



# Einzelhandelsentwicklungs- konzept Bad Tölz

– Analyse, Bewertung, Konzept

Stadtratssitzung  
am 07.10.2014

Dipl.-Ing. Jan Vorholt  
Stadtplaner | SRL

vital - urban - modern



**GMA**

Beratung und Umsetzung  
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München



# Übersicht

- 1 Aufgabenstellung / Untersuchungsablauf**
- 2 Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort Bad Tölz**
- 3 Die Sicht der Kunden / Besucher**
- 4 Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung – Standort- und Sortimentskonzept**

# Aufgabenstellung

Wie kann der Einzelhandelsstandort Bad Tölz insgesamt seine Position auch zukünftig behaupten bzw. weiter ausbauen?

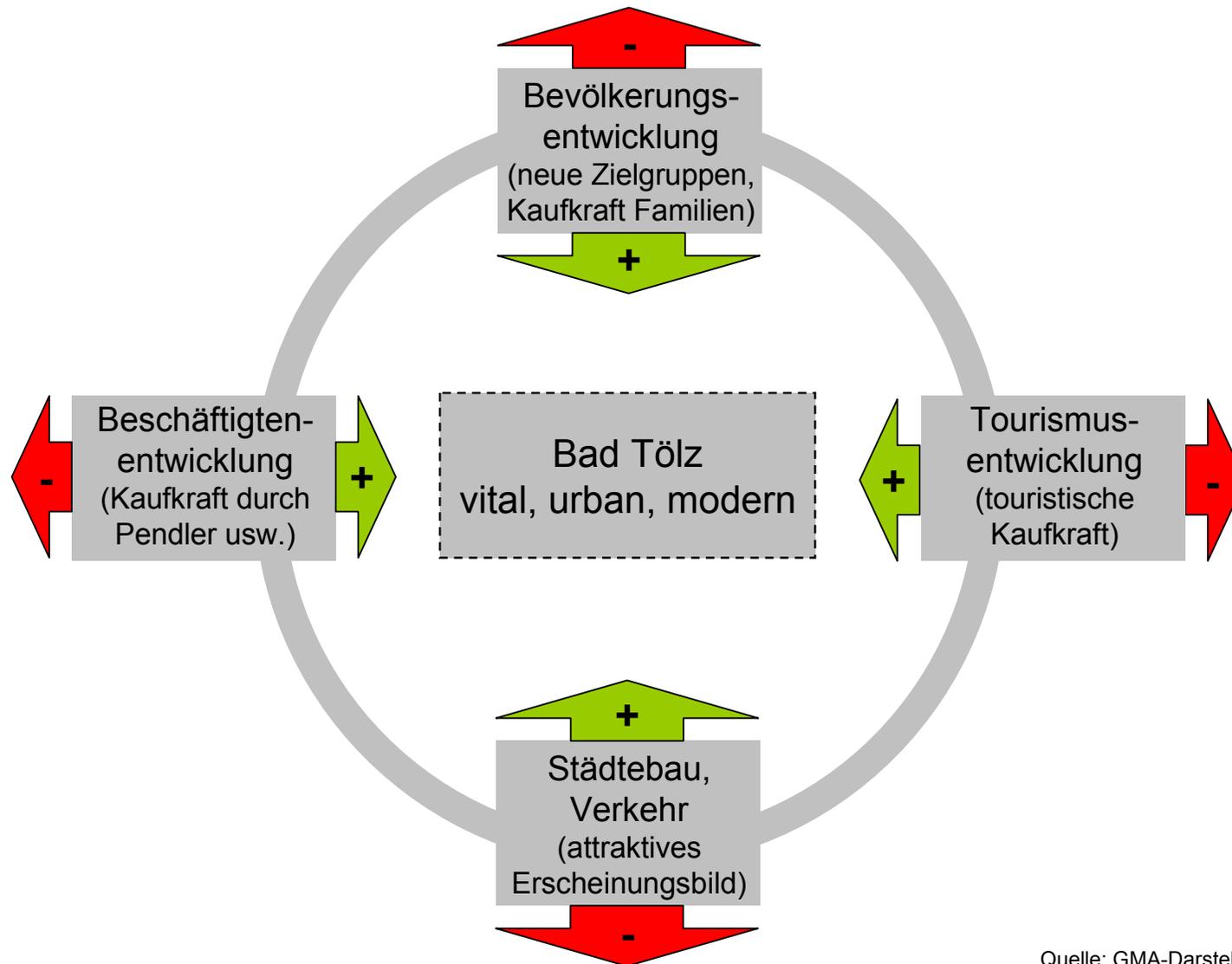
Wie kann die Tölzer Innenstadt mit ihren Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen weiterentwickelt werden?

Wie kann die Nahversorgung für die Bürger gesichert und wohnortnah weiterentwickelt werden?



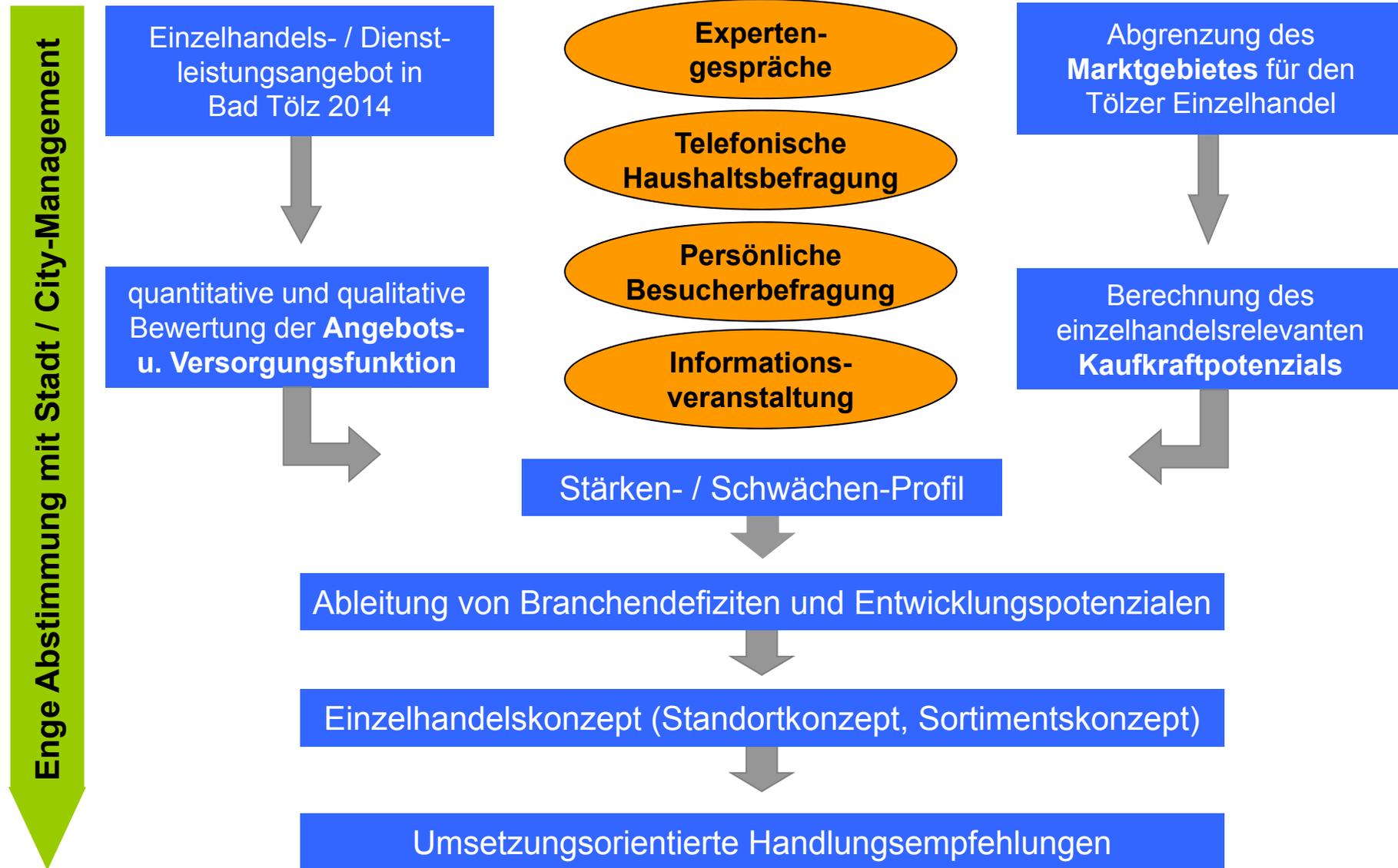
**Umsetzungsorientierter Handlungsrahmen für den Stadtrat, die Verwaltung und die Betriebe**

