

Julius-Maximilians-Universität Würzburg  
Institut für Geographie und Geologie  
Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie



## Gutachten zu möglichen Auswirkungen der geplanten Umgehungsstraße auf den Einzelhandel in Mömlingen



Projektleitung:

Dr. Sina Hardaker und Sebastian Rauch

Bearbeitungszeitraum:

Oktober 2016 bis Juli 2017

## Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	i
Kartenverzeichnis .....	iii
Tabellenverzeichnis.....	iv
1. Grundlagen.....	1
1.1. Auftrag und Zielsetzung.....	1
1.2. Ausgangslage und Hintergründe zum Planvorhaben.....	2
2. Ausgangssituation im Verkehr.....	6
2.1. Ortsumgehungen als verkehrliche Maßnahmen .....	6
2.2. Verkehrsstruktur in Mömlingen.....	7
3. Methodik der Untersuchung.....	8
3.1. Kartierung.....	9
3.2. Kundenbefragung .....	10
3.3. Einzelhändlerinterviews.....	12
3.4. Einzelhändlerbefragung.....	12
4. Marktanalytische Rahmenbedingungen zum Einzelhandel .....	13
4.1. Marktsituation und Einzelhandelsstruktur in Mömlingen.....	19
4.1.1. Obernburger Straße.....	19
4.1.2. Hauptstraße / Bachstraße .....	20
4.1.3. Bahnhofstraße .....	21
5. Wirkungsprognose des Planvorhabens / Auswirkungsanalyse .....	22
5.1. Auswertung der Konsumentenbefragung .....	22
5.1.1. Eigenschaften der Befragten.....	23
5.1.2. Räumliches Profil der Konsumenten / Markt- und Einzugsgebiet.....	36
5.1.3. Regionale Angebotssituation / Besondere regionale Bedeutung des Einzelhandels in Mömlingen.....	38

5.2.	Qualitative Auswertung der Experteninterviews.....	39
5.3.	Auswertung der Befragung der Gewerbebetreibenden .....	43
5.3.1.	Betriebsorganisation und Standortbewertung des Betriebs .....	44
5.3.2.	Bewertung Mömlingen als Einzelhandelsstandort .....	45
5.3.3.	Bewertung der geplanten Umgehungsstraße.....	48
5.4.	Auswirkungen der geplanten Ortsumgehung auf den Einzelhandel .....	51
6.	Abschließende Bewertung und Handlungsempfehlung .....	52
Anhang	.....	I

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kategorien des Verkehrs in Mömlingen.....	8
Abbildung 2: Gewerbetreibende nach Sektoren .....	15
Abbildung 3: Lage der Einzelhändler/Gastronomie (Ohne Dienstleister) .....	16
Abbildung 4: Anzahl Eigene Parkplätze .....	17
Abbildung 5: Anzahl der Aufsteller und Nasenschilder.....	17
Abbildung 6: Anteil der geöffneten Einzelhändler zu Pendlerzeiten .....	18
Abbildung 7: Standortverteilung der befragten Konsumenten .....	23
Abbildung 8: Bevölkerungsverteilung in Mömlingen .....	24
Abbildung 9: Demographische Verteilung der Befragten .....	25
Abbildung 10: Beschäftigungsverteilung .....	26
Abbildung 11: Kenntnisstand über geplante Ortsumgehung.....	27
Abbildung 12: Meinung über positive Auswirkung auf Ortsumgehung .....	28
Abbildung 13: Meinung über negative Auswirkung auf Ortsumgehung.....	28
Abbildung 14: Meinung über Umsetzung der geplanten Ortsumgehung.....	29
Abbildung 15: Motive für Wahl des Einkaufsort (Spontan und nicht wohnhaft in Mömlingen).....	30
Abbildung 16: Verteilung der Warengruppen bei Spontaneinkäufen (Nicht wohnhaft in Mömlingen).....	31
Abbildung 17: Anteil Haupteinkaufsstätte für täglichen Bedarf (Zielverkehr) .....	32
Abbildung 18: Einkauf weiterhin falls Ortsumgehung gebaut wird (Zielverkehr).....	33
Abbildung 19: Haupteinkaufsstätte für täglichen Bedarf (Zielverkehr).....	34
Abbildung 20: Häufigkeit der Durchfahrt durch Mömlingen (Quellverkehr) .....	35
Abbildung 21: Mömlingen als Haupteinkaufsstätte .....	36
Abbildung 22: Nutzungsverhalten weiterer Einkaufsmöglichkeiten in der Umgebung.....	39
Abbildung 23: Beschäftigungsaufteilung der befragten Gewebetreibenden .....	44
Abbildung 24: Existenzdauer der Betriebe .....	45
Abbildung 25: Vorschläge zur Vergrößerung das Einzelhandelsangebot .....	46
Abbildung 26: Erwartete Umsatzentwicklung in den nächsten fünf Jahren.....	46
Abbildung 27: Geschätzte Umsatzentwicklung für Option 1 .....	47
Abbildung 29: Geschätzte Umsatzentwicklung für Option 3 .....	48
Abbildung 30: Von der Umgehungsstraße gehört.....	48
Abbildung 31: Abstimmungsbild der drei Optionen der Umgehungsstraße.....	49
Abbildung 32: Einschätzung der Auswirkungen auf den eigenen Betrieb .....	50

Abbildung 33: Einschätzung der Auswirkung auf den Einzelhandel in Mömlingen.....50

## Kartenverzeichnis

Karte 1: Untersuchungsgebiet; Mömlingen und Nachbargemeinden (Eigene Darstellung auf Basis GeoBasis 2014).....	3
Karte 2: Variante 1; (Quelle: Präsentation "Umgehung" von Bürgermeister Siegfried Scholtka vom 26.08.2016).....	4
Karte 3 Variante 2; (Quelle: Präsentation "Umgehung" von Bürgermeister Siegfried Scholtka vom 26.08.2016).....	5
Karte 4: Variante 3; (Quelle: Präsentation "Umgehung" von Bürgermeister Siegfried Scholtka vom 26.08.2016).....	5
Karte 5: Standorte der Konsumentenbefragung (Eigene Kartierung auf Basis OpenStreetMap 2017)...	11
Karte 6: Einzelhandelsstruktur im Untersuchungsgebiet Mömlingen (Eigene Kartierung auf Basis Katasteramt Mömlingen 2017).....	14
Karte 7: Einzelhandelsstruktur Obernburger Straße (Quelle: Eigene Kartierung) .....	19
Karte 8: Einzelhandelsstruktur Hauptstraße/Bachstraße (Quelle: Eigene Kartierung) .....	20
Karte 9: Einzelhandelsstruktur Bahnhofsstraße (Quelle: Eigene Kartierung) .....	21
Karte 10: Wohnorte der befragten Kunden (Eigene Darstellung auf Basis GeoBasis 2014) .....	37

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Periodische und Aperiodische Bedarfsintensität .....10

## 1. Grundlagen

### 1.1. Auftrag und Zielsetzung

Die Gemeinde Mömlingen beauftragt mit dem Schreiben vom 26.10.2016, gemäß dem Angebot vom 24.10.2016 die Julius-Maximilians-Universität Würzburg zur Erstellung eines Gutachtens zu möglichen Auswirkungen der geplanten Umgehungsstraße auf die Gewerbetreibenden in Mömlingen.

In Planung ist eine Ortsumgehungsstraße (Projektname: B246-G010-BY) zur Entlastung des Ortskerns. Die Umgehungsstraße soll zwischen Obernburg-Eisenbach und Breuberg-Hainstadt verlaufen, und somit den LKW- und Autoverkehr sowie den mit ihm einhergehenden Verkehrslärm an der Hauptverkehrsachse im Bereich um die Obernburger Straße und der Bahnhofstraße reduzieren.

Da die Qualität eines Einzelhandelsstandorts maßgeblich davon abhängt, wie viele Kunden der Gewerbetreibende von einer bestimmten Lage aus erreichen kann, spielt die Erschließung durch verkehrliche Anschlüsse eine entscheidende Rolle. Einige Mömlinger Gewerbetreibenden äußerten im Vorfeld der vorliegenden Untersuchung Bedenken hinsichtlich der geplanten Umgehungsstraße und rechnen mit teils erheblichen Umsatzrückgängen.

Das Gutachten soll die möglichen Auswirkungen einer Umgehungsstraße in Mömlingen unter besonderer Berücksichtigung der Mömlinger Gewerbetreibenden auf Basis einer wissenschaftlichen Untersuchung klären.

Die Untersuchung setzt sich zusammen aus:

- Teilnehmenden Beobachtungen
- Kartierungen der Mömlinger Einzelhandelslandschaft
- Standardisierten Befragungen von Konsumenten
- Standardisierten Befragungen von Gewerbetreibenden
- Leitfadengestützten Gesprächen mit Gewerbetreibenden

Eine ausführliche Ortsbegehung aller Bearbeiter diente dem Überblick der räumlichen Lage und Siedlungsstruktur. Zudem wurde eine vollständige Einzelhandelsbestandserhebung im gesamten Gemeindegebiet für die Kartierung sowie zur Analyse der Angebotssituation vorgenommen. Für einen aktiven Forschungsprozess und eine breite Interessenabdeckung waren die Gespräche mit Einzelhändlern und Dienstleistern erforderlich. Zudem erfolgte eine standardisierte Befragung der Mömlinger Gewerbetreibenden. Für die Analyse möglicher Auswirkungen diente die standardisierte Befragung von Konsumenten. So konnte das Kaufverhalten stichprobenartig erfasst und ein räumliches Profil erstellt werden.



## 1.2. Ausgangslage und Hintergründe zum Planvorhaben

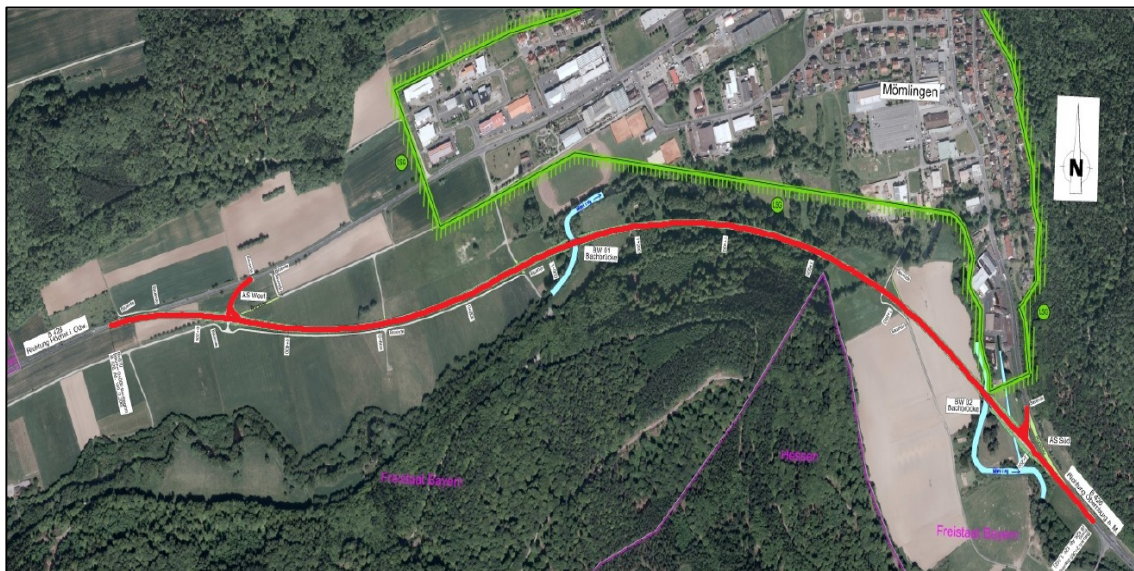
Die Gemeinde Mömlingen liegt mit 4.876 Einwohnern (BAYERNPORTAL 2015: online) im Landkreis Miltenberg in Unterfranken, Bayern. Der Ort wird von der aus Obernburg am Main (Bayern) nach Gensheim (Hessen) verlaufenden Bundesstraße 426 in Ost-West Richtung durchquert. Die Entfernung zur nächstliegenden Autobahn (A3 bei Stockstadt) beträgt 25 km, zum DB-Bahnhof in Obernburg 7 km und zum Flughafen Frankfurt a.M. 55 km. Es sind sechs Bushaltestellen vor Ort vorhanden. Mömlingen ist Standort von 74 IHK-Bayern registrierten Einzelhändlern, die sich hauptsächlich auf die drei Standorte Obernburgerstraße, Hauptstraße/Bachstraße und Bahnhofstraße verorten lassen (IHK BAYERN 2017: online). Direkt am Ortsausgang Richtung Höchst i.Odw. an der B426/Bahnhofstraße liegt ein Gewerbegebiet mit Ansammlung von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Produktionsbetrieben.



Karte 1: Untersuchungsgebiet; Mömlingen und Nachbargemeinden (Eigene Darstellung auf Basis GeoBasis 2014)

Eine Ortsumgehung wurde bereits 1990 im Flächennutzungsplan (FNP) der Gemeinde festgelegt. Nach dem Antrag der Aufnahme in den Bundesverkehrswegeplan (BVWP) im Oktober 2012, erfolgte die Bekanntmachung der Bewilligung im März 2016. Stand 2014 sollen sich die Gesamtprojektkosten auf etwa 4,7 Mio. € (BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR UND DIGITALE INFRASTRUKTUR 2016: online) belaufen. Aufgrund des hohen Nutzen-Kosten-Verhältnisses von über  $10^1$ , erfolgte eine Einstufung in den Vordringlichen Bedarf. Für die geplante Umgehung wurden am 26.08.2016 durch den Bürgermeister Siegfried Scholtka die folgenden drei Varianten vorgestellt: Rot dargestellt ist der potentielle Verlauf der künftigen Umgehungsstraße, das Ortsgebiet Mömlingens ist grün umrandet.

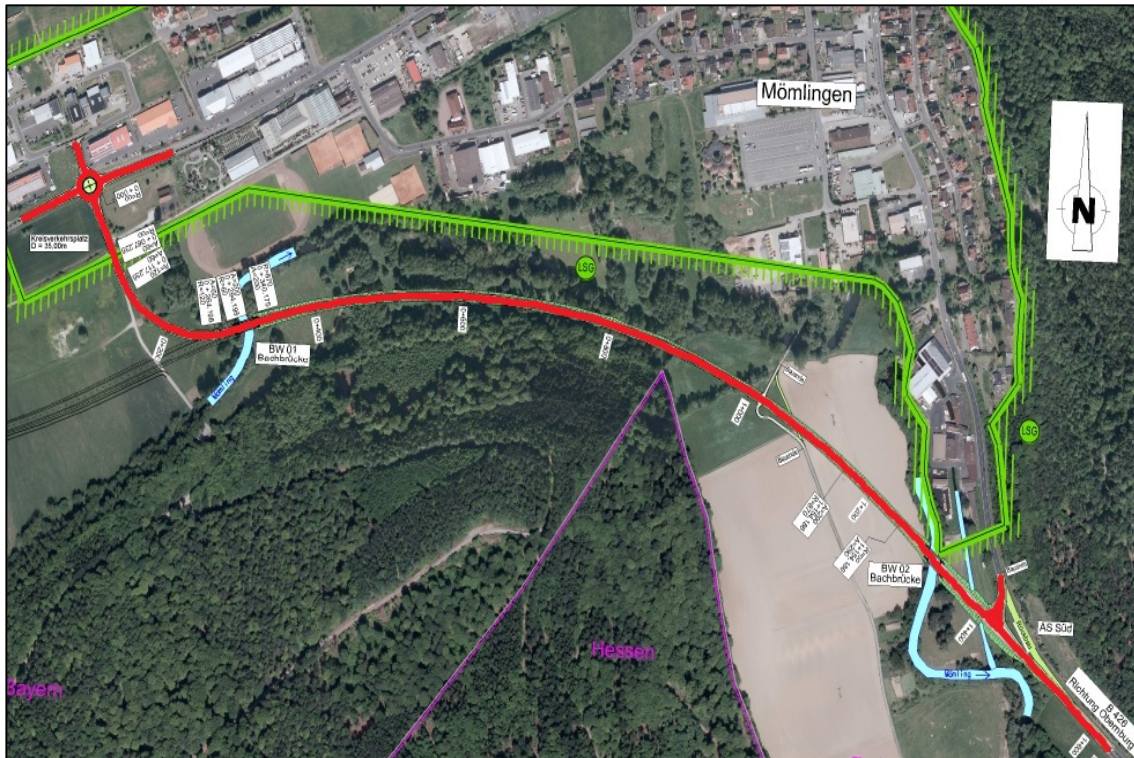
### Variante 1: 2,4 km Länge; 2 Brücken



Karte 2: Variante 1; (Quelle: Präsentation "Umgehung" von Bürgermeister Siegfried Scholtka vom 26.08.2016)

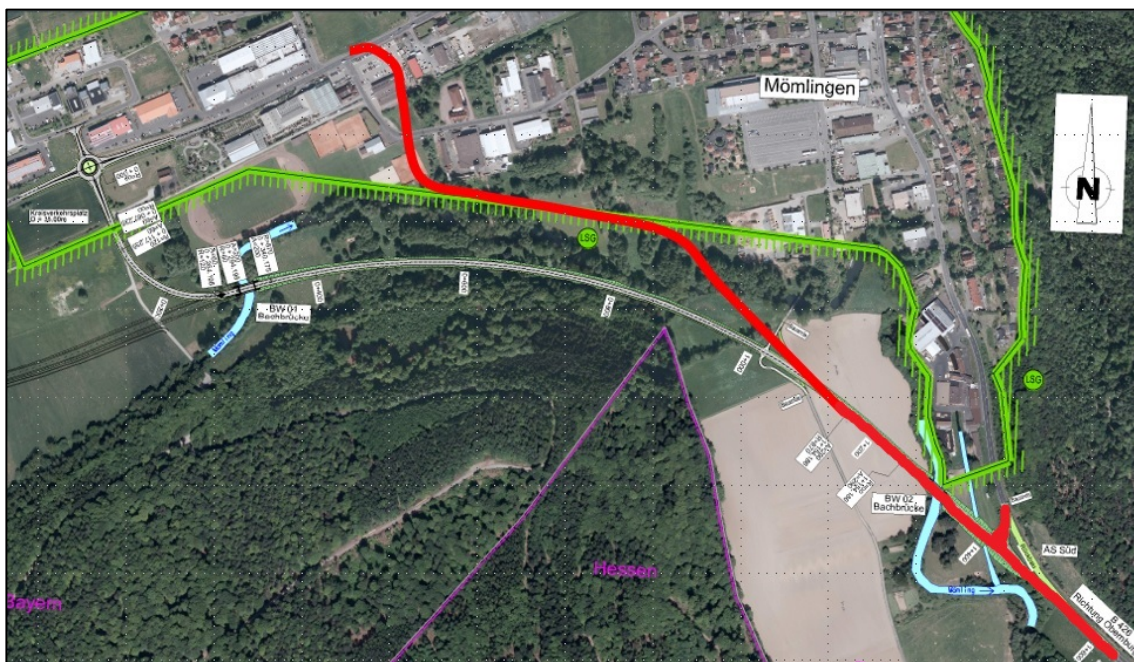
<sup>1</sup> Die Kosten-Nutzen-Analyse ist ein Instrument zur Bestimmung der Frage, ob das Ergebnis (der Nutzen) einer Aktion deren Aufwand (die Kosten) rechtfertigt. Der Barwert des Nutzens wird auf 46,2 Mio. € und der Barwert der bewertungsrelevanten Investitionskosten auf 3,9 Mio. € geschätzt. Weitere Details im BVWP 2030 (URL: <http://www.bvwp-projekte.de/strasse/B426-G010-BY/B426-G010-BY.html>).

Variante 2: 1,6 km Länge; 2 Brücken; 1 oder 2 Kreisverkehre; Radweg



Karte 3 Variante 2; (Quelle: Präsentation "Umgehung" von Bürgermeister Siegfried Scholtka vom 26.08.2016)

Variante 3: 1,2 km Länge; 2-3 Brücken; 1 Kreisverkehr



Karte 4: Variante 3; (Quelle: Präsentation "Umgehung" von Bürgermeister Siegfried Scholtka vom 26.08.2016)

## 2. Ausgangssituation im Verkehr

Im folgenden Kapitel sollen die verschiedenen Verkehrskategorien aufgeführt werden. Diese ermöglichen es, die befragten Konsumenten in verschiedene Klassen einzuteilen, um im späteren Verlauf des Gutachtens einfacher auf eine Konsumentengruppe verweisen zu können. Vor diesem Hintergrund wird erläutert, inwiefern Ortsumgehungen als sinnvolle verkehrliche Maßnahmen dienen.

### 2.1. Ortsumgehungen als verkehrliche Maßnahmen

Beim Verkehrsbegriff wird i.d.R. zwischen vier Arten unterschieden (vgl. FÜSSER 1997):

- *Quellverkehr* (der Verkehrsteilnehmer beginnt die Fahrt im Ort)
- *Binnenverkehr* (die Fahrt des Verkehrsteilnehmers ist auf den Ort beschränkt)
- *Zielverkehr* (das Ende der Fahrt liegt im Ort)
- *Durchgangsverkehr* (weder beginnt noch endet die Fahrt im Ort)

Im Rahmen dieses Gutachtens werden drei dieser Verkehrskategorien auf das Einkaufsverhalten in Mömlingen angewendet.

- *Quellverkehr*: Befragte, die aus Mömlingen zum Einkauf kamen und anschließend nicht wieder nach Mömlingen zurückkehrten, sondern die ihren Weg in eine andere Ortschaft fortführten.
- *Binnenverkehr*: Befragte, die aus Mömlingen zum Einkauf kamen und nach dem getätigten Einkauf innerhalb der Ortschaft Mömlingen blieben/weiterfuhren.
- *Zielverkehr*: Befragte, die Mömlingen als Einkaufsziel, jedoch nicht als Abfahrtsort angaben. Dies gilt für Befragte, die nicht aus Mömlingen kamen, aufgrund ihres Einkaufs jedoch ihre Fahrt in Mömlingen unterbrachen, („unterbrochener Durchgangsverkehr“).

Wenn die Verbindungsfunktion von befahrenen Straßen im Verkehr überwiegt, dann kommt es bei Ortsdurchfahrten zu erhöhtem Durchgangsverkehr (vgl. FÜSSER 1997). Der Verkehr staut sich zu bestimmten Stoßzeiten an der Hauptverkehrsachse der Ortschaft an und hemmt so den Verkehrsfluss. Dies gilt insbesondere in Dörfern und kleinen Städten (vgl. FÜSSER 1997). Der hohe Durchgangsverkehr bringt verschiedene Faktoren mit sich: zunehmende Lärmbelästigung und Verkehrsbelästigung können Folgen darstellen, die als sehr störend für die Anwohner als auch für Konsumenten empfunden werden, da die dörflichen Hauptstraßen möglicherweise vorwiegend als Durchfahrtsstraße der Verkehrsteilnehmer genutzt werden. Umgehungsstraßen stellen hierbei eine Möglichkeit dar, die von starkem Durchgangsverkehr betroffenen Ortschaften zu entlasten (vgl. FÜSSER 1997). Durch den Bau einer Ortsumgehung entsteht eine alternative Strecke, bei dem die gesamte Ortschaft oder etwa ein Teil umfahren

wird und der Verkehrsteilnehmer dennoch zu seinem gewünschten Zielort gelangen kann. Es besteht jedoch auch die Möglichkeit, dass der hohe Durchgangsverkehr einen positiven Effekt auf die Ortschaft ausübt. Durch die erhöhten Durchfahrtszahlen profitiert möglicherweise der Einzelhandel der Ortschaft, da dieser einen höheren potenziellen Kundenzweig generiert. Der Bau einer Umgehungsstraße könnte hierbei negative Auswirkungen auf die Ortschaft und den innerörtlichen Einzelhandel mit sich führen. Grundsätzlich lassen sich jedoch keine allgemeinen Aussagen zu möglichen Auswirkungen einer Umgehungsstraße auf den Einzelhandel treffen, da diese individuell von Ortschaft zu Ortschaft unterschiedlich ausfallen und von verschiedenen Faktoren abhängig sind, bzw. beeinflusst werden. Zu diesen Faktoren zählen unter anderem die Verkehrsstruktur sowie das Kaufverhalten und räumliche Profil der Konsumenten.

## **2.2. Verkehrsstruktur in Mömlingen**

Mömlingen ist durch die MIL32, die MIL33 und die B426 mit vier Nachbargemeinden direkt verbunden. Die Kreisstraße MIL32 verbindet Mömlingen mit Pflaumheim. Sie endet in Mömlingen in der Großostheimer Straße, welche in die Bachstraße mündet.

Im Folgenden sollen die Kategorien des Verkehrs aus 2.1. auf den Standort Mömlingen übertragen werden. Im Rahmen der standardisierten Konsumentenbefragung (siehe Anhang 3, Seiten III bis IV) wurden folgende Daten erhoben: Aus insgesamt 642 gültigen Fragebögen, gaben 595 Probanden sowohl ihren Quell- als auch Zielort an. Basierend auf den Antworten dieser Konsumenten ergab sich folgendes Ergebnis:

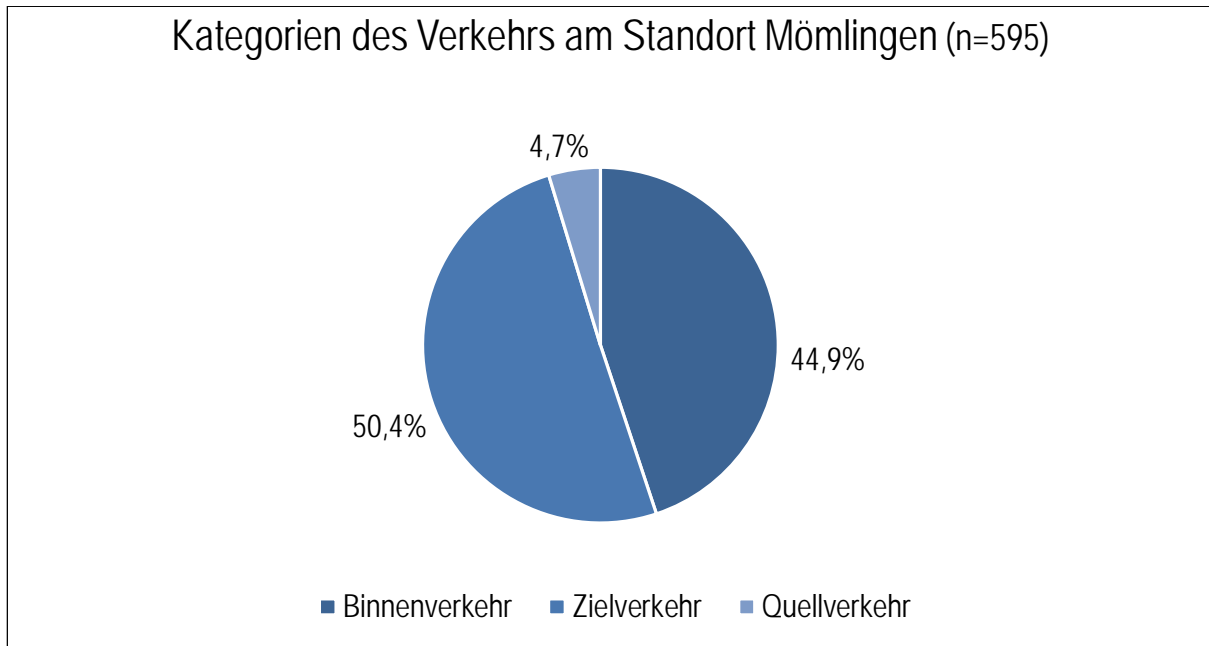


Abbildung 1: Kategorien des Verkehrs in Mömlingen (Eigene Erhebung)

Aus der Stichprobe (siehe Abb. 1) ist erkennbar, dass der Binnenverkehr 44,9% der Verkehrsformen in Mömlingen ausmacht. Der Zielverkehr umfasst einen Prozentsatz von 50,4%, der den größten Teil der Verkehrsformen darstellt. Zielverkehr bezeichnet den Teil des Verkehrs, der in der betrachteten Verkehrszelle, infolgedessen in Mömlingen endet oder durch den getätigten Einkauf der befragten Konsumenten unterbrochen wurde. Der Quellverkehr hat mit ca. 4,7% den kleinsten Anteil. Der Quellverkehr beschreibt den Teilbereich des Verkehrs, der in der betrachteten Verkehrszelle beginnt und aus dieser hinausführt. Dies können z.B. die Personen sein, die von ihrem Wohnort bzw. von Mömlingen zum Arbeitsort fahren oder diejenigen, die vom Arbeitsort Mömlingen nach Hause fahren.

