

Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept Wasserburg am Inn



Das ISEK als Grundlage für die städtebauliche Entwicklung

Städtebauliche Entwicklungen sind stets langfristige Entwicklungen. Viele Ziele lassen sich nur erreichen, wenn über einen längeren Zeitraum zielgerichtete Entscheidungen auf die konkret formulierte Zielsetzung hin getroffen werden können. Um diese Kontinuität zu erreichen, müssen diese Ziele gemeinsam entwickelt und dokumentiert werden, so dass sie allgemein bekannt und präsent sind. Voraussetzung für die Festlegung sinnvoller Ziele ist die Kenntnis der Ausgangssituation eines Ortes mit seinen spezifischen Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken. In einem nächsten Schritt können dann Zielsetzungen definiert, und die zu deren Erreichen notwendigen Maßnahmen und Projekte festgelegt werden. Das Ortsentwicklungskon-

zept formuliert als Ergebnis aus der Betrachtung der Ausgangssituation sowie der spezifischen Stärken und Chancen der Stadt Wasserburg eine Gesamtkonzeption für die Ortsentwicklung der nächsten 10 bis 15 Jahre. Berücksichtigt werden neben der städtebaulichen Situation auch soziale, demographische wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Wie alle Kommunen unterliegt auch die Stadt Wasserburg am Inn einem ständigen Wandel. Dieser zeigt sich sowohl überörtlich, in der Stellung und Funktion der Stadt innerhalb der Region, als auch innerörtlich, da auch innerhalb der Stadt die Flächennachfrage für bestimmte Nutzungen variiert. Am stärksten wirkt sich dieser Wandel auf solche Räume aus, in denen

mehrere Nutzungen vereint sind (z.B. Wohnen, Arbeiten, Versorgen) - die klassische Form des ‚Mischgebietes‘, die in Wasserburg verstärkt im Bereich der Halbinsel zu finden ist. Die räumlichen Wirkungen des Nutzungswandels treten verstärkt im Bereich dieser Ortsmitte auf. Damit die Ortsmitte als funktionales Zentrum erhalten und als Standort für Wirtschaft und Kultur sowie als Ort zum Wohnen, Arbeiten und Leben weiterentwickelt werden kann, steht sie im Fokus der künftigen Ortsentwicklung. Diese planerische Herangehensweise rückt die qualitative Aufwertung und die Koordination von Investitionen im Bereich der Ortsmitte sowie die Aktivierung bestehender Potenziale in den Vordergrund. Der Gewinn an örtlicher Attraktivität

und Lebensqualität wird aus dem Zukunftsbild deutlich und die Chancen der Ortsentwicklung werden erkennbar. Der Entwurf des Rahmenplanes zeigt eine lohnende Perspektive für die Stadt auf und dient als Handlungsgrundlage für kommunale Entscheidungsträger und Akteure, um gemeinsam an der Umsetzung des Zukunftsentwurfes zu arbeiten und die kommunale Planungshoheit zielgerichtet auch zur Steuerung privater Maßnahmen und Investitionen anzuwenden. Nicht alle Maßnahmen können durch die Stadt umgesetzt werden. Die offene Darstellung der Ziele für die Ortsmitte soll auch bei privaten Investoren für Planungssicherheit sorgen und auch private Investitionen in die Richtung der gemeinsamen Ziele lenken.

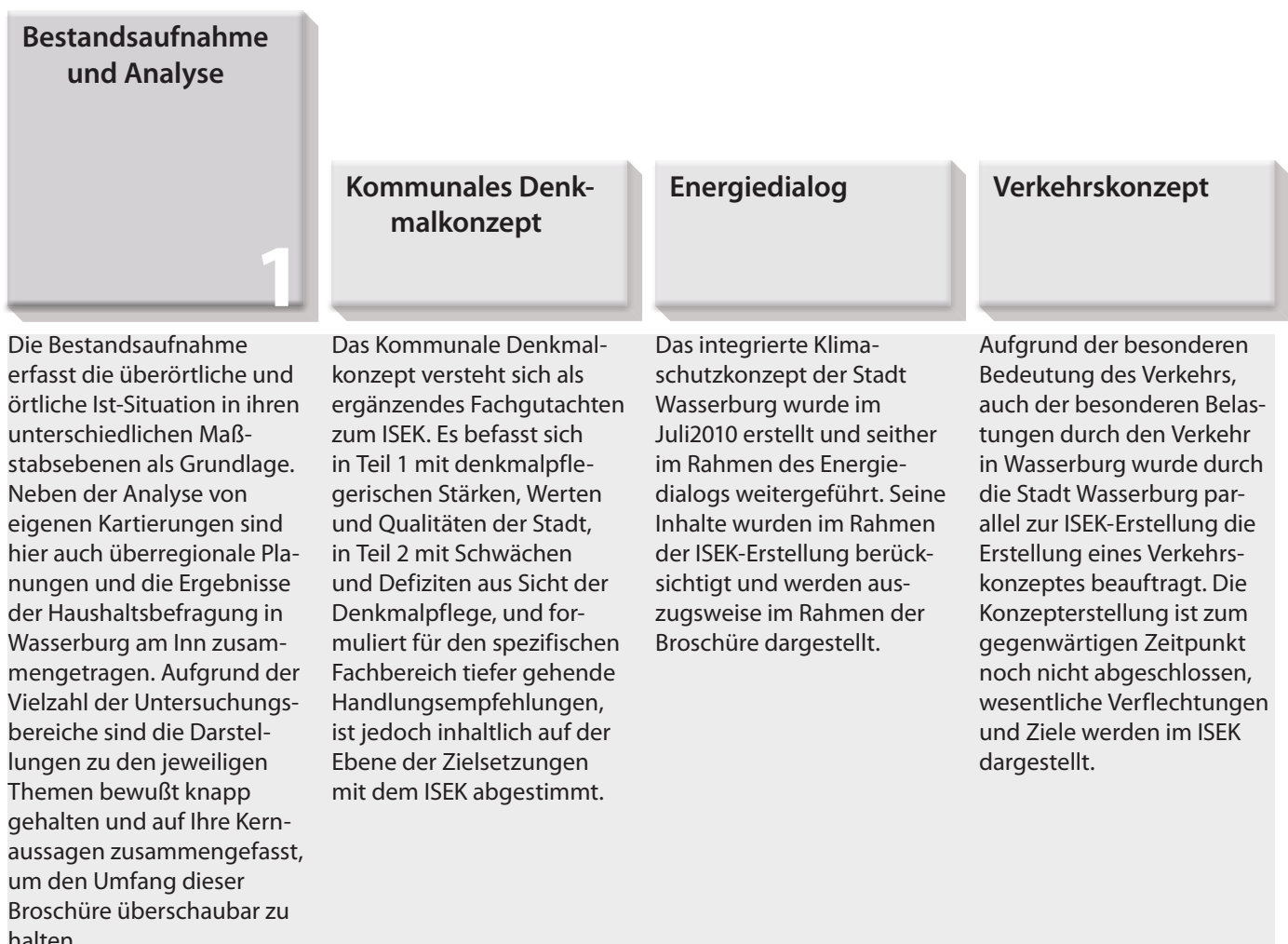
Einordnung und Übersicht der Inhalte

Bausteine des ISEK Wasserburg am Inn

Die zentrale Chance eines ISEK liegt in seinem integrierten Ansatz. Ein übergeordnetes Entwicklungskonzept erlaubt die Bewertung von Vorhaben und Initiativen auf Ihre Übereinstimmung mit langfristigen Entwicklungszielen und definiert Bereiche, in denen die Stadt möglichst zielführend aktiv werden kann. Am Anfang des ISEK-Prozesses steht die Bestandsaufnahme und Analyse der Ist-Situation. Regionale und örtliche Rahmenbedingungen und Entwicklungstendenzen werden untersucht und zusammengetragen. Dazu gehören auch zuvor oder parallel zur ISEK-Erstellung erstellte Entwicklungskonzepte und Gutachten wie Energiedialog, Kommunales Denkmalkonzept (KDK), oder Verkehrskonzept. Im nächsten Schritt wird ein strategisches Fazit gezogen, das die Ergebnisse der Bestandsanalyse zusammenfasst, Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken dargestellt und die städtebaulich relevanten Werte

und Mängel identifiziert. Das strategische Fazit dient als Grundlage für die Entwicklung eines Leitbildes, sowohl für die strategische als auch für die städtebaulich-räumliche Entwicklung und definiert die wesentlichen Handlungsfelder der Stadt. Auf der Grundlage der Leitbilder schließlich werden Maßnahmen und Projekte definiert, die den festgelegten Zielen dienen. Während die übergeordneten Ziele in der Regel langfristig gültig bleiben, sind die Projekte als

Portfolio zu verstehen, mit dem auch situativ auf neue Gegebenheiten reagiert werden kann. Vor diesem Hintergrund ist kein starrer Zeitplan hinterlegt, sondern eine vorläufige Priorisierung erfolgt. Die strategischen Inhalte des ISEK bringen neue Aufgaben mit sich, die organisatorisch und personell integriert werden müssen. Diese Inhalte greift der letzte Baustein (Implementierung) auf, der die Wirksamkeit der strategischen Zielsetzungen sicherstellt.



Strategisches Fazit

2

Das Strategische Fazit fasst die Inhalte der Bestandsaufnahme und Analyse zusammen und ergänzt einen Ausblick auf aktuelle Entwicklungen und Trends, die Einfluss auf die künftige Entwicklung der Stadt nehmen können. Dabei handelt es sich häufig

um Rahmenbedingungen, auf die auf der Ebene der Stadt nur begrenzt Einfluss genommen werden kann, die Digitalisierungsprozesse, die allgemeine demographische Entwicklung, Folgen des Klimawandels oder gesellschaftliche Strömungen.

Leitbild & Rahmenplan

3

Auf der Ebene der Stadt Wasserburg wird im Rahmen des ISEKs eine langfristige Entwicklungsvorstellung formuliert, die als Zielkonzept angelegt ist und sowohl im Bereich strategischer und organisatorischer Handlungsfelder als auch im Bereich städtebaulich-räum-

licher Aufgabenstellungen ein Leitbild entwickelt. Dabei ist klar, dass ein solches Leitbild nicht kurzfristig erreichbar sein kann, sondern als mittel- und langfristige Orientierung und Bewertungshilfe bei künftigen Entscheidungen dienen soll.

Die grundsätzlichen Zielsetzungen sollen, mit ggf. nötigen kleinen Korrekturen, über den Betrachtungszeitraum des ISEK von 10-15 Jahren als Richtschnur Gültigkeit behalten.

Handlungsprogramm

4

Hier werden, mit Blick auf die festgelegten Entwicklungsziele, Maßnahmen und Projekte formuliert, die dem Erreichen dieser Zielsetzungen dienen. Dabei führt das ISEK sowohl konkrete bauliche Maßnahmen und Projekte auf als auch strategisch-organisatorische

Maßnahmen und Projekte, die auf die Rahmenbedingungen der baulichen Projekte und das Zusammenwirken der Akteure bei der künftigen Entwicklung der Stadt Wasserburg über die bauliche Entwicklung hinaus Einfluss nehmen. Eine vorläufige Priorisierung gibt

aus dem aktuellen Kenntnisstand eine Einordnung der Relevanz und Umsetzbarkeit der einzelnen Projekte. Konkret und verbindlich werden die Projekte jeweils durch Beschluss des Stadtrates, z.B. im Rahmen eines Jahresantrages zur Städtebauförderung.

