



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Senden

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Ing. Gabriele Ostertag
BEARBEITUNG: M.A. Michael Schmitt

München, den 14.04.2023

Gefördert durch:



EUROPÄISCHER FONDS
FÜR REGIONALE ENTWICKLUNG
als Teil der Reaktion der Union auf die
COVID-19-Pandemie finanziert

REACT-EU

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

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 das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Quelle Titelbild: Landkreis Neu-Ulm, Fachbereich 41 Tourismusförderung (https://pages.et4.de/de/neu-ulm/wlan/detail/POI/p_100046041/stadt-senden).

Gefördert durch:



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

Büro München
Westenriederstraße 19
80331 München

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel. +49 (0) 89 210 1992-24 / Fax +49 (0) 89 210 1992-10
office.muenchen@gma.biz / www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung / Ausgangslage	6
2. Neue Herausforderungen für die Einzelhandelsentwicklung in Senden	7
2.1 Herausforderung 1: Einzelhandelskonzept als ganzzeitliches strategisches Entwicklungsinstrument	8
2.2 Herausforderung 2: Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels	8
2.3 Herausforderung 3: Veränderte Konsumgewohnheiten	9
2.4 Herausforderung 4: Flächennachfrage im Zeichen von Onlinehandel, Corona und Inflation	12
2.5 Herausforderung 5: Planungsrechtliche Instrumente	13
2.5.1 Bayerische Landesplanung und Regionalplanung	13
2.5.2 Bauleitplanung	15
3. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten	17
4. Methodik und Untersuchungsablauf	18
5. Arbeitsweise, Akteur:innen und Beteiligungskonzept	20
6. Herausforderungen für Senden	23
II. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten der Stadt Senden	24
1. Räumliche Einordnung	24
2. Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	24
3. Wirtschaftliche Entwicklung	26
4. Touristische Bedeutung	27
III. Angebots- und Nachfragesituation	28
1. Angebotssituation in Senden	28
1.1 Einzelhandelsbestand insgesamt	28
1.2 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen	32
1.2.1 Innenstadt Senden	35
1.2.2 Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte: Lebensmitteleinzelhandel als Eckpfeiler der Nahversorgung	38
1.2.3 Gewerblich geprägte Standortbereiche	42

1.3	Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes	43
1.3.1	Verkausflächenausstattung	43
1.3.2	Zentralitätskennziffer	44
1.4	Regionale Angebotsituation	47
2.	Nachfrageanalyse	47
2.1	Marktgebiet von Senden	47
2.2	Kaufkraftpotenziale im Marktgebiet von Senden	50
2.3	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose im Marktgebiet bis 2030	51
IV.	Ergebnisse der Beteiligungsmodule	53
1.	Ergebnisse der Expert:innengespräche	53
2.	Ergebnisse aus der Onlinebefragung der Sendener Bürger:innen	54
3.	Ergebnisse aus der Passant:innenbefragung am Sendener Marktplatz	56
4.	Zusammenfassung	57
V.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Senden	59
1.	Übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	59
2.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	60
3.	Standortbezogene Entwicklungsstrategien	65
3.1	Innenstadt Senden	65
3.2	Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte	66
3.3	Gewerblich geprägte Standortbereiche im Stadtgebiet	69
4.	Stärken-Schwächen-Chancen-Risiko-Profil des Einzelhandelsstandortes Senden	70
VI.	Einzelhandelskonzept der Stadt Senden 2023	71
1.	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	71
2.	Sortimentskonzept	72
2.1	Begriffsdefinitionen	72
2.2	Kriterien zur Bestimmung der Sortimente des Innenstadt-, des Nahversorgungs- und des sonstigen Bedarfs	73
2.3	Sendener Sortimentsliste (2023)	75
3.	Standortkonzept	80
3.1	Definition „zentraler Versorgungsbereich“	80
3.2	Kriterien zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches	82

3.3 Standortkonzept Senden (2023)	82
3.3.1 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“	84
3.3.2 Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte	89
3.3.3 Städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels	90
4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Senden	90
4.1 Steuerungsempfehlungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“	91
4.2 Steuerungsempfehlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“	91
4.2.1 Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte	91
4.2.2 Städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels	92
4.3 Steuerungsempfehlungen zu Randsortimenten des Innenstadtbedarfs	93
5. Lupenbetrachtung Potenzialflächen	94
5.1 Standort 1: Bahnhofsgelände	94
5.2 Standort 2: Gelände REWE-Markt Borsigstraße 1	95
5.3 Standort 3: Wohn- und Geschäftshaus Bahnhofstraße 2	96
5.4 Standort 4: Bibliothek am Marktplatz	97
5.5 Standort 5: Parkplatz am Blumenweg	98
5.6 Standort 6: Ortstraße 40 + 46	99
5.7 Standort 7: Hauptstraße 41 / Kemptener Straße 4	100
5.8 Standort 8: Kemptener Straße 16-18	101
5.9 Standort 9: Kemptener Straße 24 + 30	102
5.10 Standort 10: Hauptstraße 47	103
5.11 Standort 11: Alte Spinnerei in Ay	104
6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Senden (2023)	105

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung / Ausgangslage

Die GMA hat zuletzt im Jahr 2003 / 2004 ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Senden erstellt. Darin wurden die formalen Aspekte (Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste für Bebauungspläne, Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten) erarbeitet. Die jüngste Fortschreibung datiert aus dem Jahr 2016¹.

Seitdem haben sich die Rahmenbedingungen verändert. Die aktuelle Corona-Krise hat den ohnehin bestehenden Strukturwandel nochmals beschleunigt. Im Sinne einer Optimierung der verbrauchernahen Versorgung sind Einzelhandelskonzepte traditionell ein zentrales steuerndes Instrument zur ressourcenschonenden und resilienten Standort- und Raumentwicklung („Stadt und Region der kurzen Wege“). Sie zielen auf eine städtebaulich nachhaltige Entwicklung v. a. der Innenstadt und Nahversorgungslagen ab. Das strategisch angelegte Einzelhandelskonzept bildet den Rahmen für eine ökologisch und ökonomisch nachhaltige Raum- und Wirtschaftsentwicklung und liefert damit einen zentralen Baustein für die mit dem REACT-EU-Programm intendierten Förderzielen (Krisenbewältigung im Zusammenhand mit der COVID-19-Pandemie, Übergang zu einer nachhaltigen, digitalen und insgesamt zukunftsfähigen Wirtschaft inkl. EU-Klimaschutzziele).

Im Sinne einer Evaluierung ist jedoch festzuhalten, dass sich die Rahmenbedingungen der Stadt Senden auch im Vergleich zu anderen Städten dieser Größenordnung vergleichsweise positiv darstellen. Nach wie vor gelten folgende strukturprägende Ausgangsbedingungen:

- / Mit mittlerweile knapp 23.000 Einwohnern bestimmt das Bevölkerungswachstum insbesondere über Zuzug die Rahmenbedingungen für das Mittelzentrum Senden (gemeinsam mit Vöhringen).
- / Nach wie vor sind die einzelhandelsbezogenen Strukturen durch kleinteilige Einzelhandelsangebote in der Innenstadt sowie insbesondere durch den regional bedeutsamen Möbelstandort zzgl. Peripherie im Bereich Senden-Nord und dem Gewerbegebiet im Stadtteil Ay geprägt.
- / Nach wie vor wird die Einzelhandelsentwicklung durch ein beachtliches Einzugsgebiet mit annähernd 200.000 Einwohnern:innen geprägt. Im Gegenzug werden die Entwicklungen jedoch durch starke und dominierende Handelsstandorte (insbesondere Neu-Ulm / Ulm) begrenzt.
- / Aktuell vollziehen sich hohe Nachverdichtungstätigkeiten (Wohnen) im zentralen Versorgungsbereich mit Chancen auch für einzelhandels- und konsumorientierte Angebote in der Innenstadt.

Insgesamt wird deutlich, dass das Thema Einzelhandels- und Innenstadtentwicklung zukünftig noch stärker mit anderen Themen der Stadtentwicklung verzahnt werden muss. Die Ansätze sollen auch genutzt werden, um im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes realistische Entwicklungsperspektiven für die Innenstadt von Senden aufzuzeigen.

¹ Stadt Senden – Einzelhandelskonzept im Rahmen des Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzepts (ISEK), Erstellung durch Büro für Standort-, Markt- und Regionalanalyse Dr. Manfred Heider (2016).

Die Stadt Senden hat in den vergangenen Jahren relevante Planungen und Konzepte als Grundlage zur Stadtentwicklung erarbeitet bzw. ist aktuell in Fortschreibung. Diese werden berücksichtigt, wobei mehrere Austauschformate umgesetzt werden:

- /// ISEK (2017) inkl. Teilfortschreibung
- /// Parkraumkonzept
- /// Radwegekonzept.

Thematische Schnittstellen wurden im Rahmen mehrerer Gesprächs-, Erörterungstermine inkl. eines Workshoptermins in Senden v. a. mit dem Büro Baldauf (ISEK-Teilfortschreibung) herausgearbeitet. Zum Erhalt und zur Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen mit deutlichem Fokus auf die Innenstadt in Senden wurde das bestehende Einzelhandelskonzept fortgeschrieben und an die veränderten und sich abzeichnenden Rahmenbedingungen angepasst.

2. Neue Herausforderungen für die Einzelhandelsentwicklung in Senden

In den zurückliegenden Jahren haben sich der Handel selbst und seine Umfeldbedingungen in Senden wie in Europa gewandelt:

- /// Der Handel verändert sich ständig: Die **Einzelhandelsunternehmen** setzen in einem ausdifferenzierten Wettbewerb der Betriebsformen², Standorte³ und Vertriebskanäle zunehmend auf **ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien**.⁴
- /// In der europäischen Konkurrenz der Regionen und im regionalen Wettbewerb der Zentralen Orte stehen die **strategischen Zielsetzungen für die Handelsentwicklung** auf dem Prüfstand.⁵
- /// Die **rechtlichen Rahmenbedingungen** haben ebenfalls Veränderungen erfahren: Hier ist neben der landes- und regionalplanerischen Steuerung zunächst die mittlerweile ausdifferenzierte Rechtsprechung (z. B. hinsichtlich der Begrifflichkeiten, der Festsetzungs- und Abgrenzungserfordernisse zentraler Versorgungsbereiche) zu nennen. Zudem beobachtet die EU die räumliche Einzelhandelssteuerung kritisch.⁶

Um den Handelsstandort Senden in einem sich dynamisch ändernden Marktumfeld zukunftsfähig aufstellen zu können, ist neben der strategischen und planungsbezogenen Überprüfung und Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts eine ganzheitliche Betrachtung zzgl. einem Fokus auf die

² Nach Standorten werden etwa im Lebensmitteleinzelhandel vom gleichen Betreiber:innen unterschiedliche Betriebsformen eingesetzt, so z. B. kleinere Lebensmittelvollsortimenter wie auch größere Supermärkte oder SB-Warenhäuser.

³ Tietz und Rothhar (1991) haben hierfür den Begriff des primären und sekundären Einzelhandelsnetzes eingeführt, um die Orientierung auf innerörtliche Zentren und autokundenorientierte Lagen zu verdeutlichen.

⁴ Bis hin zu vertikalen Marktbearbeitungsstrategien im Textilhandel oder im Möbeleinzelhandel. Dort nutzen einzelne Anbieter:innen die ganze Wertschöpfungskette vom Entwurf der Produkte über die Fertigung, eigene Logistik bis hin zur Beschickung in die Vertriebskanäle stationärer Handel und Onlinehandel, um Wettbewerbsvorteile auf unterschiedlichen Ebenen zu generieren.

⁵ Vgl. hierzu exemplarisch Handelsmonitor Oberrhein 2008 – 2017: Untersuchung zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Steuerungswirkung zum großflächigen Einzelhandel 2008 – 2017; ISBN: 978-3-9819387-0-8.

⁶ Dabei ist auf das aktuelle Urteil vom 30. Januar 2018 hinzuweisen, wonach der Europäische Gerichtshof (C-31/16) entschieden hat, dass Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind sie auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus GMA-Sicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt.

Innenstadt unabdingbar.⁸ Teilaspekte dieser Betrachtung sind neben der positiven Entwicklung der Kaufkraft der Wohnbevölkerung auch die Wettbewerbsverschärfung durch den Onlinehandel.

Das fortgeschriebene Einzelhandelskonzept der Stadt Senden ist in diesem Sinne als strategisches Steuerungsinstrument zu verstehen und aus folgenden Gründen notwendig:

- // Der Einzelhandel ist **ganzheitlich und strategisch** zu entwickeln (Herausforderung 1).
- // Das Konzept muss ein rechtssicheres **räumliches Steuerungsinstrument** sein (Herausforderung 2), um so eine zielgerichtete räumliche Steuerung der Einzelhandelsfunktionen zu ermöglichen.
- // Veränderte **Konsumgewohnheiten** machen es notwendig, die Schlussfolgerungen zur strategischen Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Senden zu überprüfen (Herausforderung 3).
- // Die Flächenentwicklung unterliegt vor dem Hintergrund von **Onlinehandel, Corona und Inflation** einer veränderten Nachfrage (Herausforderung 4).
- // Das Einzelhandelskonzept für das Mittelzentrum Senden (zusammen mit Vöhringen) muss in die übergeordneten Planungssysteme der **Landes- und Regionalplanung** in Bayern eingebettet sein (Herausforderung 5).

Mit dem Einzelhandelskonzept kann die Stadt Senden den Wandel im Handel aktiv gestalten und begleiten. Ein solches Konzept bildet insbesondere die fachliche Grundlage für die Bewertung von Einzelhandelsvorhaben und für eine rechtssichere Steuerung über die Bauleitplanung. Darüber hinaus kann es wertvolle Ideen und Vorschläge für die aktuelle Fortschreibung des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts liefern.

2.1 Herausforderung 1: Einzelhandelskonzept als ganzzeitliches strategisches Entwicklungsinstrument

Für die Stadt Senden sind der Erhalt (Mindestziel) und ggf. der Ausbau der zentralörtlichen Versorgungsfunktion (Maximalziel) mit leistungsfähigen Versorgungslagen und einem attraktiven, durch Einzelhandel und Komplementärangebote aus Dienstleistungen und Gastronomie gekennzeichneten Stadtzentrum wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung. Deshalb sind im Einzelhandelskonzept die Möglichkeiten zur Erreichung dieser Ziele des Einzelhandels herauszuarbeiten, sortiments- bzw. standortbezogen abzuwägen und in ein strategisches Gesamtkonzept einzuarbeiten. Das Einzelhandelskonzept ist eine informelle Entwicklungs- und Planungsgrundlage. Erst mit Beschluss des Stadtrates wird es zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, das im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen ist.

2.2 Herausforderung 2: Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels

Im Baugesetzbuch ist als Grundsatz der Einzelhandelssteuerung zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** verankert, die Rechtsprechung hat die Anforderungen an die Begründung, Abgrenzung und die Inhalte dieser Gebietskategorie präzisiert⁹; durch die räumliche

⁸ Neben dem sehr dynamischen Handel werden vermehrt städtebauliche Aspekte (Verknüpfung von Handel mit anderen Funktionen der (Innen-)Städte im Wettbewerb der Standorte) zu berücksichtigen sein.

⁹ Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.

Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe auf zentrale Versorgungsbereiche sollen diese gestärkt werden.

Ein weiterer Aspekt der Begründung planerischer Steuerung ist die **Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung**. Auch in der Baunutzungsverordnung wird die verbrauchernahe Versorgung als „Schutzgut“ genannt (Vgl. § 11 Abs. 3 BauNVO). Bürger:innen denken beim Einkauf oft an den Lebensmitteleinkauf; auch in Senden kommt der **Nahversorgung** eine wichtige Rolle zu. Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters**¹⁰ bei anhaltender Flächenknappheit eine oft verfolgte Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar.

Wo Kommunen die weitere Handelsentwicklung auf Grundlage städtebaulicher Ziele steuern, haben sich kommunale Märkte- und Zentrenkonzepte mit Einsatz der folgenden Instrumente als rechtssicher erwiesen:¹¹

- /// **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** aufgrund nachvollziehbarer Kriterien (z. B. Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus),
- /// Ableitung einer **ortsspezifischen Liste** zur sortimentsgenauen Steuerung (Sortimentsliste) sowie
- /// **Zuweisung von Entwicklungsmöglichkeiten** zu einzelnen Standortkategorien/Ausschluss von Handels-tätigkeit an anderen Standorten.

Ein häufiges Abweichen vom Konzept entwertet dieses nicht nur, sondern wird auch von den Gerichten als „vorsätzliche Missachtung“ gewertet. In diesem Fall stellt auch ein beschlossenes Einzelhandelskonzept keinen Abwägungsbelang im Sinne des Baugesetzbuches (BauGB) dar, Rechtssicherheit von Planungen ist nicht mehr gegeben.

2.3 Herausforderung 3: Veränderte Konsumgewohnheiten

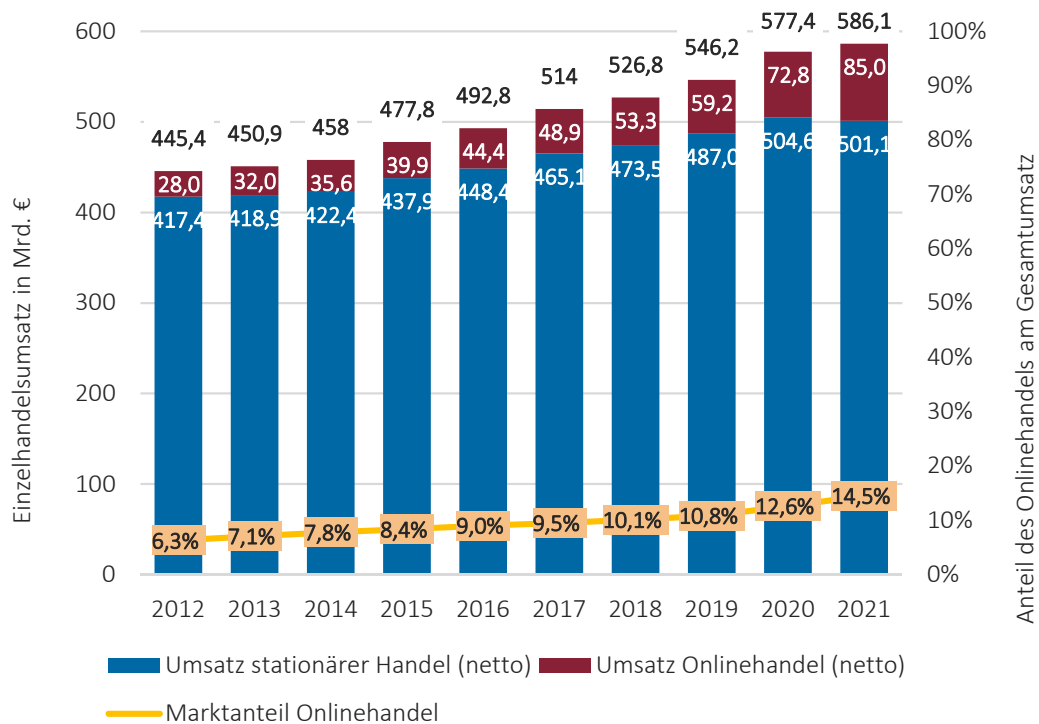
Diskussionen zur Einzelhandelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren vor allem durch den Gegensatz von „Grüner Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit Beginn des letzten Jahrzehnts bestimmt jedoch die fortgeschrittene Digitalisierung maßgeblich die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels.

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).

¹⁰ Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten sind diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe zu sichern.

¹¹ Vgl. hierzu: Holl, Stefan (2012): Einzelhandel planen und genehmigen: Ein Sachstand zur aktuellen kommunalen Planungspraxis. In: Spannowsky, Willy & Holl, Stefan (2012): Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit (= Schriftenreihe zum Raumplanungs-, Bau- und Umweltrecht, Band 12), Kaiserslautern.

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel 2012 bis 2021 (netto)



Quelle: GMA-Berechnungen 2022 nach bevh 2021, HDE 2021, EHI 2021

Infolgedessen unterscheiden viele Handelsunternehmen daher kaum noch zwischen „stationär“ und „virtuell“, sondern ermöglichen dem „hybriden Kund:innen“ (Vgl. Abbildung 2) den Zugang zur Ware sowohl „online“ als auch „offline“. Diese Entwicklungen bleiben nicht ohne Auswirkungen auf die Ausbildung unterschiedlicher Betriebstypen im Einzelhandel, die zukünftig auch in verschiedenen Mischformen auftreten werden. Die Folgen der Digitalisierung als Treiber der weiteren Einzelhandelsentwicklung sind im Nonfood-Segment bereits deutlich spürbar.

Abbildung 2: Konsument:innentrends der „hybriden Kund:innen“

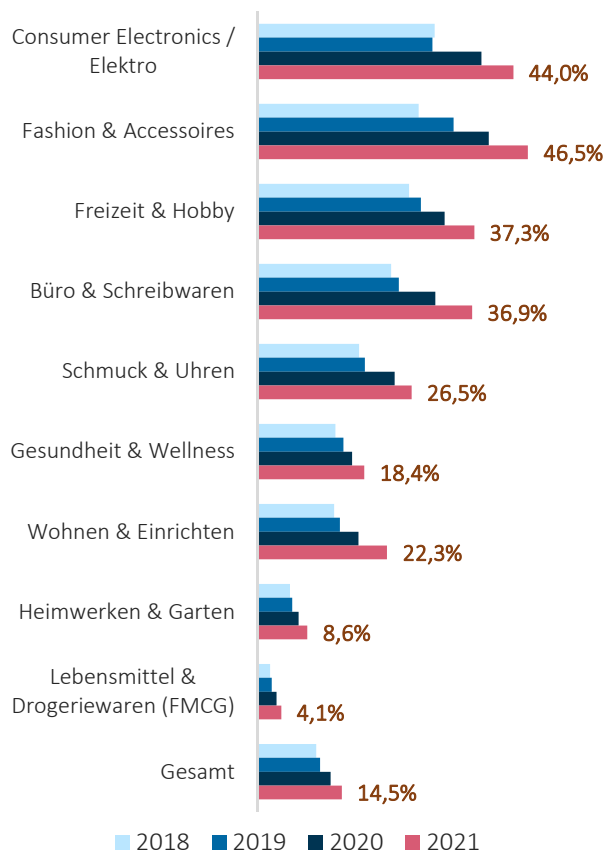


Quelle: GMA-Grundlagenforschung und -Darstellung 2023

Einigkeit besteht darin, dass der digitale Handel als ergänzender Vertriebskanal seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente (z. B. Fashion und Accessoires, Bücher und Medien) werden vergleichsweise stark vom Onlinehandel bedient (vgl. Abbildung 3). Demnach werden in diesen Warengruppen künftig weniger Verkaufsfächen nachgefragt. Doch trotz wachsender Marktanteile im Onlinebereich wird der stationäre

Einzelhandel mittelfristig der wichtigste Einkaufskanal bleiben. Vor diesem Hintergrund kommt es für Einzelhandelsstandorte in der Zukunft verstärkt darauf an, Strategien zu entwickeln, die über den reinen stationären Einzelhandel hinausblicken. So spielen unter anderem die Erlebnisorientierung und die Möglichkeit, den Einkauf mit weiteren Aktivitäten zu verbinden (Wahrnehmung von Dienstleistungen, Gastronomie-besuche, soziale Kontakte) eine immer stärkere Rolle.

Abbildung 3: Marktanteile des Onlinehandels von 2018 bis 2021



Quelle: GMA-Berechnungen 2022 auf Basis von HDE Online-Monitoren der letzten Jahre sowie Veröffentlichungen des bevh

Abhängig von den Voraussetzungen der jeweiligen Einzelhandelsstandorte lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten (vgl. Abbildung 4):

- // **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 Einzelhandelsgesichtspunkten 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.

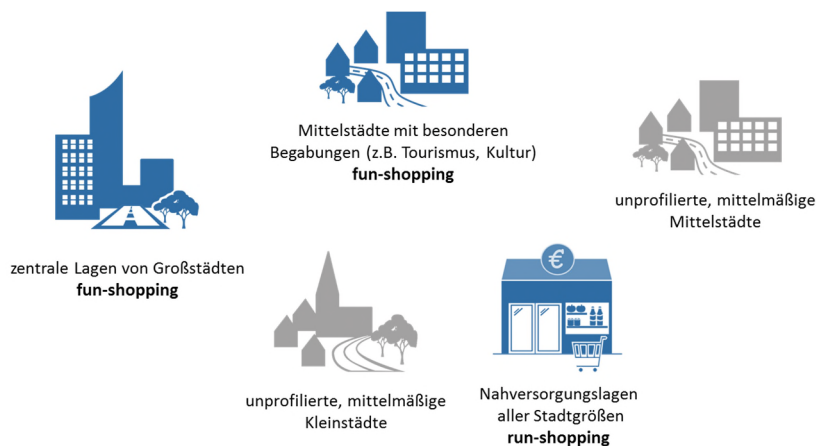
Der Einzelhandelsstandort Senden ist dabei nicht nur auf Grund der genannten Entwicklungen des Online-Handels, sondern auch durch seine Nähe zu attraktiven Wettbewerbsstandorten (z. B. Ulm/Neu-Ulm, Memmingen) besonders gefordert, seine insgesamt betrachtet sehr starke Position in der Region zu erhalten. Speziell die Innenstadt Sendens steht dabei nochmal zusätzlich unter Druck durch die großflächigen Einzelhandelsansiedlungen im Gewerbegebiet im Sendener Norden, weshalb für die Innenstadt eine Orientierung hin zu einem Nahversorgungsstandort – mit nur punktuellen Entwicklungschancen im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente – zu erwarten ist.

2.4 Herausforderung 4: Flächennachfrage im Zeichen von Onlinehandel, Corona und Inflation

War die Einzelhandelsentwicklung bis 2011 noch durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet, hat sich das Flächenwachstum bundesweit mittlerweile deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen.

Als zentraler Veränderungsfaktor der Einzelhandelsentwicklung ist hierbei die Digitalisierung herauszustellen: Die Folgen sind vor allem im Nonfood-Segment der zentrenprägenden Sortimente offensichtlich (vgl. Kap. 2.3). 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.

Abbildung 4: Gewinner:innen und Verlierer:innen des digitalen Wandels



Quelle: GMA-Grundlagenforschung 2023

Verstärkt wird die rückläufige Flächennachfrage zusätzlich durch die Folgen der Corona-Pandemie. Betroffen sind vor allem innenstadtrelevante Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel sowie die Elektrobranche (vor allem Unterhaltungselektronik); diese Warengruppen sind schon heute einer deutlichen Onlineaffinität unterworfen. Wenngleich sich das Bild der klassischen Innenstadtsortimente zukünftig wandeln wird, birgt der Abschmelzprozess bei der Verkaufsflächenachfrage 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 Akteur:innennetzwerke umfassen, die die Stadtnutzer:innen (Eigentümer:innen, Mieter:innen, Kund:innen, Politik & Verwaltung) zusammenbringen. Aktuelle Konzepte in Senden wie speziell die Teilfortschreibung des ISEK sowie die Neugestaltung der Neuen Mitte Senden bieten Potenziale, die es zu aktivieren gilt.

Weiterhin sind negative Folgen durch die geopolitischen Entwicklungen im Jahr 2022 zu erwarten. Gemäß HDE führt vielerorts der russische Krieg in der Ukraine zu einer schlechteren Konsumstimmung und zur Verunsicherung der Verbraucher:innen hinsichtlich der steigenden Inflation und Verbraucherpreise in Kombination mit Sorgen um die Stabilität von Arbeitsplätzen und Einkommen, sodass daraus eine Konsumzurückhaltung resultiert. So stieg der Verbraucher:innenpreisindex im Oktober 2022 im Vergleich zum Vorjahresmonat für Lebensmittelsortimente auf 16,1 %, für Nonfood-Gebrauchs- und Verbrauchsgüter auf 7,1 %. Insgesamt lag der Verbraucher:innenpreisindex dieses Jahr im Oktober bei ca. 10,4 % gegenüber dem Vorjahresmonat.¹² Auch im Februar dieses Jahres blieb die Inflationsrate im Vergleich zum Vorjahresmonat mit + 8,7 % konstant hoch.¹³ Inwieweit sich diese Entwicklungen jedoch im Raum niederschlagen ist bisher noch nicht abzusehen.

Unter Berücksichtigung dieser externen Entwicklungen muss sich der Einzelhandelsstandort Senden in Zukunft darum bemühen, seine Wettbewerbsposition zu erhalten, ggf. punktuell weiter auszubauen und vor allem unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten konsequent zu entwickeln. Das bedeutet zum Einen, in der weniger stark vom Online-Handel betroffenen Lebensmittelnahversorgung eventuell bestehende Lücken in der Fläche zu beseitigen, und zum Anderen im Sinne einer Zentrum-zuerst-Strategie zentrenrelevante Sortimente auf die Innenstadt zu lenken, um auf diese Weise den innerstädtischen Einzelhandelsstandort zu erhalten und zu stärken. Diese Strategie sollte weiterhin nicht auf den Einzelhandel allein abzielen, sondern auch einzelhandelsnahe Dienstleistungen, Gastronomie und kulturelle Angebote einschließen.

2.5 Herausforderung 5: Planungsrechtliche Instrumente

Die Steuerung des Einzelhandels ist in eine Reihe rechtlicher Rahmenbedingungen eingebettet. Hier sind insbesondere die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sowie der Bauleitplanung zu nennen.

2.5.1 Bayerische Landesplanung und Regionalplanung

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung sowie Landes- und Regionalplanung, festgelegt im Landesentwicklungsprogramm Bayern (2020) sowie im Regionalplan des Planungsverbandes der Region Donau-Iller (Fassung zum zweiten Beteiligungsverfahren der Gesamtfortschreibung vom 06.12.2022), heranzuziehen.

Bei Standorten für großflächigen Einzelhandel sind folgende Prüfkriterien gemäß **LEP Bayern 2020** zu beachten:

Lage im Raum (LEP-Ziel 5.3.1)

¹² Quelle: HDE Konsummonitor Preise 2022/2023, S. 3.

¹³ Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), Pressemitteilung Nr. 069. 22.02.2023

Flächen für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden.

Abweichend sind Ausweisungen zulässig

- *für Betriebe bis 1.200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2,*
- *für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.*

/// Lage in der Gemeinde (LEP-Ziel 5.3.2)

Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

- *das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder*
- *die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte aufgrund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.*

/// Zulässige Verkaufsflächen (LEP-Ziel 5.3.3)

Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- *soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v. H.,*
- *soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100.000 Einwohner:innen 30 v. H., für die 100.000 Einwohner:innen übersteigende Bevölkerungszahl 15 v. H.*

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.

In Bezug auf die Handelsentwicklung in der Region Donau-Iller führt der **Regionalplan** im Abschnitt B IV Wirtschaft, Punkt 2 u. a. aus:

2.1 (G) *In allen Städten, Märkten und Gemeinden soll eine angemessene und verbrauchernahe Einzelhandelsversorgung gewährleistet werden.*

2.3 (Z) *Die planungsrechtlichen Grundlagen für die Ansiedlung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten dürfen nur innerhalb der zentralörtlichen Versorgungskerne geschaffen werden. Ausnahmen hiervon sind zur eigenen Versorgung einer Gemeinde oder von Stadt- und Ortsteilen möglich, wenn keine erheblichen*

Beeinträchtigungen auf die zentralörtlichen Versorgungskerne oder auf andere Kommunen zu erwarten sind.

2.4 (Z) Standorte für die Ansiedlung von regionalbedeutsamen Einzelhandels-großprojekten müssen städtebaulich integriert sein oder werden. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn das Einzelhandels-großprojekt dem Verkauf von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten dient.

Weiterhin ist unter Punkt 2.9 (Z) eine regionale Sortimentsliste festgelegt. Diese unterscheidet in nahversorgungsrelevante (und damit zugleich zentrenrelevante), zentrenrelevante, nicht zentrenrelevante sowie zuletzt in der Regel zentrenrelevante Sortimente. Letztere können nach Punkt 2.10 (G) im Rahmen kommunaler Einzelhandelsprojekte den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeschrieben werden.

Auf eine ausführliche Darstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen des großflächigen Einzelhandels wird verzichtet.

2.5.2 Bauleitplanung

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) planungsrechtliche Instrumentarien zur Hand, mit denen die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann.

Eine erste Darstellung von zentralen Versorgungsbereichen kann im Rahmen des vorbereitenden Bebauungsplanes (Flächennutzungsplan) erfolgen (gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 2d BauGB). Von dieser Möglichkeit machen in der Regel allenfalls Großstädte Gebrauch, die über den Flächennutzungsplan die „übergeordneten Zentren“ abbilden. Als vorbereitender Bauleitplan im Sinne des § 5 Abs. 1 BauGB beinhaltet dieser die sich aus der beabsichtigten städtebaulichen Entwicklung ergebende Art der Bodennutzung nach den voraussehbaren Bedürfnissen der jeweilig planenden Kommune. In der Praxis wird diese Möglichkeit vor allem in kleineren Städten selten genutzt: Der langfristig angelegte Planungshorizont lässt eine zumindest mittelfristige Reaktion auf sich schnell verändernde Rahmenbedingungen im Einzelhandel kaum zu. Vielmehr hat sich die Steuerung über die verbindliche Bauleitplanung auf Grundlage eines Steuerungskonzeptes bewährt.

Zunächst sind folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

Gebiete mit Bebauungsplan

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, **sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:**

- Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten, in Dorf- und Mischgebieten, inkl. Urbanen Gebieten sowie in Kern-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO).
- In Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§ 2 und § 3 Bau NVO).

Einzelhandelsgroßbetriebe sind im Sinne des **§ 11 Abs. 3 BauNVO** außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Hintergrund ist die Vermutungsregel, nach der von großflächigen Einzelhandelsbetrieben städtebaulich und versorgungsinfrastrukturell schädliche Auswirkungen auf die Bevölkerung sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ausgehen. Eine Ausnahme ist nach § 11 Abs. 3 Satz 4 dann möglich, wenn nachgewiesen werden kann, dass die vermuteten Auswirkungen ausbleiben. Hierzu hat die konkrete Prüfung zweistufig zu erfolgen:

1. Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb (Verkaufsfläche über 800 m²) vor? Falls ja, dann:
2. Liegen Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO vor? Falls ja, dann nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet). Falls nein, dann auch außerhalb von Kern- und Sondergebieten zulässig.

▮ Gebiete ohne Bebauungsplan (unbeplanter Innenbereich nach § 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben **keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche** in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelagen im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen. Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

▮ Besonderes Städtebaurecht

Das besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet Städten und Gemeinden zudem die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich sehr dezidiert geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsverbehalt. Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbeson-

dere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer:innen zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

3. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen vor allem der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelssteuerung. Diese wird in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert.

Die kommunalpolitische Bedeutung eines Einzelhandelskonzeptes beruht darauf, dass es

- // eine vorausschauende Gesamtplanung statt punktueller Einzelfallplanungen sowie das Aufzeigen von Entwicklungsperspektiven und Spielräumen für einen fairen Wettbewerb ermöglicht,
- // die politische Konsensbildung fördert und
- // Planungs- und Investitionssicherheit für die privaten Akteure bietet, insbesondere für den Einzelhandel in den Zentren, um sich im Wettbewerb mit dem Einzelhandel außerhalb der Zentren behaupten zu können.