**Planungssicherheit für Einzelhändler und Investoren**

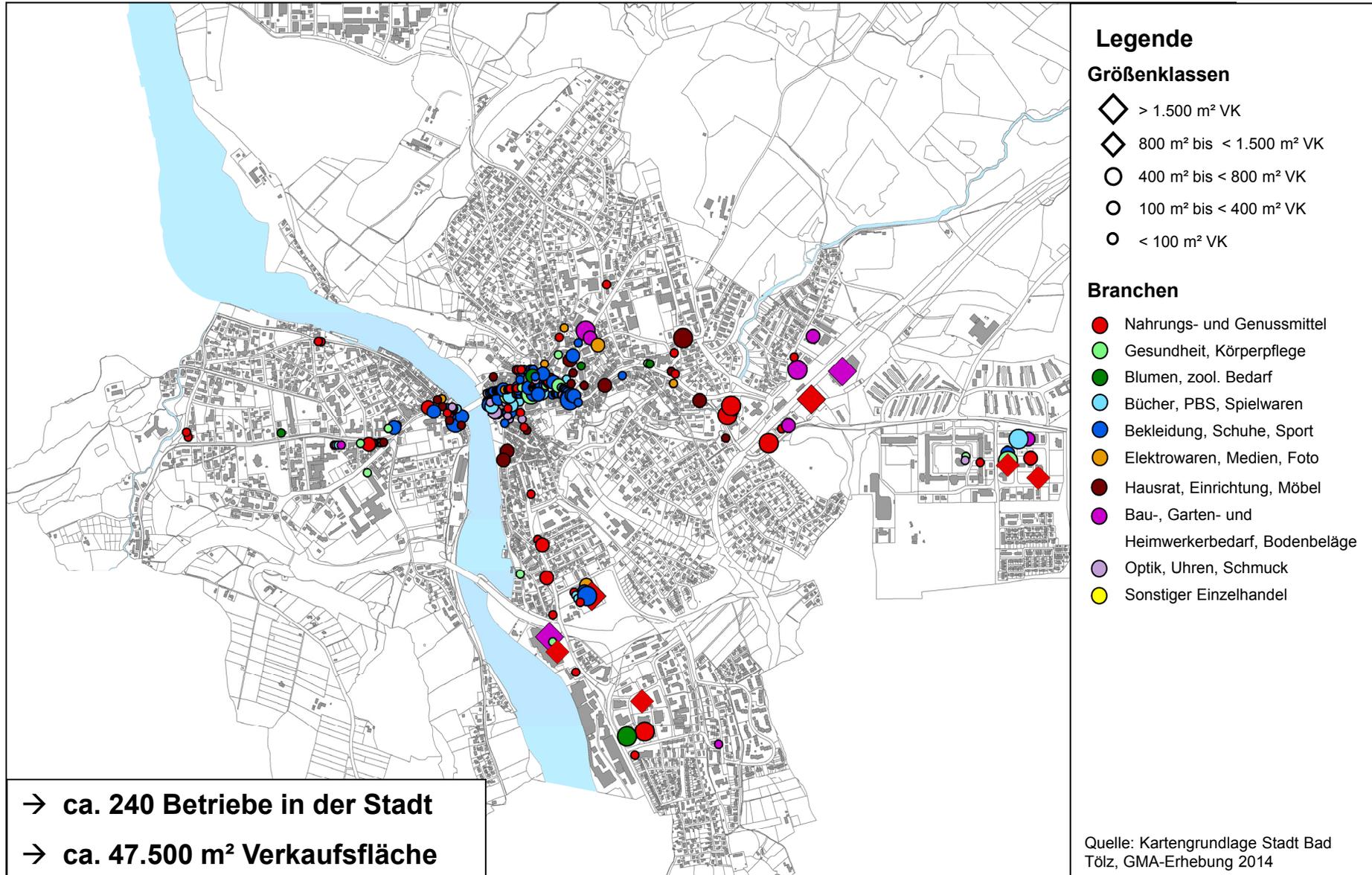


Quelle: GMA-Darstellung 2014.

# Projekttablauf



- 1 Aufgabenstellung / Untersuchungsablauf**
- 2 Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort Bad Tölz**
- 3 Die Sicht der Kunden / Besucher**
- 4 Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung – Standort- und Sortimentskonzept**



