



Strategisches Konzept zur künftigen räumlichen Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Dornstadt und insbesondere zur Entwicklung innerstädtischer Bereiche

Einzelhandelskonzept und funktionsräumliches Entwicklungskonzept Ortskern Dornstadt



imakomm AKADEMIE GmbH
Ulmer Str. 130
73431 Aalen
www.imakomm-akademie.de

Projektleitung:
ppa. Matthias Prüller

Projektbearbeitung:
Marina Deisenberger, M.Sc.

Aalen/Dornstadt, im Februar 2017

Vorbemerkungen

Die Gemeinde Dornstadt hat im Juni 2016 die imakomm AKADEMIE, Aalen, mit der Erarbeitung eines „Einzelhandelskonzeptes und funktionsräumlichen Entwicklungskonzeptes Dornstadt“ beauftragt.

Ziel:

Das Projekt „Einzelhandelskonzept und funktionsräumliches Entwicklungskonzept Dornstadt“ verfolgt insgesamt zwei Ziele:

- (1) Ziel des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes ist es, auf Basis belastbarer Bestands- und Prognosedaten die **Ziele und Standorte der künftigen Einzelhandels- und Ortskernentwicklung in Dornstadt insgesamt festzulegen**. Dazu sind entsprechende planungsrechtliche Instrumente (v.a. Zielsystem, begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, kommunale Sortimentsliste) zu erarbeiten.

- (2) In Verbindung mit dem Einzelhandelskonzept ist zudem die **Erarbeitung von Entwicklungsperspektiven für den Ortskern** ein weiteres Ziel. Ergebnis ist ein funktionsräumliches Entwicklungskonzept für den Ortskern. Nicht zuletzt aufgrund der starken Einzelhandelsagglomerationen in Autobahnnähe besteht im Ortskern eine nur „dünne“ Einzelhandelslandschaft. Zudem ist ein hoher Sanierungsbedarf bei einzelnen privaten Gebäuden gegeben. Bei einem auch planungsrechtlich zu dokumentierenden Schutz des „Schutzobjekts Ortskern / Innenstadt“ stellt sich dann aber speziell in Dornstadt auch die Frage, welche zusätzlichen Entwicklungsmöglichkeiten „abseits“ von Einzelhandelsnutzungen realistisch sind. Es stellt sich also auch die grundsätzliche Frage, welche Funktion der Ortskern in Zukunft übernehmen wird können – parallel zu den Überlegungen, welche Entwicklungen in Zukunft entlang der Lerchenbergstraße noch ermöglicht werden sollten, die einerseits den Gesamtstandort stärken, andererseits aber nicht die Entwicklungsmöglichkeiten des Ortskerns einschränken sollten.

Beteiligung / Projektgruppe / Abstimmung:

Im Rahmen des Projektes wurden die Akteure vor Ort zielgerichtet eingebunden. Schon während der Analysephase wurden beispielsweise durch Kurzinterviews persönliche Planungen von Ladeninhaber berücksichtigt. Außerdem fand eine frühzeitige Einbindung des Gewerbevereins Dornstadt statt. Nach Vorliegen der Analyseergebnisse und einer ersten Strategie wurden diese Zwischenergebnisse dann zudem mit einer branchenübergreifend besetzten Projektgruppe abgestimmt. Zudem wurden die Analyseergebnisse und strategischen Überlegungen sowie die Ergebnisse aus den Diskussionen mit der Projektgruppe dem Gemeinderat vor Fertigstellung des Konzeptes vorgestellt. Somit konnten auch hier wesentliche Elemente vor der Konzeptfertigstellung abgestimmt werden. **Damit liegt eine grundsätzlich abgestimmte Strategie vor.**

Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes:

Die folgende Dokumentation gibt die zentralen Ergebnisse aus der Analyse, Prognose und den Strategieempfehlungen wider. Diese wurden mit dem Gemeinderat abgestimmt. Detailfragen sind ggf. noch zu diskutieren. **Grundsätzlich obliegt es dann für zahlreiche Themen dem Gemeinderat, über die konkrete Umsetzung und auch Finanzierung einzelner Projekte zu entscheiden.**

Für die gesamtstädtische Einzelhandelssteuerung – als wichtige Rahmenbedingung für eine erfolgreiche Standortentwicklung – gilt aber: Es handelt sich für die planungsrechtliche Umsetzung letztlich um ein Einzelhandelskonzept mit folgender Funktion:

- Das grundsätzliche Ziel des Einzelhandelskonzeptes Dornstadt lehnt sich an die Formulierungen des Einzelhandelserlass Baden-Württemberg an:

Bei der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kommt den Gemeinden eine entscheidende Rolle zu. Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Absicherung dieser Konzepte durch Bauleitpläne können die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren unterstützen und für eine ausgewogene Versorgung sorgen. Vorhandene regionale Einzelhandelskonzepte sind dabei zu berücksichtigen. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben wie auch andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für den Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer. (...) In den

Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel und die Standorte für die weitere Entwicklung des Einzelhandels fest. Bei der Aufstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte ist insbesondere eine Beteiligung der Industrie- und Handelskammern, der Handwerkskammern und Organisationen des Einzelhandels, der Regionalverbände sowie eine Abstimmung mit den betroffenen Nachbargemeinden im Sinne einer freiwilligen interkommunalen / regionalen Abstimmung zu empfehlen (Quelle: Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben, vom 21. Februar 2001).

- Letztlich muss das Einzelhandelskonzept (1) eine klare Definition bzw. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs (= Schutzgut, das von schädlichen Auswirkungen durch Ansiedlungen an anderer Stelle nicht betroffen sein darf) und (2) eine belastbare, weil aus der ortsspezifischen Situation abgeleitete, Sortimentsliste liefern.

- Notwendig ist eine Verabschiedung des Einzelhandelskonzeptes Dornstadt durch den Gemeinderat, um dieser Konzeption den Status eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes im Sinne von §1 Abs. 6 Nr. 11 mit interner Bindungswirkung für Verwaltung und Gemeinderat zu verleihen und den rechtssicheren Einsatz der beiden Instrumente Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Sortimentsliste zu gewährleisten. Dabei stellt das Einzelhandelskonzept die Richtschnur für Verwaltung und Rat bei künftigen Entscheidungen für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, deren Erweiterung oder grundlegender Sortimentsänderungen (Nutzungsänderungen bei bestehendem Bebauungsplan) dar. Es steht als informelles Planungsinstrument unter dem Abwägungsvorbehalt, d.h. es kann von den Regelungen des Konzeptes abgewichen werden. Dies sollte allerdings nur in wenigen, wohl begründeten Ausnahmefällen erfolgen, da sonst das Konzept seine Funktion als Planungsinstrument v.a. auch nach außen hin verliert und als solche beispielsweise auch in gerichtlichen Auseinandersetzungen nicht mehr anerkannt werden würde.

- Im Rahmen der Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes bleibt zu empfehlen, entsprechend relevante Bebauungspläne auf Ihre aktuellen Zulässigkeiten im Bereich Einzelhandel und eine rechtssichere Formulierung und Begründung zu überprüfen.

- Wird das Einzelhandelskonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept verabschiedet, dient es in allererster Linie als Begründungs- und Abwägungsmaterial

bei der Aufstellung von Bebauungsplänen mit Einzelhandelsbezug. Die Sortimentsliste wird ggf. Bestandteil von Bebauungsplänen; die Regelungen des Einzelhandelskonzeptes werden als Begründung für die Zulässigkeit oder den Ausschluss von Einzelhandel oder bestimmter Sortimente Bestandteil des Bebauungsplans (textliche Begründungen des Bebauungsplans beziehen sich dann auf die Regelungen im Einzelhandelskonzept).

- Schließlich gibt das Einzelhandelskonzept auch Planungssicherheit für Projektentwickler und ansiedlungswillige Unternehmen.

ppa. Matthias Prüller, im Februar 2017

Inhaltsverzeichnis

1	Methodisches Vorgehen	8
2	Ausgangssituation	10
2.1	Komprimierter Überblick über ausgewählte Rahmenbedingungen.....	10
2.2	Aktuelle Situation des Einzelhandelsstandortes Dornstadt insgesamt	12
2.2.1	Das Marktgebiet	12
2.2.2	Die Nachfragesituation	15
2.2.3	Die Angebotssituation.....	16
2.2.4	Die Nahversorgungssituation in Dornstadt.....	23
2.2.5	Die Sicht und Planungen der Einzelhandelsbetriebe.....	26
2.3	Die Situation der Innenstadt (Städtebaulicher Kurz-Check aus Kundensicht)	28
2.4	Innenstadthemen aus Sicht des Gewerbevereins	33
2.5	Ansiedlungspotenziale im Bereich Dienstleistung und Gastronomie	36
3	Prognose der Einzelhandelsentwicklung bis zum Jahr 2025	38
3.1	Methodik.....	38
3.2	Prognosedaten	41
3.3	Prognose des künftigen Flächenbedarfs (quantitative Entwicklungspotenziale) .	43
4	Die künftige Entwicklungsstrategie	46
4.1	Konsequenzen aus der Analyse und Prognose	46
4.2	Das Ziel der Einzelhandels- und Ortskernentwicklung	48
4.3	Das funktionsräumliche Entwicklungskonzept.....	48
5	Umsetzung der Strategie	52
5.1	Ziel 1) Etablierung und Entwicklung einer Ortsmitte.....	52
5.2	Ziel 2) Frequenzbringer in den Ortskern	56
5.3	Ziel 3) Langfristige Planungen: Visionen 2020 / 2030 / 2040	58
5.4	Ziel 4) Planungsrechtliche Umsetzung der Einzelhandelssteuerung	68
5.4.1	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich.....	69
5.4.2	Grundsätze der Einzelhandelssteuerung	72

5.4.3	Räumliche Konkretisierung der Grundsätze = Standortkonzept	78
5.4.4	Sortimentsliste („Dornstadter Liste“)	81
6	Anhang	85
6.1	Hinweise zur Methodik.....	85
6.2	Hinweise zu Begrifflichkeiten	88

1 Methodisches Vorgehen

Es ist offensichtlich, dass einem langfristigen Entwicklungskonzept eine fundierte Datenbasis zugrunde gelegt werden muss. Dies stellt jedoch ein komplexes Unterfangen dar, das einer zuverlässigen Methodik bedarf. Um belastbare Ergebnisse liefern und um einen reibungslosen und erfolgreichen Ablauf garantieren zu können, haben wir uns im Vorfeld der Untersuchung in Dornstadt – in Absprache mit dem Auftraggeber – für die Anwendung unterschiedlicher Erhebungsmethoden entschieden („**Methodenmix**“). Die folgende Abbildung gibt einen Überblick.

Grafik: Übersicht über die Methoden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes Dornstadt

Was? (Methodik)		Auswahl? (Auswahlverfahren)	Beteiligung / Rücklauf? (Stichprobenumfang)
Der Einzelhandelsstandort Dornstadt	Kurz-Interviews mit Einzelhandelsbetrieben, inklusive schriftlichen Fragebogen	Alle Einzelhandelsbetriebe	9 mündliche bzw. schriftliche Befragungen (Beteiligungsquote: 26%)
	Quantitative und qualitative Erhebung der Einzelhandelsbetriebe	Alle Einzelhandelsbetriebe	34 Betriebe *)
Erfassung aller dienstleistungsnaher Betriebe (EG-Lage) im Ortskern: 34 Betriebe			
Städtebaulicher Kurzcheck , Fokus Innenstadt im August 2016			
Expertenrunde Gewerbeverein am 04. August 2016			
Abstimmungstermin Stadtverwaltung am 29. September 2016			
Projektgruppensitzung am 24. Januar 2017			
Ortsteilausschuss am 09. Februar 2017			
Gemeinderatssitzung am 06. April 2017			

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2017.

*) Hinweis: Diese Zahl beinhaltet ausschließlich die als stationäre Einzelhandelsgeschäfte definierten Betriebe; Ladenhandwerksbetriebe aus den Bereichen Reinigung und Friseure (Betriebe mit Umsatzschwerpunkt im Bereich Dienstleistung und nicht Einzelhandel) wurden nicht mit berücksichtigt. Aus diesem Grunde können sich in Vergleichen mit früheren Erhebungen anderer Beratungsunternehmen Abweichungen und damit eine eingeschränkte Vergleichbarkeit ergeben.

Fazit: Aufgrund der Anzahl der befragten Betriebe, der Art der Auswahl der Betriebe (Vollerhebung) und weiterer qualitativer methodischer Ansätze (Städtebau usw.) können die Er-

gebnisse als **in hohem Maße belastbar und als gute Basis für die weiteren strategischen Überlegungen** bezeichnet werden.




2 Ausgangssituation

2.1 Komprimierter Überblick über ausgewählte Rahmenbedingungen

Dornstadt besitzt die zentralörtliche Funktion eines Unterzentrums in der Region Donau-Iller, Landkreis Alb-Donau-Kreis. Der Nahbereich umfasst die Gemeinden Westerstetten und Beimerstetten.

Der Standort Dornstadt wurde von der imakomm AKADEMIE anhand einzelner Indikatoren kurz analysiert. Eine Bewertung Dornstadts erfolgt jeweils im Vergleich zum Landkreis Alb-Donau und zum Land Baden-Württemberg insgesamt.

Grafik: Statistische Daten Dornstadt

Indikator	Dornstadt	Landkreis Alb-Donau	Land Baden-Württemberg
Bevölkerungsstand 2014 absolut:	8.589	189.129	10.716.644
Bevölkerungsentwicklung 2014 bis 2035 in % (Prognose nicht korrigiert! Inkl. Wanderungen)	3,4%	3,7%	3,7%
Anteil der 65-jährigen und älter an der Gesamtbevölkerung 2014	19,7%	18,7%	19,8%
Ausländeranteil 2014	9%	9,8%	12,6%
Arbeitslosenanteil (an den SvB) 2014 *)	3,4%	3,7%	5,3%
Kaufkraft 2014 (Euro/Haushalt) *)	54.040	53.305	49.653
Alterswanderung (je 1.000 Einwohner) *)	8,1	-0,1	-1,2
Bildungswanderung (je 1.000 Einwohner) *)	6,2	-14,7	20,0
Familienwanderung (je 1.000 Einwohner) *)	11,6	9,8	7,8
*) Quelle der Daten: Bertelsmann-Stiftung: Wegweiser Kommune, 2016. Hervorgehobene Werte: Auffällige / vom Durchschnitt abweichende Werte.			
	= In diesem Bereich ist die Position von Dornstadt überdurchschnittlich positiv		
	= In diesem Bereich ist die Position von Dornstadt durchschnittlich		
	= In diesem Bereich ist die Position von Dornstadt unterdurchschnittlich		

Quelle: Zusammenstellung durch imakomm AKADEMIE, 2016. Datengrundlage: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, abgerufen unter <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/> im August 2016.

Die Übersicht zeigt:

Positive Ausgangsbedingungen hinsichtlich Sozialstruktur. Die Gemeinde Dornstadt weist eine überdurchschnittliche Kaufkraft auf und in allen Altersgruppen (auch bei den 18 bis 24-Jährigen!) eine positive Wanderungsbilanz.

Für den Einzelhandelsstandort Dornstadt bedeutet dies:

Die „**eigene**“ **einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird** gemäß dieser Indikatoren und aufgrund des zu erwartenden Bevölkerungszuwachses **noch weiter steigen**. Die **Bindung der eigenen Kaufkraft** ist somit für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Dornstadt entscheidend.

2.2 Aktuelle Situation des Einzelhandelsstandortes Dornstadt insgesamt

2.2.1 Das Marktgebiet

a) Abgrenzungskriterien allgemein

Das Markt- bzw. Einzugsgebiet eines Einzelhandelsstandortes umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Einzelhandelskunden rekrutieren. Mit anderen Worten: Die Bevölkerung aus diesem Gebiet kommt mehr oder weniger regelmäßig an den Standort und tätigt dort u.a. Einkäufe.

Die Größe des Einzugsgebietes ist grundsätzlich abhängig von

- der überörtlichen Verkehrsanbindung,
- den wirtschafts- und siedlungsstrukturellen Gegebenheiten in der Standortgemeinde,
- den topografischen und siedlungsstrukturellen Bedingungen im Umfeld (bspw. geringe Bevölkerungsdichte im ländlichen Raum, naturräumliche Grenzen),
- dem vorhandenen Angebot am Standort sowie
- der Lage zu konkurrierenden Zentren und der Attraktivität dieser Zentren (für Dornstadt bspw. Nähe und verkehrliche Anbindung zu dem Doppelmittelzentrum Blaubeuren / Laichingen und dem Oberzentrum Ulm / Neu-Ulm).

Zudem wurde die Abgrenzung des Marktgebiets von Dornstadt im Detail zusätzlich überprüft auf Basis der Angaben der Einzelhandelsbetriebe (Angaben zur Herkunft der Kunden).

b) Das Marktgebiet von Dornstadt

Daten:

Unter Berücksichtigung der skizzierten Einflussfaktoren des Einzugsgebietes der Gemeinde Dornstadt wird klar erkennbar, dass Dornstadt über ein überörtliches Einzugsgebiet verfügt. Das Marktgebiet geht über den Nahbereich von Dornstadt hinaus.

▪ Zone 1:	Dornstadt	8.589 Einwohner
▪ Zone 2:	Westerstetten, Beimerstetten, Jungingen (Ulm), Lehr (Ulm), Bernstadt, Breitingen, Holzkirch, Lonsee	18.245 Einwohner
<hr/>		
▪ GESAMT:		26.834 Einwohner ¹

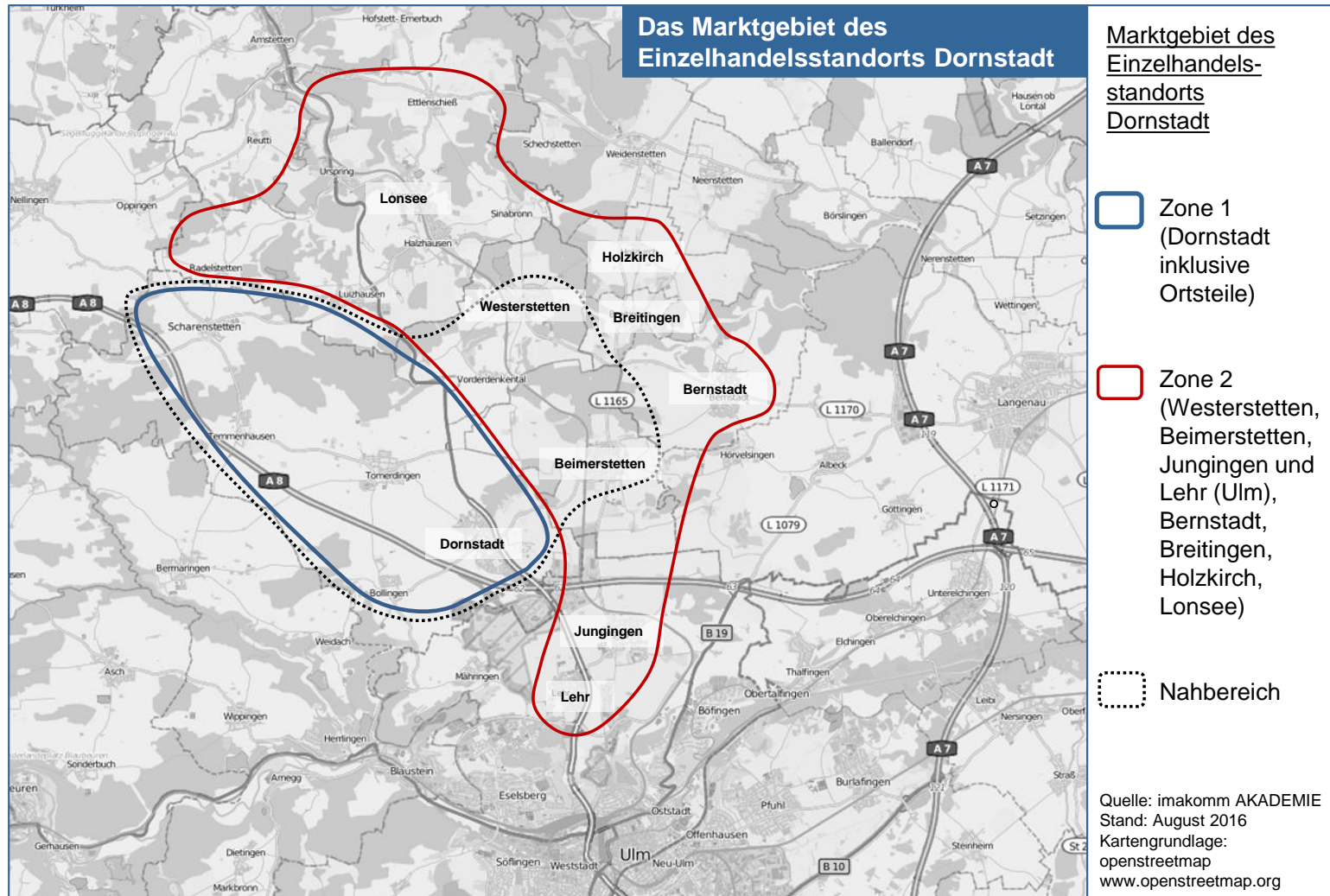
Es gilt: Mit zunehmender Entfernung nimmt die Tendenz der Kunden ihren Einkauf in Dornstadt zu tätigen ab. In Zone 2 herrschen aufgrund der Nähe und des Angebots in den Orten starke Einkaufstendenzen nach Dornstadt vor. Für die Kommunen Westerstetten, Beimerstetten, Bernstadt, Breitingen, Holzkirch und Lonsee stellt Dornstadt das nächste zu erreichende Unterzentrum dar. Aufgrund der räumlichen Nähe sind auch die Ulmer Stadtteile Jungingen und Lehr zum Einzugsgebiet von Dornstadt zu zählen. In Summe ist zu beachten, dass die vorhandenen Kaufkraftbeziehungen nach Dornstadt stark von den betroffenen Sortimenten abhängen.

Für den Einzelhandelsstandort Dornstadt bedeutet dies:

Dornstadt schafft es heute schon zusätzliche Kaufkraft aus dem Umland zu binden. Aufgrund der räumlichen Lage zum starken Oberzentrum Ulm / Neu-Ulm ist eine weitere Ausweitung des Marktgebiets allerdings kaum noch möglich.

¹ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2014 (Stand 31.12.2014, Basis Zensus 2011).

Grafik: Räumlicher Überblick – das ungefähre Marktgebiet von Dornstadt



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

2.2.2 Die Nachfragesituation

Auf der Basis von Kaufkraftzahlen der GfK Nürnberg betrug die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** pro Einwohner (ohne Kfz-Handel und Brennstoffhandel) im Jahr 2016 im Bundesdurchschnitt **ca. 5.792 Euro pro Einwohner**.

Zu berücksichtigen gilt: Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist regional unterschiedlich verteilt. Diese räumlich unterschiedliche Verteilung kann für jede Stadt und Gemeinde anhand des Kaufkraftkoeffizienten angegeben werden. Dieser gibt an, inwieweit eine Kommune über bzw. unter dem genannten Bundesdurchschnitt liegt. Für die Stadt / Gemeinde Dornstadt gilt aktuell ein leicht überdurchschnittlicher **Kaufkraftkoeffizient von 107,4²**. Ein Wert von 100 entspräche dem deutschlandweiten Durchschnitt, so dass die kommunalen Werte für Dornstadt über dem Bundesdurchschnitt liegen.