Implementierung

5

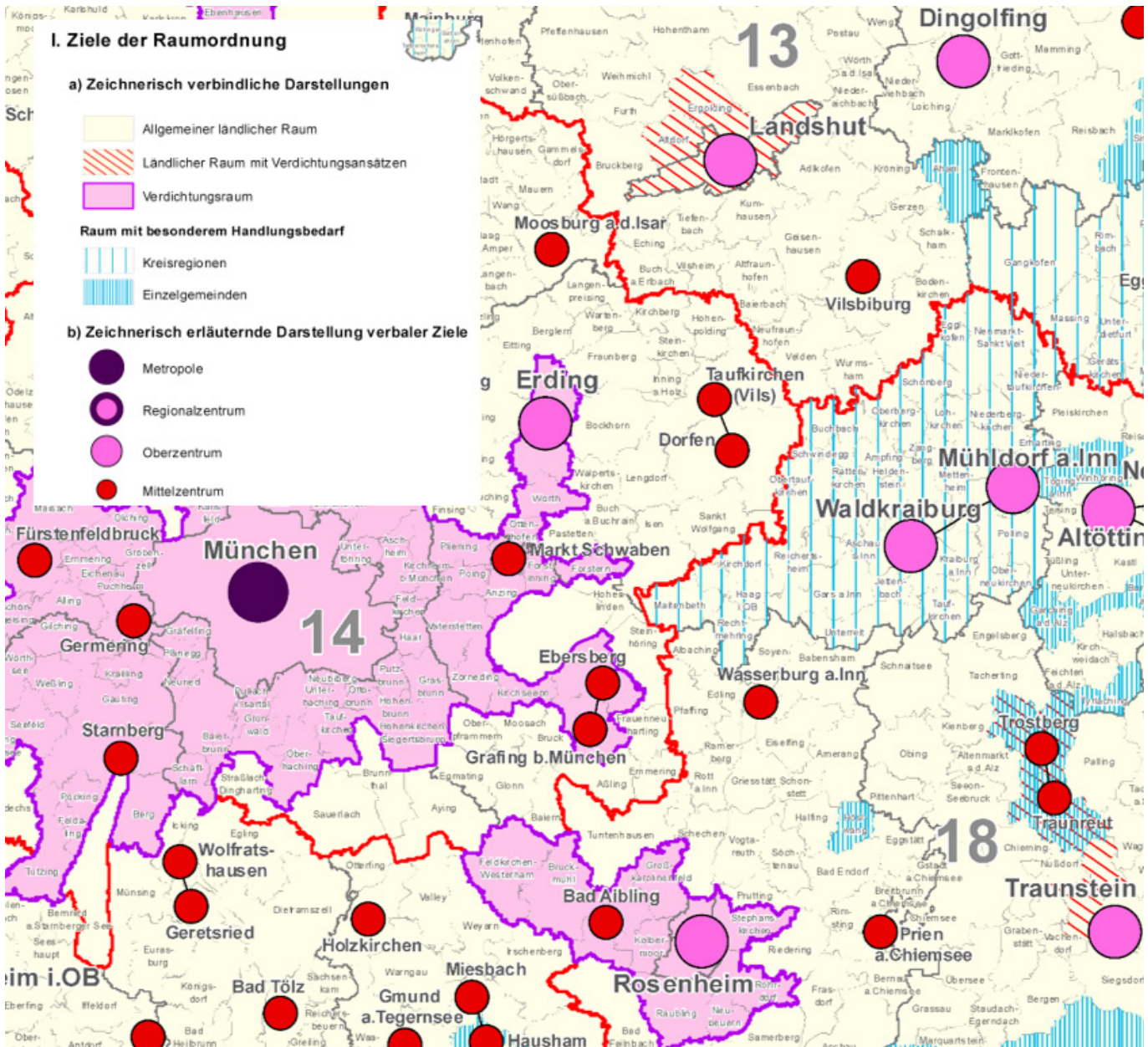
Die langfristige Verfolgung und Sicherung der Entwicklungsziele kann nur erreicht werden, wenn die Inhalte des ISEK bei den Akteuren präsent sind und die zur Umsetzung erforderlichen Strukturen geschaffen werden. Insbesondere im Bereich der nicht-baulichen, also

strategischen oder organisatorischen Maßnahmen, ist hierfür auch die Bereitstellung entsprechender personeller Kapazitäten erforderlich. Aktivitäten zur Sicherung der Geschäftsnachfolge bei Läden der Innenstadt, zur Aktivierung von Leerständen und

Mindernutzungen oder zur Verbesserung der Koordination einzelner Akteure sind als zusätzliche Aufgaben bei der Stadt in den aktuellen Strukturen schwer unterzubringen. Mit diesen Fragen befasst sich der Baustein „Implementierung“.



Bestandsanalyse - Makrostandort & regionale Faktoren



Aufgabe der Bestandsanalyse

Der Rückblick auf die bisherige Entwicklung und die Bewertung der aktuellen Situation erfüllen zwei Funktionen bei der Vorbereitung einer strategischen Stadtentwicklungsplanung. Zum einen wird die **Notwendigkeit von Veränderung** sichtbar: Betrachtet man den aktuellen **Handlungsbedarf auch als das Ergebnis der vorliegenden Handlungsmuster**, so wird deutlich, dass auch eine Veränderung der Handlungsmuster und ggf. auch der Strukturen in Betracht

gezogen werden müssen, um andere Ergebnisse zu erreichen. Zum anderen schaffen sie die **Basis für die Festlegung der künftigen Handlungsrichtung**: So erfordert die Bewertung der Ausgangslage sowohl eine Beschäftigung mit der Vergangenheit als auch mit der gewünschten Zukunft. Dabei werden Schwächen und zukünftige Risiken identifiziert aber auch Stärken und zukünftige Chancen. Dies liefert den Ansatzpunkt für die Definition strategischer Entwicklungsziele.

Überörtliche Betrachtung (Makrostandort)

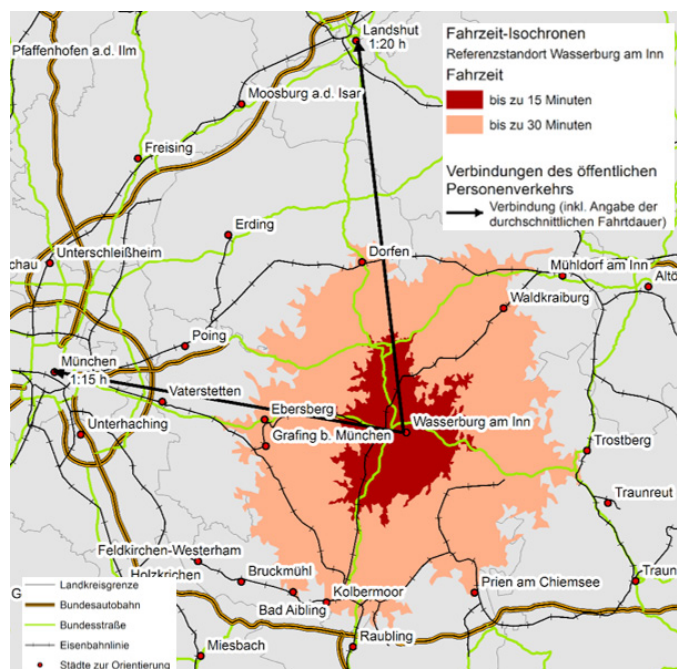
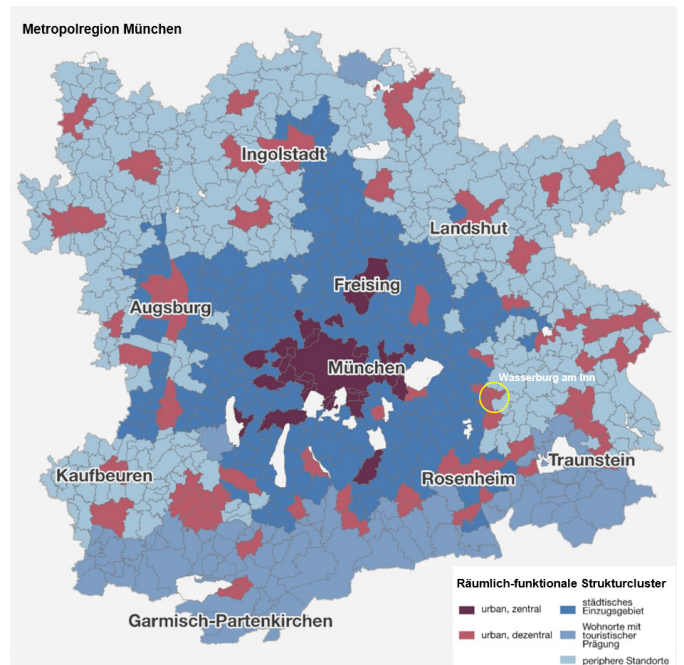
Die räumliche Lage der Stadt Wasserburg am Inn legt bereits die Ausprägung einiger grundlegender **Rahmenparameter** fest, die als übergeordnete Einflussgrößen die Handlungs- und Entwicklungsmöglichkeiten der Stadtentwicklung bestimmen. Die räumliche Lage der Stadt innerhalb der Region prägt aber auch ihren **funktionalen Charakter** und bestimmt ihre **Wettbewerbsposition** gegenüber anderen Kommunen. Beide Faktoren, die Regionalentwicklung

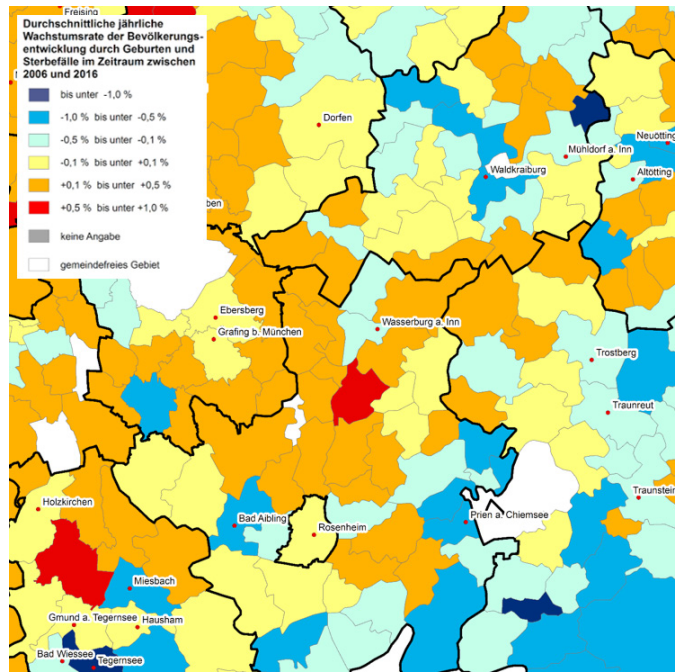
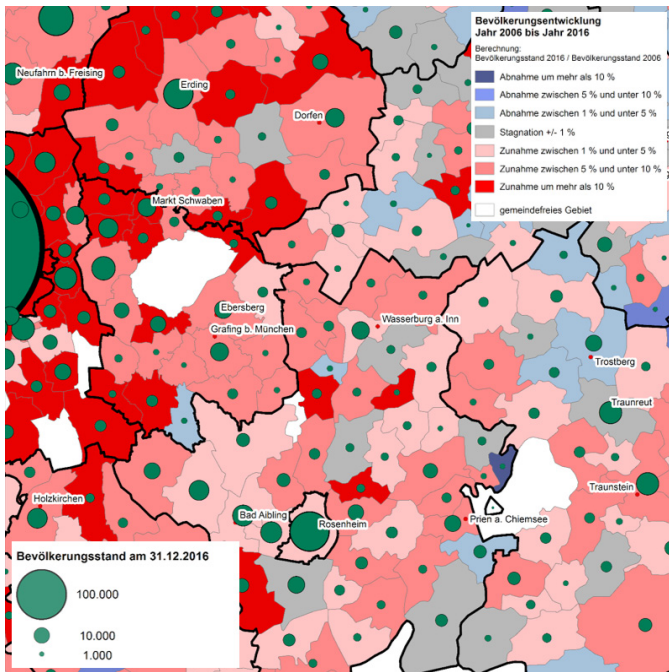
und die Funktion der Stadt innerhalb der Region, schreiben zusammen mit der funktionalen Verflechtung der Stadt innerhalb der Region die Wirkungszusammenhänge fest, unter denen die Stadt agiert. Im Fall der Stadt Wasserburg am Inn ist es die Entwicklung der **Metropolregion München**, die die Entwicklungsmöglichkeiten der Stadt prägt sowie die Wirkungsmechanismen bestimmt, denen sie ausgesetzt ist. Die Makrostandortanalyse widmet sich dieser räumlichen Analyseebene.

Raumstruktur

Mit etwa einer Stunde Fahrtzeitdistanz liegt die Stadt Wasserburg am Inn am Rand des engeren metropolitanen Verflechtungsraums der **Metropolregion** München. Dieser **Raumtyp** ist von einer überdurchschnittlichen Siedlungs- und Arbeitsplatzdichte geprägt, bei gleichzeitig hoher Erreichbarkeit des Kerns der Metropolregion. Die **Entwicklungsdynamik** der Metropolregion und ihr starkes **Wachstum** sind auch in Wasserburg am Inn spürbar und die Stadt ist nicht losgelöst von den damit verbundenen ökonomischen Wirkungszusammenhängen. So hat der zunehmende Bevölkerungs- und Siedlungsdruck in der Metropolregion auch in Wasserburg zu deutlich ansteigenden Preisen für das Wohnen geführt. Die Intensität, mit der die ökonomischen Parameter in Wasserburg an die Entwicklung des metropolitanen Kerns **gebunden** sind, steigt, je besser die Erreichbarkeit des Kerns der Metropolregion von der Stadt Wasserburg aus wird. Mit der Integration der Bahnlinie nach Wasserburg (Reitmehring) in das MVV Tarifgebiet seit Jahresende 2015 hat sich die Anbindung aus Wasserburg ins Münchner Stadtgebiet weiter verbessert. Dies steigert die Attraktivität der Stadt Wasserburg am Inn als Wohnstandort in der Metropolregion und erhöht damit gleichzeitig auch den **Wachstumsdruck**, der sich aus dem allgemeinen Wachstum der Metropolregion auf die Stadt richtet. Die Stadt rückt stärker in den Fokus von Bevölkerungsgruppen, die sich das Immobilien- und Mietpreisniveau im Kern der Metropolregion nicht leisten können. Diese **Expansion der Metropolregion** nach außen führt auch in Wasserburg zu steigenden Miet- und Immobilienpreisen, zumal das Kaufkraftniveau

in der Herkunftskommune der nach außen drängenden Bevölkerung über dem der Wasserburger Bevölkerung liegt. Dem wettbewerbsbedingten Preisanstieg für Wohnraum auf dem freien Wohnungsmarkt kann sich die Stadt Wasserburg nicht entziehen. Gleichzeitig übt das Lohnniveau und das Arbeitsplatzangebot im Kern der Metropolregion auch eine starke Sogwirkung auf das Arbeitskräfteangebot der gesamten Metropolregion aus. Dies mindert in Wasserburg die Verfügbarkeit von Fachkräften. Neben dieser Betroffenheit von der Entwicklungsdynamik der Metropolregion wirkt die Stadt als Mittelzentrum im ländlichen Raum auch ihrerseits auf ihr Umland. Dabei kann die Stadt Wasserburg ein vergleichsweise großes Einzugsgebiet ausbilden, da sich zentrale Orte gleicher oder höherer Stufe in größerer räumlicher Distanz befinden. So begrenzen erst die Mittel- und Oberzentren Rosenheim, Waldkraiburg, Ebersberg und Trostberg das Einzugsgebiet der Stadt Wasserburg. Trotz einer eigenen Anzahl von nur knapp 13.000 Einwohnern wird der **einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich** der Stadt Wasserburg mit gut 52.000 Einwohnern angegeben und die Stadt hat eine hervorgehobene Rolle als regionales Zentrum für das ländlich geprägte Umland. Administrativ ist die Stadt Wasserburg, die vor der Gebietsreform Kreisstadt war, dem Landkreis Rosenheim zugeordnet. Da die Stadt Wasserburg aber weiterhin über eine hohe zentralörtliche Ausstattung und Bedeutung verfügt, sind die funktionalen Beziehungen zur Stadt Rosenheim wenig ausgeprägt. Mit den direkten Nachbarkommunen besteht keine institutionalisierte **Stadt-Umland** Kooperation.

