



- **STADTENTWICKLUNG**
- **STADTMARKETING**
- **VERKEHR**

Stadt Würth a.d.Donau

**Einzelhandels-
entwicklungskonzept
2018**

- Gunter Schramm, M.A.
Claus Sperr, Dipl.-Geogr.
- Stadtplaner &
Geografen
- Äußere Sulzbacher Str. 29
90491 Nürnberg
- Tel.: 0911 / 65 08 28-0
Fax: 0911 / 65 08 28-10
- kontakt@planwerk.de
www.planwerk.de



Stadt Würth a.d.Donau Einzelhandelsentwicklungskonzept



- STADTENTWICKLUNG
- STADTMARKETING
- VERKEHR

Büro PLANWERK

Stadtentwicklung Stadtmarketing Verkehr
90491 Nürnberg, Äußere Sulzbacher Straße 29
Tel. 0911-6508280 Fax 0911-65082810
www.planwerk.de
kontakt@planwerk.de

Claus Sperr, Dipl.-Geogr.
Julia Jakobs, Dipl.-Geogr.
Bettina Frankerl, M.Sc.

Im Auftrag der Stadt Würth a.d.Donau

Nürnberg, Januar 2018
aktualisiert 03.05.2018

Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkungen	8
1.1	Anlass und Ziele des vorliegenden Konzepts	8
1.2	Vorgehensweise	9
1.3	Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels	10
1.4	Definitionen	11
1.4.1	Zentrale Versorgungsbereiche	11
1.4.2	Einzelhandel	12
1.4.3	Kaufkraft	13
2	Daten und Fakten Stadt Würth a.d.Donau	14
2.1	Lage im Raum	14
2.2	Verkehrsanbindung	15
2.3	Entwicklungstendenzen	16
2.3.1	Einwohner und Altersstruktur	16
2.3.2	Arbeitsplätze und Pendler	19
3	Planungsvorgaben	21
3.1	Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)	21
3.2	Regionalplan	24
3.3	Kommunale Bauleitplanung	26
4	Befragungen und Beteiligung	27
4.1	Gewerbebefragung	27
4.1.1	Befragte Betriebe	27
4.1.2	Bewertung des Standortes	27
4.1.3	Unternehmerische Zukunftsplanung	31
4.2	Haushaltsbefragung	32
4.2.1	Struktur der befragten Haushalte	32
4.2.2	Einschätzung von Stärken und Schwächen der Stadt Würth	34
4.2.3	Beurteilung des Versorgungsangebots	36
4.2.4	Einkaufsverhalten	37
4.2.5	Räumliches Verhalten bei Dienstleistungen	38
4.2.6	Wichtige Themen der Stadtentwicklung	39
4.3	Passantenbefragung	40
4.3.1	Struktur der Passanten / Kunden	40
4.3.2	Würth als Einkaufsort	43
4.3.3	Einkaufsorte am Tag der Befragung	44
4.3.4	Positive Aspekte der Würthler Standorte	46
4.3.5	Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen	48
4.3.6	Einschätzung von Stärken und Schwächen der Stadt Würth	48
4.4	Runder Tisch Einzelhandel	49
4.5	Stadtratsklausuren zur Einzelhandelsentwicklung	49
5	Bestandssituation im Einzelhandel	50
5.1	Gewerbestandorte	50
5.2	Standorte der Ladenleerstände	52
5.3	Einzelhandelsstandorte	53
5.4	Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen und -gruppen (Bestand)	55
5.5	Verteilung der Einzelhandelsangebote	56
5.5.1	Sortimentsgruppe periodischer Bedarf	56
5.5.2	Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe	57
5.5.3	Sortimentsgruppe Technik	59
5.5.4	Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf	60
5.5.5	Sortimentsgruppe Baumarktsortimente	61
5.5.6	Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf	62

6	Standortanalyse Einzelhandel.....	63
6.1	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft.....	63
6.2	Kaufkraftbindung.....	64
6.3	Kaufkraftflüsse	65
6.4	Einzelhandelszentralität.....	66
6.5	Einzelhandelsumsatz.....	68
6.6	Bilanzierung Umsatz - Kaufkraft	68
6.7	Bindungspotenzial	70
7	Ansiedlungspotenziale im Einzelhandel	71
8	Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungsbereiche.....	77
8.1	Zentraler Versorgungsbereich	80
8.2	Nahversorgungsbereiche	80
9	Ziele der Einzelhandelsentwicklung	81
9.1	Zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente	81
9.2	Standorte für Lebensmittelmärkte	84
9.3	Zentraler Versorgungsbereich Stadtmitte	84
9.4	Einzelhandel in Nahversorgungsbereichen	85
9.5	Einzelhandel in sonstigen Gewerbegebieten	86
10	Weitere Hinweise und Empfehlungen	87
10.1	Belebung des Stadtzentrums, Stärkung der öffentlich-privaten Kooperation.	87
10.2	Zusammenarbeit der Betriebe, Unterstützung durch die Stadt Würth	87
10.3	Tourismus und Handel verknüpfen	88
10.4	Maßnahmen der Betriebe	88
10.5	Nächste Schritte.....	88
11	Ausblick.....	89

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels (aus A. Bunzel, H. Janning, S. Kruse, G. Kühn: Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche; Difu-Arbeitshilfe, Berlin 2009)	10
Abbildung 2: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche.....	12
Abbildung 3: Lage im Raum (Bayern Atlas 2017).....	14
Abbildung 4: Verkehrsmengen (Verkehrsmengen-Atlas Bayern - Straßenverkehrszählung 2010) ..	15
Abbildung 5: Liniennetz des Regensburger Verkehrsverbundes (Ausschnitt Ost, Stand 2017)	15
Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung 1990 bis 2015	16
Abbildung 7: Wohnbaugebiet "Am Brand" am 2018/2019	16
Abbildung 8: Altersstruktur Würth im Vergleich	17
Abbildung 9: Entwicklung der Altersgruppe der unter 18-Jährigen	17
Abbildung 10: Entwicklung der Altersgruppe der 65-Jährigen oder älter	18
Abbildung 11: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten	19
Abbildung 12: Einpendler nach Würth a.d.Donau	19
Abbildung 13: Auspendler aus Würth.....	20
Abbildung 14: Strukturkarte (Ausschnitt), LEP 2013	21
Abbildung 15: Abbildung 13: Strukturkarte (Ausschnitt), LEP 2017 - Entwurf.....	22
Abbildung 16: Raumstruktur gem. LEP 2013 mit Grundzentren Region Regensburg (RP 11 Ausschnitt, Regionalplan)	24
Abbildung 17: Flächennutzungsplan Stadt Würth a.d.Donau (Ausschnitt)	26
Abbildung 18: Bewertung des Gewerbestandortes Würth	28
Abbildung 19: Bewertung des eigenen Gewerbestandortes in Würth	28
Abbildung 20: Qualitative Beurteilung Würths als Gewerbestandort.....	29
Abbildung 21: Qualitative Beurteilung des eigenen Standortes - positive Nennungen.....	29
Abbildung 22: Qualitative Beurteilung des eigenen Standortes – negative Nennungen.....	30
Abbildung 23: Zukunftsplanung der Würth Unternehmen	31
Abbildung 24: Personalplanung der Würth Unternehmen	31
Abbildung 25: Wohndauer der befragten Haushalte in Würth, Haushaltsbefragung.....	32
Abbildung 26: Haushaltsgröße der befragten Haushalte, Haushaltsbefragung	33
Abbildung 27: Altersstruktur der Haushaltsmitglieder, Haushaltsbefragung	33
Abbildung 28: Stärken von Würth, Haushaltsbefragung	34
Abbildung 29: Schwächen der Stadt Würth, Haushaltsbefragung	35
Abbildung 30: Beurteilung des Versorgungsangebots, Haushaltsbefragung	36
Abbildung 31: Einkaufsorte der Würth Haushalte, Haushaltsbefragung.....	37
Abbildung 32: Betätigungsorte der Würth Haushalte bei Dienstleistungen, Haushaltsbefragung	38
Abbildung 33: Themen der Stadtentwicklung, Haushaltsbefragung	39
Abbildung 34: Wohnort der befragten Passanten, Passantenbefragung.....	40
Abbildung 35: Wohnort der befragten Passanten nach Befragungsstandort, Passantenbefragung	41
Abbildung 36: Alter der befragten Passanten, Passantenbefragung	41
Abbildung 37: Haushaltsgröße der befragten Passanten, Passantenbefragung	42
Abbildung 38: Genutztes Verkehrsmittel der befragten Passanten, Passantenbefragung.....	42
Abbildung 39: Einkaufsorte der befragten Passanten, Passantenbefragung	43
Abbildung 40: Einkaufsorte der Passanten am Tag der Befragung, Passantenbefragung	44
Abbildung 41: Einkaufsorte: Befragungsstandort Stadtmitte Würth, Passantenbefragung	45

Abbildung 42: Einkaufsorte: Befragungsstandort Netto, Lidl, Rewe (Im Haslet) , Passantenbefragung	45
Abbildung 43: Einkaufsorte: Befragungsstandort Penny (Bayerwaldstraße) , Passantenbefragung	45
Abbildung 44: Positive Aspekte der Stadtmitte Wörth, Passantenbefragung	46
Abbildung 45: Positive Aspekte: Netto, Lidl, Rewe (Im Haslet) , Passantenbefragung	46
Abbildung 46: Positive Aspekte: Penny (Bayerwaldstraße) , Passantenbefragung.....	47
Abbildung 47: Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen und Einrichtungen, Passantenbefragung	48
Abbildung 48: Stärken der Stadt Wörth, Passantenbefragung	48
Abbildung 49: Schwächen der Stadt Wörth, Passantenbefragung.....	49
Abbildung 50: Betriebsformen.....	50
Abbildung 51: Standorte nach Betriebsformen	51
Abbildung 52: Standorte der gewerblichen Leerstände	52
Abbildung 53: Verkaufsfläche im Einzelhandel.....	54
Abbildung 54: Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen	55
Abbildung 55: Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen	56
Abbildung 56: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe periodischer Bedarf	57
Abbildung 57: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe	58
Abbildung 58: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Technik	59
Abbildung 59: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Haushalts- / persönlicher Bedarf	60
Abbildung 60: Verkaufsfläche Baumarktsortiment	61
Abbildung 61: Verkaufsfläche Sortiment Möbel-/Einrichtungsbedarf	62
Abbildung 62: Kaufkraft nach Sortimentsgruppen	63
Abbildung 63: Sortimentsbezogener Bindungsanteil	64
Abbildung 64: Kaufkraft-Abfluss nach Sortimentsgruppen	65
Abbildung 65: Kaufkraft-Zufluss nach Sortimentsgruppen	66
Abbildung 66: Sortimentsbezogene Zentralität.....	67
Abbildung 67: Versorgungsqualität in Wörth a.d.Donau nach Sortimentsbereichen.....	67
Abbildung 68: Umsatz nach Sortimentsgruppen	68
Abbildung 69: Kaufkraft- und Umsatzgrößen für die Stadt Wörth a.d.Donau insgesamt.....	68
Abbildung 70: Kaufkraft-Bilanz für die Stadt Wörth a.d.Donau	69
Abbildung 71: Bindungspotenzial nach Sortimentsgruppen	70
Abbildung 72: Sortimente des periodischen Bedarfs	71
Abbildung 73: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Bekleidung und Schuhe	71
Abbildung 74: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Technik.....	72
Abbildung 75: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Haushalts- und persönlicher Bedarf	72
Abbildung 76: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Baumarktsortimente	73
Abbildung 77: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Einrichtungsbedarf	73
Abbildung 78: Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale bei aktueller Einwohnerzahl.....	74
Abbildung 79: Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsfläche.....	74
Abbildung 80: Ansiedlungs-/ Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsfläche bei rd. 5.300 Einwohnern.....	75
Abbildung 81: Zentraler Versorgungsbereich und Nachversorgungsbereiche.....	77
Abbildung 82: Zentraler Versorgungsbereich Stadtmitte.....	78
Abbildung 83: Nahversorgungsbereich Regensburger Straße.....	79
Abbildung 84: Nahversorgungsbereich Bahnhof-/Donaustraße	79
Abbildung 85: Verteilung der Sortimente auf das Wörther Stadtgebiet.....	82

1 Vorbemerkungen

1.1 Anlass und Ziele des vorliegenden Konzepts

Die Stadt Wörth an der Donau hat im Jahr 2008 bereits ein Einzelhandelskonzept und im Jahr 2010 eine fachliche Stellungnahme zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs durch das Nürnberger Büro PLANWERK erarbeiten lassen. Aufgrund von Veränderungsprozessen und vielseitigen Ansiedlungsanfragen hat sich der Stadtrat zu einer Neuauflage des Einzelhandelsentwicklungskonzepts entschlossen. Dafür wurde wiederum das Büro PLANWERK beauftragt.

Parallel zu diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) erfolgt ein umfassender Betriebscheck der innerörtlichen Unternehmen durch das Projektmanagement im Rahmen des Bundesländer-Städtebauförderprogramm Aktive Zentren. Die Ergebnisse dieser Erhebung sind in das vorliegende EEK eingearbeitet.

Ziel der Stadt Wörth ist es den Bürgerinnen und Bürgern ein bedarfsgerechtes und verbrauchernahes Nahversorgungsangebot zu bieten und die Attraktivität der Stadt als Wohn- und Arbeitsort zu erhalten bzw. noch weiter auszubauen.

Das vorliegende Konzept gibt Antwort auf die Fragen, wie eine „verträgliche“ Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Wörth in der Praxis aussehen kann:

- Erfüllt die Stadt Wörth a.d.Donau ihre Funktionen als Grundzentrum nach dem Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013?
- Wie ist die Bevölkerung der Stadt Wörth mit Gütern des täglichen, mittel- und langfristigen Bedarfs versorgt?
- (Wo) ergeben sich Versorgungslücken, in welchen Bereichen bestehen möglicherweise Überangebote?
- Welche Standorte eignen sich für die Ansiedlung von zusätzlichem Einzelhandel? Welche Standorte sollten gestärkt werden?
- Welche Ausschlusskriterien gibt es für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben?
- Wo soll die Stadt Wörth zukünftig den Schwerpunkt der Einzelhandelsentwicklung setzen?
- Muss das Stadtzentrum vor Einzelhandelsbetrieben an anderer Stelle weiterhin geschützt werden? Und wie kann dies gegebenenfalls geschehen?

Auf der Grundlage einer differenzierten Erfassung und Bewertung der Einzelhandelsstrukturen werden im Ergebnis dieses Konzepts konkrete Ziele und Entwicklungsvorschläge für den Einzelhandel in der Stadt Wörth benannt.

Nach deren Billigung durch die Stadt sind diese im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 Baugesetzbuch (BauGB) in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen. Als so genannte „informelle Planung“ und „interner Selbstbindungsplan“ der Stadt soll das Konzept zu mehr Planungssicherheit und Verlässlichkeit für Einzelhandel, Eigentümer, Investoren und Stadtverwaltung beitragen.

Eine unmittelbare Rechtswirkung nach außen entwickelt das Konzept aber nicht. Es werden weder bestehende Baurechte aufgehoben noch neue geschaffen. Dies bedarf der Umsetzung der Entwicklungsziele durch formelle Bauleitplanungen und Baugenehmigungsentscheidungen.

1.2 Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung muss gesamtstädtisch angelegt sein und die Verflechtungen der Stadt Wörth in das Umland berücksichtigen.

Im Rahmen der Untersuchung wurden die folgenden Arbeitsschritte durchgeführt:

- Erfassung des Einzelhandelsbestandes im gesamten Stadtgebiet der Stadt Wörth (inkl. Ortsteile).
- Erfassung des Bestandes an Einrichtungen der Bereiche (Laden) Dienstleistung, Gastronomie und Handwerk mit Kundenverkehr im gesamten Stadtgebiet der Stadt Wörth (inkl. Ortsteile).
- Durchführung einer Passanten- bzw. Kundenbefragung (rd. 300 Interviews) an Standorten im Stadtzentrum sowie anderen Einzelhandelsstandorten. Dabei wurden u.a. Einkaufsverhalten und Herkunft der Befragten erfasst.
- Durchführung einer Haushaltsbefragung mittels Verteilung von rd. 1.000 Fragebögen an per Zufallsauswahl ausgewählte Haushalte der Stadt Wörth (Rücklaufquote 20%).
- Analyse der erhobenen Daten und Differenzierung des Angebots nach Verkaufsflächen, Sortimentsbereichen sowie Standorten.
- Abstimmung der Entwicklungsvorschläge mit der Stadt Wörth und den Ergebnissen des Betriebschecks
- Durchführung einer Kaufkraftanalyse für die einzelnen Sortimentsbereiche.
- Entwicklung von sortimentsgenauen Aussagen bezüglich der generellen Ansiedlungsmöglichkeit von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet.
- Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereichs Stadtmitte und von zwei Nahversorgungsbereichen.
- Festlegung der Sortimentsliste für zentrenrelevante Sortimente („Wörther Liste“).
- Teilräumliche Differenzierung der Aussagen zur Ansiedlung von Einzelhandel nach Standorten.

Wir empfehlen, die Konzeption vor einem Stadtratsbeschluss mit einem „runden Tisch Einzelhandel“ zu diskutieren; dieser sollte vertreten besetzt sein von Vertretern der Stadt Wörth (Bürgermeister, Stadtrat, Stadtverwaltung) und Vertretern des lokalen Einzelhandels (vornehmlich die aktiven und bedeutsamen der Innenstadt).

Wir empfehlen weiter die Einarbeitung der Ergebnisse des „runden Tisches“ in das Einzelhandelsentwicklungskonzept einzuarbeiten, soweit es von den Gutachtern auch vertreten werden kann und soweit es auch rechtens ist.

Wir empfehlen zudem, den ggf. überarbeiteten Bericht des EEKs auf einer Stadtratsklausur vorzustellen und ausführlich zu diskutieren; die Ergebnisse der Klausur sollten dazu führen, dass ein Stadtratsbeschluss auf einer der nächsten Stadtratssitzungen gut vorbereitet ist.

1.3 Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels

Vielerorts hat der Strukturwandel im Einzelhandel und insbesondere in der Lebensmittelbranche bereits zu gravierenden Problemen für die Orts- bzw. Stadtzentren und die Nahversorgung der Bevölkerung geführt.

Mit der zum 1. Januar 2007 in Kraft getretenen Novelle des BauGB wurden deshalb die planungsrechtlichen Instrumente ergänzt, um bei Bedarf zentrale Versorgungsbereiche schützen und die Einzelhandelsentwicklung mit Mitteln der Bauleitplanung steuern zu können.

Voraussetzung dafür ist, dass die vorhandene Einzelhandelsstruktur zuvor differenziert erfasst und bewertet wurde. Daraus abgeleitet müssen konkrete Ziele für die Entwicklung des Einzelhandels benannt worden sein. Dies geschieht mit dem vorliegenden Konzept, indem der 2010 festgelegte zentrale Versorgungsbereich der Stadt Würth überprüft und neu umgrenzt wurde.

Nach Billigung durch die Stadt Würth kann das vorliegende Konzept für den neuen Umgriff des zentralen Versorgungsbereiches als städtebauliche Rechtfertigung zur Aufstellung verbindlicher Bauleitpläne und als wichtige Abwägungsgrundlage dienen. Auf dessen Grundlage ist es grundsätzlich möglich

- planerisch gewollte Einzelhandelsstandorte zu sichern und zu entwickeln (Positivplanungen) bzw.
- zentrenrelevanten Einzelhandel an ungewollten Standorten auszuschließen oder zu beschränken (Ausschlussplanungen).

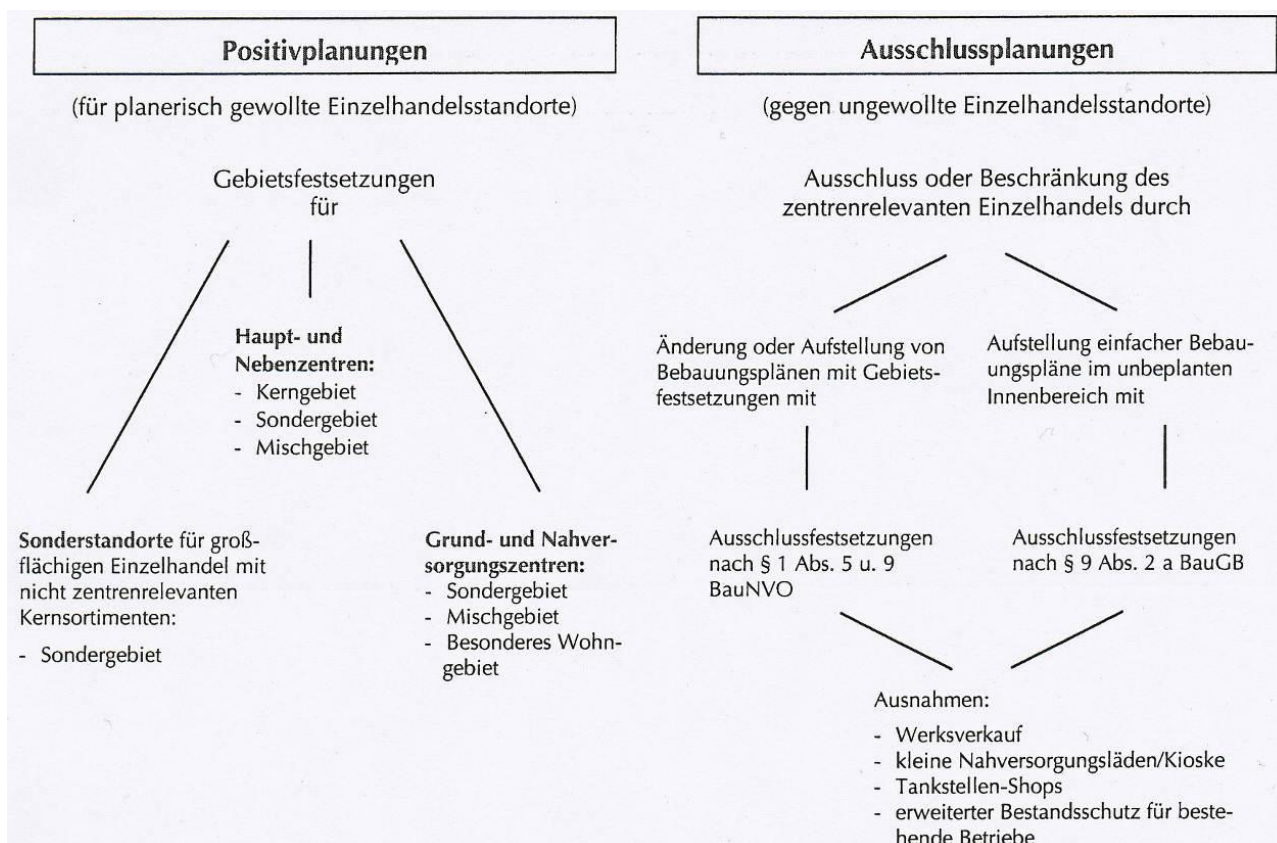


Abbildung 1: Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels (aus A. Bunzel, H. Janning, S. Kruse, G. Kühn: Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche; Difu-Arbeitshilfe, Berlin 2009)

Damit das Einzelhandelsentwicklungskonzept seine Steuerungskraft und städtebauliche Legitimationswirkung entfaltet, muss es bauleitplanerisch konsequent umgesetzt werden.

Dies muss allerdings nicht flächendeckend und in einem Zuge erfolgen. Stattdessen kann sich die Stadt Würth darauf beschränken, dort bauleitplanerisch aktiv zu werden, wo konkreter Handlungsbedarf besteht. Dies wäre zum Beispiel der Fall, wenn Ansiedlungsabsichten deutlich werden, die dem Konzept widersprechen.

1.4 Definitionen

1.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung.

Die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs anzulegen sind, ist bisher rechtlich nicht eindeutig geklärt. Einigkeit besteht jedoch darüber, dass sich ein zentraler Versorgungsbereich auszeichnet durch:

- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels,
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb des Siedlungsbereichs und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Unstrittig ist, dass sich die Umgrenzung zentraler Versorgungsbereiche an den tatsächlichen Verhältnissen orientieren, aber auch planerische Festsetzungen und/oder städtebauliche Konzeptionen einbeziehen kann.

Unumstritten ist auch, dass der Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ Versorgungsbereiche unterschiedlicher Hierarchiestufen umfassen kann, die im Sinne des Baugesetzbuchs schützenswert sind. Für die Stadt Würth bietet es sich an, zwischen zwei Stufen zu unterscheiden:

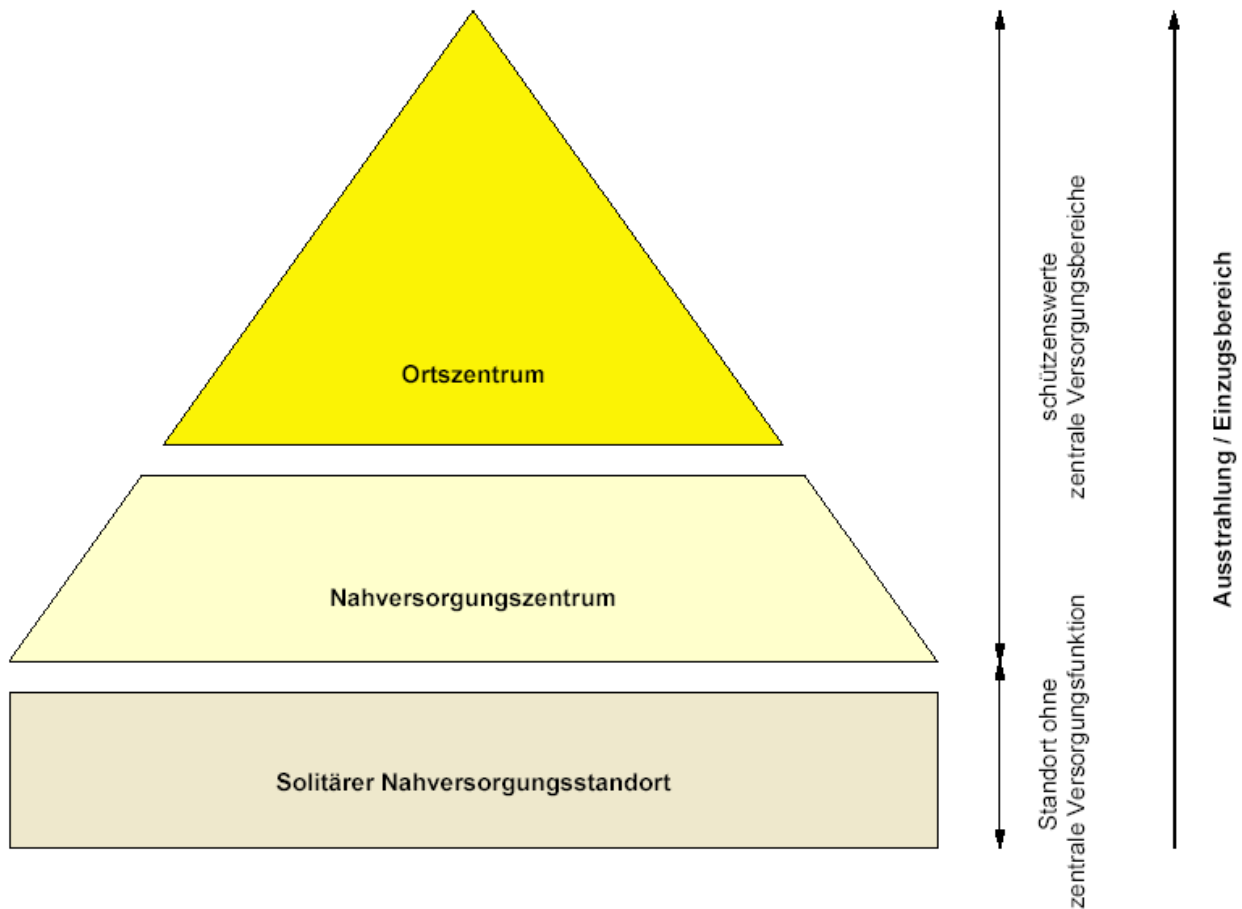


Abbildung 2: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche

1.4.2 Einzelhandel

Einzelhandel ist der Absatz von Gütern an Endverbraucher durch spezielle Handelsbetriebe, die die Waren vom Großhandel oder vom Produzenten beziehen und in der Regel ohne Be- und Verarbeitung weitergeben. Weitere wichtige Funktionen des Einzelhandels sind: Warentransport, Lagerhaltung, Sortimentsbildung, Werbung, Verkauf mit persönlicher Beratung, Marktforschung, Vorfinanzierung, Kreditierung.

Zum Einzelhandel gehören neben dem Laden- und dem ambulanten Handel auch Versandhandel und Automatenverkauf. Traditionelle Betriebsformen: Fachgeschäft (branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment), Spezialgeschäft (bestimmter Sortimentsausschnitt in großer Tiefe), Warenhäuser und Kaufhäuser (großflächige Mehrbranchengeschäfte), Discounter (enges, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrig kalkulierten Preisen), Fachmarkt (Sortiment aus einem Waren-, Bedarfs- oder Zielgruppenbereich bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau), Selbstbedienungswarenhaus (umfassendes Sortiment, ganz oder überwiegend Selbstbedienung, Dauerniedrig- oder Sonderangebotspreispolitik mit hoher Werbeaktivität).

Die Großbetriebe des Einzelhandels genießen die Vorteile des Groß- (Gemeinschafts-) Einkaufs, die mittleren und kleineren sind vielfach in Einkaufsgenossenschaften zusammengeschlos-

sen. Der anhaltende Konzentrationsprozess (v.a. im Lebens- und Genussmittelbereich) führt zu immer größeren Unternehmenseinheiten, abnehmender Beschäftigtenzahl, wachsendem Gewicht von Warenhäusern und Filialbetrieben gegenüber kleineren Fachgeschäften, aber auch zu neuen Formen der Kooperation. Rechtliche Regelungen, die Standort und Entwicklung des Einzelhandels beeinflussen, sind u.a. Raumordnungsgesetz, Landesplanungsgesetz, Ladenschlussgesetz sowie die im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb fixierten Regelungen bezüglich Werbe- und Preiswettbewerb.

1.4.3 Kaufkraft

Kaufkraft wird in zwei verschiedenen Arten definiert. Zum einen die allgemeine Kaufkraft und zum anderen die einzelhandelsrelevante Kaufkraft. Für die vorliegende Untersuchung, die sich schwerpunktmäßig mit dem Einzelhandel auseinandersetzt, ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft von Bedeutung.

Allgemeine Kaufkraft

Die allgemeine Kaufkraft umfasst alle Nettoeinkünfte und wird aus der Lohn- und Einkommensteuerstatistik berechnet. Berechnet pro Kopf ergibt es den Wert in €, der dem Einzelnen zur Verfügung steht, um alle seine Kosten zu decken, u.a. Miete, Versicherung, Reisen, Dienstleistungen. Ein Orientierungswert für die allgemeine Kaufkraft 2017 liegt bei 22.467 € pro Jahr und Einwohner im Bundesdurchschnitt (Quelle: MB-Research). Spitzenwerte werden in Landkreisen wie Starnberg (32.751 €) oder Hochtaunus (31.179 €) erreicht.

Der Landkreis Regensburg erreicht 2017 eine Kaufkraft pro Kopf von 23.865 € pro Jahr und liegt damit bei einem Kaufkraftindex von 106,2 (Deutschland = 100,0).

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der verbleibende Rest, wenn von der allgemeinen Kaufkraft alle nicht einzelhandelsrelevanten Leistungen (wie Miete, Auto, Versicherungen, Urlaub usw.) abgezogen wurden. Diese einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt aktuell (Stand 2017; Quelle: GfK) in der Dimension von 5.740 € pro Jahr und Einwohner für den Bundesdurchschnitt.

Die Stadt Würth erreicht 2017 eine Kaufkraft-Kennziffer von 105,4, was einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 6.051 € pro Jahr und Einwohner entspricht.

2 Daten und Fakten Stadt Wörth a.d.Donau

Datenquellen der folgenden Strukturanalyse sind das Bayerische Landesamt für Statistik sowie der Übersichtsplan im Bayern Atlas des bayerischen Staatsministeriums der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat.

2.1 Lage im Raum

Die Stadt Wörth a.d.Donau liegt südlich im Regierungsbezirk Oberpfalz, im östlichen Landkreis Regensburg. Sie bildet zusammen mit der Gemeinde Brennberg die Verwaltungsgemeinschaft Wörth an der Donau.

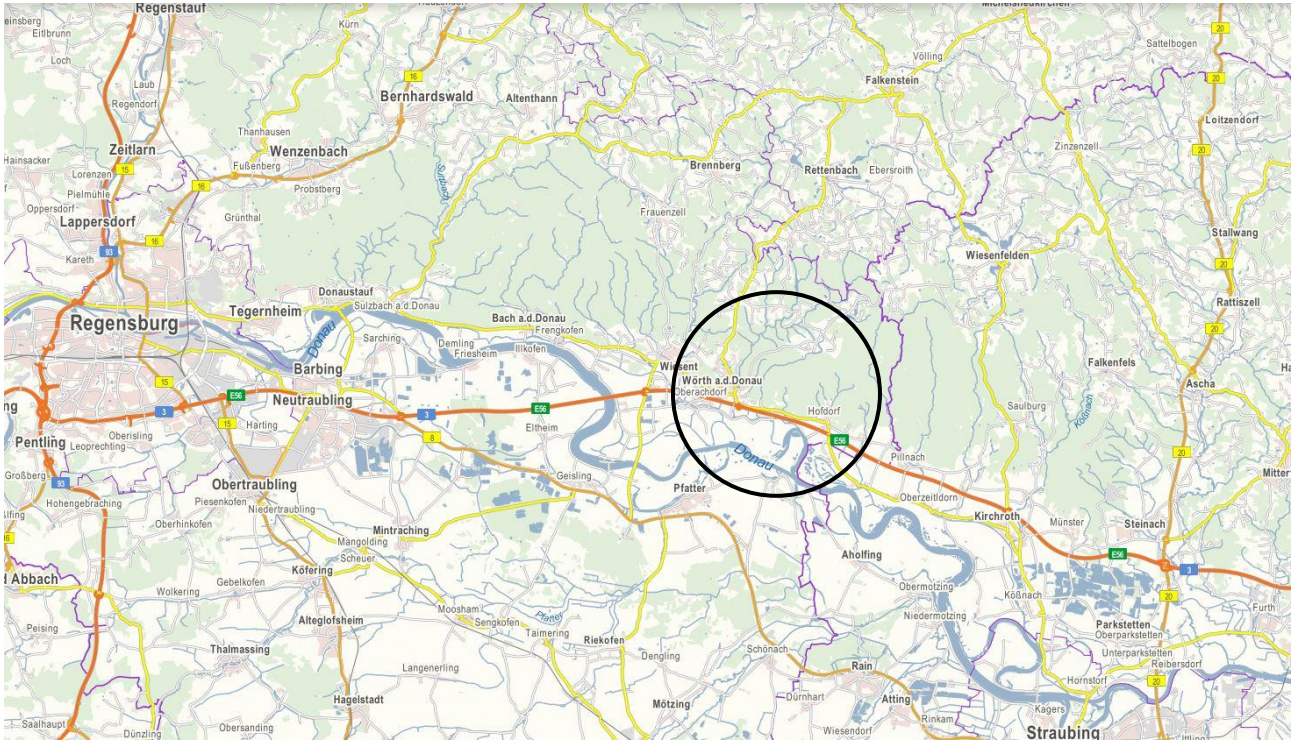
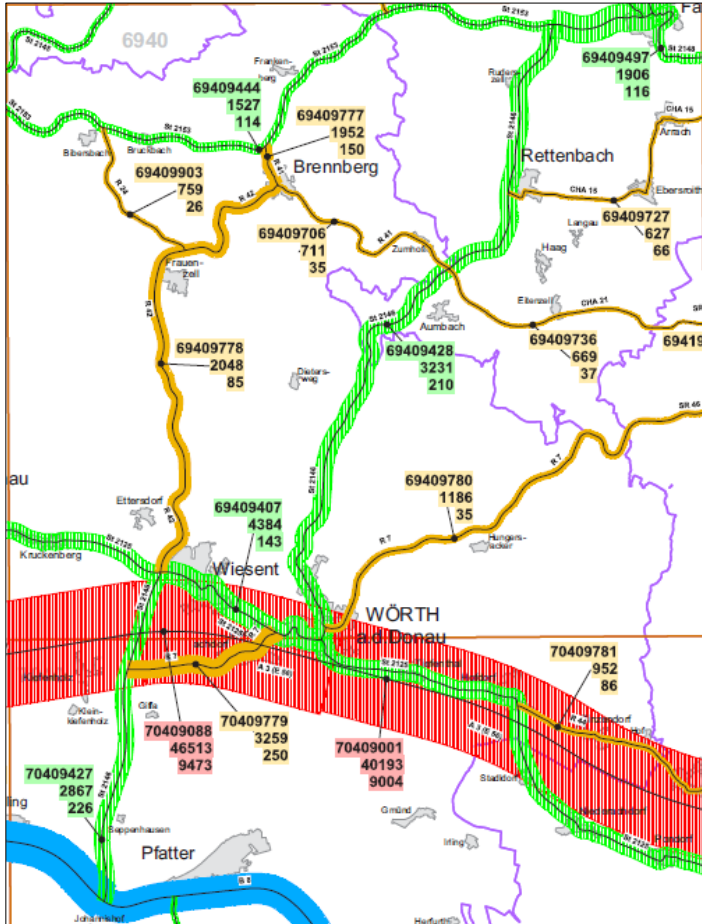


Abbildung 3: Lage im Raum (Bayern Atlas 2017)

Die Stadtzentren von Regensburg (ca. 21 km Luftlinie) und Straubing (ca. 19 km) sind vom Ortszentrum Wörth jeweils in einer Fahrzeit von rund 25 Minuten zu erreichen.

2.2 Verkehrsanbindung

Der folgende Ausschnitt aus dem Verkehrsmengen-Atlas Bayern verdeutlicht die gute Verkehrsanbindung der Stadt Wörth a.d.Donau.



Als drittgrößte und östlichste Kommune des Landkreises Regensburg verfügt die Stadt Wörth über eine hohe Lagegunst zwischen den beiden Zentren Regensburg und Straubing. Die Stadt ist durch die Autobahn A3 und den beiden Autobahnauffahrten Wörth/Wiesent und Wörth Ost direkt an das überregionale Straßenverkehrsnetz angebunden.

Des Weiteren bieten die Staatstraßen, die als Bayerwaldstraße (St2146), Straubinger Straße (St2125) und Regensburger Straße (St2126) durch den Hauptort Wörth führen, eine regionale Vernetzung in die Nachbarkommunen und Richtung Bayerischer Wald.