Vor diesem Hintergrund und auf Basis der Marktgebietszahlen ergeben sich folgende Kennwerte zur Nachfragesituation im Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Dornstadt:

Grafik: Aktuelle Kaufkraft im Marktgebiet von Dornstadt

Zone	Kaufkraft absolut in Mio. € pro Jahr	Anteil der Kaufkraft
Zone 1: Dornstadt	53,4	34%
Zone 2: *)	105,7	66%
Gesamtes Marktgebiet (= Zonen 1 und 2)	159,1	100%
Hinweis: Ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen *) Kaufkraftkoeffizienten für die Marktgebietszone 2: Annahme durchschnittlicher Kaufkraftkoeffizient von 100,0.		

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016. Eigene Berechnungen.

² Quelle: GfK Nürnberg, Stand: 2016.

2.2.3 Die Angebotssituation

a) Position des Einzelhandelsstandortes Dornstadt

Die folgenden Grafiken zeigen den Einzelhandelsbestand in Dornstadt nach quantitativer Ausstattung, Leistungsstärke und Gesamtbetrachtung nach Sortimenten.

Grafik: Kennziffern zur Angebotssituation I – quantitative Ausstattung

Kennziffern zur Angebotssituation	2016	Position Dornstadts zu ähnlich strukturierten Städten		
		- = eher schlechter	o = durchschnittlich	+ = eher besser
▪ Zahl der Betriebe im Einzelhandel:	34*)			
▪ Verkaufsfläche Einzelhandel in Dornstadt insgesamt:	9.160 m ²	-	o	+
▪ Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich (Food):	4.675 m ² (= 51% der Gesamt-VK)	-	o	+
▪ Verkaufsflächenanteil Innenstadt	14%	-	o	+
▪ Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner in Dornstadt ³ :	1.066 m ² / 1.000 EW	-	o	+

*) Hinweis: Diese Zahl beinhaltet ausschließlich die als stationäre Einzelhandelsgeschäfte definierten Betriebe; Ladenhandwerksbetriebe aus den Bereichen Reinigung und Friseur (Betriebe mit Umsatzschwerpunkt im Bereich Dienstleistung und nicht Einzelhandel) wurden nicht mit berücksichtigt. Aus diesem Grunde können sich in Vergleichen mit früheren Erhebungen anderer Beratungsunternehmen Abweichungen und damit eine eingeschränkte Vergleichbarkeit ergeben.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

³ Verkausflächenausstattung pro 1.000 Einwohner = Maß für die Angebotsausstattung einer Kommune im Bereich Einzelhandel. Durch den Bezug auf die Einwohnerzahl einer Stadt bzw. Gemeinde wird eine Vergleichbarkeit mit anderen Kommunen möglich. Vergleichswert: 1.463

Grafik: Kennziffern zur Angebotssituation II – Leistungsstärke

Kennziffern zur Angebotssituation	2016	Position Dornstadts zu ähnlich strukturieren Städten - = eher schlechter, o = durchschnittlich, + = eher besser		
▪ Umsatz im Einzelhandel von Dornstadt insgesamt:	38,8 Mio. €			
▪ Umsatzanteil mit Kunden aus Dornstadt / von außerhalb	64% / 36%			
▪ Umsatz im Bereich Food:	23,6 Mio. €			
▪ Umsatz pro m ² Verkaufsfläche: ⁴	4.241 €/m ²	-	o	+
▪ Kaufkraftbindungsquote ⁵ Einzelhandel insgesamt:	45-50%	-	o	+
▪ Kaufkraftbindungsquote Food :	75-80%	-	o	+
▪ Kaufkraftbindungsquote Non-Food:	25-30%	-	o	
▪ Zentralität ⁶ :	73%	-	o	+
*) Hinweis: Diese Zahl beinhaltet ausschließlich die als Einzelhandelsgeschäfte definierten Betriebe; Ladenhandwerksbetriebe aus den Bereichen Reinigung und Friseure (Betriebe mit Umsatzschwerpunkt im Bereich Dienstleistung und nicht Einzelhandel) wurden nicht mit berücksichtigt				

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

⁴ Durchschnittliche Flächenproduktivität im Einzelhandel in Deutschland 2009: 2.957 € / m² (Quelle: EHI, 2014)

⁵ Kaufkraftbindungsquote = Indikator dafür, in welchem Maß es dem Einzelhandel einer Kommune gelingt, die Einwohner der Kommune selbst (nicht des Umlandes!) an sich zu binden. Die Kaufkraftbindungsquote errechnet sich aus der Gegenüberstellung des (sortimentsspezifischen) Umsatzes aller Einzelhandelsbetriebe, den sie mit Einwohnern aus der Kommune erwirtschaften (Unterschied zur Zentralitätskennziffer, bei der der Gesamtumsatz mit allen Kunden, also auch Kunden aus dem Umland, verwendet wird), mit der einzelhandelsrelevanten (sortimentspezifischen) Kaufkraft der Einwohner der Kommune.

⁶ Zentralität = Maß für die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes. Sie gibt an, ob Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland größer / kleiner als die Umsatzabflüsse aus Dornstadt sind. Berechnung: Einzelhandelsumsatz in Dornstadt mit allen Kunden (unabhängig von deren Herkunft) dividiert durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung von Dornstadt. Beispiel: Ein Wert größer 100 gibt an, dass die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland die Kaufkraftabflüsse aus der Standortgemeinde übersteigen.

Grafik: Kennziffern zur Angebotssituation III – Betrachtung nach Sortimenten

Sortiment	Zentralität	Kaufkraftbindungsquote
Nahrungs- und Genussmittel	109%	75-80%
Gesundheit- und Körperpflege	103%	70-75%
Blumen	94%	50-55%
zoologischer Bedarf	81%	50-55%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	107%	70-75%
Bücher / Zeitschriften	14%	5-10%
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren (PBS)	110%	75-80%
Spielwaren / Hobbies	33%	10-15%
Bekleidung	29%	15-20%
Schuhe / Lederwaren	260%	65-70%
Sportbekleidung- und schuhe	56%	35-40%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	58%	25-30%
Elektrowaren	22%	10-15%
Hausrat	129%	45-50%
Möbel / Einrichtung	< 5%	< 5%
Haus- und Heimtextilien	26%	15-20%
Bau- und Heimwerkerbedarf	5%	0-5%
Gartenbedarf	10%	5-10%
Fahrrad & Zubehör	240%	75-80%
Sonstiger "innenstadtypischer" Einzelhandel *)	52%	30-35%
Sonstiger Einzelhandel **)	40%	20-25%
überwiegend langfristiger Bedarf	27%	10-15%
Einzelhandel insgesamt	73%	45-50%
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016 *) = Optik / Akustik, Uhren / Schmuck **) = u.a. Autozubehör, Campingartikel, Sportartikel		Stark überdurchschnittliche Werte in einzelnen Sortimentsgruppen
		Durchschnittliche Ausstattung in einzelnen Sortimentsgruppen
		Stark unterdurchschnittliche Werte in einzelnen Sortimentsgruppen

b) Differenzierte Bewertung des Angebotes nach Standortlagen

Von besonderer Bedeutung für die künftige Einzelhandelssteuerung ist die Stärke einzelner Standortlagen (Innenstadt, Gewerbegebiete usw.). Gemäß den raumplanerischen Vorgaben können folgende **Standortlagen** unterschieden werden:

1. **Zentraler Versorgungsbereich** (Innenstadt) von Dornstadt, vgl. Abgrenzung im entsprechenden Kapitel,
2. sonstige / restliche **integrierte Lagen** in Dornstadt inkl. Stadt / Gemeindeteile (= **restliches Stadt / Gemeindegebiet**),
3. **Gewerbegebietslagen**, d.h. nicht integrierte Lagen.

Die folgende Grafik zeigt den Einzelhandelsbestand in Dornstadt nach einzelnen Standortlagen:

Grafik: Die Angebotssituation in Dornstadt nach Standortlagen

Kennziffern zur Angebotssituation	Zentraler Versorgungsbereich *)	Sonstige Lagen (ohne Ortsteile)	Ortsteillagen	Gesamt
▪ Zahl der Betriebe im Einzelhandel:	14 (= 41%)	12 (=35%)	8 (=23%)	34
▪ Durchschnittliche Betriebsgröße (VK in m ² pro Betrieb)	94	623	47	269
Kennziffern quantitative Ausstattung:				
▪ Verkaufsfläche:	1.315 (= 14%)	7.470 (=82%)	375 (4%)	9.160
▪ Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich (Food):	490 (= 10%)	3.920 (84%)	265 (6%)	4.675
▪ Verkaufsfläche im Nicht-Lebensmittelbereich (Non-Food):	825 (= 18%)	3.550 (79%)	110 (3%)	4.485
Kennziffern zur Leistungsstärke:				
▪ Umsatz im Dornstadt Einzelhandel insgesamt:	4,7 Mio. € (= 12%)	32,5 Mio. € (84%)	1,6 Mio. € (4%)	38,8 Mio. €
▪ Umsatz im Bereich Food:	2,2 Mio. €	20,1 Mio. €	1,3 Mio. €	23,6 Mio. €
▪ Umsatz pro m ² Verkaufsfläche:	3.598 €	4.355 €	4.233 €	4.241 €
Hervorgehoben: Auffällige / vom Durchschnitt bzw. vergleichbaren Standorten abweichende Kennziffern. Hinweis: ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen. *) Abgrenzung nach zentralörtlicher Versorgungskern, Region Donau-Iller				

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

c) **Bewertung des Einzelhandelsstandortes Dornstadt insgesamt**

Die Analyse der Position des Einzelhandelsstandortes Dornstadt aktuell zeigt:

- **Dornstadt ist ein durchschnittlich starker Einzelhandelsstandort.** Im Bereich Nahversorgung ist die quantitative Ausstattung für diese Gemeindegröße leicht überdurchschnittlich. In einzelnen Sortimentsbereichen weist die Gemeinde **überdurchschnittliche Ausstattungskennziffern** auf (Schuhe, Hausrat und Fahrrad). Im Bereich des langfristigen Bedarfs herrschen **Angebotslücken** vor und vor allem auch für das Sortiment **Bekleidung** ist die Ausstattung als unterdurchschnittlich einzustufen.
- **Gleichzeitig ist auch die Leistungsstärke insgesamt durchschnittlich**, abzulesen an der Kennziffer „Zentralität“. Im Endergebnis findet kein Kaufkraftzufluss statt. Dies ist vor allem durch die „dünne“ Ausstattung in den mittel- und langfristigen Sortimenten zu begründen. Im Bereich der Nahversorgung findet ein Kaufkraftzufluss von außen statt.

Die Analyse nach Standortlagen in Dornstadt aktuell zeigt:

- **Der Ortskern ist in Dornstadt im Vergleich zu den weiteren Lagen deutlich schwächer** – zwar sind ca. 40% aller Einzelhandelsbetriebe dort ansässig, jedoch nimmt der Ortskern bei Betrachtung der **Verkaufsfläche** eine vergleichbar **schwache Position** ein. Ein Großteil der Verkaufsfläche befindet sich **außerhalb der Innenstadt**. Mit anderen Worten: Soll künftig die Innenstadt als Einzelhandelsstandort weiter gestärkt werden, so muss „draußen“ eine sehr restriktive Einzelhandelssteuerung erfolgen.
- **Dornstadt verfügt über einen sehr starken Standort im südöstlichen Gemeindegebiet in Autobahnnähe.** So befindet sich ein sehr **hoher Anteil der Verkaufsfläche** an diesem Standort. Auch ein **Großteil des Umsatzes** wird an diesen Standorten generiert. Obwohl Dornstadt insgesamt ein starker Standort ist, zeigt sich, dass dies Resultat der **starken Standorte außerhalb des Ortskerns ist**.

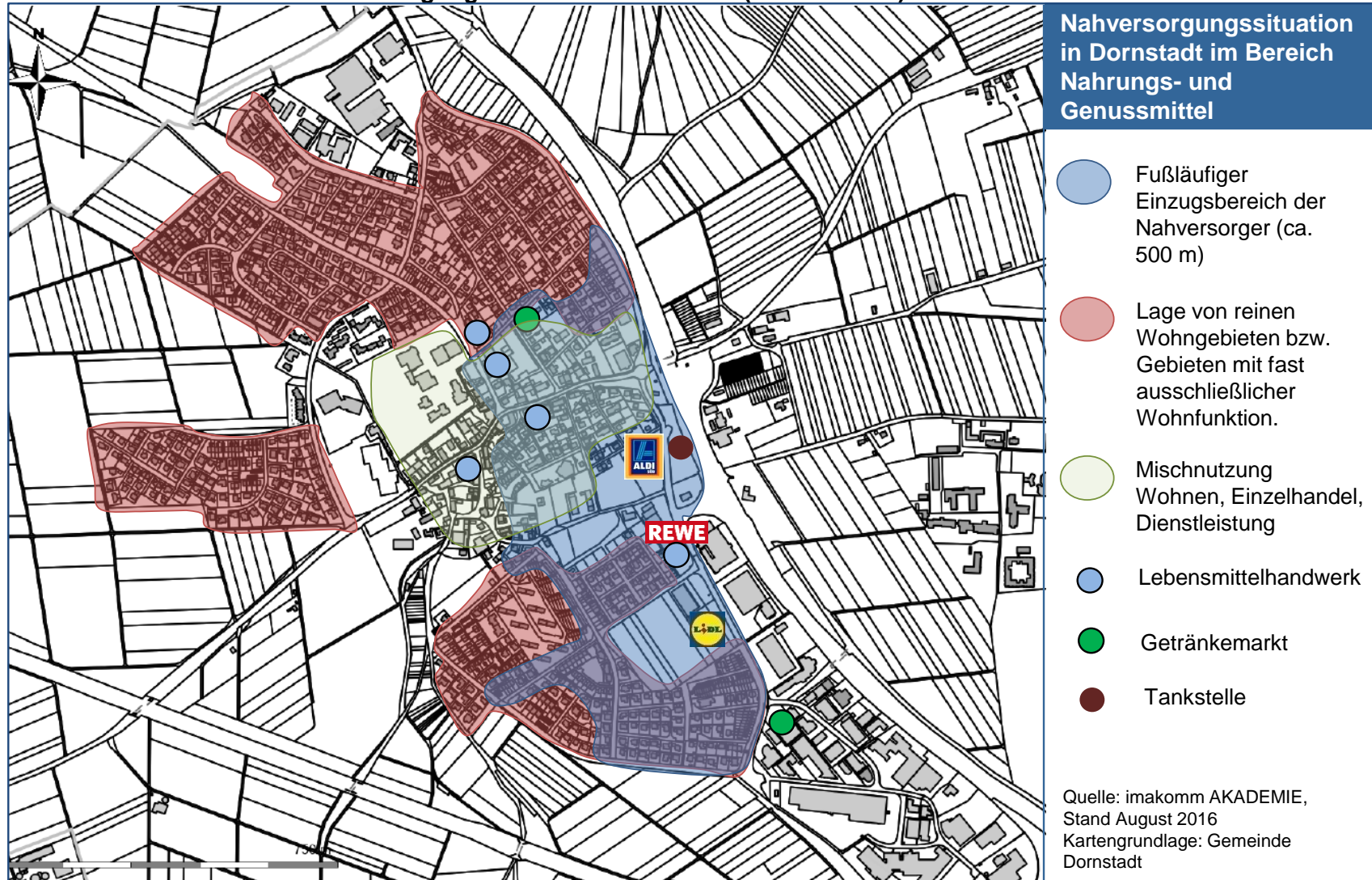
- Einerseits kann Dornstadt durch diese Einzelhandelsagglomeration die eigene Kaufkraft in hohem Maße vor Ort binden und auch Kaufkraft von „außerhalb“ anziehen. Andererseits stellt dieser starke Standort klar eine Konkurrenz zum Ortskern dar.

2.2.4 Die Nahversorgungssituation in Dornstadt

Bisher wurde die Angebotssituation im Einzelhandelsbereich insgesamt, d.h. für alle Sortimente insgesamt, betrachtet. Im Folgenden wird speziell die Nahversorgungssituation anhand des Sortimentes Lebensmittel analysiert.

Die folgende Abbildung zeigt überblicksartig die Nahversorgungssituation durch größere Lebensmittelanbieter in Dornstadt.

Grafik: Überblick über die Nahversorgungssituation in Dornstadt (Lebensmittel)



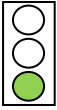
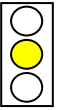
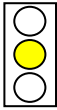
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Wesentliche Erkenntnisse:

- **Die Nahversorgungsanbieter sind nicht gleichmäßig über das Gemeindegebiet verteilt.** Die Standorte der wichtigen Nahversorgungsanbieter konzentrieren sich auf das südöstliche Gemeindegebiet von Dornstadt im Bereich der Lerchenbergstraße.
- **Eine flächendeckende Nahversorgung über das gesamte Gemeindegebiet ist folglich nicht gegeben.** Vor allem bei den größeren Wohngebieten im Norden des Gemeindegebiets sind Versorgungslücken im Bereich Nahversorgung erkennbar. Für die Bewohner dieser Gebiete ist die fußläufige Erreichbarkeit von ihrem Wohnstandort zu einem größeren Nahversorgungsbetrieb (ca. 500 m Entfernung) nicht gegeben. Zahlreiche Einwohner dürften daher auf Verkehrsmittel – v.a. den privaten Pkw – beim Lebensmitteleinkauf angewiesen sein.
- Die Ortsteile von Dornstadt weisen zwar eigene Nahversorgungsbetriebe in Form von Bäckereien und kleinen Lebensmittelläden auf, eine gute Nahversorgungssituation ist jedoch in keinem Ortsteil vorhanden. **Die größeren Anbieter in der Kerngemeinde übernehmen somit die Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet.**

2.2.5 Die Sicht und Planungen der Einzelhandelsbetriebe

Im Folgenden sind die zentralen Ergebnisse der schriftlichen und mündlichen Einzelhandelsbefragungen am Standort Dornstadt dargestellt. Durch die imakomm AKADEMIE erhoben wurden alle 34 Einzelhandelsbetriebe (=Vollerhebung), weiterführende Angaben in Form einer mündlichen oder schriftlichen Befragung machten 9 Betriebe.

Standortzufriedenheit	Bewertung
<p>(8 Nennungen)</p> <p>Note: 2,1</p> <p>Begründungen für negative Bewertungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parkplatzsituation / Erreichbarkeit ▪ Keine attraktivere Ortsmitte gegeben ▪ Geringe Unterstützung durch die Gemeinde ▪ Gastronomieangebot nicht ausreichend 	
Umsatzentwicklung zum Vorjahr	
<p>(6 Nennungen)</p> <p>Gemischtes Bild bei der Umsatzentwicklung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rückläufiger Umsatz bei 2 Betrieben ▪ Gleichbleibender Umsatz bei 2 Betrieben ▪ Gestiegener Umsatz bei 2 Betrieben 	
Veränderungsabsichten in nächsten 2-3 Jahren	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veränderungsabsichten bei 4 Betrieben <ul style="list-style-type: none"> ○ Erweiterung/Ausbau durch Online-Handel ○ Sortimentsänderung ○ Vergrößerung und Innenmodernisierung ○ Eventuelle Schließung bei bestehender Unzufriedenheit aufgrund keiner Weiterentwicklung des Ortes 	

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Genannte Verbesserungsvorschläge für die Innenstadt	Nennungen
Verbesserung der Parkplatzsituation, insbesondere Ortsmitte	3
Attraktivere Ortsmitte	2
Förderung und Attraktivierung von Handel in Gewerbegebieten	1
Verbesserung des Angebots bei Markentextilien und Sport	1
Schließung von Baulücken	1
Mehr Unterstützung durch die Stadt	1

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Weitere Ergebnisse – Fragen zu Umsatz, Verkaufsflächenausstattung, Kundenherkunft usw. – werden hier nicht dargestellt. Diese haben Eingang gefunden in die Daten zur Angebotssituation, werden dort aber nicht im Einzelnen (Stichwort Datenschutz!) dargestellt.

2.3 Die Situation der Innenstadt (Städtebaulicher Kurz-Check aus Kundensicht)

a) Methodik

Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes Dornstadt wurde im August 2016 ein städtebaulicher Kurz-Check in Form einer Vor-Ort-Begehung durch die imakomm AKADEMIE durchgeführt.

Fokus war eine städtebauliche Bewertung des Ortskerns von Dornstadt, v.a. die **Erlebbarkeit des Ortskerns aus Kundensicht**. Denn: Neben der Quantität und Qualität des bestehenden Angebotes (v.a. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, vgl. entsprechende Analyseergebnisse) bestimmen räumliche bzw. städtebauliche Strukturen aufgrund wachsender Anforderungen / Ansprüche der Kunden immer stärker die Attraktivität und letztlich auch die Wettbewerbsfähigkeit eines Ortskerns.

Im Rahmen der Vor-Ort-Begehungen des städtebaulichen Kurz-Checks wurden folgende Bereiche bewertet:

- Fußläufige Verbindungen innerhalb der Innenstadt („Durchlässigkeit“),
- Eingangsbereiche der Innenstadt,
- Fassadengestaltung / bauliche Qualitäten,
- Gestaltung öffentlicher Raum,
- Fußgängerführung durch Beschilderung bzw. durch entsprechende gestalterische Maßnahmen (u.a. saisonale Bepflanzungen, Beleuchtungssysteme usw.),
- Verknüpfung der einzelnen Lagen untereinander (Wege- und Sichtbeziehungen),
- Trennlinien, Barrieren,
- Freiraumqualität.

Wichtiger Hinweis: Die Bilder zeigen einzelne Positiv- oder Negativbeispiele zu bestimmten Themen. Rückschlüsse auf die gesamte Qualität oder Leistungsfähigkeit von einzelnen Betrieben sind anhand der Bilder nicht möglich und auch nicht beabsichtigt, eine gesamte betriebswirtschaftliche Bewertung von Betrieben ist in keinem Fall beabsichtigt.

b) Wesentliche Erkenntnisse aus der Vor-Ort-Begehung

Aus der Vor-Ort-Begehung des Ortskerns von Dornstadt lassen sich folgende Erkenntnisse ableiten:

Abgrenzung Ortsmitte

- Die Ortsmitte von Dornstadt erstreckt sich entlang der Langen Straße und der Kreuzstraße / Kreuzgasse. Aufgrund der langgezogenen Struktur (> 500m) entlang der Langen Straße und der Kreuzstraße ist eine bauliche Abgrenzung des Ortskerns kaum erkennbar.
- Nur der Bereich in der Kreuzstraße weist aufgrund der Platzlage auf eine Ortsmitte hin, bei der für Kunden bzw. Besucher erkennbar ist, dass sie sich im Ortskern aufhalten.

Besatz im Ortskern

- Der Besitz im Bereich Einzelhandel und in sonstigen Nutzungen ist nicht durchgängig (siehe Karte). Somit sind nur wenige Führungsvorteile vorhanden, auch aufgrund der erwähnten langgezogenen Struktur und der topographischen Bedingungen.
- Es handelt sich bei den Einzelhandelsbetrieben um inhabergeführte Betriebseinheiten, die eine kleine Verkaufsfläche aufweisen. Es befinden sich somit keine Frequenzbringer im Ortskern.
- Die Ortsmitte ist zum großen Teil heute schon Wohnstandort.