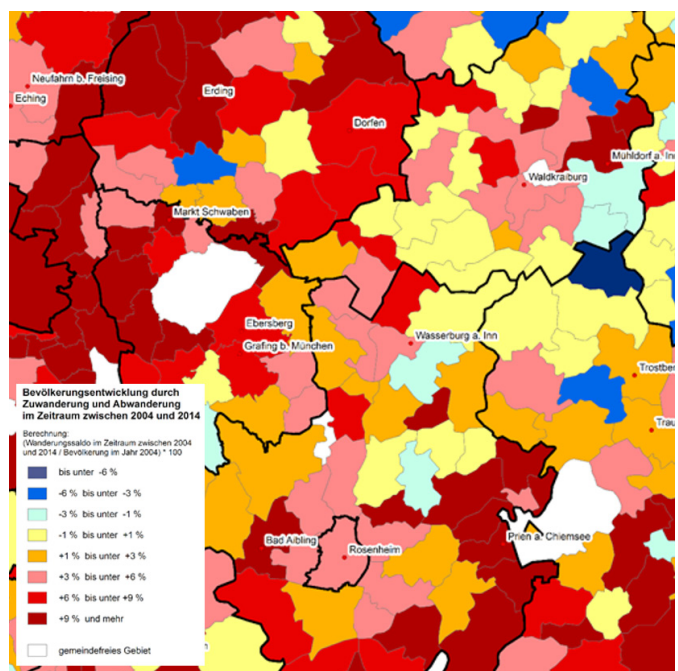
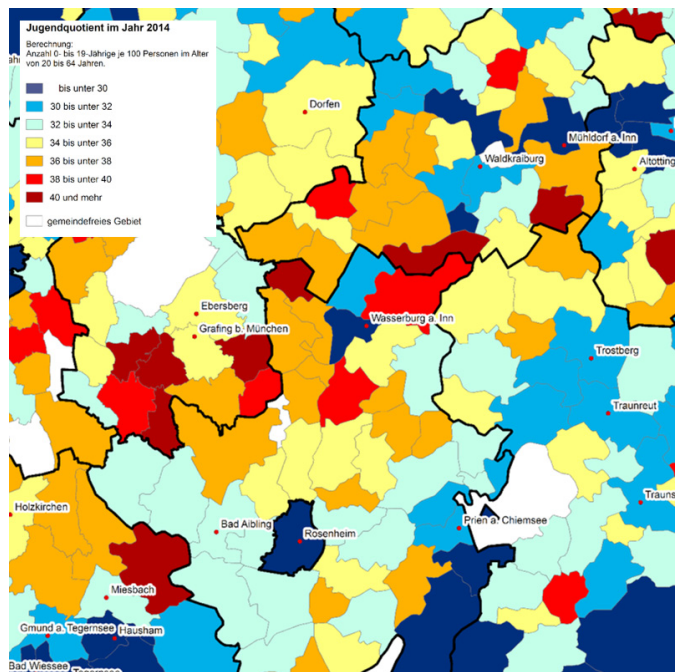


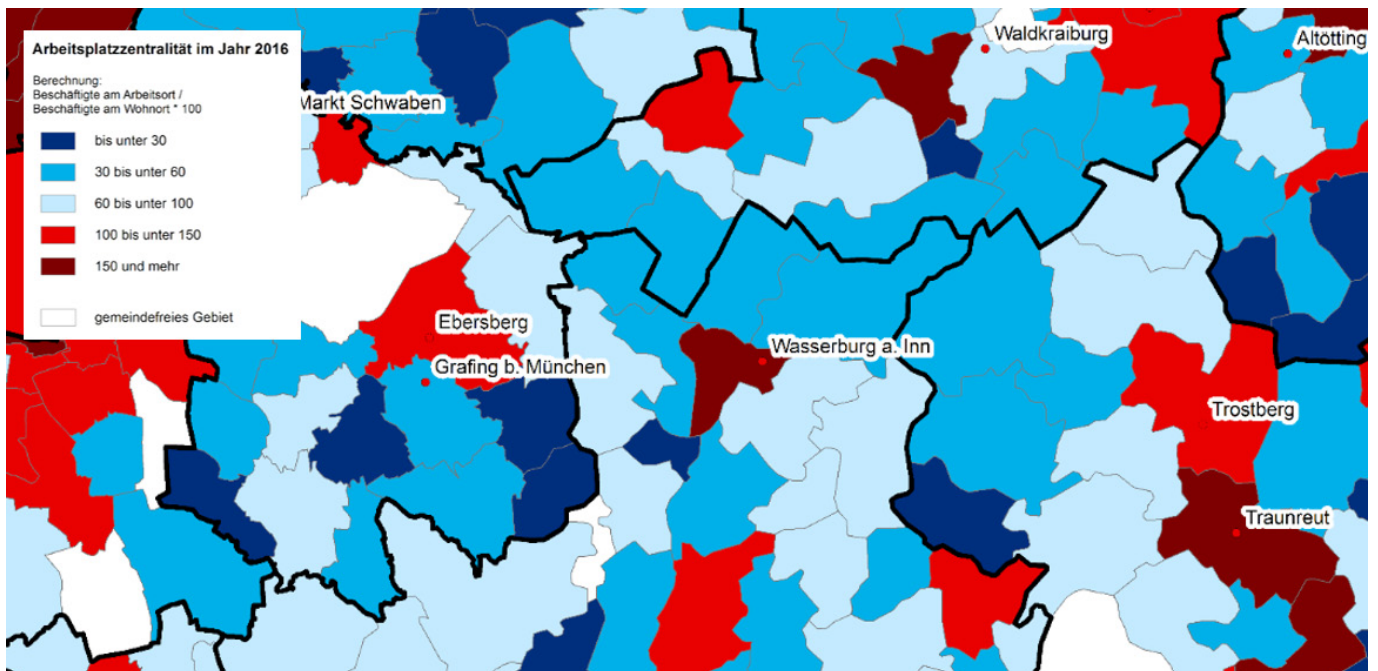


Demographie

Der aktuelle Bevölkerungsstand der Stadt Wasserburg am Inn und die Altersstruktur der Bevölkerung sind Ergebnis der bisherigen **natürlichen Bevölkerungsentwicklung** durch Geburten und Sterbefälle sowie der **Wanderungsbewegung** durch Zuzüge und Fortzüge. Für die natürliche Bevölkerungsentwicklung der letzten zehn Jahre eine leicht negative durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (-0,5 %) feststellen. Dementsprechend würde sich der Bevölkerungsstand der Stadt Wasserburg am Inn **ohne die Wirkung von Wanderungen dauerhaft rückläufig entwickeln**. Der durchschnittliche jährliche Wanderungssaldo fällt dagegen im Zeitraum zwischen 2006 und 2016 positiv aus. Mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum der Bevölkerungszahl durch Wanderungsgewinne um ca. 0,8 % wird der Rückgang der natürlichen Bevölkerungsentwicklung mehr als ausgeglichen. Im zeitlichen Verlauf verzeichnet die Stadt Wasserburg eine zum Landkreis Rosenheim vergleichbare Bevölkerungsentwicklung mit einer

Stagnationsphase zwischen 2005 und 2013. Für einige Umlandkommunen der Stadt Wasserburg sind deutlich höhere Wachstumsraten sichtbar. Ursächlich hierfür ist deren umfangreiches Angebot an Wohnbauflächen. So realisieren alle Umlandkommunen der Stadt Wasserburg am Inn ein deutlich höheres Wohnbauflächenwachstum. In der Konsequenz fällt auch das Wanderungssaldo der Stadt Wasserburg am Inn bezogen auf die direkten Umlandkommunen im Zeitraum der letzten zehn Jahre negativ aus. Dies gilt vor allem für Familien. Dagegen verzeichnet die Stadt Wasserburg am Inn für die Altersgruppe der über 65-Jährigen einen deutlichen Wanderungsgewinn. Die altersgruppen-spezifischen Unterschiede in der Bevölkerungsentwicklung führen zu einem **Altersaufbau** der Bevölkerung mit vergleichsweise geringem Jugendquotient und einem höheren demographischen Alter. In der Sozialstrukturanalyse zeigen sich für Wasserburg am Inn bei zahlreichen Einzelindikatoren sowie bei allen zusammengefassten Indizes die höchsten Werte.





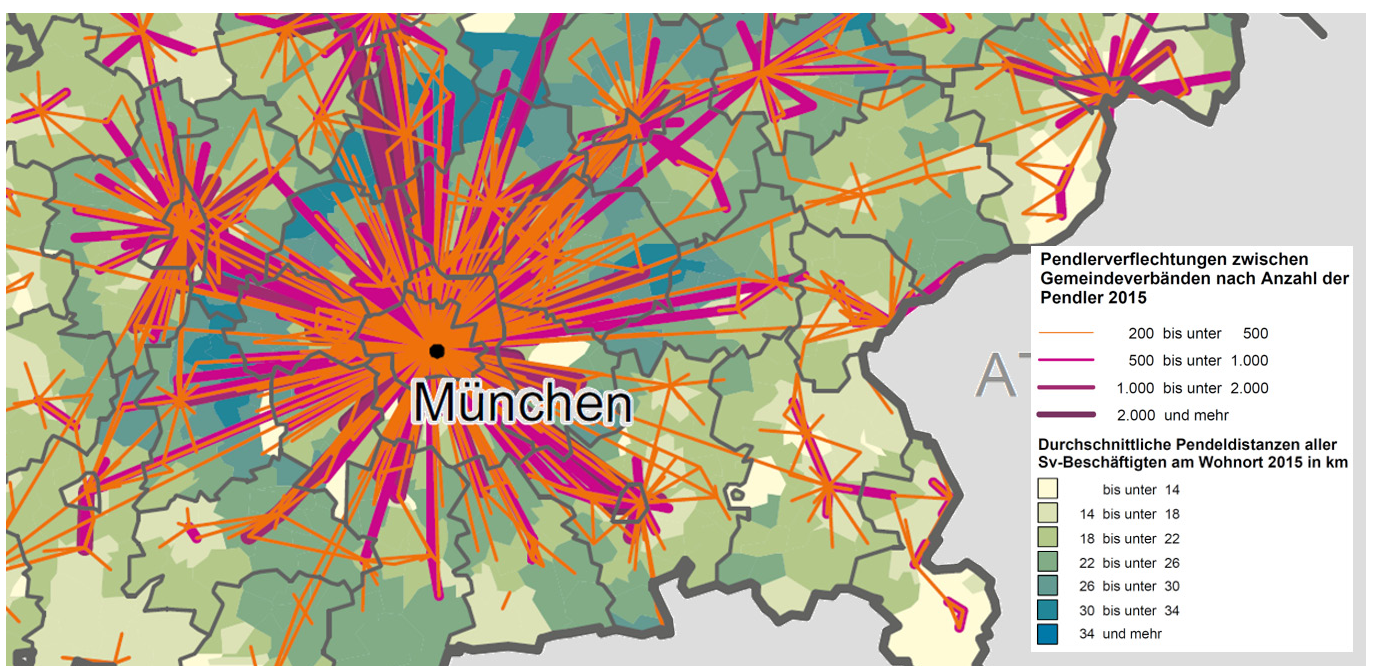
Wirtschaft

Die **Arbeitsplatzentwicklung** an einem Standort ist Resultat mehrerer Komponenten. Arbeitsplätze gehen verloren, wenn Unternehmen schließen oder sich verkleinern müssen. Dagegen entstehen Arbeitsplätze neu, wenn Unternehmen wachsen oder neu gegründet werden. Im Analysezeitraum der Jahre 2006 bis 2016 war die **Arbeitsplatzentwicklung** am Standort Wasserburg mit einem **Wachstum** von ca. 22 % sehr positiv, bleibt aber um ca. 8 %-Punkte hinter der

Entwicklung des Landkreises Rosenheim zurück. Für die Entwicklung der Zahl der **Beschäftigten am Wohnort Wasserburg** gilt dies nicht in diesem Maße. Hier bleibt die Entwicklung mit einem Wachstum von knapp 25 % im Zeitraum 2006 bis 2016 lediglich um einen Prozentpunkt hinter der Beschäftigtenentwicklung des Landkreises zurück. Damit wächst die Anzahl der Beschäftigten, die in Wasserburg am Inn wohnen, deutlich stärker, als die Anzahl der Arbeitsplätze in Wasser-

burg am Inn. Konsequenz dieser Entwicklung ist, dass der **Auspendleranteil** zunimmt, und sich eine stärkere Außenorientierung der Wohnbevölkerung ergibt. Im regionalen Vergleich fällt aber der Auspendleranteil der Stadt Wasserburg am Inn noch deutlich unterdurchschnittlich aus und auch die **Beschäftigtenquote** liegt vergleichsweise hoch. Pendlerverflechtungen existieren zum einen mit den direkten Umlandkommunen, aus denen Beschäftigte nach Wasser-

burg einpendeln sowie mit den Städten München und Rosenheim, in denen ein Großteil der Auspendler ihren Arbeitsplatz besitzt. Der weit unterdurchschnittliche Auspendleranteil führt dazu, dass die Stadt Wasserburg innerhalb des weiteren Einzugsgebietes zu den Standorten mit einer hohen **Arbeitsplatzzentralität** zählt. Dies verdeutlicht die Funktion der Stadt als Versorgungsstandort und Zentrum im ländlichen Raum, zeigt aber die Verflechtung mit der Landeshauptstadt.