### 3. Methodik der Untersuchung

Um möglichst viele aussagekräftige und aufschlussreiche Daten zu sammeln wurden verschiedene Instrumente der quantitativen und qualitativen Methoden genutzt, die im folgenden Kapitel genauer beschrieben werden. Wie bereits dargelegt wurde der Mömlinger Einzelhandel sowie Gastronomie und Dienstleistungen kartiert. Zentraler Bestandteil der gesamten Untersuchung war die Kundenbefragung, denn sie zeigt bestmöglich die Auswirkungen einer Umgehungsstraße auf den Einzelhandel auf. Zudem wurden die Mömlinger Gewerbetreibenden befragt.

### 3.1. Kartierung

Im November 2016 wurde das Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Mömlingen auf Basis einer Begehung und eines Kartierungsbogens (siehe Anhang: Seite II, Nr. 1) erfasst. Dies geschah flächendeckend im gesamten Gemeindegebiet, d.h. jede Straße wurde begangen bzw. durchfahren<sup>2</sup>. Berücksichtigt und erfasst wurde dabei nicht nur der Einzelhandel im engeren Sinne, sondern auch die Apotheke, Tankstelle, Restaurants und Imbisse, Lebensmittelhandwerk, wie beispielsweise Bäcker, Metzger sowie Dienstleister. Als Grundlage diente eine digitale Grundriss-Karte die von der Gemeinde zur Verfügung gestellt wurde. Neben den Karten wurden die erfassten Daten auch zum Erstellen von Statistiken und Grafiken (siehe Kapitel 4) verwendet. Die erstellten Karten legen den Fokus auf Einzelhändler und Gastronomie, da diese für den Endverbraucher im Durchgangsverkehr die größte Relevanz darstellen.

Die Erfassung mittels Kartierungsbogens beinhaltete folgende Aspekte:

- Sektor (Einzelhandel, Gastronomie, Leerstand, Dienstleister)
- Betriebsform (Inhabergeführt, Filialbetrieb, Franchise-System)
- Betriebliche Nutzungseinteilung des Gebäudes
- Barrierefreiheit
- Lage (Hauptgeschäftsstraße, Nebengeschäftsstraße)
- Reklame (Aufsteller, Nasenschilder)
- Parkplatzsituation (betriebseigene/öffentliche Parkplätze, Entfernung)
- Entfernung zur nächsten Haltestelle des ÖPNV
- Fahrradabstellmöglichkeiten
- Öffnungszeiten
- Branche
- Auslagen
- Bewerbung von ‚to go‘- Produkten
- QR-Codes
- Bewerbung für Internetauftritt

Zudem wurden folgende Aspekte zunächst über Schätzungen und später bei ausgewählten Betrieben durch Befragungen ermittelt bzw. abgefragt:

- Bedarfsintensität
- Preisniveau
- Zielgruppe

---

<sup>2</sup> Obwohl die Erhebung nach bestem Wissen und Gewissen erfolgte, ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsbetriebe dabei nicht aufgefunden werden konnten. Allerdings kann es sich bei diesen allenfalls um kleinere Betriebe handeln, so dass das Gesamtergebnis hiervon nicht wesentlich beeinflusst werden würde.



- Verkaufsfläche
- sowie Breite des Eingangsbereiches und der Schaufenster

Die Bedarfsintensität wurde zunächst in kurz-, mittel- und langfristig eingestuft. Später wurde zur weiteren Verringerung subjektiver Einflüsse und zur besseren Vereinheitlichung zusätzlich in "Periodisch" und "Aperiodisch" wie folgt unterteilt:

Periodisch	Aperiodisch
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bäcker/Metzger</li> <li>▪ Super-/Getränkemarkt</li> <li>▪ Apotheke</li> <li>▪ Tankstelle/Kfz</li> <li>▪ Bekleidung/Schuhe</li> <li>▪ Friseur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gastronomie</li> <li>▪ Bücher-/Schreib-/Spielwaren</li> <li>▪ Optiker/Medizinischer Bedarf</li> <li>▪ Bauen/Wohnen</li> <li>▪ Sport/Freizeit</li> <li>▪ Elektronik</li> </ul>

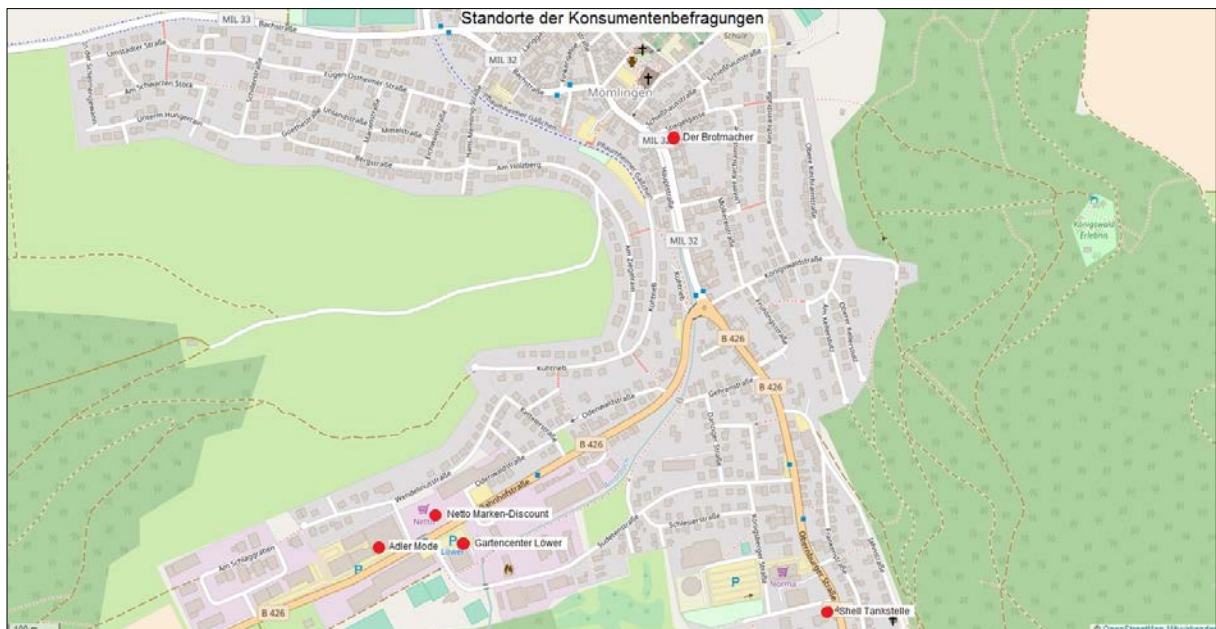
Tabelle 1: Periodische und Aperiodische Bedarfsintensität (Eigene Darstellung)

### 3.2. Kundenbefragung

Mit dem Ziel das Einkaufsverhalten in Mömlingen und das Einzugsgebiet der Kunden festzuhalten, stellt die direkte Kundenbefragung die beste Möglichkeit dar, zu erfassen, inwiefern ein Zusammenhang zwischen dem Einzelhandel in Mömlingen und der Hauptverkehrsachse Mömlingens besteht. Um eine möglichst große Datenmenge erheben zu können, wurde ein standardisierter Fragebogen erstellt. Damit wird der den Einzelhandel nutzende Passant direkt vor Ort zu seinem Einkaufsverhalten befragt. Um Missverständnisse und Unklarheiten auf Seiten der Befragten vollkommen auszuschließen und die Dauer einer Befragungsrunde festzustellen, wurde nach dem Entwurf des Fragebogens ein Pretest vor dem *Netto* Marken-Discount in der Gemeinde Mömlingen durchgeführt.

Die Befragung wurde an insgesamt fünf Standorten in der Gemeinde Mömlingen absolviert. Die Standorte dieser Untersuchung sind in Karte 9 (siehe Seite 20) verzeichnet. Nach der Durchführung konnte letztendlich eine Stichprobengröße von 642 verwertbaren Fragebögen erzielt werden. Die Termine der Erhebung wurden im Voraus bei den GeschäftsführerInnen, bzw. FilialleiterInnen des jeweiligen Betriebes angekündigt. Sie fanden zwischen Donnerstag, dem 12. Januar und Montag, dem 16. Januar 2017 statt. Außerdem wurde zusätzlich am Montag, den 15. Mai an den Standorten *Gärtnerei Löwer* und *Adler Moden* ein zusätzlicher Termin arrangiert. Fünf Werktage lang wurden zwischen 8 Uhr morgens bis 18 Uhr bzw. 19 Uhr abends Konsumenten befragt. Um subjektive Auswahlkriterien bei der Befragung auszuschließen und womöglich dadurch eine Verfälschung des Ergebnisses zu riskieren, wurde jeder zweite Erwachsene, der den jeweiligen Einzelhandel nutzte, in der Regel beim Verlassen des Standortes befragt. Im Falle einer Verweigerung der Teilnahme wurde der unmittelbar folgende Er-

wachsene zur Befragung aufgefordert. Der Fragebogen besteht aus insgesamt 19 Fragen und ist so konzipiert, dass eine schnelle Bearbeitung von circa fünf Minuten möglich ist, um so eine hohe Bereitschaft zur Teilnahme zu schaffen. Der Fragebogen ist grob in drei Themenblöcke gegliedert. Die ersten drei Fragen beschäftigen sich damit, inwiefern der Kunde mit der Thematik der geplanten Umgehungsstraße vertraut ist, und ob dieser im Falle der Umsetzung den Einzelhandel in Mömlingen weiterhin nutzen würde. Im zweiten Themenblock wurde abgefragt, wie weit sich das Kundeneinzugsgebiet des Einzelhandels der Gemeinde an den ausgewählten Befragungsstandorten erstreckt, und wie sich das Einkaufsverhalten der befragten Kunden im Hinblick auf den Einzelhandel in Mömlingen verhält. Hierfür wurde von den Befragten die PLZ des Wohnortes aufgenommen. Außerdem wurde der Grund des Aufenthaltes in Mömlingen erfragt. Dafür wurden drei mögliche Kategorien erstellt: Anwohner der Gemeinde, in Mömlingen Berufstätige oder Besucher/Durchreisende. Ferner wurde erfragt, in welcher Frequenz die Ortschaft durchfahren wird und auch in welcher Frequenz der Einzelhandel vor Ort genutzt wird. Zudem war es wichtig in Erfahrung zu bringen, ob der getätigte Einkauf vorher geplant oder spontan gewesen ist. Im letzten Themenblock sollten einige Angaben zur Demographie gemacht werden. Es wurde nach Angaben zum Geschlecht und zum Alter der Person gefragt, sowie hinsichtlich des Status der Berufstätigkeit. Um den befragten Konsumenten Anonymität zu garantieren, wurde nicht nach den Namen oder Adressen der Kunden gefragt, sondern lediglich die Postleitzahl des Wohnortes aufgenommen.



Karte 5: Standorte der Konsumentenbefragung (Eigene Kartierung auf Basis OpenStreetMap 2017)

### 3.3. Einzelhändlerinterviews

Der eventuelle Bau einer Umgehungsstraße kann verschiedene Meinungen und Prognosen der betroffenen Einzelhändler zur Folge haben. In Interviews, die persönlich vor Ort, bzw. telefonisch geführt wurden, sollten die einzelnen Standpunkte der Einzelhändler besser und intensiver herausgearbeitet werden. Im Gegensatz zur quantitativen Untersuchungsmethode durch Fragebögen, handelt es sich hier um eine qualitative Untersuchungsmethode. Die Interviews wurden im Mai und Juni 2017 geführt. Die Einzelhändler wurden im Rahmen der schriftlichen Befragung hinsichtlich ihrer Bereitschaft für ein Interview angeschrieben und im Falle einer positiven Resonanz bzgl. eines passenden Termins angefragt. Die Gespräche wurden mit dem Einverständnis der befragten Gewerbetreibenden teilweise aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert. Eine objektive Sicht und wissenschaftsbasierte Daten sind durch die Interviews nicht zu erlangen, da hier die subjektive Meinung der Einzelhändler erfragt wird. Es dient vielmehr dazu, die verschiedenen Ansichten und auch Zukunftseinschätzungen mit oder ohne einer Umgehungsstraße besser nachvollziehen zu können und entsprechend aufzunehmen.

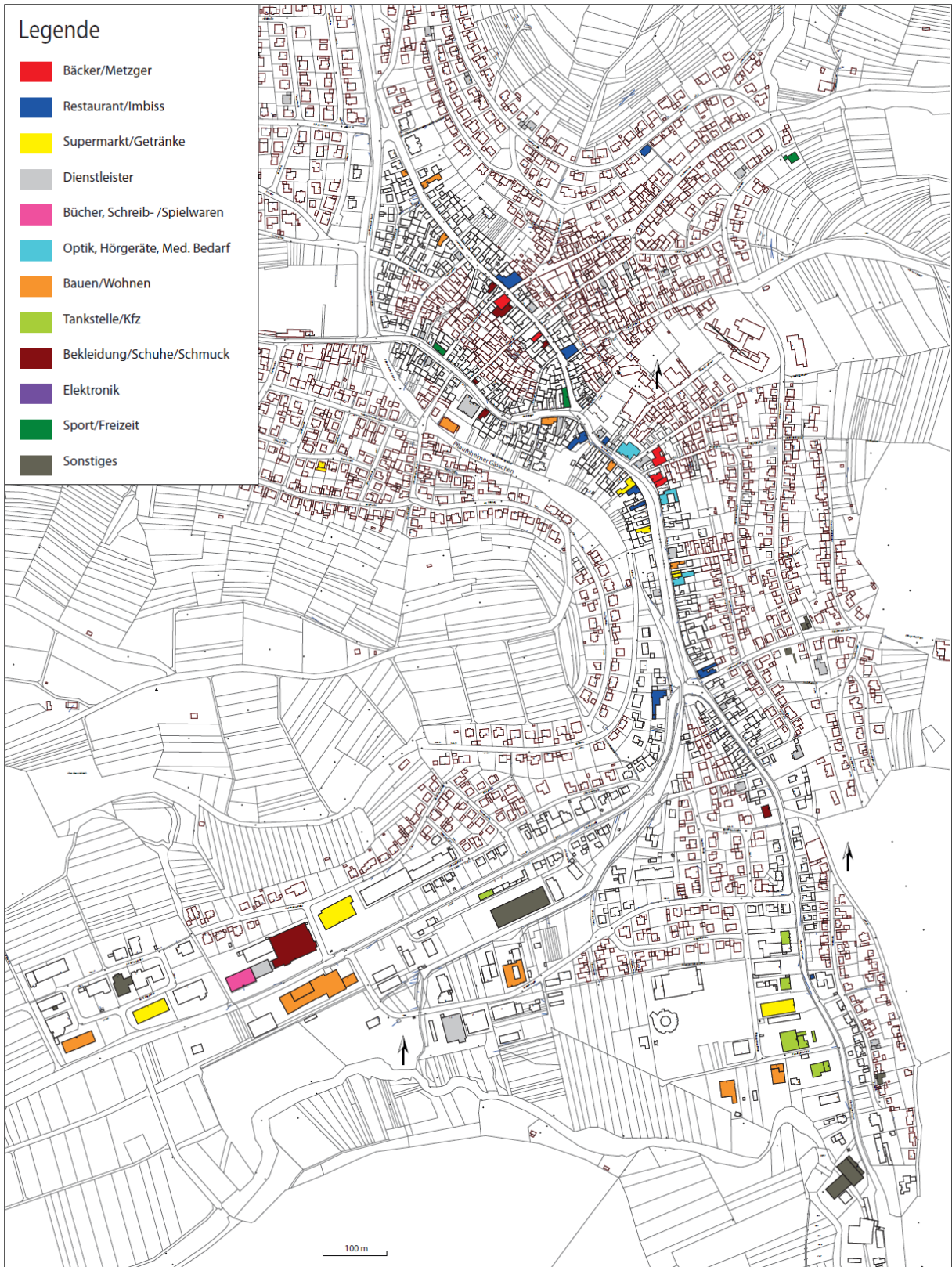
### 3.4. Einzelhändlerbefragung

Um über die Kundenbefragung hinaus auch Informationen sowie die Meinung der Gewerbetreibenden einzuholen, wurde zusätzlich eine Einzelhändlerbefragung durchgeführt. Ein entsprechendes Schreiben mit Fragebogen wurde am 23.03.2017 an 106 Gewerbetreibende in Mömlingen verschickt (siehe Anhang S. IX Nr. 4). In dem mit einem frankierten Rücksendeumschlag versehenen Brief wurden die Gewerbetreibenden aufgefordert, den ausgefüllten Fragebogen (siehe Anhang 3 S. V bis XI) bis zum 03.04.2017 zurückzuschicken. Ein Verweis, dass die erhobenen Daten ausschließlich für das Gutachten verwendet werden und eine Weitergabe an Dritte nicht in Frage kommt, erfolgte. Wie auch bei der Konsumentenbefragung wurde ein standardisierter Fragebogen erstellt. Der Fragebogen dient dazu grundlegende Informationen zu den jeweiligen Einzelhändlern zu erhalten und auch deren Einschätzung hinsichtlich der Auswirkungen einer möglichen Ortsumgehungsstraße zu erfragen. Der Fragebogen ist so konzipiert, dass die 31 Fragen in ca. 10-15 min beantwortet werden können. Der Fragebogen gliedert sich insgesamt in vier Teile. Der erste Block enthält allgemeine Fragen zu dem eigenen Betrieb bzw. der Betriebsstruktur und -historie sowie dem Standort. Im zweiten Teilbereich werden Fragen bezüglich der Einzelhandelslandschaft in der Gemeinde Mömlingen gestellt. Im dritten Block befassen sich die Fragen mit der eigenen Einschätzung hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung des Geschäftes ohne eine Umgehungsstraße mit Blick auf die nächsten fünf Jahre. Der vierte und letzte Block beinhaltet allgemeine Fragen zur Ortsumgehung, zum Beispiel ob die Gewerbetreibenden Kenntnis von der geplan-

ten Ortsumgebung genommen haben oder nicht, sowie spezifische Fragen zur Erwartungshaltung der Umsatzentwicklung mit einer Ortsumgebung.

#### **4. Marktanalytische Rahmenbedingungen zum Einzelhandel**

Karte 5 zeigt die Einzelhandelsstruktur der Gemeinde Mömlingen mit allen kartierten Gewerbetreibenden. Der Legende ist die entsprechende Branche zu entnehmen. Deutlich erkennbar sind die drei Gebiete mit gehäufter Konzentrationen von Einzelhandel und Gastronomie, die in den Kapiteln 4.2.1 bis 4.2.3 genauer erläutert werden.



Karte 6: Einzelhandelsstruktur im Untersuchungsgebiet Mömlingen (Eigene Kartierung auf Basis Katasteramt Mömlingen 2017)

Abbildung 2 zeigt die aktuelle Einzelhandelsstruktur der Gemeinde Mömlingen nach Sektoren (Stand November 2016). Erfasst wurde dies mithilfe eines Kartierungsbogens (siehe Anhang S. II Nr.: 1). Unter Sonstigem wurden Gewerbetreibende des produzierenden und verarbeitenden Gewerbes, der Verkehr und Lagerei, des Gesundheits- und Sozialwesens sowie alle Arten von Dienstleister und Versorger zusammengefasst. Dieser Sektor bildet den Hauptteil der Gewerbetreibenden, gefolgt von fast einem Drittel Einzelhändler und knapp über 10% Gastronomie. Im weiteren Verlauf fokussiert sich die Betrachtung und Analyse der erhobenen Daten auf Einzelhändler sowie Gastronomie und somit 57 Betriebe. Die Angaben zu Leerständen basieren auf dem Geschäft, welches zuvor dort ansässig war.

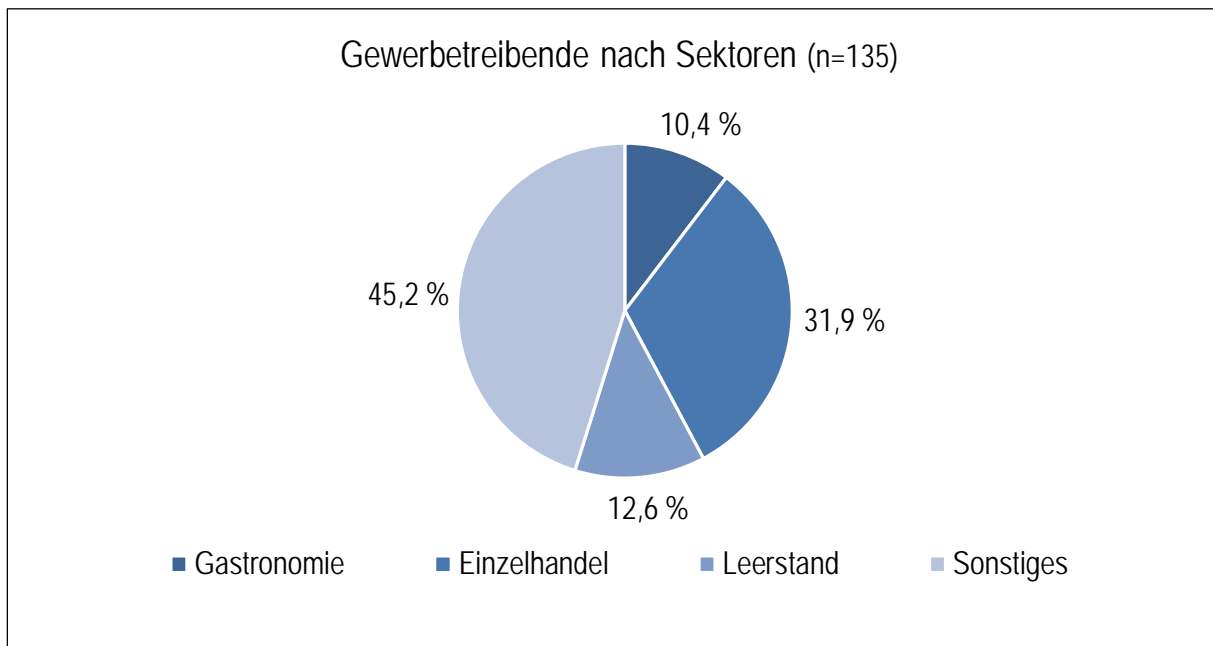


Abbildung 2: Gewerbetreibende nach Sektoren (Eigene Erhebung)

Die Hauptverkehrsstraßen lassen sich grob in drei Bereiche (Obernburger Straße, Haupt- bzw.-Bachstraße und Bahnhofsstraße) einteilen, um so eine genauere Analyse vornehmen zu können. Abbildung 3 verdeutlicht, dass mit 82,5 % der Großteil des Einzelhandels und Gastronomie an den Hauptverkehrsstraßen liegt.

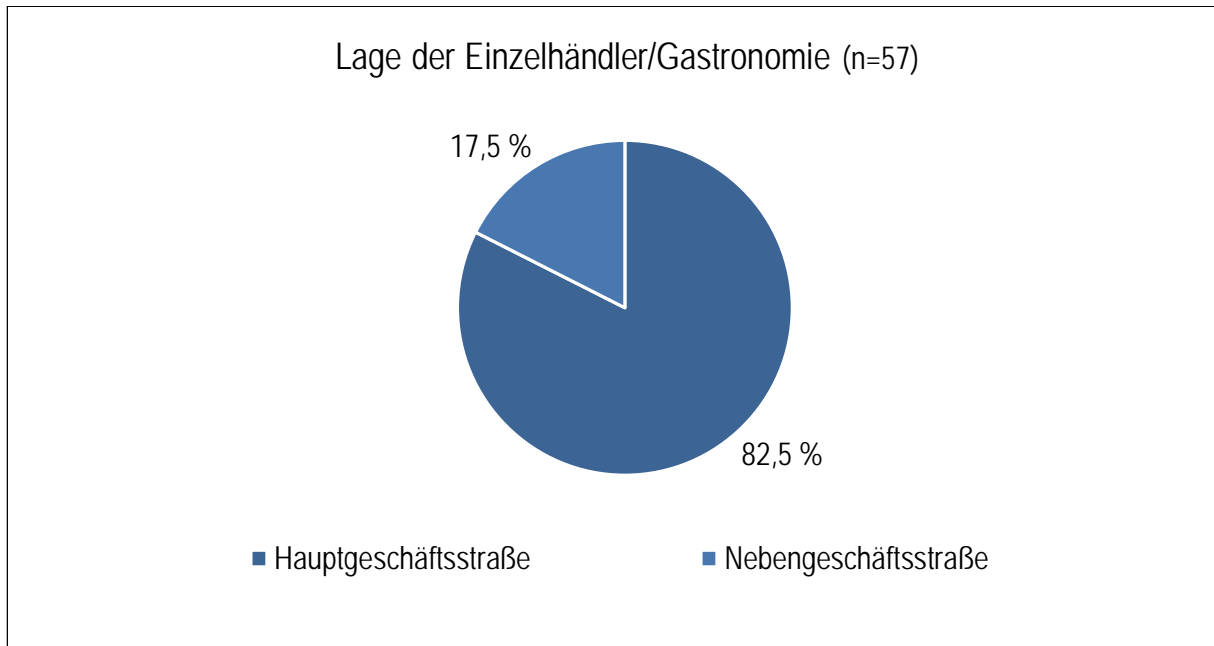


Abbildung 3: Lage der Einzelhändler/Gastronomie (Ohne Dienstleister)(Eigene Erhebung)

Das heutige Konsumverhalten ist stark von Mobilität geprägt und insbesondere außerhalb von Städten wird der Einkauf hauptsächlich mit dem Auto getätigt (vgl. FREUDENAU/REUTTER 2007: 5-6). Dadurch wird ein Parkplatz in unmittelbarer Nähe zur Einkaufsstätte umso wichtiger und attraktiver für den Konsumenten. In Mömlingen bietet knapp weniger als die Hälfte der 57 Einzelhändler und Gastronomen einen eigenen Parkplatz für die Konsumenten an (siehe Abbildung 4). Jedoch beträgt die Entfernung zu den nächst gelegenen Parkmöglichkeiten bei 44 Betrieben unter 50 Meter, bei neun Betrieben sind es zwischen 50 und 100 Meter und lediglich bei zwei Betrieben sind es mehr als 200 Meter Distanz. Die Entfernungen zu Haltestellen des Öffentlichen Personen Nahverkehrs betragen größtenteils über 100 Meter, bei 21 Betrieben sogar über 200 Meter. Bei 14 Betrieben sind unter 50 Meter Distanz und bei 10 Betrieben zwischen 50 und 100 Meter Distanz zu den Haltestellen vorhanden. Die Parkplatzsituation in Mömlingen kann entsprechend als positiv bewertet werden.