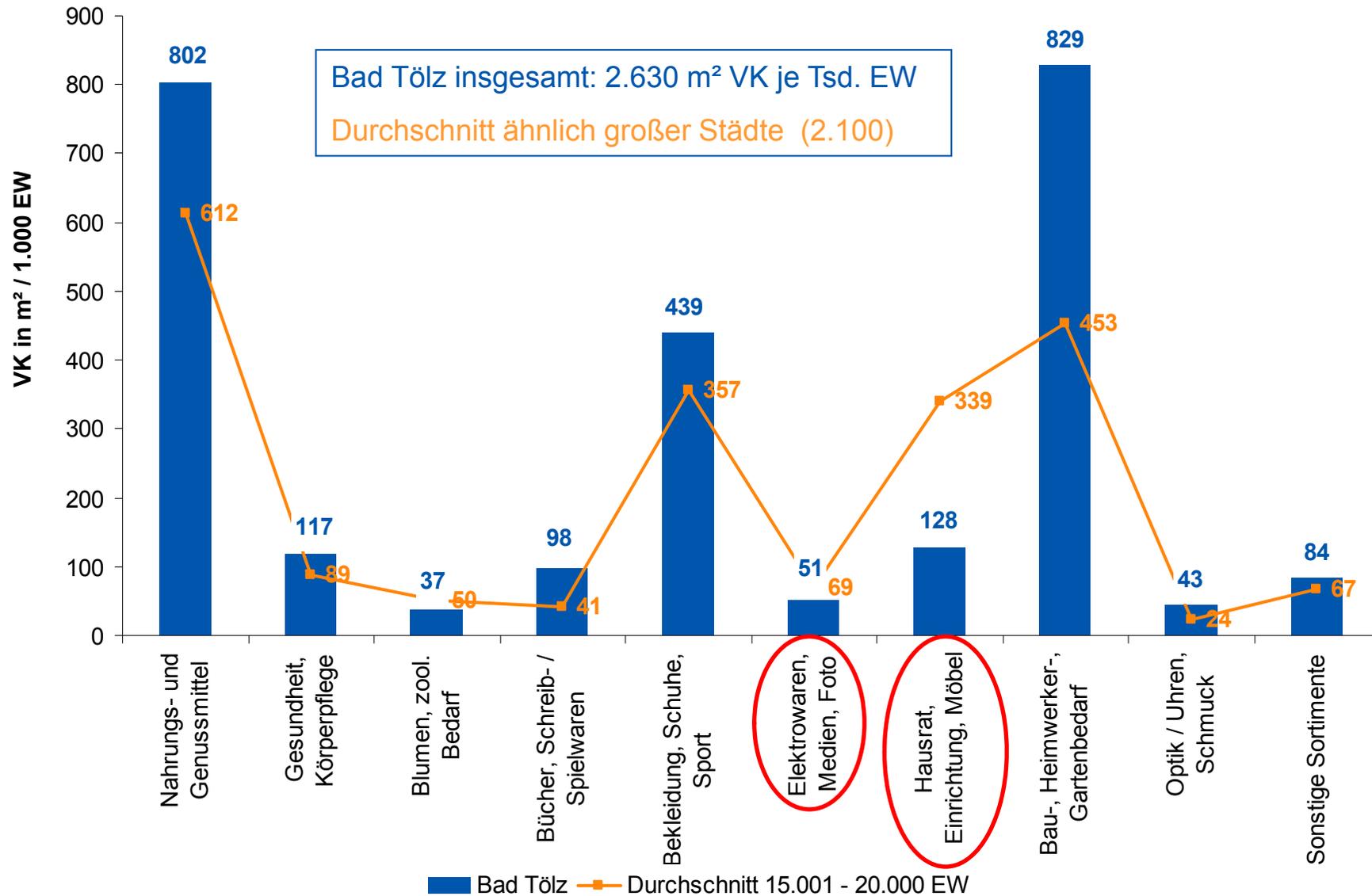


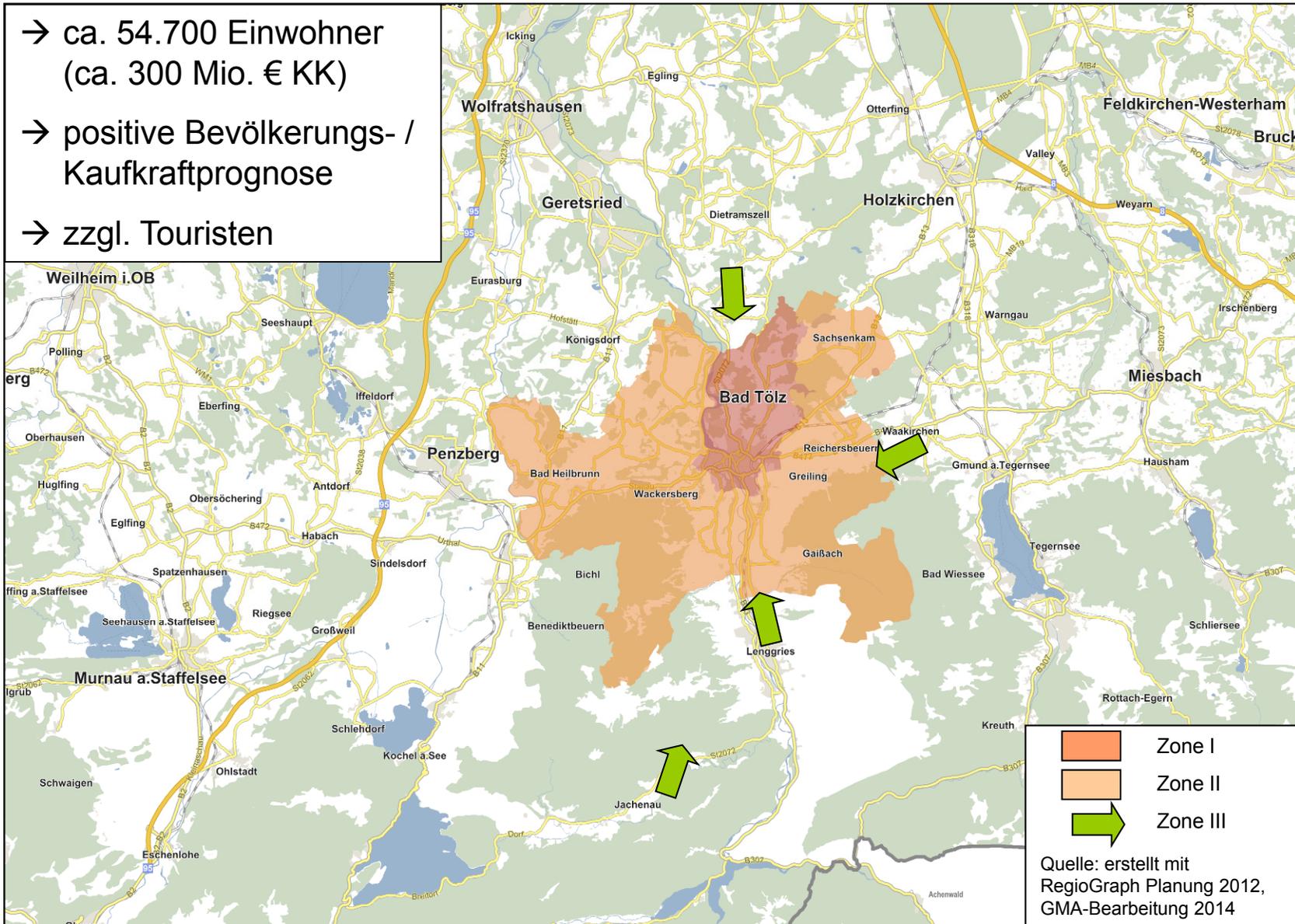
# Aktueller Einzelhandelsbestand

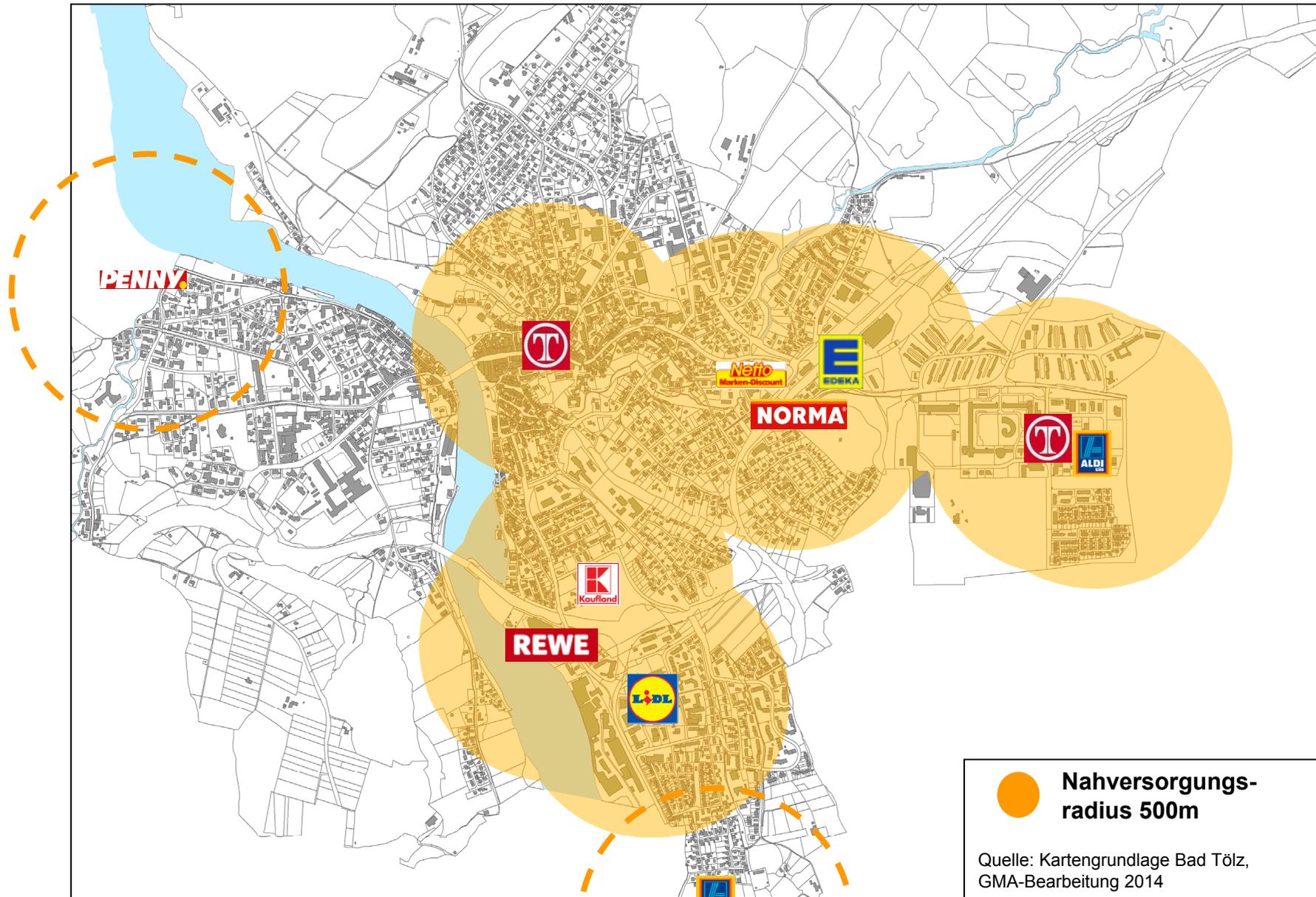
Sortiment	Betriebe	Verkaufsfläche*
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>62</b>	<b>13.790</b>
Gesundheit / Körperpflege	17	2.410
Blumen, zoologischer Bedarf	5	1.230
Bücher, Schreib- und Spielwaren	17	1.855
Bekleidung	51	5.995
Schuhe	8	810
Sport	4	1.170
Elektrowaren, Medien, Foto	10	1.495
Hausrat, Einrichtung, Möbel	25	2.605
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	10	13.760
Optik / Uhren, Schmuck	16	775
Sonstiger Einzelhandel	18	1.565
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>243</b>	<b>47.460</b>

\* Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt. Quelle: GMA-Erhebung 2014

# Einzelhandelsausstattung im Vergleich

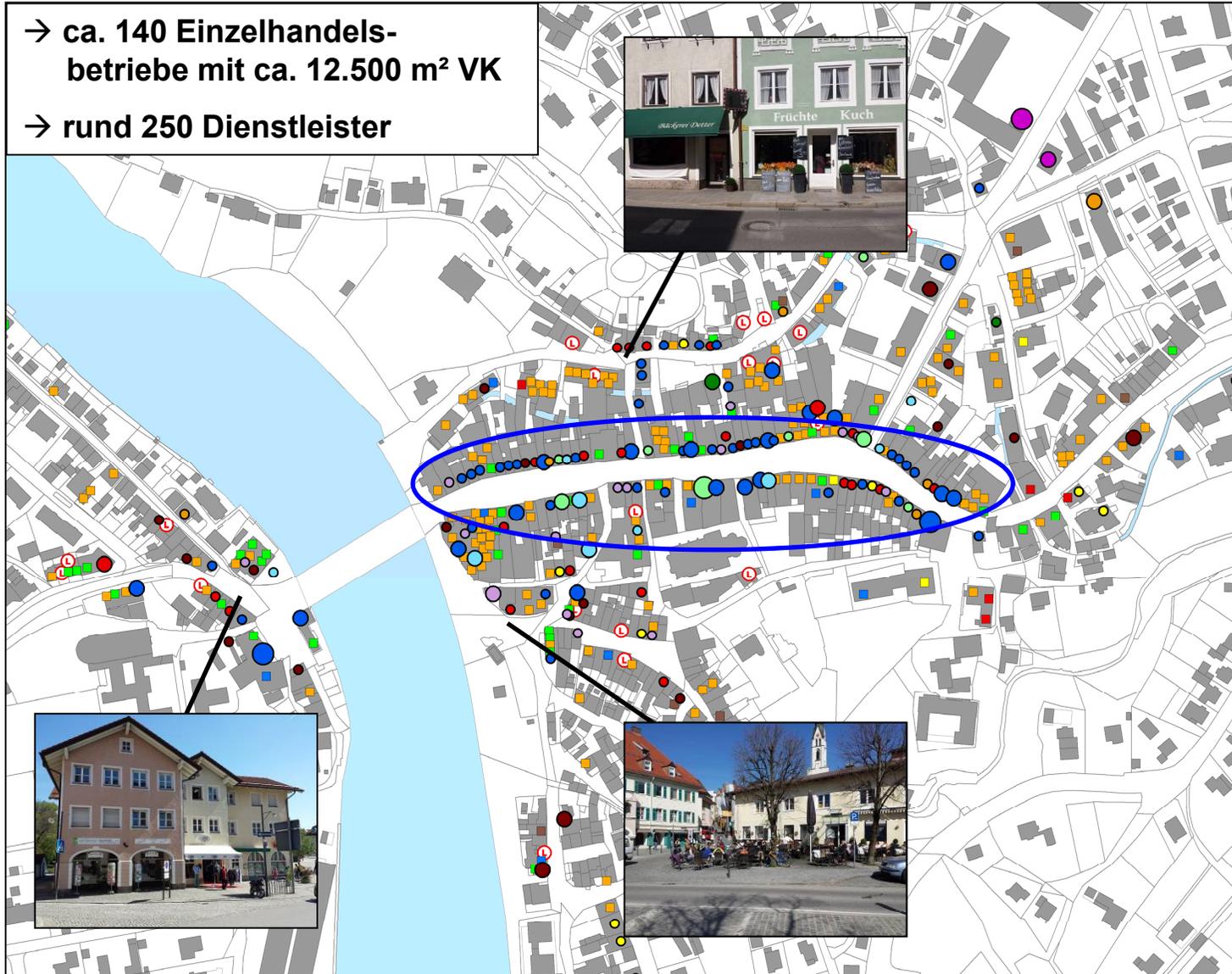






# Die Innenstadt als Handels- und Dienstleistungsstandort

→ ca. 140 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 12.500 m<sup>2</sup> VK  
 → rund 250 Dienstleister