Das im Rahmen der Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Senden erarbeitete **Sortimentskonzept** (sogenannte „Sendener Liste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente des Innenstadtbedarfs, Sortimente des Nahversorgungsbedarfs und Sortimente des sonstigen Bedarfs dar. Mit Hilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei auf der Festlegung und räumlichen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandels- und Zentrenkonzept definiert wird. Die Grundlagen des Standort- und Sortimentskonzeptes stellen zum einen die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar (faktische Verhältnisse vor Ort), die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wurden. Zum anderen ist die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch der planerische Ausdruck und Gestaltungswille der Kommune, bestimmten Standortbereichen eine besondere Funktion zuzuordnen. Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch Beschluss des Stadtrates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Nur bei einer konsequenten Anwendung der Ansiedlungsregelungen kann das Einzelhandelskonzept in vielfacher Weise positiv wirken:

- // Es schafft Klarheit für alle Beteiligten.
- // Es gewährleistet Berechenbarkeit und Verlässlichkeit der städtischen Entscheidungen und damit auch Planungs- und Investitionssicherheit für Gewerbetreibende, Grundstücks- und Immobilieneigentümer:innen sowie Investor:innen.

- / Es schafft den Rahmen für eine lebendige Innenstadt, funktionsfähige Stadtteilzentren sowie eine wohnortnahe Grundversorgung. Damit werden letztlich öffentliche und private Investitionen in die Stadtgestaltung, die Verkehrsinfrastruktur und den öffentlichen Personennahverkehr abgesichert.
- / Es leistet als strategisches Instrument einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Stadtentwicklung.
- / Die Gliederung des Stadtgebietes anhand verschiedener Einzelhandelslagen und -standorte tragen zur Orientierung der Quartiersbevölkerung bei und begünstigen die Minimierung des Einkaufsverkehrs.

Darüber hinaus werden im Rahmen von Einzelhandelskonzeptes die **Möglichkeiten und Perspektiven der Weiterentwicklung des Einzelhandels** herausgearbeitet und standorträumlich eingeordnet. Neben einer rein planerischen Komponente haben Einzelhandelskonzepte demnach immer auch eine zukunftsgerichtete Fortentwicklung von Standorten im Fokus. In Senden ist das Einzelhandelsangebot bereits auf einem sehr hohen Niveau, weitere Entwicklungspotenziale sind daher überschaubar. Um die Attraktivität des Standorts zu erhalten und zu fördern, müssen daher Perspektiven auch jenseits des Einzelhandels aufgezeigt werden.

Im begründeten Einzelfall kann die Kommune zwar von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Instruments und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.¹⁴

4. Methodik und Untersuchungsablauf

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Senden basiert auf folgenden Fakten:

- / **Angebotsanalyse** auf Grundlage einer vollständigen Vor-Ort-Aufnahme der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Senden 2022.¹⁵
- / **Nachfrageanalyse** anhand der Bevölkerungswerte des Marktgebietes unter Heranziehung von lokalen Kaufkraftindizes sowie GMA-eigener sortimentspezifischer Pro-Kopf-Ausgabewerte. Das Marktgebiet konnte unter Hinzuziehung empirischer Erkenntnisse, vor allem der Expertengespräche und Haushaltsbefragung, überprüft werden.
- / **Städtebaulich-funktionale Analyse** in den potenziellen zentralen Versorgungsbereichen. Hierzu wurden neben dem Handelsbestand die Komplementärnutzungen, Leerstände und Potenzialflächen berücksichtigt.
- / **Übergeordnete Planwerke** der Stadt Senden wurden ebenso berücksichtigt wie erfolgte und anstehende konkrete Projekte der Stadtentwicklung (u. a. Integriertes Stadtentwicklungskonzept, 2017; aktuelle Fortschreibung 2023; Sensitivitätsanalyse zum Untersuchungsraum Senden Nord, 2021; aktuelles Konzept zur Um- bzw. Neugestaltung der

¹⁴ Ein häufiges Abweichen vom Konzept entwertet dieses nicht nur, sondern wird auch von den Gerichten als „vorsätzliche Missachtung“ gewertet. In diesem Fall stellt auch ein beschlossenes Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzept keinen Abwägungsbelang im Sinne des BauGB dar, Rechtssicherheit von Planungen ist nicht mehr gegeben.

¹⁵ Die Erhebung erfolgte im September des Jahres 2022. Eine Nacherhebung (u.a. wegen der Neuansiedlung Feneberg) wurde im Februar 2023 durchgeführt. Erfasst wurde der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen pharmazeutischen Artikeln.

Neuen Mitte Senden, 2022). Auf Grundlage der umfassenden Datenbasis war eine nachvollziehbare Messung der Attraktivität des Handelsplatzes ebenso möglich wie eine auf den faktischen Verhältnissen basierende Überprüfung des Sortiments- und Standortkonzeptes der Stadt Senden aus dem Jahr 2016.

Die Nachfrage- und Angebotsanalyse wurde anhand der nachstehenden **Systematik**¹⁶ festgelegt.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik für Senden

Branchen	Sortimente
Nahrung- und Genussmittel	Lebensmittel, Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak, Bäckerei- und Metzgereihandwerk
Gesundheit/Körperpflege	Drogerie- und Kosmetikartikel, Parfümerie, pharmazeutische Produkte/Arzneimittel, Sanitätswaren
Blumen/Pflanzen, Tierfutter, Zeitschriften	Schnittblumen/Floristik, Tierfutter (ohne Lebewesen), Tageszeitungen/Zeitschriften
Bücher, Papier-/Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren	Bücher, Papier, Büro-/Schreibwaren (ohne Computer und Zubehör), inkl. Bastelbedarf, Spielwaren inkl. Modellbau
Bekleidung	Oberbekleidung gemischt, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Spezialbekleidung (Hochzeitsmode, Berufsbekleidung), inkl. Sportbekleidung
Schuhe, Lederwaren	Schuhe inkl. Sportschuhe, Lederwaren (Handtaschen, Koffer, Rucksäcke), Schirme, Hüte
Sport	Sportkleingeräte, Zubehör
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte, Großgeräte/weiße Ware, braune Ware), Telekommunikationsgeräte, Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (PC, Notebooks, Tablets)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	Haushaltswaren (Glas/Porzellan/Keramik), Hausrat, Möbel aller Art (inkl. Matratzen/Küchenmöbel), Heimtextilien (inkl. Bettwaren), Leuchten und Lampen, Antiquitäten/Kunst/Galerie
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche/Bodenbeläge	Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, Farben/Lacke/Tapeten, Teppiche/Bodenbeläge/Fliesen
Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	Optik und Akustik, Uhren und Schmuck
Sonstiger Einzelhandel	Kfz- und Motorradzubehör, Sportgroßgeräte (z. B. Hometrainer), Fahrräder (inkl. E-Bikes), Sonstiges (z. B. Musikalien, Sammelhobbies, großteilige Babyartikel wie Kinderwagen; Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2023. Die GMA-Branchensystematik ist auf eine baurechtlich sichere Umsetzung orientiert.

Für alle Einzelhandelsbetriebe wurden durch Begehung folgende Daten erfasst:

- /// Betriebsname/Bezeichnung des Einzelhandelsbetriebs
- /// Adresse mit Straße, Hausnummer und ggf. Hausnummernzusatz
- /// Verkaufsfläche¹⁷

¹⁶ Sortimente, die im Einzelhandel angeboten werden, lassen sich weiter nach der Nachfragehäufigkeit unterscheiden in den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf. Die Einteilung in Sortimente des Innenstadtbedarfs, Sortimente des Nahversorgungsbedarfs und Sortimente des sonstigen Bedarfs verfolgt hingegen raumstrukturelle und städtebauliche Ziele.

¹⁷ In Senden wurde eine Aufteilung von Mehrbranchenunternehmen nach Einzelsortimenten vorgenommen. Die Aufteilung erfolgte für Lebensmittelanbieter ab einer Verkaufsfläche $\geq 2.500 \text{ m}^2$ sowie für Möbelmärkte, Kauf- und Warenhäuser, Drogeriefachmärkte, Sonderpostenmärkte, Babyfachmärkte sowie Fachmärkte für Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarfe ab einer jeweiligen Verkaufsfläche $\geq 800 \text{ m}^2$.

- /// Sortiment/Branche und Fristigkeit (Zuordnung nach Hauptsortiment)
- /// Betriebstyp
- /// Standortinformationen und Lagekategorie

Die **Leistungsfähigkeit** der Einzelhandelsbetriebe wurde mit einzelbetrieblichen Umsatzberechnungen ermittelt.¹⁸

5. Arbeitsweise, Akteur:innen und Beteiligungskonzept

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Senden wurde als **dialogorientiertes Projekt** in enger Zusammenarbeit mit Verwaltung sowie lokalen Akteur:innen (u. a. Einzelhändler:innen, Gastronom:innen) und der Bürgerschaft entwickelt.

- /// Regelmäßige Abstimmung mit den beteiligten Fachämtern und Planungsbüros
 - Auftaktgespräch und regelmäßige Abstimmung mit der Stadtverwaltung sowie mit den für die Erstellung der parallel zu erarbeitenden Konzepte beauftragten Planungsbüros
 - Abstimmungstermin mit der Stadtverwaltung und der Regierung Schwaben zum vorläufigen Stand des Einzelhandelskonzepts am 06.02.23
 - Teilnahme an einer Bürger:innenveranstaltung als Workshop im Rahmen der Teilfortschreibung des ISEK am 15.02.23 im Bürger:innenhaus Senden, gemeinsam mit den Planungsbüros Baldauf (Organisation und Durchführung des Workshops) und Schlothauer & Wauer (Parkraumkonzept Senden)

Die empirischen Grundlagen und die daraus zu ziehenden Erkenntnisse wurden durch umfassende Befragungs- und Beteiligungsmodule abgesichert:

- /// **Einbezug lokaler Akteur:innen** zur Abrundung der gutachterlichen Einschätzung der Einzelhandels- und Gewerbesituation sowie der Entwicklungsperspektiven für Senden
 - 10 persönlich geführte Expert:innengespräche mit Gewerbetreibenden und weiteren Vertret:innen von Wirtschaft und Einzelhandel vor Ort
 - Einschätzung des Standortes und der Standortentwicklung, u. a. Umsatzentwicklung, Kund:innenherkunft, Angebotsstruktur insgesamt, Erreichbarkeit, Marketing / Werbung, sonstige Rahmenbedingungen; einzelbetriebliche Entwicklungsperspektiven, z. B. Problemfelder, Zukunftsperspektiven, Modernisierungs- und Erweiterungsmaßnahmen, Sortimentspolitik; Einschätzung der Stärken und Schwächen von Senden und der Innenstadt

¹⁸ Unter Hinzuziehung von GMA-Echtdaten, durchschnittlicher branchen- sowie betriebsartypischer Flächenproduktivitäten wurden Daten des Europäischen Handelsinstituts Köln (EHI; Handelsdaten aktuell), der Hahn Immobilien-Beteiligungs AG (Retail Real Estate Report Germany), des Instituts für Handelsforschung GmbH und weiterer Branchenreports verwendet (Durchschnittsprinzip) und nach Standorten qualifiziert. Expert:innengespräche waren eine ergänzende Informationsquelle.

Onlinebefragung

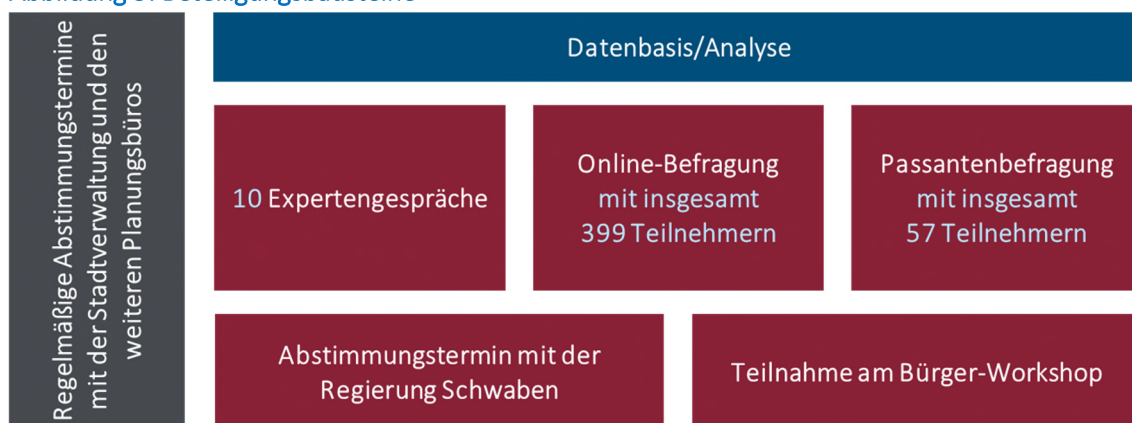
- Erstellung eines Online-Fragebogens mit der Möglichkeit für alle Einwohner:innen der Stadt Senden, an der Befragung teilzunehmen
- Zeitraum 25.01.23 bis 19.02.23, Bewerbung über das Presseamt der Stadt Senden, mit insgesamt 399 gültigen Rückläufern
- Befragung zu den Themen Einkaufsverhalten, Einkaufsmöglichkeiten, Gestaltung öffentlicher Raum, Attraktivität und Angebot der Innenstadt

Passant:innenbefragung

- Vor-Ort-Befragung von Passant:innen während des Wochenmarktes am Marktplatz Senden am 17.02.23 mit insgesamt 57 gültigen Interviews
- Befragung zu den Themen Verkehrsmittelwahl, Parkplatzangebot, Innenstadt als Einzelhandelsstandort, Einkaufsverhalten, Attraktivität und Angebot der Innenstadt

Die Grundlagenermittlung für die Neuaufstellung des Einzelhandelskonzept der Stadt Senden stützt sich somit auf einen breiten fachlich orientierten Prozess, wodurch insgesamt mehr als 450 Personen die Möglichkeit hatten, aktiv an den konzeptionellen Rahmenbedingungen zur zukünftigen Einzelhandelssteuerung mitzuwirken. Die Beteiligungsbausteine sind in Abbildung 5 zusammenfassend dargestellt.

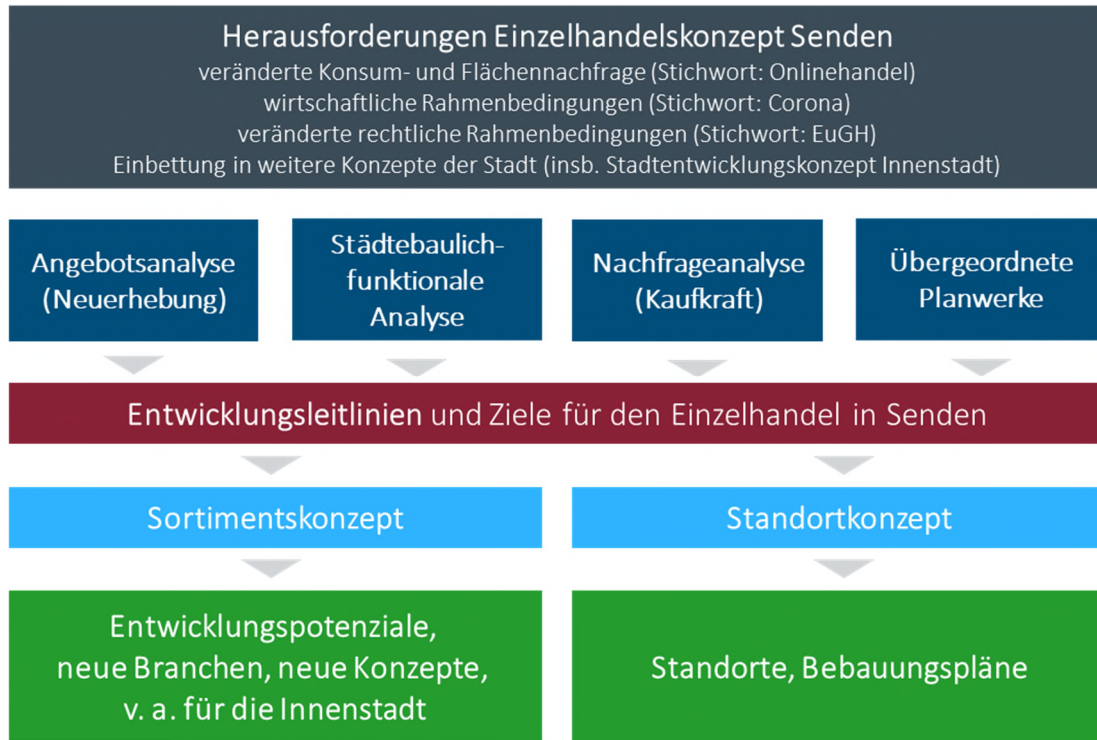
Abbildung 5: Beteiligungsbausteine



Quelle: GMA-Darstellung 2023

Der gesamte Untersuchungsablauf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Senden lässt sich damit wie in Abbildung 6 dargestellt skizzieren.

Abbildung 6: Untersuchungsablauf



Quelle: GMA-Darstellung 2023

6. Herausforderungen für Senden

Handel ist Wandel – dies zeigt sich in Deutschland wie in Senden. Folgende Fragen sind somit wesentlich:

- // Wie ist das Verhältnis zur Region zu definieren und welche Rolle sollte der Stadt Senden zukommen?
- // Neben den Entwicklungen im Einzelhandel selbst verändert sich bundesweit und in Senden das Verbraucher:innenverhalten: Zahlreiche Image- und Besucher:innenbefragungen der GMA in Innenstädten und an Nahversorgungsstandorten unterschiedlicher Standortkategorien verdeutlichen, dass der digitale Wandel auch als Chance sowohl für die Innenstädte als auch für qualifizierte Nahversorgungsstandorte begriffen werden muss.
- // Zeitreihenbefragungen zeigen weiterhin auf, dass das Thema „Einkaufen“ zwar oft noch der dominierende Besuchsgrund der Innenstädte ist; Einkauf wird jedoch immer stärker mit anderen Aktivitäten verknüpft (z. B. mit Arztbesuch, Kultur- oder Bildungsangeboten oder mit anderen Freizeitaktivitäten, Erlebnis, Event, Gastronomie). In der durchgeführten Haushalts- und Passant:innenbefragung wird deutlich, dass für viele Bürger:innen das Gewerbegebiet Nord der bevorzugte Einkaufsort gegenüber der Innenstadt ist. Nichts desto trotz wird die Innenstadt von vielen frequentiert, dabei ist der Wochenmarkt ein wichtiger Besuchsgrund. Der Wunsch, den Besuch in der Innenstadt vor allem mit einem Gastronomie-Besuch zu verbinden, scheint bei vielen vorhanden zu sein. Jedoch fehlt den Befragten hierfür das entsprechende gastronomische Angebot.

Der räumliche Aspekt der Veränderungen im Einzelhandel lässt sich auch für Senden anhand der notwendigen Schlussfolgerungen für die Innenstadtentwicklung aufzeigen:

- // starke Dominanz und regional hohe Bedeutung insbesondere des Gewerbegebiets Nord, große Bekanntheit vor allem durch Möbel Inhofer;
- // im Gegenzug eher geringe Bedeutung und geringes Einzelhandelsangebot in der Innenstadt und damit die Frage, wie das Verhältnis zwischen Innenstadt und Gewerbegebiet Nord zukünftig gestaltet werden kann. Für die Innenstadt liegt dabei der Fokus in der Zukunft vor allem in der Grundversorgung;
- // Förderung der funktionalen Dichte durch Entwicklung und Einbindung weiterer Nutzungen (Gastronomie, ärztliche Einrichtungen, Dienstleistungen, Handwerk usw.) sowie deren Vernetzung;
- // wachsende Bedeutung des Themas Wohnen in der Innenstadt auch im Erdgeschoss;
- // konsequente Aufwertung des öffentlichen Raumes für alle Nutzergruppen sowie Schaffung einer Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt (Innenstadt als Kommunikationsraum).

Dieser tiefgreifende Strukturwandel muss auch weiterhin durch ein rechtssicheres räumliches Steuerungsinstrument und Senden-spezifische Entwicklungsstrategien unterstützt werden.

Schließlich gilt es auch, attraktive zukunftsfähige Grundversorgungsstandorte „nahe bei den Verbraucher:innen“ zu fördern.

II. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten der Stadt Senden

1. Räumliche Einordnung

Die Stadt Senden liegt im Landkreis Neu-Ulm im Regierungsbezirk Schwaben und nimmt gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern 2018 gemeinsam mit der Stadt Vöhringen die Funktion eines **Mittelzentrums** ein (vgl. Karte 1). Somit übernimmt die Stadt nicht nur wichtige Versorgungsfunktionen für die eigenen Einwohner:innen, sondern auch für das überwiegend ländlich geprägte Umland. Nächstgelegene Oberzentren sind Ulm/Neu-Ulm (rd. 12 km nördlich) und Memmingen (rd. 50 km südlich).

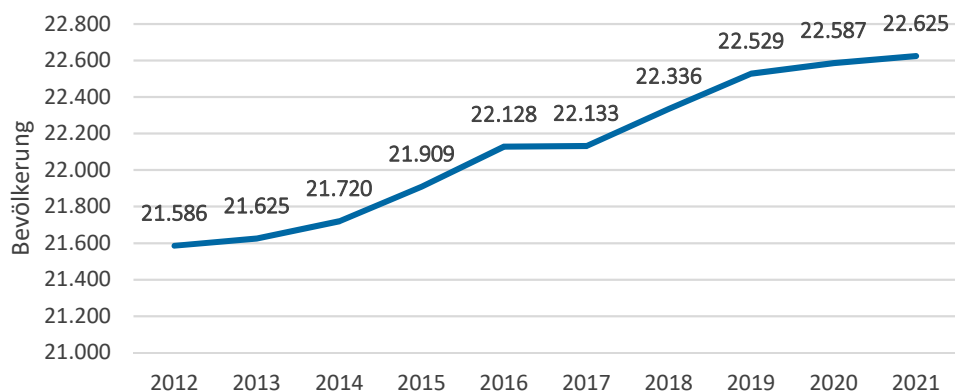
Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Senden wird insbesondere durch die Lage an der Bundesautobahn A 7 (im Abschnitt Ulm – Kempten) und die Anbindung an die Bundesstraße 28 sichergestellt. Mit Blick auf den **ÖPNV** bietet der Bahnhof Anschluss an die Regionalbahnlinien nach Ulm/Neu-Ulm, Memmingen und Kempten, sowie seit der Reaktivierung der Bahnstrecke im Jahr 2013 nach Weißenhorn. Die Stadt ist dabei in den Donau-Iller-Nahverkehrsverbund (DING) eingebunden. Weiterhin wird Senden über die (Fern-)Radwege „DonauTäler“ und „Iller-Radweg“ auch für den Radverkehr erschlossen.

2. Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Das Sendener **Stadtgebiet** erstreckt sich hauptsächlich östlich der Iller und setzt sich neben der Kernstadt aus den fünf Stadtteilen Aufheim, Ay a.d. Iller, Hittisstetten, Witzighausen und Wullensstetten zusammen. Die von Nord-Nordwest nach Süd-Südost verlaufende Iller sowie die parallel verlaufende Bahnstrecke umgrenzen die Kernstadt sowie den mit ihr weitgehend verwachsenen Stadtteil Ay. Quer hierzu erstreckt sich das Stadtzentrum entlang der Hauptstraße mit zentralen Einrichtungen wie dem Rathaus, dem Bürger:innenhaus, der Auferstehungskirche, sowie in hoher Anzahl Betrieben aus Einzelhandel, Gastronomie und Gewerbe.

Aktuell leben in Senden rd. 22.625 Personen.¹⁹ Mit Blick auf die vergangene Dekade ist in Senden ein Bevölkerungswachstum in Höhe von etwa 4,8 % zu verzeichnen. Es liegt damit etwa auf dem Niveau der Bevölkerungsentwicklung in Bayern (+5,3 %), aber signifikant unterhalb der Entwicklung im Landkreis Neu-Ulm (+7,3 %).

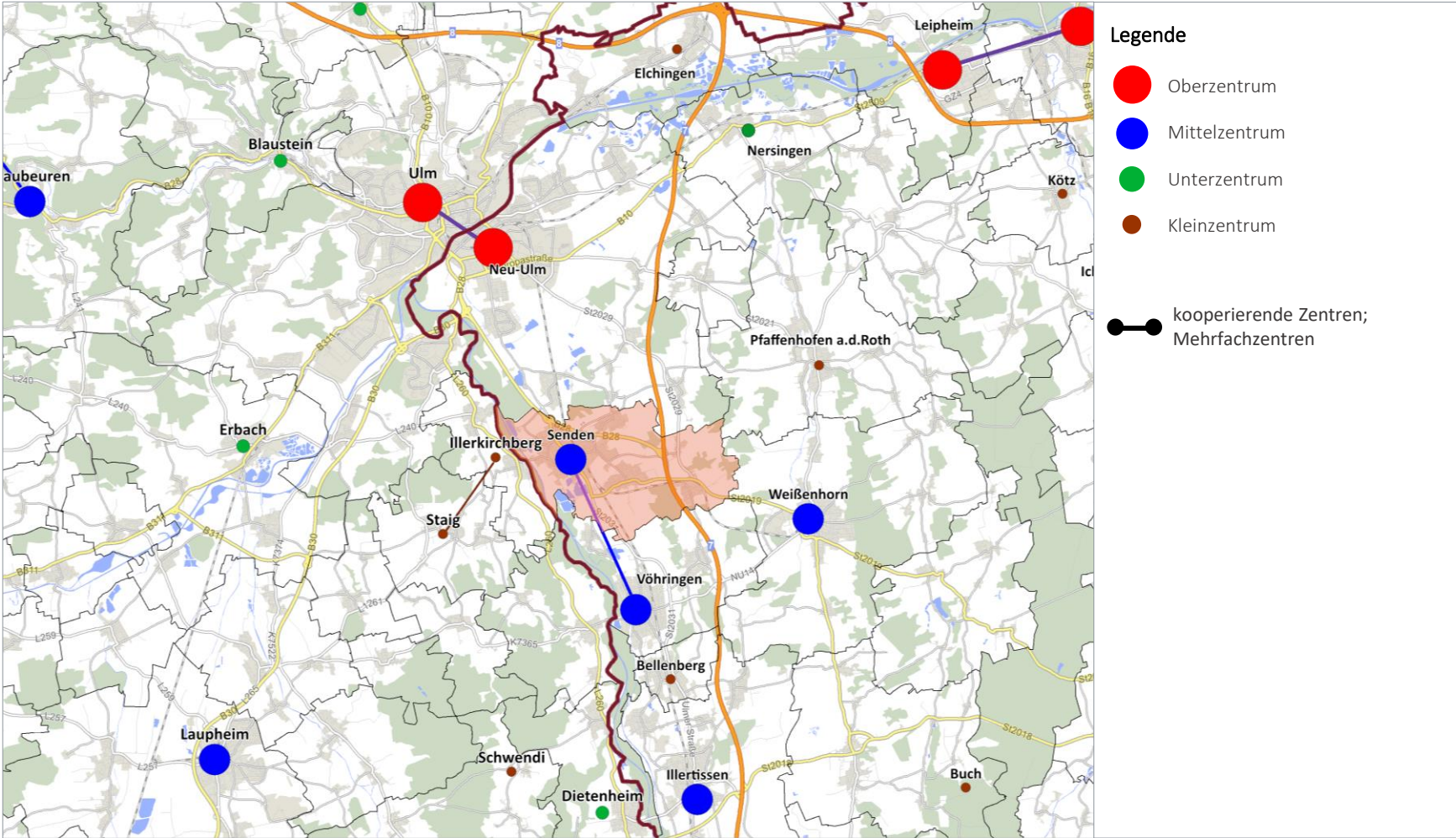
Abbildung 7: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Senden zwischen 2012 und 2021



Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Datenbasis des Bayerischen Landesamtes für Statistik (2023), Stichtag der 31.12. des jeweiligen Jahres.

¹⁹ Bayerisches Landesamt für Statistik (2023), Stichtag 31.12.2021.

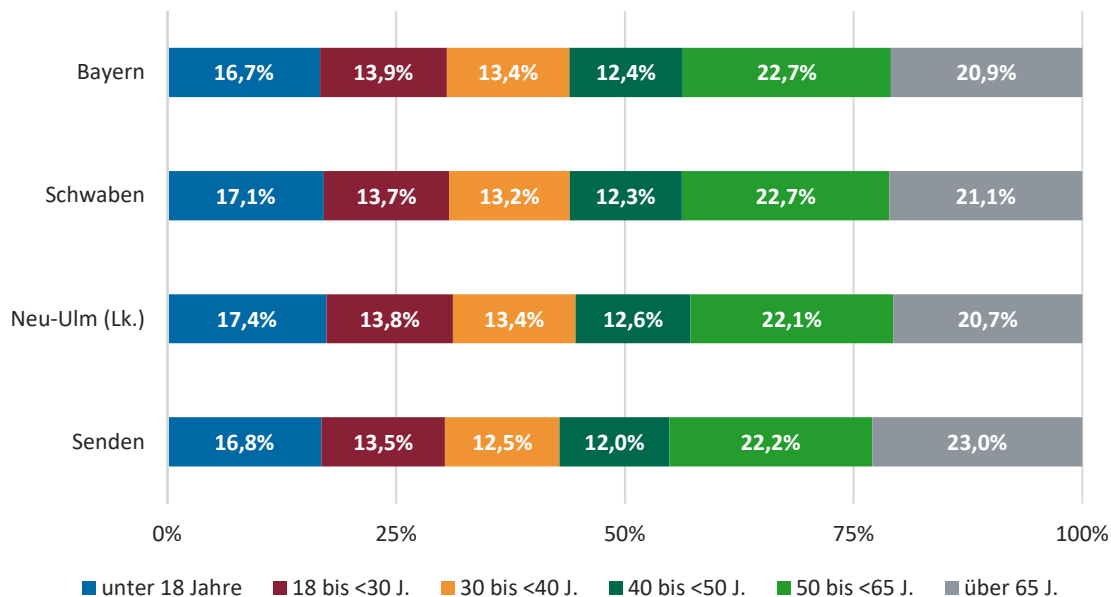
Karte 1: Lage der Stadt Senden und zentralörtliche Struktur in der Region



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2023

Perspektivisch geht die **regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung** des Bayerischen Landesamtes für Statistik in den kommenden Jahren von einer weithin stabilen demographischen Situation aus (rd. 22.430 Einwohner:innen bzw. – 0,8 % zum Jahr 2030).²⁰ Die **Altersstruktur** der Stadt Senden zeigt sich nahezu identisch mit jener des Landkreises Neu-Ulm, des Regierungsbezirkes Schwaben und des Freistaates Bayern. Dabei gibt es einen leichten Überhang in der Bevölkerungsgruppe der über 65-Jährigen.

Abbildung 8: Altersstruktur der Großen Kreisstadt Senden im regionalen Vergleich



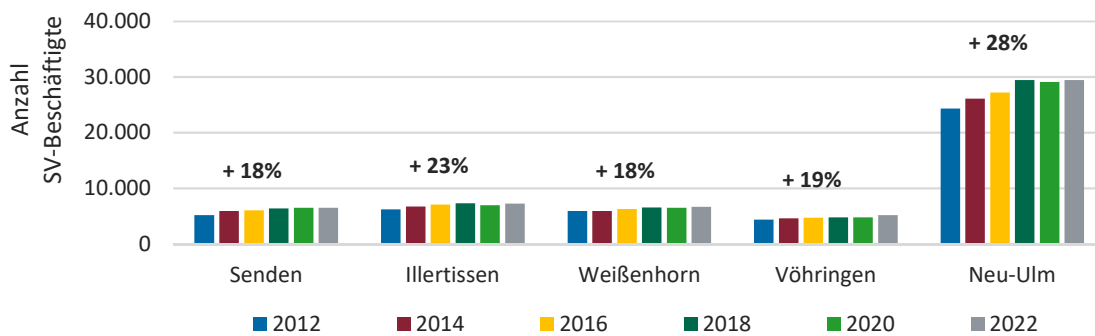
Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis des Bayerischen Landesamt für Statistik (2023), Stichtag 31.12.2021.

3. Wirtschaftliche Entwicklung

Insgesamt waren in Senden im Jahr 2022 rd. 10.400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort tätig, was einem Beschäftigtenbesatz von rd. 460 Beschäftigten je 1.000 Einwohner:innen entspricht. Den rd. 4.360 Einpendlern standen rd. 8.290 Auspendler gegenüber, woraus sich ein negativer Pendlersaldo von rd. 3.930 Personen ergibt. In den zurückliegenden Jahren war sowohl für die Stadt Senden als auch die umliegenden Städte eine positive Beschäftigtenentwicklung festzuhalten. Dabei bewegt sich Senden im Vergleich im unteren Bereich.

²⁰ Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2023): Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Gemeinden.

Abbildung 9: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2012 – 2022



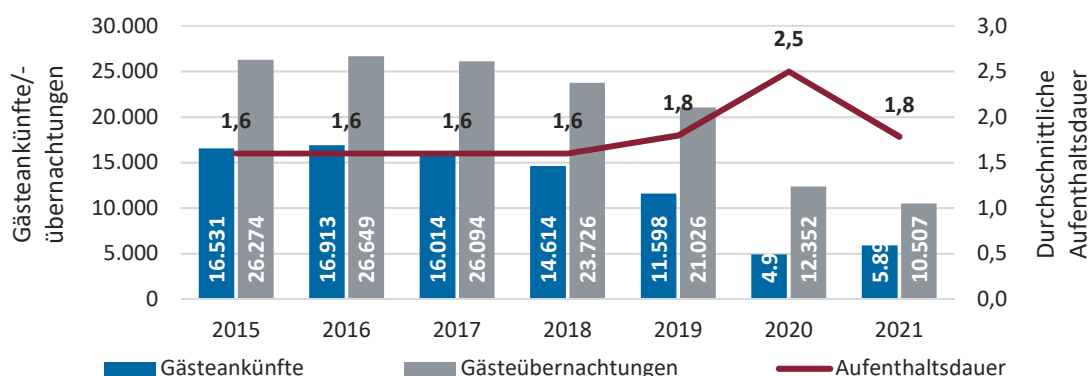
Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Datenbasis der Bundesagentur für Arbeit (2022): Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik (Stand: 30.06. des jeweiligen Jahres)

Die Wirtschaftsstruktur wird in Senden überwiegend durch den Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe geprägt. Hier sind etwa 41 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort tätig. Zum Vergleich: In Bayern sind in diesem Bereich 21 % beschäftigt, im Landkreis Neu-Ulm 28 %. Weiterhin spielt in Senden der Dienstleistungssektor (Unternehmens-, öffentliche und private Dienstleistungen) mit 34 % eine zentrale Rolle (Bayern: 46%, Lkr. Neu-Ulm: 33 %).²¹

4. Touristische Bedeutung

Mit dem Sendener Waldsee und der Lage an der Iller sowie der Anbindung an die Fernradwege „Donau-Täler“ und „Iller-Radweg“ bietet Senden ein hohes Potenzial in den Bereichen Naherholungs- und Freizeittourismus, jedoch nicht als ausgeprägter Übernachtungsstandort. Mit Stand Juni 2021 verfügt die Stadt mit 4 Beherbergungsbetrieben ab 10 Betten über ein Gesamtangebot von rd. 160 Betten. In Senden haben sich wie in ganz Bayern die Auswirkungen der Corona-Pandemie in Form von stark rückläufigen Zahlen bei den Gästeankünften und -übernachtungen bemerkbar gemacht (vgl. Abbildung 10). Im letzten „Vor-Corona-Jahr“ 2019 lässt sich eine Übernachtungsintensität von 933 Übernachtungen je 1.000 Einwohner:innen feststellen. Diese ist im Vergleich mit dem Landkreis Neu-Ulm (2.746 Übernachtungen) und insbesondere ganz Bayern (7.689 Übernachtungen)²² als niedrig einzustufen.

Abbildung 10: Entwicklung der Gästeankünfte und -übernachtungen sowie der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in Senden 2015 bis 2021



Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Datenbasis des Bayerisches Landesamtes für Statistik (2022): Statistik kommunal 2021 für Senden sowie Bayerischen Landesamtes für Statistik (2022): Monatserhebung im Tourismus für Senden ab 2021.

²¹ Bayerisches Landesamtes für Statistik (2022): Statistik kommunal 2021 für die jeweilige Gebietseinheit
²² ebd.

