

Nutzungskonzept Ammerseestraße (ehem. AOA-Areal)



Ergebnisse des Gutachtens

20. Juni 2017

Dipl.-Geogr. Christian Hörmann

Partner

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

1. **Gegenstand und Aufbau der Untersuchung**
2. **Nutzungskonzept**
3. **Machbarkeitsanalyse**
4. **Verträglichkeitsanalyse**
5. **Fazit**

1. Gegenstand und Aufbau der Untersuchung

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

1. Gegenstand und Aufbau der Untersuchung **CIMA.**

Ausgangssituation



Kartengrundlage: Openstreetmap, Eigene Darstellung 2016



Bildnachweis: Eigene Aufnahmen, 2016

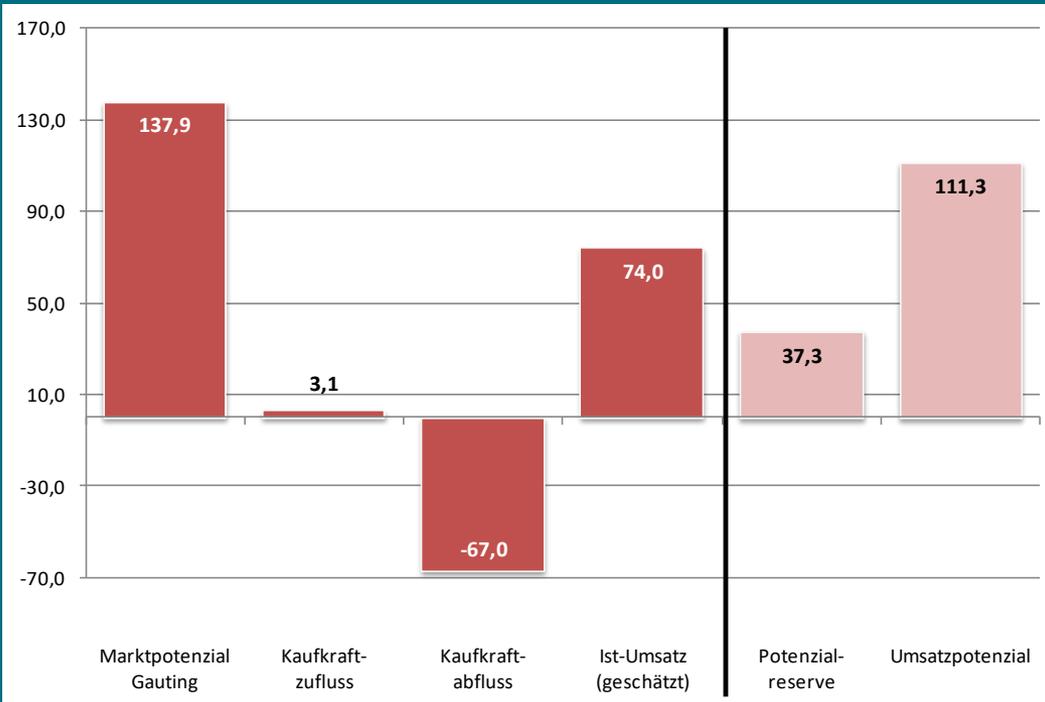
1. Gegenstand und Aufbau der Untersuchung **CIMA.**