Einzelhandel

Der Umfang an **Verkaufsfläche**, der in Wasserburg am Inn im stationären Einzelhandel langfristig tragfähig ist, hängt zum einen von der **Einwohnerzahl** im Marktgebiet der Stadt ab, zum anderen von der Höhe der **Kaufkraftbindung**, die der stationäre Einzelhandel in Wasserburg am Inn im **Wettbewerb** mit anderen Kommunen sowie im Wettbewerb zum **Online-Handel** erreichen kann.

Als **Marktgebiet** der Stadt Wasserburg wird der Raum bezeichnet, dessen Bevölkerung in einem wahrnehmbaren Umfang zum Einkauf in der Stadt Wasserburg am Inn neigt. Die Größe dieses Marktgebietes für den Einzelhandel wird von einer Reihe unterschiedlicher Faktoren beeinflusst. Im Wesentlichen zählen hierzu:

- Umfang, Struktur und räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes innerhalb des Stadtgebietes Wasserburg am Inn,
- Branchen-Mix und Sogkraft ansässiger (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe,
- Lage zu anderen zentralen Orten sowie Nähe zu Konkurrenzorten,
- Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum und Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendlerverflechtungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- topographische Bedingungen, historische Zuordnung, Verkehrsinfrastruktur und Erreichbarkeit.

Zusammengefasst bestimmen damit zwei Faktoren die Wahl des Einkaufsstandortes: Die **Attraktivität** des Standortes für den Einkauf der benötigten Produkte bzw. für die Einkaufstätigkeit an sich, und der damit

verbundene **Aufwand**. Die Attraktivität eines Standortes für die Einkaufstätigkeit wird dadurch bestimmt, welcher Angebotsumfang vorhanden ist. Dieser ist über die Zeit variabel und auch Ergebnis des marktwirtschaftlichen Selektionsprozesses. So entwickeln alle Kommunen ihr Einzelhandelsangebot in der Hoffnung weiter, ein möglichst großes Marktgebiet auszubilden bzw. in ihrem Einzugsgebiet einen möglichst hohen Marktanteil zu erreichen. Gleichzeitig verzeichnet aber auch der Online-Handel hohe Zuwachsraten. Dies führt zwangsweise zu temporärer **Überentwicklung** und zu einzelwirtschaftlichen **Verdrängungsprozessen**, die üblicher Bestandteil eines marktwirtschaftlichen Systems sind und nur dann einer Einflussnahme unterliegen, wenn Gefahren für eine geordnete städtebauliche Entwicklung und die Funktionsfähigkeit des **zentralen Versorgungsbereichs** bestehen.

Eine Stadt kann im Vergleich mit anderen Städten grundsätzlich umso mehr Verkaufsfläche dauerhaft ausbilden, je mehr Kaufkraftvolumen ihre eigenen Einwohner stellen. Die **Stadtgröße** bzw. Einwohnerzahl bestimmt somit zunächst die Tragfähigkeit von Verkaufsflächen am Ort. Betrachtet man vor diesem Hintergrund die räumlichen Gegebenheiten, dann zeigt sich, dass Rosenheim, Waldkraiburg und Traunreut über mehr Einwohner verfügen, als die Stadt Wasserburg am Inn, die Städte Ebersberg, Grafing und Trostberg aber etwas weniger Einwohner aufweisen. Dennoch verfügen auch diese Städte über eine so hohe Einwohnerzahl, dass sie ein zur Stadt Wasserburg am Inn ähnliches Einzelhandelsangebot ausbilden können.

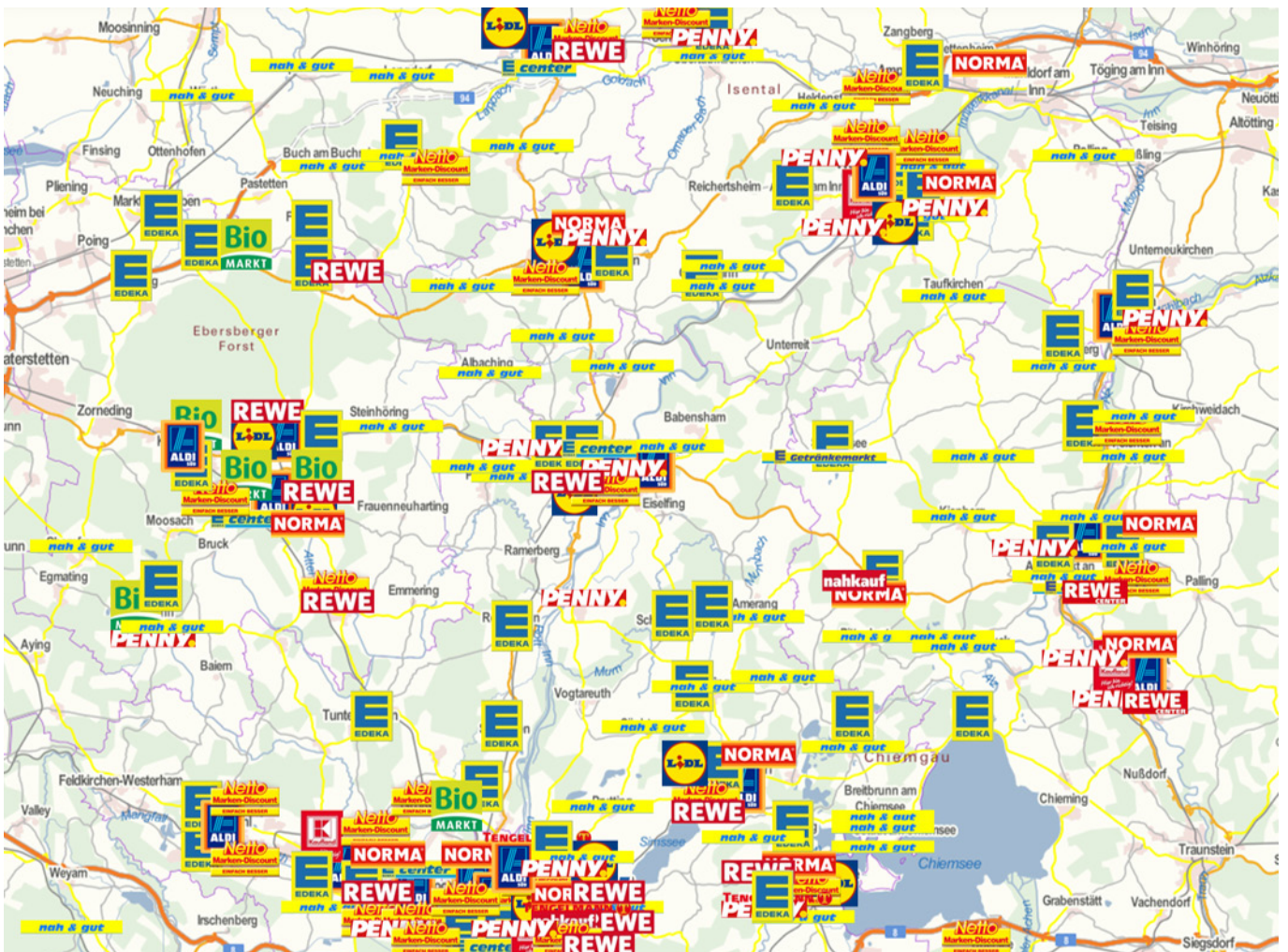
Nur im **Ausnahmefall** werden Einwohner dieser Städte und Einwohner im direkten Einzugsgebiet dieser Städte die Stadt Wasserburg regelmäßig als Einkaufsstandort aufsuchen. Dagegen üben die Städte München und vor allem Rosenheim mit ihrem deutlich umfangreicheren Einzelhandelsangebot eine starke Anziehungskraft auf die Stadt Wasserburg und ihr Umland aus.

Diese Gesamtbetrachtung über alle Sortimente muss weiter differenziert werden. So reicht bei Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfs** schon eine deutlich geringere Einwohnerzahl aus, um einen nach Betriebstypen und Anbietern weitgehend **vollständigen** Besatz vorhalten zu können. Die auf Verbraucherseite erwartete örtliche Ausstattung bestehend aus Lebensmittelsupermarkt und Lebensmitteldiscounter weisen allerdings nur wenige der Umlandkommunen der Stadt Wasserburg auf. Den Kommunen Haag in Obb., Obing und Bad Endorf aber ermöglicht es die Angebotskombination dieser beiden Betriebstypen einen Großteil der nachfrageseitigen Einkaufspräferenzen abzudecken, eine **Kaufkraftbindung** im Bereich des kurzfristigen Bedarfs bis an die 85 % zu realisieren und darüber hinaus ein eigenes Einzugsgebietes zu generieren.

Das Einzugsgebiet der Stadt Wasserburg am Inn umfasst deshalb bei den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs nur diejenigen Kommunen, für die sich gegenüber den angesprochenen Wettbewerbsstandorten mindestens eine vergleichbare Erreichbarkeit ergibt. Hierzu zählen neben der Stadt Wasserburg am Inn selbst die Kommunen Albaching, Amerang, Babensham, Edling,

Eiselfing, Griesstätt, Pfaffing, Ramerberg, Rechtmehring, Schnaitsee, Schonstett, Soyen und Unterreit. Sie bilden mit ihren knapp **35.000 Einwohnern das Nah-einzugsgebiet** der Stadt Wasserburg am Inn. Für die Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs ergibt sich ein anderes Kalkül. Betriebe dieser Warengruppen bilden in der Regel ein größeres Einzugsgebiet aus. Das Marktgebiet einer Stadt bestimmt sich bei diesen Warengruppen nicht nur aus dem städtischen Angebotsumfang insgesamt, sondern insbesondere aus dem Angebotsumfang und der Ausstattung der einzelnen Einkaufsstandorte innerhalb der Stadt, zusammen mit ihrem jeweiligen Ambiente. Dies bestimmt auch die Attraktivität einer Stadt als **Einkaufs- bzw. Shoppingstandort**. Kommunen im Umland der Stadt Wasserburg am Inn, deren Wohnbevölkerung aufgrund einer größeren räumlichen Distanz oder wegen der Nähe zu alternativen Versorgungsstandorten nur mehr eine mäßig ausgeprägte Einkaufsorientierung auf die Stadt Wasserburg am Inn aufweist, zählen zum **Ferneinzugsgebiet** der Stadt Wasserburg am Inn. Hierzu gehören die insgesamt knapp **30.000 Einwohner** der Kommunen Gars am Inn, Haag in Obb., Halfing, Maitenbeth, Obing, Rott am Inn, Steinhöring und Vogtareuth. Insgesamt summiert sich das Einzugsgebiet der Stadt Wasserburg am Inn somit auf ca. **77.000 Einwohner**.

Die Kaufkraftbindung, die der stationäre Einzelhandel der Stadt Wasserburg am Inn in diesem Gebiet erreicht, bestimmt zusammen mit den Kaufkraftzuflüssen aus dem Tourismus den Umfang an tragfähiger Verkaufsfläche in Wasserburg am Inn.



