



Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Siegsdorf

AUFTRAGGEBER: Gemeinde Siegsdorf

PROJEKTLEITUNG: Gabriele Ostertag, Dipl.-Ing.
Dr. Gino Meier, Dipl.-Geogr.

München, den 06.05.2021

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro München
Westenriederstraße 19
80331 München

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Tel. 089 210 1992 22 / Fax 089 210 1992 10
gino.meier@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im September 2020 erteilte die Gemeinde Siegsdorf der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, München, den Auftrag zur Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes zur zukünftigen Steuerung der lokalen Einzelhandelsentwicklung. Dieses Interesse ist insbesondere mit der geplanten städtebaulichen Umgestaltung der Ortsmitte (Bahnhofsumfeld) zu sehen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen der Arbeitsgemeinschaft Südliches Trauntal, des Statistischen Bundesamtes, des Bayerischen Landesamtes für Statistik sowie der Auftraggeberin zur Verfügung. Zudem wurde im September 2020 eine intensive Standortbetrachtung in Verbindung mit einer flächendeckenden Erhebung aller lokalen Einzelhandelsbetriebe vorgenommen. Zudem wurde im Oktober 2020 eine Klausurtagung des Gemeinderates zu den Themen „Neue Mitte“ und „Kardinal-von-Faulhaber-Platz“ durchgeführt.

Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

München, den 06.05.2021

MGI GO

Inhaltsverzeichnis

I. Grundlagen	5		
1. Aufgabenstellung	5	2.1 Marktgebiet	20
2. Entwicklungen und Herausforderungen im Einzelhandel auf Angebots- und Nachfrageseite	5	2.2 Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet	22
3. Rückschlüsse auf die Herausforderungen für die (Einzelhandels-)Entwicklung in Siegsdorf	8	2.3 Touristisches Nachfragepotenzial	23
4. Untersuchungsmethodik	8	2.4 Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose im Marktgebiet bis 2030	23
II. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten	10	IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Siegsdorf	25
1. Räumliche Einordnung	10	1. Übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	25
2. Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	10	2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	26
3. Wirtschaftsstruktur	12	3. Standortbezogene Entwicklungsstrategien für die Ortsmitte von Siegsdorf	27
4. Tourismus	12	3.1 Fokus: Kardinal-von-Faulhaber-Platz	28
5. Soziale Infrastruktur	12	3.2 Fokus: „Neue Mitte“	28
III. Angebots- und Nachfrageanalyse	13	4. Stärken-Schwächen-Profil für Siegsdorf	29
1. Angebotssituation	13	V. Einzelhandelskonzept der Gemeinde Siegsdorf	30
1.1 Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen	14	1. Städtebauliche Zielsetzungen	30
1.2 Nahversorgungssituation	15	2. Sortimentskonzept	30
1.3 Die Ortsmitte als multifunktionales Zentrum	16	2.1 Definition der Sortimentsgruppen	31
1.3.1 Handelsangebot in der Ortsmitte von Siegsdorf	16	2.2 Siegsdorfer Sortimentsliste	31
1.3.2 Weitere Nutzungen im Bereich der Ortsmitte	17	3. Standortkonzept	32
1.3.3 Einzelhandel und Verkehr in der Ortsmitte	17	3.1 Definition „zentraler Versorgungsbereich“	32
1.4 Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes	19	3.2 Zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte Siegsdorf“	34
1.4.1 Verkaufsflächenausstattung	19	3.3 Nahversorgungslagen und -standorte	36
1.4.2 Zentralitätskennziffer	20	3.4 Dezentrale bzw. städtebaulich nicht-integrierte Standorte	36
2. Nachfragesituation	20	4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Siegsdorf	37
		5. Ergänzende Empfehlungen zur Ertüchtigung des Einzelhandels	38
		6. Abschließende Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	38

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die Gemeinde Siegsdorf mit rd. 8.360 Einwohnern befindet sich in der wirtschaftlich dynamisch wachsenden Region Oberbayern. Unter Einzelhandels- und Versorgungsgesichtspunkten verfügt Siegsdorf grundsätzlich über gute Rahmenbedingungen; mit zwei Standorten eines Vollsortimenters (EDEKA) zzgl. zwei Discountern (Netto, Norma) in Verbindung mit dem Lebensmittelhandwerk wird grundsätzlich die Versorgung für die Siegsdorfer Bevölkerung selbst sichergestellt. Ergänzt wird das Angebot durch überwiegend kleinteilig geprägte Angebote auch aus dem mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich. Die Wettbewerbsstandorte Traunstein, Rosenheim und Salzburg sind für vielfältige Kaufkraftströme verantwortlich. Dennoch übernimmt die Gemeinde auch traditionell eine hohe lokale Versorgungsbedeutung für ihr Gemeindegebiet selbst.

In den vergangenen Jahren wurden mit dem interkommunalen Entwicklungskonzept (IKEK) Südliches Trauntal mit dem Gemeinden Inzell, Ruhpolding, Siegsdorf und darauf aufbauend mit der vorbereitenden Untersuchung zur Ortskernsanierung wichtige Leitplanken zur weiteren Gemeinde- und insbesondere Ortsmitteentwicklung gelegt. Aktuell wird der Billigungs- und Auslegungsbeschluss zum Bebauungsplan „Ruhpoldinger Straße Ost“ vorbereitet. Damit zielt die Gemeinde auf eine grundlegende Neupositionierung und Sanierung ihrer „guten Stube“ ab.

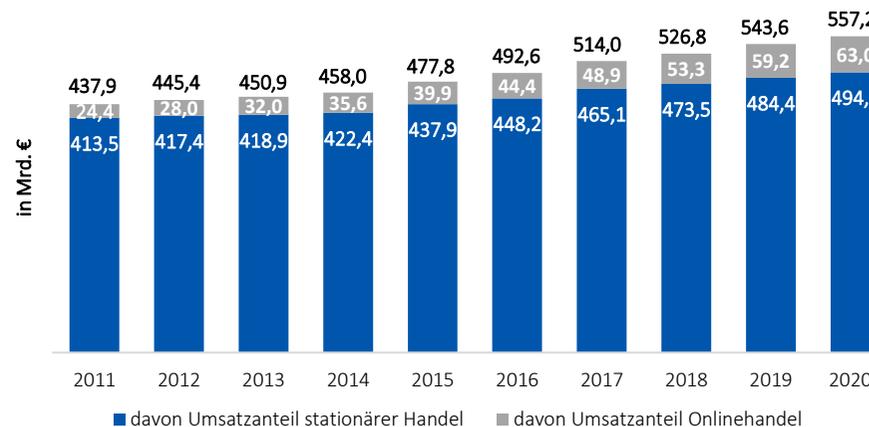
Vor dem Hintergrund der Ergebnisse vorliegender Untersuchungen (insbesondere IKEK ARGE Südliches Trauntal zzgl. VU Ortsmitte Siegsdorf) sowie der aktuellen Diskussion in der Gemeinde um die nutzungsbezogene Entwicklung der „Neuen Mitte“ beabsichtigt die Gemeinde die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes. Hiermit sollen die planerischen Voraussetzungen geschaffen werden, um auch zukünftig eine leistungsfähige Einzelhandelsstruktur für das Grundzentrum Siegsdorf aufrechterhalten zu können.

2. Entwicklungen und Herausforderungen im Einzelhandel auf Angebots- und Nachfrageseite

Diskussionen zur Einzelhandelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren durch den Gegensatz von „Grüne Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit Anfang dieses Jahrzehnts bestimmt die fortgeschrittene Digitalisierung die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels und den damit verbundenen Wandel der „Funktion unserer Städte“:

- // War die Einzelhandelsentwicklung bis 2011 noch durch ein beachtliches Verkaufsfächenwachstum gekennzeichnet, hat sich das Flächenwachstum bundesweit mittlerweile deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen.
- // Obwohl der gesamte Handelsumsatz infolge des insgesamt guten konjunkturellen Umfelds in Deutschland während der letzten Dekade kontinuierlich anstieg, entfällt ein guter Teil des Umsatzwachstums auf den Onlinehandel (Vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel zwischen 2011 und 2020 (netto)

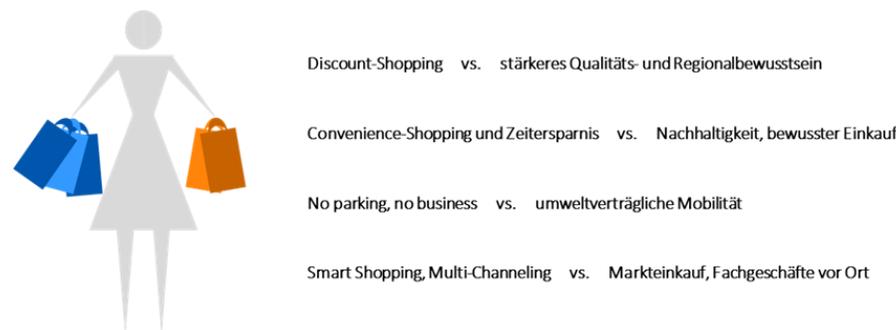


* Prognosedaten (ggf. vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie zu relativieren)

Quelle: GMA-Berechnungen 2020 nach bevh 2020, HDE 2020, EHI 2020

Infolgedessen unterscheiden viele Handelsunternehmen daher kaum noch zwischen „stationär“ und „virtuell“, sondern ermöglichen dem „hybriden Kunden“ den Zugang zur Ware sowohl „online“ als auch „offline“ (Vgl. Abbildung 2). Diese Entwicklungen bleiben nicht ohne Auswirkungen auf die Ausbildung unterschiedlicher Betriebstypen im Einzelhandel, die zukünftig auch in verschiedenen Mischformen auftreten werden.

Abbildung 2: Konsumententrends des „hybriden Kunden“



Quelle: GMA-Grundlagenforschung und -Darstellung 2020

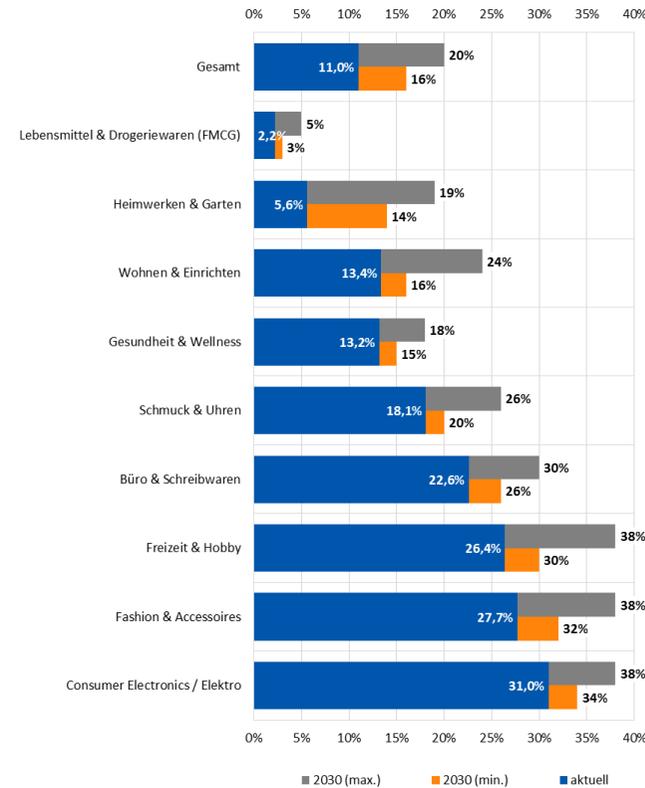
Die Folgen der Digitalisierung als Treiber der weiteren Einzelhandelsentwicklung sind im Nonfood-Segment bereits deutlich spürbar. Dabei zählen Textil- und Schuhanbieter, Elektronik- und Buchhandel zu den innenstadtorientierten Sortimenten, welche die höchsten Umsatzanteile abgeben haben. Im Lebensmittelbereich zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Gerade in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern.¹ Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt.

Als rahmensetzende Bedingung zur Prognose der Nachfrage zeigt der Onlinehandel auch in Zukunft ungebrochen hohe Zuwachsraten. Diese schlagen sich nicht nur in den etablierten Sortimentsbereichen Consumer Electronics, Fashion & Lifestyle oder Freizeit & Hobby nieder, sondern zunehmend auch bei den Themen Heimwerken & Garten, Wohnen & Einrichten oder Spezialartikeln aller anderen Warengruppen (Vgl. Abbildung 3) – mit entsprechenden Effekten auf den stationären Handel bzw. die Flächennachfrage. In welchem Umfang sich der Flächenbedarf im stationären Einzelhandel vor allem aufgrund logistischer Entwicklungen verändern wird, ist noch nicht abschließend geklärt. Konkrete Prognosen zu möglichen Auswirkungen des Onlinehandels auf die stationäre Flächennachfrage sind aktuell jedoch unseriös. Einigkeit besteht darin, dass der digitale Handel als ergänzender Vertriebskanal seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Trotz wachsender Marktanteile im Onlinebereich wird der stationäre Einzelhandel mittelfristig der wichtigste Einkaufskanal bleiben.

Verstärkt wird die rückläufige Flächennachfrage zusätzlich durch die sich aktuell vollziehende **Corona-Pandemie**. Verschiedene Wirtschaftsinstitute, darunter der Handelsverband Deutschland (HDE) oder das Institut für Handelsforschung (IFH) gehen davon aus, dass bis zum Ende des Jahres 2020 rd. 50.000 Betriebe infolge der wirtschaftlichen Belastungen durch die mit der Corona-Krise verbundenen Beschränkungen aus dem Markt ausscheiden könnten. Dies trafe vor allem innenstadtrelevante Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel sowie die Elektrobranche (vor allem Unterhaltungselektronik), die schon heute einer deutlichen Onlineaffinität unterworfen sind. Wenngleich sich das Bild der klassischen Innenstadtsortimente zukünftig wandeln wird, birgt der Abschmelzprozess bei der Verkaufsflächennachfrage die Möglichkeit, vermeintlich „neue“ Nutzungen in die Innenstädte zu bringen. Denkbar ist hierbei vor allem eine Nutzungsverschiebung in Richtung Wohnen und Arbeiten sowie Raum für experimentelle Ansätze (z. B. Pop-up-Stores, kreative Zwischennutzungen). Als zielführend werden dabei integrierte Handlungsansätze erkannt, die neben klassischen Themenfeldern wie der Stadtsanierung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität (und letztlich auch Verweildauer und somit Frequenz) auch Akteursnetzwerke umfassen, die die Stadtnutzer (Eigentümer, Mieter, Kunden, Politik & Verwaltung) zusammenbringen.

¹ Zum Teil auch mit erweiterten Öffnungszeiten; Kioske und Eckläden gestalten die Grenze zur Gastronomie fließend und sind teilweise bis weit in die Abendstunden geöffnet.

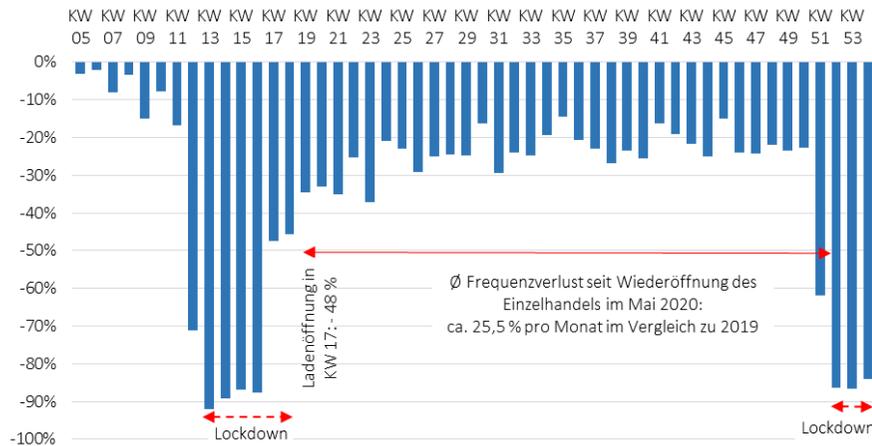
Abbildung 3: Onlinemarktanteile und Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030



Quelle: GMA-Berechnungen 2020 auf Basis von HDE Online-Monitore der letzten Jahre sowie Veröffentlichungen des bevht

Ganz deutlich werden die bisherigen Auswirkungen der Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen auf Bundes- und Landesebene bei der Betrachtung der Veränderung der Besucherfrequenz bei untersuchten Händlern. Einerseits werden die Phase des Lockdowns im Frühjahr und der Zeitpunkt der ersten Ladenöffnungen (20.04.2020; KW 17) unter 800 m² VK klar ersichtlich. Andererseits zeigt sich das weiterhin unterdurchschnittliche Kundenaufkommen im Vorjahresvergleich (Vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Frequenzverluste im Einzelhandel in Deutschland (Anfang Februar bis Mitte September 2020) im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: GMA-Darstellung 2020 nach Daten von Statista 2020

So setzt sich auch die Polarisierung zwischen dem sogenannten „Run-Shopping“ (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem „Fun-Shopping“ (freizeitorientierter Späßeinkauf) weiter fort und wird durch die Möglichkeiten der Digitalisierung vorangetrieben. In der Folge verliert die „unprofilierte Mitte“ weiter an Bedeutung. Gewinner sind neben den digitalen Marktplätzen und Plattformen vor allem attraktive und multifunktionale Innenstädte, die das Grundbedürfnis nach gemeinschaftlichem „Erlebnis“ und nach Aufenthaltsqualität bedienen. Verbrauchernahe und gut erreichbare Nahversorgungslagen profitieren von der Entwicklung, da sie neben den Faktoren Zeiterparnis und kurze Wege zunehmend auch die emotionale Ebene ansprechen.

Damit eröffnen sich an gut im Markt positionierten Standorten auch für den stationären Handel weiterhin Chancen, da Entwickler und Handelsunternehmen vorrangig dort Standorte nachfragen werden. Hier wird der Fokus vor allem im nahversorgungsrelevanten Handel liegen, jedoch ist – wenn auch überschaubar – von Entwicklungspotenzialen im zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Handel auszugehen. Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten (Vgl. Abbildung 5):

Abbildung 5: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



Quelle: GMA-Grundlagenforschung 2020

- Zentrale Innenstadtlagen** und ausreichend große Einkaufszentren **von Metropolen und Großstädten** können nach wie vor eine anhaltend hohe Flächennachfrage erzeugen. Dort ist die Grundlage für einen guten Branchenmix mit attraktiven Marken und ausgeprägten Synergien vorhanden (z. B. Gastronomie, Kultur).
- Eine differenzierte Betrachtung ist für die **Mittelstädte** vorzunehmen, wo die Herausforderungen durch den digitalen Wandel am größten sind. Unter Einzelhandels Gesichtspunkten werden jenen Zentren die größten Entwicklungschancen zugesprochen, die es ähnlich wie die Großstädte schaffen, ein umfassendes, freizeitorientiertes Angebot vorzuhalten.
- Die Handelsbedeutung von **Kleinstädten** wird bis auf wenige Ausnahmen (z. B. Kultur- oder Tourismusorte) deutlich zurückgehen und sich auf die Nahversorgung (Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte u. a.) beschränken.

