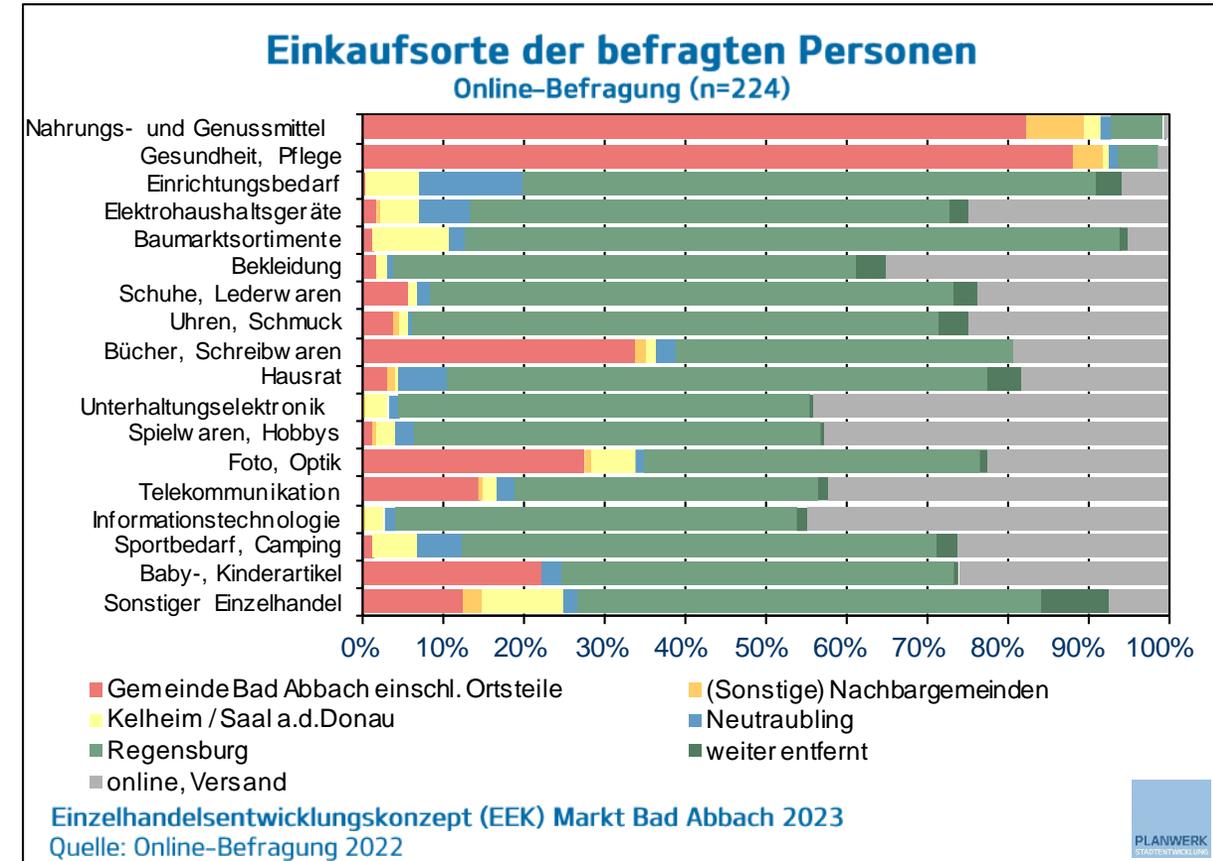
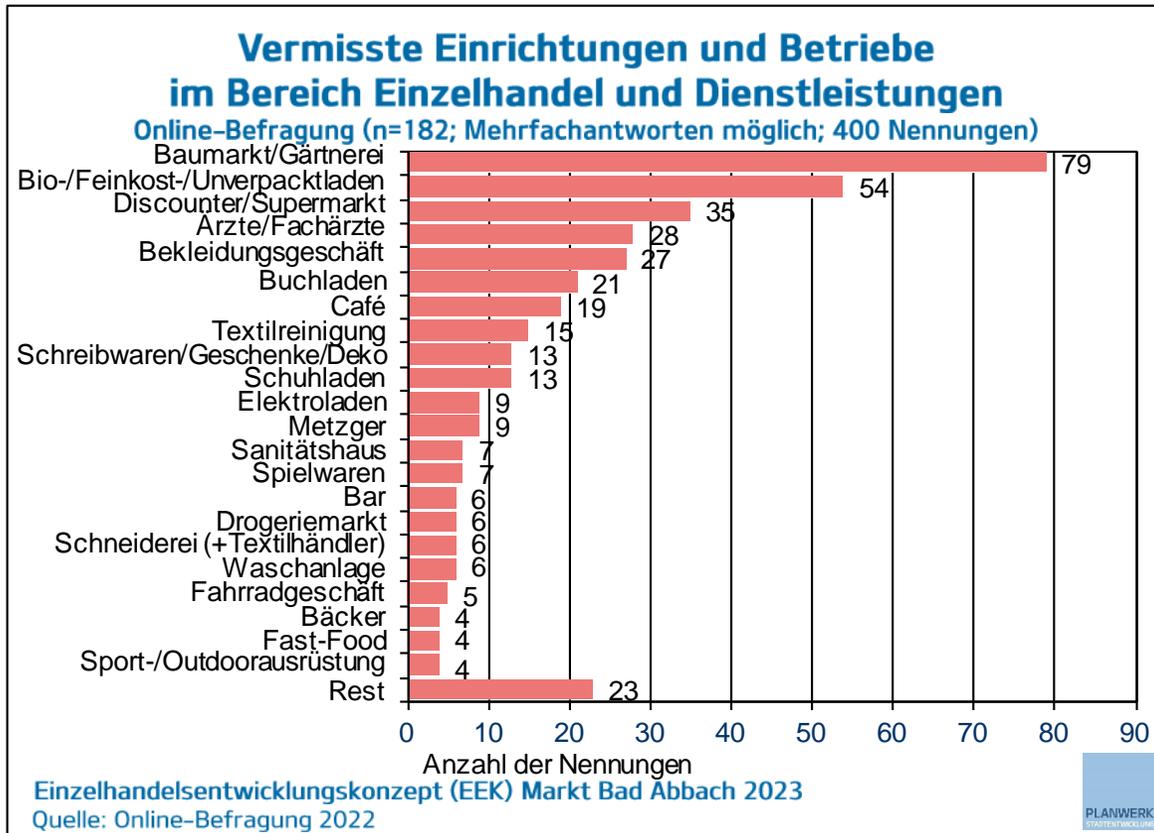
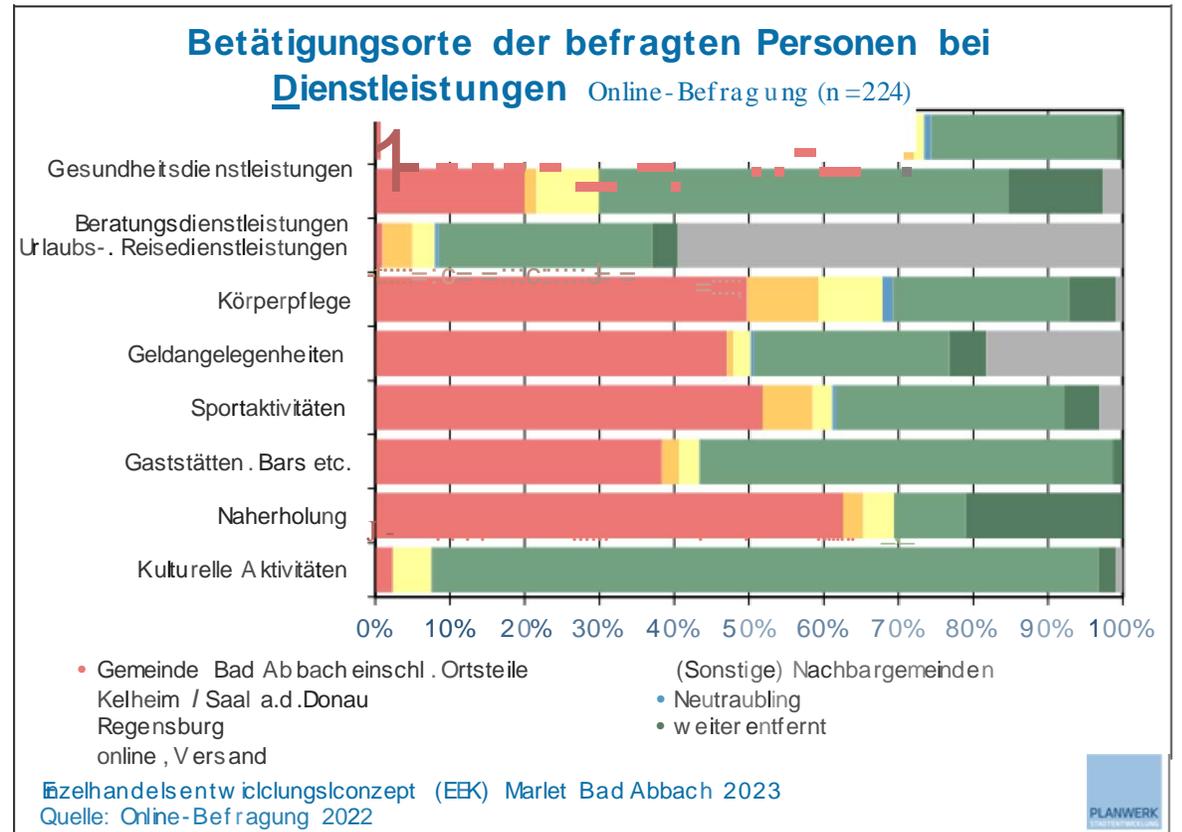
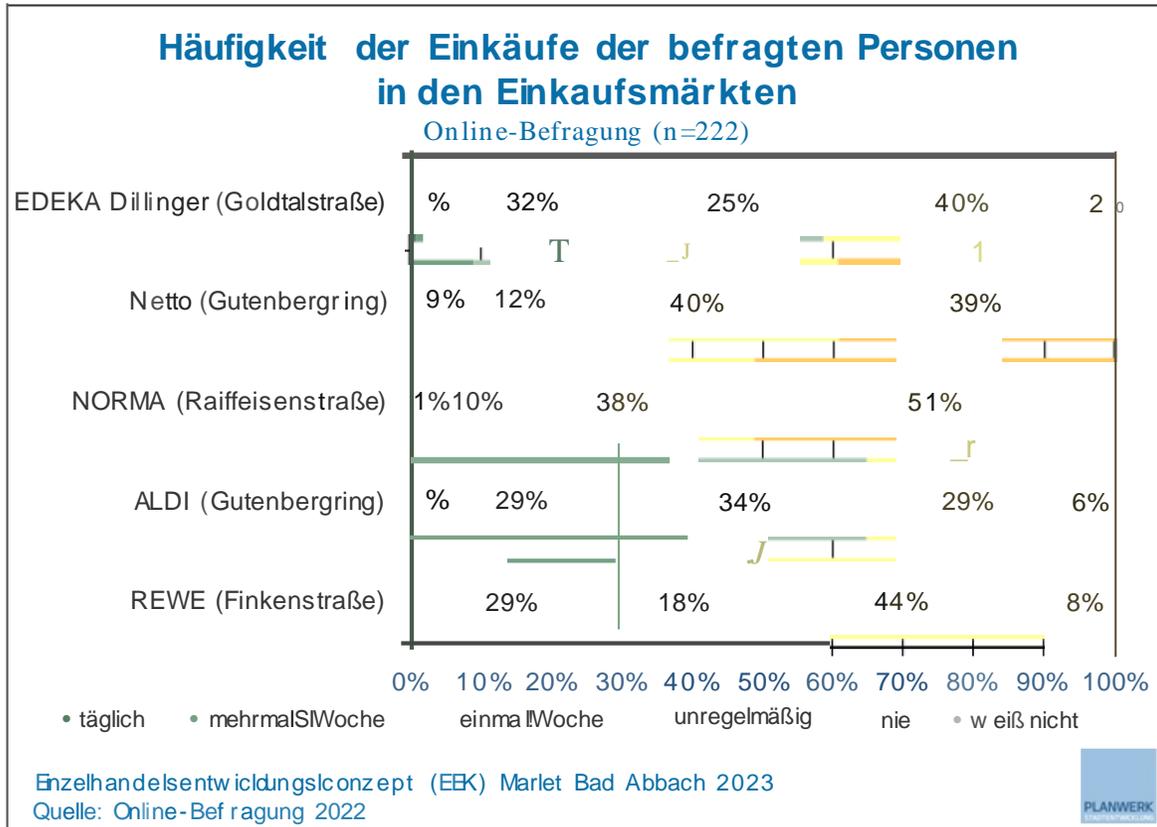
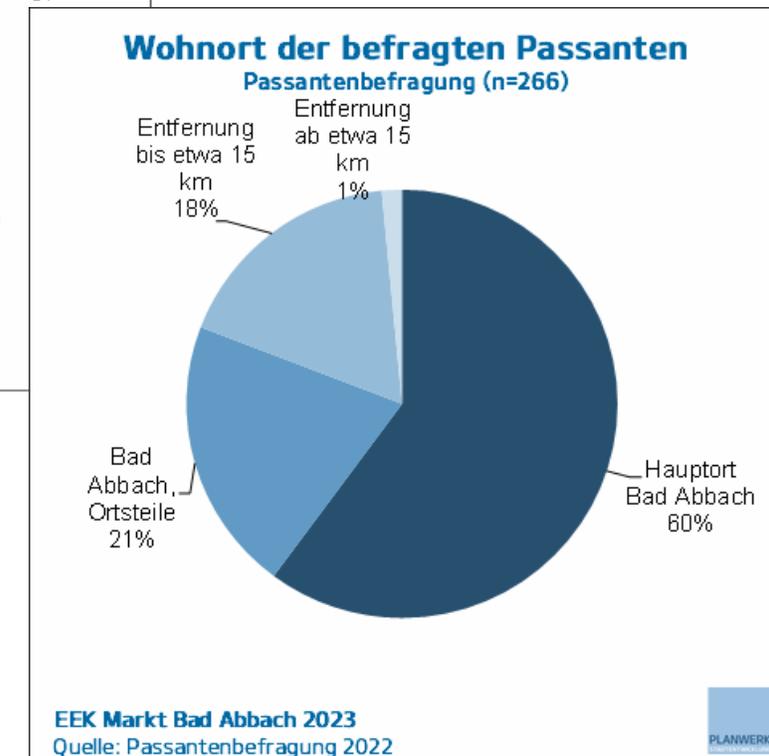
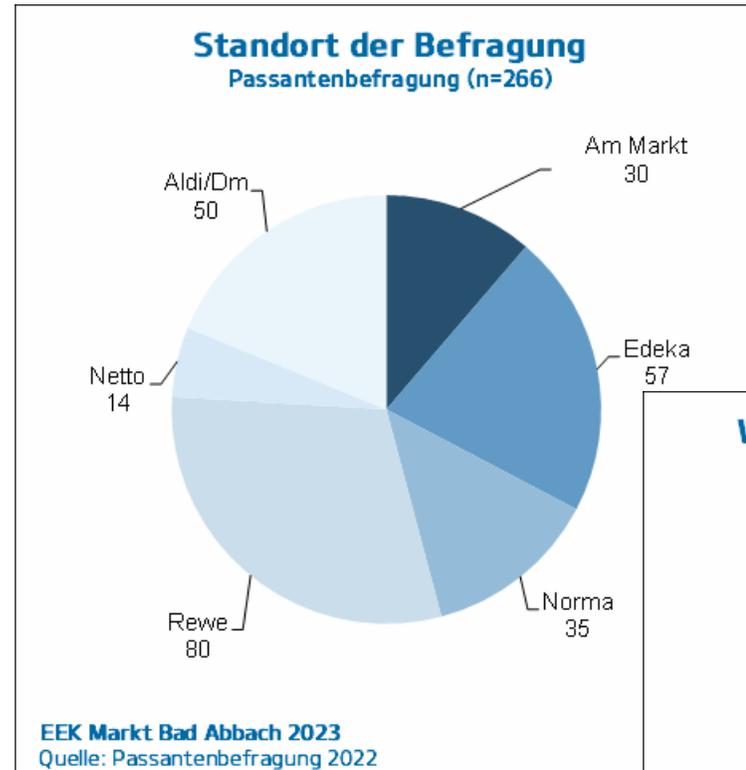


