



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

Einzelhandels- entwicklungskonzept Markt Weisendorf

Nürnberg, den 22.12.2017

- 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

Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkungen	6
1.1	Anlass und Ziele des vorliegenden Konzepts	6
1.2	Vorgehensweise	7
1.3	Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels	7
1.4	Definitionen	8
1.4.1	Zentrale Versorgungsbereiche	8
1.4.2	Einzelhandel	9
1.4.3	Kaufkraft	10
2	Daten und Fakten Markt Weisendorf	11
2.1	Lage im Raum	11
2.2	Verkehrsanbindung	11
2.3	Entwicklungstendenzen	14
2.3.1	Einwohner und Altersstruktur	14
2.3.2	Arbeitsplätze und Pendler	17
2.3.3	Arbeitsplätze nach Wirtschaftsbereichen	18
3	Planungsvorgaben	19
3.1	Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)	19
3.2	Regionalplan	22
3.3	Kommunale Bauleitplanung	23
4	Ergebnisse von Befragungen	24
4.1	Befragung Einzelhandel, Ladendienstleistung	24
4.1.1	Befragte Betriebe	24
4.1.2	Bewertung des Standorts	25
4.1.3	Unternehmerische Zukunftsplanung	27
4.2	Haushaltsbefragung	28
4.2.1	Struktur der befragten Haushalte	28
4.2.2	Umzugsplanung	31
4.2.3	Einschätzung von Stärken und Schwächen des Marktes Weisendorf	32
4.2.4	Vermisste Einrichtungen und Betriebe	34
4.2.5	Beurteilung des Versorgungsangebots	35
4.2.6	Beurteilung der Marktgemeinde Weisendorf	35
4.2.7	Einkaufsverhalten	36
4.2.8	Räumliches Verhalten bei Dienstleistungen	38
4.2.9	Wichtige Themen der Ortsentwicklung	39
4.3	Passantenbefragung	40
4.3.1	Struktur der Passanten / Kunden	40
4.3.2	Weisendorf als Einkaufsort	43
4.3.3	Einkaufsorte am Tag der Befragung	44
4.3.4	Positive Aspekte der Weisendorfer Standorte	46
4.3.5	Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen	47
4.3.6	Einschätzung von Stärken und Schwächen der Marktgemeinde Weisendorf	48
5	Bestandssituation im Einzelhandel	50
5.1	Gewerbestandorte	50
5.2	Einzelhandelsstandorte	53
5.3	Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen und -gruppen (Bestand)	54
5.4	Verteilung der Einzelhandelsangebote	55
5.4.1	Sortimentsgruppe periodischer Bedarf	55
5.4.2	Sortimentsgruppe Bekleidung, Schuhe	57
5.4.3	Sortimentsgruppe Technik	58
5.4.4	Sortimentsgruppe Haushalts-, persönlicher Bedarf	59

	5.4.5 Sortimentsgruppe Baumarktsortimente	60
	5.4.6 Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf	61
6	Standortanalyse Einzelhandel.....	62
6.1	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft.....	62
6.2	Kaufkraftbindung.....	63
6.3	Kaufkraftflüsse	63
6.4	Einzelhandelszentralität.....	65
6.5	Einzelhandelsumsatz.....	66
6.6	Bilanzierung Umsatz - Kaufkraft	67
6.7	Bindungspotenzial	68
7	Ansiedlungspotenziale im Einzelhandel	69
8	Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungszentrum	76
8.1	Zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte Weisendorf“	77
8.2	Nahversorgungszentrum "Am Mühlberg / Erlanger Straße"	82
9	Ziele der Einzelhandelsentwicklung	85
9.1	Zentrale Versorgungsbereiche	85
9.2	Zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente	86
9.3	Standorte für den Einzelhandel im Sinne von § 11 (3) BauNVO.....	90
9.4	Sonstige Standorte für Einzelhandel (Solitäre Nahversorgungsstandorte)	91
10	Weitere Hinweise und Empfehlungen	93
10.1	Belebung des Ortszentrums durch weitere Frequenzbringer	93
10.2	Verknüpfung von Naherholung und Handel	93
10.3	Aktive Ansiedlung von gewünschten Betrieben im Ortszentrum	94
10.4	Zusammenarbeit der Betriebe, Unterstützung durch den Markt Weisendorf.	94
10.5	Aktives Flächenmanagement im Ortszentrum, Zwischennutzungen	95
10.6	Öffentlich-private Kooperation	95
10.7	Städtebauförderung.....	95
10.8	Maßnahmen der Betriebe	96
11	Ausblick.....	97
12	Anhang.....	98

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels (aus BUNZEL 2009)	8
Abbildung 2: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche.....	9
Abbildung 3: Lage im Raum (BayernAtlas 2016).....	11
Abbildung 4: Verkehrsmengen (Verkehrsmengen-Atlas Bayern – Straßenverkehrszählung 2010)..	12
Abbildung 5: Liniennetz Landkreis Erlangen-Höchstadt 2016 (Ausschnitt) (VGN)	13
Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung 1960 bis 2015	14
Abbildung 7: Bevölkerungsentwicklung 1970 bis 2015	14
Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung, 1960 bis 2015, Prognose bis 2033.....	15
Abbildung 9: Altersstruktur Weisendorf im Vergleich, 2015.....	15
Abbildung 10: Entwicklung der Altersgruppe der unter 18-Jährigen	16
Abbildung 11: Entwicklung der Altersgruppe der 65-Jährigen oder älter	16
Abbildung 12: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten	17
Abbildung 13: Häufigste Ziele der Auspendler aus der Marktgemeinde Weisendorf.....	18
Abbildung 14: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen.....	18
Abbildung 15: Strukturkarte (Ausschnitt) (LEP 2013)	19
Abbildung 16: Strukturkarte (Ausschnitt) (LEP Teilfortschreibung 2017 (Entwurf))	21
Abbildung 17: Zentrale Orte, Nahbereiche, Siedlungsschwerpunkt (RP 7, Begründungskarte 3)	22
Abbildung 18: Bewertung der Zukunft Weisendorfs als Gewerbestandort	25
Abbildung 19: Bewertung der Zukunft des eigenen Standorts als Gewerbestandort	25
Abbildung 20: Grund für Beurteilung von Weisendorf als Gewerbestandort.....	26
Abbildung 21: Grund für Beurteilung des eigenen Standortes	26
Abbildung 22: Zukunftsplanung der Weisendorfer Unternehmen.....	27
Abbildung 23: Personalplanung 2017 / 2018 der Weisendorfer Unternehmen	27
Abbildung 24: Verteilung der befragten Haushalte auf die Ortsteile.....	28
Abbildung 25: Wohndauer der befragten Haushalte im Markt Weisendorf.....	29
Abbildung 26: Haushaltsgröße der befragten Haushalte	29
Abbildung 27: Generationen in den befragten Haushalten	30
Abbildung 28: Altersstruktur der Haushaltsmitglieder der befragten Haushalte	30
Abbildung 29: Haushaltstypen der befragten Haushalte	31
Abbildung 30: Ziel der befragten Haushalte mit Umzugsplanung.....	31
Abbildung 31: Stärken der Marktgemeinde Weisendorf.....	32
Abbildung 32: Schwächen der Marktgemeinde Weisendorf.....	33
Abbildung 33: Vermisste Einrichtungen und Betriebe	34
Abbildung 34: Beurteilung der Versorgungssituation in Weisendorf.....	35
Abbildung 35: Beurteilung der Marktgemeinde Weisendorf	36
Abbildung 36: Einkaufsorte der Weisendorfer Haushalte.....	36
Abbildung 37: Häufigkeit der Einkäufe in den Einkaufsmärkten	37
Abbildung 38: Betätigungsorte der Weisendorfer Haushalte bei Dienstleistungen	38
Abbildung 39: Wichtige Themen der Ortsentwicklung.....	39
Abbildung 40: Wohnort der befragten Passanten.....	40
Abbildung 41: Wohnort der befragten Passanten nach Befragungsstandort	41
Abbildung 42: Alter der befragten Passanten	41
Abbildung 43: Haushaltsgröße der befragten Passanten	42
Abbildung 44: Genutztes Verkehrsmittel der befragten Passanten.....	42

Abbildung 45: Einkaufsorte der befragten Passanten	43
Abbildung 46: Einkaufsorte der Passanten am Tag der Befragung	44
Abbildung 47: Einkaufsorte: Befragungsstandort Ortszentrum Weisendorf	44
Abbildung 48: Einkaufsorte: Befragungsstandort REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg)	45
Abbildung 49: Positive Aspekte: Ortszentrum Weisendorf	46
Abbildung 50: Positive Aspekte: REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg)	46
Abbildung 51: Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen u. Einrichtungen	47
Abbildung 52: Stärken der Marktgemeinde Weisendorf.....	48
Abbildung 53: Schwächen der Marktgemeinde Weisendorf.....	49
Abbildung 54: Betriebsformen.....	50
Abbildung 55: Standorte nach Betriebsform Markt Weisendorf	51
Abbildung 56: Standorte nach Betriebsform, Weisendorf Hauptort	52
Abbildung 57: Verkaufsfläche im Einzelhandel, Weisendorf Hauptort	53
Abbildung 58: Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen	54
Abbildung 59: Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen	54
Abbildung 60: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe periodischer Bedarf	56
Abbildung 61: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Bekleidung, Schuhe	57
Abbildung 62: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Technik	58
Abbildung 63: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Haushalts-, persönlicher Bedarf.....	59
Abbildung 64: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Baumarktsortimente	60
Abbildung 65: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf	61
Abbildung 66: Kaufkraft nach Sortimentsgruppen	62
Abbildung 67: Sortimentsbezogener Bindungsanteil	63
Abbildung 68: Kaufkraft-Abfluss nach Sortimentsgruppen	64
Abbildung 69: Kaufkraft-Zufluss nach Sortimentsgruppen	64
Abbildung 70: Sortimentsbezogene Zentralität.....	65
Abbildung 71: Umsatz nach Sortimentsgruppen	66
Abbildung 72: Kaufkraft- und Umsatzgrößen für den Markt Weisendorf insgesamt	67
Abbildung 73: Kaufkraft-Bilanz für den Markt Weisendorf	67
Abbildung 74: Bindungspotenzial nach Sortimentsgruppen	68
Abbildung 75: Sortimente des periodischen Bedarfs	69
Abbildung 76: Aperiodischer Bedarf: Bekleidung, Schuhe	70
Abbildung 77: Aperiodischer Bedarf: Technik	70
Abbildung 78: Aperiodischer Bedarf: Haushalts-, persönlicher Bedarf.....	71
Abbildung 79: Aperiodischer Bedarfs: Baumarktsortimente	71
Abbildung 80: Aperiodischer Bedarf: Einrichtungsbedarf	72
Abbildung 81: Ansiedlungs- / Erweiterungspotenziale (Aktuelle EW-Zahl)	73
Abbildung 82: Ansiedlungs- / Erweiterungspotenziale, Verkaufsfläche (Aktuelle EW-Zahl)	73
Abbildung 83: Ansiedlungs- / Erweiterungspotenziale, Verkaufsfläche (prognostizierte EW-Zahl)	74
Abbildung 84: Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungszentrum.....	76
Abbildung 85: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weisendorf	77
Abbildung 86: Rahmenplan zur Ortskernsanierung Weisendorf vom 13.02.2012 (Ausschnitt)	79
Abbildung 87: Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“	82

1 Vorbemerkungen

1.1 Anlass und Ziele des vorliegenden Konzepts

Die Marktgemeinde Weisendorf hat die Nürnberger Büros Topos team und PLANWERK beauftragt, ein Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) als Einzelbaustein eines Integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzepts (ISEK) für die Marktgemeinde Weisendorf zu erstellen.

Ziel des Marktes Weisendorf ist es, den Bürgerinnen und Bürgern ein bedarfsgerechtes und verbrauchernahes Angebot an Infrastruktureinrichtungen der Daseinsvorsorge zu bieten und die Attraktivität des Marktes als Wohn- und Arbeitsort zu erhalten bzw. noch weiter auszubauen.

Die Stärkung des Ortszentrums ist ein wichtiges Ziel für den Markt Weisendorf. Eine für die Ortsmitte „verträgliche“ Einzelhandelsentwicklung trägt dazu bei, die Attraktivität und Lebendigkeit dauerhaft zu sichern.

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

- Erfüllt der Markt Weisendorf seine Funktionen als Kleinzentrum bzw. nach Anpassung an das LEP 2013 als Grundzentrum?
- Wie ist die Bevölkerung des Marktes Weisendorf 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 sollte der Markt Weisendorf zukünftig den Schwerpunkt der Einzelhandelsentwicklung setzen?
- Muss das Ortszentrum vor Einzelhandelsbetrieben an anderer Stelle 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 für die Entwicklung des Einzelhandels in der Marktgemeinde Weisendorf benannt.

Nach deren Billigung durch die Marktgemeinde 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 Marktgemeinde soll das Konzept zu mehr Planungssicherheit und Verlässlichkeit für Einzelhandel, Eigentümer, Investoren und Gemeindeverwaltung 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 gesamtörtlich angelegt sein und die Verflechtungen des Marktes Weisendorf in das Umland berücksichtigen.

Im Rahmen der Untersuchung wurden die folgenden Arbeitsschritte durchgeführt:

- Erfassung des Einzelhandelsbestandes im gesamten Gemeindegebiet der Marktgemeinde Weisendorf (inkl. Ortsteile).
- Erfassung des Bestandes an Einrichtungen der Bereiche Dienstleistung, Gastronomie und Handwerk, Gewerbe im gesamten Gemeindegebiet der Marktgemeinde Weisendorf (inkl. Ortsteile).
- Durchführung einer Passanten- bzw. Kundenbefragung (rd. 300 Interviews) an den Standorten Ortszentrum Weisendorf und Gewerbegebiet Am Mühlberg. Dabei werden u.a. Einkaufsverhalten und Herkunft der Befragten erfasst.
- Durchführung einer Haushaltsbefragung. Verteilung von rd. 2.850 Fragebögen an alle Haushalte der Marktgemeinde Weisendorf (Rücklaufquote von 22%).
- Analyse der erhobenen Daten. Differenzierung des Angebots nach Verkaufsflächen und Sortimentsbereichen.
- Durchführung einer Kaufkraftanalyse für die einzelnen Sortimentsbereiche.
- Entwicklung von sortimentsgenauen Aussagen bezüglich der generellen Ansiedlungsmöglichkeit von Einzelhandelsbetrieben im Gemeindegebiet.
- Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs.
- Festlegung der Sortimentsliste für zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente.
- Teilräumliche Differenzierung der Aussagen zur Ansiedlung von Einzelhandel nach Standorten.
- Abstimmung der Entwicklungsempfehlungen mit den Belangen und Zielen der Städtebauförderung.

1.3 Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels

Vielerorts hat der Strukturwandel im Einzelhandel und insbesondere in der Lebensmittelbranche bereits zu gravierenden Problemen für die Ortszentren 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.

Nach Billigung durch den Markt Weisendorf kann das vorliegende Konzept 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).

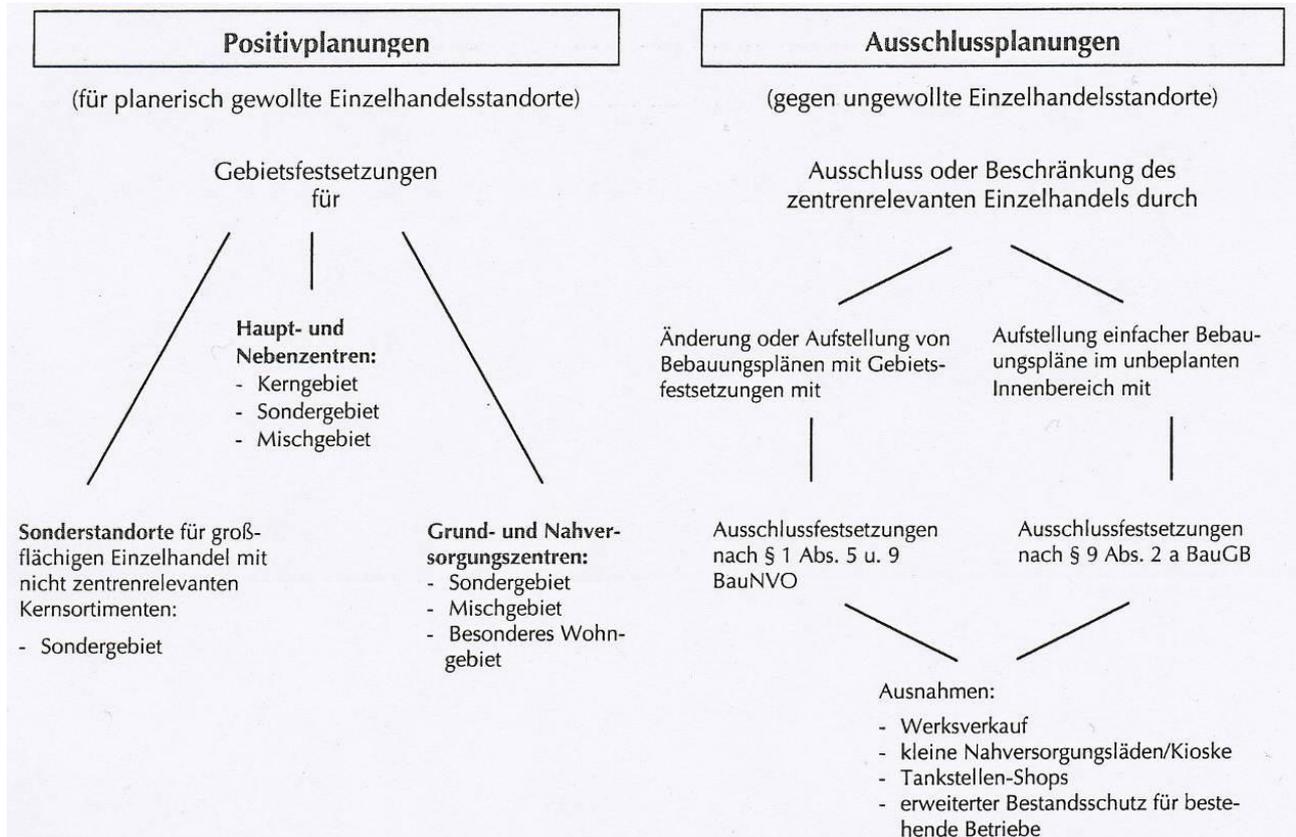


Abbildung 1: Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels (aus BUNZEL 2009)

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 der Markt Weisendorf 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 Personen-
nahverkehrsnetz.

Unstrittig ist, dass sich die Abgrenzung 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.

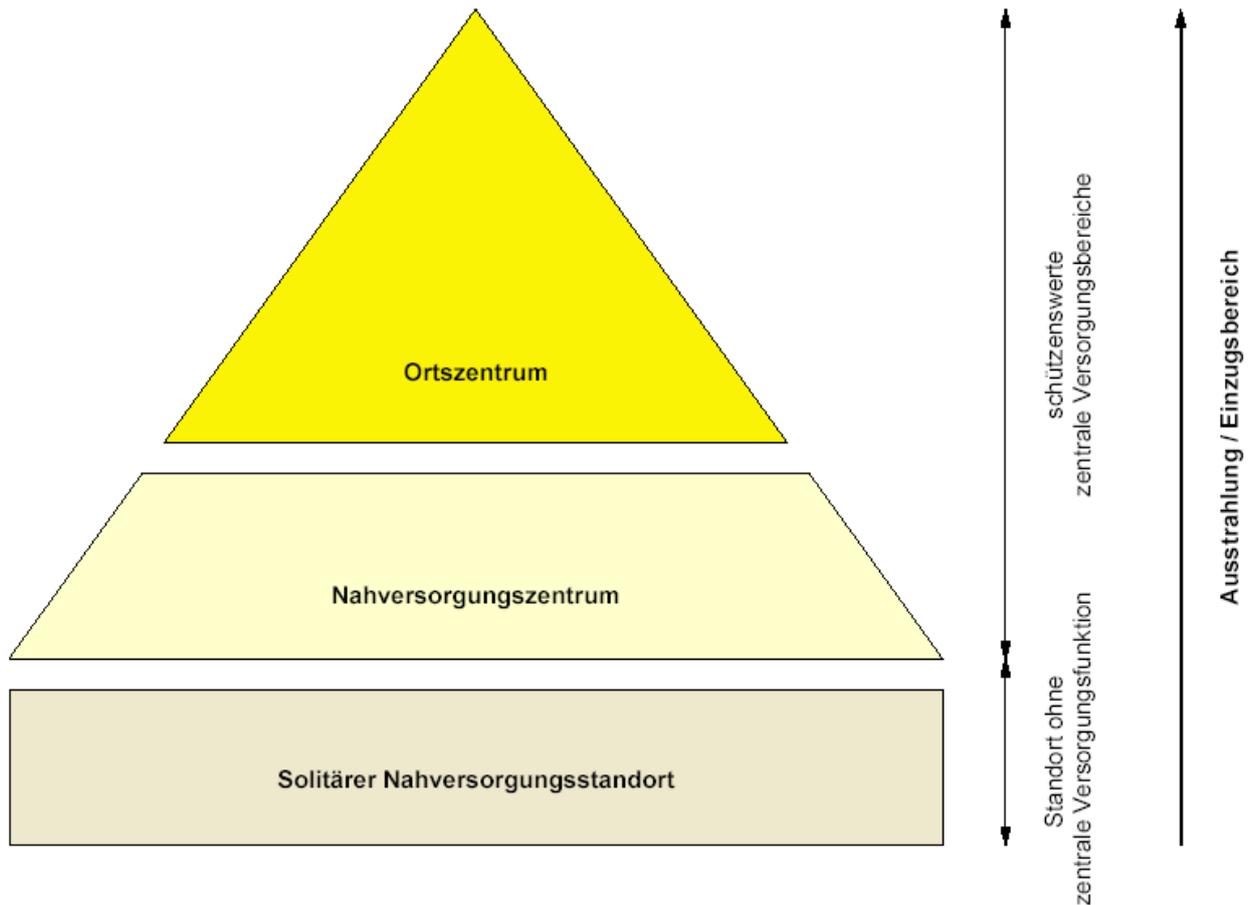


Abbildung 2: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche

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 außer 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 Um-

schlag 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 zusammengeschlossen. Der anhaltende Konzentrationsprozess (v.a. im Nahrungs- 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 2016 liegt bei 22.066 € pro Jahr und Einwohner im Bundesdurchschnitt (Quelle: MB-Research). Spitzenwerte werden in Landkreisen wie Landkreis Starnberg (32.338 €) und Landkreis München (30.487 €) oder im Hochtaunuskreis (31.825 €) erreicht.

Der Landkreis Erlangen-Höchstadt erreicht 2016 eine Kaufkraft pro Kopf von 26.215 € pro Jahr und liegt damit bei einem Kaufkraftindex von 118,8 (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 2016; GfK) in der Dimension von 5.729 € pro Jahr und Einwohner für den Bundesdurchschnitt.

Der Markt Weisendorf erreicht 2016 eine Kaufkraft-Kennziffer von 100,7, was einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 5.769 € pro Jahr und Einwohner entspricht.

2 Daten und Fakten Markt Weisendorf

2.1 Lage im Raum

Die Marktgemeinde Weisendorf liegt im nördlichen Teil des Regierungsbezirks Mittelfranken, im Landkreis Erlangen-Höchstadt. Die Marktgemeinde Weisendorf liegt außerdem in der Metropolregion Nürnberg zentral zwischen Erlangen, Herzogenaurach, Neustadt a.d.Aisch und Höchstadt a.d.Aisch.

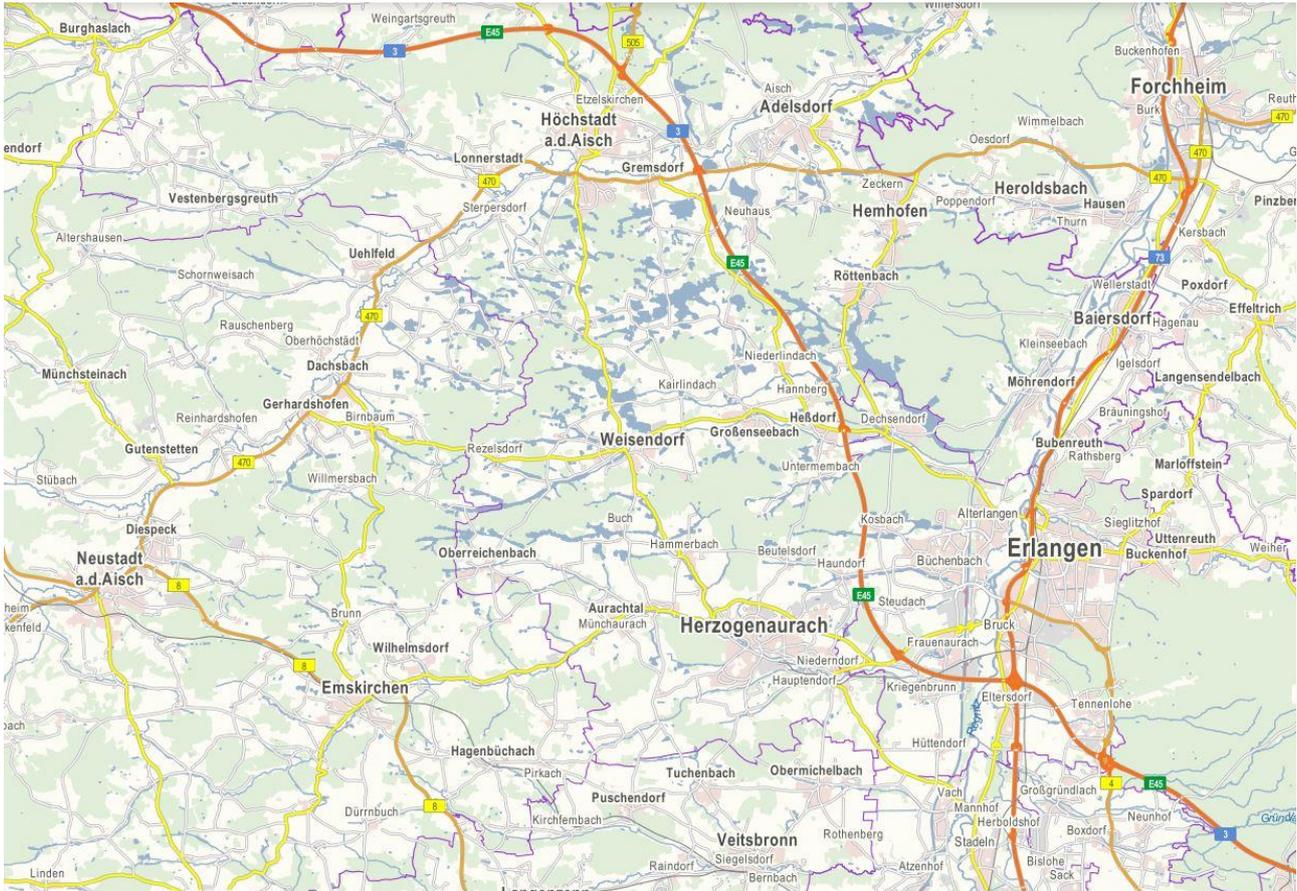


Abbildung 3: Lage im Raum (BayernAtlas 2016)

Die Stadtzentren von Herzogenaurach (ca. 7 km Luftlinie), Höchstadt a.d.Aisch (ca. 10 km) oder Erlangen (ca. 13 km) sind vom Ortszentrum Weisendorf jeweils in einer Fahrtzeit von bis zu etwa 20 Minuten zu erreichen.

2.2 Verkehrsanbindung

Der folgende Ausschnitt aus dem Verkehrsmengen-Atlas Bayern verdeutlicht die gute Straßenanbindung des Marktes Weisendorf.

Die Staatsstraßen St 2259 (Scheinfeld - Hemhofen) und St 2263 (Unterneuses – Fürth) treffen im Hauptort Weisendorf aufeinander. Die Staatsstraße St 2259 verläuft in Ost-West-Richtung durch Weisendorf (grün im Kartenausschnitt aus dem Verkehrsmengen-Atlas für Bayern). Auf der St 2259 wurden zwischen Weisendorf und Großensee rd. 5.680 Fahrzeuge pro Tag bei der Straßenverkehrszählung 2010 erfasst. Die Staatsstraße St 2263 verläuft in Nord-Süd-Richtung

durch Weisendorf (im Kartenausschnitt grün). Auf der Höhe des Weisendorfer Ortsteils Boxbrunn können rd. 3.570 Fahrzeuge pro Tag verzeichnet werden, auf der Höhe von Welkenbach rd. 4.410 Fahrzeuge pro Tag.

Die Bundesautobahn A 3 (Regensburg – Nürnberg – Würzburg) verläuft etwa 7 km westlich des Hauptorts (im Kartenausschnitt rot); nächste Anschlussstelle ist Erlangen-West.

Die Kreisstraße ERH 13 (Nankendorf – Landkreisgrenze) führt vom Ortsteil Nankendorf südlich des Hauptortes bis zum südlich angrenzenden Landkreis Fürth (im Kartenausschnitt gelb). Auf dieser Straße fahren rd. 2.480 Fahrzeuge pro Tag. Außerdem verlaufen die Kreisstraßen ERH 27 sowie ERH 28 durch das Gemeindegebiet.

Insgesamt ist die Marktgemeinde Weisendorf damit gut in das regionale und überregionale Straßenverkehrsnetz eingebunden.

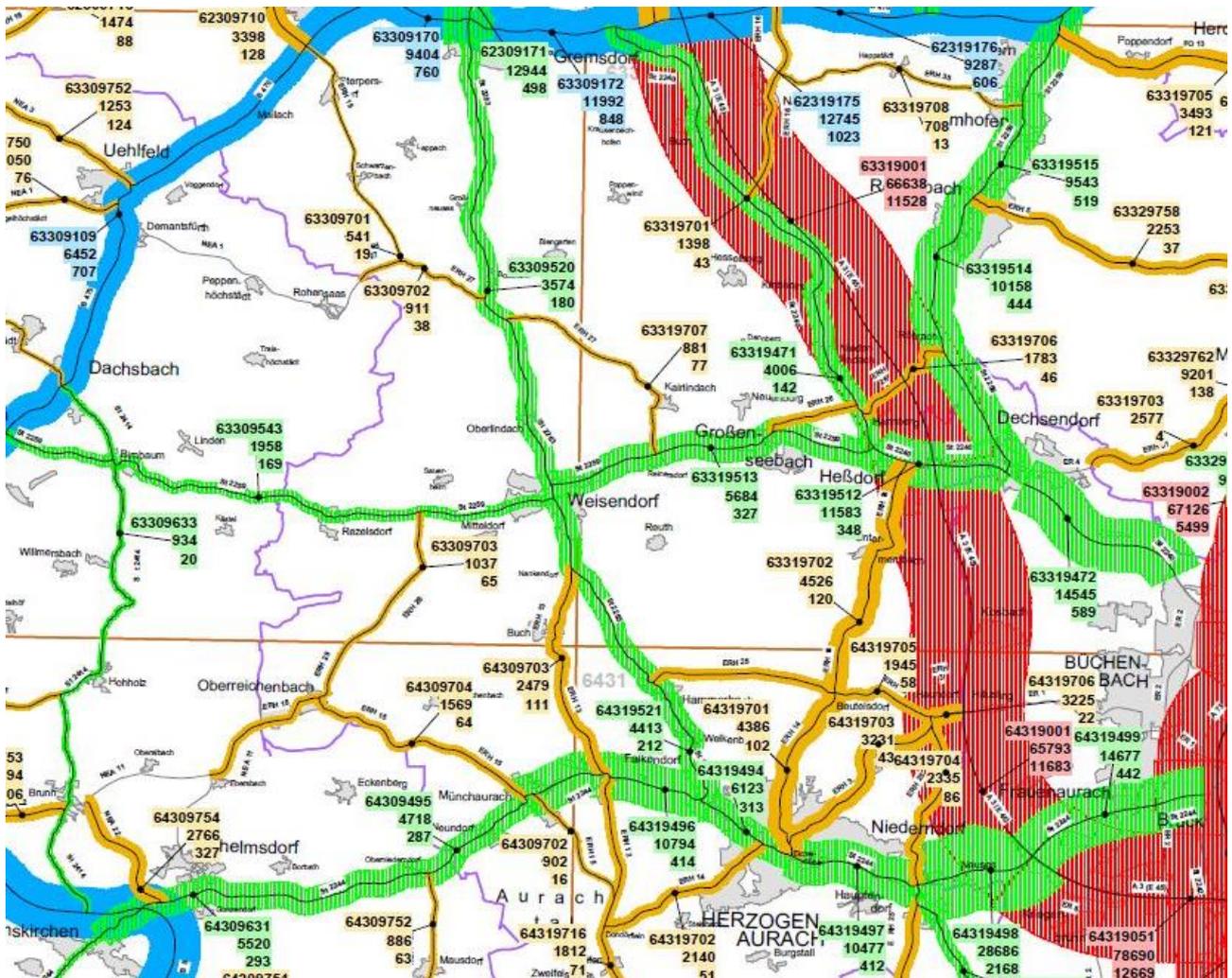


Abbildung 4: Verkehrsmengen (Verkehrsmengen-Atlas Bayern – Straßenverkehrszählung 2010)

Was den ÖPNV angeht, ist die Marktgemeinde Weisendorf in das Tarifsystem des Verkehrsverbunds Großraum Nürnberg (VGN) integriert. Der nächstgelegene Bahnhof befindet sich in Erlangen (ICE-Halt).

Das Busnetz besteht aus Regionalbuslinien. Die Seebachgrundlinien sind Linie 202 (Erlangen – Weisendorf – Rezensdorf), Expresslinie 202 E (Weisendorf – Erlangen), Linie 204 (Herzogenaurach – Weisendorf – Höchststadt a.d.Aisch) und Linie 241 (Herzogenaurach – Oberreichenbach – Rezensdorf).



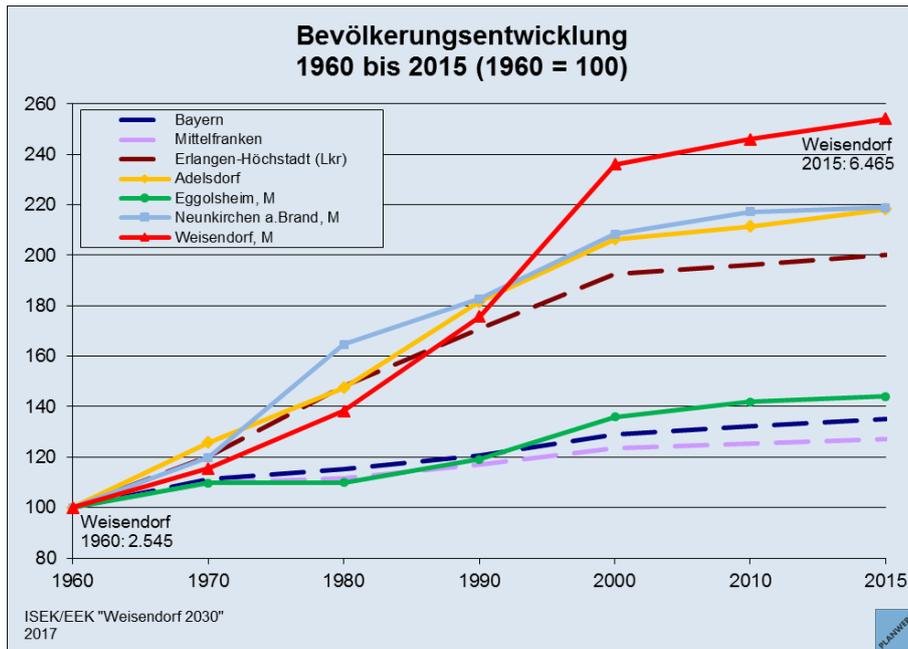
Abbildung 5: Liniennetz Landkreis Erlangen-Höchstadt 2016 (Ausschnitt) (VGN)

2.3 Entwicklungstendenzen

Datenquelle der folgenden kurzen Strukturanalyse ist das Bayerische Landesamt für Statistik. Die Pendlerdaten entstammen der Statistik der Bundesagentur für Arbeit.

2.3.1 Einwohner und Altersstruktur

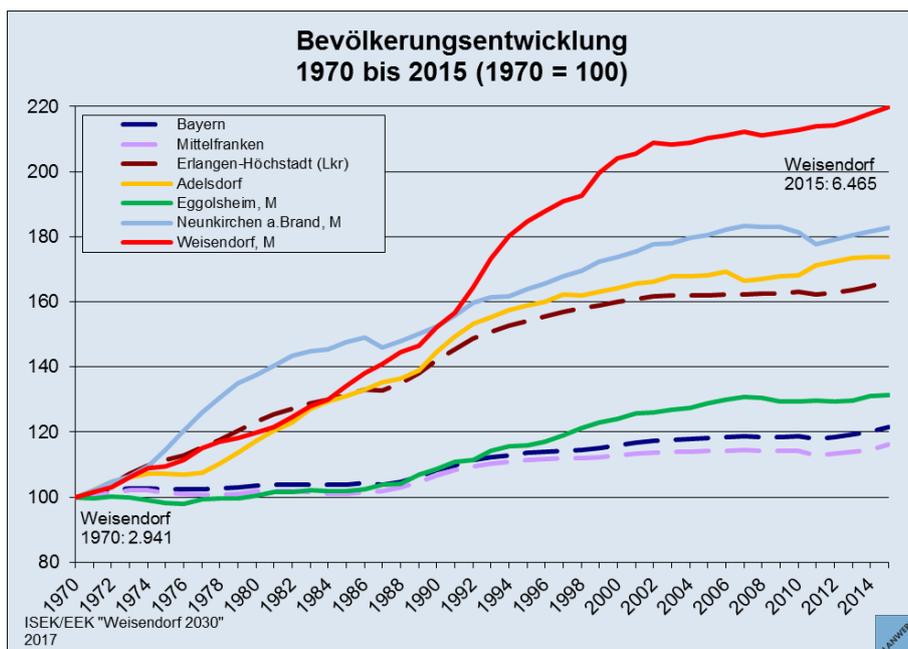
Die Marktgemeinde Weisendorf hat derzeit (Stand Dezember 2015) rd. 6.470 Einwohner.



Im Betrachtungszeitraum seit 1960 hat sich die Zahl der Einwohner der Marktgemeinde Weisendorf von rd. 2.550 um gut 150% auf rd. 6.470 Einwohner deutlich erhöht. Die Phase des stärksten Wachstums waren in Weisendorf die 1990er Jahre.

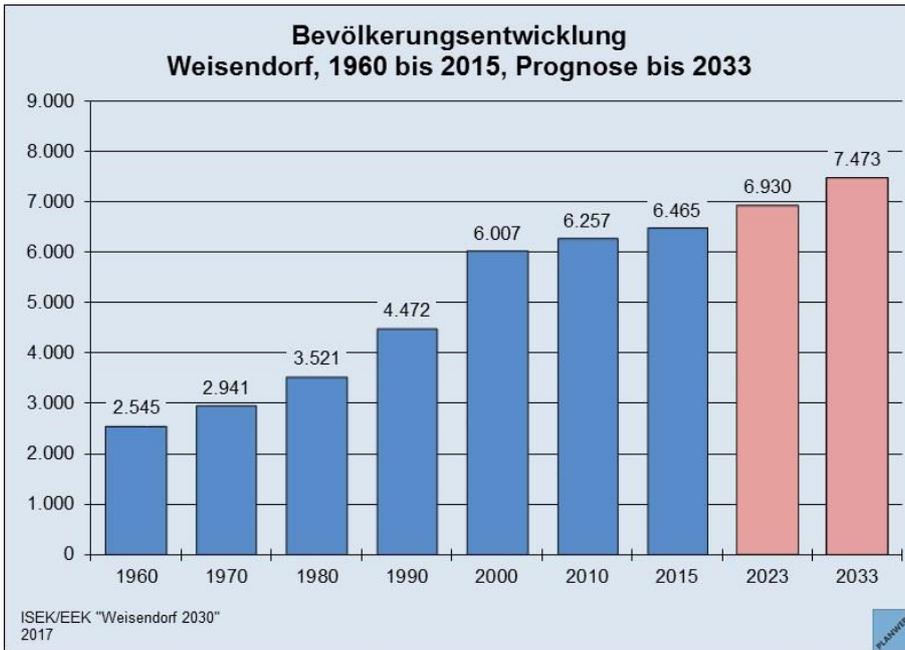
Damit hat sich die Marktgemeinde Weisendorf wie auch der gesamte Landkreis Erlangen-Höchstadt in den vergangenen Jahrzehnten insgesamt positiver als Bayern und Mittelfranken im Durchschnitt entwickelt, wobei Weisendorf besonders in den 1990er Jahren eine noch stärkere Entwicklung als der Landkreis insgesamt erlebt hat.

Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung 1960 bis 2015



Die jüngere Bevölkerungsentwicklung der Marktgemeinde seit der Jahrtausendwende lässt ein geringeres Bevölkerungswachstum erkennen.

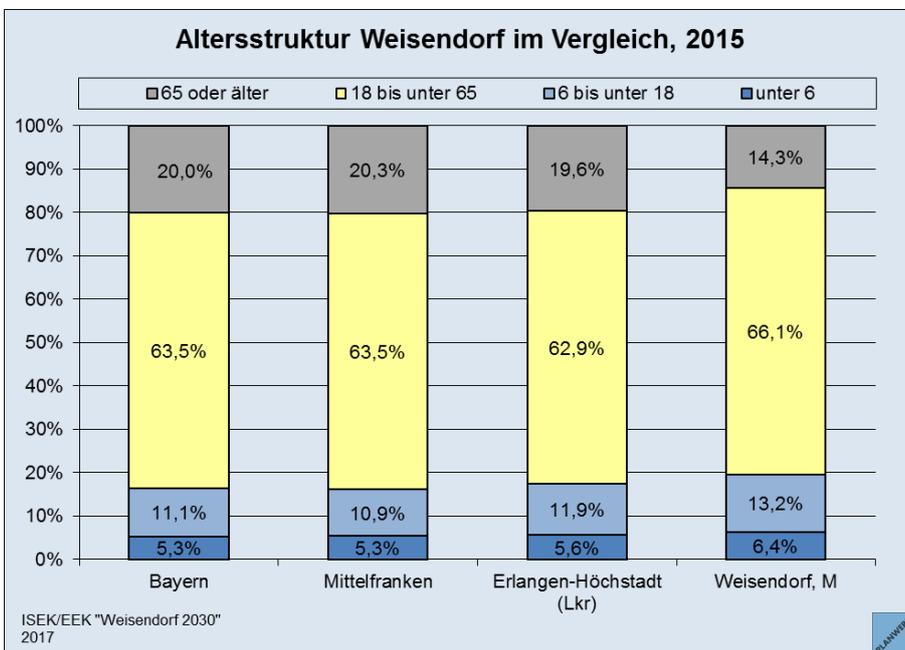
Abbildung 7: Bevölkerungsentwicklung 1970 bis 2015



Laut der von Büro PLANWERK ebenfalls 2017 erstellten Bevölkerungsprognose für die Marktgemeinde Weisendorf kann nach der Realprognose davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahl der Marktgemeinde bis zum Jahr 2023 auf rd. 6.900 Einwohner und damit um ca. 7% gegenüber 2015 steigt. Für das Jahr 2033 wird in der Realprognose eine Einwohnerzahl von rd. 7.500 Einwohnern prognostiziert. Das wäre ein Anstieg von etwa 16% gegenüber dem Jahr 2015.

Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung, 1960 bis 2015, Prognose bis 2033

Für den Landkreis Erlangen-Höchstadt prognostiziert das Landesamt für Statistik prozentual ein wesentlich geringeres Bevölkerungswachstum. Der prognostizierte Anstieg von rd. 134.100 Einwohnern im Jahr 2015 auf rd. 140.700 im Jahr 2035 entspricht einem Wachstum um 5%.



Für die Marktgemeinde Weisendorf zeigt sich ein etwas niedrigerer Anteil von Personen im Alter von 65 Jahren oder älter als in den Vergleichsräumen Bayern, Mittelfranken und Landkreis Erlangen-Höchstadt. Der Anteil von Kindern und Jugendlichen liegt in Weisendorf etwas über dem bayerischen und mittelfränkischen Durchschnitt und auch leicht über dem Durchschnitt im Landkreis.

Abbildung 9: Altersstruktur Weisendorf im Vergleich, 2015

Trotzdem macht sich, wie europaweit feststellbar, auch in der Marktgemeinde Weisendorf der Trend zur Überalterung der Gesellschaft bemerkbar. Die nachfolgenden Abbildungen verdeutlichen diese Tendenzen.

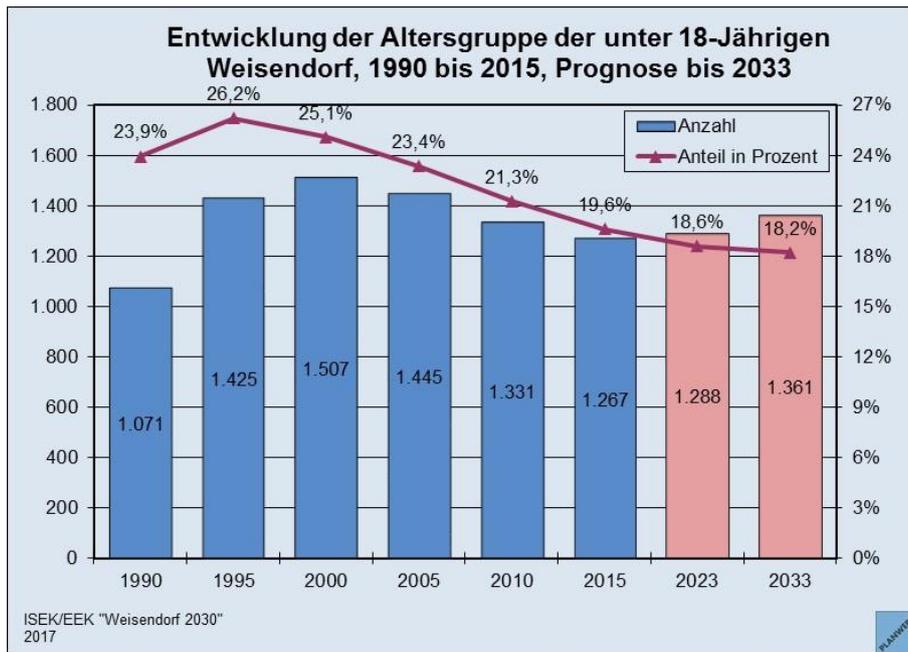


Abbildung 10: Entwicklung der Altersgruppe der unter 18-Jährigen

Die Zahl der unter 18-Jährigen und ebenso deren Anteil an der Gesamtbevölkerung sind etwa seit der Jahrtausendwende in der Marktgemeinde Weisendorf rückläufig.

Laut Prognose von Büro PLANWERK wird die Zahl der unter 18-Jährigen bis 2033 wieder leicht ansteigen. Die prozentuale Entwicklung an der Gesamtbevölkerung ist jedoch weiterhin leicht abnehmend.

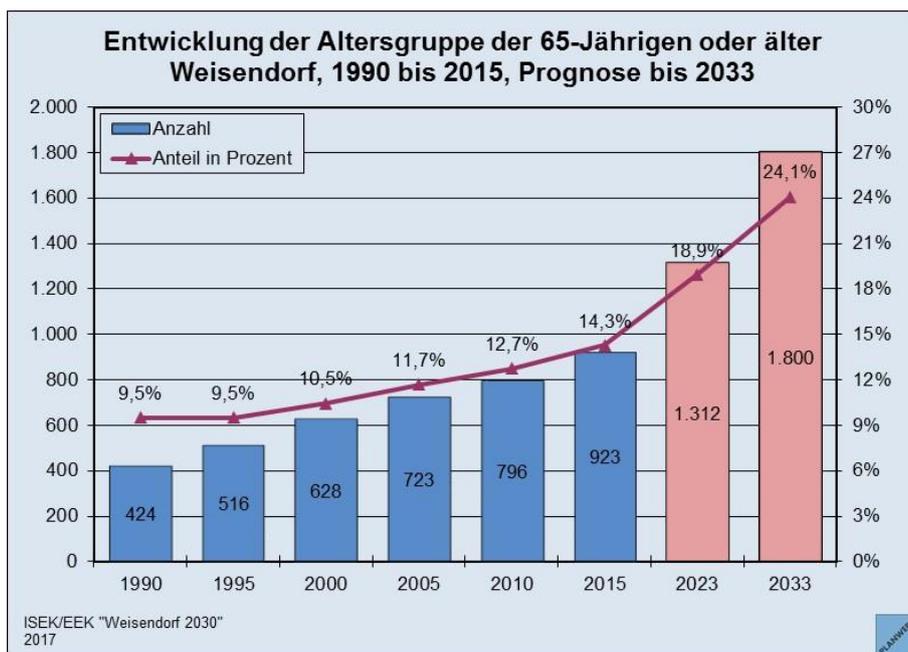


Abbildung 11: Entwicklung der Altersgruppe der 65-Jährigen oder älter

Die Zahl der älteren Bewohner sowie deren Anteil steigen dagegen kontinuierlich an.

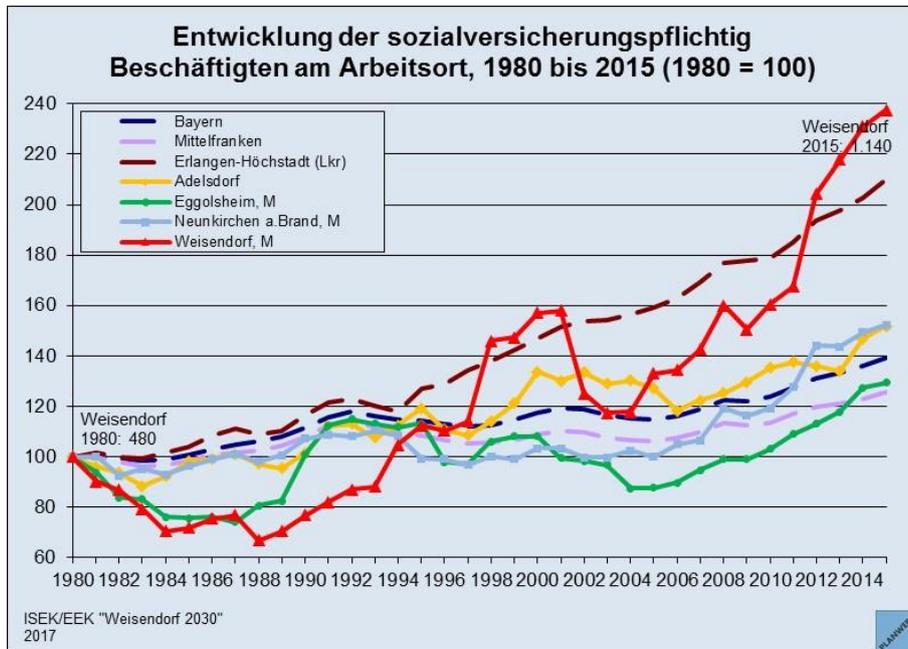
Diese Entwicklung wird sich in den nächsten Jahren laut Prognose fortsetzen.

Die in den beiden obigen Abbildungen genannten Prognose-Werte sind jeweils die Werte der Realprognose, also der mittleren Prognose.

Der demografische Wandel hat Auswirkungen auf das Nachfrageverhalten der Bevölkerung bezüglich Einzelhandel und Dienstleistungen, da ältere Menschen ein erkennbar anderes Mobilitätsverhalten aufweisen als jüngere. Gleichzeitig führt eine zunehmende Überalterung der Bevölkerung aber auch zu anderen Bedarfen in Bezug auf weitere Einrichtungen und Angebote.

2.3.2 Arbeitsplätze und Pendler

Aktuell liegen vom Bayerischen Landesamt für Statistik zur Beschäftigungsstatistik nur die Zahlen der Beschäftigten für die Jahre 2008 bis 2015 vor. Diese wurden im Mai 2017 revidiert herausgegeben, während ältere Daten derzeit nicht vorliegen. Die folgende Abbildung enthält ab dem Jahr 2008 die derzeit vorliegenden revidierten Daten. Die Daten für die früheren Jahre sind bereits im Jahr 2016 abgerufen worden und werden mit dargestellt.



Aktuell (Stand Juni 2015) sind rd. 1.140 Personen am Arbeitsplatz Weisendorf sozialversicherungspflichtig beschäftigt.

Im Betrachtungszeitraum 1980 bis 2015 ist die Zahl der in Weisendorf sozialversicherungspflichtig Beschäftigten insgesamt stark angestiegen, jedoch mit mehreren Schwankungen. So hat sich die Zahl von rd. 480 Personen im Jahr 1980 mehr als verdoppelt auf den aktuellen Höchststand von rd. 1.140 Personen. Das ist ein Anstieg um 138%.

Im gesamten Betrachtungszeitraum gab es in Weisendorf zwei Phasen stärkeren Wachstums. Die erste war im

Abbildung 12: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

Zeitraum Ende der 1980er bis Anfang der 2000er Jahre. Von 1988 bis 2001 stieg die Zahl der Beschäftigten von rd. 320 auf rd. 760 an. Nach einem Rückgang der Beschäftigungszahlen Anfang der 2000er Jahre stieg die Zahl nach 2004 wieder an. Im Zeitraum 2004 bis 2015 wuchs die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von rd. 570 auf rd. 1.140.

Die Beschäftigtenzahlen stiegen in Weisendorf im Verhältnis stärker an als in den Vergleichsräumen und als in den Vergleichsgemeinden, insgesamt jedoch ähnlich wie die Entwicklung im gesamten Landkreis Erlangen-Höchstadt.

Aktuell (Stand Juni 2015) pendeln rd. 800 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in die Marktgemeinde Weisendorf ein. Damit liegt der Einpendleranteil (über Gemeindegrenzen) bei 70%.

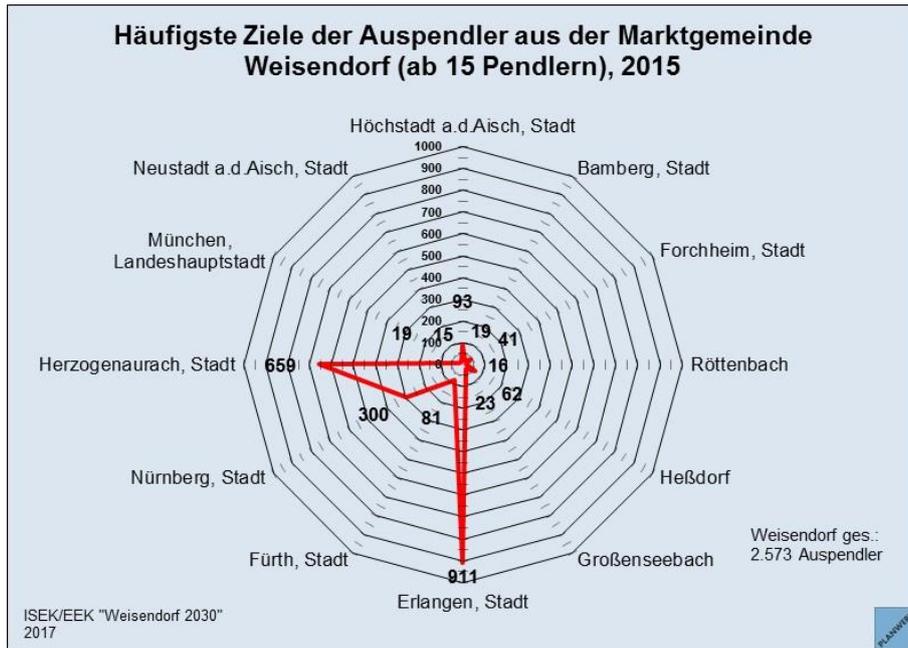


Abbildung 13: Häufigste Ziele der Auspendler aus der Marktgemeinde Weisendorf

Mit rd. 2.570 Personen (Stand Juni 2015) liegt die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die von ihrem Wohnort Markt-gemeinde Weisendorf zu einem anderen Arbeitsort auspendeln, deutlich höher als die der Einpendler. Au-ßerdem liegt die Zahl auch deutlich höher als die Zahl der in der Marktgemeinde Weisendorf sozialversiche-rungspflichtig Beschäftigten.

Hinsichtlich der Ziele der Auspendler zeigt sich, dass mit rd. 910 Auspendlern mit Abstand die meisten nach Erlangen pendeln, außerdem rd. 660 nach Herzogenaurach.

2.3.3 Arbeitsplätze nach Wirtschaftsbereichen

Einen wichtigen Hintergrund für die Analyse der wirtschaftlichen Si-tuation im Markt Weisendorf bildet neben der Entwicklung der Beschäftigung die Differenzierung der Beschäftigten nach den einzelnen Wirtschaftsbereichen. Leider liegen hierzu derzeit gar keine Daten vom Bayerischen Landesamt für Statistik vor, weshalb hier die bereits im Jahr 2016 abgerufenen Daten für das Jahr 2014 dargestellt werden.

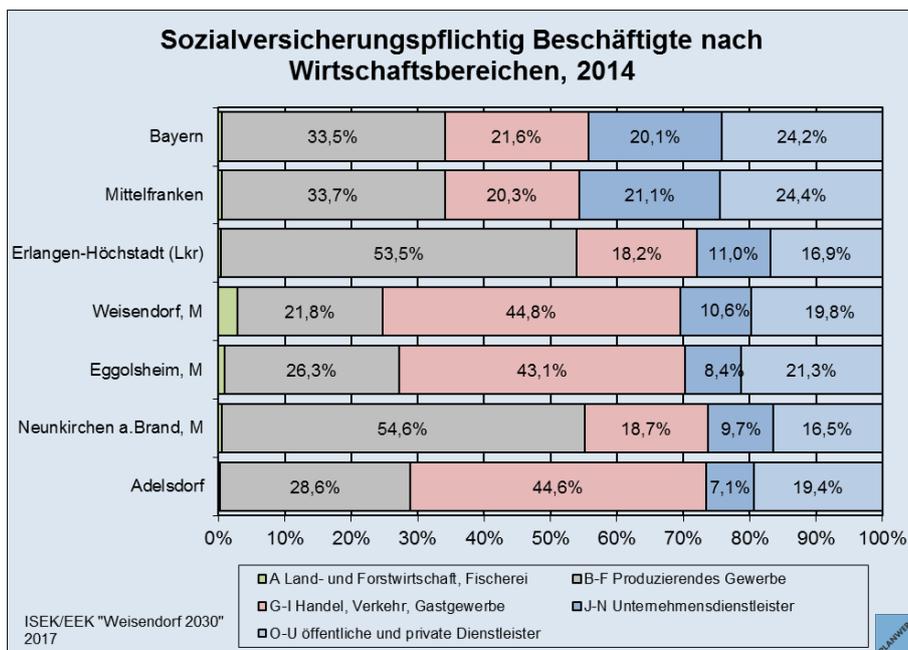


Abbildung 14: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen

Betrachtet man die Auftei-lung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Markt-gemeinde Weisendorf auf die einzelnen Wirt-schaftsbereiche, wird deut-lich, dass der Anteil im Be-reich Handel, Verkehr, Gast-gewerbe wie auch in den Vergleichskommunen Eggols-heim und Adelsdorf über dem Durchschnitt von Bay-ern, von Mittelfranken und vom Landkreis Erlangen-Höchstadt liegt.

Gleichzeitig sind in Weisen-dorf und in den Vergleichs-kommunen Eggolsheim und Adelsdorf v.a. die Anteile im produzierenden Gewerbe sowie im Bereich der Unter-nehmensdienstleister etwas unterdurchschnittlich. Damit ist auch der Anteil im gesa-mten Dienstleistungs-Bereich (Unternehmensdienstleister sowie öf-fentliche und private Dienstleister) etwas unter dem bayerischen und dem mittelfränkischen Durchschnitt.

3 Planungsvorgaben

3.1 Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)

Zum 1. September 2013 ist das in Teilen noch aktuelle Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) in Kraft getreten. Gemäß LEP 2013 gehört die Marktgemeinde Weisendorf zum allgemeinen ländlichen Raum und grenzt an den Verdichtungsraum Nürnberg / Fürth / Erlangen / Schwabach an.

Umliegende Mittelzentren gemäß LEP 2013 sind Höchststadt a.d.Aisch, Herzogenaurach und Neustadt a.d.Aisch. Die nächstgelegenen Oberzentren sind Erlangen, Fürth und Nürnberg sowie nördlich von Weisendorf Bamberg.

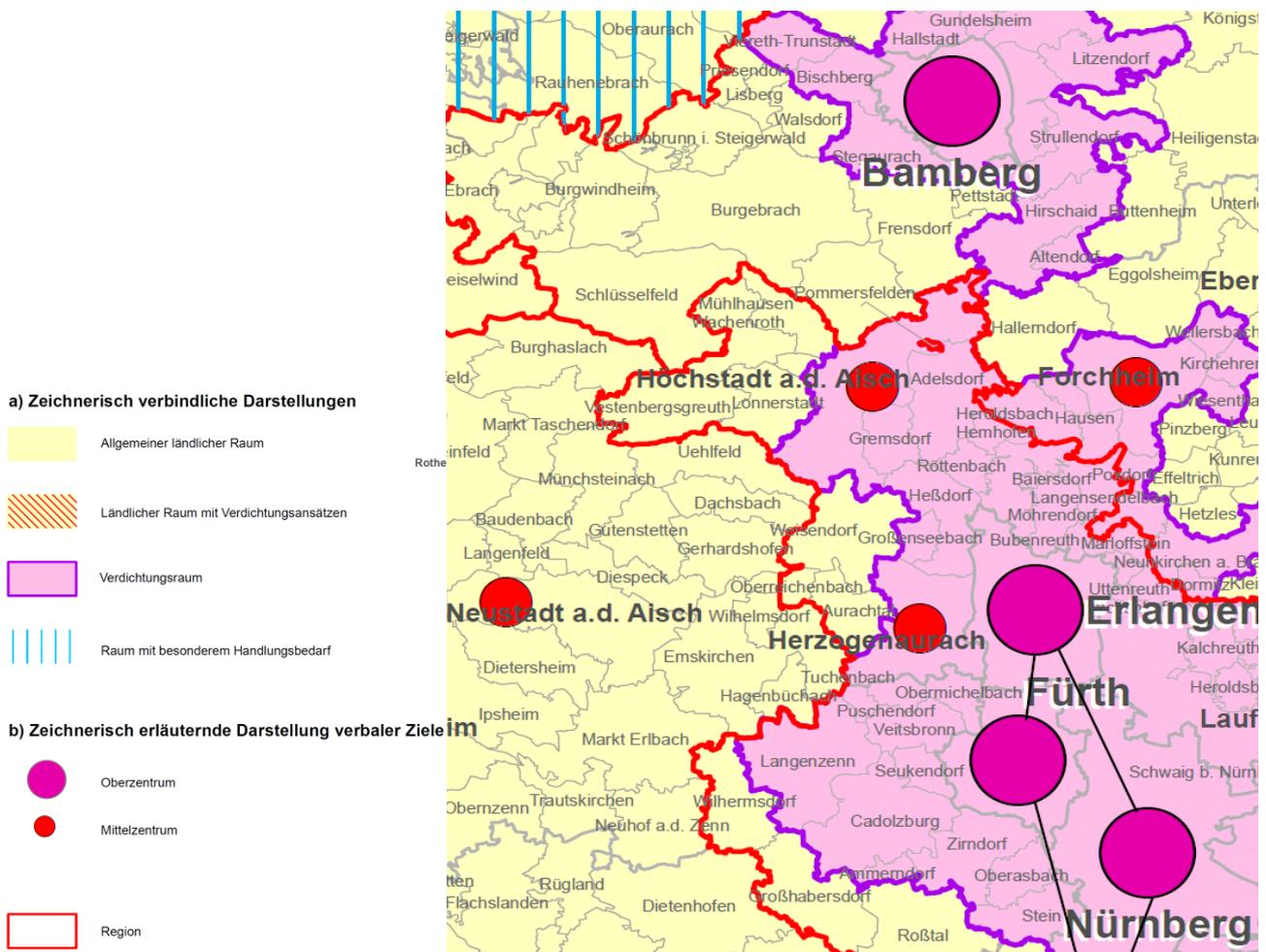


Abbildung 15: Strukturkarte (Ausschnitt) (LEP 2013)

Im Hinblick auf die Zentralen Orte formuliert das LEP 2013 u.a. folgende Ziele und Grundsätze mit Relevanz für die Marktgemeinde Weisendorf:

- 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).
- 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 2.1.5).
 - 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 eingestuften 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 zentralörtlichen 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 Marktgemeinde Weisendorf grundsätzlich auch für die Ansiedlung eines Einzelhandelsgroßprojekts in Betracht. Da die Marktgemeinde Weisendorf jedoch weder Ober- noch Mittelzentrum ist, gilt dies nicht für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs 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.

Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO sind in der Regel anzunehmen, wenn das Vorhaben eine Geschossfläche 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 Minimierung 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 die Teilfortschreibung des LEP Bayern, die am 09.11.2017 weitgehend beschlossen wurde. Zu einigen Zieländerungen, u.a. zu den Zentralen Orten, wird jedoch ein erneutes Beteiligungsverfahren durchgeführt. Der endgültige Beschluss steht noch aus für das Jahr 2018. Im Entwurf der Teilfortschreibung wird Forchheim als Oberzentrum bestimmt und nicht mehr als Mittelzentrum. Außerdem wird Burgebrach darin als Mittelzentrum festgelegt, ebenso Oberasbach / Stein / Zirndorf.

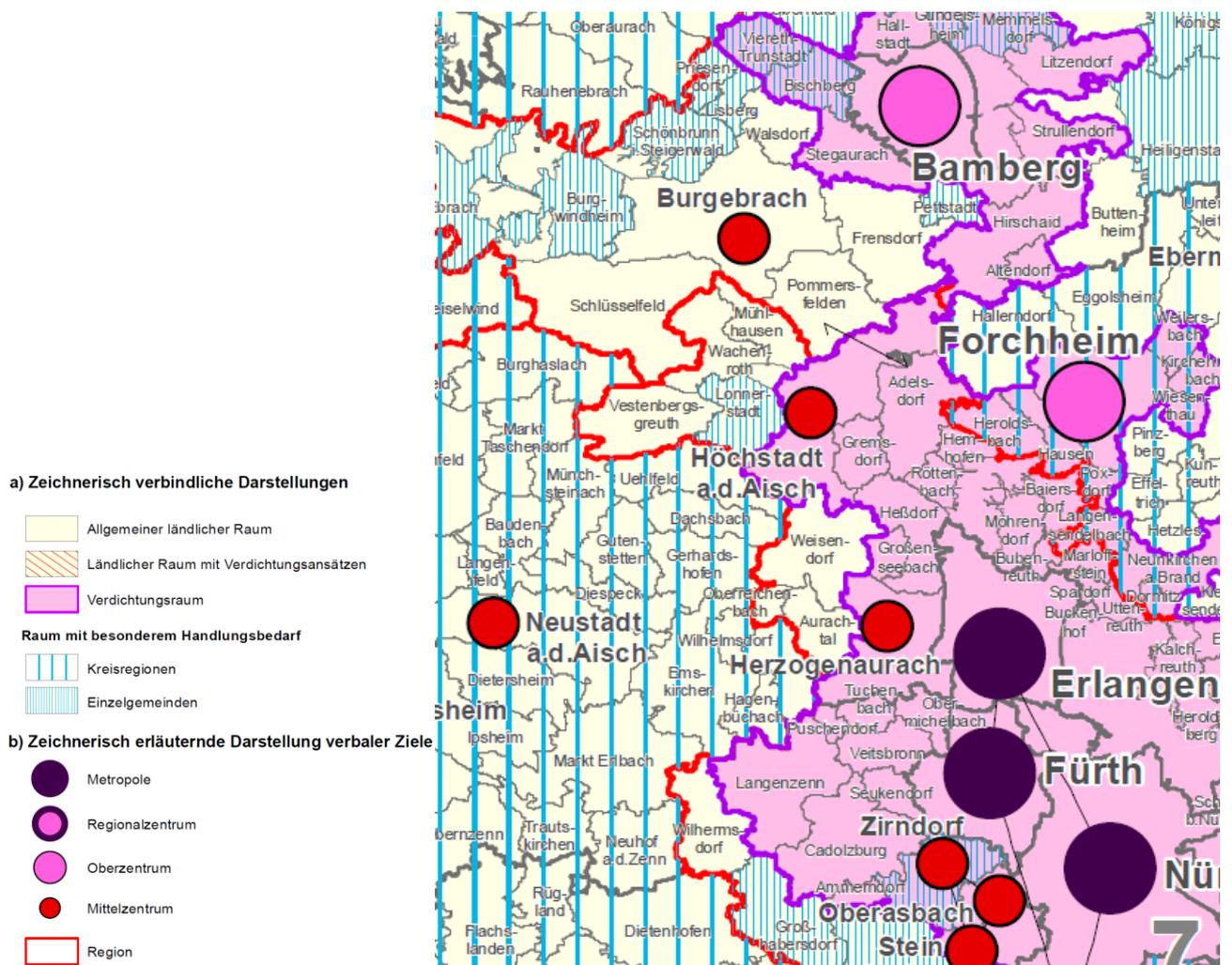


Abbildung 16: Strukturkarte (Ausschnitt) (LEP Teilfortschreibung 2017 (Entwurf))

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 Industrieregion Mittelfranken (7).

Im bislang gültigen, noch nicht an das LEP 2013 angepassten Regionalplan für die Industrieregion Mittelfranken (7) wird die Marktgemeinde Weisendorf neben Heßdorf, Adelsdorf, Wilhelmsdorf sowie Mühlhausen / Wachenroth (Doppelzentrum) als Kleinzentrum eingestuft. Entsprechend dem LEP 2013 kann Weisendorf bei Anpassung des Regionalplans als Grundzentrum beibehalten werden.

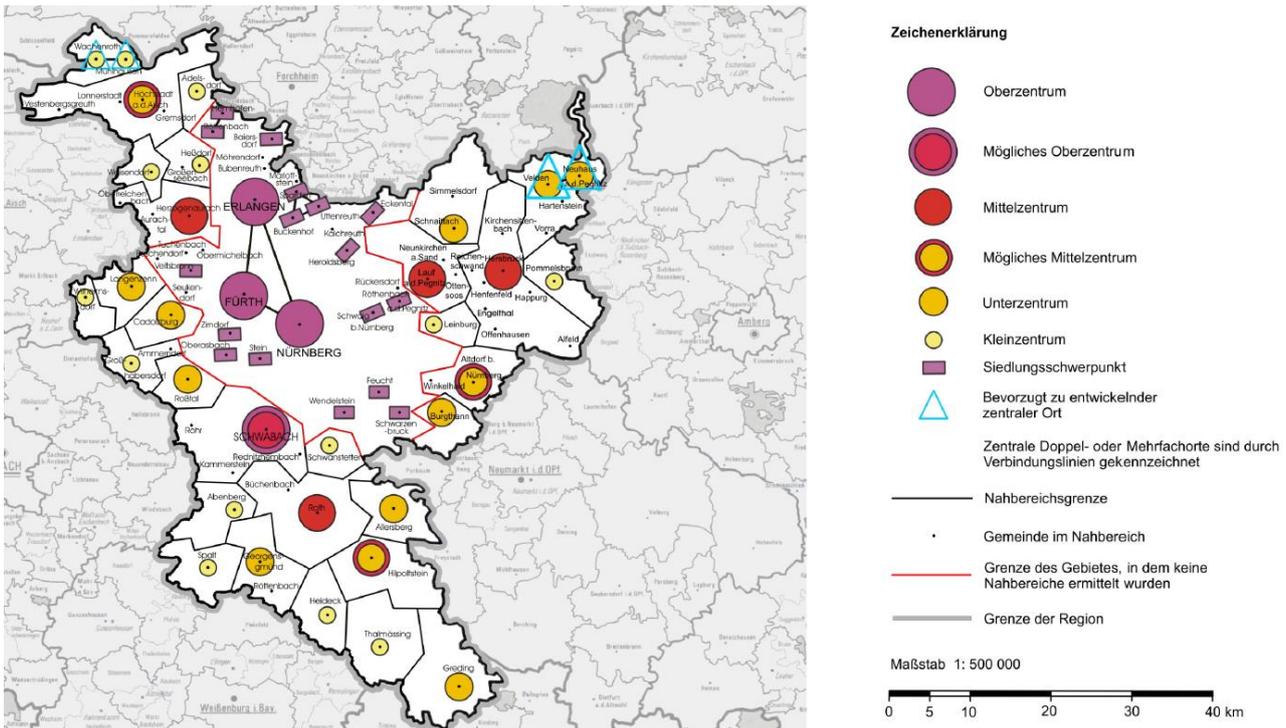


Abbildung 17: Zentrale Orte, Nahbereiche, Siedlungsschwerpunkt (RP 7, Begründungskarte 3)

Die Kleinzentren der Industrieregion Mittelfranken (7) sollen so gesichert und entwickelt werden, dass sie die kleinzentralen Versorgungsaufgaben für ihren Nahbereich dauerhaft und möglichst in vollem Umfang erfüllen (RP 7, A III, Ziel 2.1). Sie haben die Aufgabe, die überörtlichen, häufig in Anspruch genommenen Versorgungseinrichtungen zur Deckung des Grundbedarfs der Bevölkerung in ihrem Verflechtungsbereich (Nahbereich) in sozialer, kultureller und wirtschaftlicher Hinsicht bereitzustellen (RP 7, Begründung zu A III, 1.1).

In diesem Sinne gilt es für das Kleinzentrum Weisendorf

- die Einzelhandelszentralität zu sichern (RP 7, A III, Ziel 2.1.1),
- die Arbeitsplatzzentralität zu sichern und weiter zu entwickeln (RP 7, A III, Ziel 2.1.2) sowie
- die Versorgungszentralität durch Ausstattung mit zentralörtlichen Einrichtungen des Grundbedarfs zu sichern (RP 7, A III, Ziel 2.1.3).

3.3 Kommunale Bauleitplanung

Das Baugesetzbuch ermächtigt die Gemeinden, die bauliche und sonstige Nutzung von Grundstücken in ihrem 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 Gemeindegebietes zur Unterbringung von Einzelhandelseinrichtungen zur Verfügung gestellt werden, obliegt grundsätzlich dem Markt Weisendorf.

Die Aufstellung eines verbindlichen Bauleitplans (Bebauungsplan) muss aber in jedem Fall städtebaulich gerechtfertigt sein und sollte nachvollziehbar dem planerischen Willen der Gemeinde entsprechen.

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.

Der wirksame Flächennutzungsplan mit Landschaftsplan des Marktes Weisendorf wurde mit Bescheid vom 16.08.2004 genehmigt und seither in Teilbereichen mehrfach geändert. Am 14.11.2015 hat der Gemeinderat beschlossen, den vorbereitenden Bauleitplan für das gesamte Gemeindegebiet fortzuschreiben.

Weder in dem vom Gemeinderat gebilligten Vorentwurf zur Fortschreibung des Flächennutzungsplans mit Landschaftsplan „Weisendorf 2030“ in der Fassung vom 20.10.2016 noch in einem der rechtskräftigen Bebauungspläne sind bisher sonstige Sondergebiete gemäß § 11 Baunutzungsverordnung (BauNVO) dargestellt / festgesetzt, die die Ansiedlung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben oder vergleichbaren großflächigen Handelsbetrieben ermöglichen würden.

Im Ergebnis der frühzeitigen Beteiligung zur Fortschreibung des Flächennutzungsplans und des vorliegenden Konzeptes wird angeregt, die Möglichkeiten hierzu zu überprüfen.

4 Ergebnisse von Befragungen

Im Rahmen der Erhebungen und Analysen zum Einzelhandelsentwicklungskonzept wurden verschiedene Befragungen durchgeführt, deren Resultate im Folgenden dargestellt werden. Die Befragungen umfassen eine Befragung der Einzelhandelsbetriebe einschließlich einzelner Ladendienstleistungsbetriebe, die Bereitschaft dazu zeigten, eine Haushaltsbefragung der Haushalte der Marktgemeinde Weisendorf sowie eine Passantenbefragung an den Weisendorfer Einzelhandelsstandorten.

4.1 Befragung Einzelhandel, Ladendienstleistung

Im Zuge der Erfassung des örtlichen Ladenbestandes wurden die Einzelhändler und einzelne Ladendienstleister – soweit sie anzutreffen waren und Bereitschaft bestand – im November 2016 in einem Kurzinterview befragt. Dabei lag der Schwerpunkt auf der Bewertung Weisendorfs als Gewerbestandort bzw. des eigenen Standortes und auf der unternehmerischen Zukunftsplanung.

4.1.1 Befragte Betriebe

Die Gewerbeerhebung versuchte, alle erkennbaren und relevanten Betriebe in der Marktgemeinde Weisendorf zu erfassen. In diesem Zusammenhang wurde mit den Einzelhändlern und einzelnen Ladendienstleistern, soweit jemand am Standort erreichbar und gesprächsbereit war, eine Kurzbefragung durchgeführt – vorzugsweise mit dem Inhaber bzw. Leiter des Betriebs.

Insgesamt wurden in der Marktgemeinde Weisendorf 125 Gewerbebetriebe einschließlich gewerblicher Leerstände erfasst. Davon konnten 17 Betriebe befragt werden, bei denen es sich überwiegend um Einzelhandelsbetriebe handelt, außerdem um Ladendienstleister.

4.1.2 Bewertung des Standorts

Im Zuge der Befragung wurde eine differenzierte Standortbewertung durch die örtlichen Einzelhändler und Ladendienstleister durchgeführt. Zum einen wurde der Standort Weisendorf allgemein beurteilt, zum anderen speziell der eigene Unternehmensstandort, d.h. die Lage, die Straße bzw. der Bereich. Die Befragten konnten jeweils zwischen fünf Kategorien von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht) wählen.

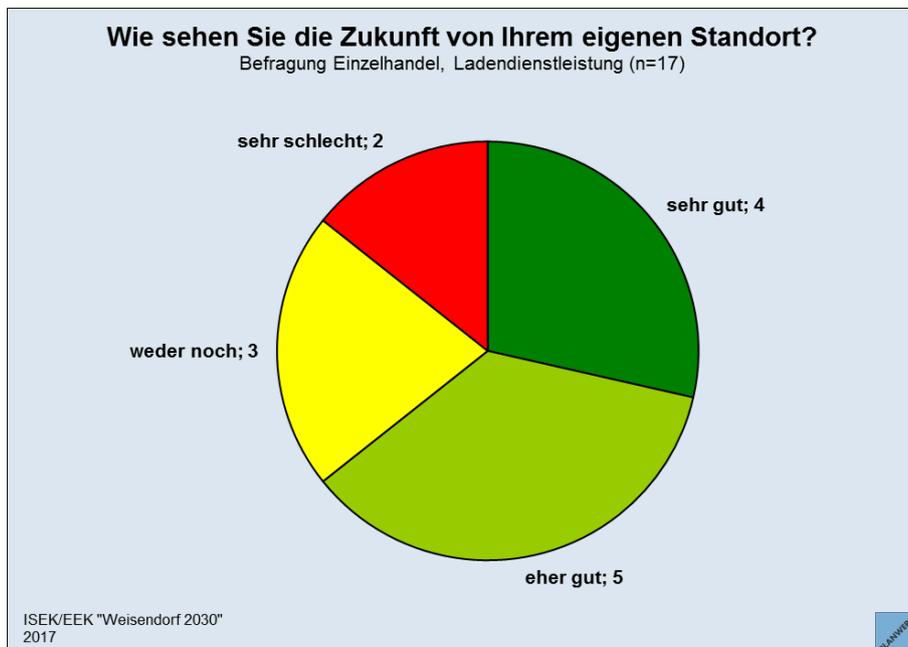


Von den befragten Einzelhändlern und Ladendienstleistern machen 3 über die Zukunft Weisendorfs als Gewerbestandort keine Angabe.

Gut drei Viertel bewerten die Zukunft Weisendorfs als Gewerbestandort positiv, d.h. mit sehr gut oder eher gut. Je ein Befragter vergibt die Bewertung weder noch, eher schlecht und sehr schlecht.

Auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht) liegt der Mittelwert bei 2,3 und damit im eher positiven Bereich.

Abbildung 18: Bewertung der Zukunft Weisendorfs als Gewerbestandort



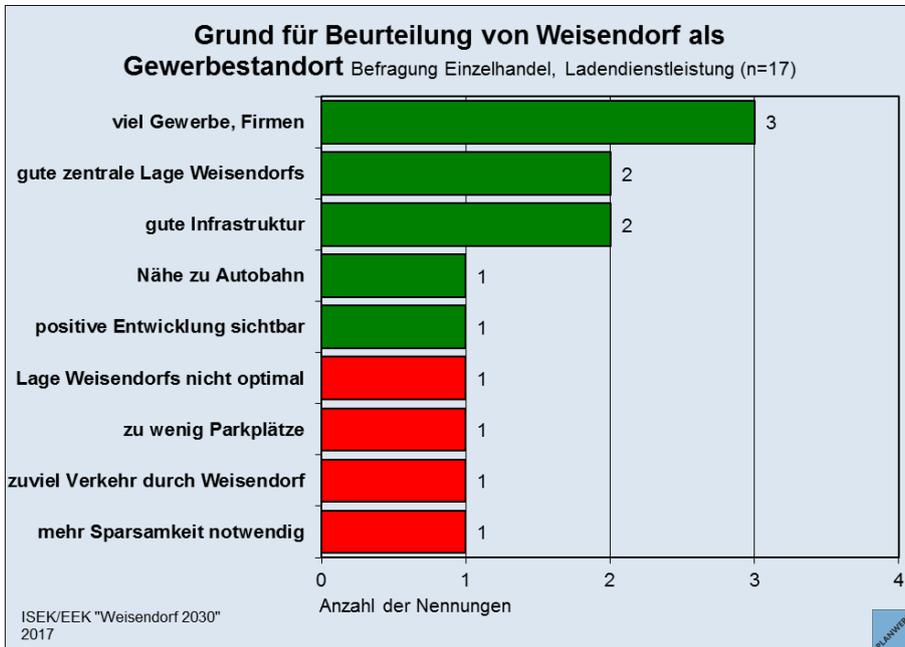
Im Durchschnitt ziemlich ähnlich fällt die Bewertung der Zukunft des eigenen Standorts als Gewerbestandort aus. Auch bei dieser Frage machen 3 Befragte keine Angabe.

Fast zwei Drittel der Befragten schätzen den eigenen Standort positiv ein (eher gut bis sehr gut). Weitere 3 stehen der Zukunft des eigenen Standorts neutral gegenüber (weder noch). Auffällig ist, dass keiner der Befragten die Zukunft des eigenen Standortes als Gewerbestandort mit eher schlecht bewertet, dafür jedoch 2 mit sehr schlecht.

Auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht) liegt der Mittelwert hier bei 2,4.

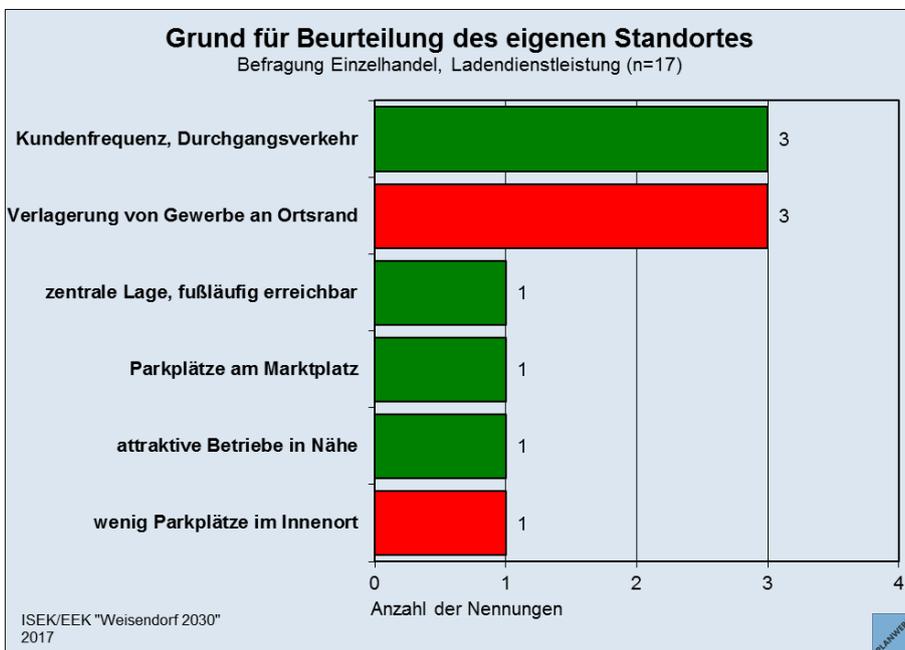
Abbildung 19: Bewertung der Zukunft des eigenen Standorts als Gewerbestandort der Mittelwert hier bei 2,4.