## Größenklassen

- ◇ > 1.500 m<sup>2</sup> VK
- ◇ 800 m<sup>2</sup> bis < 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 400 m<sup>2</sup> bis < 800 m<sup>2</sup> VK
- 100 m<sup>2</sup> bis < 400 m<sup>2</sup> VK
- < 100 m<sup>2</sup> VK

## Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

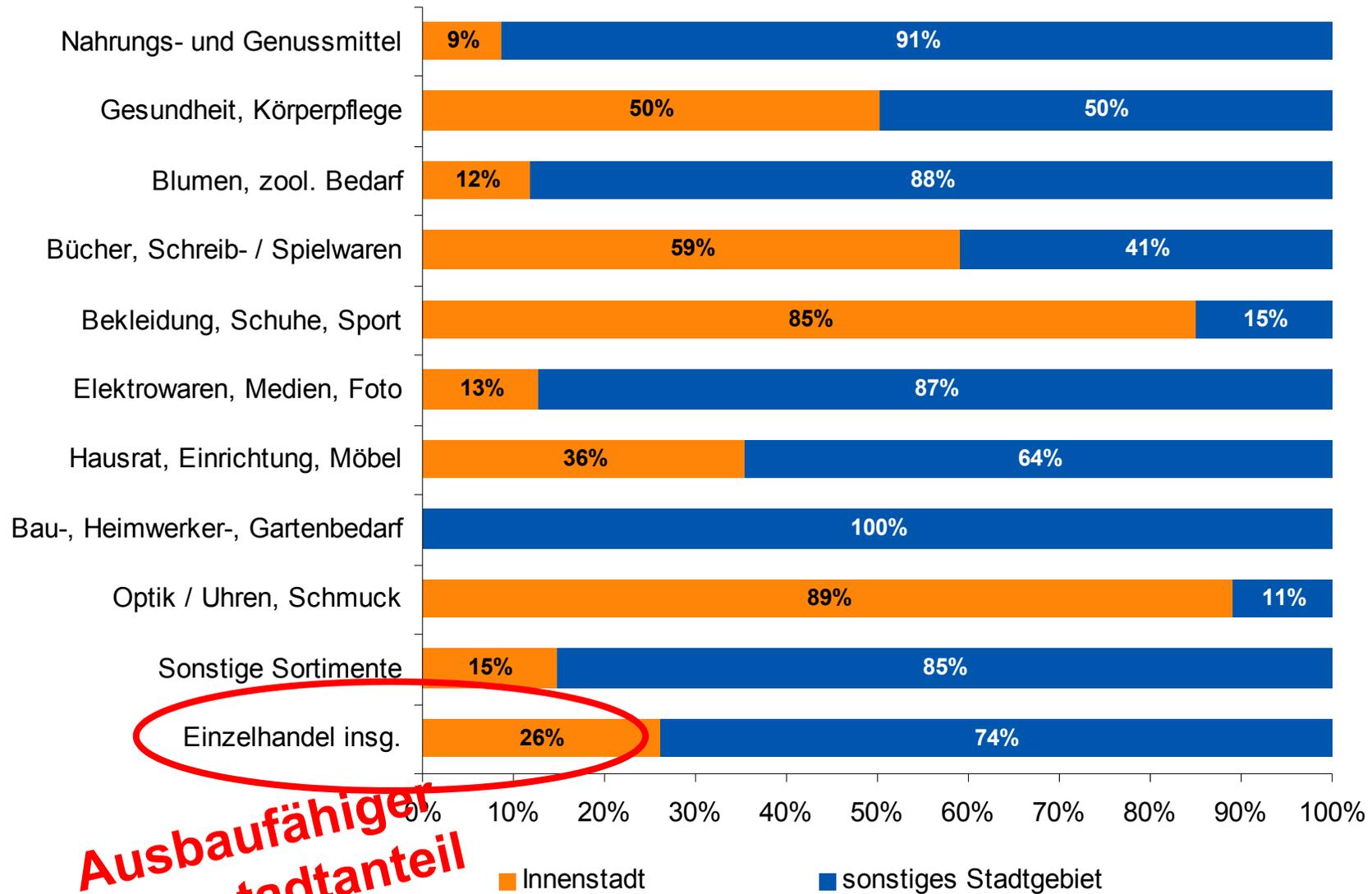
## Komplementärnutzungen

- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe

Ⓛ Leerstände

Quelle: Kartengrundlage Stadt Bad Tölz, GMA-Erhebung 2014

# Verkaufsflächenanteile nach Lagen



**Ausbaufähiger  
Innenstadtanteil**

Quelle: GMA-Erhebungen 2014

# Stärken-Schwächen-Profil



- Mittelzentrum
- regionales Marktgebiet (KK-Niveau)
- bundesweite Bekanntheit
- ökonomische Rahmenbedingungen
- elektronisches Parkleitsystem
- überdurchschnittlicher Einzelhandelsbesatz
- moderne Betriebsformen (u.a. Bio-Lebensmittel), breiter Branchenmix
- hohe städtebauliche Attraktivität
- hohe Aufenthaltsqualität
- hoher Fachgeschäftsanteil
- inhabergeführte Fachgeschäfte durch attraktive Filialisten ergänzt
- Facheinzelhandel mit hoher Kundenbindung
- Isar als Naherholung in der Innenstadt
- City-Management

- Flächenknappheit Innenstadt und Gesamtstadt
- eingeschränktes Angebot v.a. im Elektrobereich
- eingeschränkte Lebensmittelnahversorgung im Kurviertel
- z.T. städtebauliche Missstände und Leerstände in der Innenstadt
- Fehlen eines weiteren großen Modemagneten
- Wochenmarkt derzeit in einer Nebenlage der Innenstadt
- ausbaufähige regionale Vermarktung des Handelsstandortes
- ausbaufähige Vermarktung des Stallplatzpotenzial in der Region
- Gewerbeflächenknappheit

- 1 Aufgabenstellung / Untersuchungsablauf**
- 2 Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort Bad Tölz**
- 3 Die Sicht der Kunden / Besucher**
- 4 Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung – Standort- und Sortimentskonzept**

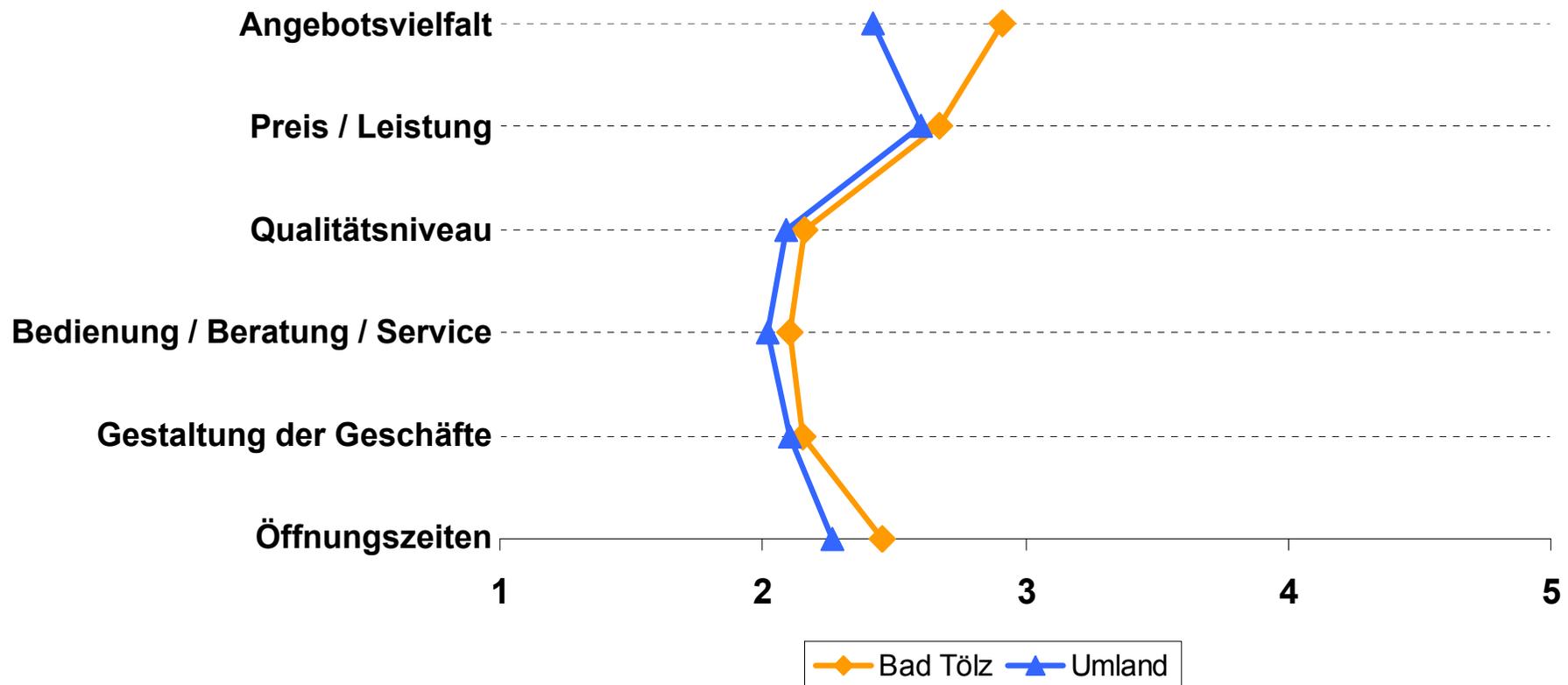


# Die Sicht der Kunden / Besucher

- Telefonische Haushaltsbefragung
- 500 Befragungen im März 2014
- Bad Tölz (250) und Bichl, Dietramszell, Gmund am Tegernsee, Königsdorf, Lenggries (250)
- u.a. nach Haushaltsgröße, Herkunft
- Persönliche Besucherbefragung
- 400 Befragungen im April / Mai 2014
- Befragung in der Tölzer Innenstadt
- u.a. nach Herkunft, Alter

