäfts-



bereich der Stadt Moosburg umfasst dabei den Geschäftsbereich "Auf dem Plan" und "Am Stadtplatz" sowie in der Herrnstraße und im Weingraben.

Ebenfalls zur Standortlage der Innenstadt zählt der Einzelhandelsbesatz in den sich nördlich an den Kernbereich anschließenden Straßenzügen Leinbergerstraße und Thalbacher Straße. Dieser Bereich weist wie auch der Kernbereich der Innenstadt eine vergleichsweise hohe funktionale Dichte auf und kann vor diesem Hintergrund der Innenstadt zugeordnet werden, allerdings ist die handelsbezogene Nutzungsdichte deutlich geringer und die Leerstandsquote deutlich höher als im Kernbereich der Innenstadt. Hier zeigt sich ein wettbewerbsbedingter Rückzug der Handelsfunktion, der durch eine fehlende Standortlenkung begünstigt wird, da sich Wettbewerber außerhalb der Innenstadt ansiedeln und die Anbieter in den Randbereichen der Innenstadt verdrängen. Die Abnehmende Nutzungsdichte bzw. die zunehmende Leerstandsquote sind in jedem Fall ein Indikator dafür, dass die Innenstadt einen Revitalisierungsbedarf besitzt.

Aber nicht nur die funktionalen Unterschiede geben dem erweiterten Bereich der Innenstadt eine eigenständige Prägung, sondern auch die baulichen Unterschiede im Vergleich zum Kernbereich der Innenstadt sowie die städtebaulichen Barrieren führen dazu, dass Anbieter gezielt mit dem Pkw angefahren werden und die Fortbewegung zu Fuß innerhalb dieser Standortlage kaum eine Rolle spielt.

Integrierte Standortlage

Als integrierte Standortlage werden Bereiche definiert, die im geschlossenen Siedlungsraum positioniert sind und wesentliche Anteile an Wohnbauflächen in ihrem Einzugsgebiet (500 m) aufweisen. Als derartige integrierte Standortlage lassen sich für die Stadt Moosburg zwei Bereiche mit einzelhandelsbezogener Versorgungsfunktion nachweisen. Dabei handelt es sich zum einen um die im geschlossenen Siedlungsraum verteilten Einzelbetriebe in sogenannter Streulage sowie um die räumlich im Gewerbegebiet-Nord/Neustadt konzentrierten Betriebe.

Nicht-integrierte Standortlage

Als nicht-integriert gilt eine Standortlage, die als rein autokundenorientierter Standort keine wesentlichen Wohnbauflächen in ihrem Einzugsgebiet besitzt und außerhalb des geschlossenen Siedlungsverbundes positioniert ist. Beide Kriterien sind für das Gewerbegebiet Degernpoint zutreffend, das zweifelsfrei einen typischen Versorgungsstandort in nichtintegrierter Lage darstellt. Derartige Standortlagen sollten im Sinne einer geordneten und städtebaulich verträglichen Einzelhandelsentwicklung ausschließlich dem Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel vorbehalten sein.

Innerhalb des Gewerbegebietes Degernpoint lassen sich derzeit zwei Standortagglomerationen unterscheiden, die auf unterschiedlichen Ankerbetrieben als Frequenzbringer aufbauen. Dabei handelt es sich zum einen um den Versorgungsstandort Gewerbegebiet Degernpoint Süd, der durch Kaufland und die sich daran anschließenden Fachmärkte bestimmt wird. Zum anderen um den Standort Gewerbegebiet Degernpoint Nord, der durch die LM-Discounter Aldi und Lidl in Standortagglomeration mit Fachmärkten aus vorwiegend zentrenrelevanten Warengruppen bestimmt wird.

An beiden Standorten bzw. in deren unmittelbarer Nachbarschaft hat eine weitere Funktionsanreicherung durch entsprechende Dienstleistungseinrichtungen u.a. aus dem Sport- und



Freizeitbereich stattgefunden, was beiden Standorten ein gewisses Maß an Multifunktionalität einbringt.

C 2.2 Verteilung des Einzelhandelsbestandes nach Versorgungsstandorten

Die Verteilung des Einzelhandelsbestandes nach Verkaufsflächengrößenklasse, Betriebsform und Verkaufsflächenstruktur auf die einzelnen Versorgungsstandorte der Stadt Moosburg a.d. Isar zeigt deren aktuelle Versorgungsfunktion.

Für die Analyse werden – an die spezifische Ausgangssituation in Moosburg angepasst – die folgenden Kategorien unterschieden: Innenstadt (insgesamt und Kernbereich), Gewerbegebiet-Nord/Neustadt, Gewerbegebiet "Degernpoint", sonstige Standorte unterschieden. Eine räumliche Übersicht der Zuordnung gibt Karte 7.

Betriebstyp Fach-/Spezialgeschäft ☐ Fachmarkt Getränkemarkt Lebensmitteldiscounter Verbrauchermarkt bis unter 100 m² 100 his unter 800 m² mindestens 800 m² nent (Hauptsortiment) nicht-zentrenrelevantes Gebäude Flurstücke Einzelhandelskonzept Stadt Moosburg a.d. Isar Einzelhandelsbesatz Auftraggeber Auftragnehmer iq-Projektgesellschaft Prof. Dr. Jürgen Schmude LMU München

Karte 8: Einzelhandelsbesatz in der Stadt Moosburg a.d. Isar nach Betriebstyp, Verkaufsflächengröße und Sortiment

Quelle: Eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Die nachfolgenden Tabellen stellen die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Größenklasse und Betriebsform für die einzelnen Versorgungsstandorte dar sowie die Aufteilung der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche (vgl. Tab. 7-9). Karte 8 gibt einen Überblick zur räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Betriebsgröße und Zentrenrelevanz des Sortiments.



Tabelle 7: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächengrößenklassen und Versorgungsstandorten

	Innenstadt		GewgeNord	Gewgeb.	
	insgesamt n=74	Kernbereich n=61	Neustadt n=12	Degernpoint n=19	Streulage n=15
	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %
bis unter 50 m²	24 / 32,4	21 / 34,4	4 / 33,3	3 / 15,8	5 / 33,3
50 m² bis unter 100 m²	25 / 33,8	21 / 34,4	0 / 0,0	0 / 0,0	4 / 26,7
100 m² bis unter 300 m²	16 / 21,6	13 / 21,3	2 / 16,7	3 / 15,8	4 / 26,7
300 m² bis unter 800 m²	8 / 10,8	5 / 8,2	3 / 25,0	12 / 63,2	0 / 0,0
800 m² bis unter 1.500 m²	0 / 0,0	0 / 0,0	1 / 8,3	0 / 0,0	2 / 13,3
mindestens 1.500 m²	1 / 1,4	1 / 1,6	2 / 16,7	1 / 5,3	0 / 0,0
gesamt	74 / 100	61 / 100	12 / 100	19 / 100	15 / 100

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.

iq-Projektgesellschaft

Tabelle 8: Einzelhandelsbetriebe nach Betriebsform und Versorgungsstandorten

	Innenstadt		GewgeNord	Gewgeb.	
	insgesamt n=74	Kernbereich n=61	Neustadt n=12	Degernpoint n=19	Streulage n=15
-	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %
LM-Spezialgeschäft	11 / 14,9	9 / 14,8	3 / 25,0	2 /10,5	8 / 53,3
LM-SB-Markt	2 / 2,7	2/3,3	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Naturkost/Reformhaus	1 / 1,4	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
LM-Discounter	0 / 0,0	0 / 0,0	2 / 16,7	2 / 10,5	1 / 6,7
LM-Supermarkt	0 / 0,0	0 / 0,0	1 / 8,3	0 / 0,0	1 / 6,7
Verbrauchermarkt	0 / 0,0	0/0,0	0 / 0,0	1 / 5,3	0 / 0,0
Getränkemarkt	1 / 1,4	0 / 0,0	1 / 8,3	2 / 10,5	1 / 6,7
Fach-/Spezialgeschäft	42 / 56,8	38 / 62,3	2 / 16,7	1 / 5,3	0 / 0,0
Discounter	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0	1 / 5,3	0 / 0,0
Fachmarkt	7 / 9,5	4 / 6,6	2 / 16,7	10 / 52,6	3 / 20,0
Fachkaufhaus	2 / 2,7	2 / 3,3	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Apotheke	3 / 4,1	2 / 3,3	1 / 8,3	0 / 0,0	0 / 0,0
Sanitätshaus	3 / 4,1	3 / 4,9	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Versandhandel	1 / 1,4	1 / 1,6	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Tankstellenshop	1 / 1,4	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0	1 / 6,7
gesamt	74 / 100	61 / 100	12 / 100	19 / 100	15 / 100

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.



Tabelle 9: Verkaufsflächen der Versorgungsstandorte in Moosburg a.d. Isar nach Hauptwarengruppen

	Innenstadt		GewgeNord	Gewgeb.	
	insgesamt n=74	Kernbereich n=61	Neustadt n=12	Degernpoint n=19	Streulage n=15
	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %	abs. / in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.286 / 12,4	651 / 7,8	3.620 / 50,9	4.458 / 41,5	1.886 / 64,6
Drogerie- und Parfümerie- waren	407 / 3,9	309 / 3,7	180 / 2,5	1.082 / 10,1	114 / 3,9
Apotheken	64 / 0,6	51 / 0,6	35 / 0,5	0 / 0,0	0 / 0,0
Zeitung, Zeitschriften	6 / 0,1	3 / 0,0	185 / 2,6	107 / 1,0	21 / 0,7
Blumen, Topfpflanzen	220 / 2,1	150 / 1,8	29 / 0,4	44 / 0,4	45 / 1,5
überwiegend kurzfristig	1.984 / 19,2	1.165 / 13,9	4.048 / 56,9	5.690 / 52,9	2.067 / 70,7
Bücher, Papier, Schreibwaren	280 / 2,7	280 / 3,4	83 / 1,2	144 / 1,3	9 / 0,3
Bekleidung	4.553 / 44,1	4.553 / 54,5	0 / 0,0	2.521 / 23,4	0 / 0,0
Schuhe und Lederwaren	215 / 2,1	215 / 2,6	0 / 0,0	366 / 3,4	0 / 0,0
Sanitätshäuser	132 / 1,3	132 / 1,6	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Zoobedarf, Tiernahrung	175 / 1,7	0 / 0,0	0 / 0,0	416 / 3,9	0 / 0,0
Spielwaren, Babybedarf, Hobbybedarf	252 / 2,4	175 / 2,1	0 / 0,0	262 / 2,4	9 / 0,3
Sportartikel, Sportbekleidung/-schuhe, Camping	392 / 3,8	252 / 3,0	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
überwiegend mittelfristig	5.999 / 58,1	5.607 / 67,1	83 / 1,2	3709 / 34,5	18 / 0,6
Einrichtungsbedarf	536 / 5,2	536 / 6,4	0 / 0,0	57 / 0,5	415 / 14,2
Hausrat, Glas, Keramik, Porzellan	278 / 2,7	111 / 1,3	0 / 0,0	85 / 0,8	178 / 6,1
Elektrohaushaltsgeräte	405 / 3,9	160 / 1,9	0 / 0,0	85 / 0,8	0 / 0,0
Unterhaltungselektronik	245 / 2,4	245 / 2,9	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Informationstechnologie und Telekommunikation	124 / 1,2	124 / 1,5	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Foto, Optik	243 / 2,4	243 / 2,9	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Uhren, Schmuck	102 / 1,0	102 / 1,2	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0
Baumarktartikel	164 / 1,6	0 / 0,0	1.800 / 25,3	142 / 1,3	9 / 0,3
Gartenartikel	73 / 0,7	0 / 0,0	0 / 0,0	0 / 0,0	37 / 1,3
Kfz-Zubehör	81 / 0,8	0 / 0,0	300 / 4,2	560 / 5,2	6 / 0,2
Farben, Lacke, Bodenbeläge	100 / 1,0	70 / 0,8	600 / 8,4	0 / 0,0	0 / 0,0
Sonstiges	0 / 0,0	0 / 0,0	280 / 3,9	427 / 4,0	192 / 6,6
überwiegend langfristig	2.349 / 22,7	1.589 / 19,0	2.980 / 41,9	1.356 / 12,6	837 / 28,7
gesamt	10.332 / 100	8.361 / 100	7.111 / 100	10.754 / 100	2.922 / 100

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung.



- Fast zwei Drittel aller Betriebe (61,7 %) allerdings nur ein Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (ca. 10.332 m² bzw. ca. 33,2 %) entfallen auf die Kernzone und den erweiterten Bereich der Innenstadt der Stadt Moosburg a.d. Isar. Die Kernzone der Innenstadt, als der enger abgegrenzte Bereich mit einer hohen Handelsdichte, weist dabei deutlich geringere Bestandsdaten auf. Nur mehr etwas mehr als die Hälfte aller Betriebe (ca. 50,8 %) und etwas mehr als ein Viertel der Verkaufsfläche (ca. 8.361 m² bzw. ca. 26,9 %) vereint die Innenstadt auf sich. Der Verkaufsflächenanteil der zentralen Standortlage der Stadt Moosburg a.d. Isar ist damit vergleichsweise gering. Diese Ausgangssituation ist einerseits das Ergebnis einer tatsächlichen Abnahme der Verkaufsfläche der Innenstadt in der Vergangenheit und andererseits Folge einer Ausweitung der Verkaufsfläche außerhalb der Innenstadt, was ebenfalls zum gesamtstädtischen Bedeutungsverlust der Innenstadt als Angebotsstandort im Einzelhandel führt.
- Unter den zentrenrelevanten Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs nimmt die Warengruppe Bekleidung mit 16 Betrieben und einem Verkaufsflächenanteil von ca. 22,7 % die bedeutendste Stellung ein. Innerhalb der zentralen Standortlagen (Stadtkern bzw. Innenstadt) erreicht diese Hauptwarengruppe einen Anteil von ca. 56 % bzw. 78 % an der Gesamtverkaufsfläche.
- Im langfristigen Bedarfsbereich weist keine der Warengruppen eine dominierende Stellung auf. Auch insgesamt ist die Verkaufsflächenausstattung in diesem Bedarfsbereich vergleichsweise gering. So fehlen in Moosburg die großflächigen Betriebsformen insbesondere aus den Bereichen Einrichtungsbedarf, Elektrofachmarkt sowie Baumarkt- und Gartenartikel.