Neben der quantitativen Bewertung mit Hilfe von Benotungen hatten die befragten Einzelhändler und Ladendienstleister auch die Möglichkeit der qualitativen Bewertung. Sie konnten ihre persönliche Beurteilung des Standorts Weisendorf sowie ihres eigenen Gewerbebestands begründen.



Die nebenstehende Abbildung stellt die genannten Begründungen für den Gewerbebestandort Weisendorf insgesamt dar, grün markiert positive und rot markiert negative.

Abbildung 20: Grund für Beurteilung von Weisendorf als Gewerbebestandort



Auch bezüglich der Beurteilung des eigenen Standortes als Gewerbebestandort wurde nach einer Begründung gefragt. Nebenstehende Abbildung verdeutlicht diese. Grün markiert sind positive Nennungen und rot markiert negative Nennungen.

Abbildung 21: Grund für Beurteilung des eigenen Standortes

4.1.3 Unternehmerische Zukunftsplanung

Zusätzlich zur Standortbewertung wurden die unternehmerischen Planungen der Einzelhändler und Ladendienstleister für die kommenden 5 Jahre abgefragt.



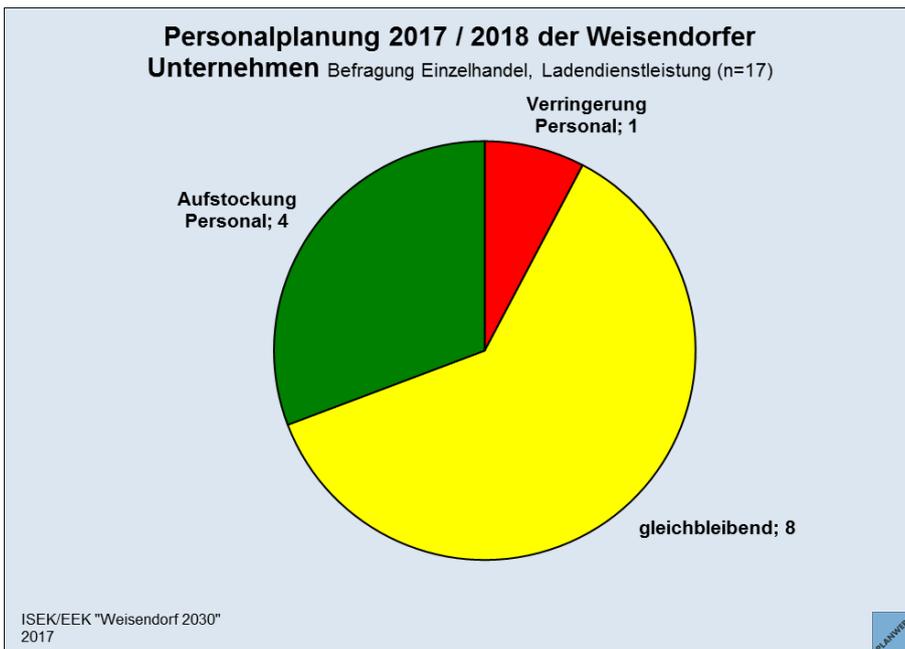
2 der befragten Einzelhändler und Ladendienstleister konnten oder wollten zu ihrer unternehmerischen Zukunftsplanung keine Aussage machen.

Von denjenigen, die die Frage nach ihrer unternehmerischen Zukunftsplanung beantworteten, möchte ein Betrieb größere Investitionen über das übliche Maß der Standorterhaltung hinaus tätigen. 12 Betriebe haben vor, ihre Investitionen in den laufenden Betrieb aufrecht zu erhalten.

Jeweils einer der Befragten plant, innerhalb der kommenden 5 Jahren den Standort innerhalb von Weisendorf zu verlagern oder den Betrieb zu schließen bzw. zu verkaufen. Mit der Verlagerung des Standorts will sich der Betrieb laut seinen eigenen Angaben vergrößern. Bei der Schließung handelt es sich lediglich um eine Filiale, die übernommen werden soll.

Abbildung 22: Zukunftsplanung der Weisendorfer Unternehmen

Außerdem wurden die Planungen der Einzelhandels- und Ladendienstleistungsbetriebe bezüglich ihres Personals für 2017 / 2018 abgefragt.



Insgesamt 4 der Befragten konnten oder wollten diese Frage nicht beantworten.

Von den Befragten, die eine Antwort auf diese Frage gaben, möchte die Mehrheit den derzeitigen Personalstand beibehalten (8 Betriebe). 4 Betriebe planen eine Aufstockung ihres Personals. Ein Betrieb plant, das Personal 2017 / 2018 zu verringern.

Abbildung 23: Personalplanung 2017 / 2018 der Weisendorfer Unternehmen

4.2 Haushaltsbefragung

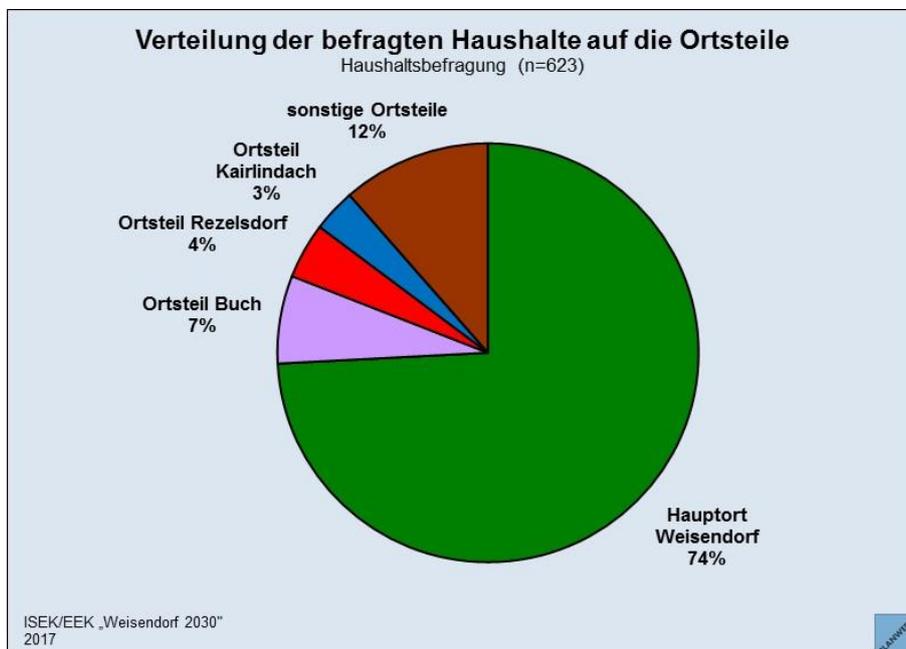
Im Rahmen der Haushaltsbefragung konnten insgesamt 623 Haushalte aus der Marktgemeinde Weisendorf im Herbst 2016 befragt werden. Jedem der rd. 2.850 Weisendorfer Haushalte wurde ein Fragebogen zugestellt. Damit ergibt sich eine Rücklaufquote von 22%.

Die Haushaltsbefragung verband verschiedene inhaltliche Funktionen hinsichtlich der Informationsbeschaffung der Weisendorfer Bewohnerinnen und Bewohner, u.a.:

- Allgemeine Bewertung des Marktes Weisendorf.
- 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 allgemeinen Stärken und Schwächen.
- Abfrage von weiteren die Marktgemeinde Weisendorf betreffenden Themen.

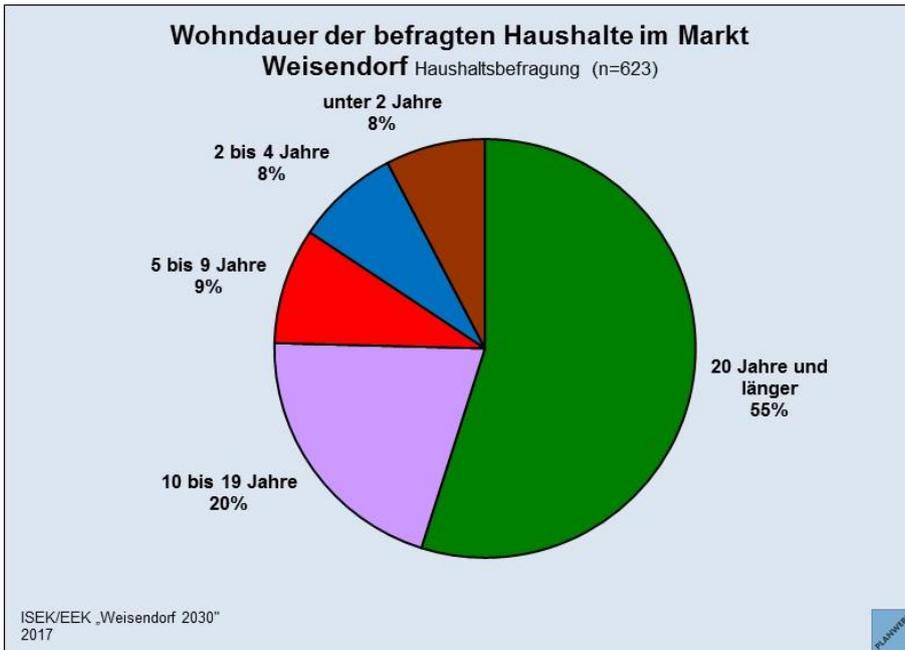
Zusätzlich wurden Fragen zu Projekten im Zuge der Ortskernsanierung sowie wichtige Themen der Ortsentwicklung der Marktgemeinde Weisendorf gestellt, mit denen sich in den kommenden Jahren befasst werden soll. An dieser Stelle wird jedoch nicht auf alle Ergebnisse der Haushaltsbefragung eingegangen, sondern in erster Linie auf die für das Einzelhandelsentwicklungskonzept relevanten Ergebnisse.

4.2.1 Struktur der befragten Haushalte



Von den befragten Haushalten wohnen 74% im Hauptort Weisendorf und 26% in den Ortsteilen der Marktgemeinde.

Abbildung 24: Verteilung der befragten Haushalte auf die Ortsteile

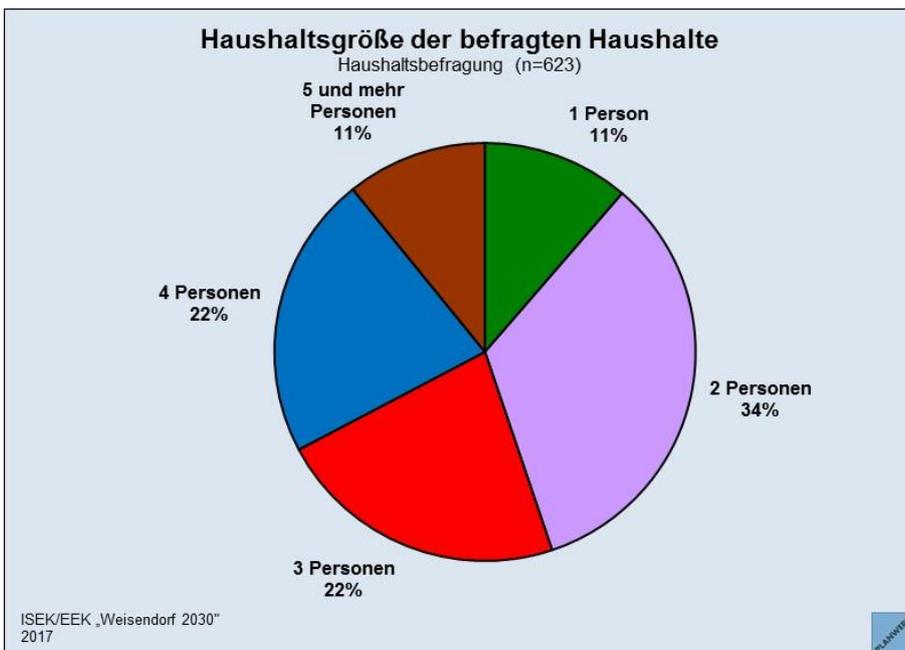


Bei der Wohndauer der befragten Haushalte im Markt Weisendorf ergeben sich folgende Verteilungen:

Gut die Hälfte, nämlich 55% der befragten Haushalte, wohnt schon mindestens 20 Jahre in Weisendorf. Weitere 20% der Haushalte wohnen bereits 10 bis 19 Jahre in der Marktgemeinde Weisendorf.

9% der Haushalte leben seit 5 bis 9 Jahren in Weisendorf. Jeweils 8% machen diejenigen Haushalte aus, die 2 bis 4 Jahre in Weisendorf wohnen und die seit weniger als 2 Jahren dort wohnen.

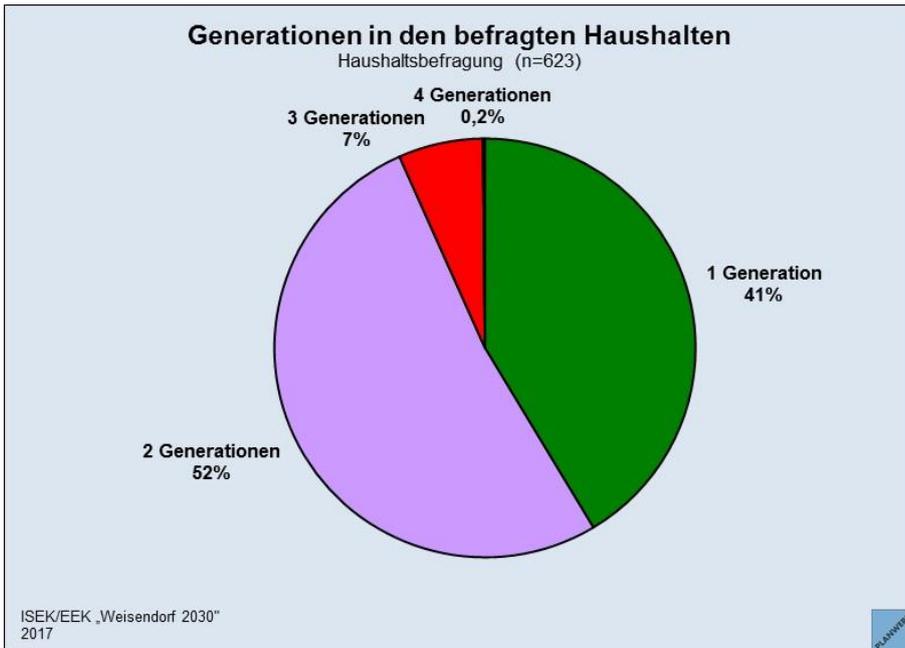
Abbildung 25: Wohndauer der befragten Haushalte im Markt Weisendorf



11% der befragten Haushalte sind Einpersonenhaushalte, 34% umfassen 2 Personen.

Haushalte mit mindestens 3 Personen machen zusammen 55% aus: 22% mit 3 Personen, 22% mit 4 Personen und 11% mit 5 und mehr Personen.

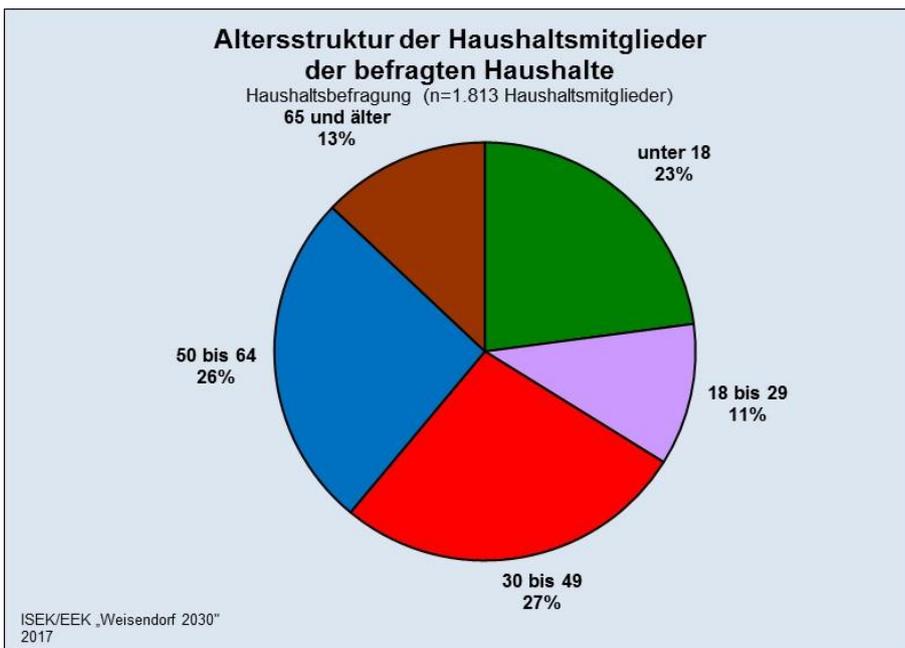
Abbildung 26: Haushaltsgröße der befragten Haushalte



41% der befragten Haushalte bestehen aus einer Generation und gut die Hälfte umfasst 2 Generationen.

Haushalte mit 3 Generationen bestehen grundsätzlich vergleichsweise selten. In Weisendorf sind es 7% der befragten Haushalte.

Abbildung 27: Generationen in den befragten Haushalten



Die mit der Haushaltsbefragung erreichten Haushalte zeigen folgende Alterszusammensetzung, die gut den statistisch ermittelten Daten des Bayerischen Landesamts für Statistik (2015) für den Markt Weisendorf entspricht.

Von den Haushaltsmitgliedern der befragten Haushalte sind 23% unter 18-Jährige (Statistik: 20%), 11% junge Erwachsene im Alter von 18 bis 29 (Statistik: 13%), 27% im Alter von 30 bis 49 (Statistik: 28%), 26% im Alter von 50 bis 64 (Statistik: 25%) und 13% der Befragten sind 65 Jahre alt oder älter (Statistik: 14%).

Abbildung 28: Altersstruktur der Haushaltsmitglieder der befragten Haushalte

Bei den im Rahmen der Haushaltsbefragung erfassten Haushaltsmitgliedern ist das Verhältnis zwischen Männern und Frauen nahezu ausgeglichen. 51% der Haushaltsmitglieder der befragten Haushalte sind weiblich und 49% männlich.

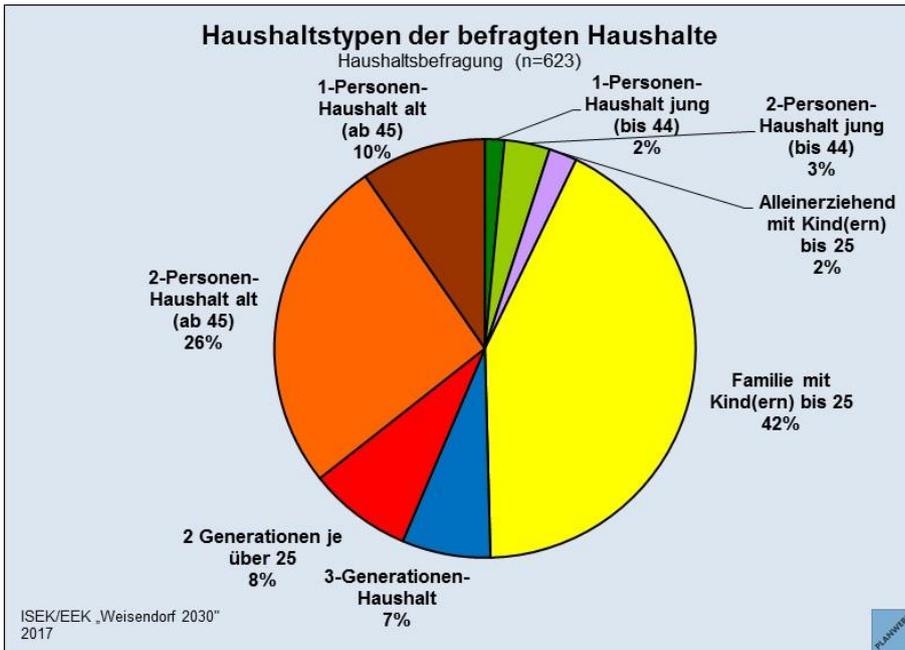


Abbildung 29: Haushaltstypen der befragten Haushalte

Anhand der Angaben zu den Haushaltsmitgliedern wurden Haushaltstypen gebildet.

42% der befragten Haushalte sind Familien mit Kind(ern) bis 25 Jahren.

Alte 2- oder 1-Personen-Haushalte (je ab 45 Jahren) machen etwa ein Viertel bzw. ein Zehntel der befragten Haushalte aus.

Die übrigen Haushaltstypen ergeben zusammen einen Anteil von 22%.

4.2.2 Umzugsplanung

Die Haushalte wurden gefragt, ob sie derzeit einen Umzug planen. 7% der Haushalte antworteten mit ja (41 Nennungen), dementsprechend planen 93% keinen Umzug (579 Nennungen).

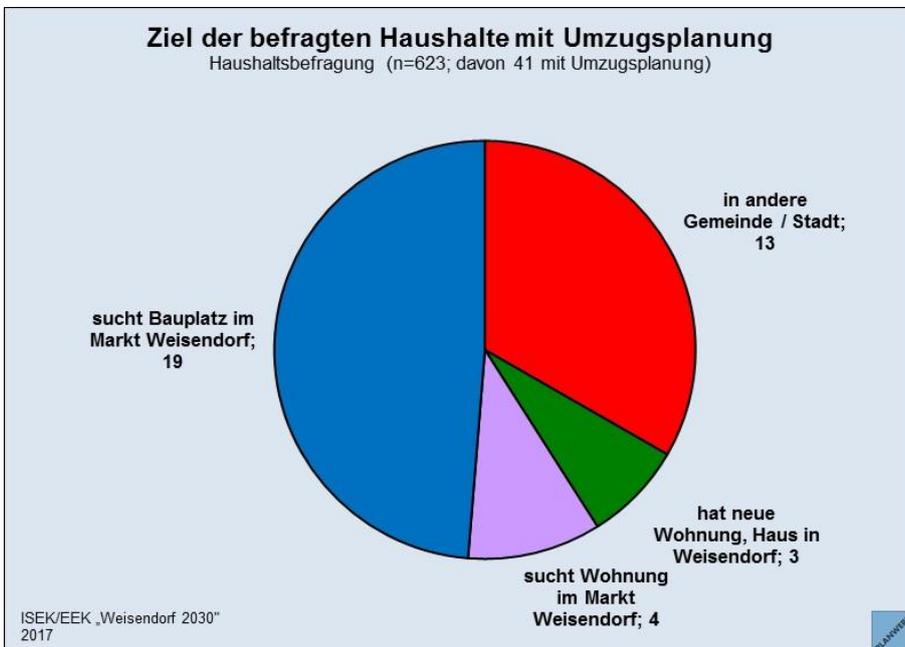


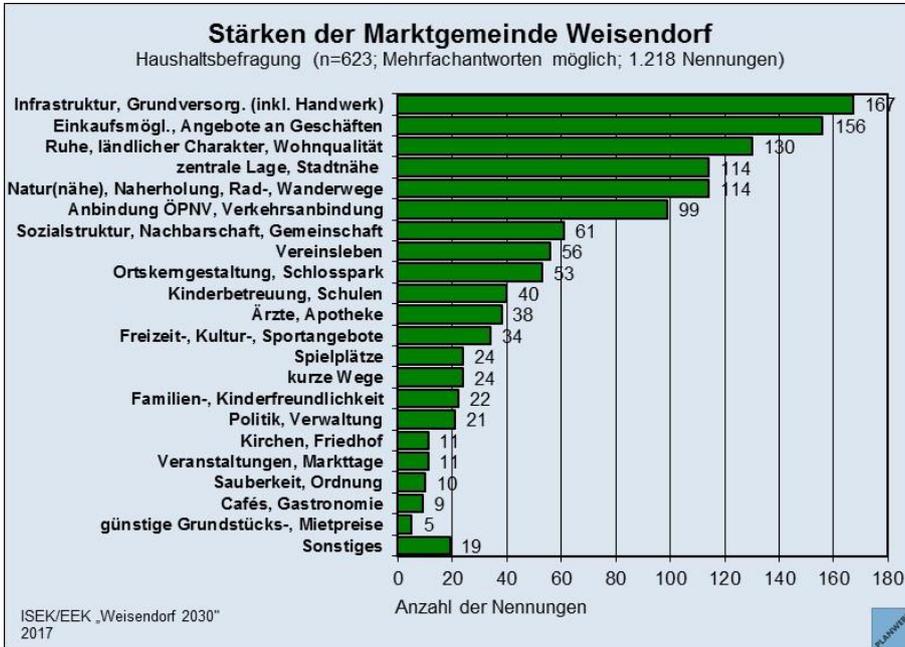
Abbildung 30: Ziel der befragten Haushalte mit Umzugsplanung

Eine zweite Frage hinsichtlich des geplanten Umzugs war, wohin die befragten Haushalte ziehen wollen und welche Wohnform geplant ist.

Von den 41 Haushalten, die einen Umzug planen, sucht rund die Hälfte (19 Haushalte) einen Bauplatz in der Marktgemeinde Weisendorf, 4 Haushalte suchen eine Wohnung in Weisendorf und 3 Haushalte haben bereits eine andere Wohnung oder Haus in der Marktgemeinde. 13 Haushalte planen in eine andere Gemeinde bzw. Stadt zu ziehen.

4.2.3 Einschätzung von Stärken und Schwächen des Marktes Weisendorf

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden jeweils in einer offenen Frage die Stärken und Schwächen des Marktes Weisendorf abgefragt. Mehrfachnennungen waren bei beiden Fragen möglich, maximal jedoch drei Antworten.



Bei den Stärken des Marktes Weisendorf steht die gute Infrastruktur einschließlich der guten Grundversorgung an erster Stelle (167 Nennungen).

Ebenfalls werden konkret die Einkaufsmöglichkeiten und das Angebot an Geschäften als Stärke der Marktgemeinde genannt (156 Nennungen).

Ein weiterer positiver Aspekt ist die Ruhe, der ländliche Charakter sowie die Wohnqualität in Weisendorf (130 Nennungen).

Zudem können die zentrale Lage und die Nähe zu größeren Städten als sehr positiv herausgehoben werden (114

Abbildung 31: Stärken der Marktgemeinde Weisendorf

Nennungen). Daneben werden die Nähe zur Natur, die guten Naherholungsmöglichkeiten und die Rad- und Wanderwege in bzw. um Weisendorf von den Einwohnern positiv bewertet (114 Nennungen).

Außerdem gilt die Anbindung als eine Stärke Weisendorfs. Sie beinhaltet sowohl die gute Anbindung mit den öffentlichen Verkehrsmitteln als auch die Straßenanbindung einschließlich Bundesautobahn A3 (99 Nennungen).

Als weitere Qualitäten des Marktes Weisendorf nennen die Befragten die gute Sozialstruktur, Nachbarschaft und Gemeinschaft (61 Nennungen), das Vereinsleben (56 Nennungen), die Umgestaltung des Ortskerns und des Schlossparks (53 Nennungen) sowie die gute Ausstattung mit Kinderbetreuungseinrichtungen, v.a. Kindergärten, und mit Schulen (40 Nennungen), wie auch die ärztliche bzw. medizinische Versorgung (38 Nennungen). Des Weiteren wird das Freizeit-, Kultur- und Sportangebot (34 Nennungen) als positiv von den Weisendorfern bewertet. Weitere positive Nennungen sind in der Abbildung dargestellt.

Insgesamt gibt es 1.218 Nennungen zu den Stärken der Marktgemeinde Weisendorf.

Gegenüber den positiven Äußerungen wurden in der Summe weniger negative Äußerungen abgegeben, insgesamt 946 Nennungen.



Die am häufigsten genannte Schwäche des Marktes Weisendorf ist die fehlende Ortsmitte bzw. ein unattraktives Ortsbild der Marktgemeinde (147 Nennungen).

Etwas im Widerspruch mit den genannten Stärken wird die Verbindung mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und die Anbindung der Ortsteile an das öffentliche Verkehrsnetz bemängelt (125 Nennungen).

Vielfach werden auch die Verkehrslage und das starke Verkehrsaufkommen (88 Nennungen) sowie eine verbesserungswürdige Parkplatzsituation (59 Nennungen), insbesondere in der Ortsmitte, als Schwäche genannt.

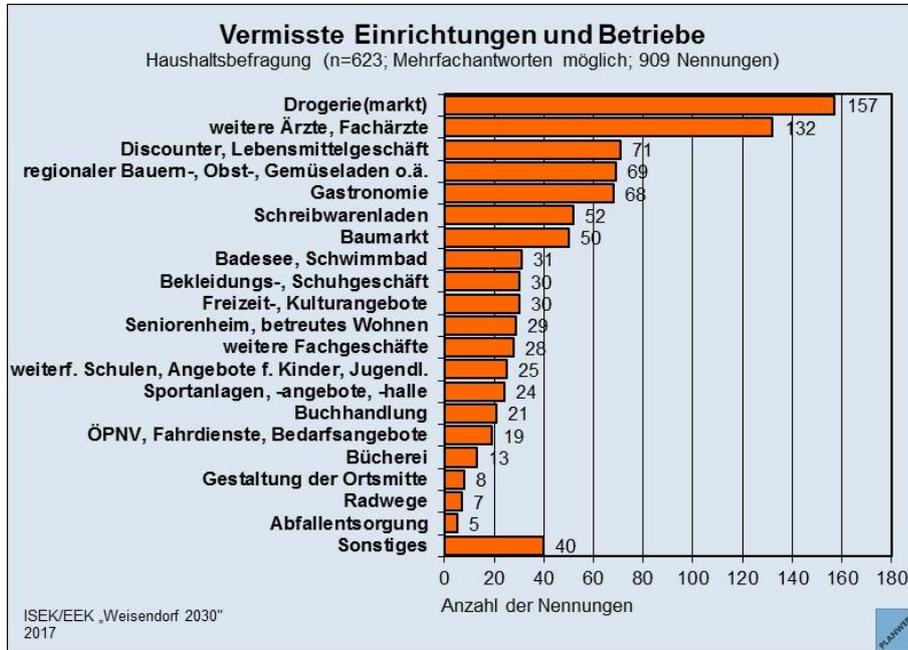
Abbildung 32: Schwächen der Marktgemeinde Weisendorf genannt.

Als weitere Schwäche empfinden einige Haushalte, dass zu wenig Einzelhandel in Weisendorf vorhanden ist und die vorhandenen Einkaufsmöglichkeiten zu dezentral verortet sind (65 Nennungen).

Des Weiteren sind fehlende Freizeit- und Kulturangebote einschließlich fehlender Räumlichkeiten für Freizeit- und Kulturangebot sowie schlechte oder fehlende Rad-, Fuß- und Überwege Schwächen der Marktgemeinde (je 47 Nennungen). Weitere negative Nennungen bzw. Schwächen sind in der Abbildung dargestellt.

4.2.4 Vermisste Einrichtungen und Betriebe

Neben den allgemeinen Stärken und Schwächen des Marktes Weisendorf wurde explizit danach gefragt, welche Einrichtungen oder Betriebe in der Marktgemeinde Weisendorf noch vermisst werden. Auch hier handelt es sich um eine offene Frage mit maximal drei Antwortmöglichkeiten. Insgesamt wurden dazu 909 Nennungen abgegeben.



Am häufigsten genannt wird, dass ein(e) Drogerie(markt) fehlt (157 Nennungen).

Weitere Ärzte und Fachärzte, wie Kinderarzt, Augenarzt oder Orthopäde, werden von vielen Befragten vermisst (132 Nennungen).

Der Wunsch nach einem größeren Angebot bzw. mehr Vielfalt bei Lebensmittelgeschäften wird häufig genannt (71 Nennungen), ebenso wäre ein Bauern-, Obst- und Gemüseladen (69 Nennungen), der frische Produkte aus der Region anbietet, wünschenswert.

68 Nennungen entfallen auf das Fehlen weiterer gastronomischer Betriebe in Weisendorf.

Abbildung 33: Vermisste Einrichtungen und Betriebe Weisendorf.

52 Haushalte geben an, ein Fachgeschäft für Schreibwaren würde fehlen. 50 Haushalte aus Weisendorf wünschen sich einen Baumarkt. Ein Bekleidungs- bzw. Schuhgeschäft wird von 30 Haushalten genannt.

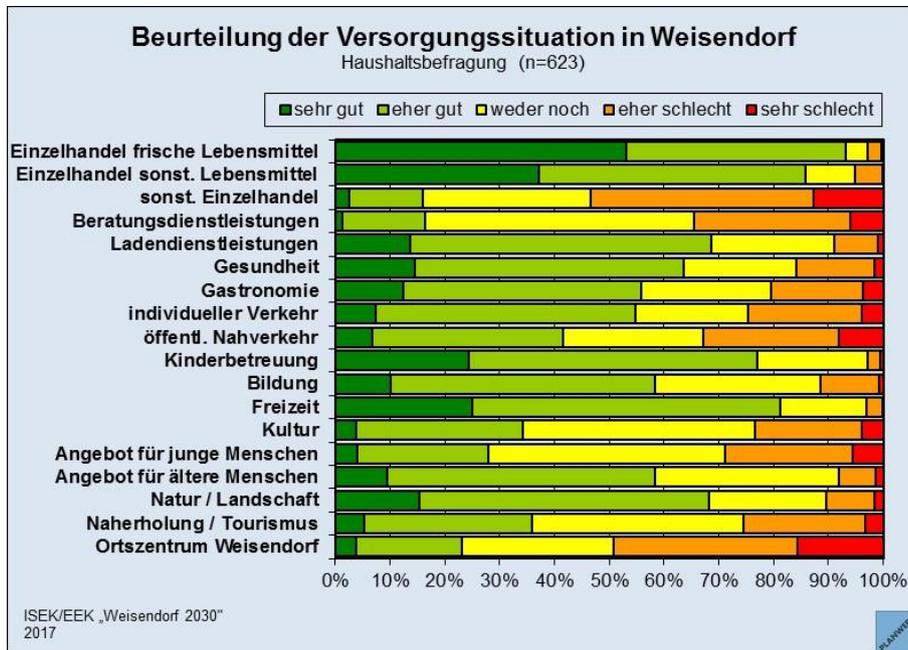
Auch im Bereich der Naherholung und im Bereich Freizeit werden von einigen Haushalten weitere fehlende Einrichtungen oder Betriebe benannt, beispielsweise werden ein Badesee oder ein Schwimmbad (31 Nennungen), weitere verbesserte Freizeit- und Kulturangebote (30 Nennungen) sowie weitere Sportanlagen, -angebote und -hallen (24 Nennungen) vermisst.

Ein paar Haushalte geben an, weitere Fachgeschäfte (28 Nennungen) zu vermissen, wie z.B. ein Optiker oder ein Elektrofachgeschäft. Ein weiteres Fachgeschäft, welches häufiger explizit genannt wird, ist eine Buchhandlung (21 Nennungen).

Im sozialen Bereich vermissen 29 Haushalte ein Seniorenheim bzw. eine Einrichtung für betreutes Wohnen. Des Weiteren werden weiterführende Schulen und verschiedene Angebote für Kinder und Jugendliche (25 Nennungen), wie z.B. mehr Betreuungseinrichtungen, Kinderspielplätze oder ein Jugendzentrum, genannt. Weitere Einrichtungen und Betriebe, die von den befragten Haushalten vermisst werden, sind in der Abbildung dargestellt.

4.2.5 Beurteilung des Versorgungsangebots

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



Am besten steht der Bereich Einzelhandel mit frischen Lebensmitteln in Weisendorf da. 53% bewerten das Versorgungsangebot mit sehr gut und weitere 40% mit eher gut. Der Einzelhandel mit sonstigen Lebensmitteln wird ebenfalls gut bewertet. 37% bewerten das Angebot als sehr gut und weitere 49% mit eher gut.

Auch mit dem Angebot im Bereich Freizeit sind die Befragten zufrieden. 25% der befragten Haushalte finden das Angebot sehr gut und 56% eher gut.

Im Bereich Kinderbetreuung werden ebenfalls gute Werte erreicht. 24% bewerten das Angebot mit sehr gut und

Abbildung 34: Beurteilung der Versorgungssituation in Weisendorf
 weitere 53% mit eher gut.

Schwache Bewertungen erhalten besonders die Bereiche sonstiger Einzelhandel, Beratungsdienstleistungen und das Ortszentrum von Weisendorf.

13% bewerten den sonstigen Einzelhandel mit sehr schlecht und weitere 41% mit eher schlecht sowie 30% mit weder gut noch schlecht. Nur 16% bewerten das Versorgungsangebot an sonstigem Einzelhandel positiv, d.h. mit sehr gut oder eher gut.

Das Angebot an Beratungsdienstleistungen in Weisendorf wird von 6% mit sehr schlecht bewertet, von 28% mit eher schlecht und von 49% mit weder gut noch schlecht. Nur 15% vergeben die Beurteilung eher gut und sogar nur 1% sehr gut.

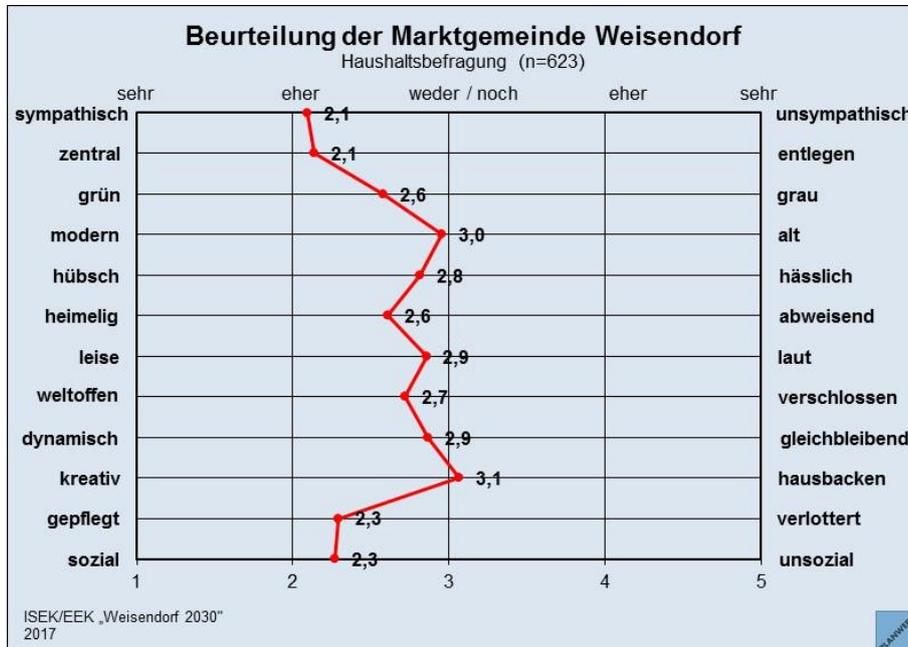
Das Ortszentrum Weisendorf erfährt ebenfalls schlechte Bewertungen. 16% der befragten Haushalte beurteilen das Ortszentrum als sehr schlecht, 34% als eher schlecht und 28% weder gut noch schlecht. Nur 23% bewerten das Ortszentrum als positiv (4% sehr gut; 19% eher gut).

4.2.6 Beurteilung der Marktgemeinde Weisendorf

Neben der Beurteilung der verschiedenen Versorgungsangebote in der Marktgemeinde Weisendorf wurden den befragten Haushalten 12 Gegensatzpaare zur Bewertung der Marktgemeinde anhand von Eigenschaften vorgelegt. Mit Hilfe der Abfrage, welche Eigenschaften die Befragten der Marktgemeinde Weisendorf zuschreiben, lässt sich ein Polaritätsprofil mit Durchschnittsnoten erstellen.

Während auf der linken Seite der Abbildung jeweils die positiven Eigenschaften der Gegensatzpaare stehen, sind auf der rechten Seite

jeweils die vermeintlich gegensätzlichen negativen Eigenschaften eingetragen. Ein Wert von unter 3 bedeutet folglich, dass die Markt-gemeinde Weisendorf in Bezug auf das jeweilige Gegensatzpaar eher positiv gesehen wird, ein Wert von über 3, dass der Markt-gemeinde eher die negative Eigenschaft zugeschrieben wird.



Bei der Auswertung der Ge-gensatzpaare ergeben sich folgende Ergebnisse:

Im allgemeinen Durchschnitt sehen die Weisendorfer ihre Markt-gemeinde eher positiv. Insbesondere empfinden die Bewohner, dass Weisendorf im Allgemeinen eher sympa-thisch und zentral ist (jeweils 2,1).

Weitere positive Eigenschaf-ten, die Weisendorf zuge-schrieben werden, sind ge-pflegt und sozial.

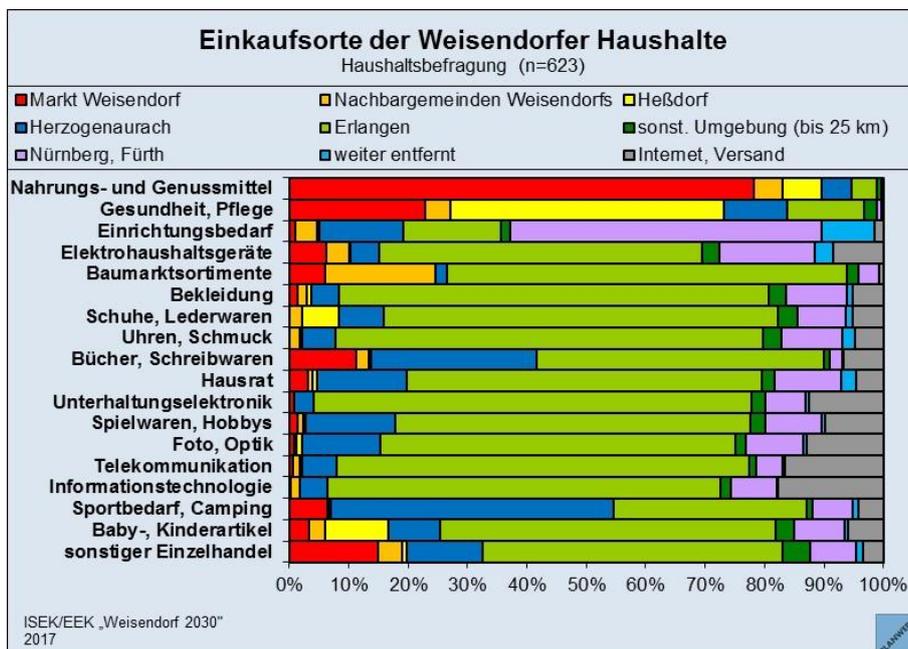
Mit einem durchschnittlichen Wert von 3,1 beurteilen die Bewohner die Markt-gemeinde als tendenziell haus-backen und mit 3,0 als tenden-ziell etwas alt.

Abbildung 35: Beurteilung der Markt-gemeinde Weisendorf

4.2.7 Einkaufsverhalten

Eine der grundlegend bedeutenden Erkenntnisse aus der Haushalts-befragung bildet die Auswertung des räumlichen Einkaufsverhaltens der Weisendorfer Bevölkerung.