Standorte wie Siegsdorf werden vor dem Hintergrund ihrer Nähe zu konkurrierenden Standorten wie Traunstein, Rosenheim und Salzburg daher in Zukunft gefordert sein, den erlebnisorientierten Einkauf auch im stationären Handel weiterzuentwickeln. Hierbei kann die Gemeinde auf ihr attraktives und touristisch wertvolles Umfeld zurückgreifen. Mittelmäßigkeit und Profillosigkeit hingegen werden nicht länger funktionieren.

3. Rückschlüsse auf die Herausforderungen für die (Einzelhandels-)Entwicklung in Siegsdorf

Die Gemeinde Siegsdorf mit ihren rd. 8.360 Einwohnern ist als Grundzentrum im dynamischen Wirtschaftsraum Traunstein – Rosenheim – Salzburg gelegen. Das regionale Wettbewerbsumfeld ist als leistungsfähig und stark ausgeprägt zu charakterisieren. Somit wird deutlich, dass Siegsdorf vor allem für sich selbst eine wichtige Versorgungsfunktion übernimmt. Demnach gilt es, die Gemeinde in ihrer bisherigen Position zu stärken und zukunftsfähig aufzustellen. Dabei haben sich in den vergangenen Jahren sowohl bei den Rahmenbedingungen vor Ort als auch im Einzelhandel zahlreiche Änderungen ergeben:

- Die **nachfrageseitigen Standortrahmenbedingungen** in Siegsdorf haben sich positiv verändert. So stiegen die Einwohnerzahlen zwischen 2011 und 2020 um rd. 160 Einwohner bzw. rd. 2 % an. Insofern zeigt sich die Rolle Siegsdorfs als attraktiver Wohnstandort. Verdeutlicht wird dies durch die Planungen verschiedener Wohnbaugebiete in der Gemeinde. Grundsätzlich sind damit gute Standortrahmenbedingungen vorhanden.
- Der **Einzelhandelsbestand** in Siegsdorf ist in den letzten Jahren im Großen und Ganzen stabil geblieben, wenngleich vereinzelt Betriebe aus dem Markt ausgeschieden sind. Positiv hervorzuheben ist die Anwesenheit leistungsfähiger Grundversorgungsbetriebe im Hauptort von Siegsdorf; in den Ortsteilen wird die Nahversorgung über bestehende Dorfläden gewährleistet. In der Vergangenheit sind auch immer wieder Ansiedlungswünsche weiterer Grundversorgungsbetriebe an die Gemeinde herangetragen worden, welche standortbedingt jedoch bislang nicht realisiert wurden.
- In **städtebaulicher Hinsicht** stehen die Neuordnung und Aufwertung der Bereiche Kardinal-von-Faulhaber-Platz sowie die sogenannte „Neue Mitte“ im westlichen Umgriff des Bahnhofs an. Hier sollen wichtige städtebauliche, versorgungsstrukturelle bzw. gestalterische Impulse gesetzt werden.

Für Siegsdorf wird es somit in Zukunft darauf ankommen, sich im regionalen Wettbewerb mit Blick auf die eigene Versorgung zu behaupten. Dabei kommt auch dem touristischen Aspekt Bedeutung zu.

4. Untersuchungsmethodik

Für die Erstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wurde eine detaillierte Untersuchung der aktuellen Einzelhandelsituation in Siegsdorf und der sonstigen Nutzungen sowie der Leerstandsituation im Bereich der Ortsmitte vorgenommen (Komplettrehebung der betrieblichen

Strukturen). Dazu wurden alle maßgeblichen Daten zur Einwohnerentwicklung, zum Kaufkraftpotenzial, zur aktuellen Verkaufsflächenausstattung aufbereitet. Während der Konzepterstellung erfolgte laufend eine enge Abstimmung mit der Verwaltung der Gemeinde Siegsdorf, u. a. in Form der Teilnahme an der Gemeinderatsklausurtagung am 30. und 31. Oktober 2020.

Um zusätzliche Informationen zum Handelsstandort selbst und seiner Leistungsfähigkeit, seinen Stärken und Schwächen und Zukunftsperspektiven zu gewinnen, wurden von den Mitarbeitern der GMA in der 41. KW insgesamt zwölf Experteninterviews durchgeführt. Darunter zählten sechs Gesprächspartner zum Einzelhandel, einer zur Gastronomie/Hotellerie, weitere fünf waren Unternehmen oder mit unterschiedlichen Bezügen an Siegsdorf gebundene Institutionen. Ein Schwerpunkt der Gespräche galt dabei der beiden zentralen Entwicklungsgebiete Kardinal-von-Faulhaber-Platz und der „Neuen Mitte“. Die Befragung erfolgte anhand eines teilstandardisierten Interviewleitfadens² – ein Vorgehen, das im Vorfeld mit der Gemeinde abgestimmt wurde.³

Abbildung 6: Untersuchungsbausteine und Zeitplanung



Quelle: GMA-Darstellung 2020

Im November 2020 wurde der Gemeinde Siegsdorf das Konzept übersandt, wo es im Mai 2021 vorgestellt und beschlossen werden soll.

² Nicht alle Interviewpartner wurden zu allen Themenkreisen befragt.

³ Auf Einzelausweis von Nennungen und Prozentuierung wurde aufgrund des geringen Stichprobenumfangs verzichtet. Die Ergebnisse der Gespräche fließen an den entsprechenden Stellen in den Bericht ein.

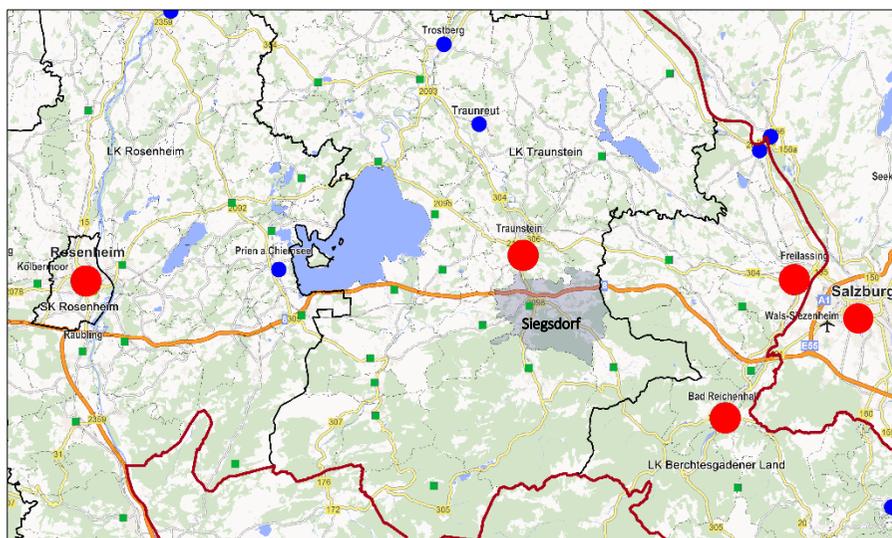


II. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

1. Räumliche Einordnung

Die im südlichen Landkreis Traunstein gelegene Gemeinde Siegsdorf wird gemäß Regionalplan des regionalen Planungsverbandes Südostoberbayern als **Grundzentrum** eingeordnet. Als solches besitzt die Gemeinde einen Versorgungsauftrag, eine flächendeckende Daseinsvorsorge zu erreichen und ein umfassendes Angebot an zentralörtlichen Einrichtungen der Grundversorgung für die Einwohner ihres Nahbereichs vorzuhalten. Hierfür sollen die grundzentralen Versorgungseinrichtungen gesichert und bedarfsgerecht entwickelt werden; die zentralörtlichen Einrichtungen der Grundversorgung sollen in den Siedlungs- und Versorgungskernen der Zentralen Orte gebündelt werden.⁴

Karte 1: Lage der Gemeinde Siegsdorf und zentralörtliche Struktur in der Region



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum

Bearbeitung: GMA 2020 (Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2018)

Die nächst gelegenen Zentren höherer zentralörtlicher Stufe sind Traunstein im Norden (Oberzentrum, ca. 5 km), im Westen Prien am Chiemsee (Mittelzentrum, ca. 25 km) und Rosenheim (Oberzentrum, ca. 40 km) sowie im Osten das gemeinsame Oberzentrum Freilassing – Bad Reichenhall (jeweils ca. 25 km) und das Regionalzentrum Salzburg auf österreichischer Seite (ca. 30 km). Darüber hinaus ist Siegsdorf in ein engmaschiges Netz an Grundzentren eingebettet.

Die überregionale **Verkehrsbindung** erfolgt im Wesentlichen über die Autobahnen A 8 (München – Salzburg), von der sich die beiden Anschlussstellen „Siegsdorf-West“ und „Traunstein/Siegsdorf“ im Gemeindegebiet von Siegsdorf befinden. Weiterhin ist Siegsdorf über die Bundesstraße B 306 (Traunstein – Inzell; Teil der Deutschen Ferienroute Alpen-Ostsee) sowie Kreis- und Staatsstraßen an das unmittelbare Umland angebunden. Der **öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV)** wird über verschiedene Regionalbuslinien organisiert; darüber hinaus besteht Anschluss an das regionale Schienennetz der Deutschen Bahn.

2. Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Siedlungsstrukturell unterteilt sich die Gemeinde Siegsdorf in insgesamt vier Ortsteile, wobei Siegsdorf den bevölkerungsstärksten Hauptort darstellt. Im Zuge der bayerischen Gebietsreform Anfang der 1970er Jahre wurden die vormals selbstständigen, räumlich vom Hauptort abgesetzten Gemeinden Eisenärzt, Hammer und Vogling eingegliedert. Die Ortsteile sind im Wesentlichen durch Wohnnutzungen geprägt; Gewerbegebiete befinden sich entlang der Königsberger Straße / Breslauer Straße sowie am Gastager Feld im Norden von Siegsdorf.

Aktuell zählt die Gemeinde rd. 8.360 Einwohner.⁵ Zwischen den Jahren 2011 und 2020 verlief die demografische Entwicklung von Siegsdorf positiv (+2 %).⁶ Nachdem im Betrachtungszeitraum der letzten zehn Jahre ein Bevölkerungswachstum zu verzeichnen war, geht das Bayerische Landesamt für Statistik in seiner regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung weiterhin von einer steigenden Bevölkerungszahl bis zum Jahr 2030 aus (+ 4,5 % auf dann 8.740 Einwohner).⁷ Hinzukommt die prospektive Bevölkerung im Rahmen der geplanten Wohnbauentwicklungen an verschiedenen Stellen im Gemeindegebiet (u. a. Neue Mitte).

Tabelle 1: Bevölkerung in Siegsdorf

Ortsteil	Einwohner	Anteil
Siegsdorf	5.232	63 %
OT Eisenärzt	1.458	17 %
OT Hammer	756	9 %
OT Vogling	916	11 %
Summe	8.362	100 %

Quelle: Auskunft des Einwohnermeldeamt vom 25.09.2020 (Stand: 01.01.2020)

⁴ Vgl. Teil A, Kapitel III Zentrale Orte des Regionalplan des regionalen Planungsverbandes Südostoberbayern in seiner gültigen Fassung vom 30.05.2020.

⁵ Quelle: Auskunft des Einwohnermeldeamt vom 25.09.2020 (Bevölkerungsstand: 01.01.2020).

⁶ Quelle: Auskunft des Einwohnermeldeamt vom 25.09.2020 (Bevölkerungsstand: 31.12.2011).

⁷ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Bevölkerungsvorausberechnungen für Gemeinden (Stand: 31.12.2030).

Karte 2: Geplante Wohnbauentwicklung in Siegsdorf



3. Wirtschaftsstruktur

Trotz des regionalen Wettbewerbsgefüges und der starken Stellung des Oberzentrums Traunstein ist Siegsdorf eine Einpendlergemeinde. Dies ist vor allem auf renommierte Unternehmen mit internationalem Gewicht zurückzuführen (z. B. Brückner, Ecolab, Adelholzer Alpenquellen GmbH, Siegsdorfer Petrusquelle GmbH, Nowofol Kunststoffprodukte GmbH & Co. KG), die in Zukunftsbranchen tätig sind und junge, dynamische Zuwanderungspotenziale generieren. So stehen den rd. 2.700 Einpendlern insgesamt rd. 2.330 Auspendler gegenüber, was einem positiven Pendlersaldo von 370 Personen entspricht.⁸ Die ca. 3.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Siegsdorf verteilen sich wie folgt auf die großen Wirtschaftszweige: unter 1 % in der „Land- und Forstwirtschaft bzw. Fischereigewerbe“, ca. 62 % im „Produzierenden Gewerbe“, ca. 18 % im Bereich „Handel, Verkehr und Gastgewerbe“ und ca. 19 % im Bereich unterschiedlicher „Dienstleistungen“.⁹ Zwischen 2009 und 2019 konnte Siegsdorf einen signifikanten Zuwachs an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Höhe von rd. 36 % verzeichnen.¹⁰ Dies ist im Wesentlichen auf die Ausweisung des nördlichen Gewerbegebietes an der Königsberger Straße / Breslauer Straße zurückzuführen.

4. Tourismus

Touristische Bedeutung erlangt Siegsdorf vor allem aufgrund des hohen Freizeit- und Erholungswertes des Chiemgaus, das für Sommer- wie Wintergäste gleichermaßen eine attraktive Ausflugsregion darstellt. Neben Wander- und Skimöglichkeiten rund um den Zinnkopf unterhält Siegsdorf mit dem Südostbayerisches Naturkunde- und Mammutmuseum eine kulturell einzigartige Einrichtung in der Region.

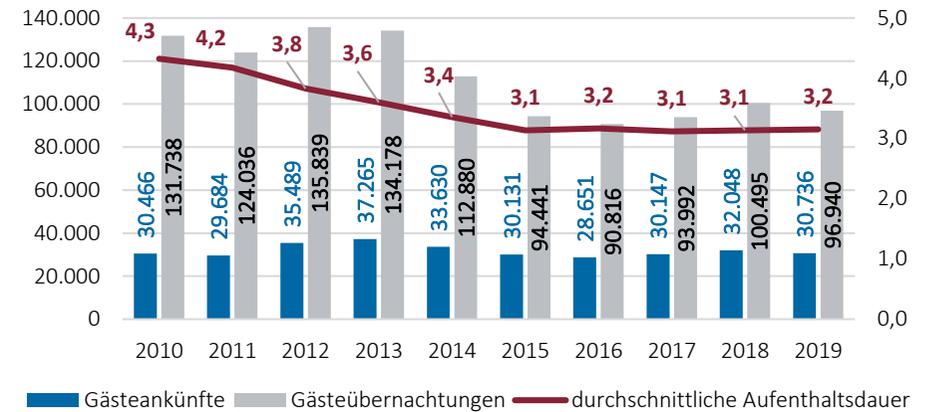
Südostbayerisches Naturkunde- und Mammutmuseum



Quelle: GMA-Aufnahme 2020

Die touristische Attraktivität zeigt sich in der jährlichen Besucherbilanz der Gemeinde: So sind im Jahre 2019 rd. 30.800 Gästeankünfte sowie rd. 97.000 Gästeübernachtungen in den Siegsdorfer Beherbergungsbetrieben registriert worden.¹¹ Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von ca. 3,2 Tagen.

Abbildung 7: Entwicklung der Tourismuszahlen in Siegsdorf zwischen 2010 und 2019



Quelle: GMA-Darstellung 2020 auf Datenbasis des Bayerischen Landesamtes für Statistik (2020): Monatserhebung im Tourismus für die Gemeinde Siegsdorf ab 2009 (bis 2011: Beherbergungsbetriebe mit 9 oder mehr Gästebetten sowie alle Campingplätze mit 3 oder mehr Stellplätzen; ab 2012 Beherbergungsbetriebe mit 10 oder mehr Gästebetten sowie Campingplätze mit 10 oder mehr Stellplätzen)

Hinzukommen eine nur bedingt zu quantifizierende Zahl an Tagestouristen sowie nicht weiter zu beziffernde Gästeübernachtungen im Bereich der sogenannten Parahotellerie, d. h. Übernachtungen in Privatquartieren und Kleinbetrieben. Zwischen 2010 und 2019 ist die Zahl der Gästeankünfte stabil geblieben; die Gästeübernachtungen waren dagegen rückläufig (- 26 %). Aufgrund der gestiegenen Bedeutung inländischer Urlaubsdestinationen im Corona-Jahr 2020 ist die Bilanz der letzten Dekade zu relativieren.

5. Soziale Infrastruktur

Siegsdorf übernimmt als Grundzentrum wichtige Versorgungsfunktionen; dabei kann sich die Gemeinde auf eine gut ausgeprägte soziale Infrastruktur stützen. Besonders hervorzuheben sind die zahlreichen Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für Kinder und Senioren. Neben insgesamt acht Kinderkrippen, -horten und -gärten verfügt Siegsdorf über jeweils eine einer Grund- und Mittelschule sowie ein Seniorenzentrum. Weiterhin ist für Jugendliche ein Jugendtreff eingerichtet.

⁸ Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2020): Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik (Stand: 30.06.2019).

⁹ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Statistik kommunal 2019 für die Gemeinde Siegsdorf, S. 8

¹⁰ Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2020): Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik (Stand: 30.06. der Jahre 2009 und 2019).

¹¹ Bayerischen Landesamtes für Statistik (2020): Monatserhebung im Tourismus für die Gemeinde Siegsdorf ab 2009

Darüber hinaus bestehen zahlreiche Vereine, welche das soziale Leben in Siegsdorf prägen. Außerdem unterhält die Gemeinde einen Festsaal (Veranstaltungshalle), ein Freibad sowie auf ehrenamtlicher Basis eine Bücherei im Rathaus.

III. Angebots- und Nachfrageanalyse

1. Angebotssituation

Zur Erfassung der Angebotssituation in Siegsdorf sowie dem näheren Umland wurde im September 2020 eine intensive Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandels durch GMA-Mitarbeiter durchgeführt.