Beispiele:



Bild links: Derzeit noch mindergenutzte Potenzialfläche in der Ortsmitte von Dornstadt. / Bild rechts: Lange Straße ohne durchgehenden Besitz und Verkehrsbelastung.

Aufenthaltsqualität / Bausubstanz

- Der Durchgangsverkehr in der Langen Straße beeinträchtigt die Aufenthaltsqualität im Ortskern. Wege- und Sichtbeziehungen sind dadurch teilweise erschwert (vor allem auf Höhe der Tomerdingener Straße ist die Straßenüberquerung erschwert).
- Die Bausubstanz weist teilweise erhebliche Mängel auf. Einzelne private Gebäude weisen einen hohen Sanierungsbedarf auf.

Beispiele:



Bild links: Durchgangsverkehr in der Langen Straße von Dornstadt verringert Aufenthaltsqualität. / Bild rechts: Gebäude mit mangelhafter Bausubstanz.

Potenzialflächen

Es sind vier mögliche Potenzialflächen für die Ortskernentwicklung vorhanden:

- In der Kreuzstraße („Dorfmitte“). Derzeit mindergenutzte Freifläche und Wohngebäude mit hohem Sanierungsbedarf. Besitzstrukturen: Fläche zum größten Teil im Privatbesitz und nur mittelfristig verfügbar.
- Kreuzung Lange Straße / Jahnweg. Die Fläche ist in Gemeindebesitz und wird derzeit als Parkplatz genutzt. Diese Fläche ist somit kurzfristig verfügbar. Daran schließt sich eine Fläche an, die bebaut und im privaten Besitz ist.
- Im östlichen Bereich der Lange Straße befindet sich ein Grundstück in Privatbesitz, das derzeit einen Leerstand aufweist. Die Gemeinde beabsichtigt, dieses Grundstück zu erwerben. Die Verhandlungen sind weit fortgeschritten. Somit wäre dieses Grundstück kurzfristig verfügbar. Auch der Kauf des daran anschließenden Grundstücks in östlicher Richtung durch die Gemeinde ist denkbar.
- Grundstück Lange Straße Höhe Tomerdingener Straße. Grundstück jedoch in privatem Besitz und nur langfristig verfügbar.

Potenzialflächen:



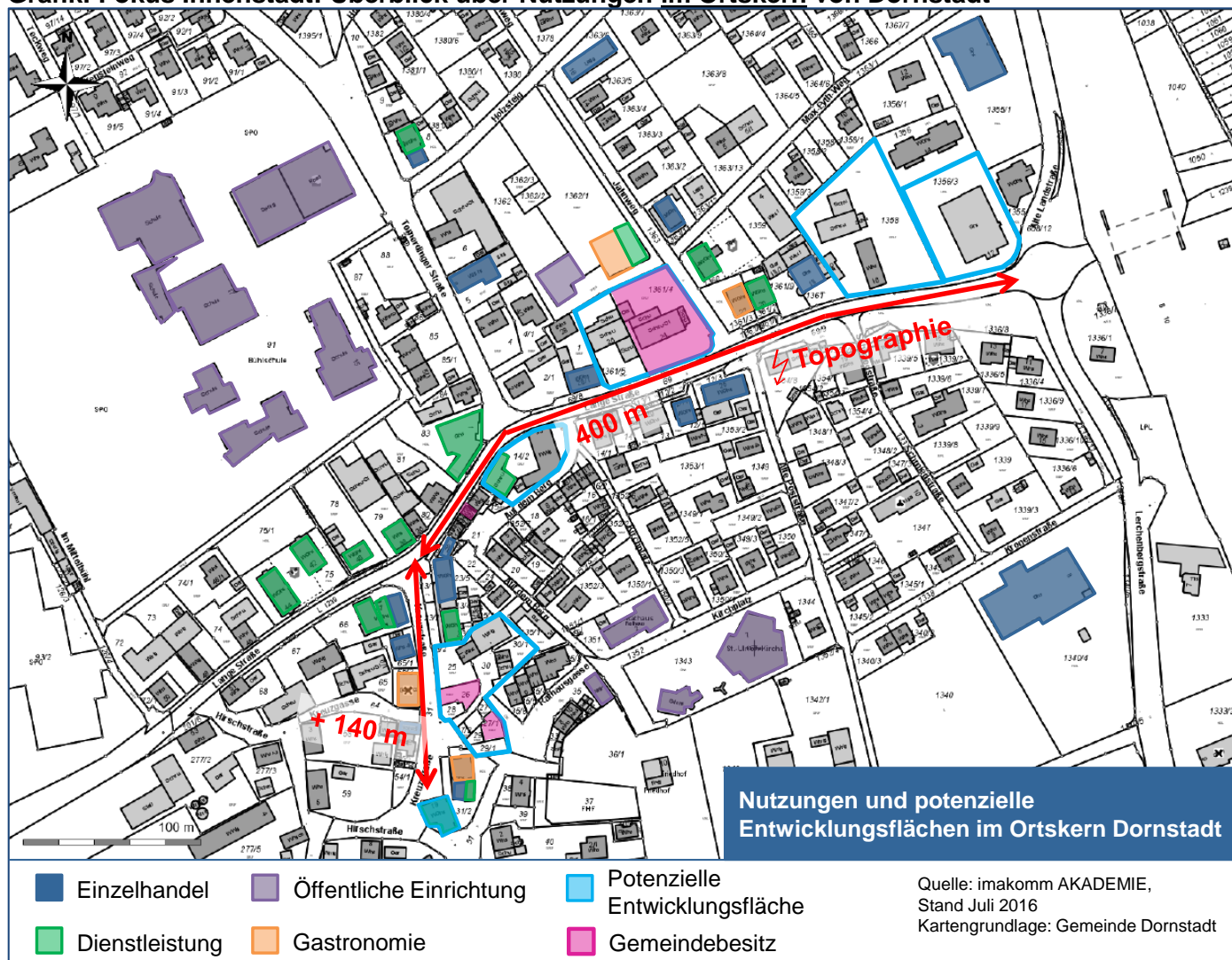
Bild links oben: Grundstück in Kreuzstraße mit Platzlage. / Bild rechts oben: Grundstück in Lange Straße, derzeit Nutzung als Parkplatz. Bild links unten: Grundstück in östlicher Langen Straße. Bild rechts unten: Nur langfristig zur Verfügung stehendes Grundstück in der Langen Straße.

c) Fazit:

Es lässt sich kurz zusammenfassen: Der Ortskern Dornstadts bietet **zu wenige echte Besuchsründe**. Im Einzelhandel befinden sich keine Frequenzbringer im Ortskern. Durch mindergenutzte Fläche bietet der Ortskern auch neben dem Einzelhandel zu wenig Anreize für einen Besuch bzw. zum Verweilen. Der Ortskern ist somit **aus städtebaulichen und funktionalen Gründen (kein durchgängiger Besitz) zu wenig erlebbar**. Wesentliches Ziel muss es auch sein, die **bauliche Substanz einiger Gebäude in den kommenden Jahren aufzuwerten** und zu modernisieren.

Die folgende Abbildung zeigt den Bestand von Handel, Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen und Gastronomie sowie die potenziellen Entwicklungsflächen im Ortskern Dornstadts.

Grafik: Fokus Innenstadt: Überblick über Nutzungen im Ortskern von Dornstadt



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

2.4 Innenstadthemen aus Sicht des Gewerbevereins

Ansatz:

Im Rahmen einer nicht öffentlichen Expertenrunde mit neun Vertreter/innen des Gewerbevereins Dornstadt wurden am 4. August 2016 wesentliche Potenziale und Defizite von Dornstadt, insbesondere des Ortskerns sowie der bisherigen Vermarktung erörtert. Die wesentlichen Themen sind im Folgenden dargestellt. Weitere Details werden absichtlich nicht ausgeführt, da eine Nicht-Veröffentlichung einzelner Aussagen zugesichert wurde. Diese fließen aber dennoch in die Gesamtbewertung und in die Ableitung von Maßnahmen ein.

Grafik: Zentrale Themenstellungen der Akteure

Bewertung Ist-Situation Ortsmitte

Einzelhandel:

- Schwächen des Einzelhandelsstandortes Dornstadt sind:
 - Niedrige Kundenfrequenz u. a. aufgrund der Parkplatzsituation sowie Ortsmitte (keine „klassische Ortsmitte“), Dornstadt als „Schlafstadt“ (starke Pendlerbeziehungen nach Ulm)
 - Hohe Mieten bei langem Leerstand (Befürchtung der Zunahme in Zukunft),
 - Fehlende Frequenzbringer im Einzelhandel.
- Wunsch nach einer nachhaltigen Strategie zur Etablierung und Entwicklung einer Ortsmitte (besonders Konflikte mit Eigentümern in der Kreuzstraße), um das vorhandene Potenzial auch tatsächlich wahrnehmen zu können.

Erreichbarkeit / Besucherlenkung / Stellplätze:

- Parkplatzsituation ist DIE große Problematik, es sind weder genug Parkplätze für Kunden vorhanden, noch ist die Parkdauer ausreichend (z. B. im Bereich Kreuzstr./Lange Str.); teilweise stellen Anwohner ihre Pkws auf den Kunden- und Firmenparkplätzen der Einzelhändler und Dienstleister ab.
- Fußgängerführung (Gehwege und Straßenüberquerung, insbesondere Kreuzstraße) ist verbesserungsbedürftig (Vorschlag der Expertenrunde nach mehr Verkehrsschildern, Zebrastreifen, Ampeln)
- Wunsch der Expertengruppe: Zukünftiges Verkehrskonzept unter vorherigem Einbezug der

Einzelhändler, Gastronomiebetriebe und Dienstleister (z. B. bei Verkehrsberuhigung der Ortsmitte könnten viele Einzelhändler in Randgebiete gedrängt werden): Wichtig: Erreichbarkeit muss bestehen bleiben!

Wochenmarkt:

- Wochenmarkt am Freitag ist kein Frequenzbringer.
- Wunsch der Expertenrunde nach mehr Attraktivität, um Kundenfrequenz zu generieren: z. B. durch mehr Stände, Verlängerung der Öffnungszeiten, bessere Abgrenzung zu anderen Märkten aus der Region (durch anderweitiges Produktangebot), bessere Familienangebote, Verweildauer, mehr Bewerbung durch die Gemeinde für eine festere Etablierung.

Ortsmitte / Aufenthaltsqualität:

- Eine Aufwertung (z. B. mehr Grün, Sitzmöglichkeiten, Spielplatz, Beleuchtung, bessere Erreichbarkeit, „Sanierung“) ist notwendig.
- Leerstände stören Aufenthaltsqualität. Wunsch: Mit Frequenzbringern füllen.
- Großes Potenzial zur Aufwertung und Weiterentwicklung als Aufenthaltsbereich sehen die Experten in der Ecke Kreuzgasse / Kreuzstraße.

Bürger:

- Expertenrunde interessiert auch die Sichtweise der Einwohner von Dornstadt (insbesondere auch in Bezug auf den Wochenmarkt, anderweitiger Veranstaltungen, Events).

Hinweis: An dieser Stelle sind nur die zentralen / wichtigsten Themen dargestellt. Weitere angesprochene Aspekte wurden selbstverständlich aufgenommen und fanden Eingang in strategische Überlegungen sowie in die Ausformung einzelner Maßnahmen.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Bewertung Vermarktungsstrukturen

- Vereinzelt werden im Zusammenschluss von Einzelhändlern oder Vereinen Veranstaltungen (z. B. 2 x jährlich „Nacht der Lichter“, „Flower Power“ oder Nachtumzug der Vereine) durchgeführt. Jedoch: Die Durchführung ist mit hohem Arbeitsaufwand verbunden, zudem besteht eine Anwohnerproblematik (Lärmbelästigung).
- Wunsch seitens der Expertenrunde:
 - Ausbau des Marketings für den Ort durch die Gemeinde.
 - Kundenbindungsaktionen anstreben (z.B. immer freitags Aktion in Verbindung mit Wochenmarkt).
 - Ansässige Vereine einbinden.

Hinweis: An dieser Stelle sind nur die zentralen / wichtigsten Themen dargestellt. Weitere angesprochene Aspekte wurden selbstverständlich aufgenommen und fanden Eingang in strategische Überlegungen sowie in die Ausformung einzelner Maßnahmen.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

2.5 Ansiedlungspotenziale im Bereich Dienstleistung und Gastronomie

Neben Einzelhandelsnutzungen sollen auch die Potenziale im Bereich Dienstleistung und Gastronomie für den Ortskern bewertet werden. Dazu wurden alle dienstleistungsnahen Betriebe (EG-Lage) im Ortskern erfasst. Zudem wurden alle weiteren Betriebe außerhalb des Ortskerns recherchiert. Des Weiteren fand eine Recherche üblicher „Soll-Ausstattungen“ vergleichbarer Kommunen in der Region (in Größe und Funktion) statt und ein Abgleich der Ist- und Soll-Situation.

Folgende Tabelle zeigt die Ausstattungen der verschiedenen Kommunen auf:

Grafik: Vergleich „Ist- und Soll-Ausstattung“ Dienstleistung und Gastronomie

Betriebsart	Anzahl der Betriebe		
	Dornstadt (8.589 EW)	Durchschnittswert ¹	Maximale Ausstattung
Zahl der Betriebe in der Dienstleistungsbranche	142	128 - 129	208
Ärzte	18	14 - 15	32
Banken, Versicherungen, Finanzen *)	19	18 - 19	27
Massagepraxen, Physiotherapie, Ergotherapie, Logopädie etc.	10	10 - 11	22
Ingenieurbüros Consulting **)	14	12 - 13	25
Kosmetischer Bereich (Friseur, Kosmetik, Sonnenstudio, Pediküre, etc.)	12	12 - 13	22
"Service" ***)	36	23 - 24	39
EDV, IT, Kommunikation	13	8 - 9	16
Reisen, Events ****)	4	2 - 3	5
	Überdurchschnittliche Ausstattung in Dornstadt		
	Durchschnittliche Ausstattung in Dornstadt		
	Unterdurchschnittliche Ausstattung in Dornstadt		

¹ Durchschnittswert vergleichbarer Kommunen zwischen 6.500 und 12.000 Einwohner u.a. Laichingen (11.012 EW), Blaubeuren (11.902 EW), Abtsgmünd (7.341 EW), Neresheim (7.912 EW), Elchingen (9.192 EW), Nersingen (9.224 EW)

*) inkl. Buchhaltung und Steuerberatung **) inkl. Rechtsanwälte, Architekten, Haus- und Grundstücksverwaltung etc. ***) Textil-Reinigung, Schneiderei, Schlüsseldienst, Hausmeister, Gartenarbeiten, etc. ****) inkl. Reisebüros

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Betriebsart	Anzahl der Betriebe		
	Dornstadt (8.589 EW)	Durchschnittswert ¹	Maximale Ausstattung
Kreativbereich *)	5	9 - 10	17
Erneuerbare Energien **)	0	1 - 2	6
Sport ***)	3	6 - 7	19
Sonstiges ****)	8	8 - 9	13
Zahl der Gastronomiebetriebe	17	31	46
Hotels / Pensionen / Übernachtung	2	6-7	17
Restaurants / Gaststätten	7	14-15	22
Kneipe / Bar / Café / Imbiss	8	9-10	14
	Überdurchschnittliche Ausstattung in Dornstadt		
	Durchschnittliche Ausstattung in Dornstadt		
	Unterdurchschnittliche Ausstattung in Dornstadt		

¹ Durchschnittswert vergleichbarer Kommunen zwischen 6.500 und 12.000 Einwohner u.a. Laichingen (11.012 EW), Blaubeuren (11.902 EW), Abtsgmünd (7.341 EW), Neresheim (7.912 EW), Elchingen (9.192 EW), Nersingen (9.224 EW)

*) Kunst, Musik, Literatur, Malerei, Fotografie, Tattoos, Bands, etc. **) inkl. Energieberatung, etc. ***) Fitnessstudios, Sportkurse, etc. ****) z.B. Fahrschulen, Raumausstattung, Nachhilfesschulen, etc.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Fazit:

Dornstadt weist insgesamt eine gute Ausstattung als Dienstleistungsstandort auf. In einzelnen Bereichen ist die Ausstattung überdurchschnittlich (Ärzte, Service, EDV / IT / Kommunikation). Ansiedlungspotenziale sind somit eher im Nischenbereich wie im Kreativbereich, Erneuerbare Energien und Sport (z.B. Fitnesscenter) gegeben. Im Bereich Gastronomie weist Dornstadt keine gute Ausstattung auf. Ansiedlungspotenziale bestehen hier bei Restaurants / Gaststätten und Hotels / Pensionen.

3 Prognose der Einzelhandelsentwicklung bis zum Jahr 2025

3.1 Methodik

Grafik: Grundsätzliche Vorgehensweise der Prognoseberechnungen

Die Prognose der künftigen Einzelhandelsentwicklung ist schwierig, da die Entwicklung zahlreiche Einflussfaktoren berücksichtigt und deren künftiges, sehr komplexes Zusammenspiel abgeschätzt werden muss. Um die künftige Nachfragesituation wie auch die künftige Angebotssituation eines Einzelhandelsstandortes abschätzen zu können, sind v.a. folgende Einflussfaktoren zu berücksichtigen:

- Entwicklung der Einwohnerzahlen im Marktgebiet und im Prognosezeitraum,
- Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben pro Kopf im Marktgebiet,
- Entwicklung der Kaufkraftbindungsquoten des betrachteten Standortes,
- Entwicklung der Marktanteile des Onlinehandels differenziert nach unterschiedlichen Sortimenten.

Für eine möglichst realitätsnahe Abschätzung der Einzelhandelsentwicklung werden für die genannten Einflussfaktoren unterschiedliche Annahmen getroffen und in Szenarien der Einzelhandelsentwicklung zusammengefasst.

Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass der Online-Handel eine wesentliche Bedeutung bei den zu Verfügung stehenden Potenzialen spielen kann. Bereits jetzt vereint der Onlinehandel einen Kaufkraftanteil von ca. 10-15% auf sich, der natürlich zwischen den einzelnen Sortimenten stark variiert (höchste Werte im Bereich Elektrowaren, v.a. Telekommunikation, aber auch Bücher und Zeitschriften). Nach aktuellen Studien (z.B. EHI) wird dieser Wert auch in den kommenden Jahren noch weiter steigen und so auch die weitere Erhöhung der Marktanteile des Handels vor Ort weiter erschweren. Es gilt umso mehr für den stationären Handel sich zu positionieren, und so seine Position auch gegenüber neuen Handelsformen zu wahren. Da es sich auch bei der Ausweitung des Online-Handels bis 2025 nur um Prognosewerte handeln kann, werden im Folgenden unterschiedliche Szenarien gerechnet, die Stagnation und Wachstum auch für diese „Stellschraube“ einbeziehen.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Für den Einzelhandelsstandort Dornstadt sind als **zentrale „Stellschrauben“** für die künftige Entwicklung die **Kaufkraftbindungsquoten** und die Entwicklung der **Marktanteile im Marktgebiet** zu berücksichtigen. Die Analyse der derzeitigen Position des Einzelhandelsstandortes Dornstadt hatte gezeigt, dass diese in vielen Sortimenten weit unterdurchschnittlich ausfällt. Neben einer guten Position im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ist das Angebot in zahlreichen Non-Food-Sortimenten klar unterdurchschnittlich. Aufgrund der Marktposition und der Größe des heutigen Einzugsgebietes, erscheint eine weitere Ausweitung

des Marktgebietes nicht realistisch, allerdings ist es durchaus möglich im bestehenden Versorgungsgebiet (= Nahbereich) eine Erhöhung der Marktanteile zu erreichen. Zusätzliche Umsätze aus dem weiteren Umland sind aufgrund des Wettbewerbs im Umland kaum zu generieren. Gleichwohl können vorhandene Kaufkraftpotenziale noch stärker gebunden werden (theoretisch also doch eine Erhöhung von Marktanteilen im Umland. Es wird aber noch zu zeigen sein, dass diese Kaufkraftpotenziale nicht dauerhaft gebunden, sondern fallweise – beispielsweise durch spezifische Events – gehalten werden können). Im Folgenden wird mit unterschiedlichen Szenarien gearbeitet und die dabei getroffenen Annahmen bei den künftigen Bindungsquoten und den Marktanteilen im Nahbereich klar dokumentiert.

Insgesamt werden in allen Szenarien Ausbaupotenziale für Dornstadt angenommen. Bei einer gleichbleibenden Stärke des Einzelhandelsstandort Dornstadt ist höchstens noch von geringen untergeordneten Flächenpotenzialen auszugehen, die hier nicht im Genaueren beziffert werden.

Differenzierte Prognosen für Dornstadt in drei Szenarien:

Für Dornstadt werden darauf basierend drei **Szenarien** betrachtet:

Szenario	Erhöhung der Bindungsquoten (Zone 1)	Erhöhung der Marktanteile im Nahbereich (= stärkere Marktdurchdringung)	Erhöhung der Marktanteile im Umland (= Erweiterung des Marktgebietes)	Erhöhung Marktanteile Online-Handel (= weniger verfügbare Kaufkraft für Dornstadt)
Szenario 1: Klar optimistisches Szenario bei Stagnation Online-Handel	+++	+++	--	--
Szenario 2a: Vorsichtig optimistisches Szenario bei Wachstum Online-Handel	+	+	--	+++
Szenario 2b: Klar optimistisches Szenario bei Wachstum Online-Handel	++	++	--	++
Erhöhung: -- = nicht möglich / + = geringfügig / ++ = möglich / +++ = erheblich				

Aus diesen Szenarien lassen sich dann Ansiedlungspotenziale in m² Verkaufsfläche im Bereich Einzelhandel ableiten.