Die folgende Abbildung stellt das Einkaufsverhalten der befragten Weisendorfer Haushalte differenziert nach den einzelnen Sorti-mentsbereichen einschließlich des sonstigen Einzelhandels dar.



Nahrungs- und Genussmittel werden zum Großteil in Wei-sendorf eingekauft (78%).

Der Sortimentsbereich Ge-sundheit, Pflege, der eben-falls zum Sortiment des peri-odischen Bedarfs gehört, wird dagegen nur von 23% der Haushalte überwiegend in Weisendorf gekauft. Ge-sundheits- und Pflegepro-dukte werden von den Wei-sendorfer Haushalten dafür häufig in Heßdorf erworben (46%).

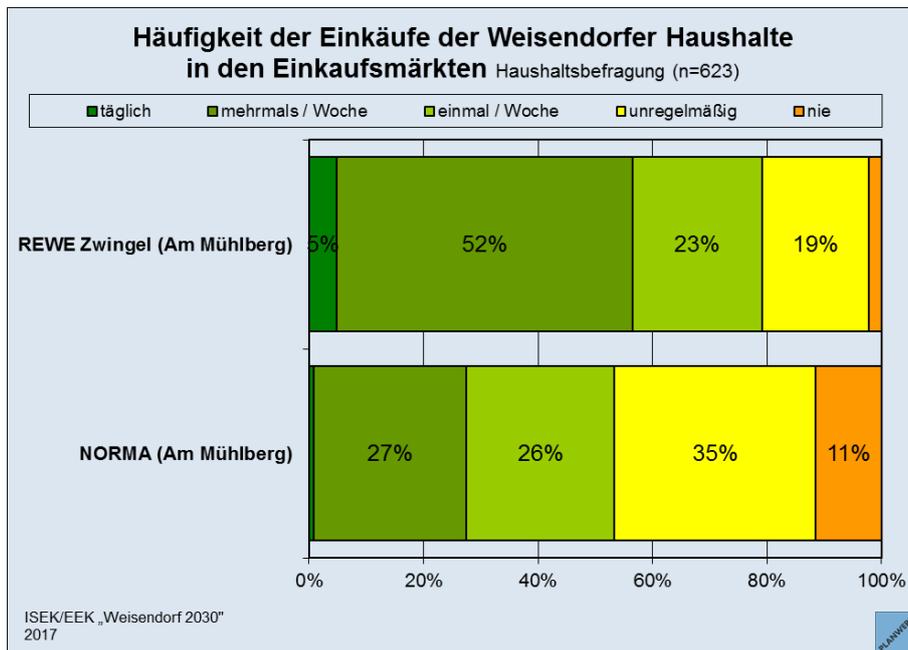
Weitere Güter werden im Allgemeinen überwiegend in Erlangen, teilweise in Her-zogenaurach sowie in Nürn-berg oder Fürth eingekauft. Eben-

Abbildung 36: Einkaufsorte der Weisendorfer Haushalte

falls werden manche Sortimentsbereiche auch durch das Angebot im Internet bedient.

Damit erreicht ausschließlich der Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel eine starke Kundenbindung. Die weiteren Sortimentsbereiche erreichen in Weisendorf nur selten einen zweistelligen Kundenbindungsanteil; ausgenommen sind davon neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie Gesundheits- und Pflegeprodukten nur noch Bücher und Schreibwaren (11%) sowie sonstiger Einzelhandel (15%).

Des Weiteren wurden die Haushalte gezielt danach gefragt, welche der Einkaufsmärkte in Weisendorf wie häufig für Einkäufe genutzt werden.



Demnach kauft ein Großteil der befragten Haushalte häufig im Weisendorfer REWE-Markt im Gewerbegebiet Am Mühlberg ein. Lediglich 2% kaufen täglich dort nie ein. 5% kaufen täglich im Weisendorfer REWE-Markt ein, 52% mehrmals die Woche, 23% einmal pro Woche und 19% in unregelmäßigen Abständen.

Ein etwas anderes Bild zeigt sich für die Weisendorfer NORMA im Gewerbegebiet Am Mühlberg. Lediglich 1% der Haushalte erledigen täglich ihre Einkäufe in der Weisendorfer NORMA. 27% kaufen mehrmals die Woche dort ein, 26% der Haushalte besuchen diesen Discounter einmal pro Woche, 35% kaufen in unregelmäßigen Abständen dort ein und 11% sind nie Kunde bei der Weisendorfer NORMA.

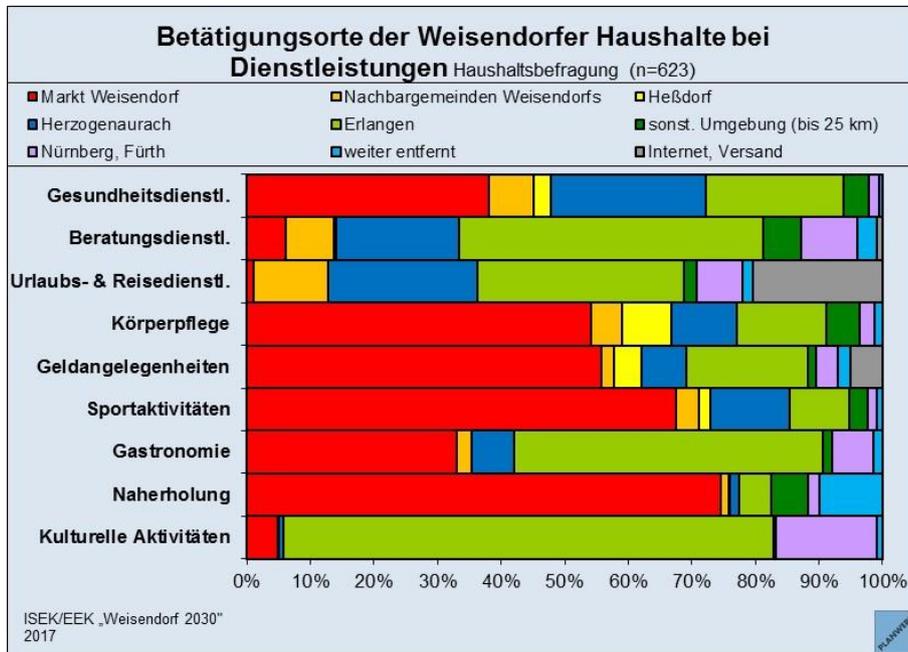
Abbildung 37: Häufigkeit der Einkäufe in den Einkaufsmärkten

Abbildung 37: Häufigkeit der Einkäufe in den Einkaufsmärkten

Insgesamt zeigt sich somit aber, dass die Weisendorfer Haushalte die in der Marktgemeinde vorhandenen Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel zumeist durchaus gut nutzen.

4.2.8 Räumliches Verhalten bei Dienstleistungen

Neben dem räumlichen Verhalten der Weisendorfer 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 viele der Dienstleistungen und Aktivitäten zumindest von Teilen der Bewohner im Markt Weisendorf wahrgenommen werden.



Am häufigsten im Gemeindegebiet wahrgenommen wird das Naherholungsangebot; die Bindung liegt hier bei über 70%.

Die zweithäufigste Nachfrage, mit einer Bindung von 67% in Weisendorf, erfährt der Bereich der sportlichen Aktivitäten. 56% der Haushalte nutzen Dienstleister vor Ort, um ihre Geldangelegenheiten zu erledigen. Auch im Bereich der Körperpflege (Bindung von 54%) gibt über die Hälfte der befragten Haushalte an, das Angebot in Weisendorf wahrzunehmen.

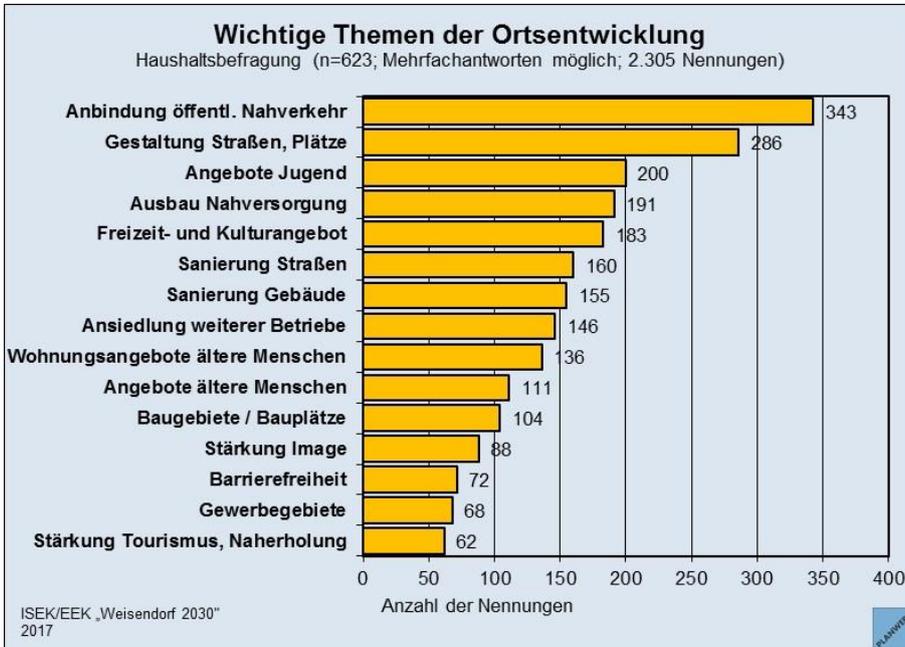
Defizite bestehen für den Markt Weisendorf besonders in den Bereichen Urlaubs- und Reisedienstleistungen

Abbildung 38: Betätigungsorte der Weisendorfer Haushalte bei Dienstleistungen (Bindung von 1%) sowie kulturelle Aktivitäten (5%) und Beratungsdienstleistungen (6%). Für kulturelle Aktivitäten nennt die Mehrheit der Befragten (76%) Erlangen als Hauptbetätigungsort.

Sofern Dienstleistungen nicht in Weisendorf nachgefragt werden, wird Erlangen am häufigsten als Hauptbetätigungsort genannt.

4.2.9 Wichtige Themen der Ortsentwicklung

Um mögliche Schwerpunktbereiche für die zukünftige Entwicklung des Marktes Weisendorf ableiten zu können, wurden mittels Ankreuzen mögliche wichtige Themen der Ortsentwicklung, die in Weisendorf in den nächsten Jahren angegangen werden sollten, abgefragt. Insgesamt gab es 2.305 Nennungen.



Mit 343 Nennungen wurde am häufigsten die Anbindung im öffentlichen Nahverkehr ausgewählt.

Die Gestaltung von Straßen und Plätzen hat mit 286 Nennungen die zweithöchste Priorität.

Mit 200 Nennungen sehen die Befragten das Thema Angebote für die Jugend als wichtig an.

Weitere wichtige Themen sind zudem der Ausbau der Nahversorgung (191 Nennungen), das Freizeit- und Kulturangebot (183 Nennungen), die Sanierung von Straßen (160 Nennungen), die Sanierung von Gebäuden (155 Nennungen), die Ansiedlung weiterer Betriebe (146 Nennungen) sowie Wohnungsangebote für ältere Menschen (136 Nennungen).

Abbildung 39: Wichtige Themen der Ortsentwicklung

Insgesamt ist deutlich erkennbar, dass die genannten Themen die genannten Schwächen von Weisendorf zu einem gewissen Teil widerspiegeln.

4.3 Passantenbefragung

Ein weiterer Baustein der Datenerhebung ist eine Passanten- / Kundenbefragung, die im Oktober 2016 an 2 Standorten in der Marktgemeinde Weisendorf durchgeführt wurde. Insgesamt wurden 303 Interviews geführt, 210 davon mit Passanten bzw. Kunden aus Weisendorf und 93 mit Personen von außerhalb.

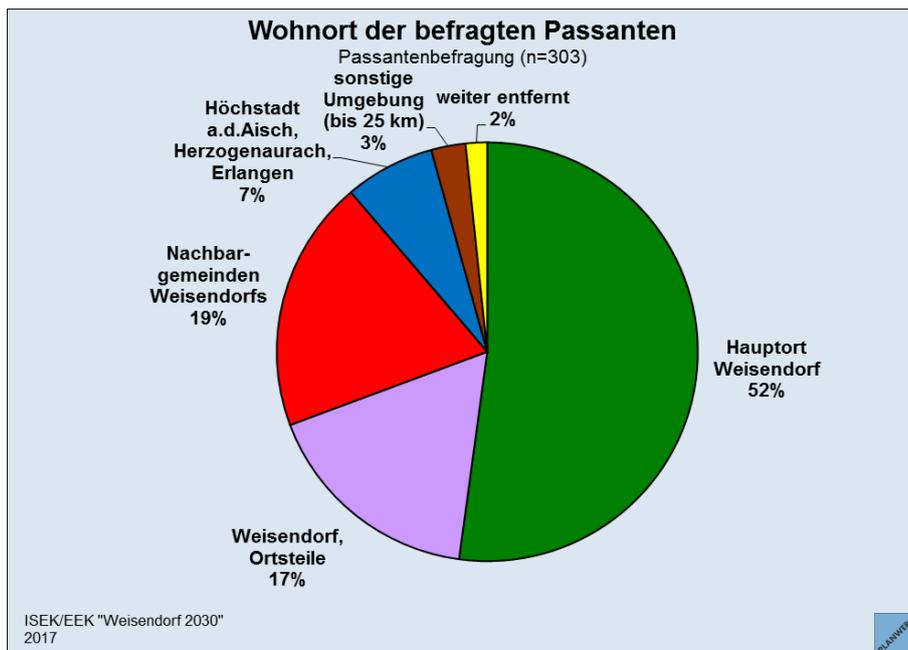
Die Befragung fand auf folgende Standorte verteilt statt:

- Ortszentrum Weisendorf (Hauptstraße und Höchststadter Straße)
- REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg)

Am Standort Ortszentrum Weisendorf wurden gut 90 Passanten bzw. Kunden befragt und am Standort REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg) rd. 210 Personen.

In diesem Befragungsbaustein wurden zum einen Einschätzungen der Passanten bzw. Kunden bezüglich des Standorts Weisendorf abgefragt, zum anderen Verhaltensweisen hinsichtlich ihres Einkaufs.

4.3.1 Struktur der Passanten / Kunden



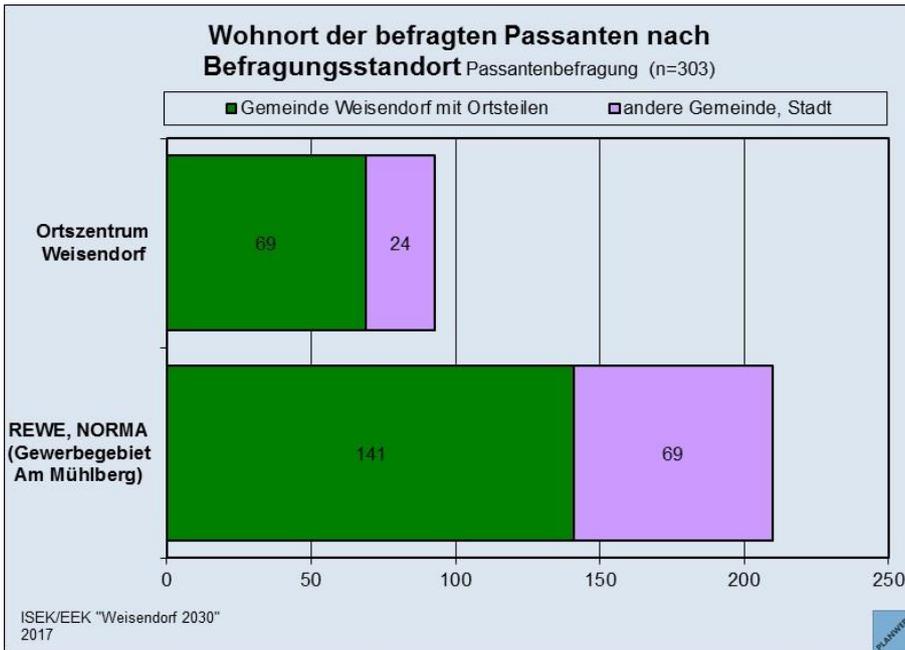
Von den befragten Passanten bzw. Kunden wohnt gut die Hälfte (52%) im Hauptort Weisendorf. Weitere 17% wohnen in den zu Weisendorf gehörenden Ortsteilen. Damit kommen rd. 70% der Passanten bzw. Kunden aus der Marktgemeinde Weisendorf.

Der Anteil der Befragten aus den Nachbargemeinden Weisendorfs, d.h. Aurachtal, Dachsbach, Gerhardshofen, Großenseebach, Heßdorf, Oberreichenbach, Uehlfeld, entspricht fast einem Fünftel der Befragten. Aus Höchststadt a.d.Aisch, Herzogenaurach und Erlangen kommen insgesamt 7% der befragten Passanten bzw. Kunden. In der übrigen Umgebung im Um-

Abbildung 40: Wohnort der befragten Passanten

kreis bis etwa 25 km wohnen lediglich 3% der Befragten, weiter entfernt nur 2%.

Damit ist der Anteil der in der Marktgemeinde Weisendorf wohnenden Befragten relativ hoch und der von außerhalb relativ niedrig.

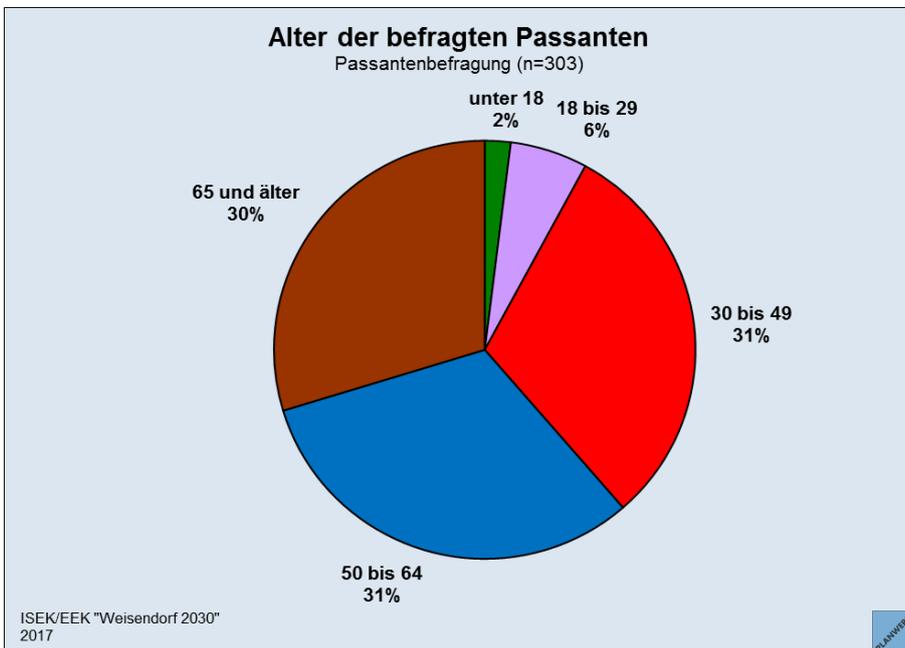


Sowohl im Ortszentrum Weisendorf als auch am Standort REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg) fallen die Anteile der Befragten aus der Marktgemeinde Weisendorf einschließlich der Ortsteile relativ hoch aus. Im Ortszentrum sind es 74% der Befragten und am Standort REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg) sind es 67%.

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

Abbildung 41: Wohnort der befragten Passanten nach Befragungsstandort

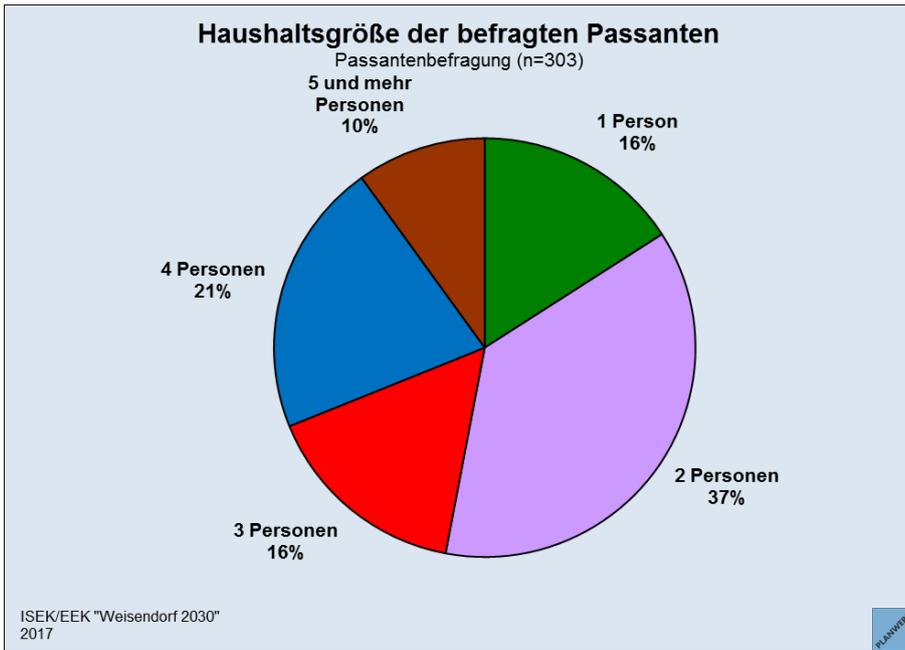
Bei den befragten Passanten bzw. Kunden liegt der Anteil der Frauen mit 59% über dem Anteil der Männer (41%). Aufgrund der angebotenen Gesamtheit an Passanten bzw. Kunden entspricht dieser Anteil etwa der Situation der Passanten bzw. Kunden in Weisendorf.



Mit je knapp einem Drittel sind die Altersgruppen der 30- bis 49-Jährigen, der 50- bis 64-Jährigen sowie der 65-Jährigen und älter in der Befragung der Passanten bzw. Kunden vertreten.

Die jungen Erwachsenen im Alter von 18 bis 29 Jahren machen einen Anteil von 6% der Befragten aus. Unter 18-Jährige wurden nur vereinzelt befragt.

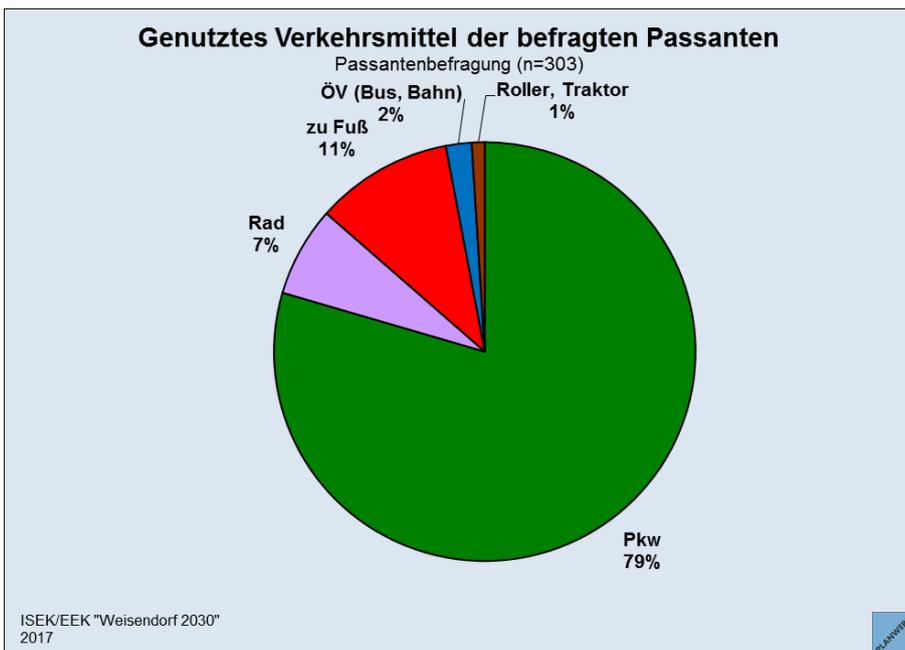
Abbildung 42: Alter der befragten Passanten



Die Haushaltsgröße beeinflusst das Kaufverhalten. 37% der befragten Passanten bzw. Kunden leben in 2-Personen-Haushalten und 16% in Einpersonenhaushalten.

In Mehrpersonenhaushalten mit mindestens 3 Personen leben knapp 50% - dies sind 16% aller Befragten in Haushalten mit 3 Personen, 21% in Haushalten mit 4 Personen und noch 10% in Haushalten mit 5 oder mehr Personen.

Abbildung 43: Haushaltsgröße der befragten Passanten



Mit 79% kommt der größte Anteil der Befragten mit dem Pkw zum Einkaufsort bzw. zu dem Standort, an dem die Befragung durchgeführt wurde.

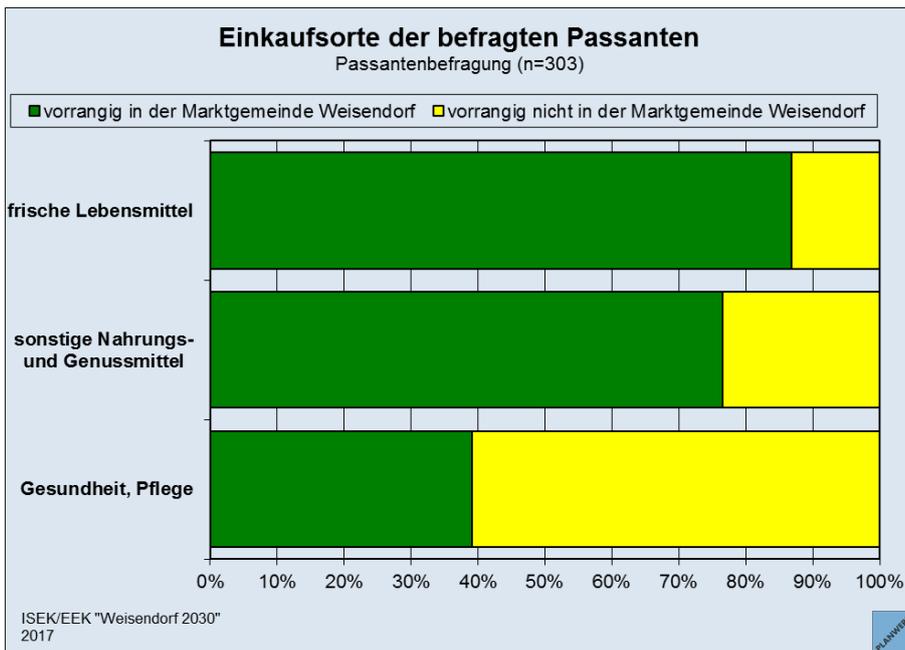
Lediglich 11% der Befragten kommen zu Fuß, 7% mit dem Rad, 2% mit öffentlichen Verkehrsmitteln und 1% mit Roller oder Traktor.

Abbildung 44: Genutztes Verkehrsmittel der befragten Passanten

4.3.2 Weisendorf als Einkaufsort

Eine wichtige Erkenntnis aus der Passantenbefragung bildet die Auswertung des räumlichen Einkaufsverhaltens. Im Folgenden geht es um das Einkaufsverhalten allgemein, unabhängig vom Befragungstag.

66% der befragten Passanten bzw. Kunden geben an, ihre Einkäufe im Allgemeinen, ohne Abfrage von bestimmten Sortimentsgruppen, zum größten Teil in der Marktgemeinde Weisendorf zu tätigen. Knapp ein Drittel (30%) tätigt zumindest einige Einkäufe in Weisendorf und nur 4% der Befragten kaufen generell nicht in der Marktgemeinde Weisendorf ein.



Nebenstehende Abbildung zeigt das Einkaufsverhalten der befragten Passanten bzw. Kunden in Bezug auf die Sortimente des periodischen Bedarfs. Gefragt wurde, ob die Produkte jeweils vorrangig in der Marktgemeinde Weisendorf eingekauft werden.

Frische Lebensmittel werden von knapp 90% der Befragten vorrangig in Weisendorf eingekauft, sonstige Nahrungs- und Genussmittel von fast 80%. Gesundheits- und Pflegeartikel werden von knapp 40% der Befragten in Weisendorf eingekauft.

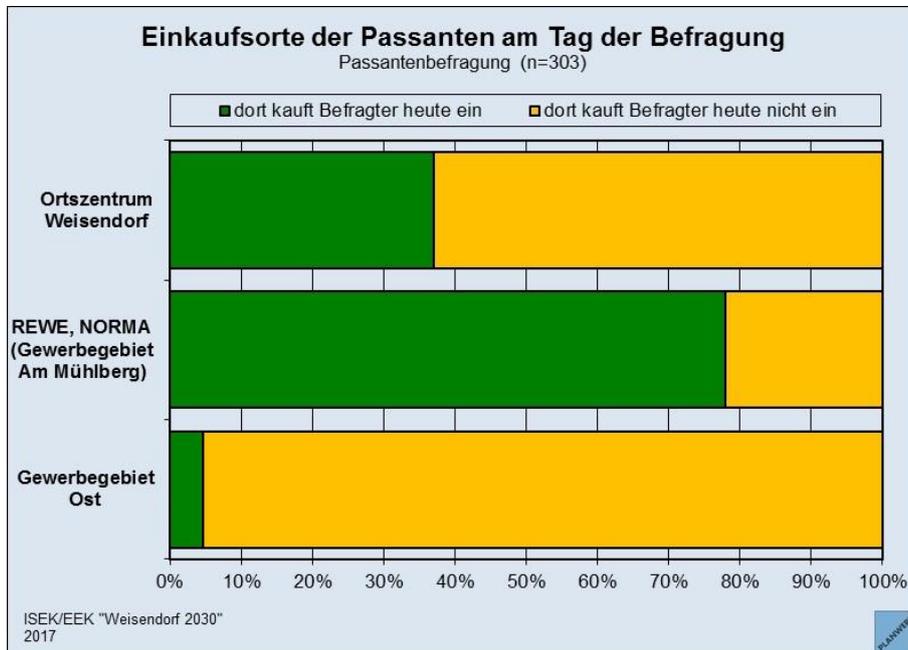
Abbildung 45: Einkaufsorte der befragten Passanten

in Weisendorf durchaus eine hohe Kundenbindung.

Damit erreichen die frischen Lebensmittel sowie sonstigen Nahrungs- und Genussmittel

4.3.3 Einkaufsorte am Tag der Befragung

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



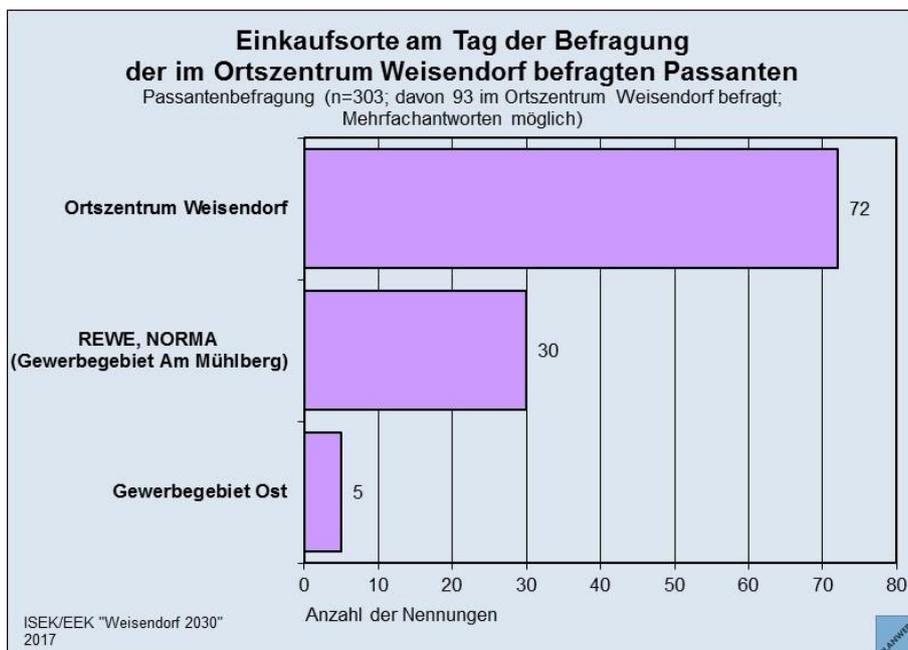
37% aller Befragten gaben an, am Befragungstag im Ortszentrum Weisendorf einzukaufen, d.h. 112 Befragte.

Mit 78% aller Befragten gaben deutlich mehr an, am Befragungstag am Standort von REWE und NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg) einzukaufen. Das sind 236 Befragte. Allerdings wurden dort auch mehr Personen befragt.

Im Gewerbegebiet Ost haben am Befragungstag nur 14 Befragte eingekauft. Das sind knapp 5% aller Befragten.

Abbildung 46: Einkaufsorte der Passanten am Tag der Befragung

Werden die Antworten der Passanten bzw. Kunden an den beiden Befragungsstandorten getrennt voneinander betrachtet, lassen sich Kopplungen erkennen.

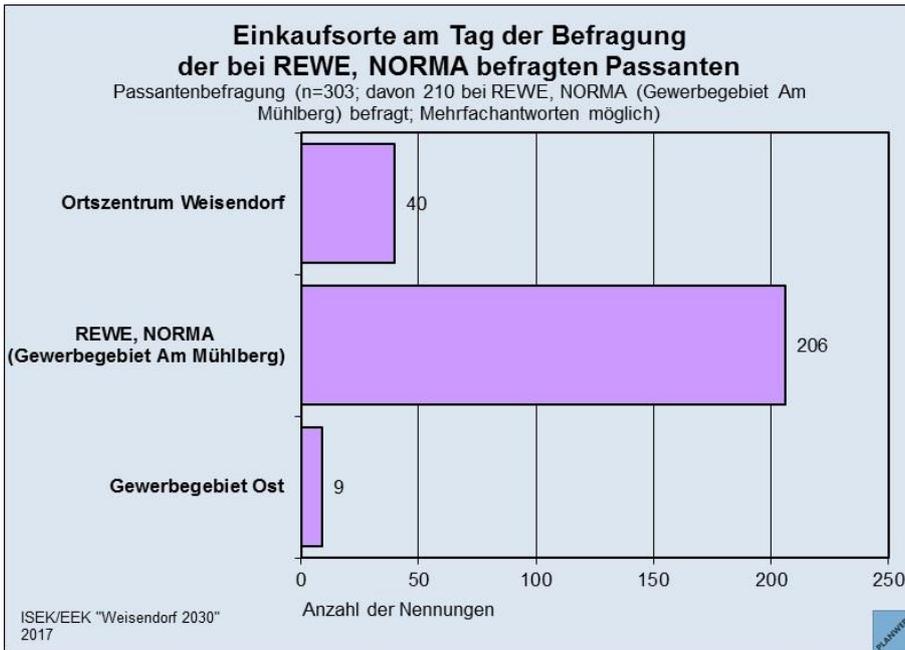


Die Mehrheit der 93 im Ortszentrum Weisendorf befragten Passanten bzw. Kunden gab an, am Befragungstag im Ortszentrum einzukaufen (72 von 93 Befragten). Dagegen waren die übrigen 21 dort befragten Personen nicht zum Einkaufen im Ortszentrum.

30 Personen suchten am gleichen Tag den Standort REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg) zum Einkauf auf. Dies sind etwa ein Drittel der Passanten bzw. Kunden, die im Ortszentrum befragt wurden.

Das Gewerbegebiet Ost suchten 5 im Ortszentrum Weisendorf Befragte am Befragungstag zum Einkauf auf.

Abbildung 47: Einkaufsorte: Befragungsstandort Ortszentrum Weisendorf



Fast alle der am Standort REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg) befragten Passanten bzw. Kunden gaben an, am Tag der Befragung am Befragungsstandort, also im Gewerbegebiet Am Mühlberg, einzukaufen (206 von 210 Befragten).

40 Befragte nutzten am gleichen Tag das Ortszentrum Weisendorf als Einkaufsort, also etwa ein Fünftel der im Gewerbegebiet Am Mühlberg befragten Passanten bzw. Kunden.

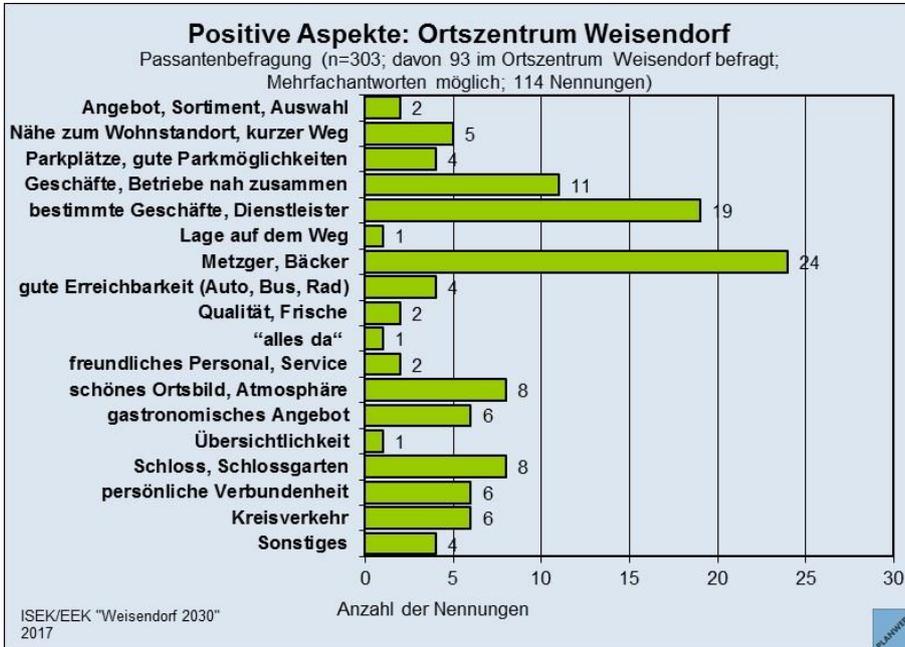
9 Befragte gaben an, im benachbarten Gewerbegebiet Ost einzukaufen.

Abbildung 48: Einkaufsorte: Befragungsstandort REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg)

Anteilig erreicht besonders der Standort REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg) einen relativ hohen Wert von Besuchen bzw. Einkäufen der Passanten bzw. Kunden, die im Ortszentrum Weisendorf befragt wurden. In etwas geringerem Umfang gilt dies auch für Besuche bzw. Einkäufe im Ortszentrum der im Gewerbegebiet Am Mühlberg befragten Passanten bzw. Kunden. Insgesamt gibt es somit durchaus Kopplungen zwischen den beiden Weisendorfer Einkaufsorten.

4.3.4 Positive Aspekte der Weisendorfer 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. am Ortszentrum Weisendorf bzw. am Gewerbegebiet Am Mühlberg. Es waren bis zu drei Nennungen möglich.



Im Ortszentrum Weisendorf erhält die Tatsache, dass es Metzger und Bäcker gibt, mit 24 die häufigsten Nennungen.

Insgesamt 19 Nennungen entfallen auf weitere bestimmte Geschäfte und Dienstleister im Ortszentrum, v.a. Apotheke, Ärzte, Bank.

Darauf folgt mit 11 Nennungen, dass im Ortszentrum verschiedene Geschäfte und Betriebe nahe zusammen bestehen.

Es folgen das schöne Ortsbild allgemein mit netter Atmosphäre sowie das Schloss mit dem Schlossgarten (je 8 Nennungen).

Abbildung 49: Positive Aspekte: Ortszentrum Weisendorf

Weitere positive Aspekte des Ortszentrums Weisendorf sind in der Abbildung dargestellt.

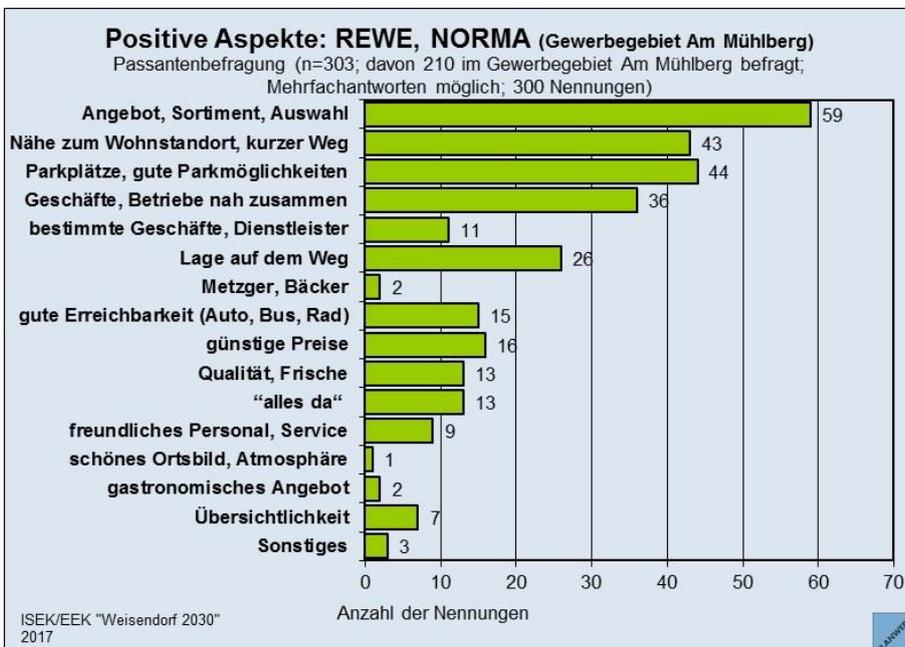


Abbildung 50: Positive Aspekte: REWE, NORMA (Gewerbegebiet Am Mühlberg)

Am Befragungsstandort Gewerbegebiet Am Mühlberg wird in erster Linie der Aspekt Angebot, Sortiment und Auswahl geschätzt, worauf 59 Nennungen entfallen.

Es folgt der Aspekt der vorhandenen Parkplätze und guten Parkmöglichkeiten mit 44 Erwähnungen.

43 Nennungen entfallen darauf, dass der Einkaufsstandort nahe zum Wohnstandort liegt bzw. ein relativ kurzer Weg besteht. Der Begriff Nähe wird hier allerdings unterschiedlich verwendet. Während die einen schätzen, den Standort wegen der Nähe fußläufig erreichen zu können, wohnen andere in Nachbargemeinden.

Darauf folgen die Gegebenheit, dass verschiedene Geschäfte und Betriebe nahe zusammen bestehen (36 Nennungen), sowie die Lage des Standortes auf dem Weg, v.a. von oder zur Arbeit (26 Nennungen).

Weitere positive Aspekte sind in der Abbildung aufgeführt.

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 Marktgemeinde Weisendorf fehlen. Es waren bis zu drei Nennungen möglich.



