

POPIEN & PARTNER

Wirtschaftsgeographie

Dr. Ralf Popien

**Einzelhandelsstandort Gauting -
Handlungsfelder der Nahversorgung**

-- Präsentation 2 von 2 --

Im Auftrag der Gemeinde Gauting

16. März 2021

1/2 Vorbemerkung - Fragestellungen - Methodik

- Analyse Einzelhandels- und Zentrenstruktur
- kritische Beurteilung CIMA-Gutachten 2011, 2016, 2017
- Stärken-Schwächen-Analyse Einzelhandelsstandort / Ortsmitte
- empirische Erhebung Einkaufsverhalten Gautinger Haushalte
- Überarbeitung Nahversorger-Konzept AOA-Gelände Ammerseestr.
- Handlungsempfehlungen zur Stärkung Nahversorgung
- Methodik
 - Kartierungen
 - Expertengespräche
 - Haushaltsbefragungen
- Abkürzungen: PpP: Popien & Partner; VF: Verkaufsfläche; VS: Vollsortimenter
FMZ: Fachmarktzentrum, LHM: Landeshauptstadt München; EKZ: Einkaufszentrum

Inhaltsverzeichnis

1/2 Vorbemerkung – Fragestellungen - Methodik

3 Wh aus Präsentation I: kritische Beurteilung CIMA-Gutachten 2011 bis 2017

4 Kennzahlen Einzelhandelsstandort

5 Stärken und Schwächen Einzelhandelsstandort Gauting

6 Ergebnisse der Haushaltsbefragung

6.1 Einkaufsverhalten nach Nahversorgungssortimenten

6.2 Verkehrsmittelwahl

6.3 Einschätzung Attraktivitätsfaktoren Ortsmitte

6.4 Vermisste Betriebe, besonders störende Dinge

6.5 Einstellung zum geplanten Vollsortimenter auf dem AOA-Gelände

7 Fazit: Handlungsempfehlungen AOA-Planung, weitere Handlungsfelder

3 Wh aus Präsentation I

kritische Beurteilung CIMA-Gutachten 2011 bis 2017

- Katalog Maßnahmeempfehlungen (PpP: angepasst und nachvollziehbar)
- positiv: Realisierung integrierter Verbundstandort Edeka-dm Bahnhof
- Empfehlungen Nutzungsmix AOA-Gelände
 - Potenzial für weiteren Supermarkt vorhanden -> Realisierung Lebensmittelsupermarkt. PpP: grundsätzliche Befürwortung
 - keine Nutzungsmischung diverser kleinformatischer Anbieter alleine, PpP: dito, keine wirtschaftliche Tragfähigkeit für "Kleineinkaufs"-Läden
 - Empfehlung: Dimensionierung auf 1.200 qm VF = Beschränkung Umsatzzumlenkung auf "in jedem Fall verträgliches Maß und somit Ausschluss negativer städtebaulicher Wirkungen"
- "Verödung" Ortszentrum nicht zu erwarten

4 Kennzahlen / Merkmale Einzelhandelsstandort

Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereiche ausgewählter Gemeinden

Gemeinde	Einwohner (EW)
Starnberg, Mittelzentrum	69.444
Krailling / Planegg / Gräfelfing, Siedlungsschwerpunkt	39.222
Gauting, Siedlungsschwerpunkt	21.167
Neuried	9.736

Quelle: Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat, 2018

Gauting:

- Kaufkraft (D=100) 2021: 157,6 (an 7. Stelle von D-Gemeinden ab 10.000 EW)
Quelle: panadress.de/kaufkraft-deutschland-2021
- beschränkte bzw. keine Ansiedlungspotenziale für Shopping-Goods bzw. großflächige Märkte der Branchen Elektro, Bau/Heimwerken, Möbel
- VF im Gemeindevergleich 2011: 0,84 qm/EW vs. Planegg 2,15 qm/EW
- 2020: VF 16,8 Tsd qm; 83 Betriebe, davon 51 in Ortsmitte; ca. 140 Dienstleister

Verkaufsflächen des organisierten Lebensmittelhandels*) im bundesweiten Vergleich

Betriebstyp	bundesweiter Durchschnitt für 18.350 EW ***)	Gauting ohne Stockdorf incl. EDEKA Bahnhof
Lebensmitteldiscounter	2.779	1.660
Vollsortimenter ab 400 qm**)	3.374	1.700
Summe	6.153	3.650

EHI 2020, Eigene Berechnungen

*) ohne Spezialgeschäfte, ohne Bio-Märkte (Gauting: 1.125 qm)

**) excl. SB-Warenhaus

***) EW Gauting ohne Stockdorf, zzgl. Krailling-Pentenried

- durchschn. Anzahl Supermärkte für EW-Zahl Gauting/P.-ried ohne Stockdorf: 2,7

5 Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Gautings aus Sicht lokaler Experten sowie aus wirtschaftsgeographischer Perspektive

- Stärken
 - KARLs: Schaffung attraktiver Nahversorger in zentraler Lage - statt in Peripherie
 - Verbundstandort Lebensmittel- / Drogeriemarkt
 - oberirdische Parkmöglichkeiten
 - Lage unmittelbar an S-Bahnhof bietet Vorteile für Pendler
 - Kopplungsvorteile für umliegende Betriebe
 - Chance: Anstoß zur Auflösung Sanierungsstau im Bahnhofsumfeld
 - Beratungs- und Servicequalität inhabergeführter Geschäfte
 - kostenloses Parken
 - Einsatz kommunale Standortförderung i.S. eines City-Managements
 - Kooperation Gemeinde - Gewerbeverband
 - Ergänzung Einzelhandel durch kulturelle Einrichtungen

- im Gegensatz zu Schwächen Ortszentrum Gauting:
strukturelle Standortstärken Ortszentrum Planegg
 - gute Parkmöglichkeiten oberirdisch und in großzügiger Tiefgarage (3h gratis)
 - Branchenmix geht deutlich über Nahversorgung hinaus,
Kopplungsmöglichkeiten im Non-Food-Bereich
 - kompakter durchgängiger Geschäftsbesatz auf 2 x 550 m
vs. Gauting:
zerklüftet, mehrfach durchbrochen auf 2 x 1150 m, städtebaulich unübersichtlich
 - keine Belastung durch Durchgangsverkehr ->
 - angenehme Aufenthaltsqualität
 - Sicherheit für Radfahrer und Fußgänger
 - keine Erschwernisse durch Topographie