Grafik: Nutzen und Grenzen der Prognosewerte

Für die Interpretation von Ansiedlungspotenzialen gilt unbedingt zu beachten:

- (1) Ansiedlungspotenziale dienen als **grobe Orientierungswerte**, für die gilt: Ein **Überschreiten der Ansiedlungspotenziale durch ein Vorhaben führt nicht automatisch zur Unzulässigkeit dieses Vorhabens**. In jedem Falle bedarf es der Einzelfallprüfung – bei großflächigen Vorhaben beispielsweise anhand der raumordnerischen Prüfkriterien (v.a. Kongruenzgebot und Beeinträchtungsverbot). Die Ansiedlungspotenziale zeigen aber auf, ob ein Vorhaben – bei klarem Unterschreiten der Ansiedlungspotenziale – den Standort „bereichern“ dürfte, ohne schädliche Auswirkungen auf bestehende Standortlagen in der Kommune nach sich zu ziehen, oder ob – bei deutlichem Überschreiten des Ansiedlungspotenzials – eine Wettbewerbsverschärfung und ggf. sogar negative Auswirkungen auf Standortlagen innerhalb der Kommune (und evtl. im Umland) zu erwarten sind.
- (2) Die Prognosen des künftigen Flächenbedarfes basieren auf unterschiedlichen Annahmen, u.a. auch hinsichtlich der Entwicklung einzelner Vertriebsformen. **Bei Aufkommen neuer Vertriebsformen und Flächenkonzepte** des stationären Einzelhandels kommt evtl. auch der Standort Dornstadt für Ansiedlungen derartiger Konzepte in Betracht. Entsprechend **kann dann** bei Aufkommen derartiger neuer Konzepte **der notwendige Flächenbedarf über dem hier prognostizierten Flächenbedarf liegen**.
- (3) Spezialisierte Angebote – bspw. im Bereich Bekleidung auf eine eng umfasste Altersgruppe (z.B. 15-30-Jährige) und auf einen klar definierten modischen Stil (z.B. sportive, flippige Mode) zugeschnittenes Betreiberkonzept – bedienen ein über das dargestellte Marktgebiet hinausgehendes Klientel, so dass Ansiedlungen auch in einem Umfang möglich sind, die über die dargestellten Flächenwerte hinaus gehen.
- (4) Nicht berücksichtigt werden können natürlich auch Ansiedlungen als Ersatz für einen in den kommenden Jahren „wegfallenden“ Anbieter.
- (5) Für die vorliegenden Prognosewerte wurden Erwartungen bezüglich der Entwicklung des Online-Handels herangezogen, die einer Weiterentwicklung des heutigen Marktes zugrunde liegen. Diese Prognose kann nur einen groben Richtwert darstellen. Sollten hier neue Vertriebsformen den Online-Markt nochmals verändern oder für bestimmte Sortimente eine noch stärkere Verschiebung hin zu neuen Vertriebswegen erfolgen, so kann sich hierdurch noch eine weitere Veränderung bei den Flächenpotenzialen ergeben. Andererseits ist aber auch denkbar, dass der stationäre Einzelhandel durch eine stärkere Positionierung Marktanteil halten kann und weitere Verschiebungen hin zum Online-Handel in einzelnen Sortimenten stagnieren. Um diesem Vorgang weitestgehend gerecht zu werden, werden zwei unterschiedliche Ansätze in den Prognoseszenarien berücksichtigt (Stärkung und Stagnation Online-Handel).

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

3.2 Prognosedaten

Grundannahmen bei allen Szenarien:

Zeithorizont für sämtliche Überlegungen ist das Jahr 2025. Folgende Annahmen werden für den Einzelhandelsstandort Dornstadt zunächst getroffen:

- Leichte Zunahme der einzelhandelsrelevanten Ausgaben pro Kopf um ca. 0,25% pro Jahr auf ca. 6.362 Euro pro Einwohner in der Stadt Dornstadt bis 2025. Wir gehen davon aus, dass im Betrachtungszeitraum keine wesentliche Änderung des Spar- und Ausgabeverhaltens der Verbraucher eintritt.
- Für das Jahr 2025 ist gemäß Statistischem Landesamt Baden-Württemberg mit folgenden Einwohnerwerten im Marktgebiet zu rechnen:

Bevölkerung: Ist-Situation und Prognose			
	31.12.2014	Prognose: EW 2025	Veränderung in %**)
Zone 1: Dornstadt, inkl. Stadtteile	8.589	8.843	+3,0%
Zone 2 *)	18.245	18.586	+1,9%
Gesamtes Marktgebiet	26.834	27.429	+2,2%

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2016.

*) Für die Stadtteile Ulms liegen keine amtlichen Prognosedaten vor; für Stadtteile wurde daher der Durchschnittswert der Stadt für eine Bevölkerungsprognose verwendet.

Die folgende Übersicht zeigt **die wesentlichen Annahmen** bei Bindungsquoten in Dornstadt im Überblick nochmals auf.

Überblick: Annahmen der drei Szenarien bei den Bindungsquoten				
Bedarfsbereich	aktuell	Szenario 1	Szenario 2a	Szenario 2b
Bindungsquoten (Dornstadt):				
kurzfristig	70-75%	85-90%	85-90%	85-90%
mittelfristig	25-30%	55-60%	35-40%	40-45%
langfristig	10-15%	55-60%	45-50%	45-50%
Marktanteile im Nahbereich:				
kurzfristig	40-45%	50-55%	40-45%	45-50%
mittelfristig	40-45%	45-50%	40-45%	40-45%
langfristig	15-20%	25-30%	20-25%	20-25%
Umsatzanteil Versandhandel				
Gesamt	10-15%	10-15%	20-25%	20-25%

Fazit: Um verschiedene mögliche Entwicklungsszenarien aufzuzeigen, ergeben sich auch unterschiedliche Prognosewerte für den zukünftigen Flächenbedarf. Grundsätzlich bestehen aus unserer Sicht realistische und damit umsetzbare Optimierungspotenziale am Einzelhandelsstandort Dornstadt. Wir halten Szenario 2a (= vorsichtige Einschätzung der positiven Entwicklung) für erreichbar. Dass die hierbei getroffenen Annahmen noch übertroffen werden können, ist möglich, allerdings mit erheblichen Anstrengungen verbunden. Weiterhin werden auch die Potenziale angeführt, die sich bei einer Stagnation des Online-Handels ergeben (=Szenario 1), um auch diese optimistische Entwicklung und somit die maximalen Potenziale darzustellen, die sich für Dornstadt von innen heraus ergeben. Es bleibt aber darauf zu verweisen, dass hierbei externe Einflussfaktoren hineinspielen, so dass grundsätzlich aktuell auf die Ergebnisse aus Szenario 2a und 2b verwiesen werden muss. **Die realistische Entwicklung liegt unseres Erachtens zwischen Szenario 2a und 2b. Bewusst werden im Folgenden diese „von...bis...“-Werte aus den beiden Szenarien verwendet**, um so aufzuzeigen, dass eine exakte Prognose aufgrund der zahlreichen Einflussfaktoren auf die Standorte gar nicht möglich ist, eine Annäherung an die tatsächliche Entwicklung in den kommenden Jahren bis 2025 mit diesem Verfahren aber sehr wohl gelingt.

3.3 Prognose des künftigen Flächenbedarfs (quantitative Entwicklungspotenziale)


Anhand der getroffenen Annahmen und Szenarien wird es nun möglich, die **Entwicklung des Umsatzes aller Einzelhandelsbetriebe insgesamt in Dornstadt** bis zum Jahr 2025 in verschiedenen Szenarien zu prognostizieren. Es ist zu berücksichtigen, dass sich für Szenario 1 ein Wert ergibt, der die optimistische Entwicklung bei einer Stagnation des Online-Handels wiedergibt. Für die beiden Szenarien 2a und 2b ergibt sich hingegen ein „Korridor“ für die Umsatzsituation im Jahr 2025. Die prognostizierte Umsatzausweitung hat u.a. Auswirkungen auf den künftigen Flächenbedarf für zusätzliche Einzelhandelsflächen am Standort Dornstadt. Für die Abschätzung des künftigen, zusätzlichen Bedarfs an Einzelhandelsflächen wurden durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivitäten⁷ nach Sortimenten zugrunde gelegt:


Der zusätzliche Bedarf an Einzelhandelsflächen errechnet sich dann aus einer Bewertung des zusätzlichen Einzelhandelsumsatzes bis zum Jahr 2025 anhand der dargestellten durchschnittlichen Flächenproduktivitäten. Wichtig: Der zusätzliche Flächenbedarf beziffert die Einzelhandelsfläche, die ohne spürbare Umsatzumverteilungen zu bestehenden Anbietern in Dornstadt theoretisch realisiert werden könnte.

⁷ Quellen: Branchenübliche Werte u.a. laut Handelsjournal factbook, Institut für Handelsforschung, EHI: handelsdaten.de, 2016.

Künftiger Flächenbedarf im Einzelhandel von Dornstadt bis zum Jahr 2025 nach Warengruppen: – Ungefähre Angaben in Mio. Euro, etwaige Abweichungen durch Rundungen –					
Warengruppen	Prognosewerte Szenario 1			Prognosewert Szenario 2a und 2b	
	Annahme: Durchschnittliche Flächenproduktivitäten in Euro pro m ²	Zusätzlicher Umsatz 2025 zu 2016 in Mio. Euro	Potenzial für zusätzliche Verkaufsflächen in m ²	Zusätzlicher Umsatz 2025 zu 2016 in Mio. Euro	Realistisches Potenzial für zusätzliche Verkaufsflächen in m ²
	1	2	3 = 2/1	4	5=4/1
Nahrungs- und Genussmittel	4.500	5,1	1.100	4,2 - 4,4	900 – 1.000
Gesundheit / Körperpflege	5.000	1,3	300 *	0,8 - 1	200 *
Blumen / zoologischer Bedarf	2.400	0,2	100	0,1 - 0,2	0 - 100
überwiegend kurzfristiger Bedarf		6,6	1.500	5,2 - 5,6	1.200 – 1.300
Bücher / PBS ⁸ / Spielwaren	4.200	1,6	400	0,6 - 1	100 - 200
Bekleidung / Schuhe / Sportbekleidung	2.800	1,9	700	0,9 - 1	300 - 400
überwiegend mittelfristiger Bedarf		3,5	1.100	1,4 - 2	400 - 600
Elektrowaren	5.000	2,6	500	1,7 - 1,9	300 - 400
Hausrat / Einrichtung / Möbel	2.000	2,7	1.300	2,1 - 2,3	1.000 – 1.100
Sonstiger Einzelhandel ⁹	2.500	3,6	1.400	2,6 - 3	1.000 – 1.200
überwiegend langfristiger Bedarf		8,9	3.200	6,4 - 7,2	2.400 – 2.700
Einzelhandel insgesamt		18,9	5.800	13,1 - 14,8	4.000 – 4.600

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016. // * Berechnung der Ansiedlungspotenziale vor Ansiedlung des Anbieters dm. Ansiedlungspotenzial damit erschöpft

 = Ansiedlungspotenzial gegeben

 = Ansiedlungspotenzial eher nur in Nischen

⁸ PBS = Papier / Bürobedarf / Schreibwaren

⁹ sonstiger Einzelhandel = u.a. Bau- und Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf, Optik / Akustik, Uhren / Schmuck, Autozubehör, Sportartikel, Fahrräder, Campingartikel

Fasst man die Ergebnisse nach beiden Szenarien zusammen, lassen sich folgende zentrale Aussagen ableiten: Die Prognose bestätigt, dass die Gemeinde Dornstadt zwar bereits über ein gutes Einzelhandelsangebot verfügt, **Ausbaupotenziale aber noch vorhanden** sind.

Entwicklungen im Sinne von **Neuansiedlungen** sind vor allem noch bei den nachfolgenden Sortimentsbereichen möglich und zugleich für eine Kommune der Größe wie Dornstadt noch realistisch (beispielsweise besteht zwar noch Potenzial im Bereich Möbel / Einrichtung, eine Neuansiedlung eines großen Möbelhauses ist hier aber aufgrund der Verkaufsflächenpotenziale und der zentralörtlichen Funktion weder zu erwarten noch realistischerweise umsetzbar). Die dargestellten Beispiele stellen lediglich mögliche Betreiber / Betriebskonzepte dar, die zur Orientierung zur Identifikation von Anbietern behilflich sein sollen.

- **Lebensmittel und Getränke**
 - Erweiterungen bestehender Anbieter

- **Bekleidung**
 - Herren, Damen, Kinder (nicht Babybekleidung) *wie beispielsweise AWG und NKD.*

- **Haus- und Heimtextilien**
 - Fachmärkte, *wie beispielsweise Dänisches Bettenlager.*

- **Uhren / Schmuck**
 - Kleinflächige Spezialanbieter.

Im Bereich Drogeriewaren ist das vorhandene Potenzial mit der Ansiedlung eines dm-Drogeriemarktes am Standort Lerchenbergstraße erschöpft.

Es ist jedoch nochmals darauf zu verweisen, dass ein Überschreiten der Ansiedlungspotenziale durch ein Vorhaben nicht zur Unzulässigkeit dieses Vorhabens führt. Auch Ansiedlungen von spezialisierten Angeboten sind in einem Umfang möglich, die über die dargestellten Flächenwerte hinausgehen können.

4 Die künftige Entwicklungsstrategie

4.1 Konsequenzen aus der Analyse und Prognose

Fasst man die Ergebnisse der Analyse und der Prognose zusammen, so zeigen sich folgende wesentliche Konsequenzen:

- Die Stärke des Einzelhandelsstandortes lässt sich zurückführen auf den Einzelhandelsstandort Lerchenbergstraße außerhalb des Ortskerns. Der Städtebaueck und die Analyse der Einzelhandelssituation zeigten, dass Frequenzbringer sowohl im Einzelhandel als auch bei weiteren Nutzungen im Ortskern fehlen. Doch Potenziale im Einzelhandel sind noch vorhanden.





Konsequenz: Nutzungen im Einzelhandel und weitere mögliche Frequenzbringer wie öffentliche Einrichtungen, Dienstleistungen und Gastronomie sind zukünftig auf den Ortskern zu konzentrieren. Dabei gilt es aufgrund der schwierigen Ausgangssituation hinsichtlich der Besitzstruktur und Verfügbarkeit potenzieller Entwicklungsflächen langfristige strategische Überlegungen anzustellen. Speziell für den Einzelhandel gilt: sollten Entwicklungen innerhalb des Ortskerns aufgrund fehlender Flächenverfügbarkeit nicht möglich sein, sollte außerhalb des Ortskerns und den ausgewiesenen Einzelhandelsstandorten dennoch eine restriktive Ansiedlungspolitik verfolgt werden, um den Ortskern nicht weiter zu schwächen.

- Der Städtebaueck zeigt das Fehlen von echten Besuchsgründen im Ortskern von Dornstadt auf. Dies begründet eine niedrige Kundenfrequenz. Hinzu kommt die langgezogene Struktur der Ortsmitte und die damit einhergehende fehlende „Erlebbarkeit“ des Ortskerns. Es fehlt eine Ortsmitte, die als Treffpunkt und Aufenthaltsort und somit auch als Identifikationsraum fungiert. Zudem ist eine Park- und Verkehrsproblematik durch fehlende Parkierungsflächen und Durchfahrverkehr festzustellen, die die Aufenthaltsqualität vermindert.

Konsequenz: Für eine Stärkung des Ortskerns ist die Etablierung einer Ortsmitte notwendig, die Besuchs- und Aufenthaltsgründe für Kunden und Einwohner bietet. Es

gilt, die Aufenthaltsqualität in Platzlage zu verbessern und Maßnahmen zur Identifikationssteigerung durchzuführen.

Aus den abgeleiteten Konsequenzen lassen sich die zentralen Ziele konkret ableiten:

Situation	Konsequenz	Ziel
Fehlende Ortsmitte als Treffpunkt und Aufenthaltsort	Steigerung der Aufenthaltsqualität und Besuchsgründe in Ortsmitte.	 Etablierung und Entwicklung einer Ortsmitte
Frequenzbringer fehlen im Ortskern, Ansiedlungspotenziale im Einzelhandel vorhanden	Konzentration innerstädtischer Nutzungen im Ortskern	 Frequenzbringer in den Ortskern: Einzelhandelsansiedlung und / oder weitere Frequenzbringer
Entwicklungsflächen z.T. noch nicht verfügbar	Strategische Überlegungen kurz-, mittel- und langfristig	 Langfristige Planungen: Visionen 2020 / 2030 / 2040
Starker Einkaufsstandort außerhalb, schwache Einzelhandelsstruktur in Ortskern	Restriktive Einzelhandelspolitik „außerhalb“, Schutz der Innenstadt	 Planungsrechtliche Umsetzung

4.2 Das Ziel der Einzelhandels- und Ortskernentwicklung

Damit wird für den Standort Dornstadt eine klare Strategie deutlich:



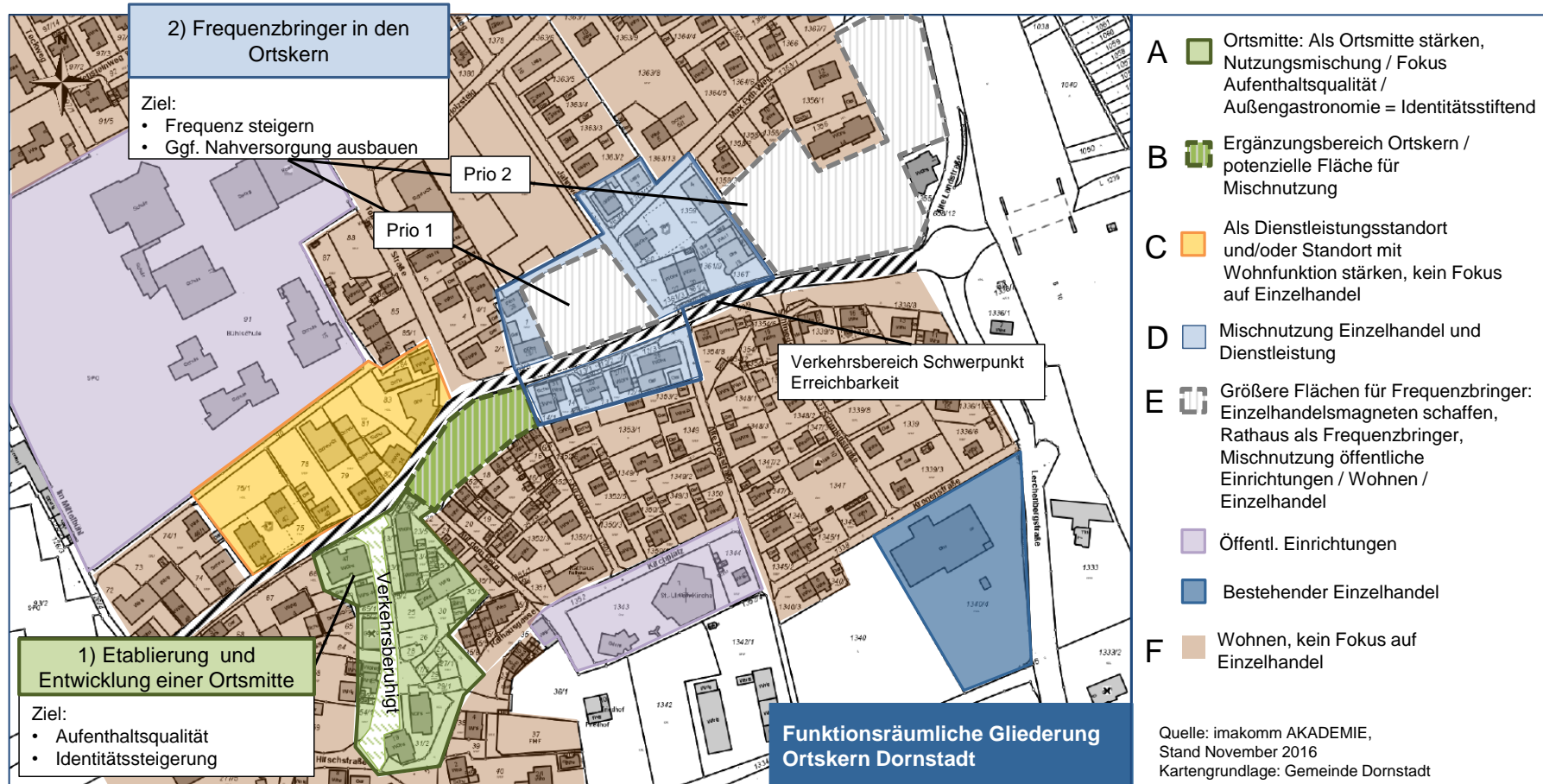
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Die Basis zur Umsetzung der Ziele muss durch eine **klare räumliche Verortung der einzelnen Umsetzungsmaßnahmen der Ziele 1 und 2** gewährleistet sein. Dies wird abgebildet im **Funktionsräumlichen Entwicklungskonzept für den Ortskern**. Im nachfolgenden Kapitel wird die Umsetzung der Strategie durch die Festlegung langfristiger Planungen (Ziel 3) einerseits und durch planungsrechtliche Regelungen (Ziel 4) andererseits behandelt.

4.3 Das funktionsräumliche Entwicklungskonzept

Die vorgegebene Strategie wird im Ortskern konsequent umgesetzt durch das **funktionsräumliche Entwicklungskonzept**. Die Innenstadt wird dabei in Bereiche eingeteilt, die in der **zukünftigen Innenstadtentwicklung bestimmte Funktionen übernehmen** sollen. Wichtig dabei: Kein Bereich übernimmt ausschließlich nur eine Funktion (z.B. Einzelhandelsstandort), vielmehr zeigen die Funktionsräume auf, **welche Entwicklungsoptionen priorisiert werden sollten**. Deutlich wird mit dieser Strategie unter anderem auch bereits die **Konzentration von Nutzungen** (wie Einzelhandel) auf einzelne Bereiche. In Dornstadt umfasst das funktionsräumliche Entwicklungskonzept folgende Bereiche:

Grafik: Funktionsräumliches Entwicklungskonzept für den Ortskern von Dornstadt



WICHTIG: Alle Abgrenzungen sind nicht parzellenscharf zu verstehen und sind nur als ungefähre Abgrenzung der Teilräume als Anhaltspunkt dargestellt.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

- A. Ortsmitte (entspricht Ziel 1) Etablierung und Entwicklung einer Ortsmitte):** Dieser Bereich in der Kreuzstraße soll zukünftig als Ortsmitte weiter gestärkt und ausgebaut werden. Wichtig ist hier, dass nicht eine Funktion priorisiert werden muss, sondern vielmehr eine Nutzungsmischung gewünscht ist bei gleichzeitig hoher Aufenthaltsqualität. Diese Aufenthaltsqualität muss einhergehen mit einem Park- und Verkehrskonzept (verkehrsberuhigt). Zentrales langfristiges Ziel ist die Einrichtung eines Gastronomiebetriebes, der als Treffpunkt für die Einwohner und Besucher dient.
- B. Ergänzungsbereich Ortskern:** Dieser Bereich schließt sich in östlicher Richtung an den funktionalen Bereich der Ortsmitte an und sollte eine Nutzungsmischung aus Büro, Dienstleistung und Wohnen aufweisen. Zentral ist in diesem Bereich auch eine attraktive (auch fußläufige) Verbindung zu den östlichen Bereichen.
- C. Dienstleistungsstandort und / oder Standort mit Wohnfunktion:** Auch dieser Standort schließt sich an die Ortsmitte an. Bisher befinden sich dort Dienstleistungsbetriebe wie Banken. Hier ist auch in Zukunft klar eine Nutzung als Dienstleistungs- oder Wohnstandort zu präferieren, während Nutzungen durch Gastronomie und Einzelhandel stattdessen in Zukunft je nach Ausprägung auf die genannten Bereiche zu konzentrieren sind.
- D. Mischnutzung aus Einzelhandel und Dienstleistung:** In diesem Bereich sind Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe anzutreffen. Auch in Zukunft soll diese Nutzungsmischung bestehen bleiben. Wichtig ist hierfür der Ausbau der Kundenfrequenz durch Etablierung eines Frequenzbringers in der Entwicklungsfläche (siehe nächster Bereich).
- E. Größere Flächen für Frequenzbringer (entspricht Ziel 2) Frequenzbringer in den Ortskern):** Der Standort mit Priorität 1 ist aufgrund der Lage für die Verwirklichung eines Frequenzbringers zu bevorzugen. Als Frequenzbringer sollte die höchste Priorität haben, einen Einzelhandelsbetrieb in den Ortskern zu holen. Ist dies nicht umsetzbar, kann beispielsweise durch die Verlagerung des Rathauses an diesen Standort Frequenz durch Mitarbeiter und Besucher dieser Einrichtung generiert werden. Auch die Potenzialfläche mit Priorität 2 soll künftig für Nutzungen zur Steigerung der Frequenz dienen. Aufgrund der Lage ist diese Fläche hier mit nachrangiger Priorität zu entwickeln – falls der Standort mit Priorität 1 nicht umgesetzt werden kann. Vorstellbar wären Nutzungen im Bereich öffentliche Einrichtungen (Standort Rathaus) und Einzelhandel. Schwerpunkt wird hier allerdings aufgrund der Lage und der topographischen Situation Wohnnutzungen sein (siehe Varianten in Kapitel 5.3).