In erster Linie wird in Weisendorf von den Passanten bzw. Kunden mit 66 Nennungen ein(e) Drogerie(markt) vermisst.

Insgesamt 24 Nennungen entfallen auf verschiedene bestimmte Fachgeschäfte, die jedoch im Einzelnen jeweils nur wenige Nennungen haben, v.a. Geschäfte für Schuhe, Elektroartikel, Spielwaren, Geschenkartikel usw. oder eine weitere Apotheke.

Ebenso werden weitere Ärzte und Fachärzte vermisst (24 Nennungen).

Weitere Wünsche sind ein weiteres Lebensmittelgeschäft, in erster Linie ein Discounter oder aber auch

Abbildung 51: Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen u. Einrichtungen

ein Supermarkt (18 Nennungen), ein Bekleidungsgeschäft (15 Nennungen), ein Schreibwarenladen (14 Nennungen), ein Baumarkt, Angebote für Kinder und Jugendliche (je 12 Nennungen), ein Angebot an frischen Produkten, häufigere Markttag bzw. ein Bioladen (11 Nennungen) sowie verschiedene weitere Angebote.

Insgesamt gibt es 231 Nennungen.

4.3.6 Einschätzung von Stärken und Schwächen der Marktgemeinde Weisendorf

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

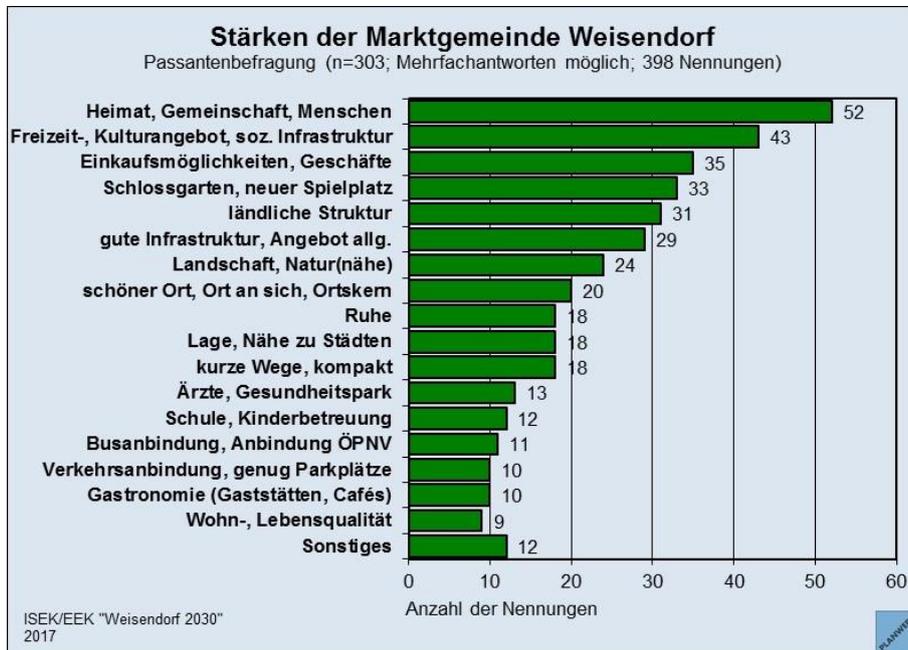


Abbildung 52: Stärken der Marktgemeinde Weisendorf

Von 52 Befragten wird als Stärke hervorgehoben, dass Weisendorf ihnen Heimat ist, eine gute Gemeinschaft und Zusammenhalt bestehen und es nette Menschen in Weisendorf gibt.

Darauf folgt mit 43 Nennungen das Freizeit- und Kulturangebot Weisendorfs mit sozialer Infrastruktur.

Sowohl die Einkaufsmöglichkeiten und Geschäfte (35 Nennungen), der Schlossgarten mit dem neuen Spielplatz (33 Nennungen) als auch die ländliche Struktur (31 Nennungen) werden häufig als Stärken gesehen.

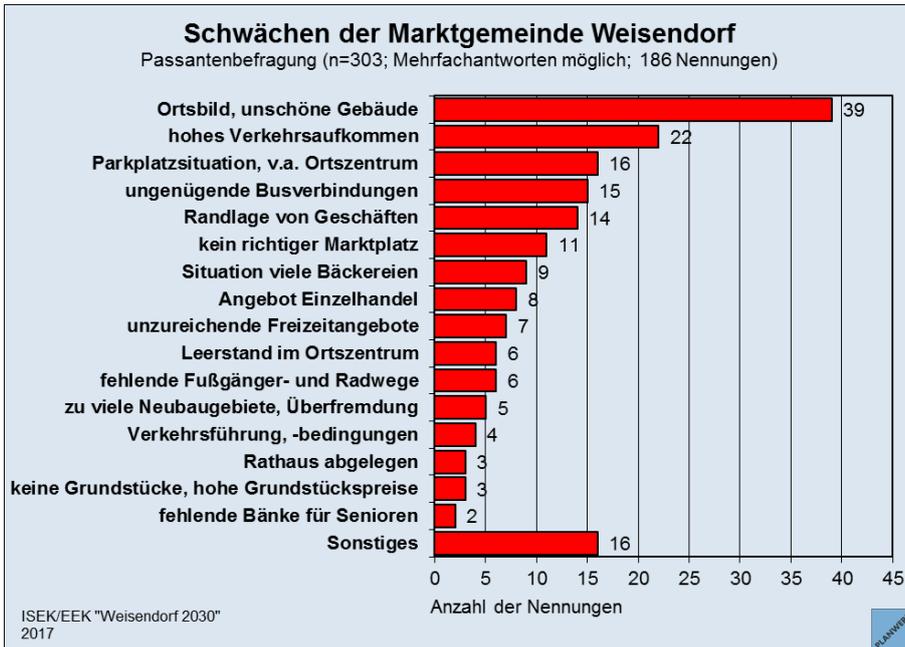
Weiter werden aufgeführt mit 29 Nennungen allgemein die gute Infrastruktur und das gute Angebot in Weisendorf, mit 24 Nennungen die Landschaft und Natur bzw. Nähe zur Natur und mit 20 Nennungen, dass der Ort schön ist bzw. der Ortskern schön ist.

Außerdem werden die Ruhe, die Lage Weisendorfs und Nähe zu Städten sowie kurze Wege bzw. die kompakte Struktur der Marktgemeinde als positiv erachtet (je 18 Nennungen).

Weitere Stärken sind Ärzte und der Gesundheitspark (13 Nennungen), die Schule und Kinderbetreuung (12 Nennungen), die Bus- bzw. ÖPNV-Anbindung (11 Nennungen), die Verkehrsanbindung einschließlich der Verfügbarkeit von Parkplätzen (10 Nennungen), die Gastronomie (10 Nennungen), die Wohn- und Lebensqualität (9 Nennungen) sowie einzelne sonstige Nennungen.

Insgesamt gibt es 398 positive Nennungen.

Mit 186 Nennungen wurden deutlich weniger Schwächen der Markt-
 gemeinde Weisendorf als Stärken aufgeführt.



Der mit 39 Nennungen am häufigsten genannte negative Aspekt betrifft das Ortsbild und unschöne Gebäude.

22 Passanten bzw. Kunden kritisieren ein hohes Verkehrsaufkommen.

16 Nennungen entfallen auf die Parkplatzsituation, v.a. im Ortszentrum, 15 auf ungenügende Busverbindungen, 14 auf die Randlage von Geschäften (v.a. der Geschäfte im Gewerbegebiet) und 11 darauf, dass es keinen richtigen Marktplatz gibt.

Als weitere Schwächen werden die Situation der vielen Bäckereien (9 Nennungen), das Angebot des Einzelhandels (8 Nennungen) und unzureichende Freizeitangebote (7 Nennungen) erwähnt.

Die Aspekte des Leerstands im Ortszentrum sowie der fehlenden Fußgänger- und Radwege werden von je 6 Passanten bzw. Kunden genannt.

Jeweils weniger Nennungen entfallen auf zu viele Neubaugebiete und daraus entstehende Überfremdung, die Verkehrsführung bzw. Verkehrsbedingungen, das abgelegene Rathaus, das Fehlen von Grundstücken bzw. hohe Grundstückspreise, fehlende Bänke zum Ausruhen für Senioren sowie einzelne sonstige Nennungen.

Abbildung 53: Schwächen der Marktgemeinde Weisendorf

5 Bestandssituation im Einzelhandel

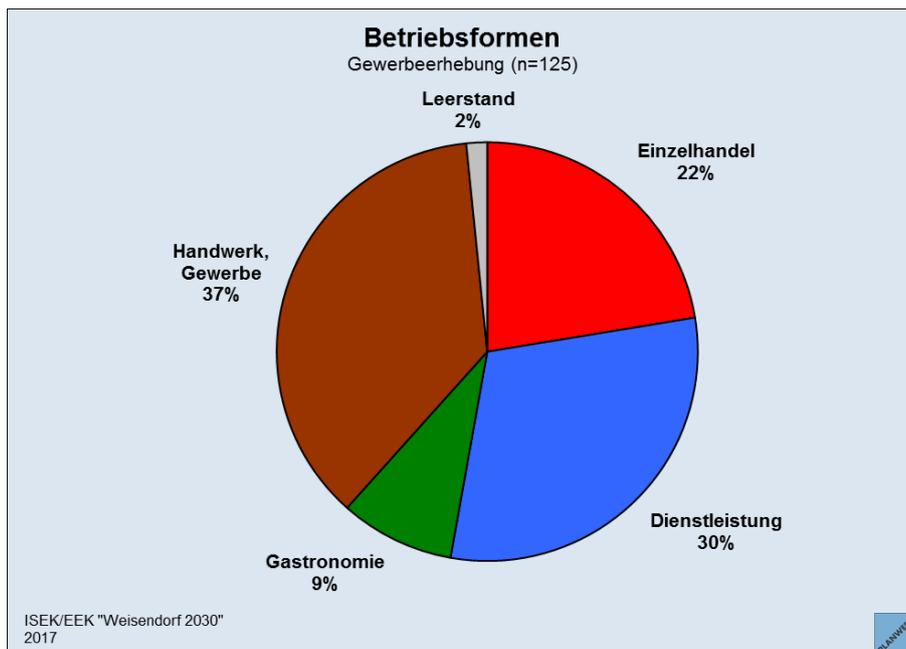
5.1 Gewerbestandorte

Das Entwicklungskonzept für den Einzelhandel für den Markt Weisendorf basiert neben den im vorhergehenden Kapitel dargestellten Resultaten aus den Befragungen vor allem auf der Erhebung der Unternehmen in der gesamten Marktgemeinde.

Insgesamt wurden in der Marktgemeinde Weisendorf 125 Gewerbebetriebe einschließlich gewerblicher Leerstände erfasst. Die Erhebungen wurden im November 2016 durchgeführt.

Die insgesamt 125 erfassten Einheiten gehören zu folgenden Bereichen:

- 28 Einzelhandel
- 38 Dienstleistung
- 11 Gastronomie
- 46 Handwerk, Gewerbe
- 2 Leerstand



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 subsummiert.

Die Erhebung der Betriebe fand für die gesamte Marktgemeinde Weisendorf statt, also auch in den Ortsteilen.

Abbildung 54: Betriebsformen

Die folgenden Kartendarstellungen zeigen zunächst eine Übersicht der gesamten Marktgemeinde, gefolgt von Detailkarten, die sich auf den Hauptort Weisendorf konzentrieren.

Die Verteilung der Standorte auf das Gemeindegebiet zeigt eine Konzentration im Hauptort, die Mehrzahl der Betriebe befindet sich im Gewerbegebiet Ost, aber auch im Ortszentrum. Besonders die Einzelhandelsbetriebe konzentrieren sich im Ortszentrum. Die Dienstleistungsbetriebe sind im ganzen Hauptort verteilt. Insbesondere Handwerks- und andere Gewerbebetriebe sind vermehrt außerhalb des Ortskerns zu finden, insbesondere im Gewerbegebiet Ost. In den Wohngebieten ist keine direkte Versorgung durch den Einzelhandel gegeben.

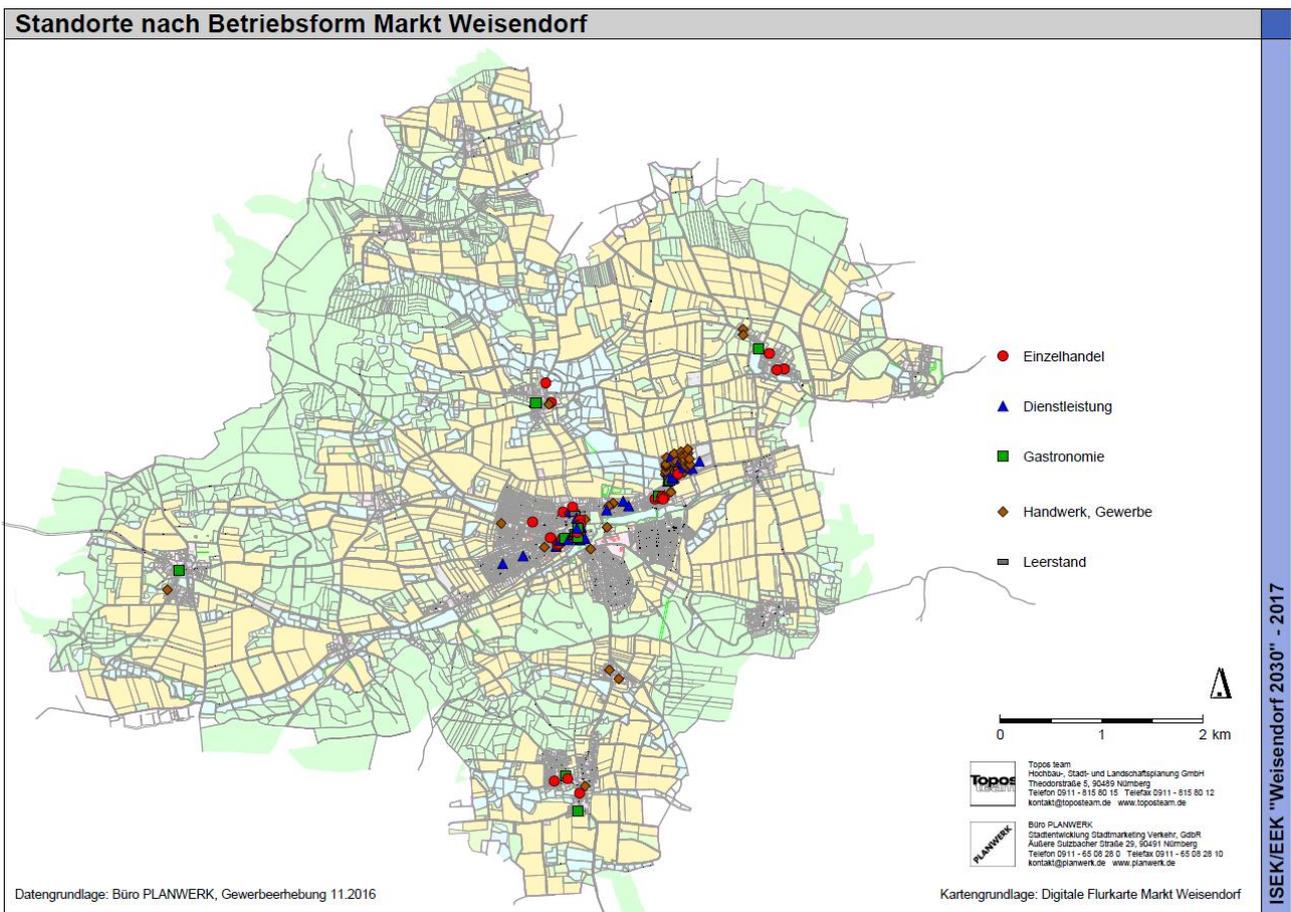


Abbildung 55: Standorte nach Betriebsform Markt Weisendorf

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung der Standorte von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, Handwerk und anderem Gewerbe sowie Leerständen im Hauptort Weisendorf. Ein Großteil der Betriebe befindet sich im Gewerbegebiet Ost. Ein weiterer Großteil liegt im Ortszentrum an der Hauptstraße und der Höchststadter Straße.

Einzelhandel verteilt sich im Ortszentrum und konzentriert sich im Gewerbegebiet Am Mühlberg. Dienstleister sind im Ortszentrum, aber auch im Gewerbegebiet Ost vertreten. Die beiden Leerstände befinden sich zum einen im Ortszentrum und zum anderen im Gewerbegebiet Ost. Handwerksbetriebe und andere größere Gewerbebetriebe finden sich schwerpunktmäßig im Gewerbegebiet Ost.

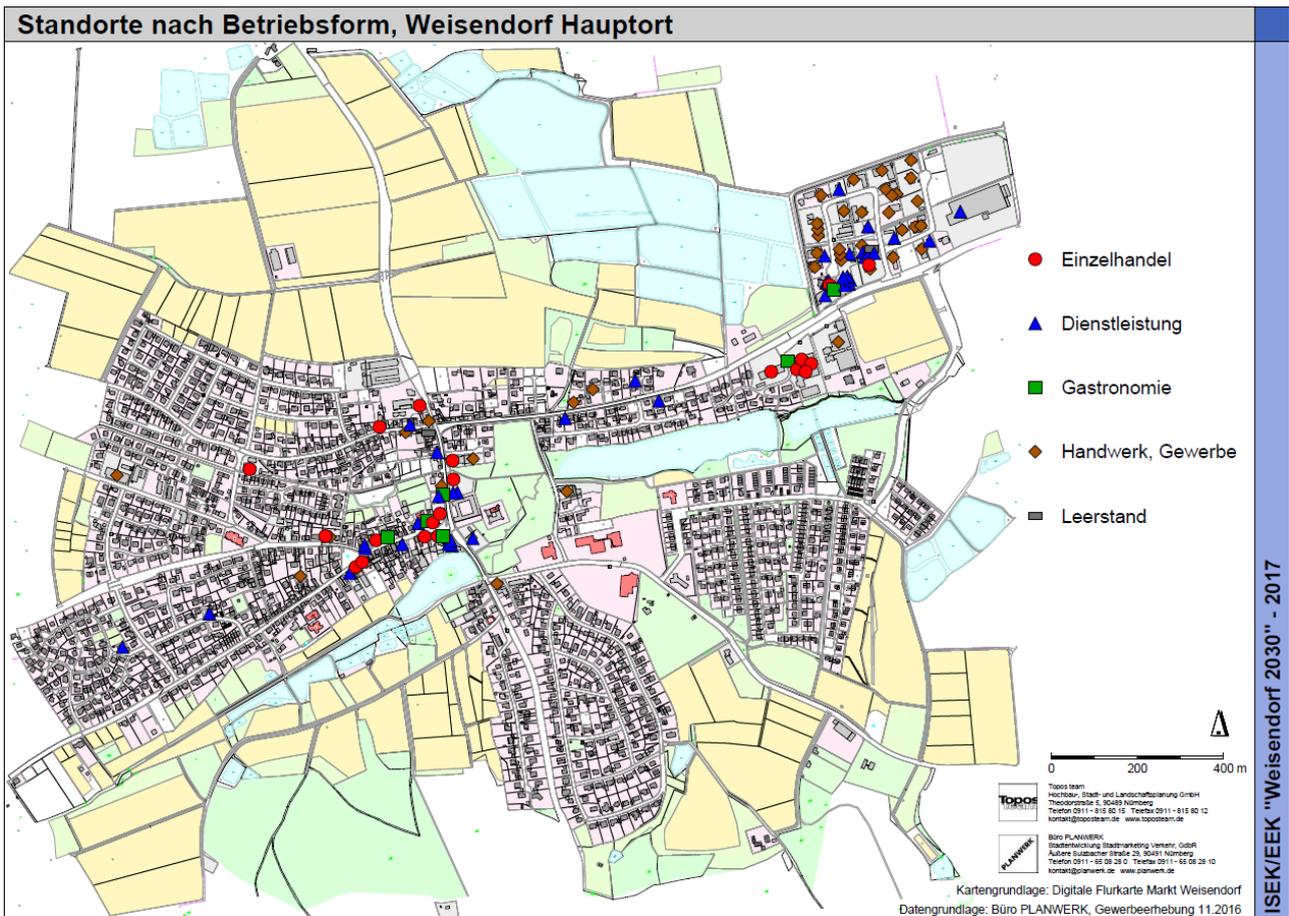


Abbildung 56: Standorte nach Betriebsform, Weisendorf Hauptort

5.2 Einzelhandelsstandorte

Neben der reinen Verteilung der Standorte wurde im Rahmen der Erhebungen die Verkaufsfläche der insgesamt 28 Einzelhandelsbetriebe sowie anderer Betriebe mit relevanter Verkaufsfläche in der Markt-gemeinde aufgenommen. Die folgende Karte zeigt die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe und anderer Betriebe mit relevanter Verkaufsfläche im Hauptort. Jeder abgebildete Kreis symbolisiert einen Einzelhandelsbetrieb, wobei die Kreisgröße die vorhandene Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebs darstellt.

Die dargestellte Verteilung der Betriebe macht deutlich, dass sich die Mehrzahl der Einzelhandelsbetriebe im Ortszentrum an der Hauptstraße und der Höchstader Straße befindet. Allerdings haben die Betriebe im Gewerbegebiet Am Mühlberg, nordöstlich des Ortskerns, die größten Verkaufsflächen. Im Gewerbegebiet Ost sind nur einzelne Einzelhandelsbetriebe vorhanden.

In den südlich, westlich und östlich vom Ortszentrum liegenden Wohngebieten befinden sich keine Einzelhandelsbetriebe direkt.

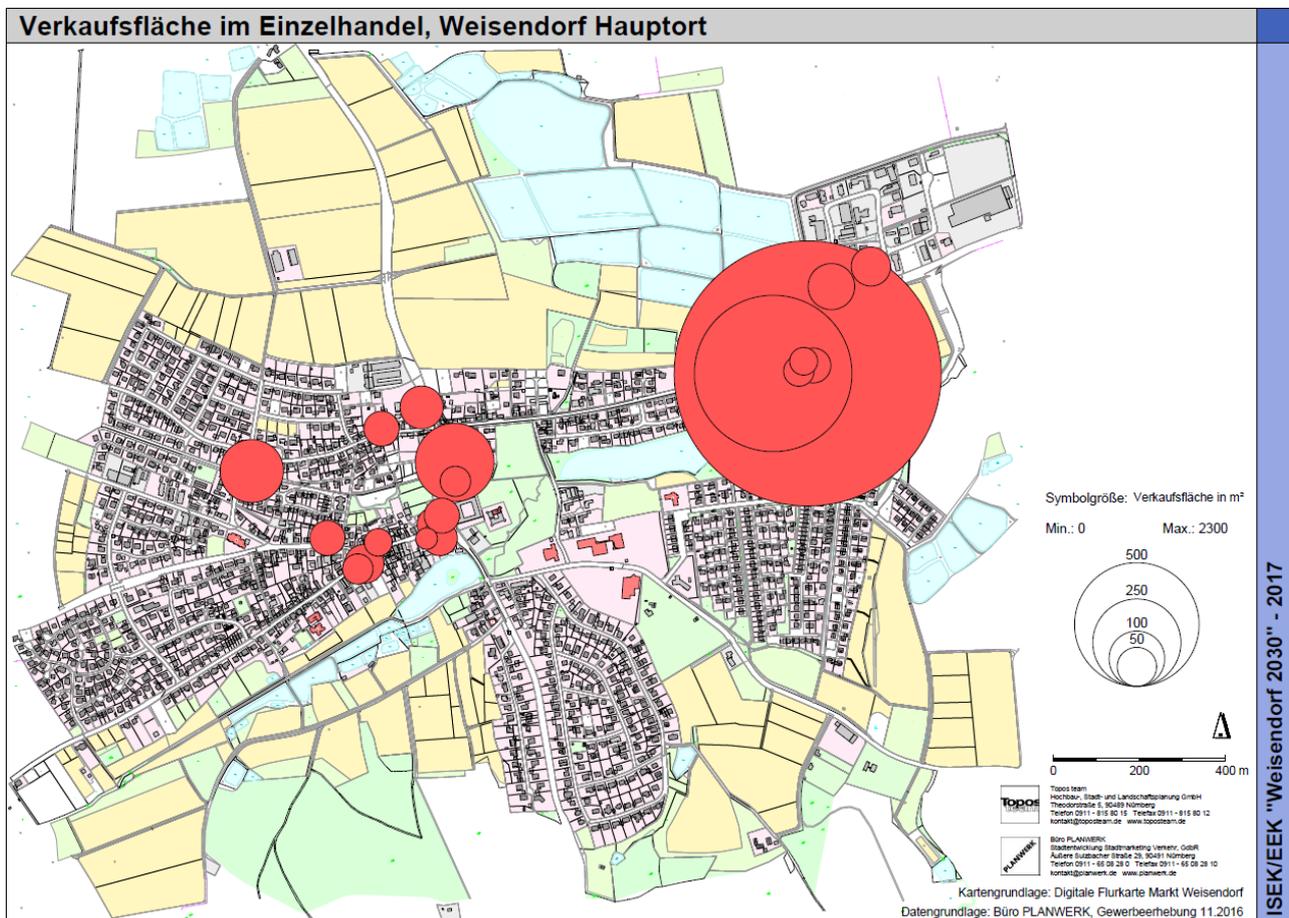
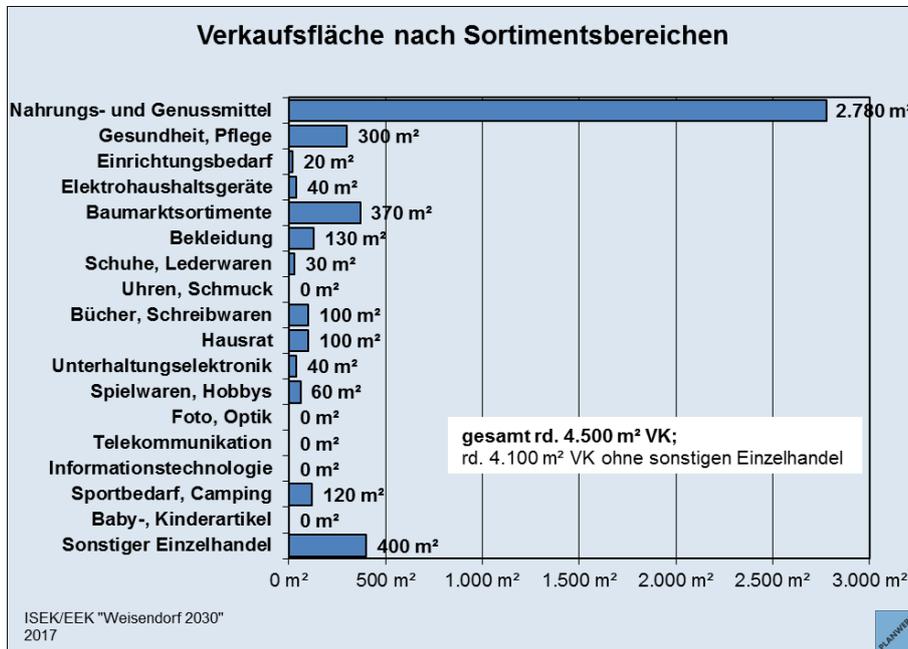


Abbildung 57: Verkaufsfläche im Einzelhandel, Weisendorf Hauptort

5.3 Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen und -gruppen (Bestand)

Die folgenden Abbildungen zeigen die Summe der Verkaufsflächen, die in der Marktgemeinde Weisendorf im Rahmen der Erhebungen im November 2016 erfasst wurden.



Insgesamt wurden in der Marktgemeinde Weisendorf rd. 4.100 m² Verkaufsfläche in den 17 unterschiedenen Sortimentsbereichen ohne den sonstigen Einzelhandel, der bei der vorliegenden Analyse meist ausgeblendet wird, erfasst. Einschließlich dem sonstigen Einzelhandel sind es rd. 4.500 m² Verkaufsfläche.

Mit rd. 2.800 m² Verkaufsfläche liegt der Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit Abstand vor allen anderen Angeboten. Damit macht das Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel etwa zwei Drittel des lokalen Einzelhandelsangebots aus.

Abbildung 58: Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen

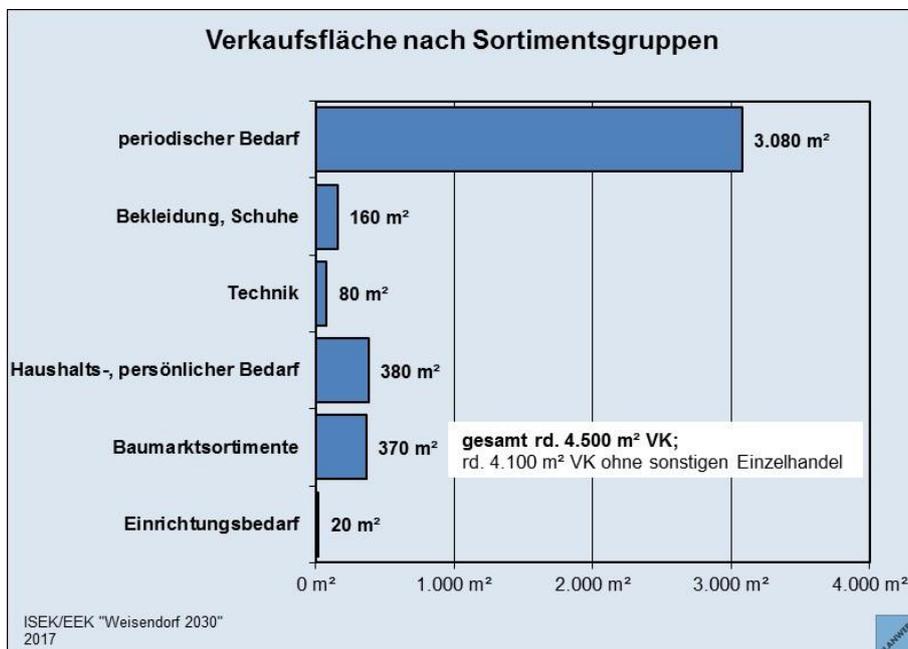


Abbildung 59: Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen

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

- Im Sortimentsbereich Gesundheit, Pflege, der zusammen mit den Nahrungs- und Genussmitteln die Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs ausmacht, bestehen in der Marktgemeinde Weisendorf rd. 300 m² Verkaufsfläche. Es gibt kein Drogeriegeschäft in Weisendorf, sondern die Verkaufsfläche ergibt sich v.a. aus

- den entsprechenden Abteilungen der Lebensmittelmärkte und Apotheke.
- Rd. 370 m² Verkaufsfläche bestehen in Weisendorf im Sortimentsbereich Baumarktsortimente. Die Verkaufsfläche setzt sich in erster Linie aus Pflanzen und Blumen sowie Tierbedarf zusammen.
 - In den übrigen Sortimentsbereichen fällt das Angebot an Verkaufsfläche jeweils geringer aus.

5.4 Verteilung der Einzelhandelsangebote

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

5.4.1 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 große Teile des Angebots der 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 knapp 3.100 m² Verkaufsfläche in der gesamten Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs, was etwa drei Viertel der gesamten Verkaufsfläche Weisendorfs ohne den sonstigen Einzelhandel ausmacht. Auf einem Großteil der Fläche werden Nahrungs- und Genussmittel verkauft, lediglich rd. 300 m² entfallen auf Produkte für Gesundheit und Pflege. Da es in Weisendorf keinen Drogeriemarkt gibt, kommt diese Verkaufsfläche v.a. durch die Lebensmittelmärkte mit Drogerie-Abteilung und Apotheke zustande.

Die folgende Karte zeigt, dass Sortimente des periodischen Bedarfs auf kleineren Verkaufsflächen eher im Ortszentrum zu erwerben sind. Weitere kleinere Betriebe befinden sich in den Ortsteilen Kairindach, Oberlindach und Buch. Die größten Verkaufsflächen von Produkten des periodischen Bedarfs haben die Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet Am Mühlanger. Dieser Standort ist nur von den Bewohnern im östlichen Teil des Hauptorts recht gut fußläufig erreichbar. Für die Bewohner der Wohngebiete westlich und südlich des Ortszentrums hingegen ist die fußläufige Erreichbarkeit des Standorts aufgrund der Entfernung als eher schlecht zu bewerten.

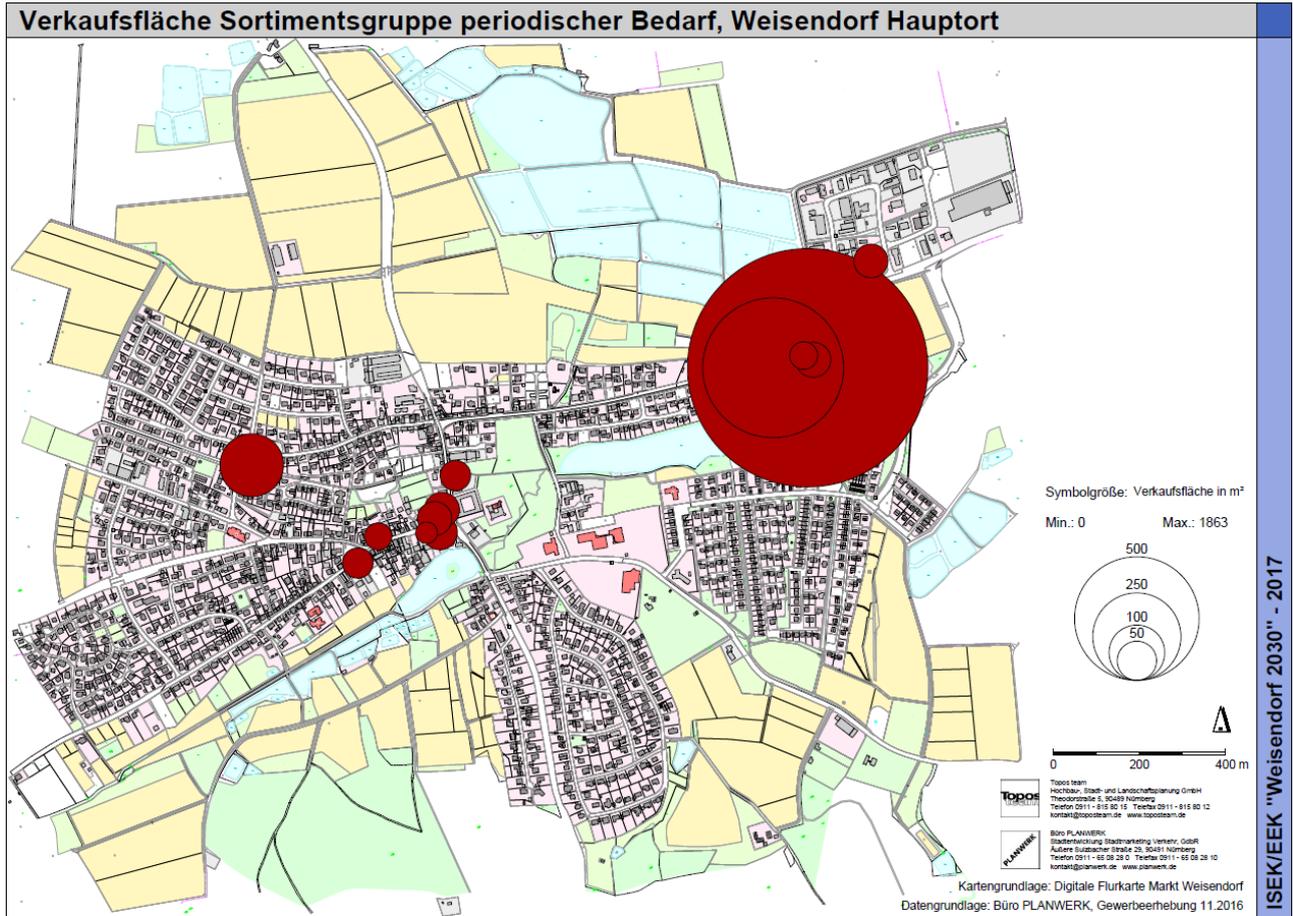


Abbildung 60: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe periodischer Bedarf

5.4.2 Sortimentsgruppe Bekleidung, Schuhe

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

Mit nur 160 m² Verkaufsfläche ist das Angebot in der Marktgemeinde Weisendorf gering und macht damit nur 4% der gesamten Verkaufsfläche aus.

Von den vier Betrieben mit Angebot in der Sortimentsgruppe befinden sich zwei am Rand des Ortszentrums und die anderen beiden Verkaufsflächen kommen durch die Lebensmittelmärkte mit teilweise wechselndem Randsortiment zustande.

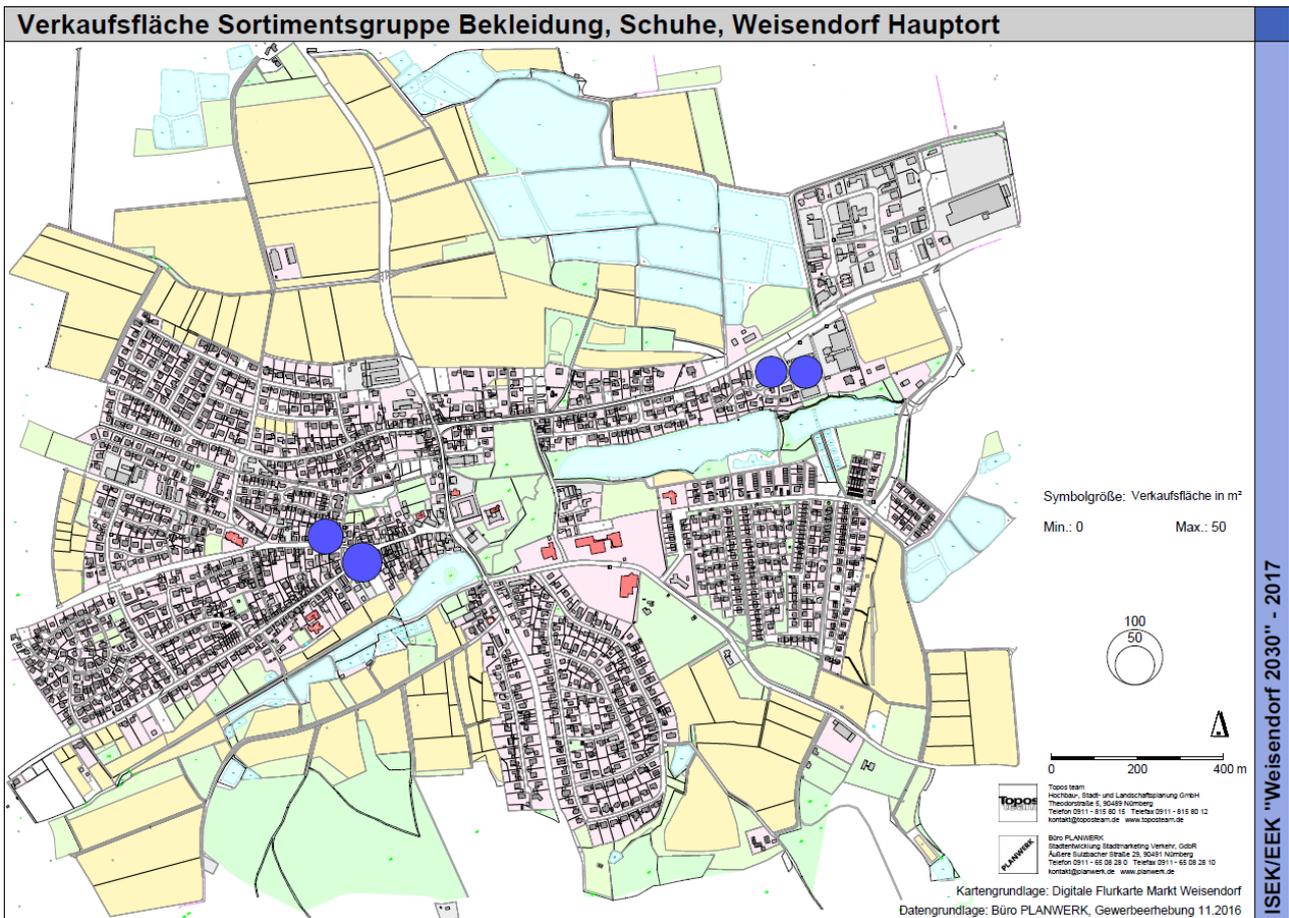


Abbildung 61: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Bekleidung, Schuhe

5.4.3 Sortimentsgruppe Technik

Die Sortimentsgruppe Technik setzt sich aus den Sortimentsbereichen Elektrohaushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Foto und Optik, Telekommunikation sowie Informationstechnologie zusammen.

Insgesamt sind es in der Marktgemeinde Weisendorf nur 80 m² Verkaufsfläche in der gesamten Sortimentsgruppe, die sich auf drei Betriebe verteilt.

Zwei der Betriebe liegen im Hauptort im Gewerbegebiet Am Mühlanger und kommen aufgrund der Lebensmittelmärkte mit teilweise wechselndem Randsortiment zustande. Der dritte Betrieb ist ein kleines Elektrogeschäft im Ortsteil Buch.