Online-Handel

Die Konsequenzen des weiter **zunehmenden Online-Handels** fallen – was den daraus folgenden, künftigen Verkaufsflächenbedarf betrifft – je nach räumlichem Lagetyp ganz unterschiedlich aus. Die Ergebnisse einer **Simulationsrechnung**, die beispielhaft für eine mittelgroße Stadt in einer insgesamt wachsenden Region durchgeführt wurde (vgl. BBSR 2017) zeigen, dass gerade die Warengruppen, die in der Innenstadt umfangreich vertreten sind und für die eine hohe **Innenstadtrelevanz** auszumachen ist, durch den Online-Handel besonders gefährdet werden. Lediglich für die Warengruppen „Gesundheit und Körperpflege“ sowie „Haushaltswaren und persönlicher Bedarf“ ist einerseits ein eher **geringer Gefährdungsgrad** durch den Online-Handel auszumachen bei gleich

zeitig hoher Innenstadtrelevanz. Diesen Warengruppen wird für die nähere (bis 2020) und fernere (bis 2025) Zukunft noch eine positive jährliche **Wachstumsrate** prognostiziert. Dagegen zeigt sich für „Wäsche und Bekleidung“ als der flächenmäßig bedeutendsten Warengruppe der Innenstadt eine dauerhaft negative jähr-

liche Umsatzentwicklung. Ein dadurch verursachter **Flächenrückgang dieser innerstädtischen Leitbranche** besitzt die hohe Gefahr, dass auch andere Branchen am Standort Innenstadt betroffen werden und sich der Gesamteffekt verstärkt. Es wird angenommen, dass Geschäftsaufgaben im stationären Handel zunächst

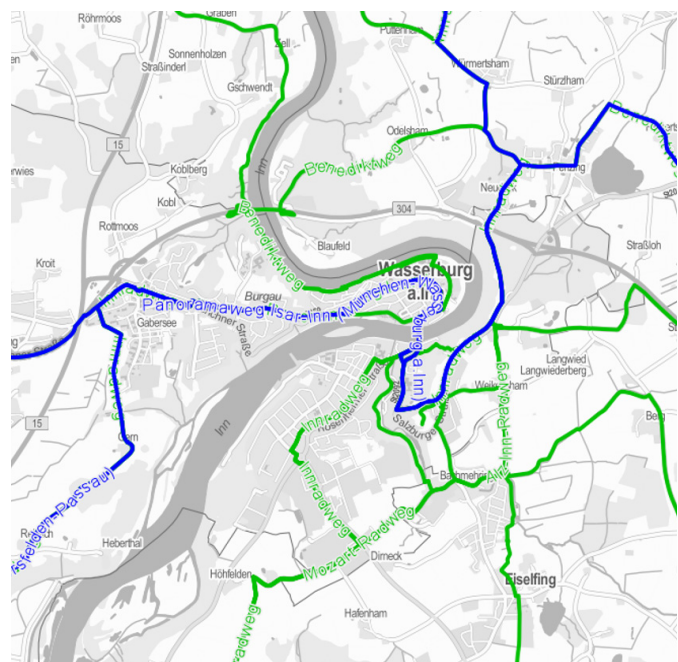
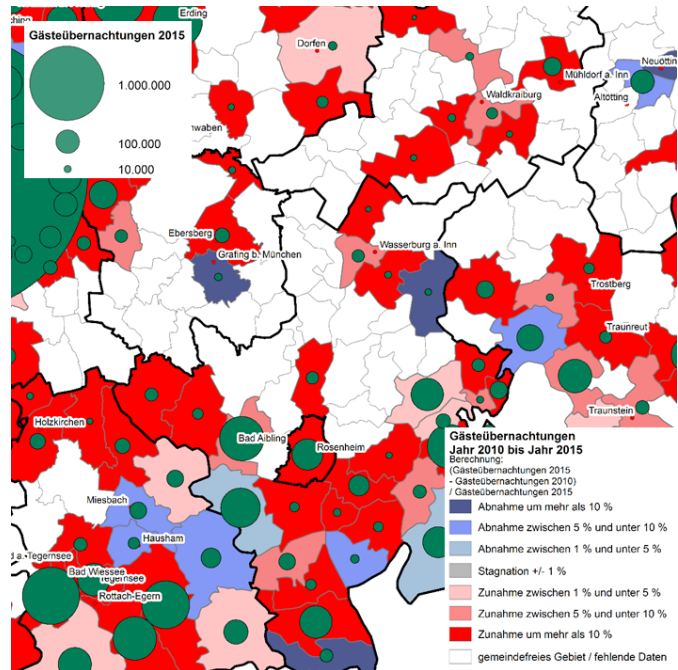
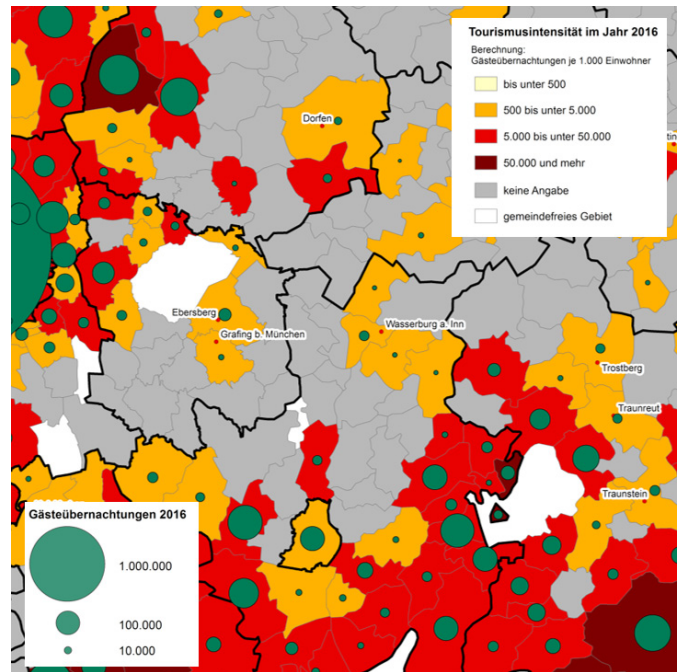
über mehrere Jahre hinweg als **schleichender Prozess** erfolgen. In Verbindung mit den aktuellen Überkapazitäten an Handelsflächen sowie dem Mangel an potenziellen Nachfolgern beschleunigt sich dieser Prozess dann aber und führt auch zu **strukturellen Leerständen**.

Sortimentsbezeichnung	EBIT Umsatzrentabilität	Stat. Umsatz CAGR 14-20	Stat. Umsatz CAGR 20-25	Gefährdung durch E-Commerce	Anteil Fläche	Anteil Geschäftsstellen	Innenstadtrelevanz
Lebensmittel, Reformwaren	2,1%	1,5%	1,1%	gering	8,6%	9,4%	gering
Gesundheit, Körperpflege	6,8%	2,3%	2,6%	gering	6,7%	13,1%	hoch
Bekleidung, Wäsche	6,0%	-1,0%	0,0%	hoch	35,0%	43,1%	hoch
Schuhe, Lederwaren	7,2%	-0,6%	0,1%	hoch	2,8%	8,1%	hoch
Elektro, EDV, Foto	5,5%	-0,5%	-0,5%	hoch	7,0%	2,5%	hoch
Sport, Spiel, Hobby	8,0%	-1,2%	-0,7%	hoch	4,9%	1,9%	mittel
Haushalt, pers. Bedarf	10,1%	0,2%	0,5%	gering	11,6%	2,5%	hoch
Bücher, Schreibwaren	8,0%	-2,4%	-2,3%	hoch	4,3%	11,3%	hoch
Bau-, Heimwerkerbedarf	4,8%	0,5%	0,5%	mittel	1,4%	1,3%	gering
Möbel, Teppiche, Heimtextil	7,3%	0,1%	0,4%	mittel	17,3%	5,0%	mittel

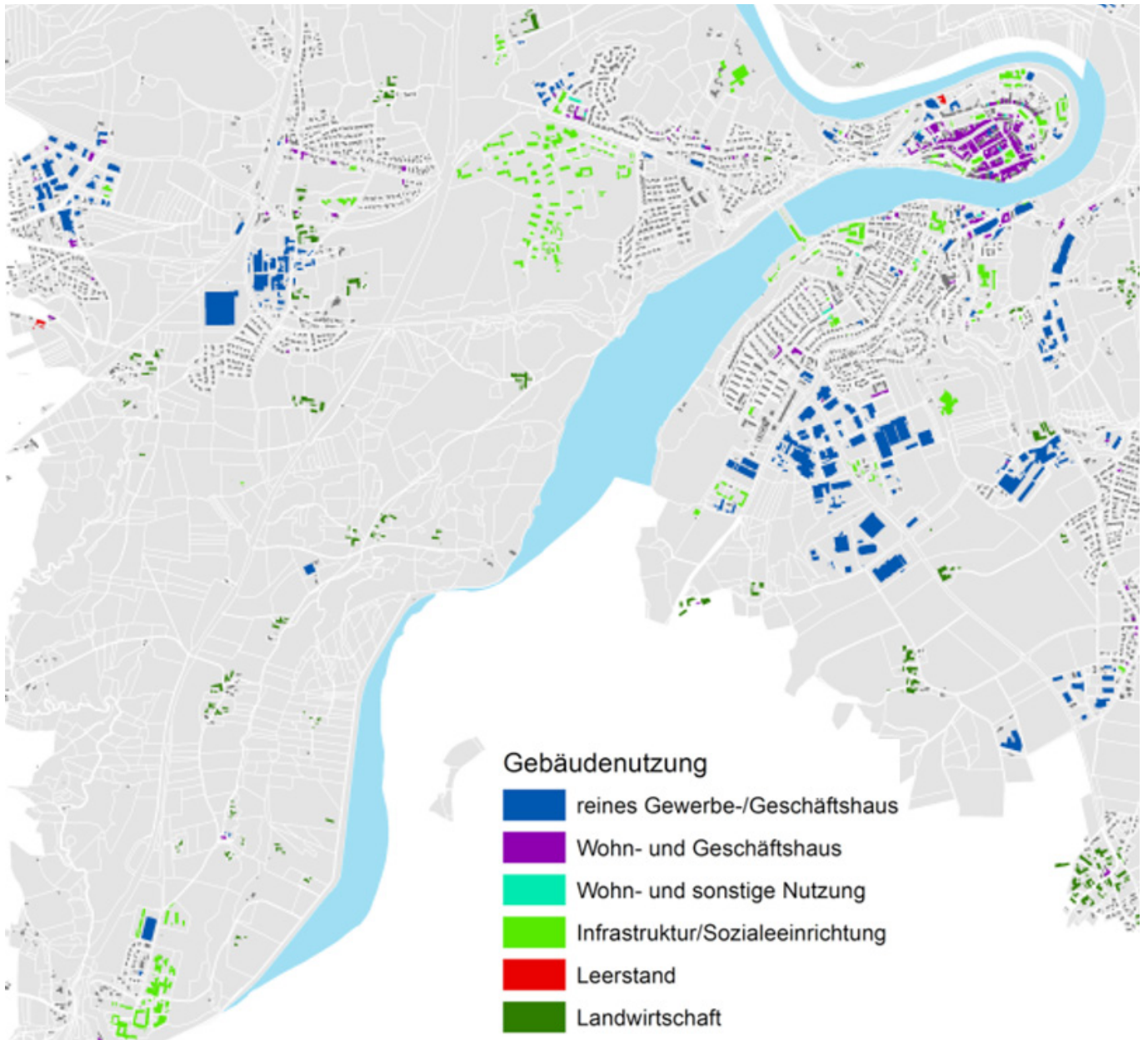
Tourismus

Touristisch war die Stadt Wasserburg am Inn längere Zeit gemeinsam mit mehreren Umlandkommunen in der touristischen Kooperation „Wasserburger Land“ organisiert. Mittlerweile besteht dieser Stadt-Umland-Verband nicht mehr und die Stadt ist in die **übergeordnete touristische Marketingorganisation** „Chiemsee Alpenland“ eingebunden, in der die Stadt und die Kommunen des Landkreises Rosenheim sowie die Chiemsee Anliegergemeinden organisiert sind. Touristische Kerngebiete innerhalb dieses Verbundes sind die übernachtungsstarken Kommunen am Alpenrand sowie um den Chiemsee. Die Stadt **Wasserburg** wird mit ihrem Angebot der Innschiffahrt unter der Rubrik „**Wasser**“ und mit dem Thema der Stadtgeschichte im Allgemeinen sowie der Attraktion der Bierkatakomben im Speziellen unter der Rubrik „**Kultur**“ vermarktet. Übernachtungen in Wasserburg resultieren zum einen aus der Funktion der Stadt als **Wirtschaftsstandort** und betreffen Geschäftspartner der großen Industrieunternehmen. Zum anderen ergeben sie sich aus der Lage der Stadt an übergeordneten **Radwegen** wie dem Innradweg, dem Mozart-Radweg, dem Alz-Inn Radweg oder dem Benediktweg sowie der Lage an **Weitwanderwegen** wie dem Würmsee-Inntal-Weitwanderweg sowie dem Jakobsweg Böhmen-Bayern-Tirol. Darüber hinaus übernachten in Wasserburg Kultur- und Städtereisende aber auch Besucher von größeren Messen und anderen Großveranstaltungen in München. Insgesamt spielt der übernachtende Tourismus in Wasserburg aber nur eine untergeordnete Rolle. Die Tourismusintensität der Stadt bleibt weit hinter den Werten der Kommunen am

Alpenrand sowie der Kur-/Gesundheitsorte der Tourismusregion zurück. Auch absolut gesehen bleibt die Anzahl von ca. 31.000 Gästeübernachtungen bei etwa 16.000 Gästeankünften vergleichsweise gering. Damit trägt der **übernachtende** Tourismus insgesamt wenig zur Wirtschaftsleistung der Stadt bei. Wesentlich bedeutender als der übernachtende Tourismus ist in Wasserburg am Inn der **Tagestourismus**. Er trägt mit dazu bei, den umfangreichen Besitz der Stadt mit Einzelhandel und Gastronomie zu sichern und die Funktion der Stadt als **Versorgungszentrum** der Region zu stärken. Speziell das Freizeitbad Badria und die zahlreichen Kultureinrichtungen prädestinieren die Stadt Wasserburg als **Schlechtwetterziel** innerhalb der Tourismusregion Chiemsee-Alpenland. Wasserburg ist mit seinem **einzigartigen** Thema Altstadt aber auch insgesamt ein stark frequentiertes Ausflugsziel. Zusätzlich schafft ein umfangreiches Veranstaltungsangebot zahlreicher Akteure über das ganze Jahr verteilt Besuchsansätze, die Tagesgäste aus dem Umland und darüber hinaus anziehen. Im Außenauftritt der Organisation Chiemsee-Alpenland sind die vielen **Veranstaltungen** in Wasserburg und das umfangreiche Angebot an thematischen **Stadtführungen** aufgeführt. Auch die ByTM ordnet die Stadt in der Rubrik „Stadt-Land-Kultur“ ein und präsentiert die umfangreiche **kulturtouristische** Ausstattung. Unter den Tagesgästen haben Gruppen- und Busreisen eine erhebliche Bedeutung. Gleichzeitig wird die Stadt als Tagesausflugsziel der Bevölkerung der **Metropolregion** genutzt, ist aber weder in dieser Funktion noch mit dem Thema Altstadt positioniert.