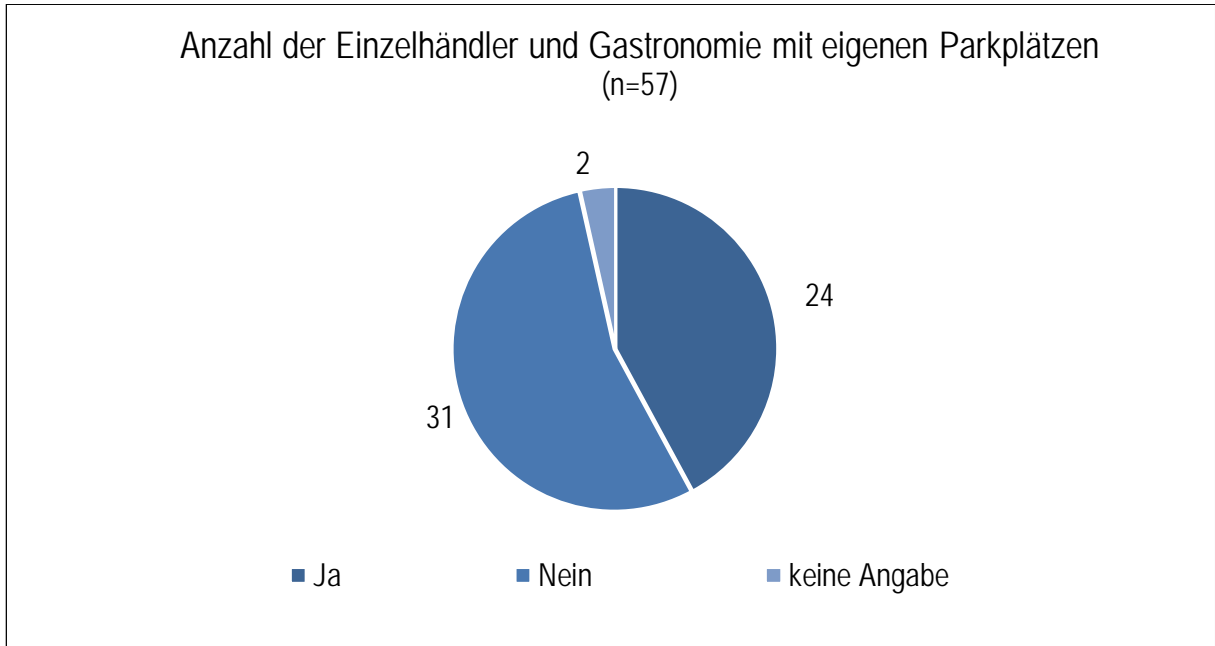


Abbildung 4: Anzahl Eigene Parkplätze (Eigene Erhebung)

In Hinblick auf die Barrierefreiheit der Mömlinger Einzelhandelsgeschäfte und Restaurants für Konsumenten ist deren Anzahl noch relativ gering. Lediglich 15 von 57 Betrieben in Mömlingen sind barrierefrei gestaltet.

Die Außendarstellung der Betriebe ist für den Verkehr wichtig, vor allem für spontane oder ortsfremde Konsumenten. Abbildung 5 zeigt, dass die knappe Mehrheit der Betriebe weder mit Aufstellern, noch mit Nasenschildern werben.

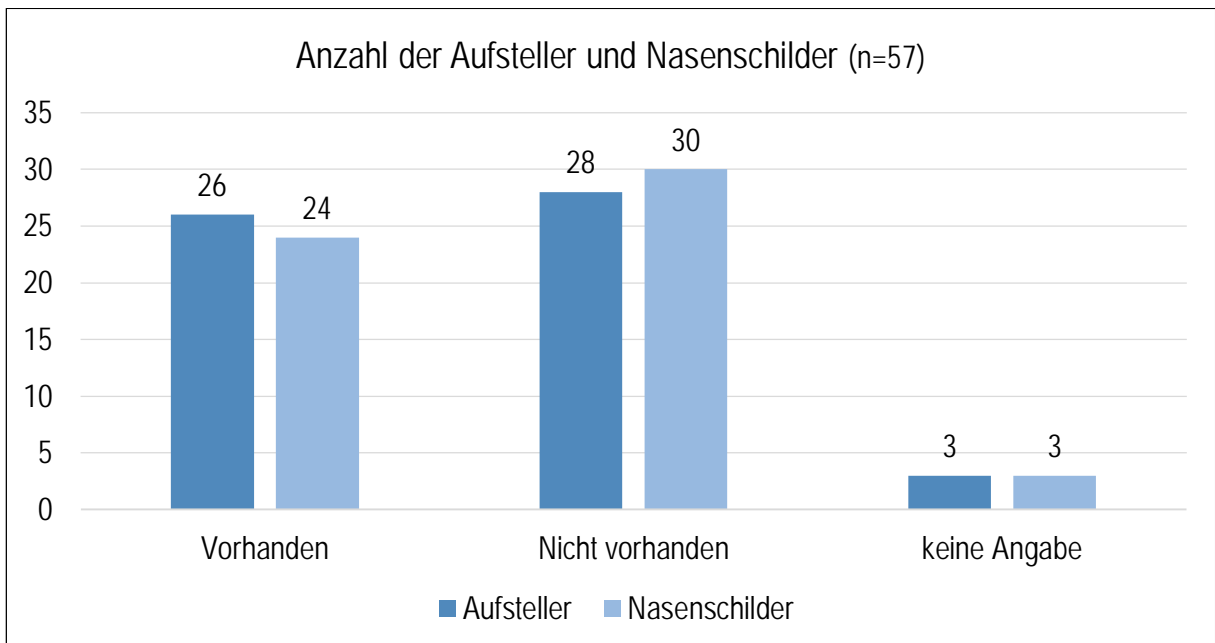


Abbildung 5: Anzahl der Aufsteller und Nasenschilder (Eigene Erhebung)



Konsumenten bevorzugen Einkaufsstätten die an ihren Wegeketten wie z.B. *Wohnen - Arbeiten - Einkaufen - Wohnen* liegen (KULKE 2010: 224). Vor allem zu morgendlichen und abendlichen Pendlerzeiten trifft dies zu. Abbildung 6 veranschaulicht zum einen, dass besonders morgens zwischen 7:00 und 8:00 Uhr nur knapp 19 % und zwischen 8:00 bis 9:00 Uhr 32,6 % aller 43 Einzelhändler geöffnet haben und somit zwei Drittel der Einzelhandelbetriebe für die angesprochene Wegekette des Konsumenten geschlossen sind. Etwa 25 % der Betriebe öffnen überdies nach 10:00 Uhr.

Ein anderes Bild präsentiert sich zu abendlichen Pendlerzeiten. Besonders bis 17:00 und 18:00 Uhr sind fast alle Geschäfte in Mömlingen geöffnet. Größere Diskrepanz gibt es jedoch zu Öffnungszeiten bis nach 18:00 Uhr, dann schließen etwas mehr als 80 % der Einzelhändler.

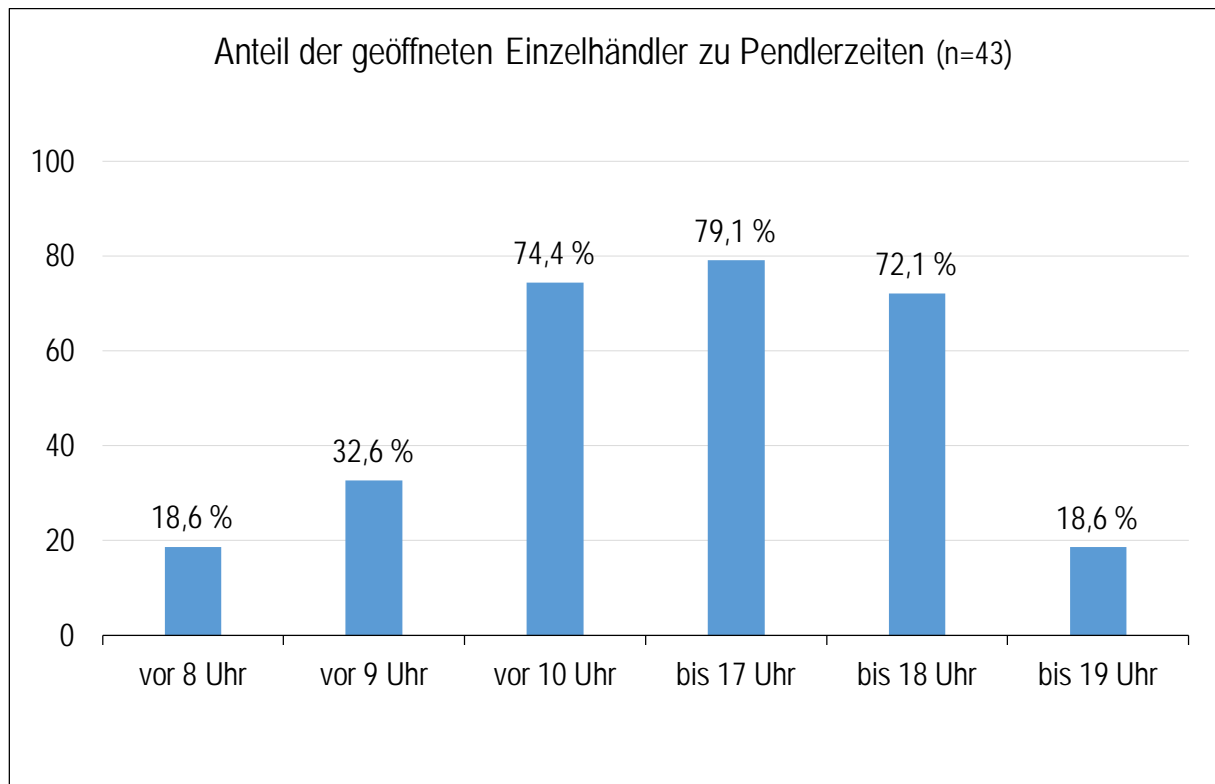
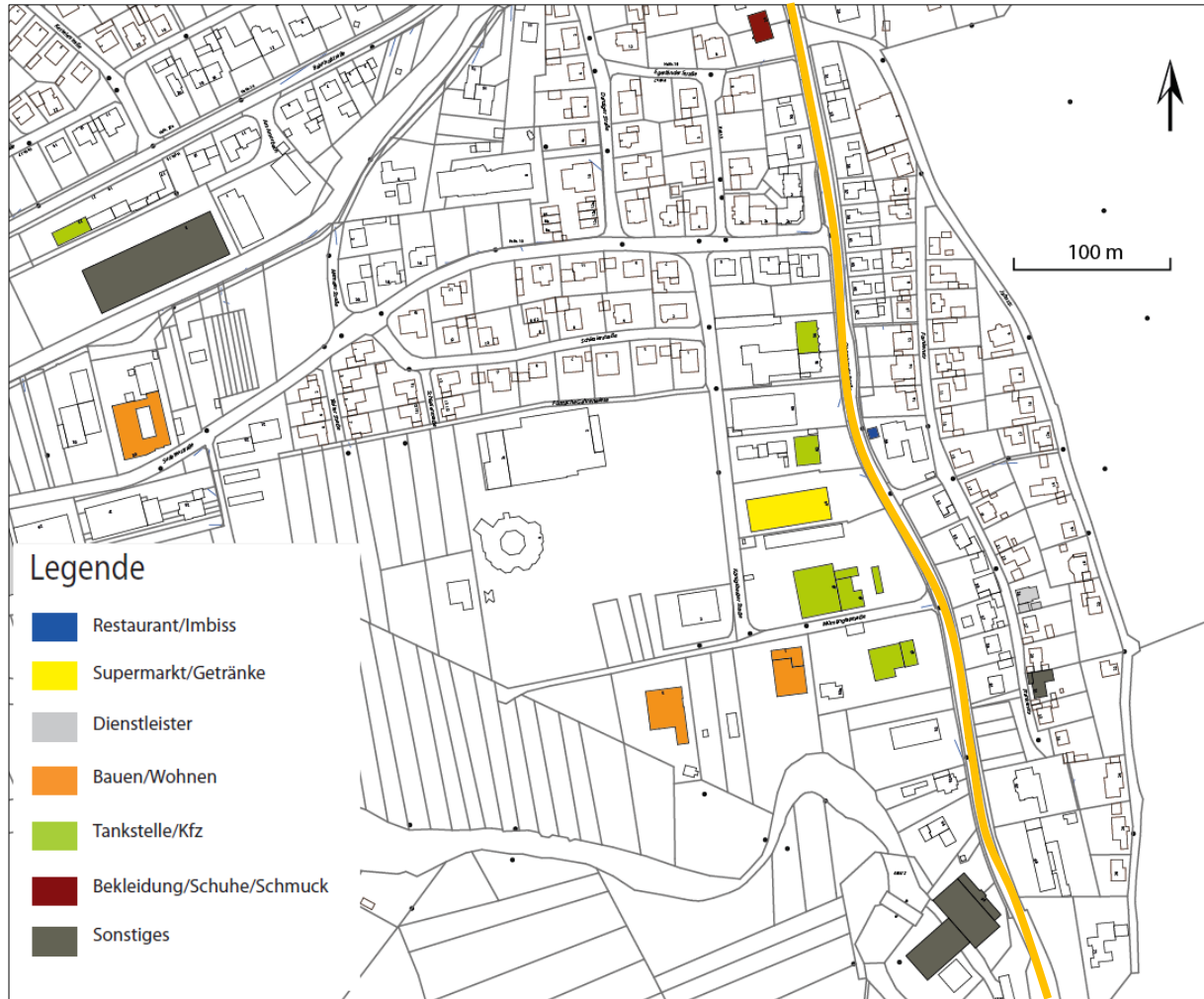


Abbildung 6: Anteil der geöffneten Einzelhändler zu Pendlerzeiten (Eigene Erhebung)

## 4.1. Marktsituation und Einzelhandelsstruktur in Mömlingen

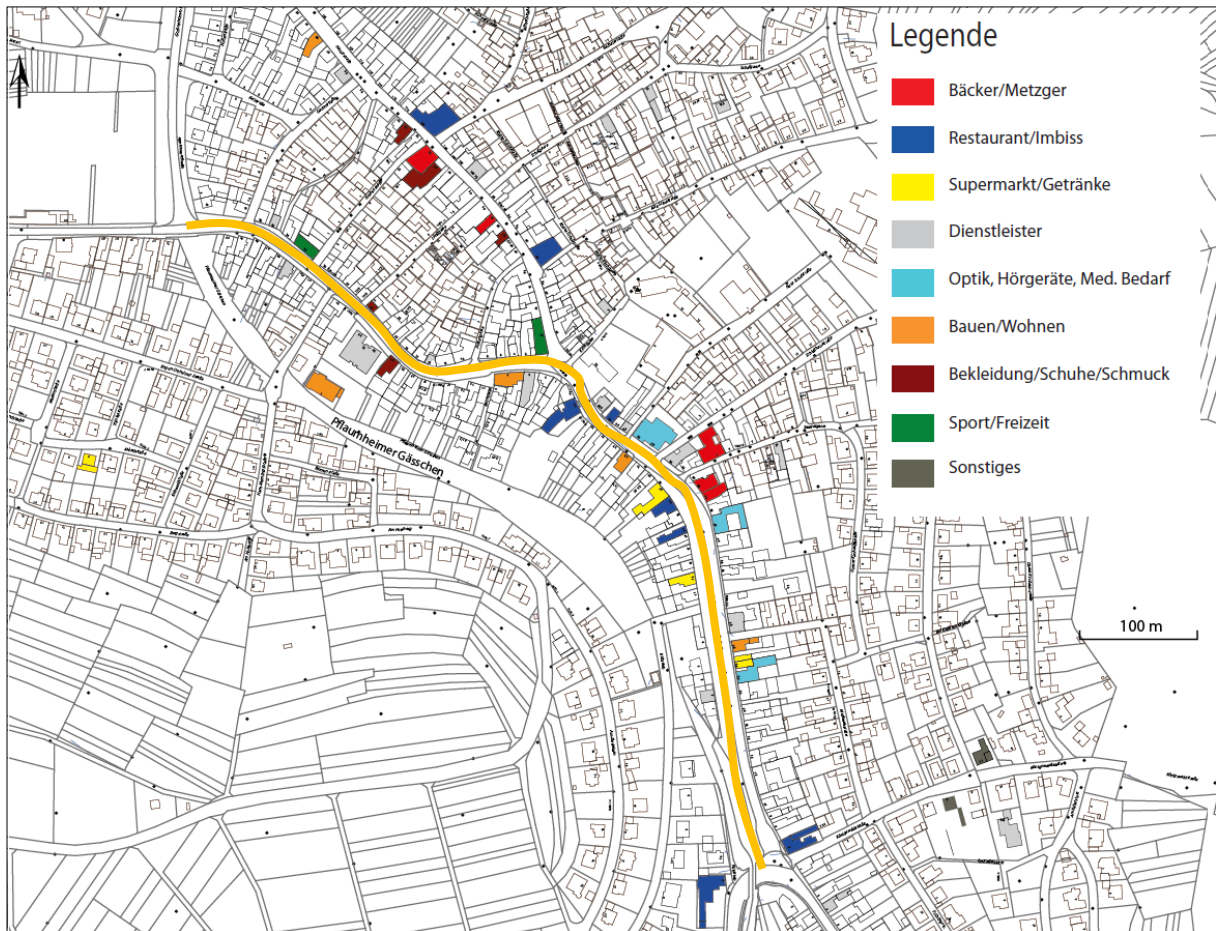
### 4.1.1. Obernburger Straße



Karte 7: Einzelhandelsstruktur Obernburger Straße (Quelle: Eigene Kartierung)

Die Obernburger Straße bildet den südöstlichen Eingang Mömlingens. Schwerpunkt bilden hier vier Kfz-Betriebe und die *Shell*-Tankstelle Wolf auf der westlichen Straßenseite. Ergänzt wird die Einzelhandelsstruktur durch zwei Betriebe für den Bau- und Wohnbedarf, den *Norma* Supermarkt und einen Imbiss. Die Obernburger Straße ist geprägt von einer Mischung aus klein- und großflächigen Betrieben.

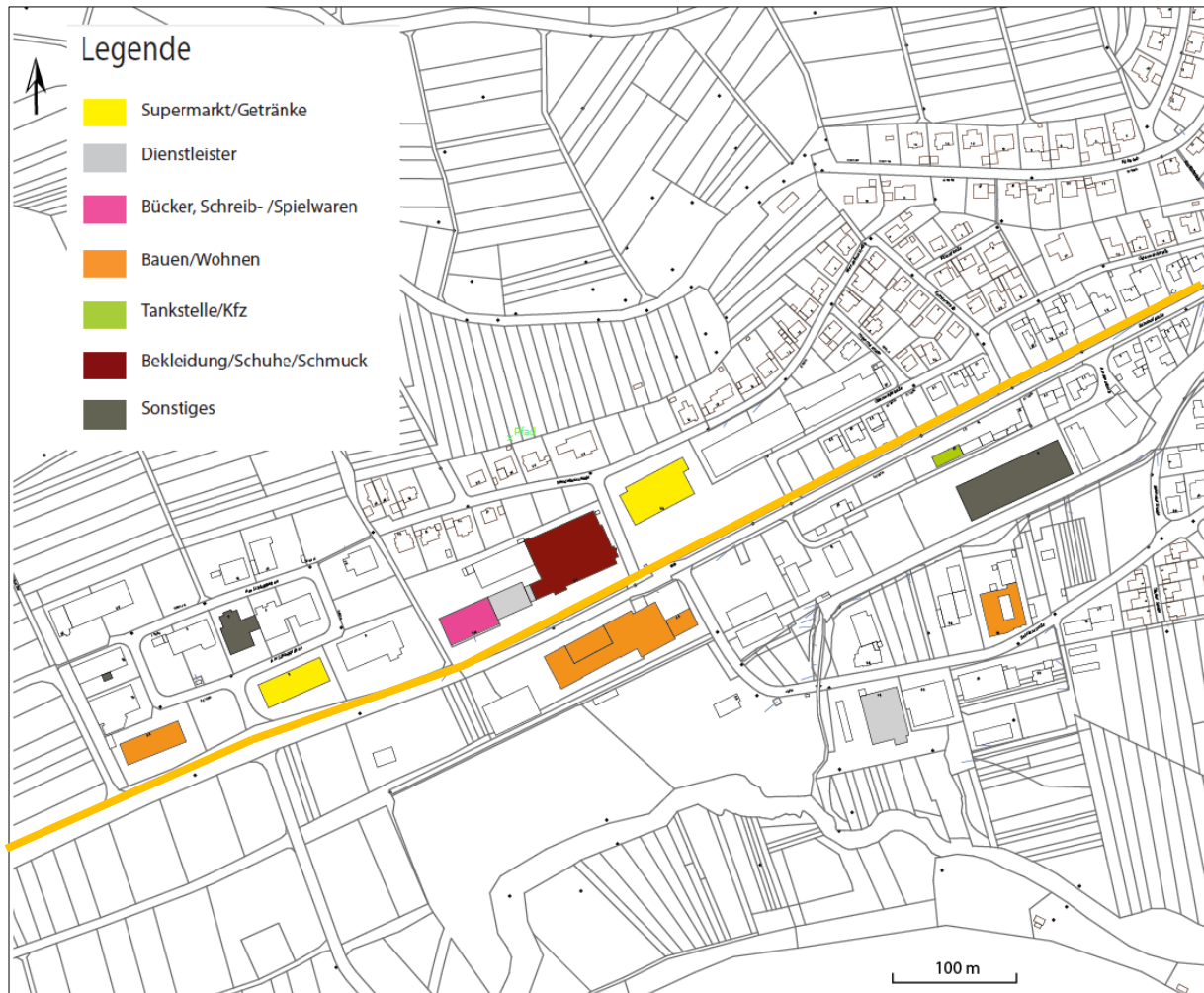
#### 4.1.2. Hauptstraße / Bachstraße



Karte 8: Einzelhandelsstruktur Hauptstraße/Bachstraße (Quelle: Eigene Kartierung)

Die Hauptstraße bildet zusammen mit der Bachstraße den Ortskern der Gemeinde Mömlingen. Sie führen vom Kreisverkehr, entlang der B426 bis zur Kreuzung mit der Großostheimer Straße im Nordwesten. Das Zentrum ist ein traditioneller Standort mit Marktplatz sowie Rathaus, das aus größtenteils kleinflächigem Gewerbe und Wohnhäusern besteht. Hier sind Betriebe aus allen Branchen anzutreffen.

### 4.1.3. Bahnhofstraße



Karte 9: Einzelhandelsstruktur Bahnhofstraße (Quelle: Eigene Kartierung)

Der Bereich der Bahnhofstraße bildet das wirtschaftliche Zentrum mit großflächigen Betrieben des Einzelhandels und auch vereinzelt Betrieben des produzierenden bzw. verarbeitenden Gewerbes sowie Dienstleister. Hier existiert das größte Angebot an Parkplätzen sowie kurzen Wegen zwischen verschiedenen Geschäften. Der größte Einzelhändler der Umgebung ist das hier ansässige Gartencenter *Löwer*. Zudem gibt es dort eine *NETTO*-Filiale, sowie Betriebe der Bekleidungsbranche wie *ADLER-Moden*, *Klotz-reine Männersache* und *Inter-Sport*.

Abschließend ist festzustellen, dass alle drei Standorte dem Konsumenten zahlreiche Kopplungsmöglichkeiten zwischen Einzelhandel und Dienstleistungen bieten. Die Standorte an der B426, Obernburgerstraße sowie Bahnhofstraße sind verkehrsorientierte Standorte und bieten viele Parkmöglichkeiten sowie auch Haltestellen des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV).

## 5. Wirkungsprognose des Planvorhabens / Auswirkungsanalyse

In diesem Kapitel werden die erhobenen Daten ausgewertet und mit Hinzunahme von Karten und Diagrammen dargestellt. Die Auswertung basiert ausschließlich unter Verwendung der Programme Microsoft Excel und IBM SPSS Statistics. Die aus den standardisierten Fragebögen resultierenden Interpretationen werden anhand von Häufigkeitsangaben der Antworten der befragten Konsumenten sowie der befragten Gewerbebetreibenden und unter Mitbeachtung der leitfadengestützten Interviews der Gewerbebetreibenden gemacht.

### 5.1. Auswertung der Konsumentenbefragung

Die Befragungen der Konsumenten fanden im Januar und im Mai 2017 statt. Insgesamt konnte eine Stichprobengröße von 642 verwertbaren Fragebögen erhoben werden. Es wurde an fünf verschiedenen Standorten befragt (siehe Kapitel 4.2, Karte 9), wobei wechselweise bei *Adler Moden* oder bei der *Gärtnerei Löwer* befragt wurde. Am Montag, den 15. Mai wurde ein zusätzlicher Befragungstag nachträglich an den Standorten *Gärtnerei Löwer* und *Adler Moden* durchgeführt, da aufgrund von Witterungsbedingungen im Januar an besagten Standorten die Befragung erschwert wurde (Nebensaison) und dadurch nur eine geringe Anzahl von Fragebögen erhoben werden konnte. Die erste allgemeine Betrachtung der Auswertung ergibt folgende Ergebnisse: Am Standort *Netto* Marken-Discount wurde mit 39% die meisten Fragebögen erfasst, an der Tankstelle *Shell* am Ortsausgang Mömlingens war es mit 29% ebenfalls möglich eine hohe Anzahl an Fragebögen zu generieren. Nach Hinzunahme der Anzahl der erhobenen Fragebögen der zweiten Befragungsrunde im Mai 2017 erhöhte sich an dem Befragungsstandort *Gärtnerei Löwer* die Anzahl der ausgefüllten Fragebögen von 45 auf 115. Dies ergibt einen Anteil von 18% der gesamten Fragebogenanzahl. Bei den Standorten *Der Brotmacher* und *Adler Moden* liegt der Prozentanteil der Gesamtzahl der erhobenen Fragebögen aufgrund von geringer Teilnahmebereitschaft jeweils bei unter 10% (siehe Abb. 7).