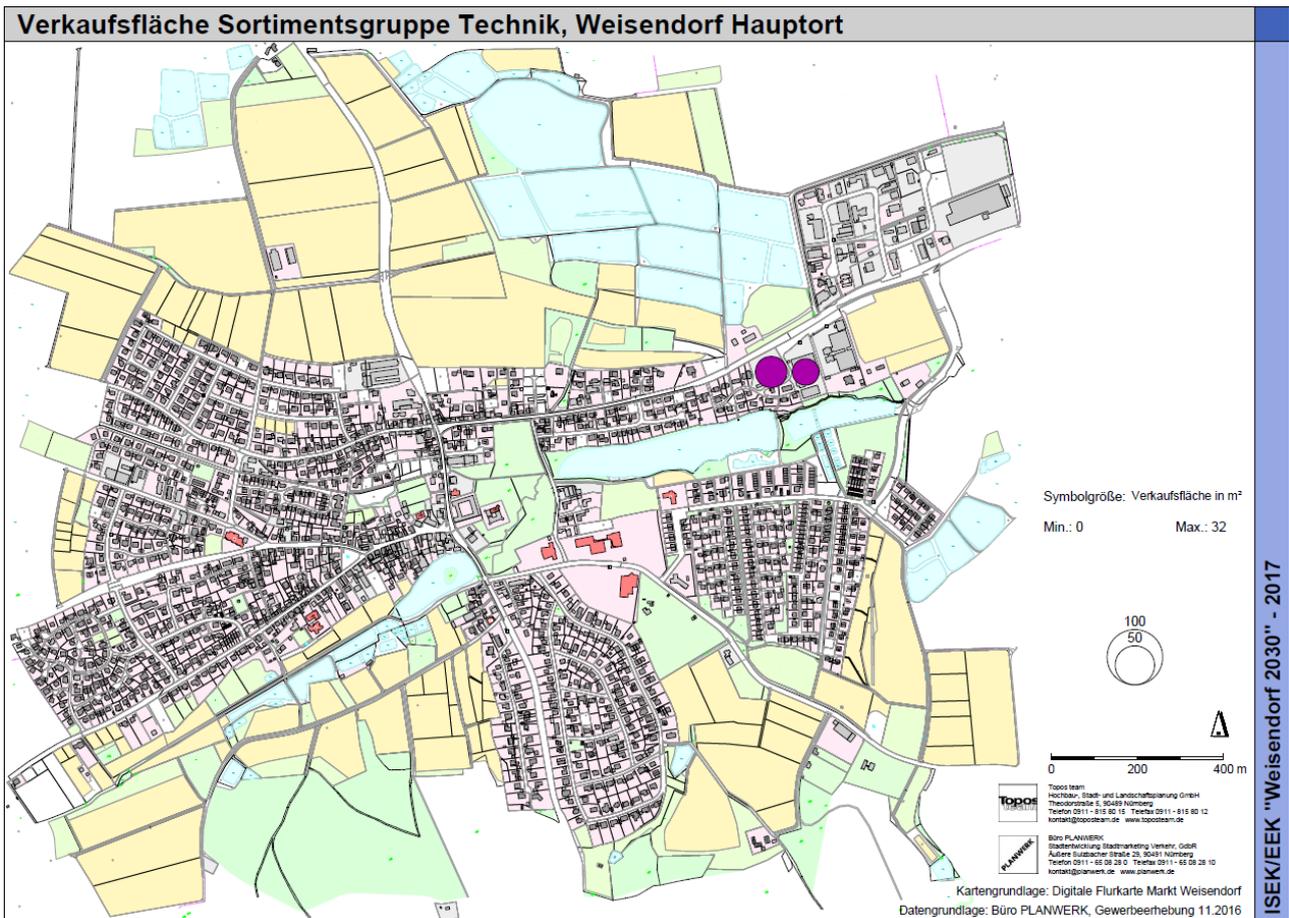


Abbildung 62: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Technik

5.4.4 Sortimentsgruppe Haushalts-, 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 Marktgemeinde Weisendorf in der Summe eine Verkaufsfläche von knapp 400 m².

Zur gesamten Fläche tragen mehrere Geschäfte bei, die jedoch meistens zusätzlich zu anderen Sortimentsgruppen ein Angebot im Haushalts- und persönlichen Bedarf haben.

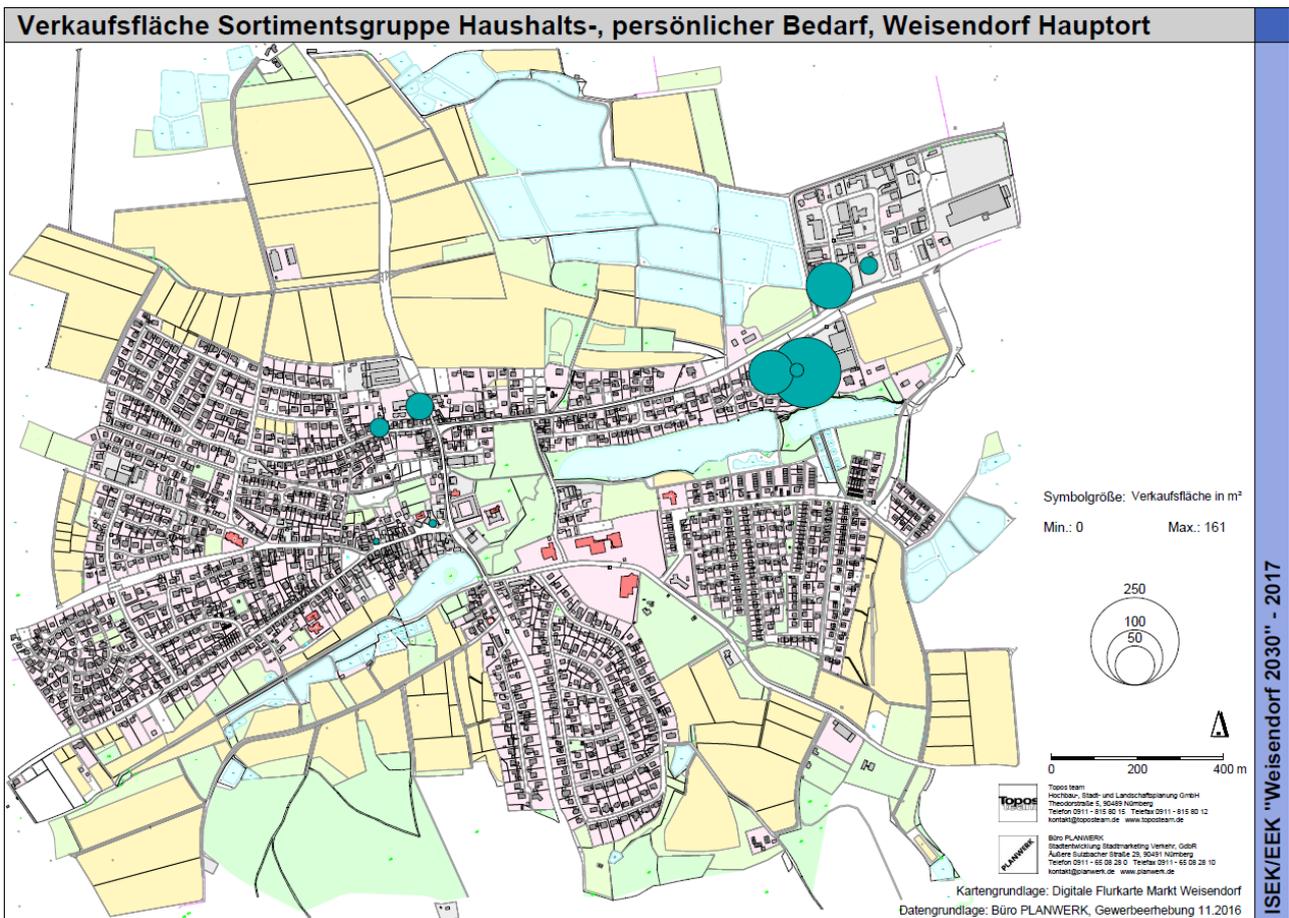


Abbildung 63: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Haushalts-, persönlicher Bedarf

5.4.5 Sortimentsgruppe Baumarktsortimente

Die Sortimentsgruppe Baumarktsortimente umfasst ausschließlich den Sortimentsbereich 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.

In der Marktgemeinde Weisendorf besteht in dieser Sortimentsgruppe mit 370 m² Verkaufsfläche insgesamt ein geringes Angebot.

In erster Linie tragen zur genannten Verkaufsfläche die entsprechenden Abteilungen im Lebensmittelmarkt im Gewerbegebiet Am Mühlanger sowie der Blumenladen und die Gärtnerei am Rand des Ortszentrums bei.

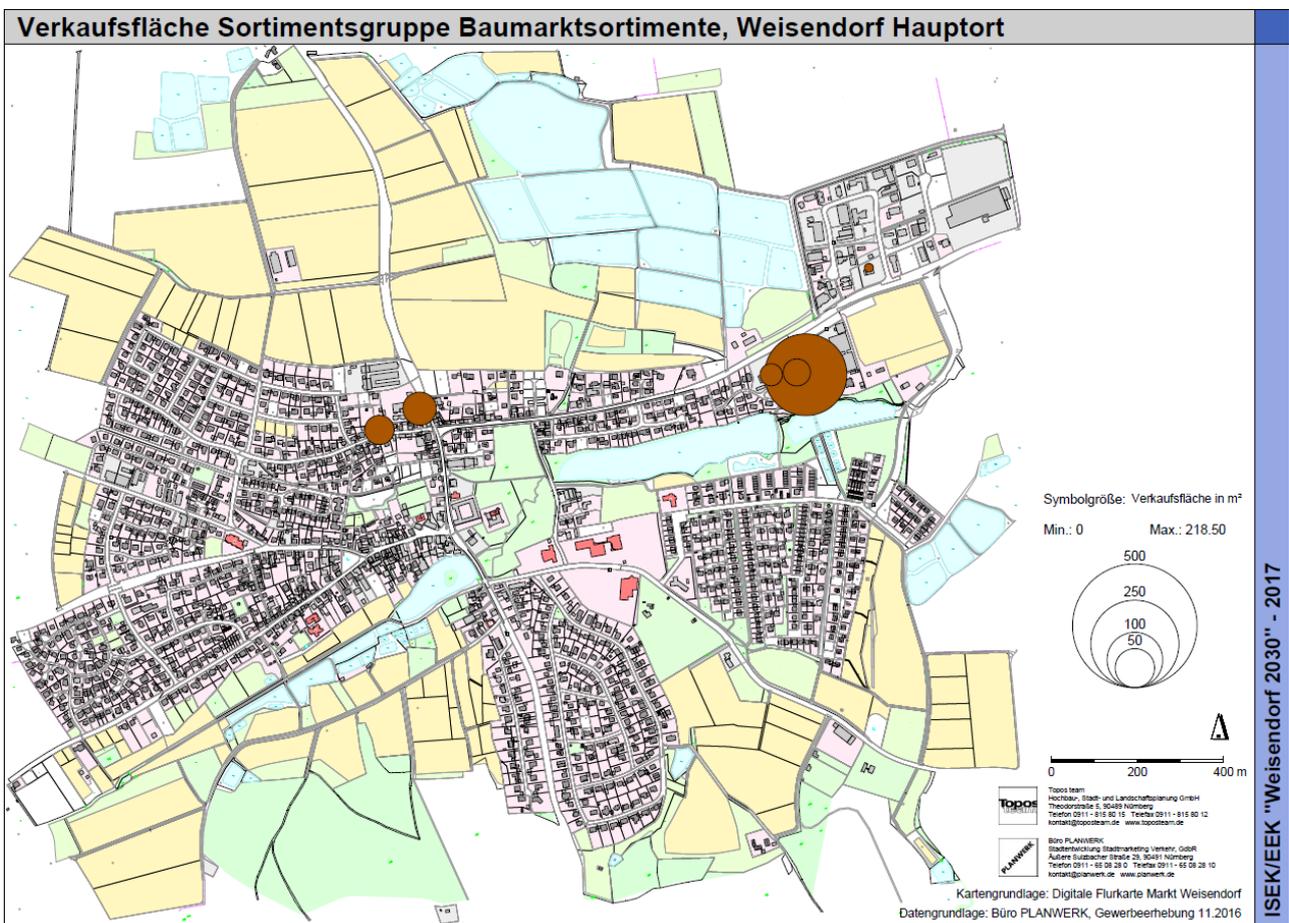


Abbildung 64: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Baumarktsortimente

5.4.6 Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf

Auf die Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf entfallen nur 20 m² der Einzelhandelsverkaufsfläche in der Marktgemeinde Weisendorf. Dies kann nahezu vernachlässigt werden.

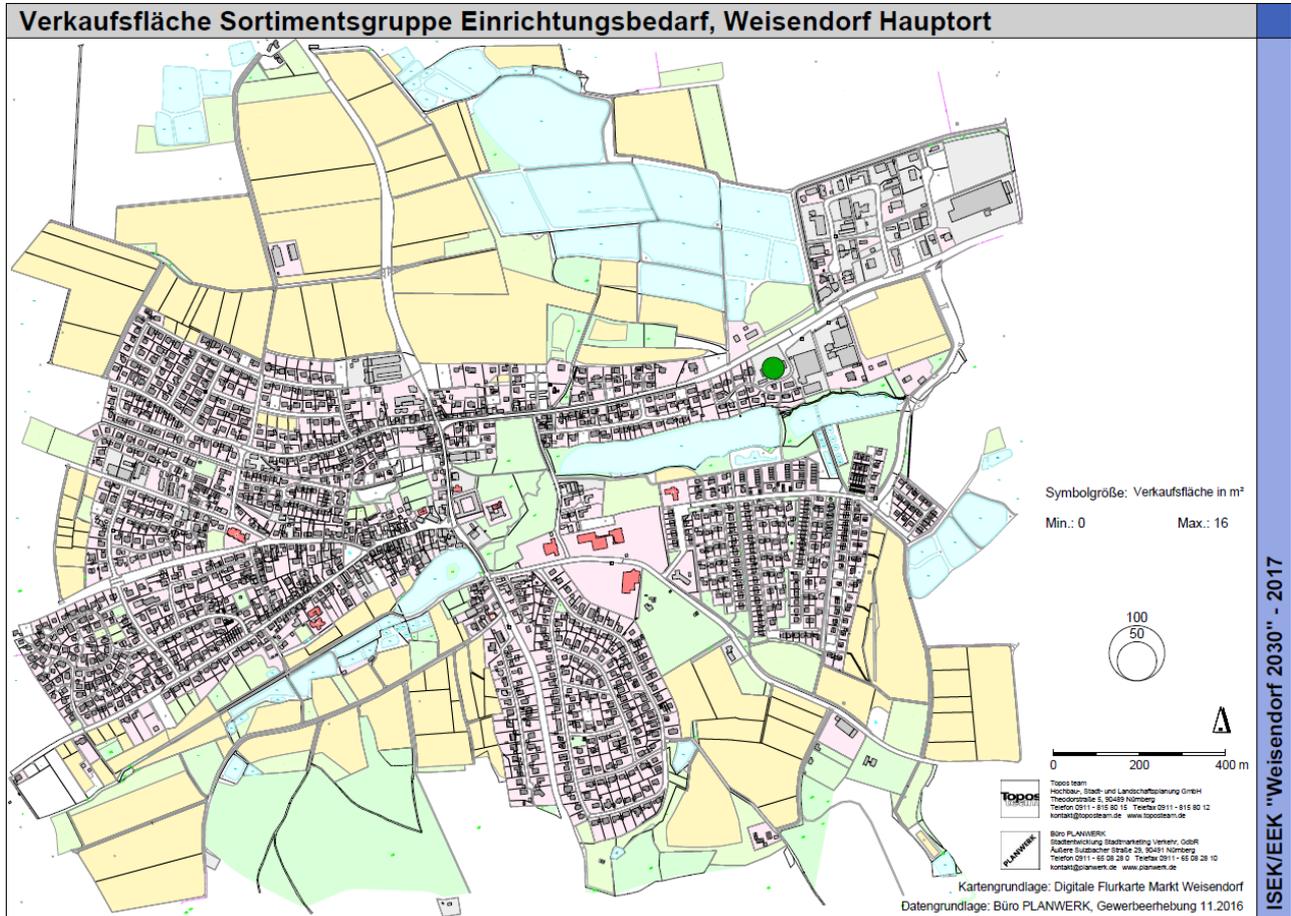


Abbildung 65: Verkaufsfläche Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf

6 Standortanalyse Einzelhandel

Die folgende Standortanalyse für den Einzelhandel wurde auf der Ebene der unterschiedlichen Sortimentsbereiche durchgeführt. Aus Gründen des Datenschutzes sowie zur Vereinfachung werden die Werte in den meisten Abbildungen jedoch zusammengefasst zu Sortimentsgruppen dargestellt. Die Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale schließlich werden dagegen in der Übersicht auf Ebene der Sortimentsbereiche angegeben.

6.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Dem Angebot im Einzelhandel steht differenziert nach den einzelnen Sortimentsbereichen die vorhandene Kaufkraft der Weisendorfer Bevölkerung gegenüber. Für die Beurteilung dieser Kaufkraft wurden die aktuellen Werte (Jahr 2016) aus der Statistik der GfK herangezogen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Weisendorf beläuft sich auf 5.769 € pro Jahr und Einwohner. Damit erreicht der Markt Weisendorf einen Pro-Kopf-Kaufkraftwert, der knapp 1% über dem bundesweiten Durchschnitt rangiert. Der bundesweite Durchschnittswert der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Jahr und Einwohner liegt bei 5.729 € (Jahr 2016). Gerechnet auf die gesamte Bevölkerung summiert sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Weisendorfer Bevölkerung auf insgesamt 37,3 Mio. €.

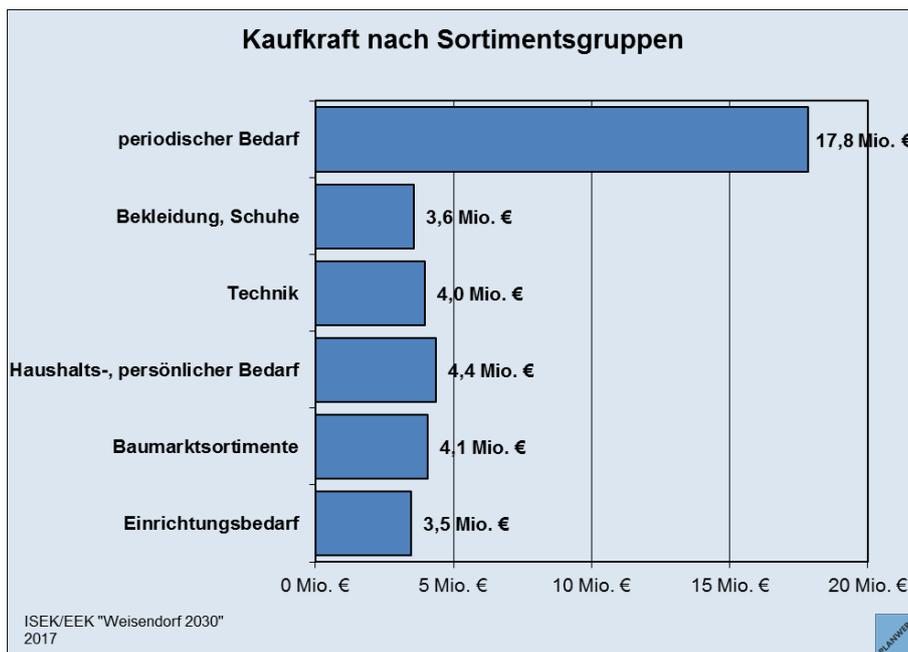


Abbildung 66: Kaufkraft nach Sortimentsgruppen

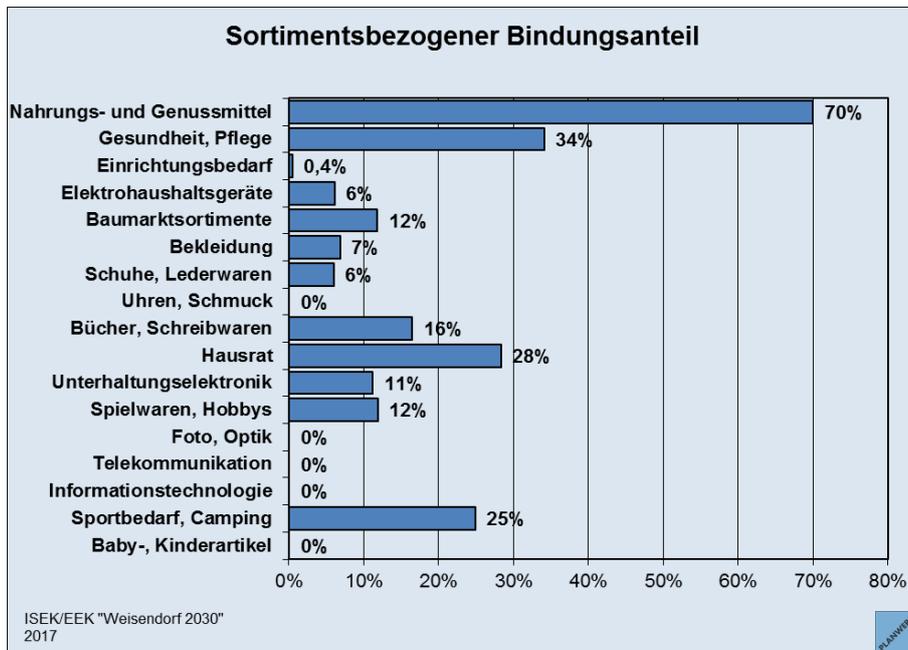
Nicht ganz die Hälfte der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zielt auf die Sortimentsbereiche der Güter des periodischen Bedarfs: knapp 14,9 Mio. € auf den Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sowie 3,0 Mio. € auf den Sortimentsbereich Gesundheit, Pflege.

Über eine Kaufkraft von 4,4 Mio. € verfügt die Weisendorfer Bevölkerung für den Haushalts- und persönlichen Bedarf. Auch die Kaufkraft für die Sortimentsgruppen Baumarktsortimente (4,1 Mio. €), Technik (4,0 Mio. €), Bekleidung und Schuhe (3,6 Mio. €) und Einrichtungsbedarf (3,5 Mio. €) liegt jeweils etwa in dieser Größenordnung.

6.2 Kaufkraftbindung

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

Insgesamt sind am Standort Weisendorf 13,1 Mio. € der vorhandenen Kaufkraft der Weisendorfer Bevölkerung (37,3 Mio. €) gebunden. Damit wird insgesamt eine Bindungsquote von 35% erreicht.



Von den einzelnen Sortimentsbereichen wird nur vom Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit 70% ein höherer Bindungsanteil erzielt.

Dies bedeutet für den Bereich Nahrungs- und Genussmittel 10,4 Mio. € gebundene Kaufkraft von 14,9 Mio. € in Weisendorf vorhandener Kaufkraft.

In den übrigen Sortimentsbereichen schwanken die Quoten der Kaufkraftbindung von 0% in einigen Sortimentsbereichen bis zu 34% im Bereich Gesundheit und Pflege.

Abbildung 67: Sortimentsbezogener Bindungsanteil

6.3 Kaufkraftflüsse

Aus dem beschriebenen Faktor der Kaufkraftbindung ergibt sich die Größe des Kaufkraft-Abflusses. Die vorhandene Kaufkraft der Weisendorfer Bevölkerung abzüglich der am Standort gebundenen Kaufkraft ergibt somit den resultierenden Kaufkraft-Abfluss. Dieser umfasst am Standort Weisendorf eine Größenordnung von 24,2 Mio. € und damit 65% der gesamten in Weisendorf vorhandenen Kaufkraft.

Die Quoten des Abflusses (die sich aus den genannten Bindungsquoten ergeben) betragen, vom Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel (30%) abgesehen, jeweils über 60% oder mehr. D.h. es fließt in fast allen Sortimentsbereichen jeweils über 60% der vorhandenen Kaufkraft an andere Standorte ab.

Auf Ebene der Sortimentsgruppen fließen von der Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs (36%) abgesehen, jeweils 84% bis knapp 100% der vorhandenen Kaufkraft an andere Standorte ab.

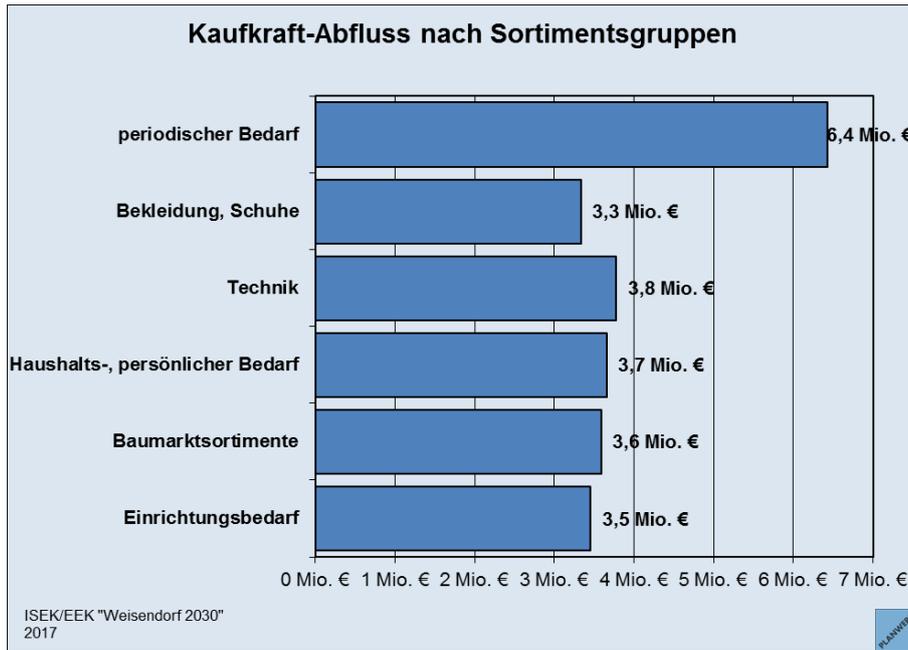


Abbildung 68: Kaufkraft-Abfluss nach Sortimentsgruppen

Die Abbildung stellt die Kaufkraft-Abflüsse in den Sortimentsgruppen dar. Obwohl die Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs prozentual den geringsten Kaufkraft-Abfluss verkraften muss, erreicht diese aufgrund des insgesamt hohen Kaufkraftaufkommens trotzdem einen Kaufkraft-Abfluss in Höhe von 6,4 Mio. €. Dieser setzt sich aus 4,5 Mio. € im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel sowie knapp 2,0 Mio. € im Bereich Gesundheit und Pflege zusammen.

Neben der eigenen Kaufkraftbindung wird vor allen Dingen durch die Zuflüsse an Kaufkraft, die von Einwohnern außerhalb des Marktes Weisendorf an den Standort Weisendorf fließen, die Wirtschaftsstärke des Einzelhandelsstandortes Weisendorf definiert. Insgesamt fließen 3,9 Mio. € Kaufkraft zu.

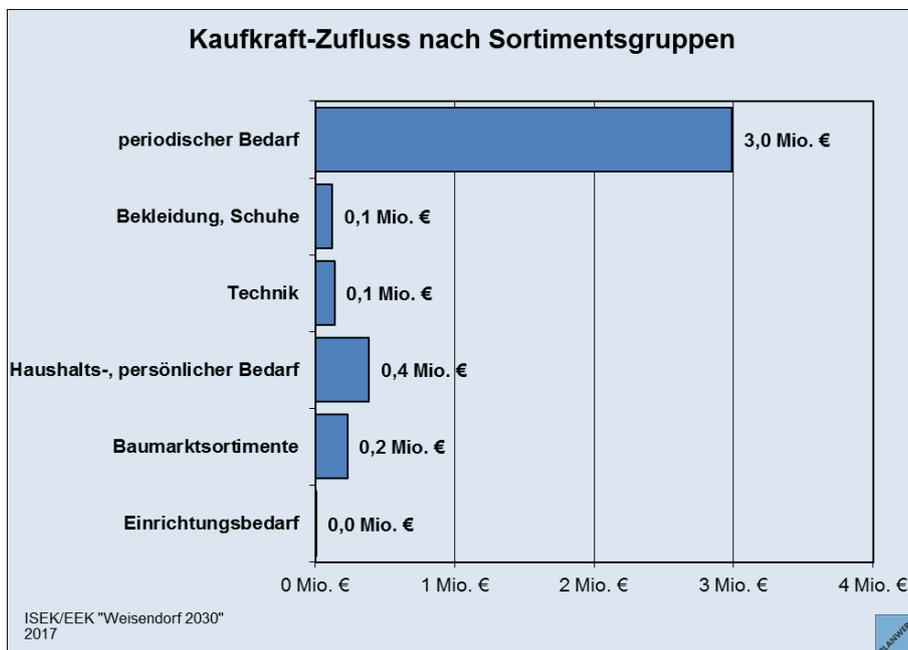


Abbildung 69: Kaufkraft-Zufluss nach Sortimentsgruppen

Den mit großem Abstand höchsten Kaufkraft-Zufluss verzeichnet die Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs mit 3,0 Mio. €.

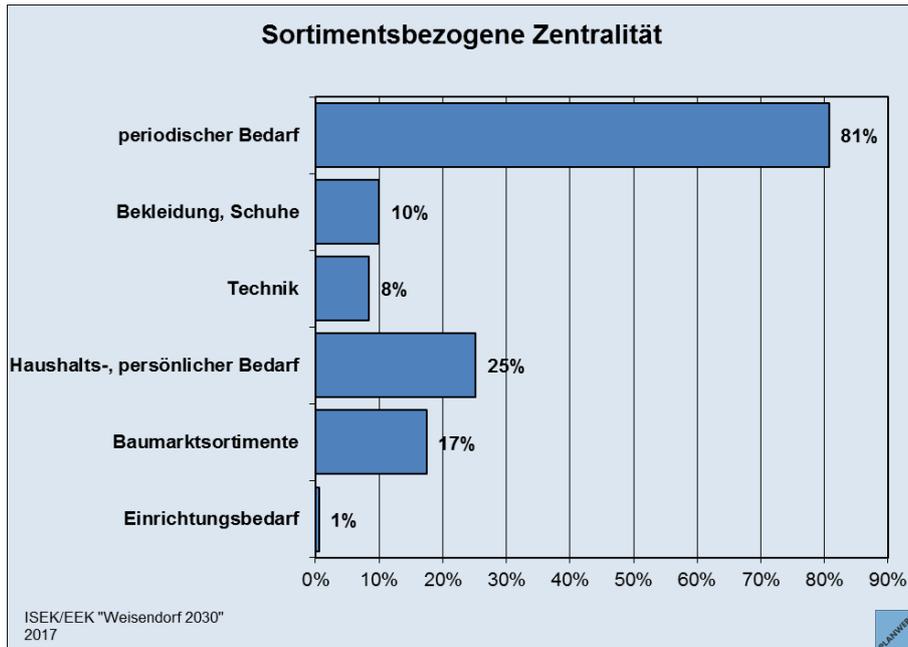
Die übrigen Sortimentsgruppen verzeichnen jeweils recht geringe Kaufkraft-Zuflüsse.

Der zweitgrößte Kaufkraft-Zufluss ist im Bereich des Haushalts- und persönlichen Bedarfs zu verzeichnen. Mit 0,4 Mio. € ist der Zufluss in dieser Sortimentsgruppe jedoch nur etwas weniger als ein Sechstel so groß wie in der Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs.

6.4 Einzelhandelszentralität

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

Insgesamt erreicht der Einzelhandelsstandort Weisendorf mit 45% eine niedrige Zentralität. Das bedeutet, dass der örtliche Umsatz im Einzelhandel insgesamt um gut die Hälfte niedriger ist als das gesamte Kaufkraftpotenzial der Weisendorfer Bevölkerung.



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

Mit einer Zentralität von etwas über 80% weist die Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs die höchste Zentralität in Weisendorf auf, welche jedoch trotzdem ein Bedeutungsdefizit (Umsatz < Kaufkraft) kennzeichnet.

Der nächsthöhere Zentralitätswert in der Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf liegt lediglich bei 25%.

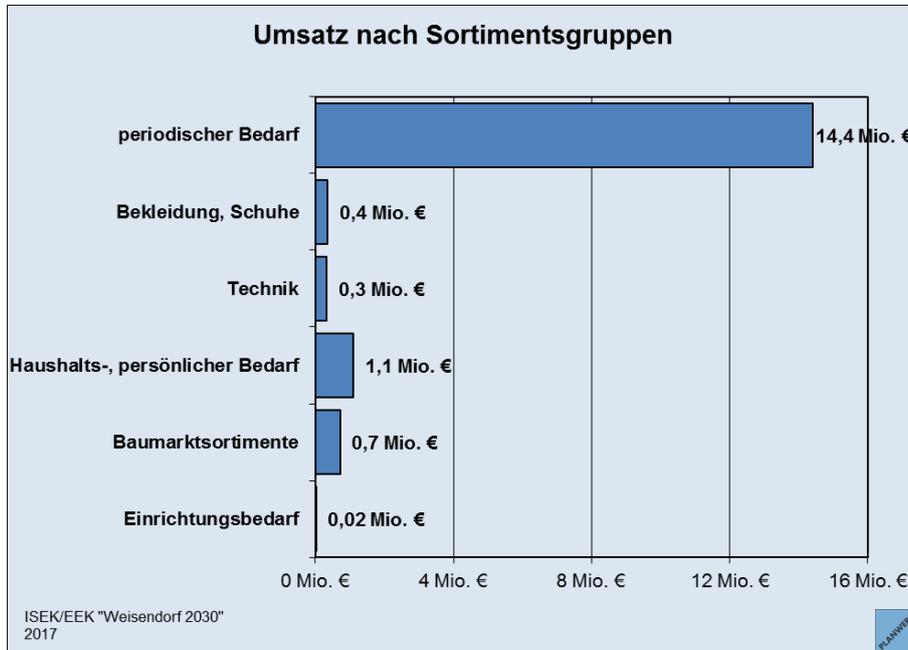
Alle anderen Sortimentsgruppen verzeichnen eine Zentralität von 1% (Einrichtungsbedarf) bis 17% (Baumarktsortimente) und damit einen wesentlich geringeren Umsatz als entsprechende Kaufkraft am Ort vorhanden ist. Damit hat der Standort Weisendorf ein immenses Bedeutungsdefizit.

Abbildung 70: Sortimentsbezogene Zentralität

Alle anderen Sortimentsgruppen verzeichnen eine Zentralität von 1% (Einrichtungsbedarf) bis 17% (Baumarktsortimente) und damit einen wesentlich geringeren Umsatz als entsprechende Kaufkraft am Ort vorhanden ist. Damit hat der Standort Weisendorf ein immenses Bedeutungsdefizit.

6.5 Einzelhandelsumsatz

Der Einzelhandelsumsatz am Standort Marktgemeinde Weisendorf beläuft sich nach den im November 2016 durchgeführten Erhebungen auf hochgerechnet 16,9 Mio. € ohne den sonstigen Einzelhandel. Die Umsätze im Einzelhandel wurden auf der Grundlage von Erfahrungs- und Richtwerten ermittelt (Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, BBE Handelsberatung).

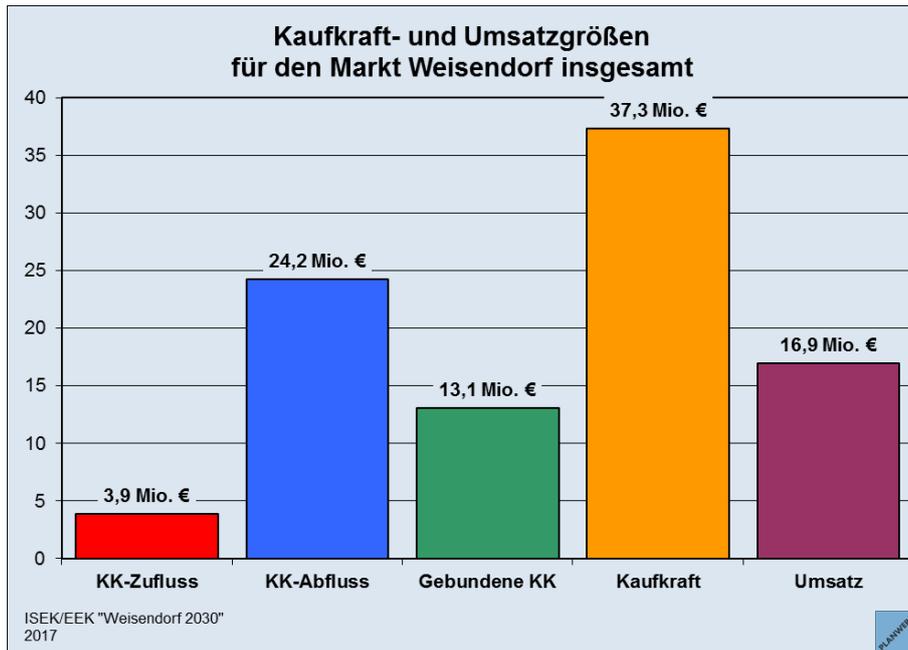


Mit 14,4 Mio. € wird der Großteil des gesamten Umsatzes in Weisendorf in der Sortimentsgruppe periodischer Bedarf erwirtschaftet. Mit 12,5 Mio. € macht der Sortimentsbereich der Nahrungs- und Genussmittel in dieser Sortimentsgruppe wiederum den größten Anteil aus.

Die restlichen 15% des gesamten Umsatzes am Standort Weisendorf ohne den sonstigen Einzelhandel machen die übrigen 5 Sortimentsgruppen aus. Der größte Anteil in diesen Gruppen entfällt auf den Haushalts- und persönlichen Bedarf, mit einem Umsatz von 1,1 Mio. €.

Abbildung 71: Umsatz nach Sortimentsgruppen

6.6 Bilanzierung Umsatz - Kaufkraft



Die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung im Markt Weisendorf beläuft sich auf 37,3 Mio. €. Davon sind knapp 13,1 Mio. € am Standort Weisendorf gebunden. Dies bedeutet einen Kaufkraft-Abfluss von 24,2 Mio. €.

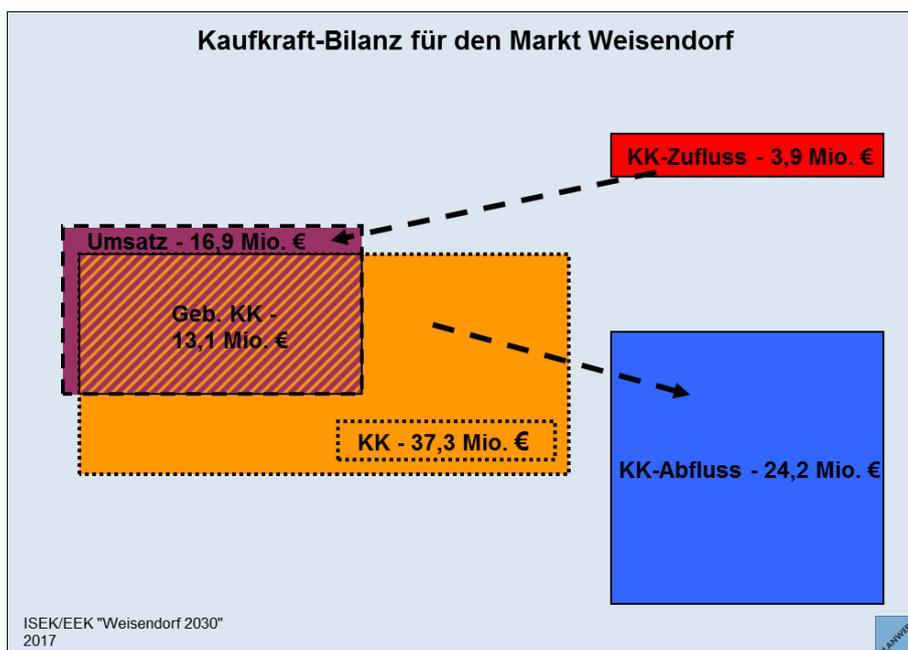
Die gebundene Kaufkraft (knapp 13,1 Mio. €) zusammen mit dem Kaufkraft-Zufluss von 3,9 Mio. € ergibt summarisch einen Einzelhandelsumsatz am Standort Weisendorf von 16,9 Mio. €.

In nebenstehender Abbildung sind zusammenfassend für die gesamte Marktgemeinde Weisendorf die Werte der genannten Größen dargestellt.

Abbildung 72: Kaufkraft- und Umsatzgrößen für den Markt Weisendorf insgesamt

Für den Weisendorfer Einzelhandel insgesamt gilt damit folgende Situation:

- | | |
|---------------------------|---------------------------------|
| Kaufkraft am Ort: | 37,3 Mio. € |
| ➤ davon gebunden: | 13,1 Mio. € (35% der Kaufkraft) |
| ➤ davon Abfluss: | 24,2 Mio. € (65% der Kaufkraft) |
| Umsatz am Ort: | 16,9 Mio. € |
| ➤ davon Kaufkraft am Ort: | 13,1 Mio. € (77% des Umsatzes) |
| ➤ davon Zufluss: | 3,9 Mio. € (23% des Umsatzes) |



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

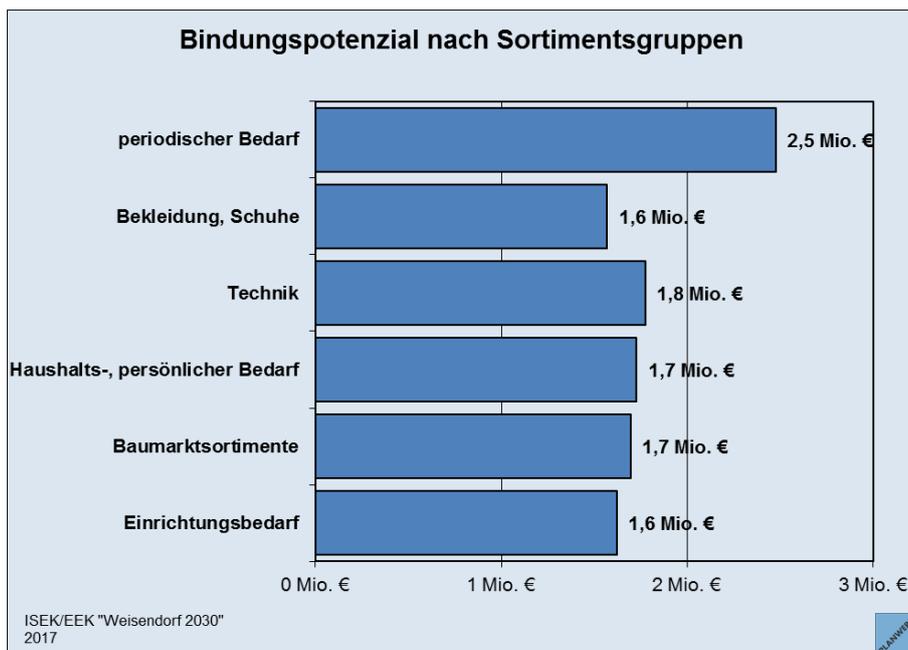
Abbildung 73: Kaufkraft-Bilanz für den Markt Weisendorf

6.7 Bindungspotenzial

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

- Die Marktgemeinde Weisendorf kann ihre grundsätzliche Attraktivität als Wohn- und Gewerbestandort halten. Außerdem wird separat ein potenzieller Anstieg der Einwohnerzahl der Marktgemeinde Weisendorf berücksichtigt.
- Die Bindung des Kaufkraft-Abflusses wird mit 30% 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 10% gerechnet.

Die folgende Abbildung weist die Bindungspotenziale in den Sortimentsgruppen bei derzeitigem Einwohnerstand aus.



Insgesamt ermittelt die Analyse einen möglichen Gesamtumsatz für Weisendorf von knapp 27,8 Mio. €, was einem zusätzlichen Potenzial von knapp 10,9 Mio. € entspricht.

Für die Güter des periodischen Bedarfs liegt das Bindungspotenzial bei 2,5 Mio. €. Dies setzt sich zusammen aus 1,6 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel und 0,9 Mio. € für den Bereich Gesundheit und Pflege.

Die Werte für die weiteren Sortimentsgruppen sind der Abbildung zu entnehmen.