III. Angebots- und Nachfragesituation

Der Einzelhandelsstandort Senden ist insbesondere bekannt durch das große Möbel- und Einrichtungshaus Inhofer. Daneben haben sich weitere namhafte Marken wie zum Beispiel C&A, Schmid, Adler, Deichmann oder TK Maxx angesiedelt. In der Sendener Innenstadt konzentrieren sich schwerpunktmäßig kleinflächige Nahversorgungs- und Dienstleistungsbetriebe.

1. Angebotssituation in Senden

Zur Erfassung der Angebotssituation in Senden wurde in den Kalenderwochen 36 bis 38 des Jahres 2022 eine intensive Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandels durch GMA-Mitarbeiter durchgeführt. Die Daten sind weiterhin ergänzt durch Angaben aus den Expertengesprächen, welche im Januar 2023 geführt wurden. Im Rahmen einer Nacherhebung (KW 7, 2023) wurde auch der zum 1. Dezember 2022 im Stadtteil Wullenstetten eröffnete Supermarkt (Feneberg) berücksichtigt.

1.1 Einzelhandelsbestand insgesamt

Zum Zeitpunkt der Erhebungen stellte sich der Einzelhandelsbestand in Senden wie in Tabelle 2 zusammengefasst dar. Insgesamt konnten 122 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 155.130 m² lokalisiert werden. Davon entfallen etwa 10 % auf den Bereich *Nahrungs- und Genussmittel*, die weiteren 90 % auf den Nichtlebensmittelbereich.

Tabelle 2: Einzelhandelsbestand nach Branchen

Branche	Anzahl der Betriebe ¹	Verkaufsfläche ² in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	48	16.293	80,0
Gesundheit/Körperpflege	6	2.606	17,5
Blumen/Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	6	2.453	5,0
Summe kurzfristiger Bedarf	60	21.351	102,6
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	4	2.239	8,2
Bekleidung, Schuhe, Sport ³	20	27.490	62,2
Summe mittelfristiger Bedarf	24	29.729	70,3
Elektrowaren, Medien, Foto	6	3.950	26,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10	89.790	231,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	4	7.678	11,9
Optik, Akustik/Uhren, Schmuck	9	716	4,8
Sonstige Sortimente ⁴	9	1.916	5,2
Summe langfristiger Bedarf	38	104.050	279,3
Nichtlebensmittel	74	138.837	372,2
Summe	122	155.130	452,2

1 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

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

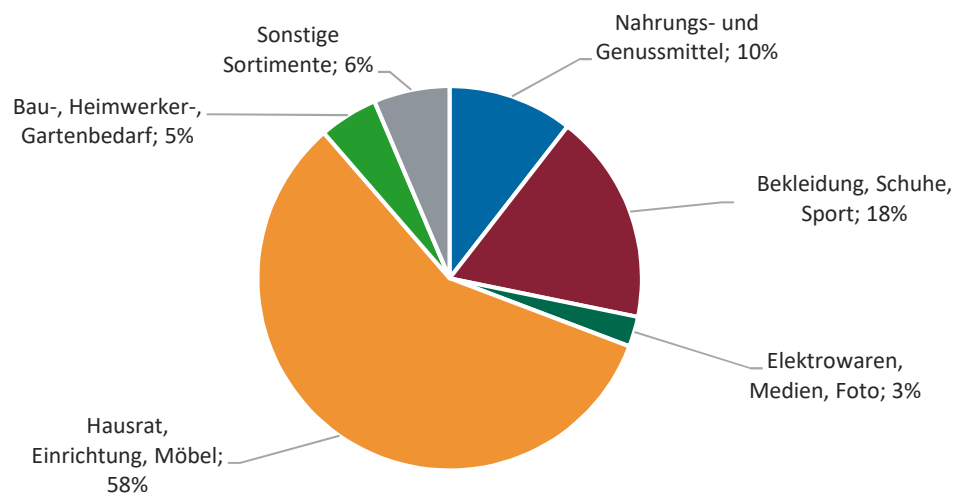
3 Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte

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

Quelle: GMA-Erhebung 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Der Einzelhandelsstandort Senden ist wesentlich geprägt durch das Möbelhaus Inhofer. Dessen zentrale Bedeutung spiegelt sich auch im **deutlichen Angebotsschwerpunkt** Sendens im Bereich *Hausrat, Einrichtung, Möbel* mit einem Anteil von ca. 58 % an der Gesamtverkaufsfläche wider. Darauf folgen mit ca. 18 % das Segment *Bekleidung, Schuhe, Sport* und mit ca. 10 % *Nahrungs- und Genussmittel*. Hervorzuheben ist außerdem noch die Warengruppe *Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche* mit ca. 5 %. Alle weiteren Sortimente sind mit einem Anteil von höchstens 3 % an der Gesamtverkaufsfläche nur von nachrangiger Bedeutung.

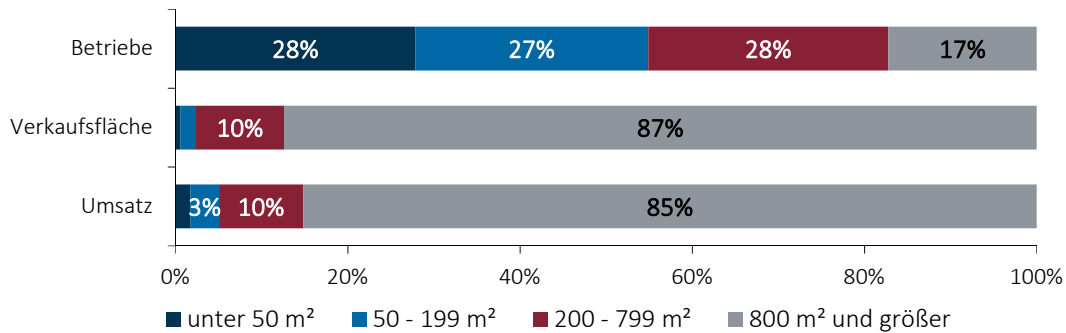
Abbildung 11: Verkaufsflächenanteile nach Branchen



Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis eigener Erhebungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich). Zur besseren Darstellung sind Warengruppen mit einem Verkaufsflächenanteil bis unter 2 % unter der Kategorie „Sonstige Sortimente“ zusammengefasst.

Die Analyse der **Betriebsgrößenstruktur** verdeutlicht die herausgehobene Stellung des großflächigen Einzelhandels in Senden. Von den insgesamt 122 Betrieben entfallen 17 % auf Anbieter mit einer Verkaufsfläche ab 800 m². Diese vereinigen ca. 87 % der Verkaufsfläche bzw. ca. 85 % des Umsatzes auf sich. Demgegenüber entfallen über die Hälfte aller Geschäfte auf die Größenordnung unter 200 m². Dabei sind ca. 28 % der Betriebe als Kleinbetriebe mit unter 50 m² Verkaufsfläche festzuhalten, welche einen Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand von unter 1 % repräsentieren. Anbieter zwischen 50 und 199 m² Verkaufsfläche machen ca. 27 % des gesamten Betriebsbestandes aus und nehmen einen Verkaufsflächenanteil von ca. 2 % ein. Mit 2 bzw. 3 % haben diese jedoch nur einen geringen Anteil am Umsatz. Geschäfte zwischen 200 und 800 m² Verkaufsfläche machen 28 % der Betriebe aus und vereinigen dabei jeweils ca. 10 % der Verkaufsfläche sowie des Umsatzes auf sich.

Abbildung 12: Größenstruktur der Betriebe



Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis eigener Erhebungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die **durchschnittliche Betriebsgröße** liegt mit rd. 1.270 m² Verkaufsfläche deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt (ca. 240 m² Verkaufsfläche) und auf dem gleichen Niveau wie im Rahmen des Einzelhandelskonzepts 2016 festgestellt (1.265 m²). Hierin macht sich wieder die hohe Bedeutung des Möbelhauses Inhofer bemerkbar, das allein bereits über eine Verkaufsfläche von ca. 80.000 m² verfügt. Ohne Möbel Inhofer ergibt sich eine durchschnittliche Betriebsgröße von ca. 615 m² (2016: 620 m²).

Ein Blick auf die **Betriebstypenstrukturen** zeigt für Senden eine gute Stellung der Fachgeschäfte. Mit 66 Betrieben und damit ca. 55 % entfällt der Großteil der vorhandenen Anbieter auf diesen Betriebstyp.

- / Im **Lebensmittelbereich** entfallen 60 % der Betriebe auf kleinere Fachgeschäfte / Lebensmittelhandwerk. Diese machen dabei jedoch nur ca. 9 % der Verkaufsfläche aus. Demgegenüber liegt der Anteil der Supermärkte / Großen Supermärkte, Discounter sowie SB-Warenhäuser (Marktkauf) bei 23 % der Betriebe, zugleich aber 83 % der Verkaufsfläche.
- / Fachmarktkonzepte dominieren im **Nichtlebensmittelbereich**. Sie vereinigen 45 % und dabei ca. 85 % der Verkaufsfläche auf sich. Demgegenüber machen kleinere Fachgeschäfte einen Anteil von 51 % der Betriebe aus, zugleich aber nur 23 % der Verkaufsfläche.

Tabelle 3: Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen

Betriebstypen	Betriebe	Verkaufsfläche
	In %	
Lebensmittelhandwerk/kleinere Fachgeschäfte	60	9
Supermarkt/Großer Supermarkt	8	23
Lebensmitteldiscounter	13	23
SB-Warenhaus	2	37
sonstige Betriebstypen (z. B. Getränkefachmarkt)	17	8
Summe Nahrungs- und Genussmittel	100	100
Fachgeschäft/filialisierter Einzelhandel	51	12
Fachmarkt	45	85
Kaufhaus/Warenhaus	3	2
sonstige Betriebstypen	1	1
Summe Nichtlebensmittel	100	100

Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis eigener Erhebungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Ein Vergleich mit Ergebnissen aus dem Einzelhandelskonzept 2016 anhand verschiedener Kennziffern lässt Aussagen über die Entwicklung des Einzelhandels in Senden während der vergangenen Jahre zu.²³

Die **angebotsbezogenen Veränderungen in Senden zwischen 2016 und 2022** lassen sich mit Hilfe verschiedener Kennziffern wie folgt darstellen:

- / Mit einer **rückläufigen Betriebsanzahl** von 124 Betrieben im Jahr 2016 auf heute 122 Betriebe (- 2 Betriebe bzw. – 1,6 %) folgt Senden dem bundesdeutschen Entwicklungstrend. Die gesamte Verkaufsfläche hat von 156.570 m² auf 155.130 m² (-1.440 m² bzw. - 0,9 %) nur leicht abgenommen.
- / Die **durchschnittliche Ladengröße** bleibt damit etwa konstant (1.270 m² gegenüber 1.265 m² in 2016).
- / Die Einzelhandelsentwicklung im Betrachtungszeitraum ist von einem **Umsatzzuwachs** in Höhe von rd. 36,2 Mio. € begleitet (+ 8,7 %). Erwirtschaftete der Sendener Einzelhandel 2016 einen Gesamtumsatz von rd. 416,0 Mio. €, realisierte dieser 2022 ein Wachstum auf rd. 452,2 Mio. €. Diese Entwicklung ist insbesondere auf das Verkaufsflächenwachstum im leistungsstarken Lebensmittelhandel sowie auf den generellen Kaufkraftanstieg (+ 4 %) in den letzten Jahren zurückzuführen.

Tabelle 4: Veränderungen im Sendener Einzelhandel zwischen 2016 und 2022

	2016	2022	Entwicklung 2016 / 2022	
Betriebsanzahl	124	122	- 2	- 2 %
Verkaufsfläche	156.570 m ²	155.130 m ²	- 1.440 m ²	- 1 %
<i>davon Lebensmittel</i>	<i>14.560 m²</i>	<i>16.290 m²</i>	<i>+ 1.730 m²</i>	<i>+ 12 %</i>
<i>davon Nichtlebensmittel</i>	<i>142.000 m²</i>	<i>138.840 m²</i>	<i>- 3.160 m²</i>	<i>- 2 %</i>
Betriebsgröße (Ø)	1.265 m ²	1270 m ²	+ 5 m ²	± 0 %
Einzelhandelsumsatz	416,0 Mio. €	452,2 Mio. €	+ 36,2 Mio. €	+ 9 %
Flächenproduktivität	2.655 €/m ² VK	2.915 €/m ² VK	+ 255 €/m ² VK	+ 9 %
Kaufkraftindex	104,6	105,0	+ 0,4	± 0 %
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	5.640 € p. P.	6.760 € p. P.	+ 1.120 € p. P.	+ 4 %
Zentralität	324	282	- 42	- 13 %

Quelle: GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich). Die Werte zur Flächenproduktivität sowie der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft 2016 wurden rechnerisch aus den entsprechenden Angaben im Einzelhandelskonzept 2016 ermittelt.

Insgesamt betrachtet ist – dem anhaltenden Strukturwandel im Einzelhandel folgend – die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe auch in Senden rückläufig gewesen. Dieser Rückgang betrifft in erster Linie den Nichtlebensmittelbereich, im Lebensmittelbereich hingegen wurde das Angebot leicht ausgebaut. In der Gesamtverkaufsfläche konnte Senden das überaus hohe Niveau weiter halten. Trotz eines gestiegenen Gesamtumsatzes im Einzelhandel und einer erhöhten Flächenproduktivität hat die Zentralität und damit die überörtliche Bedeutung des Einzelhandels in Senden um rd.

²³ Der GMA liegt das Einzelhandelskonzept im Rahmen des Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzepts (Büro für Standort-, Markt- und Regionalanalyse Dr. Manfred Heider, 2016), nicht aber die Originaldaten vor. Aussagen zur Entwicklung des Einzelhandels sind daher auch vor dem Hintergrund zu bewerten, dass Daten ggfs. unterschiedlich aufbereitet wurden und daher nur bedingt vergleichbar sind.

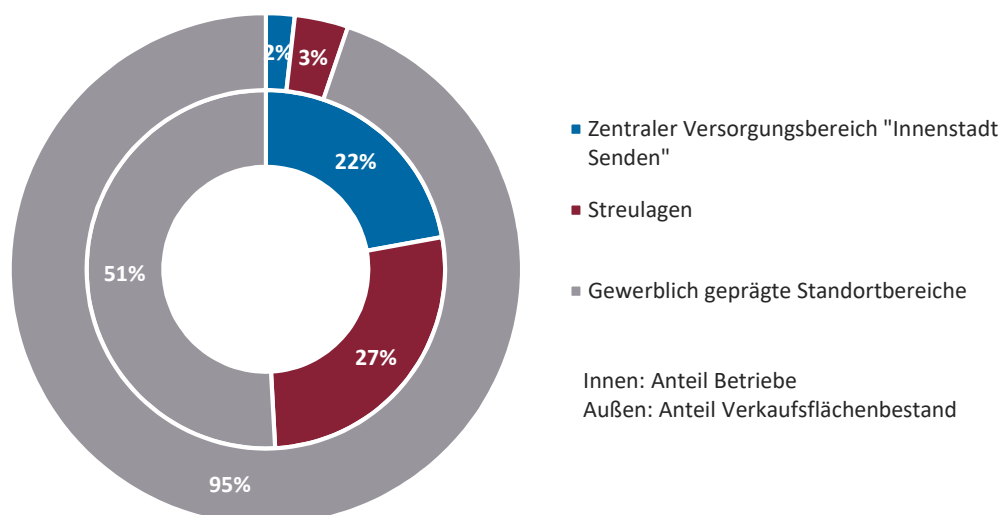
13 % abgenommen. Hier läuft die Umsatzentwicklung der insgesamt positiven Kaufkraftentwicklung in der Stadt hinterher. Der Wert von 282 ist für ein Mittelzentrum dennoch als herausragend einzustufen und unterstreicht die starke Stellung von Senden als Einzelhandelsstandort in der Region und darüber hinaus.

1.2 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Das Mittelzentrum Senden verfügt über ein differenziertes Netz abgestufter Versorgungslagen. Der größte Teil des Einzelhandels wird dabei in **gewerblich geprägte Standortbereichen** (Fachmarkttagglomeration) abgewickelt. Dabei ist in aller erster Linie das Gewerbegebiet Nord zu nennen. Hier sind nicht nur etwa die Hälfte aller Sendener Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, auf Grund der Größe der Betriebe entfallen hierauf auch rd. 95 % des gesamten Verkaufsflächenbestandes. In der **Innenstadt**²⁴ sind 22 % der Betriebe angesiedelt. Die übrigen Betriebe verteilen sich in **Streulagen** über das Stadtgebiet. Dabei sind Konzentrationen in den ehem. Ortsmitten festzustellen, insbesondere in Ay und Wullenstetten.

Abbildung 13 bzw. Tabelle 5 zeigen die Verteilung des Einzelhandelsbesatzes nach Standortlagen auf; in Karte 2 ist die räumliche Verteilung des Angebotes dargestellt. Im Überblick stellt sich diese wie folgt dar:

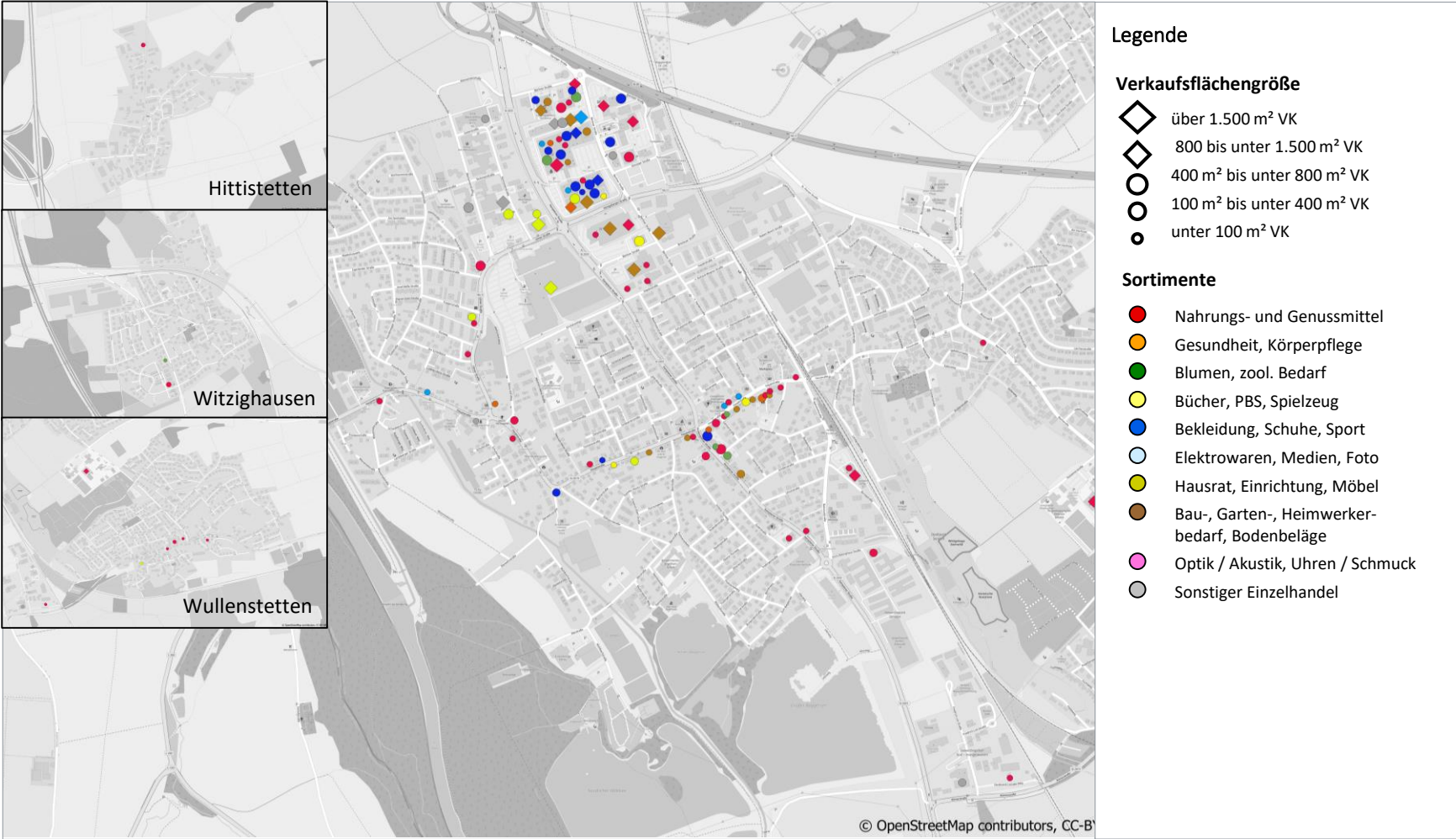
Abbildung 13: Anzahl Betriebe und Verkaufsflächenbestand nach Standortlagen



Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis eigener Erhebungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

²⁴ In den folgenden statistischen Ausführungen zum Einzelhandel wird für die Innenstadt bereits die Abgrenzung entsprechend des Zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Kap. VI. 3.3.1) angenommen.

Karte 2: Räumliche Verteilung der Betriebsstätten des Einzelhandels



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2023, Kartengrundlage: WiGeoGIS GmbH

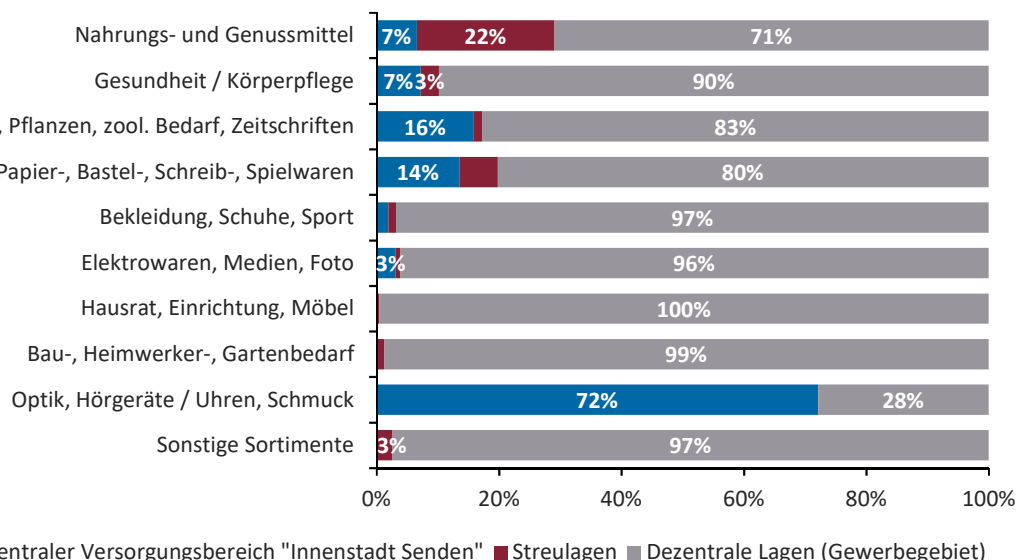
Tabelle 5: Einzelhandelsbesatz nach Standortlagen

Standortbereich	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz*	
	Anzahl	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“	27	22	2.815	2	14,6	3
Streulagen	33	27	5.250	3	22,9	5
Gewerblich geprägte Standortbereiche	62	51	147.065	95	414,7	92
Senden gesamt	122	100	155.130	100	452,2	100

* Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.
 Quelle: GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Mit Blick auf die **räumliche Verteilung** der einzelnen Branchen nach Verkaufsflächen auf die verschiedenen Standortlagen in Senden wird deutlich, dass sich die allermeisten Sortimente auf die gewerblich geprägten Standortbereiche (insbesondere das Gewerbegebiet Nord) konzentrieren (vgl. Abbildung 14). Dies gilt nahezu vollständig für die nicht zentrenrelevanten Warengruppen *Hausrat, Einrichtung, Möbel* sowie *Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf* und die zentrenrelevanten Warengruppen *Bekleidung, Schuhe, Sport* und *Elektrowaren, Medien, Foto*²⁵. Die weiteren zentrenrelevanten Warengruppen *Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege, Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften* sowie *Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib- und Spielwaren* sind zwar in einem nennenswerten Anteil in der Sendener Innenstadt vertreten, der eindeutige Schwerpunkt liegt aber auch hier in dezentralen Lagen. Die einzige Ausnahme von der Regel bietet das Sortiment *Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck*, welches zu etwa zwei Dritteln in der Innenstadt vertreten ist.

Abbildung 14: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen und Branchen



Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis eigener Erhebungen 2022

²⁵ Zentrenrelevant / Nicht-zentrenrelevant im Sinne gängiger Sortimentseinstufungen, wie beispielsweise in der Sortimentsliste des Landesentwicklungsprogramms Bayern 2018 vorgenommen.

1.2.1 Innenstadt Senden

Zum Erhebungszeitpunkt stellte sich der Einzelhandelsbestand in der Innenstadt wie folgt dar (Vgl. Tabelle 6):

Tabelle 6: Einzelhandelsbestand nach Branchen in der Sendener Innenstadt

Branchen	Anzahl der Betriebe ¹	Verkaufsfläche in m ² ²	Umsatz in Mio. € ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	1.195	7,2
Gesundheit/Körperpflege	2	195	1,3
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	3	225	0,5
Summe kurzfristiger Bedarf	16	1.615	9,1
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	1	130	0,7
Bekleidung, Schuhe, Sport ³	1	515	1,0
Summe mittelfristiger Bedarf	2	645	1,7
Elektrowaren, Medien, Foto	2	115	0,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	0	0	0,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	0	0	0,0
Optik, Akustik/Uhren, Schmuck	7	440	3,3
Sonstige Sortimente ⁴	0	0	0,0
Summe langfristiger Bedarf	9	555	3,9
Nichtlebensmittel	16	1.620	7,4
Summe	27	2.815	14,6

1 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

2 Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

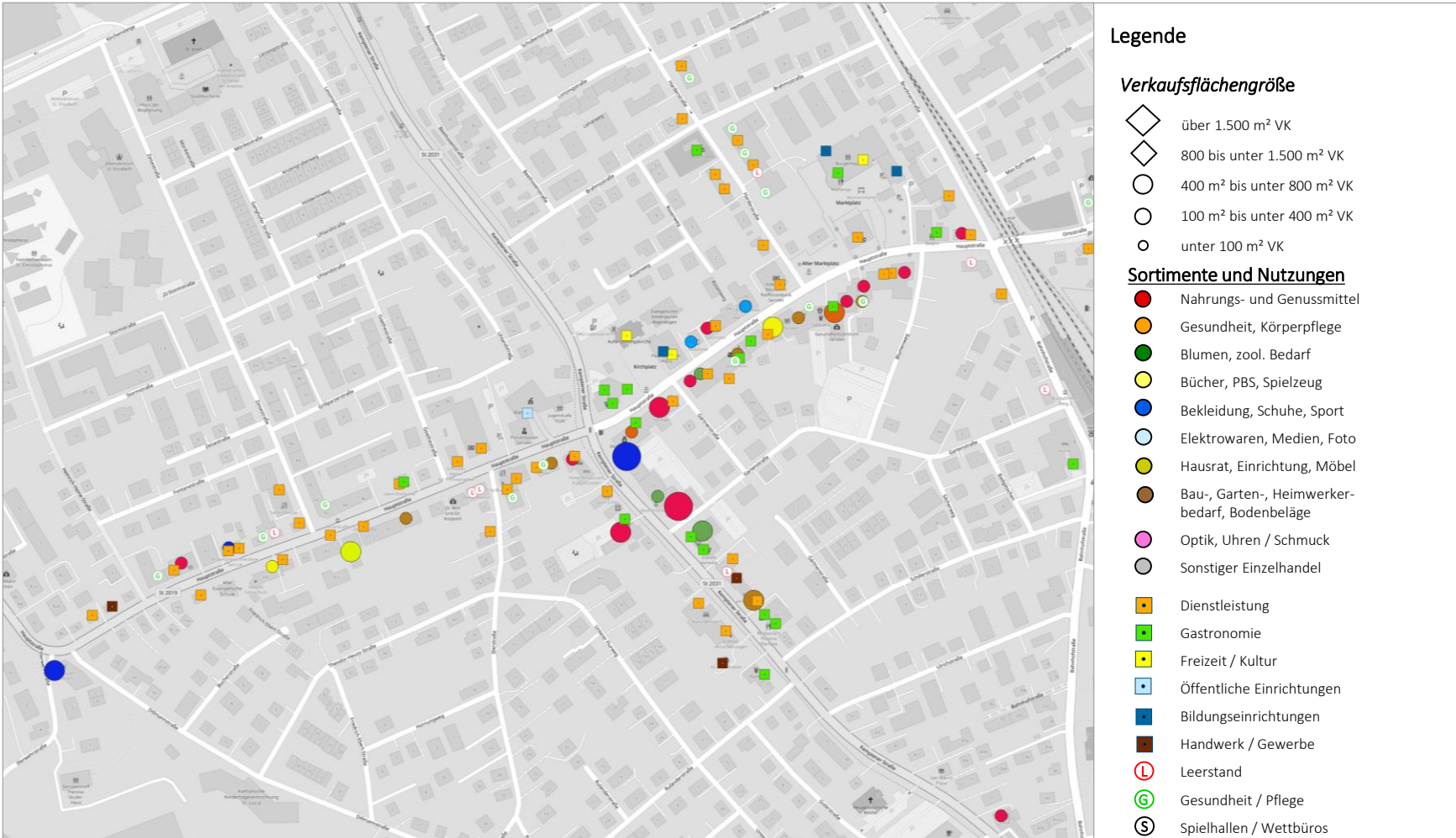
3 Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte

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

Quelle: GMA-Erhebung 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

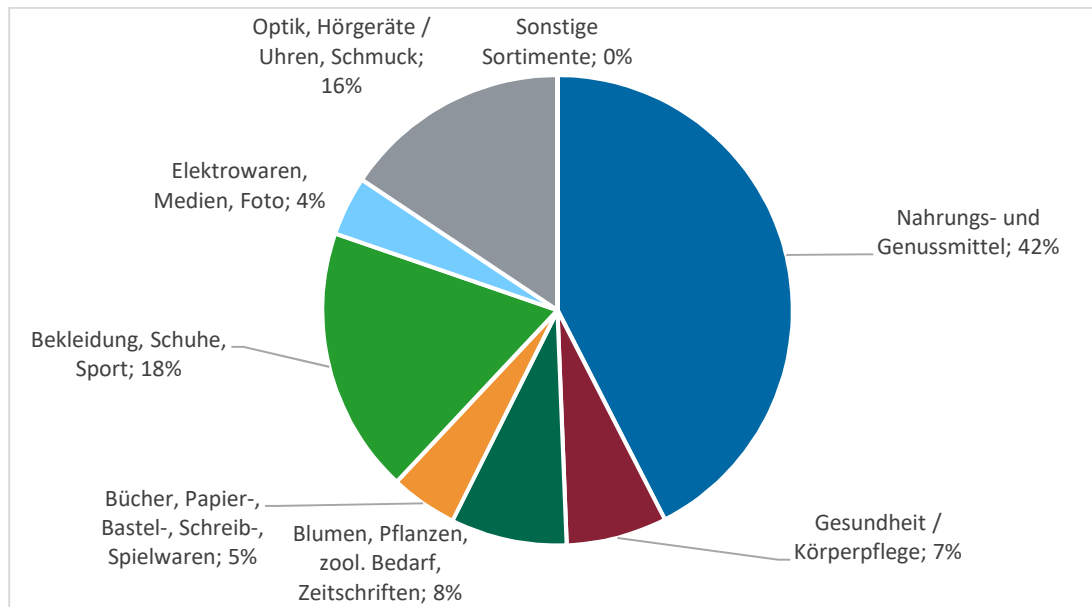
- / In der Innenstadt von Senden befanden sich im September 2022 insgesamt 27 Betriebe des Ladeneinzelhandels mit rd. 2.815 m² Verkaufsfläche, die zusammen rd. 14,6 Mio. € erwirtschafteten.
- / Der klare Angebots- und Verkaufsflächenschwerpunkt befindet sich im Angebotsbereich des kurzfristigen Bedarfs und hier vor allem im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel. Hier wird etwa die Hälfte des Einzelhandelsumsatzes in der Sendener Innenstadt erwirtschaftet. Zu nennen sind hier einerseits die beiden Discounter Netto City und Norma, und andererseits das relativ breite Angebot an Bäckereien sowie eines Metzgereibetriebes.
- / Ein weiterer Angebots- und Verkaufsflächenschwerpunkt liegt im Bereich Optik, Akustik/Uhren, Schmuck, hiervon sind sieben Betriebe vertreten. Diese machen auf Grund der eher geringen Ladengrößen zwar nur rd. 16 % der Verkaufsflächen aus, erwirtschafteten dabei aber rd. 27 % des Einzelhandelsumsatzes.

Karte 3: Angebot der Sendener Innenstadt



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; Kartengrundlage GfK GeoMarketing; Datengrundlage GfK GeoMarketing; © Microsoft, Nokia; GMA-Bearbeitung 2023

- / Das innenstadtrelevante Sortiment Bücher wird durch die Bücherei Bücherwelt Senden abgedeckt; dezidierte Anbieter von Papier-/Büro- und Schreibwaren sowie Spielwaren sind aktuell nicht in der Innenstadt ansässig. Elektrowaren, Medien und Foto entfallen lediglich auf die Angebote kleinteiliger Mobilfunkanbieter (Vodafone Shop, O2 Shop). Das Segment Bekleidung ist lediglich mit dem KiK in der Kemptener Straße vertreten.
- / Die durchschnittliche Geschäftsgröße in der Innenstadt beläuft sich aktuell auf rd. 105 m² VK.

Abbildung 15: Verkaufsflächenanteile nach Branche, Innenstadt Senden


Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis eigener Erhebungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Der Bereich der Sendener Innenstadt ist nicht nur gekennzeichnet durch einen relativ dichten Besatz an klein- und mittelflächigen Einzelhandelsbetrieben, weiterhin finden sich hier zwei Apotheken, mehrere Arztpraxen, gastronomische Betriebe und mit dem Bürger:innenhaus, Rathaus und der Auferstehungskirche repräsentative Bauwerke der Stadt Senden.

In den genannten Bereichen sind weitere Projekte – verschieden weit fortgeschritten – in Planung. In erster Linie ist hierbei die Neugestaltung des Marktplatzes mit Abriss und Neubau des Sparkasengebäudes sowie einer Bibliothek am Marktplatz zu nennen. In diesem Rahmen soll nicht nur der Marktplatz als Aufenthaltsort atmosphärisch aufgewertet werden. Mit der Bibliothek und einem Ausbau des Angebots in Gastronomie und Einzelhandel²⁶ soll auch die Funktionsvielfalt des Marktplatzes gestärkt werden.

Für zwei weitere Grundstücke liegen Bauanträge vor, die ebenfalls eine gewerbliche Nutzung vorsehen. In der Kemptener Straße 16 sind zwei Verkaufsflächen mit jeweils rd. 780 m² und 140 m² geplant, und in der Kemptener Straße 4-6 weitere rd. 80 m². Die Größe der erstgenannten Verkaufsfläche in der Kemptener Straße 16 lässt auf die potenzielle Ansiedlung eines Nahversorgers schließen.

²⁶ Mit Projektstand Dezember 2022 sind im Neubau des Bibliotheksgebäudes (Baustein 3) auf Erdgeschossenebene 2 x 105 m² für Gewerbe sowie ein Café in den Räumen der Bibliothek vorgesehen (Weber + Hummel Architekten Partnerschaft mbB, Planungsstudie - Lebendige Mitte Senden: Grundrissstudie EG Variante 8.2.2 vom 07.12.2022).

Im Rahmen des Teilräumlichen Stadtentwicklungskonzepts gibt es weiterhin Überlegungen zur Entwicklung einer Fläche am Blumenweg (südlich der Hauptstraße), die aktuell als Parkplatz genutzt wird.