Abbildung 4: Verkehrsmengen (Verkehrsmengen-Atlas Bayern - Straßenverkehrszählung 2010)

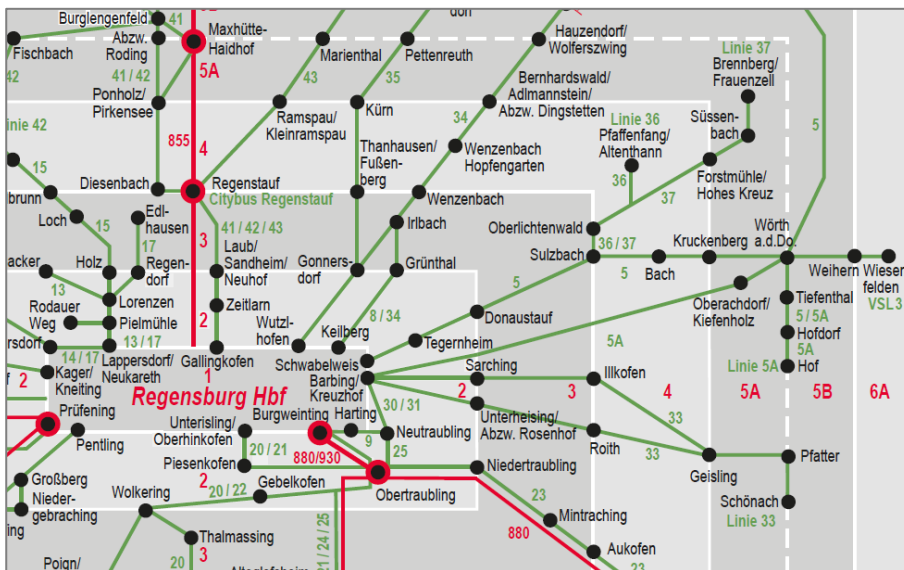


Abbildung 5: Liniennetz des Regensburger Verkehrsverbundes (Ausschnitt Ost, Stand 2017)

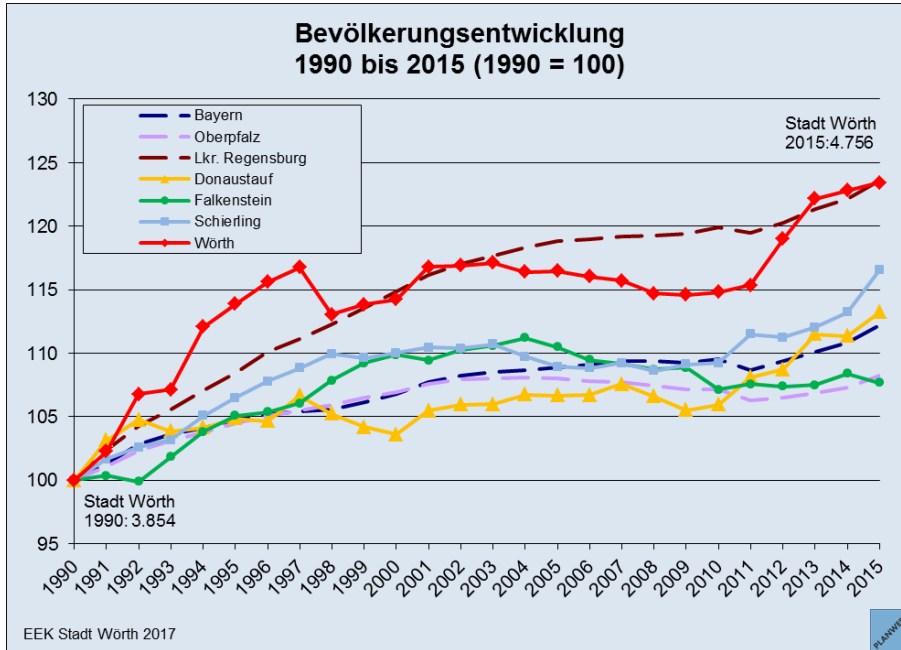
Die Stadt Wörth ist an das Busnetz des Regensburger Verkehrsverbundes an die Orte im Landkreis Regensburg angebunden. Mehrmals täglich verkehren die beiden Regionalbuslinien 5 (Falkenstein – Wörth-Sulzbach-Schwabelweis - Regensburg Hauptbahnhof) und 5a (Zinzendorf – Wörth – Donaustauf – Neutraubling – Harting - Regensburg Hauptbahnhof). Ab dem Regensburger Hauptbahnhof stehen den Reisenden regionale und internationale Verbindungen mit Bus und Bahn zur Verfügung.

2.3 Entwicklungstendenzen

Die Datenquelle der folgenden Strukturanalyse ist das Bayerische Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung.

2.3.1 Einwohner und Altersstruktur

Die Stadt Wörth hat derzeit (Stand Dezember 2015) rd. 4.750 Einwohner.



Im Betrachtungszeitraum hat sich die Zahl der Einwohner Wörths seit 1990 von rd. 3.850 um 23% auf rd. 4.750 Einwohner erhöht.

Dabei zeigt die nebenstehende Grafik deutlich, dass sowohl zwischen 1990 und 1997 sowie ab 2011 Phasen eines hohen Bevölkerungswachstums zu erkennen sind.

Im Vergleich weist die Bevölkerungsentwicklung Wörths eine ähnliche Dynamik wie die des gesamten Landkreises Regensburg auf. Die Entwicklung übertrifft die der „Vergleichskommunen“ Donaustauf, Falkenstein und Schierling.

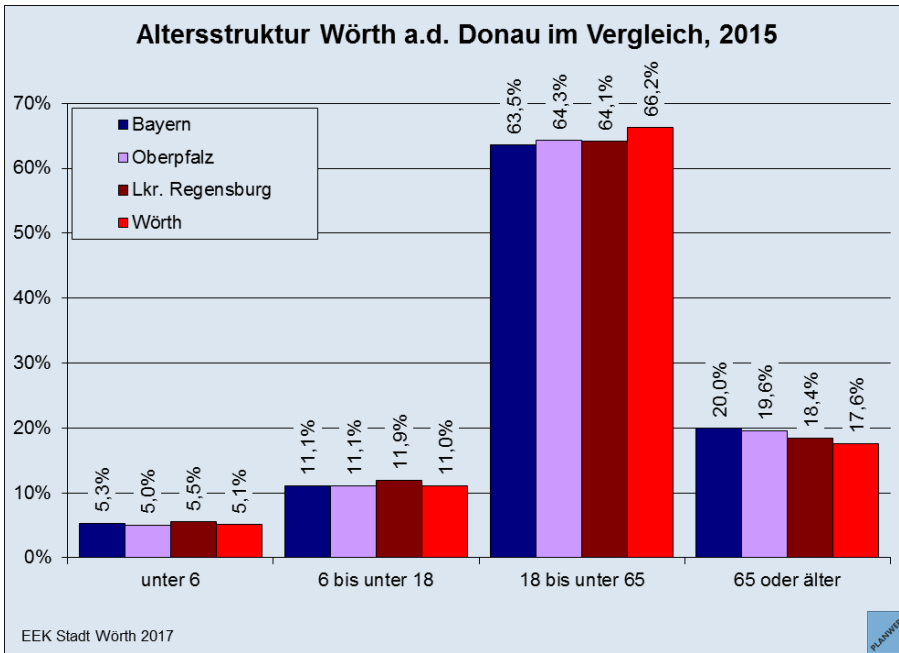
Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung 1990 bis 2015



Abbildung 7: Wohnbaugebiet "Am Brand" am 2018/2019

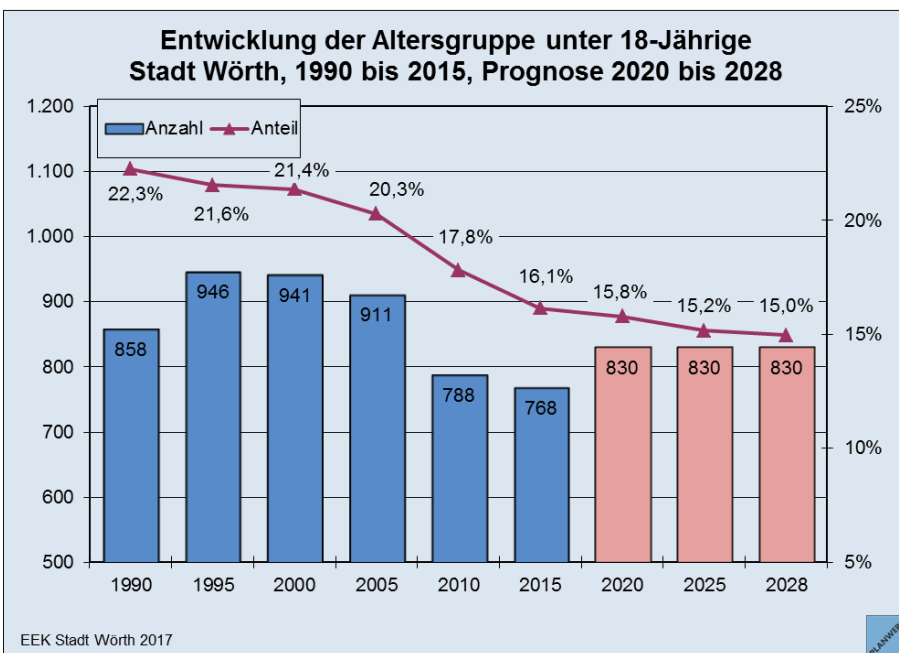
Basierend auf den Prognosen des Bayerischen Landesamtes für Statistik wird die Einwohnerzahl der Stadt Wörth bis zum Jahr 2028 auf rd. 5.550 Einwohner und damit um knapp 17% im Vergleich zum Jahr 2015 zunehmen. Einhergehend mit dieser Prognose soll bspw. 2018/2019 das neue Baugebiet „Am Brand“ im nordwestlichen Stadtrand Wörths erschlossen werden.

Für den gesamten Landkreis Regensburg wird eine Zunahme um rd. 7 % geschätzt, von 189.390 auf rd. 202.400 Einwohner. Somit wird die Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Wörth im Vergleich deutlich positiver ausfallen als in anderen Kommunen des Landkreises.



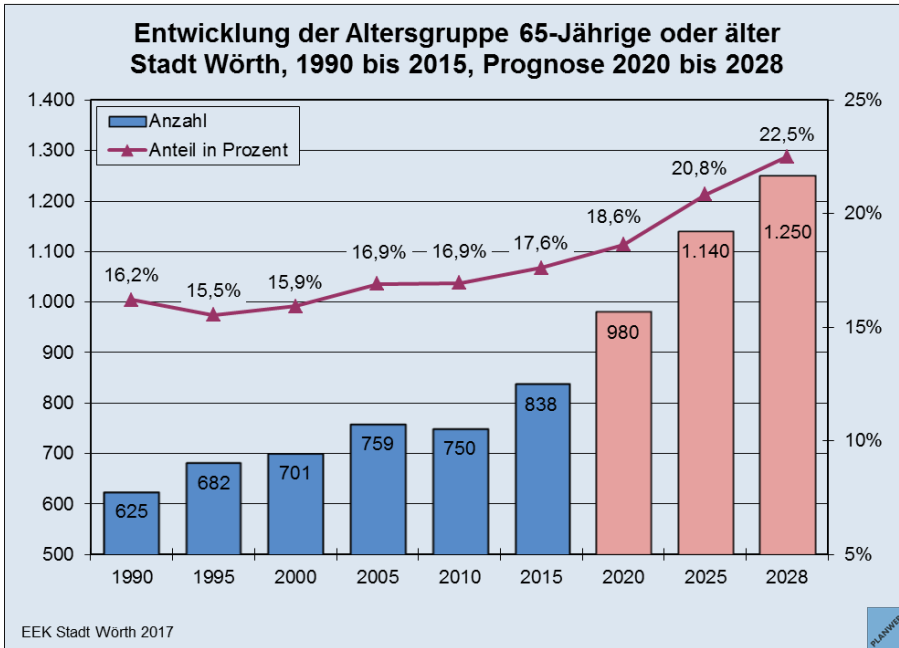
Die Struktur der Altersklassen der Stadt Wörth zeigt einen hohen Anteil der erwerbsfähigen Bevölkerung.

Abbildung 8: Altersstruktur Wörth im Vergleich



Ausgehend von einem anhaltenden Bevölkerungswachstum bis zum Jahr 2028 wird zwar die Anzahl der Kinder und Jugendlichen in den kommenden Jahren steigen, der Anteil der unter 18-Jährigen an der Gesamtbevölkerung dennoch leicht sinken. Durch das neue Baugebiet „Am Brand“ und den wahrscheinlichen Zuzug von Familien mit Kindern könnte sich diese Prognose (= Fortschreibung des Trends) bereits als überholt erweisen.

Abbildung 9: Entwicklung der Altersgruppe der unter 18-Jährigen



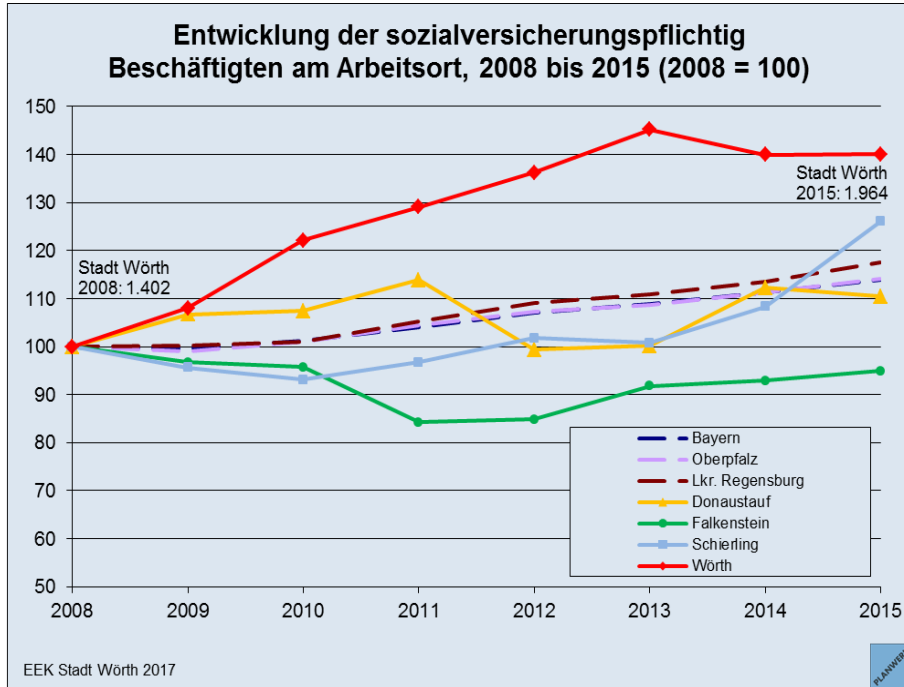
Auch die Anzahl der Bevölkerung ab 65 Jahren wird in den kommenden Jahren kontinuierlich steigen. Dabei wird sich auch der Anteil an der Gesamtbevölkerung erhöhen, so dass im Jahr 2030 rd. ein Viertel der Gesamtbevölkerung in Wörth 65 Jahre und älter sein wird.

Abbildung 10: Entwicklung der Altersgruppe der 65-Jährigen oder älter

Diese Entwicklung, auch bekannt als demografischer Wandel, wird sich langfristig auf das Nachfrageverhalten der Bevölkerung in Bezug auf Einzelhandel und Dienstleistungen auswirken. Ältere Menschen weisen ein anderes Mobilitätsverhalten auf als jüngere. Auch führt ein steigender Anteil der 65 Jährigen und älter auch zu anderen Bedarfen bei Einrichtungen und Angeboten. Zudem wird die Stadt Wörth in den kommenden Jahren insgesamt einen Bevölkerungswachstum erfahren. Somit braucht es gezielte Planungen von Seiten der Stadt, um für alle Bewohnerinnen und Bewohner als Wohn- und Lebensstandort attraktiv zu bleiben.

2.3.2 Arbeitsplätze und Pendler

Aktuell bestehen in Wörth rd. 2.000 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze (Stand 2015).



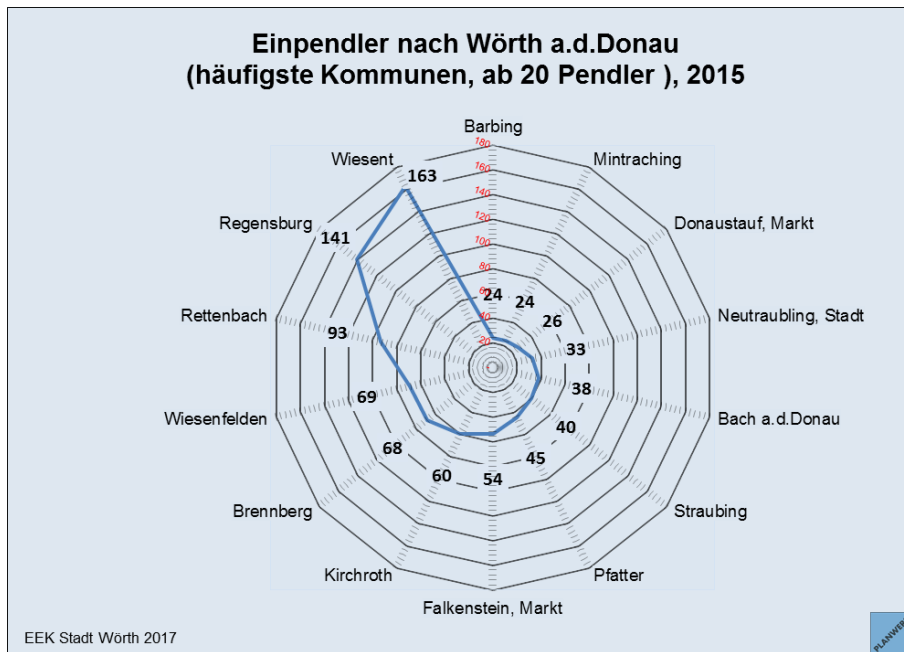
Dabei verzeichnet die Stadt Wörth einen starken Zuwachs an Arbeitsplätzen zwischen den Jahren 2008 und 2014 um rd. 40%.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Wörth hat sich in vergangenen zwei Jahrzehnten sogar um rd. 70% erhöht (1994: 1.140 und 2015: 1.960).

Im Vergleich mit anderen Kommunen, dem Landkreis sowie Bezirk Oberpfalz und Gesamtbayern weist die Stadt Wörth eine deutlich höhere Zunahme an Arbeitsplätzen in den vergangenen Jahren auf. Wörth ist eine sehr dynamische Stadt!

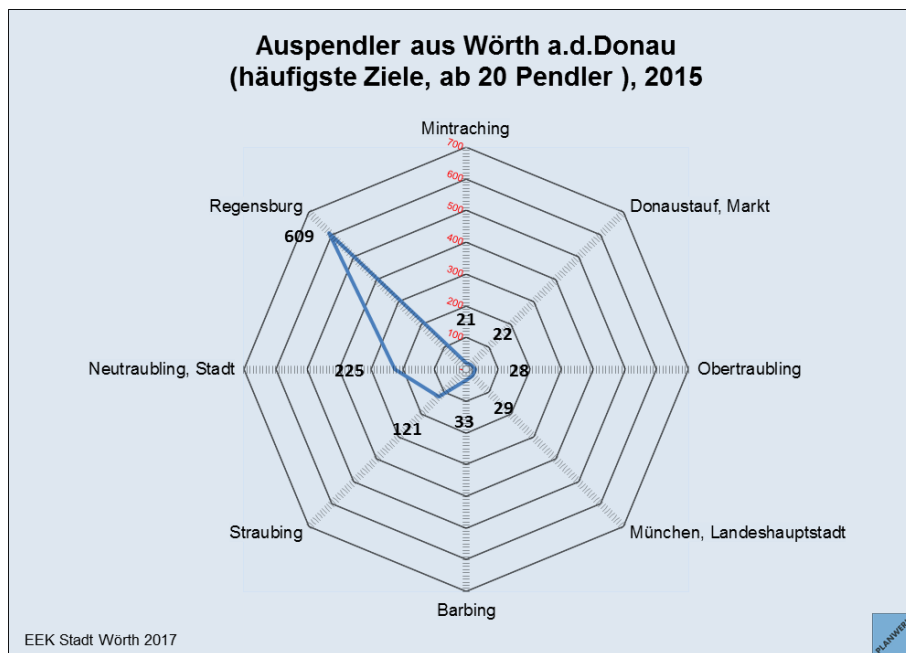
Abbildung 11: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

Hinsichtlich der Pendlerzahlen halten sich in der Stadt Wörth die Zahl der Ein- und Auspendler fast die Waage. Rd. 1.420 Einpendler in die Kommune stehen rd. 1.480 Auspendler aus der Stadt gegenüber (Stand 2015).



Die Mehrheit der Einpendler stammt aus den direkt umliegenden Nachbargemeinden, wie Wiesent, Rettenbach, Wiesenfelden oder Brennbach. Zudem pendeln rd. 140 sozialversicherungspflicht. Beschäftigte aus Regensburg in die Stadt Wörth.

Abbildung 12: Einpendler nach Wörth a.d.Donau



Die drei Hauptziele der Auspendler über die Stadtgrenze Wörths bilden die drei großen Nachbarstädte Regensburg, Neutraubling und Straubing.

Abbildung 13: Auspendler aus Wörth

3 Planungsvorgaben

3.1 Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)

Zum 1. September 2013 ist das aktuelle Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) in Kraft getreten. Der Bayerische Landtag hat am 09.11.2017 dem Entwurf der Bayerischen Staatsregierung zur Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogrammes Bayern mit Maßgaben zugestimmt. Durch die Maßgaben ergeben sich noch Änderungen an der Teilfortschreibung. Zu den Zieländerungen in folgenden Festlegungen wird ein erneutes Beteiligungsverfahren durchgeführt:

- 2.1 Zentrale Orte einschließlich Anhang 1 und Anhang 2 zu den Festlegungen („Zentrale Orte“ und „Strukturkarte“),
- 3.3 Vermeidung von Zersiedelung sowie
- 5.3.1 Lage im Raum (Einzelhandelsgroßprojekte).

Aus diesem Grund bezieht sich das EEK der Stadt Wörth in diesen Punkten noch auf das LEP 2013.

Gemäß LEP 2013 und LEP-Entwurf 2017 liegt die Stadt Wörth im allgemeinen ländlichen Raum; lt. Regionalplan 2011 / Strukturkarte 2013 ist Wörth gemeinsam mit Wiesent als Grundzentrum eingestuft. Der allgemein ländliche Raum weist gemäß des LEP eine unterdurchschnittliche Verdichtung auf und benötigt keine spezifischen landesplanerischen Festlegungen (LEP 2013, 2 Raumstruktur, Ziel 2.1.1).

Die nächstgelegenen Mittelzentren sind die Städte Neutraubling und Roding, die nächsten Oberzentren bilden Regensburg und Straubing.

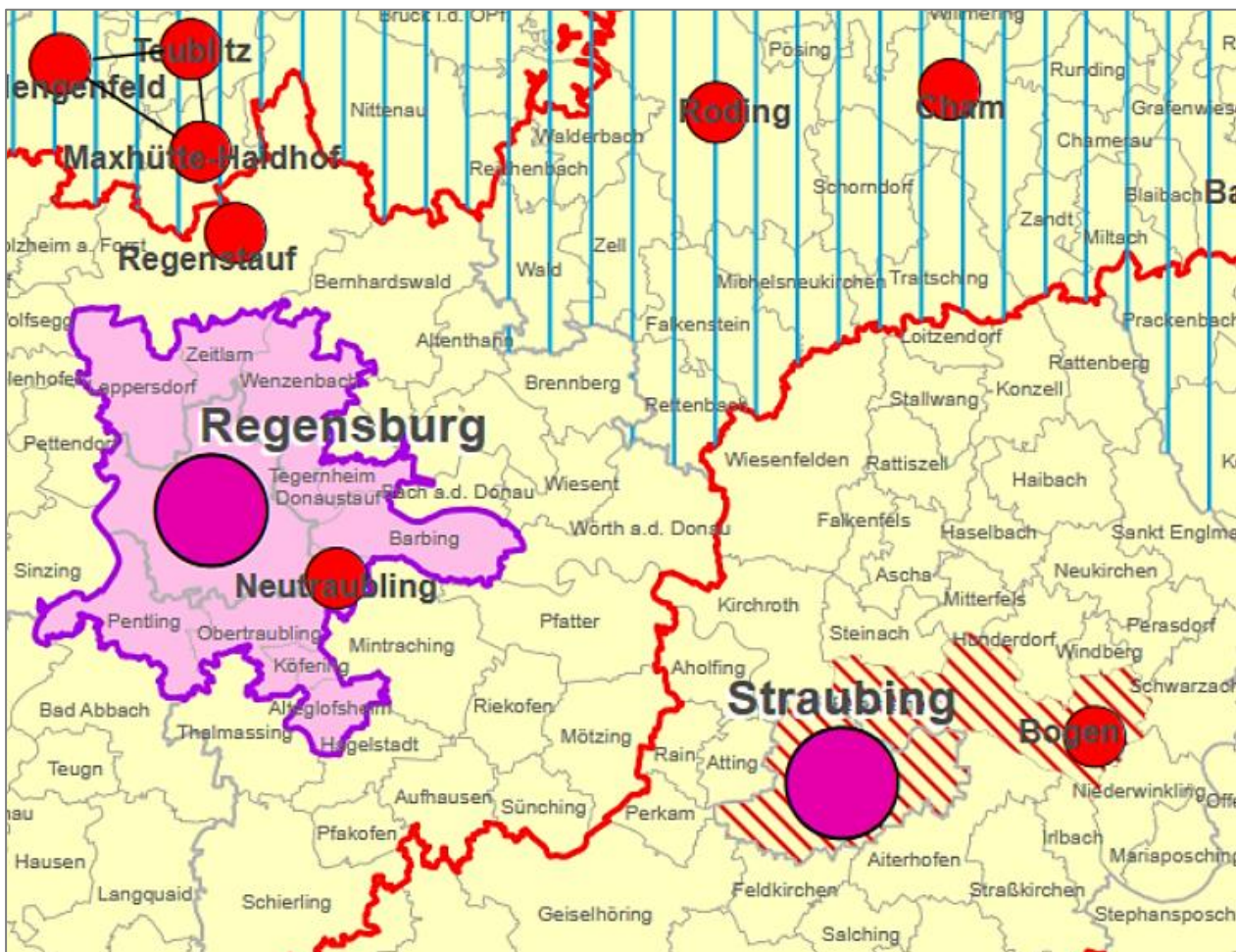


Abbildung 14: Strukturkarte (Ausschnitt), LEP 2013

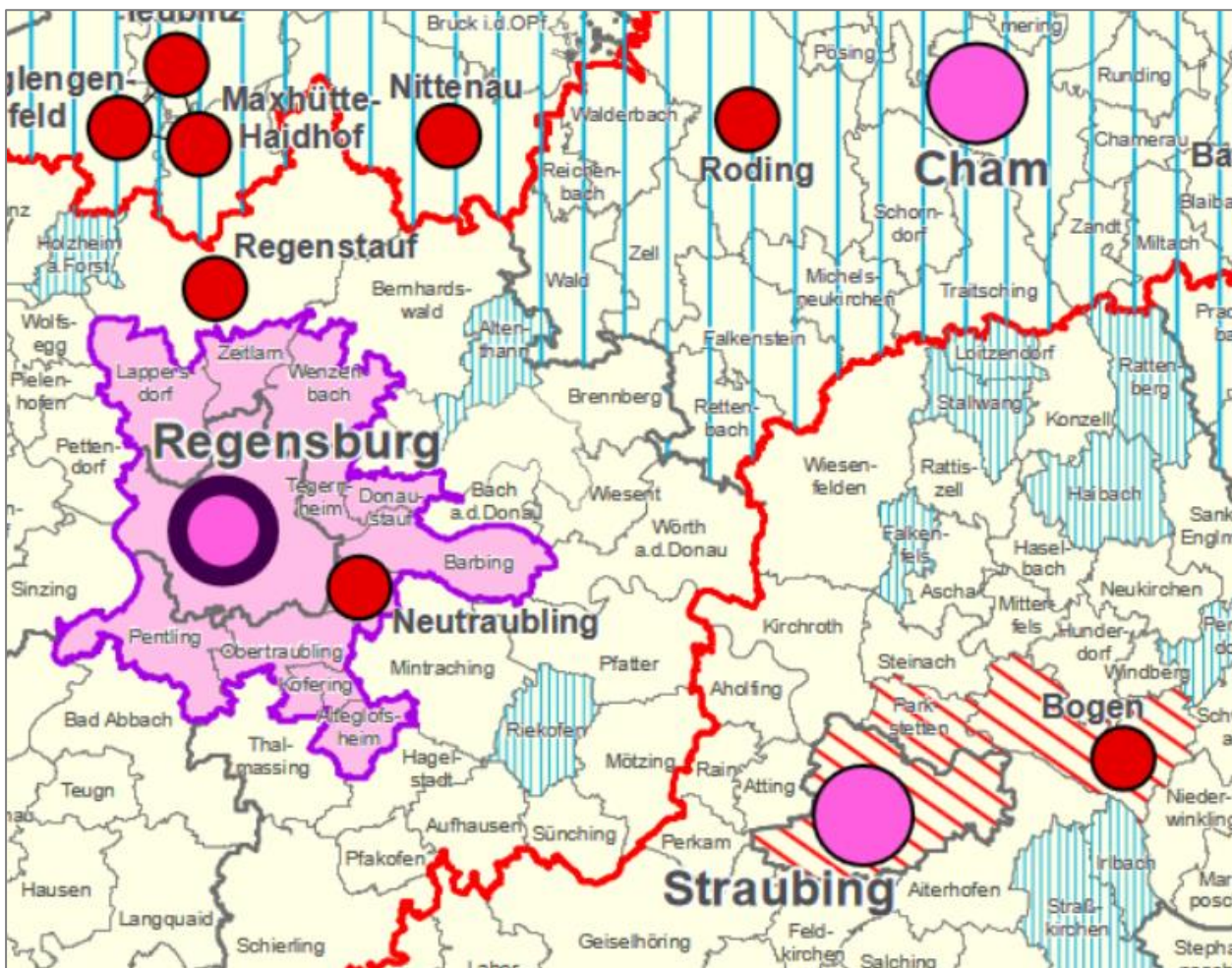


Abbildung 15: Abbildung 13: Strukturkarte (Ausschnitt), LEP 2017 - Entwurf

Im Hinblick auf die zentralen Orte formuliert das LEP 2013 u.a. folgende Ziele und Grundsätze mit Relevanz für die Stadt Wörth a.d.Donau:

- Zentrale Orte sollen überörtliche Versorgungsfunktionen für sich und andere Gemeinden wahrnehmen. In ihnen sollen überörtliche Einrichtungen der Daseinsvorsorge gebündelt werden (LEP 2013, 2 Raumstruktur, Grundsatz 2.1.1).
- Die Versorgung der Bevölkerung mit zentralörtlichen Einrichtungen ist durch Zentrale Orte folgender Stufen zu gewährleisten: Grundzentren, Mittelzentren und Oberzentren (LEP 2013, 2 Raumstruktur, Ziel 2.1.2). Im LEP 2017 sind noch Metropolen (München, Nürnberg / Fürth / Erlangen / Schwabach, Augsburg) und Regionalzentren (Würzburg, Regensburg, Ingolstadt) vorgesehen.
- Die zentralörtlichen Einrichtungen sind in der Regel in den Siedlungs- und Versorgungskernen der zentralen Orte zu realisieren (LEP 2013, 2 Raumstruktur, Ziel 2.1.4).
- Die Grundzentren werden in den Regionalplänen festgelegt (LEP 2013, 2 Raumstruktur, Ziel 2.5.1).
- Eine Gemeinde ist in der Regel dann als Grundzentrum festzulegen, wenn sie zentralörtliche Versorgungsfunktionen für mindestens eine andere Gemeinde wahrnimmt und einen tragfähigen Nahbereich aufweist (LEP 2013, 2 Raumstruktur, Ziel 2.1.6).
- Die als Grundzentrum eingestuftes Gemeinden sollen darauf hinwirken, dass die Bevölkerung ihres Nahbereichs mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs in zumutbarer

Erreichbarkeit versorgt wird (LEP 2013, 2 Raumstruktur, Grundsatz 2.1.6)

- Bestehende Klein- und Unterzentren sowie bestehende Siedlungsschwerpunkte können als Grundzentren beibehalten werden (LEP 2013, 2 Raumstruktur, Grundsatz 2.1.6).

Das LEP 2013 erläutert, dass das Zentrale-Orte-System durch die Bündelung der zentralörtlichen Einrichtungen in den zentralen Orten (räumliche Bündelungsfunktion) und deren Konzentration in den Siedlungs- und Versorgungskernen der zentralen Orte, verbunden mit einer guten Erreichbarkeit, unter wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Gesichtspunkten Vorteile bietet für

- die Bürger (kurze Wege bei Nutzung mehrerer Einrichtungen),
- die Anbieter der Einrichtungen (erhöhte Attraktivität der zentral-örtlichen Einrichtung),
- die ÖPNV-Betreiber (Bündelung des Nachfragepotenzials),
- die Umwelt (weniger Verkehr, geringere Freiflächeninanspruchnahme) sowie
- Wirtschaft und Unternehmen (Fühlungsvorteile).

Nach den Bestimmungen des LEP 2013 dürfen Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte nur in zentralen Orten ausgewiesen werden (LEP 2013, 5 Wirtschaft, Ziel 5.3.1). Damit kommt die Stadt Würth grundsätzlich für die Ansiedlung in Betracht. Ein solches Projekt überschreitet die Größe von Einzelhandelsbetrieben, die ausschließlich der verbrauchernahen Versorgung dienen.

Bei Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne von § 11 (3) BauNVO handelt es sich um Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe sowie sonstige großflächige Handelsbetriebe, deren Realisierung nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung des Ortes haben kann. Nach dem LEP 2013 sind Einzelhandelsgroßprojekte außerdem Agglomerationen von jeweils für sich betrachtet nicht-großflächigen Einzelhandelsbetrieben in räumlich-funktionalem Zusammenhang, die überörtlich raumbedeutsam sind (dieses Agglomerationsgebot steht im LEP 2017 auf dem Prüfstand; d.h. es fällt voraussichtlich weg).

Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO sind in der Regel anzunehmen, wenn das Vorhaben eine Bruttogeschossfläche von 1.200 m² überschreitet. Als großflächig gelten in der Regel Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m².

Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen (LEP 2013, 5 Wirtschaft, Ziel 5.3.2). Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (LEP 2013, 5 Wirtschaft, Ziel 5.3.3).

Laut Erläuterung des LEP 2013 dient die städtebauliche Integration von Einzelhandelsgroßprojekten einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung. Sie trägt darüber hinaus zum Schutz des Orts- und Landschaftsbildes und zu einer Minimie-

...ung der Freiflächeninanspruchnahme bei und ist damit Ausdruck einer nachhaltigen Siedlungsentwicklung. Zugleich werden auch die Innenstädte, Ortskerne und Stadtteilzentren in ihrer Funktionsvielfalt gestärkt und motorisierter Individualverkehr vermieden.

Derzeit erfolgt eine Teilfortschreibung des LEP Bayern. Diese wurde am 28.03.2017 vom Ministerrat beschlossen und an den Bayerischen Landtag zu dessen Zustimmung übermittelt. Der Bayerische Landtag hat am 09.11.2017 einen Beschluss zum LEP gefasst (s.o.). Aus der Strukturkarte der Teilfortschreibung zeigen sich für die Stadt Wörth und umliegenden Regionen keine wesentlichen Änderungen (LEP Teilfortschreibung 2017).

3.2 Regionalplan

Die Regionalpläne sollten innerhalb von drei Jahren an das zum 1. September 2013 in Kraft getretene Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) angepasst werden. Dies gilt auch für den Regionalplan für die Region Regensburg (11).

In der Region Regensburg wurde somit die Strukturkarte gemäß des LEP 2013 bereits angepasst, der Regionalplan stammt weiterhin aus dem Jahr 2011 und wird derzeit fortgeschrieben. Gemäß der Anpassung der Strukturkarte ist die Stadt Wörth a.d.Donau gemeinsam mit der Nachbarkommune Wiesent als Grundzentrum eingestuft (Regionalplan Regensburg gem. LEP 2013).

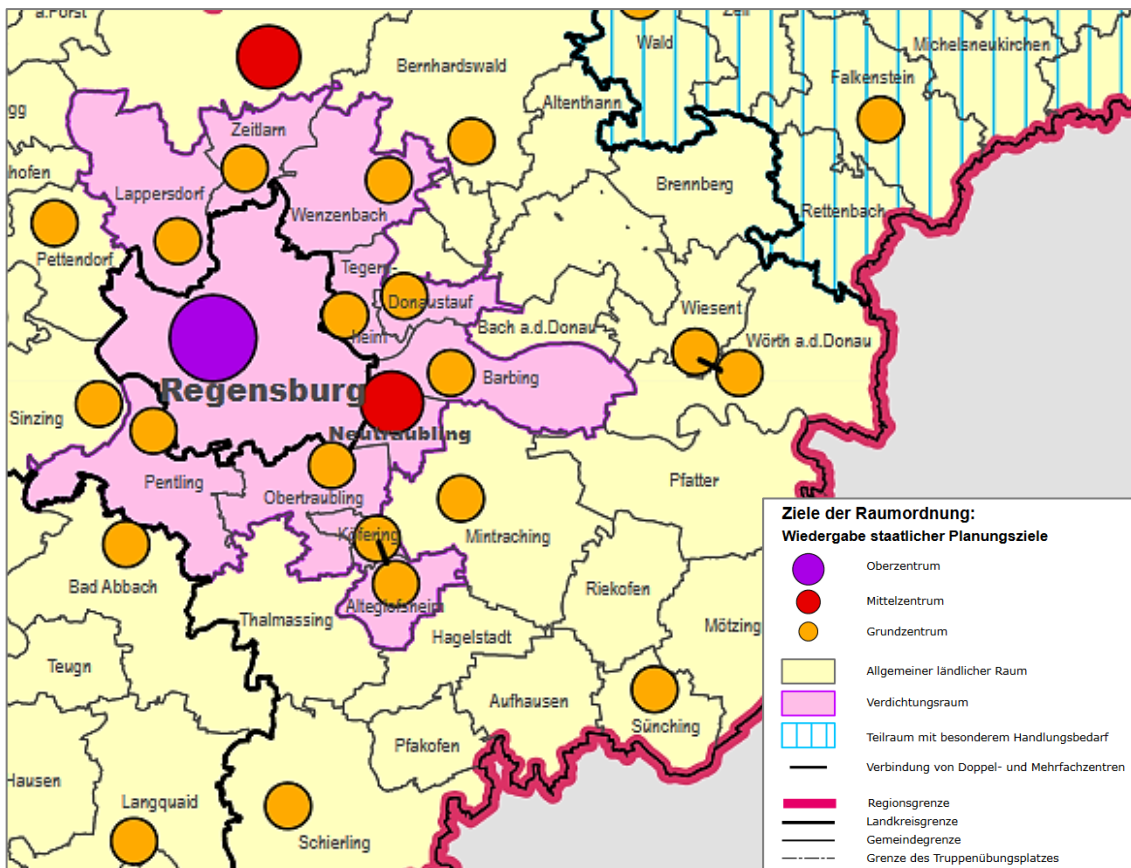


Abbildung 16: Raumstruktur gem. LEP 2013 mit Grundzentren Region Regensburg (RP 11 Ausschnitt, Regionalplan)

Im aktuell gültigen Regionalplan der Region Regensburg (RP 11) aus dem Jahr 2011 ist die Stadt Würth mit Wiesent als Unterzentrum im Allgemein ländlichen Raum ausgewiesen.

Die Unterzentren der Region sollen so gesichert und entwickelt werden, dass sie die Versorgungsaufgaben für einen größeren Nahbereich mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Grundbedarfs erfüllen (RP 11, A III, Ziel 1.2.1). Sie haben die Aufgabe, den qualifizierten Grundbedarf in den Bereichen Gesundheit, Bildung, Arbeit und Dienstleistung sowie Einzelhandel zu gewährleisten (RP 11, Begründung zu A III, 1.2.1).