Standortvoraussetzungen Einzelhandelskonzept 2011

Offene Umsatzpotenziale im Lebensmittelsegment in Höhe von 11,3 Mio. €

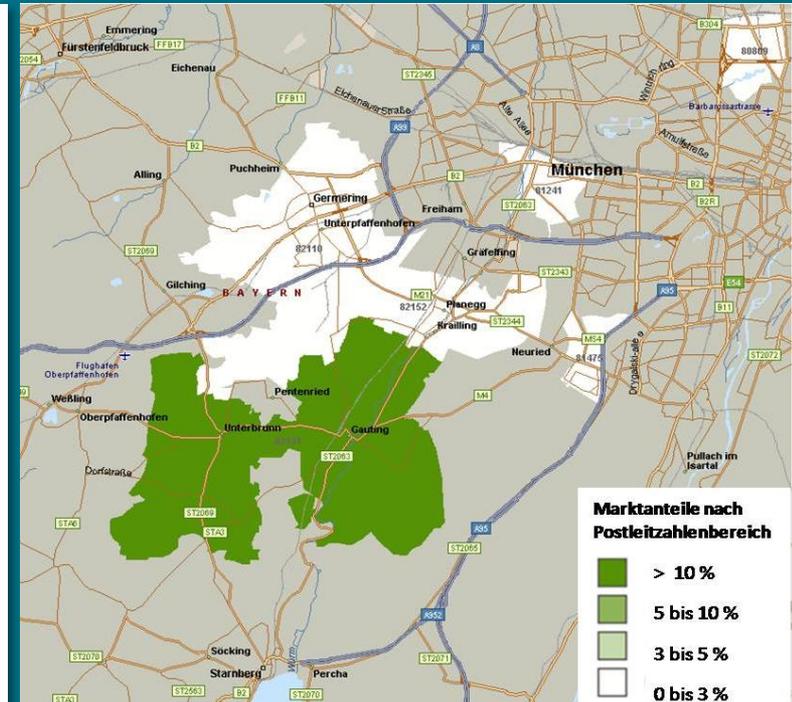
Offene Umsatzpotenziale im Drogeriewarensegment in Höhe von 2,9 Mio. €

Kaufkraftstromanalyse



Quelle: Einzelhandelskonzept 2011, S. 51

Einzugsgebiet



Quelle: Einzelhandelskonzept 2011, S. 34

2. Nutzungskonzept

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

2. Nutzungskonzept

Standortvoraussetzungen



2. Nutzungskonzept

Abgeleitetes Nutzungskonzept

CIMA.

<i>Betriebstyp</i>	Lebensmittelsupermarkt	Konzessionäre		
		z. B. Bäckerei	z. B. Metzgerei	z. B. Apotheke
<i>Verkaufsfläche in m²</i>	1.000 - 1.500	20 - 30	30 - 40	40 - 60