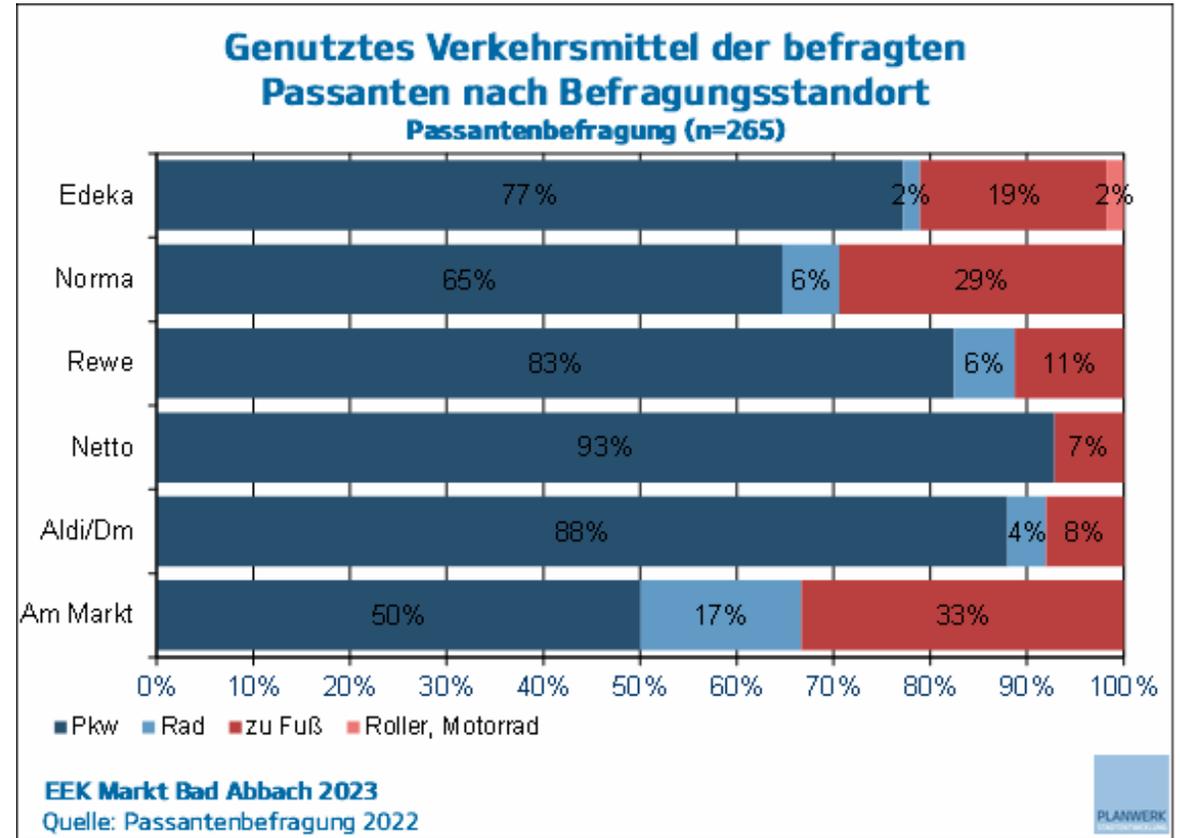
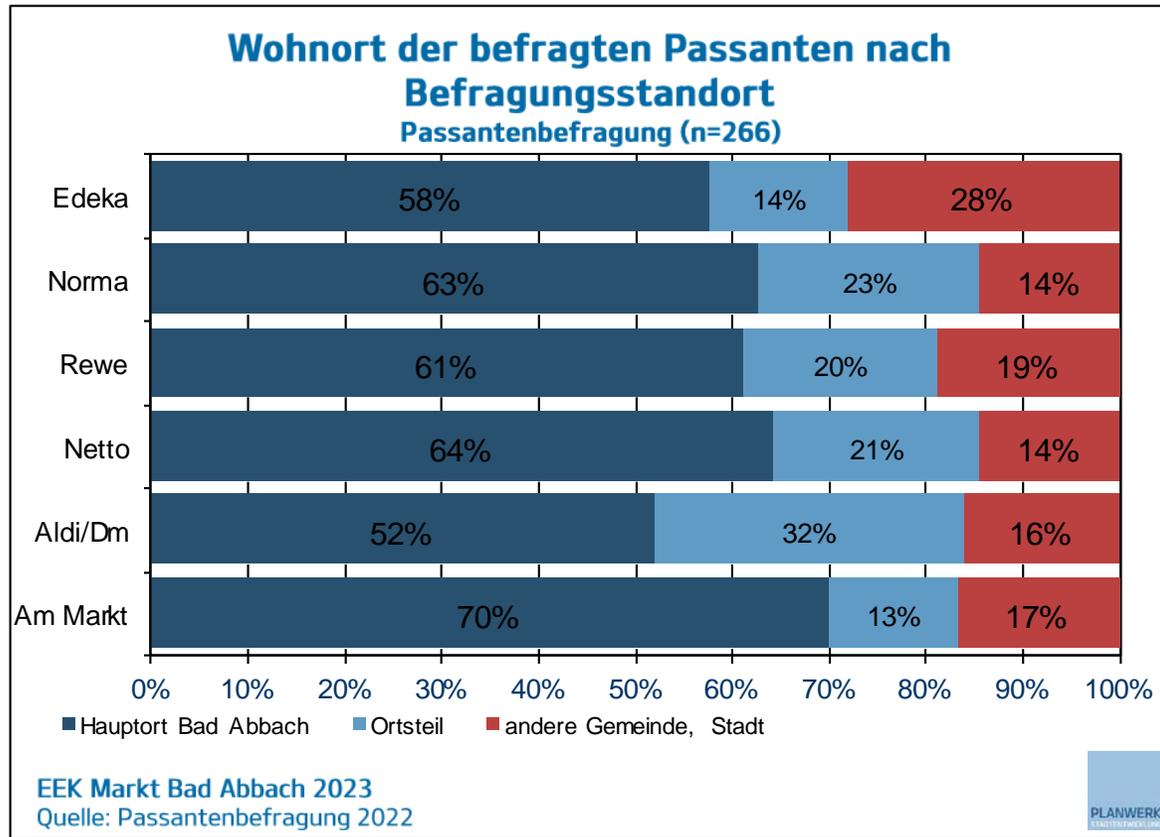
- Online-Befragung vom 21.06.-31.07.2022 mit 227 Teilnehmer:innen zu (räumlichem) Einkaufsverhalten