Gemäß des Regionalplans können zwei Gemeinden nur dann als Doppelzentrum bestimmt werden, wenn ein siedlungsstruktureller Zusammenhang gegeben oder zu erwarten ist und eine möglichst weitestgehende Schwerpunktbildung gewährleistet ist oder entwickelt werden soll (RP 11, Begründung zu A III, 1.2.1).

In diesem Sinne gilt für das Grundzentrum Würth a.d.Donau / Wiesent

- die Stärkung der unterzentralen Versorgungsfunktionen für den Verflechtungsbereich (RP 11, A III, Ziel 2.2.1),
- die Erhöhung des Angebots an Arbeitsplätzen (RP 11, A III, Ziel 2.2.1)
- die Stärkung der Einzelhandelsfunktion (RP 11, A III, Ziel 2.2.1) sowie
- der weitere natur- und umweltverträgliche Ausbau des Tourismus (RP 11, A III, Grundsatz 4.1)

Entsprechend der Begründung zum RP 11 verfügt das Unterzentrum Würth a.d.Donau / Wiesent über einen Verflechtungsbereich mit mindestens 10.000 Einwohnern (RP 11, Begründung zu A III, 1.2.1). Die Ausstattungskriterien unterscheiden sich von denjenigen der Kleinzentren vor allem durch die Größe und Differenzierung der:

- Einzelhandelszentralität: Einzelhandelsumsatz von 25 Mio. € (GfK-Schätzung)
- Arbeitsplatzzentralität: 2.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und 1.200 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Einpendler
- Und zusätzlichen Einrichtungen: Altenheim, Hauptschule, Bahnhof, Haltepunkt, Polizeiinspektion/-station.

3.3 Kommunale Bauleitplanung

Das Baugesetzbuch (BauGB) ermächtigt die Städte und Gemeinden, die bauliche und sonstige Nutzung von Grundstücken in ihrem Stadt-/ Gemeindegebiet durch die Aufstellung des Flächennutzungsplans und verbindlicher Bauleitpläne zu steuern, sobald und soweit dies für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung erforderlich ist.

Auch die Entscheidung, ob und in welchem Umfang Flächen des Stadtgebietes zur Unterbringung von Einzelhandelseinrichtungen zur Verfügung gestellt werden, obliegt grundsätzlich der Stadt Wörth. Die Aufstellung eines verbindlichen Bauleitplans (Bebauungsplan) muss aber in jedem Fall städtebaulich gerechtfertigt sein und sollte nachvollziehbar dem planerischen Willen der Stadt entsprechen.

Im aktuell gültigen Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Wörth mit der letzten Aktualisierung im Jahr 2017 ist das Stadtzentrum vorwiegend als Mischgebiet (MI) dargestellt. Zwischen Autobahn A3 und Innenstadt befinden sich Gewerbegebiete (GE) sowie ein Sondergebiet (SO), in denen auch Einzelhandelsbetriebe angesiedelt sind.



Abbildung 17: Flächennutzungsplan Stadt Wörth a.d.Donau (Ausschnitt)

Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeitsschwelle sind abhängig von der Art der Nutzung und den Bestimmungen der BauNVO grundsätzlich in allen Baugebieten zulässig oder können ausnahmsweise zugelassen werden.

Der BauNVO liegt dabei die Vorstellung zugrunde, dass sich die Bewohner eines Baugebiets in der Nähe der Wohnung mit Waren des täglichen Bedarfs versorgen können. Dementsprechend werden die Begriffe „der Versorgung des Gebiets dienende Läden“ und „Läden, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebiets dienen“ verwendet.

4 Befragungen und Beteiligung

Im Rahmen der Erhebungen und Analysen zum Einzelhandelsentwicklungskonzept wurden verschiedene Befragungen durchgeführt, deren Resultate im Folgenden dargestellt werden. Zudem gab es nach Fertigstellung des EEK-Entwurfes im März 2018 einen „runden Tisch“ mit öffentlichen und privaten Akteuren und zwei Stadtratsklausuren, auf denen der Entwurf besprochen und hinterfragt sowie im Detail vertieft wurde. Die Befragungen umfassen

- eine Befragung der Betriebe (Einzelhändler, aber auch Ladendienstleister, Gastronomie und tw. Handwerker mit Kundenverkehr), die Bereitschaft dazu zeigten
- eine Befragung der Haushalte der Stadt Wörth (Stichprobe)
- sowie eine Passantenbefragung an Wörther Einzelhandelsstandorten.

4.1 Gewerbebefragung

Im Zuge der Erfassung des örtlichen Ladenbestandes wurden die Betriebe – soweit sie anzutreffen waren und Bereitschaft bestand – in einem Kurzinterview befragt. Insbesondere wurde mit den Inhabern die „harten Fakten“ gemeinsam aufgenommen (Verkaufsfläche, Sortimente); zudem wurden die Inhaber gebeten, eine Bewertung Wörths als Gewerbeort bzw. des eigenen Standortes abzugeben; weiter wurde nach der unternehmerischen Zukunftsplanung gefragt.

Mit etlichen Innenstadt-Geschäften und –betrieben konnten im Rahmen des Betriebschecks durch das Projektmanagement tiefergehende Gespräche zum Geschäft geführt werden. Die Ergebnisse / Erkenntnisse aus den Gesprächen wurden anonymisiert in das Einzelhandelsentwicklungskonzept mit eingearbeitet.

4.1.1 Befragte Betriebe

Insgesamt wurden in der Stadt Wörth 126 relevante Betriebe einschließlich gewerblicher Leerstände erfasst. Davon konnten 41 Betriebe befragt werden, bei denen es sich überwiegend um Einzelhandelsbetriebe handelt, außerdem um Ladendienstleister, Gastronomen und Handwerker mit Kundenverkehr.

4.1.2 Bewertung des Standortes

Im Zuge der Befragung wurde eine differenzierte Standortbewertung durch die Betriebe durchgeführt. Zum einen beurteilten die Befragten den Standort Wörth allgemein und zum anderen speziell den eigenen Unternehmensstandort, d.h. die Lage, die Straße bzw. den Bereich. Die Interviewpartner konnten jeweils nach Schulnotensystem von 1= sehr gut bis 6 = ungenügend wählen.

Eine Bewertung des Gewerbestandort Wörth haben alle Befragten bis auf einer eine Note genannt. Die Prozentzahlen beziehen sich auf die Gesamtheit der gegebenen Antworten.



Aus der grafischen Darstellung wird deutlich, dass die befragten Betriebe den Gewerbestandort Wörth überwiegend positiv bewerten:

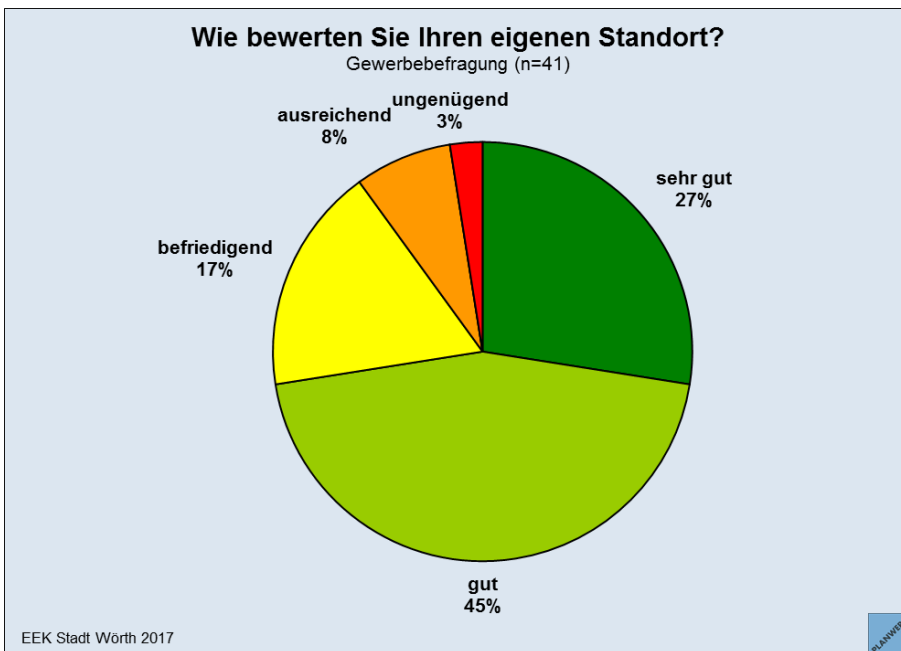
17 % mit ‚sehr gut‘ und 62 % mit ‚gut‘. Rund 20 % der Befragten bewertet den Gewerbestandort Wörth mit ‚befriedigend‘ und ‚ausreichend‘.

Kein Einzelhändler oder Ladendienstleister vergibt eine schlechte Note.

Insgesamt ergibt sich auf einer Skala von 1 bis 6 ein Notendurchschnitt von 2,1.

Abbildung 18: Bewertung des Gewerbestandortes Wörth

Insgesamt positiver fällt die Bewertung des eigenen Standortes als Gewerbestandort aus. Bei dieser Frage machte ein Befragter keine Angabe.



72% der befragten Einzelhändler und Ladendienstleister beurteilen den eigenen Standort positiv („sehr gut“ und „gut“) ein. Weitere 17% bewerten den eigenen Standort mit „befriedigend“.

Insgesamt 11% sehen ihren eigenen Standort „ausreichend“ und „ungenügend“.

Auf einer Skala von 1 bis 6 liegt der Mittelwert hier bei 2,0.

Die Betriebe, die ihren Standort nicht gut bewerten, liegen überwiegend in der Innenstadt. Die Unzufriedenheit resultiert häufig aus der Einschätzung fehlender zentral gelegener Parkplätze heraus.

Abbildung 19: Bewertung des eigenen Gewerbestandortes in Wörth

Neben der quantitativen Bewertung mittels Benotung hatten die befragten Betriebe auch die Möglichkeit zur qualitativen Bewertung des Standortes Wörths sowie des eigenen Unternehmensstandortes als Gewerbebestandort. Hierzu haben sich nur wenig Befragte geäußert.

Aus diesen persönlichen Beurteilungen ergeben sich folgende Grafiken:



Abbildung 20: Qualitative Beurteilung Wörths als Gewerbebestandort

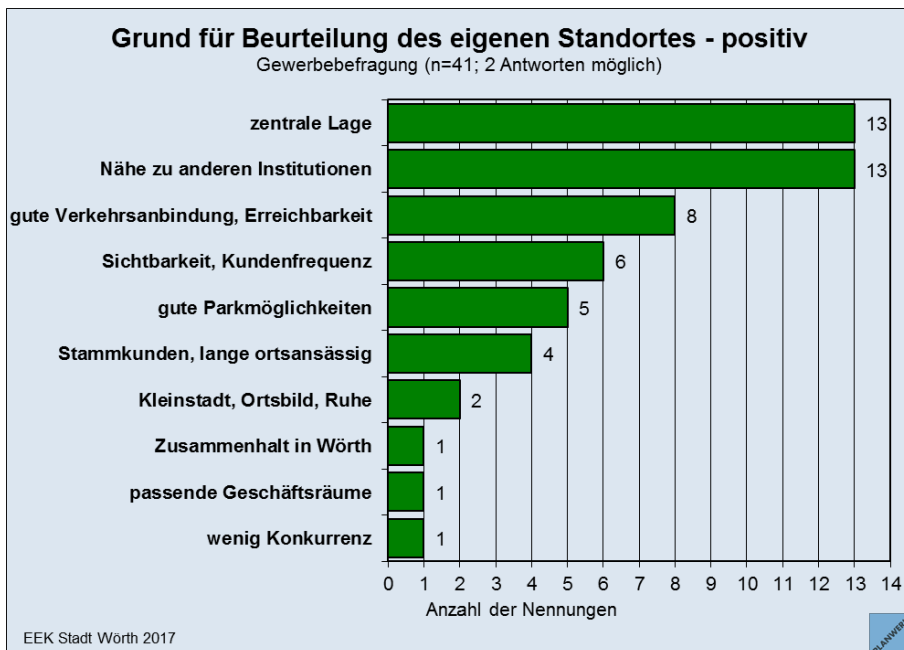


Abbildung 21: Qualitative Beurteilung des eigenen Standortes - positive Nennungen

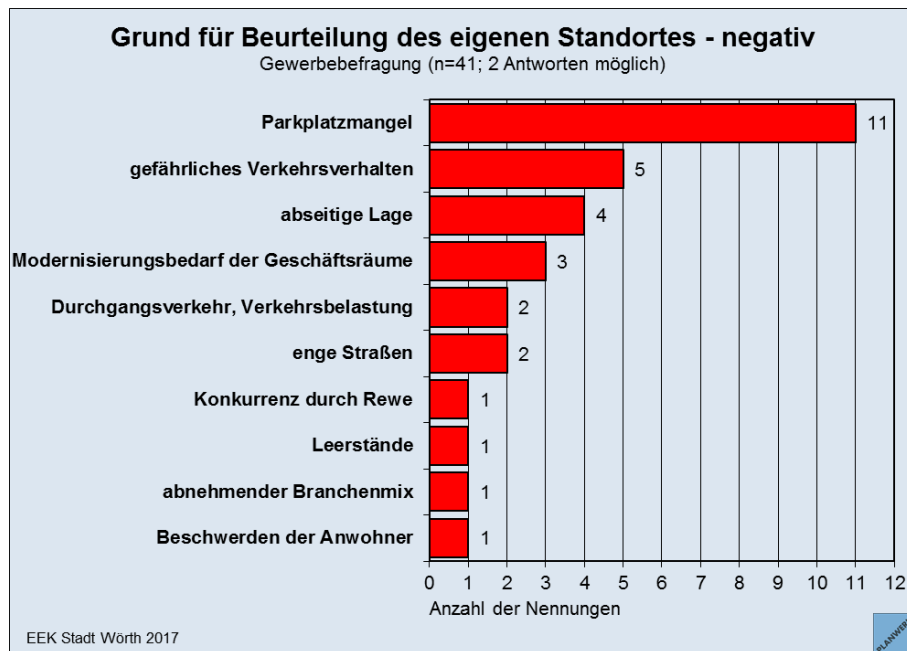
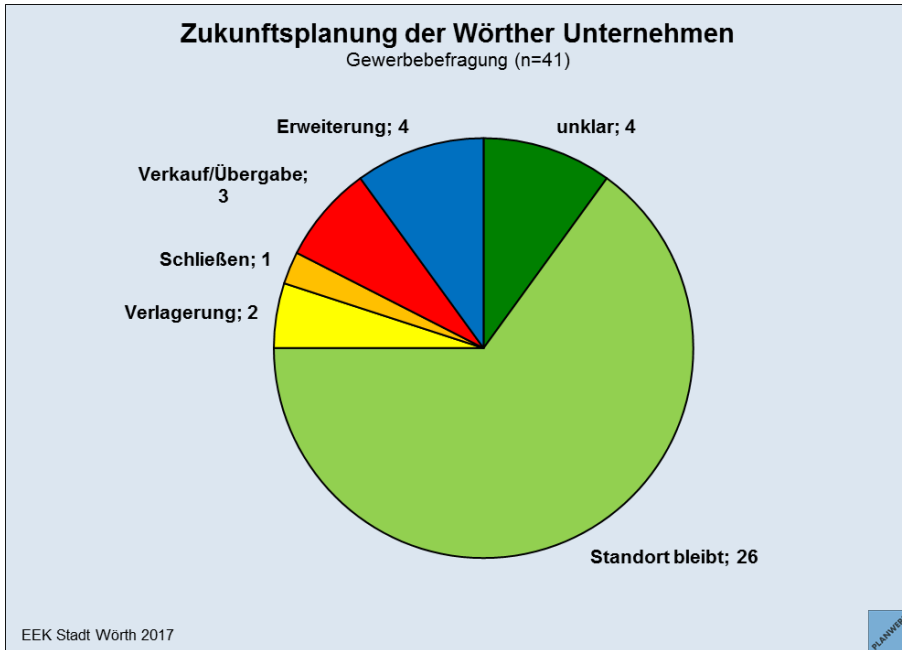


Abbildung 22: Qualitative Beurteilung des eigenen Standortes – negative Nennungen

4.1.3 Unternehmerische Zukunftsplanung

Im Rahmen der Befragung wurden die Betriebe zu ihren unternehmerischen Planungen für die kommenden drei Jahre befragt. Einer der Befragten machten dazu keine Angaben.



Insgesamt 26 befragte Unternehmer gaben an am derzeitigen Standort bleiben zu wollen.

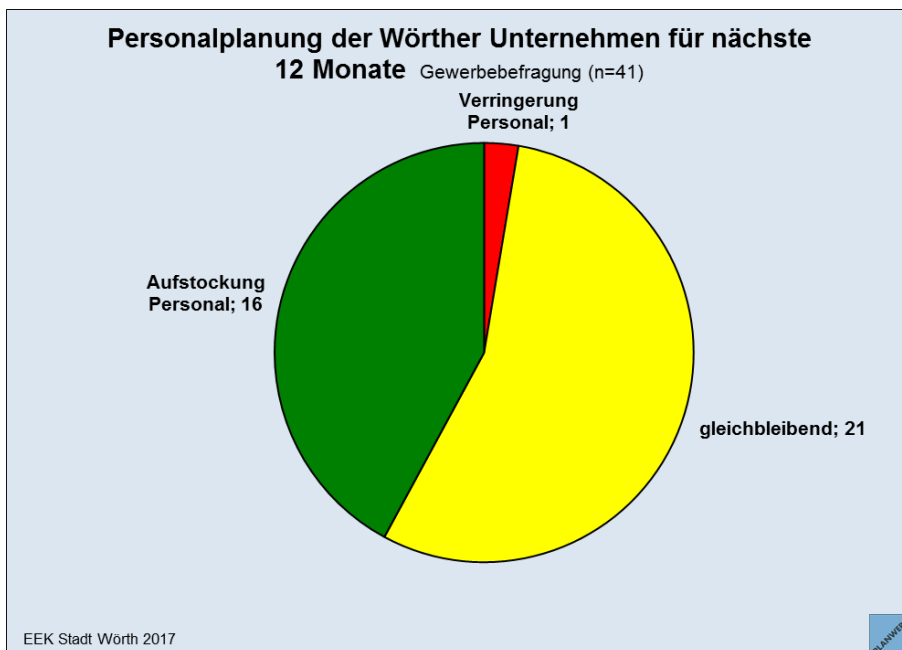
Lediglich zwei Betriebe planen ihren Standort entweder innerhalb Würth's oder an einen Standort außerhalb zu verlagern. Ein Betrieb wird in den nächsten Jahren aus Altersgründen und Konkurrenzdruck schließen.

Weitere drei Unternehmer planen ihren Betrieb zu verkaufen oder an Nachfolger zu übergeben. Zudem sind bei vier Unternehmen eine Erweiterung des derzeitigen Standortes sowie ein umfassender Einsatz von Marketingmaßnahmen geplant.

Abbildung 23: Zukunftsplanung der Würther Unternehmen

Betriebsinhaber bzw. -leiter geben die zukünftige Entwicklung ihres Unternehmens mit „unklar“ an.

Zusätzlich wurden die Betriebe bezüglich ihres Personals für die nächsten 12 Monate abgefragt, wozu drei Interviewpartner keine Antwort gaben.



Von den Befragten, die diese Frage beantworteten, möchte die Mehrheit mit rd. 55% den derzeitigen Personalbestand erhalten (21 Betriebe). Weitere 16 Unternehmen planen ihr Personal in den kommenden Monaten aufzustocken. Nur ein Interviewpartner gibt an das Personal zeitnah zu verringern.

Ergänzend lässt sich aus den Interviews im Rahmen des Betriebschecks erkennen, dass viele Unternehmen mit der Angabe „gleichbleibend“ eigentlich weiteres Personal einstellen wollen, aber nicht können.

Abbildung 24: Personalplanung der Würther Unternehmen

Interviewpartner den Fachkräftemangel in den Bereichen Einzelhandel oder Gastronomie.

4.2 Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung in der Stadt Würth wurden an rd. 1.000 Haushalte im gesamten Stadtgebiet Fragebögen verteilt. Insgesamt nahmen 207 Haushalte an der Befragung teil; das ergibt eine Rücklaufquote von 21%.

Die Haushaltsbefragung fokussierte verschiedene inhaltliche Funktionen hinsichtlich der Bewertung, Versorgung und Informationsbeschaffung der Würther Bewohnerinnen und Bewohner, u.a.:

- Allgemeine Bewertung der Stadt Würth.
- Erfassen des räumlichen Verhaltens bezüglich der Versorgung mit Gütern des Einzelhandels.
- Erfassen der Versorgung im Bereich der Dienstleistungen, Freizeit und Kultur und weiteren Handlungsbereichen.
- Abfrage von wichtigen Themen der zukünftigen Stadtentwicklung Würths.

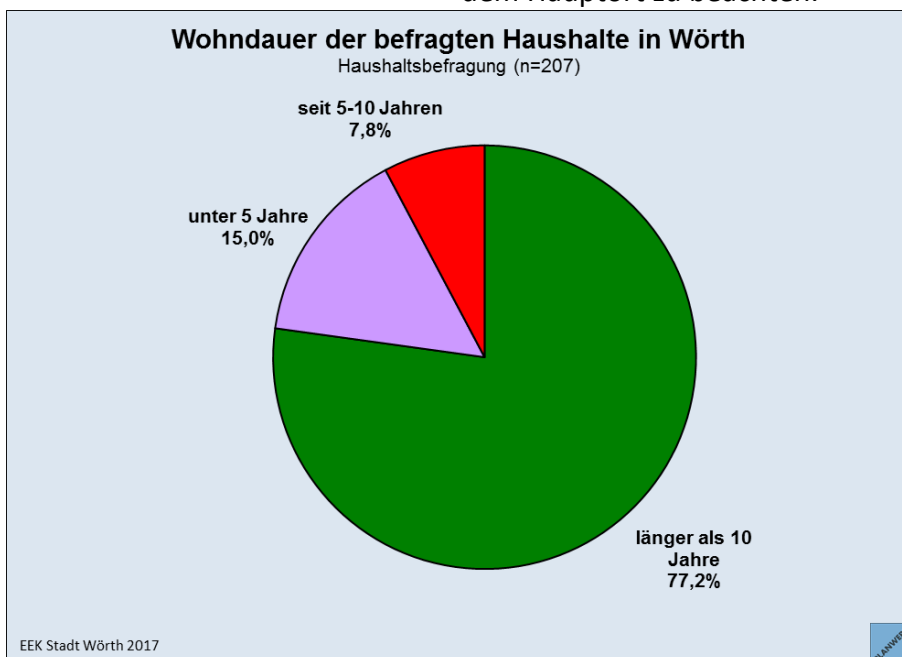
Im Rahmen des Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2008 wurden rd. 970 Haushalte im Stadtgebiet befragt. Damals nahmen 214 Haushalte an der Befragung teil, was einer Rücklaufquote von rd. 22% entspricht.

4.2.1 Struktur der befragten Haushalte

Von den 207 befragten Haushalten wohnen rd. 86% im Hauptort Würth und die restlichen 14% in den befragten Ortsteilen der Kommune, wie Hofdorf, Oberachdorf und Weihern.

Diese Rücklaufquote widerspricht der realen Verteilung der Haushalte im gesamtstädtischen Gebiet Würths. Nur rd. 63% aller Haushalte leben im Hauptort, in Hofdorf sind rd. 10% und in Oberachdorf rd. 9% aller Haushalte zu finden. Die restliche Bevölkerung teilt sich auch die vier weiteren Ortschaften auf.

Somit ist bei der Auswertung der Haushaltsbefragung die relativ hohe Rücklaufquote von Bewohnerinnen und Bewohnern aus dem Hauptort zu beachten.



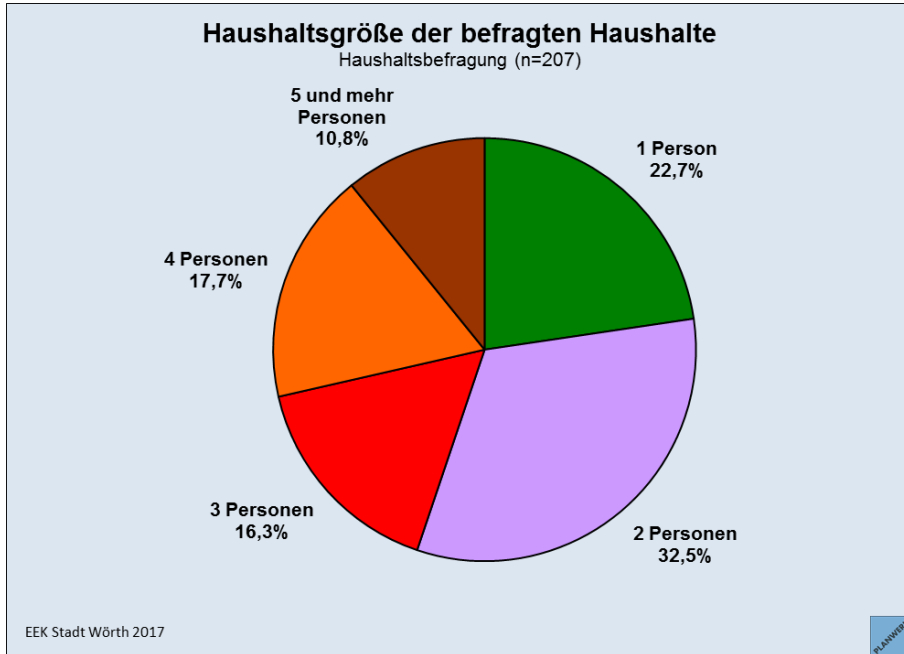
Die Mehrheit der befragten Haushalte mit rd. 77% lebt seit über zehn Jahren in der Stadt Würth.

Rd. 8% sind zwischen fünf und zehn Jahren im Stadtgebiet wohnhaft.

Weitere 15% leben seit weniger als fünf Jahren in der Stadt Würth.

Abbildung 25: Wohndauer der befragten Haushalte in Würth, Haushaltsbefragung

Persönliche Faktoren, wie die Haushaltsgröße oder die Altersstruktur der Haushaltsmitglieder, beeinflussen das Einkaufsverhalten von Kunden.

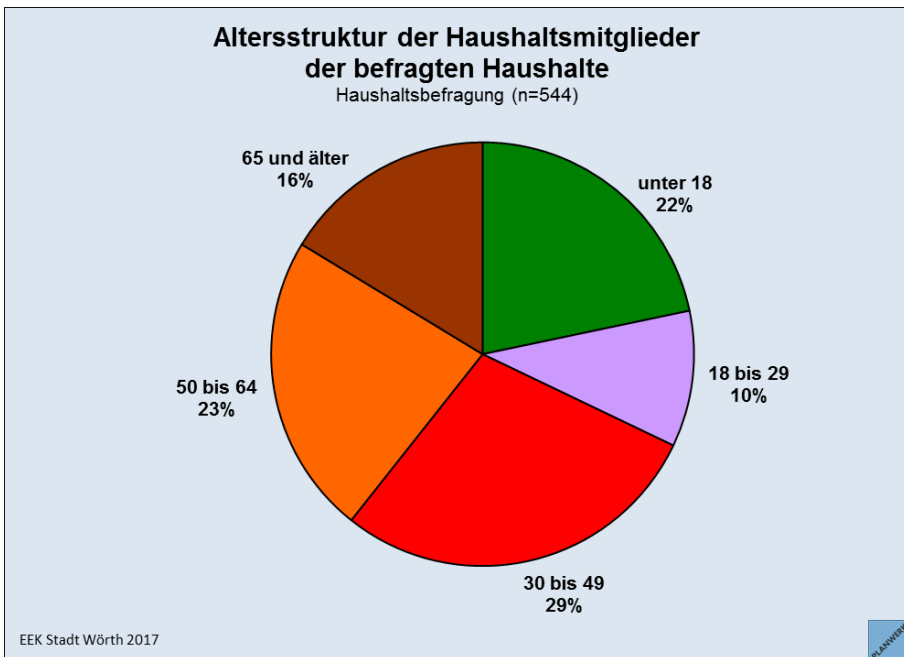


Mehr als die Hälfte der befragten Haushalte geben an in Ein- und Zweipersonenhaushalten zu leben (insgesamt 55%; Zensus 2011: 59%).

Haushalte mit mindestens drei Personen machen zusammen rd. 45%, wobei hier der Anteil der Drei- bis Vierpersonenhaushalte deutlich überwiegt (Zensus 2011: 41%).

Im Vergleich mit den Zensusdaten 2011 entsprechen diese Zahlen der gesamtstädtischen Verteilung der Haushalte nach deren Haushaltsgröße.

Abbildung 26: Haushaltsgröße der befragten Haushalte, Haushaltsbefragung



Die mit der Haushaltsbefragung erreichten Haushalte zeigen folgende Alterszusammensetzung auf, die den statistisch ermittelten Daten von 2015 der Stadt Würth annähernd entspricht.

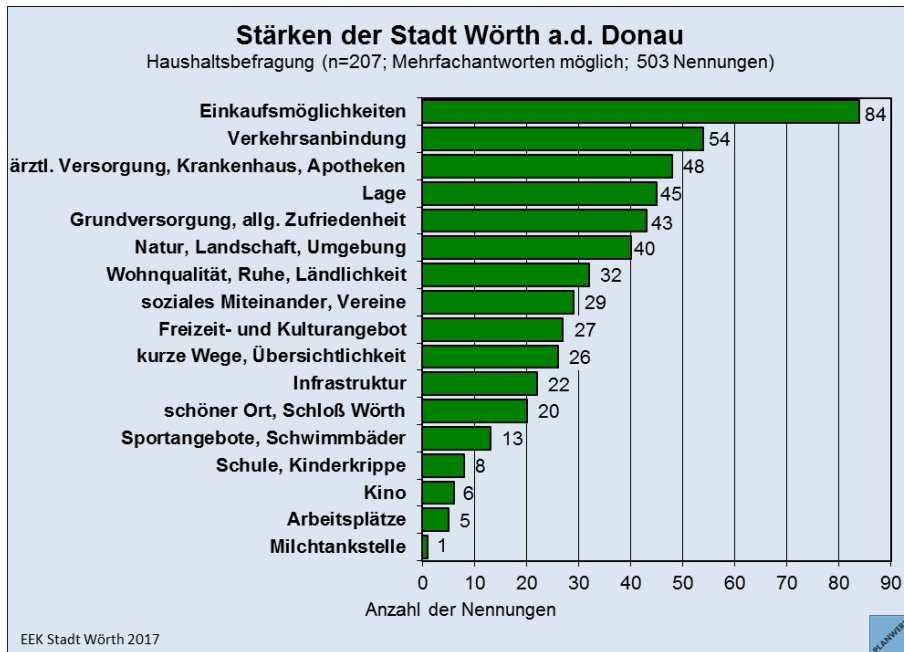
Von den Haushaltsmitgliedern der befragten Haushalte sind 22% unter 18 Jahre alt (Statistik: 16%), 10% junge Erwachsene im Alter von 18 bis 29 Jahren (Statistik: 15%), 29% im Alter von 30 bis 49 (Statistik: 28%), 23% im Alter von 50 bis 64 Jahren (Statistik: 23%) und 16% ab 65 Jahren und älter (Statistik: 18%).

Abbildung 27: Altersstruktur der Haushaltsmitglieder, Haushaltsbefragung

Bei den im Rahmen der Haushaltsbefragung erfassten Personen ist das Verhältnis zwischen Männern und Frauen mit jeweils einem Anteil von 50% ausgeglichen.

4.2.2 Einschätzung von Stärken und Schwächen der Stadt Wörth

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden je in einer offenen Frage die Stärken und Schwächen der Stadt Wörth abgefragt. Mehrfachnennungen waren bei beiden Fragen möglich, maximal jedoch drei Antworten.



Mit 84 Nennungen stehen für die befragten Haushalte vor allem die Einkaufsmöglichkeiten in Wörth an erster Stelle bei den Stärken der Stadt. Bei diesem Aspekt wird auf die Vielfalt an Geschäften in der Kommune verwiesen.

Als weitere Stärken bewerten die befragten Haushalte die Verkehrsanbindung mit der Nähe zur Autobahn (54 Nennungen) sowie die ärztliche Versorgung, Krankenhaus und Apotheken (48 Nennungen).

Ein positiver Aspekt für die Haushalte ist auch die Lage der Stadt Wörth (45 Nennungen). Diese wird zum einen in der Zentralität

Abbildung 28: Stärken von Wörth, Haushaltsbefragung

zwischen Regensburg und Straubing sowie in der Lage des natürlichen Umfeldes gesehen.

Als besondere Stärken der Stadt Wörth nennen die befragten Haushalte sowohl einige harte als auch weiche Standortfaktoren. Die positiv bewerteten harten Standortfaktoren sind neben den Einkaufsmöglichkeiten und der Verkehrsanbindung auch die gute Grundversorgung, die Infrastruktur und die Ausstattung an Freizeit- und Betreuungseinrichtungen. Als weiche Standortfaktoren lassen sich Stärken wie die Wohnqualität, Ruhe und Ländlichkeit sowie das soziale Miteinander und Vereine zuordnen.

Insgesamt gab es 507 Nennungen zu den Stärken der Stadt Wörth a.d.Donau.

Mit insgesamt 367 Nennungen haben die befragten Haushalte deutlich weniger Schwächen als Stärken der Stadt Wörth angegeben.

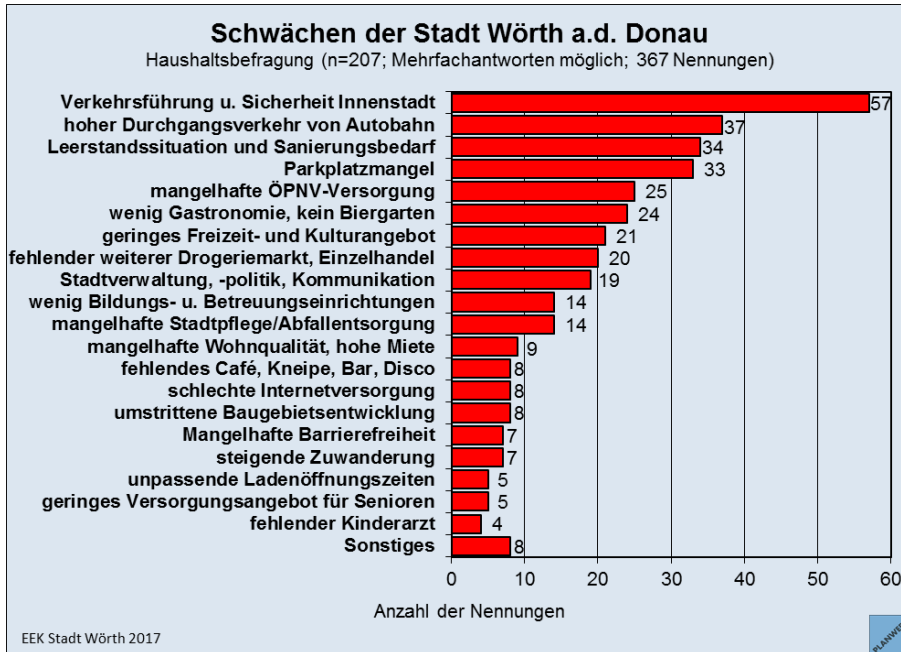


Abbildung 29: Schwächen der Stadt Wörth, Haushaltsbefragung

Die am häufigsten genannte Schwäche der Stadt Wörth ist die Verkehrsführung und Sicherheit in der Innenstadt Wörth (57 Nennungen). Insbesondere wird die Verkehrsführung und -regelung in der Ludwigsstraße kritisiert. Auch die Verkehrssituation in anderen Ortsteilen wird von den Haushalten negativ betrachtet. Zudem fehlte es an einigen Stellen der Staatsstraße an Fußgängerüberwegen.

An zweiter Stelle mit 37 Nennungen wird zudem der hohe Durchgangsverkehr von der Autobahn als weitere Schwäche der Stadt Wörth genannt. Zum

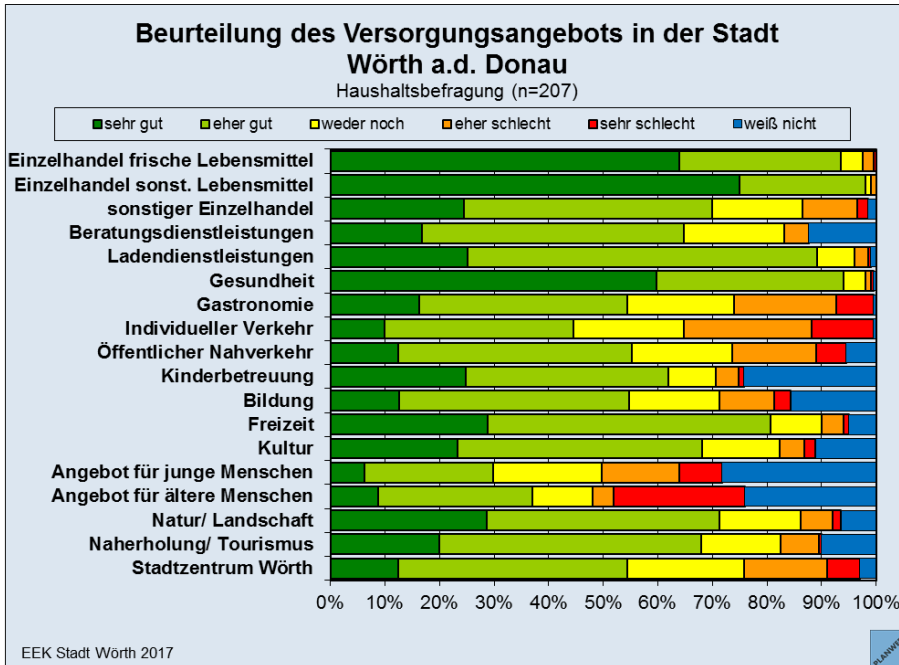
einen kritisieren die befragten Haushalte das hohe Verkehrsaufkommen und Verkehrslärm. Zum anderen wird die Bedarfsumleitung der Autobahn durch die Innenstadt Wörths kritisiert.

Als weitere Schwäche der Stadt Wörth werden von den befragten Haushalten die Leerstandssituation und der Sanierungsbedarf benannt (34 Nennungen). Die steigende Anzahl an leeren und baufälligen Gebäuden in der Innenstadt Wörths bewerten die Haushalte negativ.

Auch der Mangel an Parkplätzen (33 Nennungen), die mangelhafte ÖPNV-Versorgung (25 Nennungen), die wenigen Gastronomiebetriebe (24 Nennungen) sowie das geringe Angebot an Freizeit- und Kultureinrichtungen (21 Nennungen) werden von den befragten Haushalten als Schwächen der Stadt Wörth genannt.

4.2.3 Beurteilung des Versorgungsangebots

Im Rahmen der Befragung wurden die subjektiven Bewertungen der Bewohner der Stadt Wörth bezüglich des Versorgungsangebots am Standort Wörth abgefragt.



Der Bereich Einzelhandel mit sonstigen Lebensmitteln, also v.a. Supermärkte und Discounter, wird von den befragten Haushalten am besten bewertet. Rund 74% (153 Nennungen) beurteilen dieses Angebot in der Stadt Wörth mit sehr gut, weitere 23% (47 Nennungen) mit eher gut.

Eine ähnlich positive Bewertung erhält der Bereich Einzelhandel mit frischen Lebensmitteln. Diesen beurteilen 62% (129 Nennungen) mit sehr gut und 29% (60 Nennungen) mit eher gut.

Zudem erfährt der Bereich Gesundheit in der Stadt Wörth einer besonders

positiven Beurteilung. Rund 59% (122 Nennungen) bewerten das Versorgungsangebot mit sehr gut und rd. 34% (70 Nennungen) mit eher gut.