- weitere Schwächen Gauting Ortsmitte
 - Defizite Querungsmöglichkeiten für Fußgänger
 - z.Tl. erhebliche städtebauliche sowie Gestaltungs-Defizite
 - Sanierungsstau Einzelhandels- und weitere Immobilien
 - Mangel an attraktiven Treffpunkten der Außengastronomie
 - geringe Inwertsetzung besonderer Lagequalität am Fluss
 - Stockdorf: Handlungsbedarf Gestaltung Baierplatz

Pippinplatz

- Nebenzentrum ohne Magnetbetriebe Drogeriemarkt bzw. Vollsortimenter
- attraktive Fachgeschäfte v.a. des Grundbedarfs, Arztpraxen (Kopplung Apotheke)

Tabelle: Fachgeschäfte Pippinplatz, Anteil Nennungen in Haushaltsbefragung nach Ortsteil, Angaben in % der Befragten

	westlich Bahn	östlich Bahn mit Würmtal, K-Wiesen	Münchner Berg, Buchendorf
Backwaren: Hofpfisterei	53	33	35
Obst/Gemüse: Markthalle	18	9	1
Lebensmittel: Markthalle	4	1	-
Lebensmittel: Vinzenz Murr	9	5	-
kl. Geschenk: Tee & Wohnen	45	26	16

- Defizite: kein "Voll"-Sortiment, fehlende Tagesgastronomie mit Außensitzen

6 Ergebnisse der Haushaltsbefragung

Methodik

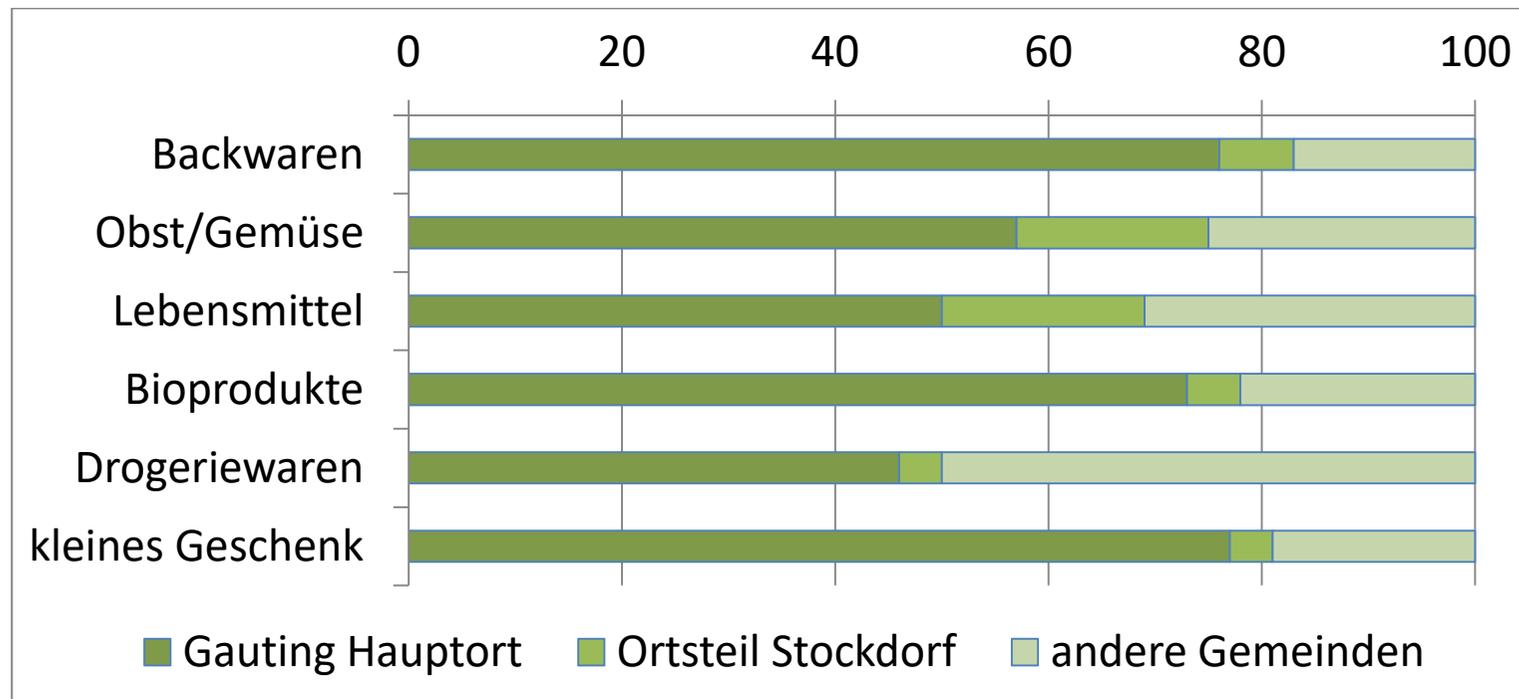
- Auswahl "Kreisbote" zur Verteilung sowie Kommunikationskanäle durch Gemeinde
- Rücklauf: 465 Fragebögen, Anteil Frauen 72 %
- Überrepräsentierung Generation 65 plus, Unterrepräsentierung unter 35-jährige -> Gewichtung nach Altersklassen
- Differenzierung nach Ortsteilen
 - Stockdorf vs. Hauptort (mit Ortsteilen ohne Stockdorf)
 - Hauptort nach Ortsteilen / Teilarealen
- Hinweis zu Prozentzahlen Tabellen: Basis Befragte vs. Nennungen

6.1 Einkaufsverhalten nach Nahversorgungssortimenten

Anzahl genannter Geschäfte je Sortiment: ca. 2 bis 3,3 (Lebensmittel)

Kreisstadt Starnberg spielt nur äußerst rudimentäre Rolle

Abb.: Einkaufsort nach Sortimenten, Anteil genannter Geschäfte:



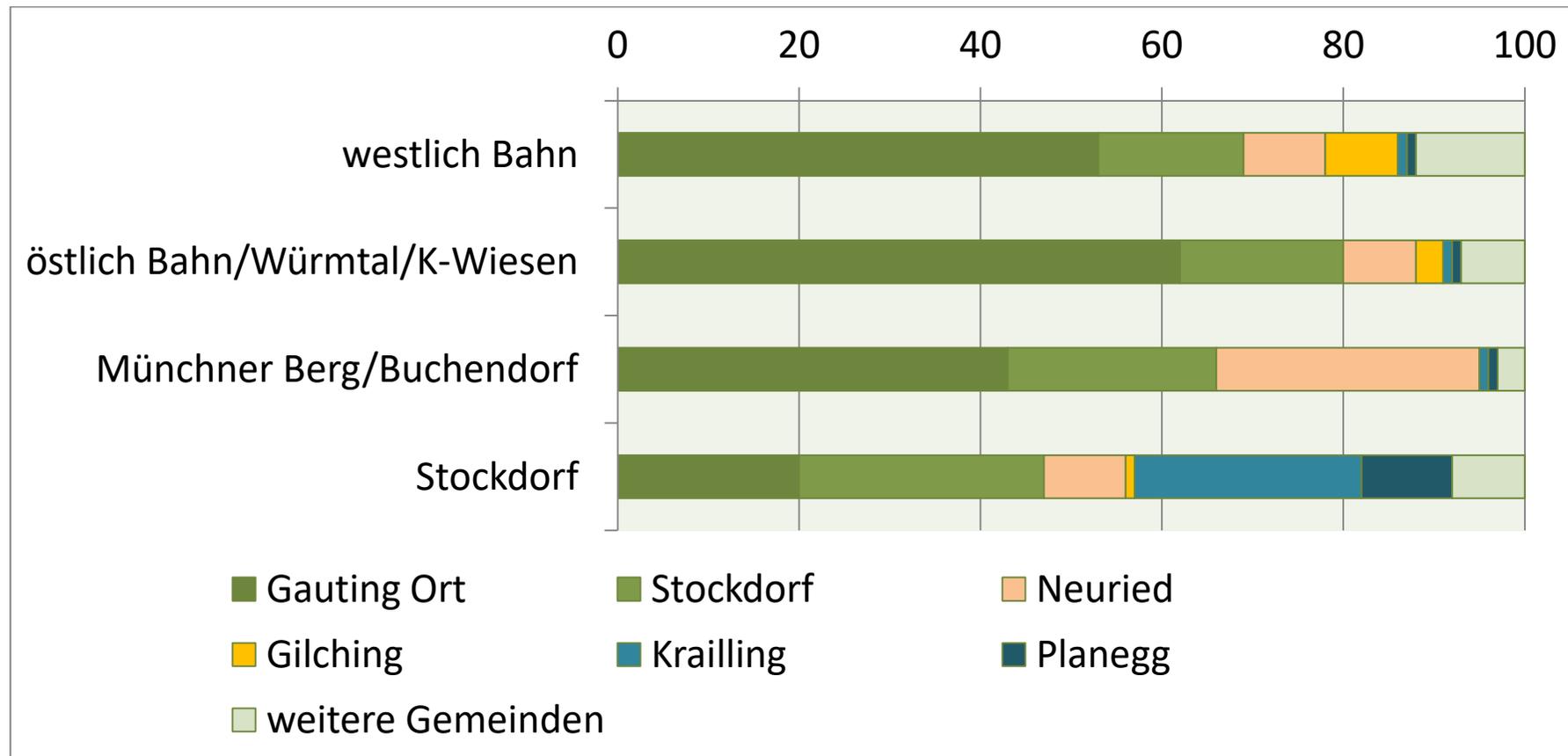
Befragte Hauptort: Anteil Nennungen Lebensmittelgeschäfte außerhalb: 44 %

- Befragte Ortsteil Stockdorf
 - Anteil Hauptort Gauting (mit Ortsteilen ohne Stockdorf):
Geschenkartikel und Biowaren: 33 - 39 %
Lebensmittel, Drogeriewaren < 20 %
 - wichtigste Geschäfte neben Edeka Stockdorf und Confiserie Harter:
Krailing: Hofpfisterei, Bäckerei Lidl, Feinkost Sari, Edeka, Discounter Norma
Planegg: Rossmann, Reformhaus Mayr, Phantasia
Neuried: Discounter Aldi, dm-Markt

- Obst/Gemüse
 - Nennungsanteil große Ketten: 80 %
 - Bewohner östlich Bahn / Würmtal mit K-Wiesen:
E xpress 11%, Edeka Stockdorf 36 %, Lidl 55 % der Befragten
 - im Gemeindevergleich geringere Bedeutung Wochenmarkt
- Bioprodukte (Käuferanteil Befragte: 74 %)
 - Vollcorner 41 % - Denns 40 % - Naturkost Gauting 25 % - Lidl 12 %
- Drogeriewaren
 - Unternehmen dm nicht vertreten
 - Parkplatzproblematik Rossmann Starnberger Str.
 - Abflüsse v.a. nach Neuried FMZ (18 %) und Gilching (11 %)
- kleines Geschenk ("Shopping-Good" der Nahversorgung): TOP 5 nebst Blumen:
 - Tee u. Wohnen (33), Buch K. (32), Kiefl (25), Moppelfritz (22), Ratzefummel (14)

Lebensmittel

Einkaufsort Lebensmittel (nebst Backwaren, Obst/Gemüse) nach Ortsteilen, Mehrfachnennungen möglich, Angaben in % der Nennungen



Geschäfte Lebensmitteleinkauf nach Ortsteilen, in % der Befragten

	westlich Bahn	östlich Bahn, K-W.	M. Berg, Buchend.	G. ohne Stockdorf	Ortsteil Stockdorf	Gauting Gesamt
E xpress Ortszentrum	25	45	20	33	2	29
Edeka Stockdorf	55	60	69	59	86	63
Lidl	36	64	42	49	18	45
Penny	47	26	7	32	8	28
Vollcorner	12	23	29	19	12	17
Denns	16	15	12	15	7	13
Naturkost Gauting	13	11	6	11	2	10
Markthalle Pippinpl.	4	1	-	2	2	2
M. Boneberger	11	6	12	9	14	10
M. vm Pippinplatz	9	5	-	6	-	5
M. Schnepf	-	7	1	3	-	3
Aldi Neuried	16	18	51	21	25	22
Rewe Neuried	13	3	15	9	2	8
Edeka Neuried	1	4	17	4	2	4
Aldi Gilching	21	8	-	12	2	11
AEZ Germering	3	2	-	2	5	3
Aldi Germering	7	-	-	3	5	3
Norma Krailling	1	2	3	2	34	7
Edeka Krailling	-	0	2	0	29	5