Versorgungsstandort Innenstadt

- Für die Innenstadt (Kernbereich) ist mit ca. 51 % der Betriebe und ca. 27 % der Verkaufsfläche insgesamt eine vergleichsweise unterdurchschnittliche Bedeutung innerhalb der Gesamtstadt abzuleiten. Der deutlich höhere Betriebsanteil im Vergleich zur Verkaufsfläche ist auf eine vorwiegend kleinflächige Betriebsstruktur zurückzuführen. So wird der Einzelhandelsbestand der Innenstadt (Kernbereich) zahlenmäßig von Betrieben mit weniger als 100 m² Verkaufsfläche dominiert.
- Entsprechend der kleinteiligen Betriebsgrößenstruktur der Innenstadt liegt ihr Schwerpunkt bei den Betriebsformen deutlich im Bereich der Fachgeschäfte und kleinflächigen Lebensmittel-Spezialanbieter (Bäckerei, Metzgerei, Obst und Gemüse).
- Die Nahrungs- und Genussmittelbranche hat in der Innenstadt ihre Bedeutung größtenteils eingebüßt. Lediglich noch knapp 6 % der Verkaufsfläche in dieser Branche sind in der Innenstadt (Kernbereich) angesiedelt. Dabei dominieren Lebensmittel-Spezialgeschäfte (Bäcker, Metzger), die keine vollständige Nahversorgungsfunktion speziell für die Wohnbevölkerung der Innenstadt erfüllen können. Auch im erweiterten Bereich der Innenstadt existiert kein größerer Lebensmittelmarkt mit umfassender Nahversorgungsfunktion für die angrenzende Wohnbevölkerung. Dementsprechend kann die Innenstadt auch nicht von der Frequenz profitieren, die ein LM-Discounter oder LM-Supermarkt im Rahmen seiner Versorgungsfunktion im kurzfristigen Bedarf generiert.



- In der Branche Drogerie- und Parfümeriewaren verfügt die Innenstadt zwar noch über einen höheren Verkaufsflächenanteil, sie besitzt aber mit Ausnahme der beiden Schlecker-Märkte im Kernbereich sowie einem weiteren im erweiterten Bereich der Innenstadt keine weiteren Drogeriefachmärkte, die aber zu den bevorzugten Betriebsformen dieses Sortimentsbereichs zählt. Dabei erweist sich die Positionierung des Drogeriediscounters Schlecker in der Innenstadt auch unter qualitativen Aspekten als unzureichend. Ein gehobener Drogeriediscounter, wie er durch die Anbieter DM oder Rossmann abgebildet wird oder ein gehobener Drogeriemarkt des Anbieters Müller sind in der Moosburger Innenstadt nicht ansässig. Vielmehr befindet sich der Anbieter "dm" im Gewerbegebiet Degernpoint, das damit im Drogeriebereich eine höhere Kompetenz ausstrahlt als die Innenstadt selbst. Eine Parfümerie ist sowohl in der Moosburger Innenstadt als auch in der Gesamtstadt derzeit nicht mehr vorhanden, was eine wesentliche Lücke im Branchen-Mix definiert. Die Apotheken sind bisher entsprechend ihrer Nahversorgungsfunktion auf integrierte Standorte und die Innenstadt konzentriert.
- Eine hervorgehobene Stellung besitzt zumindest innerhalb der Innenstadt (insgesamt und Kernbereich) die Verkaufsfläche im Bereich der Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs. In diesem Segment weist die Innenstadt einen Schwerpunkt sowohl innerhalb der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt als auch im Vergleich zu den übrigen Versorgungsstandorten auf. Wesentlicher Träger dieser Entwicklung sind die Anbieter im Bereich Bekleidung. So entfällt mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche im Kernbereich der Innenstadt allein auf die Warengruppe Bekleidung. Daneben sind keine Warengruppen zumindest flächenbezogen in größerem Ausmaß in der Innenstadt (Kernbereich) vertreten. Rechnet man den erweiterten Bereich der Innenstadt mit dazu, verändert sich diese Einschätzung nur geringfügig. Dabei wird zumindest auch im Bereich der Elektroartikel eine etwas höhere Flächenkompetenz der Innenstadt deutlich.
- In den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs lässt sich ein Positionsverlust der Innenstadt gegenüber dem Angebot im Gewerbegebiet Degernpoint ausmachen, der abgesehen von den Sanitätshäusern und dem Bereich Sportartikel alle übrigen Warengruppen betrifft. Eine sortimentsbezogene Flächendominanz ist für keine Warengruppe des mittelfristigen Bedarfs für die Innenstadt auszumachen. Lediglich die Warengruppen Bekleidung, Sportartikel sowie Sanitätsartikel weisen noch ein stärkeres Übergewicht in der Innenstadt auf und für die Warengruppe Bücher, Papier und Schreibwaren lässt insgesamt die meiste Verkaufsfläche in der Innenstadt nachweisen.
- Im langfristigen Bedarfsbereich erreicht insbesondere der Kernbereich der Innenstadt, aber auch die Innenstadt insgesamt ebenfalls keine dominierende Stellung im gesamtstädtischen Kontext. Allerdings ist der Kernbereich der Innenstadt für die zentrenrelevanten Hauptwarengruppen Foto und Optik sowie Uhren und Schmuck der einzige Angebotsstandort innerhalb der Stadt Moosburg und auch alle Komponenten der Warengruppe Elektroartikel sind nahezu ausschließlich auf die Innenstadt bzw. den erweiterten Bereich der Innenstadt konzentriert. Dies gilt in ähnlichem Maße auch für die Warengruppen Einrichtungsbedarf sowie Hausrat, Glas, Keramik und Porzellan. Damit zählen speziell auch Hauptwarengruppen aus dem langfristigen Bedarf zu den Leitbranchen der Moosburger Innenstadt.



Versorgungsstandort Gewerbegebiet-Nord/Neustadt

- Der Versorgungsstandort Gewerbegebiet-Nord/Neustadt präsentiert sich im Wesentlichen als integrierter Nahversorgungsstandort, der erweitert ist um Warengruppen aus nicht-zentrenrelevanten Sortimenten des langfristigen Bedarfs. Insgesamt entfallen auf den Standort Gewerbegebiet-Nord/Neustadt 10 % der Betriebe, die aber ca. 23 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen. Diese, im Vergleich zum Versorgungsstandort Innenstadt umgekehrte Bestandsstruktur, ist Folge des Besatzes mit Einzelhandelsbetrieben der Verkaufsflächengrößenklasse mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche.
- Der Besatz des Versorgungsstandortes Gewerbegebiet-Nord/Neustadt wird durch Betriebsformen aus dem Lebensmittelhandel wesentlich geprägt. Mit den Angebotsbausteinen LM-Supermarkt, LM-Discounter und Getränkemarkt wird insgesamt ein gewisses Maß an Vollständigkeit erreicht, wenngleich ein Drogeriemarkt und ergänzende Anbieter fehlen und auch die räumliche Anordnung eine Standortwahrnehmung als Angebotseinheit hemmen.
- Im Bereich des mittelfristigen Bedarfs weist der Standort Gewerbegebiet-Nord/Neustadt kein Angebot auf, das durch eine eigene Betriebsform außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels besetzt wird. Lediglich die im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel üblicherweise mitgeführten Sortimente aus dem Nonfood-Bereich besetzen diese Sortimente. Damit tritt der Versorgungsstandort Gewerbegebiet-Nord/Neustadt insbesondere in den Leitbranchen des innerstädtischen Einzelhandels nicht in Konkurrenz zum innerstädtischen Angebot.
- Auch im Bereich des langfristigen Bedarfs weist der Standort Gewerbegebiet-Nord/Neustadt lediglich Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment auf. Dieses Angebot ergänzt den Versorgungsstandort Innenstadt überschneidungsfrei und unterstreicht die ausschließlich innenstadtergänzende Versorgungsfunktion des Standortes Moosburg-Neustadt.

Versorgungsstandort Gewerbegebiet Degernpoint

- Das Einzelhandelsangebot im Gewerbegebiet Degernpoint erfüllt auf Grund seines Angebotes eine umfassende Versorgungsfunktion speziell bei den Warengruppen des kurzund mittelfristigen Bedarfs. Mit einem Anteil von ca. 16 % an der Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Moosburg und einem Anteil von ca. 35 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche liegt die Verkaufsflächengröße der Betriebe gegenüber dem Standort Innenstadt deutlich stärker im Bereich der Kategorien von Betrieben mit über 300 m² Verkaufsfläche.
- Der Versorgungsstandort ist als moderner Fachmarktstandort konzipiert, der dementsprechend sowohl einen starken Besatz mit der Betriebsform Fachmarkt aufweist als
 auch die stark frequenzgenerierenden Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels
 umfasst. Nachdem sich der Standort in nicht-integrierter Lage, auf der "grünen Wiese"
 befindet, ohne Anbindung an den bebauten Siedlungszusammenhang, handelt es sich
 um einen ausschließlich autokundenorientierten Standort, der für seine Funktionsfähigkeit auf Anbieter aus dem Lebensmittelbereich als Frequenzgeneratoren angewiesen ist.
 Auch der einzige Verbrauchermarkt in der Stadt Moosburg als weitere "moderne" Be-



triebsform des großflächigen Lebensmitteleinzelhandels ist am Standort Gewerbegebiet Degernpoint angesiedelt.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich erreicht der Versorgungsstandort Gewerbegebiet Degernpoint obwohl er einen nicht-integrierten Standort, ohne wesentliche fußläufige Erreichbarkeit darstellt eine im örtlichen Vergleich übergeordnete Bedeutung. Dementsprechend ist die raumordnerische und städtebauliche Zielsetzung einer überwiegend wohnstandortnahen Grundversorgung in der Stadt Moosburg a.d. Isar nicht erfüllt. Mit der Weiterentwicklung des Standortes Degernpoint im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels sowie im Bereich der anderen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs entfernt sich die räumliche Struktur der Versorgungsstandorte in Moosburg zusehends von der Zielvorstellung einer wohnstandortnahen Grundversorgung, mit allen negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Wirkungen, die mit der Entwicklung nicht-integrierter Versorgungsstandorte verbunden sind. Da der Standort Degernpoint im kurzfristigen Bedarf die Flächenführerschaft mittlerweile eindeutig innehat, wird der Aufbau wohnstandortnaher, integrierter Nahversorgungsstandorte für eine wohnstandortnahe Grundversorgung immer stärker erschwert.
- Der mittelfristige Bedarfsbereich ist in einzelnen Hauptwarengruppen am Standort Gewerbegebiet Degernpoint gegenüber der Innenstadt vergleichsweise stark besetzt. Dies gilt insbesondere für die zentrenrelevanten Sortimente und Leitbranchen der Innenstadt Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren. So erweist sich der Standort Degernpoint bei warengruppenspezifischer Betrachtung nicht als Ergänzungsstandort zur Innenstadt, sondern als Konkurrenzstandort mit sich stark überschneidender sortimentsspezifischer Verkaufsflächenstruktur. Die damit verbundenen negativen Wirkungen für die Innenstadt werden durch die nicht-integrierte Lage des Standortes weiter verschärft, da auf Grund der räumlichen Distanz (Barrierewirkung) kaum Kopplungsbeziehungen zwischen den Standorten Innenstadt und Degernpoint existieren.
- Im langfristigen Bedarfsbereich besitzt der Versorgungsstandort Gewerbegebiet Degernpoint im Vergleich zum gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot nur eine geringe Bedeutung.

Betriebe in Streulage

- Die übrigen Einzelhandelsbetriebe in Moosburg a.d. Isar befinden sich innerhalb des geschlossenen Siedlungskörpers in Streulage. Dabei treten keine Agglomerationen von mehreren Betrieben auf, die als Versorgungsstandort definiert werden könnten.
- Insgesamt befinden sich ca. 12 % der Einzelhandelsbetriebe der Stadt Moosburg und 9 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in Streulage. Als Kristallisationspunkte für eine weitere Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben zur Ausbildung von Versorgungsstandorte der wohnstandortnahen Grundversorgung könnten die Betriebsformen aus dem Bereich des Lebensmitteleinzelhandels, LM-Discounter und LM-Supermarkt dienen.
- Die wohnstandortnahe Grundversorgung ist die wesentliche Versorgungsfunktion der Betriebe in Streulage. Allein fast 71 % der Verkaufsfläche in Streulage entfällt auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels.



Anbieter im Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfs sind hinsichtlich ihrer Anzahl und Verkaufsfläche nur von untergeordneter Bedeutung.

Insgesamt zeigt die raumstrukturelle Verteilung der Verkaufsfläche innerhalb der Stadt Moosburg a.d. Isar eine für Mittelzentren typische Struktur mit einer Funktionsteilung und Angebotsdifferenzierung, wobei sich der Facheinzelhandel und damit das leistungsoptimierte Angebot stärker auf die Innenstadt konzentriert, während das kostenoptimierte Angebot überwiegend am dezentralen Standort (Gewerbegebiet Degernpoint) vorzufinden ist.