- Passanten-Befragung an zwei Tagen im Oktober 2022 an sechs Standorten:
 - Am Markt (Fußgängerzone)
 - EDEKA (Sondergebiet Raiffeisenstraße)
 - ALDI/DM (Gewerbegebiet Goldtal)
 - Netto (Sondergebiet Goldtal)
 - REWE (Sondergebiet Finkenstraße)
 - NORMA (Gewerbegebiet Kühberg)
- Befragung zu ...
 - generellem Einkaufsverhalten
 - konkretem Standort
 - allgemeinen Stärken und Schwächen der Marktgemeinde

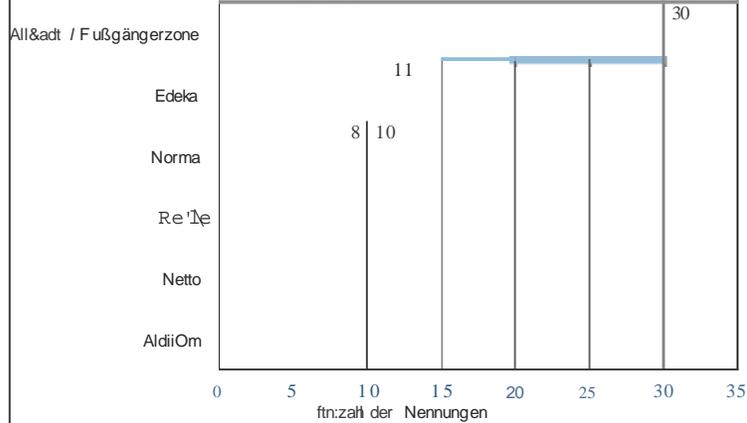




PASSANTEN-BEFragung

Einkaufsorte am Tag der Befr. der Am Markt Befragten

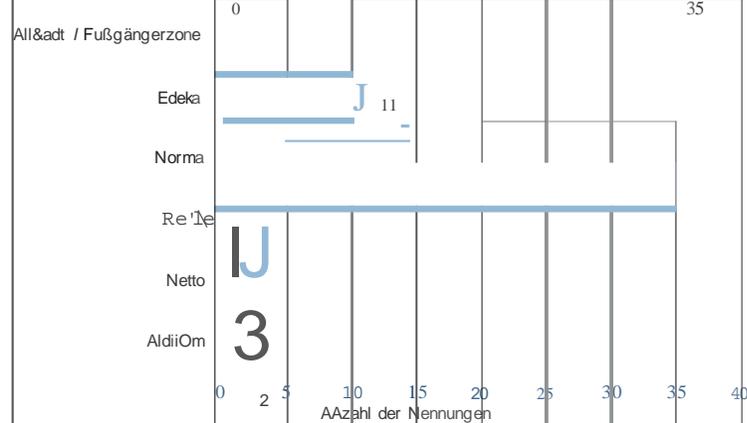
P - antentelefragung (n=266; davon 30 Am Markt)