Auch in weiteren Bereichen ist die Mehrheit der befragten Haushalte zufrieden, wie Ladendienstleistungen, Freizeit, Natur/ Landschaft, sonstiger Einzelhandel, Kultur, Naherholung/ Tourismus sowie Beratungsdienstleistungen.

Eher negativ fällt die Bewertung des Bereichs Angebot für ältere Menschen in der Stadt Wörth auf. 30% (63 Nennungen) bewerten dieses Angebot mit sehr schlecht, weitere 5% (10 Nennungen) mit eher schlecht.

Ein ähnliches Bild zeigt sich für den Bereich Angebot für junge Menschen. Hier bewerten insgesamt rd. 20% (42 Nennungen) das Angebot mit sehr schlecht bzw. eher schlecht.

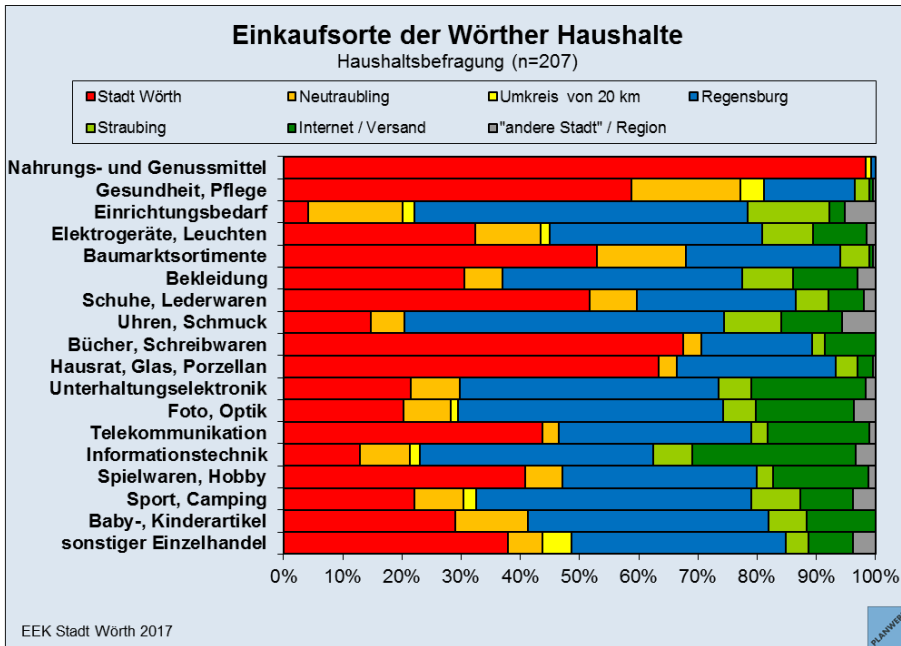
Für das Stadtzentrum Wörth fällt die Beurteilung eher positiv aus. Insgesamt 53% bewerten diese mit sehr gut und eher gut (110 Nennungen). Dem gegenüber stehen rd. 20% (43 Nennungen) aus den Kategorien eher schlecht und sehr schlecht.

Abbildung 30: Beurteilung des Versorgungsangebots, Haushaltsbefragung

4.2.4 Einkaufsverhalten

Eine der grundlegend bedeutenden Erkenntnisse aus der Haushaltsbefragung bildet die Auswertung des räumlichen Einkaufsverhaltens der Würther Bevölkerung.

Die folgende Abbildung stellt das Einkaufsverhalten der Würther Haushalte differenziert nach den einzelnen Sortimentsbereichen einschließlich des sonstigen Einzelhandels dar.



Nahrungs- und Genussmittel werden zum Großteil in der Stadt Würth eingekauft (rd. 98%). Der Sortimentsbereich Gesundheit, Pflege, der ebenfalls zum Sortiment des periodischen Bedarfs gehört, wird mit rd. 59% deutlich weniger von den Haushalten in Würth erworben.

Weitere Sortimentsbereiche, die von den Würther Haushalten in erster Linie in der Stadt Würth gekauft werden, sind Bücher und Schreibwaren (rd. 67%), Hausrat, Glas und Porzellan (rd. 63%), Baumarktsortimente (rd. 53%) sowie Schuhe und Lederwaren (rd. 51%).

Abbildung 31: Einkaufsorte der Würther Haushalte, Haushaltsbefragung

Jeweils über 30% der Würther Haushalte kaufen Telekommunikation (rd. 43%), Spielwaren und Hobbys (rd. 41%), Elektrogeräte und Leuchten (rd. 32%), Bekleidung (rd. 30%) und sonstigen Einzelhandel (rd. 38%) in der Stadt Würth ein.

Die übrigen Sortimentsbereiche erwerben die befragten Haushalte seltener in der Stadt Würth, dafür häufig in Regensburg und Neutraubling.

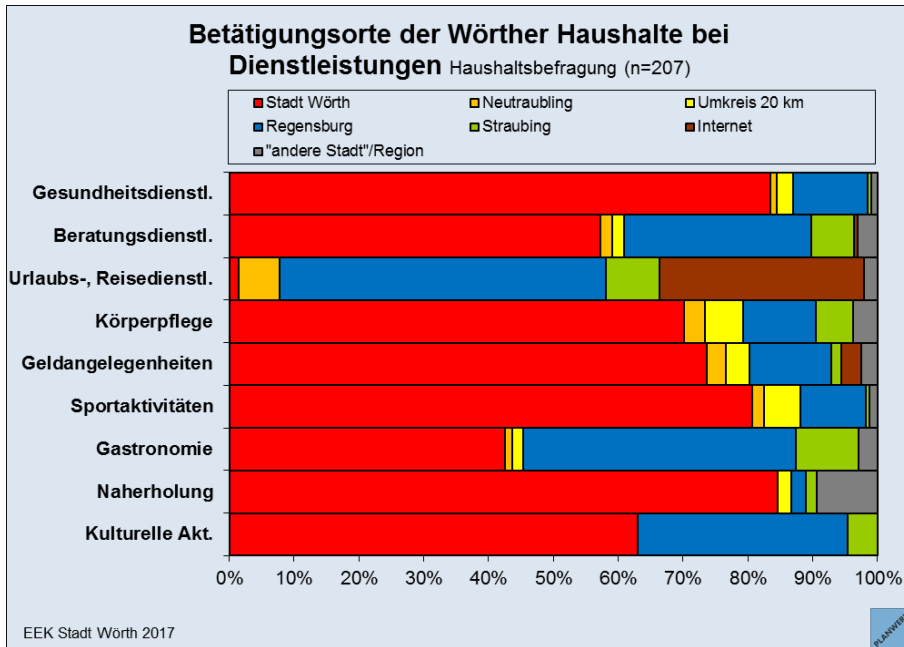
Die Kleinstadt Würth erreicht bei vielen Sortimenten eine hohe Kundenbindung.

Im Vergleich zu 2008 (Einzelhandelskonzept PLANWERK) gab es nur relativ wenige Veränderungen bei der Wahl des Einkaufsortes, nämlich:

- eine höhere Kaufkraftbindung bei den Sortimenten „Nahrungs- und Genussmittel“, „Baumarktsortimente“, „Hausrat, Glas, Porzellan“ und „Telekommunikation“ und
- eine geringere Kaufkraftbindung bei den Sortimenten „Körperpflege, Gesundheitsartikel“ und „Sport“.

4.2.5 Räumliches Verhalten bei Dienstleistungen

Neben dem räumlichen Verhalten der Wörther Bevölkerung hinsichtlich der Versorgung im Einzelhandel wurde auch das Verhalten bezüglich der Nachfrage in den Bereichen Dienstleistung, Kultur, Freizeit- und Sportaktivitäten abgefragt. Dabei zeigt sich, dass diese Dienstleistungen und Aktivitäten überwiegend in der Stadt Wörth wahrgenommen werden.



Am häufigsten nutzen die befragten Haushalte die Wörth zur Naherholung, die Bindung liegt hier bei rd. 85%.

Sehr ähnlich sieht es bei weiteren Dienstleistungen und Aktivitäten aus. 83% der befragten Haushalte nutzen die Gesundheitsdienstleistungen in der Stadt Wörth. Rd. 81% ziehen die Stadt als Betätigungsort für Sportaktivitäten vor.

Weitere 74% erledigen überwiegend ihre Geldgeschäfte in der Stadt Wörth und 70% nutzen das Angebot für Körperpflege in der Stadt.

Abbildung 32: Betätigungsorte der Wörther Haushalte bei Dienstleistungen, Haushaltsbefragung

Allein für den Bereich Urlaubs- und Reisedienstleistungen zieht es die befragten Haushalte in die nahegelegene Großstadt Regensburg (50%) oder buchen über das Internet (31%).

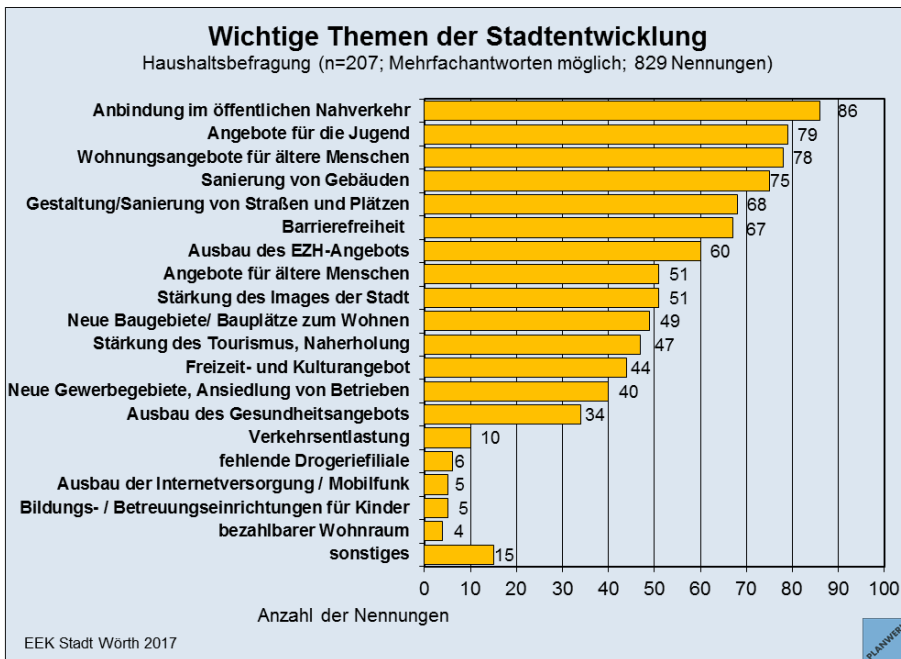
Wenn die Dienstleistungen nicht in der Stadt Wörth nachgefragt werden, dann zumeist in Regensburg.

Im Vergleich zu 2008 (Einzelhandelskonzept PLANWERK) hat sich das räumliche Verhalten der Wörther Haushalte relativ wenig geändert:

- geringere Nachfrage in Wörth nach Beratungsdienstleistungen und geringer Betätigungsort für Sportaktivitäten; etwas geringere Werte für den Besuch in Gaststätten,
- höhere Nachfrage in Wörth bei kulturellen Aktivitäten.

4.2.6 Wichtige Themen der Stadtentwicklung

Um mögliche Schwerpunktbereiche für die zukünftige Entwicklung der Stadt Würth abzuleiten, konnten die befragten Haushalte aus einem Themenkatalog von 14 Aspekten die für sie wichtigsten Themen der Stadtentwicklung auswählen. Zudem gab es die Möglichkeit ein weiteres Handlungsfeld zur Stadtentwicklung selbstständig aufzuschreiben. Insgesamt gab es 829 Nennungen.



Ein Großteil der Würthler Haushalte sieht das Thema Anbindung im öffentlichen Nahverkehr mit 86 Nennungen (=42% aller Haushalte) als wichtigstes Themenfeld für die Stadtentwicklung für die kommenden Jahre.

Als weitere wichtige Themen stufen die befragten Haushalte die Angebote für die Jugend (79 Nennungen), das Wohnungsangebot für ältere Menschen (78 Nennungen) sowie Sanierung von Gebäuden (75 Nennungen) ein.

Weitere Bereiche mit über 60 Nennungen sind die Gestaltung und Sanierung von Straßen und Plätzen

Abbildung 33: Themen der Stadtentwicklung, Haushaltsbefragung

(68 Nennungen), Barrierefreiheit (67 Nennungen) und Ausbau des Einzelhandelsangebots (60 Nennungen).

4.3 Passantenbefragung

Ein weiterer Baustein der Datenerhebung ist eine Passanten- / Kundenbefragung, die an drei Standorten in der Stadt durchgeführt wurde. Insgesamt haben 307 Interviews, verteilt auf folgende Standorte, stattgefunden:

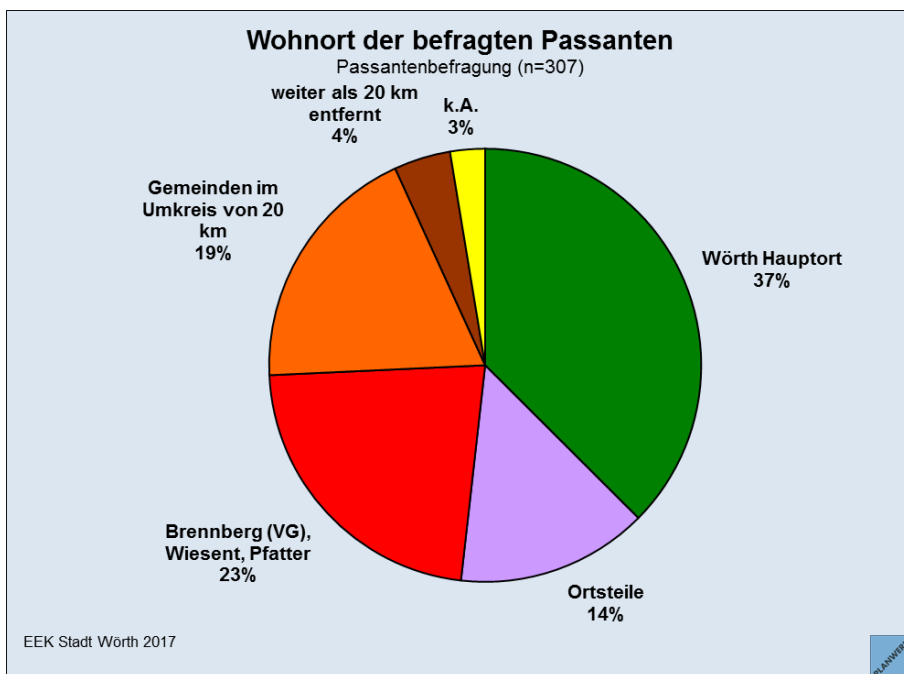
- Stadtmitte Wörth: 101
- Netto, Lidl, Rewe (Im Haslet): 172
- Penny (Bayerwaldstraße): 34

Somit fand die Mehrheit der Befragungen an den beiden Standorten Stadtzentrum und bei Netto, Lidl und Rewe im Haslet statt.

In diesem Befragungsbaustein wurden zum einen Einschätzungen der Passanten bzw. Kunden bezüglich des Standortes Wörth und zum anderen die Verhaltensweisen hinsichtlich ihres Einkaufs abgefragt.

4.3.1 Struktur der Passanten / Kunden

Von den befragten Passanten bzw. Kunden wohnen lediglich 37% der Personen in der Kernstadt (Hauptort) Wörth. Weitere 14% sind in anderen Ortsteilen von Wörth wohnhaft, davon je 6% in Weihern und Oberachdorf, je 5% in Hofdorf und Tiefenthal sowie je 3% in Zinzendorf und Kiefenholz. Damit kommt gut die Hälfte der Befragten aus dem Stadtgebiet Wörth.



Rund 23% der Passanten bzw. Kunden stammen aus den Gemeinden Brennberg, Wiesent und Pfatter.

Einen Wohnort in der übrigen näheren Umgebung, bis zu 20 km Entfernung, gaben 19% und in der weiteren Umgebung mit mehr als 20 km Entfernung, 4% der Befragten an. Keine Angaben zum Wohnort machten 3% der befragten Personen.

Somit stammt rund die Hälfte der Passanten bzw. Kunden aus der Stadt Wörth einschließlich der Ortsteile. Rund ein Viertel gab an in der näheren Umgebung wohnhaft zu sein. Der ermittelte Wert Auswärtiger / Einheimischer

Abbildung 34: Wohnort der befragten Passanten, Passantenbefragung

entspricht in etwa der Zahl aus dem Jahr 2008 (43% Auswärtige; Einzelhandelskonzept PLANWERK)

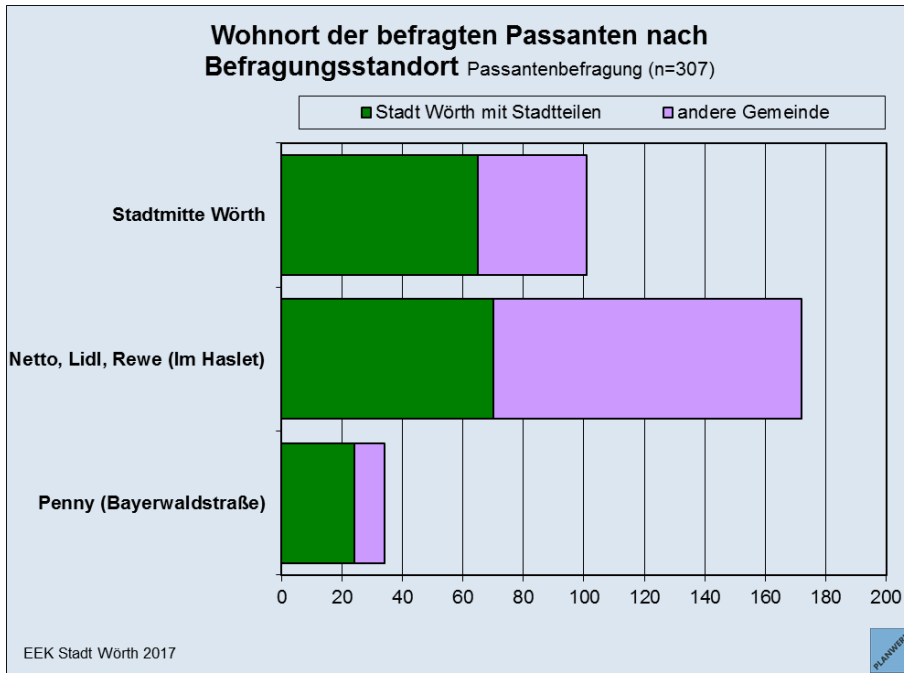


Abbildung 35: Wohnort der befragten Passanten nach Befragungsstandort, Passantenbefragung

Am Befragungsstandort Stadtmitte Würth überwiegt mit 64% der Anteil der Befragten, die aus der Stadt Würth oder den genannten Stadtteilen kommen. Am Standort Netto, Lidl, Rewe im Haslet ist jedoch die Anzahl der Passanten bzw. Kunden von auswärts mit 102 Personen und damit einem Anteil von 59% deutlich höher. Bei dem Discounter Penny in der Bayerwaldstraße überwiegen mit 71% die Passanten bzw. Kunden, die direkt aus dem Stadtgebiet Würth stammen.

Die Verteilung findet vor allem bei der Bewertung und Analyse der Kaufkraftbindung und der Kaufkraftpotenziale Eingang.

Bei den befragten Passanten bzw. Kunden liegt der Anteil der Frauen mit 61% über dem Anteil der Männer (39%). Aufgrund der angetroffenen Gesamtheit der Passanten bzw. Kunden entspricht dieser Anteil etwa der Situation der Passanten bzw. Kunden in der Stadt Würth.

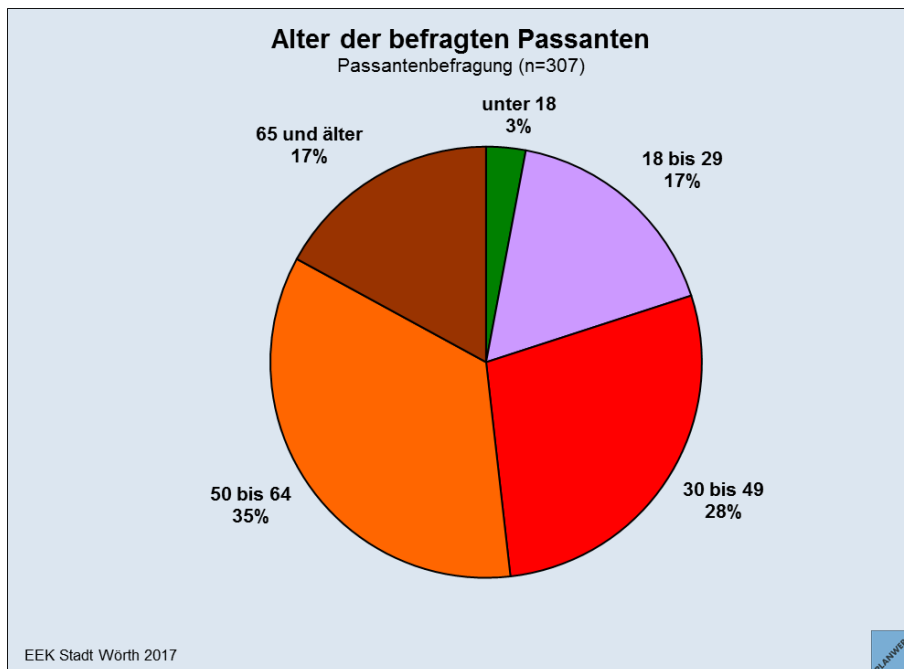
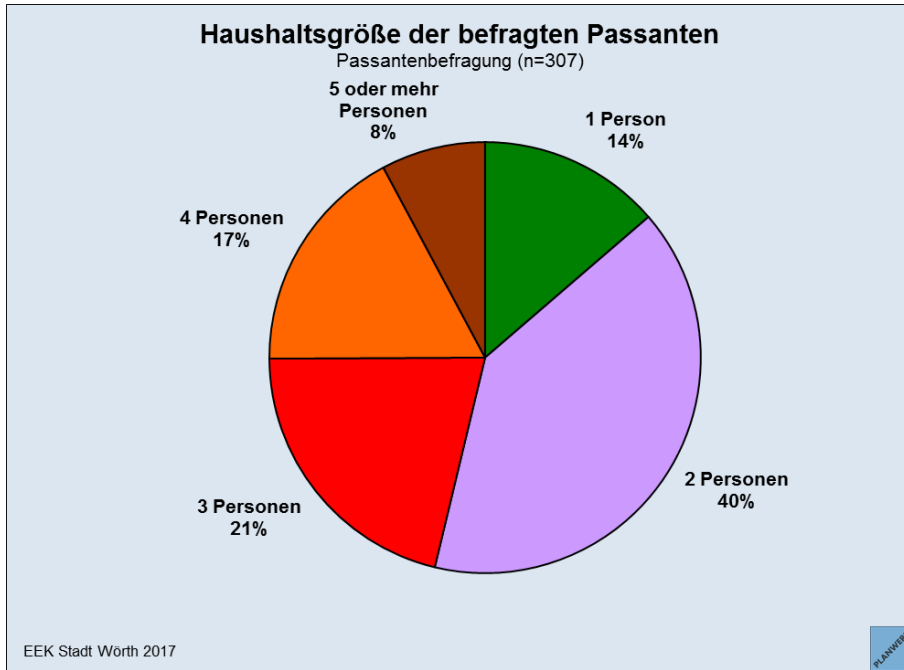


Abbildung 36: Alter der befragten Passanten, Passantenbefragung

Am häufigsten wurden Personen im Alter zwischen 50 und 64 Jahren (35%) befragt. Etwas über ein Viertel der Befragten (28%) sind 30 bis 49 Jahre alt.

Gleich stark vertreten sind die beiden Altersgruppen der 18 bis 29-Jährigen und 65-Jährigen und älter, beide mit einem Anteil von je 17%. Unter 18-Jährige wurden nur vereinzelt befragt.

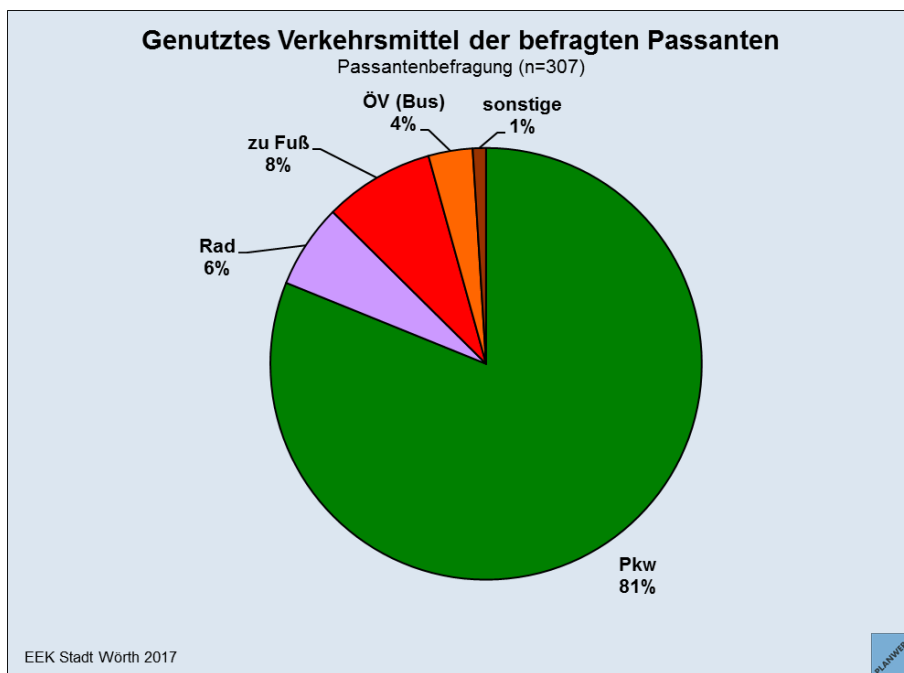


Da die Haushaltsgröße das Kaufverhalten beeinflusst, wurden die interviewten Passanten bzw. Kunden diesbezüglich befragt.

40% der Befragten gaben an in einem 2-Personen-Haushalt und 14% in einem Einpersonenhaushalt zu leben.

In Mehrpersonenhaushalten mit drei oder mehr Personen leben insgesamt knapp 46% der Befragten.

Abbildung 37: Haushaltsgröße der befragten Passanten, Passantenbefragung



Der größte Anteil der Befragten mit 81% erreichte den Einkaufsort bzw. den Befragungsstandort mit dem Pkw.

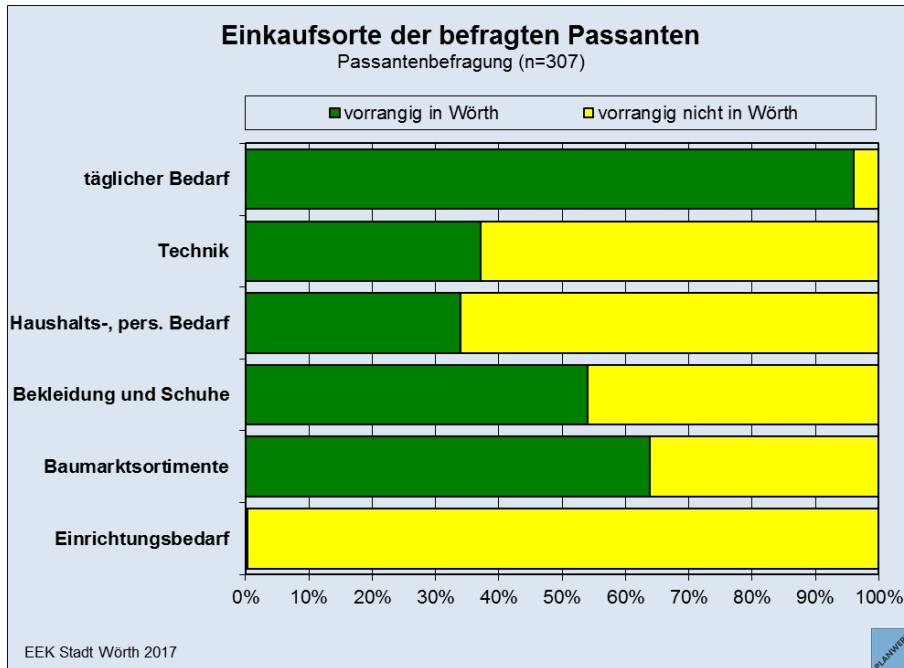
Lediglich 8% der Passanten bzw. Kunden kamen zu Fuß, 6% mit dem Rad, 4% mit dem öffentlichen Nahverkehr und 1% mit sonstigen Verkehrsmitteln, wie bspw. Roller.

Abbildung 38: Genutztes Verkehrsmittel der befragten Passanten, Passantenbefragung

4.3.2 Wörth als Einkaufsort

Eine wichtige Erkenntnis aus der Passantenbefragung bildet die Auswertung des räumlichen Einkaufsverhaltens der befragten Personen.

72% der Passanten bzw. Kunden geben an ihre Einkäufe im Allgemeinen, ohne Abfrage von bestimmten Sortimentsgruppen, zum größten Teil in der Stadt Wörth zu tätigen. 26% geben an zumindest einige Einkäufe in Wörth zu tätigen und 2% kaufen generell nicht in der Stadt Wörth ein.



Die nebenstehende Abbildung zeigt das Einkaufsverhalten der befragten Passanten bzw. Kunden differenziert nach Sortimentsgruppen. Gefragt wurde, an welchem Ort die Produkte jeweils vorrangig eingekauft werden.

Produkte des täglichen Bedarfs werden von rund 96% der befragten Passanten bzw. Kunden vorrangig in der Stadt Wörth gekauft, Baumarktsortimente von rund 64%.

Einkäufe im Bereich Bekleidung und Schuhe werden von rd. 54 % vorrangig in Wörth erledigt.

Abbildung 39: Einkaufsorte der befragten Passanten, Passantenbefragung

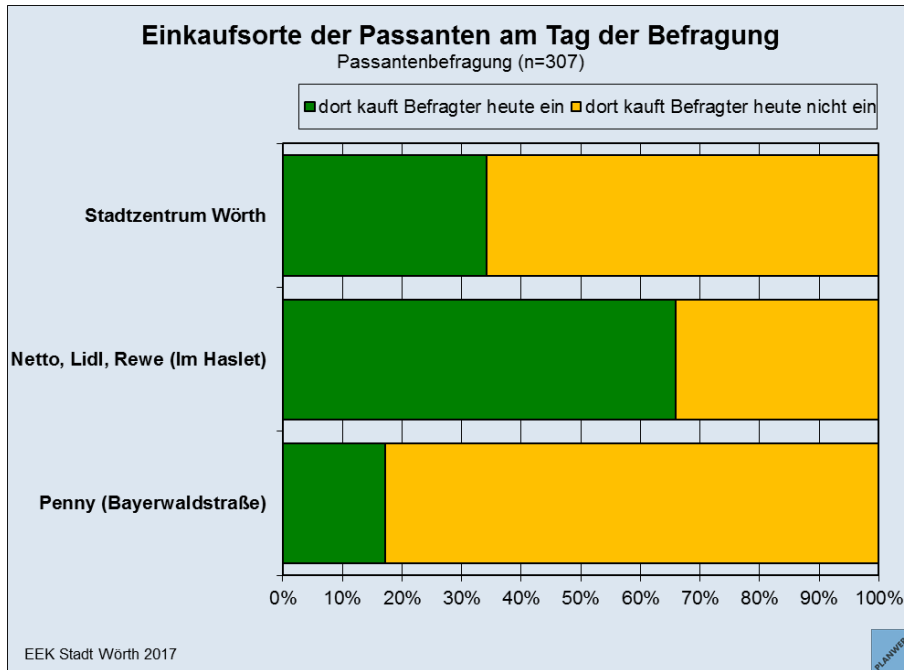
Die Sortimentsgruppen Technik und Haushaltswaren und Dinge für den persönlichen Bedarf werden von je über 30% der befragten Personen vorrangig in Wörth eingekauft.

Für die Passanten bzw. Kunden spiegelt die Stadt Wörth in der Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf derzeit keinen Einkaufsort.

Damit erreichen einzelne Sortimentsgruppen eine Kundenbindung, die für den Standort Wörth als überdurchschnittlich bezeichnet werden kann.

4.3.3 Einkaufsorte am Tag der Befragung

Die Passanten bzw. Kunden wurden zudem danach gefragt, wo sie am Tag der Befragung bereits eingekauft haben bzw. noch einkaufen werden.



Über 65% aller Befragten haben angegeben am Befragungstag am Standort Netto, Lidl, Rewe im Haslet einzukaufen. Das entspricht 193 Personen.

34% der Befragten gaben an in der Stadtmitte Würth einzukaufen. Das entspricht 98 Passanten bzw. Kunden.

Insgesamt 49 Personen gaben an den Penny in der Bayerwaldstraße am Tag der Befragung aufzusuchen, was rund 17% entspricht.

Abbildung 40: Einkaufsorte der Passanten am Tag der Befragung, Passantenbefragung

Werden die Antworten der Passanten bzw. Kunden an den jeweiligen Befragungsstandorten getrennt voneinander betrachtet, lassen sich Kopplungen erkennen. Bei der Frage nach den Einkaufsorten am Tag der Befragung konnten hierfür auch Mehrfachantworten angegeben werden.

Etwas mehr als die Hälfte der Passanten bzw. Kunden, die in der Stadtmitte zu den Einkaufsorten am Befragungstag gefragt wurden, gaben auch an in der Stadtmitte von Würth einzukaufen zu gehen (55 von 101 Befragten). 26 Personen suchten am gleichen Tag den Standort bei Netto, Lidl, Rewe im Haslet zum Einkauf auf und 11 Befragte den Standort Penny.

Der Großteil der am Standort bei Netto, Lidl, Rewe im Haslet befragten Passanten bzw. Kunden gab an am Tag der Befragung am Befragungsstandort einzukaufen (156 von 172 Befragten). 31 Befragte nutzten am gleichen Tag die Stadtmitte Würths als Einkaufsort. Lediglich 5 Personen gaben an am Standort Penny in der Bayerwaldstraße einzukaufen.

Am Befragungsstandort Penny (34 Befragte) nutzten die Passanten bzw. Kunden am Tag der Befragung ebenfalls überwiegend den jeweiligen Befragungsstandort als Einkaufsort (33 Personen). 12 Befragte gaben an ebenso die Stadtmitte Würth für ihren Einkauf aufzusuchen und 11 befragte Personen den Befragungsstandort netto, Lidl, Rewe.

Insgesamt erreicht die Stadtmitte Würth den höchsten Wert von Besuchen bzw. Einkäufen zusätzlich zu dem Standort, an dem die Passanten bzw. Kunden jeweils angetroffen wurden.

V.a. die am Standort Penny Befragten verbinden im Verhältnis betrachtet ihren Besuch teilweise mit einem Einkauf am Standort Stadtmittte Würth. In verhältnismäßig geringerem Umfang gilt dies auch für die Passanten an dem Standort Netto, Lidl, Rewe.

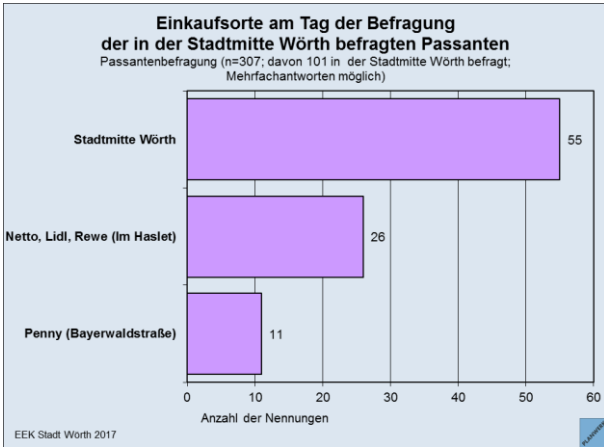


Abbildung 41: Einkaufsorte: Befragungsstandort Stadtmittte Würth, Passantenbefragung

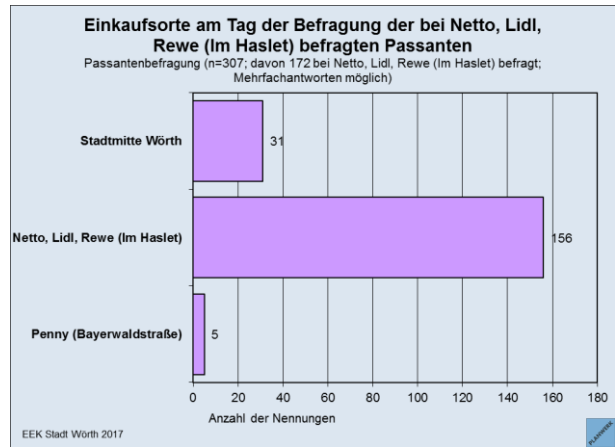


Abbildung 42: Einkaufsorte: Befragungsstandort Netto, Lidl, Rewe (Im Haslet) , Passantenbefragung

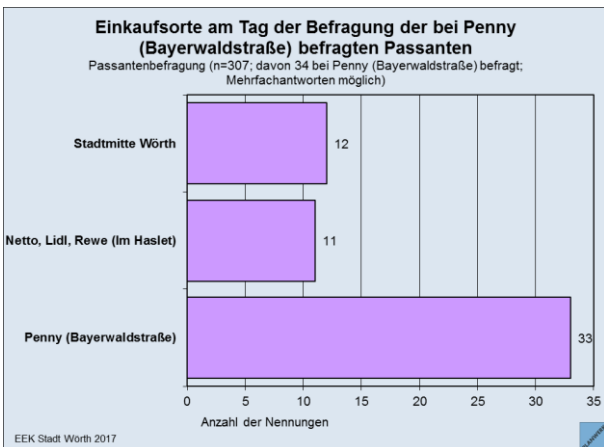


Abbildung 43: Einkaufsorte: Befragungsstandort Penny (Bayerwaldstraße) , Passantenbefragung

4.3.4 Positive Aspekte der Wörther Standorte

Die Passanten bzw. Kunden wurden in einer offenen Frage gefragt, was sie jeweils an dem Standort, an dem sie angetroffen wurden, besonders schätzen, d.h. in der Stadtmitte Wörth, am Standort Netto, Lidl, Rewe sowie am Standort Penny. Es waren bis zu drei Nennungen möglich, insgesamt gab es 364 Nennungen.