Nachdem die Kommune über das Planungsrecht für eine geordnete städtebauliche Entwicklung im Einzelhandel nur Sortimente aber keine Qualitäten steuern kann, kommt der räumlichen Lage der einzelnen Versorgungsstandorte zusammen mit deren jeweiligem sortimentsbezogenen Besatz an Verkaufsfläche (unabhängig vom Qualitätsniveau des Sortiments) die entscheidende Bedeutung zu. Hierbei zeigen sich aber deutliche Schwachstellen mit städtebaulich und versorgungsfunktional negativen Wirkungen in der Stadt Moosburg a.d. Isar, die im folgenden Kapitel dargestellt werden.

C 2.3 Bewertung der Standortstruktur des Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der zentralörtlich bestimmten, überörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Moosburg als Mittelzentrum ist eine grundsätzliche Aufteilung der Versorgungsfunktion zwischen integrierten und nicht-integrierten Versorgungsstandorten zielführend. Dies folgt den städtebaulichen Gegebenheiten und flächenbezogenen Möglichkeiten einer Stadt der Größe von Moosburg a.d. Isar. So kann einerseits die Innenstadt auf Grund ihrer räumlichen Begrenzung und städtebaulichen Charakteristik das Verkaufsflächenwachstum und die unterschiedlichen Betriebsformen mit ihren großvolumigen Baukörpern nicht uneingeschränkt aufnehmen. Andererseits existieren im Stadtgebiet keine weiteren Stadtteil- oder Nebenzentren, die als gewachsene Areale für eine Weiterentwicklung des Einzelhandels in Frage kommen. Grundsätzlich sind für eine Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Innenstadt die Strategien

- räumliche Ausweitung des innerstädtischen Einzelhandels unter Nutzung der zuführenden Straßen und geeigneten Freiflächen,
- Schaffung von integrierten Nahversorgungsstandorten und
- Schaffung von integrierten oder ggf. dezentralen Ergänzungsstandorten

geeignet, deren jeweilige Anwendung von der konkreten örtlichen Situation und Flächenverfügbarkeit abhängig ist. In der Stadt Moosburg lassen sich bisher Komponenten aller drei Entwicklungsstrategien nachweisen.

Zum einen hat eine Weiterführung des innerstädtischen Einzelhandels entlang der Thalbacher Straße stattgefunden, die als innerstädtischer Ergänzungsbereich aufzufassen ist. Zum anderen wurden integrierte Nahversorgungsstandorte neu etabliert, wobei der Versorgungsstandort Gewerbegebiet-Nord/Neustadt sowohl als Nahversorgungsstandort als auch als integrierter Ergänzungsstandort aufzufassen ist. Auch einzelne Standorte in Streulage besitzen das Potenzial für eine Weiterentwicklung als integrierte Nahversorgungsstandorte. Schließlich wurde auch ein dezentraler Standort realisiert, der allerdings nicht die für eine geordnete und städtebaulich verträgliche Einzelhandelsentwicklung der Stadt Moosburg notwendige Ausrichtung der Versorgungsfunktion auf nicht-zentrenrelevante Sortimente auf-



weist. Vielmehr trägt das Einzelhandelsangebot am Standort Degernpoint in zweifacher Weise zu einer versorgungsfunktional und städtebaulich schädlichen und unverträglichen Entwicklung bei.

- Zum einen wird ein nahversorgungsrelevantes Einzelhandelsangebot bzw. werden Betriebsformen und Betreiber, die sich als Kristallisationspunkte für den Aufbau von integrierten Nahversorgungsstandorten eignen, in dezentraler Standortlage und abseits der bisherigen und künftigen Wohnbauflächenentwicklung positioniert. Dies widerspricht der Zielsetzung einer wohnstandortnahen Grundversorgung und damit einer tatsächlichen Nahversorgung.
- Zum anderen werden zentrenrelevante Sortimente außerhalb der Innenstadt positioniert, was wettbewerbliche Effekte und städtebaulich schädliche Wirkungen auf die Innenstadt auslöst. So verliert die Innenstadt nach und nach in den einzelnen Sortimenten einen vollständigen Branchenmix und die sortimentsbezogene (Flächen-)Kompetenz geht verloren. Diese Entwicklung vollzieht sich zunächst vor allem in den Randbereichen der Innenstadt und setzt sich dann weiter nach innen fort. Dabei kann die Innenstadt auch kaum von Kopplungskäufen profitieren, weil die beiden Standorte zu weit voneinander entfernt sind. Die Innenstadt erleidet damit sowohl flächenbezogen als auch in der Wahrnehmung der Verbraucher einen deutlichen Positionsverlust.

Dezentrale Ergänzungsstandorte eignen sich nach städtebaulichen Maßstäben grundsätzlich nur für nicht-zentrenrelevante Sortimente und auch nur dann, wenn keine Flächen in geeigneter, integrierter Lage zur Verfügung stehen.

Insgesamt lässt sich damit feststellen:

- Die Standortstruktur der Stadt Moosburg zeigt in den Versorgungsstandorten Innenstadt und Gewerbegebiet-Nord/Neustadt eine städtebaulich und funktional zielführende Aufteilung der Versorgungsfunktion.
- Das Gewerbegebiet Degernpoint besitzt eine Versorgungsfunktion, die im Widerspruch zur Eignung des Standortes bezogen auf die landesplanerisch und städtebaulich relevanten Kriterien und Anforderungen an einen Einzelhandelsstandort mit nahversorgungsund zentrenrelevantem Sortiment stehen.
- Der Besatz des Gewerbegebietes Degernpoint mit Einzelhandel speziell außerhalb der nicht-zentrenrelevanten Bereiche widerspricht speziell mit Blick auf die bisherige Flächennutzungsplanung der Stadt Moosburg einer städtebaulich geordneten Entwicklung der Stadt Moosburg und ihres Siedlungskörpers.

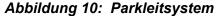
C 3 Räumliche und städtebauliche Struktur der Versorgungsstandorte

Im Rahmen der räumlichen und städtebaulichen Analyse steht insbesondere der Versorgungsstandort Innenstadt im Zentrum der Betrachtung. Die vertiefte Untersuchung der räumlichen Einzelhandelsstruktur und -ausstattung im Geschäftszentrum ist aufgrund der Leitfunktion des Einzelhandels für die gesamte Entwicklung der Innenstadt zentraler Ausgangspunkt für strategische und konzeptionelle Überlegungen zur Innenstadtentwicklung.



C 3.1 Versorgungsstandort Innenstadt

Der (räumlich betrachtet) zentrale Handelsstandort in der Stadt Moosburg a.d. Isar ist der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich. Dieser liegt im Wesentlichen im historischen Zentrum der Kernstadt. Im Randbereich des Altstadtringes sind die wesentlichen innenstadtnahen Parkplätze positioniert.





Quelle: Eigene Aufnahme. iq-Projektgesellschaft

Mit insgesamt ca. 550 öffentlich zugänglichen Stellplätzen innerhalb der Innenstadt bzw. 1.150 in direkter Umgebung stellt sich die Stellplatzverfügbarkeit in Moosburg quantitativ als gut dar. Verglichen mit anderen Mittelzentren kann man eine Stellplatzausstattung von einem Stellplatz je 20 m² Verkaufsfläche bereits als gut bezeichnen, ein Stellplatz je 20-30 m² Verkaufsfläche entspricht einer zufriedenstellender Ausstattung und selbst ein Stellplatz je 30-40 m² Verkaufsfläche kann als noch ausreichend bewertet werden. Bezogen auf die aktuelle Verkaufsflächenausstattung im Kernbereich der Innenstadt errechnet sich allein für die 550 Stellplätze innerhalb der Innenstadt ein Wert von einem Stellplatz je 15,2 m² Verkaufsfläche. Selbst wenn in der Innenstadt fast zwei Drittel mehr Verkaufsfläche als heute vorhanden wäre, ergäbe sich allein für die 550 Parkplätze in der Innenstadt eine mit ca. 25 m² Verkaufsfläche je Stellplatz eine zufriedenstellende Ausstattung. Dabei sind die Parkplätze im weiteren Umfeld noch nicht weiter berücksichtigt. Der Parkplatz in der Stadtmitte am Standort "Auf dem Plan" ist Standort des Wochenmarktes und auch der Viehmarktplatz steht zumindest zeitweise (z.B. während des Volksfestes) nicht als Parkplatz zur Verfügung. Deshalb sollte trotz der aktuell rechnerisch guten Parkplatzausstattung die Bereitstellung weiterer innenstadtnaher Parkplätze als Anforderung der Innenstadtentwicklung bestehen bleiben. Dies gilt umso mehr, als die Erhöhung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt und die Schaffung von Besuchsanlässen durch entsprechende Veranstaltungen gegenüber der Stellplatzzahl eine höhere Priorität besitzen sollten. Vor diesem Hintergrund gilt es frühzeitig entsprechende Ergänzungen der innenstadtbezogenen Parkplätze vorzusehen.



Defizite lassen sich für die von den Parkplätzen der Innenstadt zuführenden Wege ausmachen (vgl. Abb. 11). Dies gilt in erster Linie für den kostenlosen Großparkplatz am Volksfestplatz. Der Zugang von diesem wesentlichen Stellplatz in die Innenstadt ist sowohl hinsichtlich Wahrnehmung, Wegeführung, Randnutzung und städtebauliche Qualität unattraktiv. Dementsprechend entfällt auch eine entsprechende Wahrnehmung des Großparkplatzes als tatsächlich innenstadtbezogenes Stellplatzangebot. Vielmehr wird dem Nutzer deutlich das Gefühl vermittelt, außerhalb der Innenstadt zu parken.

Gleiches gilt auch für weitere Stellplätze der Innenstadt. So lässt sich anhand der Gestaltung der Zuwege auf den Stadtplatz sowie der städtebaulichen Gestaltung nicht ablesen, wann der Versorgungsstandort Innenstadt tatsächlich beginnt. Dies fördert das Verhalten der Kunden, Geschäfte stets direkt anzufahren, was den Parksuchverkehr und die Verkehrsbelastung in der Innenstadt zusätzlich zum Durchgangsverkehr erhöht. Gestalterische Maßnahmen zur Verbesserung der sogenannten äußeren Erreichbarkeit könnten die Situation weiter verbessern, zumal mit der Installierung eines statischen Parkleitsystems (vgl. Abb. 10) bereits eine erste deutliche Verbesserung erreicht wurde.

Abbildung 11: Fußwege zur Stadtmitte



Quelle: Eigene Aufnahme. iq-Projektgesellschaft

Die sehr starke Verkehrsbelastung der Innenstadt wird nicht nur durch den örtlichen Verkehr gespeist, sondern resultiert auch aus der fehlenden Westumgehung und einem dementsprechend starken Durchgangsverkehr in Richtung Norden. Die insgesamt starke Verkehrsbelastung am Stadtplatz zusammen mit der geringen Gestaltungsqualität des öffentlichen Raumes schränkt die Standorteignung und -qualität der Innenstadt insbesondere für Tätigkeiten die



eine hohe Aufenthaltsqualität voraussetzen wie z.B. den Erlebniseinkauf deutlich ein. Eine starke Verkehrsbelastung ist für alle innerstädtischen Hauptgeschäftsstraßen feststellbar. Freisitzflächen und Außengastronomie mit hoher Aufenthaltsqualität fehlen.

Kern des innerstädtischen Geschäftsbereichs mit einem geschlossenen Handels- und Dienstleistungsbesatz ist der Stadtplatz. Von dort ausgehend zieht sich der Geschäftsbesatz in die Herrnstraße und den Weingraben fort, wenngleich die Verbindungsstraßen bzw. die davon abzweigenden Stichstraßen Kirchengässl, Fingergässl, Gerichtsgässl und Rosenhof weitestgehend ohne Einzelhandelsbesatz sind. Auch innerhalb des Kernbereichs lassen sich strukturelle Unterschiede ausmachen. So sind Stadtplatz und Herrnstraße stärker von Einzelhandel geprägt, während der Weingraben aber auch die Bereiche "Auf dem Plan" und "Auf dem Gries" stärker mit Dienstleitung oder weiteren Funktionen durchsetzt sind.

Insgesamt können die fünf Bereiche Stadtplatz, Herrnstraße, Weingraben, Auf dem Plan und Auf dem Gries als Kern der Innenstadt bezeichnet werden, von denen ausgehend sich der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz noch teilweise weiter nach außen fortsetzt, aber häufig Lücken aufweist und/oder auf Grund der topographischen Situation nur mehr bedingt als Hauptgeschäftsbereich gelten kann. Dies gilt beispielsweise für die an den Bereich "Auf dem Gries" angrenzende Landshuter Straße, die einen lückenhaften Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz aufweist und mit einigen Leerständen belastet ist. In ähnlicher Weise lässt sich dies auch für die Münchner Straße und die Thalbacher Straße feststellen. Ein äußerst lückenhafter Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz ist für die Bereiche Leinbergerstraße, Rentamtstraße und Bahnhofstraße auszumachen. Hier ist keine geschlossene Handelslage mehr nachweisbar. Gleiches gilt für die Thalbacher Straße stadtauswärts ab Höhe der Einmündung Leinbergerstraße.

Durchgehende städtebauliche Gestaltungsmerkmale des öffentlichen Raumes sind im innerstädtischen Geschäftsbereich nicht vorhanden, ebenso sind die zuführenden Straßen und die Zugänge von den innenstadtnahen Stellplätzen in die Innenstadt sowie die Eingänge selbst nicht gestaltet bzw. definiert. Dementsprechend wird die räumliche Ausdehnung der Innenstadt nahezu ausschließlich aus den topographischen Gegebenheiten ablesbar, was eine räumlich verengte Wahrnehmung der Innenstadt zur Folge hat, die im Wesentlichen auf den Stadtplatz und die Herrnstraße sowie Teile des Weingrabens beschränkt bleibt.