Der skizzierte Innenstadtbereich erfüllt insgesamt die Funktion eines multifunktionalen Stadtzentrums, indem ein grundlegendes Einzelhandelsangebot durch Komplementärnutzungen aus Dienstleistungen, gastronomischen Betrieben und öffentlichen Nutzungen ergänzt wird. Das Einzelhandelsangebot offenbart sich dabei jedoch als deutlich ausbaufähig. Filialisierte Lebensmitteleinzelhändler sind lediglich in Form zweier eher kleinflächiger Discounter (Norma, Netto City) vorhanden. Im zentrenrelevanten Bereich Bekleidung findet sich nur ein Modediscounter (KiK). In seiner Erscheinung positiv hervorzuheben ist die Bücherwelt Senden, dieser Eindruck konnte auch durch das Expert:innengespräch bestätigt werden. Der Bereich *Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck* stellt das einzige zentrenrelevante Sortiment dar, welches eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion einnimmt. In den Sortimentsbereichen Drogerie / Kosmetik, Bekleidung, Elektrowaren, Haushaltswaren, oder auch höherwertige Lebensmittelangebote werden die Lücken im Sendener Innenstadtangebot deutlich.

1.2.2 Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte: Lebensmitteleinzelhandel als Eckpfeiler der Nahversorgung

Mit dem Thema **Nahversorgung** wird heutzutage mehr als nur die reine Bedarfsdeckung verbunden. Die Nahversorgung stellt die Grundlage für Lebensqualität am Wohnstandort dar und übernimmt wichtige soziale Bindungs- und räumliche Orientierungsfunktionen. Während die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs auch als Grundversorgung bezeichnet wird, stellt der Nahversorgungs-begriff ein um den Faktor „Entfernung“ und deren Überwindung erweitertes Verständnis der Grundversorgung dar. Mit „nah“ wird dabei eine wohnortnahe, fußläufige Erreichbarkeit umschrieben, wobei ein enger Zusammenhang mit den Leitbildern und Zielen der Stadtentwicklung besteht.

Nahversorgung lässt sich durch folgende Eckpunkte charakterisieren:

- /// idealerweise zentral gelegen und fußläufig erreichbar (ca. 5 – 10 Gehminuten vom Wohnort entfernt)
- /// Lebensmittelangebot und Drogeriewaren stehen im Mittelpunkt der Versorgung
- /// ggf. Ergänzung durch Dienstleistungen und Angebote der medizinischen Versorgung
- /// Grundlage für Lebens- und Standortqualität
- /// sozialer Treffpunkt im Alltag für Kommunikation und Zusammenleben
- /// Belebung des öffentlichen Raums.

Der Lebensmittelhandel ist die umsatzstärkste Warengruppe innerhalb des deutschen Einzelhandels und weist die stärksten Umsatzsteigerungen auf. Knapp die Hälfte des privaten Konsums entfällt auf Waren des kurzfristigen Bedarfs, davon wiederum die Hälfte allein auf Lebensmittel. Entsprechend hoch ist auch die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland (ca. 36.996 Lebensmittelbetriebe).²⁷ Die **Verkaufsflächengröße** ist ein zweites wichtiges Abgrenzungsmerkmal der Betriebstypen und variiert zwischen den Discountern mit durchschnittlich ca. 810 m² Verkaufsfläche

²⁷ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2022): Handelsdaten aktuell 2022, S. 79.

pro Betrieb und den flächenextensiven SB-Warenhäusern, die über eine durchschnittliche Verkaufsfläche von knapp 6.600 m² Verkaufsfläche pro Betrieb verfügen. Supermärkte und große Supermärkte verfügen durchschnittlich über 1.100 m² bzw. 3.260 m² Verkaufsfläche.²⁸

Die Entwicklung im Lebensmittelhandel wird nach wie vor von einer Ausdehnung der Verkaufsflächen, bei verlangsamer Geschwindigkeit, bestimmt. Gründe für die in den letzten Jahren stark gewachsenen Flächen je Lebensmittelmarkt sind vor allem:

- /// die gestiegenen Flächenansprüche für die Warenpräsentation sowie eine veränderte Gestaltung der Verkaufsflächen infolge gesteigener Anforderungen der Kund:innen an Übersichtlichkeit und Bequemlichkeit (breitere Gänge, niedrigere Regale),
- /// ein Anstieg der Artikelanzahl aufgrund hoher Produktinnovationen und Ernährungstrends (z. B. Diät- und Allergikerprodukte, internationale Standortausrichtung, Regionalität, vegetarisch oder vegan),
- /// die stetige Notwendigkeit einer Verbesserung bzw. Optimierung der betrieblichen Abläufe innerhalb eines Marktes (= Logistik),
- /// eine baurechtlich andere Zuordnung von Flächen, die früher den Nebenflächen zugeordnet wurden und heute als Verkaufsflächen betrachtet wird (z. B. Windfänge),
- /// die Einführung von Pfandräumen und eine veränderte Kühltechnik sowie
- /// neue Verkaufsbäckereien oder in die Verkaufsfläche integrierte Gastronomieangebote.

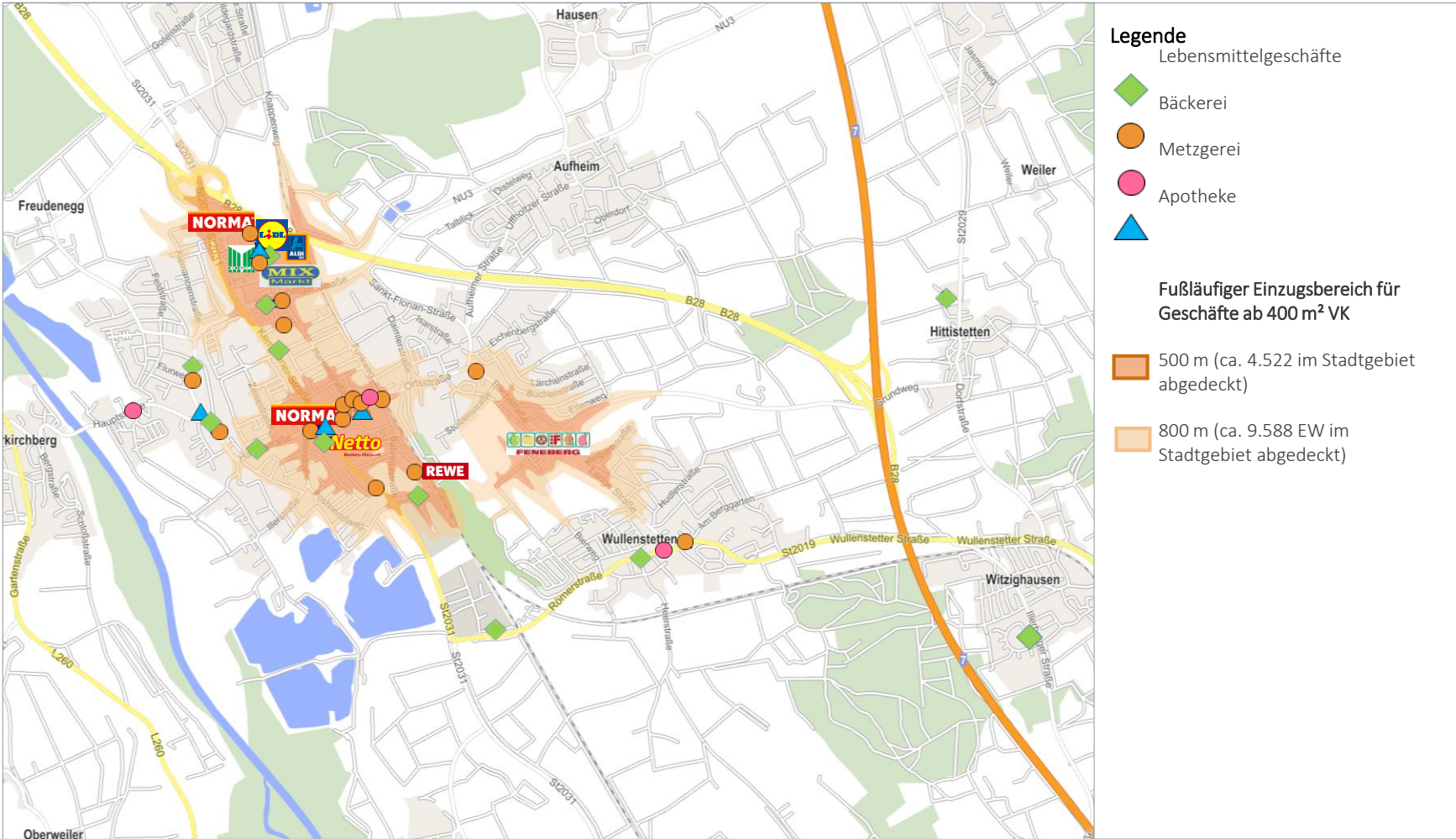
Insofern überschreitet der moderne Lebensmitteleinzelhandel regelmäßig die in § 11 Abs. 3 BauNVO verankerten Schwellenwerte (800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Bruttogeschossfläche) und lässt sich aufgrund des hohen Flächenbedarfs und der damit verbundenen hohen Parkierungsflächen oftmals nicht in den – in raumordnerischer Hinsicht hierfür vorgesehenen – historisch gewachsenen Einkaufslagen (Innenstädten, Ortskernen) unterbringen.

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes im Lebensmittelbereich in Senden zeigt mit Blick auf die verbrauchernahe Grundversorgung in quantitativer wie qualitativer Hinsicht eine insgesamt gute Angebotssituation. Allerdings zeigt sich auch hier die starke Dominanz des Gewerbegebiets Nord. Dieses wird geprägt durch das SB-Warenhaus Marktkauf mit einer sehr großen Verkaufsfläche (6.780 m²), moderner Ausstattung und ausgeprägter Randsortimente auch über den Lebensmittelbereich hinaus. Hinzu kommen die einschlägigen Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl und Norma, der Bio-Lebensmittelmarkt Schmid Natur, ein Getränkemarkt (Finkbeiner) und weitere, kleinteilige Anbieter aus dem Feinkostbereich und Lebensmittelhandwerk (Bäckereien). Auf Grund der Lage erfüllt das Lebensmittelangebot im Gewerbegebiet Nord jedoch nur sehr begrenzt das Kriterium der Nahversorgung im Sinne einer guten, fußläufigen Erreichbarkeit.

In geringerem Umfang, jedoch fußläufig besser erreichbar, ist in der Innenstadt vor allem in Form der beiden Lebensmitteldiscounter Netto City und Norma ein Grundangebot im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Dieses wird ergänzt durch einen kleinen Supermarkt für ausländische Spezialitäten (Günes Markt) und kleinteilige Anbieter aus dem Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, eine Metzgerei).

²⁸ Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2022): Handelsdaten aktuell 2022, S. 79 f.

Karte 4: Nahversorgungsangebot in Senden – Lebensmittelmärkte und fußläufige Einzugsbereiche



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, © Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2023

Im weiteren Stadtgebiet sind als bedeutende Nahversorgungsstandorte der Rewe in der Borsigstraße sowie der neu eröffnete Feneberg im Stadtteil Wullenstetten zu nennen. Beide präsentieren sich mit einer modernen Ausstattung bei großer Verkaufsfläche und einem guten Angebot. Verteilt über das weitere Stadtgebiet sind, jedoch mit geringen Verkaufsflächen, noch zwei Getränkemärkte, einzelne Geschäfte für ausländische Spezialitäten, und weitere Bäckereien und Metzgereien vorhanden.

In der Stadt Senden liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche im Bereich Lebensmittel²⁹ bei ca. 803 m² je 1.000 Einwohner:innen und damit deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt (ca. 436 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner:innen).³⁰ Bei der betrieblichen Betrachtung der Nahversorgungsstrukturen wird deutlich, dass von den 46 Betrieben des Lebensmittelhandels (inkl. Lebensmittelhandwerk und Spezialanbieter) mit zusammen rd. 18.175 m² VK rd. 15 % der Läden eine Verkaufsfläche von 800 m² und mehr besitzen. Diese stellen jedoch 75 % der Verkaufsflächen zur Verfügung und tragen damit in einem hohen Maße zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung bei.

Der Großteil der Lebensmittelmärkte ist hinsichtlich seines **Marktauftritts** auf einem attraktiven, zeitgemäßen Niveau. So präsentieren sich insbesondere die größeren Supermärkte und das SB-Warenhaus als ansprechende Vollsortimenter. Lediglich vereinzelt weisen die Supermärkte und Lebensmitteldiscounter einen Modernisierungstau hinsichtlich Verkaufsflächengröße oder Ladenlayout auf.

Neben einer Bewertung des aktuellen Marktauftritts und der Leistungsfähigkeit der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ist als weiteres Kriterium zur Charakterisierung der Nahversorgungssituation der Aspekt der **fußläufigen Erreichbarkeit** in die Untersuchung einzustellen.

- / Hierfür wurden um die strukturprägenden Anbieter im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich (VK \geq 400 m²) jeweils Entfernungsisochronen von ca. 10 – 15 Gehminuten angesetzt, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit bzw. Fahrraderreichbarkeit markieren. Dabei werden die tatsächlichen topographischen, siedlungsstrukturellen und städtebaulichen Gegebenheiten (z. B. Verlauf von Flüssen, Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur) berücksichtigt.³¹
- / In Karte 4 ist die aktuelle Nahversorgungsstruktur in Senden hinsichtlich einer fußläufigen Entfernung von 10 – 15 Gehminuten dargestellt. Aus der räumlichen Analyse wird deutlich, dass etwa 20 % der Wohnbevölkerung einen Nahversorgungsbetrieb mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche in 10 Minuten, sowie insgesamt 42 % in 15 Minuten erreichen³² und somit qualifiziert versorgt sind.
- / Keine oder kaum nennenswerte verbrauchernahe Versorgung wird in den Stadtteilen Ay (westlich des Hauptortes, in Richtung Iller), Aufheim, Hittistetten und Witzighausen (alle östlich) erreicht. Vor diesem Hintergrund leisten vor allem die kleineren Versorger

²⁹ Ohne Spezialgeschäfte wie Getränkemärkte oder Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien)

³⁰ Vgl. Europäisches Handelsinstitut Köln (2022): Handelsdaten aktuell 2022, S. 80 (ohne Spezialgeschäfte wie z. B. Lebensmittelhandwerk, Getränkemärkte) und nicht organisierten Lebensmitteleinzelhandel (z. B. temporäre/saisonale, nicht dauerhafte Angebotsformen); Verkaufsfläche inkl. Nonfood-Verkaufsfläche.

³¹ Die fußläufigen Entfernungen werden mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge (amtliches Straßennetz) berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur). Berücksichtigt werden jedoch keine Abkürzungen oder „Schleichwege“.

³² In Städten vergleichbarer Größe werden zum Teil auch geringfügig höhere Versorgungsgrade erreicht (z. B. Tuttlingen 48 %). Jedoch sind im vorliegenden Fall die topographischen und siedlungsstrukturellen Bedingungen in Senden relativierend zu berücksichtigen.

sowie Anbieter des Lebensmittelhandwerks einen wichtigen Versorgungsbeitrag in der Fläche.

- / Auf die Gesamtverkaufsflächen bezogen stellt sich der Lebensmitteleinzelhandel in Senden damit sehr gut dar. Bezogen auf die räumliche Verteilung und Erreichbarkeit zeigt sich jedoch die starke Konzentration auf das Gewerbegebiet Nord und damit Versorgungslücken im Bereich der verbrauchernahen Versorgung im Lebensmitteleinzelhandel in der Fläche. Im Stadtteil Ay (außerhalb der 800m-Isocronen) sind etwa 3.940 Einwohner ohne verbrauchernahe Grundversorgung, in Aufheim etwa 2.340, in Witzighausen 1.800 und in Hittistetten weitere 460 Einwohner:innen.

Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung sollte im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren in Senden möglichst flächendeckend gesichert und zielgerichtet weiterentwickelt werden. Wo möglich, sollten bestehende räumliche Versorgungslücken künftig geschlossen werden. Mit Blick auf die betriebs-typenspezifischen Standortanforderungen (auch für einen wirtschaftlichen Betrieb) wird dies nicht überall in gleichem Maße möglich sein. Daher ist eine differenzierte Betrachtung nötig, um perspektivisch ein Mindestangebot zur Verfügung stellen zu können, wo heute noch keine Versorgungsstrukturen bestehen.³³

1.2.3 Gewerblich geprägte Standortbereiche

Wie bereits zu Beginn in Kapitel III. 1.2 festgestellt, stellt das Gewerbegebiet Nord den größten Einzelhandelsstandort in Senden dar, der mit Möbel Inhofer eine überregionale Versorgungsfunktion einnimmt. Das große Angebot im Sortimentsbereich *Hausrat, Einrichtung, Möbel* wird ergänzt durch weitere, großflächige Fachmärkte. Darunter sind zu nennen aus dem Bereich *Bekleidung* das Modehaus Schmid, Adler, C&A, Siemes Schuhcenter und der S'Oliver Outlet Store, im Bereich *Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf* das Dehner Gartencenter im südlichen und der Sonderpreis Baumarkt im nördlichen Teil des Gewerbegebiets, im Bereich *Elektrowaren* der Saturn im Iller-Center, aus dem Bereich *Gesundheit und Körperpflege* der Müller Drogeriemarkt, für *Babyfachartikel* das BabyOne, und mit einem Gemischtwarenangebot Philipps Sonderposten. Darüber hinaus sind im Gewerbegebiet Nord großflächige Anbieter aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel verortet (s.o.).

Fachmarkttagglomerationen wie das Gewerbegebiet Nord sind das Ergebnis der Handelsentwicklung und des Kund:inneneinkaufsverhaltens, d. h. der Zunahme der Betriebsform Fachmarkt, Ausweitung der Selbstbedienung und Zunahme der Großflächigkeit auf der einen Seite sowie der erhöhten Kund:innenmobilität und der überwiegenden Nutzung des Pkws als Verkehrsmittel auf der anderen Seite. Charakteristische Merkmale der genannten Standortumgriffe sind somit ihre verkehrsgünstigen Stadtrandlagen, überwiegend ebenerdige Nutzflächen und meist ebenerdig angeordnete Parkplätze. Darüber hinaus führen sie dem Gesamtstandort auch Kund:innen aus dem Umland zu und nehmen in Teilen für die Wohnbevölkerung der Stadt Senden eine Versorgungsfunktion wahr. Außenstandorte fungieren in der Regel als Handelsplätze für Waren, welche einen sehr hohen Platzanspruch aufweisen und überwiegend mit dem Pkw eingekauft werden. Sie stellen damit einen Gegenpol zur Innenstadt dar, die aufgrund der Strukturierung mit Fußgänger:innenbereichen vorrangig fußläufig erschlossen wird.

³³ Weiterführende Aussagen hierzu werden in Kapitel V.3.2 formuliert.

Das Gewerbegebiet Nord in Senden ist durch den direkten Anschluss an die B 28 verkehrstechnisch sehr gut angeschlossen. Darüber hinaus verfügt es über ein großes Parkplatzangebot. Mit Blick auf das Warenangebot finden sich nicht nur die „klassischen“ PKW-affinen Sortimente (insb. Möbel, aber auch Bau- und Gartenbedarf, Elektrohaushaltsgeräte), sondern auch die innerstädtische Leit-sortimente sowie in sehr großem Umfang nahversorgungsrelevante Sortimente. Es vereinigt einen Verkaufsflächenanteil in Höhe von rd. 95 % der Gesamtverkaufsfläche in Senden (=145.635 m²), obgleich nur 50 % aller vorhandenen Betriebe in Senden (= 60 Betriebe) hier angesiedelt sind. Der Einzelhandelsstandort Gewerbegebiet Nord stellt damit die wesentliche Stütze des gesamten Einzelhandels in Senden dar.

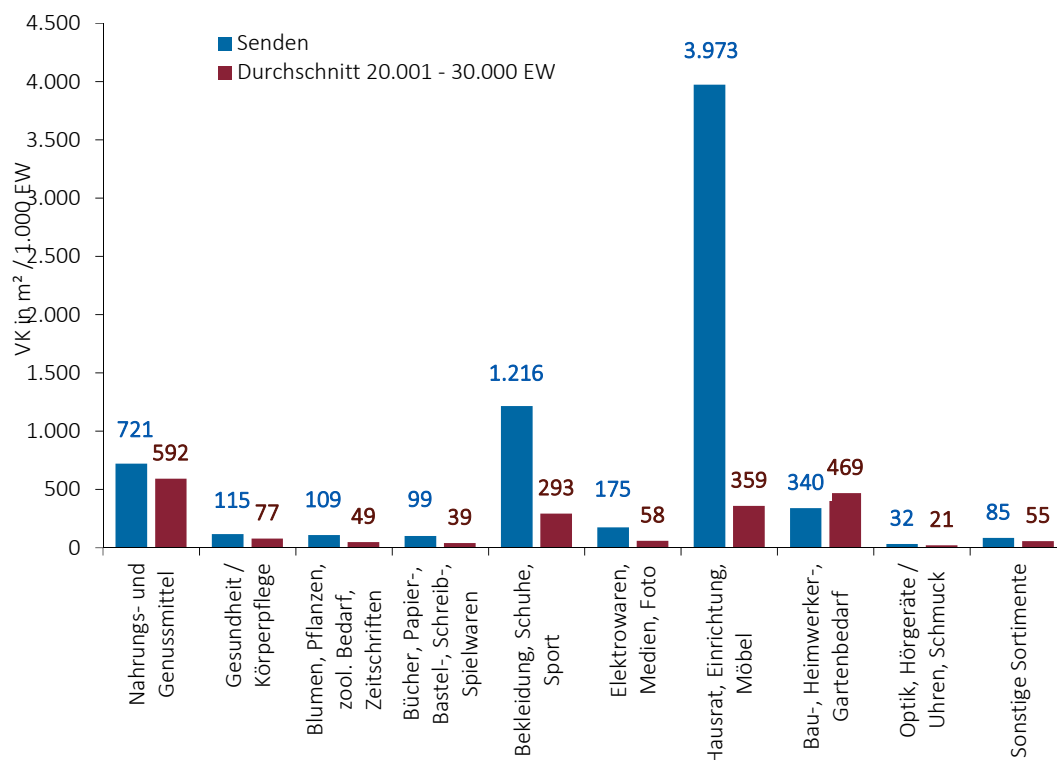
1.3 Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern liefert Anhaltspunkte zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes und ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand in Senden. 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 V.2.).

1.3.1 Verkaufsflächenausstattung

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

Abbildung 16: Verkaufsflächenausstattung nach Branchen, Gesamtstadt Senden

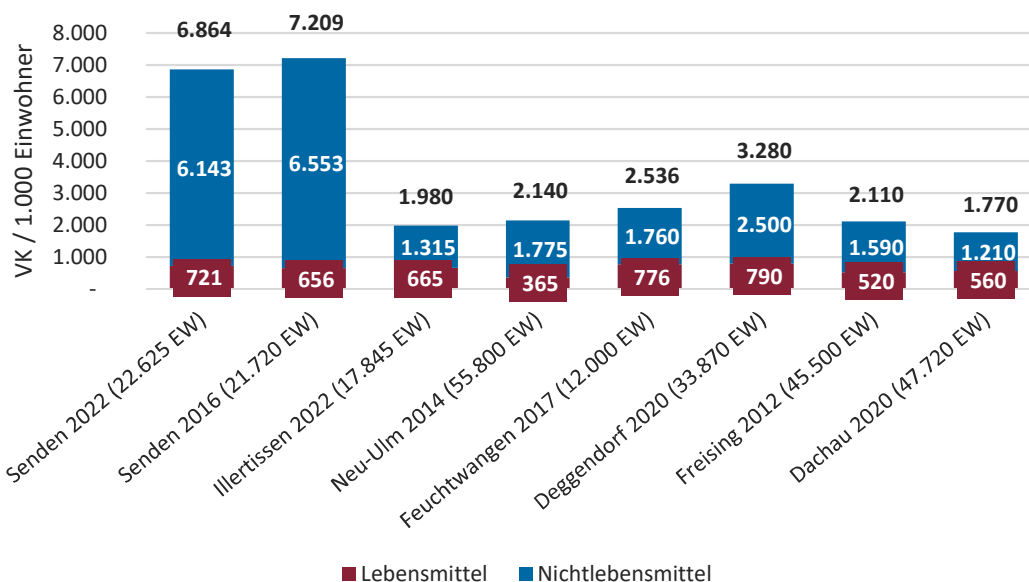


Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis eigener Erhebungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich) sowie GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“ (Durchschnitt für Kommunen zwischen 20.000 und 30.000 Einwohnern)

Die Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Senden liegt im Vergleich zu Durchschnittswerten der GMA-Kennziffernstudie³⁴ in nahezu allen Sortimentsbereichen über den Durchschnittswerten der Vergleichsstädte zwischen 20.000 und 30.000 Einwohner:innen. Dies wird insbesondere im Bereich *Hausrat, Einrichtung, Möbel*, weiterhin *Bekleidung, Schuhe Sport*, außerdem *Elektrowaren, Medien, Foto* und auch im Bereich *Nahrungs- und Genussmittel* deutlich. Lediglich im Segment *Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf* ergeben sich aktuell noch rechnerische Entwicklungspotenziale.

Neben der branchenbezogenen Auswertung wurde ein regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung mit anderen Städten ähnlicher Größe und Struktur in Bayern durchgeführt. Dieser Vergleich verdeutlicht die herausgehobene Stellung, die Senden im Einzelhandel einnimmt, gleichwohl die Verkaufsflächenausstattung seit 2016 abgenommen hat (Effekt aus leicht reduzierter Gesamtverkaufsfläche bei gewachsener Bevölkerung).

Abbildung 17: Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner:innen



Quelle: GMA-Erhebungen der vergangenen Jahre sowie vorliegende Einzelhandelskonzepte der aufgeführten Städte (jeweils bezogen auf den damals aktuellen Einwohner:innenstand)

1.3.2 Zentralitätskennziffer

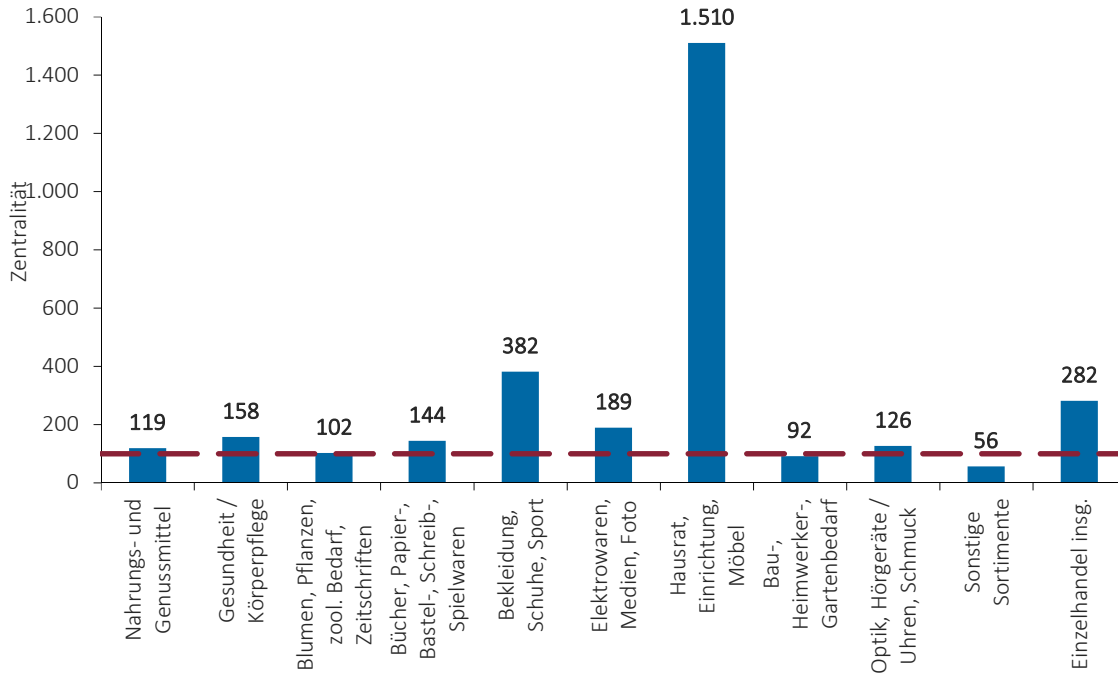
Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität³⁵ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Senden deutlich höhere Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 282 deutet per Saldo auf deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Dies entspricht der hervorgehobenen Stellung des Handelsplatzes Senden in der Region. Dabei sticht besonders der Zentralitätswert von 1.510 im Bereich *Hausrat, Einrichtung, Möbel* hervor. Ebenfalls sehr hoch ist die Zentralität im Bereich *Bekleidung, Schuhe, Sport* mit einem Wert von 382. Deutlich über dem Durchschnitt liegen weiterhin die Sortimente *Elektrowaren, Medien, Foto* (189), *Gesundheit / Körperpflege* (158), *Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck* (126) und *Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib-*

³⁴ Die GMA veröffentlicht regelmäßig eine Grundlagenuntersuchung zur Einzelhandelsausstattung und zum Branchenmix von Städten und Gemeinden in Deutschland und Österreich. Bei der Grundlagenuntersuchung wurden fast 500 Städte und Gemeinden berücksichtigt.

³⁵ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Senden getätigten Einzelhandelsumsatz der in Senden vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Bedeutungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Spielwaren (144). Mit einem Zentralitätswert von 92 unter dem Schnitt liegt der Sortimentsbereich *Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf*. Hier ist aktuell von leichten Kaufkraftabflüssen, u. a. in die benachbarten Zentren sowie in den virtuellen Einkaufsraum, auszugehen.

Abbildung 18: Einzelhandelszentralität nach Branchen

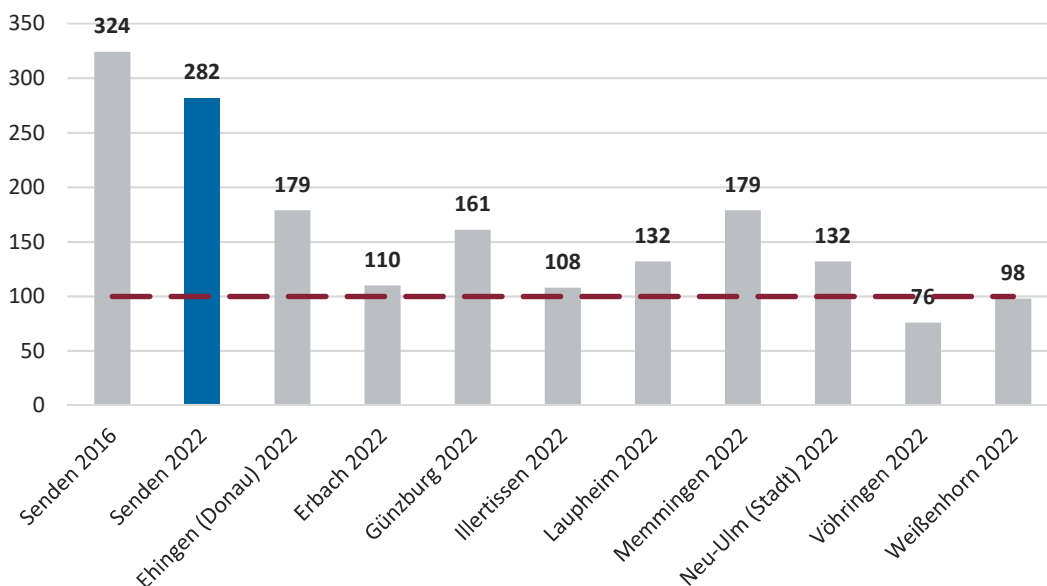


100 = ausgeglichene Einzelhandelszentralität

Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis eigener Erhebungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

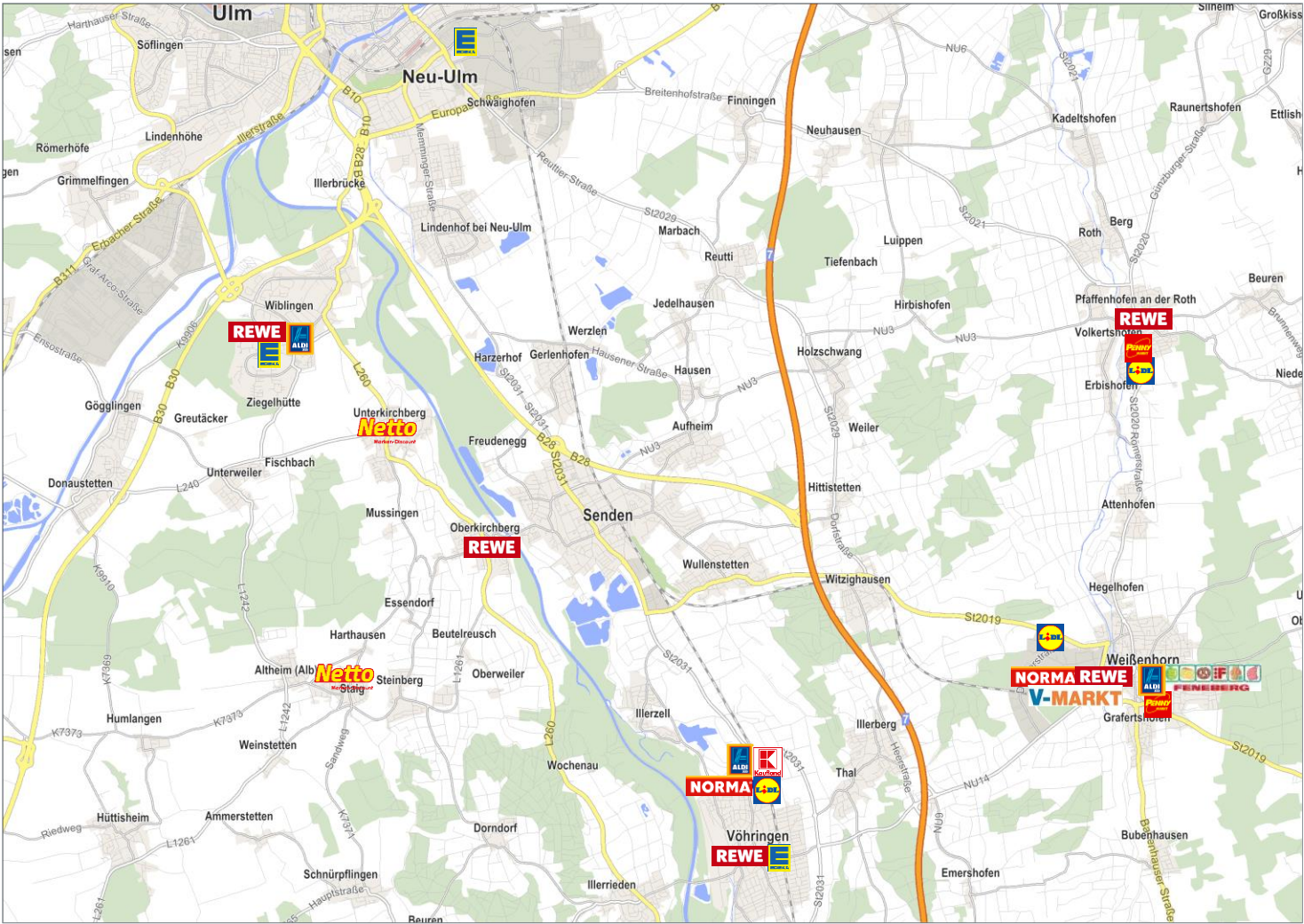
Im Vergleich mit ähnlich strukturierten Oberzentren in Bayern zeigt sich auch hinsichtlich der erreichten Zentralitätswerte, dass Senden eine herausgehobene Stellung einnimmt. Dieses Ergebnis unterstreicht die Marktbedeutung des Handelsstandortes auch im regionalen Vergleich mit anderen Mittel- und Oberzentren in Bayern.