B3CMarkt - Abtaf12023
Quelle: Passantenbefragung 2022

Einkaufsorte am Tag der Befragung der vor dem Norma Befragten

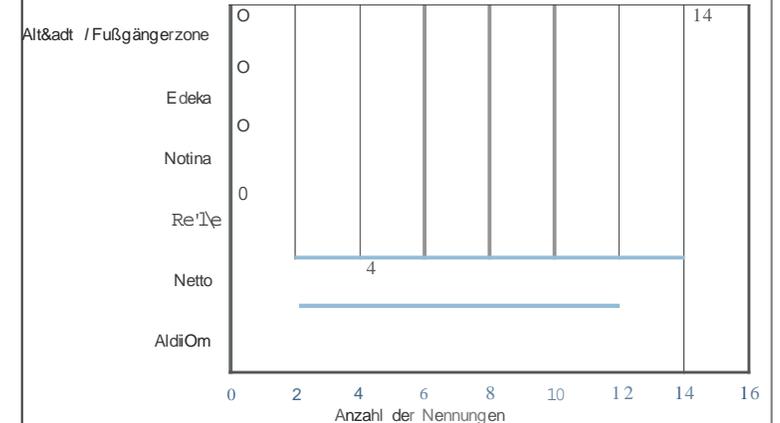
Passantentelefragung (n=266; davon 35 vor dem Norma)



B3CMarkt - Abtaf12023
Quelle: Passantenbefragung 2022

Einkaufsorte am Tag der Befragung der vor dem Netto Befragten

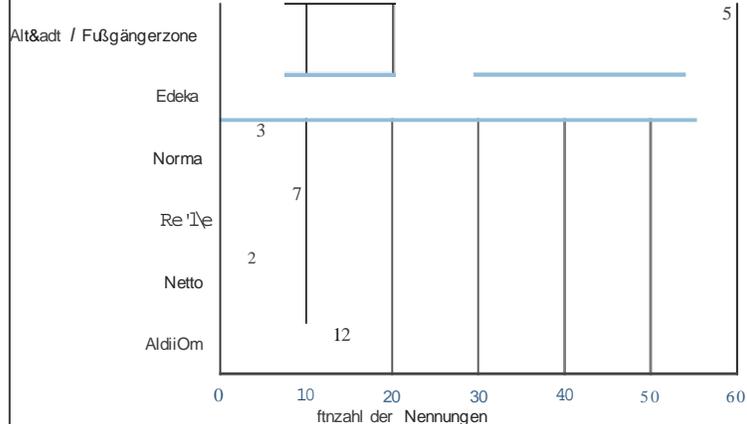
P - antentelefragung (n=266; davon 14 vor dem Netto)



B3CMarkt Bad Abbach 2023
Quelle: Passantenbefragung 2022

Einkaufsorte am Tag der Befragung der vor dem Edeka Befragten

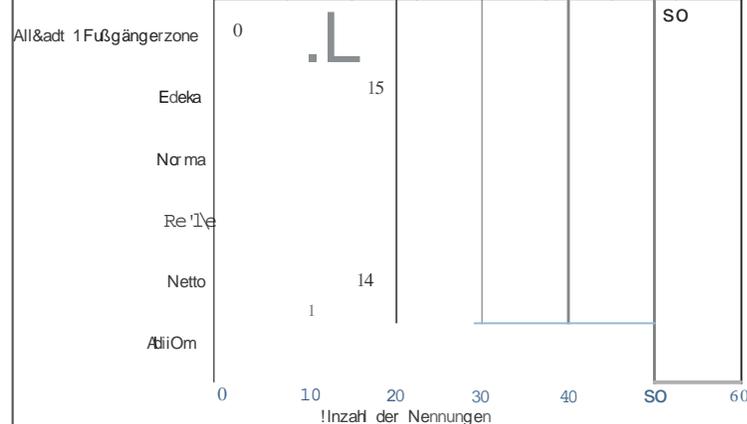
Passantentelefragung (n=266; davon 57 vor dem Edeka)



B3CMarkt Bad Abbach 2021
Quelle: Passantenbefragung 2022

Einkaufsorte am Tag der Befragung der vor dem Aldi/Dm Befragten

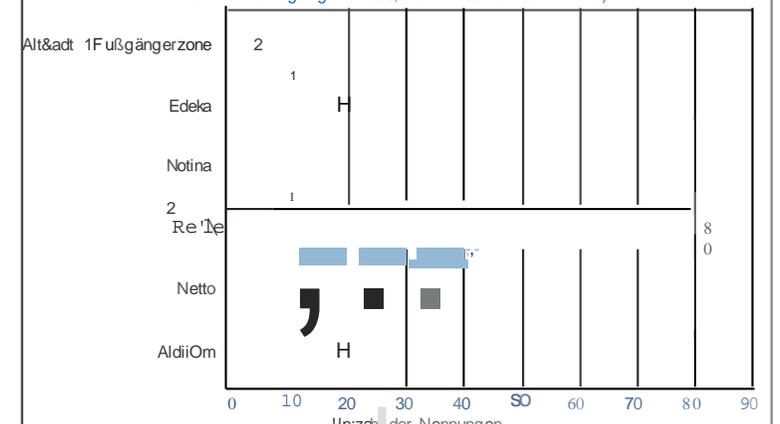
Passantentelefragung (n=266; davon 50 vor dem Aldi/Dm)



B3CMarkt Bad Abbach 2023
Quelle: Passantenbefragung 2022

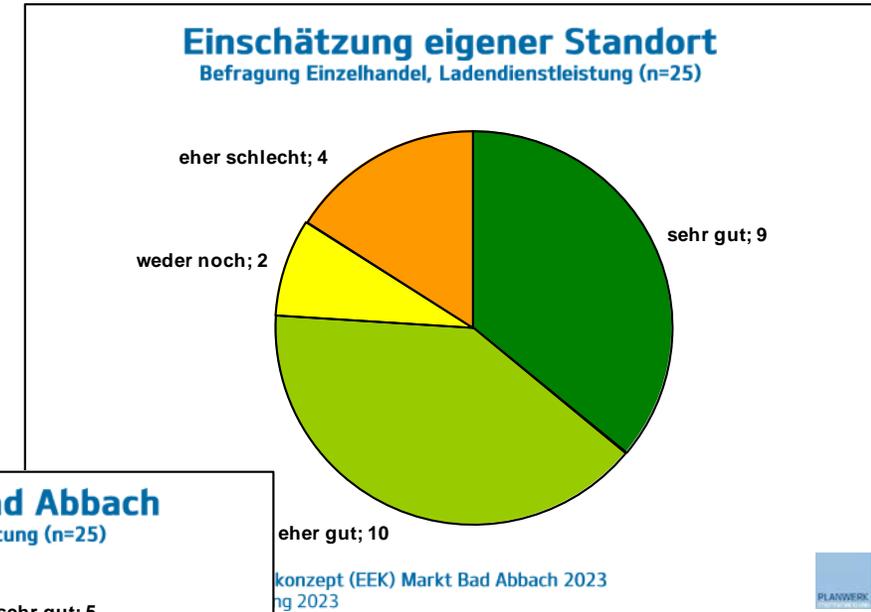
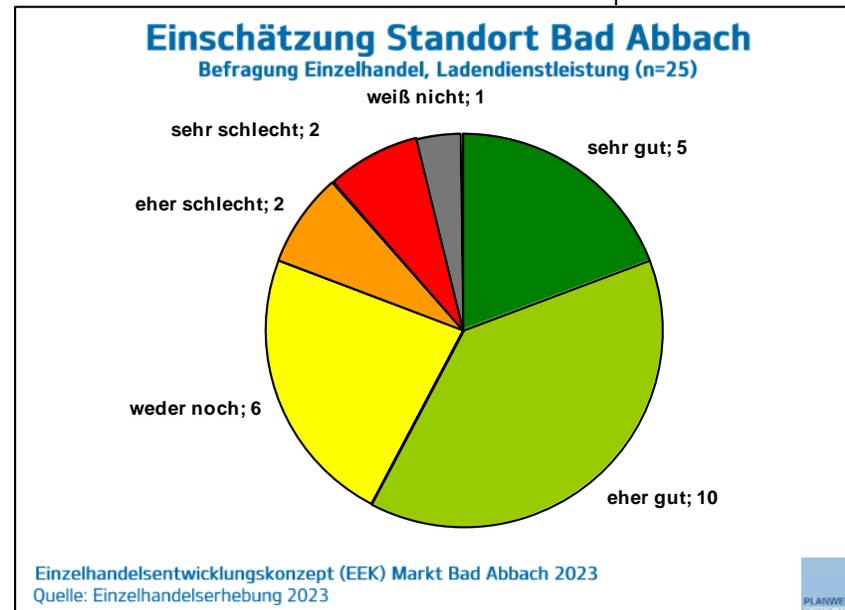
Einkaufsorte am Tag der Befragung der vor dem Rewe Befragten