Die Abgrenzung unterschiedlicher Einkaufslagen innerhalb des Geschäftsbereichs spiegelt die Zentralität und Attraktivität der jeweiligen Straßenzüge wider (vgl. Abb. 12). Für die Abgrenzung von Einkaufslagen innerhalb des Geschäftsbereichs finden folgende Kriterien Anwendung:

- Passantenfrequenz,
- Besatzdichte mit Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen,
- Attraktivität des Besatzes, Filialisierungsgrad sowie Branchen- und Betriebstypen-Mix,
- Ladenleerstände und nichtadäquate Nutzungen.

Innerhalb des Geschäftsbereichs sind der Handelsbesatz und die Passantenfrequenz sehr unterschiedlich. Die höchste Einzelhandelsbedeutung innerhalb des Geschäftsbereichs besitzen der Stadtplatz sowie der westliche Bereiche der Herrnstraße. Aufgrund ihrer hohen Einzelhandelsdichte und Passantenfrequenz bilden sie die 1er-Einkaufslage der Moosburger



Innenstadt. Sie weisen eine durchgängig hohe Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte auf. Magnetbetriebe des Einzelhandels sind die Textilkaufhäuser Heilingbrunner und Heilmaier sowie weitere Bekleidungs-Fachgeschäfte wie Neu Mode. Daneben zählen Fachgeschäfte aus weiteren zentrenrelevanten Sortimenten zum Besatz (Schuhe, Foto/Optik). Zusammen mit Dienstleistungs- und Gastronomieunternehmen sorgt der vorhandene Einzelhandelsbesatz für eine starke Anziehungskraft des Standortes.

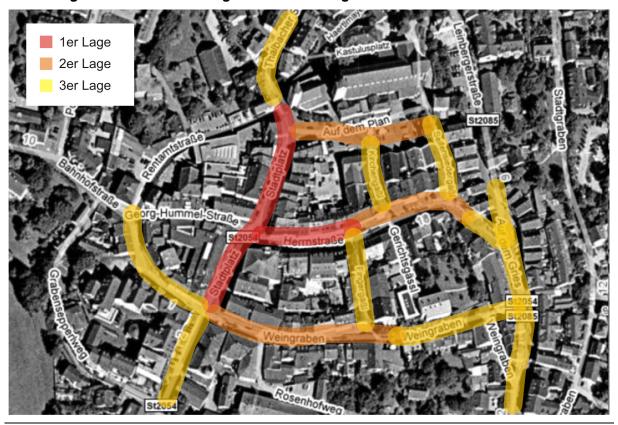


Abbildung 12: Einzelhandelslagen der Moosburger Innenstadt

Quelle: Eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Als weitere Schwerpunkte des innerstädtischen Einzelhandels lassen sich der östliche Bereich der Herrnstraße, der Weingraben sowie der Bereich "Auf dem Plan" ausmachen, die allerdings eine deutlich geringere Frequentierung aufweisen und damit als 2er Handelslage zu charakterisieren sind. Dennoch lässt sich in allen drei Straßen ein weitestgehend lückenloser Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz vorfinden, wenngleich auch einzelne Leerstände das Bild prägen.

Ein weiterer Abfall der Passantenfrequenz ist für die Bereiche Auf dem Gries, Bahnhofstraße und Thalbacher Straße auszumachen. Diese Areale bilden die 3er Handelslage der Innenstadt. Gerade im Bereich "Auf dem Gries" und in der Thalbacherstraße häufen sich auch leerstehende Ladenlokale oder sonstige Leerstände.

Insgesamt weist die Moosburger Innenstadt eine Leerstandsquote ca. 13 % auf und erreicht damit einen überdurchschnittlichen Wert der als ein Indikator für Defizite in der Funktionsfähigkeit herangezogen werden kann. Ein gewisses Maß an Leerständen ist zwar im Rahmen der üblichen Fluktuation aus wettbewerblichen Wirkungen erforderlich, eine Leerstandsquote über 10 % weist allerdings auf grundsätzliche Defizite in der Funktionsfähigkeit des Standortes hin und zeigt einen entsprechenden Revitalisierungsbedarf an.



Insgesamt erweist sich der Geschäftsbereich der Moosburger Innenstadt in seiner Grundstruktur nicht als kompakt, sondern vielmehr leiter- und gitterartig angelegt mit den Bereichen Auf dem Plan, Herrnstraße und Weingraben als Sprossen bzw. Kanten. Diese räumliche Grundstruktur erfordert attraktive "Holme" mit entsprechenden Magnetbetrieben, die zumindest am Stadtplatz vorhanden sind. Allerdings fällt der als Gegengewicht erforderliche Besatz "Auf dem Gries" und in der Leinbergerstraße zu gering aus und bleibt ohne Magnetbetrieb, der in stärkerem Maße Frequenz generieren könnte. Die Funktionsfähigkeit der leiterbzw- gitterartigen Grundstruktur wird zudem durch die topographische Situation erschwert, die zwischen dem tieferliegenden Areal Auf dem Gries und der Herrnstraße bzw. dem Weingraben eine Barrierewirkung verursacht. Das Fehlen einer durchgängigen städtebaulichen Gestaltung verstärkt diese Wahrnehmung. Für den Bereich Auf dem Gries/Leinbergerstraße liegt die größte Herausforderung darin, durch eine Beseitigung der städtebaulichen Mängel und einer darauf aufbauenden Stärkung des Einzelhandelsbesatzes sowohl in guantitativer wie auch qualitativer Hinsicht, einen Anschluss an die zentrale Einzelhandelslage zu schaffen. Dementsprechend gilt es, einzelhandelsbezogenes Entwicklungspotenzial in die Moosburger Innenstadt und insbesondere auch in den Bereich Auf dem Gries/Leinbergerstraße zu lenken, um die Funktionsfähigkeit der Innenstadt dauerhaft und basierend auf der räumlichen Grundstruktur zu stärken.

Auch insgesamt weist die städtebauliche Qualität derzeit in allen Bereichen der Innenstadt Verbesserungsbedarf auf, was deren Aufenthaltsqualität mindert und die Funktionsfähigkeit und Attraktivität als Einzelhandelsstandort einschränkt.

Stadtplatz

Die geschlossene und teilweise kleinteilige Randbebauung des Stadtplatzes bietet zumindest die Voraussetzungen für die Schaffung von qualitativ hochwertigem öffentlichen Raum mit hoher Aufenthaltsqualität, der eine besondere Standorteignung für gehobenen Einzelhandel und Gastronomie bzw. Außengastronomie besitzt. Derzeit wird das Potenzial des Stadtplatzes aber nicht ausgeschöpft. Es fehlen attraktive Aufenthaltsbereiche und der Stadtplatz wird sehr stark von negativen Eindrücken geprägt. Hierzu zählen:

- hohe Verkehrsbelastung durch fließenden und ruhenden Verkehr,
- fehlendes Sicherheitsempfinden als Fußgänger oder Radfahrer,
- hohe Lärmbelastung durch den Verkehr,
- Oberflächengestaltung, fehlende Barrierefreiheit und fehlende räumliche Strukturierung oder Zonierung,
- teilweise deutlich sanierungsbedürftige Randbebauung,
- teilweise sehr unattraktiver Außenauftritt der Geschäfte,
- fehlende Attraktivität der Randnutzungen (Gastronomie).

Fehlende Aufenthaltsbereiche und Aufenthaltsqualität und insbesondere Defizite in der Fußgängerfreundlichkeit markieren eine Vielzahl von Mängeln, wodurch der Stadtplatz sein besonderes Potenzial als Einkaufsstandort mit stärkerem Schwerpunkt auf den "Erlebniseinkauf" nicht ausschöpft. Unter diesen Defiziten in der Standortqualität leidet sowohl die Attrak-



tivität des Stadtplatzes als Einkaufsstandort als auch die Strandorteignung des Stadtplatzes für den Einzelhandel.

Abbildung 13: Stadtplatz













Quelle: Eigene Aufnahme.

iq-Projektgesellschaft

<u>Herrnstraße</u>

Die Herrnstraße ist als Einbahnstraße in Richtung Stadtplatz ausgewiesen. Nachdem damit nur ein Fahrstreifen vorhanden ist, steht deutlich mehr Raum für Fußgänger und Aufenthaltsbereiche zur Verfügung, der aber derzeit überwiegend für Parkplätze genutzt wird oder durch weitere Elemente im Straßenraum ohne gliederndes Gestaltungskonzept besetzt wird.



Abbildung 14: Herrnstraße









Quelle: Eigene Aufnahme.

iq-Projektgesellschaft

Nachteilig für eine entsprechende Belebung der Herrnstraße ist das Fehlen eines Magnetbetriebes und entsprechender Gastronomie bzw. Außengastronomie. Zudem prägen einzelne auffällige Leerstände, teilweise renovierungsbedürftige Fassaden sowie deutliche Defizite im Außenauftritt die Standortattraktivität der Herrnstraße. Mit dem leerstandsbedingten Rückgang der Nutzungsdichte, insbesondere dem Verlust der Stadtapotheke als einem Anbieter aus dem kurzfristigen Bedarf wird die Frequentierung der Straße weiter eingeschränkt, die nutzungsbezogene Perforierung nimmt zu und die Standortqualität sinkt.

Die von der Herrnstraße abzweigenden Verbindungsstraßen Kirchengäßchen und Fingergassl sind ohne entscheidenden Einzelhandelsbesatz, damit als Wegeverbindung unattraktiv und bleiben schließlich weitgehend ohne Funktion.

Weingraben

Die Situation im Weingraben ist weitgehend vergleichbar zur Herrnstraße. Auch im Weingraben ist nur eine Fahrspur vorhanden und grundsätzlich ausreichend Raum für Fußgänger vorhanden. Die Aufenthaltsqualität leidet aber unter fehlenden qualitativ hochwertigen Aufenthaltsbereichen, die durch eine entsprechende Randnutzung (Gastronomie) in Wert gesetzt werden.

Wesentlicher Magnetbetrieb im Weingraben ist das Sportgeschäft Intersport Zeisler, aber auch die Anbieter aus dem kurzfristigen Bedarf (Blumen) sorgen für eine entsprechende



Frequenz. Nachteilig wirkt sich auch im Weingraben die abnehmende Nutzungsdicht und zunehmende "Perforierung" durch leerstehende Ladenlokale aus. Zudem wird der Weingraben wie auch die Herrenstraße kaum fußläufig als Verbindung zwischen den Bereichen Stadtplatz und Auf dem Gries genutzt, wodurch ebenfalls Passantenfrequenz ausbleibt.

Abbildung 15: Weingraben













Quelle: Eigene Aufnahme.

iq-Projektgesellschaft

Auf dem Gries

Das Areal "Auf dem Gries" fällt in seiner städtebaulichen Gestaltung deutlich hinter die Bereiche Stadtplatz, Herrnstraße und Weingraben zurück. Dementsprechend wird dieser Be-



reich nicht als eigentliche Innenstadt wahrnehmbar, sondern nur als deren Randbereich. Für eine stärkere Frequentierung mangelt es dem platzartig angelegten Areal an Aufenthaltsqualität und entsprechender Gestaltung des öffentlichen Raumes.

Abbildung 16: Auf dem Gries



Quelle: Eigene Aufnahme. iq-Projektgesellschaft

Echte Magnetbetriebe sind "Auf dem Gries" nicht vorhanden. Zudem stören prägnante Leerstände, stark renovierungsbedürftige Gebäude sowie Einzelhandelsbetriebe mit unzureichendem Außenauftritt das Bild. Darüber hinaus ist dieser Bereich eine stark befahrene Verkehrsader, deren Verbindungsfunktion mit einer starken Verkehrsbelastung einhergeht.

Auf dem Plan

Das Areal "Auf dem Plan" wird als Parkplatz genutzt und ist Standort für das Marktgeschehen. Die räumliche Dimension des Platzes und die dessen Randnutzung sorgen nicht für eine entsprechende Belebung, wenngleich dieses Areal eine besondere Eignung für Außengastronomie besitzt. Der gesamte Platz bedarf einer städtebaulichen und gestalterischen Aufwertung, gerade auch um als Veranstaltungsort funktionsfähig zu sein, derzeit wird auch dieser Platz in seinem Randbereich von Baulücken und Leerständen geprägt.

Abbildung 17: Auf dem Plan









Quelle: Eigene Aufnahme.

iq-Projektgesellschaft

Ein Magnetbetrieb ist "Auf dem Plan" nicht vorhanden und das Kirchengässchen als Verbindung zur Herrenstraße bleibt letztlich ohne Funktion. Eine qualitativ hochwertige Nutzung des öffentlichen Raumes beispielsweise durch Außengastronomie findet nicht statt. Die Wirkung des Platzes wird damit einerseits durch die sakralen Bauten (Kastulusmünster) wesentlich bestimmt, andererseits aber auch durch Leerstände, Baulücken und Gebäude mit renovierungs- und sanierungsbedürftiger Bausubstanz.

Thalbacher Straße, Leinbergerstraße

Sowohl die Thalbacher Straße als auch die Leinbergerstraße zählen nur mehr zum erweiterten Bereich der Innenstadt. Sie werden als jeweils eigene Standortbereiche wahrgenommen, die separat angefahren und nicht zu Fuß im Zuge eines Innenstadtaufenthalts aufgesucht werden. In beiden Straßen ist die einzelhandelsbezogene Nutzungsdichte vergleichsweise gering und gerade in der Thalbacher Straße prägen einige Leerstände das Bild. Derartige Randbereiche einer Innenstadt leiden insbesondere unter Flächenausweitungen auf der "Grünen Wiese", da sie denjenigen Standortbereich einer Innenstadt darstellen, der auf Grund der Flächenverfügbarkeit für Fachmärkte und discountorientierte Anbieter üblicherweise in Frage kommt.

C 3.2 Versorgungsstandort Gewerbegebiet "Degernpoint"

Das Gewerbegebiet Degernpoint kann als typischer – ausschließlich autokundenorientierter – nicht-intergrierter Versorgungsstandort charakterisiert werden. Innerhalb des Gewerbegebietes lassen sich zwei Standorte nachweisen, die unterschiedlich angeordnet und strukturiert sind.