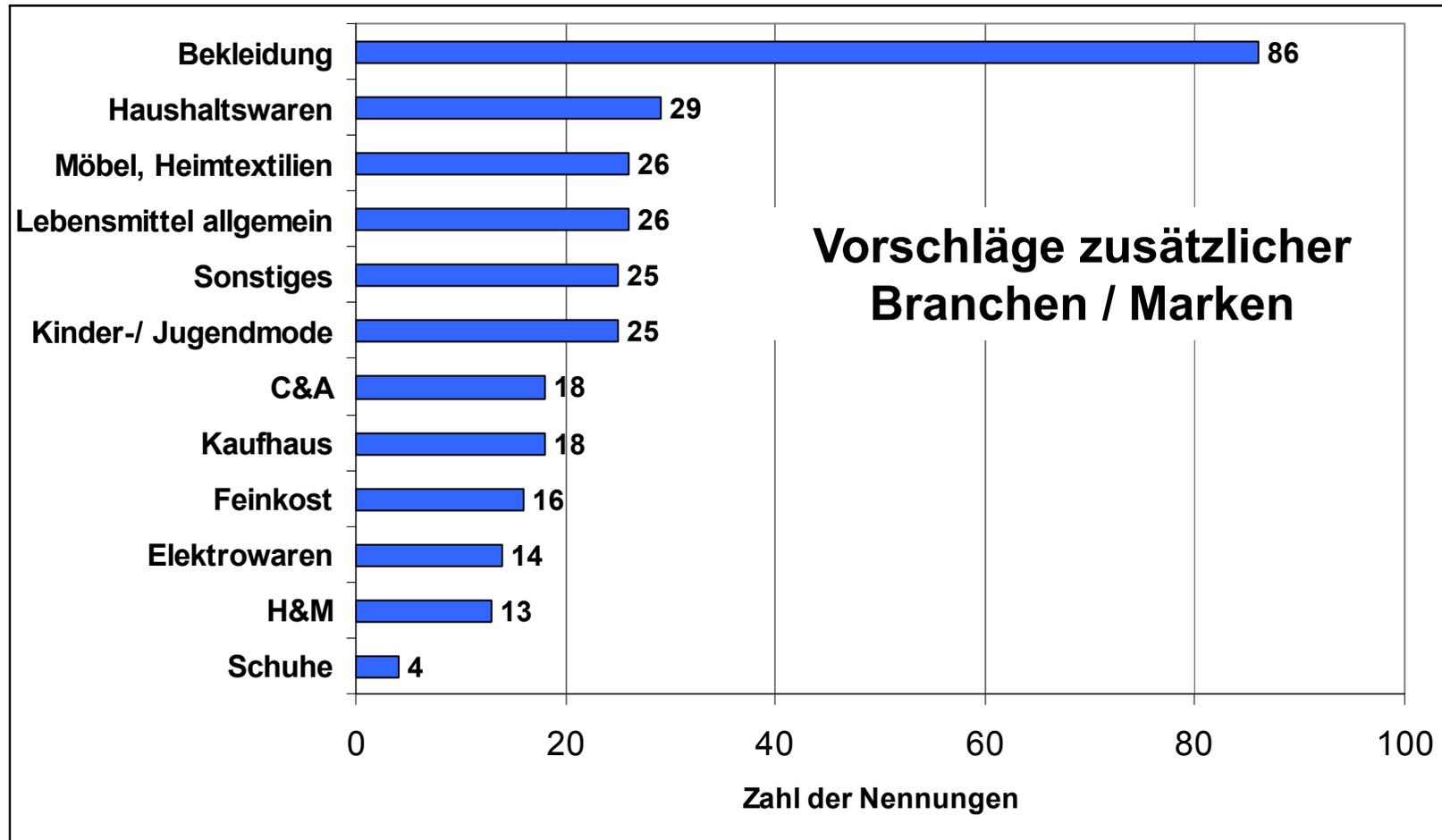
# Haushaltsbefragung – Ausgewählte Ergebnisse

## Bewertung des Innenstadteinzelhandels



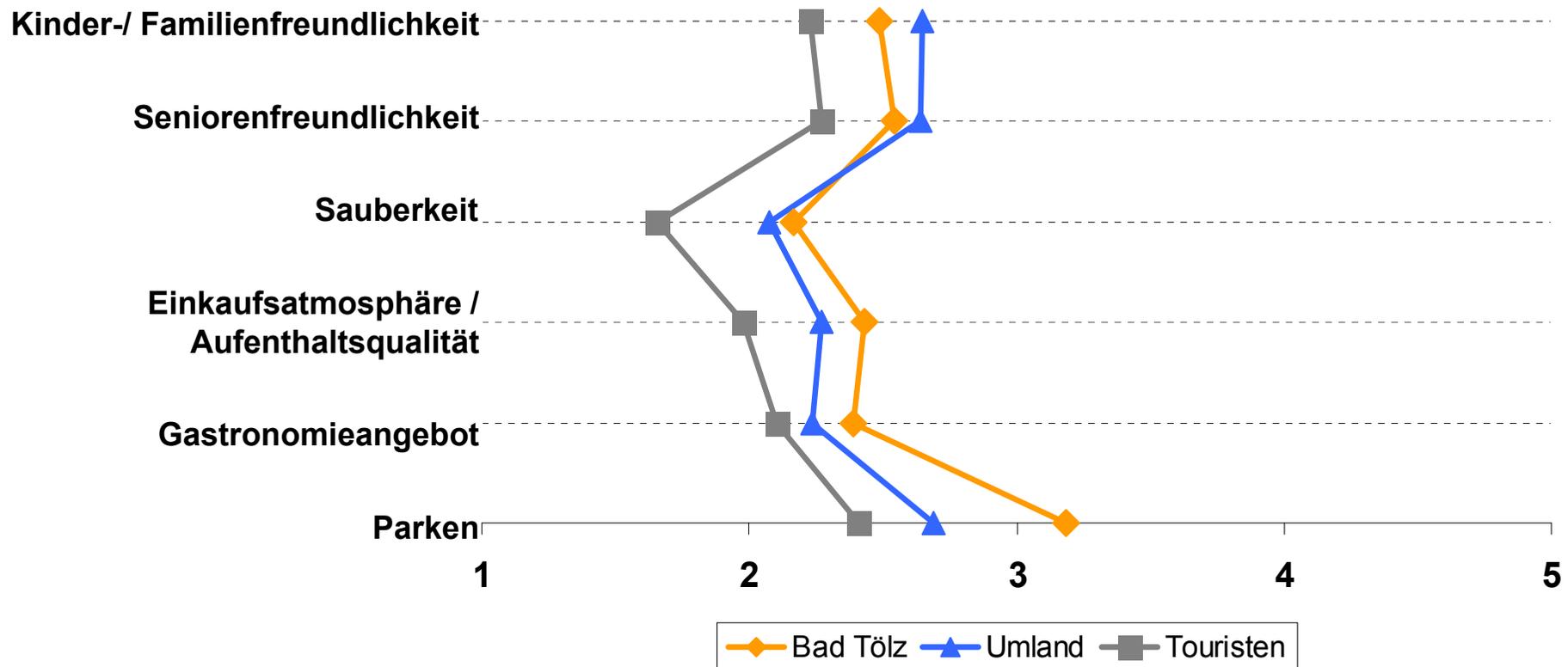
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung 2014, GMA-Darstellung 2014 (n=467;)

# Haushaltsbefragung – Ausgewählte Ergebnisse



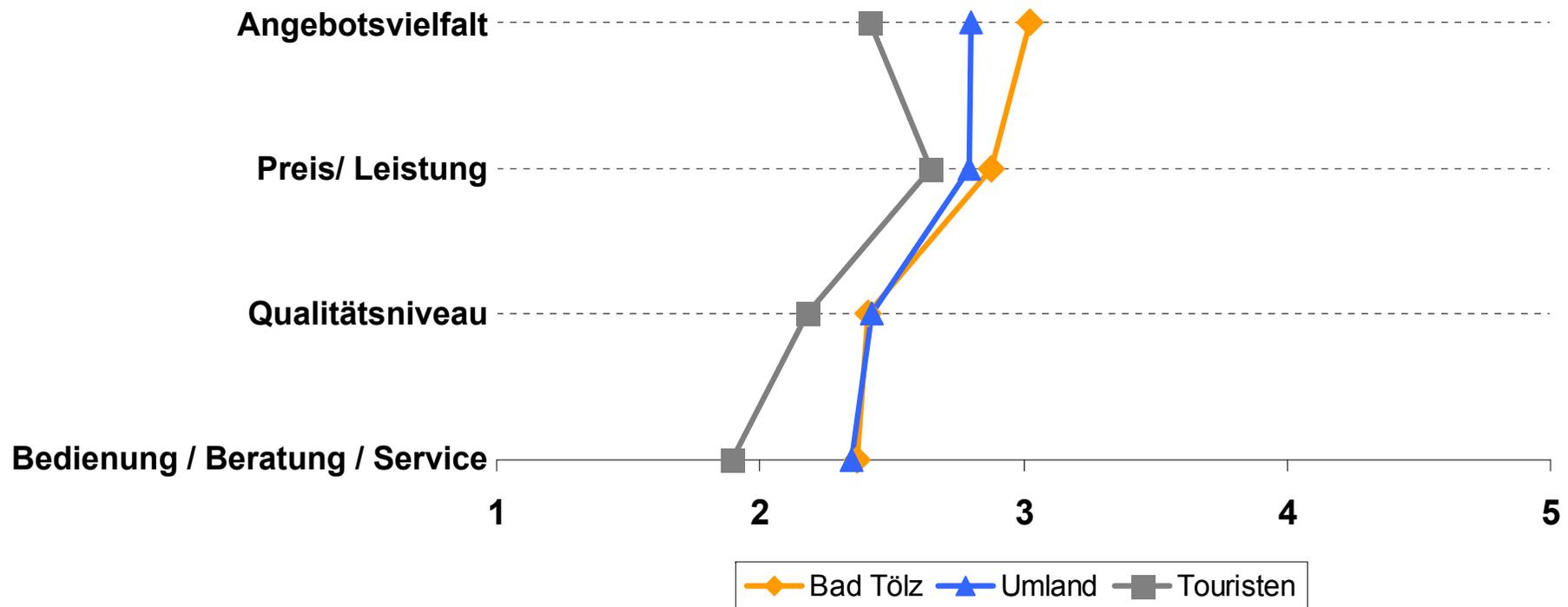
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung 2014, GMA-Darstellung 2014 (n=467; 218 Nennungen)