Strategische Analyse - Stadtgebiet Wasserburg am Inn



Örtliche Betrachtung - Stadtgebiet

Bei der Analyse der örtlichen Situation ist die **räumliche Verteilung** der unterschiedlichen Angebote und Nutzungen Gegenstand der Betrachtung. Der jeweilige Besatz bestimmt die funktionale Charakteristik einzelner Areale, die **Frequenzierung** der einzelnen Standorte sowie den **Austausch** und die **Mobilität** zwischen den Standorten. Je nach der räumlichen Organisation (Nutzungsmischung oder Nutzungstrennung) ergeben sich unterschiedliche Mobilitäts-

anforderungen vor Ort, um die **Grunddaseinsfunktionen** wie Wohnen, Arbeiten, sich Bilden, in Gemeinschaft leben, sich Erholen und sich Versorgen zu erfüllen. Die Nutzungsverteilung und die Angebotscharakteristik einzelner Standortbereiche legen auch die künftigen Entwicklungsmöglichkeiten des **Standortsystems** fest. Sie bestimmen die wettbewerbliche Ausgangssituation für alle weiteren Nutzungen oder Angebote, die neu platziert werden sollen.

Nutzungsverteilung - Stadtgebiet

Die räumliche Verteilung der unterschiedlichen Nutzungsarten innerhalb des Stadtgebietes der Stadt Wasserburg am Inn weist eine **klare räumliche Gliederung** auf. Wohn- und Geschäftsgebäude konzentrieren sich am Hauptort im Bereich der Altstadt. Im Anschluß daran befinden sich in Richtung Westen (Burgau) und Süden (Burgerfeld) die ausgedehnten Wohnbaugebiete der Stadt. Gewerbliche Nutzungen (Gewerbegebiete Staudham, Tegernau, Salzburger Straße und die

gewerbliche Nutzung in Reitmehring) sowie ausgedehnte soziale bzw. gesundheitsbezogene Einrichtungen (Inn-Salzach Klinikum, Stiftung Attel) bestimmen den Hauptort im äußeren Bereich. Der **Übergang** des Siedlungskörpers der Stadt Wasserburg am Inn zu den Nachbarkommunen verläuft teilweise fließend und ist im Raum nicht ablesbar. Dies gilt insbesondere für den Standort Gewerbegebiet Staudham/Edling aber auch bezüglich der Kommunen Eiselfing und Babensham.

Nutzungsstruktur

Die Stadt Wasserburg hat eine besondere Bedeutung als **Schulstandort**. An den sieben allgemeinbildenden Schulen werden knapp 3.000 Schüler unterrichtet und an den acht beruflichen Schulen lernen weitere knapp 3.000 Schüler. Bezogen auf die nur knapp 13.000 Einwohner fällt das **Verhältnis von Schülerzahl zu Einwohnerzahl** weit überdurchschnittlich aus und ist Indiz der hohen Zentralität der Stadt Wasserburg am Inn. Mit dem Fachbereich Sozialverwaltung der Fachhochschule für öffentliche Verwaltung und Rechtspflege verfügt die Stadt auch über eine **regional** wirksame Bildungseinrichtung. Ihre Ausstattung als **Bildungsstandort** der Region stärkt sowohl aktuell als auch künftig die Zentralität der Stadt Wasserburg am Inn sowie die Orientierung der Umlandbevölkerung auf die Stadt. Eine hohe Stand-

ortqualität lässt sich der Stadt auch bei den weichen Standortfaktoren wie Standortimage, Freizeitwert oder kulturelles Angebot attestieren. Die Stadt verfügt in den Bereichen Sport, Freizeit und Kultur über eine Ausstattung und ein Angebot, die sich in einer Stadt dieser Größe nicht erwarten lassen. Einrichtungen von besonderer Bedeutung für die örtliche Wohn- und Lebensqualität sind im Freizeitbereich die Sportstätten und das Freizeitbad Badria (inkl. Saunawelt) sowie im **kulturellen** Bereich die verschiedenen Museen, das Stadtarchiv und das Theater Belaqua. Neben diesen Einrichtungen mit ihrem permanenten Angebot wird das gesellschaftliche Leben in Wasserburg durch ein umfangreiches Veranstaltungsangebot der unterschiedlichen Bereiche sowie durch Märkte belebt.



(c) iq Projektgesellschaft

Wirtschaft

Lange Zeit wurde die Stadt Wasserburg am Inn als **Industriestandort** bezeichnet. Ein weit überdurchschnittlicher Umsatz im produzierenden Gewerbe (je Einwohner) diente als Beleg für diese Charakterisierung. Zu den mitarbeiterstärksten **Industriebetrieben** in Wasserburg zählen heute die Unternehmen Meggle und Bauer, zwei Hersteller von Molkereiprodukten, die weltweit agieren und gemeinsam ca. 1.800 Mitarbeiter beschäftigen. Darüber hinaus haben die Firma rkW, (Hersteller von Polyethylen- und Polypropylenfolien) ein Arzneimittelwerk der Firma recipharm und ein Produktionsbetrieb des Hausgeräte-Zulieferers Gronbach ihren Standort in Wasserburg. Diese fünf Unternehmen stellen zusammen bereits ca. 2.750 Arbeitsplätze in Wasserburg. Das ehemals ebenfalls überdurchschnitt-

lich umfangreiche Arbeitsplatzangebot im Bereich des produzierenden Gewerbes hat sich in den letzten 20 Jahren aber zu Gunsten des **Dienstleistungssektors** verschoben. Zwar weist die Stadt Wasserburg nach wie vor einen um ca. 5 % über dem oberbayerischen Durchschnitt liegenden Beschäftigtenanteil im produzierenden Gewerbe auf (Wasserburg: 31,1 %), aber im Vergleich zum Landkreis Rosenheim (34,0 %) ergibt sich bereits ein geringerer Anteilswert. Mit einem Anteil von fast 42 % liegt der Schwerpunkt des Arbeitsplatzangebotes mittlerweile im Bereich **öffentlicher und privater Dienstleister**. Hier erreicht die Stadt Wasserburg einen Wert, der deutlich über dem oberbayerischen Durchschnitt von 23 % aber auch über dem Durchschnittswert im Landkreis Rosenheim von ca. 28 % liegt. Bedeutendste

Arbeitgeber sind neben den zahlreichen **Bildungseinrichtungen** die Einrichtungen der **Sozialwirtschaft**. Zu ihnen zählen das Inn-Salzach Klinikum, die Stiftung Attel sowie die RoMed Klinik. Allein diese drei Arbeitgeber stellen ca. 2.700 Arbeitsplätze. Insgesamt ist das Arbeitsplatzangebot in Wasserburg am Inn auf wenige Arbeitgeber konzentriert. Die sieben mitarbeiterstärksten Unternehmen stellen fast zwei Drittel des örtlichen Arbeitsplatzangebotes. Die Standortanforderungen dieser Unternehmen betreffen übereinstimmend die Qualität der Stadt als **Wohnstandort**, was bei der Rekrutierung von Mitarbeitern eine immer wichtigere Rolle spielt. Neben der **Stadtgestalt** und der Attraktivität der **Altstadt** spielen dabei Standortfaktoren wie die Verfügbarkeit von **Wohnraum** und Bauland eine besondere

Rolle aber auch die Ausstattung mit familienbezogener **Infrastruktur** wie Kinderbetreuungseinrichtungen. Ein weiterer Standortfaktor, der für alle Unternehmen wichtig ist, betrifft die örtliche und überörtliche **Erreichbarkeit**. Themen, die hierzu von den Unternehmen genannt werden, sind das P&R Angebot am Bahnhof Reitmehring, die Anbindung vom Bahnhof Reitmehring in den Hauptort Wasserburg, die Taktung des Stadtbusses sowie die überörtliche Anbindung der Stadt an das Fernstraßennetz insbesondere in Nord-Süd Richtung zur B15neu im Raum Landshut aber auch die Querung der Bahnlinie der B304 in Reitmehring. Im örtlichen Kontext erweist sich der Wettbewerb um Arbeitskräfte für die Sozialwirtschaft als schwierig, da in diesem Bereich geringere Löhne gezahlt werden als in der gewerblichen Wirtschaft.

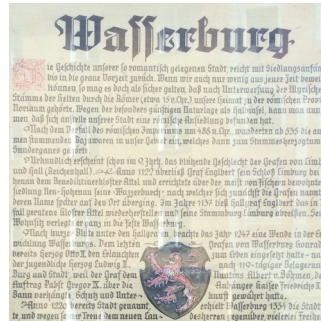
Tourismus und Freizeit

Von den insgesamt sechs Beherbergungsbetrieben der Kategorie Hotel oder Gasthof in Wasserburg am Inn verfügen lediglich zwei über mehr als 20 Zimmer. Damit verfügt die Stadt Wasserburg am Inn über ein vergleichsweise **geringes Beherbergungsangebot**. Allerdings weist eine gesamtstädtische **Auslastungsquote** von unter 35 % der insgesamt 191 angebotenen Gästebetten, die in den sechs Beherbergungsbetrieben mit mindestens neun Gästebetten erreicht wird, derzeit nicht auf eine besondere Entwicklungsperspektive für den übernachtenden Tourismus hin. Etwas mehr als 18 % der insgesamt ca. 16.000 Gästeankünfte entfallen auf Gäste aus dem Ausland, deren **Aufenthaltsdauer** mit durchschnittlich 1,7 Tagen noch unter der Aufenthaltsdauer der inländischen Gäste liegt, die 2,0 Tage erreicht. Die Stadt ist vorwiegend als **stadt- und kulturtouristisches Ausflugsziel** entwickelt und setzt dabei in erster Linie die historische Altstadt und die Geschichte als Handelsstadt ins Zentrum des **Besuchsprogramms**. Die Angebots-

entwicklung umfasst ein umfangreiches Führungsprogramm, das von der klassischen Stadtführung über zahlreiche **thematische und zielgruppenspezifische Stadtführungen** bis zum Besuch besonderer Einrichtungen wie dem Rathaus, der Burg oder der Bierkeller reicht. Während das organisierte Führungsangebot sehr gut ausgebaut ist, sind die touristische Infrastruktur und das Informationsangebot für ein Entdecken der Stadt auf eigene Faust noch kaum entwickelt. Die hierfür erforderliche Beschilderung zu einem

Stadtrundgang und ein Informationsangebot an Besuchspunkten sowie dessen Ergänzung um ein erweitertes digitales Informationsangebot sind noch nicht gut entwickelt. Dies gilt auch für das **Informationsangebot** an Empfangs- und Sammelpunkten sowie für die Präsenz des Themas Tourismus in der Außendarstellung der Stadt. Aufwertungsbedarf lässt sich darüber hinaus auch für die Themenwege und Teile der Freizeitinfrastruktur ausmachen.

Stadtrundgang und ein Informationsangebot an Besuchspunkten sowie dessen Ergänzung um ein erweitertes digitales Informationsangebot sind noch nicht gut entwickelt. Dies gilt auch für das **Informationsangebot** an Empfangs- und Sammelpunkten sowie für die Präsenz des Themas Tourismus in der Außendarstellung der Stadt. Aufwertungsbedarf lässt sich darüber hinaus auch für die Themenwege und Teile der Freizeitinfrastruktur ausmachen.