Standort Kaufland (Gewerbegebiet Degernpoint Süd)

Im südlichen Bereich des Gewerbegebietes Degernpoint ist ein typischer nicht-integrierter Einzelhandelsstandort mit dem Magnetbetrieb Kaufland realisiert worden. Insgesamt weist der Standort eine kompakte Form auf, deren vorgezeichnete Größe noch nicht vollständig erreicht ist. Die Parkplätze sind mittig angeordnet und die Randbebauung weist weitere Fachmärkte speziell aus dem Bereich zentrenrelevanter Sortimente auf, die nicht nur sortimentsbezogen in Konkurrenz zur Innenstadt treten. Vielmehr sind auch Anbieter an diesem Standort angesiedelt, die auch in der Innenstadt vorhanden sind (NKD). Aber es sind auch



sortimentsbezogene Qualitäten vorhanden, die in direkter qualitativer Konkurrenz zur Innenstadt stehen (Esprit im AWG Mode-Center).

Abbildung 18: Gewerbegebiet Degernpoint – Standort Kaufland



Quelle: Eigene Aufnahme. iq-Projektgesellschaft

Eine weitere funktionale Anreicherung des Standortes über den Einzelhandel hinaus lässt sich ebenfalls feststellen. So sind Anbieter aus dem Freizeitbereich (Disco) und der Gastronomie am Standort ansässig. Die Flächenverfügbarkeit am Standort lässt erwarten, dass sich weitere Ansiedlungsbegehren auf diesen Standort beziehen werden.

Standort Aldi/Lidl (Gewerbegebiet Degernpoint Nord)

Im nördlichen Bereich des Gewerbegebietes Degernpoint mit direkter Anbindung an die B11 Richtung Landshut befindet sich ein zweiter, nicht-integrierter Versorgungsstandort, mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Sortiment. Die wesentlichen Magnetbetriebe dieses Standortareals sind die LM-Discounter Aldi und Lidl, in deren Umfeld sich einige Fachmärkte mit zentrenrelevanten Warengruppen (Bekleidung und Schuhe) angesiedelt haben. Es besteht damit eine deutliche Konkurrenzsituation sowohl zur Innenstadt als auch zu den integrierten Nahversorgungsstandorten.

Die Gebäude sind in Gemengelage angeordnet und gruppieren sich nicht um einen zentralen Parkplatz. Im Umfeld des Standortes haben sich weitere Dienstleister aus dem Sport- und Freizeitbereich angesiedelt.



Abbildung 19: Gewerbegebiet Degernpoint – Standort Aldi/Lidl



Quelle: Eigene Aufnahme. iq-Projektgesellschaft

C 3.3 Versorgungsstandort Gewerbegebiet Nord/Neustadt

Der Versorgungsstandort Gewerbegebiet Nord/Neustadt ist als Nahversorgungs- und Ergänzungsstandort konzipiert, der überwiegend eine Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbebauung erfüllt und nur in geringem Maße eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion besitzt. Wesentliche Magnetbetriebe sind der großflächige LM-Supermarkt des Anbieters Rewe sowie die ergänzend dazu angesiedelten LM-Discounter Netto und Norma.

Die einzelnen Anbieter sind in Gemengelage angeordnet und bilden keinen kompakten Versorgungsstandort moderner Prägung mit einem zentralen Parkplatz aus. Bezogen auf die Nahversorgungsfunktion und die üblichen Bausteine eines nachhaltig strukturierten Grundversorgungsstandortes mangelt es diesem integrierten Standort speziell im Vergleich zum nicht-integrierten Standort Degernpoint an einem Drogeriefachmarkt.

Ein ergänzender Einzelhandelsbesatz liegt im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente vor. Die Anbieter aus diesem Bereich besitzen aber insgesamt keine entscheidende Rolle für die Funktionsfähigkeit des Standortes. Eine weitere Funktionsanreicherung im Dienstleistungs- oder Freizeitbereich hat an diesem Standort bisher kaum stattgefunden.



Abbildung 20: Moosburg-Neustadt



Quelle: Eigene Aufnahme. iq-Projektgesellschaft

C 3.4 Sonstige Versorgungsstandorte

Die Standortstruktur des Einzelhandels in Moosburg a.d. Isar weist neben der Innenstadt (Kernbereich und erweiterter Bereich) dem Gewerbegebiet Degernpoint sowie dem Gewerbegebiet-Nord/Neustadt weitere Standorte von Einzelhandelsbetrieben auf, die zwar keine Einzelhandelsagglomeration ausgebildet haben, aber gerade im Bereich der Nahversorgung eine entscheidende Versorgungsfunktion erfüllen. Dementsprechend handelt es sich dabei um Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels, die entsprechend häufig frequentiert werden.

Standort Thalbacher Straße

Am nördlichen Ortsausgang an der St 2085 Richtung Mauern-Mainburg befindet sich der Anbieter EDEKA an einem integrierten Standort und erfüllt dort eine wesentliche Versorgungsfunktion für die umgebende Wohnbebauung. Der Standort weist im direkten und erweiterten Umfeld noch Freiflächen auf und wäre auf Grund seiner integrierten Lage für eine Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes sehr gut geeignet.



Abbildung 21: Thalbacher Straße





Quelle: Eigene Aufnahme.

ig-Projektgesellschaft

Standort Münchner Straße

Der einzige Standort westlich der Innenstadt mit einem umfangreicheren Nahversorgungsangebot befindet sich in der Münchner Straße und wird durch den Anbieter Penny besetzt.
Im direkten Umfeld dieses Standortes sind derzeit keine weiteren Freiflächen mehr vorhanden, die eine Weiterentwicklung des Standortes ermöglichen würden. Dennoch zeigt die
räumliche Verteilung der Versorgungsstandorte gerade im westlichen Stadtgebiet ein Defizit
auf, was es bei der künftigen raumstrukturellen Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen
gilt.

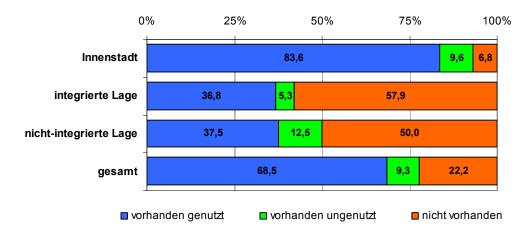
C 4 Standortanalyse Innenstadt

Im Zuge der Kartierung des Einzelhandelsbestandes in Moosburg a.d. Isar wurden unterschiedlicher qualitative Merkmale zum gesamten Einzelhandelsbestand erfasst. Anhand dieser Merkmale lässt sich nicht nur das äußere Erscheinungsbild und die Attraktivität des Einzelbetriebes kennzeichnen, sondern in der Summe auch die Attraktivität der jeweiligen Standortlage bestimmen. Um im Vergleich zu den übrigen Einzelhandelsstandorten die Charakteristika der Moosburger Innenstadt zu veranschaulichen, zeigen die nachfolgenden Abbildungen (Abb. 22 bis Abb. 30) die Ergebnisse für die unterschiedlichen Kriterien, differenziert nach Standortbereich auf. Zudem erfolgt eine kurze Bewertung der Ergebnisse und eine Einordnung des Standortes Innenstadt im Vergleich zu den übrigen städtischen Versorgungsstandorten.

■ Das Vorhandensein eines Schaufensters bietet nicht nur die Möglichkeit der Warenpräsentation, sondern ist vor allem für die Innenstadt ein wesentliches Ausstattungsmerkmal, das die Aufenthaltsqualität und die Attraktivität zum Bummeln bestimmt. Zudem prägen Schaufenster die Attraktivität einer Wegeverbindung und sind damit ein wesentlicher Faktor für den Verlauf und die Intensität von Passantenströmen. 93,2 % der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt verfügen über ein Schaufenster. Als problematisch sind aber diejenigen Betriebe einzustufen, die zwar über ein Schaufenster verfügen, dieses aber nicht im Sinne einer Angebotspräsentation nutzen. Ihr Anteil beträgt in der Innenstadt fast 10 %, mit entsprechend negativen Konsequenzen für die Außenwahrnehmung des öffentlichen Raumes.



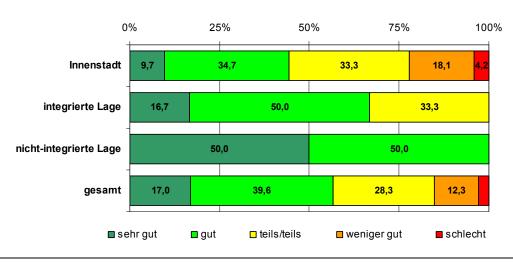
Abbildung 22: Vorhandensein eines Schaufensters



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).

iq-Projektgesellschaft

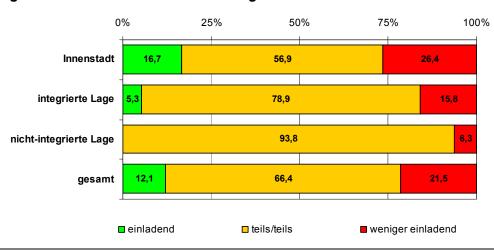
Abbildung 23: Gebäudezustand



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).

iq-Projektgesellschaft

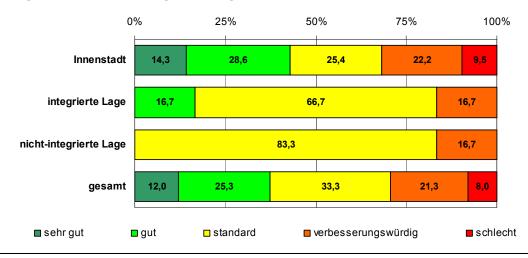
Abbildung 24: Außenauftritt/Außenwerbung



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).



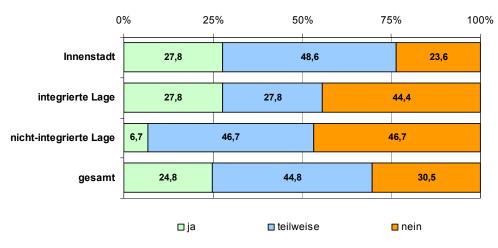
Abbildung 25: Schaufenstergestaltung



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).

iq-Projektgesellschaft

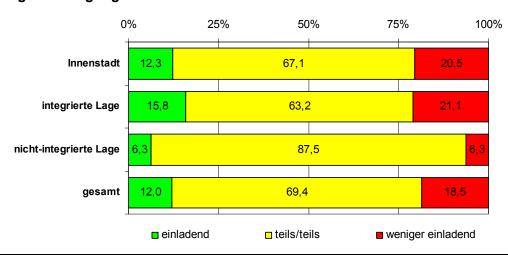
Abbildung 26: Sicht in den Verkaufsraum



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).

iq-Projektgesellschaft

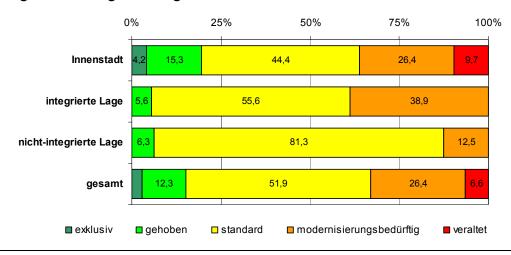
Abbildung 27: Eingangssituation



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).



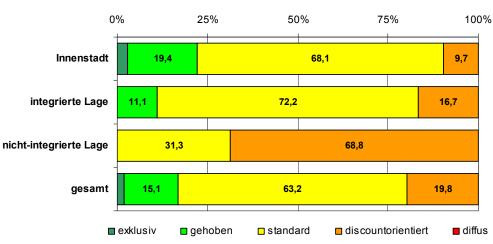
Abbildung 28: Ladengestaltung



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).

iq-Projektgesellschaft

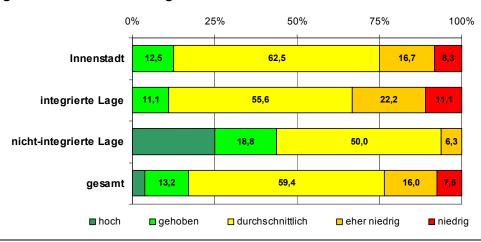
Abbildung 29: Zielgruppenausrichtung



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).

iq-Projektgesellschaft

Abbildung 30: Wettbewerbsfähigkeit



Quelle: Eigene Erhebung (Kartierung 2009).