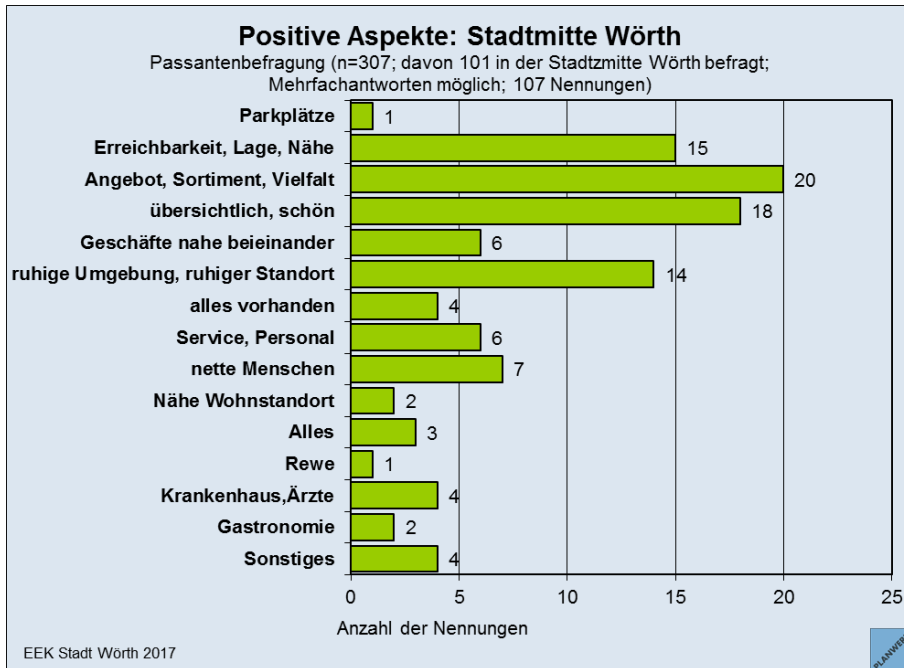


Abbildung 44: Positive Aspekte der Stadtmitte Wörth, Passantenbefragung

In der Stadtmitte Wörth bewerten die Passanten bzw. Kunden vor allem den Aspekt Angebot, Sortiment und Vielfalt (20 Nennungen) und die Übersichtlichkeit und Schönheit (18 Nennungen) als positive Aspekte der Stadtmitte.

Als weitere Stärken nennen die befragten Personen den die Erreichbarkeit, Lage und Nähe (15 Nennungen) sowie die ruhige Umgebung bzw. die Stadtmitte als ruhigen Standort (14 Nennungen).

Weitere positive Aspekte sind die Nähe der Geschäfte zueinander, die ärztliche Versorgung vor Ort sowie der Service und das Personal.

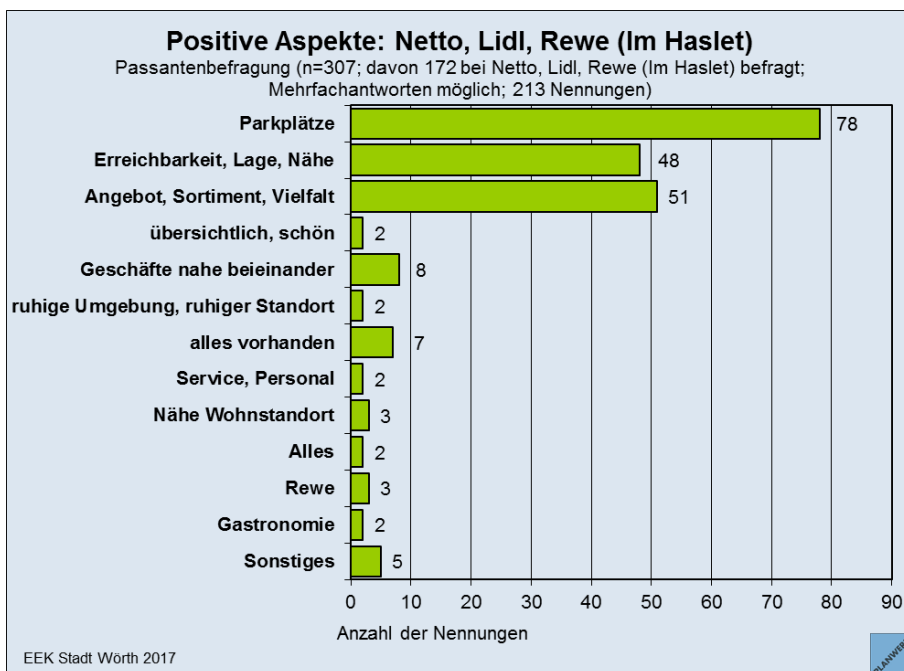
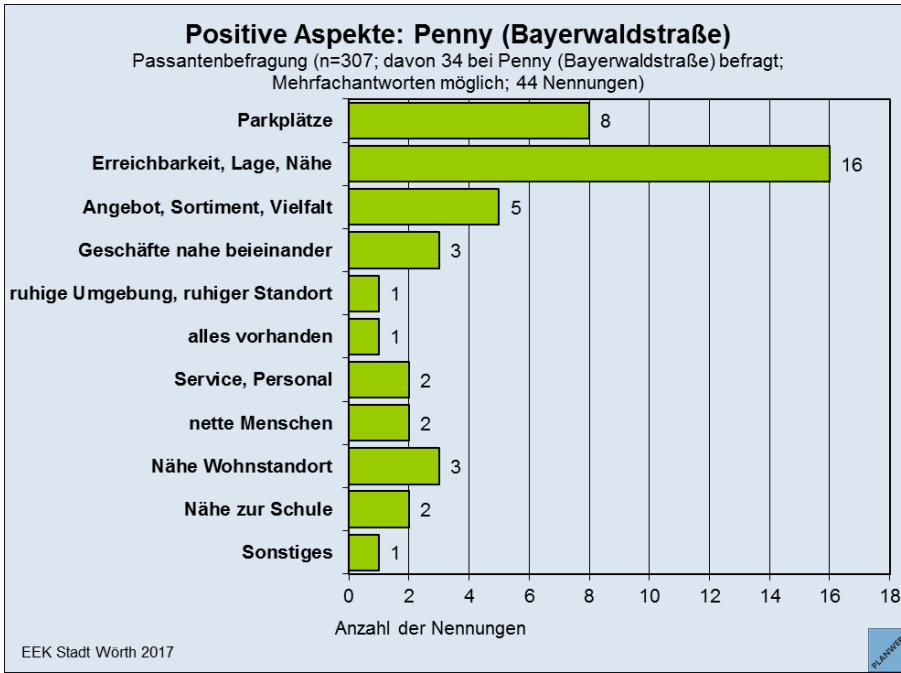


Abbildung 45: Positive Aspekte: Netto, Lidl, Rewe (Im Haslet) , Passantenbefragung

Am Standort Netto, Lidl, Rewe erhält der Aspekt Parkplätze mit Abstand die häufigsten Nennungen (78).

An zweitwichtigster Stelle mit ähnlich vielen Nennungen wird von den befragten Passanten bzw. Kunden mit 51 Nennungen der Aspekt Angebot, Sortiment und Vielfalt und mit 48 Nennungen die Erreichbarkeit, Lage und Nähe hervorgehoben.

Des Weiteren werden mit großem Abstand zu den am meisten genannten Aspekten unter anderem die Nähe der Geschäfte beieinander oder auch die Nähe zum Wohnstandort positiv beurteilt.



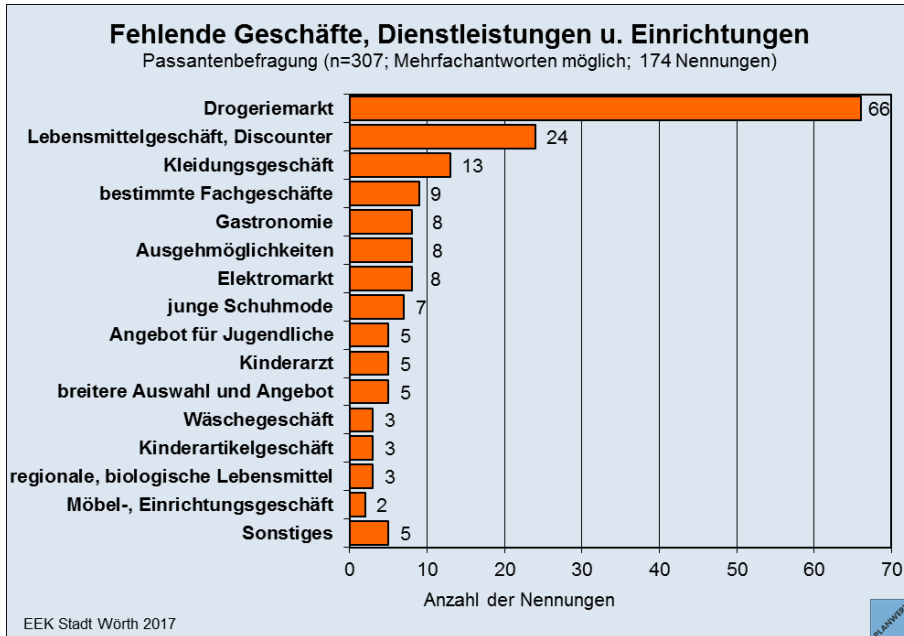
Mit 16 Nennungen bewerten die Passanten bzw. Kunden am Standort Penny die Erreichbarkeit, Lage und Nähe als wichtigsten positiven Aspekt.

Zudem werden das Angebot, Sortiment und Vielfalt (5 Nennungen) sowie die Parkplätze (8 Nennungen) von den Befragten positiv bewertet.

Abbildung 46: Positive Aspekte: Penny (Bayerwaldstraße) , Passantenbefragung

4.3.5 Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen

Ebenfalls in einer offenen Frage wurden die Passanten bzw. Kunden danach gefragt, welche Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen ihnen in der Stadt Wörth fehlen. Es waren bis zu drei Nennungen möglich.



In allererster Stelle wird von den Befragten ein Drogeriemarkt (66 Nennungen) vermisst.

Mit deutlich weniger Nennungen fehlen den Befragten ein weiteres Lebensmittelgeschäft bzw. Discounter (24 Nennungen), ein Kleidungsgeschäft (13 Nennungen), weitere Fachgeschäfte (9 Nennungen) oder Einkehr- bzw. Ausgehmöglichkeiten (je 8 Nennungen).

Ebenso werden ein Angebot für Jugendliche, ein Kinderarzt und weitere Angebote, bspw. aus dem Bereich Wellness und Entspannung, mit je 5 Nennungen vermisst.

Abbildung 47: Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen und Einrichtungen, Passantenbefragung

4.3.6 Einschätzung von Stärken und Schwächen der Stadt Wörth

Auch die Bewertung der gesamten Stadt Wörth bildete einen Bestandteil der Passantenbefragung. Hier waren ebenfalls jeweils bis zu drei Antworten möglich.



Als größte Stärke der Stadt Wörth wurde der Aspekt der Lage durch die gute Erreichbarkeit und Anbindung mit 73 Nennungen genannt. Das Kleinstadtfair aufgrund des ländlichen Ambientes der Stadt Wörth erhielt 60 Nennungen.

Passend dazu wird von 44 Befragten die schöne Umgebung in Bezug auf Landschaft und Natur erwähnt. Ebenso loben 47 der befragten Personen die netten und offenen Einwohner der Stadt.

Abbildung 48: Stärken der Stadt Wörth, Passantenbefragung

Als weitere Stärken beschreiben die Passanten bzw. Kunden das bestehende Angebot und die Vielfalt an Einkaufsmöglichkeiten (32 Nennungen) sowie das Vorhandensein aller lebensnotwendigen Dinge in der Umgebung (28 Nennungen).

Mit jeweils 22 Nennungen beurteilen die Befragten die Ruhe in der Stadt und das bestehende Freizeitangebot durch das Hallenbad und den Vereinen als positive Aspekte der Stadt Wörth. Weitere positive Nennungen sind in der Abbildung dargestellt.

Insgesamt gibt es 415 Nennungen zu den Stärken der Stadt Wörth und nur 215 Nennungen zu den Schwächen der Stadt.



Als die beiden größten Schwächen der Stadt Wörth werden von den befragten Passanten bzw. Kunden die problematische Verkehrssituation (61 Nennungen) sowie die insgesamt schlechte Parkplatzsituation (59 Nennungen) beschrieben. Hierzu werden besonders die chaotische Verkehrs- und Parkplatzsituation in der Ludwigstraße (21 Nennungen) und Defizite beim öffentlichen Nahverkehr (12 Nennungen) erwähnt.

Weitere negative Aspekte der Stadt Wörth sind zum einen die Öffnungszeiten, Preise oder auch das Angebot der Geschäfte (11 Nennungen),

fehlende Ausgehmöglichkeiten (7 Nennungen) sowie die mangelnde Lebendigkeit in der Innenstadt und bauliche Missstände (je 6 Nennungen). Weitere negative Nennungen sind in der Abbildung dargestellt.

Abbildung 49: Schwächen der Stadt Wörth, Passantenbefragung

4.4 Runder Tisch Einzelhandel

Am 08.03.2018 wurde von der Stadt Wörth a.d.Donau der runde Tisch Einzelhandel einberufen; die Moderation hatte Claus Sperr / Büro PLANWERK: Vertreter der Stadt Wörth diskutierten gemeinsam mit den oberpfälzischen Vertreter des Handelsverbands Bayern sowie Mitgliedern des Vorstands der der Werbegemeinschaft Wörth die Analyse und Empfehlungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes. Das Ergebnis dieses Gesprächs fand Eingang in die beiden anschließend durchgeführten Stadtratsklausuren sowie in den vorliegenden Abschlussbericht.

4.5 Stadtratsklausuren zur Einzelhandelsentwicklung

Am 10.03.2018 und am 26.04.2018 fanden Stadtratsklausuren statt, die sich beide der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Wörth widmeten (Moderation Claus Sperr, Büro PLANWERK). Die Ergebnisse dieser beiden Klausuren wurden in den vorliegenden Abschlussbericht eingearbeitet.

5 Bestandssituation im Einzelhandel

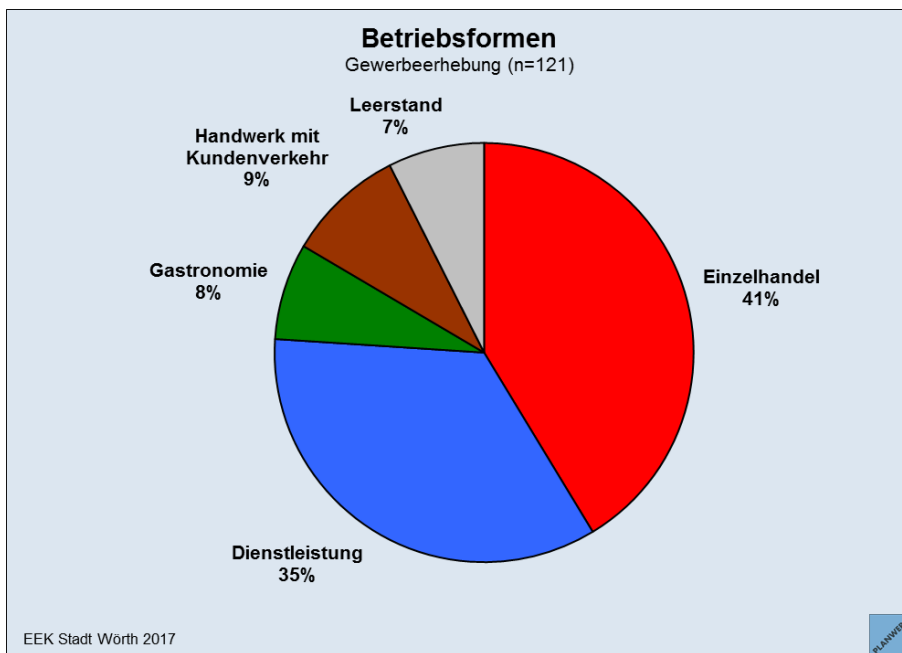
5.1 Gewerbestandorte

Das Entwicklungskonzept für den Einzelhandel für die Stadt Wörth basiert neben den im vorhergehenden Kapitel dargestellten Resultaten aus den Befragungen vor allem auf der Erhebung der Unternehmen in der gesamten Stadt.

Insgesamt wurden in der Stadt Wörth 121 Gewerbebetriebe einschließlich gewerblicher Leerstände erfasst. Die Erhebungen wurden im Zeitraum von Mai bis Juli 2017 durchgeführt.

Die insgesamt 121 (EEK 2008: 100) erfassten Einheiten gehören zu folgenden Bereichen:

- 50 Einzelhandel (EEK 2008: rd. 50)
- 42 Dienstleistung (EEK 2008: 20)
- 9 Gastronomie (EEK 2008: 17)
- 11 Handwerk mit Kundenverkehr (EEK 2008: 11 sonstige Gewerbebetriebe)
- 9 Leerstand (EEK 2008: 4)



Ladengeschäfte, die vor allem im Verkauf tätig sind, wie Bäckereien und Metzgereien, aber per Definition eigentlich dem Handwerk zugerechnet werden, wurden dabei unter dem Bereich Einzelhandel subsumiert.

Die Erhebung der Betriebe fand im gesamten Stadtgebiet Wörth statt, einschließlich der Ortsteile.

Abbildung 50: Betriebsformen

Die folgenden Kartendarstellungen zeigen eine Detailübersicht zu den Gewerbestandorten im Hauptort Wörth ergänzt mit Angaben zu den Betrieben in den Ortsteilen.

5.2 Standorte der Ladenleerstände

Die im Rahmen der Gewerbeerhebung erfassten gewerblichen Leerständen sind in erster Linie entlang der Hauptstraße in der Altstadt mit rd. 350 m² freier Verkaufsfläche und am ehem. REWE-Standort mit rd. 1.400 m² Verkaufsfläche zu verorten. Weitere finden sich in den Ortsteilen Hofdorf und Zinzendorf.

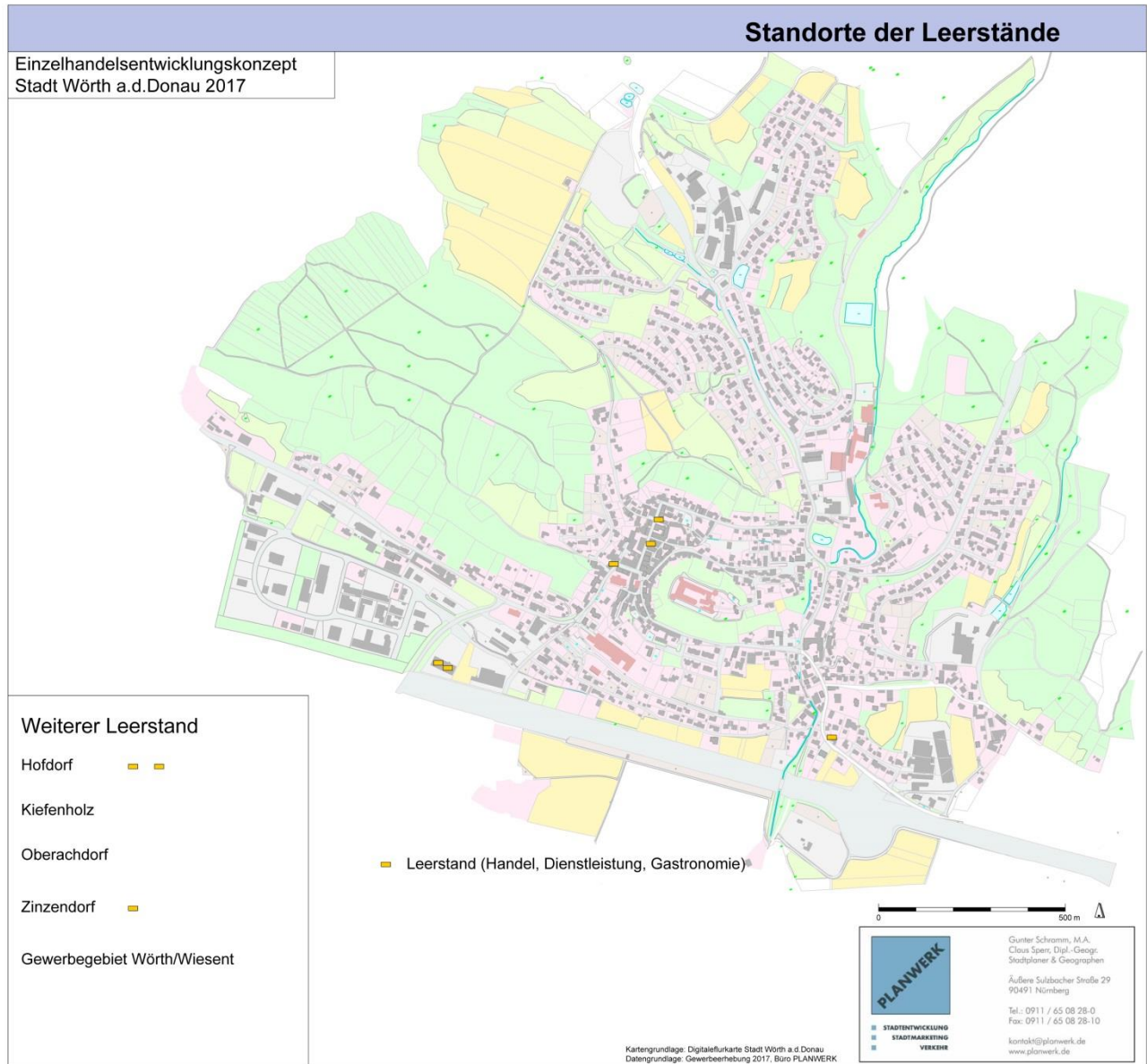


Abbildung 52: Standorte der gewerblichen Leerstände

5.3 Einzelhandelsstandorte

Neben der reinen Verteilung der Standorte wurde im Rahmen der Erhebungen die Verkaufsfläche der insgesamt 50 Einzelhandelsbetriebe aufgenommen. Die folgende Karte zeigt die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe, die sich im Hauptort Wörth befinden. Zudem sind die Unternehmen in den Ortsteilen dargestellt. Jeder abgebildete Kreis symbolisiert einen Einzelhandelsbetrieb, wobei die Kreisgröße die vorhandene Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebs aufzeigt.

Die dargestellte Verteilung der Betriebe macht deutlich, dass sich die Mehrzahl der Einzelhandelsbetriebe mit kleinen Verkaufsflächen in der Altstadt Wörths, entlang der Ludwigsstraße und im Rathausumfeld, befindet. Betriebe mit größeren Verkaufsflächen sind außerhalb des Ortskerns angesiedelt. Vor allem im Westen entlang der Regensburger Straße und der Bahnhofstraße sowie im Osten in der Bayerwaldstraße sind Geschäfte mit größeren Verkaufsflächen vorzufinden. Zudem sind größere Betriebe auch im Gewerbegebiet Wörth/Wiesent angesiedelt, in den Ortsteilen Wörths finden sich Einzelhandelsstandorte mit geringeren Verkaufsflächen.

Für den Hauptort Wörth lässt sich eine zweigeteilte Größenstruktur der Einzelhandelsbetriebe erkennen. Die Geschäftslage der kleineren Ladengeschäfte ist entlang der Achse „Kirchplatz – Marktplatz-Ludwigsstraße“ gebündelt. Die Standorte der größeren Einzelhandelsbetriebe sind vorwiegend entlang der Verbindungsstraßen zu den Nachbargemeinden bzw. Ortsteilen.

Im Vergleich mit der Gewerbeerhebung im Rahmen des EEK von 2008 zeigt sich, dass weiterhin die kleinen Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt und größere Betriebe im Gewerbegebiet zwischen Regensburger Straße und der Autobahn A3 zu finden sind. Neu ist der Einzelhandelsstandort in der Bayerwaldstraße sowie die Verlagerung und Vergrößerung des Betriebs in der Bahnhofstraße.

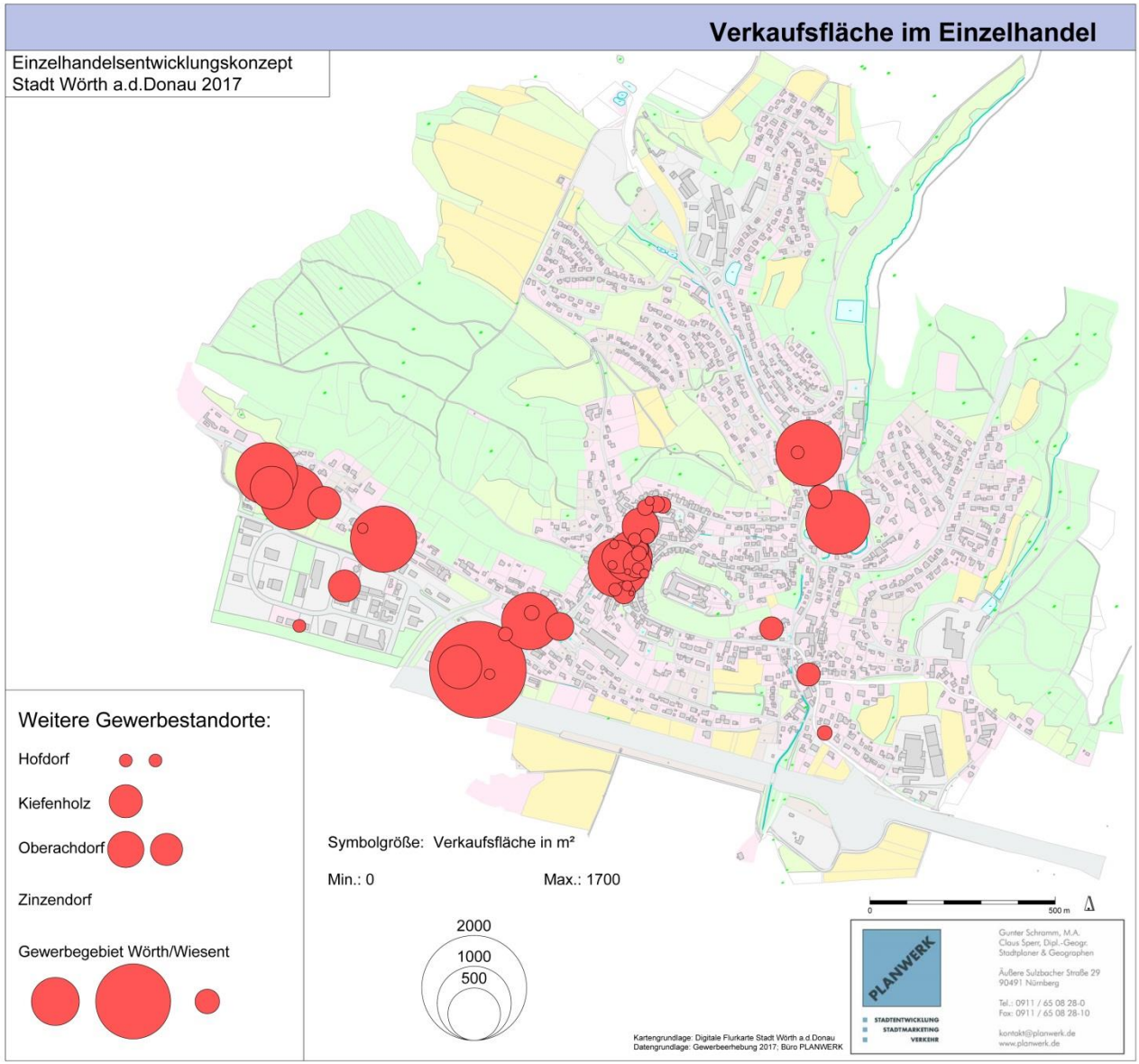


Abbildung 53: Verkaufsfläche im Einzelhandel

5.4 Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen und -gruppen (Bestand)

Die folgende Abbildung zeigt die Summe der Verkaufsflächen, die in der Stadt Wörth im Rahmen der Erhebungen im Sommer 2017 erfasst wurden.

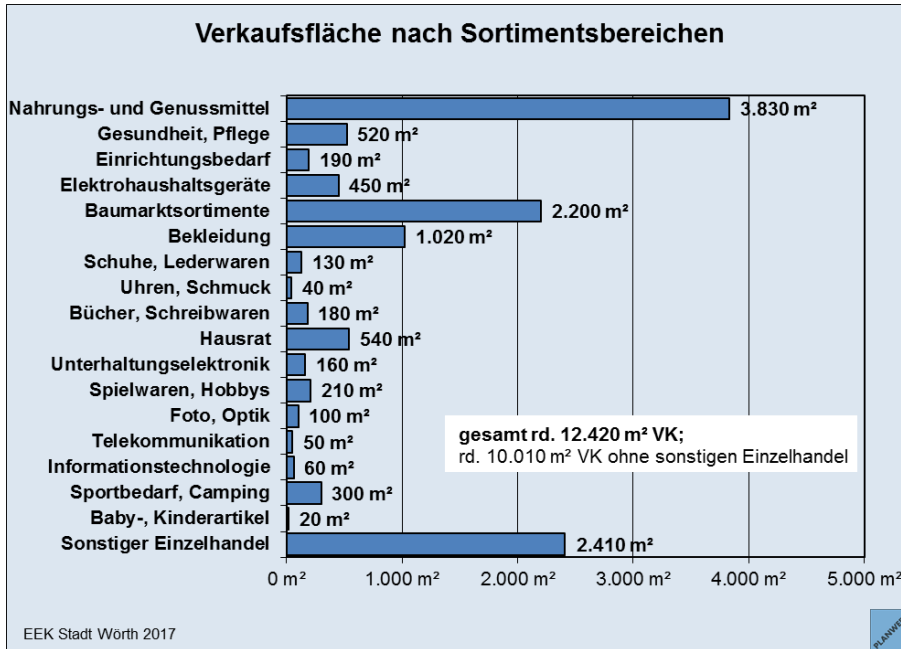


Abbildung 54: Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen

Insgesamt wurden in der Stadt Wörth rd. 10.010 m² Verkaufsfläche (EEK 2008: rd. 9.200 m²) in den 17 unterschiedenen Sortimentsbereichen ohne den sonstigen Einzelhandel, der bei der vorliegenden Analyse meist ausgeblendet wird, erfasst. Einschließlich des sonstigen Einzelhandels sind es rd. 12.420 m² Verkaufsfläche (EEK 2008: rd. 9850 m²).

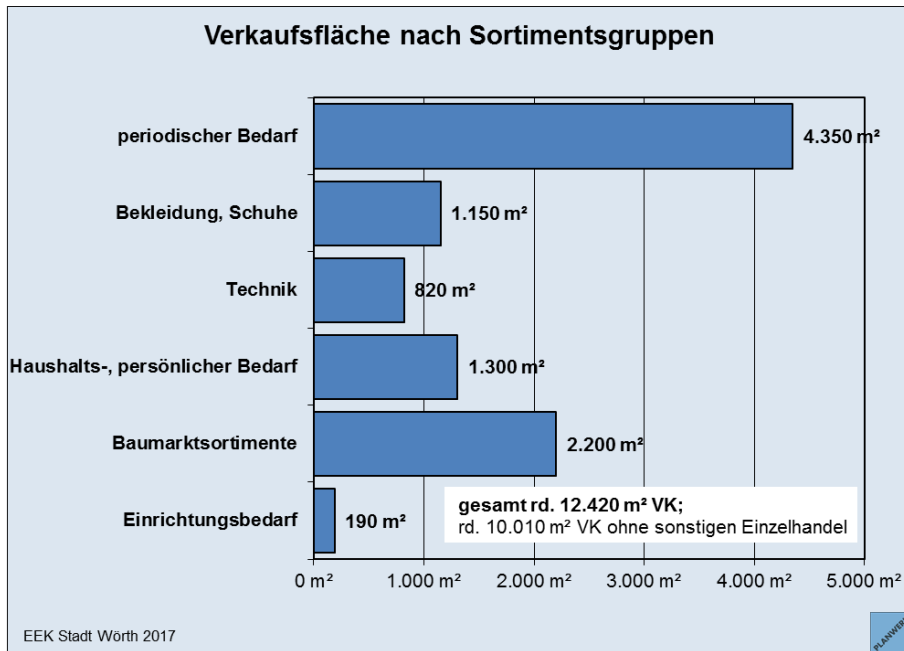
Der Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel weist mit rd. 3.800 m² die größte Verkaufsfläche in der Stadt Wörth auf (EEK 2008: rd. 3.260 m²).

Weitere große Verkaufsflächen finden sich im Bereich Baumarktsortimente mit rd. 2.200 m² (EEK 2008: rd. 1.540 m²).

Somit machen beide Sortimentsbereiche zusammen rd. die Hälfte des lokalen Einzelhandelsangebots in der Stadt Wörth aus.

Darüber hinaus zeigt das Angebot an Verkaufsfläche im Einzelhandel folgende Auffälligkeiten:

- Rd. 1.020 m² Verkaufsfläche sind im Sortimentsbereich Bekleidung vorhanden, welches überwiegend im Stadtzentrum angesiedelt ist (EEK 2008: rd. 1.300 m²).
- Im Sortimentsbereich Hausrat bestehen rd. 540 m² Verkaufsfläche.
- Der Sortimentsbereich Gesundheit und Pflege umfasst rd. 520 m² Verkaufsfläche, welche sich v.a. sowohl aus dem Angebot des einzigen Drogeriemarktes als auch der örtlichen Vollsortimenter und Lebensmittel-discounter zusammensetzt (EEK 2008: rd. 970 m²).
- Im Vergleich sehr wenig Verkaufsfläche finden sich in den Sortimentsbereichen Informationstechnologie, Telekommunikation, Uhren und Schmuck sowie Baby- und Kinderartikel.



Mit der Darstellung der Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen wird die Wichtigkeit der Sortimentsgruppe periodischer Bedarf, also Artikel aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Pflege, deutlich.

An zweiter Stelle folgt wiederum die Sortimentsgruppe Baumarktsortimente.

Abbildung 55: Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen

5.5 Verteilung der Einzelhandelsangebote

Die Karten auf den folgenden Seiten stellen jeweils die Verkaufsflächen bzw. deren Verteilung im Hauptort Würth in den einzelnen Sortimentsgruppen dar.

5.5.1 Sortimentsgruppe periodischer Bedarf

Die Sortimentsgruppe der Güter des periodischen Bedarfs umfasst die Sortimentsbereiche der Nahrungs- und Genussmittel sowie der Gesundheit, Pflege. Allesamt Produkte, die regelmäßig - also periodisch - gekauft werden. In diese Sortimentsgruppe fallen generell die Discounter und Vollsortimentmärkte sowie der kleinere Einzelhandel des täglichen Bedarfs, wie Bäcker, Metzger oder Gemüsegeschäfte usw. sowie Drogerien usw. Die Angebote des periodischen Bedarfs machen eine gute Nahversorgung aus und sollten somit möglichst gut für die Bevölkerung erreichbar sein.

Insgesamt bestehen rd. 4.400 m² Verkaufsfläche in der gesamten Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs, was knapp die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche Würths ausmacht. Auf dem Großteil dieser Verkaufsflächen werden Nahrungs- und Genussmittel angeboten, lediglich auf rd. 520 m² entfallen Produkte für Gesundheit und Pflege.

Die folgende Karte zeigt, dass Sortimente des periodischen Bedarfs auf kleineren bis mittelgroßen Verkaufsflächen v.a. im Zentrum entlang der Ludwigstraße zu erwerben sind. Auch im Ortsteil Hofdorf sowie im Gewerbegebiet Würth/Wiesent finden sich Einzelhandelsstandorte mit Angebot des periodischen Bedarfs.

Größere Verkaufsflächen von Produkten des periodischen Bedarfs konzentrieren sich außerhalb der Altstadt sowohl an den

größeren Straßen im Gewerbegebiet Im Haslet, als auch in der Bayerwaldstraße.

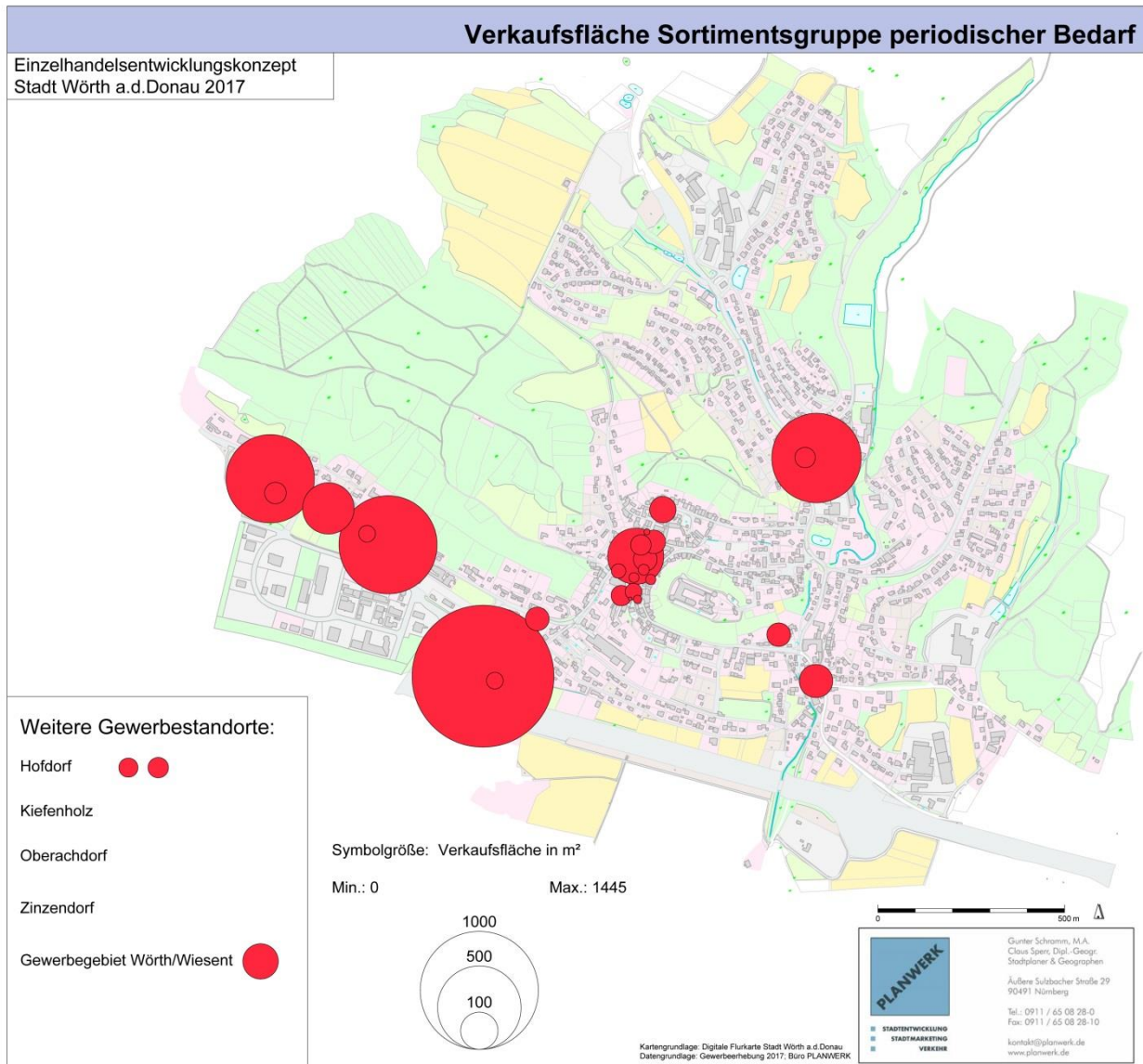


Abbildung 56: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe periodischer Bedarf

Seit den Erhebungen aus dem Jahr 2008 für das Einzelhandelsentwicklungskonzept wurde der Vollsortimenter-Markt in der Bahnhofstraße vergrößert und in der Bayerwaldstraße ein weiterer Discounter mit zusätzlichem Metzgerei-Ladengeschäft eröffnet worden.

5.5.2 Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe

Die generell wichtigste Sortimentsgruppe hinsichtlich der innenstadt- bzw. zentrenrelevanten Produkte ist die Gruppe Bekleidung, Schuhe mit den Sortimentsbereichen Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren.

Mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.1.50 m² entspricht die Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe einem Verkaufsflächenanteil von rd. 11%.

Aus der Karte ist deutlich zu erkennen, dass das Angebot von Bekleidung und Schuhen überwiegend im Stadtzentrum zu finden ist. Hier umfasst wiederum das große, zweigeschossige Modehaus am Marktplatz den Großteil der Verkaufsfläche. Eine weitere größere Verkaufsfläche liegt im Westen der Kernstadt an der Regensburger Straße. Kleinere Flächen finden sich an den weiteren Standorten Im Haslet und an der Bayerwaldstraße, an denen die Vollsortimentmärkte und Discounter auch Verkaufsflächen für Bekleidung nutzen.