## Bewertung der Tölzer Innenstadt



Quelle: Besucherbefragung 2014, GMA-Darstellung 2014 (n=402)

## Bewertung des Innenstadteinzelhandels



Quelle: Besucherbefragung 2014, GMA-Darstellung 2014 (n=402)

# Branchenbezogene Entwicklungspotenziale (Auswahl)



- 1 Aufgabenstellung / Untersuchungsablauf**
- 2 Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort Bad Tölz**
- 3 Die Sicht der Kunden / Besucher**
- 4 Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung – Standort- und Sortimentskonzept**

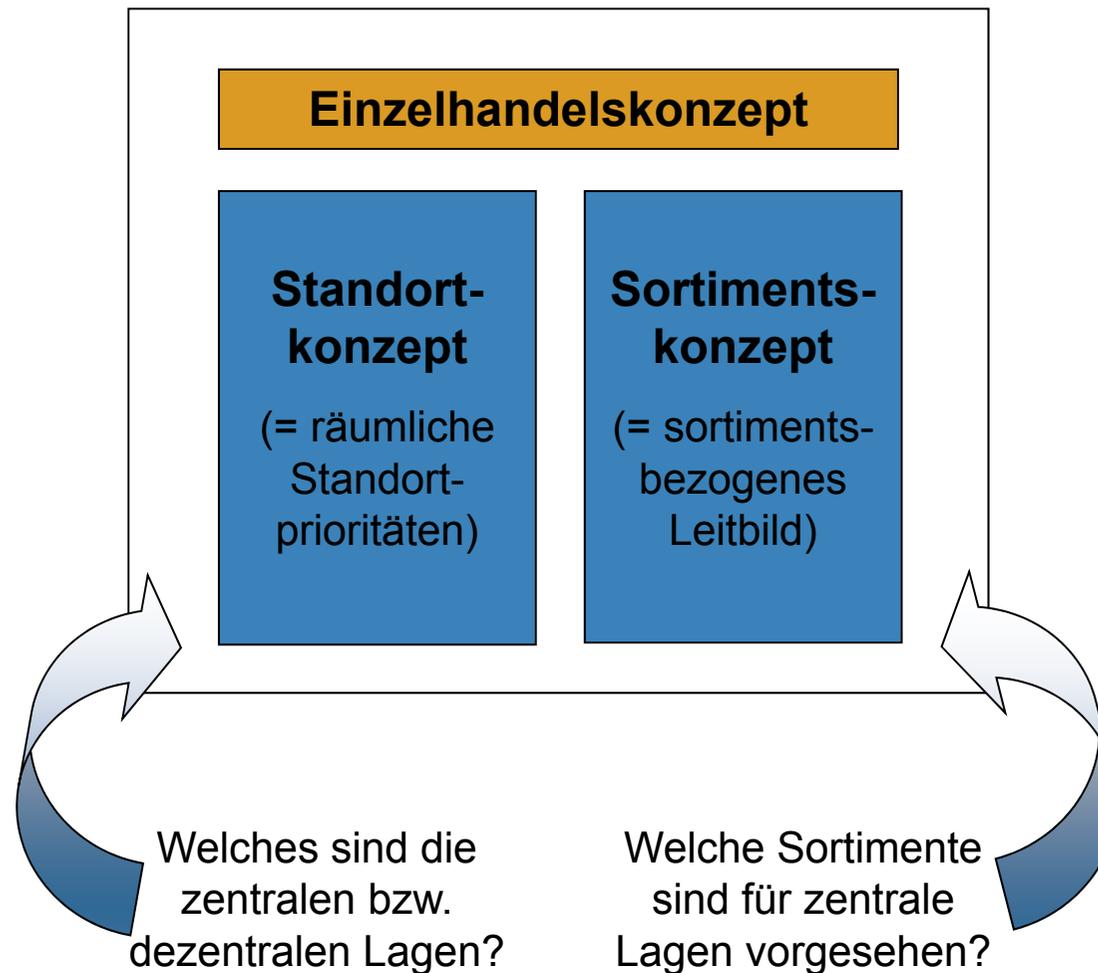
# Strategische Oberziele

- Stabilisierung und Stärkung **der mittelzentralen Versorgungsfunktion**  
*Ansatz → Erweiterung / Ansiedlung zusätzlicher Angebote*
  
- **Erhalt und Entwicklung der Innenstadt** als zentraler und integrierter Einkaufs-, Versorgungsstandort, Kommunikationsraum und Identifikationsort  
*Ansatz → Schaffung marktfähiger Flächen / Immobilien*
  
- Sicherung und Ausbau der fußläufigen **Nahversorgung** für die Wohnbevölkerung  
*Ansatz → Standortmodernisierungen der Lebensmittelmärkte*



# GMA-Empfehlung

## Standort- und Sortimentskonzept



## Innenstadtrelevant

- = Einzelhandelsbranchen, die wesentlich für die Nutzungsvielfalt und Attraktivität Innenstadt verantwortlich sind und maßgeblich zu einem innerstädtischen Einkaufserlebnis beitragen

## Nicht innenstadtrelevant

- = Einzelhandelsbranchen, die in integrierten Einkaufslagen aufgrund ihrer Standorterfordernisse (z. B. Flächengröße, An- und Abtransport der Waren, Höhe der Miete) nicht angesiedelt werden können und die Attraktivität der zentralen Einkaufslagen kaum fördern

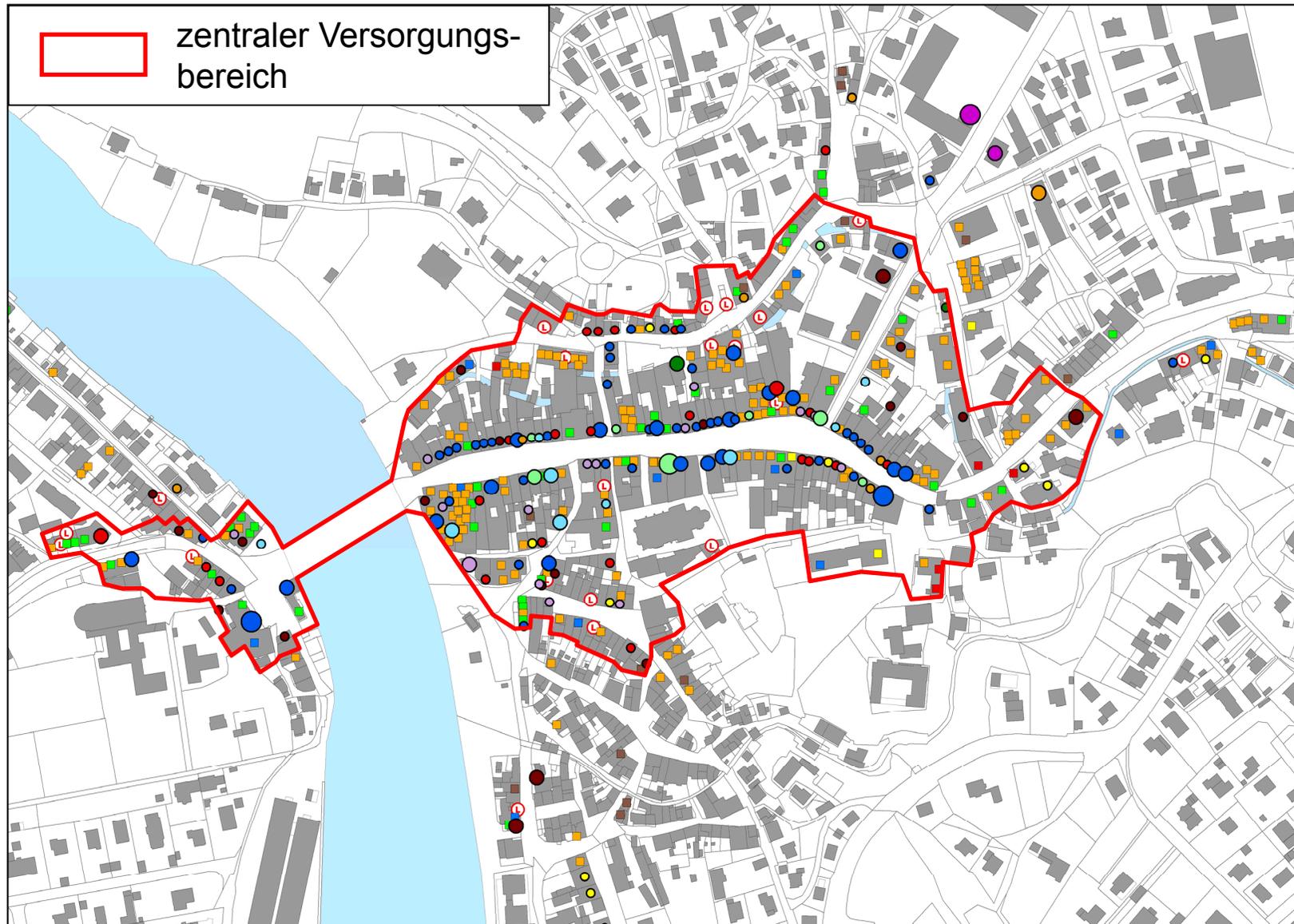
Sortimente	Standortempfehlung
<p><b><u>Sortimente des Innenstadtbedarfs:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Antiquitäten, Kunstgegenstände</li> <li>• orthopädische Produkte</li> <li>• Baby- und Kinderartikel</li> <li>• Bekleidung</li> <li>• Blumen</li> <li>• Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse</li> <li>• Bücher</li> <li>• Drogeriewaren, Parfümeriewaren, Wasch- und Putzmittel</li> <li>• Computer und Zubehör, Foto, Film, Telekommunikationsgeräte</li> <li>• Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren</li> <li>• Haus- und Heimtextilien, Bettwaren</li> <li>• Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf</li> <li>• Schuhe, Lederwaren</li> <li>• Spielwaren</li> <li>• Sportartikel</li> <li>• Uhren und Schmuck</li> </ul>	<p><b>Innenstadt</b></p>
<p><b><u>Sortimente des Nahversorgungsbedarfs:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nahrungs- und Genussmittel, Getränke</li> <li>• Arzneimittel</li> <li>• Zeitungen, Zeitschriften</li> </ul>	<p><b>Innenstadt, Ergänzungsbereich Kurviertel, städtebaulich integrierte Standorte mit Nahversorgungsfunktion</b></p>