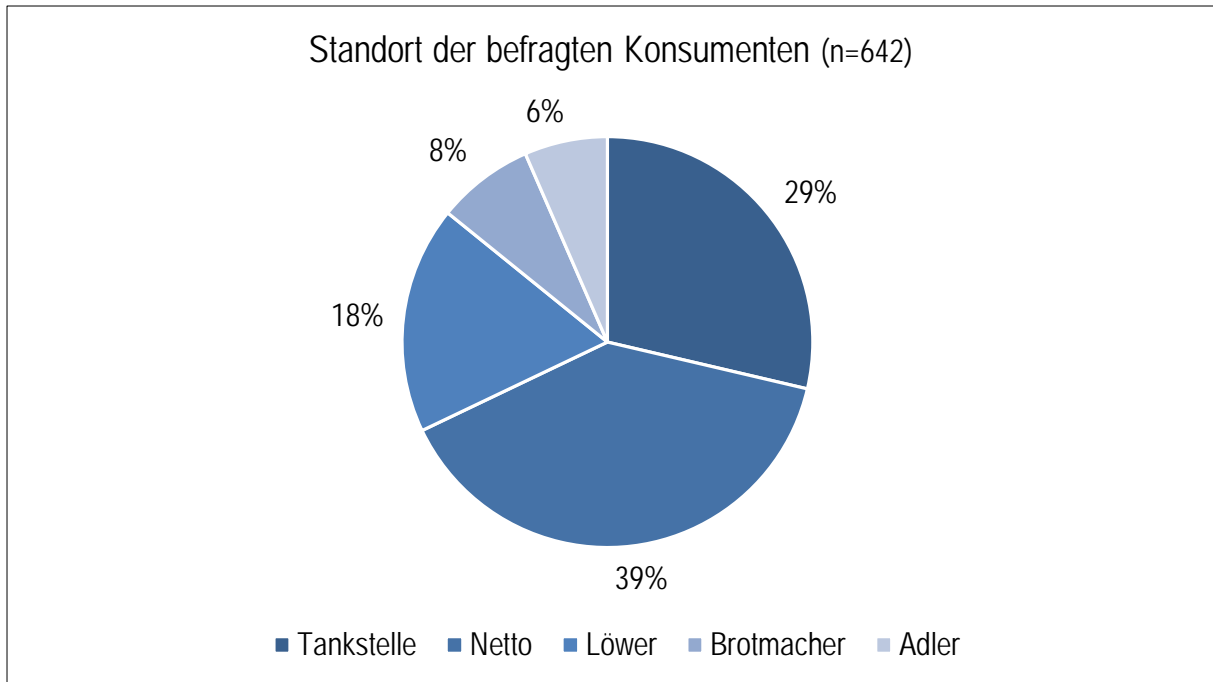


Abbildung 7: Standortverteilung der befragten Konsumenten (Eigene Erhebung)

Zudem sollen die hervorgehenden Ergebnisse analysiert und interpretiert werden, so dass anschließend in Kapitel 6 auf Basis dieser eine Handlungsempfehlung gegeben werden kann.

### 5.1.1. Eigenschaften der Befragten

In diesem Zusammenhang wird der Zensus von Deutschland zum Stand 2011 sowie die Bevölkerungsverteilung in Mömlingen zum Stand 2015 als Vergleichsgröße herangezogen, um die Repräsentativitätsgrad der erhobenen Daten feststellen zu können. Laut Statistik Bayern liegt die Bevölkerungszahl der Bewohner im volljährigen Alter der Gemeinde Mömlingen bei 4.095 Bewohnern (vgl. BAYRISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK 2015). Die Bevölkerungsverteilung der erhobenen Stichprobe wird in Abbildung 10 dargestellt: Aus diesem Diagramm geht hervor, dass die größte Gruppe der Befragten im Alter zwischen 50 und unter 65 Jahren ist. Generell liegt der größere Anteil der befragten Personen vorwiegend im höheren Alter. 43,1 % der Befragten sind 50 Jahre oder älter. In Abbildung 9 ist die Bevölkerungsverteilung Mömlingens abgebildet (vgl. BAYRISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK, 2015). Die Bevölkerungsverteilungen auf die Geschlechter entsprechen weitestgehend der Struktur der erfassten Stichprobe (siehe Abbildung 10). Auch hier geht aus der Graphik hervor, dass das Durchschnittsalter der in Mömlingen lebenden Bewohner sehr hoch ist. Des Weiteren hat Mömlingen eine absolute Arbeitslosen-zahl von 90 Bewohnern (unter 2%, Deutschland 3,9%). Durch die Befragung geht hervor, dass der Großteil der befragten Konsumenten Erwerbspersonen sind oder sich in Rente befinden. Diese Fakto-

ren stehen in Kongruenz mit der erfassten Stichprobe. Aufgrund dessen lässt sich darauf schließen, dass die erhobenen Daten einen hohen Repräsentativitätsgrad aufweisen.

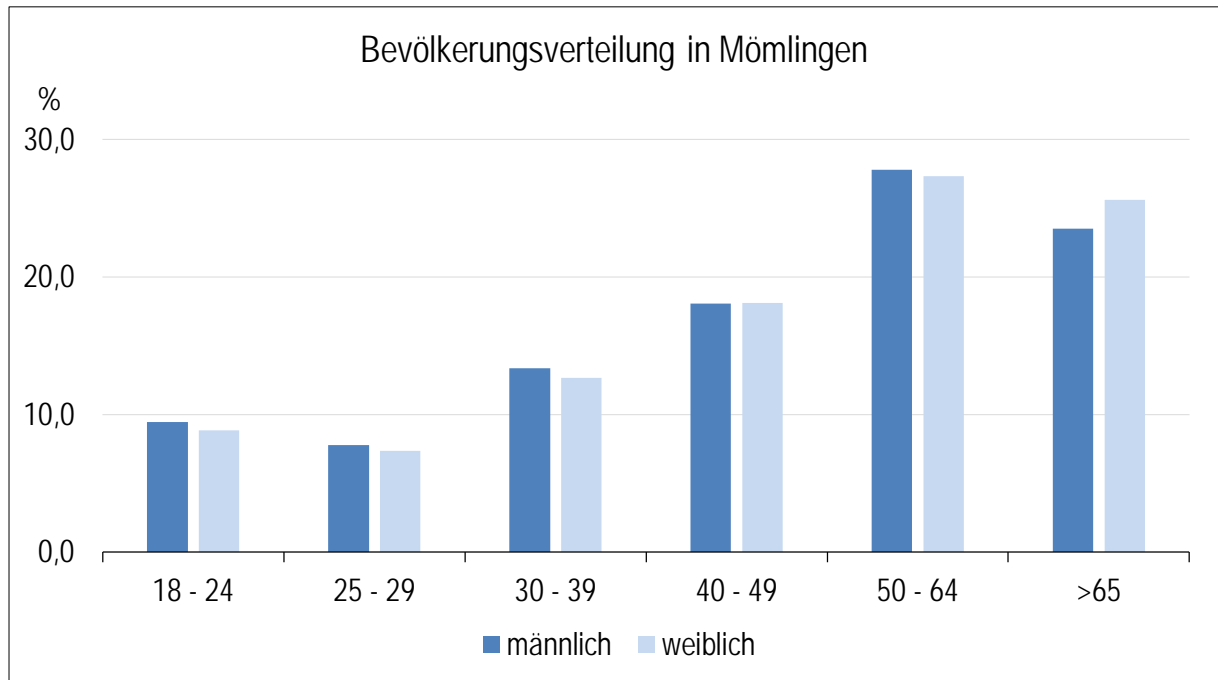


Abbildung 8: Bevölkerungsverteilung in Mömlingen (Quelle: BAYRISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK)

628 Personen der befragten Konsumenten haben die im dritten Themenblock des standardisierten Fragebogens aufgeführten soziodemographischen Fragen vollständig beantwortet. Unter den Konsumenten wurden ausschließlich Personen volljährigen Alters befragt. 14 Personen machten keine Angabe über das Geburtsjahr oder das Geschlecht. Abbildung 10 stellt dar, inwiefern sich das Alter der befragten Konsumenten auf die Geschlechter verteilt.

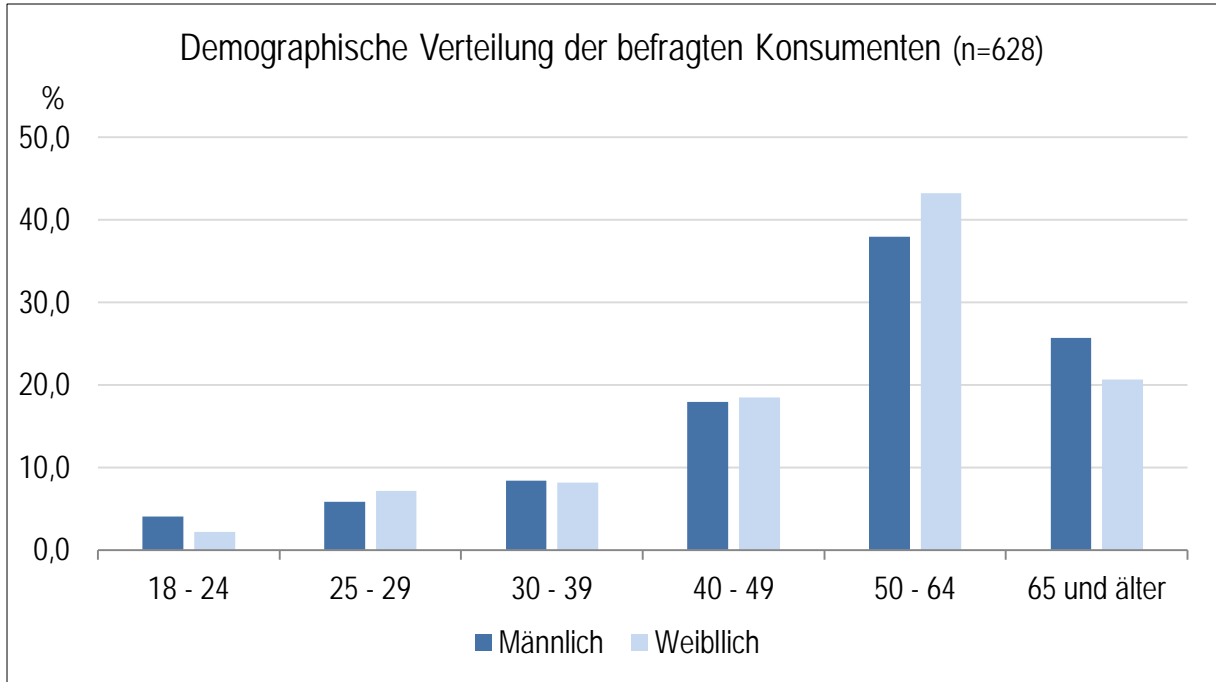


Abbildung 9: Demographische Verteilung der Befragten (Eigene Erhebung)

Es ist deutlich zu erkennen, dass sich die größte Konsumentengruppe im Alter zwischen 50 und 64 Jahren befinden. Insgesamt nahmen 335 Frauen und 293 Männer an der Befragung teil. Es wurden mehr Frauen befragt, jedoch kann daraus folgend keine belastbare Aussage gemacht werden, ob der durchschnittliche Kunde des Einzelhandels in Mömlingen männlichen oder weiblichen Geschlechtes ist. Des Weiteren wurde der Status der Beschäftigung der Einzelhandelsnutzenden erfragt. Die Beschäftigungsverteilung gliedert sich wie folgt auf:



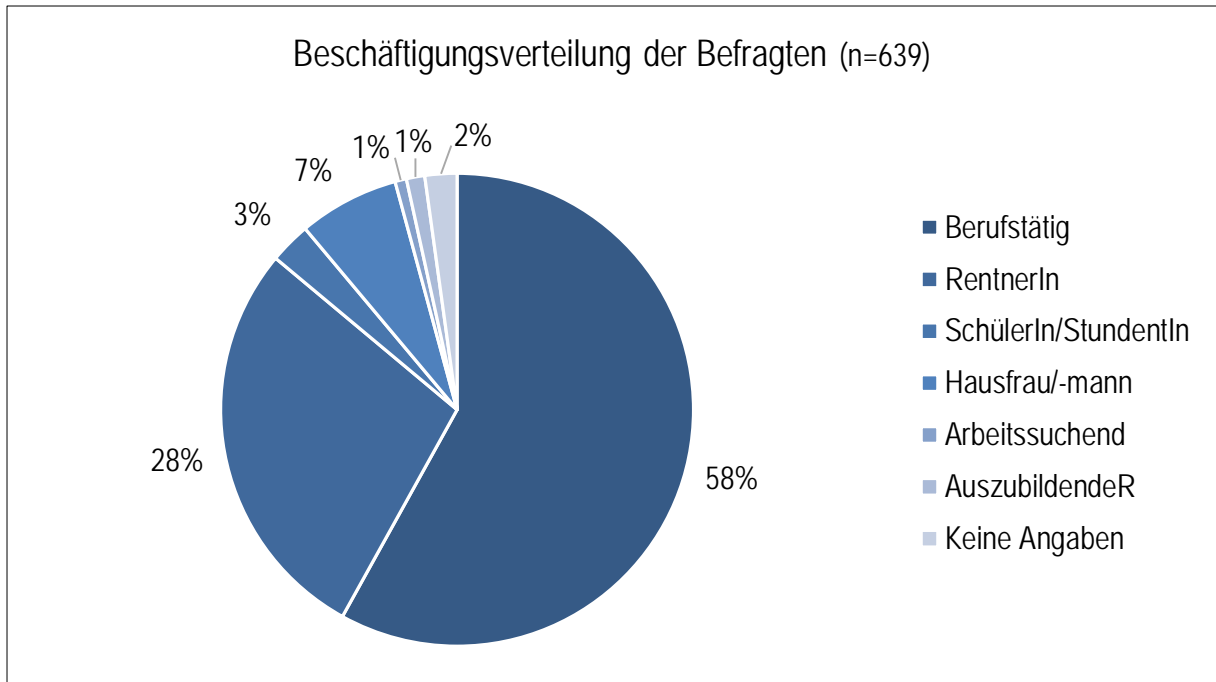


Abbildung 10: Beschäftigungsverteilung (Eigene Erhebung)

Die größte Gruppe formen die Berufstätigen mit 58%, gefolgt von der Gruppe der Rentner mit 28%. Die einführende Frage des Konsumentenfragebogens soll einen ersten Überblick bezüglich des Bekanntheitsgrades der geplanten Ortsumgehungsstraße schaffen. Das Befragungsbild fällt folgendermaßen aus: 53,4% haben bereits von der geplanten Umsetzung der Ortsumgehungsstraße gehört, 46,4% dagegen verneinten die Kenntnis über die geplante Ortsumgehung und wurden erst durch die Konsumentenbefragung darüber aufgeklärt. Im Rahmen dessen wurden den Befragten die drei möglichen Optionen der Ortsumgehungsstraße vorgestellt, wobei laut der Stichprobe 49,8% der Befragten ein grundsätzliches Interesse an der Thematik bekundeten 66,8% der befragten Konsumenten sind der Meinung, dass der Bau der Umgehungsstraße umgesetzt werden soll. 17,1% positionierten sich gegen einen Bau der Umgehungsstraße, während die restlichen 16,1% „ich weiß nicht“ ankreuzten. 601 Personen von 641 gaben an trotz Umgehungsstraße dennoch den Einzelhandel in Mömlingen nutzen zu wollen. Als Beweggründe hierzu wurden vorwiegend „liegt auf dem Arbeitsweg“, „häusliche Nähe“, „aus Gewohnheit“ und „gute Kombinierbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten“ genannt. 33 der befragten Personen würden jedoch beim Bau der Umgehungsstraße laut der Erhebung diese bevorzugt nutzen und Mömlingen nicht mehr primär durchfahren. Die restlichen Befragten machten keine Angabe zu dieser Frage.

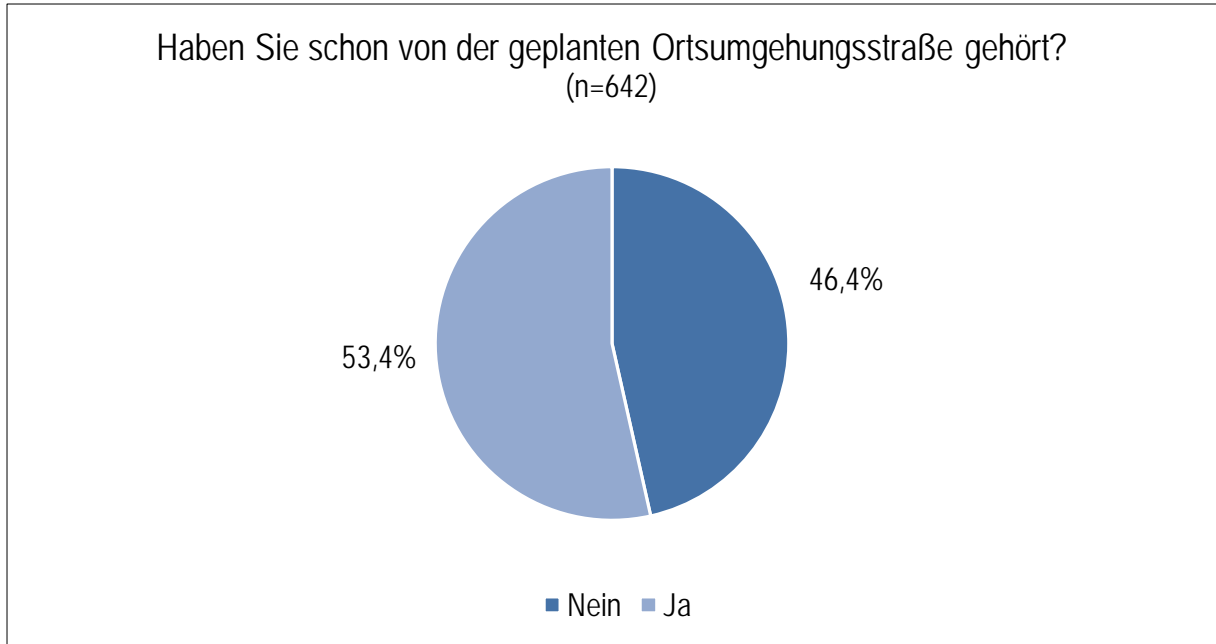


Abbildung 11: Kenntnisstand über geplante Ortsumgehung (Eigene Erhebung)

Die befragten Konsumenten sollten eine subjektive Abschätzung über die Auswirkungen der Umgehungsstraße auf Mömlingen als Einzelhandelsstandort geben. Es gab zwei Versionen der Fragebögen hinsichtlich dieser Frage: ein Teil der Befragten (insgesamt n=313) wurde gefragt, ob sich die Umgehungsstraße positiv auf Mömlingen auswirken wird. Der andere Teil (insgesamt n=310) der Befragten sollte darüber urteilen, ob sich die Umgehungsstraße negativ auf Mömlingen auswirken wird. Die beiden Varianten der Fragestellung wurden bewusst gewählt, um eine eventuelle Beeinflussung der Fragestellung durch die positive, bzw. negative Wortwahl festzustellen, bzw. auszuschließen. Die zwei aufgeführten Diagramme der Stichprobe zeigen einen deutlichen Zuspruch für die Umgehungsstraße. 31,3% sind der Meinung, dass die Umsetzung der Umgehungsstraße einen positiven Einfluss auf die Gemeinde nehmen wird. 17,3% stimmten dieser Aussage nicht zu. 40% schätzen, dass Mömlingen keinen negativen Einfluss erfahren wird, wenn der Bau der Umgehungsstraße umgesetzt werde. Hier stimmten 20,3%, dass es einen negativen Einfluss geben wird. Insgesamt machten 19 Befragte keine Angaben.

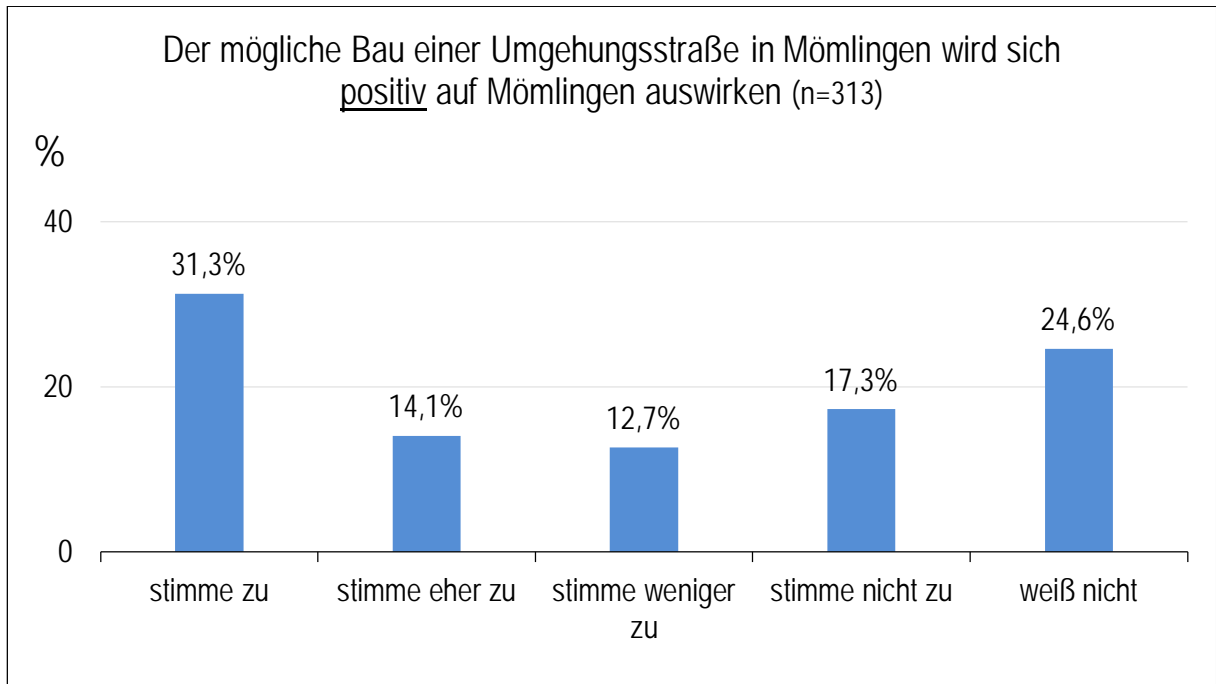


Abbildung 12: Meinung über positive Auswirkung auf Ortsumgebung (Eigene Erhebung)

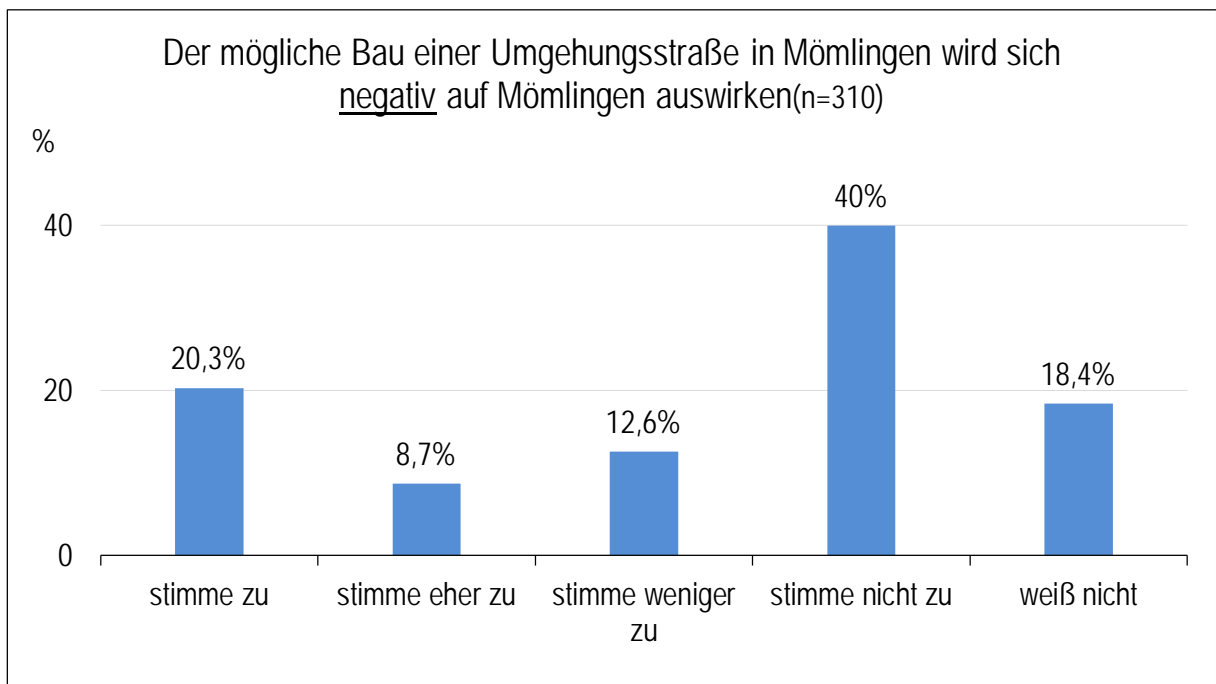


Abbildung 13: Meinung über negative Auswirkung auf Ortsumgebung (Eigene Erhebung)

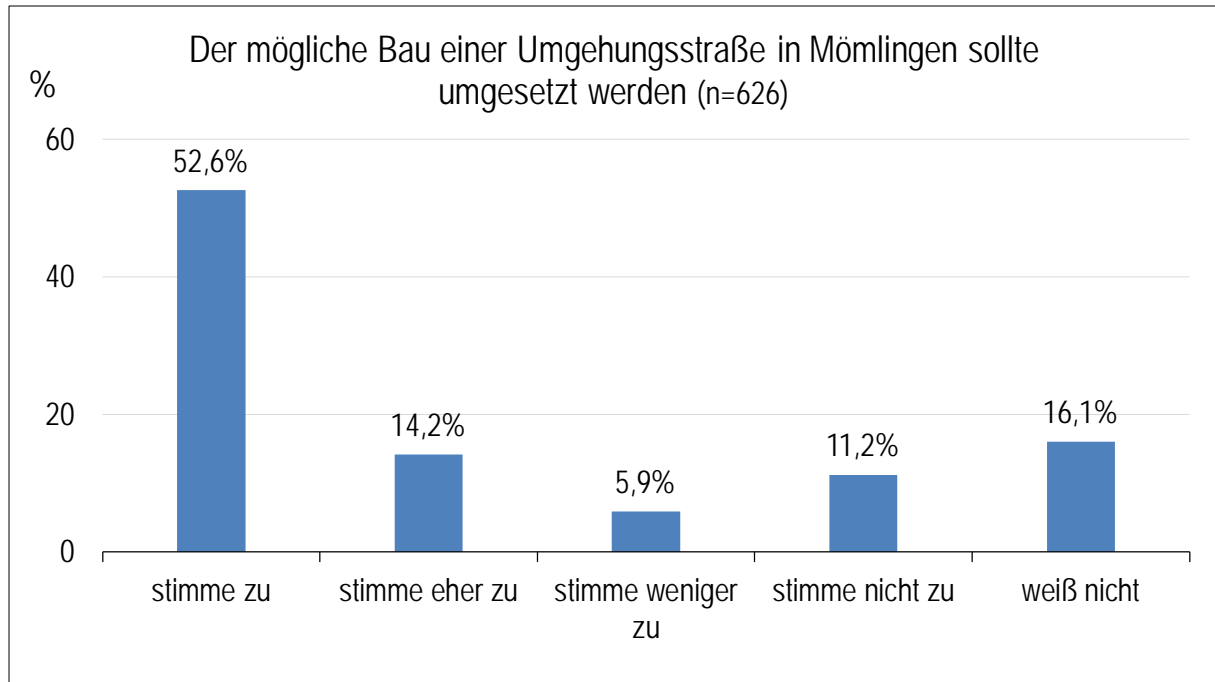


Abbildung 14: Meinung über Umsetzung der geplanten Ortsumgehung (Eigene Erhebung)

Der Gruppe der spontan einkaufenden Nicht-Mömlinger kommt im Rahmen der vorliegenden Untersuchung eine gehobene Bedeutung zu, da diese im Falle einer Umgehungsstraße am ehesten verloren ginge. Die Antworten hinsichtlich der Wahl des Ortes ist deshalb von besonderem Interesse. Prekär hierbei ist die Variable "Liegt auf dem (Arbeits-)Weg", da dieser in Zukunft bei möglicher Umgehungsstraße evtl. seinen Verlauf ändert. Konträr dazu steht die Variable "Keine andere Einkaufsmöglichkeit in der Nähe", was bedeutet, dass spontane Entschlüsse einzukaufen evtl. schneller gefasst werden beim Passieren Mömlingens. Ebenso sind die aus Gewohnheit Einkaufenden zu beachten, welche eventuell ihre Gewohnheiten beibehalten, unabhängig von einer Umgehungsstraße. Ein positives Feedback für den Standort Mömlingen stellt die Antwortmöglichkeit „Gut kombinierbar mit umliegenden Geschäften“ dar. Von 93 beantworteten Bögen bejahten 31 Personen diese Möglichkeit. Die Auswahl an Geschäften bietet diesen Kunden somit ein breites Angebot und ein attraktives Einkaufssortiment.