F. Für die **weiteren Bereiche** ist in Zukunft klar eine Nutzung als **Wohnstandort** zu präferieren. Um von einer Konzentrationswirkung zu profitieren sowie eine gute Fußgängerlenkung zu gewährleisten, sollte hier nicht der Fokus auf weitere Einzelhandelsentwicklung gelegt werden. In Summe mit den bereits für Einzelhandel und Dienstleistungen vorgesehenen Gebieten würde das Potenzial insgesamt für diese Gebäude nicht mehr ausreichend sein, um neben Wohnen noch weitere Nutzungen etablieren zu können. Für diese Gebiete gilt: Schaffung von hochwertigem innerörtlichen Wohnraum (Ziel: Kaufkraftsteigerung durch finanzkräftiges Klientel).

Mit dieser Strategie gelingt es **für jeden Bereich** klar **definierte Besuchsgründe aufzubauen**, die gezielt **einzelne Zielgruppen ansprechen**.

5 Umsetzung der Strategie

Folgende Ziele wurden für die Ortskern- und Einzelhandelsentwicklung in Dornstadt festgelegt:

- 1) Etablierung und Entwicklung einer Ortsmitte
- 2) Frequenzbringer in den Ortskern
- 3) Langfristige Planungen: Visionen 2020 / 2030 / 2040
- 4) Planungsrechtliche Umsetzung der Einzelhandelssteuerung

Ziele 1 und 2 sind dabei durch konkrete Maßnahmen umzusetzen und räumlich verortet. Ziele 3 und 4 dienen zur Umsetzung dieser Maßnahmen und bilden somit die Basis für die Strategie.

5.1 Ziel 1) Etablierung und Entwicklung einer Ortsmitte

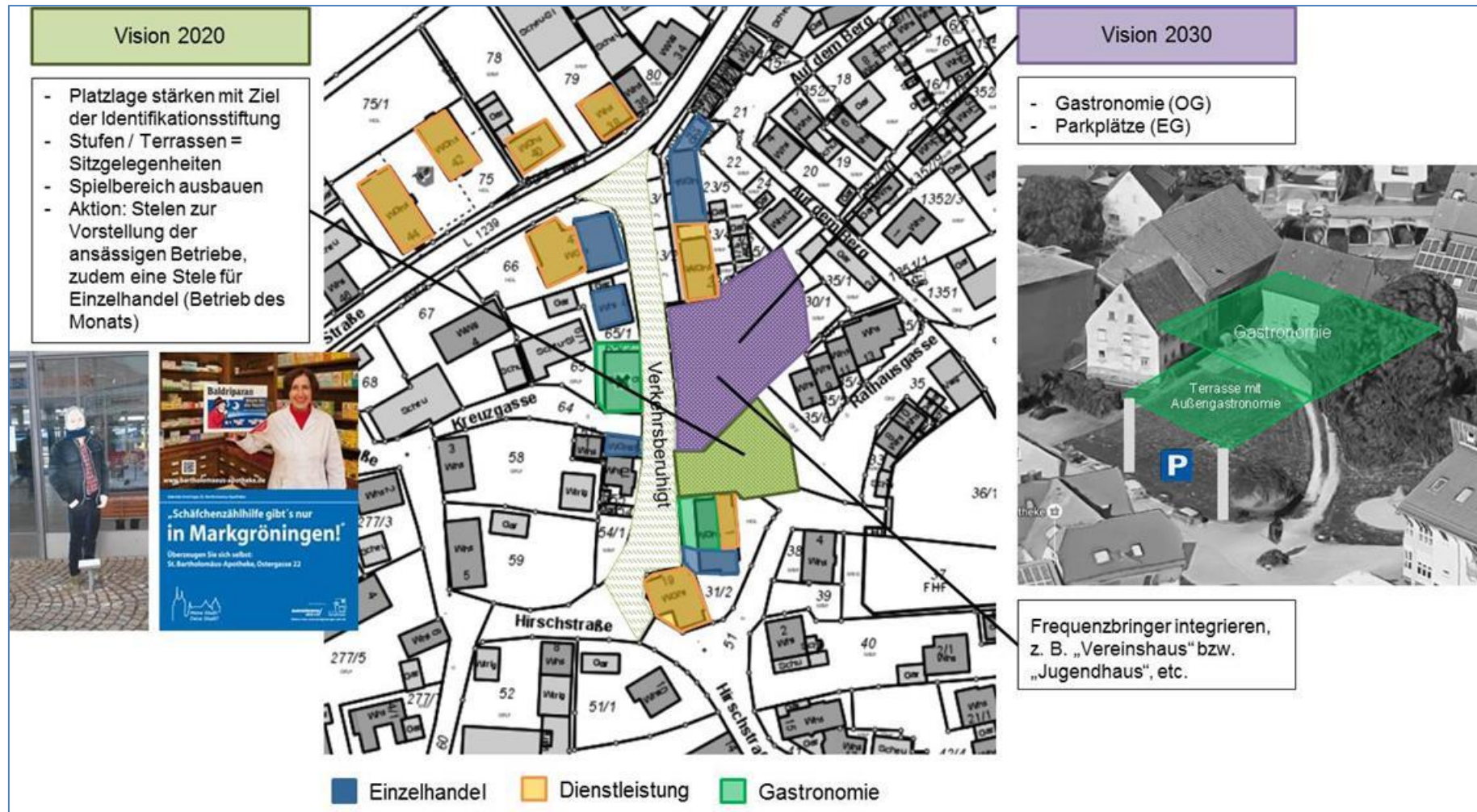
Die Entwicklung der Kreuzstraße als Ortsmitte beinhaltet zwei wesentliche Ziele: Zum einen soll die Aufenthaltsqualität erhöht werden, zum anderen soll die zu entwickelnde Ortsmitte die Identifikation mit der Bevölkerung steigern.

Hierfür sind drei mögliche (Ansiedlungs-)Ziele zu verfolgen:

- 1) **Ausbau der Platzlage:** Städtebauliche Aufwertung durch Terrassierung (Stufen bilden Sitzgelegenheiten), Ausbau des Spielplatzes, Aktionen zur Identifikationssteigerung (z.B. Stelen zur Vorstellung der ansässigen Betriebe).
- 2) **Ansiedlung einer Gastronomie mit Außenbestuhlung** (hochwertige städtebauliche Umsetzung!). Aufgrund der topographischen Ausgangsbedingungen kann die Umsetzung z.B. in Form einer Terrasse erfolgen, darunter kann ein Parkplatz umgesetzt werden, wodurch die Erreichbarkeit des Standortes erhöht wird, ohne das Flächen für Aufenthaltsqualität vermindert werden.

- 3) Einbindung des Konzeptes in eine darauf abgestimmte **Park- und Verkehrsplanung**.
Voraussetzung: Verkehrsberuhigung schafft Aufenthaltsqualität. Abstimmung mit Verkehrsplaner nötig.

Grafik: Etablierung einer Ortsmitte in Dornstadt



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Hinweis: Zusätzlich zu den vorhandenen Strukturen, wurde insbesondere in dem Expertengespräch deutlich, dass die Vermarktungsstrukturen der Betriebe in Dornstadt noch ausbaufähig ist. Die folgende Grafik führt deswegen einen Ideenpool zur Verbesserung der Marketingaktivitäten auf, die ergänzend zu den Umsetzungsmaßnahmen getätigt werden können:

Maßnahmen (Ideenpool)	
Maßnahmen	Kurze Beschreibung
Hinweise und Lenkung in den Ortskern	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beflaggung, Farbleitsystem ▪ Beschilderung an den Zugängen zum Ortskern
Gutscheinaktion für Kunden, Arbeitskräfte und Neubürger	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufkraftbindung ▪ Kaufkraftkopplungen zwischen den Geschäften ▪ Zielgruppe Neubürger
Wöchentliche Kundenbindungsaktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau von Besuchsgründe für den Ortskern über Aktionen ▪ z.B. freitags in Verbindung zum Wochenmarkt jeweils ein Aktionstag. Einzelhändler wechseln sich wöchentlich ab mit Rabatten, Verlosungen, etc.
Wochenmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wochenmarkt ausbauen als Frequenzbringer ist schwer umsetzbar (fehlende Besucher) ▪ Möglichkeit eines Bauernmarktes prüfen (in Verbindung mit Aktionen)

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

5.2 Ziel 2) Frequenzbringer in den Ortskern

Als Frequenzbringer kommen zum einen Einzelhandelsnutzungen in Betracht, zum anderen weitere Nutzungen im Bereich öffentliche Einrichtungen / Dienstleistungen. Aufgrund der Frequenz ist dabei die Ansiedlung von Einzelhandel zwar zu priorisieren, aufgrund der vorhandenen Flächengrößen bestehen hier aber auch deutliche Hemmnisse.

Folgende Varianten sind dabei möglich:

Varianten Einzelhandel:

- **Variante 1: Ansiedlung Soft-Discount**

Anbieter (Beispiel)	Verkaufsfläche	Anforderung Grundstück	Weitere Anforderungen
Netto, Penny	800 – 1.000 m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mind. 1.200 m² Geschossfläche ▪ mind. 3.500 m² Grundstücksfläche ▪ mind. 250 m² Lager-, Nebenfläche ▪ mind. 60 Stellplätze 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lagen: Wohngebiete, City, ländliche Zentralorte oder andere integrierte Lagen [Nahversorgung] ▪ Einzugsgebiet: ab 4.500 Einwohner
<p>→ Bewertung Hemmnisse: Das potenzielle Grundstück Lange Straße 24 ist mit einer Fläche von 2.070 m² zu klein. Gemeinsam mit dem westlichen Nachbargrundstück wäre eine Fläche von 3.200 m² zu erreichen. Dieses Grundstück ist aber voraussichtlich mittelfristig nicht verfügbar und insgesamt relativ knapp für einen Soft-Discounter.</p>			

→ **Konsequenz:** Erweiterung anderer Anbieter auf zukunftsfähiges Flächenlayout:

Anbieter im Bestand	Größenkategorie	Erwartete Entwicklung (Basis Verkaufsflächentrend)	Empfehlung
Rewe	1.500 – 1.700 m ²	-	Modernes Flächenlayout, Ausschluss weiterer Entwicklungen
Lidl	900 – 1.000 m ²	Erweiterung auf ca. 1.200 m ²	Erweiterung um ca. 200 m² ist möglich
Aldi	900 – 1.000 m ²	Erweiterung auf ca. 1.200 m ²	Erweiterung um ca. 200 m² ist möglich

Diese Variante Soft-Discounter wäre wünschenswert aufgrund der Frequenzwirkung, jedoch aufgrund der Standortanforderung dieser Anbieter eher unrealistisch. Als Konsequenz ist die Erweiterung der vorhandenen Anbieter auf ein modernes Flächenlayout zu empfehlen.

▪ **Variante 2: Verlagerung des Anbieters Müller in den zentralen Versorgungsbe-
reich**

Der Anbieter Müller befindet sich derzeit am Standort Alte Landstraße / Max-Eyth-
Weg und weist ein kleinflächiges Flächenlayout auf.

Anbieter (Bei- spiel)	Verkaufsfläche	Anforderung Grundstück	Weitere Anforderungen
Müller	800 -2.500 m ²	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gute Erreichbarkeit und Sichtbarkeit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbund mit regionaler und überregionaler Bedeutung ▪ Gute Verkehrsanbindung und Erschließung
<p>→ Bewertung: Anbieter Müller bisher mit Flächenlayout <800 m² in 2. Reihe der Langen Straße. Bei Möglichkeit der Erweiterung mit modernem Flächenlayout besteht evtl. Interesse zur Verlagerung. <u>Voraussetzung: städtebaulich hochwertige Umsetzung.</u> Das potenzielle Grundstück Lange Straße 24 ist mit einer Fläche von 2.070 m² allerdings zu klein. Gemeinsam mit dem westlichen Nachbargrundstück wäre eine Fläche von 3.200 m² zu erreichen. Dieses Grundstück ist aber voraussichtlich mittelfristig nicht verfügbar.</p>			

Eine Verlagerung des Müller-Drogeriemarktes ist aus Sicht des Frequenzzuwachses für den Ortskern wünschenswert. Aus Betreibersicht ist eine Verlagerung bei gleichzeitiger Verkaufsflächenvergrößerung nicht ausgeschlossen. Hier gilt die entsprechende Bereitschaft zu prüfen und ein schlüssiges Gesamtkonzept (Stichwort Parkplätze + hohe städtebauliche Qualität) zu entwickeln.

Varianten außerhalb des Einzelhandels:

- **Variante 3: Entwicklung neues Rathaus**
- **Variante 4: Hotelnutzung im Ortskern / andere öffentliche Nutzung, z.B. Bücherei**

5.3 Ziel 3) Langfristige Planungen: Visionen 2020 / 2030 / 2040

Die vorangegangenen Kapitel zu den Zielen 1 (Etablierung und Entwicklung Ortsmitte) und 2 (Frequenzbringer in den Ortskern) zeigten auf, dass es verschiedene Varianten zu Umsetzung der Strategie in Dornstadt gibt. Hier ist aktuell u.a. noch unklar, ob eine Verlagerung des Anbieters Müller an die Potenzialstandorte möglich ist. Als künftigen Standort des Rathauses hat der Gemeinderat bisher das Grundstück Lange Straße 24 festgelegt. Weiterhin sind teilweise Entwicklungsflächen noch in Privatbesitz und somit zum Teil kurz- bis mittelfristig nicht verfügbar.

Im Folgenden werden zwei mögliche Versionen zur Umsetzung der Strategie vorgestellt. Dafür werden jeweils die Visionen für die Jahre 2020, 2030 und 2040 aufgezeigt und somit mögliche Entwicklungsschritte berücksichtigt. Die Grundidee ist dabei immer: Ein oder mehrere Frequenzbringer sollen im Ortskern angesiedelt werden, die zur Belebung der Standortlage beitragen.

Folgende Versionen sind möglich:

Version A:

- Zentraler Frequenzbringer ist dabei das **Rathaus in zentraler Ortskernlage am Standort Lange Straße 24**. Da das angrenzende Grundstück nicht kurzfristig verfügbar ist, soll eine flexible Bauweise auch die spätere Integration von Dienstleistungsnutzungen ermöglichen. Priorisierte Nutzung ist dabei ein Hotel, das zusätzlich Frequenz in den Ortskern bringt.
- Für die **östlichen Potenzialflächen** ist dann eine Entwicklung mit dem **Schwerpunkt Wohnen** sowie im Anschluss an den bestehenden Anbieter Müller mit einer **ergänzenden Mischnutzung** zu empfehlen. Denn: Aufgrund der topographischen Voraussetzungen (aufsteigend) und der Entfernung zur Ortsmitte ist in diesem Falle kein Kopplungsverhalten in die Ortsmitte zu erwarten.

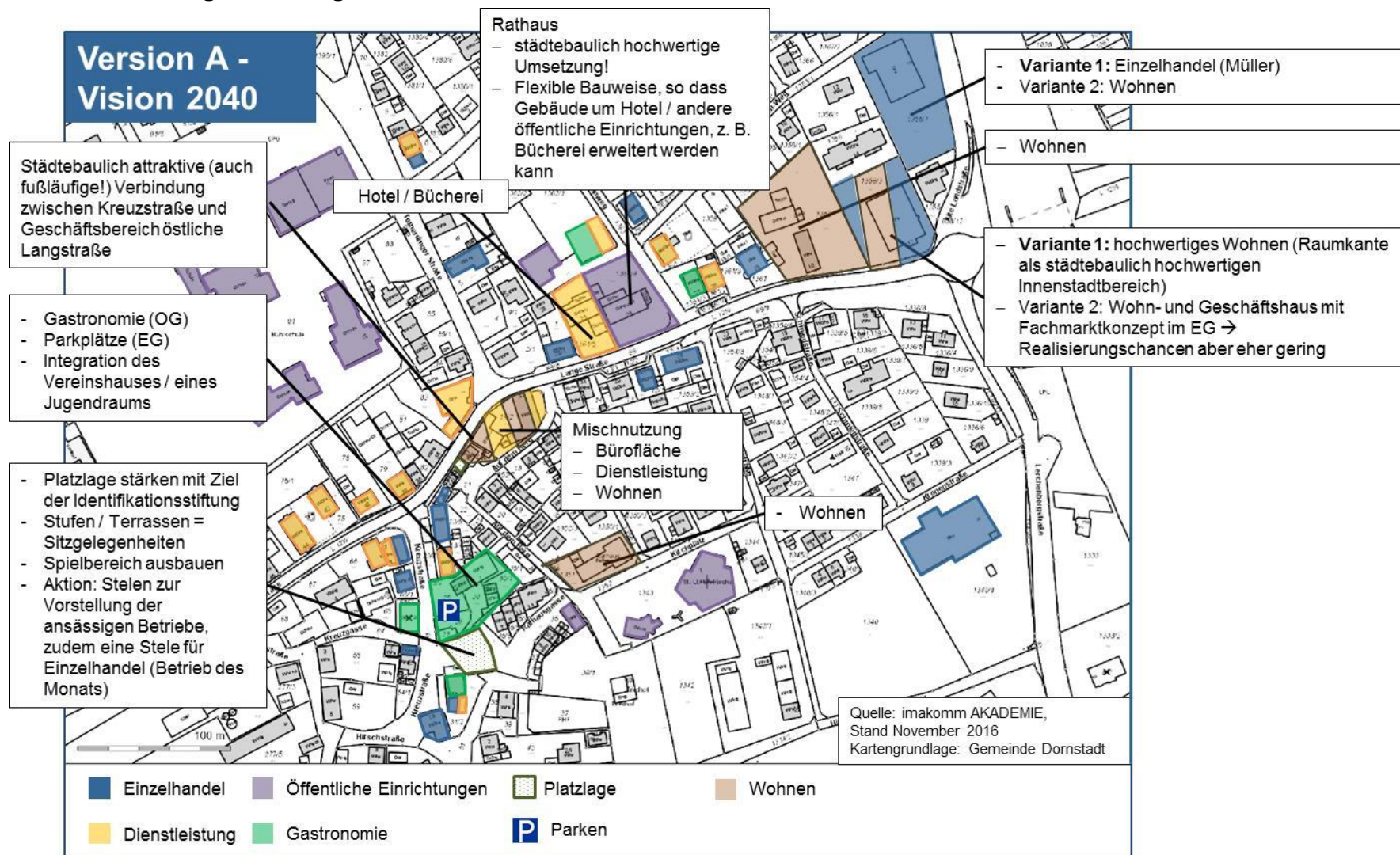
Version B:

- Diese Version geht von der **Verlagerung des Anbieters Müller** von seinem bisherigen Standort in Randlage zur Ortsmitte an das zentrale Potenzialgrundstück Lange Straße 24 in der Ortsmitte aus. Möglich ist dabei die **bauliche Kombination mit dem neu zu errichtenden Rathaus** (Variante 1) (Voraussetzung: Verfügbarkeit beider Grundstücke). An den östlichen Potenzialflächen ist dann Wohnnutzung möglich (Variante 1) oder aber auch die Realisierung von einer Mischnutzung mit einer städtebaulich attraktiven Raumkante als Innenstadteingangsbereich (Variante 2). Diese Version wäre zwar im Hinblick auf zu erwartenden Kundenfrequenzen zu bevorzugen, weist aber deutliche Hemmnisse auf (Verfügbarkeit notwendiger Grundstücke, Grundstücksgröße).
- Denkbar ist am Standort Lange Straße 24 auch eine **Kombination des Anbieters Müller mit Büroflächen und / oder Wohnnutzung** (Variante 2) (Voraussetzung: Verfügbarkeit beider Grundstücke). In dieser Falle bietet sich der Bau des Rathauses auf der östlichen Potenzialfläche an. Bei den daran östlich anschließenden Grundstücken ist dann von weiteren Einzelhandelsnutzungen abzusehen, da ansonsten die Gefahr besteht, dass zu viel Frequenz in diesen Bereich abfließt, Kopplungseffekte mit der Ortsmitte sind von hier kaum zu erzielen.

Wichtig: In beiden Versionen ist die Etablierung der Ortsmitte in der Kreuzstraße vorgesehen.

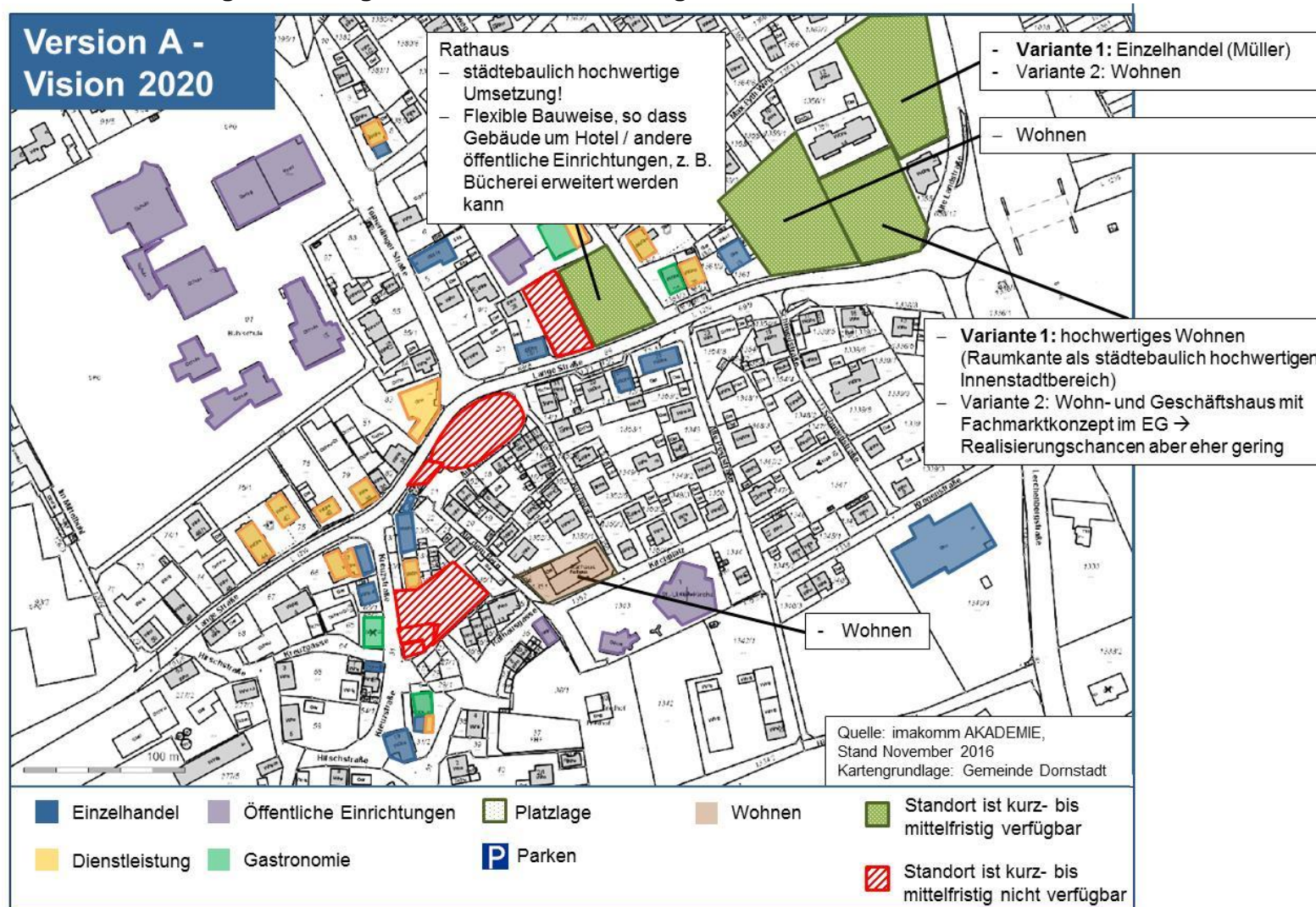
Im Folgenden werden zunächst die Versionen insgesamt dargestellt. Im Anschluss erfolgt die Darstellung nach Zeiträumen (2020 – 2040), in denen die Entwicklung gemäß der zu erwartenden Verfügbarkeit von vorhandenen / potenziellen Entwicklungsflächen dargestellt wird.