Quelle: GMA-Empfehlungen vor dem Hintergrund der Erhebungen und Standortanalyse Bad Tölz 2014; Berücksichtigung Landesentwicklungsprogramm Bayern 01.09.2013

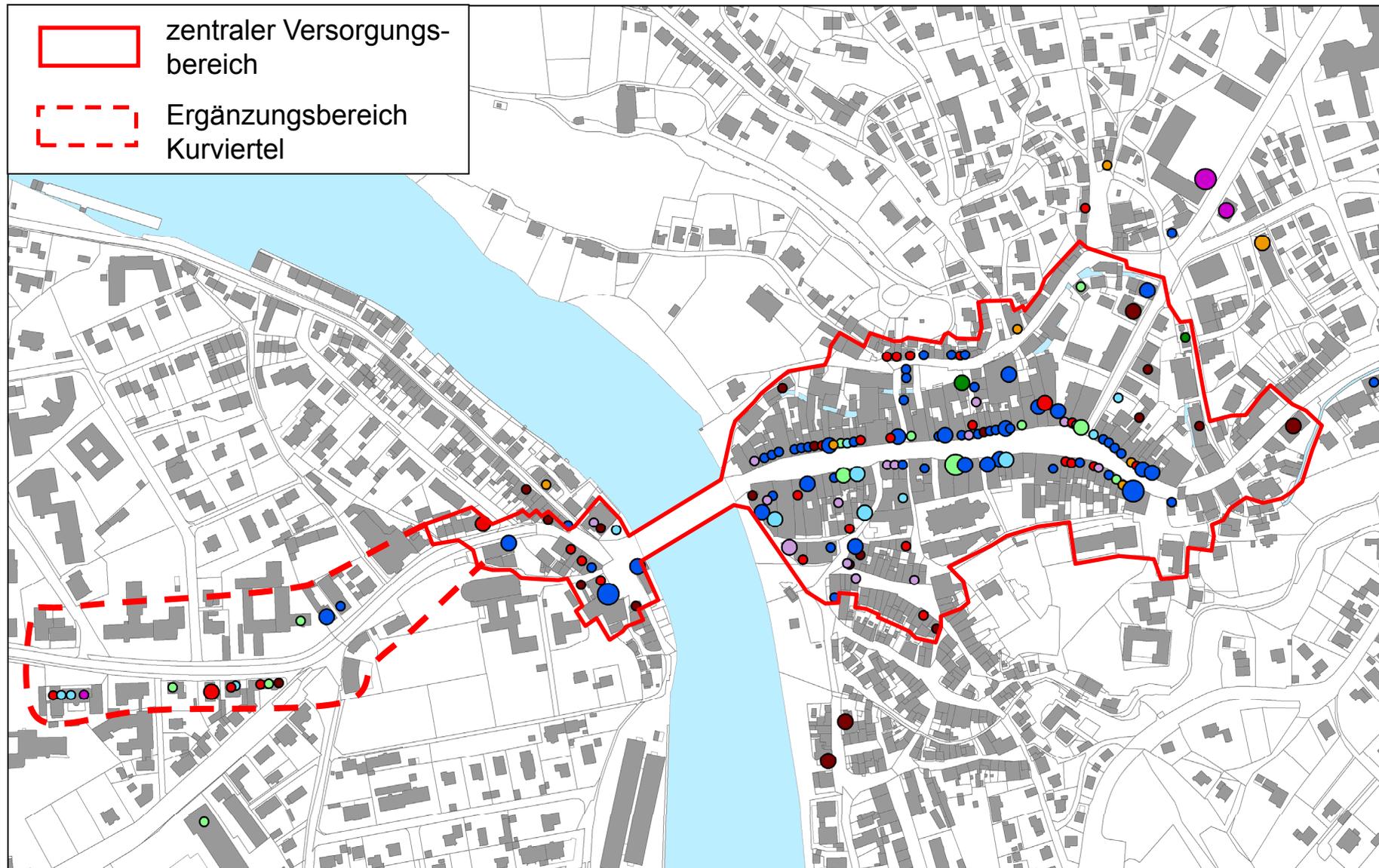
Sortimente	Standortempfehlung
<p><b><u>Sortimente des sonstigen Bedarfs:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoteile und Autozubehör</li> <li>• Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse</li> <li>• Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren</li> <li>• Boote und Zubehör</li> <li>• Campingartikel</li> <li>• Fahrräder und Zubehör</li> <li>• Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge</li> <li>• Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen</li> <li>• Leuchten und Zubehör</li> <li>• Möbel, Küchen</li> <li>• Zooartikel, Tiere</li> <li>• Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Haushaltselektronik („weiße Ware“)</li> </ul>	<p><b>gesamtes Stadtgebiet,</b></p> <p><b>bevorzugt bestehende Einzelhandelsstandorte</b></p>

Quelle: GMA-Empfehlungen vor dem Hintergrund der Erhebungen und Standortanalyse Bad Tölz 2014; Berücksichtigung Landesentwicklungsprogramm Bayern 01.09.2013

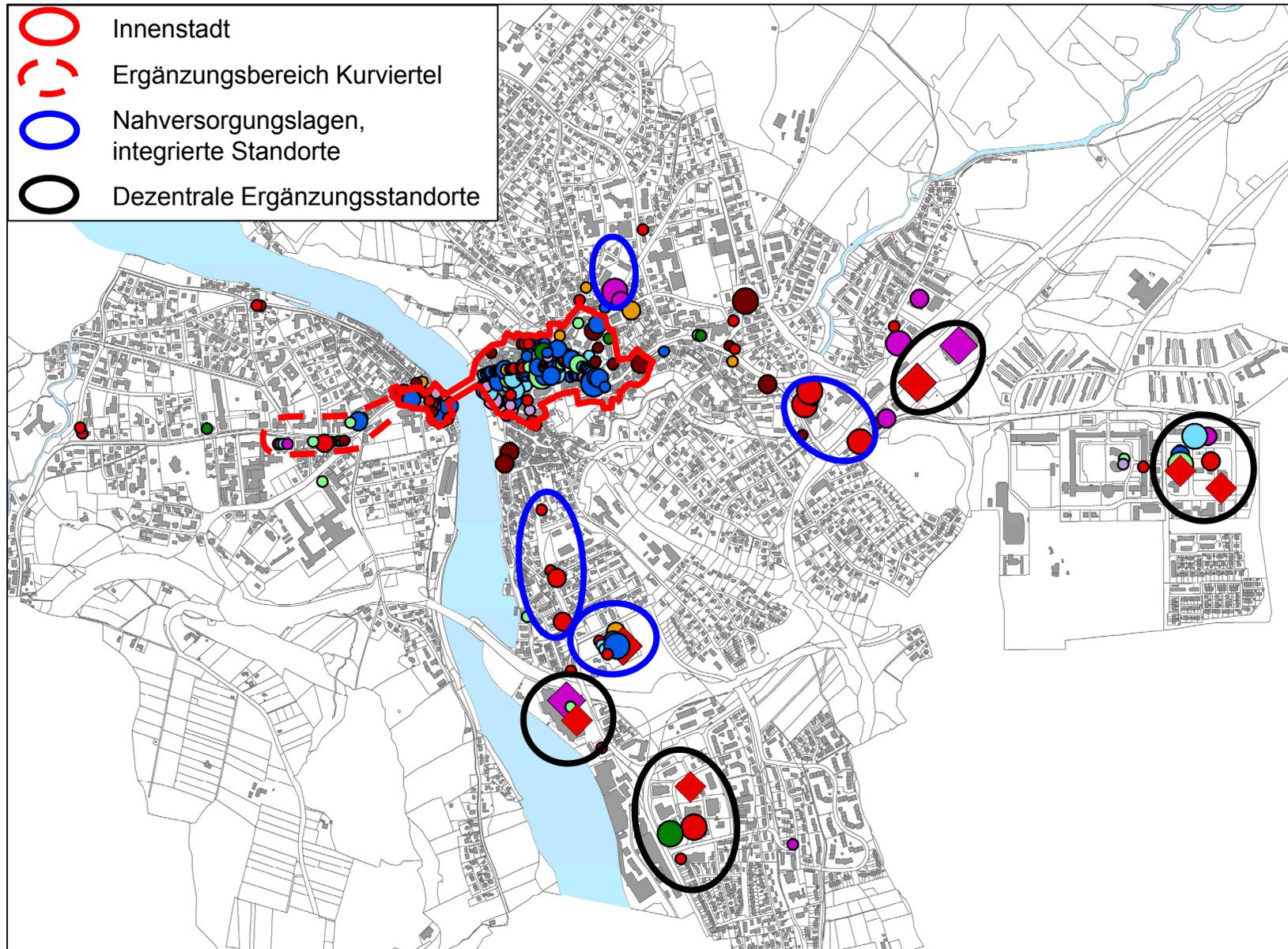
# Zentraler Versorgungsbereich = Investitionsvorranggebiet