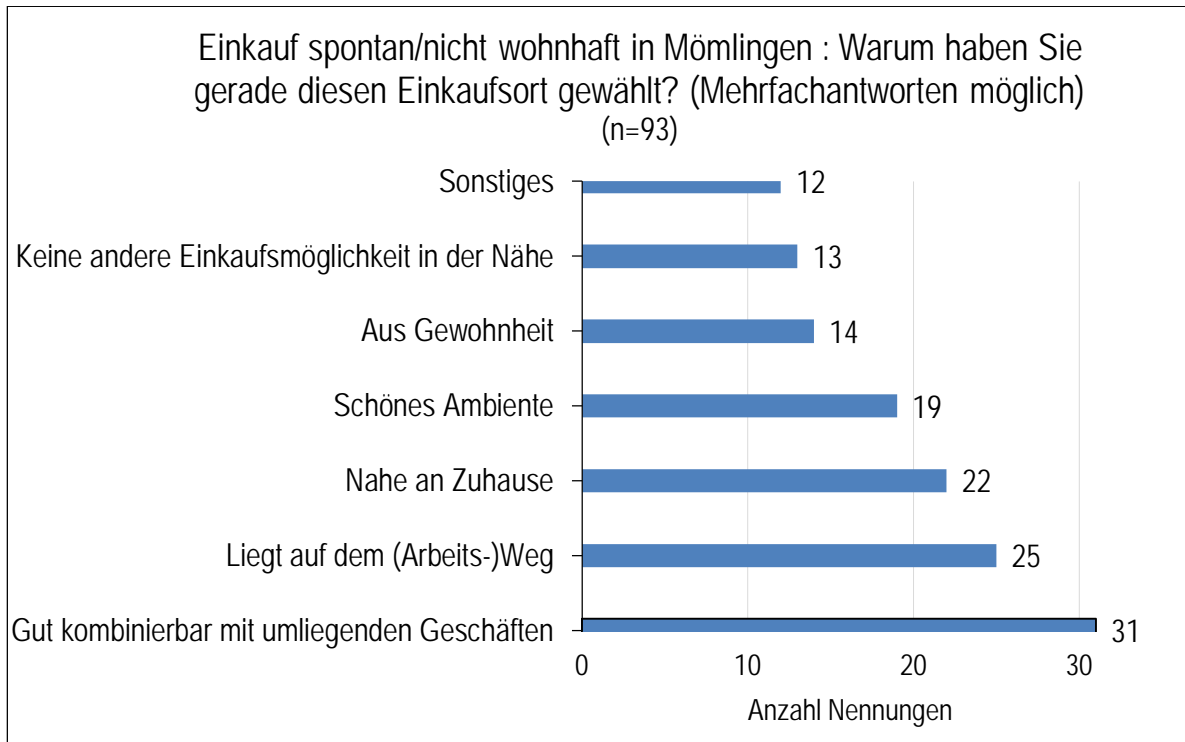


Abbildung 15: Motive für Wahl des Einkaufsortes (Spontan und nicht wohnhaft in Mömlingen) (Eigene Erhebung)

In Bezug auf diese Auswertung ist interessant, welche Produkte/Sparten die Spontankäufe darstellen. Allgemeine Konsumgüter wie Kraftstoff für Kfz, Tabakwaren und sonstige Lebensmittel binden Kunden nicht unbedingt an den Standort Mömlingen und kämen daher in Betracht, bei einer Umgehungsstraße nicht zwingend hier eingekauft zu werden. Ebenfalls interessant für den Einzelhändler *Gärtnerei Löwer* ist die relativ hohe Anzahl an spontanen Gartenartikelkäufen, welche bei einem eventuellen Umgehungsstraßenbau wegfallen könnte. Dieses Resultat spiegelt sich in den Aussagen von Geschäftsführer Andreas Löwer im persönlichen Gespräch wider, der Umsatzeinbußen erwartet. Ähnlich verhält es sich mit der Shell Tankstelle und den Aussagen deren Betreibers Hermann Wolf.

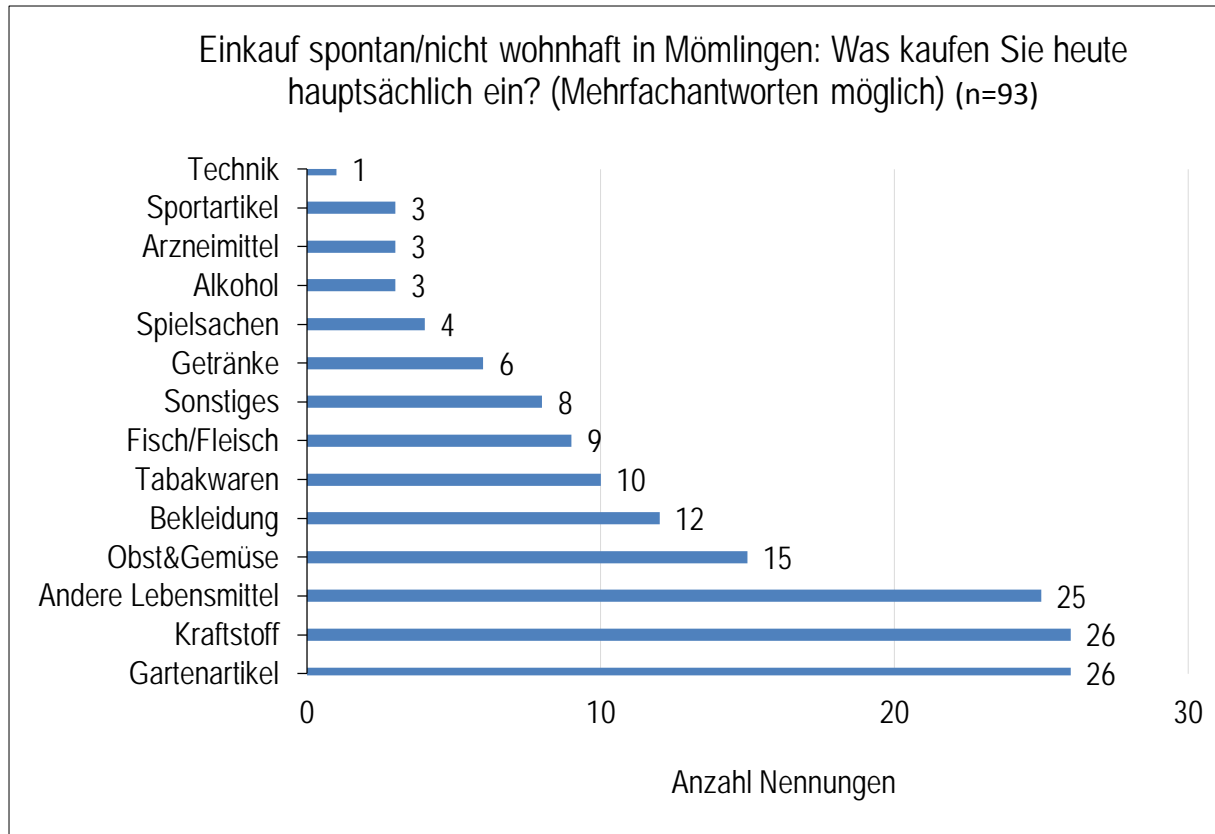


Abbildung 16: Verteilung der Warengruppen bei Spontaneinkäufen (Nicht wohnhaft in Mömlingen) (Eigene Erhebung)

Im darauffolgenden Fragenblock wurden die Quell- und Zielorte der Konsumenten für den getätigten Einkauf erhoben. Durch die erhobenen Postleitzahlen konnte festgestellt werden, in welcher Ortschaft die Konsumenten ihre Fahrt begonnen haben und wohin sie ihre Fahrt nach dem getätigten Einkauf fortsetzen werden. Somit kann eine Einteilung der Konsumenten in die *drei* Verkehrskategorien (vgl. Kap. 2.2, Abbildung 1) vorgenommen werden.

Hinsichtlich des Zielverkehrs, für den Mömlingen das Ziel darstellt, konnte erhoben werden, dass 26,7% der zu dieser Frage beantworteten Bögenangaben, Mömlingen als Haupteinkaufsstätte für den täglichen Bedarf zu nutzen. Wie aus Abbildung 1 ersichtlich nimmt der Zielverkehr in der vorliegenden Erhebung 50% der ausgewerteten Fragebögen ein. Diese nicht unerhebliche Zahl spricht dem Zielverkehr somit einen großen Anteil zu. Dass diese Frage einen großen Stellenwert bezüglich der Auswertung, als auch in der Wahrnehmung der Befragten einnimmt, zeigt der sehr geringe Prozentsatz von „Keine Angabe“ bzgl. dieser Frage.

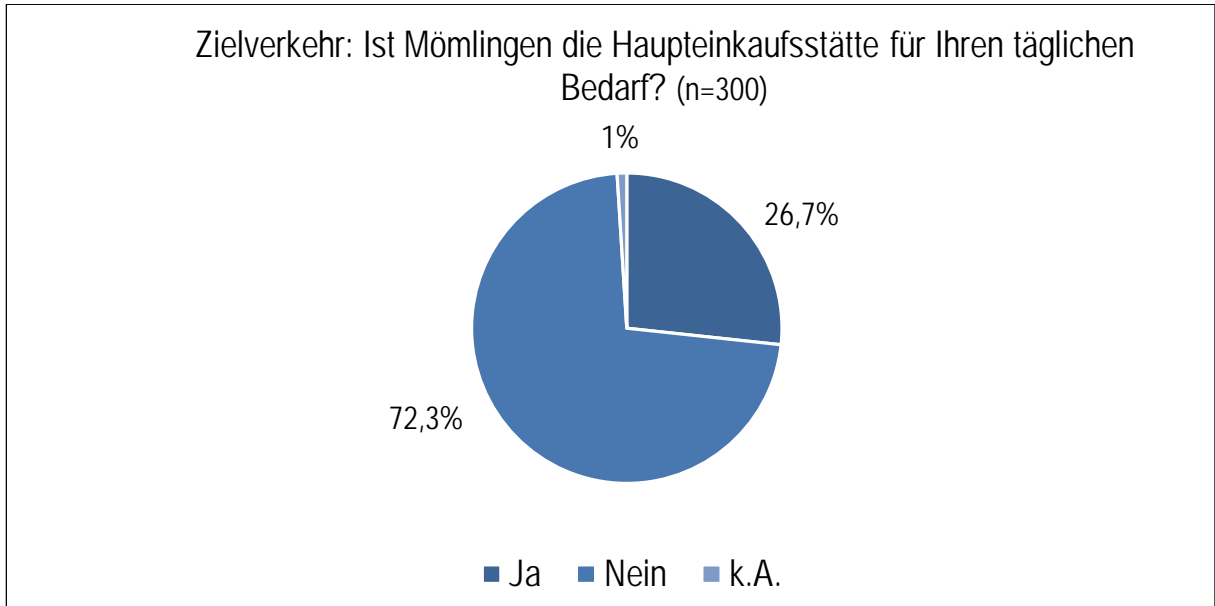


Abbildung 17: Anteil Haupteinkaufsstätte für täglichen Bedarf (Zielverkehr) (Eigene Erhebung)

Einhergehend wurden die Konsumenten gefragt, ob sie im Falle des Baus der Umgehungsstraße trotzdem noch in Mömlingen einkaufen werden. 92% der 300 ausgewerteten Bögen gaben an dies weiterhin zu tun. Um die erste Frage zu konkretisieren und weiterzuführen folgte ergänzend die Frage, ob der Einkauf in Mömlingen geplant oder spontan war. Geplant war der Einkauf bei 215 der 299 beantworteten Bögen, entsprechend spontan bei 84. Von den 26,7% (80 Personen von 300) die Mömlingen als Haupteinkaufsstätte für den täglichen Bedarf nutzen, wurde die Auswertung aufgeteilt. Haupteinkaufsstätte und ein geplanter Einkauf wurden von 29,8% bejaht. Bei einem spontanen Einkauf liegt der Prozentsatz mit 17,9% etwas niedriger.

Wie aus der ersten Frage zu erwarten war, verneint der Großteil des Zielverkehrs die Frage. Bei einem geplanten Einkauf beläuft es sich auf 68,8% und bei spontanen Einkäufen sogar auf 82,1%.

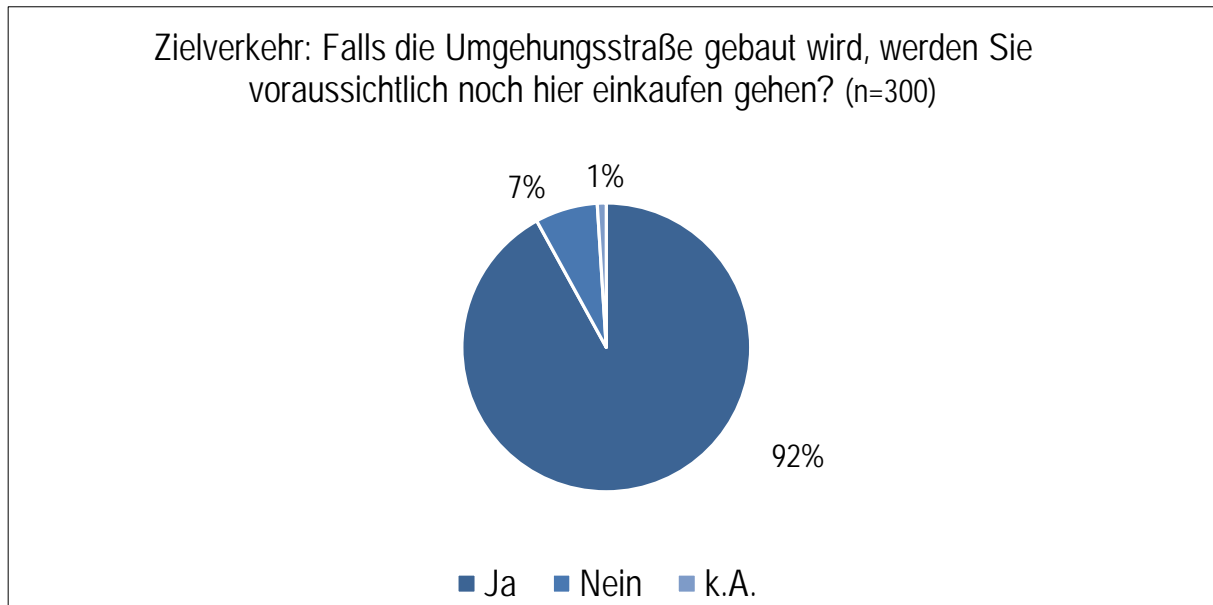


Abbildung 18: Einkauf weiterhin falls Ortsumgehung gebaut wird (Zielverkehr) (Eigene Erhebung)

Erklären lässt sich dieses Ergebnis insofern, dass Konsumenten, die diesen Standort als Haupteinkaufsstätte nutzen, ihren Einkauf eher planen als diejenigen, die sich spontan zu einem Einkauf entscheiden. Dass die letzte kombinierte Frage auch bei Bejahung der Haupteinkaufsstätte trotzdem mit einem spontanen Einkauf beantwortet wird, lässt sich zum Teil darauf zurückführen, dass z.B. in Mömlingen Beschäftigte sich spontan dazu entscheiden, wann sie ihren Einkauf tätigen. Nicht abzusehen ist hingegen, ob tatsächlich der größte Teil der Kunden auch weiterhin in Mömlingen einkaufen werden, da die Erledigungen des tägliche Bedarfs nur von ca. einem Viertel der Befragten tatsächlich in Mömlingen getätigt werden.

Bei der allgemeinen Befragung des Zielverkehrs, die Frage nach der Haupteinkaufsstätte ausgeschlossen, gaben von den 300 Personen 71,7% an, dass sie ihren Einkauf geplant hatten. Dieses Resultat stärkt wiederum auch die Aussagen über sogenannte „Dauerkunden“ oder „Stammkunden“.



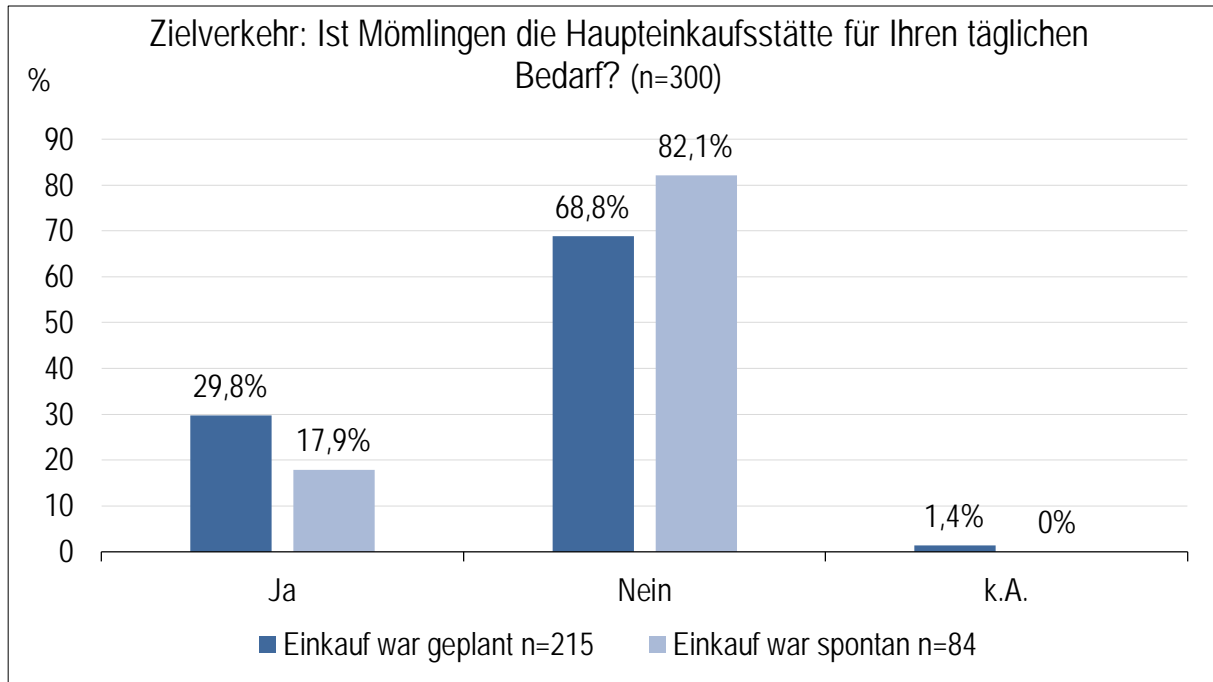


Abbildung 19: Haupteinkaufsstätte für täglichen Bedarf (Zielverkehr) (Eigene Erhebung)

Dem Quellverkehr ist ein etwas kleinerer Einfluss zuzuweisen. Mit einem Stichprobenumfang von 28 ist die Zahl um ein Vielfaches geringer als es beim Zielverkehr der Fall ist. Bei der Frage nach der Durchfahung von Mömlingen gab über die Hälfte (57,7%) an, dass sie Mömlingen täglich durchfahren. Erklären lässt sich diese Erkenntnis aufgrund der Tatsache, dass der Quellverkehr seinen Startpunkt in Mömlingen hat. Somit ist auch zu vermuten, dass die Befragten in Mömlingen ansässig sind. Verstärkt wird diese Vermutung dahingehend, dass 100% angaben, auch bei einem Bau der geplanten Umgehungsstraße noch in Mömlingen einkaufen zu gehen. 46,2% gaben zudem an, Mömlingen sei die Haupteinkaufsstätte für ihren täglichen Bedarf. 42,3% hingegen verneinten dies. Es ist anzunehmen, dass diese ihre Haupteinkaufsstätte in der Nähe ihres Arbeitsplatzes bzw. ihres Zielpunktes/-ortes haben.

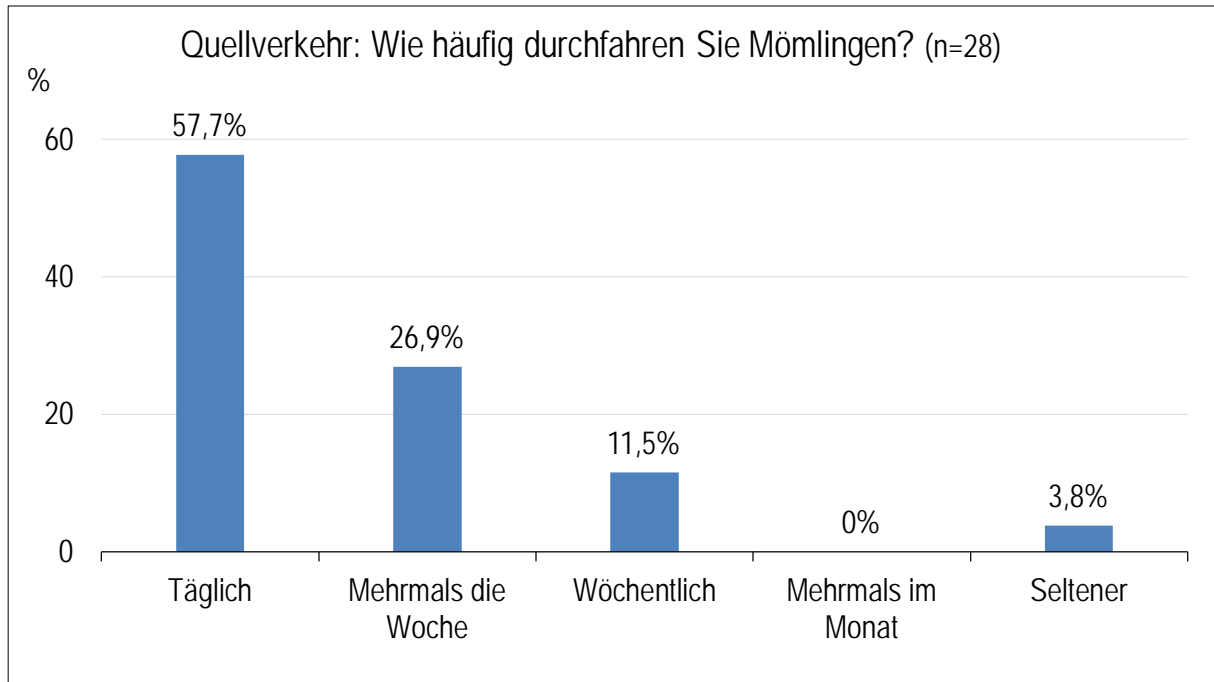


Abbildung 20: Häufigkeit der Durchfahrt durch Mömlingen (Quellverkehr) (Eigene Erhebung)

### 5.1.2. Räumliches Profil der Konsumenten / Markt- und Einzugsgebiet

Nachdem die Eigenschaften sowie subjektive Einschätzungen der Konsumenten über die geplante Ortsumgebung im vorangegangenen Kapitel analysiert wurden, beleuchtet dieses Kapitel das räumliche Profil der Konsumenten die in Mömlingen einkaufen. In der abgebildeten Karte sind die zwölf am häufigsten genannten Wohnorte ausgezeichnet. Von insgesamt 642 Befragten, gaben 321 Befragte an in Mömlingen wohnhaft zu sein. 62 der befragten Konsumenten gaben einen abweichenden Wohnort an, der jedoch aufgrund einer niedrigen Anzahl von Nennungen nicht in der Karte eingezeichnet ist. 14 weitere Befragte machten keine Angabe über ihren Wohnsitz. Der Karte ist zu entnehmen, dass Mömlingen ein sehr weites Kundeneinzugsgebiet aufweist. 318 Personen antworteten unter Frage 12, dass sie Mömlingen als Haupteinkaufsstätte ihres täglichen Bedarfs nutzen. Werden bei dieser Frage alle in Mömlingen lebenden Personen exkludiert, liegt die absolute Zahl der Befragten, die Mömlingen als ihre Haupteinkaufsstätte sehen und nicht in Mömlingen wohnen, bei 62 von 308 befragten Personen (20%). Besonders stark ist der Einzug von Konsumenten aus Breuberg, die mit 63% aller Befragten Nicht-Mömlinger ausmachten und Mömlingen als ihre Haupteinkaufsstätte nutzen.