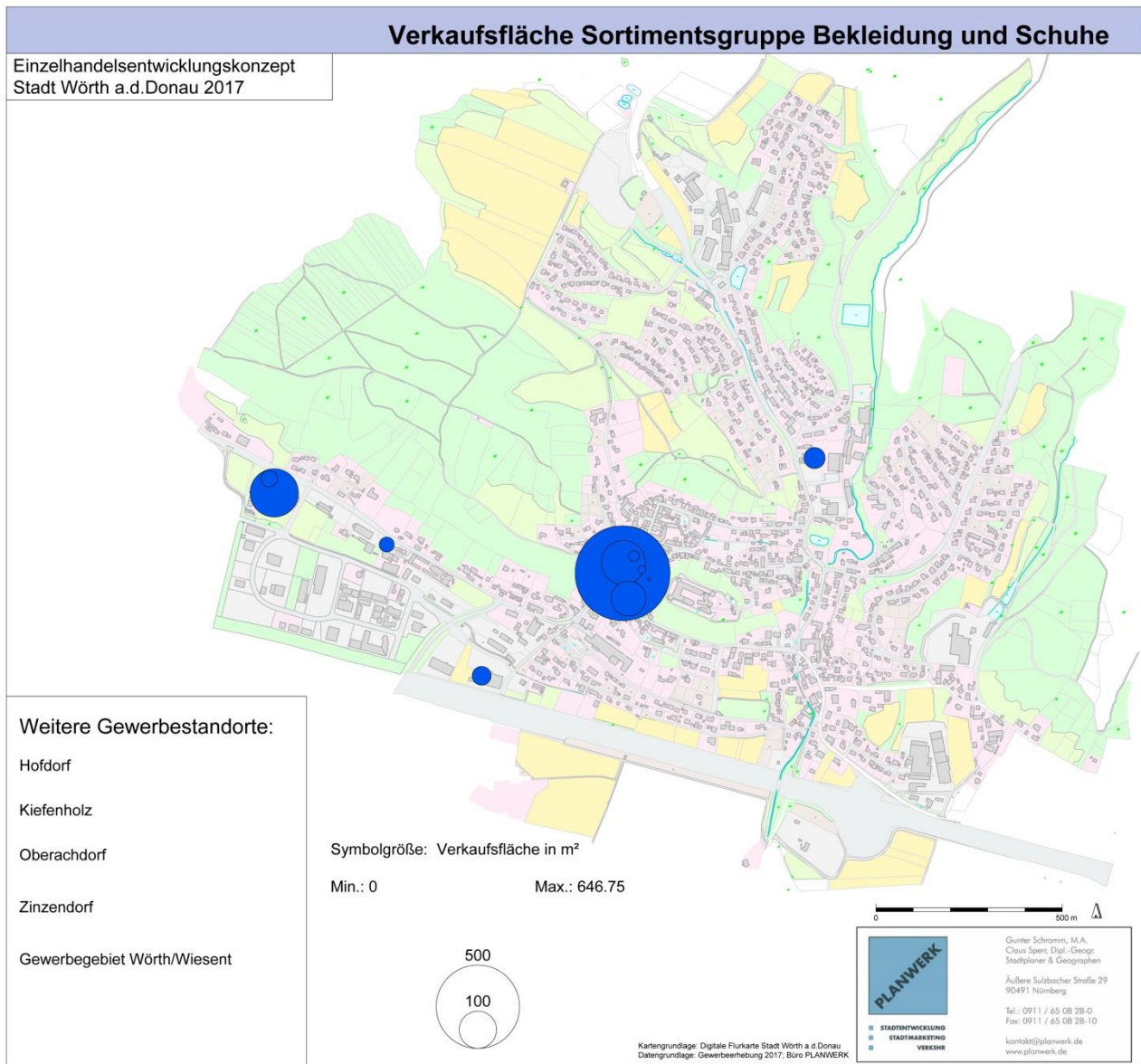


Abbildung 57: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe

5.5.3 Sortimentsgruppe Technik

Die Sortimentsgruppe Technik setzt sich aus den Sortimentsbereichen Elektrohaushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Foto und Optik, Telekommunikation sowie Informationstechnologie zusammen. Insgesamt sind es in Wörth rd. 800 m² Verkaufsfläche in der gesamten Sortimentsgruppe.

Ein Betrieb mit einer größeren Verkaufsfläche in der Sortimentsgruppe Technik befindet sich südlich des Zentrums an der Donaustraße. Kleinere Flächen finden sich sowohl in der Ludwigsstraße, als auch an den Standorten ‚Im Haslet‘, Bayerwaldstraße und Straubinger Straße.

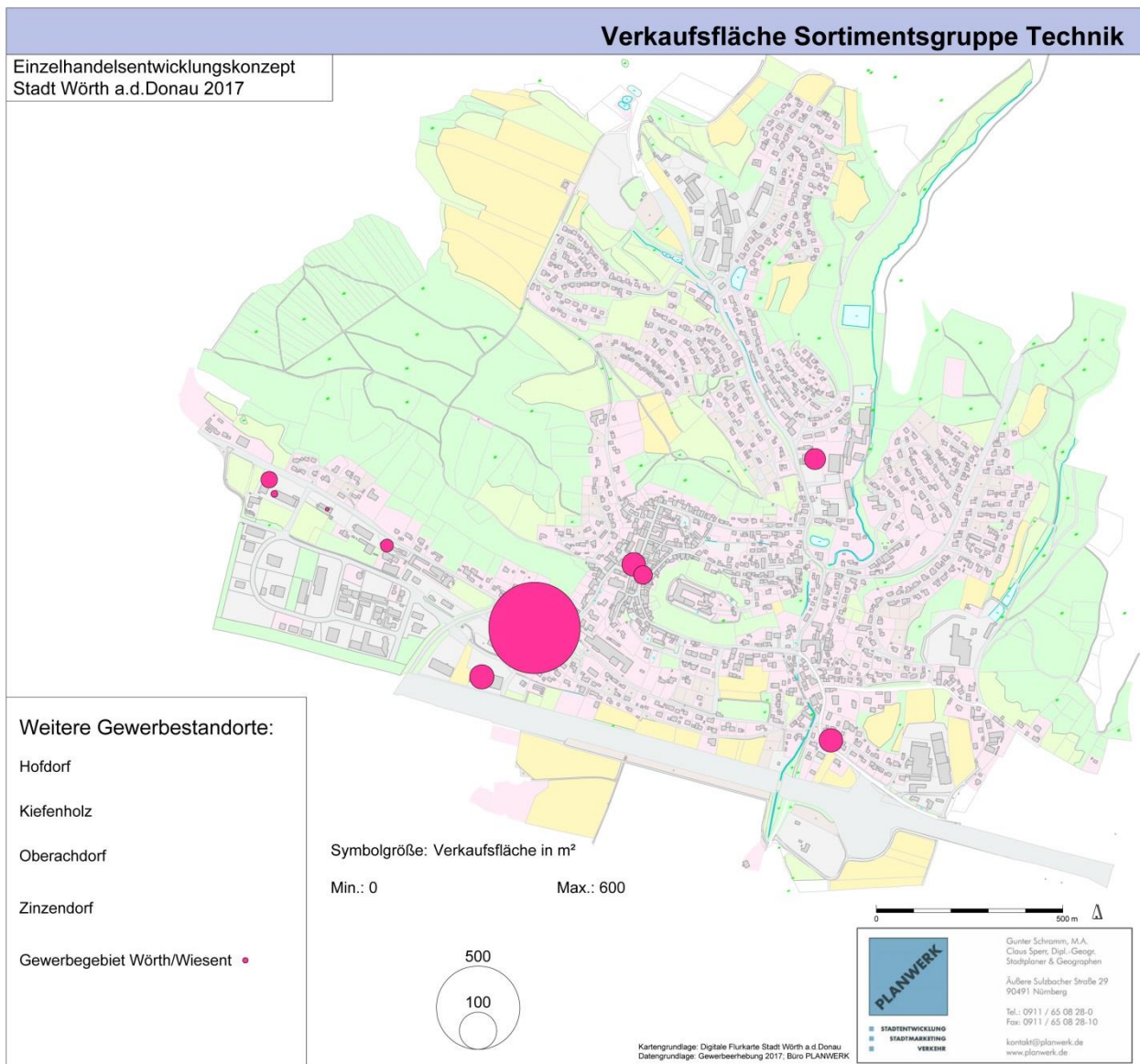


Abbildung 58: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Technik

5.5.4 Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf

Mit den Sortimentsbereichen Uhren und Schmuck, Hausrat, Bücher und Schreibwaren, Spielwaren und Hobbys, Sportbedarf und Camping sowie Baby- und Kinderartikel sind in der Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf alle jene Sortimentsbereiche vertreten, die Produkte zum Haushalt oder zur rein persönlichen Verwendung anbieten. Die Sortimentsgruppe erreicht in der Summe eine Verkaufsfläche von gut 1.300 m².

Zur Gesamtfläche tragen mehrere Geschäfte bei, die Angebote im Haushalts- und persönlichen Bedarf jedoch teilweise zusätzlich neben anderen Sortimentsgruppen haben. Größere Flächen ergeben sich durch mehrere Fachgeschäfte im Zentrum der Stadt Wörth in der Ludwigstraße und am Marktplatz.

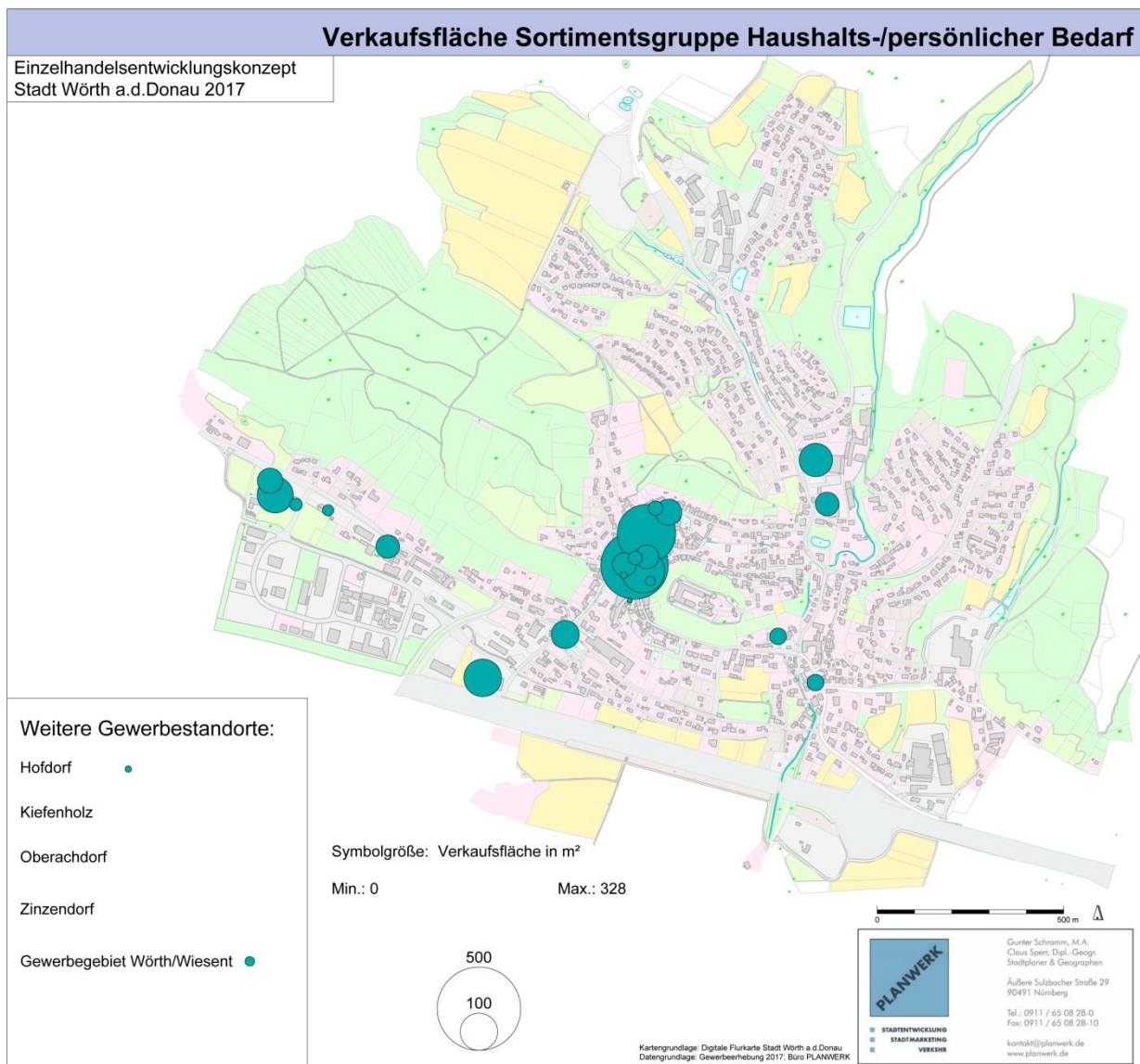


Abbildung 59: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Haushalts- / persönlicher Bedarf

5.5.5 Sortimentsgruppe Baumarktsortimente

Die Sortimentsgruppe Baumarktsortimente umfasst ausschließlich die so genannten Baumarktsortimente, also Güter, die heute üblicherweise in Baumärkten angeboten werden. Dazu gehören neben den reinen Heimwerkerprodukten auch Produkte wie Gartengeräte, Blumen, Pflanzen, Autozubehör, zoologischer Bedarf usw. Damit sind einzelne Teile dieser Sortimentsgruppe durchaus innenstadt- bzw. zentrenrelevant.

Insgesamt erstreckt sich das Angebot dieser Sortimentsgruppe auf rd. 2.200 m² Verkaufsfläche im Stadtgebiet Würth.

Die flächenmäßig mit Abstand größten Verkaufsflächen sind am Standort im Gewerbegebiet im Haslet mit dem einzigen Baumarkt der Stadt sowie am Standort an der Bayerwaldstraße mit einer Gärtnerei zu verorten.

Mittelgroße Verkaufsflächen finden sich im Süden der Altstadt Stadtzentrum, im Gewerbegebiet im Haslet sowie im Ortsteil Kiefenholz.

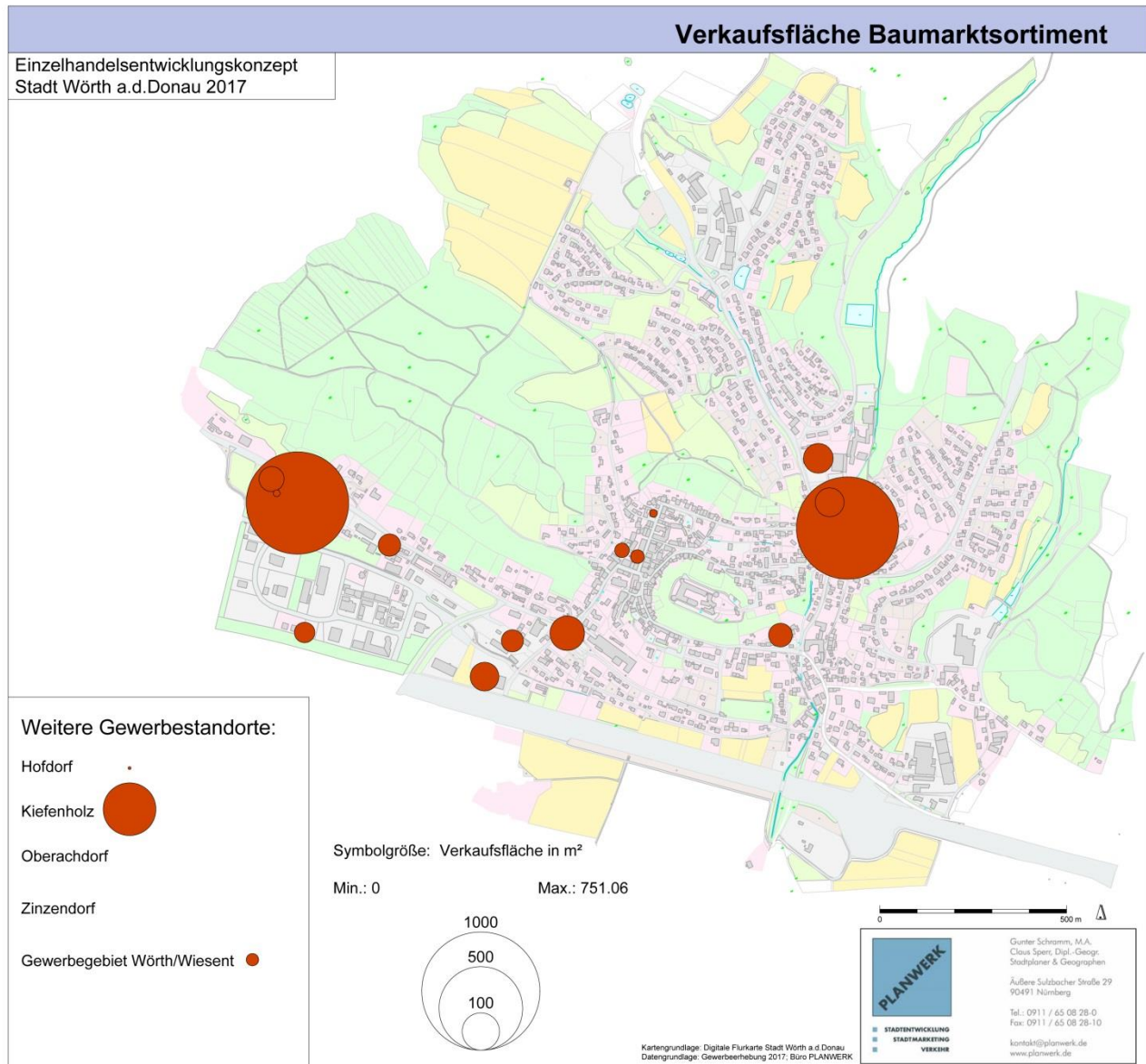


Abbildung 60: Verkaufsfläche Baumarktsortiment

5.5.6 Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf

Auf die Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf entfallen rd. 190 m² der Einzelhandelsverkaufsfläche Wörths. Diese bildet somit mit Abstand den kleinsten Anteil der gesamten Verkaufsfläche in der Stadt.

Lediglich in der Altstadt finden sich mehrere Angebote in Fachgeschäften. An den Einkaufsstandorten im Gewerbegebiet im Haslet und in der Bayerwaldstraße bieten die Discounter bzw. die Vollsortimentmärkte weitere Verkaufsflächen an.

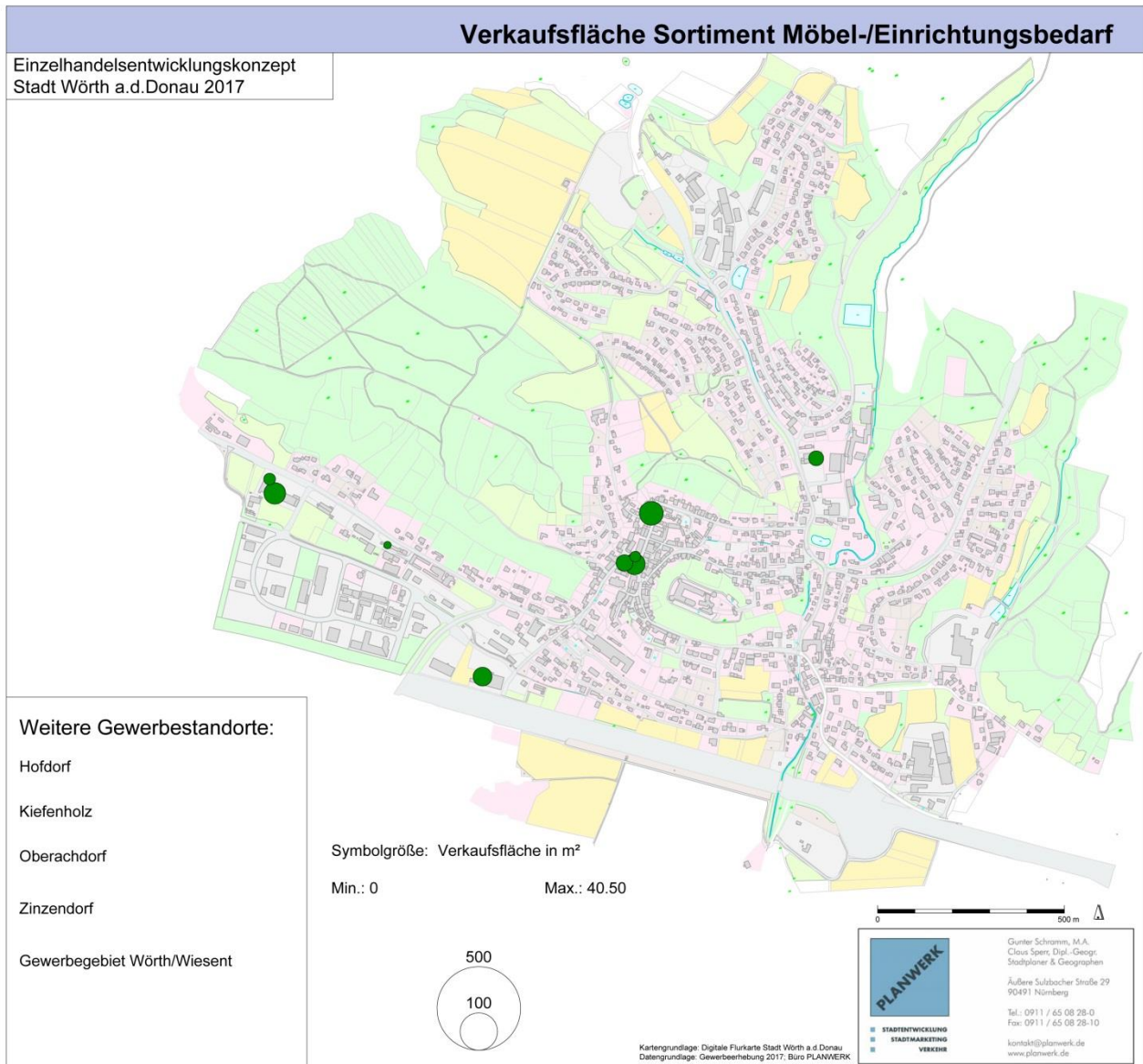


Abbildung 61: Verkaufsfläche Sortiment Möbel-/Einrichtungsbedarf

6 Standortanalyse Einzelhandel

6.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Dem Angebot im Einzelhandel steht differenziert nach den einzelnen Sortimentsbereichen die vorhandene Kaufkraft der Würther Bevölkerung gegenüber. Für die Beurteilung dieser Kaufkraft wurden die aktuellen Werte (Jahr 2017) aus der Statistik der GfK herangezogen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Stadt Würth beläuft sich auf 6.051 € pro Jahr und Einwohner (EEK 2008: 5.123 €). Damit erreicht die Stadt Würth einen Pro-Kopf-Kaufkraftwert, der 5% über dem bundesweiten Durchschnitt rangiert. Der bundesweite Durchschnitt der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Jahr und Einwohner liegt bei 5.740 € (Jahr 2017). Gerechnet auf die gesamte Bevölkerung summiert sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Würther Bevölkerung auf insgesamt 28,8 Mio. € im Jahr 2017 (EEK 2008: 22,8 Mio. €).

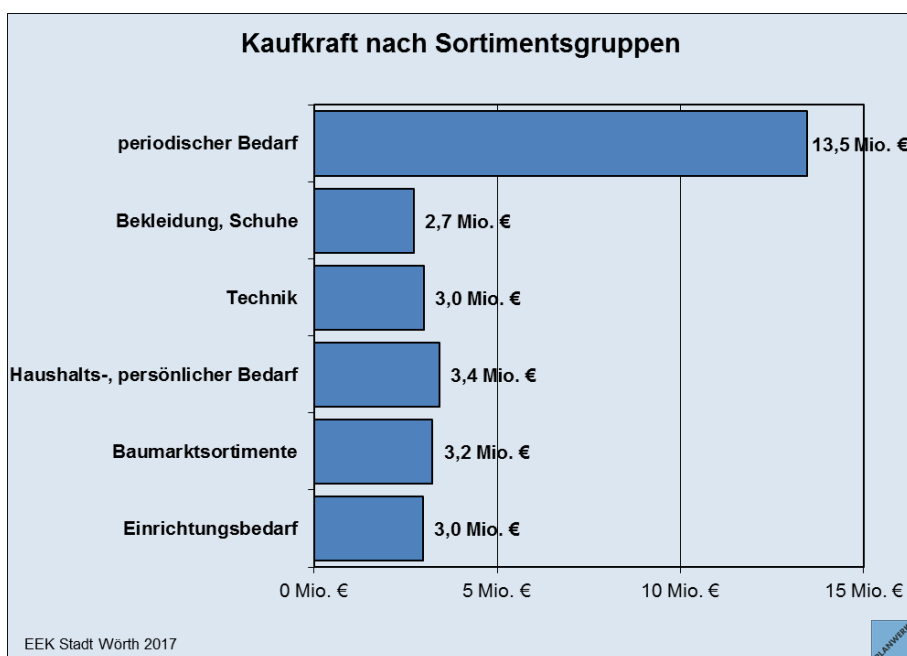


Abbildung 62: Kaufkraft nach Sortimentsgruppen

Knapp die Hälfte der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zielt auf die Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs, davon verteilt sich die Kaufkraft wiederum 11,2 Mio. € auf den Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel und 2,3 Mio. € auf den Bereich Gesundheit und Pflege.

Über eine Kaufkraft von 3,4 Mio. € verfügt die Würther Bevölkerung für die Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf. Weitere 3,2 Mio. € Kaufkraft weisen Baumarktsortimente auf.

In einer ähnlichen Größenordnung liegt auch jeweils die Kaufkraft der restlichen Sortimentsgruppen Technik sowie Einrichtungsbedarf mit je 3,0 Mio. €. Die geringste Kaufkraft ist in der Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe mit 2,7 Mio. € vorzufinden, wobei 2,2 Mio. € auf den Sortimentsbereich Bekleidung und 0,5 Mio. € auf den Bereich Schuhe und Lederwaren fallen.

Wenn der prognostizierte Einwohnerzuwachs von 4.733 (2014) auf 5.550 (2028) um 17% / 830 Einwohner eintreten sollte – der Zuwanderungsdruck sowie das geplante Baugebiet am Brand lässt dies realistisch erscheinen – wird die Kaufkraft entsprechend steigen und daraus folgend auch das weitere Ansiedlungspotenzial zunehmen.

Die Zunahme von 830 Einwohnern bringt weitere Kaufkraft von rd. 5 Mio. € nach Würth.

6.2 Kaufkraftbindung

Wichtig für die Beurteilung der Wirtschaftsstärke des Standortes Wörth ist die Kaufkraftbindung, die durch den in der Stadt Wörth vorhandenen Einzelhandel verursacht wird.

Insgesamt sind am Standort Wörth 16,0 Mio. € (EEK 2008: 12,7 Mio. €) der vorhandenen Kaufkraft der Wörther Bevölkerung gebunden. Damit wird insgesamt eine Bindungsquote von 55,5% (EEK 2008: rd. 56 %) erreicht.

Von den einzelnen Sortimentsbereichen werden in mehreren Bereichen höhere Bindungsanteile erzielt.

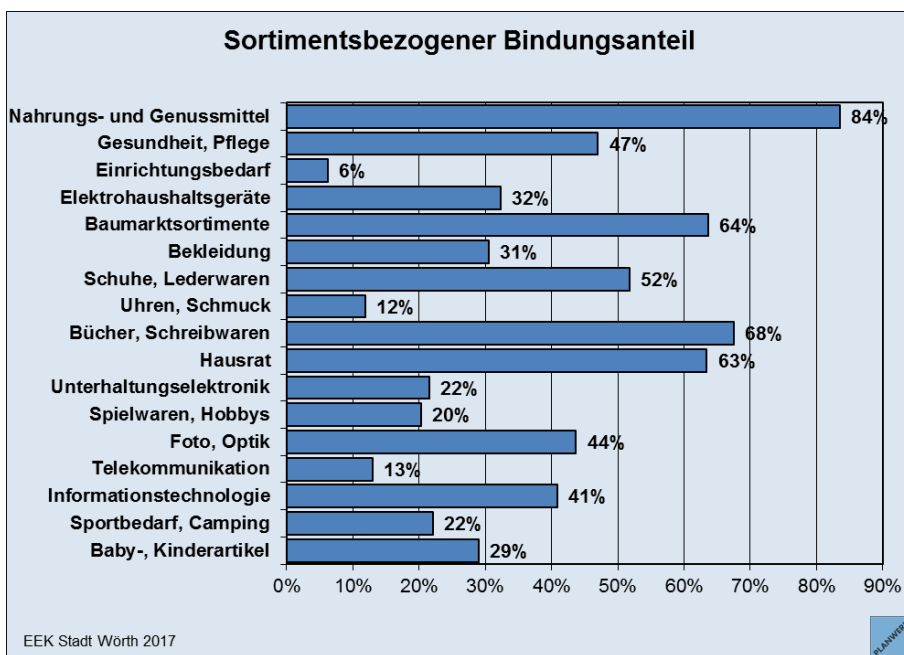


Abbildung 63: Sortimentsbezogener Bindungsanteil

Mio. € vorhandener Kaufkraft und im Sortimentsbereich Hausrat eine Kaufkraftbindung in der Höhe von 0,3 Mio. € von 0,4 Mio. € in Wörth vorhandener Kaufkraft vor.

Des Weiteren zeigen sich folgende Auffälligkeiten der sortimentsbezogenen Bindungsanteile:

- Der Sortimentsbereich Schuhe und Lederwaren liegen knapp im durchschnittlichen Bindungsanteil der Stadt Wörth, bei 52%. Hier sind 0,27 Mio. € von 0,5 Mio. € vorhandener Kaufkraft an Wörth gebunden.
- Im Bereich Gesundheit und Pflege werden 47% Kaufkraft in der Stadt Wörth gebunden, dies bedeutet 1,1 Mio. € gebundene Kaufkraft von insgesamt 2,3 Mio. € Kaufkraft.
- Acht Sortimentsbereiche weisen einen Bindungsanteil zwischen 20% und 44% auf.
- Der Sortimentsbereich Einrichtungsbedarf weist mit 6% den geringsten Anteil an gebundener Kaufkraft auf.

Vor allem im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich ein Bindungsanteil von 84%, was rd. 9,4 Mio. € gebundener Kaufkraft von insgesamt 11,2 Mio. € Kaufkraft in der Stadt Wörth entspricht.

Sowohl der Sortimentsbereich Bücher und Schreibwaren, als auch Baumarktsortimente und Hausrat weisen mit über 60% einen hohen Bindungsanteil auf. Dies bedeutet im Bereich Bücher und Schreibwaren 0,8 Mio. € gebundene Kaufkraft von insgesamt rd. 1,2 Mio. € Kaufkraft in Wörth.

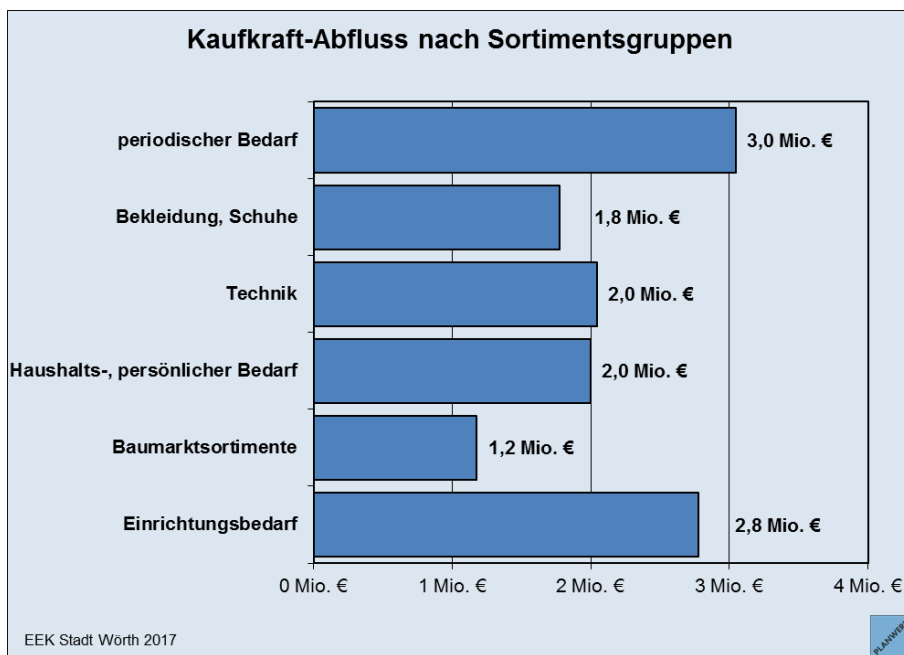
Im Baumarktsortiment liegt eine gebundene Kaufkraft von 2,1 Mio. € von 3,2

6.3 Kaufkraftflüsse

Aus dem beschriebenen Faktor der Kaufkraftbindung ergibt sich die Größe des Kaufkraft-Abflusses. Die vorhandene Kaufkraft der Wörther Bevölkerung abzüglich der am Standort gebundenen Kaufkraft ergibt somit den resultierenden Kaufkraft-Abfluss. Dieser umfasst am Standort Wörth eine Größenordnung von 12,8 Mio. € (EEK 2008: 10,2 Mio. €) und damit 44,5% der gesamten in der Stadt Wörth vorhandenen Kaufkraft (EEK 2008: 44%).

Die Quoten des Abflusses, die sich aus den genannten Bindungsquoten ergeben, betragen, von den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel (16,5%), Baumarktsortimente (36%), Schuhe und Lederwaren (48%), Bücher und Schreibwaren (32,5%) sowie Hausrat (37%) abgesehen, jeweils über 50%. Das bedeutet, dass in den meisten Sortimentsbereichen jeweils vorhandene Kaufkraft an andere Standorte abfließt.

Auf Ebene der Sortimentsgruppen fließen von der Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs (22,6%) und Baumarktsortimente (36%) abgesehen, jeweils 58% bis 94% der vorhandenen Kaufkraft an andere Standorte ab.



Die Abbildung stellt die Kaufkraft-Abflüsse in den Sortimentsgruppen in Zahlen dar. Dabei zeigt sich ein Kaufkraft-Abfluss in allen Sortimentsgruppen von je 3,0 Mio. € in der Sortimentsgruppe periodischer Bedarf bis 1,2 Mio. € in Baumarktsortimente.

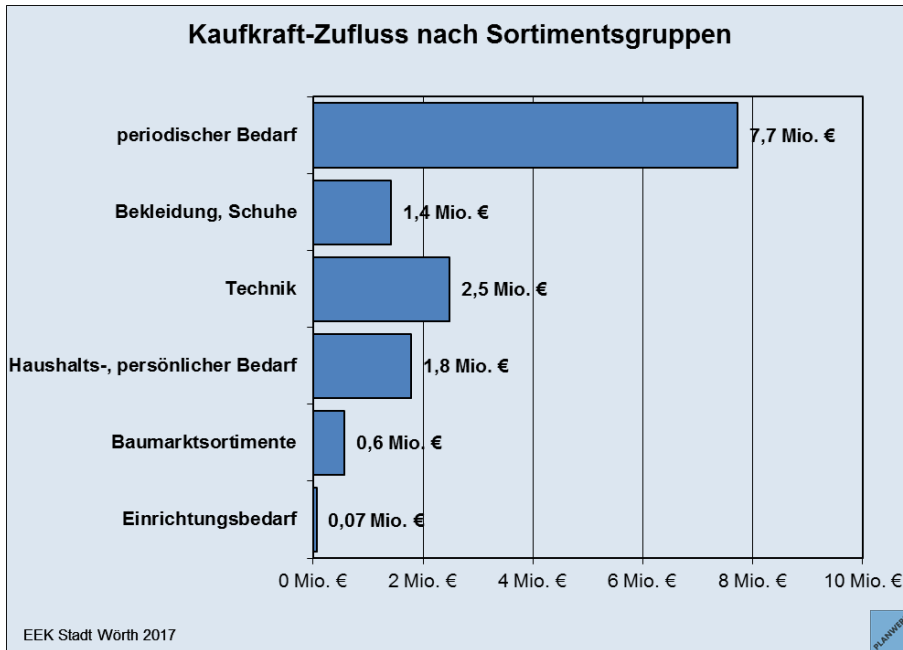
Obwohl die Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs prozentual den geringsten Kaufkraft-Abfluss verkraften muss, erreicht diese aufgrund des insgesamt hohen Kaufkraftaufkommens trotzdem den höchsten Kaufkraft-Abfluss. Dieser setzt sich zusammen aus den Kaufkraft-Abflüssen der Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel von rd. 1,8 Mio. € sowie Gesundheit und Pflege von rd. 1,2 Mio. €.

Abbildung 64: Kaufkraft-Abfluss nach Sortimentsgruppen

ungs- und Genussmittel von rd. 1,8 Mio. € sowie Gesundheit und Pflege von rd. 1,2 Mio. €.

Neben der eigenen Kaufkraftbindung wird vor allen Dingen durch die Zuflüsse an Kaufkraft, die von Einwohnern außerhalb der Stadt Wörth an den Standort Wörth fließen, die Wirtschaftsstärke und Zentralität des Einzelhandelsstandortes Wörth definiert. Insgesamt fließen rd. 14,1 Mio. € Kaufkraft zu (EEK 2008: 17,7 Mio. €).

Den mit großem Abstand höchsten Kaufkraft-Zufluss verzeichnet die Sortimentsgruppe periodischer Bedarf mit 7,7 Mio. €.



Der zweitgrößte Kaufkraft-Zufluss ist in der Sortimentsgruppe Technik zu verzeichnen. Mit 2,5 Mio. € ist der Zufluss jedoch deutlich geringer wie in der Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs. Unter Berücksichtigung der einzelnen Sortimentsbereiche kann vor allem der Bereich Elektrohaushaltsgeräte mit 1,4 Mio. € den Großteil des Kaufkraft-Zuflusses verzeichnen. Unterhaltungselektronik weist 0,5 Mio. € auf, Foto und Optik 0,4 Mio. €, Telekommunikation 0,2 Mio. € und Informationstechnologie 0,1 Mio. €.

Abbildung 65: Kaufkraft-Zufluss nach Sortimentsgruppen

Die übrigen Sortimentsgruppen verzeichnen einen Zufluss von 0,07 Mio. € (Einrichtungsbedarf) bis 1,8 Mio. € (Haushalts- und persönlicher Bedarf).

6.4 Einzelhandelszentralität

Entscheidend für die Bestimmung der Zentralität des Standortes Wörth sind jedoch nicht die dargestellten Werte an Kaufkraft-Zufluss, sondern das Verhältnis von Umsatz am Standort zur vor Ort vorhandenen Kaufkraft.

Insgesamt erreicht der Einzelhandelsstandort Wörth eine Zentralität mit 105 % (EEK 2008: 133%). Das bedeutet, dass der örtliche Umsatz im Einzelhandel insgesamt um 4% über dem gesamten Kaufkraftpotenzial der Wörther Bevölkerung liegt, also sich der Kaufkraft-Zufluss etwas über dem Kaufkraft-Abfluss befindet; die Zentralität lag 2008 aber noch darüber (EEK 2008: 33%).

Differenziert nach den einzelnen Sortimentsgruppen ergeben sich sehr unterschiedliche Werte der jeweiligen Zentralität.