Grafik: Umsetzung der Strategie: Version A - 2040



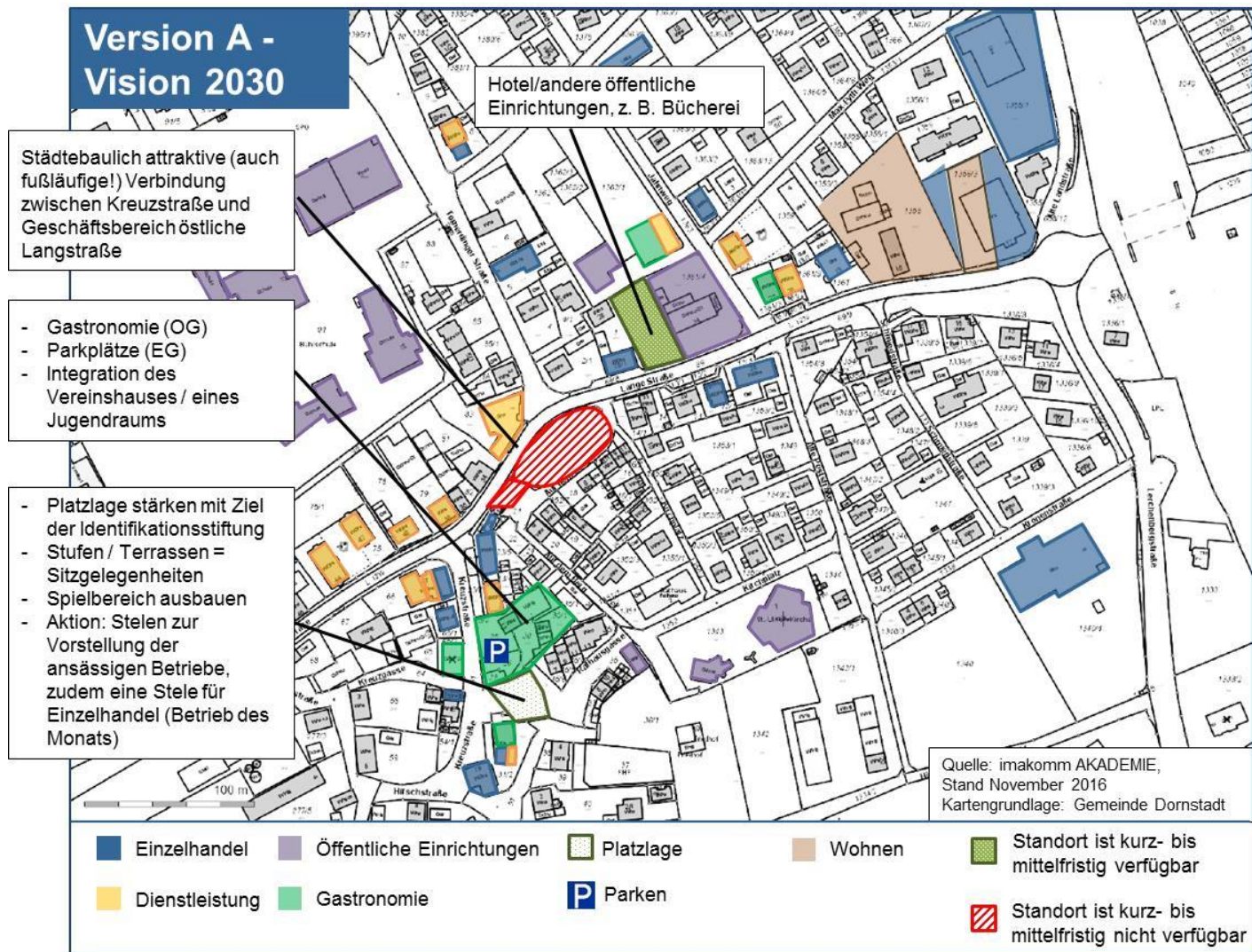
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Grafik: Umsetzung der Strategie: Version A – Umsetzungsschritte bis 2020



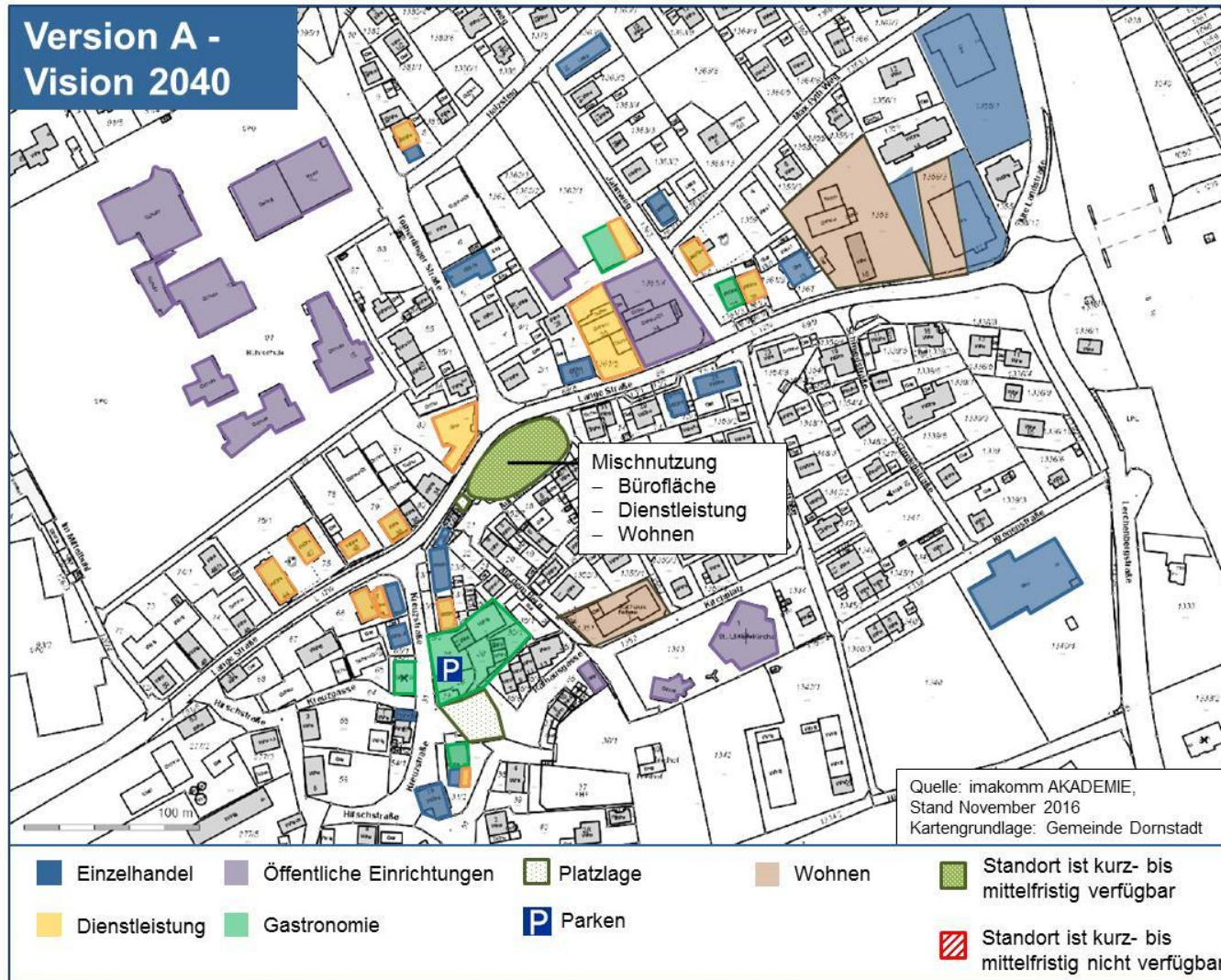
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2017.

Grafik: Umsetzung der Strategie: Version A - Umsetzungsschritte bis 2030



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2017.

Grafik: Umsetzung der Strategie: Version A - Umsetzungsschritte bis 2040

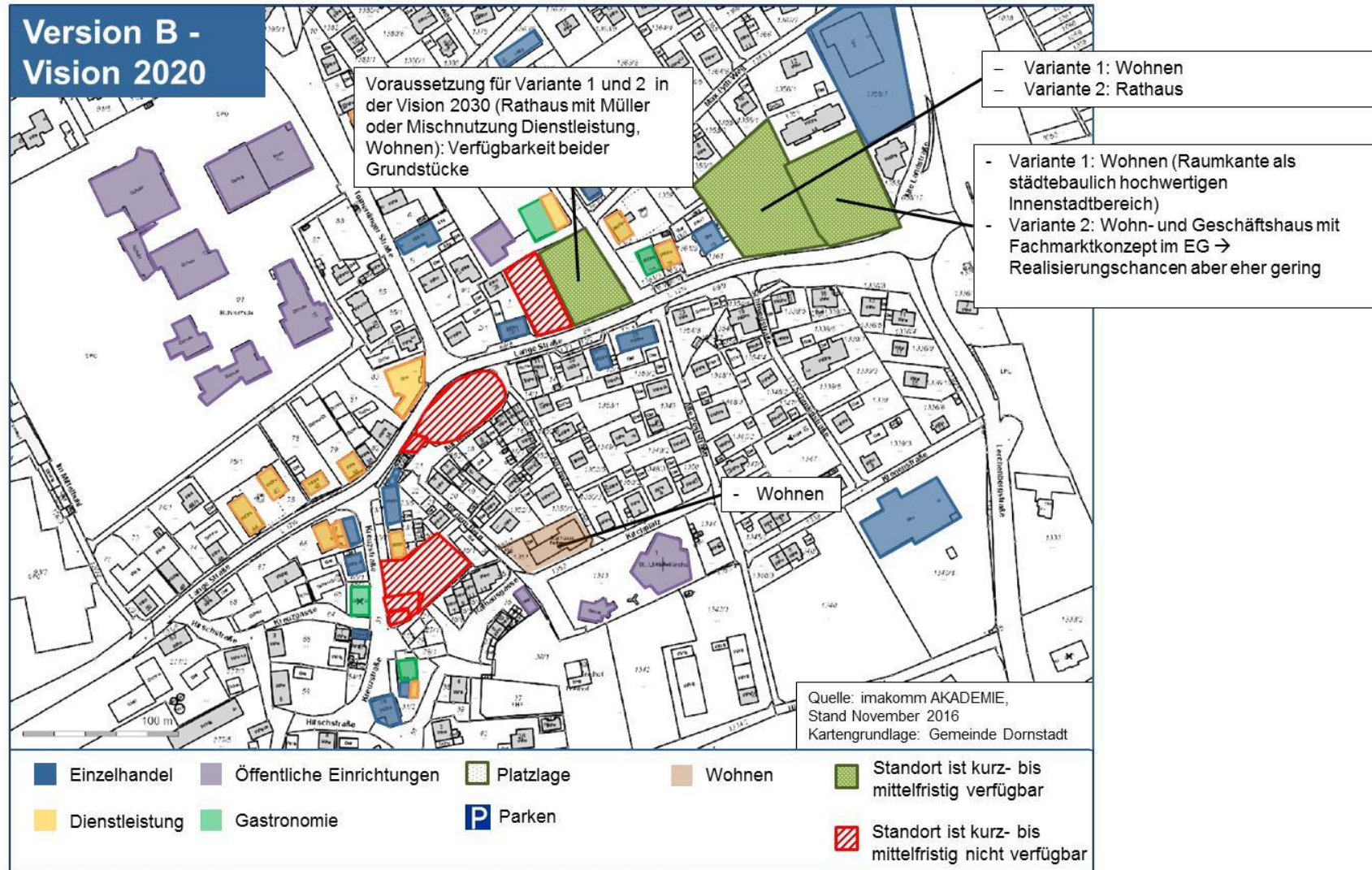


Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

Grafik: Umsetzung der Strategie: Version B - 2040

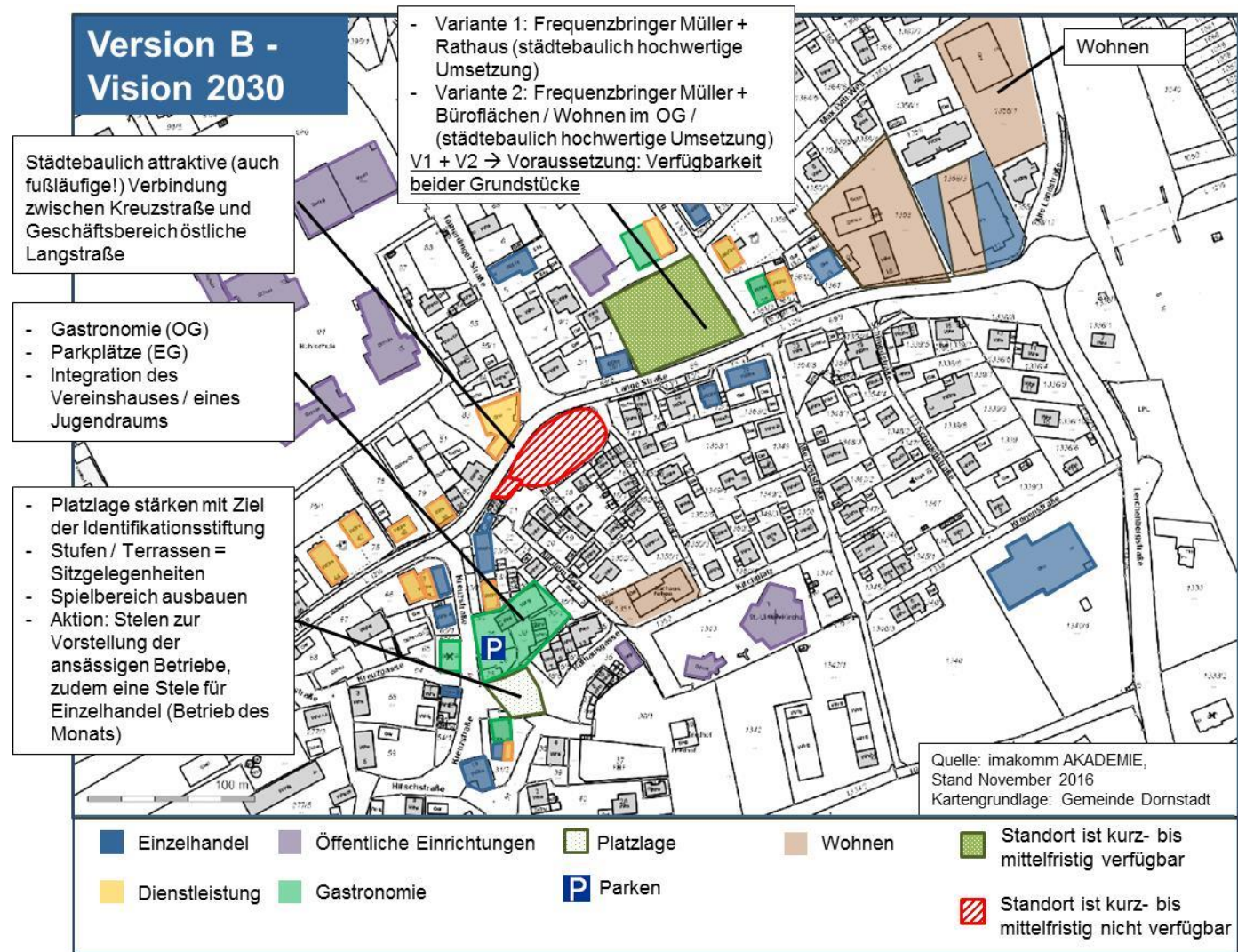


Grafik: Umsetzung der Strategie: Version B – Umsetzungsschritte bis 2020



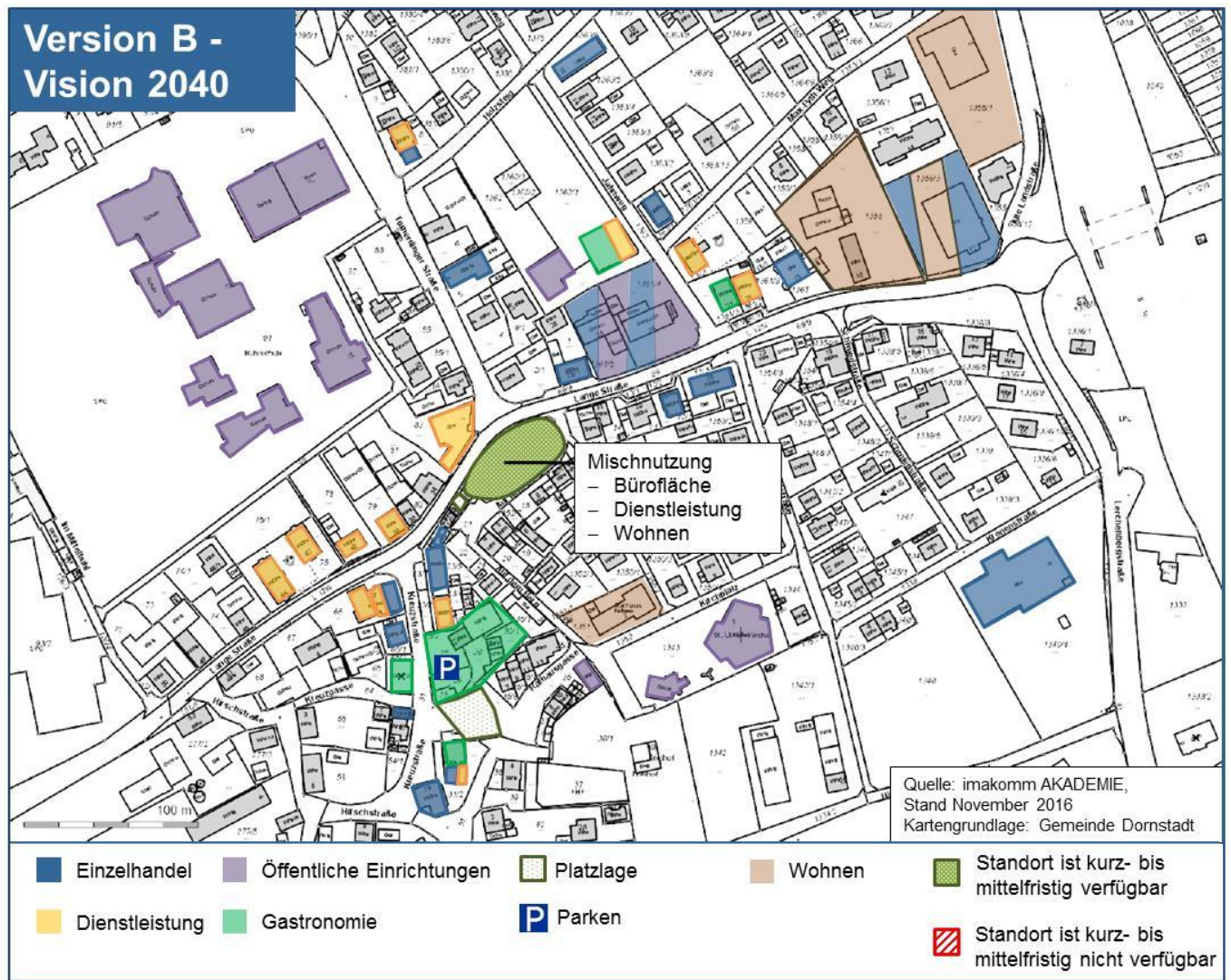
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2017.

Grafik: Umsetzung der Strategie: Version B - Umsetzungsschritte bis 2030



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2017.

Grafik: Umsetzung der Strategie: Version B - Umsetzungsschritte bis 2040



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

5.4 Ziel 4) Planungsrechtliche Umsetzung der Einzelhandelssteuerung

Die planungsrechtliche Steuerung für den Einzelhandelsstandort Dornstadt ist die wesentliche Grundlage eines Einzelhandelskonzeptes und die Grundlage für eine Stärkung des Ortskerns. Entsprechend muss das Konzept, um ein belastbares Steuerungsinstrument für die künftige Einzelhandelsentwicklung zu sein, zwingend folgende Elemente enthalten, um die aufgezeigte Strategie planungsrechtlich umsetzen zu können:

- Definition / Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (=Innenstadt von Dornstadt),
- grundsätzliche Strategie und Ziele der Einzelhandelssteuerung,
- räumliche Konkretisierung dieser Strategien und Ziele (= Standortkonzept) sowie
- eine ortsspezifische Sortimentsliste („Dornstadter Liste“) als konkretes sachliches Bewertungsinstrument von Einzelhandelsvorhaben (Ansiedlungen, Erweiterungen).

Wesentlich für die planungsrechtliche Umsetzung ist die zu verfolgende **Gesamtstrategie**. Um in Dornstadt eine funktionierende Innenstadt zu erhalten, gilt es die vorhandenen Ansiedlungspotenziale gezielt an innerstädtische Standorte zu lenken. Damit wird das Hauptziel aus Einzelhandelsicht erreicht: **Konzentration von Einzelhandel** im zentralen innerstädtischen Bereich von Dornstadt und damit Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels dabei aber auch eine Verfolgung einer realistischen Strategie (= Unterscheidung der räumlichen Steuerung nach Sortimenten, vgl. Kapitel Planungsrechtliche Umsetzung der Einzelhandelssteuerung).

Wichtig: Basis für die planungsrechtliche Umsetzung sind regionalplanerische Vorgaben. Diese sind zu berücksichtigen.