Abbildung 19: Regionaler Vergleich der Zentralitätskennziffern



100 = ausgeglichene Einzelhandelszentralität; Quelle: GMA-Erhebungen der letzten Jahre sowie vorliegende Einzelhandelskonzepte der aufgeführten Städte und MB Research 2022

Karte 5: Nahversorgungsrelevante Angebotsstrukturen im Sendener Umland



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, © Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2023

1.4 Regionale Angebotssituation

Senden übernimmt als Mittelzentrum (gemeinsam mit Vöhringen) Versorgungsfunktionen, die über die eigenen Stadtgrenzen hinausgehen und überregional bedeutsame Wirkungen entfalten. Gemäß landesplanerischen Vorgaben sollen Mittelzentren „die Bevölkerung in allen Teilräumen mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs in zumutbarer Erreichbarkeit“ versorgen können.³⁶

Trotz umfassender Handelsausstattung und hoher Anziehungskraft des Sendener Einzelhandels verstärken sich insbesondere im nahversorgungsrelevanten Bereich die Konkurrenzbeziehungen zu benachbarten Wettbewerbsstandorten. In diesem Sinne existieren schon heute Überschneidungen von Kund:inneneinkaufsbeziehungen mit Standorten im Umland (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: Wettbewerbssituation im Bereich Nahversorgung im Sendener Umland

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage*	VK in m ²
Oberkirchberg	REWE	Supermarkt	Ortsmitte	1.000
Illerkirchberg	Netto	Discounter	Ortsmitte	800
Staig	Netto	Discounter	städtebaulich integrierte Lage	700
Ulm, Stadtteil Wiblingen	Aldi Süd	Discounter	städtebaulich integrierte Lage	1.200
	EDEKA Walke	Supermarkt	städtebaulich integrierte Lage	950
	REWE	Supermarkt	städtebaulich integrierte Lage	1.500
Neu-Ulm, Stadtteil Ludwigsfeld	EDEKA	Supermarkt	städtebaulich integrierte Lage	520
Vöhringen	Aldi Süd	Discounter	Dezentrale Lage	1.075
	Kaufland	SB-Warenhaus	Dezentrale Lage	2.830
	Norma	Discounter	Dezentrale Lage	600
	Lidl	Discounter	Dezentrale Lage	600
	EDEKA Rahn	Supermarkt	Ortsmitte	1.200
	REWE	Supermarkt	Ortsmitte	1.525

Lagezuordnung auf Basis der faktischen Verhältnisse vor Ort

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2023 auf der Basis eigener Erhebungen

2. Nachfrageanalyse

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

2.1 Marktgebiet von Senden

Die Abgrenzung des Marktgebietes für den Einzelhandelsstandort Senden stellt die 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 Senden insgesamt** gerechnet werden kann. Das Marktgebiet lässt sich weiterhin nach Zonen untergliedern, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Standort Senden zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei in der Regel von einer Abnahme

³⁶ Quelle: LEP Bayern 2020, (G) 2.1.7 Mittelzentren.

der Kund:innenbindung 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. Topographie, Siedlungsstruktur, Pendler:innenbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Angebotssituation in der Stadt Senden sowie Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// Ergebnisse der durchgeführten Expert:innengespräche sowie der Haushaltsbefragung

Unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren lässt sich für den Einzelhandelsstandort Senden das bereits im Einzelhandelskonzept 2016 abgegrenzte Marktgebiet bestätigen:

Tabelle 8: Marktgebiet des Handelsstandortes Senden

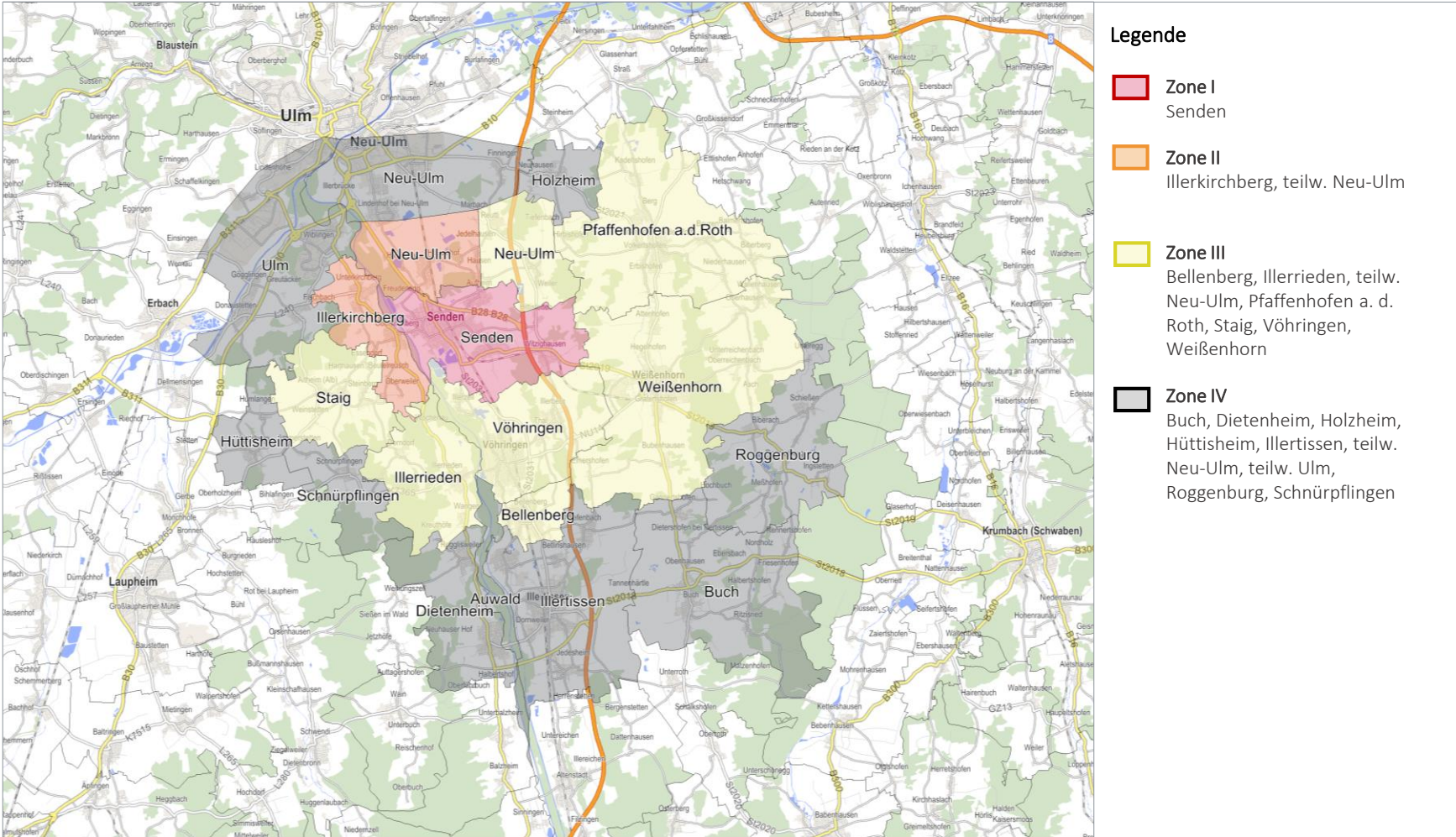
Zone	Kommunen	Einordnung	Einwohner
Zone I	Senden	<ul style="list-style-type: none"> ▪ intensivste Kund:innenbindungen an Handelsstandort Senden 	22.625
Zone II	Illerkirchberg Neu-Ulm: Stadtteile Gerlenhofen, Hausen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ausgeprägte Kundeneinkaufsbeziehungen aufgrund unmittelbarer räumlicher Nähe zu Senden ▪ Einkaufsbeziehungen im kurz- bis langfristigen Bedarfsbereich 	7.904
Zone III	Bellenberg, Illerrieden, Staig, Vöhringen, Weißenhorn Neu-Ulm: Stadtteile Holzschwang, Jedelhausen und Reuti	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einkaufsverflechtungen auch an andere Standorte in der Region vorhanden ▪ Einkaufsbeziehungen vor allem im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich 	49.063
Zone IV	Buch, Dietsheim, Holzheim, Hüttsheim, Illertissen, Roggenburg, Schnürpflingen Neu-Ulm: Stadtteile Finningen, Ludwigsfeld, Schwaighofen, Stadtmitte, Weststadt Ulm: Statteile Donaustetten, Donautal, Göggingen, Grimmelfingen, Unterweiler, Weststadt, Wiblingen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ränder des Marktgebietes ▪ vorhandene Überschneidungen mit benachbarten Zentren in der Region (z. B. Neu-Ulm/Ulm, Memmingen) ▪ Einkaufsbeziehungen vor allem im langfristigen Bedarfsbereich 	118.114
Summe			197.706

Quelle: GMA-Berechnung 2021; Einwohnerdaten auf Basis der Stadt Senden, Bürgeramt, Bevölkerungsstatistik der Stadt Senden (Stand: 02.01.2020); übriges Marktgebiet: Einwohnerzahlen nach den Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik (2020); Fortschreibung der Bevölkerung für Gemeinden (Stand: 31.03.2020).

Im Marktgebiet leben aktuell ca. 197.706 Einwohner:innen. In einem gewissen Umfang ist darüber hinaus von Kund:inneneinkaufsbeziehungen auszugehen, die von außerhalb des Marktgebietes an den Einkaufsstandort Senden kommen (z. B. Tourist:innen, Berufspendler:innen).³⁷ Im spezifischen Fall von Möbel Inhofer ist nochmal von einem weitergehenden, jedoch kaum zu quantifizierenden Einzugsgebiet auszugehen.

³⁷ Auf Grundlage der vorliegenden empirischen Erkenntnisse konnte das bisher angenommene Marktgebiet der Stadt Senden aus dem Jahr 2009 im Wesentlichen bestätigt werden. Im Vergleich zum Marktgebiet von Senden aus dem Jahr 2009 ist eine stabile Entwicklung der Einwohnerzahl festzuhalten (+ 270 Personen bzw. << 1 % zu 2009). Der Sendener Handel greift damit auf ein stabiles Umfeld zurück.

Karte 6: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Senden



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, © Microsoft, Nokia
 GMA-Bearbeitung 2023

2.2 Kaufkraftpotenziale im Marktgebiet von Senden

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

ca. 6.760 € p. a.³⁸

Davon entfallen auf

- /// Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.826 € p. a.
- /// Nichtlebensmittel ca. 3.934 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Senden liegt dieser mit 105,0 deutlich über dem Bundesdurchschnitt (= 100). Im Marktgebiet werden Kaufkraftkoeffizienten zwischen 95,4 (Dietenheim) und 109,2 (Hüttisheim) erzielt.³⁹

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohner:innenwerte und der lokalen Kaufkraftkoeffizienten errechnet sich ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen im gesamten Marktgebiet in Höhe von 1.397,4 Mio. €. Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen im Marktgebiet wie folgt:

Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet von Senden

Branche	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Marktgebiet
	in Mio. €				
Nahrungs- und Genussmittel	67,1	23,6	143,5	350,0	584,2
Gesundheit/Körperpflege	11,1	3,9	23,7	57,7	96,4
Blumen/Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	4,9	1,7	10,5	25,5	42,6
Summe kurzfristiger Bedarf	83,1	29,2	177,7	433,2	723,2
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	5,7	2,0	12,2	29,8	49,7
Bekleidung, Schuhe, Sport ¹	16,3	5,7	34,9	85,2	142,1
Summe mittelfristiger Bedarf	22,0	7,7	47,1	115,0	191,8
Elektrowaren, Medien, Foto	14,0	4,9	29,9	72,8	121,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	15,3	5,4	32,7	79,6	133,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	13,0	4,6	27,8	67,9	113,3
Optik, Akustik/Uhren, Schmuck	3,8	1,3	8,2	19,9	33,2
Sonstige Sortimente ²	9,3	3,3	20,0	48,7	81,3
Summe langfristiger Bedarf	55,4	19,5	118,6	288,9	482,4
Nichtlebensmittel	93,4	32,8	199,9	487,1	813,2
Summe	160,5	56,4	343,4	837,1	1.397,4

1 ohne Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

2 sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen; weiter auch Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

³⁸ Ohne Anteil verschreibungspflichtiger Sortimente bei Apotheken.

³⁹ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von 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.

2.3 Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose im Marktgebiet bis 2030

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf einen mittelfristigen Prognosehorizont, d. h. einen Zeitraum von rd. zehn Jahren. Weiterreichende Prognosen wären aufgrund der damit verbundenen Unsicherheiten (z. B. angesichts der eingangs skizzierten Marktentwicklungen im Einzelhandel, des künftigen Verbraucherverhaltens, konjunktureller und inflatorischer Einflüsse sowie der Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet) nach gutachterlichem Dafürhalten nicht seriös.

In den letzten zehn Jahren wies die Stadt Senden insgesamt eine positive Bevölkerungsentwicklung auf. Für die kommenden Jahre erwartet das Bayerische Landesamt für Statistik im Rahmen der regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung eine insgesamt stabile Entwicklung der Einwohner:innenzahlen; auch im gesamten Marktgebiet ist von einer insgesamt stabilen Einwohner:innenentwicklung bis 2030 auszugehen. Dabei werden lokal getroffene Entscheidungen (z. B. Ausweisung neuer Wohnbauflächen) nicht berücksichtigt.

Tabelle 10: Einwohner:innenentwicklung im Marktgebiet von Senden bis zum Jahr 2030

Zone des Marktgebietes	Einwohner:innen		Entwicklung 2021 / 2030	
	2021 ⁴⁰	2030	absolut	relativ in %
Zone I	22.625	22.430	-200	- 1
Zone II	7.904	8.110	210	+ 3
Zone III	49.063	48.660	-400	- 1
Zone IV	118.114	119.600	1.490	+ 1
Einzugsgebiet gesamt	197.706	198.800	1.100	+ 1

Quelle: GMA-Berechnungen 2023 auf Datenbasis der regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Bayerischen Landesamtes für Statistik und des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg Statistik für das Prognosejahr 2030. Für die Gemeinden in Baden-Württemberg sowie die Stadtteile der Städte Ulm und Neu-Ulm liegen keine gemeinde- bzw. stadtteilscharfen Prognosen für das Jahr 2030 vor. In diesen Fällen wurde die Entwicklung der Landkreise für die entsprechenden Gemeinden angenommen.

In der Stadt Senden sind gegenwärtig eine große Anzahl an Wohnprojekten in Planung oder bereits in Umsetzung. Zum Stand 22.11.2022 handelt es sich dabei um insgesamt 1.065 Wohneinheiten (davon 435 in Neubaugebieten), die bis zum Jahr 2024 umgesetzt werden sollen. Vor diesem Hintergrund ist in Zone I (Senden) zum Prognosejahr 2030 von einer positiven Bevölkerungsentwicklung auszugehen.

Obwohl hinsichtlich der ladeneinzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Deutschland bislang eine Steigerung zu verzeichnen war, werden für den Prognosehorizont die aktuellen Pro-Kopf-Ausgaben im Sinne einer konservativen Prognose zugrunde gelegt. Auf diese Weise wird unvorhersehbaren, global wirksamen Phänomenen mit Auswirkungen auf das Ausgabe- und Konsumverhalten Rechnung getragen. Gleiches gilt für die lokalen Kaufkraftkoeffizienten innerhalb des Marktgebietes. Somit errechnet sich für das Marktgebiet von Senden bis 2030 ein stabiles Kaufkraftpotenzial von ca. 1.405,4 Mio. € (+8,0 Mio. € bzw. $\pm 0,6\%$ gegenüber 2021; vgl. Tabelle 11).

⁴⁰ Die Einwohner:innenzahlen der Stadtteile der Stadt Ulm (Teil Zone IV) im Einzugsgebiet beziehen sich auf das Jahr 2019.

Tabelle 11: Entwicklung des Kaufkraftpotenzials im Marktgebiet von Senden bis 2030

Branche	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Marktgebiet
	in Mio. €				
Nahrungs- und Genussmittel	66,6	24,2	142,3	354,4	587,5
Gesundheit/Körperpflege	11,0	4,0	23,5	58,4	96,9
Blumen/Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	4,9	1,8	10,4	25,8	42,9
Summe kurzfristiger Bedarf	82,5	30,0	176,2	438,6	727,3
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	5,7	2,1	12,1	30,2	50,1
Bekleidung, Schuhe, Sport ¹	16,2	5,9	34,7	86,3	143,1
Summe mittelfristiger Bedarf	21,9	8,0	46,8	116,5	193,2
Elektrowaren, Medien, Foto	13,8	5,0	29,6	73,7	122,1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	15,1	5,5	32,4	80,6	133,6
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	12,9	4,7	27,6	68,7	113,9
Optik, Akustik/Uhren, Schmuck	3,8	1,4	8,1	20,2	33,5
Sonstige Sortimente ²	9,3	3,4	19,8	49,3	81,8
Summe langfristiger Bedarf	54,9	20,0	117,5	292,5	484,9
Nichtlebensmittel	92,7	33,8	198,2	493,2	817,9
Summe	159,3	58,0	340,5	847,6	1.405,4

1 ohne Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

2 sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen; weiter auch Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Erhebung und -Berechnung 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

IV. Ergebnisse der Beteiligungsmodule

Die zukunftsfähige Weiterentwicklung der Stadt Senden als attraktiver Einzelhandelsstandort mit einem lebendigen Zentrum, attraktiven Handelsstandorten und einem dezentralen Netz an Nahversorgungseinrichtungen nahe der Wohnstandorte ist eine Daueraufgabe. Durch ein umfangreiches Beteiligungskonzept konnten wertvolle Erkenntnisse, Ideen und Anregungen aus Gesprächen mit Expert:innen sowie mit Bürger:innen vor Ort und online erfasst und eingearbeitet werden.

1. Ergebnisse der Expert:innengespräche

Die Einzelhändler:innen und Verbandsvertreter:innen wurden über ein umfangreiches, persönlich geführtes Leitfadengespräch in den Prozess eingebunden. Die Befragung von 10 Expert:innen erfolgte anhand eines teilstandardisierten Interviewleitfadens, der die nachfolgenden Ergebnisse und ein weit gefächertes Stimmungsbild insbesondere auch zur gegenwärtigen Situation und möglichen Entwicklung der Sendener Innenstadt erbrachte.

Wirtschaftliche Aktivitäten im Zeichen der Digitalisierung:

- kontroverse Einschätzung des Online-Handels zwischen den Polen Konkurrenz / erhöhter Preisdruck einerseits sowie erweiterte Ladentheke und Marketingkanal andererseits
- während der Corona-Pandemie konnten teilweise neue Vertriebswege wie Click&Collect erfolgreich eingeführt werden
- steigender Einfluss des Onlinehandels und zunehmende Bedeutung des Onlinemarketings

Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandorts Senden:

- aufgrund der hohen, überregionalen Bekanntheit und guten verkehrlichen Erreichbarkeit generell sehr positive Wahrnehmung des Einzelhandelsstandorts Senden
- insbesondere Möbel Inhofer als Magnetbetrieb mit dem attraktiven Einzelhandelsbesatz im Umfeld zieht Kund:innen aus einem großen Umkreis an
- die Innenstadt Senden wird hingegen überwiegend als schwacher Standort bewertet; als Gründe werden gesehen: starke Konkurrenz durch das Gewerbegebiet Nord, geringe Aufenthaltsqualität, mangelndes gastronomisches Angebot

Entwicklungschancen für die Sendener Innenstadt:

- Umsetzung der Pläne zur Umgestaltung des Sendener Marktplatzes
- stärkere Nutzung des Marktplatzes und des Bürger:innenhauses für öffentliche Veranstaltungen. Insbesondere im Bürger:innenhaus wird ein hohes Potenzial gesehen, durch kulturelle Events Publikum in die Sendener Innenstadt zu ziehen.
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch Begrünung und Außengastronomie. Maßnahmen der vergangenen Jahre werden zwar positiv, aber als nicht ausreichend wahrgenommen.

- kontrovers fallen die Meinungen zur Parkplatzsituation und insbesondere zum Thema Verkehrsfluss entlang der Hauptstraße aus: Einerseits ist eine weitere Verkehrsberuhigung bzw. deren stärkere Durchsetzung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität wünschenswert, andererseits werden die gute verkehrliche Erreichbarkeit und das Parkplatzangebot als positiver Faktor der Innenstadt angesehen.

2. Ergebnisse aus der Onlinebefragung der Sendener Bürger:innen

Mit dem Ziel, eine Einschätzung zum Einkaufsverhalten der Sendener Bürger:innen sowie deren Wahrnehmung der Innenstadt zu erhalten, wurde eine Online-Befragung entwickelt. Der Fragebogen mit standardisierten sowie offenen Fragen wurde in Abstimmung mit der Stadt Senden erstellt und über die Pressestelle der Stadt Senden (Amtsblatt der Stadt Senden – der „Stadtbote“) beworben. Die Möglichkeit zur Teilnahme bestand ab dem 25.01.23 für einen Zeitraum von dreieinhalb Wochen bis einschließlich dem 19.02.23. Insgesamt haben 399 Personen an der Befragung teilgenommen. Die wesentlichen Ergebnisse werden im Folgenden zusammenfassend dargestellt:

/// Einkaufsverhalten:

- Knapp 40 % der Befragten kaufen täglich oder mindestens einmal wöchentlich in der Sendener Innenstadt ein, gegenüber etwa 67 % im Gewerbegebiet Nord. Im Gegenzug geben knapp 25 % der Befragten an, seltener als ein- bis zweimal im Monat oder nie in der Innenstadt einzukaufen, gegenüber nur 4 % im Gewerbegebiet Nord.
- In der Altersgruppe der unter 35-Jährigen kaufen nur 20 % der Befragten täglich oder min. einmal wöchentlich in der Innenstadt ein, gegenüber 69 % in der Gruppe ab 65 Jahre.
- Das Gewerbegebiet Nord wird unabhängig vom Wohnort häufiger zum Einkaufen genutzt als die Sendener Innenstadt. Zugleich geben knapp 53 % der Befragten aus dem Sendener Hauptort (ohne die äußeren Stadtteile) an, täglich oder mindestens einmal wöchentlich in der Innenstadt einzukaufen.

/// Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Sendener Innenstadt:

- Eine positive Bewertung („sehr gut“ oder „gut“) besteht gegenüber der qualifizierten Beratung (63 %) und der Ladenöffnungszeiten (54 %) in der Sendener Innenstadt. Gleichermäßen positiv wie negativ wird die Gestaltung der Geschäfte wahrgenommen.
- Gegenüber der Einkaufsatmosphäre und dem Warenangebot / Auswahl gibt es hingegen Vorbehalte, diese schätzen 39 % respektive 52 % eher negativ („ausreichend“ oder „mangelhaft“) ein.

/// Bewertung der Gestaltung der Sendener Innenstadt:

- Eine tendenziell positive Bewertung besteht mit 38 % zur Übersichtlichkeit / Orientierung und 36 % zur Barrierefreiheit in der Sendener Innenstadt.
- Das Thema Sauberkeit / Sicherheit wird bereits von nur noch 28 % positiv und 43 % negativ wahrgenommen.

- Eine mehrheitlich negative Bewertung besteht gegenüber der Möblierung / Begründung im öffentlichen Raum (54 % „ausreichend“ oder „mangelhaft“), der Aufenthaltsqualität (59 %) und dem gastronomischen Angebot (69 %).
- /// Entwicklung der Innenstadt Sendens: Die Frage, ob sich die Attraktivität der Innenstadt während der vergangenen Jahre verbessert habe, konnte nur von 15 % der Befragten bejaht werden (unverändert: 47 %, verschlechtert: 38 %).
- /// **Fehlende Angebote in der Sendener Innenstadt** - Über eine offene Frage hatten die Befragten die Möglichkeit, anzugeben, welche Angebote sie besonders im Einzelhandel und darüber hinaus in der Innenstadt vermissen. Unter den zahlreichen Rückmeldungen (n = 303) sind im Wesentlichen zu nennen:
- Abgesehen von eher allgemeinen Aussagen in Richtung generell mehr Angeboten im Einzelhandel und erhöhter Branchenvielfalt werden insbesondere die Bereiche Bekleidung (Oberbekleidung, Schuhe, Boutiquen; n = 97) und Drogerie-/Sanitätswaren (n = 66) sehr häufig genannt. In beiden Bereichen lässt sich somit aus Sicht der Befragten ein starkes Defizit attestieren.
 - Auch im Lebensmittelbereich gibt es zahlreiche Nennungen. Diese betreffen insbesondere einen Mangel an spezialisierten Fachgeschäften in Form von Metzgereien, Feinkost, Teeläden, Bio- und Naturkost sowie Unverpacktläden (n = 68).
 - Zusätzlich wird mehrfach der Wunsch nach Einzelhandel vor allem in den Bereichen Geschenkartikel (n = 21), Papier-/Büro- und Schreibartikel (n = 13) sowie Deko/Haushaltswaren (n = 8) geäußert.
 - Jenseits des Einzelhandels betreffen die meisten Nennungen einen Ausbau des gastronomischen Angebots. Diese gehen in erster Linie in Richtung Café/Bistro (n = 80), und in zweiter Linie in Richtung Restaurants/hochwertige Küche (n = 42), häufig in Kombination mit dem Wunsch nach Außengastronomie (n = 22) sowie gut bürgerlicher / deutscher / regionaler Küche (n = 39).
- /// **Verbesserungsmöglichkeit für die Sendener Innenstadt** – über eine weitere offene Frage konnten die Befragten Vorschläge zur Verbesserung der Innenstadt unterbreiten (n = 296). Diese lassen sich wie folgt zusammenfassen:
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität insbesondere durch Begrünung: Der Wunsch betrifft die Innenstadt allgemein, speziell aber auch den Marktplatz (n = 101).
 - Als weitere Maßnahmen werden häufig die Bereitstellung von mehr Sitzmöglichkeiten (n = 41), die Erhöhung der Sauberkeit / Aufstellen von Mülleimern (n = 34), sowie Erhöhung der Sicherheit etwa durch eine Verbesserung der Beleuchtung (n = 19) genannt.
 - Allgemein wird häufig der Wunsch geäußert, dass Straßenbild offener, bunter und auch grüner zu gestalten (n = 49). Dieser Wunsch betrifft auch die ebenfalls sehr häufig genannte Verkehrsthematik, im Sinne einer weiteren Verkehrsberuhigung (n = 52) bis hin zur Schaffung einer Fußgänger:innenzone (n = 44), eine striktere Durchsetzung von Verkehrskontrollen (n = 16) und die Schaffung von mehr Querungsmöglichkeiten in Form von Zebrastreifen (n = 16).
 - In eine eher umgekehrte Richtung zielen Nennungen bezüglich eines Mehrangebots an Parkplätzen bzw. kostenfreien Parkplätzen in der Innenstadt (n = 55), sowie eine

Verbesserung des Verkehrsflusses durch eine verbesserte Verkehrsführung (Ampelschaltung, Bahnübergang; n = 41).

- Auch der Ausbau des gastronomischen Angebots wird häufig genannt, während zugleich ein Überangebot an Trinkhallen, Kebab-Läden und Bäckereien attestiert wird (n = 21).

Profil der befragten Personen:

- Der Großteil der Befragten stammt aus der „arbeitenden Mitte“ der Gesellschaft: So gaben 39 % an, zwischen 46 und 65 Jahren alt zu sein, und weitere 26 % zwischen 36 und 45 Jahren.
- Es haben mit knapp 65 % mehrheitlich Frauen an der Befragung teilgenommen. Die meisten der Befragten leben in Haushalten mit zwei (40 %) oder vier Personen und mehr (30 %).
- Die Mehrheit der Befragten wohnt im Sendener Hauptort (44 %). Aus den weiteren Stadtteilen sind vor allem Bürger aus Ay a.d. Iller (19 %) und Wullenstetten (17 %) vertreten. Weitere 9 % der Befragten haben angegeben, außerhalb von Senden zu wohnen.

3. Ergebnisse aus der Passant:innenbefragung am Sendener Marktplatz

Der letzte Baustein zur Beteiligung der Öffentlichkeit bestand in einer Vor-Ort-Befragung von Passant:innen in der Innenstadt Sendens. Die Befragung wurde am Eingangsbereich zum Marktplatz am Markttag selbst, am 17.02.2023 durchgeführt. Insgesamt konnten dabei 57 Personen befragt werden.

Einkaufsverhalten und Erledigungen in der Innenstadt:

- Zwei Drittel der Befragten (65 %) gaben an, täglich oder mindestens einmal wöchentlich in der Innenstadt einkaufen zu gehen. Dabei hat sich bei den meisten (61 %, der Befragungssituation entsprechend) der Wochenmarktbesuch als Hauptgrund herausgestellt.
- Weitere Gründe für den Besuch in der Innenstadt⁴¹: Einkaufen gehen (64 %), Arztbesuch (15 %), Gastronomiebesuch (12 %), weitere Dienstleistungen (z.B. Frisör, 8 %)
- Auf die Frage, was für einen Einkauf in der Innenstadt spricht⁴², gaben die meisten Befragten neben dem Wochenmarkt (46 %) an, in der Innenstadt zu wohnen (44 %). Weiterhin wurden das gute Angebot (11 %), der Buchladen und die Metzgerei (je 7 %) am häufigsten genannt.
- In der Frage, was gegen einen Einkauf in der Innenstadt spricht, spiegeln sich die Ergebnisse der Online-Befragung wider⁴³: Zu geringes Angebot / fehlende Auswahl (67 %), fehlende Einkaufsatmosphäre (26 %), schlechte Parkmöglichkeiten (14 %), mangelnde Qualität des Angebots (10 %).

⁴¹ Mehrfachnennungen sind möglich.

⁴² Mehrfachnennungen sind möglich.

⁴³ Mehrfachnennungen sind möglich.

/ Fehlende Angebote in der Sendener Innenstadt – offene Fragestellung:

- Aus Sicht der Befragten werden im Einzelhandel der Innenstadt besonders das Bekleidungsassortiment (Oberbekleidung und Schuhe; n = 18) sowie Drogerie-/Kosmetik- und Parfümeriewaren (n = 14) vermisst.
- Über den Einzelhandelsbereich hinaus wurden vor allem gastronomische Themen besonders häufig angesprochen, etwa Cafés/Bistros (n = 17), Bars/Clubs/Kneipen (n = 19) und Außengastronomie (n = 5).

/ Verbesserungsmöglichkeiten für die Sendener Innenstadt – offene Fragestellung:

- Die meisten Nennungen beziehen sich auf Fragen der Stadtbildgestaltung sowie des Verkehrs. Insgesamt wurde sehr häufig der Wunsch geäußert, allgemein Maßnahmen zur Verbesserung des Stadtbilds bzw. zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität durchzuführen (n = 20). Konkret wurden häufig die Ideen genannt, die Innenstadt stärker zu begrünen (n = 7), die Sauberkeit zu erhöhen (n = 6) und mehr Sitzgelegenheiten zu schaffen (n = 4).
- Zum Thema Verkehr wurden am häufigsten vorgeschlagen, den Verkehr weiter zu beruhigen und/oder eine Fußgänger:innenzone zu schaffen (n = 5), mit Zebrastreifen die Querungs-Möglichkeiten der Hauptstraße zu verbessern (n = 4), die Radwege auszubauen bzw. mehr Radwege anzulegen (n = 3) und mehr Parkplätze zu schaffen (n = 3).

/ Parkplatzsituation:

- Von jenen Personen, die mit dem PKW zum Wochenmarkt gekommen sind, haben die meisten (64 %) straßenbegleitend an der Hauptstraße geparkt. Die Tiefgarage am Bürger:innenhaus sowie der Parkplatz am Blumenweg wurden hingegen kaum genutzt.
- Die Mehrheit (64 %) betrachtet das Parkplatzangebot in der Innenstadt als ausreichend.

/ Profil der befragten Personen:

- Der Großteil der Befragten ist über 65 Jahre alt (53 %) bzw. 46 bis 65 Jahre alt (32 %), weiblich (68 %) und in einem Zwei-Personen-Haushalt lebend (53 %).
- Die meisten Befragten stammen aus dem Hauptort Senden (65 %). Weitere 16 % kommen von außerhalb Sendens, die weiteren Befragten verteilen sich auf die übrigen Sendener Stadtteile.

4. Zusammenfassung

Die verschiedenen Beteiligungsbausteine ermöglichen die Zusammenführung unterschiedlichster Meinungen und Ideen, Wünsche und Kritiken aus vielen Teilen der Stadtgesellschaft. Dabei werden inhaltliche Gemeinsamkeiten deutlich, die zugleich künftige Handlungsfelder identifizieren. Demgegenüber fällt jedoch auch die zum Teil stark unterschiedliche bis diametral entgegengesetzte Bewertung einzelner Aspekte (z. B. Verkehrs- und Parksituation in der Innenstadt) auf,

wodurch die Vielfalt der stark subjektiven Eindrücke und persönlichen Bedürfnisse zum Ausdruck gebracht wird.

Die Ergebnisse der Beteiligungsmodule lassen sich auf folgende Kernaussagen zuspitzen:

- /// Senden insgesamt ist ein starker Einzelhandelsstandort. Dabei nimmt das Gewerbegebiet Nord eine herausragende Stellung ein, während die Innenstadt andere Akzente setzen muss.
- /// Die Innenstadt hat dabei deutlich Luft nach oben, was die gestalterischen Qualitäten wie Begrünung, Sauberkeit, Atmosphäre/Verkehr betrifft
- /// Eine Erweiterung des Sortiments ist insbesondere in Richtung Bekleidung, Drogerie-/Sanitätswaren und spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte wünschenswert.
- /// Darüber hinaus fehlt ein attraktives, gastronomisches Angebot.

Die gegenwärtigen Planungen in der Stadt Senden bieten dabei die Möglichkeit, den Wünschen und Vorschlägen der befragten Bürger:innen einzubinden. Zu nennen sind hier insbesondere die Neugestaltung des Marktplatzes (inkl. Abriss und Neubau Sparkassengebäude sowie Neubau Bibliothek) und die weiteren Potenzialstandorte entlang der Haupt- und der Kemptener Straße (siehe hierzu die einzelnen Ausführungen in Kap. VI. 5.). Insbesondere sollte in diesem Zuge auch versucht werden, das gastronomische Angebot der Sendener Innenstadt auszubauen.

V. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Senden

1. Übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Die nachstehenden Empfehlungen zur gezielten Weiterentwicklung des Einzelhandels im Mittelzentrum Senden (gemeinsam mit Vöhringen) können nicht losgelöst von übergeordneten Entwicklungen sowohl nachfrage- als auch angebotsseitig formuliert werden (vgl. Kap. I. 2.3 und I. 2.4). Aber auch stadtseitig werden wesentliche Weichenstellungen in anderen Bereichen (Neugestaltung Neue Mitte Senden und Bahnhofsumfeld; die aktuell zu erarbeitenden Parkraum- und Radwegekonzepte; Neubauprojekte im Bereich Wohnen wie das Wohngebiet „Am Stadtpark“ in Wullenstetten) die zukünftige Einzelhandelsentwicklung von Senden maßgeblich beeinflussen.