Tabelle 2: Einzelhandelsausstattung in Siegsdorf nach Branchen

Branche	Anzahl der Betriebe ¹	VK ² in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	18	6.040	20,4
Gesundheit / Körperpflege	3	210	3,5
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	1	1.200	1,2
kurzfristiger Bedarf insgesamt	22	7.450	25,1
Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib-, Spielwaren	1	190	0,7
Bekleidung, Schuhe, Sport ³	7	1.890	6,8
mittelfristiger Bedarf insgesamt	8	2.080	7,5
Elektrowaren, Medien, Foto	kein Angebot vorhanden		
Hausrat, Einrichtung, Möbel	0	180	0,2
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2	1.400	2,0
Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck	1	150	0,7
Sonstige Sortimente ⁴	3	580	1,0
langfristiger Bedarf insgesamt	6	2.310	3,9
Nichtlebensmittel insgesamt	18	5.800	16,1
Einzelhandel insgesamt	36	11.840	36,5

¹ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

² Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branchen zu-geordnet.

³ Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte

⁴ Sportgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel; weiter auch Waffen, Erotik)

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

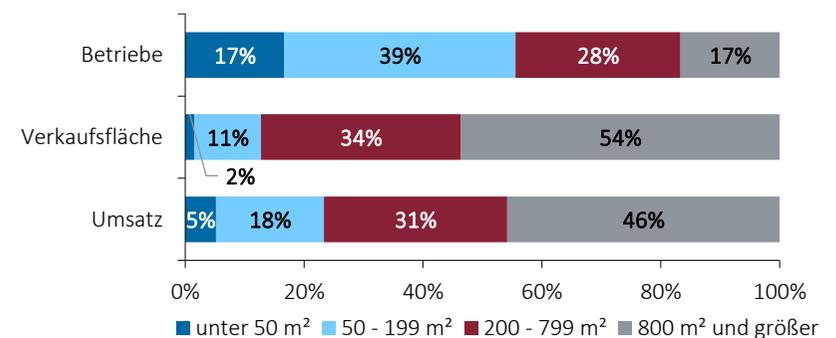
Demnach liegt ein **Angebotsschwerpunkt** in Siegsdorf deutlich auf **nahversorgungsrelevanten Angeboten** aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich, welche mit rd. 7.450 m² Verkaufsfläche knapp zwei Drittel der Gesamtverkaufsfläche in Siegsdorf belegen. Weiterhin erwirtschaften die Betriebe der kurzfristigen Sortimente knapp Dreiviertel des gesamten lokalen Einzelhandelsumsatzes.

Besonders der Kernort von Siegsdorf verfügt mit einem Supermarkt, zwei Discountern sowie verschiedenen Spezialanbietern (Lebensmittelhandwerk, Getränkemarkt) über ein breites Angebot im Lebensmittelbereich (= Nahversorgungsschwerpunkt).

Demgegenüber sind **Sortimente des Nichtlebensmittelbereichs** in Siegsdorf eher von untergeordneter Bedeutung. Dies ist vor allem der enormen Ausstrahlungskraft der im Umland existierenden Wettbewerbsstandorte geschuldet, die eine hohe Anziehungskraft und zum Teil deutlich überregionale Ausstrahlungskraft besitzen. So sind in diesem Zusammenhang die Oberzentren Traunstein und Rosenheim sowie das Regionalzentrum Salzburg zu nennen.

Die Analyse der **Betriebsgrößenstruktur** zeigt die vorhandene Kleinteiligkeit der Geschäfte in Siegsdorf.

Abbildung 8: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Siegsdorf



Quelle: GMA-Berechnungen 2020

Es wird deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Siegsdorf von Betrieben mit einer Verkaufsfläche von unter 200 m² dominiert wird; von den insgesamt 36 ansässigen

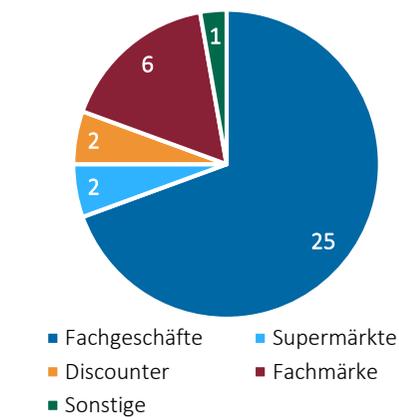
Einzelhandelbetrieben fallen 56 % aller Geschäfte in diese Größenordnung. Dabei sind ca. 17 % der Betriebe als Kleinbetriebe mit weniger als 50 m² Verkaufsfläche zu beschreiben, welche einen Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand von nur ca. 2 % repräsentieren. Anbieter zwischen 50 und 199 m² Verkaufsfläche machen ca. 39 % des gesamten Betriebsbestandes aus und nehmen einen Verkaufsflächenanteil von ca. 11 % ein. Auf Betriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche entfallen ca. 17 % des Bestandes, jedoch belegen diese mehr als die Hälfte der Gesamtverkaufsflächen in Siegsdorf (ca. 54 %). Umsatzseitig generieren die großflächigen Betriebe mit mehr als 800 m² VK ca. 46 % des gesamten Handelsumsatzes.

Die **durchschnittliche Betriebsgröße** liegt mit rd. 330 m² Verkaufsfläche über dem bundesdeutschen Durchschnitt (ca. 240 m² Verkaufsfläche), was vor allem auf die großflächigen Einzelhandelsbetriebe aus dem Lebensmittelbereich zurückzuführen ist.

Hinsichtlich der **Betriebstypenstrukturen** ist das Angebot in Siegsdorf überwiegend durch inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt (u. a. Sporttreff, Schuhhaus Pfefferkorn, Sanitätshaus Pohlig, Augenoptik Blickpunkt). Als Betriebstypen sind vertreten:

- 25 Fachgeschäfte (davon 80 % inhabergeführt)
- zwei Supermärkte (beide EDEKA Pfeilstetter),
- zwei Lebensmitteldiscounter (Norma, Netto),
- sechs Fachmärkte (zwei Getränkemärkte, Raiffeisen Lagerhaus, Trigema, Birkenstock, BayWa Baustoffe und Heimwerkerbedarf),
- eine Tankstelle

Abbildung 9: Betriebstypenstrukturen



Quelle: GMA-Darstellung 2020

1.1 Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen

Bei Betrachtung der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen in Siegsdorf zeigt sich, dass die Lagen außerhalb der Ortsmitte mit rd. 72 % den Gutteil der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen. Dies ist insbesondere auf die flächenintensiven Angebote im Nahrungs- und Genussmittelsegment sowie auf die Handelsangebote in den verschiedenen Ortsteilen (z. B. Landkaufhaus Mayer, EDEKA Wernleiten) zurückzuführen. Dominierende Sortimente der Ortsmitte liegen im Bereich *Gesundheit/Körperpflege, Papier-, Bastel-, Schreib-, Spielwaren*¹² sowie *Optik, Hörgeräte*.

Tabelle 3: Verteilung der Verkaufsfläche nach Lagen

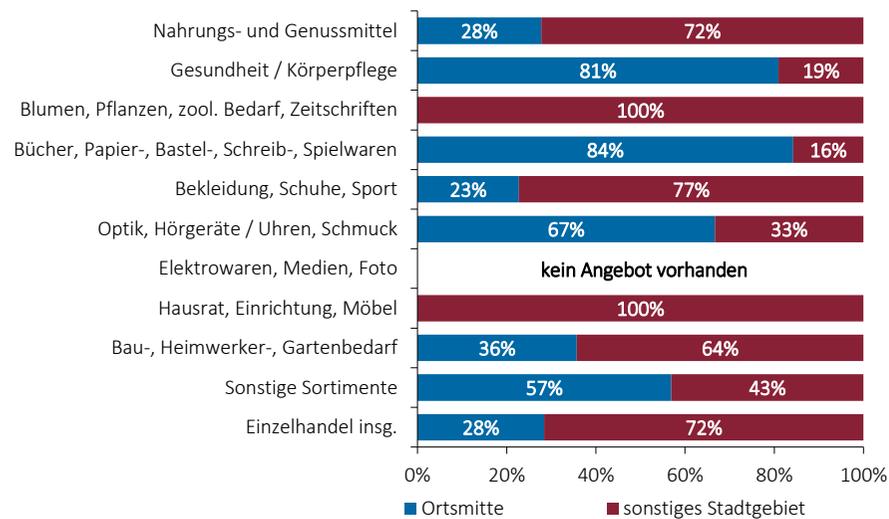
Branche	Verkaufsfläche in m ²		Anteil an Gesamtverkaufsfläche in %	
	Ortsmitte	Übriges Gemeindegebiet	Ortsmitte	Übriges Gemeindegebiet
Nahrungs- und Genussmittel	1.675	4.365	28%	72%
Gesundheit / Körperpflege	170	40	81%	19%
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	0	1.200	0%	100%
Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib-, Spielwaren	160	30	84%	16%
Bekleidung, Schuhe, Sport ³	430	1.460	23%	77%
Elektrowaren, Medien, Foto	kein Angebot vorhanden			
Hausrat, Einrichtung, Möbel	0	180	0%	100%
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	500	900	36%	64%
Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck	100	50	67%	33%
Sonstige Sortimente ⁴	330	250	57%	43%
Nichtlebensmittel insgesamt	1.690	4.110	29%	71%
Einzelhandel insgesamt	3.365	8.475	28%	72%

Verkaufsflächen aufgeteilt und der jeweiligen Branchen zugeordnet

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

¹² Das Schreibwarenfachgeschäft „Bunte Truhe“ schließt zum Jahresende 2020.

Abbildung 10: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen und Branchen



Verkaufsflächen aufgeteilt und der jeweiligen Branchen zugeordnet
Quelle: GMA-Darstellung auf Basis eigener Erhebungen 2020

1.2 Nahversorgungssituation

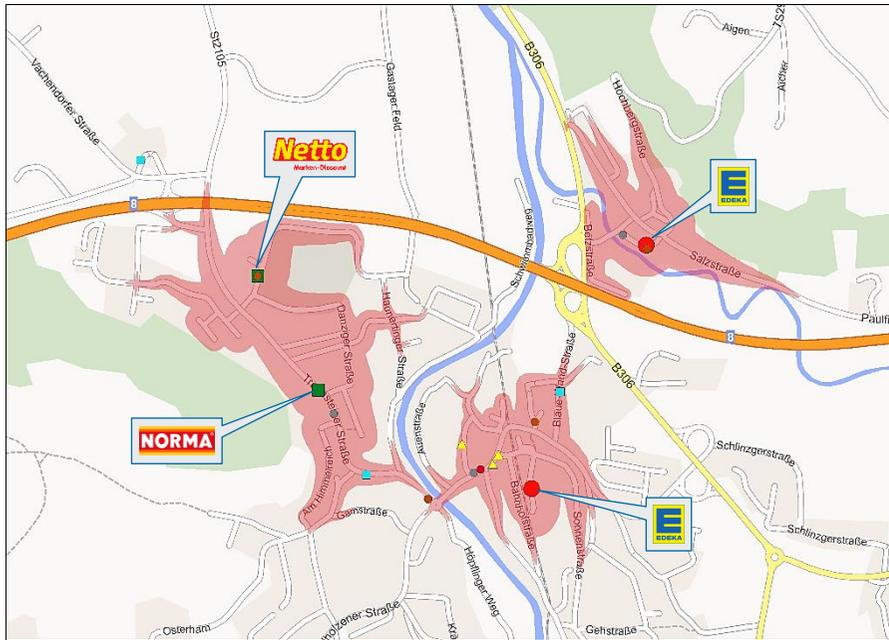
Nahrungs- und Genussmittel werden derzeit durch 18 Anbieter und auf einer Verkaufsfläche von rd. 6.040 m² angeboten. In Karte 3 sind die Lebensmittelmärkte mit einem Einzugsbereich von 500 m als Orientierungswert für eine fußläufige Erreichbarkeit dargestellt. Hinzu kommen kleinteilige Anbieter des Lebensmittelhandwerks, Getränkemarkte sowie Apotheken. Ein Wochenmarkt als zusätzliche Versorgungsmöglichkeit ist trotz wiederholter Bemühungen aktuell nicht vorhanden.

Obwohl besonders der Kernort von Siegsdorf über eine gute Versorgung mit Lebensmittelmärkten verfügt, ergeben sich im südwestlichen sowie südöstlichen Siedlungsgebiet räumliche Versorgungslücken. Weiterhin verfügt der Ortsteil Weinleiten über einen Nahversorgungsschwerpunkt (Supermarkt, Getränkemarkt, Lebensmittelhandwerk); die beiden Ortsteile Eisenärzt und Hammer verfügen jeweils über einen Dorfladen und weisen somit zumindest rudimentäre Grundversorgungsstrukturen auf.

Die Träger der Siegsdorfer Nahversorgung sind wie folgt zu charakterisieren:

- /// **EDEKA Pfeilstetter** (Supermarkt), Kernort Siegsdorf, Raiffeisenstraße, städtebaulich integrierte Lage, wichtige Versorgungsfunktion für Ortszentrum und westlich angrenzende Wohngebiete, Bäckerei und Postshop im Vorkassenbereich, fußläufige Erreichbarkeit, Parkplätze unmittelbar vor dem Markt, modernisierungsbedürftig, rd. 1.200 m² VK, insgesamt leistungsfähig
- /// **EDEKA Pfeilstetter** (Supermarkt), Ortsteil Wernleiten, Hochbergstraße, städtebaulich integrierte Lage mit Wohngebietsbezug, moderne Verkaufsraumgestaltung, Bäckerei im Vorkassenbereich, Getränkemarkt (ca. 600 m² VK) auf selben Grundstück, fußläufig aus angrenzenden Wohngebieten erreichbar, sehr gute Pkw-Erreichbarkeit über Autobahn A 8 (Anschlussstelle „Traunstein/Siegsdorf“) sowie Bundesstraße B 306, Kundenparkplätze unmittelbar vor dem Markt, überörtliche Versorgungsfunktion für östliche Siegsdorfer Ortsteile, rd. 1.400 m² VK, insgesamt leistungsfähig
- /// **Netto** (Discounter), Kernort Siegsdorf, Breslauer Straße, Gewerbegebietslage, fußläufig aus umliegenden Wohngebieten zu erreichen, tatsächlich eher autoorientierter Standort, sehr gute Pkw-Erreichbarkeit über Autobahn A 8 (Anschlussstelle „Siegsdorf West“), Bäckerei im Vorkassenbereich, Kundenparkplätze unmittelbar vor dem Markt, Modernisierung im Herbst 2020, rd. 900 m² VK, leistungsfähig und stabil
- /// **Norma** (Discounter), Kernort Siegsdorf, Traunsteiner Straße, städtebaulich integrierte Lage mit Wohngebietsbezug, gute fußläufige Erreichbarkeit aus angrenzenden Wohngebieten, Kundenparkplätze unmittelbar vor dem Markt, kleines Flächenformat, nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt, rd. 450 m² VK, modernisierungsbedürftig
- /// **Arzter Dorfladen** (kleinflächiges Lebensmittelgeschäft), Ortsteil Eisenärzt/Hörgering, städtebaulich integrierte Lage mit Wohngebietsbezug, fußläufig erreichbar, wichtige Grundversorgungsfunktion für Ortsteil, rd. 200 m² VK
- /// **Dorfladen Hammer** (kleinflächiges Lebensmittelgeschäft), Ortsteil Hammer, städtebaulich integrierte Lage mit Wohngebietsbezug, fußläufig erreichbar, gute Pkw-Erreichbarkeit durch unmittelbare Lage an B 306, wichtige Grundversorgungsfunktion für Ortsteil, rd. 200 m² VK
- /// Hinzukommen zahlreiche **Anbieter des Lebensmittelhandwerks** (vier Bäckereien, Metzgerei Reiter) sowie **Spezialanbieter** für Lebensmittel (z. B. Getränkemarkte, Mühlenladen St. Johann, Christa's Bioladen, Früchte Lerner, Landkaufhaus Mayer), die einen wichtigen Beitrag zur Grundversorgung leisten.

Karte 3: Nahversorgungssituation in Siegsdorf



Legende

- Lebensmittelgeschäft
- Discounter
- Supermarkt
- Bäckerei
- Metzgerei
- Getränkemarkt
- ▲ Apotheke / Sanitätsbedarf
- 500 m fußläufiger Einzugsbereich

Bearbeitung: GMA 2020 (Kartengrundlage: Gemeinde Siegsdorf 2020)

1.3 Die Ortsmitte als multifunktionales Zentrum

Die Ausgestaltung der Ortsmitte zu einem multifunktionalen Zentrum trägt dazu bei, einen attraktiven und belebten Ort und Treffpunkt des sozialen Lebens und der Daseinsvorsorge für die Bürger zu schaffen, was wiederum die Attraktivität Siegsdorfs als Wohn- und Lebensort stärkt. Ziel der Einzelhandelsentwicklung sollte es daher sein, die Ortsmitte strukturell weiterzuentwickeln und die Bedeutung als Handelsstandort zu sichern. Aufgrund der allgemeinen Entwicklungen im Einzelhandel (Vgl. Kapitel I.2), insbesondere in kleineren Kommunen, ist der Einzelhandel dabei allerdings

zunehmend auf ergänzende Nutzungen wie Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk oder öffentliche Einrichtungen angewiesen, welche Kopplungsmöglichkeiten für Kunden schaffen und zusammen eine „kritische Masse“ bilden, um einen attraktiven Versorgungsstandort für die Bürger zu etablieren. Daher ist die Bündelung von weiteren Nutzungen neben dem Einzelhandel in einer zentralen Lage notwendig. In diesem Zusammenhang wird vor allem der städtebaulichen Entwicklung der „Neuen Mitte“ mit den vorgesehenen Gewerbeflächen für Handel, Dienstleistungen, und Gastronomie sowie Aufenthaltsräumen mit Treffpunktfunktion hohe Bedeutung beigemessen.

1.3.1 Handelsangebot in der Ortsmitte von Siegsdorf

Die Ortsmitte von Siegsdorf umfasst den Bereich Kardinal-von-Faulhaber-Platz im Norden über den Rathausplatz inkl. EDEKA an der Raiffeisenstraße, das Entwicklungsgebiet „Neue Mitte“ sowie den Verlauf der Hauptstraße bis zur Brücke über die Weiße Traun. Die Hauptgeschäftsfläche erstreckt sich dabei entlang der Hauptstraße. Hier existiert ein – vor dem Hintergrund der lokalen Dimensionen – weitgehend durchgängiger Geschäftsbesatz mit überwiegend kleinflächigen, inhabergeführten Betrieben.

Der **Angebotsschwerpunkt** in der Ortsmitte von Siegsdorf wird hauptsächlich durch das Segment Nahrungs- und Genussmittel geprägt.

- So ist rd. die Hälfte der vorhandenen Verkaufsflächen in Höhe von rd. 3.365 m² dieser Branche zuzuordnen und verteilt sich auf die Angebote des ansässigen EDEKA-Marktes Pfeilstetter (Magnetbetrieb), einen Getränkefachmarkt sowie jeweils eine Bäckerei und Metzgerei.
- Außerdem sind zwei Apotheken, ein Sanitätshaus, ein Schreib- bzw. Spielwarenanbieter, jeweils ein Schuh- bzw. Sportgeschäft, ein Kindermodengeschäft, ein Bau- und Heimwerkergeschäft, ein Optiker sowie ein Fachgeschäft für Anglerbedarf ansässig.