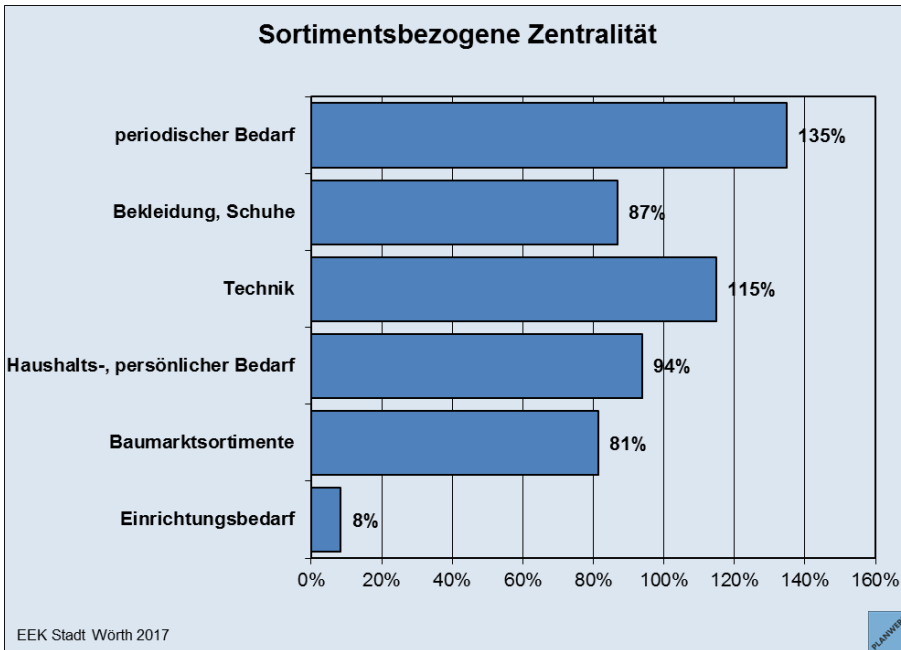


Abbildung 66: Sortimentsbezogene Zentralität

Mit einer Zentralität von 135% weist die Sortimentsgruppe periodischer Bedarf einen deutlichen Bedeutungsüberschuss (Umsatz > Kaufkraft) auf.

Einen ähnlich hohen Wert weist auch die Sortimentsgruppe Technik mit 115% auf, wobei der Bedeutungsüberschuss vor allem im Sortimentsbereich Elektrohaushaltsgeräte (166%) vorhanden ist.

Bei den Sortimentsgruppen Haushalts- und persönlicher Bedarf (94%), Bekleidung und Schuhe (87%) sowie Baumarktsortimente (81%) entspricht der Umsatz knapp dem Kaufkraft-

potenzial der Wörther Bevölkerung. Allerdings ergeben sich die Werte der Sortimentsgruppen als Durchschnitt verschiedener Sortimentsbereiche, die sich anhand ihrer Zentralität vor allem in der Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf stark unterscheiden (siehe nächste Abbildung)

Bei der Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf stet mit 8% ein geringerer Umsatz der örtlich vorhandenen Kaufkraft gegenüber, was somit zu einem Bedeutungsdefizit führt.

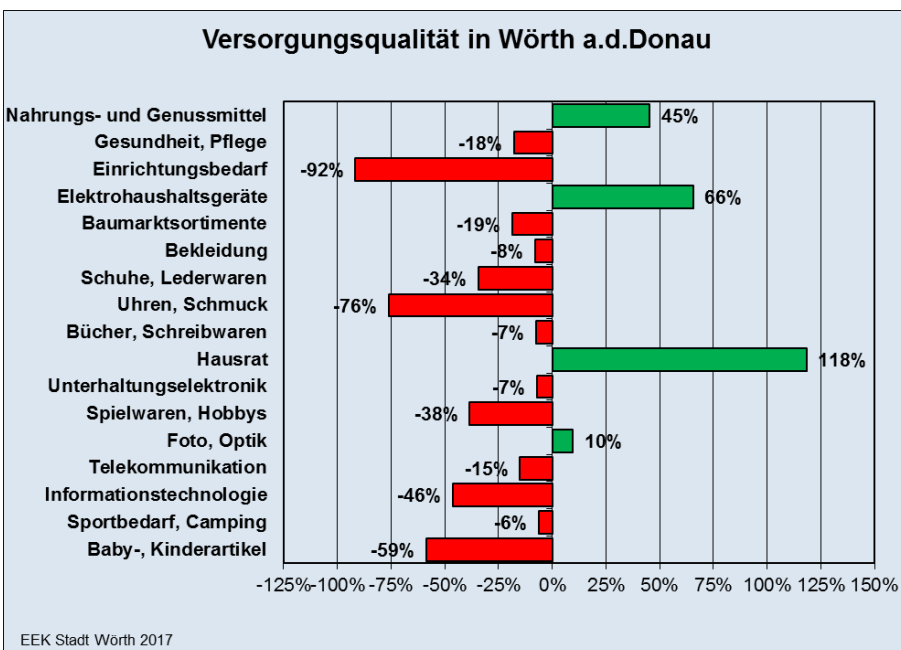


Abbildung 67: Versorgungsqualität in Wörth a.d.Donau nach Sortimentsbereichen

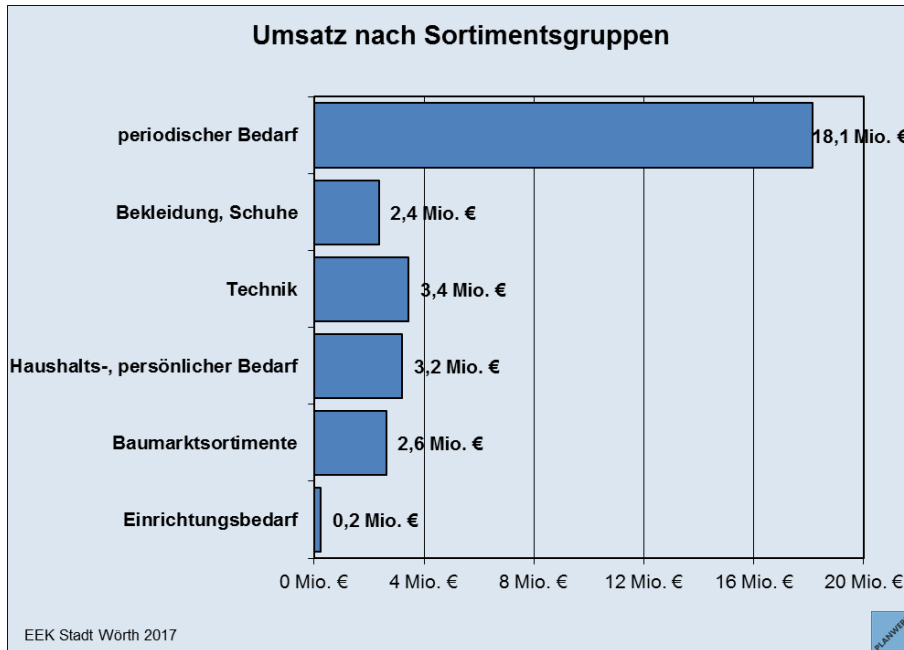
Auf Ebene der 17 Sortimentsbereiche erreichen verschiedene Bereiche jeweils Zentralität von über 110% und damit jeweils einen Bedeutungsüberschuss. Vor allem im Bereich Hausrat wir mit 218% eine hohe Zentralität erreicht.

Dagegen ist vor allem in den Sortimentsbereichen Einrichtungsbedarf, Uhren und Schmuck, Baby- und Kinderartikel, Informationstechnologie, Spielwaren und Hobby sowie Schuhe und Lederwaren der Umsatz jeweils deutlich geringer als entsprechende Kaufkraft in der Stadt Wörth vorhanden ist.

Insgesamt zeigt die Einzelhandelszentralität, dass der Standort Wörth in einzelnen Bereichen eine wesentliche Versorgungsfunktion für die Stadt und das Umland innehat. In anderen Sortimentsbereichen dagegen bestehen am Einzelhandelsstandort Wörth Defizite.

6.5 Einzelhandelsumsatz

Der Einzelhandelsumsatz am Standort Wörth beläuft sich nach den im Sommer 2017 durchgeführten Erhebungen auf hochgerechnet 30,0 Mio. € (EEK 2008: 30,3 Mio. €) ohne den sonstigen Einzelhandel.



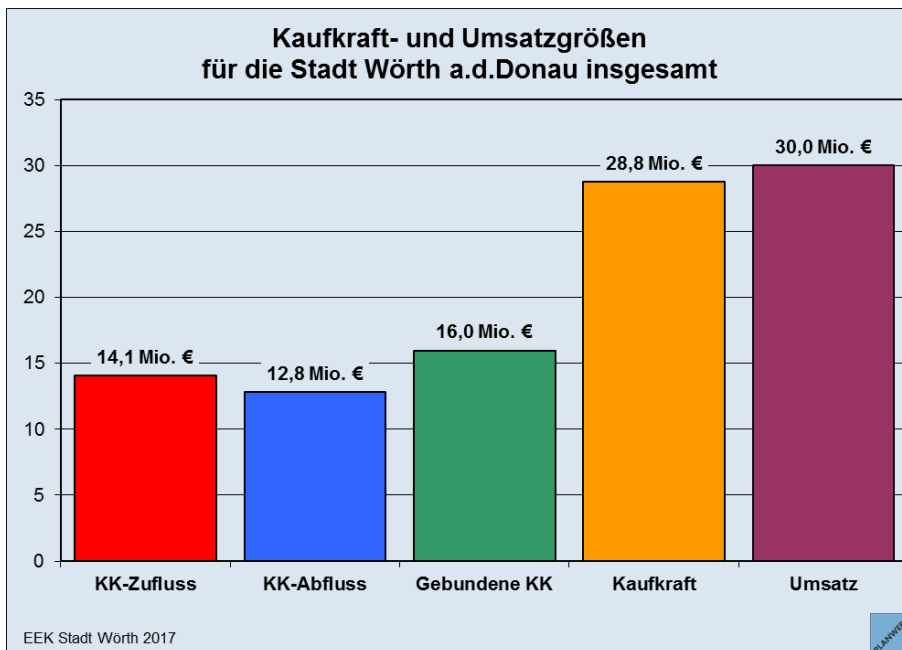
Mit 16,3 Mio. € wird gut die Hälfte des gesamten Umsatzes in der Stadt Wörth im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel erwirtschaftet. Zusammen mit dem Bereich Gesundheit, Pflege mit einem Umsatz von 1,9 Mio. € sind es für den periodischen Bedarf insgesamt 60% des gesamten Umsatzes bzw. 18,1 Mio. €.

Mit deutlichem Abstand weisen die vier Sortimentsgruppen Technik, Haushalts- und persönlicher Bedarf, Baumarktsortimente sowie Bekleidung und Schuhe einen ähnlichen Umsatz auf.

Abbildung 68: Umsatz nach Sortimentsgruppen

Am wenigsten Umsatz wird derzeit im Bereich Einrichtungsbedarf mit 0,2 Mio. € erwirtschaftet.

6.6 Bilanzierung Umsatz - Kaufkraft



Die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung in der Stadt Wörth beläuft sich auf 28,8 Mio. € (EEK 2008: 22,8 Mio. €). Davon werden knapp 16,0 Mio. € am Standort Wörth gebunden (EEK 2008: 12,7 Mio. €). Dies bedeutet einen Kaufkraft-Abfluss von knapp 12,8 Mio. € (EEK 2008: 10,2 Mio. €).

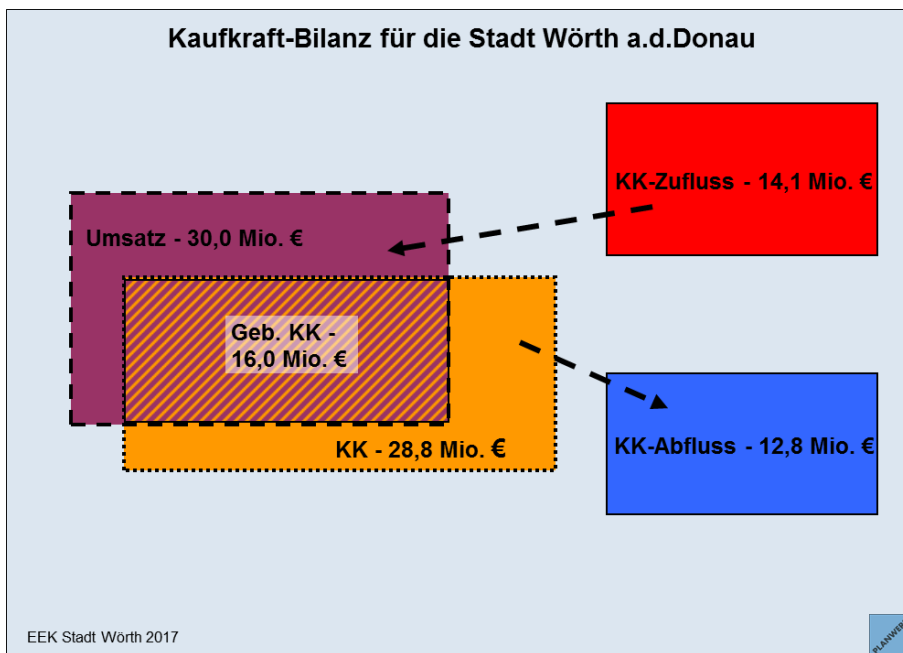
Die gebundene Kaufkraft (16,0 Mio. €) zusammen mit dem Kaufkraft-Zufluss von insgesamt 14,1 Mio. € (EEK 2008: 17,7 Mio. €) ergibt summarisch einen Einzelhandelsumsatz am Standort Wörth von 30,0 Mio. € (30,3 Mio. €).

Abbildung 69: Kaufkraft- und Umsatzgrößen für die Stadt Wörth a.d.Donau insgesamt

In nebenstehender Abbildung sind zusammenfassend für die gesamte Stadt Wörth die Werte der genannten Größen dargestellt.

Für den Wörther Einzelhandel insgesamt gilt damit folgende Situation:

- Kaufkraft am Ort: 28,8 Mio. €
- davon gebunden: 16,0 Mio. € (55% der Kaufkraft)
- davon Abfluss: 12,8 Mio. € (45% der Kaufkraft)
- Umsatz am Ort: 30,0 Mio. €
- davon Kaufkraft am Ort: 16,0 Mio. € (53 % des Umsatzes)
- davon Zufluss: 14,1 Mio. € (47% des Umsatzes)



Die nebenstehende Abbildung verdeutlicht diese Größen nochmals in Form einer schematischen Flussdiagrammdarstellung.

Abbildung 70: Kaufkraft-Bilanz für die Stadt Wörth a.d.Donau

6.7 Bindungspotenzial

Aus den verschiedenen genannten Werten an Kaufkraft, Bindung, Kaufkraft-Abfluss und Kaufkraft-Zufluss sowie dem vorhandenen Einzelhandelspotenzial am Standort Wörth lässt sich das Bindungspotenzial insgesamt sowie für die einzelnen Sortimentsbereiche ermitteln. Entscheidend für den Umfang ist jeweils das Potenzial an Kaufkraft, das zukünftig in Wörth zusätzlich gebunden werden kann. Bei dieser Berechnung werden einige Annahmen zur Entwicklung des Standortes Wörth getroffen:

- Die Stadt Wörth kann ihre grundsätzliche Attraktivität als Wohn- und Gewerbestandort auf dem heutigen Stand halten.
- Die Bindung des Kaufkraft-Abflusses wird in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Pflege mit 50% und in den übrigen Sortimentsbereichen mit 40% angesetzt.
- Für die berechneten Kaufkraft-Zuflüsse wird mit einer zusätzlichen Abschöpfung der noch nicht gebundenen Kaufkraft aus dem Verflechtungsbereich (bei Nahrungs- und Genussmitteln aus dem Nahbereich) in Höhe von 30% bei allen Sortimentsbereichen mit Ausnahme bei Nahrungs- und Genussmitteln (20%), bei Gesundheit und Pflege (40%) sowie bei Baumarktsortimente (10%) angesetzt.

Die folgende Abbildung weist die Bindungspotenziale in den Sortimentsgruppen aus.



Insgesamt ermittelt die Analyse einen möglichen Gesamtumsatz für die Stadt Wörth von rd. 43,4 Mio. €, was einem zusätzlichen Potenzial von 13,4 Mio. € entspricht.

Für die Güter des periodischen Bedarfs liegt das Potenzial bei 5,1 Mio. €, welches sich wiederum aus 3,5 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel sowie 1,6 Mio. € für Gesundheit und Pflege zusammensetzt.

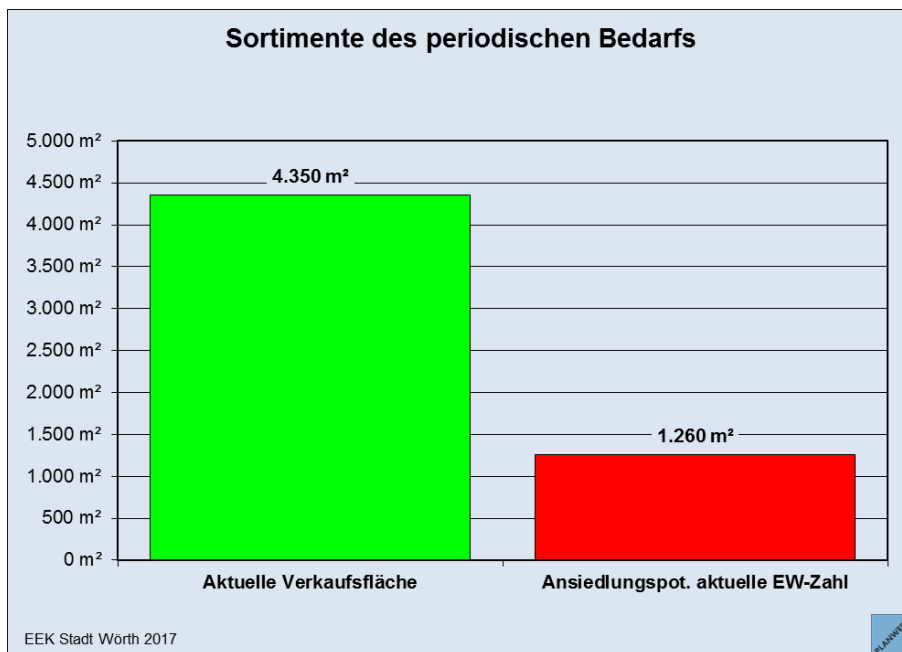
Die anderen Sortimentsgruppen weisen ein Bindungspotenzial von je 2,7 Mio. € (Einrichtungsbedarf) bis 0,8 Mio. € (Baumarktsortimente) auf.

Abbildung 71: Bindungspotenzial nach Sortimentsgruppen

7 Ansiedlungspotenziale im Einzelhandel

Rechnet man die ermittelten Bindungspotenziale in €-Werten über durchschnittlich erwirtschaftete Quadratmetererlöse auf die damit verbundene zusätzlich mögliche Verkaufsfläche um, ergeben sich für jeden der Sortimentsbereiche die zusätzlichen Ansiedlungspotenziale, die am Standort Wörth möglich und verträglich sind. Insgesamt wurde für die Stadt Wörth ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 4.900 m² Verkaufsfläche ermittelt.

Sortimente des periodischen Bedarfs

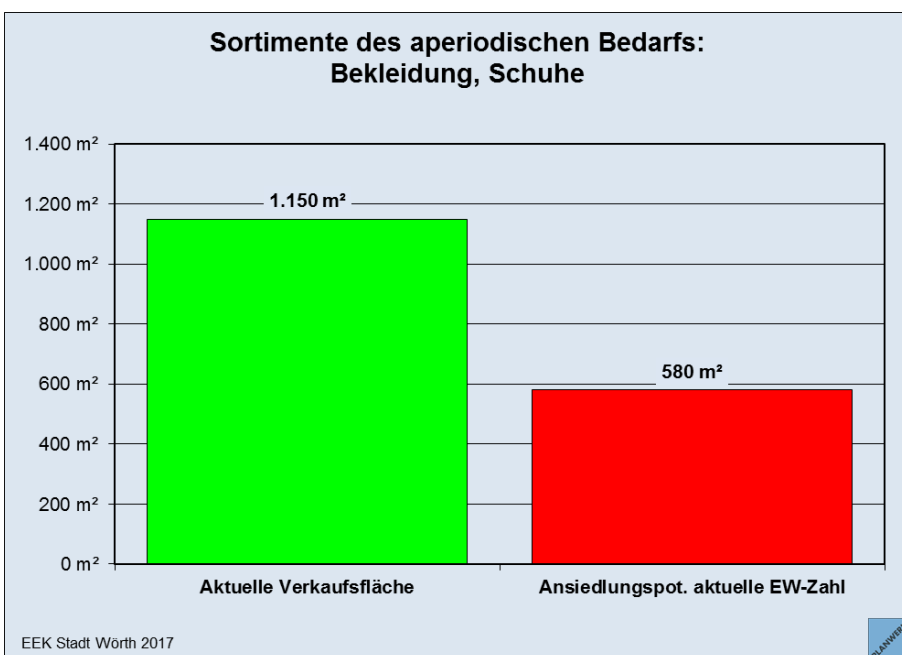


In der Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs verfügt die Stadt Wörth mit einem Vollsortimenter und drei Discountern sowie einem inhabergeführten Drogeriemarkt über eine gute Versorgung. Insgesamt besteht rd. 1.260 m² Verkaufsfläche als Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial.

Dieses teilt sich zwischen den beiden Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel (930 m²) sowie Gesundheit und Pflege (340 m²) auf.

Abbildung 72: Sortimente des periodischen Bedarfs

Aperiodischer Bedarf: Bekleidung, Schuhe

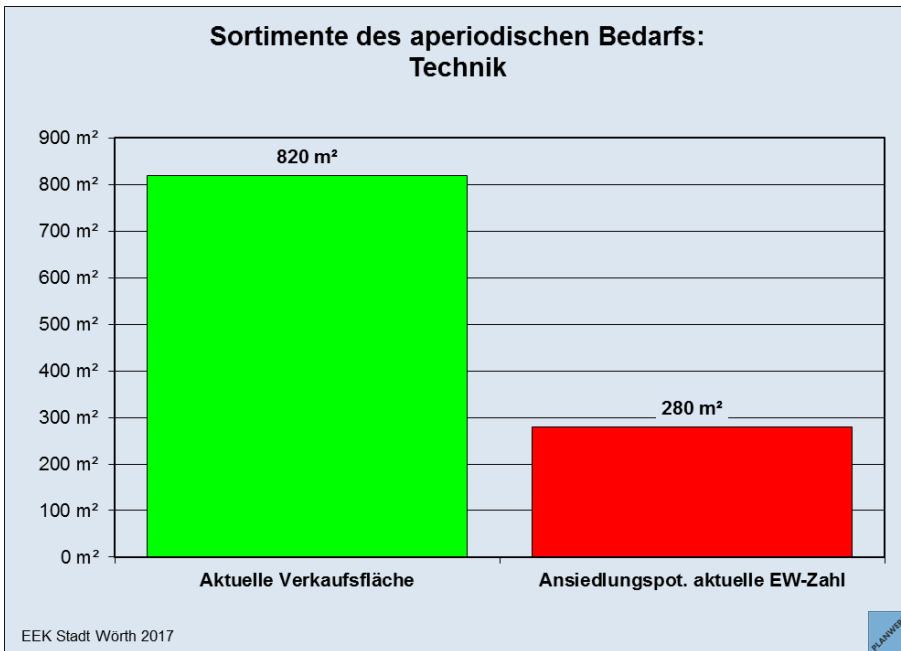


Bei den Sortimenten des aperiodischen Bedarfs ist die Sortimentsgruppe Bekleidung, Schuhe generell die wichtigste zentrenrelevante Sortimentsgruppe. In der Stadt Wörth liegt das Angebot von Bekleidung und Schuhen insgesamt bei einer Verkaufsfläche von gut 1.150 m², womit das Potenzial noch nicht voll ausgeschöpft ist.

Somit besteht in diesem Bereich ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 580 m², mit einer Fläche von 480 m² im Sortimentsbereich Bekleidung und 100 m² im Bereich Schuhe, Lederwaren.

Abbildung 73: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Bekleidung und Schuhe

Aperiodischer Bedarf: Technik

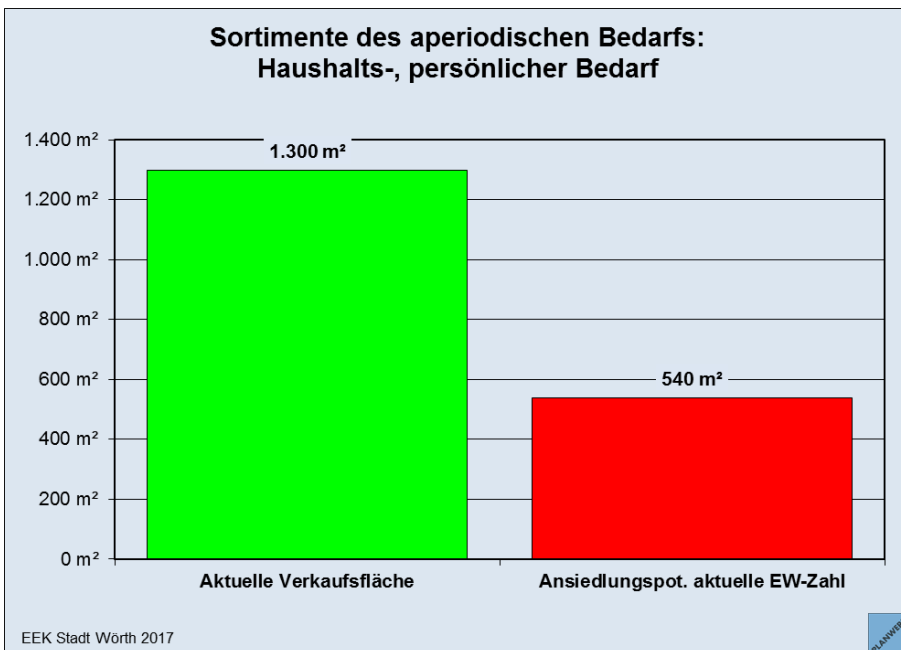


Das Angebot in der Sortimentsgruppe Technik ist mit einer Verkaufsfläche von insgesamt knapp 820 m² relativ groß und wird überwiegend von einem Elektrofachgeschäft bedient.

Aufgrund dieser Versorgungslage ergibt die Berechnung der potenziellen Ansiedlungs- und Erweiterungsflächen eine Größenordnung von lediglich weiteren 280 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 74: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Technik

Aperiodischer Bedarf: Haushalts-, persönlicher Bedarf



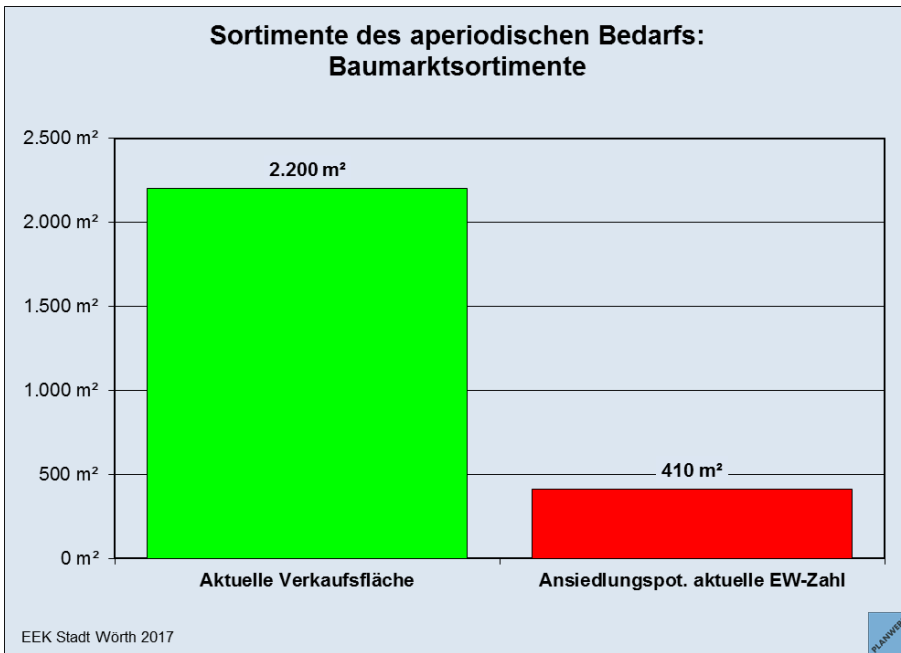
Die Sortimentsgruppe des Haushalts- und persönlichen Bedarfs setzt sich aus den Sortimentsbereichen Uhren und Schmuck, Bücher und Schreibwaren, Hausrat, Spielwaren und Hobbys, Sportbedarf und Camping sowie Baby- und Kinderartikel zusammen.

Im Bereich dieser Sortimente besteht in Würth derzeit ein Einzelhandelsangebot von rd. 1.300 m² Verkaufsfläche.

Basierend auf den Berechnungen könnten die Flächen in der Sortimentsgruppe insgesamt um 540 m² Verkaufsfläche ergänzt werden.

Abbildung 75: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Haushalts- und persönlicher Bedarf

Aperiodischer Bedarf: Baumarktsortimente

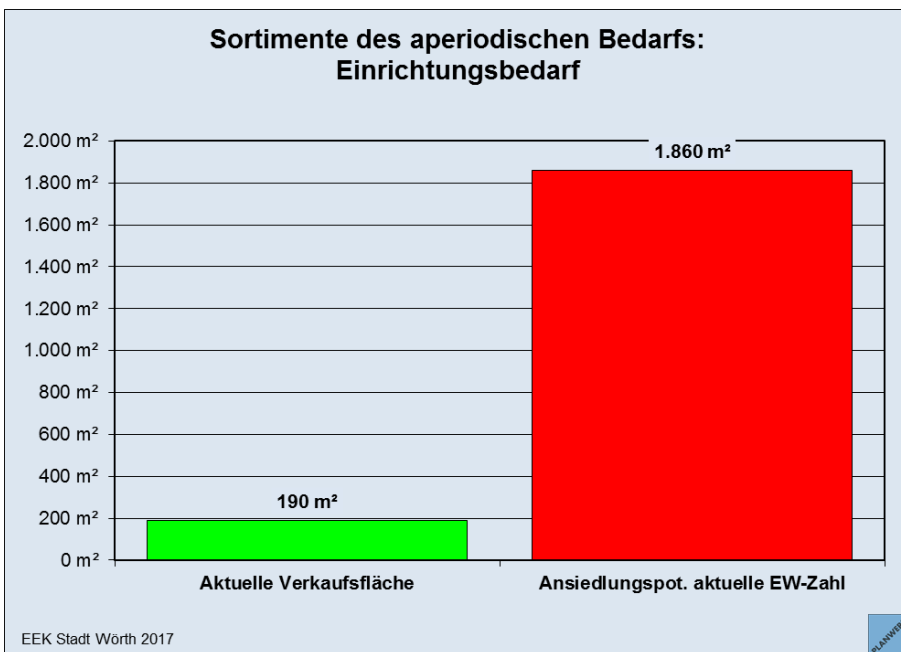


In der Sortimentsgruppe Baumarktsortimente verfügt die Stadt Würth über einen inhabergeführten Baumarkt, verschiedene Fachgeschäften für Blumen- und Gartenbedarf und einer BayWa.

Somit finden sich derzeit schon 2.200 m² Verkaufsfläche im Bereich Baumarktsortiment. Die Berechnungen ergeben lediglich ein weiteres Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 400 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 76: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Baumarktsortimente

Aperiodischer Bedarf: Einrichtungsbedarf



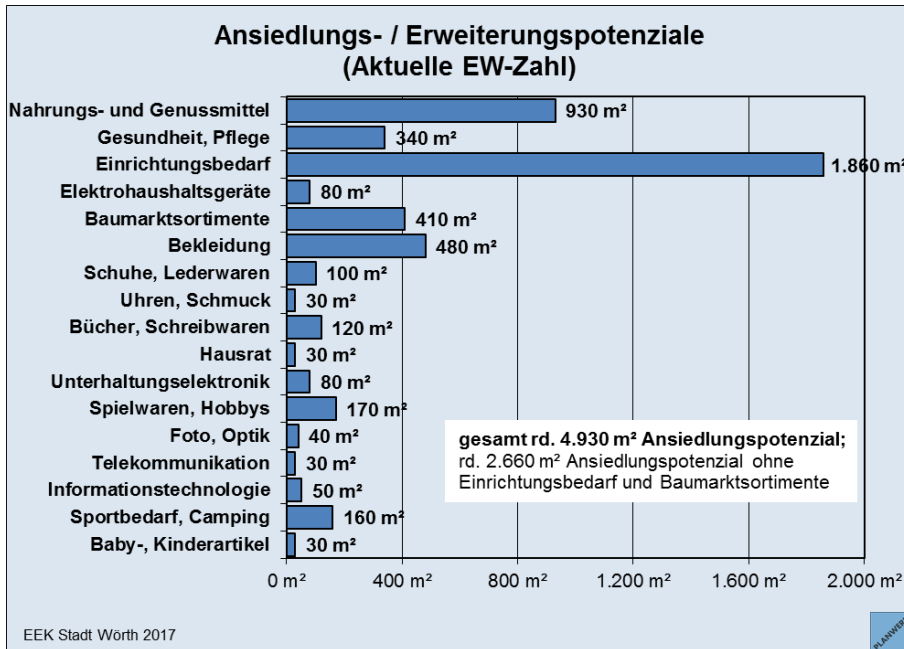
Derzeit beträgt die Verkaufsfläche der Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf rd. 190 m² und stellt somit das kleinste Angebot in Würth dar.

Basierend auf der Analyse ergibt sich folglich ein umfassendes Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 1.900 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 77: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Einrichtungsbedarf

Übersicht der Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale

Die Analyse ergibt insgesamt ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 4.930 m² Verkaufsfläche.



EEK Stadt Würth 2017

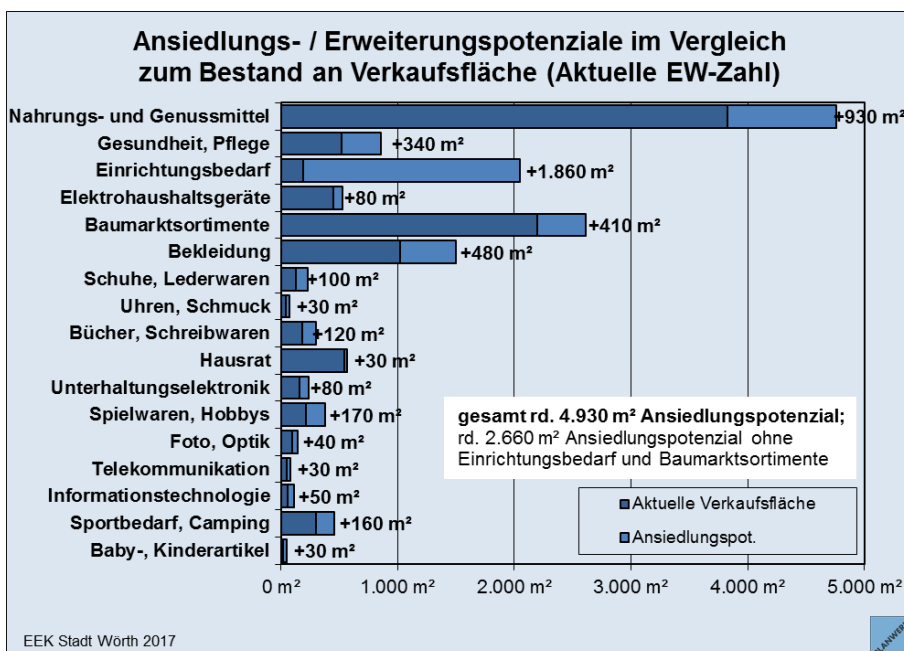
Dabei ergeben sich in den beiden in erster Linie nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen Einrichtungsbedarf (1.860 m²) und Baumarktsortimente (410 m²) insgesamt sehr große Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale. Eine Ansiedlung dieser Größenordnung ist jedoch nicht zu erwarten.

Somit verteilen sich rd. 2.660 m² Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale auf zentrenrelevante Sortimentsbereiche. Das größte Ansiedlungspotenzial weist mit 930 m² der Bereich Nahrungs- und Genussmittel auf. Weitere größere Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale finden sich

Abbildung 78: Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale bei aktueller Einwohnerzahl

im Bereich Bekleidung (480 m²), Gesundheit und Pflege (340 m²), Spielwaren und Hobby (170 m²) sowie Sportbedarf und Camping (160 m²). In den übrigen Bereichen liegen die entsprechenden Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale lediglich bei Flächen von 100 m² und darunter.

Grundsätzlich besteht in den meisten Sortimentsbereichen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial, wenn auch meist nur in relativ geringen Dimensionen. Bei den zentrenrelevanten Sortimenten sind entsprechende zentrale Standorte dafür vorzusehen.



EEK Stadt Würth 2017

In Relation zum vorhandenen Bestand an Verkaufsflächen in der Stadt Würth wird aus der Abbildung deutlich, dass bei Gesundheit und Pflege trotz des bereits bestehenden Angebots ein weiteres Ansiedlungspotenzial des Bestandes besteht. Aufgrund absehbarer Entwicklungen in Würth im Bereich Drogeriesortiment wird deutlich, dass ein Bedarf an einem Drogeriefachmarkt besteht; dies entspricht auch Befragungsergebnissen / dem Wunsch der Bevölkerung.

Außerdem weisen viele Sortimentsbereiche mit

Abbildung 79: Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsfläche

derzeit eher geringer Verkaufsfläche ein verhältnismäßig großes Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial auf.

Dies vor allem in den Sortimentsbereichen Informationstechnologie, Spielwaren und Hobby, Schuhe und Leder, Uhren und Schmuck sowie Baby- und Kinderartikel.

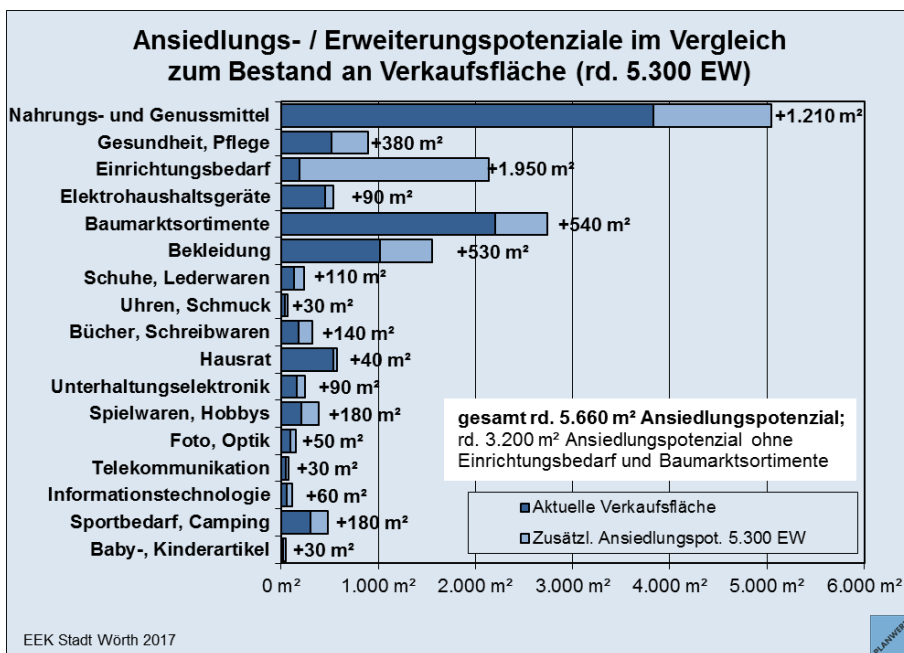
Wir gehen davon aus, dass die in der Stadt Würth bestehenden Einzelhandelsbetriebe erhalten werden können, wenn in der Summe der zukünftigen Erweiterungen und Neuansiedlungen die in m² Verkaufsfläche angegebenen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale nicht überschritten werden.