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

- /// bis 2030 stabile Bevölkerungsentwicklung in Senden und in der Region verbunden mit einer leicht positiven Kaufkraftentwicklung
- /// künftiges Verbraucherverhalten (Ausgabe- und Sparverhalten), konjunkturelle und staatliche Einflüsse auf die Einkommenssituation der Haushalte, aktuell im Zuge von Ukraine-Krieg und Inflation stärkere Nachfrage bei Lebensmittel-Discountern, während Bio-Supermärkte Umsätze einbüßen; gleichzeitig zeigt sich das Luxussegment auch im Zuge der derzeitigen Krisen als sehr robust
- /// 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 Kund:innen an die Einkaufsstätten (Angebotsumfang, Anfahbarkeit, Parkierung, Niveau, Sicherheit, Witterungsunabhängigkeit, Bequemlichkeit) begünstigen Einzelhandelsstandorte mit breitem Sortiment und hohen Synergiepotenzialen in verkehrsgünstiger Lage, insbesondere aber den Onlinehandel und darauf basierende Mischkonzepte (z. B. Click-and-Collect)
- /// zunehmende Differenzierung des Angebots (einfach versus hochwertig, individuell versus massentauglich)
- /// 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 Einzelhandelsstandorts Senden sind die **Konkurrenzbeziehungen zu benachbarten Zentren** und zum **Onlinehandel** zu beachten:

- /// Normale Bedarfsdeckung wird praktisch überall gewährleistet, zentrale Orte aller Stufen „rüsten auf“ mit Discountern, Fachmärkten und Filialisten (wie bspw. Neu-Ulm mit der Glacis-Galerie).
 - übliche Fachmarkt- und Filialkonzepte sind kein Profilierungsmerkmal mehr, Erlebnisorientierung muss 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
- /// 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 Einkaufsstandorte.

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Gegenüber Städten vergleichbarer Größe zeichnet sich Senden bereits durch eine weit überdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung in nahezu allen Segmenten aus (vgl. Kap. III. 1.3). Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner:innenentwicklung und der sehr stabilen Kaufkraftprognose für die Stadt Senden (vgl. Kap. III. 2.3), aber auch aufgrund des unterschiedlich intensiven Einflusses des Onlinehandels die in nachfolgender Übersicht 1 dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen.

Übersicht 1: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für den Handelsstandort Senden

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Onlinehandel ²
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung von rd. 720 m²/1.000 Einwohner:innen¹ /// überdurchschnittliche Zentralität (119 %) und Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland /// Vorhandensein einiger namhafter Filialisten, ergänzt durch Spezialitätengeschäfte und Fachgeschäfte für ausländische Produkte /// starke Konzentration der Betriebe im Gewerbegebiet Nord /// mit Rewe in der Borsigstraße und dem neueröffneten Feneberg im Neubaugebiet im Stadtteil Wullenstetten zwei leistungsstarke Nahversorgungsstandorte im weiteren Stadtgebiet (klassische Nahversorgung) /// überwiegend moderne Marktauftritte, vereinzelt erkennbarer Modernisierungsbedarf (Discounter Innenstadt) /// Wochenmarkt am Marktplatz /// keine Nahversorgung im Stadtteil Aufheim, nur kleinflächige Anbieter in Hittistetten (Obsthof Zott), Witzighausen (Dorfladen) und Ay; hier begrenztes Entwicklungspotenzial /// 42 % der Wohnbevölkerung mit Zugang zu einem Lebensmittelmarkt mit mehr als 400 m² VK in 10 – 15 Gehminuten Entfernung 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung der bestehenden Angebote in der Innenstadt und der Nahversorgungsstandorte /// Prüfung zur Entwicklung eines modernen Nahversorgers in der Innenstadt /// Schließung räumlicher Versorgungslücken: Prüfung zur Entwicklung eines modernen Nahversorgers im Stadtteil Ay; Entwicklung alternativer Anbieter (rollender Versorger, Minimarkt) in den Stadtteilen Aufheim und Hittistetten; Erhalt/Förderung des Dorfladens Witzighausen /// ggf. weitere Entwicklung von Nischen-/Spezialanbietern für junge/alternative Zielgruppen (z. B. Kaffeerösterei, vegane Anbieter, Unverpacktläden) sowie für qualitätsbewusste Zielgruppen (Feinkost, Weinhandlung ggfs. mit angeschlossener Gastronomie, Bio- und Regionalprodukte) mit Fokus auf Innenstadtbereich 	<ul style="list-style-type: none"> /// geringe Marktanteile von ca. 4 % /// perspektivisch überschaubares Wachstum erwartet
Gesundheit/ Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (rd. 115 m²/1.000 Einwohner:innen) und Zentralität (knapp 160 %) /// je ein großes Drogeriekaufhaus (Müller) und Drogeriemarkt (dm) im Gewerbegebiet Nord, weiterhin mehrere Apotheken im Stadtgebiet /// umfassende Ergänzung des Fachangebots über den Lebensmittelhandel /// kein Sanitätshaus vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung der bestehenden Angebote /// Ergänzung durch Sanitätshaus, v.a. im Zusammenhang mit Entwicklung Stadt Senden als Gesundheitsstandort, Prüfung zur Entwicklung eines Drogeriemarktes im Stadtzentrum 	<ul style="list-style-type: none"> /// Bedeutung vergleichbar mit Nahrungs- und Genussmitteln /// höhere Wachstumspotenziale, vor allem im Parfümeriesegment

¹ Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt

² Daten des Deutschen Handelsverbandes sowie des Europäischen Handelsinstituts 2022; GMA Grundlagenforschung

Fortsetzung auf nächster Seite

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Onlinehandel
Blumen/Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	<ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (rd. 109 m²/1.000 Einwohner:innen) bei ausgeglichener Zentralität (102 %) /// inhabergeführte Blumen- und Pflanzenfachgeschäfte in der Innenstadt, ergänzt durch Gartenfachmarkt im Gewerbegebiet Nord /// Fachgeschäft für Aquaristik in der Innenstadt, ergänzt durch zwei Filialisten für zoologischen Bedarf im Gewerbegebiet Nord /// Zeitschriften vor allem über den Lebensmittelhandel sowie ein Kiosk in der Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung und Stärkung bestehender Anbieter in der Innenstadt /// nur begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten vorhanden /// weitere Ausdifferenzierung in Verbindung mit Angebotsergänzung im Bau- und Gartenfachmarktbereich möglich 	<ul style="list-style-type: none"> /// typische Anbieter sind Fleurop oder Blume 2000 /// Einfluss begrenzt
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (rd. 99 m²/1.000 Einwohner:innen) und Zentralität (144 %) /// hochwertige Buchfiliale in der Innenstadt, die ganz wesentlich zur Attraktivität der Stadtmitte beiträgt, ergänzt um Verkaufsflächen im Lebensmittelhandel auch im Gewerbegebiet Nord (u.a. Shop-Zone Thalia im Marktkauf) /// Papier-/ Büro-/Schreibwaren überwiegend als Randsortimente, v.a. Müller Drogeriemarkts und TEDi im Gewerbegebiet Nord; ein kleinflächiges Fachgeschäft im weiteren Stadtgebiet /// Spielwaren v.a. in Fachmarkt im Gewerbegebiet Nord (Rofu Kinderland) sowie als Randsortiment vorhanden (insb. Müller und TK Maxx) 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung und Stärkung bestehender Anbieter in der Innenstadt /// Stärkung durch ergänzende Dienstleistungen, z. B. Post-/Paketservice, Kopierer oder Paketstationen an Nahversorgungsstandorten /// Nutzung des Bürger:innenhauses für Events mit entsprechenden Zielgruppen in den Bereichen Bücher und Spielwaren (Lesungen, Anime-/Manga-Conventions) 	<ul style="list-style-type: none"> /// starke Internetaffinität /// Onlinemarktanteile für Büro- und Schreibwaren bei rd. 37 %, perspektivisch weiter steigend

Fortsetzung auf nächster Seite

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Onlinehandel
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> /// sehr gute Ausstattung bei ausgeprägter Zentralität (382 %) und Verkaufsflächenausstattung (rd. 1.215 m²/1.000 EW) /// nahezu ausschließlich großflächige Fachmärkte / Modehäuser im Gewerbegebiet Nord mit entsprechend breiten Produktpaletten /// Bereiche Schuhe, Kinder- und Sportbekleidung ebenfalls durch entsprechende Fachmärkte im Gewerbegebiet Nord abgedeckt /// lediglich ein Textildiscounter (KiK) in der Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> /// Weiterentwicklung des Angebots in der Innenstadt, allerdings kaum Entwicklungspotenziale erkennbar /// ggfs. Potenziale für Nischenmärkte in den Bereichen nachhaltige Mode / fair trade / independent fashion (z. B. FAEX Fashion Exchange) sowie Spezialanbieter (z. B. Berufsbekleidung) 	<ul style="list-style-type: none"> /// starke Internetaffinität /// Marktanteile Fashion & Accessoires aktuell rd. 46 %
Elektrowaren, Medien, Foto	<ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (rd. 175 m²/1.000 Einwohner:innen) und Zentralität mit knapp 200 % /// großer Fachmarkt im Gewerbegebiet Nord (Saturn), weiterhin einzelne Telekommunikationsanbieter in der Innenstadt und im Stadtteil Ay 	<ul style="list-style-type: none"> /// Weiterentwicklung des Angebots in Senden auf die Innenstadt fokussieren, allerdings angesichts des steigenden Drucks durch den Onlinehandel nur begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten für kleinere Anbieter erkennbar 	<ul style="list-style-type: none"> /// hohe Onlinekonkurrenz /// Marktanteile aktuell rd. 44 % /// perspektivisch weiter steigend
Hausrat, Einrichtung, Möbel	<ul style="list-style-type: none"> /// sehr hohe Verkaufsflächenausstattung (knapp 4.000 m²/1.000 Einwohner:innen) und Zentralität mit über 1.500 % /// durch Möbelhaus Inhofer und Interni Bedeutung und Kaufkraftzuflüsse weit über das für Senden abgegrenzte Marktgebiet hinaus /// ergänzendes Angebot v.a. durch Fachmärkte im Einrichtungsbereich (Depot, JYSK) und Schlafkomfort (Matratzen Concord, Wasserbetten 7Schläfer) /// nahezu vollständige Konzentration des Angebots auf Gewerbegebiet Nord 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung des bestehenden Angebots als Hauptantriebsfeder des Einzelhandelsstandorts Senden insgesamt (Senden = Möbelstandort) /// durch bereits vorhandenes, sehr großes Angebot kaum Möglichkeiten zur Weiterentwicklung im Möbelbereich vorhanden /// Nischenmärkte als Angebot für die Innenstadt (etwa Dekoartikel, Vintage, Küchenutensilien, Kunst, Antiquitäten) 	<ul style="list-style-type: none"> /// aktueller Marktanteil im Segment „Wohnen & Einrichten“ rd. 22 % /// perspektivisch weiter steigend (vor allem Hausrat, Einrichtungsbedarf/ Dekoration)

Fortsetzung auf nächster Seite

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Onlinehandel
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> /// leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (340 m²/1.000 EW) und Zentralität /// Gewerbegebiet Nord mit einem großflächigen Gartencenter (Dehner) und einem mittelflächigen Fachmarkt im Bau- und Heimwerkbereich (Sonderpreis), Ergänzung durch Fachgeschäfte für Grillbedarf und Bodenbeläge 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung und Stärkung bestehender Anbieter /// ggfs. weiterer Ausbau im Bestand (Baumarkt), aber keine Neuentwicklungen möglich (Konkurrenz u.a. zwei Baumärkte in Illertissen und Neu-Ulm, ein Baumarkt in Erbach) 	<ul style="list-style-type: none"> /// aktuell noch geringe Internet-affinität /// Marktanteile rd. 9 %
Optik, Akustik / Uhren, Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ und qualitativ gute Verkaufsflächenausstattung (32 m²/1.000 EW) bei überdurchschnittlicher Zentralität /// räumliche Konzentration auf die Innenstadt, einziges innerstädtisches Leitsortiment mit gesamtstädtischer Bedeutung /// überwiegend inhabergeführte Angebote /// zeitgemäße Betriebsdarstellung 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung und Stärkung des Angebots v.a. in der Innenstadt als zentrenrelevantes Sortiment /// ggfs. Förderung Bereich Optik/Akustik im Zusammenhang Stadt Senden als Gesundheitsstandort möglich 	<ul style="list-style-type: none"> /// Marktanteile Schmuck & Uhren aktuell rd. 27 %, perspektivisch weiter steigend
Sonstige Sortimente (u. a. Sportgroßgeräte, Kfz-Zubehör, Musikalien, großteilige Babyartikel)	<ul style="list-style-type: none"> /// Sonderpostenmarkt, zwei Multisortimenter und zwei Fahrrad-Fachgeschäfte im Gewerbegebiet Nord /// Ergänzung durch einzelne, teils inhabergeführte Spezialgeschäfte im gesamten Stadtgebiet (Babyartikel, Schwimmbad-Technik, Motorrad-Zubehör, Tauchzubehör) 	<ul style="list-style-type: none"> /// einzelne Sondersortimente bisher ohne Angebot in Senden (PKW- und Camping-Zubehör, Sportgroßgeräte, Musikalien, Jagd- und Angelbedarf) /// Einzelfallbewertung auf Basis des konkreten Betreiberkonzeptes erforderlich 	<ul style="list-style-type: none"> /// großteilige Sportgeräte mit geringer Onlineaffinität /// Freizeit & Hobby-Sektor wachsend

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2023

3. Standortbezogene Entwicklungsstrategien

Insgesamt ist der Einzelhandelsstandort Senden durch zwei ganz grundsätzliche Faktoren gekennzeichnet: Auf der einen Seite steht die außergewöhnlich hohe Bekanntheit und Bedeutung als Einzelhandelsstandort in der Region insgesamt, wesentlich getragen durch Möbel Inhofer. In nahezu allen Bereichen nimmt Senden eine Versorgungsfunktion weit über das eigene Stadtgebiet hinaus ein. Auf der anderen Seite konzentriert sich das Angebot nahezu ausschließlich auf das Gewerbegebiet Nord, welches nicht nur die üblicherweise⁴⁴ nicht-zentrenrelevanten Sortimente abdeckt, sondern auch in den Innenstadt-/ zentrenrelevanten Sortimenten weitgehend dominiert. Diese beiden Faktoren müssen in der Entwicklung standortbezogener Einzelhandelsstrategien stets mitberücksichtigt werden.

3.1 Innenstadt Senden

Die Stadt Senden unternimmt gegenwärtig verschiedene Maßnahmen, die Innenstadt städtebaulich aufzuwerten. In diesem Zusammenhang sind unter anderem die aktuelle teilräumliche Fortschreibung des Stadtentwicklungskonzepts, das Radverkehrs-, Parkraum- und auch das vorliegenden Einzelhandelskonzept zu sehen. Der Einzelhandel wird damit als einer unter mehreren Bausteinen betrachtet, mit dessen Hilfe die Innenstadt Sendens entwickelt und aufgewertet werden kann. Vor dem Hintergrund der starken Position des Gewerbegebiets Nord stellt sich die Frage, wo Entwicklungsmöglichkeiten im Einzelhandel für die Innenstadt Senden nicht nur wünschenswert, sondern auch wirtschaftlich tragfähig und damit umsetzungsfähig sind.

- / **Sicherung der bestehenden Angebote insbesondere in den zentrenrelevanten Bereichen Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck und Bücher**
- / **Sicherung und Ausbau der Nahversorgung für die Innenstadtbewohner und -besucher**
 - Lebensmittelhandel bringt eine hohe Kundenfrequenz, von der auch nahegelegene Einzelhändler aus anderen Bereichen profitieren können (Synergieeffekte)
 - Kopplungseffekte mit bestehenden Lebensmitteleinzelhändlern
 - Kaum Angebot in der Sendener Innenstadt vor allem im höherpreisigen / qualitätsbewussten Segment
 - Drogeriewaren nur als Randsortiment des Lebensmittelhandels vorhanden, während sich aus den Befragungen ein ausgeprägter Wunsch der Bevölkerung nach einem innerstädtisch gelegenen Drogeriemarkt ableiten lässt
 - hierfür Prüfung zur Entwicklung eines entsprechenden Angebots
- / **Lenkung innenstadtrelevanter Sortimente auf die Innenstadt**
 - Potenzial für großflächigen Einzelhandel in zentrenrelevanten Bereichen wie Bekleidung, Elektronikartikel oder Haushaltswaren auf Grund fehlender, entsprechender Standorte und Konkurrenz durch Gewerbegebiet Nord überschaubar
 - Chancen bieten vor allem kleinflächig orientierte Nischensegmente und Spezialangebote (entsprechend der branchenbezogenen Entwicklungspotenziale in Kap. V. 2.)
 - Potential insb. für ein Sanitätshaus vorhanden

⁴⁴ „Üblicherweise“ im Sinne gängiger Sortimentseinstufungen, wie beispielsweise in der Sortimentsliste des Landesentwicklungsprogramms Bayern 2020 vorgenommen.

/// Weiterentwicklung und Förderung Neue Mitte Senden

- Konsequente Bespielung des Bürger:innenhauses mit Angeboten aus Bildung und Kultur (Lesungen, Konzerte, Kino, Messen/Events wie Comic Convention)
- Stärkere Nutzung des Marktplatzes
 - Aktuell Nutzung für Wochen- und Weihnachtsmarkt
 - Bespielung mit weiteren Events (bspw. Flohmarkt, Streetfood-Markt) denkbar
 - Verzahnung mit Projekten im Bürger:innenhaus

/// Förderung des gastronomischen Angebots

- Cafés mit ansprechender Gestaltung und Außenbewirtung zur Erhöhung der Verweildauer und Aufenthaltsqualität in der Innenstadt
- Lesecafé in Kooperation mit Bücherei (Neubau am Bürger:innenhaus) oder Bücherwelt Senden
- hochwertige Gastronomie als Anziehungspunkt auch für Kunden aus dem Gewerbegebiet Nord denkbar

/// Erhöhung der Aufenthaltsqualität

- geringe Aufenthaltsqualität wird von vielen Befragten als großes Manko der Innenstadt gesehen, u.a. durch Mangel an Begrünung, hohes Verkehrsaufkommen (Lautstärke), Fehlen einladender Gastronomie mit Außenbereich
- Umsetzung der Maßnahmen aus der ISEK-Fortschreibung (aktuell in Bearbeitung, Büro Baldauf)

- /// Kooperationen fördern (Wirtschaftsförderung, Händler:innen- und Werbegemeinschaften); Innenstadt als Aufgabe für die gesamte Stadtgesellschaft

3.2 Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte

Dem demografischen Wandel begegnen, Versorgung erhalten, Qualitäten sichern – dies sind zentrale Herausforderungen für eine Gesellschaft, die älter und bunter wird. Die zunehmende Singularisierung in einer schnelllebigsten Gesellschaft trägt auch an die bestehenden Nahversorgungsstrukturen **neue Aufgaben** heran. So zeichnet sich der Versorgungseinkauf der Zukunft in erster Linie durch **Zeitersparnis** und **hohe Qualitätsansprüche** aus. Dies drückt sich in einer schnellen und **unkomplizierten Erreichbarkeit** aus, wobei verkehrssparende Möglichkeiten, die den Zugang zu Versorgungsstandorten ermöglichen, im Vordergrund stehen. Einkaufsstätten mit hochwertigen Sortimenten in ansprechender Umgebung übernehmen dabei die Rolle als **soziale Treffpunkte**, sind **Orte der Kommunikation** und tragen zur **Identifikation mit dem Wohnquartier** bei.

Vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Stadtentwicklung soll die wohnortnahe Grundversorgung in Senden gesichert und möglichst flächendeckend – ohne negative Auswirkungen auf den Bestand – weiterentwickelt werden.

Im Folgenden wird die Nahversorgung auf kleinräumlicher Ebene betrachtet. Dabei geht die GMA unter Beachtung lokalspezifischer Gegebenheiten (z. B. Topographie, städtebauliche Struktur) von folgenden Prämissen für die Stadt Senden aus:

- / Bei der Nahversorgung auf kommunaler Ebene ist eine **möglichst flächendeckende Versorgung der Bevölkerung** mit zeitgemäßen Angeboten anzustreben, um nicht motorisierten Bevölkerungsgruppen einen Zugang zur Nahversorgung zu ermöglichen und Verkehr zu reduzieren.
- / Träger der Nahversorgung sind **leistungsfähige Lebensmittelanbieter** (Supermärkte, Discounter, Biomärkte u. a. m.), die vorrangig auf eine umliegende Wohnbevölkerung ausgerichtet sind. Drogerie- und Apothekerwaren, Zeitschriften, Tabakwaren und Schnittblumen arrondieren mit nahversorgungsrelevanten Dienstleistungen das Nahversorgungsangebot.
- / Dabei ist ein engmaschiges, dezentral organisiertes Nahversorgungsnetz eine Facette einer **Stadt der kurzen Wege**, die den Einkaufsverkehr in Verbindung mit einem leistungsstarken ÖPNV-Angebot reduziert und somit auch Aspekten der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes Rechnung trägt.

Analog zur gesamten Einzelhandelsausstattung ist auch im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel eine weitgehende Konzentration des Einzelhandels in Senden auf das Gewerbegebiet Nord festzustellen. Durch die Lage im dezentralen Standort und die nahezu ausschließliche Orientierung auf die motorisierte Bevölkerungsgruppe erfüllt das Angebot im Gewerbegebiet Nord jedoch nur sehr begrenzt das Kriterium der Nahversorgung.

In Senden wird die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln – in Ergänzung zu dem sehr kleinteiligen Discounterangebot in der Innenstadt – vor allem durch die beiden Nahversorgungsstandorte Borsigstraße (Rewe) und Lange Straße (Feneberg, Wullenstetten) gewährleistet. Mit Blick auf die räumliche Verteilung des Angebots haben heute rd. 42 % der Bevölkerung wohnortnahen Zugang zu einem Lebensmittelmarkt mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche in einer fußläufigen Entfernung von 15 Gehminuten (20 % in 10 Minuten).

/ **Nahversorgungsstandort Borsigstraße:**

- Südöstlich im Hauptort Senden mit räumlicher Nähe zum Bahnhof
- Rewe mit 1.345 m² Verkaufsfläche und angeschlossene Bäckerei
- ca. 3.360 Einwohner:innen in einem fußläufigen Einzugsbereich von 800 m
- zeitgemäßer, moderner Marktauftritt

/ **Nahversorgungsstandort Lange Straße:**

- Neubau im Stadtteil Wullenstetten im Rahmen eines größeren Neubaugebiets mit 375 Wohneinheiten
- Feneberg mit 950 m² Verkaufsfläche und angeschlossene Bäckerei
- ca. 1.000 Einwohner:innen in einem fußläufigen Einzugsbereich von 800 m⁴⁵
- zeitgemäßer, moderner Marktauftritt
- Ergänzung des Nahversorgungsangebots im Stadtteil Wullenstetten entlang der Römer Straße (Bäckerei, Metzgerei, Getränkemarkt, Lebensmittelhändler)

⁴⁵ Das Neubaugebiet „Am Stadtpark“ ist in der Berechnung noch nicht eingeschlossen.

Über die genannten Nahversorgungsstandorte hinaus existieren in Senden räumliche Bereiche, die heute über keine qualifizierten Versorgungsstrukturen verfügen. Dies betrifft die folgenden Stadtgebiete:

/// Stadtteil Ay:

- Stadtteil eng mit Hauptort Senden verwachsen, räumliche Nähe zu Innenstadt und zu Gewerbegebiet Nord
- Einzelne, kleinflächige Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, eine Metzgerei) und -handel (ausländische Spezialitäten) entlang der Haupt- und Ulmerstraße vorhanden, aber kein großflächiger Nahversorger
- Mit insgesamt ca. 6.100 Einwohner:innen ist im Stadtteil Ay grundsätzlich Potenzial für einen leistungsstarken Nahversorger vorhanden. Gleichwohl ist insbesondere durch das Angebot im Gewerbegebiet Nord (hier v.a. Marktkauf) sowie dem westlich gelegenen Rewe in Illerkirchberg eine starke Konkurrenz vorhanden. Eine Ansiedlung setzt daher eine sorgfältige Prüfung voraus.

/// Stadtteil Aufheim:

- Räumlich abgesetzt, östlich des Gewerbegebiets Nords zwischen B28 und A7
- Keine Nahversorgung vorhanden
- Mit ca. 2.400 Einwohner:innen bietet der Stadtteil Aufheim kein ausreichendes Potenzial für einen großflächigen Nahversorger; auf Grund der räumlichen Lage stellt das Gewerbegebiet Nord den primären Einkaufsort für Güter des kurzfristigen Bedarfs dar. Eine Chance besteht allerdings in alternativen Angebotsformen wie bspw. einem Mini-market / Dorfladen, ähnlich dem bestehenden Angebot im Stadtteil Witzighausen. Ebenfalls bietet sich ein ausreichendes Potenzial für einen Bäcker und/oder eine Metzgerei. Eine Verbesserung der Nahversorgung kann ebenfalls durch einen „rollenden Nahversorger“ im Verbund mit den Stadtteilen Hittistetten und Witzighausen erfolgen.

/// Stadtteil Hittistetten:

- Räumlich abgesetzt, östlich der A7
- Kleiner Hofladen für Obstwaren aus der Region vorhanden, sonst keine weitere Nahversorgung vorhanden
- Mit etwa 460 Einwohner:innen bietet sich im Stadtteil Hittistetten kein Potenzial für einen Ausbau der Nahversorgung. Im Verbund v.a. mit den Stadtteilen Witzighausen und Aufheim kann jedoch eine Prüfung alternativer Angebotsformen erfolgen, etwa in Form eines „rollenden Nahversorgers“.

/// Stadtteil Witzighausen:

- Räumlich abgesetzt, östlich der A7
- Dorfladen mit ca. 110 m² Verkaufsfläche vorhanden, sonst keine weitere Nahversorgung vorhanden
- Mit ca. 1.800 Einwohner:innen bietet der Stadtteil Witzighausen kein ausreichendes Potenzial für einen großflächigen Nahversorger. In Form des Dorfladens konnte sich

allerdings ein gutes Angebot für die fußläufige Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs etablieren. Dieses gilt es zu erhalten. Eine Verbesserung der Nahversorgung kann ebenfalls durch einen „rollenden Nahversorger“ im Verbund mit den Stadtteilen Aufheim und Hittistetten erfolgen.

Insbesondere in den östlichen, räumlich abgesetzten Stadtteilen sind damit kaum leistungsfähige Nahversorgungsstandorte vorhanden. Dies gilt nochmals verstärkt im Sortimentsbereich Gesundheit / Körperpflege. Durch die Neueröffnung des Feneberg im Stadtteil Wullenstetten konnte gleichwohl die Nahversorgung insgesamt deutlich verbessert werden.

Mit Blick auf das bereits sehr breite und attraktive Angebot im Gewerbegebiet Nord einerseits und die geringen Bevölkerungszahlen in den östlichen Stadtteilen andererseits bietet die Ansiedlung eines weiteren, großflächigen Nahversorgers hier nur wenig Potenzial für eine Realisierung. Neben der Sicherung der beiden bestehenden Nahversorgungsstandorte bestehen Chancen daher allenfalls im Kleinen:

/// Versorgungsqualitäten erhalten, zukünftige Versorgung sichern:

- Erhalt bzw. Förderung des Dorfladens Witzighausen zum Erhalt einer Nahversorgung, wenn auch nicht für den „großen Wocheneinkauf“, so doch für kleine, fußläufig erreichbare Besorgungen zwischendurch
- Entwicklung eines ähnlichen, kleinflächigen Angebots (Dorfladen, Minimarkt bspw. durch Anbieter wie tegut... teo), einer Bäckerei oder Metzgerei im Stadtteil Aufheim (entsprechende Potenzialflächen in verbrauchernaher Lage in der Ortsmitte vorausgesetzt)
- Prüfung für Angebot durch einen „rollenden Versorger“ insb. für die Stadtteile Aufheim, Hittistetten und Witzighausen

/// Nahversorgung bei Wohnbauprojekten von vornherein mitdenken (etwa im Stadtteil Ay im Rahmen der derzeit geplanten Wohnprojekte an der alten Spinnerei (155 WE), Bei der Herrenmühle 1-5 (72 WE) und Untere Au (60 WE))

/// Funktions- und Angebotsbündelungen an Nahversorgungsstandorten (z. B. Nahversorgungsbetrieb mit ergänzenden nahversorgungsrelevanten Dienstleistungsangeboten wie Post-Shop, Frisör, Apotheke, Paketstation, Ladesäulen für E-Mobilität etc.

/// konsequente Ausrichtung des ÖPNV an bestehende Nahversorgungsstrukturen (Stichworte: Zugang zu Nahversorgung für mobilitätseingeschränkte Bevölkerungsgruppen, Reduzierung des individuellen Einkaufsverkehrs)

3.3 Gewerblich geprägte Standortbereiche im Stadtgebiet

Das Gewerbegebiet Nord leistet einen wesentlichen Beitrag zur Versorgung der Sendener Wohn- sowie Umlandbevölkerung (Ergänzungsfunktion). Vor allem durch das Gewerbegebiet Nord konnte sich Senden als bedeutender Einzelhandelsstandort in der Region behaupten und zieht damit – wesentlich bedingt durch Möbel Inhofer – auch Kundschaft weit über das definierte Einzugsgebiet (vgl. Kap. III. 2.1) hinaus an. Dabei deckt es nicht nur, im Sinne einer **Funktionsteilung mit der Innenstadt**, die Versorgung mit PKW-affinen Waren ab, die u.a. aufgrund ihrer Flächenansprüche nicht im Stadtzentrum platziert werden können (z. B. Möbel, Baumarktartikel, großteilige Elektrogeräte/weiße Ware). Es übernimmt auch eine wichtige Versorgung durch zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (vor allem Bekleidung, Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

In quantitativer Hinsicht sind für das Gewerbegebiet Nord, wie auch für die gesamte Stadt Senden, kaum Entwicklungsmöglichkeiten etwa zur Ansiedlung weiterer, großflächiger Betriebe vorhanden (vgl. hierzu die sortimentspezifischen Ausführungen in Kap. V. 2.). Der Fokus für die Zukunft sollte daher vor allem darauf liegen, die hohe Attraktivität des Gewerbegebiets Nord, auch vor dem Hintergrund der zunehmenden Konkurrenz aus dem virtuellen Raum, zu erhalten und zu steigern.

4. Stärken-Schwächen-Chancen-Risiko-Profil des Einzelhandelsstandortes Senden

Insgesamt weist die Stadt Senden positive und auch negative Eigenschaften auf, die sich auf ihre Qualität als Versorgungsstandort auswirken. Für die künftige Standortentwicklung ergeben sich jedoch auch Chancen, die gegenüber bestehenden Risiken abzuwägen sind (vgl. Übersicht 2).

Übersicht 2: Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil für Senden

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> /// Mittelzentrum (gem. mit Vöhringen) mit wichtiger Versorgungsfunktion /// starker und leistungsfähiger Einzelhandelsstandort mit hoher, überregionaler Bedeutung /// Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland in nahezu allen Einzelhandelsbranchen /// gute verkehrliche Infrastruktur für Kfz-Verkehr (A 7, B 28) und Bahn (Strecke Ulm-Kempten) /// stabile Arbeitsplatzentwicklung und Einwohner:innenprognose /// überdurchschnittliches Kaufkraftniveau /// keine strukturellen Angebotslücken 	<ul style="list-style-type: none"> /// geringe Bedeutung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort /// ausbaufähiges gastronomisches Angebot /// Versorgungslücken in der Nahversorgung in den äußeren Stadtteilen /// starke Fokussierung auf PKW-affine Kunden durch die Konzentration des Einzelhandels auf das Gewerbegebiet Nord /// fortgeschrittener demographischer Wandel hin zu einer alternden Bevölkerung /// nur geringe touristische Bedeutung /// als gering wahrgenommene städtebauliche Attraktivität der Innenstadt
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> /// Attraktivierung der Innenstadt durch aktuelles Stadtentwicklungskonzept /// Entwicklungspotenzial im Bereich des gastronomischen Angebots /// positive Bevölkerungsentwicklung durch geplante Wohnbauprojekte, die sich jedoch nur in überschaubaren Rahmen auf das zukünftige Kaufkraftpotenzial auswirken 	<ul style="list-style-type: none"> /// abnehmende Bedeutung des gesamten Einzelhandelssektors durch den zunehmenden Online-Handel /// weitere Verlagerung des Einzelhandels von der Innenstadt in das Gewerbegebiet Nord

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2023

Insgesamt präsentiert sich Senden als sehr leistungsfähiger und attraktiver Standort für den Einzelhandel, der einen gewichtigen Baustein in der gesamtregionalen Handelslandschaft darstellt. Auf Grund der starken Stellung des Gewerbegebiets Nord sind Entwicklungschancen für die Innenstadt insbesondere auch außerhalb des Einzelhandels zu formulieren.

VI. Einzelhandelskonzept der Stadt Senden 2023

Aufbauend auf den Analyseergebnissen zur Angebots- und Nachfragesituation sowie den abgeleiteten Entwicklungsperspektiven erfolgt die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zur künftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Senden. Dabei ist neben den **städtebaulichen Zielsetzungen** auch das **Sortimentskonzept** sowie das **Standortkonzept** zu aktualisieren und anzupassen. Das vorliegende Konzept ist somit als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Senden zu verstehen. Dabei handelt es sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das einer regelmäßigen Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Senden 2016 wurden zentrale Leitlinien für die künftige Einzelhandels- und Standortentwicklung formuliert. Vor dem Hintergrund der im Kapitel III.1 dargestellten Ausstattungssituation und dem erschließbaren Marktgebiet (Vgl. Kapitel III. 1.) empfiehlt die GMA die Weiterentwicklung übergeordneter Zielsetzungen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in Senden:

- / **Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Senden als Mittelzentrum**
 - Sicherung des bestehenden attraktiven Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
- / **Schutz und Stärkung der Innenstadt als lebendiges Zentrum und multifunktionaler Arbeits- und Lebensraum mit Fokus auf Nahversorgung**
 - Steigerung der Attraktivität der Innenstadt durch städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen
 - Weiterentwicklung der Innenstadt als multifunktionales Zentrum, welches sich durch eine Nutzungsmischung aus Wohnen, Arbeit, Kultur, Einzelhandel, Gastronomie, Gesundheit und Bildung auszeichnet
 - Förderung der Neuen Mitte Senden (Bürger:innenhaus, Marktplatz) als kulturelles Zentrum der Stadt Senden
 - zielgerichtete Entwicklung innerstädtisch gelegener Flächenpotenziale zur Entwicklung frequenzgenerierender Nutzungen
- / **Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Grundversorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs**
 - Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstandorte durch Sicherung und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt sowie in städtebaulich integrierten Lagen mit Wohngebietsbezug und – wo möglich – in den Stadtteilen (v. a. Aufheim, Ay, Hittistetten, Witzighausen)
- / **Sicherung der dezentralen Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels**
 - Sicherung und Entwicklung von Gewerbestandorten durch strategische Gewerbeflächenentwicklung für ortsansässige und neue Gewerbe- und Handelsbetriebe

- Weiterentwicklung der Sortimente des sonstigen Bedarfs, da auch die dezentralen Fachmarktstandorte einen wichtigen Beitrag zur oberzentralen Versorgungsfunktion leisten (Ergänzung zur Innenstadt)

Eine strategische Weiterentwicklung des Sendener Einzelhandels einerseits sowie die rechtlich wirksame Umsetzung der räumlichen Steuerung der Entwicklung andererseits greifen auf die in Abbildung 20 zusammenfassend dargestellten Leitziele zurück.

Abbildung 20: Aufbau des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Senden



Quelle: GMA-Darstellung 2023

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung und Steuerung zukünftiger Ansiedlungs-/Erweiterungsvorhaben.

2.1 Begriffsdefinitionen

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

- /// **Sortimente des Innenstadtbedarfs** 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 Innenstadtbedarfs 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 Innenstadtbedarfs.
- /// **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-Kund:innen 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 innerstadtrelevanten Sortimenten zu achten, damit Schädigungen der zentralen Lagen ausgeschlossen werden können.