Abbildung 11: Verkaufsflächenanteile nach Sortimenten in der Ortsmitte Siegsdorf



Verkaufsflächen aufgeteilt und der jeweiligen Branchen zugeordnet

Quelle: GMA-Darstellung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Das Einzelhandelsangebot in der Ortsmitte ist qualitativ als gut zu bezeichnen, was durch die serviceorientierten Fachgeschäfte unterstrichen wird. Wenngleich der Einzelhandelsbesatz insgesamt als marktfähig bewertet werden kann, verfügen einige Anbieter über Investitionsrückstände und nicht mehr zeitgemäße Warenpräsentationen.¹³

1.3.2 Weitere Nutzungen im Bereich der Ortsmitte

Im Bereich der Ortsmitte sind neben Einzelhandel auch zahlreiche weitere Dienstleister, Gastronomiebetriebe, Freizeit- und Kultureinrichtungen, öffentliche Einrichtungen, Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie handwerkliche Betriebe bzw. Gewerbe ansässig. Zum Zeitpunkt der Erhebungen im September 2020 befanden sich im Bereich der Ortsmitte insgesamt 59 Komplementärnutzungen aus den folgenden Bereichen:

- /// 19 Dienstleistungen (z. B. Banken, Ärzte, Fahrschule, Frisöre),
- /// 8 Gastronomie- und Hotelleriebetriebe (u. a. Café Weinmüller, Gasthof Edelweiß),
- /// 4 Freizeit- und Kultureinrichtungen (Kirche, Mammutmuseum),
- /// 5 öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Touristinformation),
- /// 6 Bildungseinrichtungen (Gemeindebücherei, Schulcampus, Seniorenzentrum),
- /// 10 Handwerks-/ Gewerbebetriebe (z. B. Elektro, Schmiede, Bauunternehmen) sowie
- /// 7 Leerstände in den Erdgeschossen.

Touristinformation



Quelle: GMA-Aufnahmen 2020

Kindergarten St. Marien



1.3.3 Einzelhandel und Verkehr in der Ortsmitte

Die Funktionsfähigkeit des Einzelhandels hängt eng mit der verkehrlichen Erreichbarkeit zusammen. Speziell in kleineren Kommunen ist aufgrund der Pkw-Affinität, häufig begleitet von einem geringen ÖPNV-Angebot, die Erreichbarkeit im motorisierten Individualverkehr besonders existenziell für die Betriebe. Die Integration und Regulierung des Verkehrs im Rahmen der städtebaulichen Entwicklungen wird für den Einzelhandel daher umso wichtiger, je kleiner die Kommune ist. Aber auch dem Fahrrad als Verkehrsmittel für den Einkauf sowie der fußläufigen Erreichbarkeit der Handelsgeschäfte kommt eine hohe Bedeutung zu.

Prinzipiell ist für den Handel als Standortbedingung eine frequentierte und gut erreichbare Lage mit ausreichend Stellplätzen für Pkw und Fahrräder von Vorteil. Speziell nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe (vor allem Lebensmittel) profitieren von einer hohen Verkehrsfrequenz und Parkplätzen direkt vor dem Geschäft. Als Richtwert für Pkw-Stellplätze wird bei Fachgeschäften 1 Stellplatz je 40 m² Verkaufsfläche angesetzt.¹⁴ In der Ortsmitte von Siegsdorf existieren nur bedingt Kundenstellplätze unmittelbar vor den erfassten Handelsbetrieben. Jedoch werden Pkw-Stellflächen auf verschiedenen kleineren Parkplätzen im Zentrum der Gemeinde vorgehalten.

Parkfläche gegenüber dem Mammutmuseum



Quelle: GMA-Aufnahmen 2020

Kundenparkplätze am Kardinal-von-Faulhaber-Platz

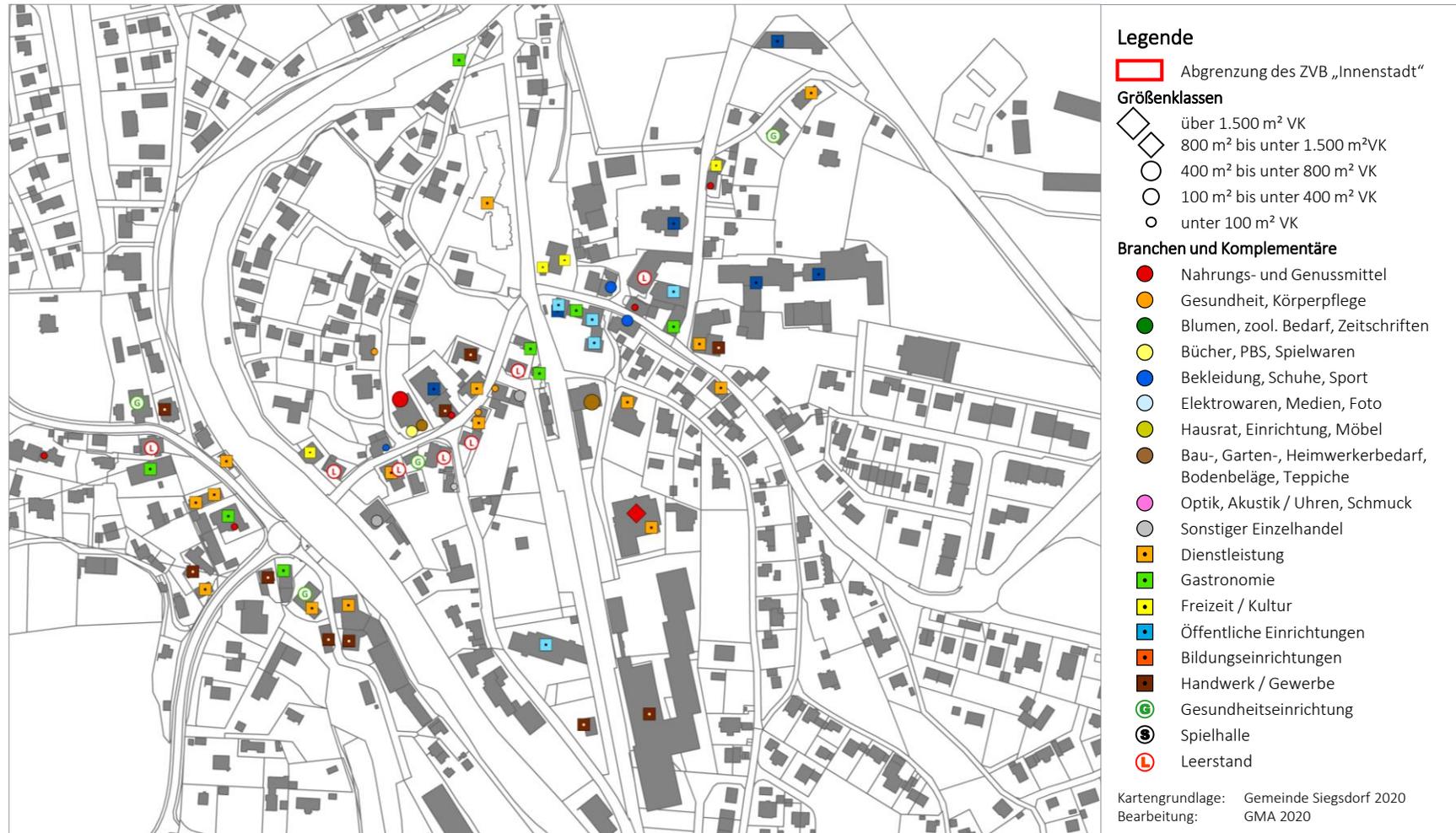


Im Zuge der städtebaulichen Entwicklung der „Neuen Mitte“ werden unterschiedliche Stellplatzflächen mitgeplant (z. B. Parkdeck im südlichen Bereich, Tiefgaragen für Anwohner); konkrete Stellplatzangebote für Kurz- und Langzeitparker, Angestellte der lokalen Betriebe sowie Anwohner sind jedoch noch nicht konzeptionalisiert. Gemäß einer aktuellen Erhebung der Gemeinde Siegsdorf (Stand: Oktober 2020) ergibt sich zukünftig ein Pkw-Stellplatzbedarf von rd. 120 Parkplätzen.

¹³ Hinsichtlich der bestehenden Modernisierungspotenziale ist die Eigentümersituation mit zu berücksichtigen. Da sich die meisten Einzelhändler in einem Mietverhältnis befinden, ist der Einfluss auf immobilienbezogene Investitionen stark limitiert.

¹⁴ Gemäß GaStellV § 20 (Verordnung über den Bau und Betrieb von Garagen sowie über die Zahl der notwendigen Stellplätze), gültige Fassung vom 30.11.1993.

Karte 4: Nutzungsstrukturen in der Siegsdorfer Ortsmitte



Weiterhin ist u. a. der Ausbau der Fußwegeverbindung notwendig, inklusive Querungshilfen und Sicherheitsabständen zum fließenden Verkehr, welcher vor allem auf der Hauptstraße auf sehr engem Raum abgewickelt wird. Dabei durchqueren Passanten sehr enge und gefährliche Straßenabschnitte ohne ausreichende Querungshilfen. Aufgrund der städtebaulich engen Situation sind diese Bereiche allerdings kaum an fußgängerfreundliche Anforderungen anpassbar. Daher bieten sich Alternativrouten an, die diese Engstellen umgeben (z. B. Durchwegung Weiße Traun – Ruhpoldinger Straße – „Neue Mitte“ – Bahnhof). Derartige Wegverbindungen sollten ausgebaut werden, um eine stärkere Austauschbeziehung zwischen Kardinal-von-Faulhaber-Platz, Rathausplatz, „Neuer Mitte“ und Kreisverkehr mit den hier ansässigen Nutzungen herzustellen.

Für Anwohner oder Langzeitparker (z. B. Berufstätige in der Ortsmitte) ist direkt vor den Geschäften kein Parkraum einzuräumen. Da der Einzelhandel sowie die weiteren Nutzungen in der Ortsmitte von einer hohen Frequenz und Fluktuation abhängig sind, gilt es speziell den Langzeitparkern z. B. wohnortnahe Alternativen anzubieten. Die Parkplätze in der Ortsmitte sollten ausreichend zeitlich begrenzt sein, um diese für Kurzbesucher vorzuhalten und Langzeitparker an andere Stelle zu lenken. Funktional sind die Parkplätze im Bereich der Ortsmitte den entsprechenden Zielgruppen ggf. noch besser zur Verfügung zu stellen, was wiederum über die Kontrolle der Parkdauer sowie gute Alternativen für Langzeitparker erreicht werden kann. Darüber hinaus sind komfortable Fahrradabstellmöglichkeiten sowie verkehrsarme und sichere Fußwegverbindungen probate Mittel, um Anreize für Besuche der Ortsmitte und der „Neuen Mitte“ zu geben.

Die Brücke zwischen Erreichbarkeit der innerörtlichen Angebotsstrukturen und der Abmilderung einer schon heute starken Überbelastung der Verkehrsinfrastruktur (Bereich Kreisverkehr bis Kreuzung Ruhpoldinger Straße ca. 10.500 Fahrzeuge / Tag) wird künftig nur ein gesamtgemeindliches Verkehrskonzept schlagen können.

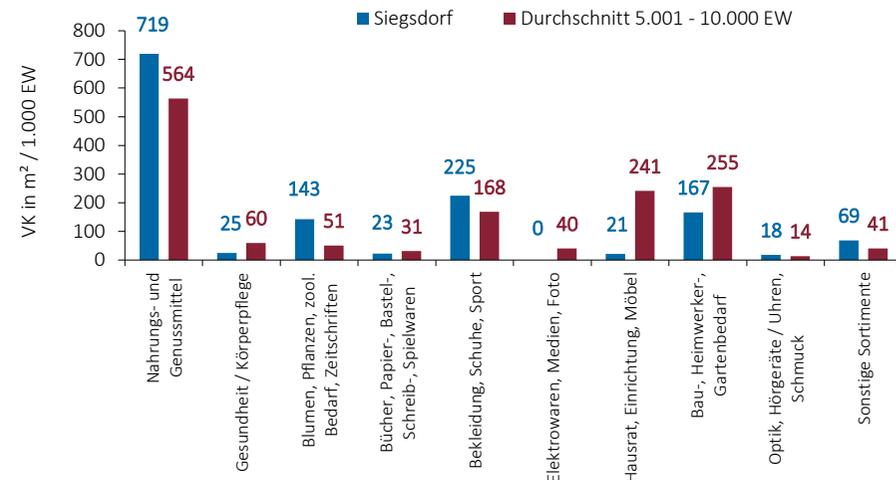
1.4 Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern liefert Anhaltspunkte zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes und ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand in Siegsdorf. Dabei handelt es sich um eine rechnerische Beurteilung des Bestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt. Diese quantitative Analyse wird später durch eine qualitative Bewertung – differenziert nach Branchen – ergänzt und mögliche Entwicklungsperspektiven abgeleitet (Vgl. Kapitel IV.2).

1.4.1 Verkaufsflächenausstattung

Die Verkaufsflächenausstattung in Siegsdorf stellt sich nach Branchen differenziert wie folgt dar:

Abbildung 12: Branchenbezogene Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner



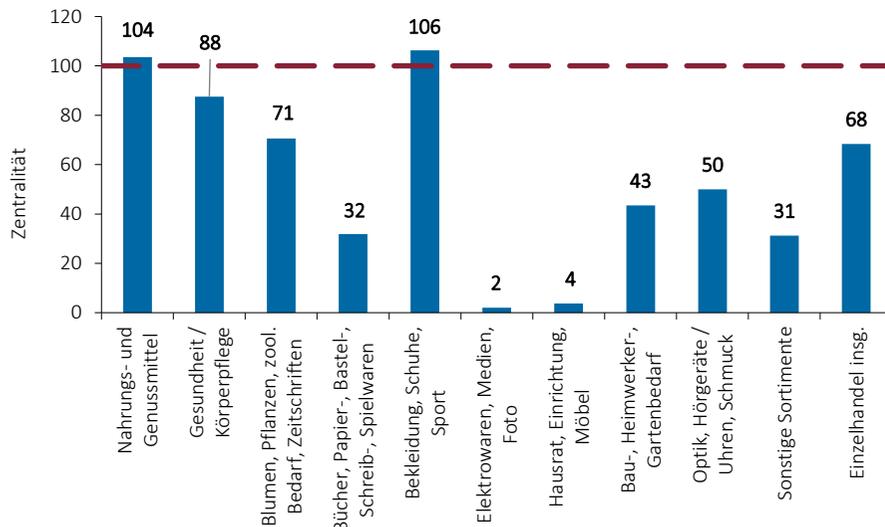
Quelle: GMA-Berechnungen 2020 sowie GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“ (Durchschnitt für Kommunen zwischen 5.001 und 10.000 Einwohnern)

- Die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner liegt in Siegsdorf mit insgesamt 1.410 m² Verkaufsfläche nur geringfügig unter dem Durchschnittswert für Gemeinden zwischen 5.000 und 10.000 Einwohnern (1.465 m² VK). Dies spiegelt sich in der sortimentspezifischen Ausstattung wider: Während vor allem bei den nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen *Nahrungs- und Genussmittel* sowie *Blumen/Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften* überdurchschnittliche Ausstattungswerte erreicht werden, sind die Sortimente des Innenstadtbeararfs und sonstigen Bedarfs – mit Ausnahme von *Bekleidung, Schuhe, Sport* – eher unterdurchschnittlich vertreten.
- Somit ergeben sich – rein rechnerisch – branchenspezifische Entwicklungspotenziale für den Siegsdorfer Einzelhandel. Relativierend müssen jedoch der steigende Einfluss des Onlinehandels sowie die umfassende Angebotssituation im Umland in die Bewertung eingestellt werden. Insbesondere die Oberzentren Traunstein und Rosenheim sowie das Regionalzentrum Salzburg, in deren Einzugsbereichen sich Siegsdorf befindet, wirken sich stark limitierend auf die Handelsentwicklung aus.

1.4.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Siegsdorf mehrheitlich geringere Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 68 deutet somit per Saldo auf Kaufkraftabflüsse in das Umland und in den virtuellen Raum (Stichwort: Onlinehandel) hin.

Abbildung 13: Einzelhandelszentralität nach Branchen



100 = ausgeglichene Einzelhandelszentralität

Quelle: GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Aufgrund der guten Ausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie dem attraktiven Angebot im Sportsegment werden in diesen beiden Branchen leicht überdurchschnittliche Zentralitätswerte von knapp über 100 erreicht. Es ist auch erfreulich, dass die Ausstattung in dem Segment „Drogeriewaren, Gesundheit und Körperpflege“ fast einen durchschnittlichen Wert erreicht. Trotz des Fehlens eines Drogeriemarktes gelingt dies alleine mit den Randsortimenten der Lebensmittelmärkte sowie dem nicht verschreibungspflichtigen Angebot der beiden Apotheken. In allen anderen Sortimentsbereichen fließt die in Siegsdorf vorhandene Kaufkraft in das Umland ab. Ausschlaggebend sind hierbei vor allem die hohe Anziehungskraft der regionalen Wettbewerbsstandorte Traunstein, aber auch Rosenheim und Salzburg (Vgl. Karte 5). Insgesamt zeichnet sich Siegsdorf hinsichtlich seiner Bedeutung als Handelsstandort vor allem durch sein nahversorgungsrelevantes Angebot aus.

Karte 5: Angebotssituation im Umland von Siegsdorf (Fokus Nahversorgung)



Legende

➔ Einkaufsorientierung

Bearbeitung: GMA 2020 (Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2018)

2. Nachfragesituation

Nachfolgend werden die nachfragebestimmenden Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Siegsdorf aufgezeigt, bevor das aktuell zur Verfügung stehende Kaufkraftvolumen und seine perspektivische Entwicklung dargelegt werden.

2.1 Marktgebiet

Die Abgrenzung des Marktgebietes für den Einzelhandelsstandort Siegsdorf stellt die wesentliche Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials dar.

Als Marktgebiet wird der Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort Siegsdorf gerechnet werden kann. Das Marktgebiet lässt sich weiterhin nach Zonen untergliedern, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung nach Siegsdorf zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei in der Regel von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Marktgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- // wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Wirtschaftsstruktur, Pendlerbeziehungen),
- // Erreichbarkeit des Standortes unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen auf Basis von Fahrzeitisochronen¹⁵,
- // Angebotssituation in Siegsdorf sowie Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in den umliegenden Städten und Gemeinden sowie
- // generelle Anziehungskraft des Standortes (Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung, Lage der Einzelhandelsschwerpunkte usw.).