Lebensmitteleinkauf

- für Bewohner v.a. außerhalb des zentralen Siedlungsgebietes: wenn PkW wg. Distanz notwendig, vielfach "Überspringen" E xpress zugunsten Edeka Stockdorf
- leichter Einfluss innerörtlicher Berg-Tal-Topographie
- starker Einfluss weiterer Barrieren:
Bahnlinie / Bahnhofstr., Hauptplatz / Würmtalbrücke
- Aldi (nicht in Gauting vertreten) wird von 40 % aller Befragten genannt, Lidl 45 %
- E xpress nach Altersklassen:
75 plus: 38% 50-74: 30 % 36-49: 20 % (< 35 geringe Fallzahlen)
- Bio-Märkte nach Altersklassen:
kontinuierlicher Anstieg von 75 plus: 3-8 % < 50: 20-24 %

6.2 Verkehrsmittelwahl

Tabelle: Wege / Verkehrsmittel Einkaufen nach PkW-Verfügbarkeit, in % der Befragten

	PkW ständig verfügbar (85 %)	PkW nicht ständig verfügbar	Gesamt
Mit Auto von Zuhause	91	32	83
Mit Auto auf Arbeitsweg	35	4	29
mit dem Fahrrad	58	52	58*)
zu Fuß	49	72	52
ÖPNV: Bus / S-Bahn	4	52	10
ÖPNV / Rad Arbeitsweg	5	20	7
in Mittagspause	4	10	5

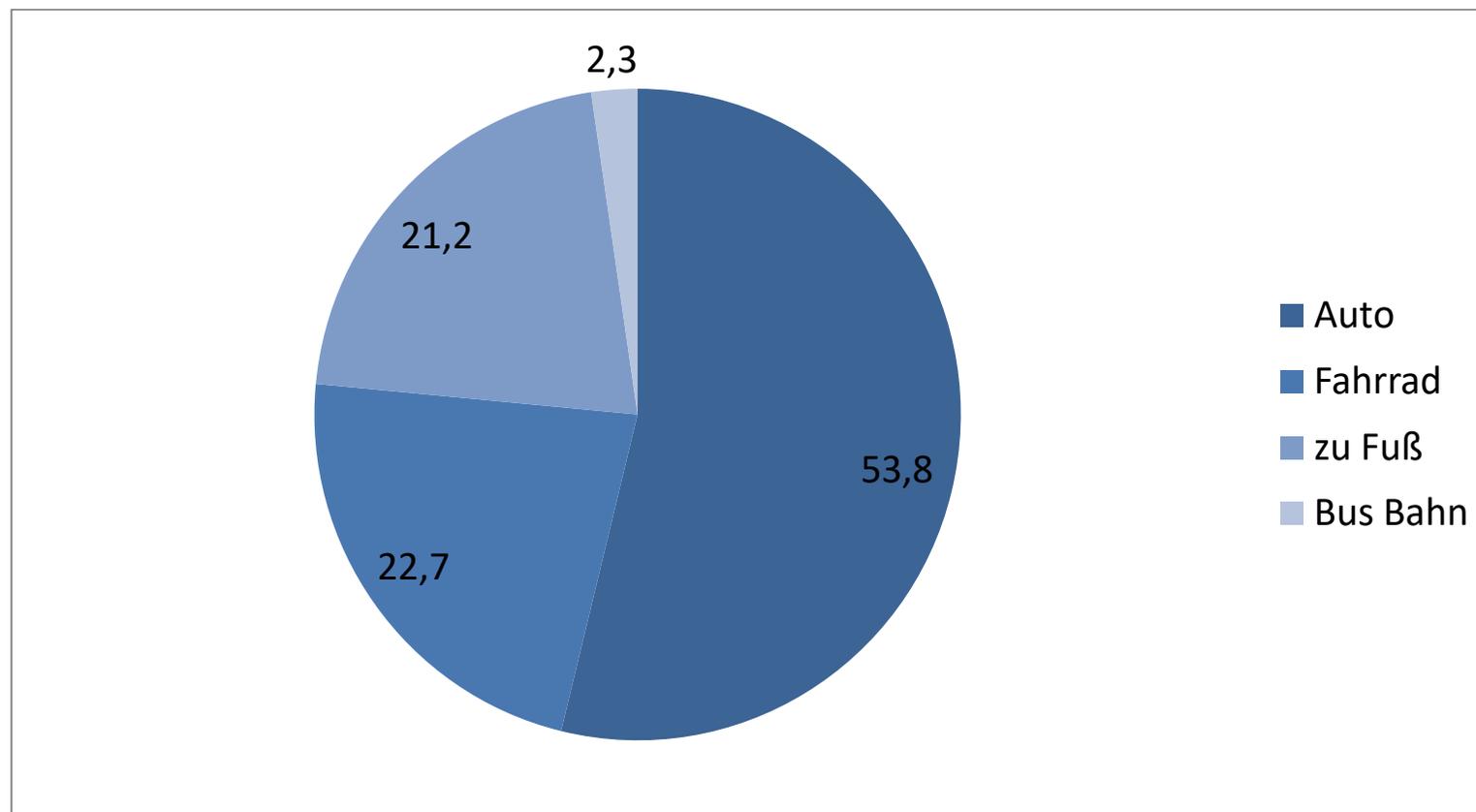
*) andere suburbane Gemeinden: ca 2/3 bis 3/4