Passantentelefragung (n=266; davon 80 vor dem Rewe)

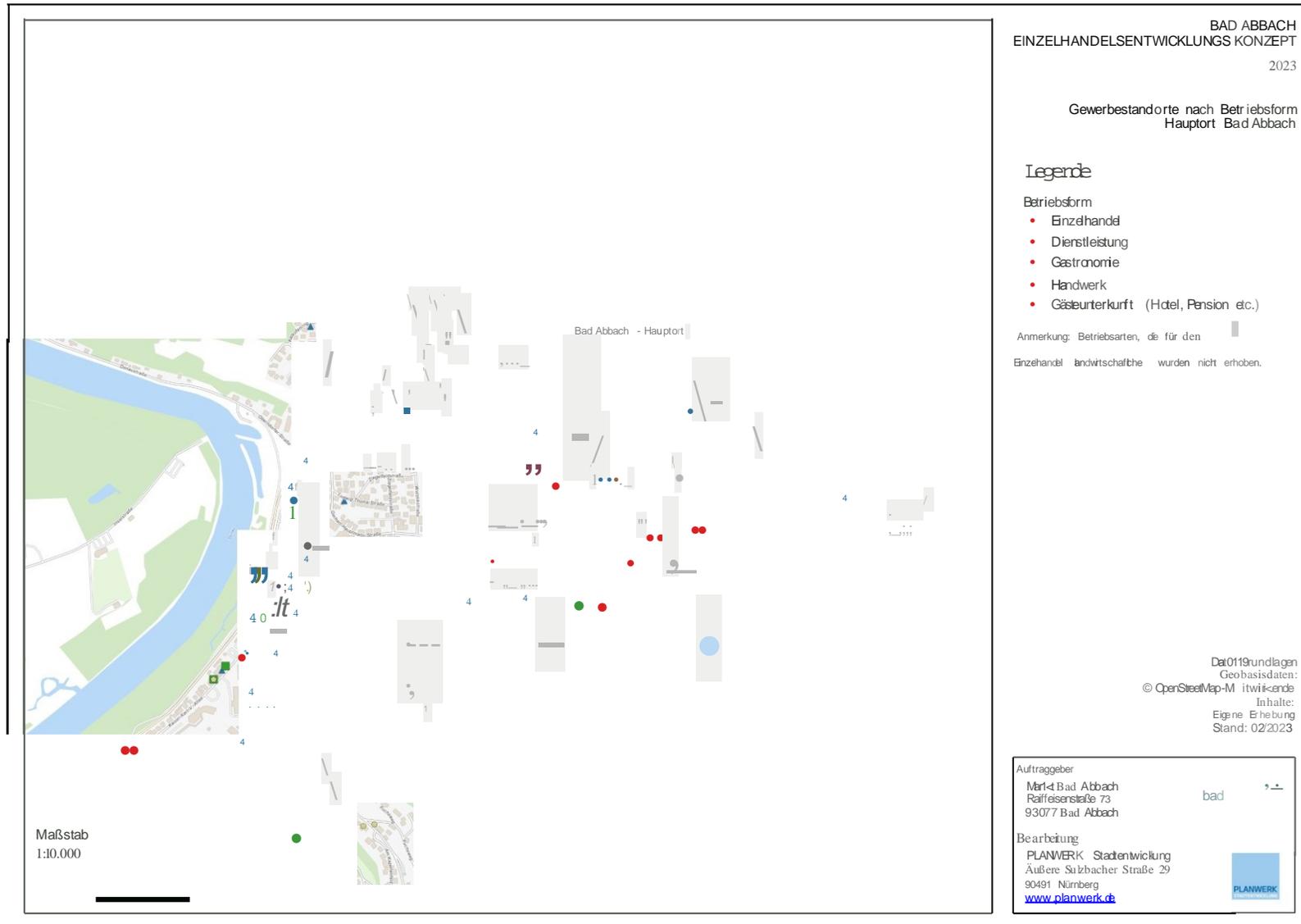


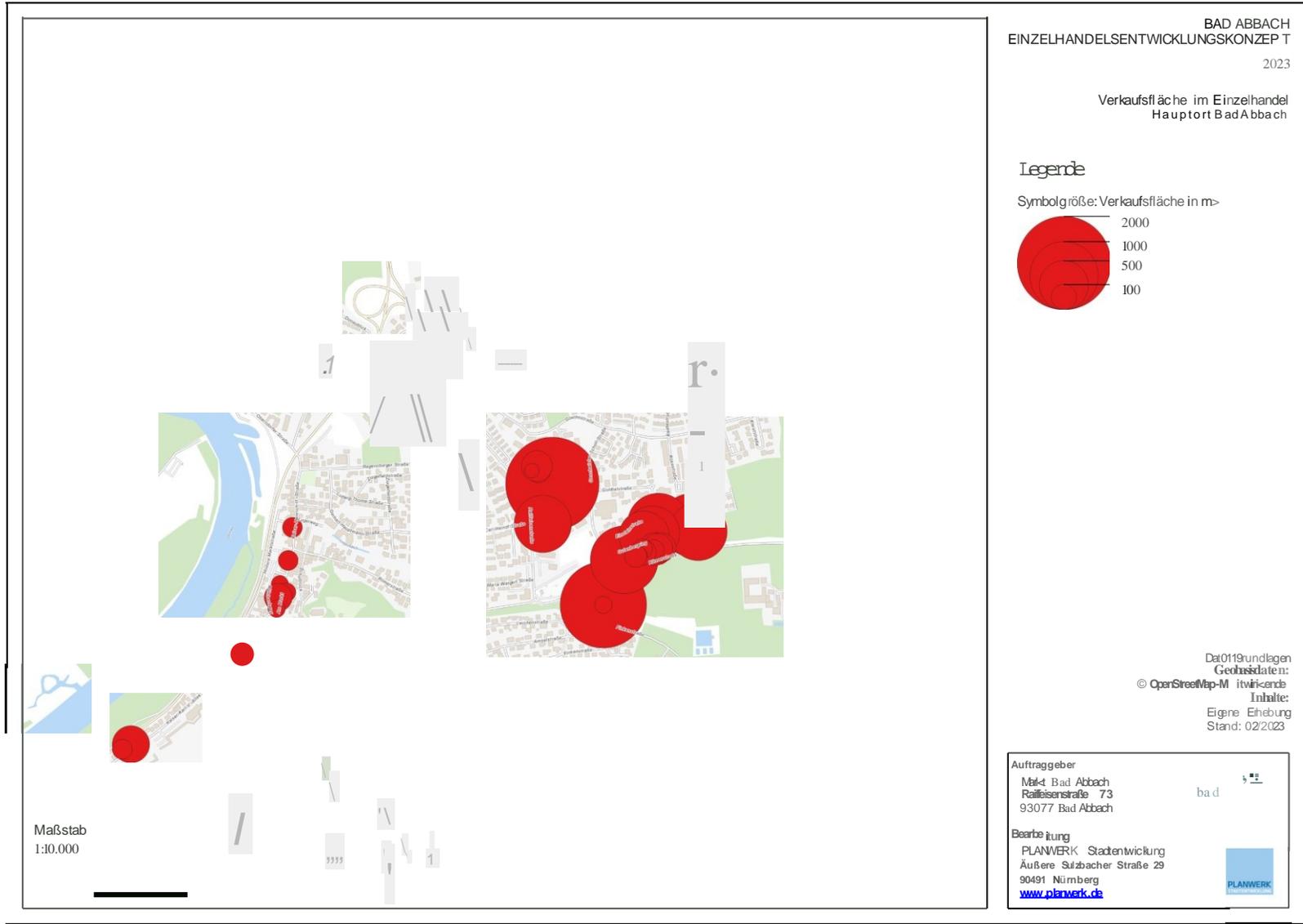
B3CMarkt Bad Abbach 2023
Quelle: Passantenbefragung 2022

- Erfassung der Betriebe mittels Gewerbeliste, Internetrecherche
- Zusätzlich Durchführung von Kurzbefragungen in 44 Betrieben im Februar 2023
- Befragung zu ...
 - sortimentsgruppenspezifischen Verkaufsflächen und Beschäftigten
 - unternehmerischer Zukunftsplanung
 - Standortumfeld
 - allgemeiner Beurteilung der Marktgemeinde als Gewerbestandort