Zur Einschätzung und empirischen Fundierung des Marktgebietes wurden im September und Oktober 2020 insgesamt elf Expertengespräche mit lokalen Gewerbetreibenden geführt, in denen u. a. die Kundenherkunft abgefragt wurde. Abhängig vom jeweiligen Handelsangebot, wurde ein Einzugsgebiet beschrieben, das sich im Wesentlichen auf Siegsdorf selbst bemisst. Als dominierender Einkaufsstandort wurde hingegen Traunstein benannt. Das Oberzentrum ist als Handelsschwerpunkt der gesamten Region zu beschreiben, das die Marktposition der Siegsdorfer Händler und damit das Marktgebiet der Gemeinde deutlich limitiert.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren lässt sich für den Einzelhandelsstandort Siegsdorf folgendes Marktgebiet abgrenzen (Vgl. Tabelle 4):

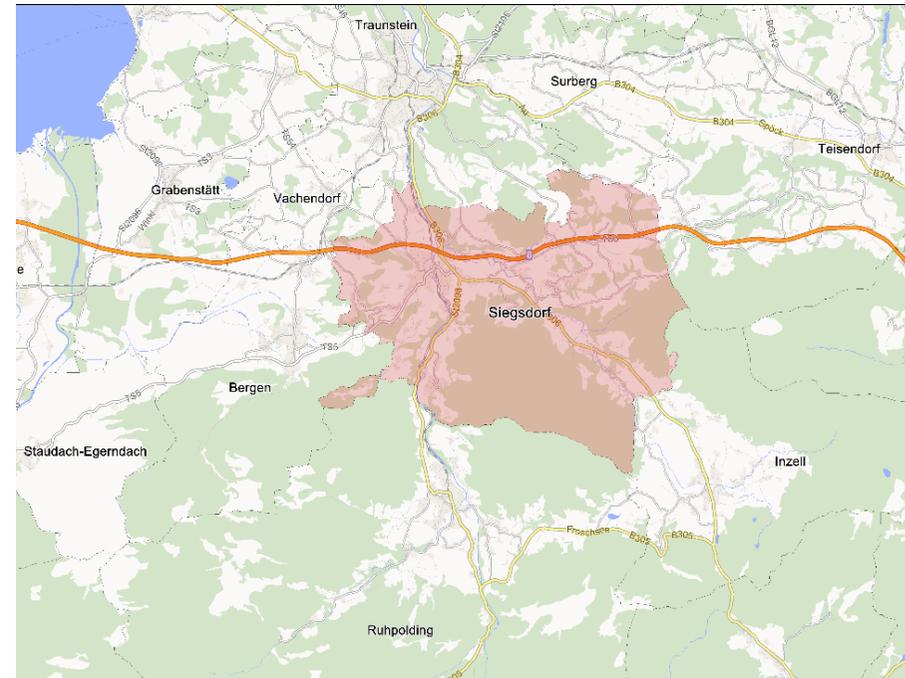
Tabelle 4: Einwohnerpotenzial im Marktgebiet

Zone	Gemeinde	Einwohner
I a	Kernort Siegsdorf	5.230
I b	Ortsteile Siegsdorf (Eisenärzt, Hammer, Vogling)	3.130
Summe		8.360

Quelle: Auskunft des Einwohnermeldeamt der Gemeinde Siegsdorf vom 25.09.2020 (Stand: 01.01.2020) sowie Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Fortschreibung des Bevölkerungsstandes (Stand: 30.06.2020).

¹⁵ Pkw-Minuten; Zeitdistanz abhängig von branchenspezifischer Angebotsausstattung. In der Regel werden für den langfristigen Bedarfsbereich höhere Fahrzeitisochronen zugrunde gelegt als für kurzfristige Bedarfsgüter.

Karte 6: Marktgebiet



Legende

Marktgebiet der Gemeinde Siegsdorf

Bearbeitung: GMA 2020 (Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2018)

Im Marktgebiet leben aktuell ca. 8.360 Einwohner. In einem gewissen Umfang ist darüber hinaus von Kundeneinkaufsbeziehungen auszugehen, die von außerhalb des Marktgebietes an den Einkaufsstandort Siegsdorf kommen (z. B. Touristen, Berufspendler). So können nach Auskunft der befragten Einzelhändler – abhängig vom Sortiment – vereinzelt Kundeneinkaufsbeziehungen aus den Nachbargemeinden Bergen, Ruhpolding und Inzell generiert werden. Eine dauerhafte, regelmäßige Orientierung dieser Kunden auf Siegsdorf als Haupteinkaufsort ist hieraus jedoch nicht abzuleiten.

2.2 Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei

ca. **6.210 € /Jahr**.¹⁶

Davon entfallen auf

	Nahrungs- und Genussmittel	ca. 2.285 €/Jahr
	Nichtlebensmittel	ca. 3.925 €/Jahr

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Gemeinde Siegsdorf liegt dieser mit 102,6 über dem Bundesdurchschnitt (= 100).¹⁷

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und der lokalen Kaufkraftkoeffizienten errechnet sich für das Marktgebiet von Siegsdorf ein **jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Höhe von 53,3 Mio. €**.¹⁸

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Gemeinde Siegsdorf wie in nachfolgender Tabelle 5 dargestellt:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen im Marktgebiet

Branchen	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	19,6
Gesundheit / Körperpflege	4,0
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	1,7
kurzfristiger Bedarf insgesamt	25,3
Bücher, Papier, Büro-/Schreibwaren, Spielzeug	2,2
Bekleidung, Schuhe, Sport ¹	6,3
mittelfristiger Bedarf insgesamt	8,5
Elektrowaren, Medien, Foto	4,9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	4,6
Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck	1,4
Sonstige Sortimente ²	3,2
langfristiger Bedarf insgesamt	19,5
Nichtlebensmittel insgesamt	33,7
Einzelhandel insgesamt	53,3

1 Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

2 Sportgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel; weiter auch Waffen, Erotik)

Quelle: GMA- Berechnung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

¹⁶ Ohne Anteil verschreibungspflichtiger Sortimente bei Apotheken. Die Pro-Kopf-Ausgaben ermitteln sich aus den Einzelhandelsumsätzen der jeweiligen Branchen und beziehen sich auf das Jahr 2019. Dies bedeutet, dass in den aktuellen Zahlen noch keine Corona-Effekte enthalten sind.

¹⁷ Quelle: MB Research (2020): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2020 in Deutschland. Werte über 100,0 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

¹⁸ Rechengang: Bevölkerungszahl x lokales Kaufkraftniveau x einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial.

2.3 Touristisches Nachfragepotenzial

Zusätzlich zu dem endogenen Nachfragepotenzial der Einwohner in Siegsdorf ist aufgrund der touristischen Prägung der Region ein touristisches Zusatzpotenzial zu berücksichtigen. Hierbei gilt es, zwischen Übernachtungs- und Tagesgästen zu differenzieren:

- Im Durchschnitt geben Übernachtungsgäste rd. 14,00 € pro Tag und Person (4,00 € für Lebensmittel und 10,00 € für sonstige Einkäufe) im Reisegebiet „Chiemsee-Alpenland / Chiemgau, Berchtesgadener Land“ aus.¹⁹ Für Siegsdorf wurden im Jahr 2019 rd. 96.940 Übernachtungen ermittelt.
- Zu den übernachtenden Touristen kommt eine nur bedingt zu quantifizierende Zahl an Tagestouristen hinzu. Das Verhältnis von Tagesgästen zu Übernachtungen in der Region „Chiemsee-Alpenland / Chiemgau, Berchtesgadener Land“ beziffert sich auf 3,1 zu 1.²⁰ Entsprechend sind für Siegsdorf rd. 300.514 Tagesgäste im Jahr 2019 festzuhalten. Tagesreisende geben in dem zuvor genannten Reisegebiet durchschnittlich rd. 19,10 €/Tag und Person (1,20 € für Lebensmittel und 7,50 € für sonstige Einkäufe) aus.²¹

Tabelle 6: Touristisches Nachfragepotenzial

Tourismusform	Anzahl	Lebensmittel	Sonstiger Einzelhandel	Gesamtausgaben
		in Mio. €		
Übernachtungsgäste	96.940	0,4	0,9 – 1,0	1,3 – 1,4
Tagesgäste	300.514	0,3 – 0,4	2,2 – 2,3	2,6
Summe	397.454	0,7 – 0,8	3,2	3,9 – 4,0

Quelle: GMA-Berechnungen 2020 auf Datenbasis des Bayerischen Landesamtes für Statistik (2020): Monatserhebung im Tourismus für die Gemeinde Siegsdorf im Jahr 2019 sowie dwif e.V. (2010, 2013); ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

In der Summe lässt sich für die Gemeinde Siegsdorf ein rechnerisches **touristisches Zusatzpotenzial** in Höhe von 3,9 – 4,0 Mio. € ableiten.

Hierbei ist allerdings anzumerken, dass

- touristische Tagesausgaben in der regionalen, saisonalen und zielgruppenspezifischen Betrachtung größeren Schwankungen unterliegen können,

¹⁹ Quelle: dwif e.V. (2010): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland (= Schriftenreihe des dwif e. V., Nr. 53), S. 40.

²⁰ Quelle: dwif e.V. (2013): Tagesreisen der Deutschen (= Schriftenreihe des dwif e. V., Nr. 55), S. 78.

- ein Großteil des touristischen Zusatzpotenzials für Lebensmittel und sonstigen Einzelhandel nicht ausschließlich in Siegsdorf gebunden werden kann, sondern sich auf die gesamte Region verteilt,
- sich die touristische Nachfrage zumeist nur auf bestimmte Waren richtet (z. B. Souvenirs, Getränke, Brotzeitzutaten, Wanderkarten), während in anderen Branchen (z. B. Güter des langfristigen Bedarfs) eine geringere Nachfrage durch Touristen herrscht.

Im Umkehrschluss kann der Einzelhandel der Gemeinde Siegsdorf nur von einem Teil des zusätzlichen touristischen Nachfragepotenzials profitieren. Zukünftig ist jedoch davon auszugehen, dass sämtliche Anstrengungen im touristischen Bereich, Stadtmarketing etc. Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung des lokalen Einzelhandels berein.

2.4 Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose im Marktgebiet bis 2030

In den letzten zehn Jahren wies die Gemeinde Siegsdorf insgesamt eine positive Bevölkerungsentwicklung auf. Für die kommenden Jahre erwartet das Bayerische Landesamt für Statistik im Rahmen der regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung weiterhin ein Wachstum der Einwohnerzahlen (rd. 8.740 Personen bis zum Jahr 2030).²² Dabei werden lokal getroffene Entscheidungen (z. B. Ausweisung neuer Wohnbauflächen) jedoch nicht berücksichtigt. So sind im Rahmen der Anstrengungen zur lokalen Wohnbaupolitik bis 2030 ca. 140 Wohneinheiten geplant²³ (Vgl. Kapitel II.2, Karte 3), für die von einem Belegungsschlüssel von mindestens zwei Personen pro Wohneinheit ausgegangen wird (ca. 280 Personen). Insgesamt kann die Gemeinde Siegsdorf bis zum Jahr 2030 somit von einer Bevölkerung im Umfang von ca. 9.020 Personen ausgehen. Die Standortattraktivität der Gemeinde ist nicht zuletzt auf die starke Wirtschaftsstruktur zurückzuführen, die ebenfalls für den Zuzug junger, qualifizierter Fachkräfte und junger Familien steht.

Tabelle 7: Einwohnerentwicklung in Siegsdorf bis zum Jahr 2030

Marktgebiet	Einwohner		Einwohnerentwicklung	
	2020	2030	absolut	relativ in %
Siegsdorf	8.360	9.020	+ 660	+ 7,9

Quelle: GMA-Berechnungen 2020 auf Datenbasis der regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Bayerischen Landesamtes für Statistik für das Prognosejahr 2030 in Verbindung mit kommunalen Angaben zur Wohnbauentwicklung 2020

²¹ Quelle: ebd., S. 100.

²² Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Gemeinden (Stand: 31.12.2030).

²³ E-Mail-Auskunft des Bauamtes der Gemeinde Siegsdorf vom 12.11.2020.

Obwohl hinsichtlich der Ladeneinzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Deutschland bislang eine Steigerung zu verzeichnen war, werden für die Kaufkraftprognose innerhalb des Prognosehorizonts die aktuellen Pro-Kopf-Ausgaben zugrunde gelegt.²⁴ Gleiches gilt für den lokalen Kaufkraftkoeffizienten für die Gemeinde Siegsdorf. Somit errechnet sich für Siegsdorf bis 2030 ein Kaufkraftpotenzial von ca. 57,4 Mio. € (+ 4,1 Mio. € bzw. + 7,7 % gegenüber 2020).

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Gemeinde Siegsdorf wie in nachfolgender Tabelle 8 dargestellt:

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen im Marktgebiet

Branchen	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	21,1
Gesundheit / Körperpflege	4,3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	1,9
kurzfristiger Bedarf insgesamt	27,3
Bücher, Papier, Büro-/Schreibwaren, Spielzeug	2,3
Bekleidung, Schuhe, Sport ¹	6,8
mittelfristiger Bedarf insgesamt	9,1
Elektrowaren, Medien, Foto	5,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	4,9
Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck	1,5
Sonstige Sortimente ²	3,5
langfristiger Bedarf insgesamt	21,0
Nichtlebensmittel insgesamt	36,3
Einzelhandel insgesamt	57,4

1 Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

2 Sportgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel; weiter auch Waffen, Erotik)

Quelle: GMA- Berechnung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

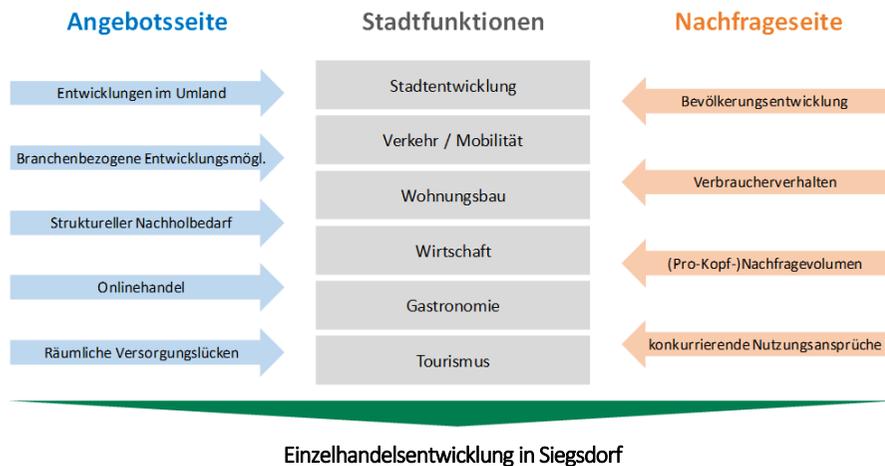
²⁴ Damit wird spontan auftretenden, global wirksamen Phänomenen mit Auswirkungen auf das Ausgabe- und Konsumverhalten (z. B. Corona-Pandemie) Rechnung getragen.

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Siegsdorf

1. Übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Die nachstehenden Empfehlungen zur gezielten Weiterentwicklung des Einzelhandels in Siegsdorf können nicht losgelöst von übergeordneten Entwicklungen auf Nachfrage- und Angebotsseite formuliert werden. Aber auch stadtseitig werden wesentliche Weichenstellungen in anderen Bereichen (wie z. B. Stadtentwicklung, Verkehr/Mobilität, Wohnungsbau, Wirtschaft, Gastronomie oder Tourismus) die zukünftige Einzelhandelsentwicklung von Siegsdorf beeinflussen.

Abbildung 14: Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung



Quelle: GMA-Darstellung 2020

Folgende **wesentliche Einflussfaktoren** auf die künftige Einzelhandelsnachfrage in Siegsdorf sind hinsichtlich der mittelfristigen demografischen, ökonomischen und handelsstrukturellen Rahmenbedingungen hervorzuheben:

- /// bis 2030 weiterhin dynamische Bevölkerungsentwicklung in Siegsdorf und in der Region verbunden mit einer ebenso dynamischen Kaufkraftentwicklung,
- /// künftiges Verbraucherverhalten (Ausgabe- und Sparverhalten), konjunkturelle und staatliche Einflüsse auf die Einkommenssituation der Haushalte, Bereitschaft zu höheren Konsumausgaben bei gleichzeitig steigenden Qualitätsstandards (z. B. Biolebensmittel, Fair-Trade-Produkte),

- /// anhaltende Preissensibilität der Konsumenten, insbesondere im Nonfood-Bereich; dadurch hohe Akzeptanz für preiswerte Angebotskonzepte und Zwang zur Reduzierung der (Standort-)Kosten bei den Anbietern (Verkaufsflächenverkleinerung, Filialnetzoptimierung),
- /// steigendes Anspruchsniveau der Kunden an die Einkaufsstätten (Angebotsumfang, Anfahbarkeit, Parkierung, Niveau, Sicherheit, Witterungsunabhängigkeit, Bequemlichkeit) und das Einkaufserlebnis (Einzelhandel in Verbindung mit Gastronomie und Dienstleistungen in der Funktion sozialer Treffpunkte),
- /// steigende Bedeutung des Onlinehandels und darauf basierender Mischkonzepte (z. B. Click-and-Collect),
- /// zunehmende Differenzierung des Angebots (einfach versus hochwertig, individuell versus massentauglich) sowie
- /// zunehmende Unternehmenskonzentration und Marktmacht von Filialisten wird zur weiteren Verringerung von leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten außerhalb der Haupteinkaufslagen/Angebotsschwerpunkte führen.