Laut Regionalplan Donau-Iller (1987) sind bisher noch keine Regelungen für die Steuerung von Einzelhandel festgelegt. Aktuell wird ein Entwurf für das Fachkapitel Einzelhandel erstellt. Basis dafür bildet das Regionale Einzelhandelskonzept Donau-Iller aus dem Jahr 2014. Im Rahmen dessen werden auch zentralörtliche Versorgungskerne abgegrenzt, die als Standorte für großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel dienen werden.

5.4.1 Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Der zentrale Versorgungsbereich stellt den innerstädtischen Bereich einer Stadt / Gemeinde dar, in dem sich einerseits Einzelhandelsnutzungen, aber auch ergänzende Nutzungen wie Dienstleistungen, Verwaltungseinrichtungen, Kultureinrichtungen oder Gastronomie konzentrieren. Der zentrale Versorgungsbereich stellt damit den Hauptversorgungsstandort dar, dem somit für die Gesamtstadt eine wichtige Rolle zukommt. Ergänzend können zentrale Versorgungsbereiche auch in gewachsenen Stadtteilzentren ausgewiesen werden, die eine Bedeutung für die Umgebung und somit eine schützenswerte Position einnehmen.

Durch die Festschreibung der „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ (vgl. §1, Absatz 6, Punkt 4 BauGB) sowie der klaren Aussagen zur Steuerung der zulässigen baulichen Nutzungen im Sinne des Schutzes des zentralen Versorgungsbereichs, ist ein wirksames Instrument geschaffen, die Innenentwicklung von Gemeinden zu stärken. Mit dem Beschluss dieses Gutachtens als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB wird auch dieser „zu erhaltende und zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereich“ festgesetzt.¹⁰ Er stellt das „Schutzobjekt“¹¹ bei allen weiteren Überlegungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Dornstadt, also beispielsweise auch bei Ansiedlungsüberlegungen in nicht integrierten Lagen, dar.

Der zentrale Versorgungsbereich in Dornstadt kann anhand folgender Kriterien abgegrenzt werden:

- Angebotsdichte und Nutzungsvielfalt (Einzelhandel, öffentliche und private Dienstleistungen, weitere Innenstadtfunktionen wie Gastronomie usw.),
- Fußläufige Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen,
- Aufenthaltsqualität,

¹⁰ § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Bei der Aufstellung der Bauleitpläne sind insbesondere zu berücksichtigen: die Erhaltung, Erneuerung, Fortentwicklung, Anpassung und der Umbau vorhandener Ortsteile sowie die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche.“

¹¹ § 34 BauGB Abs. 1-3: „(1) Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden.
(2) Entspricht die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete, die in der auf Grund des § 9a erlassenen Verordnung bezeichnet sind, beurteilt sich die Zulässigkeit des Vorhabens nach seiner Art allein danach, ob es nach der Verordnung in dem Baugebiet allgemein zulässig wäre; auf die nach der Verordnung ausnahmsweise zulässigen Vorhaben ist § 31 Abs. 1, im Übrigen ist § 31 Abs. 2 entsprechend anzuwenden.
(3) Von Vorhaben nach Absatz 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.“

- Barrierewirkungen (Bahnlinien, Straßen, etc.),
- städtebauliche Gesichtspunkte (verkehrliche Erreichbarkeit, fußläufige Erreichbarkeit, mögliche Verflechtungspotenziale, Erweiterungspotenziale usw.).

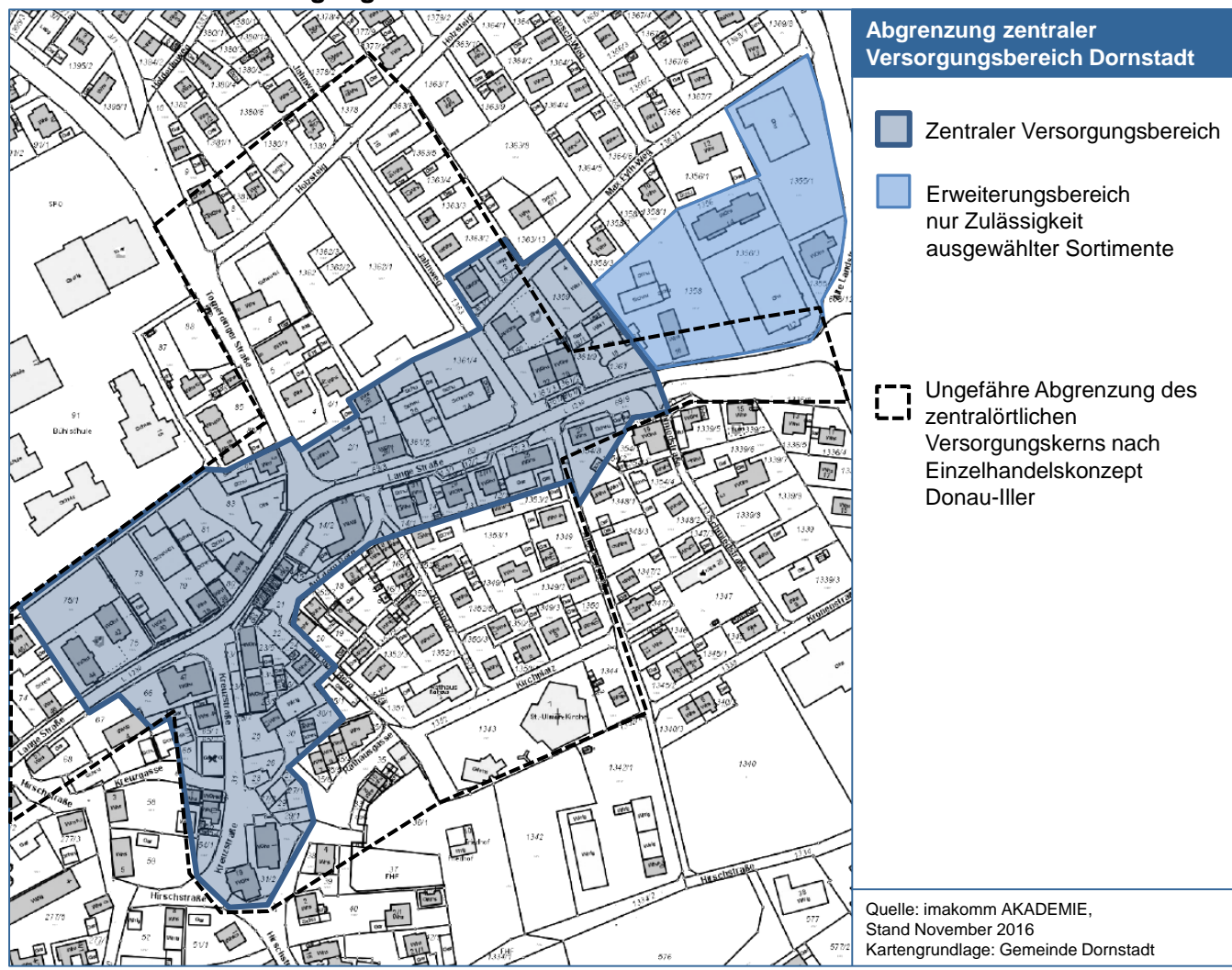
Der zentrale Versorgungsbereich wird dabei anders abgegrenzt als der zentralörtliche Versorgungskern des Einzelhandelskonzeptes Donau-Iller.

Zum einen ist die Innenstadtabgrenzung im nördlichen und südlichen Bereich kleiner gehalten. Hintergrund im Süden ist hierfür die Verlagerung des Rathauses an die Lange Straße gemäß der erarbeiteten Strategie. Dies hat zur Konsequenz, dass der topographisch schwierige südliche Bereich keine weiteren typischen Funktionen eines zentralen Versorgungsbereichs mehr erfüllt. Entsprechend in Richtung Wohnbauentwicklung weiter entwickelt werden kann. Im Norden entfällt die Entwicklungsfläche des ehemaligen Sportplatzes durch die geschaffene Bebauung mit Schwerpunkt Wohnen, so dass auch hier andere Schwerpunkte als Einzelhandel zu sehen sind.

Vor diesem Hintergrund ist die erweiterte Innenstadtabgrenzung für die Strategie zur Ortskernentwicklung heute nicht mehr sinnvoll. Zur Umsetzung der Strategie ist dahingehen eine Erweiterung des zentralen Versorgungsbereich in östliche Richtung anzustreben. Hier befinden sich Potenzialflächen, die für Einzelhandelsnutzungen dienen können. Wichtig ist hier bei der planungsrechtlichen Umsetzung, dass nur ausgewählte Sortimente zulässig sein werden, die im Ortskern aufgrund der Flächenverfügbarkeit keine Realisierungschancen aufweisen (z.B. Haus- und Heimtextilien).

Hinweis: Der hier abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich sollte mit Begründung der Abgrenzung dem Regionalverband Donau-Iller mitgeteilt werden, damit die Abgrenzung entsprechend für die Fortschreibung des Regionalplans berücksichtigt werden kann. Eine fachlich ausreichende Begründung liegt mit Vorlage des Einzelhandelskonzeptes nun vor.

Grafik: Zentraler Versorgungsbereich Dornstadt



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

5.4.2 Grundsätze der Einzelhandelssteuerung

Grundsatz 1: Zentrenrelevanter und damit auch nahversorgungsrelevanter Einzelhandel (jeweils Hauptsortiment, groß- und kleinflächig) künftig nur im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Dornstadts, nahversorgungsrelevanter Einzelhandel zusätzlich an einem ausgewiesenen Nahversorgungsstandort.

- 1a Sonstiger zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Einzelhandel (jeweils Hauptsortiment, groß- und kleinflächig) soll künftig grundsätzlich nur noch im zentralen Versorgungsbereich von Dornstadt sowie nahversorgungsrelevanter Einzelhandel am ausgewiesenen Nahversorgungsstandort Lerchenbergstraße angesiedelt werden. Dies gilt soweit regionalplanerische Vorgaben nicht entgegenstehen.
- 1b Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel kann ausnahmsweise außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs und dem ausgewiesenen Nahversorgungsstandort Lerchenbergstraße von Dornstadt angesiedelt werden, wenn das entsprechende Vorhaben überwiegend der Versorgung des jeweiligen Gebietes dient und damit eine standortgerechte Verkaufsflächendimensionierung aufweist. Das Vorhaben ist einer Einzelfallprüfung zu unterziehen.
- 1c Sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel (groß- und kleinflächig) wird künftig außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (Zentraler Versorgungsbereich und Erweiterungsgebiet) und des Ergänzungsstandortes Lerchenbergstraße grundsätzlich ausgeschlossen.

Für den Ergänzungsstandort „Lerchenbergstraße“ werden definierte, sonstige zentrenrelevante Sortimente im Sinne eines aktiven (=qualifizierten) Bestandsschutzes festgelegt: Hierbei handelt es sich um folgende sonstigen zentrenrelevante Hauptsortimente

- Schuhe (auch Sportschuhe)
- Kleinteilige Sport- und Campingartikel (z.B. kleinere Sportgeräte, Hanteln, Fußbälle, kleinere Campingausrüstung, Kocher)
- Großteilige Sport- und Campingartikel (z.B. Laufbänder, Heimtrainer, Tische, Stühle)

Für bestehenden Einzelhandel soll zudem ein qualifizierter (= aktiver) Bestandschutz realisiert werden, d.h. untergeordnete Verkaufsflächenerweiterungen sollen nach Einzelfallprüfung möglich sein.

1d Die Einzelhandelsentwicklung soll innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches differenziert nach Bereichen erfolgen:

- Zentraler Versorgungsbereich: vorrangig zu entwickelnder Einzelhandelsbereich. Einzelhandelsansiedlungen sind in diesem Bereich uneingeschränkt möglich.

- Erweiterungsbereich: In den innerstädtischen Teilräumen „östliche Lange Straße“ und „Alte Landstraße“ sollen Einzelhandelsansiedlungen nahversorgungsrelevante Hauptsortimente oder klar definierte sonstige zentrenrelevante Hauptsortimente (möglich auch: nicht zentrenrelevante Sortimente) umfassen. Mögliche sonstige zentrenrelevante Hauptsortimente an diesen Standorten sind:
 - Spielwaren inkl. Modellbau
 - Bekleidung (z.B. gemischtes Sortiment, Damenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung, Kinder-/Babybekleidung, Sportbekleidung, sonstige Oberbekleidung, Berufsbekleidung),
 - Kleinteilige Sport- und Campingartikel (z.B. kleinere Sportgeräte, Hanteln, Fußbälle, kleinere Campingausrüstung, Kocher)
 - Kleinteilige Baby- und Kinderartikel (z.B. Bekleidung, Spielwaren speziell für Babys und Kleinkinder)
 - Medizinisch-orthopädische Artikel
 - Musikalien / Musikinstrumente und Zubehör
 - Haus- und Heimtextilien / Kurzwaren (auch Wolle usw.) / Handarbeit / Nähzubehör / Stoffe.

1e Für den sonstigen zentrenrelevanten Einzelhandel gilt: Abweichungen von Grundsatz 1c und 1d sind in jedem Falle zu begründen. Sie sollen nur dann überhaupt möglich sein, wenn eine Unschädlichkeit des Vorhabens für den zentralen Versorgungsbereich sichergestellt ist UND zwingend auch weitere Bedingungen erfüllt sind.

- Jedes Vorhaben, gleich ob groß- oder kleinflächig, ist bei Abweichung von Grundsatz 1c und 1d einer Einzelfallprüfung zu unterziehen. Das Vorhaben muss zwingend zwei Bedingungen erfüllen:

Bedingung 1: Das Vorhaben darf nachweislich keine schädigenden städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich auslösen,

UND

Bedingung 2: Mit dem Vorhaben muss gleichzeitig eine nachweisbare Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches oder des gesamten Einzelhandelsstandortes verbunden sein. Nachzuweisen ist mindestens einer der folgenden Effekte:

- Mit dem Vorhaben erfolgt eine nachweisbare und mit der Ansiedlung kausal direkt verbundene Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches,
- Durch das Vorhaben erfolgt eine deutliche Erhöhung der Zentralität innerhalb des relevanten Hauptsortimentes,
- Durch das Vorhaben kann eine gänzlich neue Zielgruppe für den Einzelhandelsstandort Dornstadt gewonnen werden, eine Zielgruppe also, die bisher den Einzelhandelsstandort Dornstadt nicht oder kaum frequentiert hat,
- Mit dem Vorhaben werden quantitativ belegbare positive Kopplungseffekte für den zentralen Versorgungsbereich ausgelöst, d.h. ein Einkauf beim zu prüfenden Einzelhandelsvorhaben wird nachweislich und häufig dann auch mit einem Innenstadtbesuch verbunden.

Ergebnis: Schutz der Innenstadt, wohnortnahe Nahversorgung aber auch an anderen Standorten nach entsprechender Prüfung selbstverständlich zulässig. Versachlichung von Ausnahmeregelungen.

Grundsatz 2: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs soll die Einzelhandelsentwicklung künftig stärker auf einzelne Standorte konzentriert werden. Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel soll auf bestimmte Standorte konzentriert und an einzelnen Standorten im restlichen Gemeindegebiet gänzlich ausgeschlossen werden. Kleinflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel soll ebenfalls möglichst konzentriert werden. Weiterhin erfolgt eine Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente. Für bestehende Betriebe besteht ein aktiver (= qualifizierter) Bestandsschutz.

2a Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel soll in Dornstadt zukünftig neben dem zentralen Versorgungsbereich auf ausgewiesene Standorte begrenzt werden. Hierbei handelt es sich um den Ergänzungsstandort Lerchenbergstraße. In diesen Gebieten gilt es, Flächen als Ergänzungsstandorte für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel auszuweisen. Einzelne nicht zentrenrelevante Sortimente können auch zusätzlich an Standorten, die grundsätzlich nicht für Einzelhandel vorgesehen sind, ausgewiesen werden. Begründung hierfür ist eine fehlende Flächenverfügbarkeit im Zentralen Versorgungsbereich sowie dem ausgewiesenen Ergänzungsstandort bzw. eine sortimentspezifische Nähe zu gewerblichen Betrieben. Mögliche sonstige nicht zentrenrelevante Hauptsortimente an diesen Standorten sind:

- Möbel (z.B. Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badeinrichtungen, antiquarische Möbel, Betten)
- Pflanzen / Gartenbedarf (z.B. Düngemittel, Erde, Torf, Gartenhäuser, Pflanzgefäße, Bäume, Sträucher, Beetpflanzen, Baumschul- und Topfpflanzen, Gartengeräte)
- Bau- und Heimwerkerbedarf (z.B. Bauelemente, Baustoffe, Werkzeuge, Maschinen, Leitern), Holz / Holzmaterialien, Naturhölzer
- Farben, Lacke, Malereibedarf
- Boote und Zubehör
- Brennstoffe
- Eisenwaren, Beschläge, Schlösser
- Fenster, Gitter
- Markisen, Rollläden
- Kfz-Handel, Kfz- und Motorrad-Zubehör
- Mineralölerzeugnisse
- Bad- / Sanitäreinrichtungen und Zubehör

- Türen, Zäune
 - Heizungen, Kamine und (Kachel-)Öfen
- 2b Auch kleinflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel soll vorrangig im zentralörtlichen Versorgungskern angesiedelt werden. Ansiedlungen von kleinflächigem nicht zentrenrelevantem Einzelhandel sind auch an weiteren Standorten möglich, sollten aber möglichst auf wenige Standorte konzentriert werden. An nicht etablierten Einzelhandelsstandorten ist das jeweilige Vorhaben einer Einzelfallprüfung zu unterziehen.
- 2c Angesichts der erarbeiteten Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in Dornstadt kann ein vollständiger Ausschluss von nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsansiedlungen an einzelnen Standorten sinnvoll sein, um einer anderweitigen gewerblichen Entwicklung (z.B. Handwerksbetriebe, Logistik, Dienstleistungsbetriebe) in Dornstadt Flächen vorhalten zu können. Dies sollte insbesondere in den nicht integrierten Lagen im Gewerbegebiet Lerchenbergstraße Ost sowie östlich der B10 erfolgen. Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel ist dort nur gemäß den definierten Sortimenten nach Grundsatz 2a nach Einzelfallprüfung möglich.
- 2d Bei Ansiedlungen von nicht zentrenrelevantem Einzelhandel (egal ob groß- oder kleinflächig) sollen zentrenrelevante Randsortimente begrenzt werden. Sie sind nur zulässig, wenn keine Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind, was erfahrungsgemäß bei einer Beschränkung auf maximal 10% der Verkaufsfläche bzw. maximal 800 m² gegeben ist, ggf. kann auch eine nähere Bestimmung der zulässigen Sortimente mit einer jeweiligen maximalen Verkaufsflächenbegrenzung erforderlich sein. Diese ist im Einzelfall zu prüfen. Darüber hinaus muss das Randsortiment einen direkten Bezug zum Hauptsortiment aufweisen (= branchentypisches zentrenrelevantes Randsortiment).

Ergebnis: Konzentration von nicht zentrenrelevantem Einzelhandel auf ausgewiesene Standorte, kleinflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel fast überall möglich, dabei aber Beschränkung von schädlichen Randsortimenten.

Grundsatz 3: In Misch- und Gewerbegebieten mit Ausschluss von Einzelhandel ist für Gewerbebetriebe der Verkauf von selbst hergestellten / montierten Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu 800 m² ausnahmsweise zulässig.

- 3a In Gebieten mit Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben kann Einzelhandel ausnahmsweise zugelassen werden, wenn in dort angesiedelten Gewerbebetrieben hergestellte / montierte Waren verkauft werden sollen.
- 3b Die Verkaufsfläche soll untergeordnet zum eigentlichen Gewerbebetrieb sein. Des Weiteren müssen sie diesem räumlich zugeordnet sein und in betrieblichem Zusammenhang stehen. Als Verkaufsflächenobergrenze wird auf die Grenze zur Großflächigkeit im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO abgestellt. Nach der aktuellen Rechtsprechung liegt diese derzeit bei 800 m², ggf. kann aber auch eine nähere Bestimmung der zulässigen Sortimente mit einer jeweiligen maximalen Verkaufsflächenbegrenzung erforderlich sein.
- 3c Für Handwerksbetriebe des Lebensmittelhandwerks und sonstiger zentrenrelevanter Sortimente ist das jeweilige Vorhaben einer Einzelfallprüfung zu unterziehen¹².

Ergebnis: Nicht nur restriktiv, sondern konstruktiv: Wenn Einzelhandel nicht möglich, können Handwerksbetriebe / Produktionsbetriebe u.Ä. trotzdem untergeordnet Verkaufsfläche errichten, wenn dies der Innenstadt nicht schadet (letztlich eine Art „Wirtschaftsförderung für die Handwerksbetriebe“).

⁷⁾ Begründung für die Notwendigkeit einer Einzelfallprüfung für diese Sortimente: Nahversorgungsrelevante Sortimente, insbesondere Lebensmittelbetriebe sowie sonstige zentrenrelevante Sortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches können die zu stärkende Innenstadt und die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln schwächen und damit die grundsätzliche Strategie einer Innenstadtstärkung und Stärkung der wohnortnahen Versorgung konterkarieren. Sie sind daher gemäß Grundsatz 1 grundsätzlich auf die Innenstadt zu konzentrieren. Mit Grundsatz 3 soll eine untergeordnete Einzelhandelsentwicklung speziell für die in 3a genannten Betriebe an Standorten mit Einzelausschluss zwar ermöglicht werden. Es soll aber gleichzeitig ebenso sichergestellt werden, dass bei entsprechenden Ausnahmen im Sinne von Grundsatz 3 eine Innenstadtschädigung trotzdem vermieden wird.