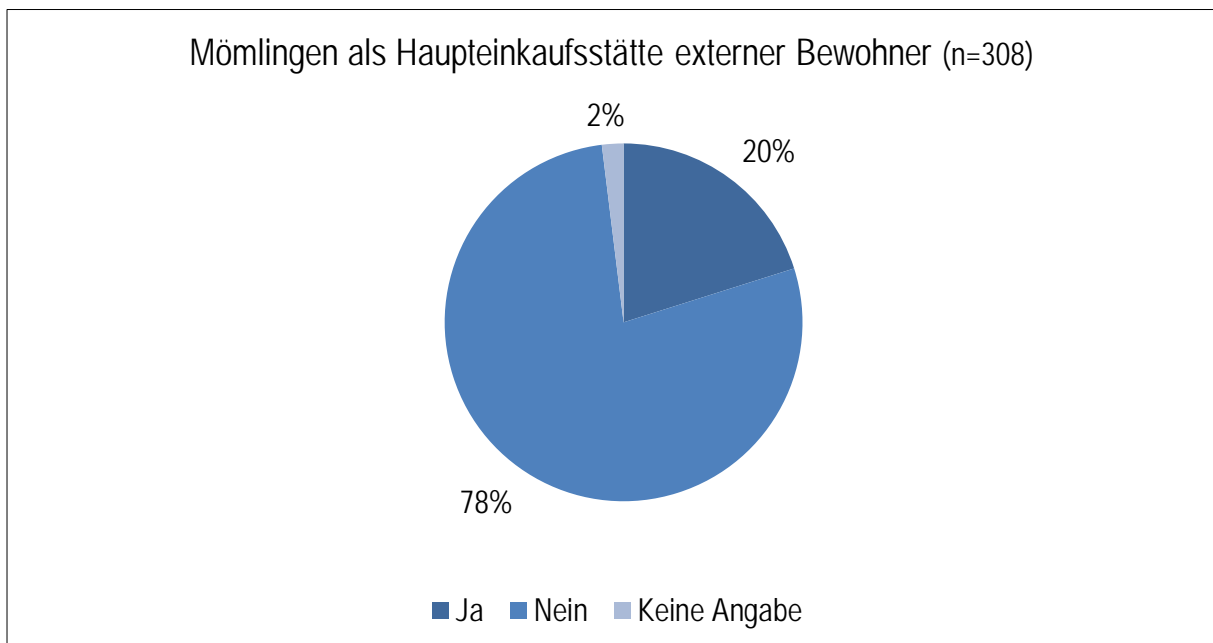
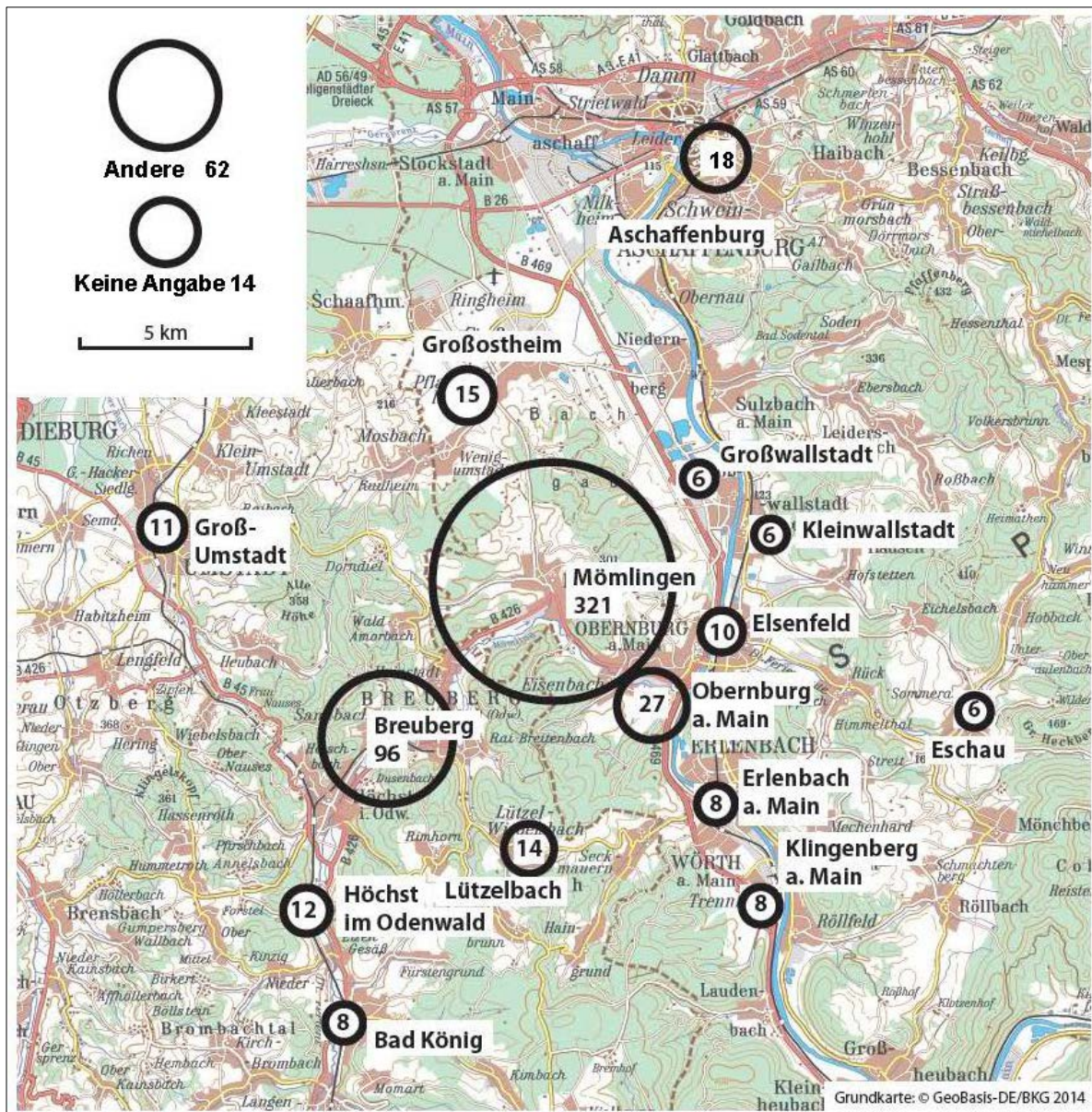


Abbildung 21: Mömlingen als Haupteinkaufsstätte (Eigene Erhebung)



Karte 10: Wohnorte der befragten Kunden (Eigene Darstellung auf Basis GeoBasis 2014)

### 5.1.3. Regionale Angebotssituation / Besondere regionale Bedeutung des Einzelhandels in Mömlingen

Durch die räumliche Lage und die Verkehrsstruktur konkurriert Mömlingen vor allem mit den benachbarten Gewerbegebieten Eisenbach, „Aue“ und Großostheim. Diese Orte befinden sich im direkten Einzugsgebiet von Mömlingen. Aufgrund dessen wird die Angebotssituation in den jeweiligen Orten analysiert. Das Gewerbegebiet Eisenbach befindet sich westlich von Mömlingen und gehört dem Oberbürger Ortsteil Eisenbach an. Es befinden sich dort einige der namhaften Discounter, wie *Rewe*, *Lidl*, *Aldi* und *Netto* auf einer konzentrierten Fläche. Ebenso ist eine Filiale der Sonderpostenmarktkette *Thomas Philips* ansässig, welche ein breit gefächertes Produktsortiment bietet und vermutlich auch Kunden aus größerer Entfernung generieren kann. Dennoch ist die Angebotssituation in Eisenbach überwiegend auf die Nahversorgung ausgelegt. Es fehlen Märkte mit Alleinstellungsmerkmal, was an der stärkeren Wettbewerbssituation der Nachbargemeinden liegt.

Das Gewerbegebiet „Aue“ liegt nördlich von Mömlingen. Es siedelt sich am Ortsausgang von Höchst (im Odenwald) und dem kleinen Ort Dusenbach an. Man findet hier einen *Rewe*, einen *Aldi* und einen *Lidl*. Zusätzlich ist noch eine Filiale des *Dänischen Bettenlagers* ansässig sowie eine Filiale des Discounters *Tedi*, welcher Sonderposten vertreibt. Deswegen lässt sich auch bezüglich des Gewerbegebiets „Aue“ sagen, dass es überwiegend der Nahversorgung gilt.

Zehn Kilometer östlich von Mömlingen befindet sich das Gewerbegebiet Großostheim. Zu den traditionellen Discountern, wie *Lidl*, *Aldi* und *Netto*, gesellen sich hier die Drogeriemarktkette *DM* und ein *Edeka* Supermarkt, sowie ein *Edeka* Getränkemarkt. Darüber hinaus findet man hier ein Fachgeschäft für Heimtierbedarf und drei Bekleidungsfachgeschäfte. Diese Angebotsvielfalt und Konzentration stellt im Gegensatz zu den beiden anderen Standorten eine größere Anziehungskraft dar. Das folgende Diagramm zeigt wie oft die weiteren Einkaufsmöglichkeiten in der Mömlinger Umgebung von den Befragten genutzt werden.

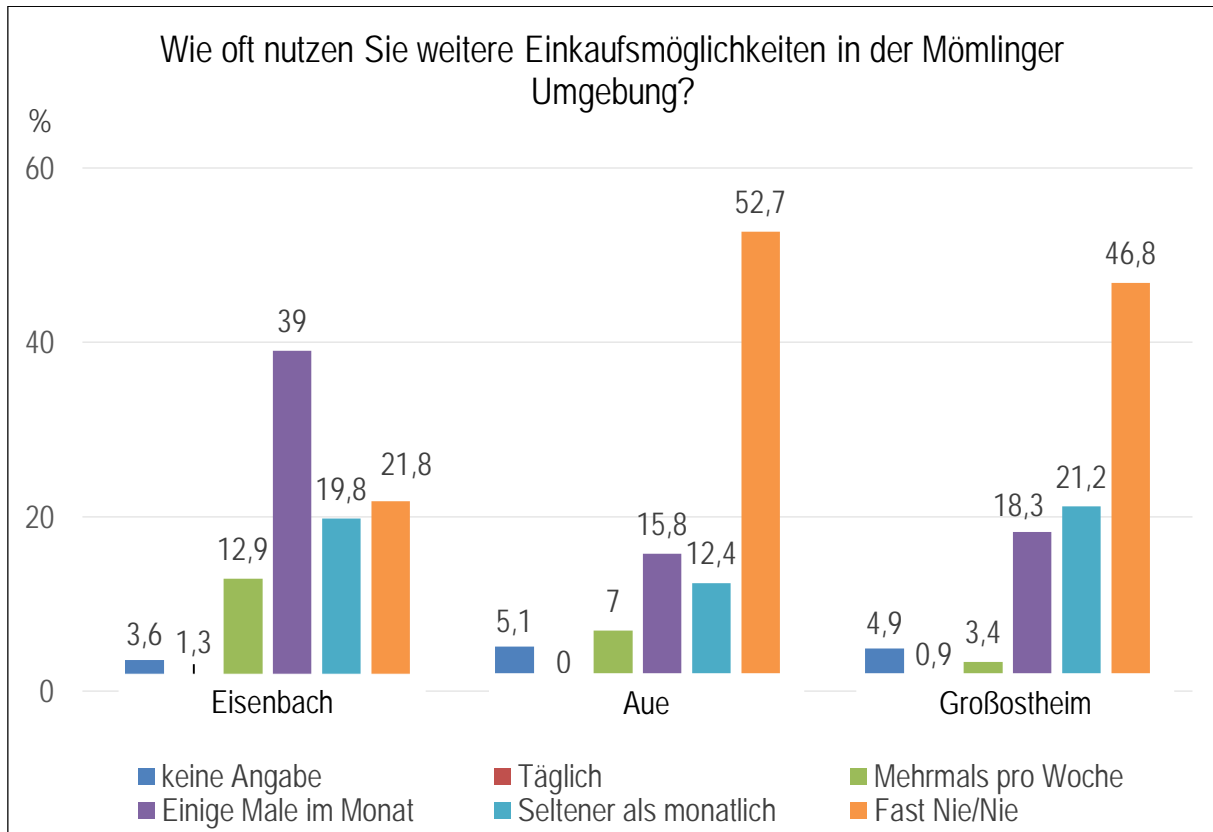


Abbildung 22: Nutzungsverhalten weiterer Einkaufsmöglichkeiten in der Umgebung (Eigene Erhebung)

Die Angebotssituation in Mömlingen selbst legt, wie im oberen Verlauf bereits beschrieben, das Hauptaugenmerk ebenso auf die Nahversorgung. Es befinden sich hier mit *Netto* und *Norma* ebenfalls zwei Discounter. Im Ortskern nahe dem Rathaus finden sich neben einer Anzahl an kleineren Betrieben und Dienstleister, Bäcker, Metzger und auch eine Apotheke.

Das *Gartencenter Löwer* und der *Adler Modemarkt* präsentieren gleich zwei Magnetbetriebe, welche Kunden aus größerer Entfernung generieren können. Die nächsten Filialen dieser Firmen sind jeweils circa 20 Kilometer entfernt. Dies bewirkt, dass Kunden für einen Einkauf in einem dieser Magnetbetriebe das Gewerbegebiet in Mömlingen aufsuchen. Ein Aufenthalt bzw. ein Einkauf in besagten Betrieben, bietet Potential, dass der umliegende Einzelhandel von dieser Konsumentengruppe ebenfalls frequentiert werden kann. Allgemein ist festzuhalten, dass Mömlingen in der näheren Umgebung einen leistungsfähigen und relativ großen Angebotsstandort darstellt.

## 5.2. Qualitative Auswertung der Experteninterviews

Im Rahmen des Befragungsbogens, der an alle Mömlinger Gewerbetreibende geschickt wurde, wurde gleichzeitig die Erklärungsbereitschaft zu einem Interview erfragt. Acht Gewerbetreibende antworteten positiv auf diese Frage. Fünf erklärten ihre eventuelle Bereitschaft, wovon jedoch nur drei Kontaktmög-

lichkeiten vermerkten. Die acht Gewerbetreibenden welche ihre Bereitschaft eindeutig signalisiert hatten, wurden entsprechend angeschrieben. Insgesamt wurden letztendlich drei Telefoninterviews sowie vier Face-to-face-Interviews geführt. Die persönlichen Gespräche fanden allesamt am 13.05.2017 statt. Um die Gespräche privat und vertraulich halten zu können, wurden diese in den Geschäftsräumen der jeweiligen Betriebe geführt. Die Interviewpartner waren Andreas Löwer, Geschäftsführer der Gärtnerei Löwer in Mömlingen, Marcus Klüh, Geschäftsführer des Getränkemarktes *Hohm*, Rolf Werner Schindler, Geschäftsführer des Reisebüros *Schindler* sowie mit Hermann Wolf, dem Inhaber der *Shell* Tankstelle und der dazu gehörigen Kfz-Werkstatt geführt. Zu Beginn der Interviews fand eine kurze Einleitung statt, in welcher sich die anwesenden entsprechend vorstellten und die Thematik sowie die Vorgehensweise der Untersuchung des Gutachtens noch einmal erklärten. Seitens der Universität Würzburg waren Sina Hardaker sowie zwei weitere Bearbeiter des Projektes anwesend. Währenddessen wurde auch das Einverständnis der Interviewpartner für eine digitale Audioaufzeichnung eingeholt. Dieser stimmten alle zu. Durch die Aufzeichnung konnten die Interviews flüssiger und ohne Ablenkung geführt werden. Die Dauer der Interviews lag zwischen 30 und etwa 45 Minuten. Die Telefoninterviews, geführt mit der Geschäftsführerin der Sprechtruhe, des Textilunternehmens Klotz-reine Männersache sowie dem Geschäftsführer des Intersport Marktes wurden ebenfalls im Mai und Juni 2017 durchgeführt. Auf eine Audioaufzeichnung wurde verzichtet, da während des Gesprächs direkt Notizen vermerkt wurden. Die Dauer der Gespräche variierte zwischen 20 und 45 Minuten.

[REDACTED]



[Redacted content]



[Redacted text block]

### 5.3. Auswertung der Befragung der Gewerbebetreibenden

Im Rahmen der Erhebung, die im April 2017 stattfand, wurden alle erfassten Einzelhandelsbetriebe angeschrieben. Von insgesamt 106 ausgesandten Fragebogen waren acht Fragebögen unzustellbar und 32 Fragebögen wurden vollständig bearbeitet an die Projektgruppe zurückgesandt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 33,65%. Jeder Gewerbebetreibende in Mömlingen wurde via Postanschreiben dazu aufgefordert an der Befragung teilzunehmen, dabei wurde nicht nur der Einzelhandel im eigentlichen Sinne berücksichtigt, sondern auch Betriebe wie Tankstelle *Shell*, Bäcker/Metzger sowie die Apotheke. Alle Daten wurden anonymisiert aufgenommen und entsprechend in der Auswertung ohne Nennungen von betrieblichen Namen verwertet.

Die Befragung der Gewerbebetreibenden bezog sich auf folgende Aspekte:

- Betrieb und Betriebsorganisation
- Standortbewertung des Betriebs
- Bewertung Mömlingen als Einzelhandelsstandort und sein Entwicklungspotenzial
- Fragen in Bezug auf die geplante Umgehungsstraße

### 5.3.1. Betriebsorganisation und Standortbewertung des Betriebs

Der erste Teilbereich des Fragebogens diente vor allem zur grundlegenden Informationsgewinnung bezüglich der befragten Betriebe. 18 der befragten Gewerbetreibenden zählen sich zum Dienstleistungssektor. Vier sahen sich vorrangig in der Gastronomie angesiedelt und 13 gaben an, Einzelhändler zu sein (Mehrfachnennung möglich). Aus der Befragung geht hervor, dass vorwiegend Einzelbetriebe in Mömlingen angesiedelt sind. 81,3% der befragten Betriebe sind Einzelbetriebe, daneben wurden mit 18,7% Filialunternehmen genannt, von diesen haben zwei Unternehmen ihre Hauptniederlassung in Mömlingen. Die größte Gesamtfläche der befragten Gewerbe liegt bei 20.000 m<sup>2</sup>, die niedrigste angegebene Fläche bei 12 m<sup>2</sup>. Die Mietverhältnisse der Geschäfte gliedert sich wie folgt: 37,5% stehen in einem Mietverhältnis, 40,6% sind Alleineigentümer ihres Betriebs und die restlichen 21,9% sind in einer Eigentümergemeinschaft oder haben ihr Geschäft gepachtet. Lediglich einer der 32 Befragten gab keine Auskunft über das Mietverhältnis an. Bei acht Betrieben gab es in der Vergangenheit eine Standortverlagerung, wobei von den 31 fünf Geschäfte keine Angabe machten.

Die befragten Betriebe beschäftigen insgesamt 228 Angestellte, inkl. des/der Geschäftsinhabers/Inhaberin; davon arbeiten 97 Angestellte in Vollzeit und 131 Angestellte in Teilzeit. Es arbeiten 50 der Teilzeitkräfte in einem geringfügigen Beschäftigungsverhältnis. Von den 31 befragten Gewerbebetreibenden sind sechs Betriebe Ausbildungsbetriebe, in denen insgesamt sieben Angestellte momentan eine berufliche Ausbildung absolvieren. Abbildung 23 gibt die prozentuale Verteilung wider.

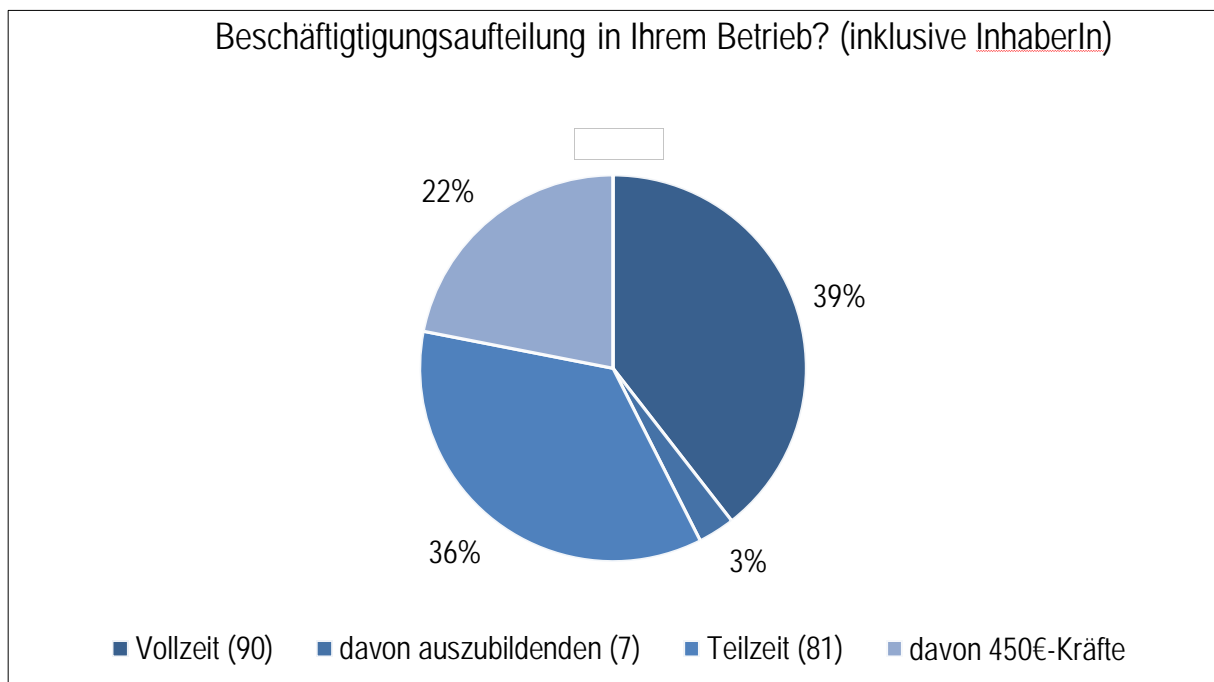


Abbildung 23: Beschäftigungsaufteilung der befragten Gewerbetreibenden (Eigene Erhebung)

### 5.3.2. Bewertung Mömlingen als Einzelhandelsstandort

Der nächste Fragenblock dient dazu, die Einstellung der befragten Gewerbebetreibenden hinsichtlich Mömlingen als Einzelhandelsstandort festzuhalten. Die befragten Gewerbebetreiber schätzen Mömlingen als einen sehr attraktiven Einzelhandelsstandort ein. Es gab eine große Steigerung der Betriebsgründungen in Mömlingen ab 1980, wobei sich der Großteil der Betriebe zwischen 1990 und 2000 gründete und sich seitdem der Einzelhandel in Mömlingen fortwährend weiterentwickelt. Bei der Auswertung der Fragebögen wird dennoch deutlich, dass Sortimente im Einzelhandel laut der Gewerbebetreibenden fehlen: Rund 41% der 32 Befragten äußerten beispielsweise den Wunsch, einen Baumarkt in das Einzelhandelsangebot zu integrieren. Abbildung 29 gibt weitere Nennungen wider. Neben den Baustoffen wird ein Drogeriemarkt auf Seiten der befragten Gewerbe gewünscht.

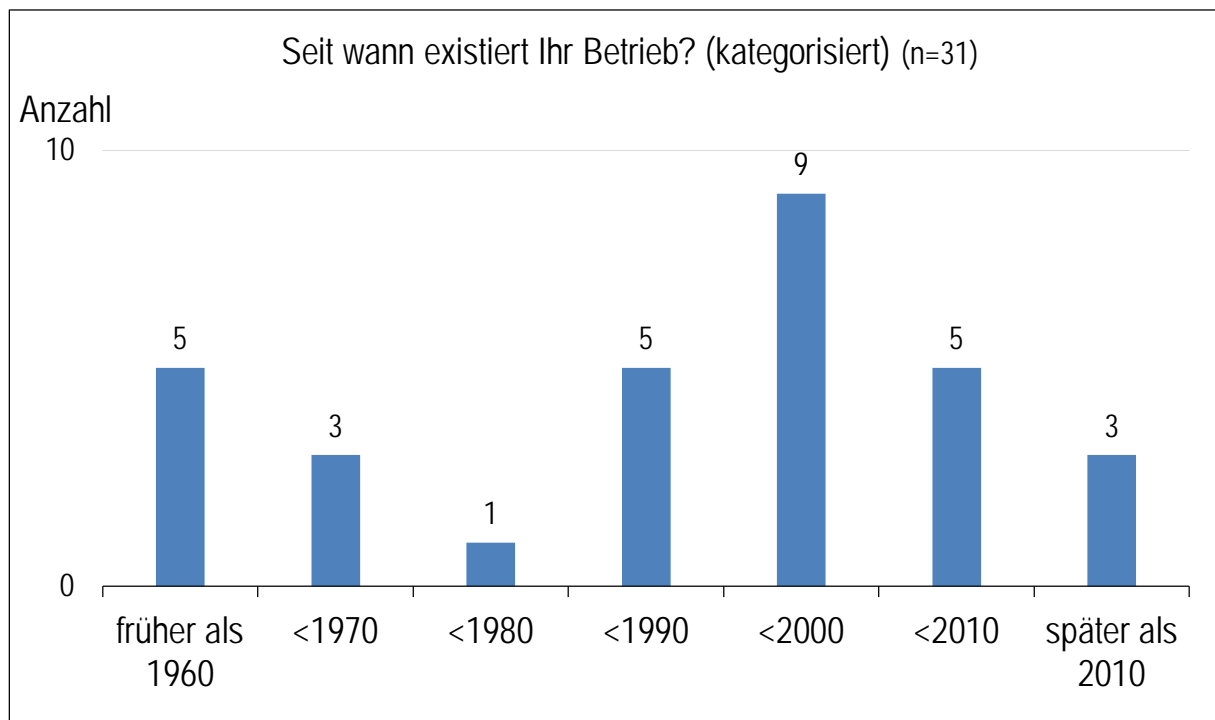


Abbildung 24: Existenzdauer der Betriebe (Eigene Erhebung)

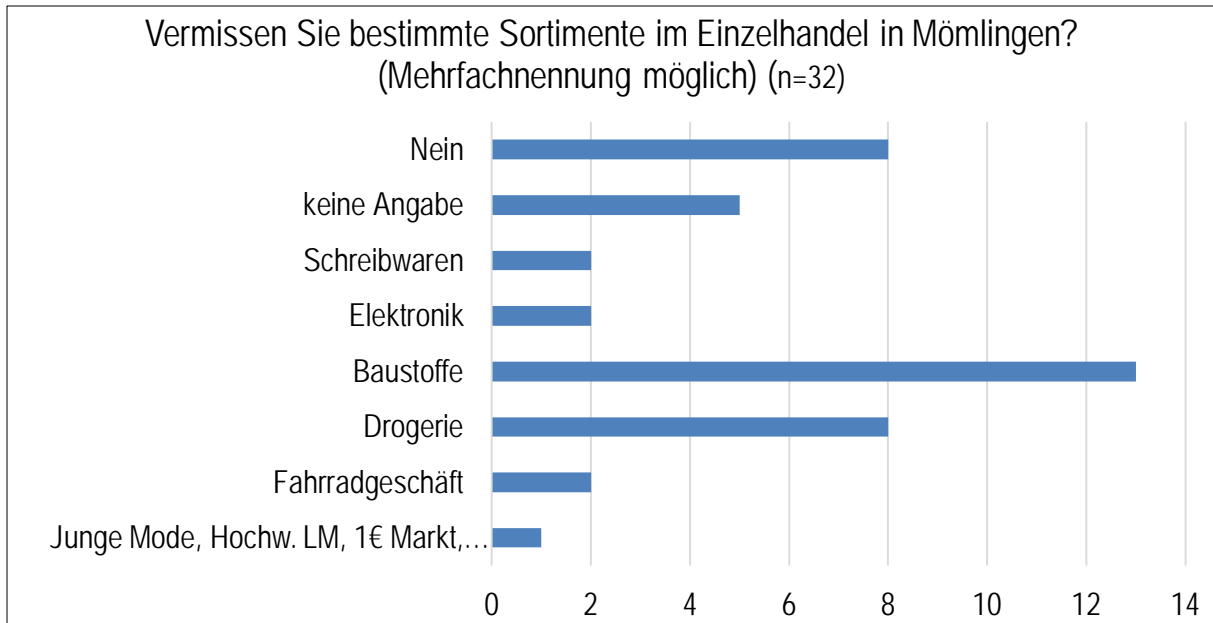


Abbildung 25: Vorschläge zur Vergrößerung des Einzelhandelsangebot (Eigene Erhebung)

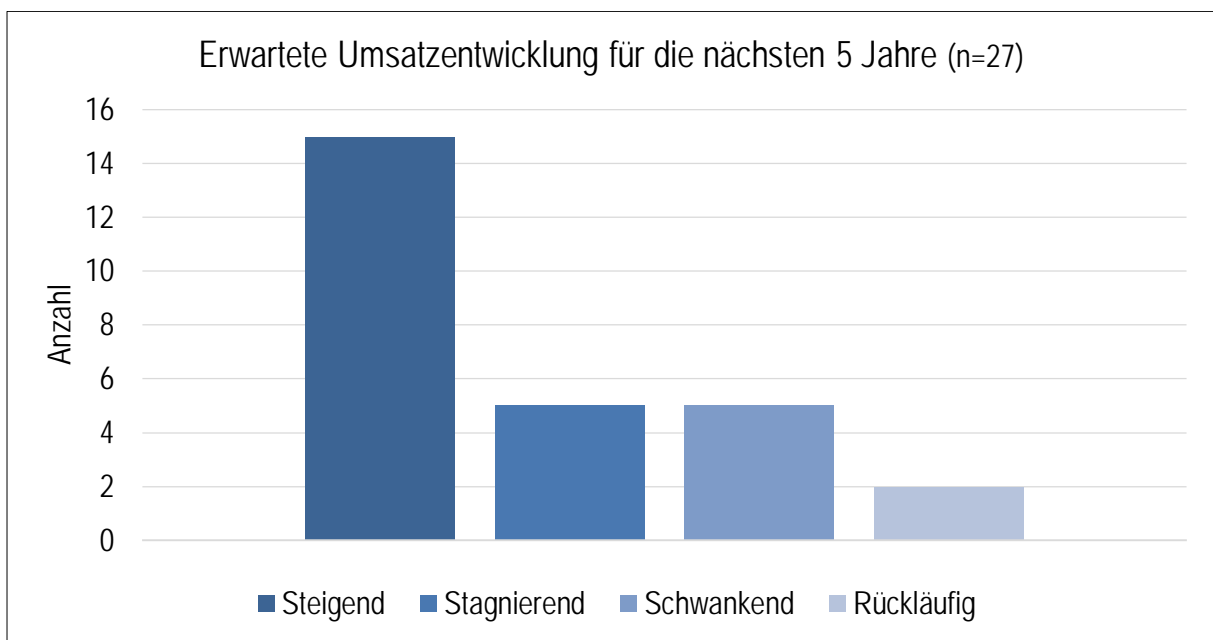


Abbildung 26: Erwartete Umsatzentwicklung in den nächsten fünf Jahren (Eigene Erhebung)

47% der Befragten erwarten eine Umsatzsteigerung in den nächsten fünf Jahren ohne den Bau einer Umgehungsstraße. Zwei der befragten Gewerbe gehen von einem Umsatzrückgang aus (siehe Abbildung 30). Laut der befragten Einzelhändler sehen 12 von 32 keine Umsatzsteigerung durch die öffentlichen Veranstaltungen, die jährlich in Mömlingen stattfinden.