- Generation 75 plus: PkW-Verfügbarkeit 82 %, Anteil "Auto von Zuhause" 76 %

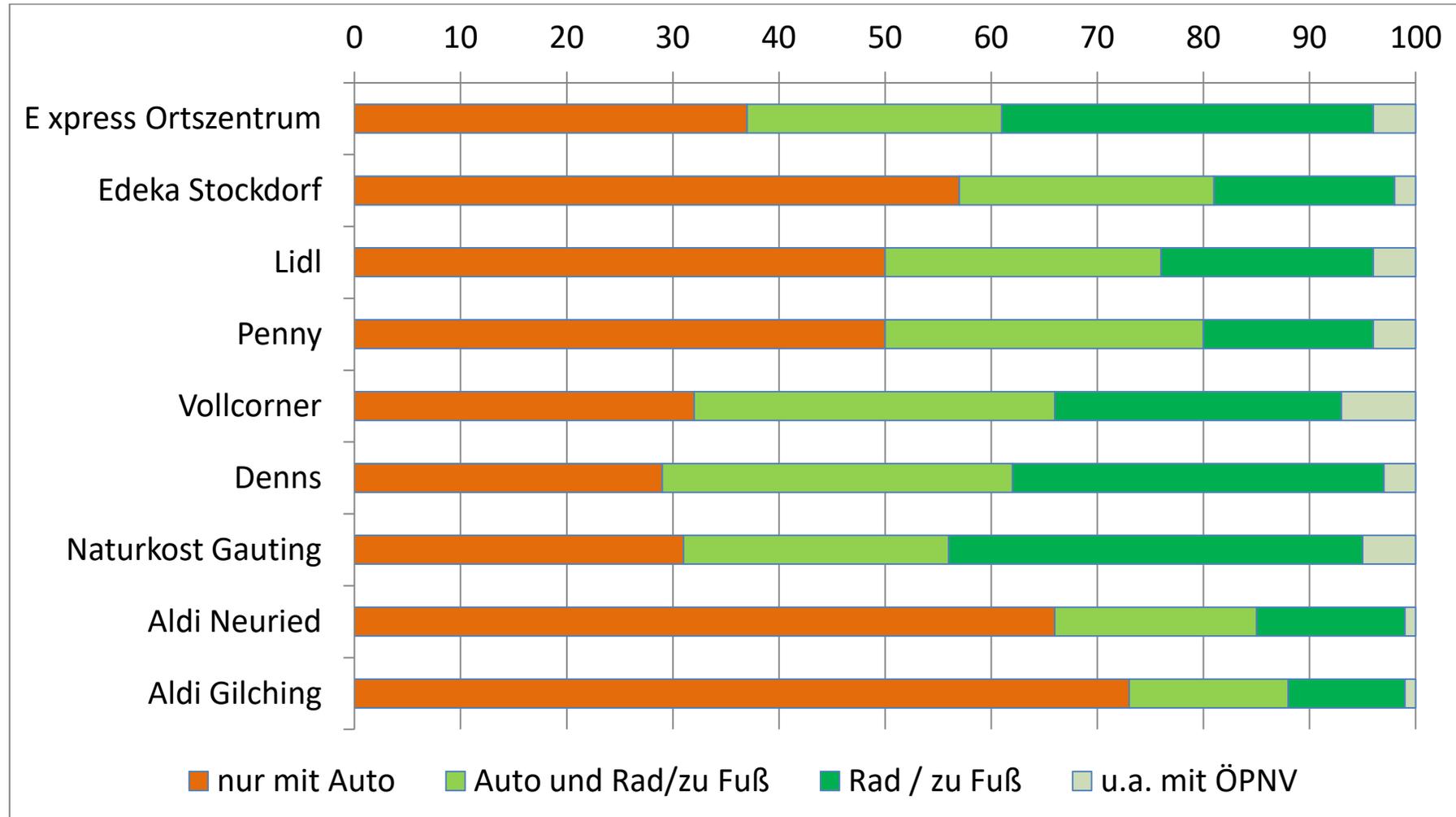
Tabelle 21: Wege / Verkehrsmittel zur Erledigung Einkäufe nach Ortsteilen,
Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent

	westlich Bahn	östlich Bahn Berglage	östlich Bahn Tallage	Königs- wiesen	M. Berg/ Buchen- dorf	Stock- dorf
Mit Auto von Zuhause	80	89	75	91	92	83
Mit Auto auf Arbeitsweg	27	34	14	34	33	37
mit dem Fahrrad	60	45	72	64	41	63
zu Fuß	56	67	78	17	19	36
mit Bus S-Bahn	12	6	8	12	5	16
Bus / Rad Arbeitsweg	7	11	9	-	-	5
in Mittagspause	9	-	3	3	12	-

Befragte im Hauptort Gauting (mit Ortsteilen ohne Stockdorf):
Verkehrsmittelwahl Lebensmittelkäufe,
Anteil in % von Nennungen (Mehrfachnennungen möglich)