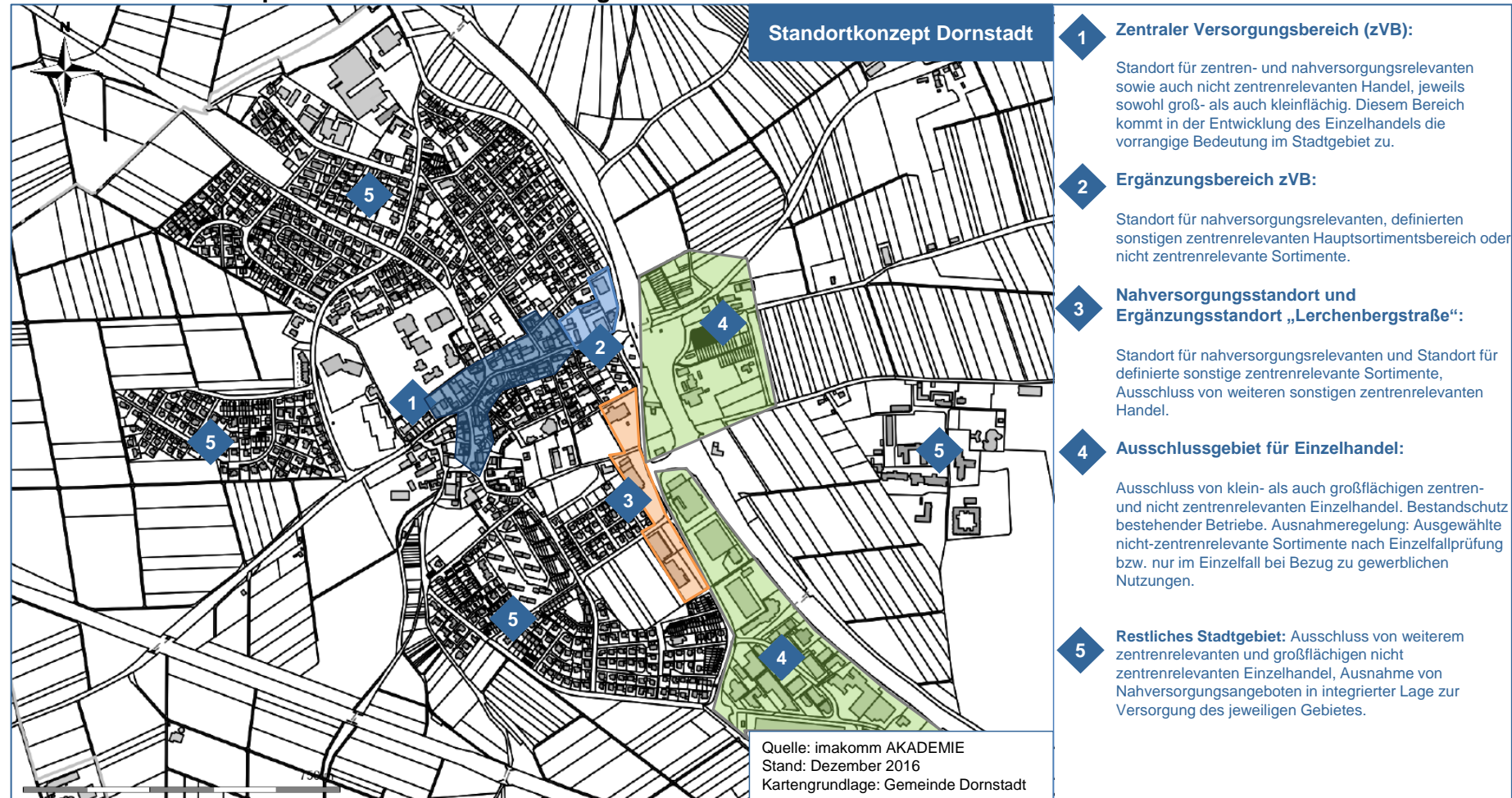
5.4.3 Räumliche Konkretisierung der Grundsätze = Standortkonzept

Zur Konkretisierung der Grundsätze der Einzelhandelssteuerung sollen im Folgenden nochmals in einer räumlichen Definition die Standorte gemäß ihrer zukünftigen Zulässigkeit für den Einzelhandel dargestellt werden. Mit anderen Worten: Das Standortkonzept stellt die „Übersetzung“ der Grundsätze in Standorte dar:

1. **Zentraler Versorgungsbereich:** Standort für den sonstigen zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, aber auch für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel (Letzterer ist aber grundsätzlich auch außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs zulässig). Diesem Bereich kommt in der Entwicklung des Einzelhandels die vorrangige Bedeutung im Stadt / Gemeindegebiet zu. Im zentralen Versorgungsbereich findet eine differenzierte Steuerung statt:
 - **Zentraler Versorgungsbereich:** Standort für sonstigen zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel. Diesem Bereich kommt in der Entwicklung des Einzelhandels die vorrangige Bedeutung im Stadtgebiet zu.
 - **Ergänzungsbereich: „östliche Lange Straße“ und „Alte Landstraße“:** Standort für definierte sonstige zentrenrelevanten Hauptsortimentsbereiche (u.a. Bekleidung; Haus- und Heimtextilien) oder nahversorgungsrelevante bzw. nicht zentrenrelevante Sortimente.
2. **Nahversorgungsstandort und Ergänzungsstandort („Lerchenbergstraße“):** Etablierter Einzelhandelsstandort und künftiger Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und definierten sonstigen zentrenrelevanten Einzelhandel (u.a. Schuhe, kleinteilige Sport- und Campingartikel) sowie für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel. Bestehende Betriebe besitzen einen qualifizierten (=aktiven) Bestandsschutz.
3. **Ausschlussgebiet für Einzelhandel:** Standort für vorrangig gewerbliche Nutzungen. Einzelhandelsnutzungen nur im Einzelfall bei Bezug zu gewerblichen Nutzungen bzw. mangelnden Standortalternativen für ausgewiesene Sortimente nach Einzelfallprüfung möglich.

4. **Restliches Gemeindegebiet:** Ausschluss von weiterem zentrenrelevantem und großflächigem nicht zentrenrelevanten Handel, Ausnahmen: Nahversorgungsangebote in integrierter Lage zur Versorgung des jeweiligen Gebietes und qualifizierter (aktiver) Bestandschutz für bestehenden großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel. Grundsätzlich ist das Ziel einer Konzentration von Einzelhandelsansiedlungen zu verfolgen.

Grafik: Standortkonzept - räumliche Konkretisierung



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2016.

5.4.4 Sortimentliste („Dornstadter Liste“)

Zentrales, planungsrechtliches Steuerungsinstrument für die Umsetzung der Grundsätze stellt eine ortsspezifische Sortimentliste dar („Dornstadter Liste“).¹³ Im Folgenden dargestellt ist

- die eigentliche Sortimentliste („Dornstadter Liste“) auf Basis der Bestandserhebungen aller Einzelhandelsbetriebe in Dornstadt (auch Stadtteile) inklusive der
- Begründungen für die Zuordnung der einzelnen Sortimente zu den „nahversorgungsrelevanten“, „sonstigen zentrenrelevanten“ bzw. „nicht zentrenrelevanten“ Sortimenten. Maßgeblich für die Zuordnung sind hier die örtlichen Gegebenheiten in Dornstadt¹⁴. Ergänzend sind auch teilweise Sortimente aus strategischen Gründen als zentrenrelevant einzustufen, da es sich typischerweise um zentrenrelevante Sortimente handelt. Diese Warengruppen werden in der Dornstadter Innenstadt derzeit zwar nicht angeboten, könnten aber grundsätzlich eine Steigerung der Attraktivität der Innenstadt mit sich bringen und sind somit bevorzugt auf die Innenstadt zu konzentrieren. Die Anmerkungen beruhen auf der Bestandserhebung vom Zeitraum Juli / August 2016.

Hinweis: Die Zentrenrelevanz einer Warengruppe / eines Sortiments wird mit der „tatsächlichen Zentrenrelevanz“ (= das Angebot ist aktuell in der Innenstadt und/oder einem Stadtteilzentrum von Dornstadt vorhanden) bzw. der „typischerweise Zentrenrelevanz“ (= aktuell zwar weder in der Innenstadt noch in einem Stadtteilzentrum von Dornstadt tatsächlich vorhandenes Angebot, es sollte aber aus Versorgungsgründen oder strategischen / städtebaulichen Überlegungen heraus versucht werden, dieses Angebot in der Innenstadt und/oder in den Stadtteilzentren anzusiedeln; und: üblicherweise findet sich dieses Sortiment in zentralen Lagen aufgrund der Sortimentseigenschaften, Stichwort „Handtaschensortiment“ u.Ä.) begründet.

Hinweis: Die Begrifflichkeit „zentrenrelevante Sortimente“ umfasst sowohl „nahversorgungsrelevante Sortimente“ als auch „sonstige zentrenrelevante Sortimente“, dient somit als Überbegriff für die beiden Klassifizierungen.

¹³ Vgl. hierzu beispielsweise VGH Baden-Württemberg, Urteil vom 02.05.2005, 8 S 1848/04, Urteil vom 30.01.2006, 1 S 1259/05.

¹⁴ Die Begründungen greifen explizit die Anforderungen der Rechtsprechung an ortsspezifischen Sortimentlisten auf, wonach jeweils die örtlichen Gegebenheiten (und somit der spezifischen Begründung für einen Standort) entscheidende Bedeutung für diese Einteilungen zukommen (vgl. VGH Baden-Württemberg, Urteil vom 02.05.2005, 8 S 1848/04, Urteil vom 30.01.2006, 1 S 1259/05).

Auf Basis der Bestandserhebungen aller Einzelhandelsbetriebe in Dornstadt (auch Stadtteile) im Juli / August 2016 lässt sich folgende Sortimentsliste für Dornstadt ableiten (Auflistung):

Grafik: „Dornstadter Liste“

Zentrenrelevante Sortimente / Warengruppen	
Nahversorgungsrelevante Sortimente / Warengruppen, zugleich zentrenrelevant	
Lebensmittel / Getränke	1)
Apotheken	1)
Gesundheit- / Körperpflege / Drogeriewaren (inkl. Putz-, Wasch- und Reinigungsmittel) / Parfümerie- und Kosmetikartikel	1)
Genussmittel / Tabakwaren	1)
Zeitschriften / Zeitungen	1)
Sonstige zentrenrelevante Sortimente / Warengruppen	
Blumen	2)
Bücher, auch antiquarische Bücher	3)
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	3)
Spielwaren inkl. Modellbau	3)
Bastelartikel	3)
Bekleidung (z.B. gemischtes Sortiment, Damenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung, Kinder-/Babybekleidung, Sportbekleidung, sonstige Oberbekleidung, Berufsbekleidung)	3)
Haus- und Heimtextilien / Kurzwaren (auch Wolle usw.) / Handarbeit / Nähzubehör / Stoffe	3)
Kleinteilige Sport- und Campingartikel (z.B. kleinere Sportgeräte, Hanteln, Fußbälle, kleinere Campingausrüstung, Kocher)	3)
Kleinteilige Baby- und Kinderartikel (z.B. Bekleidung, Spielwaren speziell für Babys und Kleinkinder)	3)
Schuhe (auch Sportschuhe)	2)
Lederwaren, Taschen, Koffer, Schirme	3)
Kleinteilige Elektrowaren (z.B. Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen) sowie Unterhaltungselektronik (z.B. Rundfunk-, Fernseh-, fototechnische Geräte, Videokameras)	2)
Telekommunikationsendgeräte / Mobilfunkgeräte und Zubehör	3)
Computer und Zubehör, Software und Zubehör	3)
Haushaltswaren (z.B. Schneidwaren / Bestecke, Tafelgeschirr, Silberwaren), Glas / Porzellan / Keramik, Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Dekorationsartikel, Geschenkartikel und Souvenirs	3)

Medizinisch-orthopädische Artikel	3)
Augenoptik	2)
Hörgeräte	3)
Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen, Antiquitäten (außer Möbel)	3)
Briefmarken / Münzen	3)
Uhren, Schmuck	3)
Musikalien / Musikinstrumente und Zubehör	3)

Nicht zentrenrelevante Sortimente / Warengruppen	
Korb-, Kork- und Flechtwaren	4)
Pflanzen / Gartenbedarf (z.B. Düngemittel, Erde, Torf, Gartenhäuser, Pflanzengefäße, Bäume, Sträucher, Beetpflanzen, Baumschul- und Topfpflanzen, Gartengeräte, Gartenmöbel)	4)
Möbel (z.B. Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badeinrichtungen, antiquarische Möbel, Betten)	4)
Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- / Unterdecken), Tapeten, Bodenbeläge (inkl. Teppiche), Gardinenstangen	4)
Bau- und Heimwerkerbedarf (z.B. Bauelemente, Baustoffe, Werkzeuge, Maschinen, Leitern), Holz / Holzmaterialien, Naturhölzer	4)
großteilige Sport- und Campingartikel (z.B. Laufbänder, Heimtrainer, Tische, Stühle)	4)
Farben, Lacke, Malereibedarf	4)
Großteilige Baby- und Kinderartikel (z.B. Möbel, Bettwaren, Kindersitze / Autositze, Matratzen, Kinderwagen)	4)
Großteilige Elektrowaren (z.B. Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen)	5)
Fahrräder und Fahrradzubehör	4)
Tiere, Güter des zoologischen Bedarfs (z.B. Tierfutter, Käfige, Katzenbäume)	4)
Boote und Zubehör	4)
Brennstoffe	4)
Eisenwaren, Beschläge, Schlösser	4)
Fenster, Gitter	4)
Markisen, Rollläden	4)
Kfz-Handel, Kfz- und Motorrad-Zubehör	4)
Mineralölerzeugnisse	4)
Bad- / Sanitäreinrichtungen und Zubehör	4)

Türen, Zäune	4)
Büromaschinen und Einrichtungen	4)
Elektroinstallationsmaterial	4)
Heizungen, Kamine und (Kachel-)Öfen	4)
Lampen und Leuchten, Leuchtmittel	4)
Waffen, Angler-, Reit- und Jagdbedarf (ohne Bekleidung im Hauptsortiment)	4)
Erotikartikel	4)
<p>1) täglicher Bedarf¹⁵</p> <p>2) typischerweise und tatsächlich zentrenrelevant</p> <p>3) typischerweise zentrenrelevant, in Dornstadt nur noch als untergeordnetes Randsortiment vertreten</p> <p>4) Tatsächlich nicht zentrenrelevant in Dornstadt und im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg nicht als zentrenrelevant eingestuft, d.h. es kann auch davon ausgegangen werden, dass dieses Sortiment auch typischerweise nicht zentrenrelevant ist. Die Standortanforderungen für dieses Sortiment können aufgrund des erschwerten Abtransportes und des hohen Flächenbedarfs im zentralen Versorgungsbereich kaum befriedigt werden.</p> <p>5) In Dornstadt zum Teil noch im Zentralen Versorgungsbereich anzutreffen, Allerdings gilt: Die Standortanforderungen für dieses Sortiment können aufgrund des erschwerten Abtransportes, des hohen Flächenbedarfs beispielsweise aufgrund von Außenflächen usw. in der Innenstadt nicht befriedigt werden.</p>	

Quelle: imakomm AKADEMIE; 2016.

¹⁵ ¹⁵Die Abgrenzung / Begründung anhand des Kriteriums „täglicher Bedarf“ entspricht im Wesentlichen Punkt 2.2.5 des Einzelhandelserlasses Baden-Württemberg (Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben, vom 21. Februar 2001, Az.: 6-2500.4/7). Hinweise: Grundsätzliche Sortimente des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, Zeitschriften usw. sollen – wie zentrenrelevante Sortimente – grundsätzlich nur in den zentralörtlichen Versorgungskernen angesiedelt werden.

6 Anhang

6.1 Hinweise zur Methodik

Hinweis zur Bestandserhebung Einzelhandel:

Es wurden sämtliche Einzelhandelsbetriebe in der Standortkommune erhoben. Dabei wurden sowohl quantitative Kriterien (v.a. Verkaufsfläche in m²) als auch qualitative Kriterien (u.a. Qualitätssegment des jeweiligen Sortimentes) erhoben.

Die Bestandserhebung erfolgte „sortimentsscharf“. Das bedeutet: Die Sortimente wurden einzeln erhoben und berücksichtigt, statt Betriebe anhand ihres Umsatzschwerpunktes pauschal nur einem Sortiment zuzuordnen. So ist gewährleistet, dass Ergänzungssortimente, die bei einem einzelnen Betrieb evtl. tatsächlich nur von untergeordneter Bedeutung sind, in der Summe über alle Betriebe jedoch von Bedeutung sein können, auch wirklich berücksichtigt werden. Beispiel: Die Verkaufsfläche eines Betriebes aus dem Bereich Lebensmitteleinzelhandel wurde nicht pauschal dem Bereich „Nahrungs- und Genussmittel“ zugerechnet, sondern auf Basis der tatsächlichen Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten anteilig den Bereichen „Nahrungs- und Genussmittel“, „Gesundheit / Körperpflege / Drogeriewaren“ usw. zugeordnet.

Außenflächen – beispielsweise bei Baumärkten und Gartencentern – wurden wie üblich anteilig zur Verkaufsfläche gerechnet (überdachte Bereiche: 50%, nicht überdachte Bereiche: 25%).

Hinweis Plausibilitätsprüfung:

Weiterer Grund für die Realitätsnähe der Daten der imakomm AKADEMIE: Im Rahmen der Vor-Ort-Begehungen aller Einzelhandelsbetriebe (auch Stadtteile, Streulagen) wurden v.a. Verkaufsflächen, aber auch weitere Daten der Einzelhandelsbetriebe (bspw. Kundenherkunft) quasi „dreifach“ erhoben:

1. Schätzwerte der imakomm AKADEMIE durch Begehung sämtlicher Einzelhandelsbetriebe und Abgleich mit branchenüblichen Werten.
2. Bei Betreten jedes Einzelhandelsgeschäftes: Persönliches Überreichen des Fragebogens für die schriftliche Einzelhandelsbefragung, wenn möglich an den Geschäftsführer und dabei Kurzbefragung (nach Verkaufsfläche, Kundenherkunft, Sortimentsstruktur usw.).
3. Auswertung der Rückläufe der schriftlichen Einzelhandelsbefragung.

Fazit: Auch aufgrund der verschiedenen Methoden bei der Einzelhandelserhebung können die **Ergebnisse als realistisch und belastbar** gelten.

Hinweis zur Methodik der Kaufkraftberechnung:

(1) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft eines Einzelhandelsstandortes sowie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dessen Marktgebiet lässt sich theoretisch aus der verfügbaren Kaufkraft (synonym: Verfügbares Einkommen) und letztlich der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Das folgende Schema zeigt die **Zusammenhänge zwischen einzelnen Kaufkraftbegriffen**.¹⁶

Schematische Darstellung verschiedener Kaufkraftbegriffe

Primäreinkommen	Transfer-einkommen	Vermögens-verbrauch	Konsumkredit-aufnahme
Potenzielle Kaufkraft			
Verfügbare Kaufkraft = Verfügbares Einkommen			Steuern+Sozial-versicherungs-beiträge
Konsumtive Kaufkraft		Ersparnis Kredittilgung Zinsaufwand	
Ungebundene (freie) Kaufkraft		Gebundene Kaufkraft ¹⁾	
Einzelhandels-relevante Kaufkraft	Dienstleistungs-relevante Kauf-kraft		

1) Mieten, Wohnungsnebenkosten, Laufende Übertragungen an Dritte

Quelle: Statistische Landesamt Baden-Württemberg, zur Verfügung gestellt von Referat 61, verändert.

(2) Daten zur ungebundenen Kaufkraft sind beim Statistischen Landesamt Baden-Württemberg abrufbar. Daten zur **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** werden von den statistischen Ämtern jedoch nicht erhoben. Hierfür werden in der Regel Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) verwendet. Aufgrund methodischer Unterschiede in der Datenerhebung lässt sich aber die einzelhandelsrelevante Kaufkraft nicht unmittelbar aus der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Da jedoch die GfK-Daten allgemein anerkannt sind, wird im Rahmen der vorliegenden Untersuchung auf die GfK-Daten – trotz methodischer Schwächen – zurückgegriffen.

(3) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist jedoch regional unterschiedlich verteilt. Dies wird anhand unterschiedlicher **Kaufkraftkoeffizienten** für die einzelnen Städte und Gemeinden berücksichtigt, die für sämtliche Städte und Gemeinden in Deutschland vorliegen und von der GfK errechnet werden. Der durchschnittliche Kaufkraftkoeffizient in Deutschland pro Einwohner und Jahr beläuft sich somit auf 100,0. Durchschnittlich verfügt ein Einwohner in Deutschland demnach über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 5.792 Euro pro Jahr (=

¹⁶ Laut Statistischem Bundesamt (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung) beträgt der Anteil der Konsumausgaben im Einzelhandel am verfügbaren Einkommen ca. 26,3%. Allerdings werden hier beim Begriff „Einzelhandel“ Betriebe des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) nicht mit berücksichtigt. Zählt man die Konsumausgaben der privaten Haushalte im Bereich Ladenhandwerk hinzu (Quelle: METRO Group: Metro Handelslexikon). 2007/2008), so ergibt sich ein Anteil der Konsumausgaben im Einzelhandel am verfügbaren Einkommen in Höhe von 27,3%.

100,0) (Angaben laut GfK). Ein Kaufkraftkoeffizient über 100,0 gibt an, dass in der entsprechenden Kommune eine überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner und damit auch insgesamt zur Verfügung steht. Ein Kaufkraftkoeffizient unter 100,0 gibt an, dass hier eine im Bundesvergleich nur unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft für Konsumausgaben in diesem Bereich zur Verfügung steht.

Fazit: Trotz einzelner methodischer Schwächen der üblicherweise verwendeten Daten der GfK zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird aufgrund der allgemeinen Anerkennung sowie aus Vergleichsgründen auf Kaufkraftkennziffern der GfK zurückgegriffen.

Hinweise zu Berechnungen:

Um eine Scheingenauigkeit zu vermeiden, wird praktisch an allen Stellen im Rahmen der Untersuchung mit „ca.-Werten“ gearbeitet. Rundungsdifferenzen sind somit nicht zu vermeiden, sie haben aber keinerlei Auswirkung auf die zentralen Ergebnisse / Aussagen.

Die imakomm AKADEMIE wendet grundsätzlich das Verfahren einer sortimentsscharfen Bestandserhebung an, d.h. es werden bei einem Anbieter sowohl Haupt- als auch wesentliche Randsortimente erfasst. Diese gehen differenziert in die Bestandsdaten (Verkaufsflächen) ein. Mögliche Abweichungen bei den Bestandszahlen (Verkaufsflächen, Umsätze) von anderen Gutachten sind mit großer Wahrscheinlichkeit auf diese sortimentsscharfe Bestandserfassung zurückzuführen (wird nur selten tatsächlich im Rahmen von Gutachten durchgeführt).

Bei Berechnungen des Nachfragevolumens und von Marktanteilen werden grundsätzlich die aktuellen, verfügbaren Kaufkraftwerte der GfK, Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, angesetzt. Dies gilt sowohl für die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft als auch für die jeweils sortimentsspezifische Kaufkraft (= Aufteilung der gesamten Kaufkraft nach einzelnen Sortimenten bzw. Warengruppen). Auch vor diesem Hintergrund können sich Abweichungen zu anderen / älteren Gutachten ergeben.

Für sämtliche Berechnungen von Umsätzen (Planumsätze, Bestandsumsätze) werden grundsätzlich belastbare Durchschnittswerte v.a. folgender Quellen wie EHI (EuroHandelsInstitut, Köln) und IfH (Institut für Handelsforschung) sowie BBE verwendet. Diese Durchschnittswerte werden dann auf die jeweilige Vor-Ort-Situation angewandt und ggf. leicht korrigiert. Die verwendeten Quellen werden an entsprechender Stelle der Untersuchung dokumentiert. Teilweise erfolgt zudem in einzelnen Untersuchungen eine Kurzbefragung bestehender Einzelhandelsbetriebe, um die angenommenen Umsatzwerte zu verifizieren und weitere Informationen wie beispielsweise die aktuelle Kundenherkunft (zur Berechnung von aktuellen Kaufkraftbindungsquoten) realistisch zu erfassen.

6.2 Hinweise zu Begrifflichkeiten

Im Rahmen der vorliegenden Ausarbeitung werden die Begriffe „Lebensmittel“ bzw. „Food-Bereich“ und „Nahrungs- und Genussmittel“ synonym verwendet. Gleiches gilt für die Begriffe „zentraler Versorgungsbereich“, „Innenstadt“ und „Versorgungskern“. Letzterer ist in einzelnen Regionalplänen quasi die regionalplanerische Definition des zentralen Versorgungsbereiches.