Abbildung 74: Bindungspotenzial nach Sortimentsgruppen

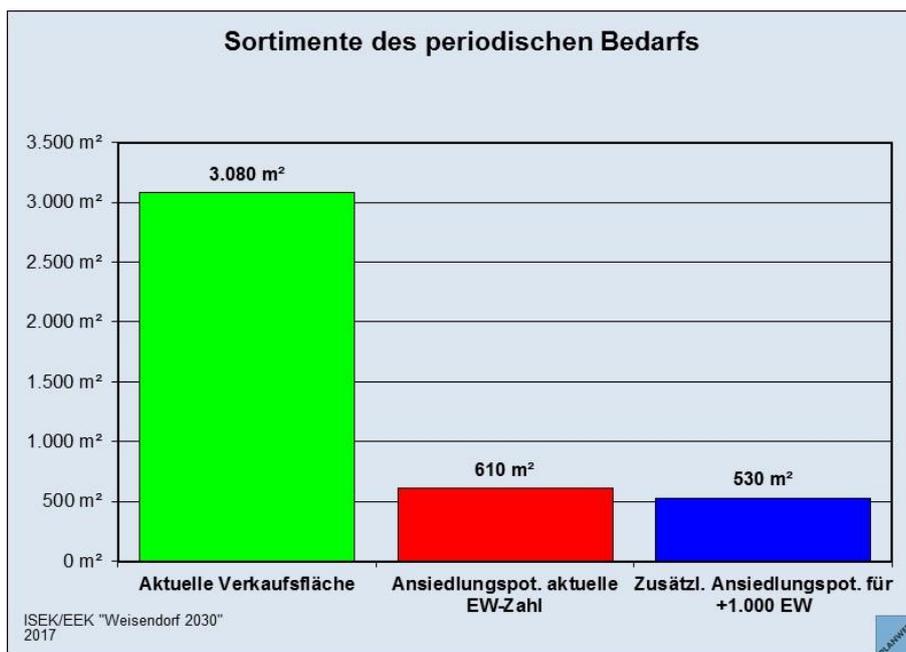
7 Ansiedlungspotenziale im Einzelhandel

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 Weisendorf möglich und verträglich sind.

Insgesamt wurde für die Marktgemeinde Weisendorf bei der derzeitigen Einwohnerzahl ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 4.000 m² Verkaufsfläche ermittelt.

Falls sich die Einwohnerzahl der Marktgemeinde zukünftig in einer nennenswerten Dimension erhöht, ergibt sich dadurch auch ein zusätzliches Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial für den Einzelhandel. Im Folgenden wird mit der Annahme von zusätzlich 1.000 Einwohnern gerechnet. Die zusätzlichen Einwohner bedeuten für die Marktgemeinde Weisendorf ein zusätzliches Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial über alle Sortimentsbereiche und -gruppen insgesamt in Höhe von rd. 1.000 m² Verkaufsfläche.

Sortimente des periodischen Bedarfs



Am Standort Weisendorf machen die Sortimente des periodischen Bedarfs mit gut 3.000 m² Verkaufsfläche den mit Abstand größten Anteil des örtlichen Angebots aus.

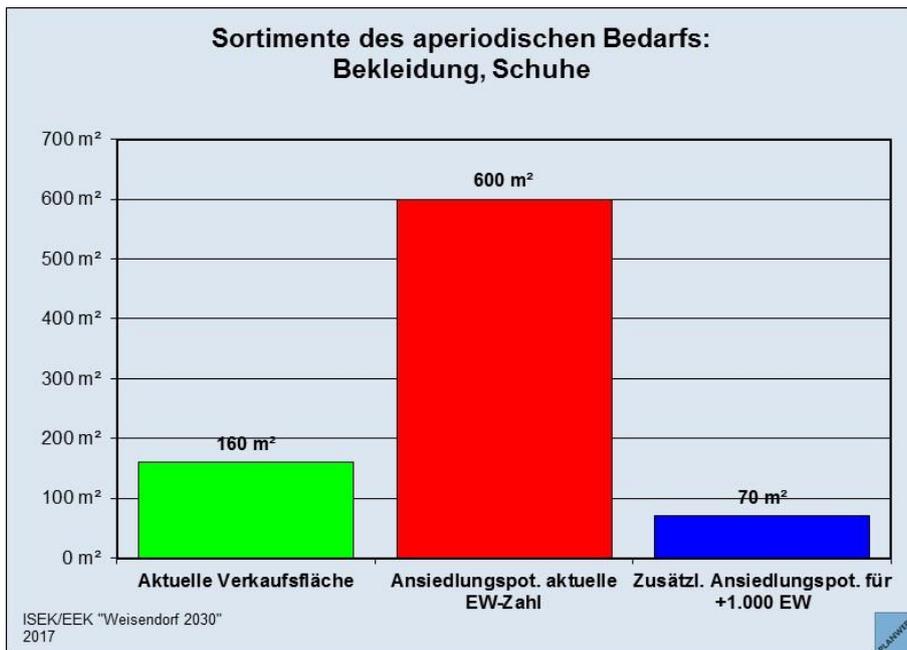
In diesem Bereich besteht ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 610 m² Verkaufsfläche. Dieses teilt sich zwischen den beiden Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel (410 m²) und Gesundheit, Pflege (200 m²) auf.

Wenn die für die Marktgemeinde Weisendorf angenommene Einwohnerzahl von + rd. 1.000 Einwohnern erreicht wird, ergibt sich ein zusätzliches Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von

rd. 530 m² Verkaufsfläche für die Marktgemeinde, aufgeteilt auf die Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel (480 m²) und Gesundheit, Pflege (50 m²).

Der Standort Weisendorf besitzt eine insgesamt relativ gute Versorgungsqualität in der Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs, v.a. bei den Nahrungs- und Genussmitteln – eine Stärke, die noch weiter zu fördern und auszubauen ist.

Aperiodischer Bedarf: Bekleidung, Schuhe



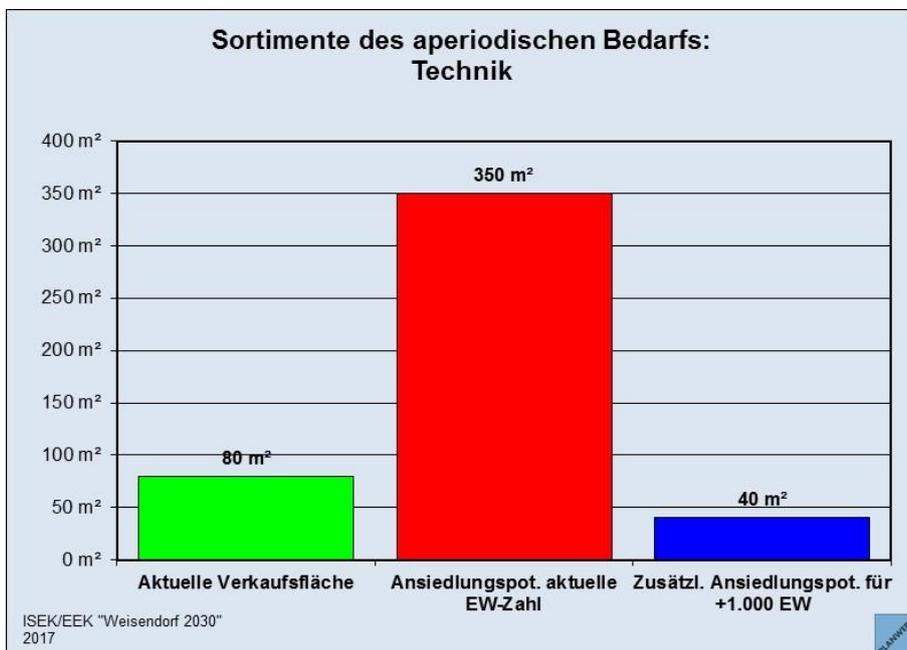
Bei den Sortimenten des aperiodischen Bedarfs ist der Bereich Bekleidung und Schuhe generell die wichtigste zentrenrelevante Sortimentsgruppe. In diesem Bereich verfügt der Markt Weisendorf nur über 2 kleine Geschäfte mit Bekleidung sowie in den Einkaufsmärkten über entsprechende Randsortimente. Damit fällt die Versorgung eher gering aus.

Daraus ergibt sich das Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von 600 m² Verkaufsfläche.

Wenn die für die Marktgemeinde Weisendorf angenommene Einwohnerzahl von + rd. 1.000 Einwohnern erreicht wird, sind weitere 70 m² Verkaufsfläche zusätzlich möglich.

Abbildung 76: Aperiodischer Bedarf: Bekleidung, Schuhe erreicht wird, sind weitere 70 m² Verkaufsfläche zusätzlich möglich.

Aperiodischer Bedarf: Technik



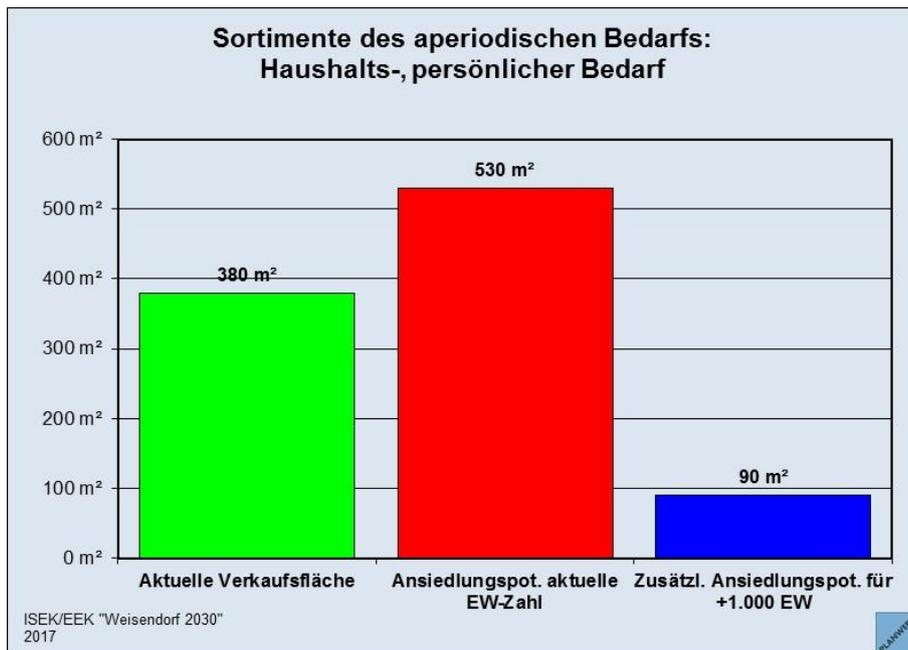
Auch in der Sortimentsgruppe Technik ist der Standort Weisendorf eher gering versorgt. Hier kommt eine Verkaufsfläche von nur 80 m² zusammen.

Die Berechnung des verträglichen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzials ergibt eine Dimension von 350 m² Verkaufsfläche.

Wenn die für die Marktgemeinde Weisendorf angenommene Einwohnerzahl von + rd. 1.000 Einwohnern erreicht wird, ist eine weitere Fläche von 40 m² Verkaufsfläche realisierbar.

Abbildung 77: Aperiodischer Bedarf: Technik

Aperiodischer Bedarf: Haushalts-, persönlicher Bedarf



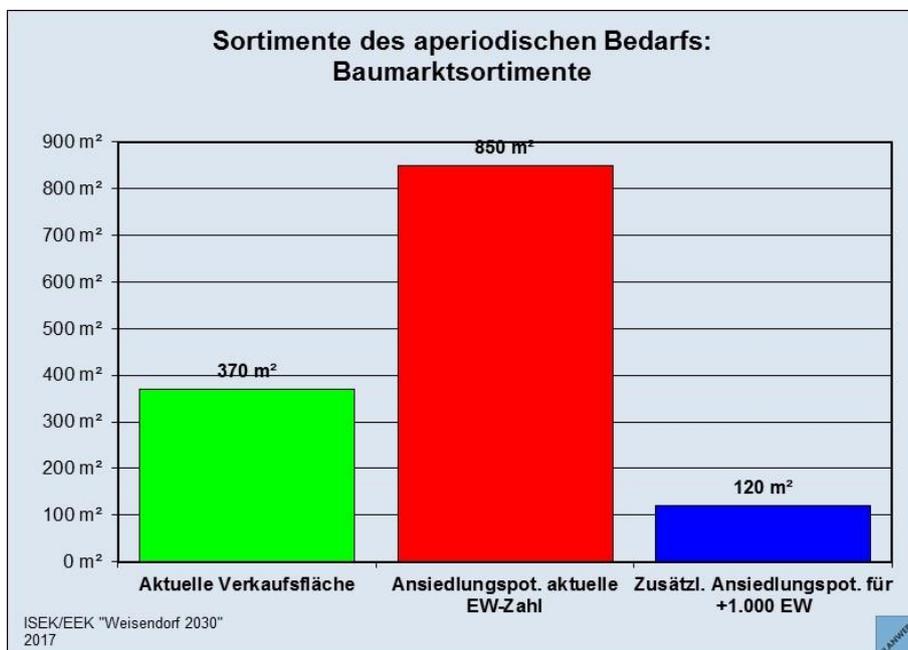
Die Sortimentsgruppe des Haushalts- und persönlichen Bedarfs setzt sich aus den Sortimentsbereichen Uhren und Schmuck, Bücher und Schreibwaren, Hausrat, Spielwaren und Hobbys, Sportbedarf und Camping sowie Baby- und Kinderartikel zusammen. Im Bereich dieser Sortimente besteht in Weisendorf ein Einzelhandelsangebot von fast 400 m² Verkaufsfläche.

Die Berechnung der möglichen Ansiedlungs- und Erweiterungsflächen bei der derzeitigen Einwohnerzahl ergibt für den Haushalts- und persönlichen Bedarf insgesamt ein Potenzial von 530 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 78: Aperiodischer Bedarf: Haushalts-, persönlicher Bedarf

Wenn die für die Marktgemeinde Weisendorf angenommene Einwohnerzahl von + rd. 1.000 Einwohnern erreicht wird, vergrößert sich das Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial um weitere 90 m².

Aperiodischer Bedarf: Baumarktsortimente



Das Angebot in der Sortimentsgruppe Baumarktsortimente ist mit einer Verkaufsfläche von 370 m² relativ gering.

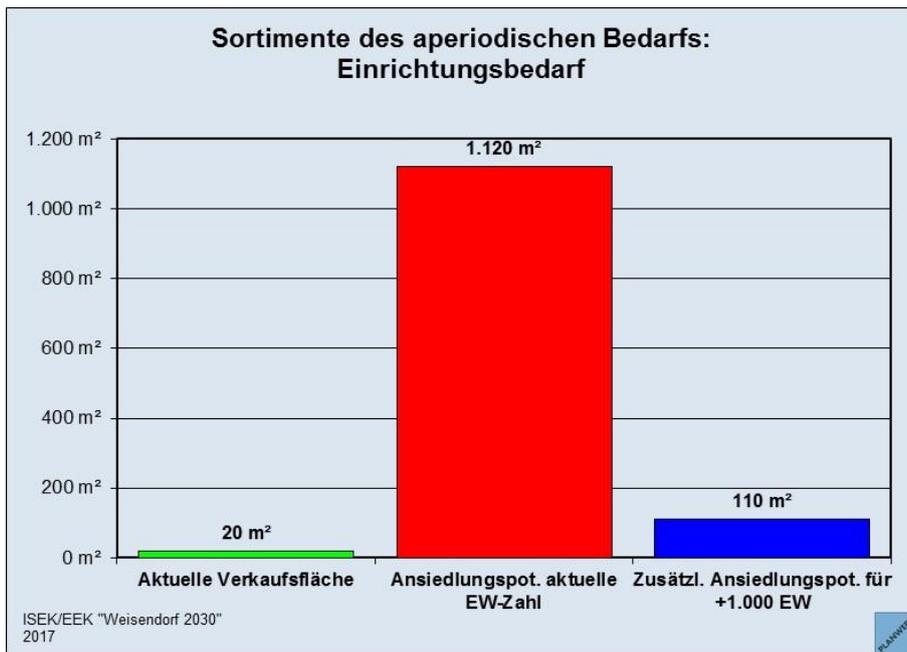
Aufgrund dieser Versorgungslage ergibt die Berechnung der potenziellen Ansiedlungs- und Erweiterungsflächen eine Größenordnung von 850 m² Verkaufsfläche.

Wenn die für die Marktgemeinde Weisendorf angenommene Einwohnerzahl von + rd. 1.000 Einwohnern erreicht wird, ergibt sich ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von 120 m² Verkaufsfläche zusätzlich.

Abbildung 79: Aperiodischer Bedarfs: Baumarktsortimente

Diese Flächen sind für einen Standort eines heute üblichen Baumarkts nicht ausreichend. Das bedeutet, dass sich ein Ansiedlungsstandort in diesem Flächenbereich in der Regel betriebswirtschaftlich nicht lohnt oder nur für spezifische „Nischenanbieter“ von Interesse ist.

Aperiodischer Bedarf: Einrichtungsbedarf



Die Verkaufsfläche in der Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf beträgt nicht nennenswerte 20 m².

Die Analyse ergibt ein Ansiedlungspotenzial von gut 1.100 m² Verkaufsfläche.

Wenn die für die Marktgemeinde Weisendorf angenommene Einwohnerzahl von + rd. 1.000 Einwohnern erreicht wird, kommt ein Ansiedlungspotenzial von zusätzlich gut 100 m² Verkaufsfläche dazu.

Auch hier gilt, dass sich ein Ansiedlungsstandort in diesem Flächenbereich in der Regel betriebswirtschaftlich nicht lohnt oder nur für spezifische „Nischenanbieter“

Abbildung 80: Aperiodischer Bedarf: Einrichtungsbedarf von Interesse ist.

Übersicht der Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale

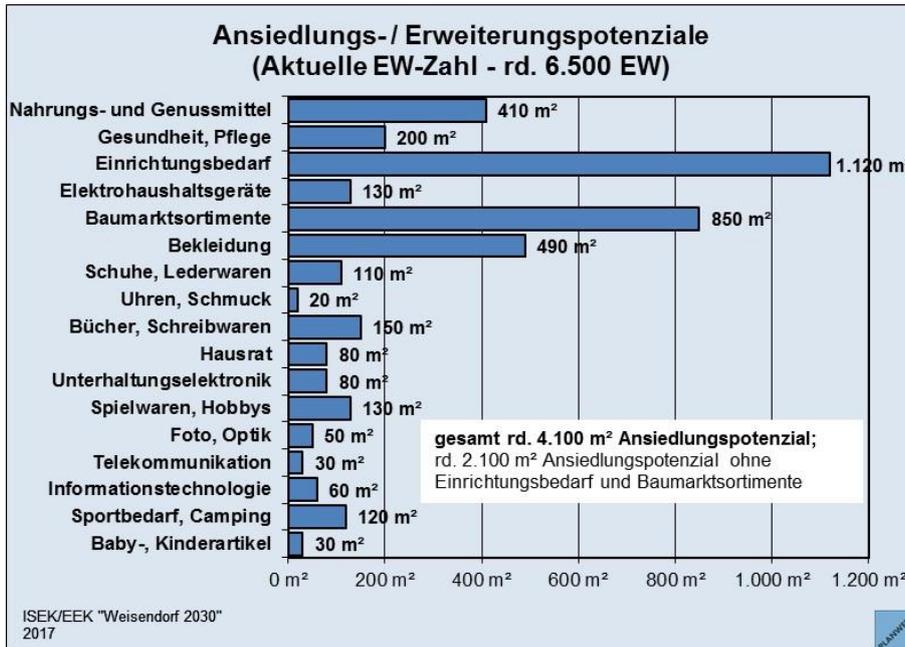


Abbildung 81: Ansiedlungs- / Erweiterungspotenziale (Aktuelle EW-Zahl)

Schreibwaren (150 m²) und die Bereiche Elektrohaushaltsgeräte sowie Spielwaren und Hobbys mit je 130 m².

Grundsätzlich besteht in den meisten Sortimentsbereichen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial, wenn auch häufig in geringem Ausmaß. Bei den innenstadtrelevanten Sortimenten sind die entsprechenden zentralen Standorte dafür vorzusehen.

Inwieweit sich aus dem berechneten Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial eine reale Ansiedlung oder Geschäftsgründung ableiten lässt, muss natürlich für jeden Fall betriebswirtschaftlich separat durch den Betreiber geprüft werden.

Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale mit den höchsten Potenzialflächen bei der derzeitigen Einwohnerzahl der Marktgemeinde Weisendorf liegen bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten Einrichtungsbedarf (1.120 m² Verkaufsfläche) und Baumarktsortimente (850 m²).

Darauf folgt der Sortimentsbereich Bekleidung mit einem Potenzial von fast 500 m² Verkaufsfläche.

Danach folgen Nahrungs- und Genussmittel mit einem Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von 410 m², der Sortimentsbereich Gesundheit und Pflege (200 m²), Bücher und

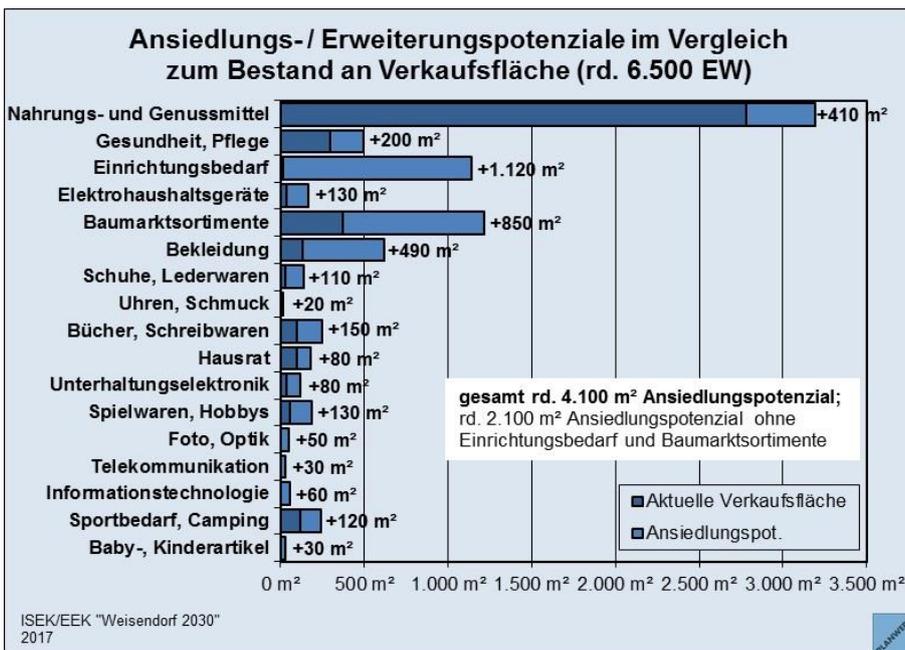


Abbildung 82: Ansiedlungs- / Erweiterungspotenziale, Verkaufsfläche (Aktuelle EW-Zahl)

Betrachtet man die Potenzialflächen in Relation zum in der Marktgemeinde Weisendorf vorhandenen Bestand an Verkaufsfläche, wird deutlich, dass bei den Nahrungs- und Genussmitteln bei der derzeitigen Einwohnerzahl der Marktgemeinde wegen der insgesamt recht guten Versorgungslage ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von 15% des Bestands besteht.

In den meisten weiteren Sortimentsbereichen ist das Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial jeweils höher als der Bestand an Verkaufsfläche, teilweise deutlich höher.

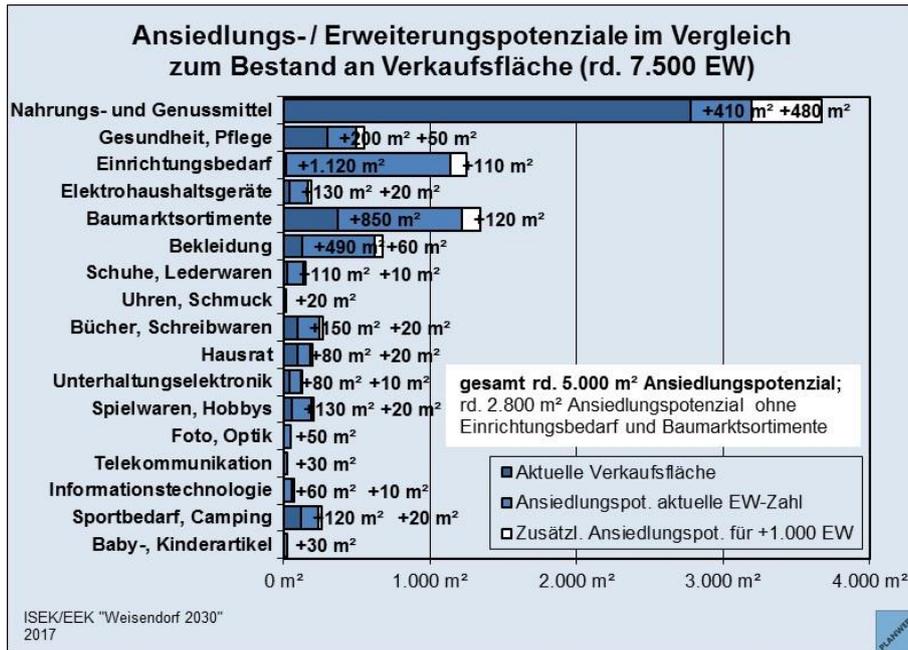


Abbildung 83: Ansiedlungs- / Erweiterungspotenziale, Verkaufsfläche (prognostizierte EW-Zahl)

Für den Blick in die Zukunft hinsichtlich des möglichen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzials wurde dieses für eine Einwohnerzahl von rd. 7.500 Einwohnern, d.h. einen Anstieg der Bevölkerung um rd. 1.000 Personen berechnet.

Durch das prognostizierte Bevölkerungswachstum ergeben sich auch erhöhte Nachfragepotenziale für Einzelhandelsbetriebe. Das zusätzliche Potenzial liegt bei 480 m² Verkaufsfläche im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, bei 110 bzw. 120 m² bei Einrichtungsbedarf und Baumarktsortimenten, 60 m² bei der Bekleidung, 50 m² im Bereich Gesundheit und Pflege sowie bei 20 m² oder darunter in

allen anderen Sortimenten. Insgesamt erhöht sich das Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial durch das Wachstum der Marktgemeinde um nochmals 900 m² Verkaufsfläche.

Die Bewertung dieses zusätzlichen Potenzials obliegt in den einzelnen Bereichen den möglichen ansiedlungswilligen Unternehmern. Es muss auf jeden Fall darauf hingewiesen werden, dass die durch das Bevölkerungswachstum hinzukommenden Potenziale für einen Zeitraum von 15 bis 20 Jahren berechnet wurden.

Grundsätzlich gehen wir davon aus, dass die in der Marktgemeinde Weisendorf bestehenden Einzelhandelsbetriebe erhalten werden können, wenn in der Summe der zukünftigen Erweiterungen und Neuansiedlungen die in m² Verkaufsfläche angegebenen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale um nicht mehr als 5 bis 10% überschritten werden.

Wird ein Betrieb innerhalb des Gemeindegebiets von einem an einen anderen Standort verlagert, reduziert sich das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für die Marktgemeinde 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 Marktgemeinde um die „aufgegebenen“ Verkaufsflächen. Theoretisch ist es denkbar, dass nach einer Betriebsaufgabe das zusätzliche Ansiedlungspotenzial über den Grenzwerten für den großflächigen Einzelhandel liegt.

Landesplanerische Beurteilung

Unabhängig von den Ergebnissen dieses Konzepts 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 Weisendorf möglich wären. Dabei ergeben sich grobe Orientierungswerte. Für die Sortimente des periodischen Bedarfs liegt dieser grobe Orientierungswert für eine maximale Ansiedlung nach dem LEP in der Größenordnung von etwa 1.300 m² Verkaufsfläche. Für Nahrungs- und Genussmittel wären dies etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und für den Bereich Gesundheit, Pflege gut 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 Nahversorgungszentrum

Auf Grundlage der im November 2016 durchgeführten Bestandserhebungen lassen sich für den Markt Weisendorf zwei Bereiche mit wichtiger Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung ausmachen:

- Flächen entlang der Hauptstraße und Höchstader Straße im historischen Ortszentrum des Hauptortes Weisendorf und
- Flächen im Nord-Osten des Hauptortes an der Erlanger Straße und der Straße Am Mühlberg.

Beide Bereiche erfüllen die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB, wobei zwischen zwei unterschiedlichen Hierarchiestufen zu unterscheiden ist (vgl. Kapitel 1.4.1).

Begründet wird diese Einschätzung mit dem dort vorhandenen Angebot an Einzelhandel, Dienstleistungen, Handwerk und Gastronomie, der Verkehrsanbindung und der städtebaulich integrierten Lage beider Bereiche.

Die nachfolgenden Vorschläge zur Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigen nicht nur die tatsächlichen Verhältnisse, sondern auch planerische Festsetzungen und/oder städtebauliche Konzepte.

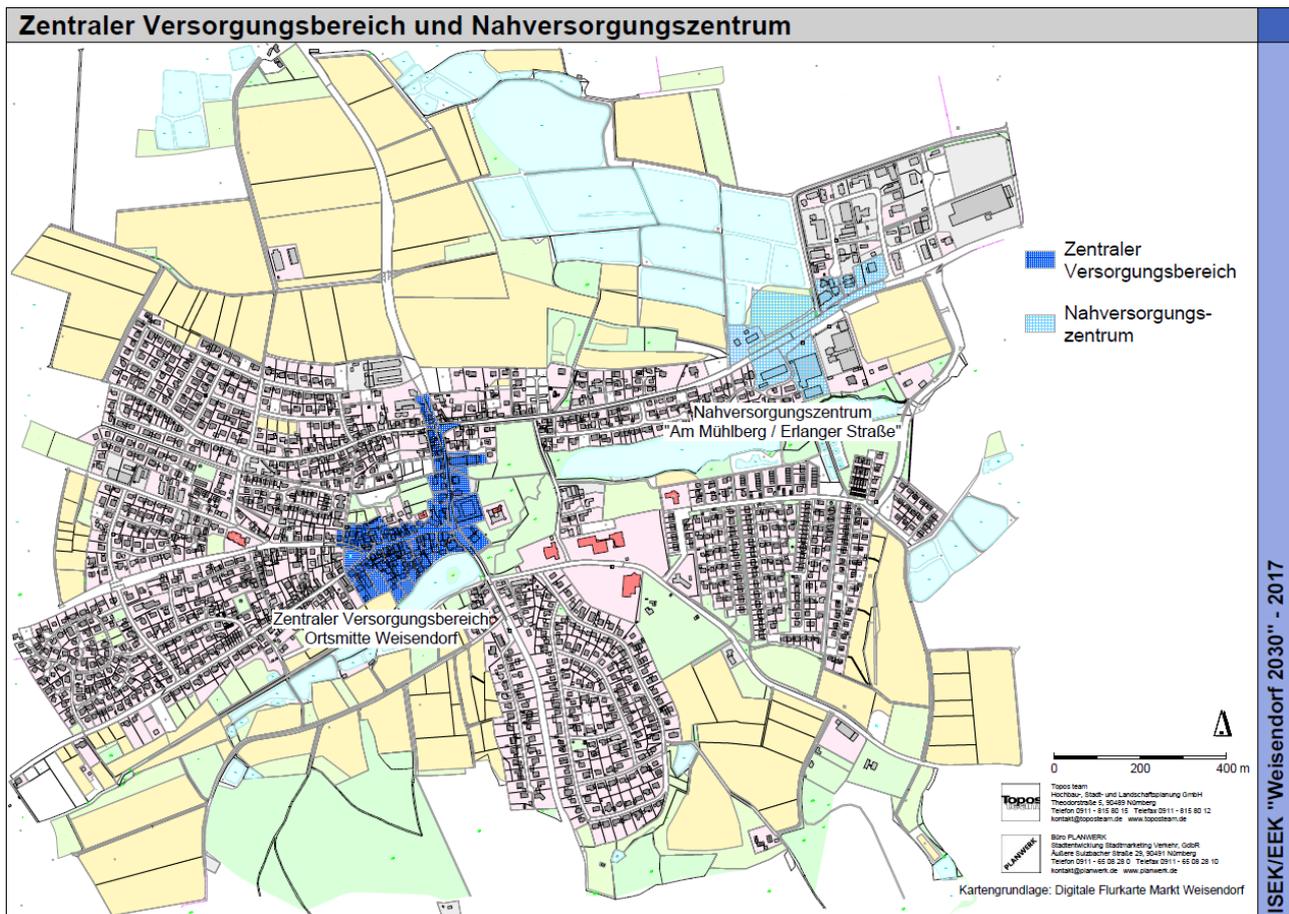


Abbildung 84: Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungszentrum

8.1 Zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte Weisendorf“

Abgrenzung

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Ortsmitte Weisendorf“ entspricht der Abgrenzung, die im Ergebnis der Vorbereitenden Untersuchungen zur Ortskernsanierung Weisendorf empfohlen und 2012 vom Marktgemeinderat gebilligt wurde (vgl. Städtebaulicher Rahmenplan zur Ortskernsanierung Weisendorf vom 13.02.2012).

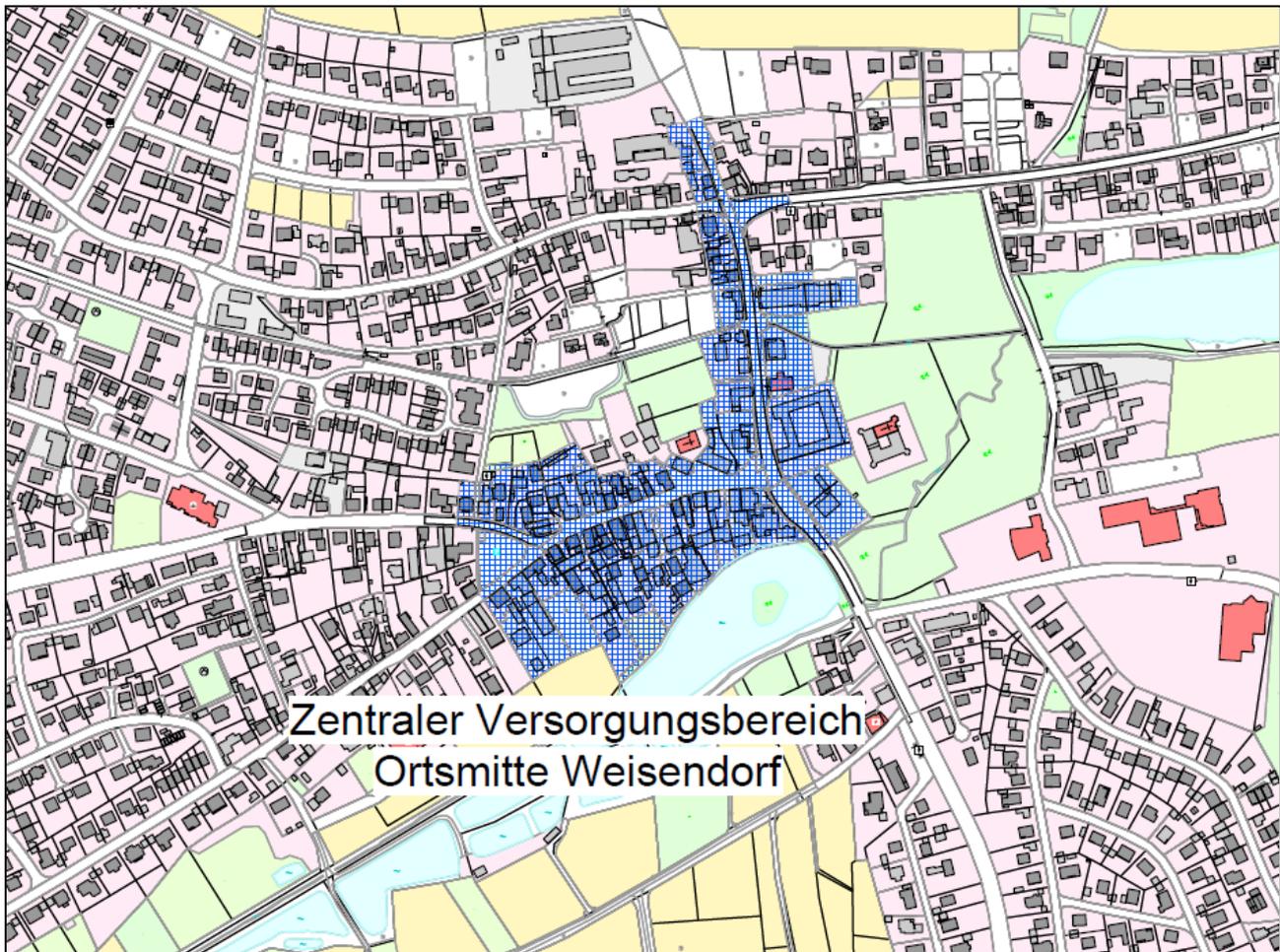


Abbildung 85: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weisendorf

Vorhandene Einrichtungen

Die Ortsmitte Weisendorf zeichnet sich durch die Vielzahl der hier vorhandenen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen aus. Ein Großteil der für den Gesamtort ermittelten Verkaufsflächen lässt sich hier verorten (vgl. Kapitel 5).

Darüber hinaus liegen mit der evangelischen Kirche samt Pfarrhaus und Friedhof sowie dem ehemaligen Schloss, heute Institut Notre Dame de Vie wichtige öffentliche Einrichtungen in diesem Bereich.

Traditionell nehmen die hier vorhandenen Einrichtungen eine wichtige Versorgungsfunktion für Weisendorf und seine Ortsteile ein, die teilweise über die Gemeindegrenzen hinausgeht.

Die Aufgabe von Geschäften, z.B. des Drogeriemarktes an der Höchstadter Straße, zeigt jedoch deutlich, dass der Strukturwandel im Einzelhandel auch an der Ortsmitte Weisendorf nicht spurlos vorbeigeht.

Der zentrale Versorgungsbereich konkurriert z.B. mit einem zunehmenden Internethandel, mit der Nachfrage nach Standorten auf der „Grünen Wiese“ oder mit Handelseinrichtungen in Gewerbegebieten.

Siedlungszusammenhang

Der zentrale Versorgungsbereich (ZV) deckt sich weitgehend mit dem schon im Urkataster von 1822 erkennbaren historischen Ortskern.

Er liegt im Zentrum des 2012 förmlich festgelegten Sanierungsgebiets „Ortsmitte Weisendorf“ und im Zentrum des Hauptortes.

Im Süden, Westen und Osten des historischen Ortskerns haben sich in einem Umkreis von maximal 1,2 km Luftlinie in den vergangenen Jahrzehnten neue Wohnbaugebiete entwickelt, die ein Vielfaches der ursprünglichen Siedlungsfläche einnehmen. Dort leben mittlerweile mehr als 8-mal so viele Menschen wie im Altort.

Da in den neuen Wohngebieten Nahversorgungsmöglichkeiten fehlen, bietet die Ortsmitte Weisendorf für die meisten Bewohner des Hauptortes die nächstgelegenen Versorgungsmöglichkeiten.

Flächenpotenziale

Die im Zuge der Vorbereitenden Untersuchungen zur Ortskernsanierung ermittelten Innenentwicklungspotenziale (Leerstände, Baulücken, Brachflächen) ermöglichen es, die vorhandenen Einrichtungen zu erweitern, zu ergänzen oder zu ersetzen.

Für die Ansiedlung von größeren Märkten erscheint die Ortsmitte Weisendorf aufgrund der kleinteiligen städtebaulichen Strukturen und Eigentumsverhältnisse eher ungeeignet.

Hierzu werden in Gemeinden vergleichbarer Größe Grundstücke mit einer Fläche von mindestens 3.500 m² gesucht, auf denen Gebäude mit einer Brutto-Grundfläche (BGF) von mindestens 1.500 m² errichtet werden können. Eine solche Fläche lässt sich im Ortszentrum vermutlich nicht oder nur schwer mobilisieren.

Verkehrsanbindung

Mit der Höchstadter Straße / Auracher Bergstraße (Staatsstraße St 2263) und der Erlanger Straße / Hauptstraße / Neustadter Straße (Staatsstraße St 2259) kreuzen sich in der Ortsmitte Weisendorf die beiden am stärksten befahrenen Hauptverkehrsstraßen im Gemeindegebiet.

Auch wenn im Zuge der Vorbereitenden Untersuchungen zur Ortskernsanierung kein rechnerisches Defizit an Stellplätzen ausgemacht werden konnte, werden fehlende Stellplätze immer wieder als Problem der Ortsmitte Weisendorf genannt.

Die Möglichkeiten, den zentralen Versorgungsbereich ohne Pkw zu erreichen, sind nicht optimal, auch wenn im Zuge der Ortskernsanierung erste Verbesserungen erreicht werden konnten: An den Haltestellen „Badweiher“ und „Hauptstraße“ besteht die Möglichkeit, auf

die Regionalbuslinien 202 und 204 umzusteigen. Durch die Verbreiterung der Gehwege entlang der Höchstadter Straße, die Umgestaltung der Schwane-Kreuzung, neue Querungshilfen über die Staatsstraßen und die Sanierung der Wege durch den Schlosspark ist das Ortszentrum für Fußgänger und Radfahrer mittlerweile besser erreichbar als zu Beginn der Ortskernsanierung.

Planerisches Konzept

Für die Ortsmitte Weisendorf liegen ein 2012 gebilligter Städtebaulicher Rahmenplan sowie Maßnahmenplan zur Ortskernsanierung vor.



Abbildung 86: Rahmenplan zur Ortskernsanierung Weisendorf vom 13.02.2012 (Ausschnitt)

Im Hinblick auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs sind folgende allgemeinen Sanierungsziele relevant:

Die Flächen entlang der St 2263 und St 2259 sollen als zentraler Versorgungsbereich und „Lebensader“ der Marktgemeinde entwickelt werden.

Leer stehende bzw. zwischengenutzte Gebäude (z.B. der ehemalige Drogeriemarkt, Schlossgartenstraße 2, oder das ehemalige Gasthaus „Zur Schwane“, Höchstadter Straße 13) und zwischengenutzte oder brachliegende Grundstücke (z.B. im Bereich Birkenhof oder der Standort des ehemaligen Rathauses an der Gabelung der Kirchenstraße mit der Neustadter Straße) sollen mit neuem Leben erfüllt werden.