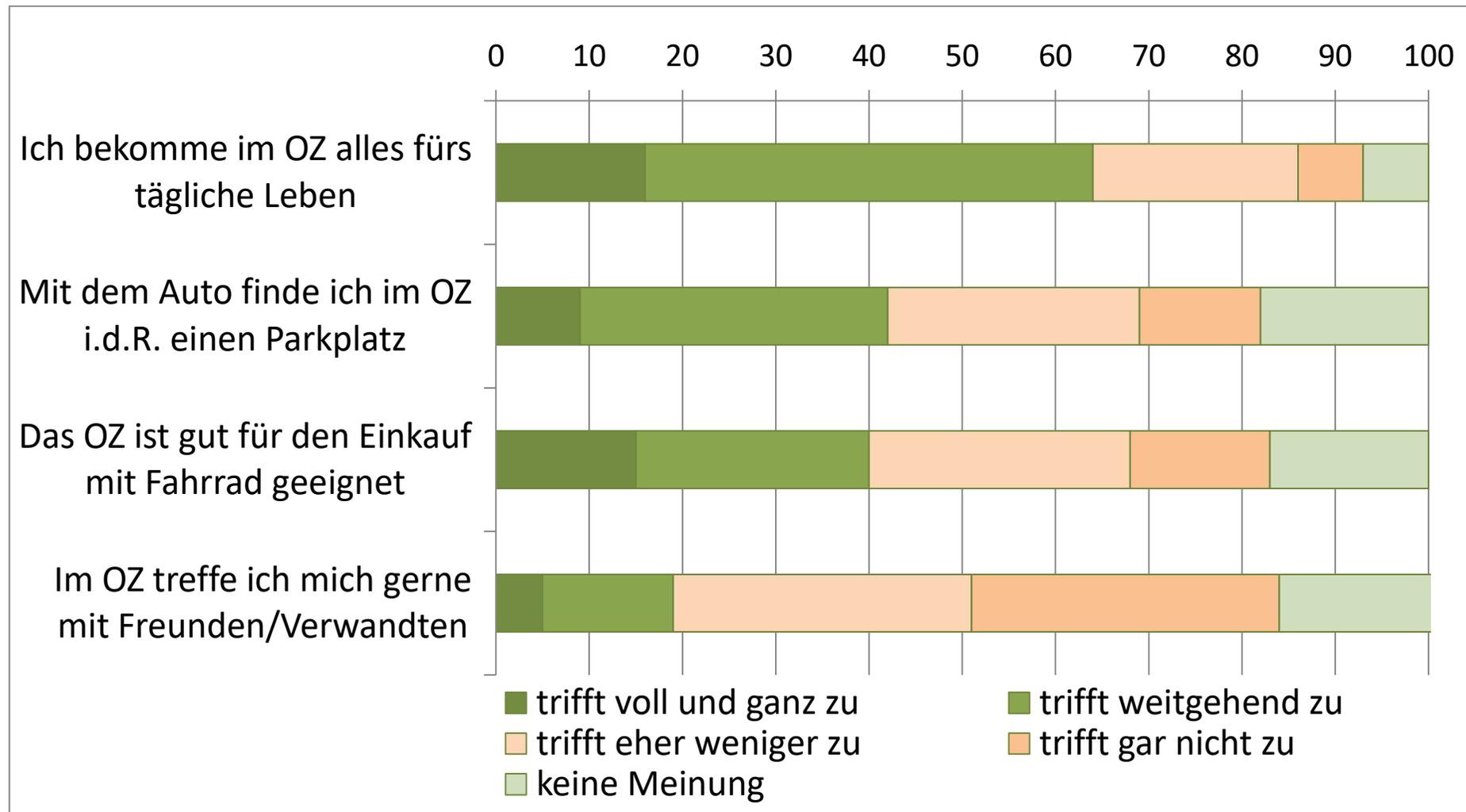


Verkehrsmittelwahl Lebensmittelgeschäfte / Märkte



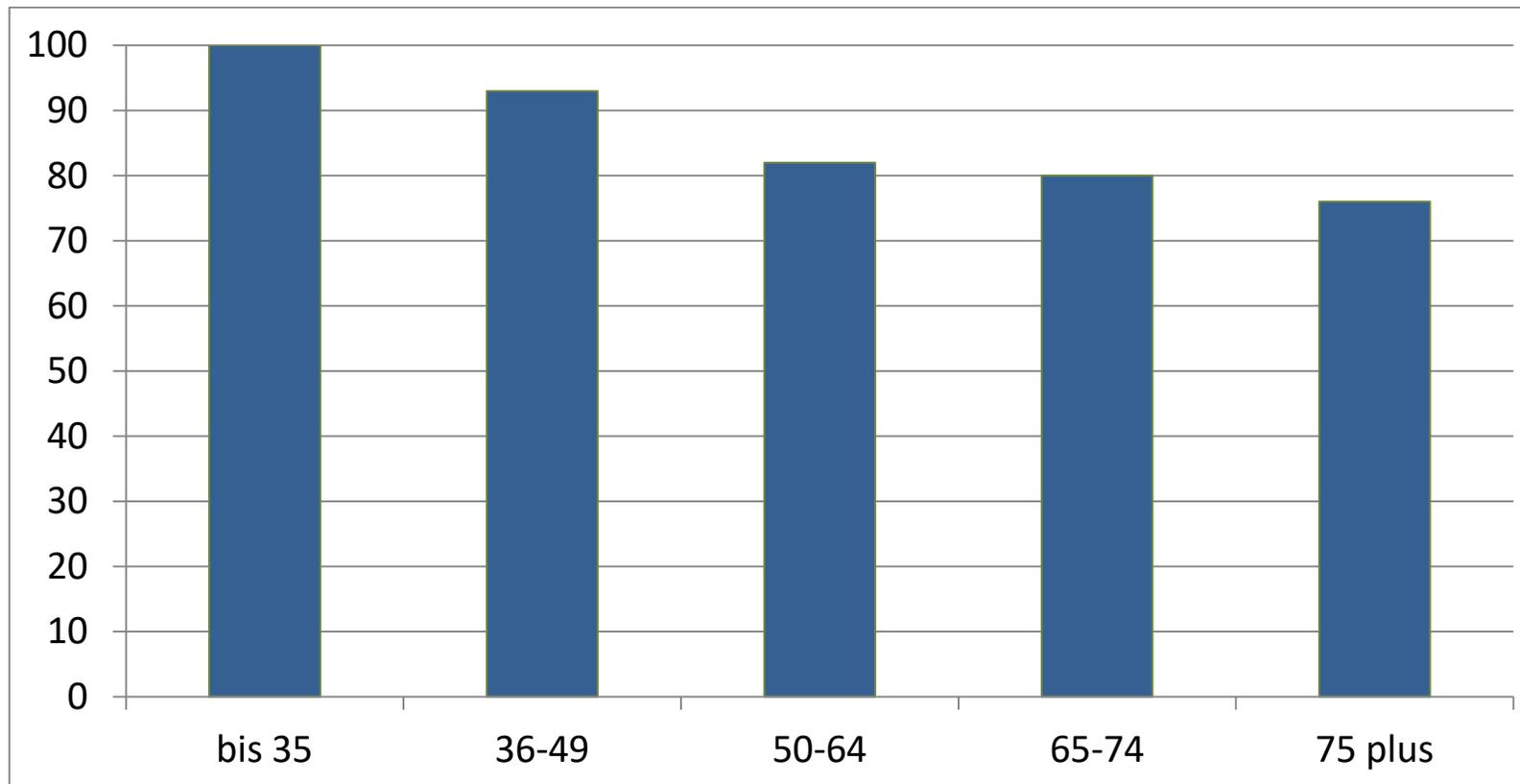
6.3 Einschätzungen Attraktivität Ortszentrum