2.2 Kriterien zur Bestimmung der Sortimente des Innenstadt-, des Nahversorgungs- und des sonstigen Bedarfs

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 Innenstadtbeararfs (zentrenrelevant)	Sortimente des sonstigen Bedarfs (nicht-zentrenrelevant)
<ul style="list-style-type: none"> /// 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) /// keine 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 2023

Aus der oben aufgeführten Darstellung lassen sich im Wesentlichen folgende Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten ableiten:

- /// Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln in der Regel mit dem Pkw, wodurch die Zentrenauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- /// Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nicht-Zentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- /// Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.
- /// Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kund:innen. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kund:innen gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden. Dies deutet auf eine Zentrenrelevanz hin. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

- / Als fünftes Bewertungskriterium gehen die **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“** in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt in der Regel die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- / Als sechstes Bewertungskriterium sind die **„stadtentwicklungspolitischen und städtebaulichen Zielsetzungen“** der Stadt Senden bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

2.3 Sendener Sortimentsliste (2023)

Die nachfolgende Übersicht 4 zeigt die bisher bestehende Sortimentsliste, wie sie im Einzelhandelskonzept 2016 erstellt wurde. Die darauffolgende Übersicht 5 stellt einen Vorschlag zur zukünftigen Einstufung der Sortimente in Sortimente des Innenstadt-, des Nahversorgungs- und des sonstigen Bedarfs in der Stadt Senden dar. 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. Die Zuordnung orientiert sich sowohl an der aktuellen räumlichen Verteilung der Warengruppen in Senden als auch an den städtebaulichen Zielsetzungen zur zukünftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung.⁴⁶

Gegenüber sonst üblichen Zuordnungen wurden im Einzelhandelskonzept 2016 die Sortimente Bekleidung, Schuhe und Sportwaren den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugewiesen. Dies wurde zum einen im geringen Vorkommen der genannten Sortimente im Innenstadtbereich begründet, und zum Anderen im Fehlen von Flächen- und Ausbaupotenzialen, wodurch sich auch zukünftig keine Chancen und Möglichkeiten für entsprechende Ansiedlungen ergeben. Die aktuell vorgeschlagene Sortimentsliste stellt sich folgenderweise dar:

⁴⁶ 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. Demgegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die in früheren Sortimentslisten der Stadt Senden oder im LEP Bayern 2020 als Sortimente des Innenstadtbedarfs eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen den zentralen Versorgungsbereich nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, in der Sendener Sortimentsliste anders zugeordnet werden.

Übersicht 4: Sendener Sortimentsliste (2016)

Sortimente des Innenstadtbedarfs (zentrenrelevant)	Sortimente des sonstigen Bedarfs (nicht-zentrenrelevant)
<ul style="list-style-type: none"> /// Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse /// Bücher, Zeitungen, Zeitschriften /// Drogerie- und Parfümeriewaren /// Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf /// Bastelbedarf /// Geschenkartikel /// Blumen /// Uhren und Schmuck 	<ul style="list-style-type: none"> /// Baby- und Kinderartikel /// Bekleidung /// Elektronikartikel („weiße Ware“, „braune Ware“, Computer und Zubehör, Foto/Film /// Glas/Porzellan/Keramik (GPK), Haushaltswaren /// Schuhe, Lederwaren /// Spielwaren /// Sport- und Campingartikel /// Autoteile und -zubehör /// Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse /// Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren /// Boote und Zubehör /// Fahrräder und Zubehör /// Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge /// Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen /// Leuchten und Zubehör /// Möbel, Küchen /// Zooartikel, Tiere
Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (nahversorgungsrelevant)	
<ul style="list-style-type: none"> /// Nahrungs- und Genussmittel, Getränke /// Arzneimittel, medizin. und orthopäd. Produkte 	

Quelle: GMA-Darstellung 2023 auf Basis der Sortimentsliste im Einzelhandelskonzept der Stadt Senden 2016, S. 98.

Übersicht 5: Sendener Sortimentsliste (2023)

Sortimente des Innenstadtbedarfs (zentrenrelevant)	Sortimente des sonstigen Bedarfs (nicht-zentrenrelevant)
<ul style="list-style-type: none"> /// Bekleidung, Lederwaren, Schuhe /// Blumen /// Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwaren / Büroorganisation /// Einrichtungszubehör (ohne Möbel) /// Foto / Optik /// Haushaltswaren /// Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe /// kleinteilige Baby-/Kinderartikel /// kleinteilige Sportartikel /// Kunst / Antiquitäten /// Spielwaren /// Uhren / Schmuck /// Unterhaltungselektronik / Computer, kleinteilige Elektrowaren /// Brillen/optische Erzeugnisse, Hörgeräte/akustische Erzeugnisse /// Musikalienhandel, Musikinstrumente /// Waffen, Angler-, Reit- und Jagdbedarf 	<ul style="list-style-type: none"> /// Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse /// Bau- und Heimwerkerbedarf /// Farben, Lacke, Tapeten /// Gartenartikel / Gartenbedarf / Pflanzen /// Möbel, Küchen /// Teppichböden, Bodenbeläge /// Camping- und Outdoorbedarf (ohne Bekleidung) /// großteilige Baby- / Kinderartikel (bspw. Kinderwagen, Kindersitze) /// großteilige Elektrowaren (bspw. Kühlschränke, Wäschetrockner) /// großteilige Getränke (Getränke als Hauptsortiment in großen Gebinden, also bspw. reine Getränkemärkte“) /// großteilige Sportartikel / Sportgeräte (bspw. Fahrräder) /// Holz-, Flecht- und Korbwaren /// Leuchten und Zubehör /// Teppiche (ohne Teppichböden) /// Tiere und Tiernahrung, Zooartikel /// sonstige großteilige Sortimente wie Boote und Zubehör, Autoteile und -zubehör, Heizungen / Kamine / (Kachel-) Öfen Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
<p>Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (nahversorgungsrelevant)</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Lebensmittel, Getränke /// Genussmittel, Tabakwaren /// Apothekerwaren /// Körperpflege / Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Putz-, Wasch- und Reinigungsmittel 	

Quelle: GMA-Empfehlung 2023

Gegenüber der bisher bestehenden Sortimentsliste wurden einige Änderungen vorgenommen, die im Folgenden erläutert werden. Dabei erfolgte eine enge Anlehnung an die Sortimentsliste in der Gesamtfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller, Entwurf zur 2. Anhörung gem. Beschluss der Verbandsversammlung vom 06.12.2022 (2022), B IV 2, Z (9). Das Schlagwort **Begriffsaktualisierung** bezieht sich im Folgenden stets auf eine Anpassung an die Begrifflichkeiten der genannten Sortimentsliste.

- /// Ergänzung des Sortiments „Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse“ um den Bereich der Akustik hin zu „Brillen/optische Erzeugnisse, Hörgeräte/akustische Erzeugnisse“.
- /// Begriffsaktualisierung und Zusammenfassung der Sortimente „Bücher, Zeitungen, Zeitschriften“ sowie „Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf“ in „Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwaren / Büroorganisation“.

- / Verlegung des Sortiments „Drogerie- und Parfümeriewaren“ aus den Sortimenten des Innenstadtbedarfs hin zu den Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs⁴⁷, sowie Begriffsaktualisierung in „Körperpflege / Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Putz-, Wasch- und Reinigungsmittel“.
- / Begriffsaktualisierung des Sortiments „Bastelbedarf“ zu „Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe“.
- / Auflösung des Sortiments „Geschenkartikel“, da es sich hierbei um einen nicht bestimm- baren Begriff handelt.
- / Ausdifferenzierung und Begriffsaktualisierung des Sortiments „Nahrungs- und Genussmit- tel, Getränke“ hin zu „Lebensmittel, Getränke“ sowie „Genussmittel, Tabakwaren“.
- / Begriffsaktualisierung des Sortiments „Arzneimittel, medizin. und orthopäd. Produkte“ zu „Apothekerwaren“
- / Begriffsaktualisierung und Zusammenfassung der Sortimente „Bekleidung“ sowie „Schuhe, Lederwaren“ unter der Kategorie „Bekleidung, Schuhe, Lederwaren“ sowie Verlegung zu den zentrenrelevanten Sortimenten.
- / Ausdifferenzierung und Begriffsaktualisierung des Sortiments „Elektronikartikel (,weiße Ware‘, ,braune Ware‘, Computer und Zubehör, Foto/Film“ zu „Unterhaltungselektronik / Computer, kleinteilige Elektrowaren“ und „großteilige Elektrowaren (bspw. Kühlschränke, Wäschetrockner)“. Erstere werden unter den zentrenrelevanten Sortimenten einsortiert.
- / Ausdifferenzierung und Begriffsaktualisierung des Sortiments „Glas/Porzellan/Keramik (GPK), Haushaltswaren“ zu „Einrichtungszubehör (ohne Möbel)“ und „Haushaltswaren“. Beide werden unter dem zentrenrelevanten Sortimenten einsortiert.
- / Ausdifferenzierung und Begriffsaktualisierung der Sortimente „Sport- und Campingartikel“ und „Fahrräder und Zubehör“ zu „Camping- und Outdoorbedarf (ohne Bekleidung)“, „kleinteilige Sportartikel“ und „großteilige Sportartikel / Sportgeräte (bspw. Fahrräder)“. „Kleinteilige Sportartikel“ werden unter den zentrenrelevanten Sortimenten einsortiert.
- / Zusammenlegung, Begriffsaktualisierung und Ergänzung der Sortimente „Autoteile und - zubehör“ sowie „Boote und Zubehör“ in „sonstige großteilige Sortimente wie Boote und Zubehör, Autoteile und -zubehör, Heizungen / Kamine / (Kachel-) Öfen“.
- / Begriffsaktualisierung des Sortiments „Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwar- ren“ in „Bau- und Heimwerkerbedarf“.
- / Ausdifferenzierung und Begriffsaktualisierung des Sortiments „Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge“ in „Farben, Lacke, Tapeten“ und „Teppichböden, Bodenbeläge“.
- / Begriffsaktualisierung des Sortiments „Zooartikel, Tiere“ in „Tiere und Tiernahrung, Zooar- tikel“.

⁴⁷ Die Einstufung der Kategorie „Drogerie- und Parfümeriewaren“ als zentrenrelevantes Sortiment begründete sich 2016 mit dem Vorhandensein eines Müller Drogeriemarktes in Senden. In der aktuellen Erhebung ist dieser Sortimentsbereich im Innenstadtbereich wie auch im Stadtgebiet außerhalb des Gewerbegebiets Nord nur in Randsortimenten der Lebensmittel- händler vorhanden. Insbesondere Drogeriewaren stellen einen Sortimentsbereich des kurzfristigen Bedarfs dar, der fußläufig erreichbar sein sollte. Die Einordnung als Nahversorgungsbedarf bietet die Möglichkeit einer Ansiedlung entsprechender Anbieter sowohl im Innenstadtbereich wie auch an den Nahversorgungsstandorten.

- / Ergänzung der Sortimente „Kunst / Antiquitäten / Gebrauchtwaren“, „Musikalienhandel, Musikinstrumente“ sowie „Waffen, Angler-, Reit- und Jagdbedarf“ analog der Sortimentsliste des Regionalplans Donau-Iller in den zentrenrelevanten Sortimente.⁴⁸
- / Ergänzung der Kategorie „großteilige Getränke (Getränke als Hauptsortiment in großen Gebinden, also bspw. reine Getränkemärkte“, „Teppiche (ohne Teppichböden)“ und „Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse“ im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente.

Die Sendener Sortimentsliste 2023 orientiert sich damit an der Sortimentsliste der aktuellen Fassung des Regionalplans Donau-Iller, weicht jedoch in einigen Punkten hiervon ab, um auf diese Weise die lokalen Begebenheiten und Besonderheiten zu berücksichtigen. Diese Abweichungen bestehen in folgenden Punkten:

- / Die Liste der zentrenrelevanten Sortimente wird auf Grund ihrer besonderen Bedeutung für die Sendener Innenstadt um die Kategorien „Brillen/optische Erzeugnisse, Hörgeräte/akustische Erzeugnisse“ erweitert.
- / Entsprechend den lokalen Gegebenheiten werden die (in der Regel) zentrenrelevanten Sortimente „großteilige Baby- / Kinderartikel“, „großteilige Elektrowaren“, „Camping- und Outdoorbedarf (ohne Bekleidung)“, „großteilige Sportartikel / Sportgeräte (bspw. Fahrräder)“, „Leuchten und Zubehör“, „Teppiche (ohne Teppichböden)“, „Tiere und Tiernahrung, Zooartikel“ sowie „großteilige Getränke“ in den nicht-zentrenrelevanten Bereich eingeordnet. Die Sortimente sind nicht oder nur marginal in der Innenstadt vorhanden, weshalb von einer weiteren Ansiedlung oder Erweiterung außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs keine schädlichen Auswirkungen auf diesen zu erwarten sind. Weiterhin ist, auch wenn eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich wünschenswert ist, diese auf Grund der Konkurrenzsituation zum Gewerbegebiet Nord und mangelnder Flächenpotenziale in der Innenstadt unwahrscheinlich. Die Einordnung als nicht-zentrenrelevant schließt dennoch konzeptionell eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich nicht aus.

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 Innenstadtbedarfs außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs bzw. an dezentralen/städtebaulich nicht-integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden. Dabei bestehen zwei Wege der Festsetzung:

- / 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 Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Senden in Verbindung mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in Senden gesteuert werden kann.

⁴⁸ Die genannten Sortimente sind aktuell weder im Innenstadtbereich noch außerhalb davon vorhanden. Da sie das Einzelhandelsangebot der Innenstadt bereichern können und dabei auf keine großflächigen Verkaufsflächen angewiesen sind, erscheint eine Ansiedlung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs realistisch.

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 Senden 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:⁴⁹

- / **§ 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

⁴⁹ Vgl. hierzu u. a. Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, S. 77 f.

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.

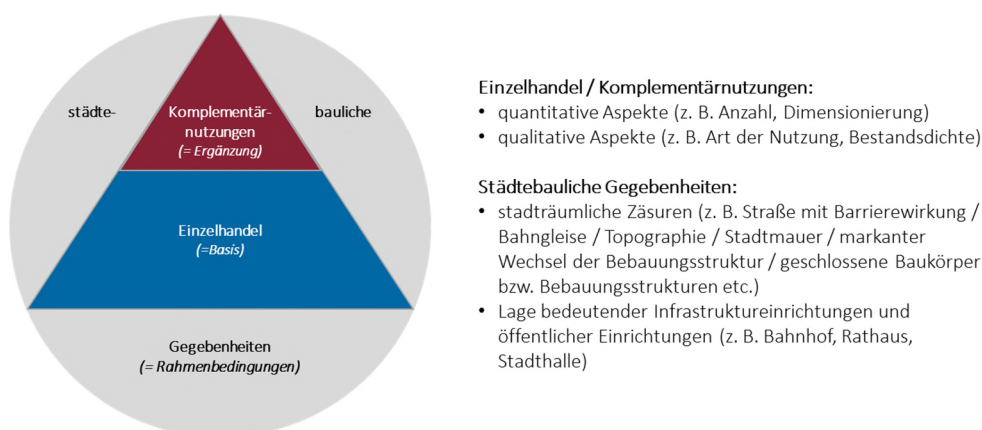
Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welchem durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB ein erheblicher Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den letzten Jahren, 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.⁵⁰

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 Verhältnissen⁵¹.
- /// Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁵² und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben⁵³.

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 21: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: GMA-Darstellung 2023

⁵⁰ 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).

⁵¹ d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

⁵² Vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

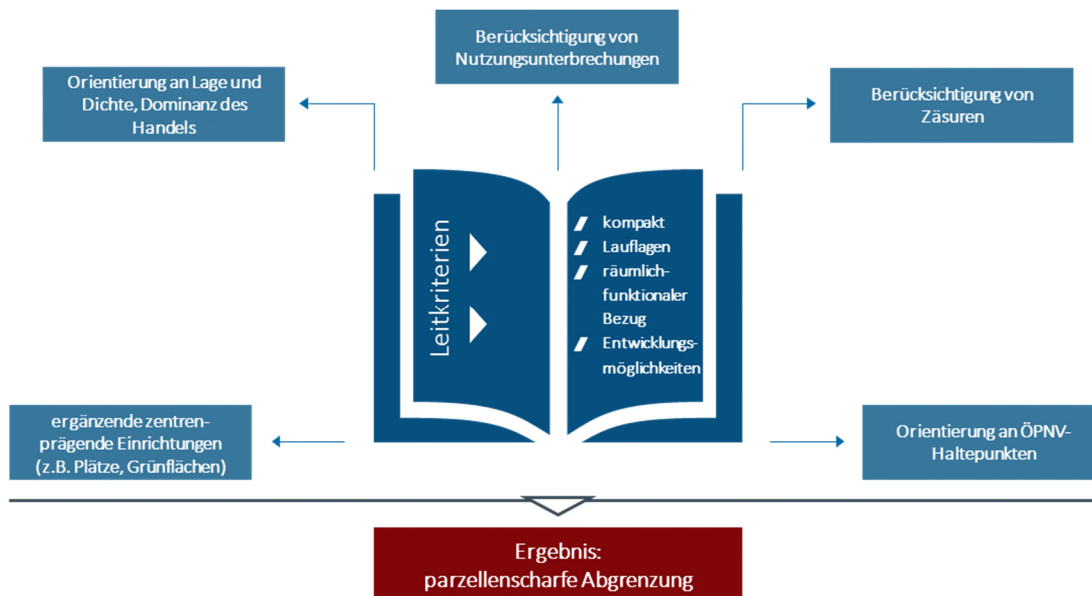
⁵³ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen (Vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763).

3.2 Kriterien zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches

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 22):

- 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 22: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche



Quelle: GMA-Darstellung 2023

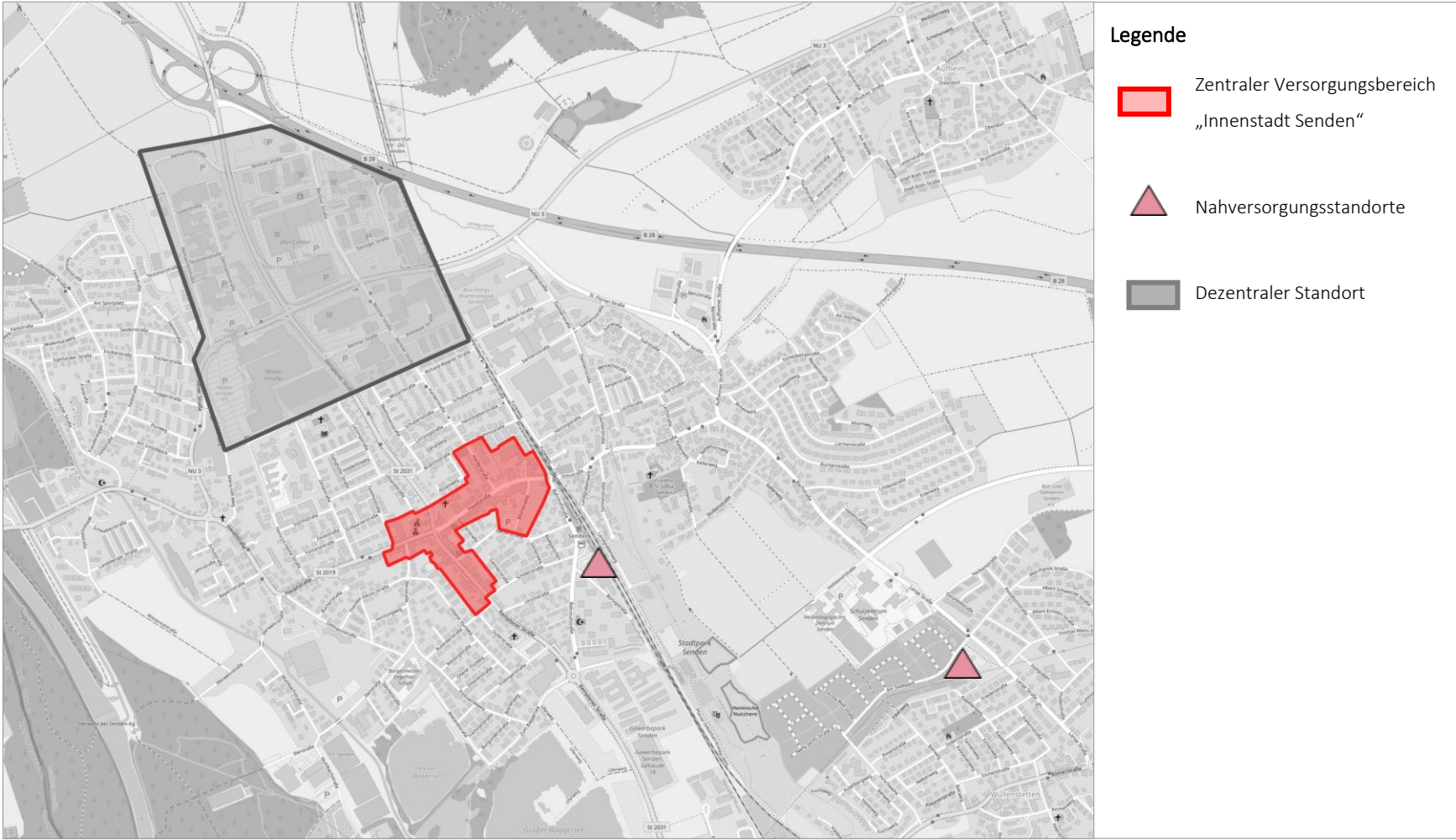
Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wenngleich die Kriterien **städtebauliche Integration** und **zentrale Versorgungsfunktion** (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich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

3.3 Standortkonzept Senden (2023)

Im Sinne einer **rechtssicheren Standort- und Zentrenstruktur** empfiehlt die GMA ein Standortkonzept, das folgende Zentren- und Standorttypen umfasst (vgl. Karte 7 und Übersicht 6):

- /// den zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“
- /// städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte
- /// städtebaulich nicht-integrierte Standorte

Karte 7: Standortkonzept für die Stadt Senden



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2023

Unter Berücksichtigung der in Senden bestehenden Einzelhandelsausstattung und der damit ausgeübten Versorgungsfunktion und Entwicklungsfähigkeit ergibt sich die folgende Zentren- und Standortstruktur:

Übersicht 6: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Senden (2023)

Standortkategorie	Status eines ZVB	Versorgungsfunktion	Zukünftiger Sortiments-schwerpunkt	Charakterisierung	Standort / Lage
Hauptzentrum	ja	gesamstädtisch	Sortimente aller Bedarfsstufen, überwiegend Sortimente des Innenstadt- und des Nahversorgungsbedarfs	Zentrale Versorgungsbereiche gemäß: § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG	Innenstadt (abschließend)
städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte	nein	nicht über den Nahbereich hinaus	vorrangig Sortimente des Nahversorgungsbedarfs	Einzelne gelegene oder wenige gemeinsam gelegene Betriebe, die siedlungsräumlich eingebunden sind. Eine städtebaulich integrierte Lage ist durch die Einbettung in eine zusammenhängende Wohnbebauung (wohnnah, fußläufig erreichbar) zu charakterisieren. Ein baulicher Zusammenhang zu Wohngebieten besteht in mindestens zwei Himmelsrichtungen.	<ul style="list-style-type: none"> • Borsigstraße • Lange Straße (nicht abschließend)
städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels	nein	gesamstädtisch, regional	überwiegend Sortimente des sonstigen Bedarfs	Nicht siedlungsräumlich eingebundene Lagen, z. B. autokundenorientierte Standorte in Gewerbe-/Industriegebieten oder an Ausfallstraßen; oft Einzelhandelsagglomerationen (z. B. Fachmarktzentren, Standorte des großflächigen Einzelhandels). Sie weisen i. d. R. kein ausgeprägtes Wohnumfeld auf. Ein baulicher Zusammenhang zu Wohngebieten besteht in maximal einer Himmelsrichtung.	<ul style="list-style-type: none"> • Gewerbegebiet Senden Nord • Gewerbegebiet Senden Süd

Quelle: GMA-Empfehlung 2023

3.3.1 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“

Die Innenstadt ist das multifunktionale Zentrum der Stadt Senden. Der zentrale Versorgungsbereich beherbergt eine grundlegende Nahversorgung und vereinzelt zentrenrelevante Einzelhandelsortimente, die durch unterschiedliche Angebote an Komplementärnutzungen wie Dienstleistungen, einigen gastronomischen Betrieben sowie öffentlichen Einrichtungen aus den Bereichen Bildung, Kultur und Verwaltung flankiert wird.

/// Vor dem Hintergrund der dominierenden Handelslage „Gewerbegebiet Nord“ steht der Fokus auf der Bestandssicherung des bestehenden Einzelhandels und einer Weiterentwicklung in realisierbaren, kleinen Schritten. Im Vordergrund sollte dabei der Ausbau der Nahversorgungsfunktion der Innenstadt stehen.

- / Ergänzende Angebote in zentrenrelevanten Sortimenten in Form eher kleinflächiger, inhabergeführter Fach- und Spezialgeschäfte stärken die in erster Linie städtische Versorgungsfunktion. Der Fokus liegt dabei auf Nischen- und Spezialangebote, welche durch den filialisierten Einzelhandel im Gewerbegebiet Nord nicht abgedeckt werden. Es besteht dabei konzeptionell stets die Möglichkeit, auch nicht zentrenrelevante Sortimente in der Innenstadt anzusiedeln.
- / Die Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs wird dabei durch umfangreiche Maßnahmen vor allem zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität begleitet.

Übersicht 7: Einordnung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“

Lage und Umfeld

- Lage entlang der Hauptstraße zwischen der Bahntrasse Ulm-Kempten und der Einmündung Goethestraße, entlang der Kemptener Straße ab Kreuzungsbereich Hauptstraße/Kemptener Straße bis zur Einmündung Schillerstraße/Ruländerstraße, und entlang der Harderstraße ab Hauptstraße bis Brahmstraße
- Bausubstanz überwiegend aus dem 20. Jahrhundert mit wenigen, bauhistorischen Aspekten (Ausnahme: Auferstehungskirche)
- maximale Ausdehnung rd. 550 m in West-Ost-Richtung (Luftlinie entlang Hauptstraße) und ca. 380 m in Nord-Süd-Richtung (Luftlinie entlang Kemptener Straße)
- weitgehend dichter Geschäftsbesatz
- umfassende Handelsergänzung durch Dienstleistungen, Kultur und Gastronomie
- im Standortumfeld vor allem Wohnen und öffentliche Einrichtungen
 - Kultur (z. B. Bürger:innenhaus, Auferstehungskirche)
 - Bildung (z. B. durch Neubau Bibliothek)
 - Dienstleistungen/Verwaltung (z. B. Rathaus)

Wettbewerbssituation

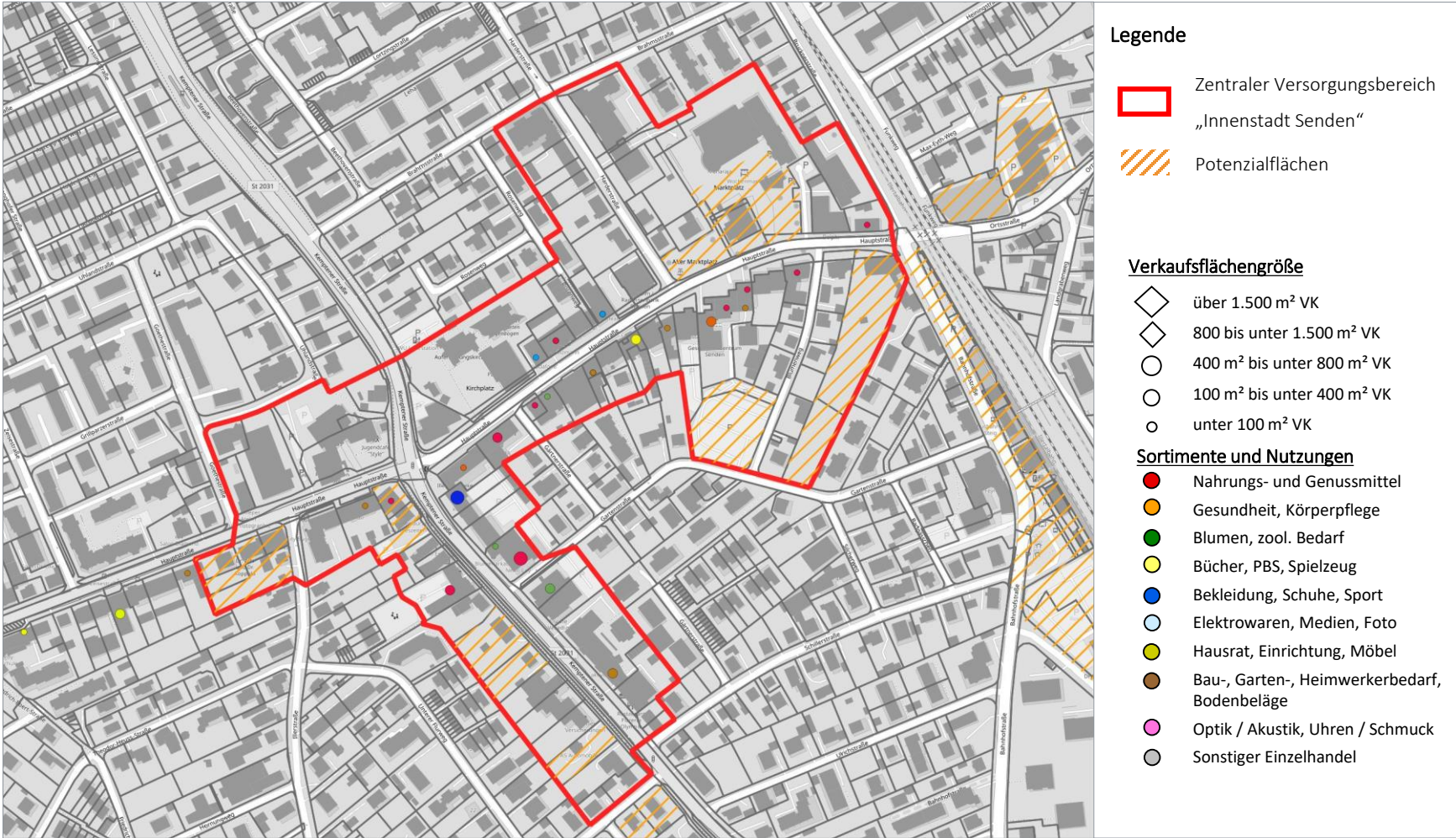
- Richtung Nordwest: Gewerbegebiet Nord (ca. 450 m Luftlinie)
- Richtung Südost: Nahversorgungsstandort Borsigstraße (ca. 250 m Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung (2022)

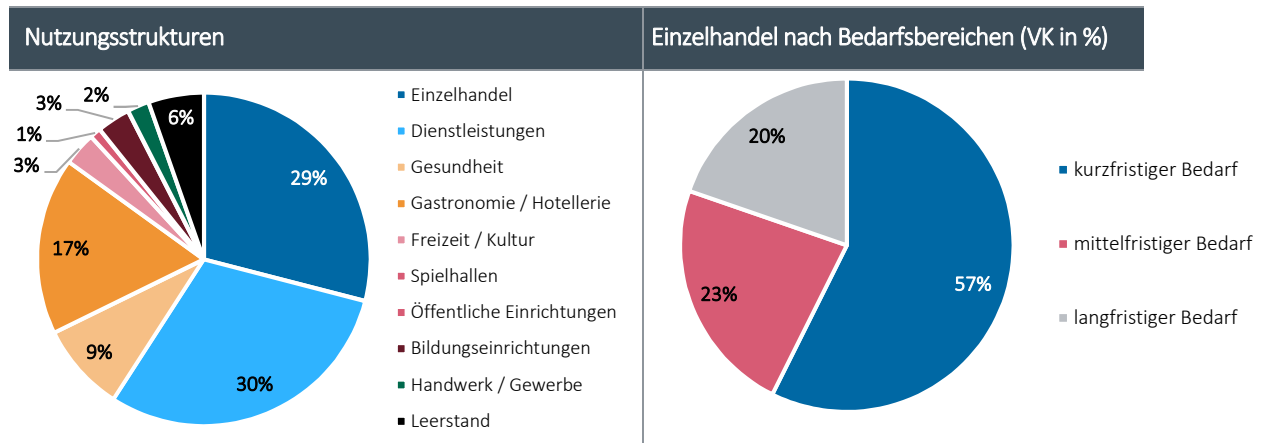
	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche in m ²		Umsatz in Mio. €	
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %
Kurzfristiger Bedarf	16	13,1	1.615	1,0	9,1	2,0
Mittelfristiger Bedarf	2	1,6	645	0,4	1,7	0,4
Langfristiger Bedarf	9	7,4	555	0,4	3,9	0,9
Einzelhandel insgesamt	27	22,1	2.815	1,8	14,6	3,3

Fortsetzung auf nächster Seite

Karte 8: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und Potenzialflächen



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2023



Einzelhandelsangebot	
ab 200 m ² VK	Norma, Netto City, KiK
100 – 199 m ²	Günes Market, Bücherwelt Senden, Apotheke Stadtpassage, Aktiv Optik, Blue Angel Aquaristik

Ergänzende Nutzungen

In der Innenstadt ist auf ein differenziertes Angebot an Komplementärnutzungen aus allen Bereichen und Segmenten zu verweisen. Neben dem Einzelhandel liegt ein Nutzungsschwerpunkt auf Dienstleistungen, gefolgt von gastronomischen Betrieben sowie dem Gesundheitsbereich (Arztpraxen). Insgesamt bilden die Komplementärnutzungen zusammen mit dem Handelsbesatz ein multifunktionales Zentrum für das Mittelzentrum Senden aus. Eine kulturelle Besonderheit stellt das Bürger:innenhaus dar.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

- **Organisationsstruktur:** Einzelhandel und Komplementärnutzungen in der Sendener Innenstadt sind in erster Linie entlang der Hauptstraße angesiedelt. Dabei ist insbesondere der Abschnitt zwischen der Bahntrasse Ulm-Kempton und der Kreuzung Hauptstraße / Kemptener Straße ausschlaggebend. Auf der nördlichen Seite sind vor dem Bürger:innenhaus sowie im Bereich der Auferstehungskirche kleine, städtische Plätze vorhanden. In der baulichen Struktur überwiegen drei- bis viergeschossige Gebäude mit gemischten Nutzungen.
- **Nutzungen:** Die Innenstadt wird überwiegend durch Einzelhandels- und Gastronomienutzungen im Erdgeschoss sowie durch Wohnen, Dienstleistungen und Büronutzungen in den Obergeschossen geprägt. Auffällig ist eine vergleichsweise hohe Dichte an Arztpraxen im Innenstadtbereich. Im Einzelhandel überwiegen kleinflächige Betriebe mit Verkaufsflächen unter 100 m². Darunter sind in erster Linie Bäckereien sowie Betriebe aus den Bereichen Brillen, Optik / Hörgeräte, Akustik sowie Uhren/Schmuck zu finden. In der Umgebung zum Kreuzungsbereich Hauptstraße / Kemptener Straße sind zwei mittelflächige Lebensmitteldiscounter und ein Modediscounter angesiedelt.
- **Ärztliche Versorgung:** Entlang der Hauptstraße ist ein hoher Bestand an Arztpraxen auffällig. Entsprechend der Berechnungsgrundlagen der Kassenärztlichen Bundesvereinigung KBV lässt sich für Senden insgesamt eine überdurchschnittliche ärztliche Versorgung feststellen. Besonders hoch liegt der Versorgungsgrad in der Arztgruppe der Augenärzt:innen (etwa 400 %) und der HNO-Ärzt:innen (etwa 350 %). Eine erkennbare Unterversorgung besteht jedoch bei Psychotherapeut:innen und Kinder- und Jugendärzt:innen (je etwa 25 %).
- **Magnetbetriebe:** Es sind keine klassischen Magnetbetriebe im Sinne großflächiger Betriebe bekannter Filialisten vorhanden. Kundenfrequenz wird in erster Linie durch den Wochenmarkt am Freitag sowie die beiden Lebensmitteldiscounter Norma und Netto City, den Modediscounter KiK und die Bücherwelt Senden generiert.
- **Leerstände:** Innerhalb der Innenstadt von Senden sind zum Begutachtungszeitpunkt insgesamt zwei zum Teil strukturprägende Leerstände zu identifizieren. Im Stadtbild fällt dabei insbesondere der Leerstand des ehemaligen Deniz Markt in der Hauptstraße 47 (an der zentralen Kreuzung Hauptstraße / Kemptener Straße) auf. Der zweite Leerstand betrifft die ehemalige Filiale matratzen direct in der Bahnhofstraße 2.