3. Machbarkeits- analyse

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

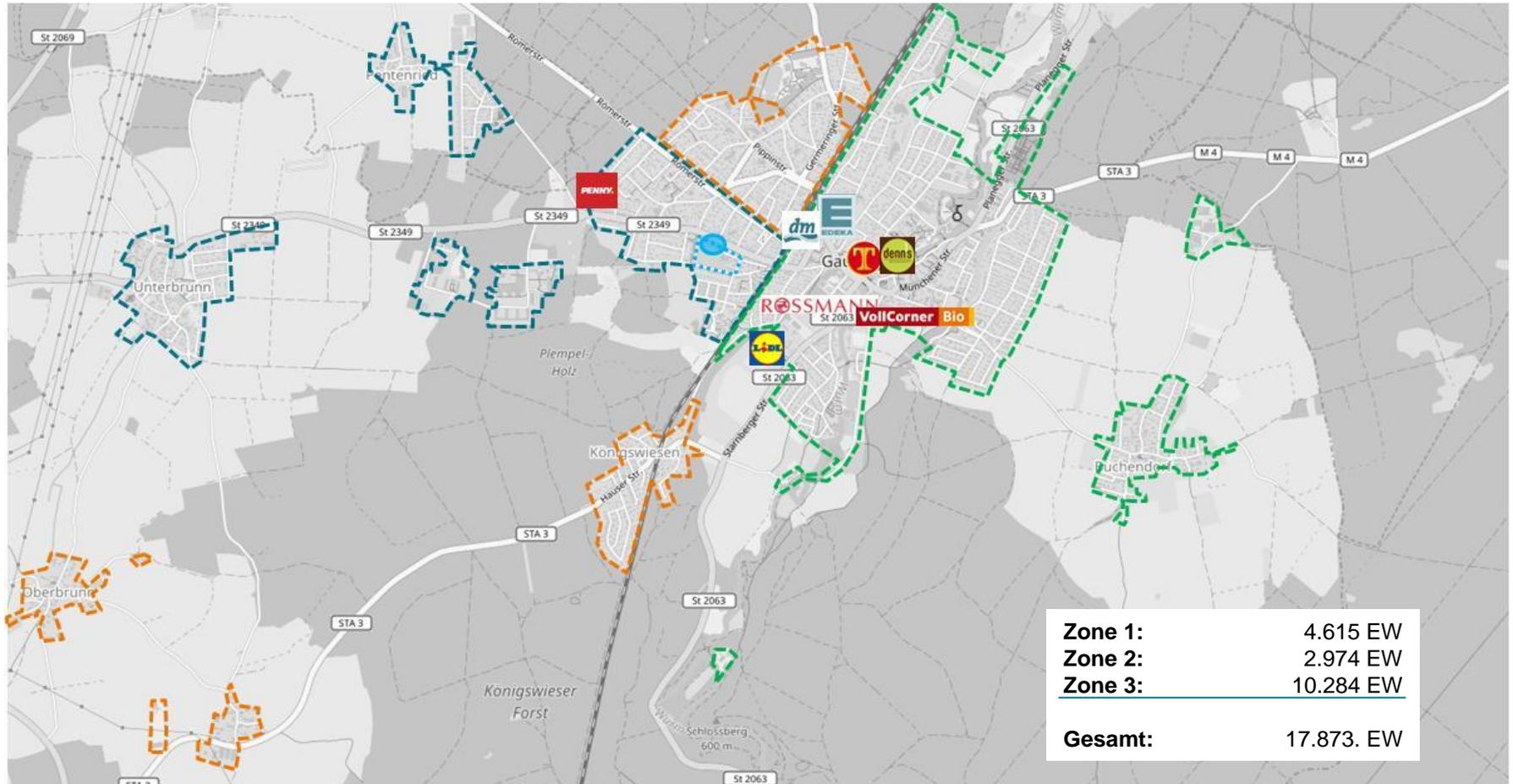
Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

3. Machbarkeitsanalyse

Einzugsgebiet, Einwohnerzahl



Legende:



Lebensmittelmarkt



Vorhabenstandort



Zone 1



Zone 2



Zone 3

3. Machbarkeitsanalyse

Grundannahmen zur bindungsfähigen Kaufkraft

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben (Lebensmittel)	Kaufkraft- kennziffer	Kaufkraft- potenzial (in Mio. €)
Zone 1	4.615	2.108	1,282	12,5
Zone 2	2.974	2.108	1,282	8,0
Zone 3	10.284	2.108	1,282	27,8



3. Machbarkeitsanalyse

Umsatzerwartung - Machbarkeit



Prognostizierte Kaufkraftbindungen im Lebensmittelsegment

	Kaufkraft-potenzial (in Mio. €)	Prognostizierte Kaufkraftbindung im Lebensmittelsegment nach Zonen
Zone 1	12,5	16 - 20 %
Zone 2	8,0	9 - 15 %
Zone 3	27,8	5 - 8 %

Umsatzerwartung Gesamt

Umsatzherkunft	Spanne Umsatzerwartung in Mio. €	
Zone 1	2,0	2,5
Zone 2	0,7	1,2
Zone 3	1,4	2,2
Umsatz Nonfood	0,6	0,9
Umsatzerwartung durch Streuumsätze	0,1	0,2
Gesamte Umsatzerwartung	4,8	7,0

Fazit: Der Markt ist in der angedachten Dimensionierung wirtschaftlich machbar und würde überdurchschnittliche Flächenleistungen (4.600 – 4.850 €/m²) am Standort generieren.

4.