Als **limitierende Faktoren** für die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Siegsdorf sind insbesondere die Konkurrenzbeziehungen zu benachbarten Zentren (u. a. Traunstein) und zum Onlinehandel zu beachten:

- /// Normale Bedarfsdeckung wird praktisch überall gewährleistet, zentrale Orte aller Stufen „rüsten auf“ mit modernen Supermärkten, Discontern, Fachmärkten und Filialisten.
 - Übliche Fachmarkt- und Filialkonzepte sind kein Profilierungsmerkmal mehr, die Erlebnisorientierung muss (weiter-)entwickelt werden.
- /// Viele Städte entwickeln Einzelhandelsstrategien bzw. verfügen über entsprechende Potenziale (Entwicklung neuer Handelsstandorte, Stadtmarketingkonzepte), sodass sich die Standortkonkurrenz unter den Städten weiter verschärft.
 - Notwendigkeit der weiteren Profilierung (z. B. über touristische Besonderheiten)
- /// Intensive Bewerbung (z. B. soziale Medien, Radio/Print, Events, Stadtmarketingaktivitäten), gute verkehrliche Infrastruktur, hohe individuelle Mobilität, Neugier und erkannte Preisunterschiede führen zu verstärktem „Standort-Hopping“.
 - Konkurrenz im Internet und in der Region, aber auch durch weiter entfernte Einkaufsstädte

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes in Siegsdorf zeigt aktuell einen klaren Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auf. Angebotslücken und damit verbundene Ansiedlungspotenziale sind insbesondere vor dem Hintergrund der Nähe zum leistungsstarken Oberzentrum Traunstein als Haupteinkaufsdestination in der Region, aber auch aufgrund der Nähe zum Oberzentrum Rosenheim und Regionalzentrum Salzburg (jeweils ca. 20 Pkw-Minuten entfernt) zu bewerten. Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Branchenstruktur sind daher punktuell im kurzfristigen Bedarfsbereich vorhanden. Der Siegsdorfer Einzelhandel wird sich zukünftig daher vor allem über eine standortbezogene Weiterentwicklung innerhalb der Gemeinde in Verbindung mit einer intensiven „Erlebbarkeit des Handels“ in einem attraktiven städtebaulichen Umfeld zu profilieren haben (Stichwort: Entwicklung des Ortszentrums / „Neue Mitte“, Kardina-von-Faulhaber-Platz).

Hinsichtlich der möglichen branchenbezogenen Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Gemeinde Siegsdorf, aber auch aufgrund der Attraktivität und Nähe zu umliegenden Einkaufsstandorten die in nachfolgender Übersicht 1 dargestellten Empfehlungen zu treffen.

Übersicht 1: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für Siegsdorf

Ausstattung	Empfehlung
Nahrungs- und Genussmittel	
<ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Verkaufsflächen-ausstattung durch zwei Supermärkte und zwei Discounter, zzgl. Lebensmittel-fachgeschäfte, Dorfläden, Lebensmittel-handwerk und Getränkemärkte /// überwiegend zeitgemäßer Marktauftritt der Systemanbieter, diese mehrheitlich stabil und leistungsfähig 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung und Modernisierung der bestehenden Betriebe /// Modernisierung einzelner Anbieter /// nach Möglichkeit Schließung von räumlichen Versorgungslücken bzw. Erhaltung der gg. Nahversorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen /// ggf. Ergänzung spezieller Angebote (z. B. Bio-/Naturkostlebensmittel)
Gesundheit / Körperpflege	
<ul style="list-style-type: none"> /// aktuell lediglich zwei Apotheken und ein Sanitätshaus ansässig /// Drogeriewaren nur im Randsortimentsbereich der ansässigen Lebensmittel-märkte 	<ul style="list-style-type: none"> /// Prüfung Ansiedlung Drogeriemarkt in städtebaulich-integrierter Lage mit Wohngebietsbezug /// ggf. im Standortverbund mit Lebensmittelmarkt

Fortsetzung rechte Seite

Ausstattung	Empfehlung
Blumen/Floristik, zoologischer Bedarf, Zeitungen/Zeitschriften	
<ul style="list-style-type: none"> /// aktuell überwiegend im Randsortimentsbereich der ansässigen Lebensmittel-märkte sowie über Gärtnerei Häusler im Ortsteil Traundorf, Raiffeisen Lagerhaus oder Schreibwarengeschäft an der Hauptstraße (schließt zum Jahresende) 	<ul style="list-style-type: none"> /// Prüfung Ansiedlung eines Blumengeschäftes in der Ortsmitte / Nachbelegung des ehemaligen Blumenfachgeschäfts am Bahnhof
Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib- und Spielwaren	
<ul style="list-style-type: none"> /// ein Schreibwarengeschäft an der Hauptstraße mit Zeitungen/Zeitschriften und Auswahl an Spielwaren (Geschäft schließt zum Ende 2020) /// rudimentäres Angebot über Randsortimente der beiden Supermärkte 	<ul style="list-style-type: none"> /// Prüfung Ansiedlung eines Schreibwarenfachgeschäfts in der Ortsmitte /// ggf. mit Zusatzangeboten wie Post-Service, Kopiermöglichkeiten
Bekleidung, Schuhe, Sport	
<ul style="list-style-type: none"> /// Bekleidung über Trigema im nördlichen Gewerbegebiet von Siegsdorf /// Kinderbekleidung Trilinka an der Hauptstraße (Schließung inhaberseitig geplant) /// umfangreiches und hochwertiges Fachangebot im Schuhbereich durch insgesamt drei Anbieter, davon zwei im Kernort Siegsdorf (Schuhhaus Pfefferkorn, Birkenstock Outlet) zzgl. ein Anbieter im Ortsteil Molberting (Schuhhaus Mader) /// jeweils ein hochwertiger Sportanbieter im Kernort Siegsdorf (Sporttreff) sowie Ortsteil Eisenärzt/Hörgering (Sporthaus) 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung des bestehenden Angebots /// Prüfung Ansiedlung eines hochwertigen Modefachgeschäfts, ggf. mit spezialisierter Ausrichtung (z. B. Trachten, Brautmoden, Herrenausstattung) /// ggf. Verlagerung des Sportfachgeschäftes vom Kardinal-von-Faulhaber-Platz in die „Neue Mitte“
Elektrowaren, Medien, Foto	
<ul style="list-style-type: none"> /// kein Fachangebot vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> /// ggf. Ansiedlung eines kleinteiligen Fachgeschäftes /// im Filialbereich keine Ansiedlungschancen erkennbar (Nähe Mediamarkt Traunstein)

Fortsetzung auf nächster Seite

Ausstattung	Empfehlung
Hausrat, Einrichtung, Möbel	
<ul style="list-style-type: none"> /// Einrichtungsbedarf und Dekorationsartikel über Randsortimente des Landkaufhauses Mayer 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung des bestehenden Angebots /// keine Ansiedlungschancen erkennbar
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	
<ul style="list-style-type: none"> /// Angebot über eingeführtes und gut angenommenes Raiffeisen Lagerhaus sowie über Gärtnerei Häusler im Ortsteil Traundorf und BayWa im nördlichen Gewerbegebiet von Siegsdorf 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung des bestehenden Angebots /// kaum erkennbare Ausbaumöglichkeiten durch weitere Betriebsansiedlungen (großflächiges Baumarktangebot in Traunstein)
Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	
<ul style="list-style-type: none"> /// ein Fachgeschäft für Optik/Akustik an der Hauptstraße in Siegsdorf /// eingeführter und angenommener Anbieter 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung der bestehenden Anbieter /// ggf. Prüfung Ansiedlung eines Schmuck-/Uhrenfachgeschäfts (ggf. touristische Ausrichtung)
Sonstige Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> /// ein kleinteiliger Fahrradladen am Bahnhof /// Angelsportgeschäft ggü. Mammutmuseum 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung des bestehenden Angebots /// ggf. Zusammenlegung/Erweiterung Sportangebot um/mit Fahrradangebot

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2020

Die **branchenbezogenen Entwicklungspotenziale** orientieren sich – auch ausgehend vom Landes- und regionalplanerischen Versorgungsauftrag (Vgl. Kapitel II.1) sowie den ermittelten Kennziffern für Verkaufsflächenausstattung und Zentralität (Vgl. Kapitel III.1.4) – für die Gemeinde Siegsdorf zum überwiegenden Teil an den nahversorgungsrelevanten Angeboten. So sind Ausbaupotenziale im Bereich der Drogeriewaren erkennbar; auch Blumen/Floristik und Schreibwaren werden prinzipiell regelmäßig vor Ort nachgefragt.²⁵

Die Ansiedlung zusätzlicher Sortimente, z. B. Mode oder Schmuck, sollte in jedem Fall geprüft und beworben werden. Hierbei ist eine touristische Ausrichtung oder Spezialisierung zu empfehlen (z. B. Trachten, Brautmoden); Ansiedlungsmöglichkeiten werden sich dabei allenfalls im kleinteiligen

²⁵ Die (bevorstehende) Schließung des Blumen- und Schreibwarengeschäfts ist in erster Linie auf private Entscheidungen der jeweiligen Betreiber zurückzuführen; die wirtschaftliche Tragfähigkeit dürfte in Siegsdorf kein Bewertungskriterium sein.

Fachgeschäftssegment ergeben und sind das Ergebnis freiwilliger unternehmerischer Entscheidungen („Zufallsprinzip“).

Im Zusammenhang mit sortimentspezifischen Entwicklungsmöglichkeiten, aber auch zur Stärkung des bestehenden Angebots, sind auch künftig intensive Marketingstrategien zu empfehlen, die das lokale Angebot bekannt(er) machen und zum lokalen Einkauf animieren. Dabei sind auch die vorhandenen Kompetenzen (z. B. Meisterbetriebe, hohe Beratungsqualität durch Fachverkäufer, Serviceorientierung) im Unterschied zu standardisierten Fachmarkt- und Filialkonzepten herauszustellen. „Das Kundeneinkaufsverhalten ist das A & O“.²⁶

3. Standortbezogene Entwicklungsstrategien für die Ortsmitte von Siegsdorf

Standortbezogene Entwicklungsstrategien konzentrieren sich in Siegsdorf in den kommenden Jahren vordergründig auf die städtebauliche Entwicklung der Ortsmitte. Hier ergeben sich mit der Qualifizierung des Kardinal-von-Faulhaber-Platzes und der „Neuen Mitte“ entscheidende Möglichkeiten zur (standortbezogenen) Neuausrichtung des Einzelhandels und der Gastronomie sowie einer funktionalen Neuordnung für unterschiedliche Nutzungen.

Strategie: räumliche Konzentration des Einzelhandels sowie komplementierender Nutzungen (z. B. Gastronomie, Dienstleistungen, medizinische Versorgung) auf die zentrale Ortsmitte zwischen Friedhof und Mammutmuseum.

- /// Sicherung des bestehenden Handelsangebotes, ggf. räumliche Neuordnung / Betriebsverlagerungen
- /// Sicherung der Nahversorgung (Supermarktstandort an der Raiffeisenstraße)
- /// Zielgruppenansprache und Einkaufserlebnis:
 - Nutzung kleinteiliger Baustrukturen und überschaubare Verkaufsflächenpotenziale zur Etablierung kleinteiliger Spezialangebote (z. B. Kaffeerösterei, vegane Anbieter, Unverpacktläden im Lebensmittelbereich, Vintage-Möbel, Manufakturlabels etc.)
 - Standort für kleine Handelsbetriebe mit individuellen, hochwertigen Angeboten
 - Attraktivierung des öffentlichen Raums durch geeignete Maßnahmen (Begrünung, Beleuchtung, Möblierung, Wasserläufe)

²⁶ Quelle: Expertengespräch vom 5.10.2020.

- / Funktionale Neuordnung der Ortsmitte
 - Umgriff Kardinal-von-Faulhaber-Platz / Friedhof / Bosch-Haus: Bildungsfunktion
 - Umgriff Rathaus / Rathausplatz: öffentliche Einrichtungen, behördliche Erledigungen, Raiffeisenbank, Touristinformation
 - Umgriff „Neue Mitte“ mit übergeordneter Handelsfunktion
 - Umgriff Mammutmuseum: Kultur- und Tourismusfunktion
 - räumliche Zusammenhänge herstellen
- / Umgang mit Leerstand
 - limitierte Zugriffsmöglichkeiten auf bestehende Leerstandsobjekte, da zum Teil in Privatbesitz
 - Nutzungsänderungen/Rückbau, da Flächen teilweise nicht (mehr) marktgängig
 - ggf. Leerstandsbildung im Bereich der Hauptstraße durch Betriebsverlagerungen in „Neue Mitte“
- 3.1 Fokus: Kardinal-von-Faulhaber-Platz**
 - / „vom Parkplatz zum Begegnungsraum“²⁷
 - / Bildungs- und Qualifizierungsfunktion steht im Vordergrund
 - / Standort für öffentliche Nutzungen wie Bücherei, Räumlichkeiten für Vereinswesen, Musikschule, Fahrschule, Grund- und Mittelschule
 - / Erhaltung des Bäckereicafés mit Außengastronomie (Treffpunktfunktion), ansonsten stark untergeordnete Handelsfunktion
 - / fußläufige Erreichbarkeit sichern (Überwindung der Topographie), Barrierefreiheit
- 3.2 Fokus: „Neue Mitte“**
 - / **städtebauliche Entwicklung** im Zentrum von Siegsdorf zum neuen „Marktplatz“ – „Beibehaltung des Dorfcharakters mit lauter kleinen Highlights“ – „auf dem Weg vom Dorf zur kleinen Stadt“ – „riesige Chance“²⁸
 - Vernetzung derzeit getrennten Gemeindebereiche und städtebauliche Ordnung
 - zentraler Bürgerplatz (Treffpunkt/Aufenthaltsort) im traditionelles Ortsbild

²⁷ Quelle: Expertengespräche vom 9.10.2020.

²⁸ Quelle: Expertengespräche vom 5. und 9.10.2020.

- Raum für gesellschaftliche Nutzungen / Veranstaltungen (inkl. Infrastrukturausstattung)
- Nutzungsmischung (u. a. Wohnen, Handel, Gastronomie)
- Erreichbarkeit, Durchwegung, Barrierefreiheit
- entscheidend sind hohe Frequenz und lange Verweildauer

/ Konzentration der **Handels- und Gastronomienutzungen**

- kleinteilige Geschäftsstrukturen im Sinne einer möglichst großen Angebotsvielfalt auf begrenztem Raum
- 600 – 800 m² Verkaufsfläche für hochwertige Angebote inhabergeführter Betriebe („Qualität ist der Schlüssel“²⁹) mit Angebotsfokus auf Nahversorgung (z. B. Lebensmittelhandwerk, Blumen/Floristik, Schreibwaren, Apotheke) sowie nahversorgungsrelevante Dienstleistungen (z. B. Post, Kopiermöglichkeiten, Friseur)
- Ansiedlung im Erdgeschoss
- Ermöglichung flexibler Nutzungen, auch durch flexible Flächenzuschnitte
- Frequenzschaffung durch gastronomische Angebote, auch im Außenbereich

/ Realisierung eines **attraktiven Aufenthaltsplatzes mit sozialer Treffpunktfunktion**

- Möblierung, Begrünung / Schattenspender, Wasser / Abkühlung
- Berücksichtigung unterschiedlicher Alters- und Sozialgruppen (Sitzmöglichkeiten, Spielgeräte, Spielflächen)

/ Etablierung **weiterer frequenzbringender Angebote**, z. B. medizinische Versorgung (Arztpraxen), Bürger-/Mehrzweckräume

/ ggf. Ausweitung des Entwicklungsfokus (nicht nur „Neue Mitte“, auch angrenzende Bereiche mitentwickeln, z. B. Bahnhof, Lautenbach-Wiese)

/ **Markenbildungsprozess** zum Themen Wasser (Petrusquelle, Adelsholzener, Brunnen, Wasserspiele), Nachhaltigkeit (Regionalmarkt, Kräuterspirale, Gartenobjekte, Reparaturcafé) etc.

/ **Erreichbarkeit:** Geh- und Radwegbeziehungen entwickeln/qualifizieren, Fahrradinfrastruktur (u. a. E-Ladesäulen, Fahrradgarage), Pkw-Erreichbarkeit (Kundenstellplätze im Umfeld nötig), Orientierung von Gästen auf „Neue Mitte“ (z. B. Führung des Radwanderweges Bodensee – Königssee)

²⁹ Quelle: Expertengespräche vom 5.10.2020.

4. Stärken-Schwächen-Profil für Siegsdorf

Insgesamt weist Siegsdorf positive und auch negative Eigenschaften auf, die sich auf seine Qualität als Versorgungsstandort und künftige Standortentwicklung auswirken. Sie sind wie folgt zusammenzufassen:

Übersicht 2: Stärken-Schwächen-Profil Siegsdorf

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> // Lage an Autobahn A 8 (München – Salzburg) mit zwei Anschlussstellen // Wachstumsregion // Arbeitsplatzstandort mit starken Gewerbebetrieben // keine reine Abhängigkeit vom Tourismus, aber Nähe zu Ski- und Wandergebieten // umfassendes Grundversorgungsangebot // sehr gute soziale und medizinische Infrastruktur // hochwertige Angebote im Einzelhandel // hohe Serviceorientierung in Handel und Gastronomie // persönliche Ansprache durch Inhaber // aktive Händlergemeinschaft (Gewerbeverband) // positive Bevölkerungsentwicklung in Verbindung mit aktiver Wohnbaupolitik // städtebauliche Entwicklungspotenziale (z. B. historisches Bahnhofsgebäude, Bosch-Haus) // vorhandene Potenzialflächen für Wohnungsbau und Gewerbeentwicklung // fortlaufende Sanierungstätigkeiten der vergangenen Jahre (Ruhpoldinger Straße, Kreisverkehr an Traunbrücke) // attraktiver Wohnstandort 	<ul style="list-style-type: none"> // hohe Verkehrsbelastung in der Ortsmitte (Durchgangsverkehr, Parksuchverkehr) // zum Teil geringe Investitionsbereitschaft einiger Eigentümer // fehlende Parkplätze für Kunden und Angestellte des lokalen Gewerbes // Unsicherheit im Straßenraum (schmale Bürgersteige, fehlende Radwege), // Barrierefreiheit // schlechte Anbindung der Ortsteile // unzureichende Angebote für junge Bevölkerungsgruppen, Senioren und Behinderte

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2020 auf Basis der durchgeführten Expertengespräche sowie eigener Einschätzungen

V. Einzelhandelskonzept der Gemeinde Siegsdorf

Aufbauend auf den Analyseergebnissen zur Angebots- und Nachfragesituation sowie den abgeleiteten Entwicklungsperspektiven erfolgt die Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes zur künftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Siegsdorf. Dabei ist neben **städtebaulichen Zielsetzungen** auch ein **Sortimentskonzept** sowie ein **Standortkonzept** zu erarbeiten.

Dabei kommt der **Entwicklung der Ortsmitte** von Siegsdorf zu einem multifunktionalen Zentrum der Gemeinde besondere Bedeutung zu, einen attraktiven und belebten Ort und Treffpunkt des sozialen Lebens und der Daseinsvorsorge für die Bürger zu schaffen. Ziel der Einzelhandelsentwicklung sollte es daher sein, die Ortsmitte strukturell weiterzuentwickeln und die Bedeutung als Handelsstandort zu sichern.