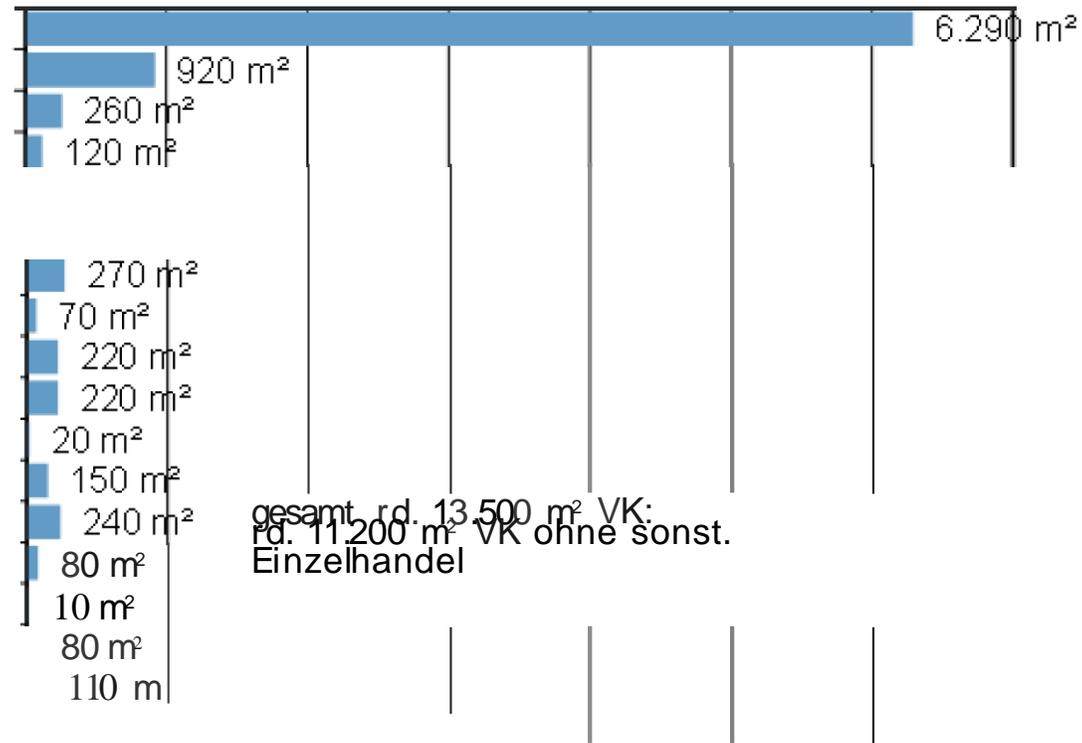


- Auswertung der Erhebungsdaten und ...
 - Erfassung der Gewerbestandorte nach Betriebsform und Verkaufsfläche
 - A u s d i fferenzierung der Befragungsergebnisse der Passanten-Befragung je nach Standort
 - A b l e i t u n g sortimentsgruppenspezifischer Kaufkraftflüsse sowie Bindungs- und Ansiedlungspotenzialen
- Grundlegende Datenanalyse zu Einwohnerentwicklung, Pendlerbeziehungen, Beschäftigtenstruktur und Tourismus
- Einbezug landes- und regionalplanerischer sowie kommunaler Planungsvorgaben und der räumlichen Verflechtungen





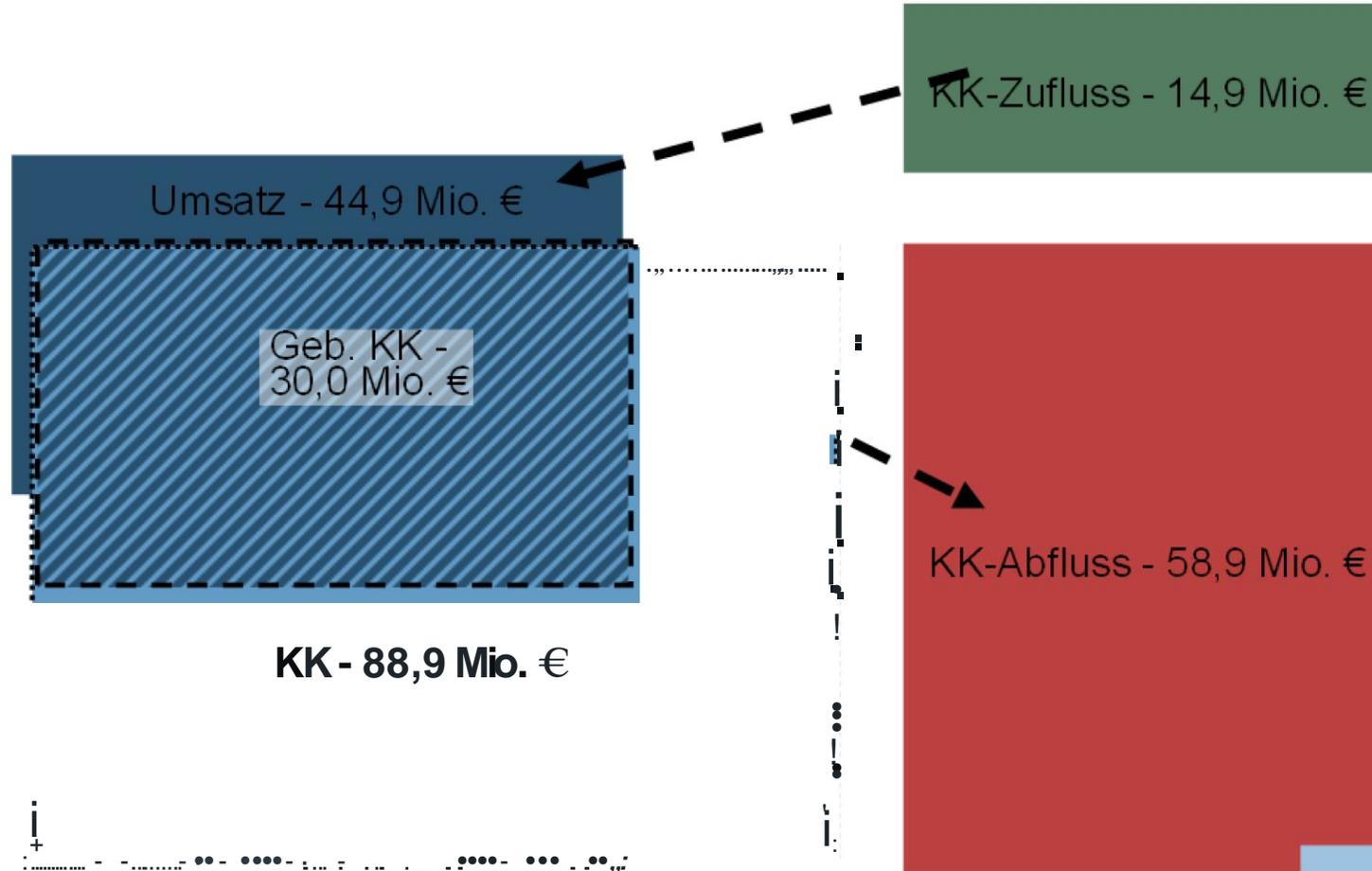
Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen (gerundet)



Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) Markt Bad Abbach 2023

Quelle: Einzelhandelserhebung 02.2023

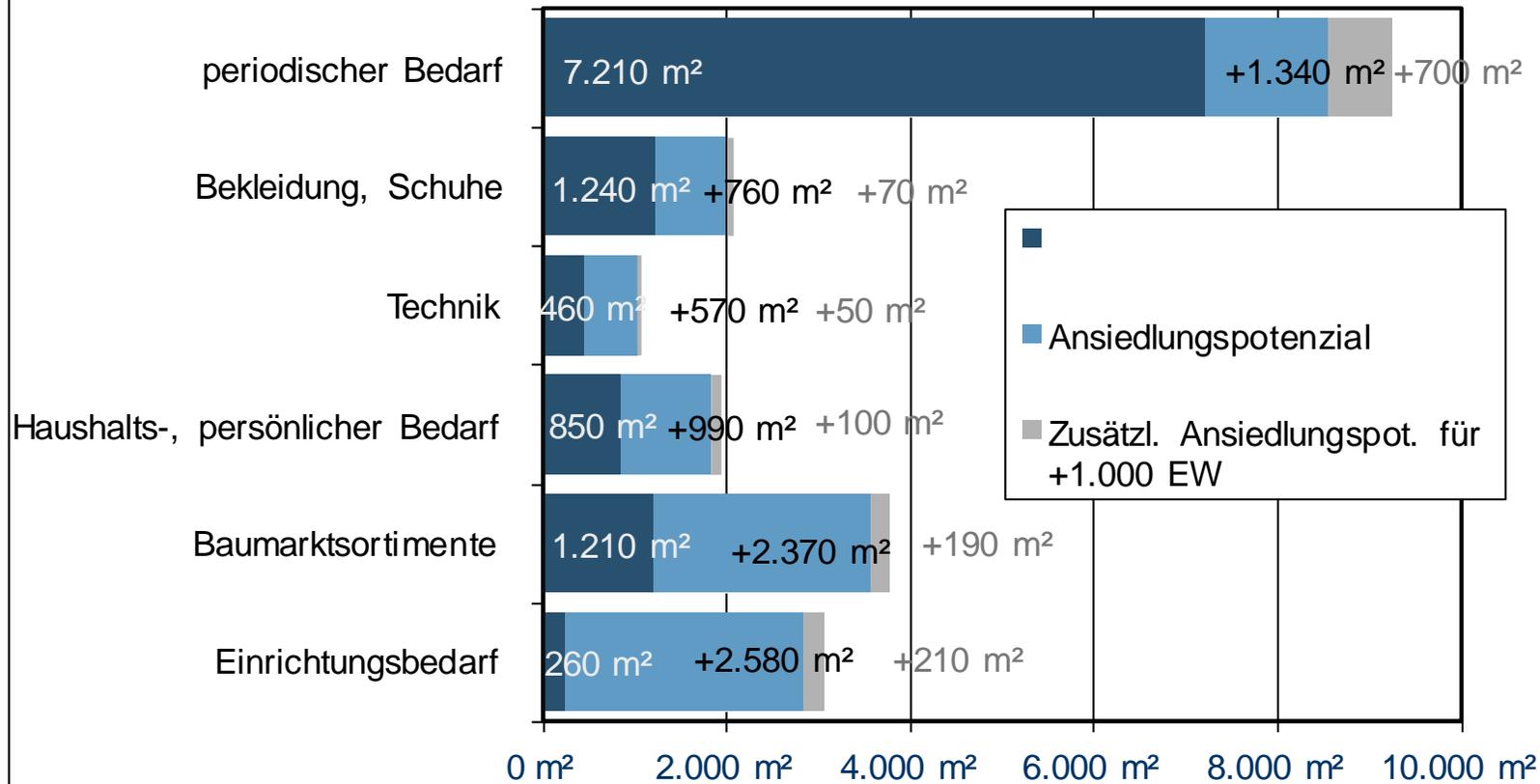
Kaufkraft-Bilanz für den Markt Bad Abbach



Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) Markt Bad Abbach 2023
Quelle: Einzelhandelserhebung 02.2023

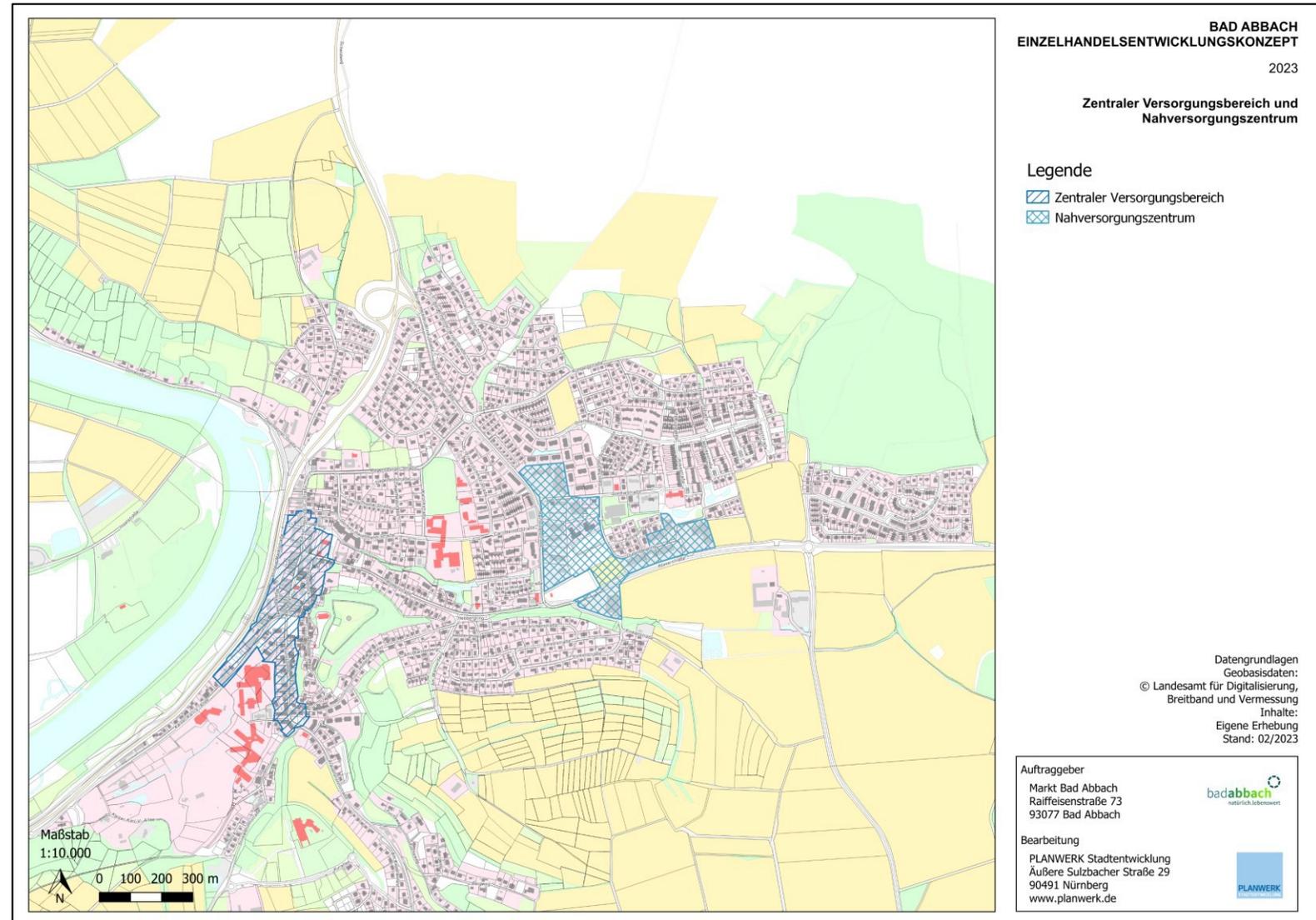


Ansiedlungs- / Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsfläche



Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) Markt Bad Abbach 2023
Quelle: Einzelhandelserhebung 02.2023

- Definition eines zentralen Versorgungsbereichs „Bad Abbach Altort“ sowie eines Nahversorgungszentrums „Bad Abbach Ost“
- Aufstellung der Bad Abbacher Liste zentrenrelevanter Sortimente als Grundlage für die Steuerung zukünftiger Neuansiedlungen → Lenkung zentrenrelevanter Sortimente auf den Altort



ZIELE DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Ziel 1 Zur Erhaltung und Stärkung des historischen Ortskerns Bad Abbach („Bad Abbach Altort“) und des Nahversorgungszentrums „Bad Abbach Ost“ werden diese zu zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des Baugesetzbuchs (BauGB) erklärt. - - - -

Ziel 2 Im zentralen Versorgungsbereich „Bad Abbach Altort“ sollen die Möglichkeiten des besonderen Städtebaurechts und der Städtebauförderung genutzt werden, um den zentralen Versorgungsbereich zu erhalten und zu entwickeln und städtebauliche Mängel zu beseitigen. _____

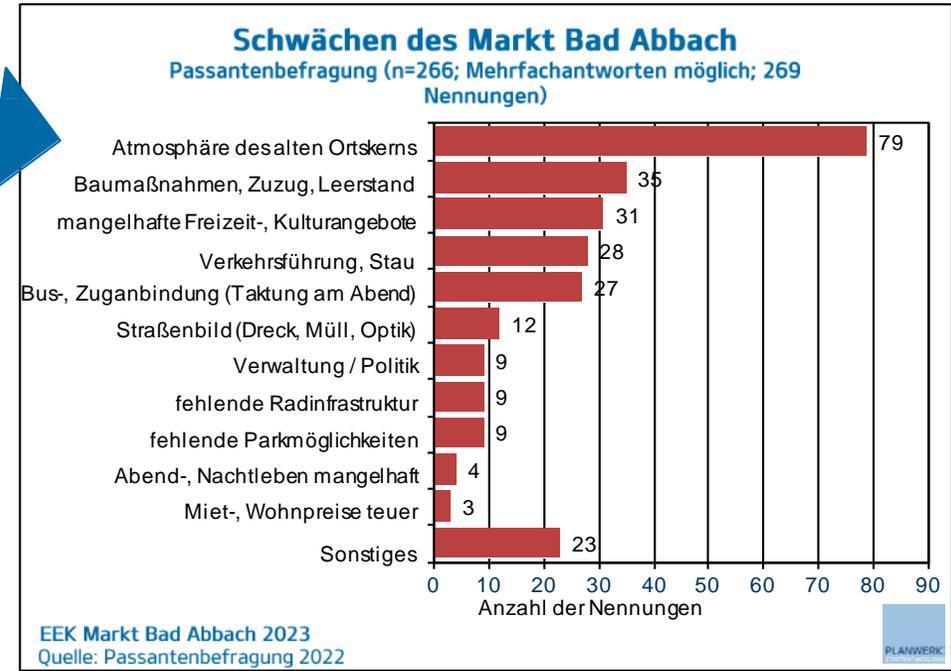
Ziel 3 Die Neuansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen ist auf der Grundlage der Bad Abbacher Liste der Sortimente des Nahversorgungsbedarfs sowie der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente zu prüfen. _____

Ziel 4 Bei der Aufstellung von verbindlichen Bauleitplänen sollen Einzelhandelseinrichtungen mit Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs ab einer Verkaufsfläche von 200 m² nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Bad Abbach Altort“ und im Nahversorgungszentrum „Bad Abbach Ost“ zugelassen werden.