- **Gesamteindruck:** Die Innenstadt Senden wird wesentlich durch die Hauptstraße und die Kemptener Straße als zentrale und vielbefahrene Verkehrswege durch die Stadt Senden geprägt, entlang derer Einzelhandel und Komplementärnutzungen angesiedelt sind. Aus Handelsgesichtspunkten ist die gute verkehrliche Anbindung hervorzuheben. Auf der anderen Seite steht eine insbesondere für Fußgänger:innen eher geringe Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum und ein Mangel an attraktiven, mittel- oder großflächigen Einzelhandelsbetrieben.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Die **verkehrliche Erschließung** der Innenstadt erfolgt insbesondere über die Kemptener Straße. Diese verbindet die Innenstadt mit dem Gewerbegebiet Nord und darüber hinaus mit der B 28. Entlang der Hauptstraße sind die östlichen Stadtteile Aufheim und Wullenstetten zu erreichen, und nach Westen hin der Stadtteil Ay. Anschluss an das Bahnnetz besteht über den östlich der Innenstadt gelegenen Bahnhof Senden
- **Parken:** Für den ruhenden Verkehr stehen straßenbegleitend vor allem entlang der Hauptstraße und Harderstraße Pkw-Stellplätze zur Verfügung. Unterhalb des Bürger:innenhauses bzw. des daran anschließenden Platzes findet sich eine große Tiefgarage, und südlich der Hauptstraße, an der Blumenstraße, ein großer, ebenerdiger Parkplatz.
- Für **Fußgänger:innen und Radfahrer:innen** ist eine gute Erreichbarkeit der Sendener Innenstadt aus den angrenzenden Stadtvierteln festzustellen.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“** begründet sich im Wesentlichen durch die hohe Dichte an Einzelhandel und Komplementärnutzungen im Bereich der Hauptstraße, die zugleich **die Ortsmitte der Stadt Senden** darstellt. Nach Osten bildet die Bahntrasse Ulm-Kempten eine eindeutige, städtebauliche Zäsur. Nach Westen, über den Kreuzungsbereich Hauptstraße / Kemptener Straße hinaus, nimmt die Dichte an Einzelhandels- und Komplementärnutzungen deutlich ab und es überwiegt die Wohnnutzung. Daher wird die Abgrenzung nach Westen gegenüber dem Zentralen Versorgungsbereich des Einzelhandelskonzepts 2016 etwas strenger an der Einmündung Goethestraße gefasst. Das Rathaus und angrenzende Nutzungen sind in dieser Konzeptionierung weiter miteingeschlossen. Analog nimmt entlang der Harderstraße nach Norden hin, über die Brahmstraße hinaus, die Nutzungsdichte deutlich ab, der zentrale Versorgungsbereich reicht daher bis zur Brahmstraße. Nach Süden, entlang der Kemptener Straße, bleibt die bisherige Abgrenzung bestehen. Insbesondere in den Gebäuden auf der östlichen Seite der Kemptener Straße finden sich noch zahlreiche Nutzungen aus den Bereichen Dienstleistungen, Gastronomie und Gesundheit, ab Höhe Schillerstraße bzw. Ruländerstraße überwiegt jedoch die Wohnnutzung.
- Der zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“ umfasst damit den am dichtesten besetzten Abschnitt der Hauptstraße und vereinzelt angrenzende Straßenzüge und -plätze. Hier sind ein **dichter Handelsbesatz sowie zahlreiche Komplementärnutzungen mit zentrenbildenden Funktionen** vorzufinden. Außerhalb der beschriebenen Abgrenzung dünnt die Handels- und Dienstleistungsnutzung deutlich aus und ausgeprägte Wohngebiete mit eingestreuten Handels- und Dienstleistungsnutzungen dominieren das Stadtbild.
- **Potenzialflächen** sind innerhalb der Altstadt von Senden punktuell durch Brachflächen in der Kemptener Straße vorhanden. Insofern bestehen innerhalb der Innenstadt ausgeprägte Möglichkeiten für eine endogene Weiterentwicklung des Zentrums.

Entwicklungsziele

Die Sendener Innenstadt ist als Einkaufsstandort mit einem vielfältigen und attraktiven Einzelhandelsbesatz und einem attraktiven Umfeld für den Erlebniseinkauf zu erhalten und zu stärken.

- Sicherung des vorhandenen Angebots im Einzelhandel gegenüber der starken Konkurrenzsituation durch das Gewerbegebiet Nord
- Ausbau insbesondere der Nahversorgungsfunktion für die Bewohner:innen der Innenstadt Senden
- Erhalt der Funktionsvielfalt aus Wohnen, Arbeit, Kultur, Einzelhandel, Gastronomie, Gesundheit und Bildung
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität

Handlungsempfehlungen

- Absicherung jener Sortimente, in welchen die Sendener Innenstadt vergleichsweise stark aufgestellt ist, gegen eine Verlagerung in das Gewerbegebiet Nord über entsprechende Festsetzungen im Bebauungsplan
 - Optik, Hörgeräte
 - Uhren, Schmuck
 - Bücher
- Förderung der Ansiedlung eines hochwertigen Nahversorgers im Bereich Lebensmittel und ggfs. Drogeriewaren
- Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität
 - Neugestaltung Neue Mitte Senden
 - Begrünung, Verkehrsberuhigung, Verbesserung der Querungsmöglichkeiten Hauptstraße und Kemptener Straße
 - Abwechslungsreiche Gastronomie für alle Altersgruppen und jeden Geldbeutel
- moderne Shop-Konzepte mit ergänzenden Angeboten (z. B. Lesecafé) und Popup-Stores zur Stärkung des stationären Handels; kurzfristige und flexible Nutzungen ermöglichen
- „Einkaufserlebnis Innenstadt“ sicherstellen und weiterentwickeln, d. h. „city first“
 - Konzentration von Neuansiedlungen mit Sortimenten des Innenstadtbedarfs innerhalb der bestehenden Verkaufsflächenpotenziale (Leerstandsminimierung --> Attraktivitätssteigerung)
 - Bündelung zukünftiger Ansiedlungs- und Aufwertungsmaßnahmen auf die Innenstadt; Umnutzung und Umbau- oder Ausbaumaßnahmen auch zur Etablierung neuer Nutzungen zur Beseitigung und Vermeidung von Leerständen beispielsweise für Dienstleistungen, kleinere Werkstätten (z. B. Kunsthandwerk, do-it-yourself-Reparaturcafé) oder als Wohnflächen (ausgenommen in den Haupteinkaufslagen)
- Zielgerichtete Immobilienverwertung und bedarfsorientierte, flexible Nutzungsveränderungen zur Erhaltung der Funktionsvielfalt und städtebaulichen Attraktivität (Leerstandbeseitigung, z. B. durch Handel zu Wohnen)
- Profilierung des starken Ärzt:innentandorts Senden als regional bedeutsamer Gesundheitsstandort
 - Erhöhung der Nutzungsvielfalt in der Innenstadt
 - Behebung der Versorgungslücken bei Arztgruppen mit geringem Versorgungsgrad
 - Positive Wechselwirkung mit Einzelhandel für medizinische bzw. gesundheitsbezogene Produkte (Apotheken, Drogeriemarkt, Sanitätshaus)

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2023

3.3.2 Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte

Bei den städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten in Senden handelt es sich um solitär gelegene Lebensmittelmärkte, die der wohnortnahen, fußläufig erreichbaren Grundversorgung der Wohnbevölkerung dienen. Folgende Nahversorgungsstandorte wurden in Senden identifiziert:

- Borsigstraße (REWE)
- Lange Straße (Feneberg, Wullenstetten)

Im Interesse möglichst flächendeckender, tragfähiger und zukunftssicherer Nahversorgungsstrukturen in Senden sollen die bestehenden Betriebe gesichert werden. Angestrebt werden ein dezentrales Standortnetz zur optimalen Versorgung der Wohnbevölkerung sowie die Bündelung der Angebote zur Nahversorgung im Verbund mit öffentlichen Einrichtungen und Dienstleistungen.

gen. So sind neben möglichen Verkaufsflächenerweiterungen zur Realisierung zeitgemäßer, betreiberspezifischer Vertriebskonzepte vor allem räumliche Lückenschlüsse in der Nahversorgung in unterversorgten Teilräumen der Stadt (Ay im Westen sowie Aufheim, Hittistetten und Witzighausen im Osten) anzustreben (Vgl. Kapitel V. 3.2).

3.3.3 Städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels

Der Sendener Einzelhandel wird insbesondere geprägt durch die großflächigen Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich nicht-integrierter Lage im Gewerbegebiet Nord. Dieses steht aufgrund der hier angesiedelten innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente teilweise deutlich im Wettbewerb mit der Sendener Innenstadt. Zugleich leistet es aufgrund der deutlich überörtlichen Ausstrahlungskraft einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung und Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Senden, sowie als Möbelstandort für die Bekanntheit deutlich über die Region hinaus. Da großflächige Angebotsformate häufig keinen Platz in historisch gewachsenen, städtebaulich kleinstrukturierten Innenstädten finden – so auch kaum in der Sendener Innenstadt –, übernehmen diese Standortbereiche ergänzende Handelsfunktionen. In Zukunft sollte die Stadt Senden eine konsequente Standortsteuerung innerhalb dieser dezentralen Handelslagen vorantreiben, um eine räumlich möglichst kompakte Angebotslandschaft zu realisieren. Zugleich muss die hohe Attraktivität des Gewerbegebiets Nord vor der zunehmenden Konkurrenz aus dem virtuellen Raum erhalten werden.

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Senden

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 zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsbereich orientieren muss.

Im Folgenden werden sortiments- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert:

Übersicht 8: Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Senden

Zentraler Versorgungsbereich	Kernsortimente des Innenstadtbedarfs	Kernsortimente des Nahversorgungsbedarfs	Kernsortimente des sonstigen Bedarfs	keine zentralen Versorgungsbereiche
Innenstadt	uneingeschränkte Ansiedlung möglich	uneingeschränkte Ansiedlung möglich	uneingeschränkte Ansiedlung möglich	
	Keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	kleinflächig und ausnahmsweise großflächig ¹	kleinflächig	städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte
	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	klein- und großflächig ²	städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels

1 Einzelfallprüfung ab 800 m² VK erforderlich: keine negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und bestehende städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte, Begrenzung der Randsortimente des Innenstadtbedarfs auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche

2 Begrenzung der Randsortimente des Innenstadtbedarfs auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 800 m² Verkaufsfläche

Quelle: GMA-Empfehlung 2023

4.1 Steuerungsempfehlungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“

Als zentraler Versorgungsbereich wird die **Innenstadt Senden** im Bereich der Hauptstraße zwischen Bahntrasse Ulm-Kempten und Einmündung Goethestraße, Harderstraße bis Kreuzung Brahmstraße und Kemptener Straße bis Einmündung Schillerstraße/Ruländerstraße definiert. Der zentrale Versorgungsbereich gilt als schutzwürdige Einkaufslage gemäß Baugesetzbuch, Baunutzungsverordnung sowie Raumordnungsgesetz.

Im Sinne einer an den städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollten für das Hauptzentrum keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl klein- als auch großflächige Betriebe aller Sortimentsbereiche zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Insbesondere Neuansiedlungen großflächiger Betriebe mit Kernsortimenten des Innenstadtbedarfs sind nach Möglichkeit auf diesen Standortbereich zu lenken. Durch Aufbereitung von Flächen kann die Stadt zu einer verbesserten Flächenverfügbarkeit beitragen.

Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs ist hier zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht nur dann zu verfolgen, wenn brachgefallene Flächen entsprechend den städtebaulichen Zielsetzungen nachbelegt werden können oder sich eine frequenzerzeugende Wirkung auf die Innenstadt generieren lässt.

4.2 Steuerungsempfehlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“

4.2.1 Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte

Im Sinne einer auch zukünftig anzustrebenden flächendeckenden Nahversorgung der Wohnbevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs ist die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungsrelevantem Einzelhandel in städtebaulich integrierten Lagen mit Wohngebietsorientierung möglich, da in der

Regel keine Beeinträchtigungen des zentralen Versorgungsbereichs vorliegen. Dabei ist zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. (im Sinne arrondierender Angebote) und Fachmärkten unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit (Drogeriemarkt, Schuhfachmarkt etc.) zu differenzieren. Klassische Kopplungsstandorten aus Lebensmittelmarkt und Fachmärkten sind auch in Nahversorgungslagen zu vermeiden.

4.2.2 Städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels

Die Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels sollen – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden.

Aufgrund der vorgesehenen Funktionsteilung zwischen der Innenstadt als Standort für Sortimente des Innenstadtbedarfs und den Ergänzungsstandorten im Norden und Süden der Stadt mit überörtlicher Versorgungsfunktion sollen diese Standortbereiche künftig der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Kernsortimenten des sonstigen Bedarfs vorbehalten sein und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zum zentralen Versorgungsbereich übernehmen.

Vor allem die hier angesiedelten Betriebe der Grundversorgung (Lebensmittel- und Drogeriemärkte) erfüllen ihre Funktion als Nahversorger lagebedingt nicht (fehlende Mantelbevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich). Im Interesse einer flächendeckenden Versorgung nah am Verbraucher sind diese Grundversorgungsstandorte künftig nicht bzw. nur im Bestand weiter zu entwickeln.

An den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels sind Kernsortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs zukünftig planungsrechtlich auszuschließen; bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz.

Ausnahmen

1. Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitende Produkte (sogenannter **Annexhandel**) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sogenannten Annexhandels ist gegeben, wenn dieser
 - in unmittelbar baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
 - die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist,
 - das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten besteht, die handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung innerhalb von Senden zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind,

kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, vor allem im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁵⁴

2. Weiterhin sind im Sinne der Unterstützung des inhabergeführten Fachhandels als individuelles Element der lokalen Einzelhandelslandschaft ausnahmsweise Ladengeschäfte des zentrenrelevanten Einzelhandels zulässig, die eine Verkaufsflächengröße von 50 m² nicht überschreiten. Auf diese Weise wird der kleinflächige Facheinzelhandel, der häufig in eigenen Immobilien wirtschaftet, in seiner Entwicklung nicht wesentlich behindert. Bei der genannten Größe ist in der Regel von keinen Beeinträchtigungen des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“ auszugehen (= **Kleinflächenregelung**).

4.3 Steuerungsempfehlungen zu Randsortimenten des Innenstadtbedarfs

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der **Randsortimente** des Innenstadtbedarfs bei Betrieben mit Kernsortimenten des sonstigen Bedarfs zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von Randsortimenten des Innenstadtbedarfs zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen.

Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit Kernsortimenten des sonstigen Bedarfs (z. B. Möbel- und Einrichtungshäuser, Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der Randsortimente⁵⁵ des Innenstadtbedarfs auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² VK anzuregen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Senden führen.

⁵⁴ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. maximal 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

⁵⁵ 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 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. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

5. Lupenbetrachtung Potenzialflächen

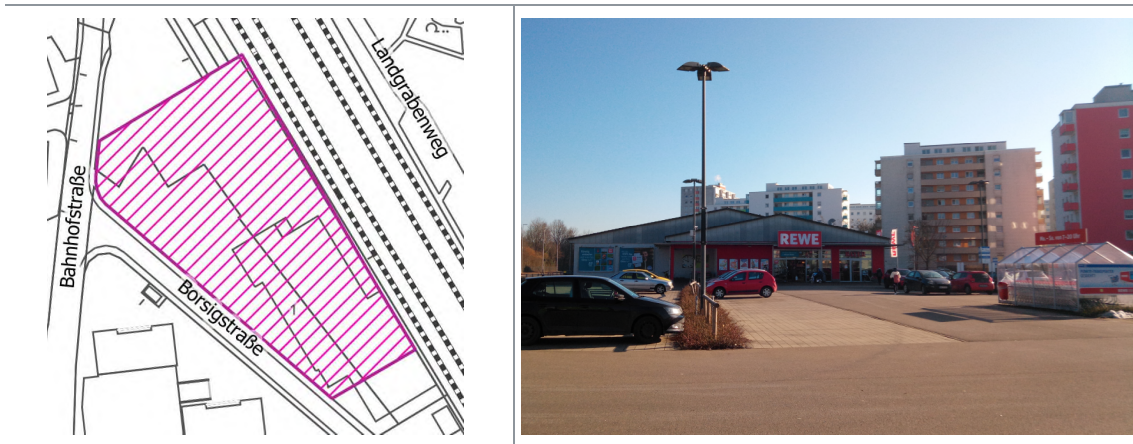
5.1 Standort 1: Bahnhofsgelände



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Neugestaltung des Bahnhofsumfelds /// in dem Zusammenhang Neubau eines Servicepavillons mit Bistro
Flächenverfügbarkeit	/// Grundfläche: unbekannt (Verkaufsfläche unbekannt)
Lageklassifizierung	<ul style="list-style-type: none"> /// Lage außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Senden“ /// hohe fußläufige Frequentierung möglich, da direkter Anschluss an Bahnhof Senden
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	/// Neubau Servicepavillon in Planung
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	/// Gastronomisches Angebot „to go“ speziell für Kund:innen der Bahn

GMA-Standortanalyse 2023

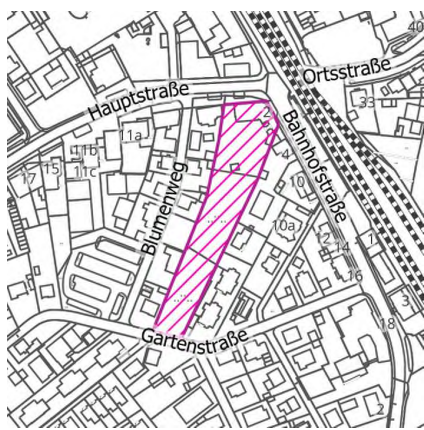
5.2 Standort 2: Gelände REWE-Markt Borsigstraße 1



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 150 m südlich des Bahnhofs /// ca. 85 Parkplätze
Flächenverfügbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> /// aktuell insgesamt ca. 1.400 m² Verkaufsfläche /// unbebaute Fläche (Parkplatz) ca. 2.900 m²
Lageklassifizierung	<ul style="list-style-type: none"> /// Lage außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Senden“ /// räumlich integrierter Nahversorgungsstandort /// hohe fußläufige Frequentierung durch Nähe zu Bahnhof Senden möglich
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	<ul style="list-style-type: none"> /// REWE-Supermarkt mit angeschlossener Bäckerei
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	<ul style="list-style-type: none"> /// GMA-Vorschlag: Prüfung zur Ergänzung mit Drogeriemarkt durch Überbauung Parkplatz <ul style="list-style-type: none"> ▪ In Senden nur geringes Nahversorgungsangebot mit Drogeriewaren ▪ weitgehende Konzentration des Sortiments auf das Gewerbegebiet Nord ▪ Verlagerung der Parkplätze in neu zu errichtender Tiefgarage ▪ vgl. Potenzialstandorte in Pkt. 5.5 und 5.8

GMA-Standortanalyse 2023

5.3 Standort 3: Wohn- und Geschäftshaus Bahnhofstraße 2



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// drei Grundstücke zwischen Hauptstraße (im Kreuzungsbereich Bahnhofstraße) und Gartenstraße /// sehr gute Sichtbarkeit und Erreichbarkeit des nördlichen Grundstücks /// geringe Sichtbarkeit der beiden südlichen Grundstücke
Flächenverfügbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> /// insgesamt ca. 5.100 m² Grundfläche /// auf nördlichem Grundstück ca. 400 m² bebaut /// südliche Grundstücke unbebaute Grünfläche
Lageklassifizierung	<ul style="list-style-type: none"> /// nördliches Grundstück innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Senden“ /// hohe fußläufige Frequentierung, da an der Schnittstelle zwischen ZVB und Bahnhof
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	<ul style="list-style-type: none"> /// Gebäude auf nördlichem Grundstück aktuell Leerstand (ehem. Matratzen-Geschäft) /// Bauzustand: sanierungsbedürftig
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	<ul style="list-style-type: none"> /// GMA-Vorschlag: (Neu-)Bebauung mit Wohnen und Gastronomie /// südliche Grundstücke: Wohnbebauung /// nördliches Grundstück: <ul style="list-style-type: none"> ■ Schaffung eines attraktiven Entrées in die Sendener Innenstadt aus Richtung des Bahnhofs und der östlichen Stadtteile ■ Einladende Gastronomie z.B. in Form eines Cafés im Erdgeschoss ■ Bebauung entlang der straßenzugewandten Seite, Freifläche für Außengastronomie auf der straßenabgewandten Freifläche ■ Büronutzung in den Obergeschossen

GMA-Standortanalyse 2023

5.4 Standort 4: Bibliothek am Marktplatz



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Abriss und Neubau des Sparkassengebäudes am Marktplatz /// Neubau eines Bibliotheksgebäudes mit Café und Gewerbeflächen /// Neugestaltung des Marktplatzes
Flächenverfügbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> /// im Bibliotheksgebäude auf Erdgeschossesebene ca. 305 m² für Bibliothek mit Café sowie zweimal je 105 m² Gewerbefläche /// Obergeschosse für Wohn- oder Büronutzung vorgesehen
Lageklassifizierung	<ul style="list-style-type: none"> /// mittig im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“ /// erhöhte Fußgänger:innenfrequenz
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	<ul style="list-style-type: none"> /// Neubau in Planung
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	<ul style="list-style-type: none"> /// GMA-Vorschlag: Kleinflächiger Einzelhandel in aktuell unterrepräsentierten Sortimentsbereichen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fachgeschäft der hochwertigen Lebensmittelversorgung (z.B. Weinhandlung/Spirituosen, Kaffeerösterei, Schokolade/Pralinen, Öle/Essige/Gewürze) ▪ Fachgeschäft für die Bereiche Kunst/Antiquitäten, Uhren/Schmuck, Schreibwaren ▪ alternativ Nutzung als wechselnde Ausstellungsfläche (Wanderausstellungen, lokaler Kunstverein)

GMA-Standortanalyse 2023

5.5 Standort 5: Parkplatz am Blumenweg



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// abgesetzte Lage südlich der Hauptstraße /// in direktem Umfeld Wohngebietsbebauung (Einzel- und Mehrfamilienhäuser)
Flächenverfügbarkeit	/// Grundfläche ca. 2.500 m ²
Lageklassifizierung	/// Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Senden“
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	<ul style="list-style-type: none"> /// Nutzung als Parkplatz /// Auslastung im Tagesverlauf Normalwerktag bis zu 60 %, Nutzung durch Dauerparker, Angestellte und Kund:innen (Erhebung Büro Schlothauer & Wauer, Parkraumkonzept 2022)
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	<ul style="list-style-type: none"> /// Bebauung des Parkplatzes nur bei Schaffung eines adäquaten Ersatzes der Parkplätze empfehlenswert, insbesondere da durch Aufwertungsmaßnahmen entlang der Hauptstraße dort eventuell weitere Parkplätze entfallen /// GMA-Vorschlag: Prüfung zur Entwicklung eines Drogeriemarkts (vgl. Potenzialstandorte in Pkt. 5.2 und 5.8)

GMA-Standortanalyse 2023

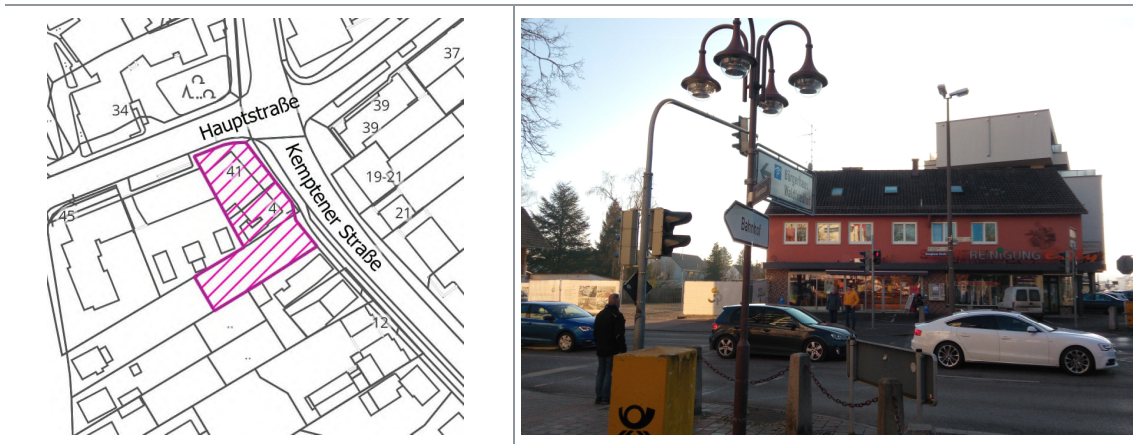
5.6 Standort 6: Ortstraße 40 + 46



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// östlich angrenzend an Bahntrasse
Flächenverfügbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> /// Grundfläche ca. 5.000 m², im östlichen Teil ca. 1.100 m² bebaut
Lageklassifizierung	<ul style="list-style-type: none"> /// Lage außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Senden“ /// geringe fußläufige Frequentierung, jedoch gute verkehrliche Anbindung und Nähe zu Bahnhof Senden
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	<ul style="list-style-type: none"> /// westliches Grundstück unbebaut /// östliches Grundstück mit Mischnutzung, insb. Ärzte / Physiotherapie
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	<ul style="list-style-type: none"> /// GMA-Vorschlag: Nutzung als Park-&-Ride Parkplatz für die Fahrgäste des nahegelegenen Bahnhofs /// GMA-Vorschlag: Mehrgeschossige Bebauung als Bürogebäude

GMA-Standortanalyse 2023

5.7 Standort 7: Hauptstraße 41 / Kemptener Straße 4



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	im Kreuzungsbereich Hauptstraße / Kemptener Straße
Flächenverfügbarkeit	auf EG-Ebene ca. 79,5 m ² Verkaufsfläche vorgesehen
Lageklassifizierung	<ul style="list-style-type: none"> im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“ Zentral gelegen, jedoch hohes Verkehrsaufkommen Kemptener Straße
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	Neubau in Planung
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	<ul style="list-style-type: none"> Sind Parkplätze vorgesehen? GMA-Empfehlung: Ladenhandwerk, bspw. eine Metzgerei oder einzelhandelsnahe Dienstleistung (Friseur-/Beautysalon)

GMA-Standortanalyse 2023

5.8 Standort 8: Kemptener Straße 16-18



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Kemptener Straße, südlich der Kreuzung Hauptstraße /// Abriss der bestehenden Bausubstanz und Neubau zweier sechsgeschossiger Wohn- und Geschäftshäuser
Flächenverfügbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> /// auf Erdgeschosebene zwei Gewerbeflächen mit ca. 140 m² und ca. 776 m² vorgesehen /// Wohnnutzung in den Obergeschossen
Lageklassifizierung	<ul style="list-style-type: none"> /// im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“ /// zentral gelegen, jedoch hohes Verkehrsaufkommen Kemptener Straße
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	<ul style="list-style-type: none"> /// in Planung
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	<p>GMA-Empfehlung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Prüfung zur Entwicklung eines hochwertigen Nahversorgers (Supermarkt, Biosupermarkt) oder Drogeriemarktes auf der größeren Verkaufsfläche (vgl. Potenzialstandorte in Pkt. 5.2 und 5.5) ■ kleinflächiger Einzelhandel in aktuell unterrepräsentierten Sortimentsbereichen oder einzelhandelsnahe Dienstleistung auf der kleineren Verkaufsfläche

GMA-Standortanalyse 2023

5.9 Standort 9: Kemptener Straße 24 + 30



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	/// Kemptener Straße, südlich der Kreuzung Hauptstraße
Flächenverfügbarkeit	/// Kemptener Straße 30: ca. 1.200 m ² Grundfläche /// Kemptener Straße 24: ca. 985 m ² Grundfläche
Lageklassifizierung	/// Kemptener Straße 24 innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Senden“, Kemptener Straße 30 außerhalb
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	/// Kemptener Straße 30 in Neubebauung mit Wohnnutzung (Neubau bereits abgeschlossen?) /// Kemptener Straße 24 Kfz-Werkstatt und Gebrauchtwagenhändler
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	/// GMA-Empfehlung: Wirtshaus mit Außengastronomie <ul style="list-style-type: none"> ▪ aus der Befragung der Bürger:innen hat sich unter anderem ein Mangel an attraktiver Gastronomie, v.a. auch mit deutscher bzw. schwäbischer Küche ergeben ▪ Neubebauung mit Freifläche im hinteren Teil des Grundstücks bietet die Möglichkeit, noch innerhalb des ZVB eine attraktive Gastronomie einschließlich Außenbewirtung anzubieten

GMA-Standortanalyse 2023

5.10 Standort 10: Hauptstraße 47



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Hauptstraße, gegenüber Rathaus /// geplanter Abriss der bestehenden Bausubstanz (drei einzelstehende Gebäude) und Neubau als Wohn- und Geschäftsgebäude
Flächenverfügbarkeit	/// unbekannt
Lageklassifizierung	/// außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Senden, jedoch direkt angrenzend
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	/// Leerstand (ehem. Deniz Market), Wohnnutzung
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	/// Umsetzung der Planung als Ärztehaus

GMA-Standortanalyse 2023

5.11 Standort 11: Alte Spinnerei in Ay



Kriterium	Bewertung
Standortbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> /// Brachfläche einer ehemaligen Spinnerei am Stadtrand Senden in Richtung Oberkirchberg /// Lage am Ayer Werkskanal, Nähe zu Baggersee und Iller, damit einhergehend ein hoher Naherholungswert
Flächenverfügbarkeit	/// Grundfläche ca. 13.000 m ²
Lageklassifizierung	/// dezentrale Lage am Stadtrand
Vorhandene Immobilie, aktuelle Nutzung	/// Brachfläche
Nutzungsempfehlungen / -potenziale	<ul style="list-style-type: none"> /// Wohnbebauung /// alternativ: Geeigneter Standort für großflächigen Nahversorger in Kombination mit Drogeriemarkt? -> Konkurrenz Marktkauf, Müller, dm (GE Nord) und REWE (Oberkirchberg)

GMA-Standortanalyse 2023

6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Senden (2023)

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

/// Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Stadtrat von Senden⁵⁶ 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 der Stadt Senden für die Einzelhandelsentwicklung
- Sendener Sortimentsliste
- Festlegung der Zentren- und Standortstruktur zzgl. Festlegung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“
- Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Senden

/// 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. Dies hat insbesondere bei anstehenden Veränderungen zu erfolgen (Anpassung des jew. Bebauungsplans). 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 Stadtrat von Senden gilt das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept, das als sachliche Grundlage für die Bauleitplanung herangezogen werden sollte.

/// Ansprache von Investor:innen und Handelsunternehmen / Beratung von Immobilieneigentümer:innen

Die aktuellen Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes können aktiv genutzt werden, um sowohl Immobilieneigentümer:innen, Investor:innen als auch Handelsunternehmen / Mittelstand gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Sendener Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit bezüglich einer möglichen Investitions- / Ansiedlungsbereitschaft. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von innenstadtrelevantem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt eine Entwicklung innerhalb der Stadtmitte aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedelungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

/// Regionale Abstimmung zur weiteren Entwicklung

Die Stadt Senden nimmt als Einzelhandelsstandort für die Gesamtregion eine sehr hohe Bedeutung ein. Maßnahmen zur weiteren Entwicklung des Einzelhandels haben Auswirkungen auf die umliegenden Städte und Gemeinden, und umgekehrt wirken dortige Entwicklungen auf die Stadt Senden. Zu konkreten Fragestellungen, wie der Möglichkeit der

⁵⁶ Eine sortiments- und standortregelnde Bauleitplanung ohne Beschluss als Konzept nach § 1 Abs. 3 Nr. 11 BauGB ist nicht möglich.

Ansiedlung eines Drogeriemarktes in der Innenstadt, sollte daher eine regionale Abstimmung erfolgen.

Es ist herauszustellen, dass der Grad an Planungs- und Rechtssicherheit des Konzepts 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 Stadt Senden 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

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Senden und zentralörtliche Struktur in der Region	25
Karte 2:	Räumliche Verteilung der Betriebsstätten des Einzelhandels	33
Karte 3:	Angebotssituation in der Sendener Innenstadt	36
Karte 4:	Nahversorgungssituation in Senden und fußläufige Einzugsbereiche	40
Karte 5:	Nahversorgungsrelevante Angebotsstrukturen im Sendener Umland	46
Karte 6:	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Senden	49
Karte 7:	Zentren- und Standortstruktur Senden	83
Karte 8:	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Senden“	86

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik für Senden	19
Tabelle 2:	Einzelhandelsbestand nach Branchen	28
Tabelle 3:	Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen	30
Tabelle 4:	Veränderungen im Sendener Einzelhandel zwischen 2016 und 2022	31
Tabelle 5:	Einzelhandelsbesatz nach Standortlagen	34
Tabelle 6:	Einzelhandelsbestand nach Branchen in der Sendener Innenstadt	35
Tabelle 7:	Wettbewerbssituation im Bereich Nahversorgung im Sendener Umland	47
Tabelle 8:	Marktgebiet des Handelsstandortes Senden	48
Tabelle 9:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet von Senden	50
Tabelle 10:	Einwohner:innenentwicklung im Marktgebiet von Senden bis zum Jahr 2030	51
Tabelle 11:	Entwicklung des Kaufkraftpotenzials im Marktgebiet von Senden bis 2030	52

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel 2012 bis 2021 (netto)	10
Abbildung 2:	Konsument:innentrends der „hybriden Kund:innen“	10
Abbildung 3:	Marktanteile des Onlinehandels von 2018 bis 2021	11
Abbildung 4:	Gewinner:innen und Verlierer:innen des digitalen Wandels	12
Abbildung 5:	Beteiligungsbausteine	21
Abbildung 6:	Untersuchungsablauf	22
Abbildung 7:	Bevölkerungsentwicklung der Stadt Senden zwischen 2012 und 2021	24
Abbildung 8:	Altersstruktur der Großen Kreisstadt Senden im regionalen Vergleich	26
Abbildung 9:	Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 2012 – 2022	27
Abbildung 10:	Entwicklung der Gästeankünfte und -übernachtungen sowie der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in Senden 2015 bis 2021	27
Abbildung 11:	Verkaufsflächenanteile nach Branchen	29
Abbildung 12:	Größenstruktur der Betriebe	30
Abbildung 13:	Anzahl Betriebe und Verkaufsflächenbestand nach Standortlagen	32
Abbildung 14:	Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen und Branchen	34

Abbildung 15:	Verkaufsflächenanteile nach Branche, Innenstadt Senden	37
Abbildung 16:	Verkaufsflächenausstattung nach Branchen, Gesamtstadt Senden	43
Abbildung 17:	Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner:innen	44
Abbildung 18:	Einzelhandelszentralität nach Branchen	45
Abbildung 19:	Regionaler Vergleich der Zentralitätskennziffern	45
Abbildung 20:	Aufbau des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Senden	72
Abbildung 21:	Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche	81
Abbildung 22:	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	82

Übersichten

Übersicht 1:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für den Handelsstandort Senden	61
Übersicht 2:	Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Profil für Senden	70
Übersicht 3:	Differenzierung der Sortimente nach Zentrenrelevanz	74
Übersicht 4:	Sendener Sortimentsliste (2016)	76
Übersicht 5:	Sendener Sortimentsliste (2023)	77
Übersicht 6:	Zentren- und Standortstruktur der Stadt Senden (2023)	84
Übersicht 7:	Einordnung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Senden“	85
Übersicht 8:	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Senden	91