- Den ersten qualitativen Eindruck von einem Einzelhandelsgeschäft erhält ein Passant und potenzieller Kunde über den äußeren Gebäudezustand. Weniger als die Hälfte aller Innenstadt-Gebäude mit Einzelhandelsbesatz können in ihrem äußeren Erscheinungsbild als "gut" oder "sehr gut" bewertet werden. Größere Defizite sind sowohl für Gebäude im Kernbereich der Innenstadt auszumachen als auch für Gebäude im erweiterten Bereich der Innenstadt. Auch sie beeinflussen die Wahrnehmung des öffentlichen Raumes in der Moosburger Innenstadt und die Aufenthaltsqualität negativ.
- Neben dem Gebäudezustand ist insbesondere auch der Außenauftritt eines Einzelhandelsbetriebes und seine Werbewirksamkeit entscheidend, um potenzielle Kunden anzusprechen. Über einen tatsächlich einladenden Außenauftritt verfügen nur knapp 17 % der Betriebe, während etwas über ein Viertel der Betriebe in der Innenstadt (Kernbereich und erweiterter Bereich) sich im Außenauftritt weniger einladend präsentieren.
- Die Schaufenstergestaltung prägt noch deutlicher als der Gebäudezustand und der Außenauftritt den äußeren Eindruck des Einzelhandelsbetriebes. Die Bewertung zeigt mit 43 % den höchsten Anteil an "gut" oder "sehr gut" gestalteten Schaufenstern für die Innenstadt an. Verbesserungspotenzial offenbart sich allerdings bei 32 % der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt (Kernbereich und erweiterter Bereich).
- Ein Aspekt, der zum Abbau von Eintritts-Barrieren beiträgt, ist die Möglichkeit der Sicht durch das Schaufenster in den Verkaufsraum. Dem potenziellen Kunden bietet sich die Möglichkeit vor Eintritt in das Geschäft bereits einen Eindruck davon zu erhalten, was ihn erwartet. Dies steigert bei attraktiver Schaufenster- und Ladengestaltung die Motivation des Kunden, das Geschäft zu betreten. Unter den Betrieben in der Innenstadt bietet sich bei über drei Viertel die Möglichkeit, zumindest teilweise in den Verkaufsraum zu blicken.
- Ein weiterer Faktor, um Eintritts-Barrieren potenzieller Kunden abzubauen, ist die Gestaltung der Eingangssituation des Geschäftes, die häufig vernachlässigt wird. Im Sinne von überdurchschnittlich einladend ist die Eingangssituation der Geschäfte in der Innenstadt bei rund 12 % der Betriebe zu bewerten. Dagegen weist aber auch ein Fünftel der Betriebe eine weniger einladende Eingangssituation auf.
- Die eigentliche Ladengestaltung im Inneren des Geschäftes zeigt sich bei über einem Drittel der Betriebe als modernisierungsbedürftig. Damit hebt sich die Innenstadt gerade gegenüber den anderen Standortlagen nicht einheitlich positiv ab. Vielmehr steht einem im Vergleich zu den übrigen Standortlagen höheren Anteil an Betrieben mit gehobener oder exklusiver Ladengestaltung auch ein höherer Anteil von Betrieben mit veralteter oder zumindest modernisierungsbedürftiger Ladengestaltung gegenüber.
- Die Zielgruppenausrichtung ist ein Indikator für die Hochwertigkeit des Warenangebotes in den einzelnen Geschäften. Die Standortspezialisierung mit zunehmend rein versorgungsorientiertem Angebot außerhalb der Innenstadt und stärker erlebnisorientiertem Angebot innerhalb der Innenstadt wird anhand der Ergebnisse deutlich. So liegt der Anteil der Innenstadtgeschäfte, die mit einem mindestens "gehobenen" Angebot ihre Zielgruppe ansprechen, deutlich über dem entsprechenden Wert für die übrigen Standorte. Dagegen sind die discountorientierten Anbieter verstärkt an den nicht-integrierten Standorten platziert. Diese unterschiedliche Zielgruppenausrichtung stellt aber lediglich eine Momentaufnahme dar und kann planungsrechtlich nicht gesichert werden, da die Kom-



mune zwar die Möglichkeit hat, Sortimente an einem Standort festzulegen, nicht aber Qualitäten. Gerade an den nicht-integrierten Standorten lässt sich aber bereits aktuell eine Funktionsanreicherung und teilweise eine stärkere sortimentsbezogene Qualitätsorientierung ausmachen.

■ Die Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit des Betriebes stellt eine zusammenfassende Charakterisierung dar, die das Angebot, die Ausrichtung und die Betriebsform berücksichtigt. Sie bildet einen zusammenfassenden Indikator, der die Attraktivität des jeweiligen Geschäftes aus Kundensicht ausdrückt. Der Bewertungsmaßstab richtet sich dabei nicht nach dem in der Stadt Moosburg vorhandenen Angebotsumfang und der Angebotsqualität. Für die zukünftige Entwicklung ist der Anteil der Geschäfte in den einzelnen Standortlagen wesentlich, denen eine "eher niedrige" oder "niedrige" Wettbewerbsfähigkeit zugesprochen wird, da diese im marktwirtschaftlichen Selektionsprozess am stärksten bedroht sind. Hierbei zeigt sich, dass die beiden städtebaulich relevanten Standortbereiche Innenstadt und integrierte Lage ein einem vergleichsweise hohen Ausmaß Betriebe umfassen, deren Wettbewerbsfähigkeit derzeit als eher niedrig einzustufen ist.

Insgesamt zeigt sich, dass die Innenstadt der Stadt Moosburg a.d. Isar sowohl was die Bausubstanz und Gestaltung betrifft als auch was den Außenauftritt und Marktauftritt der Einzelhändler betrifft einen deutlichen Revitalisierungsbedarf aufweist und einer Qualitäts- und Profilierungsoffensive bedarf. Der Betriebsformenwandel hat in Moosburg a.d. Isar bisher zwischen den beiden Standorten Innenstadt und Degernpoint stattgefunden, was zu einer abnehmenden Nutzungsdichte in der Innenstadt geführt hat, während das Revitalisierungspotenzial außerhalb der Innenstadt realisiert wurde. Dementsprechend kommt der räumlichen Steuerung der weiteren Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Moosburg besondere Bedeutung zu, damit die durchaus erwünschten wettbewerblichen Wirkungen nicht zu einer städtebaulichen Unverträglichkeit führen.

Die weitere Einzelhandelsentwicklung ist vor diesem Hintergrund künftig so zu steuern, dass Wettbewerbswirkungen im Sinne einer städtebaulich geordneten Entwicklung auch zur Weiterentwicklung der Innenstadt und der integrierten Standorte beitragen. Andernfalls kommt es weiterhin zu einer Weiterentwicklung des nicht-integrierten Standortes Degernpoint bei gleichzeitiger Rückentwicklung in der Innenstadt und an integrierten Standorten. Deshalb gilt es, ansiedlungswillige Unternehmen an die städtebaulich geeigneten Standorte zu lenken, um den Wettbewerb an diesen Standorten zu erhöhen. Kontraproduktiv wäre dagegen eine Ausweitung des Wettbewerbs zwischen den städtebaulich integrierten Standorten und den nicht-integrierten Standorten. Dies würde nicht zu einer Weiterentwicklung und Verbesserung des Angebotes an den städtebaulich geeigneten Standorten beitragen, sondern zu einer weiteren Verlagerung der Einzelhandelsfunktion in den Außenbereich der Stadt mit einer weiteren Verschärfung der negativen Konsequenzen für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt und der integrierten Nahversorgungsstandorte, die bereits heute schon deutlich sichtbar sind.

C 5 Situation der Nahversorgung

Die Struktur und räumliche Verteilung der Nahversorgungsstandorte besitzt einen besonderen Stellenwert im Rahmen der kommunalen Einzelhandelsplanung und der kommunalen Daseinsvorsorge. So sollte die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden,



um Verkehr zu vermeiden und um die Versorgung nicht mobiler oder eingeschränkt mobiler Bevölkerungsgruppen zu gewährleisten.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden insbesondere die Warengruppen Nahrungsund Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel einschließlich Apothekerwaren gezählt. Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote (vgl. Tab. 10).

Zur Einschätzung der Nahversorgungssituation wird für gewöhnlich die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben dieser rein quantitativen Betrachtung gilt es aber zudem mit der Erreichbarkeit und dem Betriebsformen-Mix auch räumliche und strukturelle Aspekte zu berücksichtigen.

Tabelle 10: Angebotsbausteine einer wohnstandortnahen Grundversorgung

Grundausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch und Wurstwaren Getränke Gesundheits- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren Post, Bank
	Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Schreibwaren, Papier Blumen /Zoo
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: Eigene Zusammenstellung.

iq-Projektgesellschaft

In der Stadt Moosburg a.d. Isar beläuft sich die Angebotsausstattung im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf insgesamt 11.250 m² Verkaufsfläche, was einem Wert von 0,64 m² Verkaufsfläche je Einwohner entspricht. Damit liegt die Ausstattung oberhalb des Referenzwertes für vergleichbare Mittelzentren, der 0,58 m² Verkaufsfläche je Einwohner beträgt. Dies lässt zunächst keine quantitativen Ausstattungsdefizite erwarten.

Die Angebotsstruktur ist durch das Vorhandensein eines nahezu vollständigen Betriebsformen-Mix bestehend aus einem Verbrauchermarkt (Kaufland), zwei LM-Supermärkten (Rewe und Edeka), fünf LM-Discountern (Aldi, Lidl, Netto, Norma und Penny) und fünf Getränkemärkten sowie einer Vielzahl an Spezialgeschäften als für ein Mittelzentrum sehr gut zu bewerten (vgl. Karte 9). Es fehlt lediglich die Betriebesform "SB-Warenhaus", die allerdings für eine Stadt der Größe von Moosburg a.d. Isar zumindest in der klassischen Variante mit über 5.000 m² Verkaufsfläche auch nicht typisch ist.

Ergänzend zur rein quantitativen Betrachtung Grundversorgungsausstattung bemisst sich deren Funktion als tatsächliche Nahversorgung speziell an der räumlichen Verteilung der Standorte. Dabei wird deren fußläufige Erreichbarkeit als Bewertungsmaßstab herangezo-



gen. Als kritische Zeit/Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen gilt eine Entfernung von ca. 500 m.

Lebensmitteleinzelhandel
Betriebstyp

Tankstellenshop

Lebensmittel-Spezialgeschäft

Lebensmittel-SB

Getränkemarkt

Biomarkt

Discounter

Supermarkt

Verbrauchermarkt

Fiurstücke

Fiurstücke

Einzelhandelskonzept
Statt Moosburg a. d. Isar

Lebensmitteleinzelhandel

Auftraggeber

Statt Moosburg a. d. Isar

Lebensmitteleinzelhandel

Auftraggeber

Statt Moosburg a. d. Isar

Lebensmitteleinzelhandel

Auftraggeber

Statt Moosburg a. d. Isar

Karte 9: Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Moosburg a.d. Isar

Quelle: Geschäftskartierung 2009, eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Die Innenstadt selbst verfügt über keinen Grundbaustein des nahversorgungsrelevanten Lebensmitteleinzelhandels (LM-Supermarkt oder LM-Discounter). Die Lebensmittelmärkte sind alle außerhalb der Innenstadt angesiedelt. Die Lebensmittel-Supermärkte sind in integrierter Standortlage mit Zuordnung zu den Wohngebieten platziert. Gleiches gilt für die LM-Discounter Netto, Norma und Penny. Diese Anbieter besetzen Standorte, die einen fußläufigen Einzugsbereich ausbilden und als wohnstandortnahe Grundversorgungsstandorte und damit als tatsächliche Nahversorgungsstandorte charakterisiert werden können. Die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl sowie der Kaufland Verbrauchermarkt sind dagegen im Gewerbegebiet Degernpoint an einem nicht-integrierten Standort angesiedelt. Diese Standorte weisen keine geeignete fußläufige Erreichbarkeit auf und sind als ausschließlich autokundenorientierte Grundversorgungsstandorte zu werten.

Karte 10 gibt einen Überblick über die Nahversorgungssituation in Moosburg a.d. Isar. Um die grundversorgungsrelevanten Betriebe mit einer Mindestverkaufsfläche von 600 m² wurde ein so genannter Versorgungsradius von 500 Metern gelegt, innerhalb dessen die Bevölkerung zumindest planerisch betrachtet über eine ausreichende Nahversorgung verfügt. Zu berücksichtigen ist dabei allerdings, dass sich die Angebotstiefe und -breite der einzelnen Betriebstypen unterscheidet. So bieten Verbrauchermärkte bis zu 40.000 Artikel an, während Lebensmitteldiscounter je nach Betreiber lediglich ca. 1.300 (Penny), 1.200 (Lidl) bzw. nur ca. 800 Artikel (z.B. Aldi) anbieten.



Unterversorgte Bereiche sind insbesondere die im zentralen und südlichen Stadtgebiet gelegenen Wohngebiete. Überschneidungsbereiche der Versorgungsradien der einzelnen Anbieter liegen dagegen im Bereich Gewerbegebiet Nord/Neustadt vor sowie im Gewerbegebiet Degernpoint, das allerdings keine wesentlichen Wohnbauflächen im Umfeld aufweist.

Fußläufiges Einzugsgebiet der Nahversorgungsstandorte

500 m Radius

Reve Norma
Netto

Aldi
Lidf

Fiurstücke

Pomy

Ratifland

Einzelhandeliskonzept
Stadt Moosburg a. d. Isar
Nahversorgung

Auftragnehmer
ip-Projetygeselichalt
Department in Geopynahie
Lid Unituden

(aphrojetygeselichalt
Department in Geopynahie
Lid Unituden

(aphrojetygeselichalt
Department in Geopynahie
Lid Unituden

Karte 10: Nahversorgung in der Stadt Moosburg a.d. Isar

Quelle: Geschäftskartierung 2009, eigene Darstellung.

iq-Projektgesellschaft

Gerade die Positionierung grundversorgungsrelevanter Anbieter östlich der Isar stellt ein wesentliches Defizit der Nahversorgungsstruktur in Moosburg a.d. Isar dar, da diese Anbieter und deren Verkaufsflächenausstattung nicht dem westlich der Isar gelegenen Siedlungskörper der Stadt Moosburg a.d. Isar mit seinen Wohnbauflächen zugeordnet ist. Dies führt zum einen zu entfernungs- und barrierebedingten Erreichbarkeitsdefiziten im Grundversorgungsangebot und zum anderen zu einer erhöhten Verkehrsbelastung insbesondere im Bereich der Isarbrücke. Insgesamt wird hierdurch eine Angebots- und Verkaufsflächenausstattung an einem Standort gebunden, der die raumordnerische und bauleitplanerische Zielvorstellung einer wohnstandortnahen Grundversorgung und nachhaltigen Stadtentwicklung nicht unterstützt.