Attraktivitätsfaktoren Ortszentrum (OZ) Gauting: Zustimmung zu Statements

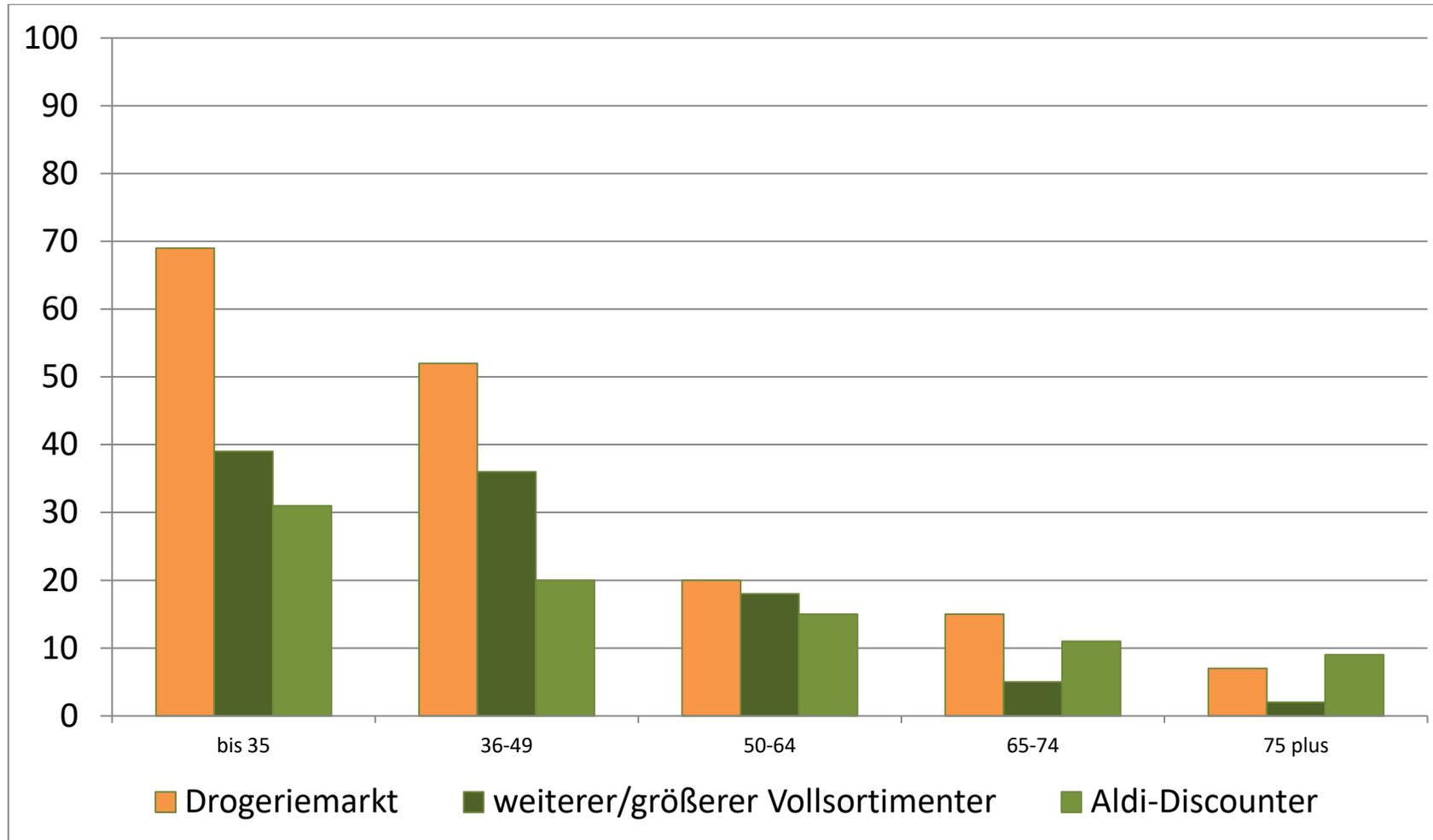


6.4 Vermisste Betriebe, besonders störende Dinge

Anteil der Befragten, die in Gauting Geschäfte/Einrichtungen vermissen, nach Alter



Vermisste Filialisten Grundbedarf nach Alter,
in % der Befragten, die Geschäfte vermissen (vgl. folgende Tabelle)



Vermisste Geschäfte / Einrichtungen	Gesamt	bis 49	50-64	65 plus
Drogeriemarkt, v.a. dm	36	59	20	11
Vollsortimenter: weiterer, größerer	25	37	18	8
Aldi-Discounter	18	24	15	10
Hofladen	14	18	12	10
Fischgeschäft	8	5	9	12
Bäckerei / Confiserie	5	7	2	2
Reformwaren	3	2	-	8
weitere Lebensmittel Spezial / Feinkost	15	18	15	9
Sportwaren	23	27	28	9
Haushaltswaren, Wohnaccessoires	21	8	27	41
Mode, Bekleidung	17	13	19	23
Baumarkt / Eisenwaren	6	3	11	8
Basteln/Handarbeit/Nähen/Stoffe	6	3	9	9
Geschenkartikel	6	8	4	4
Elektro / IT	6	3	12	5
Sanitätsprodukte	2	-	5	2
weitere Non-Food-Branchen / "mehr Angebot"	17	18	20	14
Café(s)	14	17	14	7
Gaststätten, Restaurants, Bistros, Bars, Fast Food	14	16	14	8
Dienstleistungen / Handwerk / Gesundheit	8	8	5	10
Dienstleistungen Freizeit / Event	6	9	5	1
sonstiges (Infrastruktur, attr. Zentrum)	9	12	9	3

- Nennung vermisste Geschäfte alleine kein Maß für Ansiedlungspotenziale
- Begrenzung Potenzial suburbaner Gemeinde auf "Grundbedarf plus x"
 - auf eigene Bevölkerung begrenzter Einzugsbereich
 - Lage im Schatten der LHM mit regionalen EKZ und City
 - zunehmender Online-Handel
 - Konkurrenz durch Non-Food im Lebensmittel- und Drogeriehandel
- eingeschränkte Erfolgsaussichten für zusätzliche Betriebe bzw. Filialkonzepte
 - Bekleidung
 - Sport
 - Haushaltswaren / "Life-Style"-Bereich
- kein Potenzial für besonders großflächige Märkte der Branchen
 - Bau/Heimwerk
 - Elektro
 - Möbel

Dinge, die außer vermissten Geschäften an Einkaufssituation besonders stören; Anteil an Befragten mit Nennungen	Gauting ohne Stockdorf	Stockdorf
größerer, weiterer Vollsortimenter fehlt	15	9
weitere Sortimentsdefizite	19	16
Ladenöffnungszeiten	6	-
ungünstige Anbieterstruktur	4	-
sonstige Defizite Anbieter (Gastronomie, Freundlichkeit)	4	-
fehlende Parkplätze	25	48
zu viel Verkehr / Stau / Verkehrssituation / Verkehrsführung	32	38
Defizite Aufenthaltsqualität	14	13
Einkaufen mit Rad schwierig / gefährlich; Defizite Radwege	24	7
fehlende Fahrradabstellplätze	10	9
Radfahrer auf Gehweg gefährden Fußgänger	7	-
weitere Erschwernisse im Fußgängerverkehr	6	-
Defizite ÖPNV	4	9
verstreute Angebote / zersplitterter zentraler Einkaufsbereich	7	12
weite Wege zum Einkaufen / fehlendes Angebot im Ortsteil	8	7
Gestaltungsdefizite	6	-
Baustelle(n)	3	3
Sauberkeit etc.	2	-
sonstige Infrastruktur	2	3