Außendarstellung

In der Gestaltung des Außenauftritts der Stadt Wasserburg am Inn sind die Themen **Innschleife** und **Altstadt** verarbeitet. Sie werden sowohl im Logo der Stadt als auch im Slogan „Schleife mit Flair“ transportiert. Inhaltlich weist die Außendarstellung einen stark **informationsorientierten** Charakter auf. Sie ist thematisch gegliedert aber Leitthemen sind nicht positioniert. Ein Stadtmarketing, das mit einer entsprechenden **Markendefinition** hinterlegt ist, wird nicht sichtbar. So sind es die Themen Leben & Wohnen, Tourismus & Freizeit, Kunst & Kultur sowie Wirtschaft & Verkehr, die den Außenauftritt thematisch ordnen. Zwar werden auch Funktionen wie Wirtschaftsstandort und Einkaufsstadt genannt, eine **Positionierung** der Stadt in diesen Funktionen mit einer Angebotsentwick-

lung und einer gebündelten Außendarstellung findet aber nicht statt. Speziell die Themen „**Produktionsstandort**“ mit den Marken Meggle und Bauer als Kernbestandteil sowie „**Sozialwirtschaft**“ mit den örtlichen Einrichtungen werden nicht positioniert. Aber auch Angebote für Fahrradtouristen werden nicht unter einer Rubrik wie „Etappenziel Wasserburg“ zusammen mit anderen Angebotskomponenten für Fahrradtouristen gebündelt vermarktet, sondern die Angebote sind unter der Rubrik „Radwanderwege“ eingeordnet. Eine **zielgruppenbezogene, die Bedürfnisse der Nachfrageseite ansprechende Außendarstellung** ist nicht vorhanden. Das Fehlen eines institutionalisierten Stadtmarketings, das diese nachfrageseitige Perspektive einnehmen und die **querschnittsbezogene**

Marketingaufgabe wahrnehmen könnte, wird hier sichtbar. Es fehlt derzeit noch an einer grundlegenden inhaltlichen Festlegung, wie die Stadt in ihren Angeboten und ihrem Außenauftritt nach außen wirken soll. Ein **Markenkern und eine Positionierung, die Grundlage der Angebotsentwicklung und Außendarstellung in allen Bereichen** sein könnten und von allen beteiligten Akteuren mitgetragen werden, ist nicht festgelegt. In der touristischen Außendarstellung der Stadt Wasserburg am Inn werden in diesem Zusammenhang die Eigenschaften südländisch, weltoffen, kulturbegeistert, sportlich, historisch, natürlich, lebenslustig und bildschön genannt. Sie sind aber weder Grundlage der Produktentwicklung noch sind sie in der Summe geeignet, um einen Markenkern zu definieren und eine

Positionierung zu tragen. Auch ein **akteursübergreifendes Altstadtmarketing** ist nicht installiert und die unterschiedlichen Akteure stellen jeweils einzelne Themenbereiche zur Altstadt nach außen dar. Dabei wird das touristische Angebot zur Altstadt von Seiten der Stadt Wasserburg entwickelt und nach außen dargestellt. Die Funktion der Altstadt als Handelsstandort wird dagegen vom Wirtschafts-Förderungs-Verband Wasserburg thematisiert und über das Kundenmagazin „Wasserburg Nr.1“ dargestellt. Eine **gemeinsame Angebotsentwicklung**, die beide Themenbereiche verbindet und eine übergeordnete und kooperative Entwicklung und Vermarktung der Altstadt vornimmt, fehlt derzeit.

Einzelhandel - innenstadtrelevantes Sortiment

Im Stadtgebiet der Stadt Wasserburg befinden sich insgesamt **184 Betriebe** des Ladeneinzelhandels, die zusammen eine **Verkaufsfläche** von etwas mehr als **44.000 m²** aufweisen. Gegenüber der letzten Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahr 2005 hat sich die Anzahl der Betriebe um einen erhöht aber die Verkaufsfläche ist um ca. 3.000 m² **zurückgegangen**. **Ausstattungsdefizite** sind für das Sortiment Möbel auszumachen. Dies ist aber ein Umstand, der für viele Mittelzentren gilt. Ein unzureichendes Angebot zeigt sich zudem für die Sortimente Baby- und Kinderartikel, Sportartikel und Elektroartikel. Als Handelsagglomerationen von **gesamstädtischer** Bedeutung lassen sich die Standorte Altstadt/Innenstadt, Staudham, Tegernau und Kellerberg unterscheiden. Auf die

Wasserburger Altstadt/Innenstadt entfallen fast 45 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche und der Standort Tegernau ist mit ca. 23 % der zweitstärkste Handelsstandort. Mit einem Anteil von 19 % und 7 % folgen die Standorte Kellerberg sowie Staudham und weitere 5 % der Verkaufsfläche befinden sich in Streulage. Diese, über alle Sortimente zusammengefasste, Verkaufsflächen-ausstattung überdeckt aber die deutlichen **Unterschiede in der Versorgungsfunktion** der einzelnen Handelsstandorte in Wasserburg. Betrachtet man zunächst die **innenstadtrelevanten Sortimente**, so ist die Wasserburger Altstadt/Innenstadt mit ca. 80 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der flächenstärkste Standort bei diesen Warengruppen und gleichzeitig prägen diese Sortimente auch knapp 74 % der gesamten Verkaufsfläche

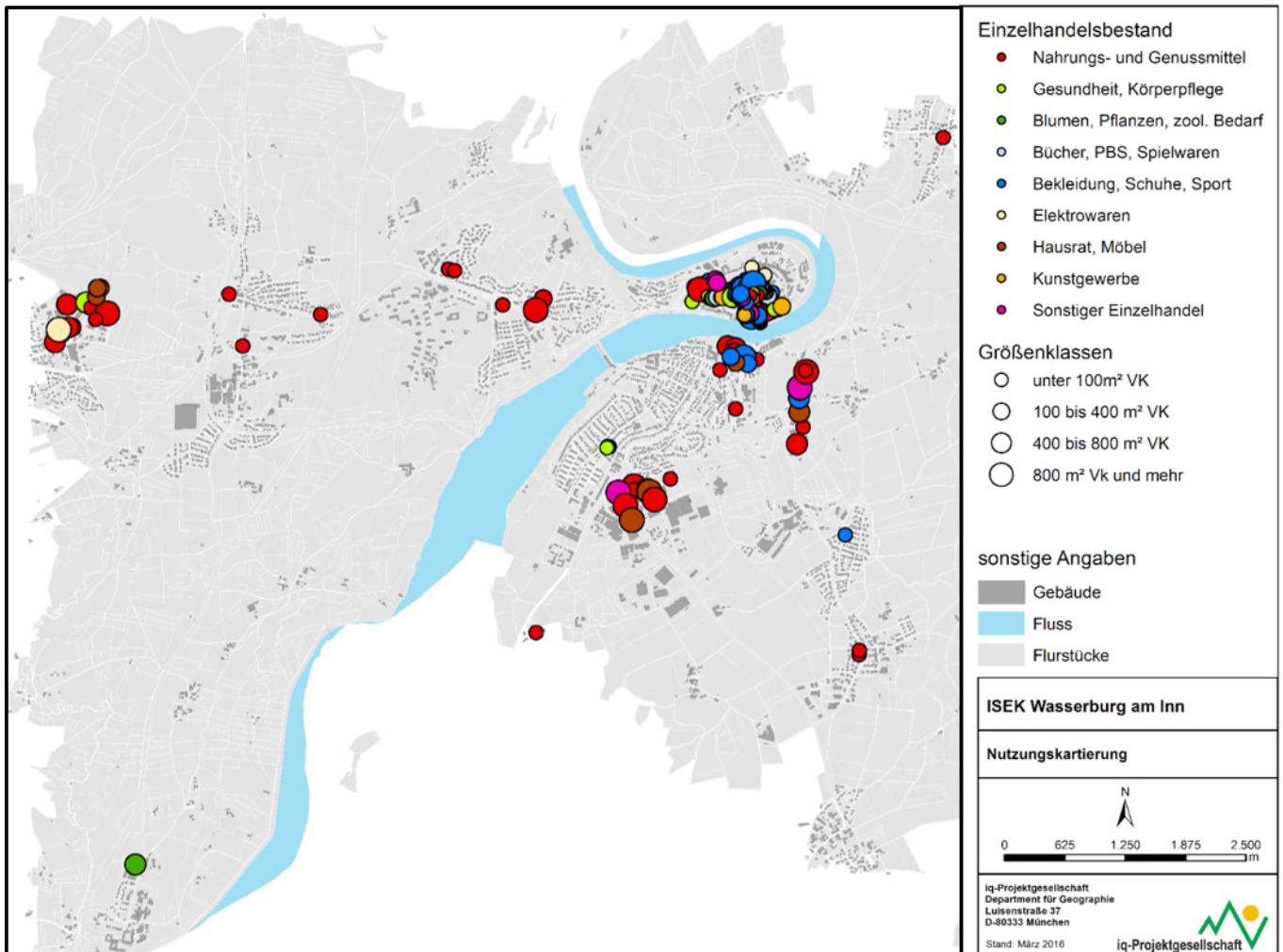
der Wasserburger Innenstadt/Altstadt. Innenstadtrelevant sind in Wasserburg Sortimente, die

- derzeit in der Innenstadt am stärksten vertreten sind oder die Innenstadt stark prägen,
- für einen attraktiven Branchen-Mix in der Innenstadt notwendig sind und Innenstadtbesucher anziehen,
- einen relativ geringen, sortiments- bzw. betriebsformspezifischen Flächenbedarf besitzen,
- häufig im Zusammenhang mit anderen Innentadteinrichtungen besucht werden,
- leicht transportiert werden können oder
- für die sich in der Innenstadt eine Entwicklungsoption bietet.

Mit ca. 7.000 m² Verkaufsfläche ist das Sortiment

Bekleidung zu 90 % auf die Innenstadt/Altstadt konzentriert und dort das flächenstärkste Sortiment. Zudem weisen die Sortimente **Uhren und Schmuck** (97%) sowie **Geschenkartikel** (80 %) eine hohe Konzentration der Verkaufsfläche auf die Innenstadt/Altstadt auf. Dagegen entfallen im Sortiment **Schuhe und Lederwaren** nur 74 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf die Altstadt/Innenstadt. Trotz der Anreicherung der Gewerbegebiete mit innenstadtrelevanten Sortimente erweist sich die, im Vergleich zu anderen Mittelzentren, noch hohe Konzentration der Verkaufsfläche innenstadtrelevanter Sortimente auf den Standort der Altstadt/Innenstadt als entscheidend für die **Attraktivität** und **Funktionsfähigkeit** dieses Standortbereichs als Einkaufsstandort.

Standorte	Innenstadt	Staudham	Tegernau	Kellerberg	Streulage	gesamt
Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Verkaufsfläche in m ²	Verkaufsfläche in m ²	Verkaufsfläche in m ²	Verkaufsfläche in m ²	Verkaufsfläche in m ²
Baby- und Kinderartikel	90	25	0	0	0	115
Bekleidung	7.064	452	40	245	3	7.804
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	497	0	26	78	41	642
Fotoartikel, Optik	451	12	53	50	10	576
Geschenkartikel	983	0	82	157	13	1.235
GPK, Besteck, Töpfe	519	0	243	253	16	1.030
Haus- und Heimtextilien	964	24	320	280	2	1.590
Parfümerie	64	25	0	0	0	89
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	539	68	73	87	11	778
Schuhe und Lederwaren	1.599	16	3	486	65	2.170
Spielwaren	496	2	2	372	0	872
Sportartikel	770	5	5	42	0	823
Telekommunikation	115	0	0	0	0	115
Uhren, Schmuck	401	10	1	1	0	413
innenstadtrelevante Sortimente	14.552	639	850	2.051	160	18.251
Apothekerware	104	50	7	0	40	201
Drogeriewaren, Kosmetika	658	349	305	277	55	1.644
Nahrungs- und Genussmittel	2.767	1.306	3.551	4.824	1.438	13.886
nahversorgungrelevante Sortimente	3.530	1.705	3.863	5.101	1.532	15.732
baumarktspezifisches Sortiment	126	1	2.457	797	0	3.381
Elektrogeräte	221	326	231	92	6	876
Gartengeräte, Gartenpflanzen, Pflanzen	164	7	665	207	525	1.568
Kfz Zubehör	18	0	0	37	34	89
Möbel	620	585	328	129	0	1.662
Teppiche-, Wand-, Bodenbelege	115	0	1.334	0	0	1.449
Zooartikel	21	80	588	57	6	753
nicht innenstadtrelevante Sortimente	1.284	999	5.603	1.318	572	9.777
sonstige Waren	328	2	31	50	12	423
gesamt	19.694	3345	10.348	8.520	2.276	44.183



Einzelhandel - nicht-innenstadtrelevantes Sortiment

Nicht-innenstadtrelevant sind in Wasserburg Sortimente, die

- in der Innenstadt derzeit ohne Bedeutung sind,
- zukünftig kein Entwicklungspotenzial für die Innenstadt bieten,
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. des Flächenbedarfs für eine Ansiedlung in der Innenstadt nicht geeignet sind oder
- eine geringe Umsatzleistung je m² Verkaufsfläche aufweisen und somit in der Innenstadt nicht tragfähig sind.

Das Angebot am Standort Wasserburg am Inn fällt bei den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten insgesamt sehr gering aus. Weitestgehend ohne Anbieter ist das **Sortiment Möbel**. Hier bestimmen die Anbieter in Parsdorf, Neuötting, Rosenheim und Landshut die über-

örtliche räumliche Verteilung des Angebotes. Gleiches gilt für das Sortiment der **Elektrofachmärkte**. Auch hier prägen die großflächigen Fachmärkte in den Oberzentren Rosenheim, Mühldorf und München das Wettbewerbsumfeld und die Stadt Wasserburg bleibt ohne ein für ein Mittelzentrum angemessenes Angebot. Allerdings gilt es zu berücksichtigen, dass die **Gewerbegebiete Staudham und Edlinger funktional eine einzige Handelsagglomeration** bilden und auf das gleiche Einzugsgebiet zurückgreifen. Der auf Edlinger Flur situierte Elektropark Weiß stellt somit einen weiteren großflächigen Anbieter im Bereich der nicht-innenstadtrelevanten Sortimente dar, der als Ausstattung des Wasserburger Marktgebietes gewertet werden kann und die Wettbewerbssituation in diesem Sortiment bestimmt.