C 6 Ergebnisse der Unternehmerbefragung

Im Zuge der Kartierung des Einzelhandelsbestandes wurde ein Fragebogen an alle Einzelhändler im Bereich der Innenstadt (Kernzone und erweiterter Bereich) verteilt. Von 35 der insgesamt 75 Einzelhandelsgeschäfte am Versorgungsstandort Innenstadt liegen Ergebnisse zur Unternehmerbefragung vor. Entsprechend der Struktur des Einzelhandelsbestandes

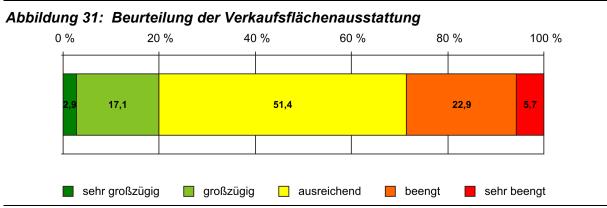


nach Betriebsform in der Stadt Moosburg a.d. Isar handelt es sich dabei um folgendes Untersuchungssample:

- 79,3 % der Betriebe des Untersuchungssamples sind Hauptniederlassungen.
- 20,7 % der Betriebe des Untersuchungssamples sind eine Zweigniederlassung bzw. ein Filialbetrieb.
- 96,2 % der Betriebe werden im Haupterwerb geführt.

Eigentumsverhältnisse, Verkaufsfläche und Standortzufriedenheit

- Fast zwei Drittel der Betriebe nutzen Verkaufsräume, die sich nicht im Eigentum befinden, sondern angemietet oder gepachtet sind. Dementsprechend umfassen die betrieblichen Kosten in der überwiegenden Mehrzahl der Betriebe auch Kosten für Miete/Pacht, die durch die Geschäftstätigkeit erwirtschaftet werden muss. Dabei erweist sich die Innenstadt im Vergleich zu anderen Standorten als vergleichsweise "teurer" Standort.
- Nur etwa ein Drittel der Befragten übt die Geschäftstätigkeit in eigenen Räumen aus und erreicht damit die Rentabilität der Geschäftstätigkeit bereits bei geringerer Flächenproduktivität (Umsatz je m² Verkaufsfläche).



Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

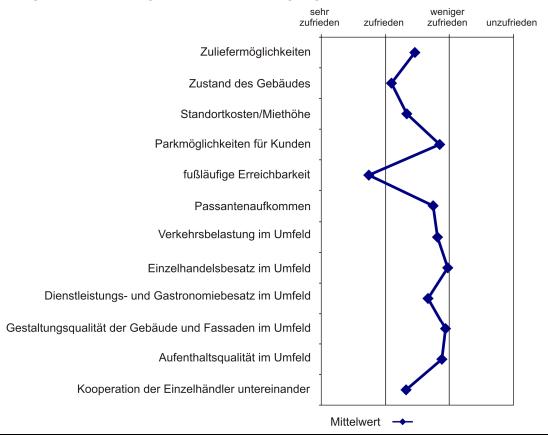
iq-Projektgesellschaft

- Fast 30 % der Betriebe beurteilen die Verkaufsflächenausstattung am Standort Innenstadt als beengt oder sehr beengt (vgl. Abb. 31). Dies weist auf eine Grundproblematik am Standort Innenstadt hin. Die historischen Grundrisse der Flurstücke und Gebäude sind ohne Veränderung mit den Flächenanforderungen moderner Fachmarktkonzepte kaum mehr in Einklang zu bringen. Dementsprechend sind für den Standort Innenstadt die Zusammenlegung von Grundstücken und Gebäuden sowie die Aktivierung geeigneter Leerstände ggf. durch Programme der Städtebauförderung zu unterstützen.
- Ein Viertel der befragten Betriebsinhaber gibt an, bei einer Betriebsneugründung den derzeitigen Standort nicht mehr zu wählen. Dies deutet auf eine vergleichsweise hohe Unzufriedenheit mit den Standortbedingungen in der Innenstadt hin. Als Hauptursachen, den Standort Innenstadt nicht mehr zu wählen, werden die fehlende Entwicklungsdynamik sowie der Branchen-Mix am Standort Innenstadt angesprochen.



- Als Standortalternativen werden von der Hälfte der Unternehmen Standorte in anderen Städten (Erding, Landshut) genannt sowie das Gewerbegebiet Degernpoint, auf das sich in den vergangenen Jahren die Entwicklungsdynamik im Einzelhandel weitestgehend konzentriert hat.
- Die Beurteilung der Standortbedingungen durch die Innenstadteinzelhändler zeigt insgesamt ein vergleichsweise negatives Bild (vgl. Abb. 32). Eher zufrieden sind die Einzelhändler mit der fußläufigen Erreichbarkeit, dem Zustand des Gebäudes, den Standortkosten und den Zuliefermöglichkeiten. Auch mit der Kooperation der Einzelhändler untereinander herrscht eher Zufriedenheit, was auf ein positives Klima für gemeinsame Aktivitäten hindeutet.





Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

iq-Projektgesellschaft

- Deutliche Unzufriedenheit lässt sich dagegen für alle Aspekte des Standortumfeldes ausmachen. Gerade die üblicherweise eine Innenstadt prägende, umfeldbezogene Standortvorteile einer hohen Aufenthaltsqualität und städtebaulichen Qualität werden durch die Einzelhändler vergleichsweise negativ bewertet. Damit kann die Innenstadt das nur dort exklusiv vorhandene Standortpotenzial derzeit nicht entsprechend nutzen.
- Aus Sicht der befragten Einzelhändler fehlt in der Moosburger Innenstadt allen voran ein Lebensmittelgeschäft. Aber auch eine Parfümerie und gastronomisches Angebot wird von mehr als der Hälfte der Befragten vermisst. Häufigere Nennungen betreffen zudem ein Fischgeschäft, einen Drogeriemarkt und ein zweites Schuh-Fachgeschäft, aber auch ein Hotel. Einzelhandelsbezogen sind damit einerseits Frequenzbringer angesprochen,

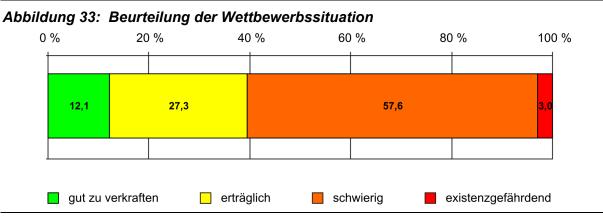


die der grundsätzlichen Standortbelebung dienen sowie Betriebstypen, die speziell in der Innenstadt von Verbraucherseite erwartet werden und damit den Betriebsformen-Mix komplettieren.

Wettbewerbssituation und Bestandsfestigkeit

Neben den grundlegenden Standortbedingungen stellt die Wettbewerbssituation eine entscheidende Größe für die Bestandsfestigkeit der Einzelhandelsbetriebe dar.

- 60 % der befragten Einzelhändler beurteilen die Wettbewerbssituation in Moosburg als schwierig oder existenzgefährdend (vgl. Abb. 33). Neben schlechten Standortbedingungen und der allgemeinen Branchenentwicklung werden gerade auch die zunehmende örtliche Konkurrenz am Standort Degernpoint und die überörtliche Konkurrenz (Erding, Freising und Landshut) als Ursachen für die schwierige Wettbewerbssituation genannt.
- Insgesamt sehen 82 % der befragten Einzelhändler Probleme, die den Fortbestand oder die Weiterentwicklung ihres Betriebes in Moosburg a.d. Isar gefährden. Als gravierende Probleme werden dabei die Entwicklung der Innenstadt insgesamt und das Standortumfeld genannt. Aber auch Einflussgrößen wie die allgemeine Branchenentwicklung und die Verkaufsflächenausweitung im Umland führen zu einem Kunden- und Nachfragerückgang in Moosburg a.d. Isar, der sich in einer problematischen Ertragslage niederschlägt.



Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

ig-Projektgesellschaft

- Bei einem Viertel der Betriebe steht innerhalb der nächsten fünf Jahre eine Unternehmernachfolge an, allerdings ist die Nachfolgeregelung erst bei der Hälfte dieser Betriebe geklärt.
- Wesentliche Magnetbetriebe der Innenstadt, deren Anziehungskraft die Standortbedingungen ganz entscheidend prägt und von deren Frequenz die benachbarten Betriebe profitieren, sind Anbieter aus den Leitbranchen der Innenstadt: Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren. Hierzu zählen in Moosburg die Anbieter Heilmeier, Gerlspeck, Heilingbrunner und Neu-Moden. Aber auch das Einrichtungshaus raum³/Pichler wird häufiger als ein Betrieb genannt, von dessen Anziehungskraft eine Reihe weiterer Betriebe am Standort Innenstadt profitieren.
- Auch insgesamt werden bezogen auf den Standort Moosburg speziell die Anbieter aus den Bereichen Bekleidung und Schuhe als die Geschäfte angegeben, die bei Schließung



am stärksten vermisst werden würden, da sie für die Gesamtattraktivität des Standortes Innenstadt entscheidend sind. Aber in diesem Zusammenhang werden nicht nur Einzelhandelsgeschäfte genannt. Auch die Ärzte und Geldinstitute sowie Einrichtungen der sozialen Infrastruktur und das Rathaus werden als wesentliche Frequenzbringer für das eigene Geschäft genannt.

■ Die Wettbewerberanalyse zeigt, dass sich die Wettbewerber der befragten Einzelhändler fast gleichermaßen sowohl in Moosburg als auch außerhalb von Moosburg befinden. Dabei ist allen voran die Stadt Landshut zusammen mit dem Standort Weixerau (Möbelhaus Biller) der am häufigsten genannte Standort von Wettbewerbern. Innerhalb der Stadt Moosburg wird dagegen nahezu doppelt so häufig der Standort Degernpoint (im Vergleich zu einem anderen Standort in Moosburg) als Standort eines Wettbewerbers genannt. Dies weist darauf hin, dass in Moosburg der Wettbewerb weniger innerhalb des Standortes Innenstadt abläuft als vielmehr zwischen den Standorten Innenstadt und Gewerbegebiet Degernpoint, was aus städtebaulicher Sicht nachteilig ist, die Funktionsfähigkeit der Innenstadt beeinträchtigt und deren Weiterentwicklung hemmt.

Betriebliche Entwicklung

Die wirtschaftliche Situation bzw. die Erwartungshaltung für die künftige Entwicklung lässt sich in vielen Fällen auch am Investitionsverhalten der Betriebe ablesen (vgl. Tab. 11).

Tabelle 11: Bisherige und zukünftig geplante innerbetriebliche Maßnahmen

innerbetriebliche Maßnahme	bereits durch- geführt in den letzten 3 Jahren Anteil in %	beabsichtigte Durchführung in den nächsten 3 Jahren Anteil in %	eventuelle Durch- führung in den nächsten 3 Jahren Anteil in %
neue Schwerpunkte im Sortiment	78,6	25,9	22,2
mehr hochwertige Produkte und stärkere Qualitätsorientierung	78,6	33,3	18,5
weniger hochwertige Artikel und stärkere Preisorientierung	14,3	0,0	14,8
Ansprechen neuer Zielgruppen	64,3	40,7	22,2
Modernisierung der Verkaufsräume	75,0	22,2	0,0
Verkaufsflächenerweiterung	7,1	18,5	3,7
Verkaufsflächenreduzierung	0,0	0,0	11,1
verstärkte Werbemaßnahmen	64,3	33,3	11,1
Ausweitung der Öffnungszeiten	32,1	3,7	18,5

Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

iq-Projektgesellschaft

So machen die Einzelhändler hinsichtlich der Frage, ob in den letzten drei Jahren innerbetriebliche Veränderungsmaßnahmen durchgeführt wurden, folgende Angaben:

 Die Anpassung der Sortimentsgestaltung, die Modernisierung der Verkaufsräume und verstärkte Werbemaßnahmen sind die am häufigsten durchgeführten innerbetrieblichen

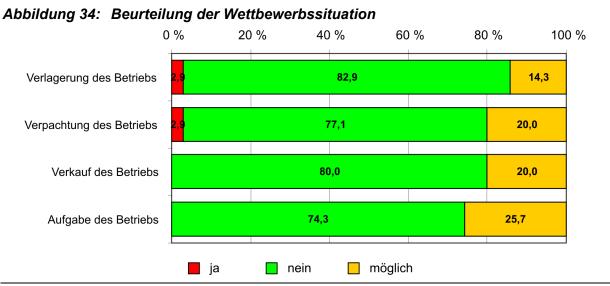


Maßnahmen. Dementsprechend bewerten die Einzelhändler ihre Ladengestaltung auch zum weit überwiegenden Anteil als "standard" oder "gehoben".

Veränderungen in der Sortimentsgestaltung zielen am häufigsten in Richtung Qualitätsorientierung und sind als Anpassungsmaßnahme gegenüber Wettbewerbern mit deutlicher Preisorientierung aufzufassen. So bewertet die Hälfte der befragten Einzelhändler die Zielgruppenorientierung als "gehoben", die andere Hälfte nennt die Zielgruppenorientierung "standard/konsumig".

Die zukünftig geplanten innerbetrieblichen Maßnahmen zeigen im Vergleich zu den bisher durchgeführten innerbetrieblichen Maßnahmen in welchen Bereichen weiterhin Handlungsbedarf vorhanden ist.

Nachdem Investitionen in die Ladengestaltung von einer Vielzahl der Einzelhändler bereits in der Vergangenheit getätigt wurden, stehen künftig Maßnahmen einer erweiterten Zielgruppenansprache sowie verstärkte Marketingmaßnahmen im Vordergrund. Dabei lässt sich auch zukünftig eine deutliche Qualitätsorientierung ausmachen.



iq-Projektgesellschaft

Derzeit plant zwar nur ein geringer Anteil der Befragten eine Verlagerung oder Verpachtung des Betriebes, allerdings halten mehr als ein Viertel der Befragten eine Aufgabe des Betriebes innerhalb der nächsten fünf Jahre durchaus für möglich (vgl. Abb. 34). Es stufen zwar 53 % der Einzelhändler die Wettbewerbsfähigkeit ihres Geschäftes als durchschnittlich ein und 47 % geben sogar eine überdurchschnittliche Wettbewerbsfähigkeit an, dennoch ist in gut der Hälfte der Fälle die Ertragslage stagnierend und ein Fünftel der Befragten gibt eine rückläufige oder existenzgefährdende Ertragslage an.