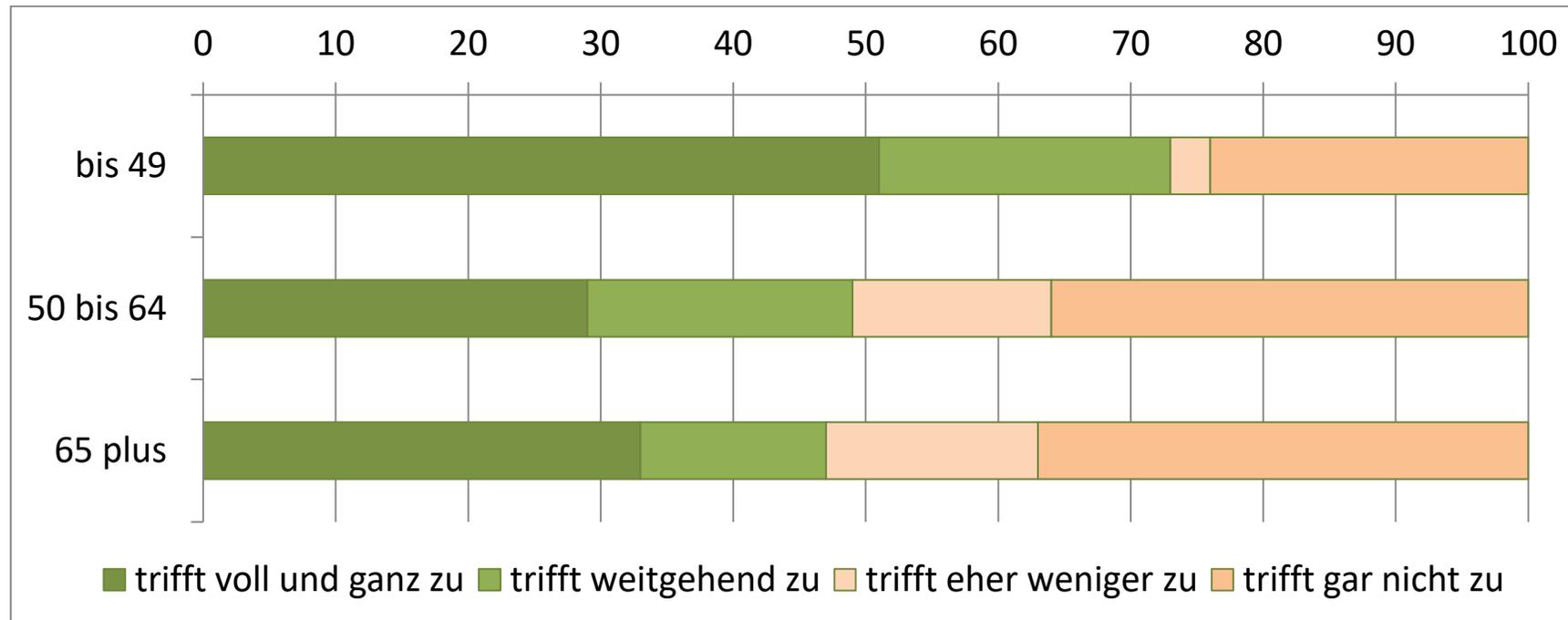
6.5 Einstellung zum geplanten Vollsortimenter auf dem AOA-Gelände

Zustimmung bzw. Ablehnung des Statements "Einen neuen Supermarkt auf dem AOA-Gelände an der Ammerseestraße würde ich begrüßen" nach Ortsteil, Angaben in Prozent

	trifft	voll und ganz zu	weitge- hend zu	eher we- niger zu	gar nicht zu	keine Meinung
Stockdorf		15	15	3	16	51
Gauting ohne Stockdorf		34	16	9	27	14
Gauting ohne Stockdorf Anteil an Befragten mit Meinung		39	19	10	32	-

- mehrheitliche Zustimmungsraten von > 60 % der Meinungshabenden in allen Ortsteilen bzw. Teilarealen außer Münchner Berg / Buchendorf

Gauting ohne Stockdorf: Zustimmung bzw. Ablehnung des Statements "Einen neuen Supermarkt auf dem AOA-Gelände an der Ammerseestraße würde ich begrüßen" nach Alter



- Verhältnis Zustimmung:Ablehnung

unter 35:	90:10
75 plus:	37:63

7 Fazit - Handlungsempfehlungen

AOA: Chance zur Schaffung wohnortnaher integrierter Nahversorgung nutzen

Risiko kommunalpolitischer Fehlentscheidung "Ablehnung AOA-VS":

- unwiderruflicher Verlust einer potenziellen integrierten VS-Fläche
- Ablehnung AOA-VS nur bei Verfügbarkeit integrierter Fläche für VS in Tallage

Nutzungen

- außer Café keine Ergänzung des Supermarkts durch kleinteilige Ladeneinheiten, da in Konkurrenz zu Anbietern u.a. am Pippin-Platz
- Verkaufsflächenbeschränkung VS auch wg. Non-Food-Konkurrenz
- bauleitplanerische Sicherstellung des Formates "Vollsortimenter"

Weitere Handlungsfelder zur Stärkung der Nahversorgung

- Fahrradverkehr: Ausbau / Optimierung Radwege, Abstellmöglichkeiten
- Verbesserung Verkehrsanbindung mobilitätseingeschränkter Gruppen
 - Optimierung Fußwegeverbindungen in Zusammenarbeit mit Seniorenbeirat und Inklusionsbeauftragte
 - Ausruhmöglichkeiten
 - Querungshilfen / Ampelschaltungen
 - Beseitigung Hindernisse für Rollatoren / Einkaufstrolleys
 - Optimierung und Ausbau Konzept "Mitfahrbänke"
 - am Rückweg orientiert: Standorte vor Supermärkten / Discountern
 - Verstärkung Marketing/Kommunikation

- Maßnahmenfahrplan Außengestaltung
- Überwindung städtebaulicher Defizite (vgl. ISEK),
Auflösung Sanierungsstau im öffentlichen und privaten Bereich
- Fortführung Flächenmanagement / kooperatives Standortmarketing
durch kommunale Wirtschaftsförderung
- verstärkte Internet-Präsenz lokaler Betriebe (zumindest Basis-Informationen)
- Ansiedlung Betriebe u.a. der Branchen Bekleidung (begrenzte Potenziale),
Hobbybedarf, Sanitätshaus

- Investition zukünftiger Gewerbesteuereinnahmen zusammen mit Mitteln der Städtebauförderung v.a. in Entwicklungsareal "Würm - Ortsmitte"
 - Ergänzung zu Einzelhandel: identitätsstiftende öffentliche Nutzung
 - Schaffung attraktiver Außengastronomie mit Abendsonne und Flussblick
 - Entwicklung attraktiver Bereiche abseits des Straßenverkehrs
 - Realisierung Fuß- und Fahrrad-Steg über die Würm zur Verbindung zentraler Geschäftsbereiche

... vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!