Wird ein Betrieb innerhalb des Stadtgebiets von einem an einen anderen Standort verlagert, reduziert sich das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für die Stadt nur um die gegenüber dem Bestand „erweiterten“ Verkaufsflächen.

Wenn ein Betrieb aufgegeben wird und eine dem Bestand entsprechende Nachnutzung ausgeschlossen werden kann, erhöht sich das Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial für die Stadt um die „aufgegebenen“ Verkaufsflächen. Theoretisch ist es denkbar, dass nach einer Betriebsaufgabe das zusätzliche Ansiedlungspotenzial über den Grenzwerten für den großflächigen Einzelhandel liegt.

Höhere Potenziale bei stärkerem Einwohnerwachstum

Die Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Bayern hat die Einwohnerzahl der Stadt Würth vorausberechnet. Demnach wird sich die Einwohnerzahl Würths von 2014 bis 2028 um gut 800 Einwohner auf 5.550 erhöhen. Diese Einschätzung ist der Rechnung gezollt, dass der gesamte Raum Regensburg einen sehr starken Zuwanderungsdruck erfährt und weiter erfahren wird. Zudem halten die Gutachter dieses starke Bevölkerungswachstum aufgrund der Planungsvorhaben der Stadt Würth, etwa mit dem neuen Baugebiet Am Brand, für realistisch.



Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept hat die Bestandsdaten (Einwohner, Verkaufsfläche etc.) als Basis verwendet, weil nur diese gesichert sind. An dieser Stelle kann jedoch der Ausblick gegeben werden, wie sich die höhere Einwohnerzahl Würths auf weitere potenzielle Einzelhandelsflächen auswirken werden.

Das Potenzial weiterer (über die obige Bedarfsberechnung hinaus) Verkaufsflächen beträgt in der Summe der 17 Sortimentsgruppen 720m², davon für Nahrungs- und Genussmittel 280m², Baumarktsortimente 130m², Gesundheit/Pflege 40m².

Abbildung 80: Ansiedlungs-/ Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsfläche bei rd. 5.300 Einwohnern

Landesplanerische Beurteilung

Unabhängig davon bedarf ein Einzelhandelsvorhaben im Sinne des § 11 (3) BauNVO (Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche über 800 m² = Regelvermutungsgrenze) einer Überprüfung durch die Höhere Landesplanungsbehörde. Bereits bestehende Betriebe bleiben bei dieser Überprüfung in der Regel unberücksichtigt.

Über die im Landesentwicklungsprogramm (LEP) festgelegten Abschöpfungsquoten kann berechnet werden, welche zusätzlichen Ansiedlungen im Rahmen der Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel am Standort Wörth hinsichtlich Landesplanungsrecht möglich wären. Dabei ergeben sich an dieser Stelle grobe Orientierungswerte; die exakten Ansiedlungsobergrenzen berechnet die Landesplanungsbehörde. Für die Sortimente des periodischen Bedarfs liegt dieser grobe Orientierungswert für eine maximale Ansiedlung nach dem LEP in der Größenordnung von etwa 2.000 m² bis 2.300 m² Verkaufsfläche. Für Nahrungs- und Genussmittel wären dies bis 1.900 m² Verkaufsfläche und für den Bereich Gesundheit, Pflege etwa 300 m².

Die berechneten und genannten Grenzwerte für großflächigen Einzelhandel sollen einen ersten groben Anhaltspunkt geben, welche maximalen Verkaufsflächen bei der Festsetzung eines Sondergebiets im Sinne von § 11 BauNVO voraussichtlich nicht überschritten werden dürfen. Allerdings muss im Einzelfall immer eine konkrete Überprüfung durch die zuständige Behörde stattfinden.

8 Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungsbereiche

Auf Grundlage der im Sommer 2017 durchgeführten Bestandserhebung und unter Berücksichtigung der Zielsetzung zur weiteren Einzelhandelsentwicklung lassen sich für die Stadt Wörth – über Einzelstandorte der Nahversorgung hinaus - drei Bereiche mit wichtiger Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung ausmachen. Für die Abgrenzung dieser Bereiche wurde der Bestand hinsichtlich des Angebots an Einzelhandel, Dienstleistungen, Handwerk (mit Kundenverkehr) und Gastronomie analysiert. Weitere Kriterien sind neben diesen Nutzungen auch weitere Nutzungen mit einer gewissen Besucherfrequenz (z.B. Rathaus), die Einbindung in das Siedlungsgefüge, die verkehrsmäßige Erschließung usw. Ziel der Festlegung von Versorgungsbereichen sind der Schutz, die Stärkung und die Weiterentwicklung bestehender gebündelter Angebote.

Die Versorgungsbereiche werden zum einen angesichts momentan vorhandener Nutzungen usw. festgelegt, sind aber, um einer Weiterentwicklung Rechnung zu tragen, zum anderen auch als Zielaussagen zu verstehen. Dabei sollen vor allem aktuelle Defizite behoben und die zukünftige Entwicklung der Stadt ausreichend berücksichtigt werden.

Nach Definition gem. Kap. 1.4.1. werden in Wörth folgende Bereiche definiert:

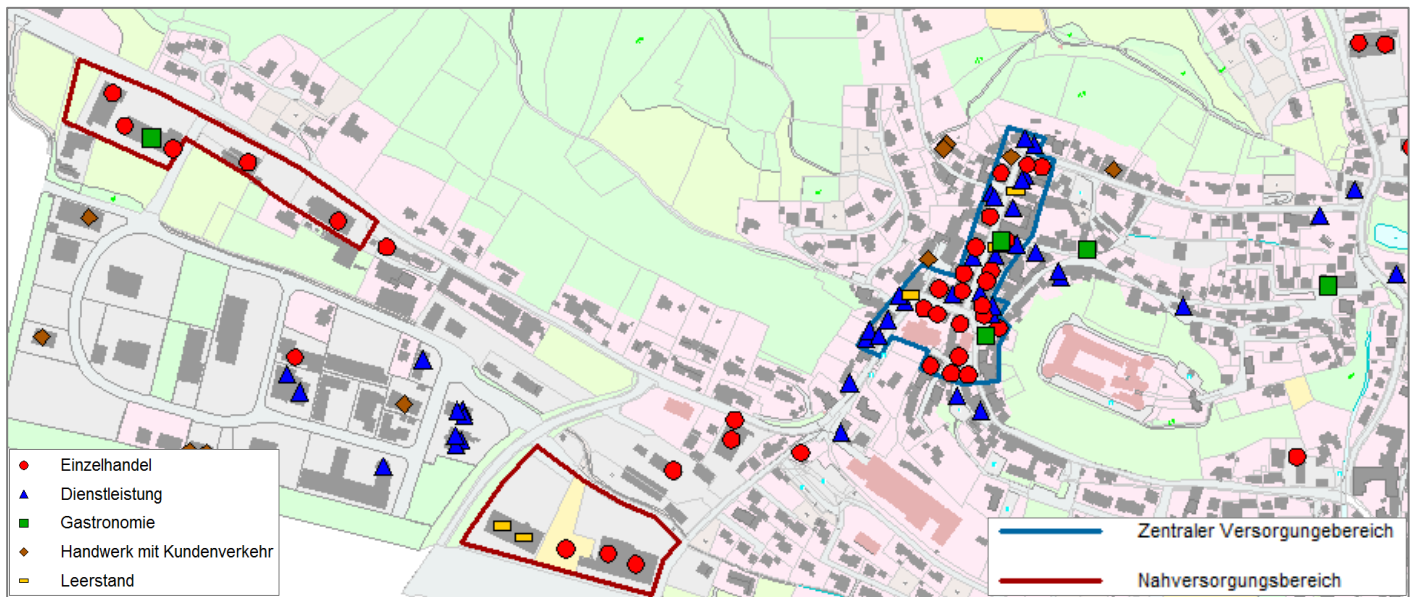


Abbildung 81: Zentraler Versorgungsgebiet und Nahversorgungsgebiete

Zentraler Versorgungsbereich ist der innerstädtische Bereich Ludwigstraße / Marktplatz / innere Abschnitte der Straubinger und Regensburger Straße.

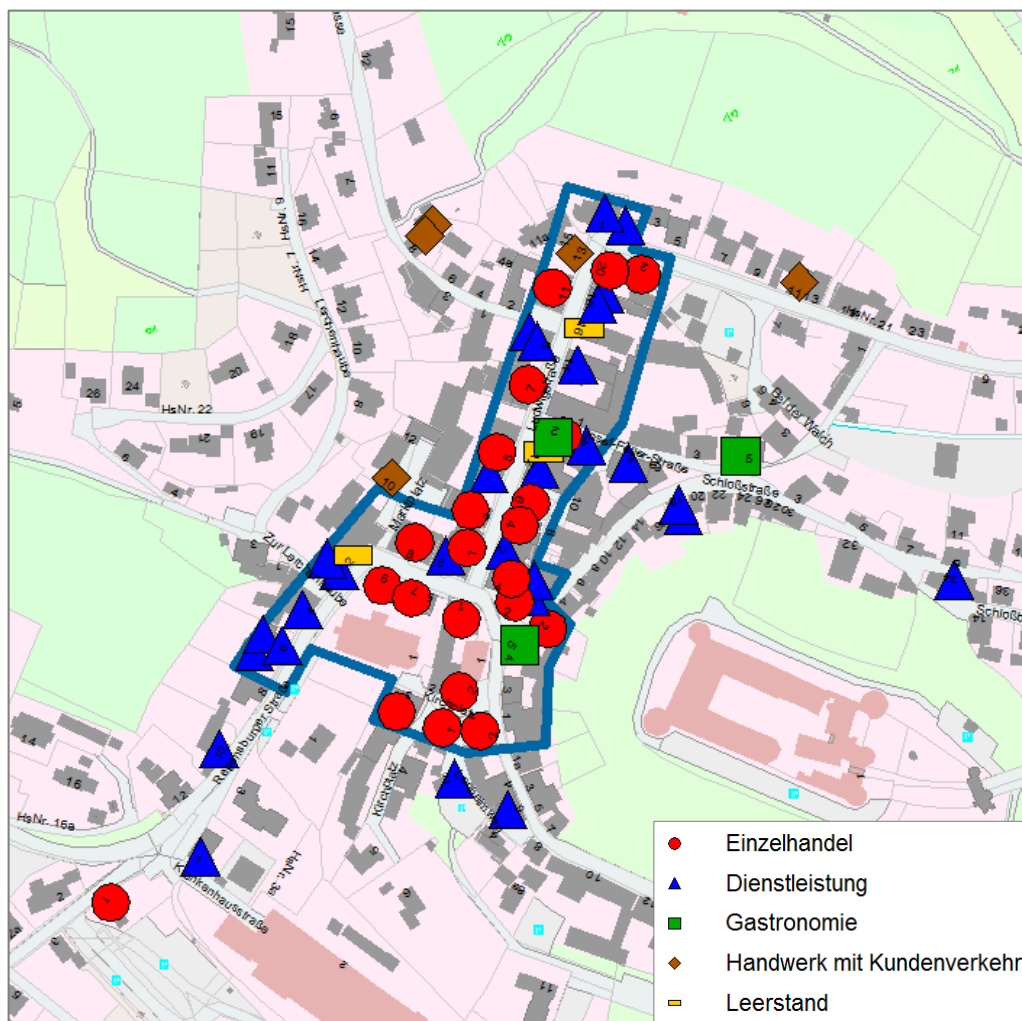


Abbildung 82: Zentraler Versorgungsbereich Stadtmitte

Als **Nahversorgungsbereiche** werden die beiden Gebiete
 - an der Regensburger Straße zwischen den beiden Discountern
 (Lidl und Netto) und
 - zwischen Donaustraße und Bahnhofstraße
 festgelegt

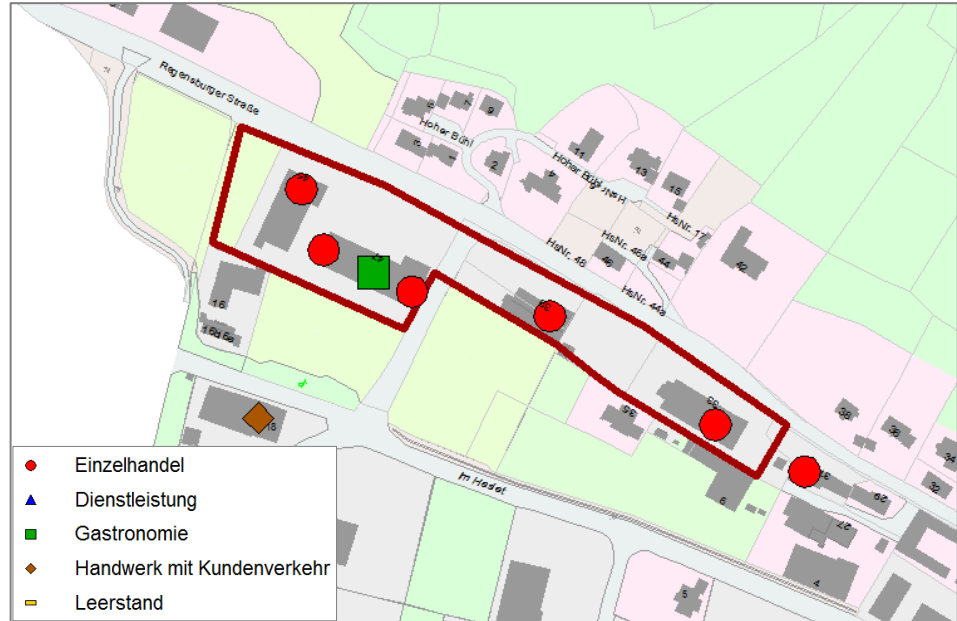


Abbildung 83: Nahversorgungsbereich Regensburger Straße

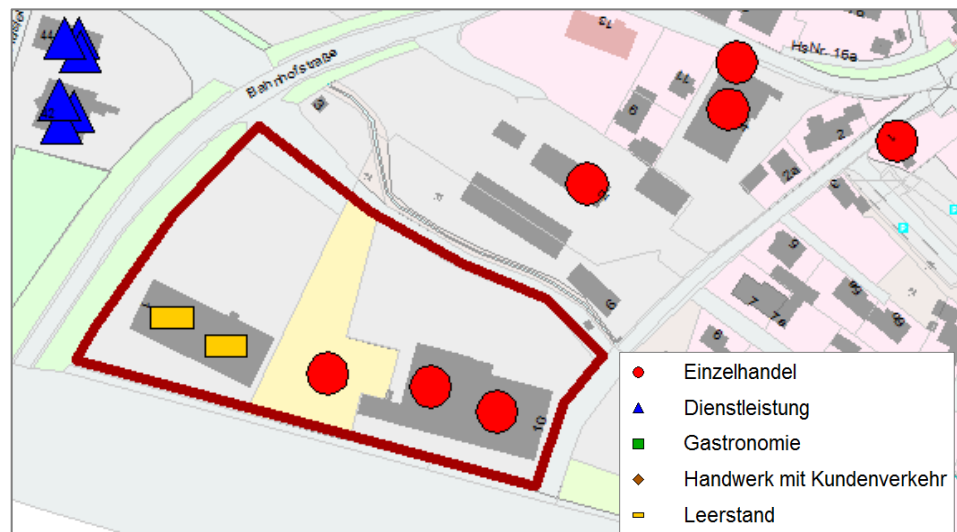


Abbildung 84: Nahversorgungsbereich Bahnhof-/Donaustraße

Der Standort des Discounters (Penny) an der Bayerwaldstraße
 ist ein Einzelstandort.

8.1 Zentraler Versorgungsbereich

Unter zentralen Versorgungsbereichen sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (gem. mehreren Urteilen des BVerwG).

In der Regel, so auch in der Stadt Wörth, bildet das Stadtzentrum den zentralen Versorgungsbereich.

Das Stadtzentrum erfüllt auf relativ engem Raum eine wichtige Versorgungsfunktion Wörths; die für ein Zentrum typischen Nutzungen Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Nutzungen, aber auch Wohnen sind dort vorhanden. Die Bündelung der Nutzungen v.a. in der Ludwigstraße bei gleichzeitig nur vereinzelt auftretenden Leerständen wird positiv bewertet.

Der Nutzungsmischung entsprechend stellt der aktuell noch gültige Flächennutzungsplan (FNP) der Gemeinde das Stadtzentrum im Wesentlichen als gemischte Baufläche dar.

Ziel für den zentralen Versorgungsbereich soll der Erhalt des bestehenden Einzelhandels sein und die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs.

8.2 Nahversorgungsbereiche

Dem Nahversorgungsbereich an der Regensburger Straße kommt die Aufgabe der Versorgung mit Gütern des täglichen periodischen Bedarfs und von nicht-zentrenrelevanten Baumarktsortimenten zu; daneben ist ein Textil-Discountmarkt angesiedelt sowie ein Imbiss. Der Nahversorgungsbereich befindet sich im westlichen Ortseingangsbereich des Hauptorts; durch die Lage direkt an der Gemeindegrenze zu Wiesent übernimmt der Standort auch für die Nachbargemeinde eine (fußläufige) Versorgungsfunktion. Gem. FNP sind die Flächen des Nahversorgungsbereiches gemischte Bauflächen (MI). Das Gebiet verfügt er über keine hohe städtebauliche Qualität.

Der Nahversorgungsbereich zwischen Bahnhof- und Donaustraße übernimmt ebenfalls Versorgungsfunktion für Waren des täglichen periodischen Bedarfes. Ein Vollsortimenter hat vor wenigen Jahren auf diesen Bereich hin verlagert; das nebenstehende ehemalige Gebäude des Vollsortimenters steht heute in Teilen leer; eine Neuvermietung steht an.

Dieser Standort liegt unweit entfernt vom Stadtzentrum, das über Donaustraße und Regensburger Straße auch fußläufig erreichbar ist.

Im aktuellen Flächennutzungsplan ist der Bereich teilweise als Sondergebiet (Vollsortimenter) und teilweise als Gewerbegebiet ausgewiesen.

9 Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Im Ergebnis der vorangegangenen Untersuchungen lassen sich für die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Würth folgende Ziele und Empfehlungen formulieren.

9.1 Zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente

Gem. gültigem Landesentwicklungsprogramm Bayern in der Fassung vom 01.03.2018 werden Sortimente des Einzelhandels wie folgt in Bedarfsgruppen eingeteilt:

Sortimente des Nahversorgungsbedarfs:

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Sortimente des Innenstadtbedarfs:

- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Haushaltselektronik („weiße Ware“), Computer und Zubehör, Foto, Film)
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Lederwaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

Sortimente des sonstigen Bedarfs:

- Autoteile und Autozubehör
- Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
- Boote und Zubehör
- Fahrräder und Zubehör
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Leuchten und Zubehör
- Möbel, Küchen
- Zooartikel, Tiere

Als zentrenrelevant gelten gem. LEP Bayern die Sortimente des Innenstadtbedarfs. Die Rechtsprechung (z.B. OVG NRW, Urteil vom 03.06.2002 – 7 a D 92/99.NE oder VGH BW, Urteil vom 02.05.2005 – 8 S 1848/04) fordert bei der Festlegung der Liste zentrenrelevanter Sortimente eine individuelle Betrachtung der örtlichen Situation.

Die Bestandsaufnahme 2017 ergab folgende Verteilungen der Sortimente auf das Stadtgebiet:

Verteilung der Sortimente auf das Wörther Stadtgebiet					
Sortimentsbereich	VK in qm Wörth gesamt	VK in qm		Anteile an ges. Wörth	
		VK Innenstadt	VK Reststadt	VK Innenstadt	VK Reststadt
VK Nahrungs- u. Genussmittel	3.840	174	3.666	5%	95%
VK Gesundheits- u. Körperpflege	517	309	208	60%	40%
VK Einrichtungsbedarf	189	101	89	53%	47%
VK Elektrogeräte, Leuchten	447	40	407	9%	91%
VK Baumarktsortimente	2.204	33	2.171	1%	99%
VK Bekleidung	1.017	795	222	78%	22%
VK Schuhe, Lederwaren	131	92	38	71%	29%
VK Uhren, Schmuck	45	38	7	84%	16%
VK Bücher, Schreibwaren	284	142	142	50%	50%
VK Hausrat, Glas, Porzellan	549	291	258	53%	47%
VK Unterhaltungselektronik	158	0	158	0%	100%
VK Spielwaren, Hobby	205	137	68	67%	33%
VK Foto, Optik	104	65	39	63%	37%
VK Telekommunikation	49	0	49	0%	100%
VK Informationstechnik	60	0	60	0%	100%
VK Sport, Camping	299	249	50	83%	17%
VK Babyartikel	25	21	3	86%	14%
(VK Sonstiger Einzelhandel)	2.410	0	2.410	0%	100%
(VK gesamt inkl. sonst. EZH)	12.532	2.487	10.045	25%	100%
VK 17 Sortimente ges.	10.122	2.487	7.635	33%	100%
VK kurzfristiger Bedarf	4.498	554	3.944	14%	100%
VK mittelfristiger Bedarf	4.537	1.577	2.961	53%	100%
VK langfristiger Bedarf	1.086	356	730	49%	100%
Anzahl Leerstände	9	3	6		

Erläuterung: grün=hoher Anteil Innenstadt

Abbildung 85: Verteilung der Sortimente auf das Wörther Stadtgebiet

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept Wörth schlägt auf Basis der Bestandserhebungen und der zukünftigen Zielsetzungen folgende Definition zentrenrelevanter Sortimente vor. Die Abweichung von der LEP-Liste resultiert aus der ortsspezifischen Situation und Zielsetzung:

Ziel 1

Anfragen nach Neuansiedlungen von Einzelhandelseinrichtungen sind auf der Grundlage der nachfolgenden Wörther Liste der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente zu prüfen.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente näher erläutert:

Wörther Liste zentrenrelevanter Sortimente (a1 - a10)

a1) **Sortiment Gesundheit, Pflege:** Medizinische und orthopädische Artikel, pharmazeutischer Bedarf, Körperpflege und Kosmetik, Hygieneprodukte und Papierwaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel

Ausnahmen: Drogeriefachmärkte und Drogerieartikel sind auch in den Nahversorgungsbereichen zulässig sowie als Randsortiment in allen Lebensmittelgeschäften.

a2) **Sortiment Bekleidung:** Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Babytextilien, Wäsche, Strumpfwaren, sonstige Bekleidung

- a3) **Sortiment Schuhe, Lederwaren:** Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile, Gürtel)
- a4) **Sortiment Uhren, Schmuck:** Uhren und Schmuck aus Edelmetallen und / oder anderen Materialien
- a5) **Sortiment Bücher, Schreibwaren:** Bücher, Zeitungen, Zeitschriften etc., Schreibwaren, Schul- und Bürobedarf, Papierwaren etc.
- a6) **Sortiment Hausrat:** Kochgeschirr, Schneidwaren, Bestecke, Glas, Porzellan, Keramik, Plastikwaren, Wohnaccessoires etc.
- a7) **Sortiment Spielwaren, Hobbys:** Spiele, Puppen, Plüschtiere, Bauspielzeug, Fahrzeuge, Modellbau, Bastel- und Malspielwaren, Musikinstrumente, Münz-, Briefmarken- u.a. Sammlungen, Antiquitäten etc.
- a8) **Sortiment Foto, Optik:** Fotoapparate und Objektive, Digitalkameras, Camcorder, Videokameras, Stative, Filme etc., Brillen, Sonnenbrillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mikroskope) etc.
- a9) **Sortiment Sportbedarf, Camping:** Sportbekleidung und -schuhe.
Ausnahmen: Nicht zentrenrelevant sind Fahrräder und Zubehör, Sportgeräte und -artikel, Campingartikel
- a10) **Sortiment Baby-, Kinderartikel:** Kinderwagen, -buggies, Autokindersitze, Tragetaschen, Wickeltaschen, Laufstall, Reisebetten, Baby-, Kleinkindspielwaren

Würther Liste von Sortimenten, die auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt werden können (b1 – b9)

- b1) Sortiment Nahrungs- und Genussmittel
- b2) Aus dem Sortimentsbereich Gesundheit/Pflege sind Drogeartikel auch in den Nahversorgungsbereichen zulässig, darüber hinaus lediglich als Randsortiment in Lebensmittelgeschäften zulässig.
- b3) Sortiment Einrichtungsbedarf: Möbel, Haus- und Heimtextilien (Teppiche u.a. Bodenbeläge, Gardinen, Matratzen, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche, Badtextilien, Stoffe etc.)
- b4) Sortiment Baumarktsortimente: Garten, Pflanzen, Außenanlagen, Autozubehör, Tiernahrung und Haustierzubehör, Baustoffe, Bauelemente, Farben, Lacke, Tapeten, Innenausbau (Fliesen, Holz, Kunststoff), Bad, Sanitär, Geräte, Maschinen, Werkzeuge und Zubehör.
- b5) Sortiment Elektrohaushaltsgeräte: Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen etc.), Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen, Näh- und Strickmaschinen etc.), Lampen und Leuchten
- b6) Sortiment Unterhaltungselektronik: Bespielte Bild- und Tonträger, braune Ware (Fernseh-, Rundfunk-, phonotechnische Geräte, Videorecorder, Auto Hi-Fi, Navigationsgeräte, Satellitenanlagen etc.), Videospiele und -konsolen
- b7) Sortiment Telekommunikation: Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte etc.
- b8) Sortiment Informationstechnologie: Personal Computer, Software, Peripheriegeräte etc.

- b9) Sortiment Sportbedarf, Camping: Fahrräder und Zubehör, Sportgeräte und -artikel, Campingartikel.
Ausnahmen: zentrenrelevant sind Sportbekleidung und -schuhe
- b10) Sonstige Sortimente, generell nicht zentrenrelevant: Brennstoffe, Kfz-Handel, Boote und Zubehör, Mineralölzeugnisse etc.

Die Stadt Würth sollte versuchen, die Sortimente Elektrohaushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Informationstechnologie im zentralen Versorgungsbereich oder im Nahversorgungszentrum Bahnhof-/ Donaustraße anzusiedeln, um eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen.

Ziel 2 Ab einer Verkaufsfläche von 200 m² sollen Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Stadtzentrums Würth zugelassen werden.
Ausnahmen siehe Ziel 1

9.2 Standorte für Lebensmittelmärkte

Ziel 3 Lebensmittelmärkte können auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Stadtzentrum und den Nahversorgungsbereichen angesiedelt werden. Sie sollen möglichst nah an den Wohngebieten liegen und auch fußläufig gut erreichbar sein.

9.3 Zentraler Versorgungsbereich Stadtmitte

Ziel 4 Zur Erhaltung und Stärkung der zentralörtlichen Bedeutung der Stadt Würth und deren Stadtzentrum wurde die historische Altstadt als zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum Würth festgesetzt. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Stadtzentrum ist jeglicher Einzelhandel – auch großflächig – grundsätzlich zulässig. Die städtebauliche Verträglichkeit ist bei Neuansiedlungen jeweils zu prüfen.

Ziel 5 Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen gezielt und bevorzugt im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum angesiedelt werden. Nur wenn dort keine Möglichkeit besteht, können Betriebe an anderer Stelle angesiedelt werden – zuvorderst in den beiden Nahversorgungsbereichen.

Ziel 6 Das Stadtzentrum von Würth soll als zentraler Versorgungsbereich gesichert und weiterentwickelt werden.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Würth a.d.Donau 2008 formuliert: „Die Stärkung des Einzelhandelsstandortes Stadtmitte kann u.a. dadurch gelingen, dass Vorhaben an Konkurrenzstandorten - insbesondere im Gewerbegebiet an der Regensburger Straße - nur in engen Grenzen zugelassen werden; insbesondere betrifft dies den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten; entlang der Regensburger Straße bestehen aber noch Flächen, die für Märkte von Interesse sein könnten. Die Versorgungsmöglichkeiten des Stadtzentrums dürfen gleichzeitig aber nicht überschätzt werden: kleine Flächen in unsanierten Gebäuden sind nach heutigen Anforderungen nicht vermietet oder nutzbar. Größere (Verkaufs-)Flächen sind nur in wenigen

Ausnahmen vorhanden oder realisierbar. Es gilt nun, eine überlegte und durchdachte Einzelhandelspolitik mit Augenmaß anzuwenden und planerische Festsetzungen außerhalb der Innenstadt geschickt zu verknüpfen - ohne sich die Zukunft zu verbauen, aber auch ohne die Innenstadt zu schädigen.“ (EEK Würth 2008, S.59)

Der Grundsatz dieser Empfehlung gilt auch heute noch – nämlich viel Kraft für den Erhalt der Stadtmitte und ihrer Funktionen (auch Einzelhandel) aufzuwenden. Dennoch muss den in den vergangenen zehn Jahren veränderten Rahmenbedingungen Rechnung getragen werden. Der Strukturwandel im Einzelhandel verstärkt sich: kleinere inhabergeführte Geschäfte erfahren eine große Konkurrenz durch die großflächigen Kettenmärkte, verstärkt aber auch durch den Internethandel. In Würth ist dies in unseren Befragungen deutlich hervorgetreten; manche Sortimente werden bereits zu einem Fünftel überwiegend im Internet eingekauft. Zudem ist in vielen Orten häufig die Nachfolge der kleineren Betriebe nicht geregelt. Auch in Würth gaben uns (wenige) Betriebe an, dass sie in den kommenden drei Jahren beabsichtigen zu schließen (1) oder den Betrieb zu übergeben (3).

Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept ist nicht nur den üblichen Bearbeitungsweg gegangen, sondern hat darüber hinaus noch den Betriebscheck der Innenstadtgeschäfte mit berücksichtigt und in die Empfehlungen mit eingearbeitet. Anlass dafür war die Unsicherheit der auch zukünftigen Stabilität des „Geschäftszentrums Innenstadt“. Unsere Expertise besagt, dass die Innenstadt weiterhin eine gute Zukunft als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort haben wird, wenn die Stadt auch zukünftig zentrenrelevante Sortimente an anderer Stelle ausschließt. Ausnahmen sollten dann zugelassen werden, wenn Ansiedlungsvorhaben im zentralen Versorgungsbereich nicht realisierbar sind.

9.4 Einzelhandel in Nahversorgungsbereichen

In den beiden Nahversorgungsbereichen sind nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig (s. Kap. 9.1 Ziel 1 – Würther Liste der (nicht) zentrenrelevanten Sortimente. Sie haben wichtige Nahversorgungsfunktion für Würth. Die außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen zulässigen Sortimente sollen möglichst in den Nahversorgungsbereichen gebündelt angesiedelt werden; Ausnahme s. Ziel 3.

Ziel 7

In den Nahversorgungsbereichen sollen zentrenrelevante Sortimente ausgeschlossen werden. Wenn Ansiedlungen von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich nicht gelingen, sind Ausnahmeregelungen zu finden, um die Ansiedlungen in den Nahversorgungsbereichen zu ermöglichen.

Die maximal mögliche Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente soll geregelt und festgesetzt werden, auch mittels Bebauungsplan. Die Dimension dieser (innenstadtunschädlichen) Verkaufsflächen für Randsortimente kann ein Verträglichkeitsgutachten ermitteln.

Wir empfehlen die Änderung der gültigen Bebauungspläne Alter Bahnhof und Hoher Bühl (Regensburger Straße). Der Bebauungsplan Alter Bahnhof schließt heute alle zentrenrelevanten Sortimente nach der Definition des Landesentwicklungsprogramms Bayern aus. Der Bebauungsplan soll dahingehend

geändert werden, dass zentrenrelevante Sortimente gem. der Definition des vorliegenden EEKs ausgeschlossen werden.

Der Bebauungsplan Hoher Bühl schließt aktuell keine Sortimente aus. Dies soll geändert werden; wir empfehlen die Änderung des Bebauungsplans Hoher Bühl: die Änderung des Bebauungsplans soll zentrenrelevante Sortimente ausschließen.

Ziel 8 Der Bestandsschutz bestehender Einzelhandelsbetriebe auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Wörths ist zu beachten. Nach Ablauf der Frist baurechtlicher Festsetzungen sollen die Bebauungspläne dahingehend überprüft und geändert werden, dass Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten dort möglichst ausgeschlossen wird. Liegt kein Bebauungsplan vor, soll er aufgestellt werden. Bestehenden Betrieben soll ggf. auch die Möglichkeit der Erweiterung eingeräumt werden; die Verträglichkeit ist i.d.R. im Einzelfall zu prüfen.

Wir empfehlen für den Nahversorgungsbereich Regensburger Straße einen erweiterten Bestandsschutz festzulegen, der bestehenden Geschäften bei Verträglichkeit gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich auch eine Erweiterung einräumt, um diese in ihrer Entwicklung nicht zu blockieren.

9.5 Einzelhandel in sonstigen Gewerbegebieten

Ziel 9 Im Gewerbepark Wörth-Wiesent sollen keine Einzelhandelsbetriebe angesiedelt werden; ausgenommen sind Betriebe mit sonstigem Handel wie Automobilverkauf, Tankstelle, etc.

Ziel 10 Bei zukünftigen Festsetzungen von Gewerbegebieten soll die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich ausgeschlossen werden.

Wir empfehlen die Änderung des Bebauungsplans Im Haslet; dieser schließt heute keinen zentrenrelevanten Einzelhandel aus; durch die Änderung sollen diese ausgeschlossen werden.

10 Weitere Hinweise und Empfehlungen

Neben

- der Festsetzung von zentralem Versorgungsbereich Stadtzentrum und den beiden Nahversorgungsbereichen Regensburger Straße und Bahnhof- / Donaustraße
- der Festsetzung der Liste zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente sowie
- der Empfehlung einer baurechtlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen in Gewerbegebieten und außerhalb der Versorgungsbereiche

empfehlen die Ersteller des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Würth die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Stadtzentrum mit mehreren Maßnahmen. Gleichzeitig empfiehlt die vorliegende Einzelhandelskonzeption, einen Entwicklungsspielraum für absehbare und zukünftige Ansiedlungen von Einzelhandel vorzusehen; dies allerdings in einem Rahmen, der dem Ziel der Zentrumsstärkung Würths nicht entgegenwirkt.

Hintergrund der Empfehlungen sind der Strukturwandel im Einzelhandel im Allgemeinen – Bedeutungsgewinn für Onlinehandel, Tendenz zu großflächigen Betrieben, Bedeutungsverlust des kleinen inhabergeführten Einzelhandels etc. – und die besondere Situation in der Stadt Würth – gesamtes Versorgungsangebot, kompakte Einkaufslage in der historischen Innenstadt bei gleichzeitig erkennbarer Leerstandsproblematik bei Geschäftsflächen.

10.1 Belebung des Stadtzentrums, Stärkung der öffentlich-privaten Kooperation

Die öffentlich-private Kooperation zur Standortentwicklung Stadtmitte Würth seit 2009 hat sich bewährt und soll weiter fortgesetzt werden. Das seit 2009 eingesetzte Projektmanagement soll weiter – auch zur Entlastung der privaten und öffentlichen Akteure - die Initiierung, Begleitung, Koordination und Umsetzung von Projekten durchführen. Die Lenkungsgruppe sollte wieder stärker die Steuerungsfunktion innehaben: Vorhaben von öffentlicher und privater Seite werden besprochen und untereinander abgestimmt; Zielsetzungen können gemeinsam entwickelt werden.

Dabei soll die Belebung des Zentrums wichtiges Ziel sein. Wird die Frequentierung der Stadtmitte aufrechterhalten, profitieren die Geschäfte davon; damit einher geht die Werterhaltung der Immobilien.

10.2 Zusammenarbeit der Betriebe, Unterstützung durch die Stadt Würth

Das Projektmanagement unterstützt durch seine Arbeit einzelne Geschäfte und Immobilieneigentümer, i.d.R. und überwiegend aber die Akteure vor Ort gemeinsam. Wichtig ist, dass die Betriebe sich weiter vernetzen und kooperieren. Das Projektmanagement, aber auch die Stadt Würth, soll die Zusammenarbeit der Betriebe weiter unterstützen.

10.3 Tourismus und Handel verknüpfen

Die Stadt Wörth ist ein Tor in den Bayerischen Wald und erfüllt Naherholungsfunktion für den Raum Regensburg. Auch durch die Lage an der Donau (Donau-Radweg) spielt der Tourismus eine potenziell wichtige Rolle. In den letzten Jahren konnten Projekte umgesetzt werden, die Stadt für Radler des Donauradweges wie für Wanderer attraktiver zu machen. Dies sollte fortgesetzt werden: es profitieren Gäste davon, aber eben auch die Geschäfte, die ihren Umsatz durch die zusätzlichen Kunden erhöhen können.

Wichtig für die kommenden Jahre ist z.B. die Verbesserung der Orientierungsmöglichkeiten, insbesondere für die Rad-Touristen.

10.4 Maßnahmen der Betriebe

Von der Attraktivität der Geschäfte in der Wörther Innenstadt hängt die Zukunft des Geschäftsstandortes ab. Viele Geschäfte pflegen Ladeninneres und Schaufenster sowie Kundenkontakt. Um den Standard weiter zu heben, sollen die Geschäftsinhaber und deren Personal laufend Fortbildungsseminare besuchen. Das Projektmanagement kann informieren und vermitteln.

10.5 Nächste Schritte

Öffentlich-private Abstimmung

Diese hat im März 2018 stattgefunden. S. Kap. 4.4.

Stadtratsklausur

Im März und April 2018 fanden zwei Stadtratsklausuren zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung statt; die Ergebnisse wurden in das vorliegende EEK eingearbeitet.

Beschluss im Stadtrat

Basierend auf den Ergebnissen der Stadtratsklausuren kann so abschließend ein Stadtratsbeschluss (Billigung des EEKs) zur zukünftigen Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Wörth a.d.Donau gefasst werden.

Änderung von Bebauungsplänen

Die drei Bebauungspläne Im Haslet, Hoher Bühl und Alter Bahnhof sollen gem. den Empfehlungen des vorliegenden EEKs geändert werden; zentrenrelevante Sortimente sollen zukünftig ausgeschlossen werden. Ausnahmen sind zu begründen und durch vertraglich zu regeln.

11 Ausblick

Damit die in Kapitel 9 und 10 formulierten Ziele und Empfehlungen als „abwägungsrelevantes“ Material in die Bauleitplanung und den integrierten städtebaulichen Entwicklungsprozess der Stadt Würth einfließen können, bedarf es deren Billigung durch den Stadtrat.

Bei konkretem Handlungsbedarf und zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs müssen die Vorgaben des Entwicklungskonzepts in verbindlichen Bauleitplänen (Bebauungsplänen oder vorhabenbezogenen Bebauungsplänen) umgesetzt werden.

Der Schutz und die Stärkung des Einzelhandels und der Betriebe sind ein elementarer Baustein, das Stadtzentrum Würths als Standort für Wirtschaft, Wohnen, Arbeiten und Leben weiter stärken und zu entwickeln.

In diesem Sinne gilt es, die Ergebnisse dieses Konzepts sowie die Entwicklung von Maßnahmen gemeinsam mit den örtlichen Akteuren anzugehen.

Büro PLANWERK
Nürnberg, Januar 2018, ergänzt im Mai 2018