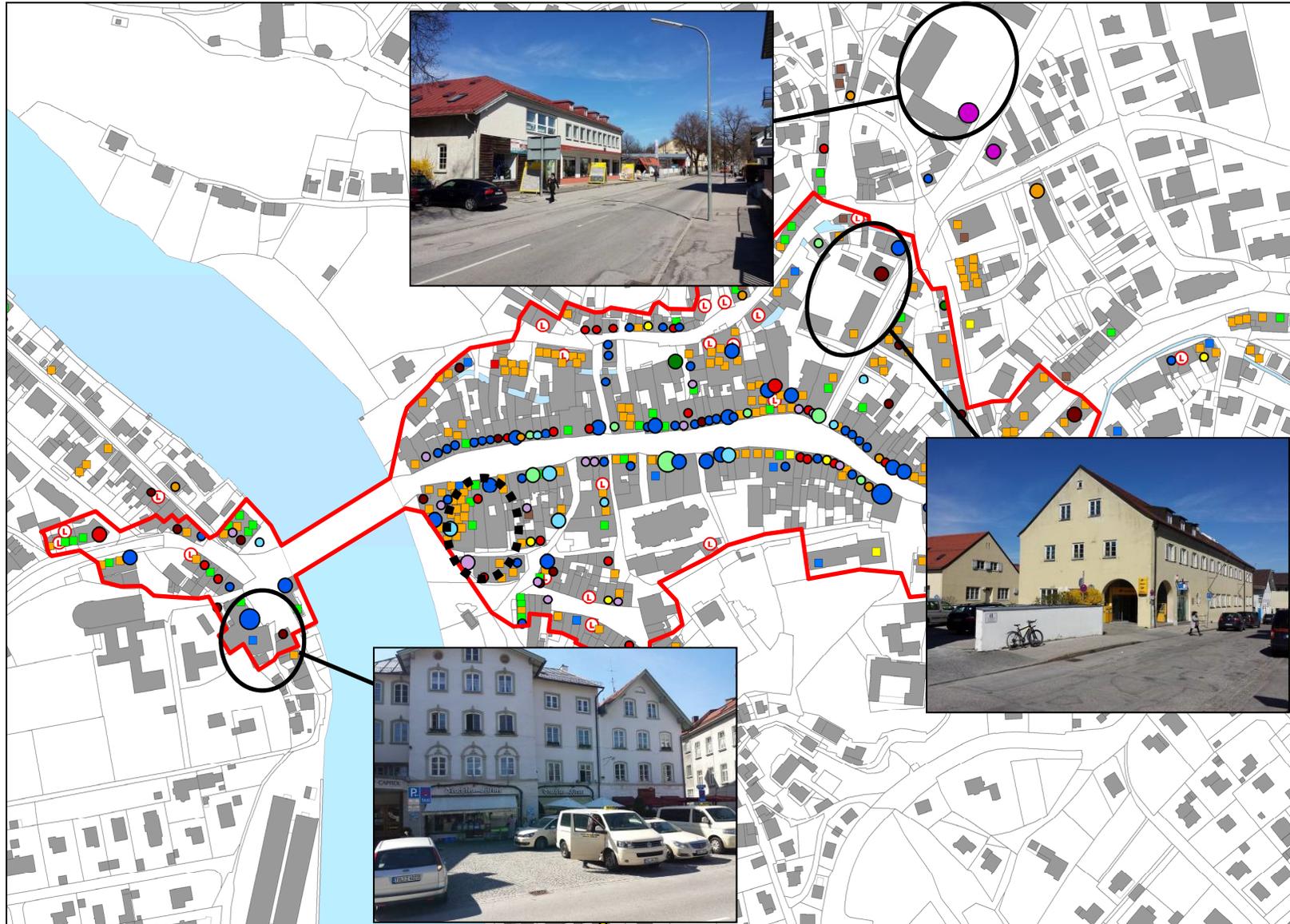
# Zentraler Versorgungsbereich und Ergänzungsbereich Kurviertel

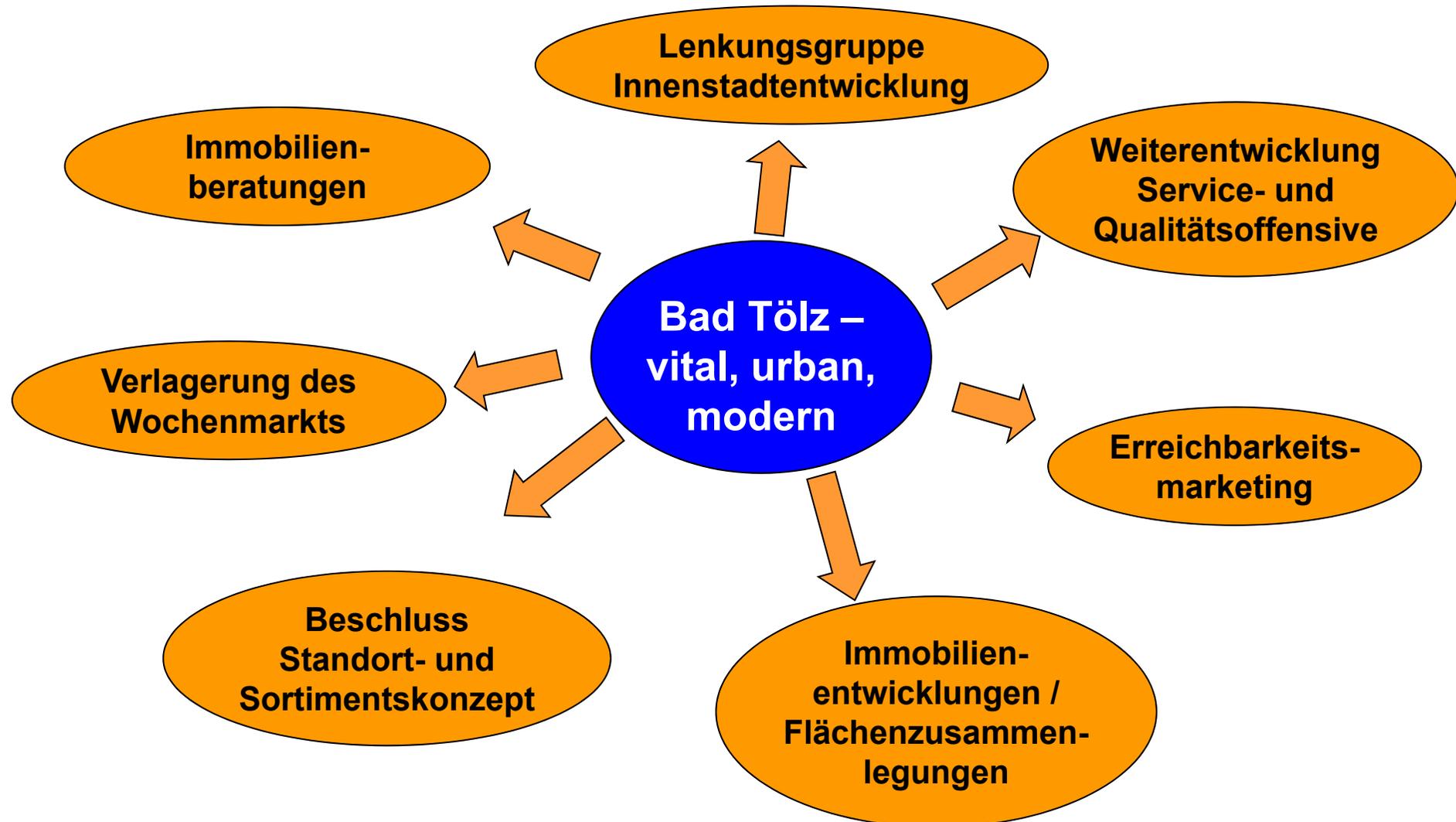


# Standortkonzept



Ansiedlung mit Sortimenten des ...	Innenstadt	Ergänzungsbereich Kurviertel	Nahversorgungslagen, integrierte Standorte	Dezentrale Ergänzungsstandorte
Nahversorgungsbedarfs	✓	✓	○	✗
Innenstadtbedarfs	✓	✓ Bis ca. 150 m <sup>2</sup> VK	✗	✗
sonstigen Bedarfs	✓	✓	✓	✓
Schutzfunktion als zentraler Versorgungsbereich gem. BauGB	ja	nein	nein	nein
<p>  Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht zu empfehlen   Einzelfallprüfung erforderlich   Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht nicht zu empfehlen            GMA-Empfehlungen 2014.         </p>				







**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, **München**  
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl  
Leopoldstraße 252 – 80807 München,  
eMail: [office.muenchen@gma.biz](mailto:office.muenchen@gma.biz), <http://www.gma.biz>