ZIELE DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

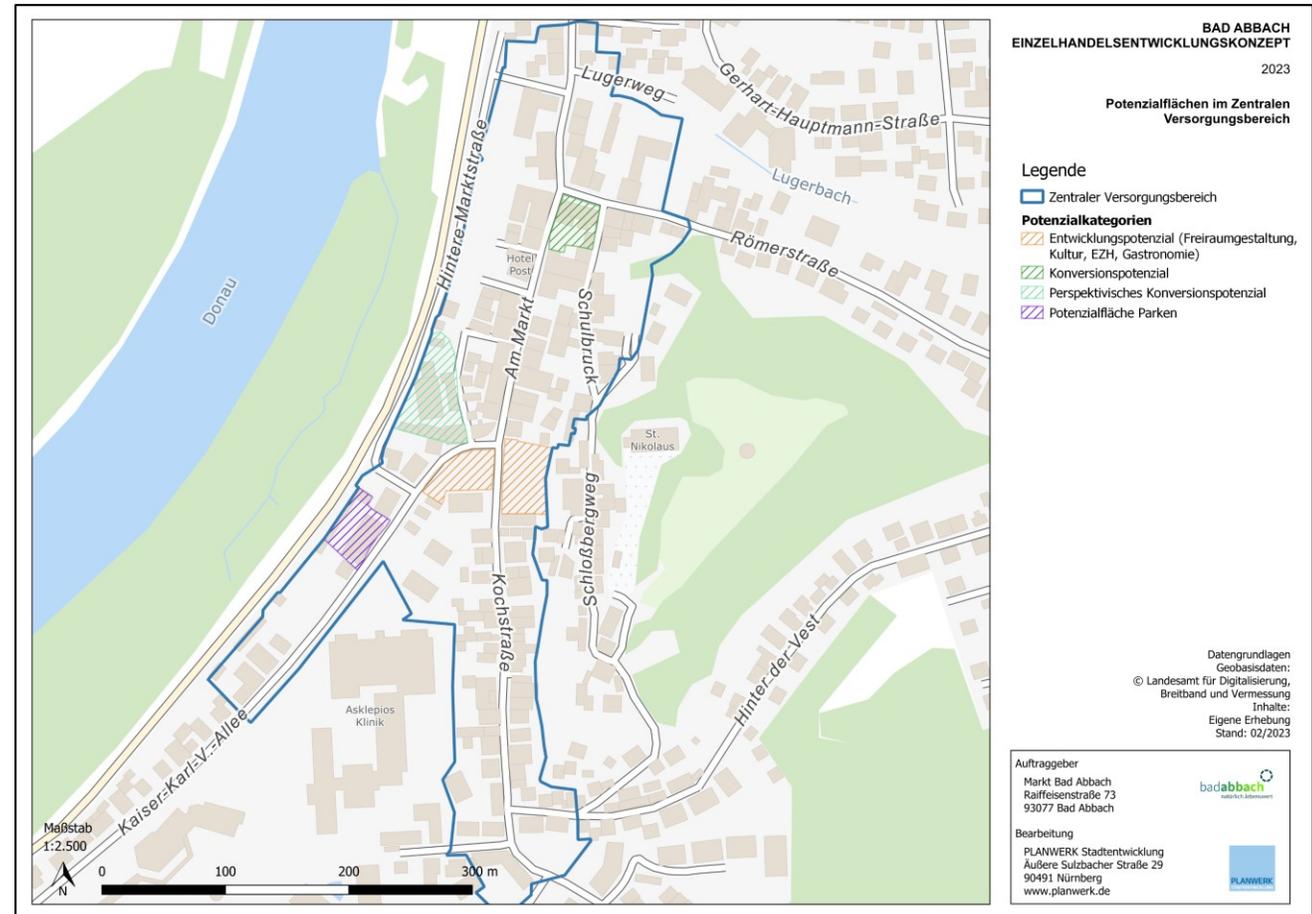
- Ziel 5 Bei zukünftigen Festsetzungen von Gewerbegebieten in städtebaulich nicht integrierten Lagen soll die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs und mit zentrenrelevanten Sortimenten generell ausgeschlossen werden.
- Ziel 6 Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO, d.h. großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche über 800 m² (= Regelvermutungsgrenze), sollen nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Bad Abbach Altort“ und alternativ im Nahversorgungszentrum „Bad Abbach Ost“ zugelassen werden, wenn es sich um Sortimente des Nahversorgungsbedarfs und um nicht zentrenrelevante Sortimente handelt. Wenn es sich um großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten handelt, sollen diese (siehe auch Ziel 4) nur im zentralen Versorgungsbereich „Bad Abbach Altort“ zugelassen werden.
- Ziel 7 Im Sinne einer wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung sind Einzelhandelsgeschäfte - und insbesondere Läden mit Verbrauchsgütern des periodischen Bedarfs (d.h. Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit, Pflege) - bis zu einer Verkaufsfläche von 200 m² in allen Wohn-, Misch- und Dorfgebieten der Marktgemeinde Bad Abbach ausdrücklich erwünscht. - - -

- Befragungen zeigen Bedeutung des Altorts für
→ „Aufgabe“ kann keine Option sein
- Reine Fokussierung auf Ansiedlung von Einzelhandel aber wenig vielversprechend
→ Stattdessen Funktionsmischung aus den Bereichen Soziales, (Rad-) und (Kur-)Tourismus, Freizeit, Dienstleistungen, Wohnen und (spezialisiertem) Einzelhandel
- Einzelhandel und Gastronomie benötigen Frequenz
→ Ansiedlung des Rathauses im Altort könnte hierzu ebenso beitragen wie die Durchführung von Freizeit- und Kulturveranstaltungen im Altort (Nutzung der Felsenkeller oder Kunsteisbahn als bereits umgesetzte Positivbeispiele)



MAßNAHMENVORSCHLÄGE – BLICKPUNKT ALTORT

- Leerstände beeinträchtigen Ortsbild und Atmosphäre → Aktives Flächen- und Leerstandsmanagement um (Zwischen-)Nutzungen zu befördern
- Potenzial durch ...
 - Aktivierung und Sanierung der Brauerei Zirngibl (evtl. mit Einzug des Rathauses) nördlichen und durch
 - Freiraumgestaltung auf Schotterfläche und Platz vor Felsenkeller südlichen Eingangsbereich zur Fußgängerzone aufzuwerten



- Verlagerung eines Teils der Parkflächen vor den Felsenkellern und Bündelung in einem Parkplatz/Parkhaus an der Kaiser-Karl-V.-Allee
- Verknüpfung von Naherholung Handel/Gastronomie durch Wegeführung und Hinweisschilder entlang des Donau-Radwegs
- Aktive Ansprache von gewünschten Betrieben unter Verweis auf ermittelte Ansiedlungspotenziale (erfordert externe oder verwaltungsinterne Personalkapazitäten)
- Zusammenarbeit von Betrieben und Unterstützung durch den Markt Bad Abbach; Unterstützung der bestehenden Werbe- und Interessengemeinschaft WIG und Projekten wie dem Einkaufsgutschein „Bad Abbacher 10er“
- Interkommunale Kooperation und Erfahrungsaustausch (z. B. Beispiel im Rahmen der ILE Donau-Laber)
- Nutzung von Städtebauförderungsmitteln ggf. im Programm „Lebendige Zentren“

PLANWERK

STADTENTWICKLUNG

DEM RAUM BEWEGUNG GEBEN