Eine zeitgemäße Ausstattung in der Stadt Wasserburg findet sich dagegen bei den **Baumarktartikeln**. Dieses Sortiment bestimmt in Wasserburg das Angebot im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente am stärksten. Die umfangreichste Verkaufsfläche im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente stellt das **Gewerbegebiet Tegernau**. Knapp die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in diesem Angebotsbereich befindet sich an diesem Standort. Getragen wird die Position des Gewerbegebietes Tegernau als Angebotschwerpunkt im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente im Wesentlichen durch den Anbieter Hagebaumarkt sowie den Anbieter Dänisches Bettenlager. Diese beiden Anbieter stellen zusammen etwa 50% der gesamten Verkaufsflächenausstattung am Standort

Tegernau und generieren für diesen Standort ein **überörtliches** Einzugsgebiet. Diese Sicherung eines überörtlichen Einzugsgebietes ist für die Stadt Wasserburg am Inn von hoher Bedeutung. Bereits anhand der Abgrenzung des Einzugsgebietes der Stadt wurde deutlich, dass **gerade die auswärtigen Kunden das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in Wasserburg tragen**. So repräsentieren die Einwohner der Stadt Wasserburg nur ca. 26 % der Einwohner im Nah-einzugsgebiet und lediglich ca. 16 % aller Einwohner im Nah- und Ferneinzugsgebiet zusammengenommen. Eine umfangreichere Ausstattung im Bereich der Sortimente des nicht-innenstadtrelevanten Bedarfs lässt sich auch für den **Standort Kellerberg** ausmachen. Dort ist mit dem Anbieter Profi-Eder ein weiterer Baumarkt ansässig.



Einzelhandel - Nahversorgungsrelevantes Sortiment

Nahversorgungsrelevant sind in Wasserburg Sortimente,

- die häufig benötigt und dem kurzfristigen Bedarf zugeordnet werden können,
- für die eine flächendeckendes Versorgungsangebot angestrebt wird,
- für die eine Zuordnung der Angebotsstandorte zu den bevölkerungsstarken Wohnstandorten angestrebt wird oder
- bei denen der reine Versorgungseinkauf (gegenüber dem Erlebniseinkauf) im Vordergrund steht.

Wesentliche Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente sind **Lebensmittelmärkte, Getränkemärkte und Drogeriemärkte**. Sie werden von Anbieterseite häufig im Standortverbund realisiert, um dem Kundenwunsch nach einer Auf-

wandsminimierung beim reinen Versorgungseinkauf zu entsprechen. Eine Studie zur qualifizierten Nahversorgung in Deutschland zeigt, dass 53 % aller Haushalte neben dem Haupteinkaufsort regelmäßig noch **bei einem weiteren Lebensmittelmarkt** einkaufen. Dabei kaufen Discounterkunden deutlich häufiger (zu rd. 61 %) als Supermarktkunden (zu rd. 44 %) überhaupt noch bei einem weiteren Lebensmittelmarkt ein (vgl. Krüger et al. 2013, 35). Der **Kundenwunsch nach einer One-Stop Grundversorgung** führt dabei zur Entwicklung von ganzen **Nahversorgungszentren**, die einen Mix aus Handelsbetrieben unterschiedlicher nah- bzw. grundversorgungsrelevanter Branchen und Betriebsformen bieten. Sie erreichen zusammengenommen eine **Dimensionierung** von ca. 3.500 m² bis 4.500 m²

Verkaufsfläche und ermöglichen der Bevölkerung die Deckung des kurzfristigen, periodischen Bedarfs an nur einem Standort, der entsprechend stark frequentiert wird. Die **frequenzgenerierende** Eigenschaft der Lebensmittelmärkte wirkt zugleich **zentrengenerierend**, was dazu führt, dass die Verbundstandorte häufig mit Fachmärkten des mittel- und langfristigen Bedarfs angereichert und damit in ihrer **Versorgungsfunktion** weiter ausgebaut werden. Für den einzelnen Betrieb eröffnet ein derartiger Verbundstandort ein vergrößertes Einzugsgebiet und damit die Chance auf ein erhöhtes Umsatzpotenzial. Zudem ergeben sich weitere lagebezogene Wettbewerbsvorteile aus verstärkten **Spontan- und Kopplungskäufen** sowie der guten Präsenz und damit Wahrnehmbarkeit an

einem Standort mit hoher Besucherfrequenz. Die Struktur und räumliche Verteilung der Nahversorgungsstandorte besitzt einen besonderen Stellenwert im Rahmen der kommunalen **Daseinsvorsorge**. So sollte die Versorgung der Bürger/innen mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden, um Verkehr zu vermeiden und um die Versorgung nicht oder wenig mobiler Bevölkerungsgruppen zu gewährleisten. Hierfür werden in der Regel **wohnstandortbezogene Nahversorgungsstandorte** entwickelt, die diese Versorgungsfunktion erfüllen und fußläufig aus den zugeordneten Wohngebieten erreichbar sind. Als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen gilt eine Entfernung von 500 m bis maximal 1.000 m.

Einzelhandel - Grundversorgungsstandorte

In Wasserburg am Inn sind drei Pkw-orientierte Grundversorgungszentren (GVZ) mit umfangreichem Handelsbesatz entwickelt und zudem mehrere Einzelanbieter in integrierter Lage platziert.

GVZ Kellerberg

Flächenstärkster Standort ist das Gewerbegebiet am Kellerberg. Dort sind ein Verbrauchermarkt mit über 3.000 m² Verkaufsfläche, ein Lebensmitteldiscounter, zwei Getränkemarkte und mittlerweile auch der Drogeriemarkt Müller ansässig. Allerdings muss der Standort als fast ausschließlich Pkw-orientiert charakterisiert werden und verfügt über kein zugeordnetes Wohngebiet in fußläufiger Distanz.

GVZ Staudham

Das Gewerbegebiet in Staudham ist für die Wasserburger Bevölkerung ebenfalls ein

ausschließlich Pkw-orientierter Grundversorgungsstandort. An diesem Standort, der mit dem Gewerbegebiet Edling einen Standortverbund bildet, sind die LM-Discounter Aldi und Penny, der Supermarkt EDEKA sowie ein Drogeriemarkt ansässig. Damit deckt der Standort die Grundversorgungsfunktion vollständig ab und ist für die Bevölkerung in Reitmehring der nächstgelegene, vollständig ausgestattete Versorgungsstandort. Gleichzeitig fängt dieser Standort das Nachfragepotenzial aus dem westlichen Umland ab.

GVZ Tegernau

Die Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet Tegernau dienen der Grundversorgung für die Wohngebiete südlich des Inns. Der Standort verfügt mit zwei LM-Discountern und einem LM-Supermarkt über einen ausreichenden Besatz. Das

Fehlen eines Drogeriemarktes schafft in gewissen Maße noch kopplungsrelevante Besuchsanlässe bezogen auf die Standorte Altstadt oder Kellerberg. Zumindest aufgrund der topographischen Bedingungen weist auch dieser Standort eine starke Pkw-Orientierung auf.

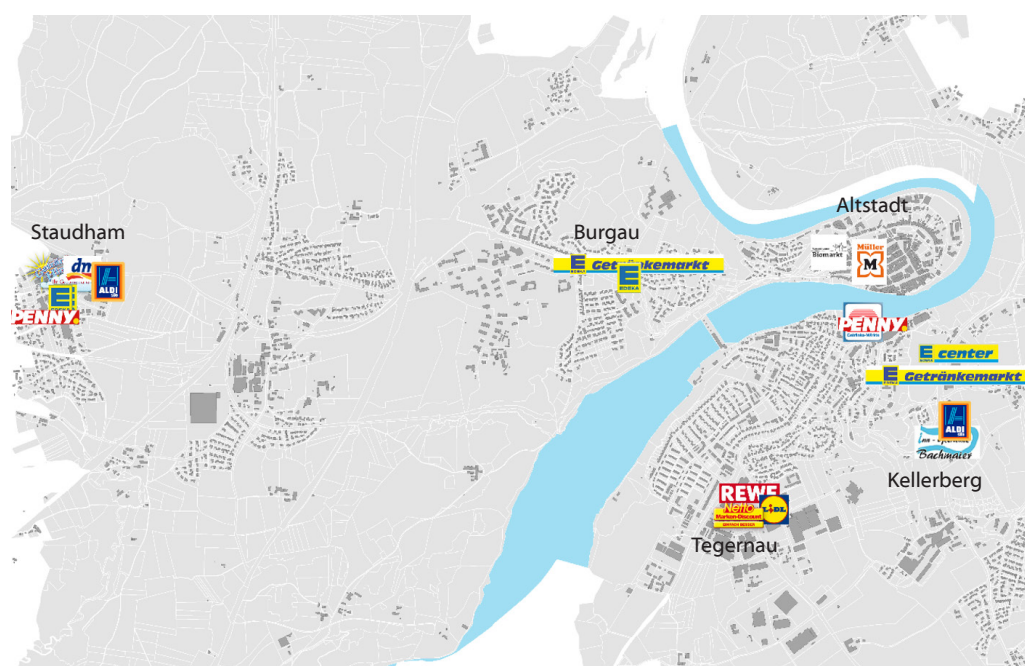
Standort Burgau

Der Versorgungsstandort in Burgau befindet sich in integrierter Lage mit weitreichendem fußläufigem Einzugsgebiet. Der dort ansässige LM-Supermarkt des Anbieters EDEKA hat seine Verkaufsfläche kürzlich vergrößert und seinen Marktauftritt modernisiert. Er nimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für die zugeordneten Wohngebiete wahr und kann diese als Vollsortimenter auch vollständig erfüllen. Dennoch besitzt der Standort im kommunalen Vergleich eine schwache

Wettbewerbsposition, da er keine Kopplungsbeziehungen am Standort zulässt. Dieser Standort sollte durch die Ansiedlung zusätzlicher Anbieter gestärkt werden.

Standort Altstadt

Im Standortbereich der Altstadt, zu dem auch das Standortumfeld am südlichen Innufer gezählt wird, sind ein Bio-Markt, der Lebensmitteldiscounter Penny, der Drogeriemarkt Müller und ein Getränkemarkt verteilt. Es fehlt allerdings ein Vollsortimenter, um die Grundversorgungsfunktion in diesem Standortbereich vollständig erfüllen zu können. Allerdings sind an allen Zufahrten zum Standortbereich der Innenstadt bereits Supermärkte platziert, so dass für ein entsprechendes Angebot in der Altstadt nur das Bevölkerungspotenzial der Altstadt zur Verfügung steht.



Wohnen

Verteilung der Wohnbevölkerung

Innerhalb der Stadt Wasserburg am Inn lassen sich mit Reitmehring, Burgau, Burgerfeld und der Altstadt vier **Wohnbevölkerungsschwerpunkte** unterscheiden. Die Lage und der Besatz dieser Wohngebiete markiert die räumliche Verteilung der örtlichen Nachfrage. Davon ausgehend, dass ein modernes Grundversorgungszentrum ca. 5.000 Einwohner versorgt, wären in Wasserburg nur etwa **zwei Grundversorgungszentren** tragfähig. Bei der gegebenen Bevölkerungsverteilung könnte deshalb sowohl auf der östlichen als auch auf der westlichen Seite des Inns ein Grundversorgungszentrum etabliert werden. Tatsächlich versorgen in Wasserburg am Inn aber die Standorte Kellerberg und Tegernau die Pkw-mobilen Bevölkerungsanteile der Altstadt mit. Gleichzeitig

fängt der Standort Staudham/Edling Nachfrage aus dem Umland ab und ist für die Bevölkerung in Reitmehring der nächstgelegene Versorgungsstandort. Dieses **Zusammenspiel** von räumlicher Nachfrageverteilung und Angebotsstandorten ist ausschlaggebend dafür, dass in Zuordnung zum Bevölkerungsschwerpunkt der Wohngebiete westlich des Inns kein vollständig ausgestattetes Grundversorgungszentrum etabliert ist.

Die **Altstadt** in Wasserburg ist Wohnstandort von etwa einem Fünftel der Gesamtbevölkerung. Die altersstrukturelle Zusammensetzung der Altstadtbevölkerung zeigt unterdurchschnittliche Anteile in den Altersgruppen bis unter 20 Jahren und überdurchschnittliche Anteile in den Altersgruppen von 25 bis unter 45 Jahren. In den Wohngebieten

Burgau, Burgau Nord und Burgau Süd wohnen knapp ein Viertel aller Wasserburger. Die Zusammensetzung der Bevölkerung nach Altersgruppen ist gekennzeichnet von einem deutlich unterdurchschnittlichen Anteil der Bewohner über 70 Jahren, der insbesondere in Burgau-Nord festzustellen ist sowie einem überdurchschnittlichen Anteil der Altersgruppen von 10 bis unter 20 Jahren, der vor allem auf das Teilgebiet Burgau zurückzuführen ist.

Auf der östlichen Seite des Inns in den Wohngebieten **Burgerfeld, Wuhr und Tegernau** lebt gut ein Drittel der Wasserburger Bevölkerung. Altersstrukturell kennzeichnet diese Wohngebiete ein deutlich überdurchschnittlicher Anteil der Senioren im Alter über 70 Jahren aber auch ein ebenso überdurchschnittlicher Anteil

an Kindern unter 10 Jahren. Unterdurchschnittliche Anteile verzeichnen die jungen Erwachsenen im Alter von 18 bis unter 30 Jahren.

Der Ort **Reitmehring** beheimatet etwa ein Achtel der Wasserburger Bevölkerung und ist aufgrund der Distanz zum Hauptort und dem Verlauf der Bundesstraßen stadträumlich deutlich abgesetzt vom Hauptort Wasserburg. Die Reitmehring Bevölkerung verzeichnet einen überdurchschnittlichen Anteil an Einwohnern über 60 Jahren bei unterdurchschnittlicher Einwohnerzahl der Bewohner zwischen 25 und unter 40 Jahren.

Abgesehen von der Altstadt sind in den übrigen Wohngebieten derzeit keine multifunktionalen **Quartierszentren** mit sozialer Funktion entwickelt.