Verträglichkeitsanalyse

Prüfpflichten bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

4. Verträglichkeitsanalyse

Prüfpflichten - § 1 Abs. 4 BauGB - Folgen

(4) Die Bauleitpläne sind den Zielen der Raumordnung anzupassen

(6) Bei der Aufstellung der Bauleitpläne sind insbesondere zu berücksichtigen:

4: die Erhaltung, Erneuerung, Fortentwicklung, Anpassung und der Umbau vorhandener Ortsteile sowie die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche,

11: die Ergebnisse eines von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes oder einer von ihr beschlossenen sonstigen städtebaulichen Planung,

4. Verträglichkeitsanalyse

Grund und Inhalte der Untersuchung

Eine großflächige Einzelhandelsansiedlung im Sinne § 11 Abs. 3 BauNVO erfordert immer auch eine Untersuchung zur städtebaulichen Verträglichkeit des Vorhabens.

Ziel ist eine neutrale und fachlich fundierte Grundlage zur Bewertung absatzwirtschaftlicher und ggf. daraus resultierender städtebaulicher Auswirkungen des Planvorhabens.

Inhalte und Fragestellungen der Verträglichkeitsuntersuchung:

- Prognoserechnung von Umsatzumlenkungen
- Welche Auswirkungen entstehen für zentrale Versorgungsbereiche in Gauting sowie im weiteren Untersuchungsraum
- Abschließend erfolgt die Bewertung der wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Vorhabens

4. Verträglichkeitsanalyse

Umsatzumlenkungen



4. Verträglichkeitsanalyse

Was sind schädliche städtebauliche Auswirkungen?

- Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche am Vorhabenstandort und in Nachbargemeinden
- Beeinträchtigung der Grundversorgung der Bevölkerung



4. Verträglichkeitsanalyse

Geprüfte Parameter

1. Lebensmittelsupermarkt

Lebensmittelsupermarkt	Ø Flächenleistung	4.800 €/m ²
Branche	Geplante Verkaufsfläche in m ²	Prognoseumsatz (Worst-Case) in Mio. €
Lebensmittel	1.275	6,1
Randsortimente	225	1,1
Gesamt	1.500	7,2

2. Konzessionäre (Lebensmittel)

Betrieb	Geplante Verkaufsfläche in m ²	Prognoseumsatz (Worst-Case) in Mio. €
Bäckerei	30	0,24
Metzgerei	30	0,24
Gesamt	60	0,5



Prüfung:

- Verkaufsfläche Lebensmittel: 1.560 m² (inkl. Bäckerei, Metzgerei)
- Umsatz Lebensmittel: 6,6 Mio. € (inkl. Bäckerei, Metzgerei)

4. Verträglichkeitsanalyse

Ergebnis und empfohlene Dimensionierung

Standort / Zentrum	vorhabenrelevanter Ist-Umsatz in Mio. €	Umsatzverlust in Mio. €	Umverteilungsumsatz in %
Gauting Innenstadt	14,0*	1,3	9,4
Gauting sonst. Lagen	18,3	1,2	6,5
Germering Innenstadt	8,1	< 0,2	2,5
Germering, sonstige Lagen	44,3	0,3	0,6
Gilching, Innenstadt	8,1	0,5	6,5
Gilching, sonstige Lagen	27,7	1,0	3,6
Krailling	8,3	0,3	4,0
Neuried, GE	17,3	0,3	1,9
Plannegg, Innenstadt	9,6	< 0,2	1,4
Plannegg, sonstige Lagen	21,4	< 0,2	0,6
Sarnberg, Innenstadt	20,5	< 0,2	0,6
Sarnberg, sonstige Lagen	42,0	0,4	0,9
Weßling, sonstige Lagen	11,5	0,5	4,0
Streuumsätze, diffuse Zuflüsse		0,2	
Summe		6,6**	

Empfehlung:

Betriebstyp	Lebensmittelsupermarkt	Bäckerei	Metzgerei	Apotheke
Verkaufsfläche in m ²	1.200	30	30	50



5. Fazit

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

Ihre Ansprechpartner:



Dipl.-Geogr. Christian Hörmann
T 089 55118-373, hoermann@cima.de



B.Sc.-Geogr. Christoph Rohrmeier
T 089 55118-265, rohrmeier@cima.de



M. A. Geogr. Solveig Lüthje
T 089 55118-171, luethje@cima.de

www.cima.de