Auf die Frage hin, eine Schätzung zur Umsatzentwicklung mit Hinblick einer Umgehungsstraße abzugeben, ergab sich für die drei verschiedenen Optionen der Umgehungsstraße folgendes Resultat:

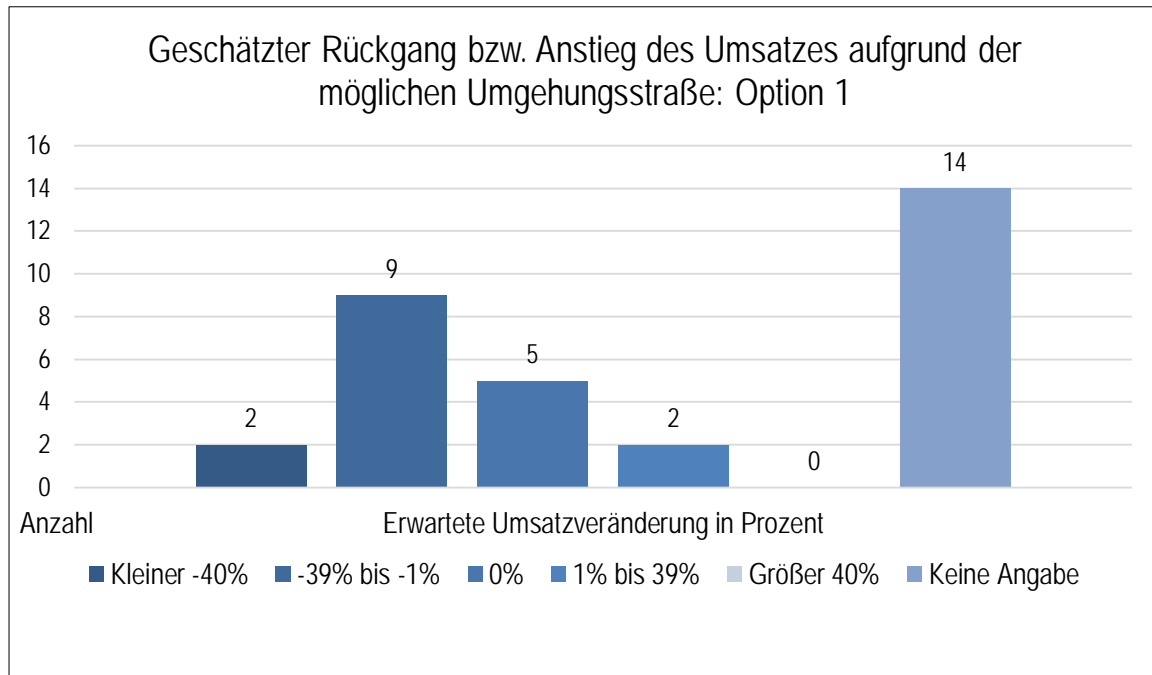


Abbildung 27: Geschätzte Umsatzentwicklung für Option 1 (Eigene Erhebung)

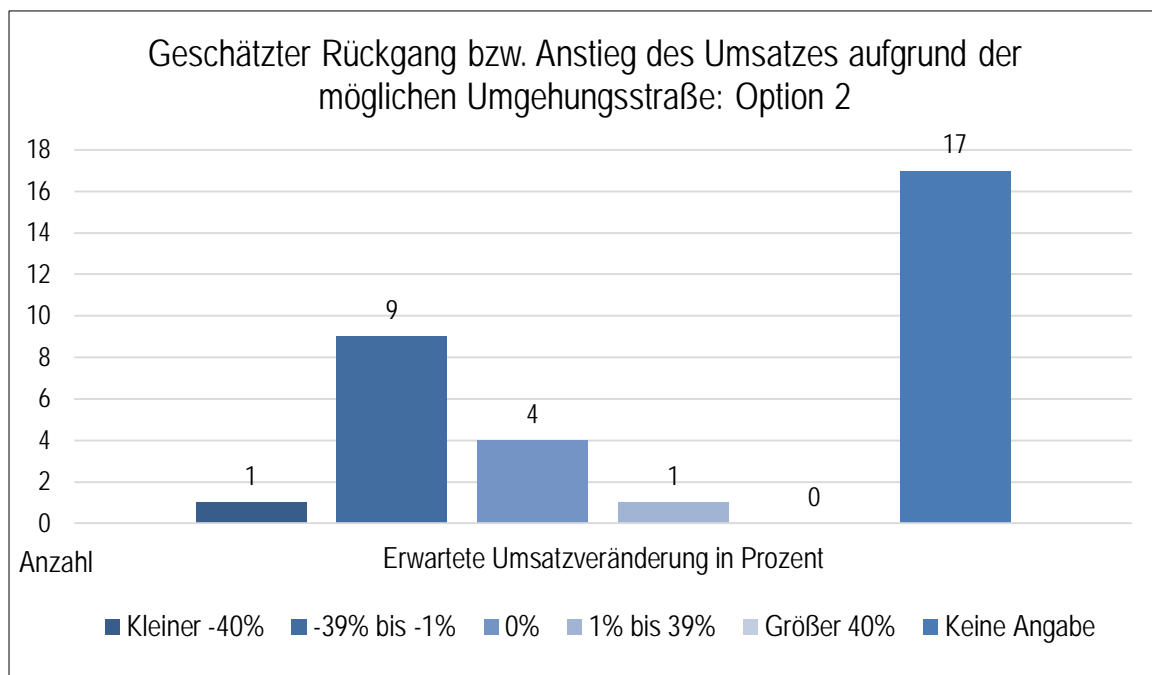


Abbildung 28: Geschätzte Umsatzentwicklung für Option 2 (Eigene Erhebung)

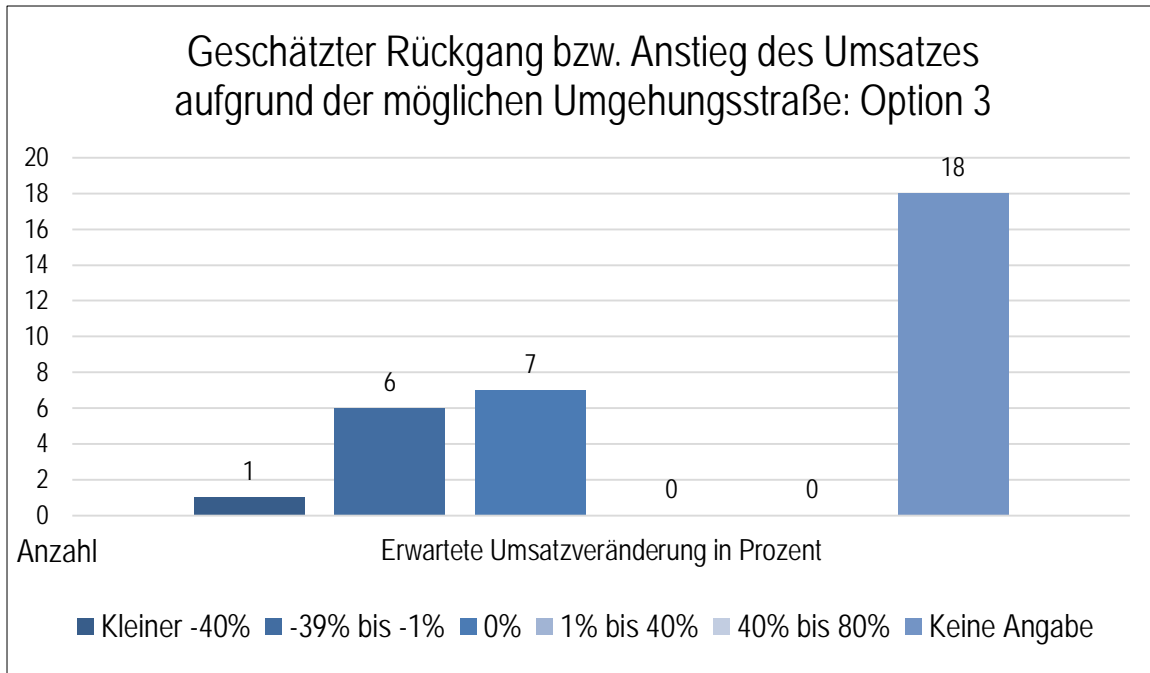


Abbildung 29: Geschätzte Umsatzentwicklung für Option 3 (Eigene Erhebung)

### 5.3.3. Bewertung der geplanten Umgehungsstraße

Der letzte Themenblock diente dazu die Einstellung und Einschätzung der Gewerbebetreibenden in Hinblick auf die Umgehungsstraße und ihre möglichen Auswirkungen auf den Einzelhandel abzufragen. 91 % der befragten Gewerbebetreibenden hörten bereits von der geplanten Umgehungsstraße.

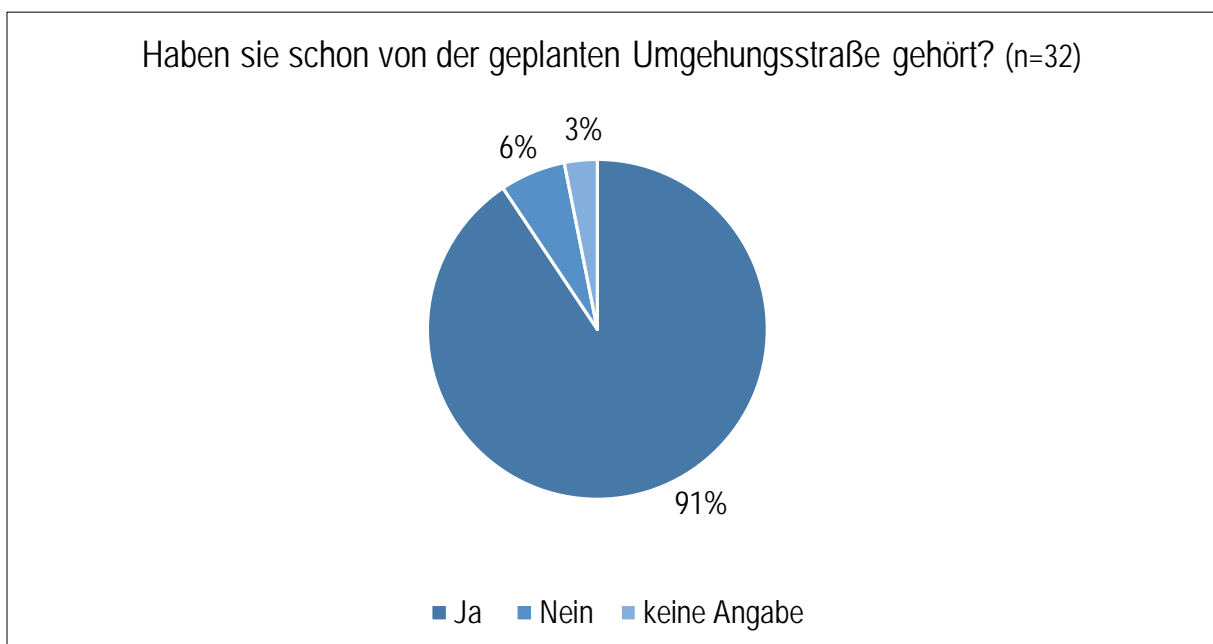


Abbildung 30: Von der Umgehungsstraße gehört (Eigene Erhebung)

Im Vergleich zu der Konsumentenbefragung, bei welcher etwas mehr als die Hälfte von der Umgehungsstraße bereits gehört hatten (vgl. Abb. 12), liegt hier der Prozentsatz deutlich höher. Die Frage, ob und welche der drei Optionen der Umgehungsstraße laut der befragten Gewerbebetreibenden gebaut werden soll, ergab folgende Dispersion:

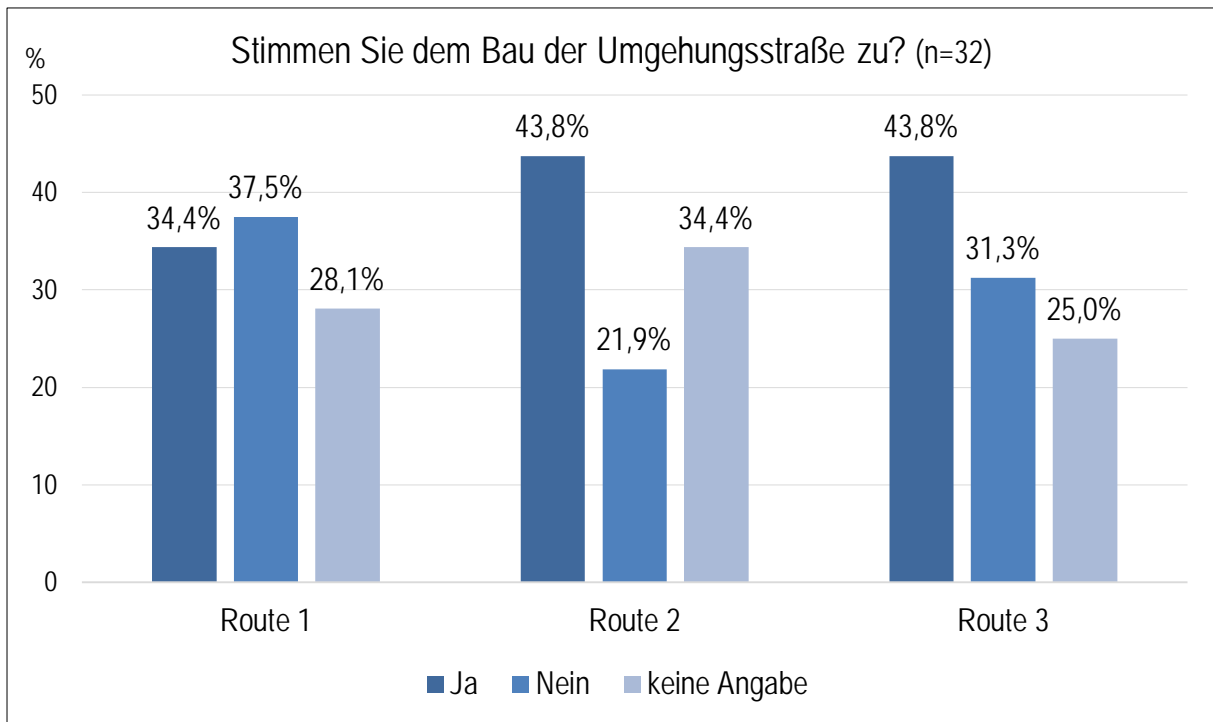


Abbildung 31: Abstimmungsbild der drei Optionen der Umgehungsstraße (Eigene Erhebung)

Den Optionen 2 und 3 wurde von den befragten Betrieben mit jeweils 43,8% am ehesten zugestimmt, wobei Variante 2 mit 21,9% Bewertungen gegen diese Route weniger verneinende Nennungen hat als Route 3 mit 31,25%. Auffällig erscheint, dass jede Option mit mindestens 25% „ohne Angabe“ bewertet wird. Aus der Befragung der 32 Gewerbebetreibenden in Mömlingen geht hervor, dass die Option 2 am positivsten bewertet wurde und die Option 1, die Route, die den gesamten Ortskern umfahren soll, die meisten negativ und die wenigsten positiven Angaben erhalten hat.



Der mögliche Bau einer Umgehungsstraße in Mömlingen wird sich positiv auf meinen Betrieb auswirken. (n=32)

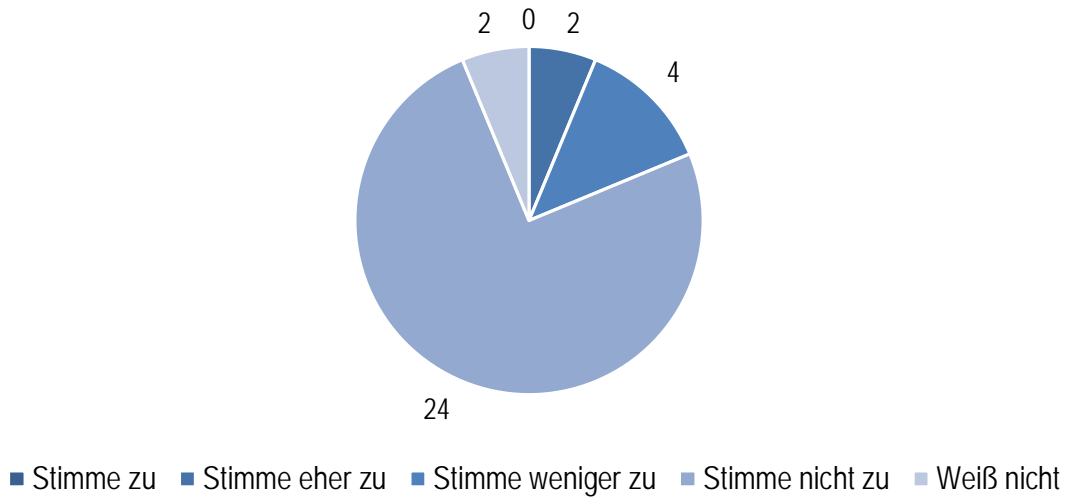


Abbildung 32: Einschätzung der Auswirkungen auf den eigenen Betrieb (Eigene Erhebung)

Mit 75% sind die meisten befragten Einzelhändler der Meinung, dass sich der geplante Bau der Umgehungsstraße weniger positiv auf ihren Betrieb auswirken wird. Zwei Betriebe geben an, dass der Bau keinen positiven Einfluss auf das eigene Geschäft haben wird. In der abschließenden Frage wurden die Einzelhändler gebeten, eine Einschätzung über die Einzelhandelsauswirkungen im Falle einer Umgehungsstraße abzugeben sowie mögliche Gründe für diese Entwicklung zu nennen:

Einschätzungen über die Auswirkungen auf den Mömlinger Einzelhandel (n=32)

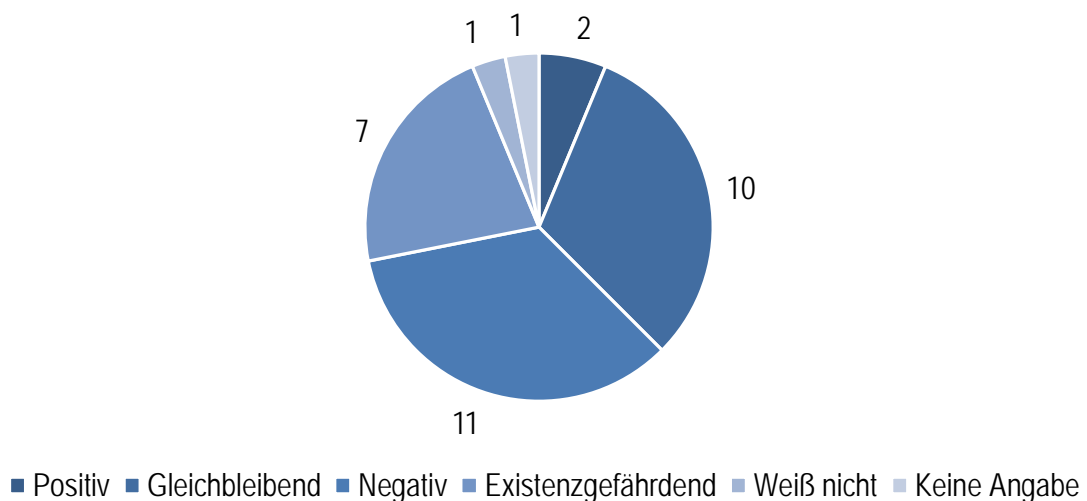


Abbildung 33: Einschätzung der Auswirkung auf den Einzelhandel in Mömlingen (Eigene Erhebung)

Das Diagramm zeigt eine deutliche negative Bewertung bezüglich der Auswirkungen auf den Einzelhandel im Falle des Baus einer Umgehungsstraße. 18 von 32 (56,25%) sehen die Umgehung als schädlich für den Einzelhandel an. Elf der Befragten sind der Meinung, dass sich die Umgehungsstraße negativ, nicht nur auf ihren Betrieb, sondern auch auf den Einzelhandel in der Gemeinde auswirken wird. Sieben weitere schätzen die Umgehung existenzgefährdend für den Einzelhandel ein. Folgende Begründung wurde in diesem Zusammenhang genannt:

Negative Auswirkungen:

- Durch die Umgehung wird der Einzelhandel und die Gastronomie in Mömlingen nicht mehr wahrgenommen.
- Fehlender Durchgangsverkehr als Ursache für Umsatzrückgang.
- Besucher/Laufkundschaft wird weniger.

Existenzgefährdende Auswirkungen:

- Durch die Umgehungsstraße wird Mömlingen uninteressant für (Neu-)Kunden.
- Auswertige Bewohner werden keinen Umweg fahren.
- Spontankundschaft wird wegfallen.

#### **5.4. Auswirkungen der geplanten Ortsumgehung auf den Einzelhandel**

Nach der Auswertung der Einzelhändler- und Konsumentenbefragung sowie der Einzelhändlerinterviews ergibt sich ein sehr differenziertes Bild hinsichtlich der Einschätzungen und Meinungen bezüglich den Auswirkungen der geplanten Ortsumgehung.

Während die Einzelhändler zu 91% bereits von der Umgehungsstraße gehört haben, sind es bei den befragten Konsumenten nur etwas mehr als die Hälfte. Der Kenntnisstand ist entsprechend sehr unterschiedlich. Die möglichen Auswirkung für Mömlingen gesamt sehen die meisten Konsumenten eher positiv, 45% stimmten dieser Aussage zu und über die Hälfte sehen keine negativen Auswirkungen. Das spiegelt sich auch in den Antworten bezüglich der Frage wider, ob der Bau der Umgehungsstraße umgesetzt werden sollte: die Hälfte stimmen dem voll zu und lediglich knappe 11% stimmen dagegen. Eine entsprechende Ablehnung gegen das Bauvorhaben könnte im Zusammenhang mit der Motivation stehen, warum Mömlingen als Einkaufsort gewählt wurde. Ein Viertel der spontanen Käufer gaben dabei an, dass sie in Mömlingen einkauften weil es „auf dem Weg“ lag. Bei dieser Gruppe besteht das größte Risiko des Wegbleibens im Falle einer Umgehungsstraße. Doch diese potenzielle Gruppe wird dadurch verkleinert, dass die Frage, ob man im Falle der neuen Umgehungsstraße weiterhin in Mömlingen einkaufen wird (für den Zielverkehr), von 92% mit „Ja“ beantwortet wurde.

## 6. Abschließende Bewertung und Handlungsempfehlung

Das Ziel der Untersuchung, basierend auf den Kartierungen, der Konsumentenbefragung sowie der Einzelhändlerbefragung und Einzelhändlerinterviews, ist es, die möglichen Auswirkungen einer Ortsumgehung auf den innerörtlichen Einzelhandel in Mömlingen zu ermitteln. Aus der geographischen Lage des Ortskerns restriktive der Hauptstraße/Bachstraße lässt sich feststellen, dass die Auswirkungen gegenüber den Betrieben, die direkt an der B426 liegen, laut der Befragung der Konsumenten deutlich geringer ausfallen bzw. der Bau einer Umgehungsstraße als weitestgehend positiv gewertet wird. Dies spiegelt sich auch in den Befragungen mit den betroffenen Betrieben wider, die große Diskrepanzen gegenüber der Meinung zu einer Ortsumgehung aufzeigen. Auffällig ist hier, dass die Gewerbetreibenden in der Bachstraße/Hauptstraße sich weniger von der Umgehungsstraße betroffen einschätzen und einem Bau der Umgehung weniger negativ gegenüberstehen. Der Bau der Umgehungsstraße soll als verkehrliche Entlastung zwischen den Ortseinfahrten Richtung Obernburg im Osten und Höchst i.Odw. im Westen dienen. Der Verkehr Richtung Norden und somit der ansässige Einzelhandel wird vermutlich nicht weiter betroffen sein. Einzelhändler in der Obernburger Straße und Bahnhofsstraße stehen dem Bau dagegen sehr skeptisch gegenüber. Die Befragungen zeigen, dass die Umsatzerwartungen für die nächsten fünf Jahre ohne Umgehungsstraße laut eigener Schätzung der Betriebe höher liegen, während dagegen der Bau der Ortsumgehungsstraße sinkende Tendenzen im Umsatz seitens der Einzelhändler vermuten lässt.

Die Meinungen über die drei möglichen Varianten der Umgehungsstraße weisen auf Seiten der Gewerbetreibenden Differenzierungen auf. Variante 1, die Mömlingen am weiträumigsten umfahren würde, findet auf Seiten der Gewerbebetreibenden die größte Ablehnung. Hier werden die höchsten Umsatzeinbußen geschätzt. Zu Variante 2 ergab sich die größte Zustimmung und gleichzeitig die geringste Ablehnung über einen möglichen Bau. Bezüglich Variante 3 führten manche Betriebe große Bedenken in der Umsetzung auf und lehnten diese Option deutlicher ab als Variante 2. Im Zusammenhang mit der eigenen Einschätzung der Umsatzentwicklung wird bei Variante 2 mit einer ähnlich hohen Quote an Umsatzeinbußen gerechnet, wie bei Variante 1. Variante 3 lässt vergleichbar mildere Schätzungen in der Umsatzentwicklung zu, als bei den anderen beiden Varianten.