1. Städtebauliche Zielsetzungen

Als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Siegsdorf sind zu formulieren:

- /// **Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion** von Siegsdorf
- /// **Sicherung und Weiterentwicklung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen**
- /// **Sicherung und Weiterentwicklung der Ortsmitte als vielfältiges Zentrum** und Erhalt bzw. Entwicklung als Einkaufs-, (Nah-)Versorgungs-, Dienstleistungs-, Gastronomie-, Wohn- und Identifikationsstandort
- /// **Sicherung und Entwicklung von Gewerbestandorten** durch strategische Gewerbeflächenentwicklung für ortsansässige und neue Gewerbe- und Handelsbetriebe

Eine strategische Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Siegsdorf einerseits sowie die rechtlich wirksame Umsetzung der räumlichen Steuerung der Entwicklung andererseits greifen auf die in nachstehender Abbildung zusammenfassend dargestellten Leitziele zurück.

Abbildung 15: Aufbau und Leitziele des Einzelhandelskonzeptes von Siegsdorf



Quelle: GMA-Darstellung 2020

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung und Steuerung zukünftiger Ansiedlungs-/Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelsortimente im Wesentlichen dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden können bzw. sollen.

Dabei setzt die Einstufung eines Sortimentes als Innenstadtbedarf nicht zwingend voraus, dass dieses zum Zeitpunkt der Bewertung im zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. So können auch

Sortimente dementsprechend eingestuft werden, die zwar derzeit nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt angeboten werden, deren Etablierung dort aber einen wesentlichen Beitrag zu ihrer Gesamtattraktivität leisten würde.

2.1 Definition der Sortimentsgruppen

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der Sortimente des Innenstadtdarfs (= zentrenrelevante Sortimente), Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (= nahversorgungsrelevante Sortimente) und Sortimente des sonstigen Bedarfs (= nicht-zentrenrelevante Sortimente) erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe:

- Sortimente des Innenstadtdarfs tragen maßgeblich zu einem aus städtebaulicher Sicht wünschenswerten Einkaufserlebnis bei. Sie kennzeichnet eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, ein begrenzter Flächenbedarf in der Präsentation sowie eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit. Als Sortimente des Innenstadtdarfs sind grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu nennenswerten Umsatzzumlenkungen zu Lasten zentraler Lagen führen kann, woraus Verdrängungseffekte und Funktionsverluste der zentralen Lagen resultieren („Gefährdungspotenzial“ für gewachsene Zentren).
- Des Weiteren dienen Sortimente des Nahversorgungsbedarfs vorwiegend der Nahversorgung der Wohnbevölkerung (vor allem Nahrungs- und Genussmittel, auch Drogeriewaren). Es handelt sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich/mehrmals in der Woche) nachgefragt werden. Infolgedessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah befinden. Aber auch zur Belebung und Frequenzsteigerung in der Innenstadt sind diese Sortimente zu berücksichtigen. Die Sortimente des Nahversorgungsbedarfs sind eine Teilmenge der Sortimente des Innenstadtdarfs.
- Sortimente des sonstigen Bedarfs sind dagegen nicht oder nur in geringem Umfang im zentralen Versorgungsbereich vertreten. Zudem würden sie nur geringe Synergieeffekte und Frequenzwirkungen für das innerstädtische Angebotsspektrum hervorrufen. Es handelt sich dabei vorwiegend um voluminöse, schwere oder sperrige Güter, die ganz überwiegend von Pkw-Kunden nachgefragt werden. Dies bedingt einen großen ebenerdigen Flächenbedarf, einen hohen Anspruch an die Verkehrsgunst und ein möglichst niedriges Mietkostenniveau des Standortes. Derartige Angebotskonzepte können daher in zentralen Lagen meist nicht abgebildet werden. Eine Ansiedlung solcher Anbieter außerhalb zentraler Lagen ist häufig nicht nur betriebswirtschaftlich sinnvoll, sondern auch aus städtebaulichen Gründen wünschenswert. Allerdings ist dabei auf den Umfang und die Struktur von innenstadtrelevanten Randsortimenten zu achten, damit Schädigungen der zentralen Lagen ausgeschlossen werden können.

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten des Innenstadt-, des Nahversorgungs- und des sonstigen Bedarfs auf Basis folgender Kriterien und Prüfmaßstäbe:

Übersicht 3: Differenzierung der Sortimente nach Zentrenrelevanz

Sortimente des Innenstadtdarfs (zentrenrelevant)	Sortimente des sonstigen Bedarfs (nicht-zentrenrelevant)
<ul style="list-style-type: none"> hohe Magnetfunktion, Steigerung der Attraktivität der Innenstadt für einen leichten Transport ohne Pkw geeignet geringe bis mittlere Flächenansprüche Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes Synergien mit anderen Sortimenten in der Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> hohe Flächenansprüche Beschaffenheit des Sortiments erfordert einen Transport mit dem Pkw nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen (z. B. Möbel, Baumarktartikel) geringe Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten geringe Bedeutung als Frequenzbringer
Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (nahversorgungsrelevant)	
<ul style="list-style-type: none"> hohe Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung häufige Nachfrage (täglich bzw. mehrmals pro Woche) räumliche Nähe zu Wohngebieten bzw. verbrauchernah 	

Quelle: GMA-Darstellung 2020

2.2 Siegsdorfer Sortimentsliste

Vor dem Hintergrund der Bestandsanalyse, der Entwicklungspotenziale und der städtebaulichen Zielsetzungen empfiehlt die GMA das folgende Sortimentskonzept für die Einstufung der einzelnen Sortimente in Siegsdorf, um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Die folgende Übersicht stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur Einstufung der Sortimente des Innenstadt-, des Nahversorgungs- und des sonstigen Bedarfs dar. Die Sortimentsliste dient als Basis für die zukünftigen Festsetzungen in den Bebauungsplänen.

Übersicht 4: Siegsdorfer Sortimentsliste

Sortimente des Innenstadtdarfs (zentrenrelevant)	Sortimente des sonstigen Bedarfs (nicht-zentrenrelevant)
<ul style="list-style-type: none"> /// Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte /// Baby- und Kinderartikel /// Bekleidung /// Bücher, Zeitungen, Zeitschriften /// Elektrokleingeräte (Unterhaltungselektronik „braune Ware“, kleinteilige Haushaltsgeräte, Computer und Zubehör, Foto, Film, Medien) /// Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik /// Haus- und Heimtextilien, Bettwaren /// Optik, Akustik /// Papier-, Bastel- und Schreibwaren, Bürobedarf /// Parfümeriewaren /// Schnittblumen/Floristik /// Schuhe, Lederwaren /// Spielwaren /// Sport- und Campingartikel /// Uhren und Schmuck 	<ul style="list-style-type: none"> /// Autoteile und Autozubehör /// Bau- und Heimwerkerbedarf, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse inkl. Badeinrichtung /// Boote und Zubehör /// Elektrogroßgeräte („weiße Ware“, großteilige Haushaltsgeräte) /// Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge /// Fahrräder und Zubehör /// Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen /// Lampen und Leuchten (inkl. Zubehör) /// Möbel (inkl. Küchen und Matratzen) /// Zoologische Artikel (Tiere, Tierbedarf, ohne Tierfutter)
Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (nahversorgungsrelevant)	
<ul style="list-style-type: none"> /// Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittel, Lebensmittelhandwerk, Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabakwaren) /// Drogeriewaren 	

Quelle: GMA-Empfehlung 2020 auf Basis der Bestandsstrukturen (Vgl. Kapitel III.1.1), der Entwicklungspotenziale (Vgl. Kapitel IV.2) sowie der städtebaulichen Zielsetzungen (Vgl. Kapitel V.1); Berücksichtigung des LEP Bayern 2020

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung nach Zentrenrelevanz hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der verbindlichen Bauleitplanung die Sortimente des Innenstadtdarfs außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Ortsmitte Siegsdorf“ bzw. an dezentralen/städtebaulich nicht-integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden. Dabei stehen der kommunalen Bauleitplanung zwei Wege der Festsetzung zur Verfügung:

- /// die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen,
- /// die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Siegsdorf in Verbindung mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in Siegsdorf gesteuert werden kann.

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der zukünftigen Bewertung von Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Aus diesem Grund erfolgt im Rahmen des Standortkonzeptes eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Siegsdorf in eine Zentren- und Standortstruktur.

Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

3.1 Definition „zentraler Versorgungsbereich“

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches (BauGB) im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baurecht einen wesentlichen Bedeutungszuwachs und wurde im Rahmen der weiteren Novellierung des BauGB im Jahr 2007 als zusätzlich zu berücksichtigender Belang im Rahmen der Aufstellung der Bauleitpläne eingeführt (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“).

Folgende Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche:³⁰

- / **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- / **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- / **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die grundsätzlich nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zulässig wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- / **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile im Sinne von § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.
- / Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung in **§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG** verankert. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen. Die Erhaltung gerade der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche ist damit für den Bundesgesetzgeber eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welchem durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB ein erheblicher Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor.

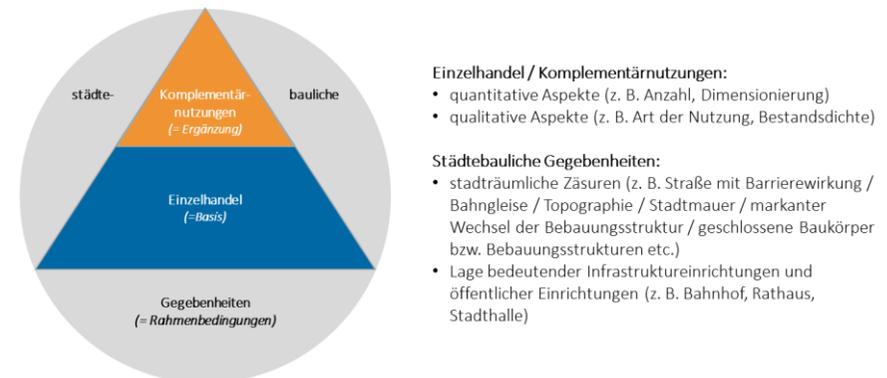
In den letzten Jahren, die zum Teil von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden die bestehenden Begrifflichkeiten durch die Rechtsprechung thematisiert und in Teilen konkretisiert.³¹

Die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- / planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- / sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte) und aus den
- / nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen³².
- / Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden³³ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben³⁴.

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist somit die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird.

Abbildung 16: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: GMA-Darstellung 2020

³⁰ Vgl. hierzu u. a. Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, S. 77 f.
³¹ Vgl. u. a. BVerwG 4 C 7.07 (Urteil vom 11.10.2007); BVerwG 4 C 2.08 (Urteil vom 17.12.2009); BVerwG 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11; OVG NRW 10 D 32/11.NE (Urteil vom 15.02.2012); OVG Sachsen, Bautzen AZ 1 A 432/10, juris RN 30 ff. (Urteil vom 13.05.2014)

³² d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

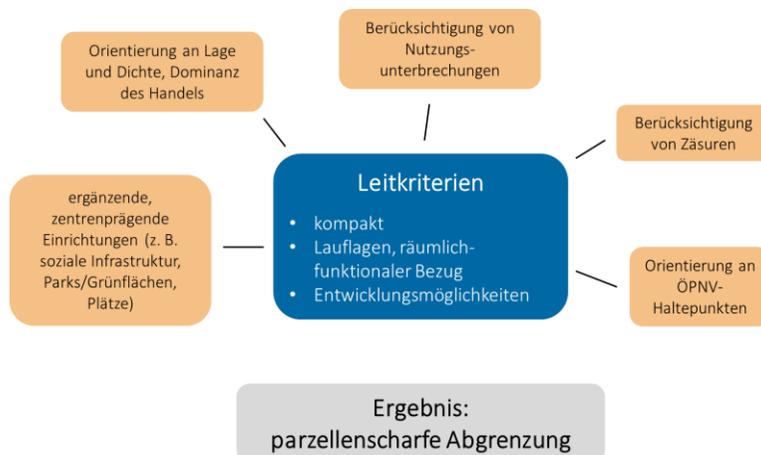
³³ Vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

³⁴ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen (Vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763).

Ausgehend von den dargelegten rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche wurden Kriterien formuliert, die bei der Identifikation von zentralen Versorgungsbereichen einheitlich zugrunde gelegt wurden (Vgl. Abbildung 25):

- // städtebaulich integrierte Lage,
- // räumlich abgrenzbarer Bereich,
- // zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus),
- // Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote sowie ggf. Kultur und Freizeit) sowie
- // Entwicklungsfähigkeit (Flächenpotenziale).

Abbildung 17: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche



Quelle: GMA-Darstellung 2020

Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wenngleich die Kriterien **städtebauliche Integration** und **zentrale Versorgungsfunktion** (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten.

3.2 Zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte Siegsdorf“

Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Siegsdorf erfolgte auf Basis der durchgeführten Bestandsaufnahme der vorhandenen Nutzungen, der Flächenpotenziale im Ortskern und anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen sowie unter Berücksichtigung der Aussagen

aus Expertengesprächen und kommunalen Planungen. Die Abgrenzung basiert auf der aktuellen Situation (faktische Prägung), berücksichtigt vorhandene Entwicklungsmöglichkeiten und ist parzellenscharf. Jedoch ist anzumerken, dass die Begrenzung nicht als absolut starr zu verstehen ist. Bei möglichen Ansiedlungsvorhaben unmittelbar angrenzend zum zentralen Versorgungsbereich ist zu prüfen, ob ggf. im Rahmen einer Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes die Abgrenzung anzupassen ist.

Übersicht 5: Einordnung zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte Siegsdorf“

Lage und Umfeld

- // Lage im Kernort der Gemeinde Siegsdorf zwischen Kardinal-von-Faulhaber-Platz / Einmündungsbereich Blaue-Wand-Straße im Norden und Traunbrücke im Süden
- // maximale Ausdehnung der Ortsmitte ca. 400 m (Luftlinie)
- // Standortumfeld durch öffentliche Nutzungen (z. B. Kirche, Schulen, Kindergarten), Gewerbe (z. B. Petrusquelle, Sparkasse) und Wohnen geprägt

Wettbewerbssituation

- // Richtung Westen: Nahversorgungsstandorte an der Traunsteiner Straße (Norma, ca. 600 m Luftlinie) und an der Breslauer Straße (Netto, ca. 900 m Luftlinie)
- // Richtung Norden: Oberzentrum Traunstein (ca. 3,7 km Luftlinie)
- // Richtung Süden: Grundzentren Ruhpolding (ca. 6 km Luftlinie) und Inzell (ca. 10 km Luftlinie)

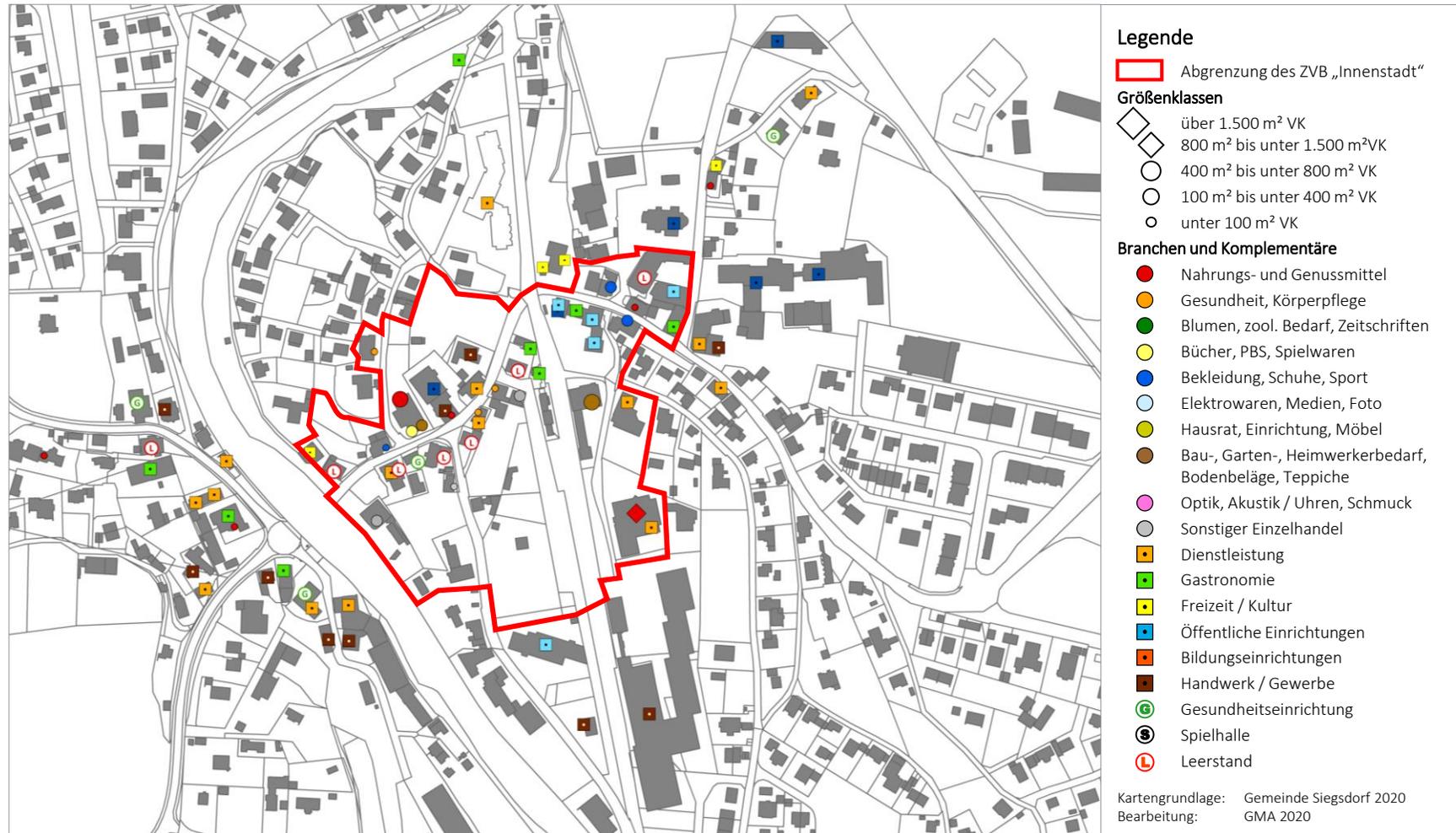
Zentrenprägende Ausstattung

- // Vgl. Kapitel III.1.3

Städtebaulich-funktionale Situation

- // **Organisationsstruktur:** bandartige Ausdehnung der Ortsmitte entlang der Hauptstraße, straßenbegleitender Geschäftsbesatz, weitere Einzelhandelsbetriebe an der Raiffeisenstraße und Theresienstraße
- // **Nutzungen:** Nutzungsmix von kleinteiligem Einzelhandel, Gastronomie, öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie Handwerk in den Erdgeschossen, Wohnnutzungen in den Obergeschossen sowie immer wieder durchsetzt
- // **Magnetbetrieb:** EDEKA Pfeilstetter an der Raiffeisenstraße
- // **Leerstände:** vor allem entlang der Hauptstraße, vereinzelt auch in Nebenlagen
- // **Gesamteindruck:** insgesamt traditionelles Erscheinungsbild der Ortsmitte mit dörflich-heimatlicher Prägung, enge Straßenquerschnitte und hohe Verkehrsbelastung in der Ortsmitte erschweren fußläufige Passage für potenzielle Kunden, städtebauliche Neuordnung im Bereich „Neue Mitte“ ist als positiver für Weiterentwicklung der gesamten Ortsmitte zu bewerten

Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich „Ortmitte Siegsdorf“



Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- // verkehrliche Erschließung aus südlicher Richtung über Hauptstraße / Traunbrücke in Funktion einer Ortsdurchfahrt sowie über Ruhpoldingener Straße aus südlicher Richtung und Reichenhaller Straße aus nordöstlicher Richtung
- // hohe Pkw-Frequenz, Ortsdurchfahrt
- // zentrale Bushaltestelle „Post“ im Bereich „Lautenbach-Wiese“
- // Bahnhof Siegsdorf in der Ortsmitte (Pendelverkehr Traunstein – Ruhpolding)

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- // **Abgrenzung:** Bereich Kardinal-von-Faulhaber-Platz / Einmündungsbereich Blaue-Wand-Straße in Reichenhaller Straße im Norden über den Rathausplatz inkl. EDEKA-Supermarkt an der Raiffeisenstraße, Entwicklungsgebiet „Neue Mitte“ sowie den Verlauf der Hauptstraße bis zur Brücke über die Weiße Traun
 - hier dichter Handelsbesatz sowie zahlreiche Komplementärnutzungen mit zentrenbildenden Funktionen
 - Orientierung somit an der räumlichen Ausdehnung des Betriebsbesatzes (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) entlang der Hauptstraße sowie Raiffeisenstraße, vorhandenen öffentlichen Einrichtungen (z. B. Rathaus, Mammutmuseum) sowie städtebaulichen und topographischen Barrieren (z. B. Traun)
- // **Potenzialflächen:** innerhalb der Ortsmitte mit der Lautenbach-Wiese, Entwicklungsgebiet „Neue Mitte“ sowie der ehemaligen Neuen Post vorhanden (teilweise in Besitz der Gemeinde Siegsdorf), zzgl. einzelne leerstehende Ladenflächen

Entwicklungsziele

- // Sicherung und Weiterentwicklung der Ortsmitte als vielfältiges Zentrum und Erhalt bzw. Entwicklung als Einkaufs-, (Nah-)Versorgungs-, Dienstleistungs-, Gastronomie-, Wohn- und Identifikationsstandort

Handlungsempfehlungen

- // Sicherung der bestehenden Angebote
- // ganzheitliche Entwicklung der „Neuen Mitte“ (Vgl. Kapitel V.3)
- // Anreize für Eigentümer schaffen, eigene Immobilien zu sanieren (Leerstände beseitigen, Gewerbeflächen qualifizieren)
- // Kommunikationsmarketing (lokale Kompetenzen sichtbar machen)
- // Maßnahmen der Händler / lokales Engagement fördern (aktiver Gewerbeverband)
- // lokale Wertschöpfungsketten stärken und Kaufkraft binden (z. B. Einkaufsgutscheine)
- // Leitbildentwicklung für Siegsdorf (z. B. Gesundheitsthema, Wasser)

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2020

3.3 Nahversorgungslagen und -standorte

Ergänzend zum zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte existieren in Siegsdorf weitere **Nahversorgungslagen und -standorte**, die aufgrund fehlender zentrenprägender, ergänzender Funktionen sowie der zum Teil geringen Dichte des Einzelhandelsbesatzes jedoch nicht als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB und BauNVO gewertet werden. Gleichzeitig besitzen sie jedoch aufgrund ihrer städtebaulich integrierten Lage mit Bezug zu Wohnnutzungen im Standortumfeld eine wichtige Bedeutung für die wohnortnahe fußläufige Versorgung. Eine gute Nahversorgung bildet einen wesentlichen Standortfaktor für Kommunen und kann somit zur Attraktivität der Kommune als Wohnstandort erheblich beitragen. Den Lebensmittelmärkten in Nahversorgungslagen / an Nahversorgungsstandorten sollten zur Bestandssicherung moderate Flächenerweiterungen genehmigt werden.

In Siegsdorf sind die folgenden Standorte als nahversorgungsrelevante Lagen mit einem Wohnanteil im direkten Umfeld zu klassifizieren:

- // EDEKA Pfeilstetter, Hochbergstraße, Ortsteil Wernleiten
- // Norma, Traunsteiner Straße, Kernort Siegsdorf

Neben diesen beiden größeren nahversorgungsrelevanten Anbietern gibt es weitere Betriebe im Lebensmittelbereich, die über ein fußläufiges Einzugsgebiet verfügen und eine hohe Bedeutung für die Nahversorgung haben, aufgrund ihrer Größe im Einzelhandelskonzept jedoch nicht explizit behandelt werden. Dabei handelt es sich beispielsweise um Betriebe wie Christa's Bioladen, Früchte Lermer, Landkaufhaus Mayer, Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgerei Reiter), Getränkemärkte oder auch die beiden Dorfläden in Eisenärzt/Hörgering und Hammer. Um eine möglichst flächendeckende Versorgung auch mit kleineren Anbietern zu gewährleisten, sind diese Betriebe in Streu- oder Nebenlagen zu sichern.

Nicht nur für ältere Bevölkerungsgruppe (Stichwort: demographischer Wandel), sondern auch für junge Familien ist eine nachhaltige und wohngebietsnahe Nahversorgungsstruktur mittel- bis langfristig zu sichern und entsprechend weiterzuentwickeln. Dies kann neben einer Modernisierung von Standorten auch Verlagerungen von Betrieben umfassen, sofern die neuen Standorte über eine städtebauliche Integration und somit über einen wesentlichen Wohnanteil im Umfeld verfügen.

3.4 Dezentrale bzw. städtebaulich nicht-integrierte Standorte

Städtebaulich nicht-integrierte Standortlagen sind in der Regel Gewerbegebietslagen, die aufgrund der fehlenden städtebaulichen Integration und wegen der nicht vorhandenen, unmittelbar angrenzenden umfangreichen Wohnnutzung als überwiegend autokundenorientierte Standort zu bezeichnen sind. In Siegsdorf wird diese Lagekategorie durch die Einzelhandelsbetriebe an der Breslauer Straße (Netto, BayWa, Trigema, Birkenstock Outlet) beschrieben. Diese Betriebe mit überwiegend Sortimenten des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfes genießen Bestandsschutz. Eine Entwicklung ist allenfalls im Bestand möglich.

Bei zukünftigem Ansiedlungsinteresse von Betrieben mit Kernsortiment des sonstigen Bedarfs (großflächig und nicht-großflächig) ist ihre Realisierung unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) an dezentralen Standorten zu empfehlen, obwohl diese grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden können. Die empfohlene Konzentration soll lediglich verhindern, dass mehrere Standortbereiche für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel entwickelt werden.

Die Ansiedlung von Betrieben mit Kernsortimenten des Innenstadt- und des Nahversorgungsbedarfs ist zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches und der Nahversorgungslagen an dezentralen Standorten bzw. Gewerbebezugsflächen nicht zu empfehlen und zu verhindern.

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Siegsdorf

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind auch weiterhin standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben auf Grundlage der in Punkt 2 und 3 festgelegten Sortiments- und Standortkonzepte erforderlich. Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Ortsmitte von Siegsdorf führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsbereich orientieren muss. Im Folgenden werden sortiments- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert:

- Sortimente des Innenstadtbedarfs** sind als Hauptsortiment von Betrieben grundsätzlich nur im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Siegsdorf“ zulässig. Sofern diese der Arrondierung des Nahversorgungsangebotes dienen, z. B. in den räumlich abgesetzten Ortsteilen, sind sie auch in städtebaulich integrierten Nahversorgungslagen nach vorheriger Einzelfallprüfung möglich.
- Sortimente des Nahversorgungsbedarfs** sind sowohl im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Siegsdorf“ als auch an anderen städtebaulich integrierten Standorten (Standorte mit Nahversorgungsfunktion und fußläufiger Wohngebietsanbindung) zulässig, sofern eine Stärkung der Nahversorgung festzustellen und keine Beeinträchtigung der vorhandenen Nahversorgungsstruktur anzunehmen ist; bei großflächigen Ansiedlungs-/Erweiterungsvorhaben ist eine Einzelfallprüfung erforderlich.
- Sortimente des sonstigen Bedarfs** sind grundsätzlich sowohl im zentralen Versorgungsbereich „Ortsmitte Siegsdorf“ als auch in dezentralen, städtebaulich nicht-integrierten Standortbereichen zulässig. Empfohlen wird jedoch ihre Konzentration auf einen Standortbereich im Kernort Siegsdorf.

³⁵ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben (z. B. Möbelhaus mit Kernsortiment Möbel und

Übersicht 6: Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Siegsdorf

Zentraler Versorgungsbereich	Kernsortimente des Innenstadtbedarfs	Kernsortimente des Nahversorgungsbedarfs	Kernsortimente des sonstigen Bedarfs	Kein zentraler Versorgungsbereich
Ortsmitte Siegsdorf	uneingeschränkte Ansiedlung mgl.	uneingeschränkte Ansiedlung mgl.	uneingeschränkte Ansiedlung mgl.	
	kleinflächig ¹	kleinflächig, großflächig ²	keine Ansiedlung (Bestandsschutz) ³	Nahversorgungslagen und -standorte
	keine Ansiedlung (Bestandsschutz) ³	keine Ansiedlung (Bestandsschutz) ³	klein- und großflächig ⁴	dezentrale Lagen

- 1 Einzelfallprüfung erforderlich: keine negativen Auswirkungen auf die Ortsmitte; Abgleich mit städtebaulichen Zielsetzungen; Erhaltung des Nahversorgungsschwerpunktes (Ziel ist die standortangepasste Arrondierung des Nahversorgungsangebots)
- 2 Einzelfallprüfung ab 800 m² Verkaufsfläche erforderlich: keine negative Auswirkungen auf die Ortsmitte und bestehende städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte
- 3 Moderate Modernisierungstätigkeiten im Rahmen der Bestandssicherung zulässig, sofern keine negative Auswirkungen auf die Ortsmitte und bestehende städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte induziert werden.
- 4 Begrenzung der Randsortimente des Innenstadtbedarfs auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 100 m² VK je Einzelsortiment

Quelle: GMA-Empfehlung 2020

Weiterführende Regelungen zum Sortiments- und Standortkonzept:

- Randsortimente³⁵**

Bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit Kernsortiment des sonstigen Bedarfs an Standorten außerhalb der Ortsmitte Siegsdorf sind zur Abrundung des betrieblichen Angebotsspektrums Randsortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs zulässig, sofern sie in einem untergeordneten Rahmen bleiben und zu keinen nachteiligen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder Nahversorgungslagen führen. Um der Gefahr einer Umgehung des Sortimentskonzepts durch übermäßige Angebote mit Randsortimenten des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs zu begegnen, ist bei Ansiedlungen und Erweiterungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Be-

Randsortimenten im Bereich Glas / Porzellan / Keramik, Dekorationsartikel, Heimtextilien etc.). Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (Vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

bauungsplanfestsetzung zu empfehlen. Bei Einzelhandelsbetrieben mit Kernsortimenten des sonstigen Bedarfs (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist aus Gutachtersicht eine Begrenzung der Randsortimente des Innenstadtbedarfs auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche bzw. jeweils maximal 100 m² Verkaufsfläche je Einzelsortiment zu empfehlen.

Bestandsschutz

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Zur Sicherung und zur marktgerechten Entwicklung des Standortes ist bestehenden Betrieben zudem eine gewisse Modernisierungs- und Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass dadurch keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in Siegsdorf und im Umland hervorgerufen werden. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen.

Werksverkauf/ Direktvermarktung

Landwirtschaftliche, handwerkliche, produzierende und weiterverarbeitende Gewerbebetriebe, die an ihrer Produktionsstätte eine Verkaufsstelle für Sortimente des Innenstadt- oder des Nahversorgungsbedarfs bis maximal 100 m² bzw. bis 10 % ihrer gesamten Betriebsfläche an Verbraucher bereithalten, sollten auch außerhalb der Ortsmitte bzw. der Nahversorgungslagen zulässig sein.

Das Prüfraster in Übersicht 6 umfasst die Grundsatzempfehlungen des Standort- und Sortimentskonzeptes der Gemeinde Siegsdorf zusammen und kann durch die Gemeindeverwaltung in der Bauleitplanung umgesetzt werden. Bei kritischen und strittigen Fällen ist ergänzend eine gutachterliche Bewertung zu empfehlen.

5. Ergänzende Empfehlungen zur Ertüchtigung des Einzelhandels

Die Sicherung und Weiterentwicklung der Attraktivität und Vitalität der Ortsmitte von Siegsdorf inkl. einer Weiterentwicklung der Angebotsvielfalt und -qualität von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen für Bürger und Besucher stellt eine maßgebliche Zielsetzung zur künftigen Ortsentwicklung dar. Dabei ist es zielführend, wenn die Ortsmitte als multifunktionaler Standort weiterentwickelt wird und gleichzeitig eine Konzentration auf umsetzbare Maßnahmen erfolgt. Zur den Handlungsfeldern zählen:

Verbesserung der fußläufigen Verbindungen innerhalb der Ortsmitte: nach Möglichkeit Trennung Fußwegbeziehungen vom Pkw-/Schwerlastverkehr (rückwertige Erschließung, Querverbindungen statt enge Fußgängerwege an der Hauptstraße)

attraktive Gestaltung der Ortsmitte, die alle Alters- und Sozialgruppen in den Blick nimmt

Wiedernutzung oder **Inwertsetzung von Problemimmobilien** (Anreize für Eigentümer schaffen, Aufklärung über Fördermöglichkeiten)

ganzheitliches Vermarktungs- und Marketingkonzept für lokalen Einzelhandel (Stärken und Qualitäten herausstellen, Hinweis auf vorhandene Kompetenzen und Besonderheiten, lokale Wertschöpfungsketten, Verbindung von Handel, Gastronomie, Dienstleistungen und sozialen Angeboten, thematische Orts- und Handelsentwicklung, z. B. Wasser, Luft, Gesundheit)

lokales Engagement nutzen und weiter fördern (Aktivität des Gewerbeverbundes, starke Akteure/Betriebe als „Zugpferde“)

konsequente Onlinestrategie: digitale Sichtbarkeit erhöhen (z. B. Google Maps-Eintrag, Social-Media-Plattformen)

6. Abschließende Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Gemeinde Siegsdorf erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit herzustellen, sind folgende Punkte unabdingbar:

Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Gemeinderat von Siegsdorf³⁶ als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- städtebauliche Zielsetzungen von Siegsdorf für die Einzelhandelsentwicklung
- Siegsdorfer Sortimentsliste
- Festlegung der Zentren- und Standortstruktur zzgl. Festlegung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches „Ortsmitte Siegsdorf“
- Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Siegsdorf

Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung: Es sollte geprüft werden, wie die standortbezogenen Entwicklungspotenziale und Steuerungsempfehlungen möglichst zeitnah und vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten, vor allem im unbeplanten Innenbereich, eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Nach dem Beschluss des Konzeptes durch den Gemeinderat von Siegsdorf gilt das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept, das als sachliche Grundlage für die Bauleitplanung herangezogen werden sollte.

³⁶ Eine sortiments- und standortregelnde Bauleitplanung ohne Beschluss als Konzept nach § 1 Abs. 3 Nr. 11 BauGB ist nicht möglich.

Es ist herauszustellen, dass der Grad an Planungs- und Rechtssicherheit des Konzeptes unmittelbar mit der „Konformität“ im Alltagshandeln einhergeht: durch jede Ausnahme und jedes Abweichen von den Regeln verliert das Konzept an Wirkungskraft und folglich an Rechtssicherheit.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Siegsdorf zu verstehen. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das mittelfristig (in der Regel etwa 5 – 10 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Verzeichnisse

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Gemeinde Siegsdorf und zentralörtliche Struktur in der Region	10
Karte 2:	Geplante Wohnbauentwicklungen in Siegsdorf	11
Karte 3:	Nahversorgungssituation in Siegsdorf	16
Karte 4:	Nutzungsstrukturen in der Siegsdorfer Ortsmitte	18
Karte 5:	Angebotssituation im Umland von Siegsdorf (Fokus Nahversorgung)	20
Karte 6:	Marktgebiet von Siegsdorf	21
Karte 7:	Zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte Siegsdorf“	35

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bevölkerung in Siegsdorf	10
Tabelle 2:	Einzelhandelsausstattung in Siegsdorf nach Branchen	13
Tabelle 3:	Verteilung der Verkaufsfläche nach Lagen	14
Tabelle 4:	Einwohnerpotenzial im Marktgebiet von Siegsdorf	21
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen im Marktgebiet von Siegsdorf	22
Tabelle 6:	Touristisches Nachfragepotenzial	23
Tabelle 7:	Einwohnerentwicklung in Siegsdorf bis zum Jahr 2030	23
Tabelle 8:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen im Marktgebiet von Siegsdorf	24

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel zwischen 2011 und 2020 (netto)	5
Abbildung 2:	Konsumententrends des „hybriden Kunden“	5

Abbildung 3:	Onlinemarktanteile und Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030	6
Abbildung 4:	Frequenzverluste im Einzelhandel in Deutschland (Anfang Februar bis Mitte September 2020) im Vergleich zum Vorjahr	7
Abbildung 5:	Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels	7
Abbildung 6:	Untersuchungsbausteine und Zeitplanung	8
Abbildung 7:	Entwicklung der Tourismuszahlen in Siegsdorf zwischen 2010 und 2019	12
Abbildung 8:	Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Siegsdorf	13
Abbildung 9:	Betriebstypenstrukturen	14
Abbildung 10:	Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen und Branchen	15
Abbildung 11:	Verkaufsflächenanteile nach Sortimenten in der Ortsmitte Siegsdorf	16
Abbildung 12:	Branchenbezogene Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner	19
Abbildung 13:	Einzelhandelszentralität nach Branchen	20
Abbildung 14:	Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	25
Abbildung 15:	Aufbau und Leitziele des Einzelhandelskonzeptes von Siegsdorf	30
Abbildung 16:	Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche	33
Abbildung 17:	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	34

Übersichten

Übersicht 1:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für Siegsdorf	26
Übersicht 2:	Stärken-Schwächen-Profil Siegsdorf	29
Übersicht 3:	Differenzierung der Sortimente nach Zentrenrelevanz	31
Übersicht 4:	Siegsdorfer Sortimentsliste	32
Übersicht 5:	Einordnung zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte Siegsdorf“	34
Übersicht 6:	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Siegsdorf	37