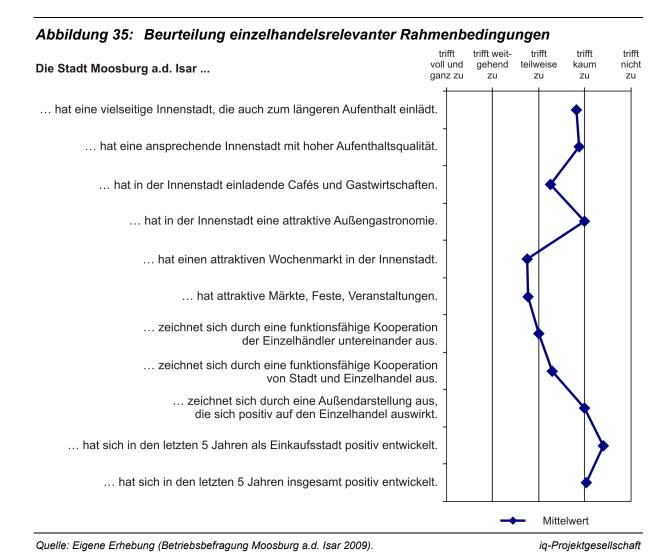
Stadt Moosburg als Einzelhandelsstandort

Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

Die Bewertung der einzelhandelsrelevanten Standortbedingungen am Standort Innenstadt durch die Einzelhändler (vgl. Abb. 35) zeigt eine unzureichende Standortqualität sowie fehlende Entwicklungsdynamik. Gerade im Vergleich zu anderen städtischen oder einzelhandelsbezogenen Rahmenbedingungen wird die Innenstadt selbst vergleichsweise negativ bewertet.



- Der Wochenmarkt in der Innenstadt und die in der Stadt durchgeführten Feste und Veranstaltungen sind die einzigen beiden Kategorien, die in der Gesamtbewertung durch die Einzelhändler positiv abschneiden. Hieraus wird deutlich, dass gerade Bausteine, die Besuchsanlässe in der Stadt und der Innenstadt schaffen und dadurch zur Belebung dieses Standortes beitragen, besonders positiv gesehen werden.
- Wird die Kooperation der Einzelhändler untereinander zumindest noch ausgeglichen bewertet, so zeigen sich für das Verhältnis von Stadt und Einzelhändlern sowie für den Besatz der Innenstadt mit gastronomischen Anbietern erste Hinweise auf einen Verbesserungsbedarf.
- Deutlicher Handlungsbedarf zeichnet sich für den entscheidenden Angebotsfaktor der Innenstadt, ihre Aufenthaltsqualität ab. Angebotsvielfalt, Außengastronomie und Aufenthaltsqualität und damit das Kernprodukt einer Innenstadt werden ebenso deutlich negativ bewertet wie die Außendarstellung.



 Die fehlende Entwicklungsdynamik und der Eintritt in eine Abwärtsspirale lassen sich auch an den Angaben der Einzelhändler zur Standortentwicklung ablesen. So geben die

auch an den Angaben der Einzelhändler zur Standortentwicklung ablesen. So geben die Einzelhändler für die Entwicklung der Stadt Moosburg a.d. Isar als Einkaufsstadt eine noch deutlich negativere Bewertung ab als für die Gesamtentwicklung der Stadt.



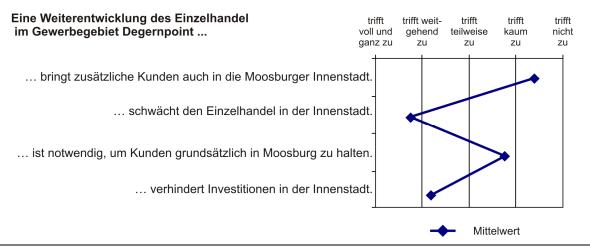
Entsprechend der als negativ bewerteten Aufenthaltsqualität in der Innenstadt steht bei den Nennungen der Einzelhändler zu Verbesserungsmaßnahmen dieser Aspekt im Vordergrund. Diesbezügliche Maßnahmen reichen

- von der Verkehrsberuhigung und der Einrichtung einer Fußgängerzone
- über die Verbesserung der Außengastronomie
- bis zur Innenstadtsanierung mit der Sanierung der Gebäude und Fassaden und einer Möblierung des öffentlichen Raumes.

Darüber hinaus wird eine Verbesserung der bestehenden Parkraumbewirtschaftung von einer Vielzahl der Einzelhändler angeregt.

Verbesserungsmöglichkeiten, um den Standort Moosburg a.d. Isar für die Einzelhändler attraktiver zu machen, umfassen ebenfalls die oben angegebenen Inhalte zur Schaffung von Aufenthaltsqualität in der Innenstadt. Darüber hinaus werden einheitliche Öffnungszeiten auch über Mittag, eine auf die Innenstadt bezogene Strategie der städtischen Einzelhandelsentwicklung (Genehmigungspraxis in Degernpoint, Städtebauförderung und Standort-/Leerstandsmanagement) sowie eine verbesserte Kooperation der örtlichen Akteure angeregt.

Abbildung 36: Beurteilung einer einzelhandelsbezogenen Weiterentwicklung des Gewerbegebietes Degernpoint



Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

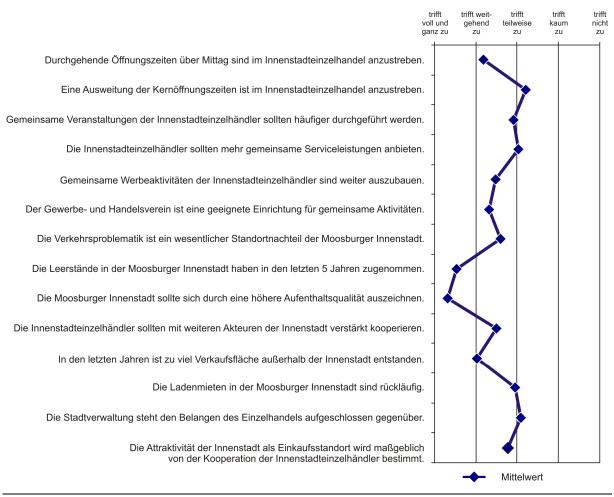
iq-Projektgesellschaft

Vor dem Hintergrund der Forderung nach einer strategisch auf die Innenstadt bezogenen Einzelhandelsentwicklungsplanung und einer Verbesserung der Standortrahmenbedingungen wird die Weiterentwicklung von Einzelhandel im Gewerbegebiet Degernpoint negativ bewertet (vgl. Abb. 36).

Zustimmung lässt sich dagegen zu nahezu allen Maßnahmen zur Verbesserung der Standortattraktivität der Innenstadt feststellen (vgl. Abb. 37). Neben diesen direkten, auf den Einzelbetrieb bezogenen Kooperationsfeldern wird von den Befragten vor allem das Marketing
als Kooperationsfeld genannt. Dabei betreffen die Nennungen sowohl eine gemeinsame
Marketingstrategie als auch gemeinsame Marketingmaßnahmen.



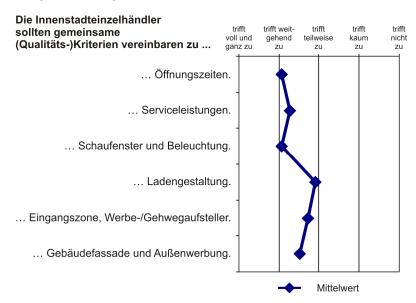
Abbildung 37: Beurteilung einzelhandelsbezogener Themen



Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

iq-Projektgesellschaft

Abbildung 38: Mögliche Kooperationsfelder der Innenstadt-Einzelhändler



Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

iq-Projektgesellschaft



Exkurs: Genossenschaft zur Standortförderung

72 % der Befragten haben bereits Kenntnis darüber, dass die Stadt Moosburg die Einrichtung einer Genossenschaft zur Standortförderung plant.

Die besonderen Stärken der Stadt Moosburg im regionalen Kontext liegen aus Sicht der befragten Einzelhändler in der verkehrsgünstigen Lage und der hohen Erreichbarkeit. Darüber hinaus werden – bezogen auf die Stadt selbst – die überschaubare Größe und der Kleinstadtflair als Stärken genannt. Ganz im Gegensatz zur Forderung nach einer Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt werden vereinzelt auch eine "verkehrsgerechte Innenstadt" und die Möglichkeit "bis direkt vor jedes Geschäft zu fahren" als besondere Stärken betrachtet.

Sehr viel häufiger als bei den Stärken sind die Einzelhändler in der Lage, Schwächen der Stadt im regionalen Kontext zu nennen. Weitgehend einhellig werden die fehlende Aufenthaltsqualität, sowie Handels- und Gastronomieausstattung der Innenstadt genannt, zusammen mit der Verkehrsproblematik der Innenstadt.

Als wesentliche Aufgaben einer Genossenschaft zur Standortförderung nennen die befragten Einzelhändler mit den Bereichen "Standortentwicklung Innenstadt" sowie "Flächen- und Leerstandsmanagement" Themen, die zunächst die grundsätzliche Entwicklung des Produktes "Innenstadt" betreffen (vgl. Tab. 12).

Tabelle 12: Wesentliche Aufgaben einer Genossenschaft zur Standortförderung

Aufgaben oder Projekte	Anteil in %	
Standortentwicklung Innenstadt sowie Flächen- & Leerstandsmanagement	80,0	
Förderung der Zusammenarbeit von gewerblicher Wirtschaft und städtischer Verwaltung	63,3	
Koordination der regionalen und überregionalen Marketings	43,3	
Veranstaltungsmanagement	40,0	
Verbesserung der Kooperation der Gewerbetreibenden untereinander.	36,7	
Ansprache potenzieller Investoren	36,7	
Koordination der Entwicklung von Kundenbindungsinstrumenten	26,7	
Entwicklung von Informationsangeboten (Einkaufsführer, Gastronomieführer, Standortbroschüre)	26,7	
Vermittlung zwischen Immobilieneigentümern und Investoren	20,0	
Koordinierungs- und Anlaufstelle für Interessenten.	20,0	
Beschilderungskonzept und Fußgängerleitsystem	13,3	
Organisation von Weiterbildungsveranstaltungen	0,0	

Quelle: Eigene Erhebung (Betriebsbefragung Moosburg a.d. Isar 2009).

iq-Projektgesellschaft

Die Bündelung und Vernetzung der örtlichen Akteure wird ebenfalls als wesentliche Aufgabe betrachtet und betrifft einerseits die Zusammenarbeit von Wirtschaft und Stadtverwaltung sowie die Zusammenarbeit der Gewerbetreibenden untereinander. Flankierende koordinierende Maßnahmen der Kommunikationspolitik wie die Koordination des regionalen und überregionalen Marketings sowie Veranstaltungsmanagement zählen zudem zu denjenigen



Maßnahmen, die mehr als ein Viertel der befragten Einzelhändler zu den wichtigsten fünf Aufgaben einer Genossenschaft zur Standortförderung zählt.

In der Außendarstellung sollte sich die Stadt Moosburg aus Sicht der Befragten insbesondere als attraktive und charmante Kleinstadt mit Wohn- und Lebensqualität auszeichnen. Entsprechend stehen die innenstadtbezogenen Themen Stadtbild, Besuchsanlässe, Geschäftsvielfalt und Aufenthaltsqualität sowie die einzelhandelsbezogenen Themen Service und Kompetenz im Vordergrund. Es wird aber auch auf die Freizeit- und Bildungsinfrastruktur hingewiesen, die die Stadt als Wohnstandort attraktiv machen.

Während die überwiegende Mehrheit der Befragten Eigenschaften des Produktes "Moosburg" nennt und Maßnahmen zur Verbesserung dieses Produktes für erforderlich hält, betrifft ein kleiner Teil der Nennungen auch die Form der Außendarstellung und thematisiert die traditionelle Darstellung als "Drei Rosen Stadt".

D Nachfrageverhalten

Die Charakterisierung des Nachfrageverhaltens basiert auf den Ergebnissen der schriftlichen Haushaltsbefragung in der Stadt Moosburg a.d. Isar sowie einer telefonischen Haushaltsbefragung in den Umlandgemeinden der Stadt Moosburg.

D 1 Aktuelles Marktgebiet der Stadt Moosburg a.d. Isar

Als aktuelles Marktgebiet der Stadt Moosburg a.d. Isar wird der Raum bezeichnet, dessen Bevölkerung aktuell zum Einkauf in der Stadt Moosburg a.d. Isar neigt. Die Größe des Marktgebietes für den Einzelhandel der Stadt Moosburg wird von einer Reihe unterschiedlicher Faktoren beeinflusst. Im Wesentlichen zählen hierzu:

- Struktur und räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes innerhalb des Stadtgebietes der Stadt Moosburg a.d. Isar,
- Branchen-Mix und Sogkraft ansässiger (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe,
- Lage zu anderen zentralen Orten sowie Nähe zu Konkurrenzorten,
- Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum und Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerverflechtungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- topographische Bedingungen, Verkehrsinfrastruktur und Erreichbarkeit.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren wurde das Marktgebiet der Stadt Moosburg bestimmt. Für eine Verifizierung der Abgrenzung wurde innerhalb eines größeren räumlichen Umgriffs eine Haushaltsbefragung durchgeführt.

Um die unterschiedliche Intensität der Kundenbindung im Marktgebiet zum Ausdruck zu bringen, wird das aktuelle Marktgebiet in unterschiedliche Zonen unterteilt (vgl. Karte 11):