Die Mehrheit der Einzelhändler sieht einen großen Kundenkreis in Spontankäufern und somit dem Risiko ausgesetzt diesen Kundenkreis durch den Bau einer Umgehungsstraße zu verlieren. Während es auf Basis der erhobenen Daten unwahrscheinlich erscheint, dass in Mömlingen wohnhafte Kunden die ortansässigen Einzelhändler nicht mehr besuchen, so ist es gerade die Gruppe der ortsfremden Spontankäufer, die durch den Bau einer Umgehungsstraße zu einem Umdenken im Konsumverhalten und der Wahl des Einkaufsortes bewegt werden könnten. Die Konsumenten, die die Fahrt für ihren Einkauf

unterbrochen haben und nicht aus Mömlingen stammen, sind für die Auswirkungen einer Umgehungsstraße von entsprechendem Interesse. Betrachtet man die Verteilung der Warengruppen bei Spontaneinkäufen, gekoppelt mit jenen Konsumenten, die nicht in Mömlingen wohnhaft sind, so erhielten Kraftstoff und Gartenartikel die häufigsten Nennungen (26); Dies spricht dafür, dass diese Konsumenten im Rahmen einer Umgehungsstraße wegfallen könnten. Insgesamt geben jedoch 601 Personen von 641 an, trotz Umgehungsstraße den Mömlinger Einzelhandel zu nutzen. Genannte Beweggründe sind vorwiegend: „liegt auf dem Arbeitsweg“, „häusliche Nähe“, „aus Gewohnheit“ und „gute Kombinierbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten“. Und auch nur den Zielverkehr betrachtend geben 92% der entsprechend Befragten an, trotz Umgehungsstraße noch in Mömlingen ihre Einkäufe zu tätigen. Hier ist folglich anzunehmen, dass lediglich Konsumenten, die nicht aus Mömlingen stammen und spontan ihren Einkauf tätigen sowie angeben, dass sie den Einkaufsort aufgrund des (Arbeits-)Weges gewählt haben, entfallen könnten. Bei der allgemeinen Befragung des Zielverkehrs, die Frage nach der Haupteinkaufsstätte ausgeschlossen, gaben von den 300 Personen 71,7% an, dass sie ihren Einkauf geplant hatten. Dieses Resultat stärkt wiederum auch die Aussagen über sogenannte „Dauerkunden“ oder „Stammkunden“. Die Auswertung der Daten ergibt, dass auf Seiten der Konsumenten grundsätzlich eine hohe Bereitschaft besteht, trotz einer Umgehungsstraße den Einzelhandel in Mömlingen auch zukünftig weiterhin zu nutzen und die Gemeinde trotz „längeren“ Weges zu durchfahren. Die gute Kombinierbarkeit des örtlichen Einzelhandels könnte den Konsumenten auch im Falle einer Umgehungsstraße an die Gemeinde binden. Auf Basis der erhobenen Stichprobe ist der Bau der Umgehungsstraße dahinführend aus mehrheitlicher Sicht der Konsumenten ein positiver Eingriff für die Gemeinde Mömlingen. Die Befürchtungen der Gewerbebetreibenden, zukünftige Umsatzeinbußen aufgrund der Umgehungsstraße zu verzeichnen, kann auf Basis der erhobenen Stichprobe der potentiellen Kunden nicht widerlegt werden. Jedoch scheinen Einschätzungen von Umsatzrückgängen von 30 % im Rahmen der Untersuchung als nicht realistisch und zu hoch eingeschätzt. Zudem konnte durch die Befragung der Gewerbebetreibenden auch keine hohe Ablehnung in Hinblick auf den Bau der Umgehungsstraße festgestellt werden. Lediglich Variante 1 generierte eine höhere Ablehnung. Bei den anderen zwei Varianten lag die Zustimmung zur Umsetzung jeweils höher als die Ablehnung. Die Rücklaufquote von 33,65% der Gewerbebefragten spiegelt keine hohe Brisanz oder Dringlichkeit der Standpunktvertretung im Interessenkonflikt mit der Gemeinde wider.

Ein nicht unerheblicher Teil der befragten Konsumenten wurde erst durch die Befragung über die mögliche Umsetzung der Umgehungsstraße in Kenntnis gesetzt. Daher ist im Falle der Gemeinde zu raten, an einer Intensivierung der Kommunikation mit den Bewohnern bzw. Konsumenten zu arbeiten. Eine höhere Partizipation der Anwohner könnte mögliche Befürchtungen beseitigen und Fragen bezüglich

neuer Projekte der Gemeinde frühzeitig beseitigen. Gleiches betrifft ebenso die Gewerbebetreibenden, die stärker in Planungsprozesse mit eingebunden werden können, um Maßnahmen zu erarbeiten und Interessenkonflikte abzuwenden. Aus der Befragung der Gewerbebetreibenden geht zudem hervor, dass diese sich für eine Aufwertung und Belebung sowie Erweiterung des Ortskerns und Umlandes aussprechen. Aus Gutachtersicht werden die Anpassung der Öffnungszeiten sowie Maßnahmen der Aufsteller / Nasenschilder und Barrierefreiheit als Optimierungsmöglichkeiten festgestellt. Lediglich 15 von 57 Betrieben in Mömlingen sind barrierefrei gestaltet und weniger als die Hälfte aller befragten Gewerbebetreibenden nutzen Aufsteller, bzw. Nasenschilder. Weitere Bemühungen für die Erweiterung des Einzelhandelsangebots in Mömlingen sollten sich insbesondere auf einen Drogerie- und Baumarkt konzentrieren.

## Quellenverzeichnis

BAYERNPORTAL (2017): URL: <https://www.freistaat.bayern/dokumente/behoerde/94441450645> (letztes Abrufdatum: 06.06.2017)

BAYRISCHES LANDESAMT FÜR STATISTIK (Hrsg.) (2015): *Gemeinde Mömlingen 09676140: Eine Auswahl wichtiger statistischer Daten*. URL: <https://www.statistik.bayern.de/statistikkommunal/09676140.pdf> (letztes Abrufdatum 09.07.2017)

BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR UND DIGITALE INFRASTRUKTUR (Hrsg.) (2016): Bundesverkehrswegeplan 2030, *Gesamtprojekt B426 OU Mömlingen* URL: <http://www.bvwp-projekte.de/strasse/B426-G010-BY/B426-G010-BY.html> (letztes Abrufdatum: 29.05.2017)

FÜSSER, K. (1997): *Stadt, Straße und Verkehr. Ein Einstieg in die Verkehrsplanung*. Braunschweig

IHK BAYERN (2017): URL: <http://standortportal.bayern.de/BayStandorte/Unterfranken/Miltenberg/Moemlingen.html>. (letztes Abrufdatum: 06.06.2017)

FREUDENAU H., REUTTER, U. (2007): *Sicherung von Nahversorgung und Nahmobilität: Zusammenhänge zwischen Lebensmittelversorgung und Mobilitätsverhalten*. Dortmund.

KULKE, E. (2010): *Wirtschaftsgeographie Deutschlands*. 2. Auflage. Heidelberg.

STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2011): Zensus 2011. URL: [https://www.destatis.de/DE/Methoden/Zensus\\_/Zensus.html](https://www.destatis.de/DE/Methoden/Zensus_/Zensus.html)

## Anhang

Anhang 1 Kartierungsbogen .....	II
Anhang 2: Konsumentenbefragungsbogen (Beispielhaft für vier Varianten) .....	III
Anhang 3: Einzelhändlerbefragungsbogen .....	V
Anhang 4: Anschreiben Einzelhändler (Beispielhaft).....	IX

Anhang 1 Kartierungsbogen

Bearbeiter: _____			Institut für Geographie und Geologie Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie
<b>Name des Geschäfts:</b> _____		<b>Straße:</b> _____	
<b>Nr.:</b> _____		<input type="checkbox"/> Gastronomie <input type="checkbox"/> Einzelhandel <input type="checkbox"/> Leerstand <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____	
<b>Betriebsform:</b> <input type="checkbox"/> Inhabergeführt <input type="checkbox"/> Filialbetrieb <input type="checkbox"/> Franchise			
<b>Geschosse:</b> <input type="checkbox"/> Erdgeschoss <input type="checkbox"/> 1. Obergeschoss <input type="checkbox"/> 2. Obergeschoss <input type="checkbox"/> Keller			
<b>Barrierefrei:</b> <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein    Falls Nein, Hilfsmittel (mobile Rampe) vorhanden? <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein			
<b>Lage:</b> <input type="checkbox"/> Hauptgeschäftsstraße <input type="checkbox"/> Nebengeschäftsstraße			
<b>Aufsteller/Auslagen:</b> <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein		<b>Nasenschilder:</b> <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<b>Eigene Parkplätze:</b> <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein			
<b>Entfernung zur nächsten Parkmöglichkeit:</b> <input type="checkbox"/> < 50m <input type="checkbox"/> 50-100m <input type="checkbox"/> 100-200m <input type="checkbox"/> > 200m			
<b>Entfernung zur nächsten ÖPNV-Haltestelle:</b> <input type="checkbox"/> < 50m <input type="checkbox"/> 50-100m <input type="checkbox"/> 100-200m <input type="checkbox"/> > 200m			
<b>Abstellfläche für Fahrräder:</b> <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> überdacht <input type="checkbox"/> _____			
<b>Öffnungszeiten:</b> Montag: _____    Mittwoch: _____    Freitag: _____			
Dienstag: _____    Donnerstag: _____    Samstag: _____    Sonntag: _____			
Öffnungszeiten von außen ersichtlich: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein			
<b>Branche:</b>		<b>Sortiment:</b>	
<input type="checkbox"/> Bäcker <input type="checkbox"/> Metzger		<b>Bedarfsintensität:</b>	
<input type="checkbox"/> Supermarkt <input type="checkbox"/> Bekleidung		<input type="checkbox"/> kurzfristig <input type="checkbox"/> mittelfristig <input type="checkbox"/> langfristig	
<input type="checkbox"/> Post <input type="checkbox"/> Apotheke		<b>Preisniveau:</b>	
<input type="checkbox"/> Arzt <input type="checkbox"/> Bank		<input type="checkbox"/> niedrig <input type="checkbox"/> durchschnittlich <input type="checkbox"/> gehoben	
<input type="checkbox"/> Restaurant <input type="checkbox"/> Gärtnerei		<b>Auslagen:</b>	
<input type="checkbox"/> Schuhe / Lederwaren		<input type="checkbox"/> vorhanden <input type="checkbox"/> nicht vorhanden	
<input type="checkbox"/> Uhren / Schmuck		<b>Bewerbung to-go-Produkte:</b>	
<input type="checkbox"/> Bücher / Schreibwaren		<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<input type="checkbox"/> Optik / Hörgeräte		<b>Zielgruppe:</b>	
<input type="checkbox"/> Möbel / Einrichtungsbedarf		<input type="checkbox"/> Teenies <input type="checkbox"/> Erwachsene <input type="checkbox"/> Senioren	
<input type="checkbox"/> Elektronik <input type="checkbox"/> Spielwaren		<b>Verkaufsfläche insgesamt:</b>	
<input type="checkbox"/> Medizinischer Bedarf/ Sanitätsbedarf		_____ m <sup>2</sup>	
<input type="checkbox"/> Fahrräder und Zubehör		<b>Eingangsbreite:</b>	
<input type="checkbox"/> Bau- und Heimwerkbedarf		_____ m <sup>2</sup>	
<input type="checkbox"/> Haushaltswaren		<b>Länge der Schaufensterfront:</b>	
<input type="checkbox"/> Tankstelle		_____ m <sup>2</sup>	
<input type="checkbox"/> Frisör		<b>QR-Code (Schaufenster, etc.):</b> <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<input type="checkbox"/> anderes: _____		<b>Hinweis Homepage/Onlineauftritt:</b> <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
<b>Sonstige Bemerkungen:</b>			



Anhang 2: Konsumentenbefragungsbogen (Beispielhaft für vier Varianten)

Im Zuge der geplanten Ortsumgehungsstraße Mömlingen führt eine Projektgruppe der Julius-Maximilians-Universität Würzburg im Auftrag der Gemeinde Mömlingen eine Untersuchung bezüglich möglicher Auswirkungen der Umgehungsstraße auf den Einzelhandel in Mömlingen durch. Die Beantwortung der folgenden Fragen dauert ca. 5 Minuten. Ihre Daten werden selbstverständlich anonym und vertraulich behandelt sowie ausschließlich im Rahmen der Erhebung genutzt. Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

**Standort:**  Tankstelle  Parkplatz Netto  Parkplatz Löwer  Bäckerei Brotmacher  \_\_\_\_\_

**Tag:**  Montag  Dienstag  Mittwoch  Donnerstag  Freitag  Samstag

**Uhrzeit:** \_\_\_\_\_ Uhr

**1. Haben Sie schon von der geplanten Ortsumgehungsstraße in Mömlingen gehört?**

Ja  Nein

**2. Falls die Umgehungsstraße gebaut wird, werden Sie voraussichtlich zukünftig noch hier einkaufen gehen? (Siehe bitte Karte 1 – 3.)**

Ich komme trotzdem hier her einkaufen:  Ja  Nein

**Route 1:**  Ja  Nein **Route 2:**  Ja  Nein **Route 3:**  Ja  Nein

**3. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Der mögliche Bau einer Umgehungsstraße in Mömlingen...**

	Stimme zu	Stimme eher zu	Stimme weniger zu	Stimme nicht zu	Weiß nicht
... interessiert mich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... sollte umgesetzt werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... wird sich positiv auf Mömlingen auswirken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4. Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie hier?**

Auto  Fahrrad  Zu Fuß  Öffentliche Verkehrsmittel  Sonstiges: \_\_\_\_\_

**5. Woher kommen Sie gerade (Tätigkeit/Ort)? (Bitte möglichst genau angeben – PLZ oder Ortschaft.)**

Von Zuhause in \_\_\_\_\_  Von der Arbeit in \_\_\_\_\_

Sonstiges: \_\_\_\_\_ in \_\_\_\_\_  Keine Angabe

**6. Wohin werden Sie sich im Anschluss an Ihren Einkauf begeben (Tätigkeit/Ort)? (Bitte möglichst genau angeben – PLZ oder Ortschaft.)**

Nach Hause in \_\_\_\_\_  Zur Arbeit in \_\_\_\_\_

Sonstiges: \_\_\_\_\_ in \_\_\_\_\_  Keine Angabe

**7. Ist Ihr Einkauf geplant oder spontan?**

Geplant  Spontan

**8. Wie häufig durchfahren Sie Mömlingen?**

Täglich  Mehrmals die Woche  Wöchentlich  Mehrmals im Monat  Seltener

**9. Wie häufig gehen Sie hier einkaufen?**

Täglich  Mehrmals die Woche  Wöchentlich  Mehrmals im Monat  Seltener

**10. Was kaufen Sie heute hauptsächlich ein? (Mehrfachnennung möglich.)**

Obst & Gemüse  Fisch/Fleisch  Andere Lebensmittel  Alkohol  Tabak  Arzneimittel

Sportartikel  Bekleidung  Getränke  Spielsachen  Technik  Gartenartikel  \_\_\_\_\_

**11. Welchen Betrag geben Sie heute insgesamt in Mömlingen aus? (Bitte schätzen Sie, falls Ihr Einkauf für heute noch nicht beendet ist.)**

\_\_\_\_\_ €  Keine Angabe

**12. Warum haben Sie gerade diesen Einkaufsort gewählt? (Mehrfachnennung möglich.)**

- Nahe an Zuhause     Gut kombinierbar mit anderen umliegenden Geschäften     Schönes Ambiente  
 Aus Gewohnheit     Liegt auf dem Arbeitsweg     Keine andere Einkaufsmöglichkeit in der Nähe  
 Sonstiges: \_\_\_\_\_

**13. Ist Mömlingen die Haupteinkaufsstätte für Ihren täglichen Bedarf?**

- Ja     Nein

**14. Wie oft nutzen Sie weitere Einkaufsmöglichkeiten, bzw. Restaurants in Mömlingen?**

Heute	Geschäfte	Täg-lich	Mehrmals pro Woche	Einige Male im Monat	Seltener als monatlich	(Fast)Nie/Nie	Kenne ich nicht
<input type="checkbox"/>	Adler Moden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Bäckerei Der Brotmacher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Gärtnerei Löwer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Gasthaus Wolfsschänke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Getränkemarkt Hohm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Intersport Profimarkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Mömlingtal Apotheke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Metzgerei Schuck	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Metzgerei Seitz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Netto Markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Norma Markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Optik Michel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Rofu Kinderland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Restaurant Alt-Mümling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Restaurant Bistronomie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Restaurant Casa di Puglia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Restaurant Kalypso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Schildmann Mode	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Shell Tankstelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**15. Wie oft nutzen Sie weitere Einkaufsmöglichkeiten in der Mömlinger Umgebung?**

	Täg-lich	Mehrmals pro Woche	Einige Male im Monat	Seltener als monatlich	(Fast)Nie/Nie	Kenne ich nicht
Gewerbegebiet Eisenbach (u.a. Aldi, Lidl, Thomas Phillips)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewerbegebiet „Aue“ zwischen Höchst & Dusenbach (u.a. Aldi, Get fit, Lidl, Rewe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewerbegebiet Großostheim / Aschaffenburg-er Straße (u.a. Aldi, DM, Indigo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zum Abschluss bitten wir Sie um einige persönliche Angaben.

- 16. Geburtsjahr:** \_\_\_\_\_  Keine Angabe  
**17. Geschlecht:**  Männlich  Weiblich  Keine Angabe  
**18. PLZ des Wohnorts:** \_\_\_\_\_  Keine Angabe  
**19. Beschäftigung:**  Berufstätig  RentnerIn  SchülerIn/StudentIn  Hausfrau/-mann  Keine Angabe  
 Arbeitssuchend  Auszubildende/r

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme. Wir wünschen Ihnen einen schönen Tag!

Anhang 3: Einzelhändlerbefragungsbogen

**Fragebögen – Einzelhändler / Gewerbetreibende in Mömlingen**

Bearbeitungszeit: 10 – 15 Minuten

Ein paar allgemeine Fragen zu Ihrem Betrieb und zu Ihrem Standort

**1. Ihr Unternehmen gehört vorrangig welchem Bereich an?**

Einzelhandel    Gastronomie    Dienstleistung

**2. Wie sind die Eigentumsverhältnisse an Ihrem Geschäft?**

Alleineigentum    Eigentümergemeinschaft    Miete    Pacht    Sonstiges: \_\_\_\_\_

**3. Wie ist Ihr Betrieb organisiert?**

Einzelbetrieb    Filialunternehmen    Hauptniederlassung    Franchise    Sonstiges: \_\_\_\_\_

**4. Wie viele Quadratmeter hat Ihr Geschäft? (Angabe möglichst genau)**

Gesamtfläche: \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup> ; davon Verkaufsfläche: \_\_\_\_\_ m<sup>2</sup>       Keine Angabe

**5. Seit wann existiert Ihr Betrieb?**

\_\_\_\_\_ (Jahreszahl)       Keine Angabe

**6. Gab es eine Standortverlagerung für Ihr Geschäft?**

Ja, \_\_\_\_\_ (Jahreszahl/Zeitpunkt)       Nein       Keine Angabe

**7. Wie viele Beschäftigte hat Ihr Betrieb? (inklusive InhaberIn)**

Vollzeit: \_\_\_\_\_ , davon Auszubildende: \_\_\_\_\_ ; Teilzeit: \_\_\_\_\_ , davon 450€-Kräfte: \_\_\_\_\_

Keine Angabe

**8. Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht folgende Kriterien für eine Handelsimmobilie und wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Handelsimmobilie bezüglich dieser Kriterien? (Kreuzen Sie bitte jeweils nur ein Kästchen pro Skala an)**

<b>Größe der Verkaufsfläche</b>	unwichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sehr wichtig	<input type="checkbox"/> weiß nicht
	unzufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	zufrieden	<input type="checkbox"/> weiß nicht
<b>Länge der Schaufensterfront</b>	unwichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sehr wichtig	<input type="checkbox"/> weiß nicht
	unzufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	zufrieden	<input type="checkbox"/> weiß nicht
<b>Eingangssituation</b>	unwichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sehr wichtig	<input type="checkbox"/> weiß nicht
	unzufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	zufrieden	<input type="checkbox"/> weiß nicht
<b>Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes</b>	unwichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sehr wichtig	<input type="checkbox"/> weiß nicht
	unzufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	zufrieden	<input type="checkbox"/> weiß nicht
<b>Verfügbare Freiflächen (Erweiterungsmöglichkeiten)</b>	unwichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sehr wichtig	<input type="checkbox"/> weiß nicht
	unzufrieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	zufrieden	<input type="checkbox"/> weiß nicht

9. Wie bewerten Sie die Lage Ihres Geschäfts bezüglich folgender Kriterien? (Kreuzen Sie bitte jeweils nur ein Kästchen in der Skala an)

Passantenfrequenz	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht
Leerstand im Umfeld	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht
Sichtbarkeit des Geschäfts	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht
Branchenmix im Umfeld	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht

10. Wie bewerten Sie die Erreichbarkeit Ihres Geschäfts mit folgenden Verkehrsmitteln? (Kreuzen Sie bitte jeweils nur ein Kästchen in der Skala an)

ÖPNV-Erreichbarkeit	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht
Entfernung zur nächsten Parkmöglichkeiten	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht
Fußläufige Erreichbarkeit	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht
Erreichbarkeit mit dem PKW	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad	sehr schlecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> sehr gut	<input type="checkbox"/> weiß nicht

11. Haben Sie betriebseigene Kundenparkplätze?

Ja, Anzahl: \_\_\_\_\_ Parkplätze  Nein  Keine Angabe

12. Sind Sie Mitglied des Gewerbevereins Mömlingen?

Ja  Nein  Keine Angabe

Die nächsten Fragen beziehen sich auf Ihre Gemeinde.

13. Wie attraktiv schätzen Sie Mömlingen in Bezug auf den Einzelhandel ein? (Kreuzen Sie bitte jeweils nur ein Kästchen in der Skala an)

unattraktiv      sehr attraktiv  weiß nicht

14. Vermissen Sie bestimmte Sortimente im Einzelhandel in Mömlingen?

Ja, und zwar: \_\_\_\_\_  Nein  Weiß nicht

15. Wer sind Ihre wichtigsten Mitbewerber und wo befinden sich diese? (Mehrfachnennung möglich)

\_\_\_\_\_ (Firma/Betrieb/Unternehmen) in \_\_\_\_\_ (Ort)

\_\_\_\_\_ (Firma/Betrieb/Unternehmen) in \_\_\_\_\_ (Ort)

\_\_\_\_\_ (Firma/Betrieb/Unternehmen) in \_\_\_\_\_ (Ort)

\_\_\_\_\_ (Firma/Betrieb/Unternehmen) in \_\_\_\_\_ (Ort)

keine Konkurrenz  Weiß nicht  keine Angabe

**16. Wie groß ist die Konkurrenz für Ihr Geschäft innerhalb der Ortschaft?** (Kreuzen Sie bitte jeweils nur ein Kästchen in der Skala an)

Keine Konkurrenz            sehr große Konkurrenz

**17. Wie sehr profitiert Ihr Geschäft von örtlichen Veranstaltungen (z.B. Märkte, Kulturevents)?** (Kreuzen Sie bitte jeweils nur ein Kästchen in der Skala an)

kein Nutzen           sehr großer Nutzen

**18. Sollten Ihrer Meinung nach Maßnahmen zur Entwicklung des Einzelhandels durchgeführt werden?**

Ja, und zwar: \_\_\_\_\_  Nein  Weiß nicht

**19. Welche Trends werden Ihrer Meinung nach für den Einzelhandel in Mömlingen zukünftig immer bedeutsamer?**

Die folgenden Fragen befassen sich mit der weiteren Entwicklung Ihres Geschäfts (ohne Umgehungsstraße).

**20. Welche Erwartungen haben Sie für die Umsatzentwicklung Ihres Betriebes für die nächsten 5 Jahre?**

Steigend  Stagnierend  Rückläufig  Schwankend  Keine Angabe

**21. Sind in den nächsten 5 Jahren Investitionen in Ihrem/r Geschäft/Immobilie geplant?**

Ja, und zwar: \_\_\_\_\_  Nein  Weiß nicht

**22. Ist in den nächsten 5 Jahren ein Umzug Ihres Geschäfts geplant?**

Ja, und zwar wegen: \_\_\_\_\_  
und wohin: \_\_\_\_\_  Nein

**23. Ist in den nächsten 5 Jahren eine Betriebsaufgabe geplant?** (Mehrfachantwort möglich)

Ja  Nein

Wenn ja, wegen  Ruhestand  Mietvertrag wird nicht verlängert  Geschäft nicht mehr rentabel

Konkurrenzdruck  Fehlende Nachfolge  Sonstiges: \_\_\_\_\_

Gibt es einen Nachfolger?  Ja  Nein

Zuletzt in paar Fragen zur geplanten Umgehungsstraße in Mömlingen

**24. Haben Sie schon von der geplanten Umgehungsstraße in Mömlingen gehört?**

Ja  Nein

**25. Stimmen Sie dem Bau der Umgehungsstraße zu?** (Siehe bitte Karte 1 – 3 als Anhang)

Route 1:  Ja  Nein

Route 2:  Ja  Nein

Route 3:  Ja  Nein

**26. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Der mögliche Bau einer Umgehungsstraße in Mömlingen...**

	Stimme zu	Stimme eher zu	Stimme weniger zu	Stimme nicht zu	Weiß nicht
... ist für meinen Betrieb von Interesse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
... wird sich positiv auf meinen Betrieb auswirken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**27. Was erwarten / befürchten Sie für Ihren Betrieb?**

Erwartungen: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Befürchtungen: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**28. Versuchen Sie bitte Ihren geschätzten Rückgang, bzw. Anstieg des Umsatzes aufgrund der möglichen Umgehungsstraße (Route 1, 2 oder 3 entspricht Option 1, 2 oder 3) einzuschätzen:**

- Option 1:**  Umsatzrückgang in Höhe von \_\_\_\_\_ %     Umsatzanstieg in Höhe von \_\_\_\_\_ %  
**Option 2:**  Umsatzrückgang in Höhe von \_\_\_\_\_ %     Umsatzanstieg in Höhe von \_\_\_\_\_ %  
**Option 3:**  Umsatzrückgang in Höhe von \_\_\_\_\_ %     Umsatzanstieg in Höhe von \_\_\_\_\_ %

**29. Wie schätzen Sie die Gesamt-Auswirkungen der geplanten Ortsumgehungsstraße allgemein auf den Mömlinger Einzelhandel ein?**

- Positiv                       Gleichbleibend                       Negativ                       Existenzgefährdend  
 Weiß nicht                       Keine Angabe

**30. Wo sehen Sie die Hauptgründe für diese Entwicklung?**

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**31. Wären Sie bereit im Rahmen eines Interviews für das Einzelhandelsgutachten bzgl. der geplanten Umgehungsstraße zu Verfügung zu stehen?**

- Ja                       Nein                       Vielleicht

Wenn ja, wie dürfen wir Sie kontaktieren? Telefonnummer/ Email: \_\_\_\_\_

**Sonstige Anmerkungen?**

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

*Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme.*

Anhang 4: Anschreiben Einzelhändler (Beispielhaft)

Dr. Sina Hardaker • Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie • Am Hubland • 97074 Würzburg • 0152 – 31779755 • sina.hardaker@uni-wuerzburg.de

**Gasthaus zum Löwen**

Hauptstraße 43  
63853 Mömlingen

Würzburg, den 22. März 2017

**Einzelhandelsgutachten zu möglichen Auswirkungen der geplanten Umgehungsstraße in Mömlingen**

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Zuge der geplanten Ortsumgehungsstraße Mömlingen führt eine Projektgruppe der Julius-Maximilians-Universität Würzburg im Auftrag der Gemeinde Mömlingen eine Untersuchung bezüglich möglicher Auswirkungen der Umgehungsstraße auf den Einzelhandel in Mömlingen durch.

Die Beantwortung der folgenden Fragen dauert ca. 10-15 Minuten. Ihre Daten werden selbstverständlich nur zum Zwecke dieser Untersuchung ausgewertet und nur als Gesamtergebnis veröffentlicht. Eine Weitergabe von Einzeldaten an Dritte (inklusive der Gemeinde Mömlingen) erfolgt nicht.

Den ausgefüllten Fragebogen senden Sie uns bitte **bis spätestens 03. April 2017** zurück. Hierzu nutzen Sie bitte den bereits adressierten und frankierten Umschlag anbei.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Frau Dr. Sina Hardaker unter 0152 – 31779755.

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!