Bestehende Gebäude und Nutzungen sollen erhalten und weiterentwickelt werden. Darüber hinaus schlägt der Rahmenplan für einzelne Grundstücke den Ersatz- und Neubau von Wohn- und Geschäftshäusern vor. Dabei muss berücksichtigt werden, dass sich die Baugrundstücke überwiegend in Privateigentum befinden und die Darstellungen des Rahmenplans für private Grundstückseigentümer lediglich informellen Charakter besitzen. Bei Bedarf muss die Zulässigkeit eines Vorhabens durch die Aufstellung bzw. Änderung eines verbindlichen Bauleitplans geregelt werden. Auf diesem Weg wurden in den vergangenen Jahren z.B. die Errichtung des neuen Wohnhauses Höchstadter Straße 5 (Änderung des Bebauungsplans „Wohnpark Schlosswiese“) oder der Neubau des Tagescafés mit Autoschalter, Höchstadter Straße 4b (Vorhabenbezogener Bebauungsplan „Südlich der Erlanger Straße Nr. 31/5“) ermöglicht.

Um ein ausreichendes Stellplatzangebot zu schaffen und gleichzeitig Freiflächen zu erhalten, die von den Bewohnern und Besuchern des zentralen Versorgungsbereichs zum Aufenthalt genutzt werden können, schlägt der Städtebauliche Rahmenplan anstelle von ebenerdigen Stellplätzen die Errichtung von Tiefgaragen bzw. Parksyste men vor, wenn neue Wohn- und Geschäftshäuser im Ortszentrum errichtet werden. Von solchen Lösungen, z.B. nördlich des Marktplatzes, am ehemaligen Standort des Rathauses oder im Bereich des Birkenhofs, würde der gesamte zentrale Versorgungsbereich profitieren.

Wenn die Errichtung von Tiefgaragen und Parksyste men an den damit verbundenen höheren Kosten scheitert, lassen sich auch mit einfachen Mitteln Verbesserungen erreichen, wenn z.B. die Besucherstellplätze an der Marktschänke besser ausgenutzt werden und Stellplätze, die tagsüber von Kunden genutzt werden, nachts für Bewohner zur Verfügung gestellt werden.

Parallel zur Erweiterung des Stellplatzangebots sollen Wege für Fußgänger und Radfahrer ergänzt und verbessert werden, z.B. entlang der Hauptstraße, des Badweihers oder entlang des Seebachs, um Anreize zu schaffen, den Pkw stehen zu lassen.

Auch wenn bis dato eine hohe Pkw-Abhängigkeit in Weisendorf besteht und viele Kunden den Wunsch äußern, bis an die Theke der Geschäfte vorfahren zu können, bleibt die Entlastung des Ortszentrums vom motorisierten Individualverkehr (MIV) ein hohes Ziel der städtebaulichen Entwicklung.

Vorschläge zur Umgestaltung des Marktplatzes zeigen, wie mit der Verbannung weniger Autos die Gestalt- und Aufenthaltsqualität des Platzes verbessert und damit der gesamte zentrale Versorgungsbereich deutlich aufgewertet werden könnte.

Der Maßnahmenplan und der Ergebnisbericht der Vorbereitenden Untersuchungen zur Ortskernsanierung enthalten weitere Vorschläge, den öffentlichen Raum funktional und gestalterisch zu verbessern.

Fazit und Empfehlungen

Ein Funktionsverlust der „Ortsmitte Weisendorf“ als zentraler Versorgungsbereich muss befürchtet werden. Diesem sollte mit geeigneten Strategien und gezielten Maßnahmen entgegengewirkt werden. Die planungsrechtlichen Möglichkeiten hierzu sind in Kapitel 1.3 beschrieben.

Durch die im Zuge der Ortskernsanierung geplanten Maßnahmen, insbesondere

- die geplanten Ordnungsmaßnahmen Marktplatz / Hauptstraße, Badweiher / Seebachgrund,
 - öffentliche und private Baumaßnahmen, z.B. die Sanierung und Modernisierung des Anwesens Hauptstraße 7,
 - den Grunderwerb und/oder die Freilegung von Grundstücken,
- lassen sich die „harten“ Standortfaktoren, z.B. die Infrastruktur, im zentralen Versorgungsbereich verbessern.

Im Hinblick auf die „weichen“ Standortfaktoren empfiehlt es sich, die Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und privaten Akteuren zu optimieren. Auch hierzu bietet die Städtebauförderung Unterstützung, z.B. in Form der Bezuschussung von Beauftragten / Managern oder der Förderung von kommunalen Förderprogrammen und (Verfügungs-) Fonds.

Vor dem Hintergrund eines insgesamt begrenzten zusätzlichen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzials wird empfohlen, neuen Handel mit zentrenrelevanten Sortimenten auf die Ortsmitte Weisendorf zu konzentrieren.

Wichtig wäre außerdem zur Stärkung der Ortsmitte v.a. die Ansiedlung eines frequenzbringenden Betriebs (z.B. Biomarkt, Drogeriemarkt usw.). Auch wenn ein Biomarkt oder ein Drogeriemarkt im Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ zwar auch zulässig ist und dort evtl. eher entsprechende Flächen zur Verfügung stehen, wäre die Ortsmitte als Standort vorzuziehen.

8.2 Nahversorgungszentrum "Am Mühlberg / Erlanger Straße"

Abgrenzung

Neben dem zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Weisendorf“ wird empfohlen, ein Nahversorgungszentrum (NVZ) „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ abzugrenzen. Das Nahversorgungszentrum umfasst neben bereits bebauten Flächen im Gewerbegebiet „Am Mühlberg“ und im Gewerbegebiet „Weisendorf Ost“ auch bisher unbebaute und planungsrechtlich nicht gesicherte Flächen nördlich der Erlanger Straße.

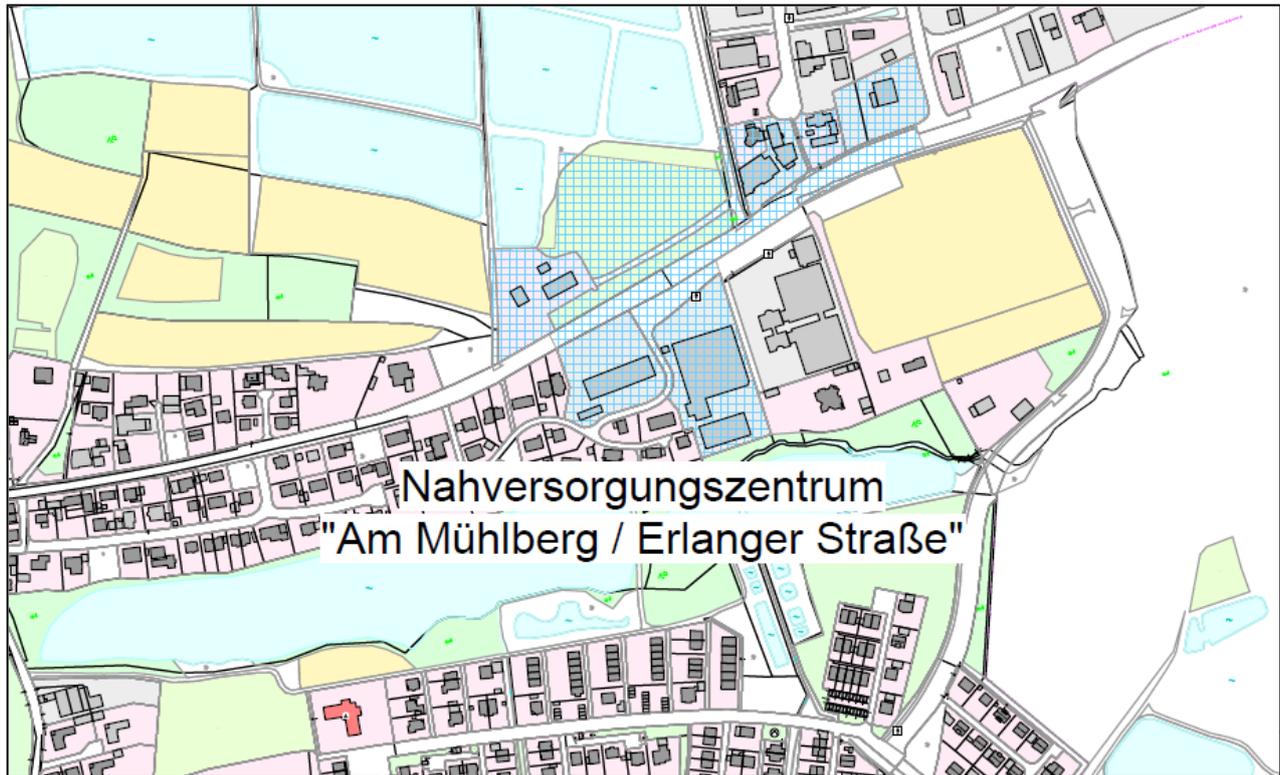


Abbildung 87: Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“

Vorhandene Einrichtungen

Parallel zur Gewerbeentwicklung „Am Mühlberg“ und im Gewerbegebiet „Weisendorf Ost“ haben sich im Nahversorgungszentrum Einzelhandels-, Dienstleistungs- und gastronomische Einrichtungen angesiedelt. Auffällig ist, dass die hier kartierten Einzelhandelsbetriebe die größten Verkaufsflächen haben und hier die meisten Güter des periodischen Bedarfs im Gemeindegebiet verkauft werden.

In den beiden Lebensmittelmärkten im Gewerbegebiet „Am Mühlberg“ versorgen sich viele der Bürgerinnen und Bürger der Marktgemeinde mit Nahrungs- und Genussmitteln bzw. mit Gesundheits- und Pflegeprodukten. Auch im Hinblick auf die Versorgung der Bevölkerung mit anderen Sortimentsgruppen haben die beiden Märkte teilweise eine Bedeutung, v.a. in der Sortimentsgruppe Haushalts-, persönlicher Bedarf sowie bei Baumarktsortimenten (v.a. Tierbedarf).

Die auf der gegenüberliegenden Seite der Erlanger Straße vorhandenen Einrichtungen (z.B. Gesundheitspark, Gastronomie, Tankstelle) runden das Angebot ab.

Siedlungszusammenhang

Das Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ liegt im Übergangsbereich zwischen Wohnen und Gewerbe am nordöstlichen Rand des Hauptortes Weisendorf.

Es erfüllt hinsichtlich seiner Lage in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang, seiner Anbindung an den ÖPNV und seines fußläufigen Einzugsbereichs die Kriterien eines städtebaulich integrierten Standorts.

Flächenpotenziale

Auf dem Grundstück des westlichen Lebensmittelmarktes bestehen Nachverdichtungsmöglichkeiten. Die zulässige Grundflächenzahl der übrigen bereits bebauten Grundstücke ist weitgehend ausgeschöpft.

Um weitere Einrichtungen ansiedeln und Agglomerationseffekte nutzen zu können, werden rund 1,8 ha Fläche westlich des bestehenden Gewerbegebietes „Weisendorf Ost“ in das Nahversorgungszentrum einbezogen, die bislang überwiegend unbebaut sind. Im bis dato wirksamen Flächennutzungsplan sind diese als Fläche für die Landwirtschaft dargestellt, über die die Trasse einer vorgeschlagenen Umgehungsstraße verläuft. Im Zuge des 2016 eingeleiteten Verfahrens zur Gesamtfortschreibung des FNP „Weisendorf 2030“ wurde beschlossen, die Straßentrasse zu streichen.

Durch die Nutzung und Bebauung der Fläche westlich des bestehenden Gewerbegebietes „Weisendorf Ost“ könnte etwa ein Drogeriemarkt im Nahversorgungszentrum angesiedelt werden. Grundsätzlich wäre eine solche Ansiedlung in der Ortsmitte Weisendorf vorzuziehen. Wenn sich dort allerdings nicht die dafür notwendigen Flächen ergeben, ist das Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ die Alternative. Ein weiterer umfassender Lebensmittelmarkt wird dagegen nicht empfohlen. Die ermittelten Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sind hierfür nicht umfangreich genug.

Verkehrsanbindung

Durch die Lage an der Erlanger Straße (Staatsstraße St 2259) sind die Voraussetzungen für eine Anbindung an das örtliche und überörtliche Straßenverkehrsnetz günstig, auch wenn in diesem Bereich der Staatsstraße keine direkten Grundstückszufahrten zugelassen sind. Die Grenze des Erschließungsbereichs (ODE-Grenze) liegt rund 150 m westlich des Nahversorgungszentrums.

Die Lebensmittelmärkte auf der südlichen Seite der Erlanger Straße sind über eine gemeinsame Zufahrt für Kfz sehr gut erschlossen.

Die Kfz-Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen nördlich der Erlanger Straße ist dagegen eingeschränkt, weil sich die einzige Zufahrt in das Gewerbegebiet „Weisendorf Ost“ an der östlichen Grenze des Nahversorgungszentrums befindet.

Ein Stellplatzdefizit im Nahversorgungszentrum ist nicht erkennbar. Insbesondere die beiden Lebensmittelmärkte südlich der St 2259 verfügen über eine großzügige Zahl ebenerdiger Stellplätze, die über das vorgeschriebene Maß hinausgeht.

Die Bushaltestelle Weisendorf „Gewerbegebiet“ mit Umsteigemöglichkeiten zu den Regionalbuslinien 202 und 204 liegt im Nahversorgungszentrum.

Über die Wohnstraße „Am Mühlberg“ und Wege aus Richtung Süden ist das Nahversorgungszentrum für Fußgänger und Radfahrer aus den Wohnquartieren „Am Mühlberg“ und „Gerbersleite“ gut erreichbar. Schlechter ist die Erreichbarkeit, wenn Fußgänger oder Radfahrer aus Richtung Westen über die Erlanger Straße zum Nahversorgungszentrum gelangen wollen. Sowohl auf der Nordseite als auch auf der Südseite der St 2259 enden die Fußwege deutlich vor dessen westlicher Grenze.

Querungshilfen über die Erlanger Straße fehlen, wenn Besucher der Lebensmittelmärkte zu den Versorgungseinrichtungen nördlich der St 2259 gelangen wollen oder wenn Kunden des Gewerbegebietes „Weisendorf Ost“ ihre Einkäufe „Am Mühlberg“ erledigen möchten.

Planerisches Konzept

Südlich der Erlanger Straße setzt der Bebauungsplan „Am Mühlberg“ von 1991 die Bauflächen im Nahversorgungszentrum als Gewerbegebiet gemäß § 8 der Baunutzungsverordnung - BauNVO fest. Die Flächen nordöstlich der St 2259 sind im Bebauungsplan „Gewerbegebiet Weisendorf Ost“ von 1994 ebenfalls als Gewerbegebiet festgesetzt. Keiner der beiden Bebauungspläne enthält Einschränkungen im Hinblick auf die Zulässigkeit von Einzelhandelbetrieben.

Für die bisher un bebauten Flächen westlich des Gewerbegebietes „Weisendorf Ost“ gibt es bislang keinen verbindlichen Bauleitplan und kein vom Marktgemeinderat gebilligtes städtebauliches Konzept.

Fazit und Empfehlungen

Die Erhaltung und Entwicklung des Nahversorgungszentrums „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ wird empfohlen.

Bei Erweiterungsabsichten der bestehenden Lebensmittelmärkte sollte geprüft werden, ob Teilflächen des Nahversorgungszentrums gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO als Sondergebiet Einzelhandel festgesetzt werden können. Bei Bedarf können die maximal zulässige Verkaufsfläche und die Sortimentsauswahl beschränkt werden. Vor Festsetzung eines Sondergebiets ist eine Überprüfung des Vorhabens durch die Höhere Landesplanungsbehörde erforderlich.

Für Fußgänger und Radfahrer ist eine Verlängerung der Wegeverbindungen parallel zur Erlanger Straße wünschenswert, um die Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums auch ohne Kfz zu verbessern. Querungsmöglichkeiten über die St 2259 sollten verbessert werden.

9 Ziele der Einzelhandelsentwicklung

9.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Ziel 1 Zur Erhaltung und Stärkung der „Ortsmitte Weisendorf“ und des Nahversorgungszentrums „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ werden diese zu zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des Baugesetzbuchs (BauGB) erklärt.

Begründung / Hinweise aus planerischer Sicht

Die Stärkung der Innenstädte und Ortskerne in ihrer Funktionsvielfalt ist ein allgemeinpolitisches Ziel, das u.a. im Baugesetzbuch verankert ist und mit Städtebauförderungsmitteln unterstützt wird.

Nach Beschluss des Bayerischen Landtags von 2003 sollen die Gemeinden auf der Grundlage ganzheitlicher Leitbilder und städtebaulicher Konzepte deutlich machen, in welchen Bereichen (Innenstadt, Ortszentrum, Stadtteilzentrum oder Randbereiche) sie den Schwerpunkt der Einzelhandelsentwicklung setzen wollen.

Für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung dienen die Abgrenzung sowie funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche als unentbehrliche Grundlage¹.

Neben öffentlichen Einrichtungen, privaten Dienstleistungen, Gastronomie, Handel und nicht störendem Gewerbe sind insbesondere Einzelhandelseinrichtungen für ein attraktives und funktionierendes Ortszentrum unentbehrlich.

Die Verteilung der Versorgungseinrichtungen und Verkaufsflächen innerhalb des Gemeindegebietes zeigt, dass beide Bereiche eine wichtige Versorgungsfunktion für die Bevölkerung haben.

Beide Bereiche erfüllen die in Kapitel 1.4 beschriebenen und nach der Difu Arbeitshilfe maßgeblichen Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs.

Ziel 2 In der „Ortsmitte Weisendorf“ sollen die Möglichkeiten des besonderen Städtebaurechts und der Städtebauförderung genutzt werden, um den zentralen Versorgungsbereich zu erhalten und zu entwickeln und städtebauliche Mängel zu beseitigen.

Begründung / Hinweise aus planerischer Sicht

Der zentrale Versorgungsbereich liegt im Zentrum des förmlich festgelegten Sanierungsgebiets „Ortsmitte Weisendorf“, das durch städtebauliche Sanierungsmaßnahmen verbessert und umgestaltet werden soll.

Hierzu liegen Vorbereitende Untersuchungen gemäß § 141 BauGB und eine Städtebauliche Rahmenplanung (Stand: 13.02.2012) vor, die durch verschiedene Ordnungs- und Baumaßnahmen in den kommenden Jahren umgesetzt werden soll.

¹ Vgl. Bunzel, Arno u.a.: Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Difu-Arbeitshilfe. Deutsches Institut für Urbanistik GmbH. Berlin, Januar 2009

9.2 Zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente

Ziel 3

Die Neuansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen ist auf der Grundlage der Weisendorfer Liste der Sortimente des Nahversorgungsbedarfs sowie der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente zu prüfen.

Begründung / Hinweise aus planerischer Sicht

Eine Legaldefinition dafür, welche Warensortimente zentrenrelevant sind und welche nicht, existiert nicht.

Stattdessen bedarf es einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation, wenn zum Schutz der zentralen Versorgungsgebiete bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden sollen.

Grundlage für die Festlegung der Weisendorfer Sortimentsliste ist die Einteilung der Sortimente in Bedarfsgruppen im Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) vom 01.09.2013. Diese Einteilung wurde entsprechend den Erkenntnissen aus den vorliegenden Untersuchungen modifiziert und angepasst.

Sortimente des Nahversorgungsbedarfs

Sortiment Nahrungs- und Genussmittel: Nahrungsmittel, Getränke, Genussmittel, Tabakwaren

Weisendorfer Liste zentrenrelevanter Sortimente (a1 - a14)

- a1) Sortiment Gesundheit, Pflege: Medizinische und orthopädische Artikel, pharmazeutischer Bedarf, Körperpflege und Kosmetik, Hygieneprodukte und Papierwaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
- 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 Unterhaltungselektronik: Bespielte Bild- und Tonträger, braune Ware (Fernseh-, Rundfunk-, phonotechnische Geräte, Videorecorder, Auto Hi-Fi, Navigationsgeräte, Satellitenanlagen etc.), Videospiele und -konsolen
- a8) Sortiment Spielwaren, Hobbys: Spiele, Puppen, Plüschtiere, Bau- und Spielzeug, Fahrzeuge, Modellbau, Bastel- und Malspielwaren, Musikinstrumente, Münz-, Briefmarken- u.a. Sammlungen, Antiquitäten etc.
- a9) Sortiment Foto, Optik: Fotoapparate und Objektive, Digitalkameras, Camcorder, Videokameras, Stative, Filme etc., Brillen, Sonnenbrillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mikroskope) etc.

- a10) Sortiment Telekommunikation: Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte etc.
- a11) Sortiment Informationstechnologie: Personal Computer, Software, Peripheriegeräte etc.
- a12) Sortiment Sportbedarf, Camping: Sportbekleidung und -schuhe. **Nicht: Fahrräder und Zubehör, Sportgeräte und -artikel, Campingartikel**
- a13) Sortiment Baby-, Kinderartikel: Kinderwagen, -buggies, Autokindersitze, Tragetaschen, Wickeltaschen, Laufstall, Reisebetten, Baby-, Kleinkindspielwaren
- a14) Sortiment Baumarktsortimente: nur Blumen

Bei Neuansiedlung und Erweiterungen von Einzelhandelseinrichtungen ist zwischen Betrieben zu unterscheiden, die Sortimente des Nahversorgungsbedarfs, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente anbieten. Nur so können negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Weisendorf“ und das Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ vermieden werden.

Dabei ist zu beachten, dass sich nicht nur die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche negativ auswirken kann, sondern auch die Ansiedlung von nicht großflächigem Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) Einfluss auf die Zentrenstruktur einer Kommune haben kann.

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste relevant für

- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten) und
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts, z.B. durch Bebauungsplanfestsetzungen in Misch- und Gewerbegebieten gemäß § 1 (9) BauNVO, kann mit Hilfe der Sortimentslisten zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden.

Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen nur im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Weisendorf“ zugelassen werden, weil sie dessen Attraktivität und das Einkaufserlebnis in hohem Maße prägen und zu einer zusätzlichen Belebung führen können.

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	<p>notwendig für einen Brachenmix</p> <p>hoher Anteil der Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen</p>	<p>nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche</p> <p>Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert</p>
Besuchfrequenz	<p>erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten</p>	<p>erzeugen eigene Besucherfrequenz</p>
Integrationsfähigkeit	<p>vergleichsweise geringer Flächenanspruch</p>	<p>sehr hoher Flächenanspruch (z.B. Möbel)</p> <p>autokundenorientiert</p>
Einzelhandelszentralität	<p>hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit</p>	<p>i.d.R. hohe kommunale und z.T. auch regionale Ausstrahlungskraft</p>
Kopplungsaffinität	<p>werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)</p>	<p>werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe bis keine Kopplungen mit anderen Aktivitäten</p>
Transportfähigkeit	<p>„Handtaschensortimente“ können leicht transportiert werden, d.h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich</p>	<p>können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i.d.R. Kfz notwendig</p>

Tabelle 1: Merkmale zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Ergänzend zur „Weisendorfer Liste der zentrenrelevanten Sortimente“ wird eine Liste von Sortimentsbereichen erstellt, die in den zentralen Versorgungsbereichen nicht erforderlich sind und deren Ansiedlung auch außerhalb dieser Bereiche zugelassen werden kann, ohne dass dies negative Folgen hat. Häufig benötigen diese Sortimente Standortbedingungen, z.B. in punkto Flächenbedarf oder An- und Abtransport, die in den historischen Ortszentren nicht (mehr) vorhanden sind.

Weisendorfer Liste nicht zentrenrelevanter Sortimente (b1 – b5)

- b1) Sortiment Einrichtungsbedarf: Möbel, Haus- und Heimtextilien (Teppiche u.a. Bodenbeläge, Gardinen, Matratzen, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche, Badtextilien, Stoffe etc.)
- b2) 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
- b3) 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. **Nicht: Blumen**
- b4) Sortiment Sportbedarf, Camping: Fahrräder und Zubehör, Sportgeräte und -artikel, Campingartikel. **Nicht: Sportbekleidung und -schuhe**
- b5) Sonstige Sortimente, generell nicht zentrenrelevant: Brennstoffe, Kfz-Handel, Boote und Zubehör, Mineralölerzeugnisse etc.

Ziel 4

Bei der Aufstellung von verbindlichen Bauleitplänen sollen Einzelhandelseinrichtungen mit Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs ab einer Verkaufsfläche von 200 m² nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Ortsmitte Weisendorf“ und alternativ im Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ zugelassen werden.

Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Ortsmitte Weisendorf“ zugelassen werden.

Abweichend hiervon sollen im Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ auch Einzelhandelseinrichtungen mit dem zentrenrelevanten Sortiment Gesundheit, Pflege zugelassen werden.

Begründung / Hinweise aus planerischer Sicht

Die Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten soll auf die „Ortsmitte Weisendorf“ konzentriert werden, um diese zu beleben und nachhaltig zu stärken. Um die Versorgungsfunktion des historischen Ortskerns nicht zu schwächen, wird daher empfohlen, die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der „Ortsmitte Weisendorf“ grundsätzlich auszuschließen.

Um das Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ zu erhalten und weiter zu entwickeln, sollen den dort vorhandenen Lebensmittelmärkten Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt werden.

Das Nahversorgungszentrum ist unter städtebaulichen Gesichtspunkten auch für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes geeignet, mit dem das vorhandene Angebot am Standort gezielt ergänzt und Ersatz für den aufgegebenen Drogeriestandort an der Höchstadter Straße geschaffen werden könnte.

Ziel 5

Bei zukünftigen Festsetzungen von Gewerbegebieten in städtebaulich nicht integrierten Lagen soll die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs und mit zentrenrelevanten Sortimenten generell ausgeschlossen werden.

Begründung / Hinweise aus planerischer Sicht

Einzelhandelsbetriebe in den rechtskräftigen Bebauungsplänen genießen Bestandsschutz. Eine Änderung rechtskräftiger Bebauungspläne gegen den Willen der Eigentümer oder sonstiger Nutzungsberechtigter wird nicht empfohlen, um Vertrauensschäden und Entschädigungsansprüche zu vermeiden.

Um eine möglichst wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs und eine positive Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht zu gefährden, sollte bei der Festsetzung zukünftiger Gewerbegebiete in städtebaulich nicht integrierten Lagen Einzelhandel mit Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs und mit zentrenrelevanten Sortimenten generell ausgeschlossen werden.

Eine Beschränkung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten auf eine Verkaufsfläche von beispielsweise maximal 200 m² kann für Gewerbegebiete nicht empfohlen werden, da sich die Einhaltung dieser Festsetzung in der Praxis nur schwer kontrollieren lässt.

9.3 Standorte für den Einzelhandel im Sinne von § 11 (3) BauNVO

Ziel 6

Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO, d.h. großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche über 800 m² (= Regelvermutungsgrenze), sollen nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Ortsmitte Weisendorf“ und alternativ im Nahversorgungszentrum „Am Mühlberg / Erlanger Straße“ zugelassen werden, wenn es sich um Sortimente des Nahversorgungsbedarfs und um nicht zentrenrelevante Sortimente handelt. Wenn es sich um großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten handelt, sollen diese (siehe auch Ziel 4) nur im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Weisendorf“ zugelassen werden.

Begründung / Hinweise aus planerischer Sicht

Wenn das Nahversorgungszentrum erhalten und entwickelt werden soll, müssen den bestehenden Lebensmittelmärkten im Gewerbegebiet „Am Mühlberg“ Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt werden. Deren Verkaufsflächen werden dann (weiter) auf deutlich über 800 m² steigen. Nach derzeitiger Rechtslage wäre bereits jetzt die Festsetzung eines Sondergebietes im Sinne des § 11 (3) BauNVO erforderlich, bei einer Erweiterung jedoch umso mehr, um das Vorhaben überhaupt planungsrechtlich genehmigen zu können.

Vor Festsetzung eines Sondergebiets ist eine Überprüfung des Vorhabens durch die Höhere Landesplanungsbehörde zwingend erforderlich.

Die errechneten Ansiedlungs- und Erweiterungspotentiale (vgl. Kapitel 7) lassen nicht erwarten, dass sich ein zusätzlicher Standort eines umfassenden Lebensmittelmarktes tragen würde.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Ortsmitte Weisendorf“ stehen für Einzelhandelsgroßprojekte unter den aktuellen Gegebenheiten eher keine Flächen zur Verfügung. Um den zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Weisendorf“ zu erhalten und zu stärken, sollen Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten jedoch nur dort zugelassen werden, was auch für großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten gilt.

9.4 Sonstige Standorte für Einzelhandel (Solitäre Nahversorgungsstandorte)

Ziel 7

Im Sinne einer wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung sind Einzelhandelsgeschäfte - und insbesondere Läden mit Verbrauchsgütern des periodischen Bedarfs (d.h. Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit, Pflege) - bis zu einer Verkaufsfläche von 200 m² in allen Wohn-, Misch- und Dorfgebieten der Marktgemeinde Weisendorf ausdrücklich erwünscht.

Begründung / Hinweise aus planerischer Sicht

Allgemeines Ziel jeder Siedlungsentwicklung ist eine möglichst wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs.

Diese Vorstellung liegt auch der BauNVO zugrunde, die in allen Baugebieten Einzelhandelsbetriebe zulässt mit einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeitsschwelle und/oder zumindest Läden, die der Versorgung des Gebiets dienen.

Dementsprechend ist in allen Wohn- und Mischgebieten der Marktgemeinde Weisendorf die Ansiedlung von Nahversorgungseinrichtungen bis zu einer Verkaufsfläche von 200 m² ausdrücklich erwünscht.

Durch eine Begrenzung der Verkaufsflächen sollen negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und mögliche Belastungen der Anwohner durch Liefer- und Kundenverkehr reduziert werden.

Für bereits bestehende Betriebe des Einzelhandels besteht Bestandschutz. Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe sind, soweit sie zur Sicherung des Standorts notwendig sind (max. +10% bis +15%), möglich. Dabei sollten aber in der Summe die angegebenen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale nicht überschritten werden.

	WS	WR	WA	WB	MD	MI	MK	GE	GI	SO
<i>Einkaufszentren</i>							X			X*
<i>Großflächige EH-Betriebe ≥ 800 m² Verkaufsfläche</i>							X			X*
<i>EH-Betriebe ≤ 800 m² Verkaufsfläche</i>					X	X	X	X**	X**	X*
<i>Läden</i>				X	X	X	X	X**	X**	X*
<i>Der Versorgung des Gebiets dienende Läden</i>	X		X	X	X	X	X	X**	X**	X*
<i>Läden, die der Deckung des täglichen Bedarfs der Bewohner des Gebiets dienen</i>		A	X	X	X	X	X	X**	X**	X*

Tabelle 2: Einzelhandelstypen und Baugebiete nach BauNVO (aus BUNZEL 2009)

- X = allgemein zulässig
- * = bei entsprechender Zweckbestimmung
- ** = als Unterfall der allgemein zulässigen Gewerbebetriebe
- A = ausnahmsweise zulässig

10 Weitere Hinweise und Empfehlungen

Es kommt der Stärkung der Ortsmitte der Marktgemeinde Weisendorf eine vorrangige Bedeutung zu. Somit sollen die Bemühungen der Marktgemeinde daraufhin ausgerichtet sein, Entwicklungen und Ansiedlungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Ortsmitte Weisendorf“ zu fördern und zu unterstützen. Neben den im vorhergehenden Kapitel bereits genannten Zielen und Empfehlungen in Bezug auf die Ansiedlung von Einzelhandel (unterschieden nach Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs, zentrenrelevanten Sortimenten, nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in den festgesetzten Bereichen sowie in nicht abgegrenzten Bereichen können dazu auch die folgenden flankierenden Maßnahmen beitragen.

10.1 Belegung des Ortszentrums durch weitere Frequenzbringer

Der Markt Weisendorf zeichnet sich als Wohnstandort aus. Fast 2.600 Auspendler bei gleichzeitig etwa 1.100 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen am Ort sprechen eine deutliche Sprache und ziehen nach sich, dass die räumlichen Bezüge der Weisendorfer durch diese Pendlerverflechtungen hauptsächlich Richtung Erlangen und Herzogenaurach gehen.

Die Nahversorgung in Weisendorf wird durch die Bewohner weitestgehend positiv beurteilt, allerdings wird die periphere Lage von Einzelhandel im Gewerbegebiet durchaus kritisch gesehen.

Das Angebot im Zentrum (zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte Weisendorf“) weist heute bereits erkennbare Lücken auf. Täglicher Bedarf (Bäckerei, Metzgerei), Gastronomie (Restaurants, Eisdielen, Bäckerei-Café), Geldinstitute, medizinische Angebote bestehen. Verwaltung (Rathaus), Schulen etc. sind außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs verortet, genauso Supermarkt und Discounter.

Ziel für das Ortszentrum muss es sein, zum einen möglichst frequenzbringende Angebote zu verorten, zum anderen die Vielfalt des Branchen-Mixes zu erhöhen, d.h. Angebote verschiedener Sortimente des Einzelhandels mit Angeboten aus dem Bereich Dienstleistungen (Gesundheit, Beratung etc.) und Angeboten der Gastronomie (Café, Kneipe, Restaurant) im Ortszentrum zu verorten.

10.2 Verknüpfung von Naherholung und Handel

Anknüpfend an die Ansätze des vorangegangenen Kapitels (Branchen-Mix) soll nochmals auf die Potenziale durch eine Verknüpfung von Handel und Naherholung hingewiesen werden.

Weisendorf ist sicherlich kein touristischer Schwerpunktort. Aber zumindest bilden das ehemalige Schloss (heute Institut Notre Dame de Vie) und der umgestaltete Schlossgarten eine gewisse Attraktivität, weiter liegt Weisendorf in einer Weiherlandschaft mit einer Vielzahl von Weihern, Weiherketten etc. Diese werden durch ein Netz von Wanderwegen und Radwegen erschlossen.

Den geneigten Fahrradfahrer oder Wanderer für eine Brotzeit, einen Kaffee oder einfach eine Pause am Ort zu halten, muss Ziel sein und kann nur durch entsprechende Angebote im gastronomischen Bereich und Wegeführung (Hinweisschilder) gewährleistet werden.

10.3 Aktive Ansiedlung von gewünschten Betrieben im Ortszentrum

Die Erfahrung zeigt, dass die Vermarktung von vorhandenen gewerblich nutzbaren Flächen allein auf dem Immobilienmarkt oft nicht zufriedenstellend funktioniert und dass standortsuchende Unternehmer oft nicht von selbst an die Möglichkeit einer Ansiedlung im Weisendorfer Ortszentrum denken.

Dazu wird eine aktive Akquisition benötigt, die potenzielle Investoren, Unternehmer, ansiedlungswillige Geschäfte anspricht und auf die Möglichkeiten im Ortszentrum von Weisendorf aufmerksam macht. Dies gilt sowohl für Einzelhandelsbetriebe als auch für Dienstleistungs-, Gastronomiebetriebe und andere.

Diese Tätigkeit der Wirtschaftsförderung muss professionell organisiert werden. Das heißt, es müssen personelle Ressourcen geschaffen werden (als Teil der Marktverwaltung oder durch einen externen Projektmanager), die sich mit u.a. dieser Thematik beschäftigen.

Im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel besteht für Weisendorf ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial in Höhe von 410 m² Verkaufsfläche (bzw. 890 m² für den Fall des angenommenen Einwohneranstiegs). Zusammen mit dem Potenzial im Sortimentsbereich Gesundheit und Pflege in Höhe von 200 bis 250 m² Verkaufsfläche ergibt dies in den Sortimenten des periodischen Bedarfs insgesamt ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 610 bis 1.140 m² Verkaufsfläche. Damit bestünde rein rechnerisch die Möglichkeit, z.B. einen Discounter in dieser Größenordnung am Standort Weisendorf anzusiedeln, womit dann die momentanen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale für die gesamte Marktgemeinde Weisendorf im periodischen Bedarf ausgeschöpft wären. Wir würden jedoch einer solchen Ansiedlung die Ansiedlung eines Drogeriemarktes und / oder eines Biomarktes am Standort Weisendorf vorziehen. Vorrangiges Ziel wäre es, damit bzw. mit einem der beiden Geschäfte den alten Schlecker-Standort zu füllen oder z.B. in den Bereich an der Schlosswiese zu gehen.

10.4 Zusammenarbeit der Betriebe, Unterstützung durch den Markt Weisendorf

Der „Schulterschluss“, die Kooperation, Zusammenarbeit, der Austausch, die Vernetzung der Betriebe muss kontinuierlich verbessert werden; nur dadurch wird es den Betrieben gelingen, in der Breite auf sich aufmerksam zu machen. Einzelaktionen von Betrieben erreichen dieses Ziel in der Regel nicht vollständig.

Ein Ziel könnte lauten, das Engagement privater Akteure zur Verbesserung des Einzelhandelsstandorts Weisendorf in ein Gesamtkonzept einzubauen und durch die Verwaltung Weisendorfs zu unterstützen.

In diese Überlegungen sind nach Möglichkeit alle am Ort ansässigen Unternehmen einzubeziehen, neben dem Handel vor allem die Gastronomie, die Dienstleistungsbetriebe und der Freizeitbereich.

Zudem gilt es, die Zusammenarbeit zwischen Betrieben des Ortszentrums und anderer Lagen herzustellen bzw. zu verbessern. Ziel soll sein, Synergien zu erzeugen, statt sich in Konkurrenzkampf aufzuarbeiten.

10.5 Aktives Flächenmanagement im Ortszentrum, Zwischennutzungen

Seit Abschluss der Vorbereitenden Untersuchungen zur Ortskernsanierung sind erste Erfolge bei der Revitalisierung wichtiger Innenentwicklungspotentiale in der Ortsmitte sichtbar.

Weitere große Aufgaben, z.B. im Bereich des Birkenhofs, stehen an. Hierzu bietet es sich an, dass der Markt Weisendorf ein aktives Flächenmanagement bzw. Leerstandsmanagement betreibt und mit den Immobilieneigentümern in intensivem Kontakt über deren Absichten und Zielvorstellungen bleibt.

Es gilt, das Erscheinungsbild leer stehender Flächen attraktiv zu machen oder attraktiv zu halten. Ein heruntergekommenes Haus oder verklebte Schaufenster wirken wenig einladend, wodurch sich die Chance einer Wiederbelebung minimiert und der ganze Standort Ortsmitte ein negatives Image erhält – was zu vermeiden ist.

Bis zu einer dauerhaften Wiedernutzung ist es auch möglich, mit Zwischennutzungen in Leerständen auf deren Potenzial aufmerksam zu machen. So wäre es beispielsweise möglich, leer stehende Schaufenster für Informationen zu nutzen oder Künstler, Vereine, Schulklassen usw. nutzen die Räumlichkeiten und / oder Schaufenster als Ausstellungsfläche.

10.6 Öffentlich-private Kooperation

Viele Schwachpunkte des Ortszentrums sind erkannt. Der Wille vieler Betriebsinhaber für Verbesserungen ist da. Die Bereitschaft des Marktes Weisendorf wurde geäußert.

Es sollte also gelingen, in öffentlich-privater Kooperation an der positiven Entwicklung des Ortszentrums zu arbeiten. Hierfür wäre es notwendig, dass ein Gremium (Arbeitskreis bzw. „runder Tisch“) eingerichtet wird, in dem Informationen ausgetauscht und Projekte initiiert werden.

Auf Erfahrungen und Ergebnisse der im Zuge der Vorbereitenden Untersuchungen zur Ortskernsanierung eingerichteten Projektgruppe „Aktives Ortszentrum Weisendorf“ könnte dabei zurückgegriffen werden.

10.7 Städtebauförderung

Bestrebungen in Richtung Stärkung des Ortszentrums können ggfs. durch ein Management unterstützt werden.

Das Städtebauförderungsprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ bietet die Möglichkeit, neben den klassischen Bau- und Ordnungsmaßnahmen auch Steuerungsmaßnahmen und investitionsvorbereitende Maßnahmen zu unterstützen.

Private Akteure werden direkt in das auf öffentlich-private Kooperation ausgerichtete Programm eingebunden; sie sollen sich auch finanziell beteiligen am Verfügungs- / Quartiersfonds, aus dem Projekte heraus finanziert werden sollen. Eine einzusetzende Lenkungsgruppe bestimmt über die Verwendung der Mittel aus diesem Verfügungsfonds und die Tätigkeit des Managements.

10.8 Maßnahmen der Betriebe

Es gibt viele Möglichkeiten für Betriebe, ihr Geschäft attraktiver zu machen und die Kundenbindung zu verbessern. Konkrete Maßnahmen sollten gemeinschaftlich mit den privaten Akteuren erarbeitet und bei Bedarf von einem / einer externen BeraterIn unterstützt werden.

Maßnahmen sollten konkret auf den Standort Weisendorf abgestimmt werden. Beispielhaft genannt werden können:

- “Von anderen lernen”: Exkursionen in andere Städte und Gemeinden (Was machen die anderen?).
- Fortbildung (Betriebsführung, Marketing, Schaufenster- und Ladengestaltung etc.).
- Qualifizierung der Betriebe im Umgang mit neuen Medien und Nutzung der Chancen durch das Internet (Verpflichtung eines Beraters, der den Betrieben zur Unterstützung zur Verfügung steht, verstärkte Behandlung des Themas Online-Handel, Gewährleistung der Auffindbarkeit der Betriebe im Internet, Ausbau und Kommunikation der eigenen Stärken).
- Durchführen von (möglichst gemeinschaftlichen) Aktionen zur Kundenbindung, über bereits laufende Veranstaltungen hinaus.
- Ergänzen der Sortimente der ansässigen Geschäfte. Potenziale sind in vorliegendem Konzept benannt.
- Geschäftsbewertung als Ansatzpunkt für Verbesserungen mittels gemeinsamer (anonymer) Bewertung durch die Betriebe; evtl. Unterstützung / Durchführung durch neutrale externe Person.

11 Ausblick

Damit die in den Kapiteln 9 und 10 formulierten Ziele und Empfehlungen als „abwägungsrelevantes“ Material in die Bauleitplanung und den integrierten städtebaulichen Entwicklungsprozess des Marktes Weisendorf einfließen können, bedarf es deren Billigung durch den Marktgemeinderat. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept vom 22.12.2017 wurde vom Marktgemeinderat in der Sitzung am 15.01.2018 gebilligt.

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 sind ein elementarer Baustein, das Ortszentrum von Weisendorf als Standort für Wirtschaft, Wohnen, Arbeiten und Leben weiter zu entwickeln. Ein wichtiger Aspekt ist auch die Entwicklung und Ansiedlung weiterer frequenzbringender Nutzungen im Ortszentrum, die zur Attraktivität des Standorts beitragen. Dies kann z.B. ein Drogeriemarkt und / oder ein Biomarkt sein, Gastronomie oder auch andere Nutzungen.

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

Öffentlich-private Kooperationen und das Engagement von Gewerbetreibenden, Immobilieneigentümern und Bewohnern zur Aufwertung des Ortszentrums sollen nach Möglichkeit unterstützt werden.

Nürnberg, im Dezember 2017



12 Anhang

Plan Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungszentrum im
Format Din A3

Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungszentrum

