



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Einzelhandelskonzept für die Stadt Weingarten

beschlossen durch den Gemeinderat am 30.05.2016

Bericht: Stand 12.05.2016



Dr. Donato Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung
Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

Bearbeiter:
Dipl.-Ing. Antje Schnacke-Fürst
Marthe Schwarz, M.Sc. Raumplanung

Lörrach/ Dortmund, 12.05.2016

INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	3
2.1 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES	3
2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich.....	3
2.1.2 Sortimentsliste.....	5
2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene	5
2.1.4 Regional- und Landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels	9
2.2 KONSEQUENZEN FÜR DAS GENEHMIGUNGSVERFAHREN	11
2.3 FAZIT.....	13
3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE	14
3.1 METHODISCHES VORGEHEN	14
3.2 EINZELHANDELSSITUATION IN DER STADT WEINGARTEN	15
3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes	15
3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten	17
3.2.3 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht (Experteninterviews).....	21
4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IN WEINGARTEN	23
4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME.....	23
4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT	25
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	26
4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebots im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	27
4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse	29
4.3 SONSTIGE NAHVERSORGUNGSZENTREN/ -BEREICHE	38
4.3.1 Nahversorgungszentrum Untere Breite.....	39
4.3.2 Nahversorgungsbereich Oberstadt.....	41
5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES	42
5.1 GEWERBEGEBIET NORD	43
5.2 EINZELHANDELSSTANDORT IN NICHT INTEGRIERTER LAGE: FRANZ-BEER-STRASSE	43
5.3 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES	43
5.4 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION.....	45
6. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG	47
7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS	51
7.1 METHODISCHES VORGEHEN	51
7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage	52
7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite	55
7.2 PROGNOSEERGEBNISSE	59
7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt	59



7.2.2	Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums	62
7.2.3	Fazit Prognoseergebnis	65
8.	INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG	67
8.1	ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE	68
8.1.1	Kriterien	68
8.1.2	Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Weingarten	69
8.1.3	Vorschlag für eine Sortimentsliste	71
8.2	GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG	73
8.2.1	Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel	74
8.2.2	Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel	76
8.3	RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN	77
8.3.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)	78
8.3.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive) Szenario 1 - Innenentwicklung	78
8.3.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive) Szenario 2 - Weiterentwicklung	81
8.3.1.3	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive) Szenario 3 - Verlagerung	85
8.3.1.4	Zusammenfassende Empfehlung	87
8.3.2	Nahversorgungszentrum Untere Breite und Nahversorgungsbereich Oberstadt	89
8.3.3	Vorschläge zur Nahversorgung	90
8.3.4	Gewerbegebiete	91
8.4	VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG	92
8.4.1	Öffentliche Information	92
8.4.2	Festlegen einer Sortimentsliste	92
8.4.3	Festlegen von Gebieten mit Zulässigkeit von Einzelhandel	93
8.4.4	Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen	96
GLOSSAR		97
ANHANG		101



TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Vergleich Einzelhandelsangebot Weingarten 2015 zu 2008 (GMA)	16
Tab. 2:	Vergleich Einzelhandelsangebot Weingarten 2015 zu 1993 (HGZ)	16
Tab. 3:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Weingarten	20
Tab. 4:	Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick	55
Tab. 5:	Vorschlag für die neue "Sortimentsliste Weingarten"	73
Tab. A - 1:	Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Weingarten: Anzahl und Verkaufsfläche	101
Tab. A - 2:	Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Weingarten: Anzahl und Verkaufsfläche	101
Tab. A - 3:	Einzelhandelssituation in der Stadt Weingarten	102
Tab. A - 4:	Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (in m ²), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"	103
Tab. A - 5:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Weingarten nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 m ² gerundet	104
Tab. A - 6:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2025 in Mio. €	105
Tab. A - 7:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo- Prognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet	106
Tab. A - 8:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet	107
Tab. A - 9:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet	108
Tab. A - 10:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet	109



ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Bindungsquoten in der Stadt Weingarten nach Sortimenten	18
Abb. 2:	"Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Weingarten	28
Abb. 3:	Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile Weingarten nach Lage	44
Abb. 4:	Einwohnerentwicklung in der Stadt Weingarten 1990 bis 2014 (tatsächliche Entwicklung) und 2014 bis 2030 (Prognosewerte).....	53
Abb. 5:	Bindungsquoten in Weingarten nach Sortimenten im Ist-Zustand und für 2025 angesetzte Zielbindungsquoten für die Entwicklungsprognose..	57
Abb. 6:	Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2015 - 2025 Gesamtpotenzial (in m ²)	60
Abb. 7:	Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - nahversorgungsrelevante Sortimente.....	63
Abb. 8:	Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente	64
Abb. 9:	Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente	65
Abb. 10:	Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Weingarten.....	70
Abb. 11:	Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Weingarten.....	71



KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Weingarten	26
Karte 2:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in der Innenstadt.....	27
Karte 3:	Stärken des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	32
Karte 4:	Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.....	36
Karte 5:	Vorschlag zur Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Untere Breite...	39
Karte 6:	Nahversorgungsbereich Oberstadt.....	41
Karte 7:	Einzelhandelskonzentrationen in Weingarten	42
Karte 8:	(Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Weingarten	45
Karte 9:	Räumliche Entwicklungsoptionen - Szenario 1 Innenentwicklung.....	80
Karte 10:	Räumliche Entwicklungsoptionen - Szenario 2 Weiterentwicklung.....	83
Karte 11:	Räumliche Entwicklungsoptionen - Szenario 3 Verlagerung.....	86
Karte 12:	Empfehlung Schuler Areal.....	87
Karte 13:	(Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Weingarten	90

FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	Kirchstraße - LM-SB-Markt.....	30
Foto 2:	Karlstraße - Drogeriemarkt	30
Foto 3:	Broner Platz - inhabergeführtes Fachgeschäft.....	31
Foto 4:	Kirchstraße - Filialist.....	31
Foto 5:	Kirchstraße - Amtshaus	31
Foto 6:	Löwenplatz. - Außengastronomie	31
Foto 7:	Basilika.....	32
Foto 8:	Karlstraße - Museum	32
Foto 9:	Amtshaus - historischer Bestand	33
Foto 10:	Löwenplatz - moderne Bebauung.....	33
Foto 11:	Löwenplatz	34
Foto 12:	Karlstraße - öffentlicher Raum	34
Foto 13:	Abt-Hyller-Straße - Randbereiche	35
Foto 14:	Untere Karlstraße - Trading-Down	35
Foto 15:	Kirchstraße - Warenpräsentation.....	36
Foto 16:	Münsterplatz - Leerstand	36
Foto 17:	Kirchstraße - Bruch	37
Foto 18:	Münsterplatz - fehlende Sichtbeziehung	37
Foto 19:	Liebfrauenstraße - Verkehrsaufkommen	38
Foto 20:	Broner Platz - marode Sitzgelegenheiten.....	38
Foto 21:	Rückwertiger Bereich.....	38
Foto 22:	Broner Platz - Tunnel.....	38
Foto 23:	Platzbereich.....	40
Foto 24:	Lebensmittel-SB-Markt.....	40
Foto 25:	Gestaltung Platz.....	40
Foto 26:	Fassaden	40



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die große Kreisstadt Weingarten (23.881 Einwohner¹) liegt im Südosten Baden-Württembergs im Landkreis Ravensburg. Innerhalb der Region Bodensee-Oberschwaben übernimmt die Stadt Weingarten gemeinsam mit den Städten Ravensburg und Friedrichshafen die Funktion des Oberzentrums der Region². Südwestlich unmittelbar angrenzend an die Stadt Weingarten liegt die Stadt Ravensburg, die als attraktive Einkaufsstadt in der Region von Bedeutung ist.

Im Stadtkern von Weingarten hat sich auf Grund der bevorstehenden Verlagerung eines Industriebetriebes die Möglichkeit einer städtebaulichen und funktionalen Neuordnung bzw. Ergänzung der Weingartner Innenstadt ergeben, womit diese in ihrem Bestand und ihrer Entwicklungsfähigkeit gestärkt werden könnte. Voraussetzung hierfür ist einerseits das Vorhandensein quantitativer Entwicklungsspielräume insbesondere im Bereich des Einzelhandels, andererseits eine innenstadtangemessene städtebaulich-funktionale Anbindung des Potenzialbereiches an die vorhandene Innenstadt. Eine allein auf die quantitativen Entwicklungsspielräume abgestellte Entwicklung der Potenzialfläche kann dazu führen, dass ein solitärer Einzelhandelsstandort, zwar nahe der Innenstadt, aber dennoch autark funktionierend, entsteht, der dann ggf. sogar einen gegenteiligen Effekt auf die Innenstadt hätte.

Als Grundlage zur städtebaulich-funktionalen Entwicklung und Anbindung des Potenzialraumes an die Innenstadt soll der strategische Bebauungsplan der Stadt Weingarten weiter entwickelt und zu einem Einzelhandelskonzept ausgearbeitet werden. Wesentlich hierbei ist jedoch, die städtebaulichen und räumlichen Entwicklungsansätze für die Innenstadt auszuarbeiten und mit den quantitativen Ergebnissen zu verknüpfen.

Vor diesem Hintergrund ist das Büro Dr. Acocella mit der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes auf der Grundlage des strategischen Bebauungsplanes der Stadt Weingarten beauftragt worden. Ein solches Einzelhandelskonzept ist insbesondere für eine rechtlich gesicherte, räumliche Steuerung des Einzelhandels erforderlich.

¹ Statistisches Landesamt 30.09.2014.

² Vgl. Website der Stadt Weingarten.



Die letzte Fortschreibung des bestehenden Konzeptes der Stadt Weingarten stammt aus dem Jahr 2008³. Im Jahr 2010 wurde im Auftrag des Regionalverbandes Bodensee-Oberschwaben ein Regionales Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben erarbeitet⁴. Aktuell wird durch das Büro Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung auch die Fortschreibung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes erarbeitet, sodass Synergieeffekte insbesondere im Hinblick auf die Bestandsanalyse genutzt werden können.

Neben Aussagen zur künftigen städtebaulichen und funktionalen Entwicklung der Innenstadt von Weingarten und zur Gesamtstadt, wird das Gutachten die auf der aktuellen Rechtsprechung basierenden Möglichkeiten zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung aufzeigen.

Das Einzelhandelskonzept entspricht, wenn es durch den Gemeinderat beschlossen wird, auf kommunaler Ebene auch einem städtebaulichen Entwicklungskonzept nach § 1 (6) Nr. 11 BauGB. Somit bestünde die Möglichkeit der Anwendung des § 9 (2a) BauGB.

Zentrales Anliegen des Gesamtgutachtens ist es, Begründungen für die räumliche Steuerung des Einzelhandels zu erarbeiten.

Investoren müssen bereit sein, unter den vorgegebenen städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen zu investieren. Dies wird nur dann geschehen, wenn diese dauerhaft verlässlich sind.

Projektbegleitende Arbeitsgruppe

Für die Erarbeitung des Gutachtens wurde eine projektbegleitende Arbeitsgruppe eingerichtet, die wichtige Akteure aus Weingarten einband. Die Arbeitsgruppe setzte sich aus Vertretern der Stadt Weingarten, der örtlichen Händlerschaft (Fachgruppe 1 Innenstadt) sowie Vertretern des Stadtmarketings Weingarten und Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella zusammen. Aufgabe der Arbeitsgruppe war es, die vorgestellten Zwischenergebnisse - ggf. nach einer Ergänzung oder Änderung - als Grundlage zur weiteren Bearbeitung zu bestimmen. Ein solches Vorgehen erhöht erfahrungsgemäß die Akzeptanz des Konzeptes und beschleunigt den gesamten Arbeitsprozess sowie die anschließende Umsetzung.

³ Vgl. Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH: Fortschreibung der GMA-Markt- und Standortuntersuchungen aus den Jahren 1987, 2005, Ludwigsburg, 2008.

⁴ Vgl. BBE Retail Experts: Regionales Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben, Köln/ Stuttgart, 2010.



2. PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine planerische räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist⁵. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das ungeregelte Marktgeschehen verursacht negative Wirkungen auf raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungen, die der Markt selbst nicht korrigiert bzw. korrigieren kann. Marktwirtschaftliche Einwände werden zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile verworfen worden⁶. Die Tatsache, dass Einzelhandelsansiedlungen unangemessen sein können, ergibt sich auf Grund des immer noch aktuellen städtebaulichen Leitbildes der "Europäischen Stadt" und vor allem aus dem Recht - und der Pflicht - jeder Stadt/ Gemeinde, die städtebauliche Ordnung und Entwicklung zu sichern⁷.

Für diese - städtebaulich begründete - räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung gibt es rechtlich zentrale Voraussetzungen, die im Folgenden erörtert werden.

2.1 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTE

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes betreffen u.a.

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels ist seit langem möglich, wobei die (Einzelhandels-) Innenstadt bzw. das einzelhandelsbezogene Ortszentrum eine besondere Rolle spielt. Durch das EAGBau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt

⁵ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

⁶ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE.

⁷ Vgl. z.B. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 21.06.2001 Az. 1 C 11806/00.OVG; BayVGH: Urteil vom 25.04.2002 Az. 2 CS 02.121. Die Pflicht für die Kommunen könnte sich letztlich aus dem § 1 (3) BauGB ergeben.



worden. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 (6) Nr. 4 BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 (2) BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 (3) BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten.

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung sog. zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen worden ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadt- bzw. Ortszentrums erreichbar ist⁸. Nur auf diese Weise kann der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichtes in dieser Sache sind zentrale Versorgungsbereiche "*räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt*"⁹. Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss¹⁰.

⁸ Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen, in: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.

⁹ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7/07.

¹⁰ "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG, Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07).



2.1.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein kommunalentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt zu schaffen.

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (z.B. aus dem Einzelhandelserlass) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist¹¹. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella (bis 31.07.03: AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet:

*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*¹².

Als Grundlage dafür ist die Einzelhandelsstruktur analysiert worden (vgl. Kap. 3 bis 5) und eine Überprüfung der Weingartener Sortimentsliste in Kap. 8.1 erfolgt.

2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes** werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen¹³, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien W und G sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines SO bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

¹¹ Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.

¹² Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.

¹³ Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 Abs. 2 Satz 1.



Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplanes** (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens entfalten. Eine grundsätzliche räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Baugebieten** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen¹⁴. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Verhinderungswirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 Abs. 1, 2 und 3 BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 (1) BauGB vorliegt, aufgeführt.

Die **Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten** richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben "*nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist*" und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

¹⁴ Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 (2a) BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 (1 und 2) BauGB beschränkende Festsetzungen namentlich zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Hierdurch werden planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 (3) BauGB (s.o.) hinausgehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden"*¹⁵ gerichtet sein.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 (3) BauNVO (**großflächige Einzelhandelsbetriebe**) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory Outlet Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig¹⁶. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab¹⁷ die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

¹⁵ Söfker, W. (2007): Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrags im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin.

¹⁶ Vgl. Kopf, H. (2002): Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin.

¹⁷ BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.



Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 (3) BauNVO zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegen stehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt bzw. des Ortszentrums und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten¹⁸ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind¹⁹. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten (§ 6 BauNVO) können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 (5 und 9) BauNVO** geschaffen:

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2, 4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt."*²⁰

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können."*²¹

In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrele-

¹⁸ Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

¹⁹ Birk (1988), a.a.O., S. 284.

²⁰ BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

²¹ BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.



vante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden²²; eine darüber hinaus gehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich²³. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche²⁴ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe²⁵.

2.1.4 Regional- und Landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept unterliegt regional- und landesplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus der Regional- und Landesplanung Baden-Württembergs aufgeführt.

Der Landesentwicklungsplan (LEP) 2002 bildet die landesplanerische Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels in Baden-Württemberg. Entsprechend den Zielen des LEP sollen sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist, oder diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind²⁶. Die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekten soll den Einzugsbereich des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches nicht wesentlich überschreiten, die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte darf nicht wesentlich beeinträchtigt werden²⁷.

²² Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 27.07.1998, Az 4 BN 31/98 BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az 4 BN 33/04 Rn 6.

²³ Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

²⁴ Vgl. z.B. Müller, M.: Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

²⁵ Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Loseblattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

²⁶ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7 (Z).

²⁷ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.1 (Z).



Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Sie sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden²⁸.

Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden²⁹.

Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung werden im Regionalplan für die Region Bodensee-Oberschwaben konkretisiert.

Die wohnungsnah Grundversorgung (Nahversorgung) soll möglichst in allen Städten und Gemeinden gewährleistet und gesichert werden. Einzelhandelsbetriebe sollen verbrauchernah und städtebaulich integriert in günstiger Zuordnung zu den Stadt- und Ortszentren oder zusammenhängenden Wohngebieten angesiedelt werden.

Bei der Standortwahl und der Verkehrserschließung von Einzelhandelsbetrieben soll Belangen der nicht oder nicht ständig über ein motorisiertes Individualverkehrsmittel verfügenden Bevölkerung und mobilitätseingeschränkter Personen besondere Beachtung geschenkt werden. Die Standorte sollen gut mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbar sein und über ausreichende Parkmöglichkeiten verfügen³⁰.

Einzelhandelsbetriebe, Einkaufszentren und sonstige Handelsbetriebe für Endverbraucher mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² (Einzelhandelsgroßprojekte), sind nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig³⁰. Der Einzugsbereich von großflächigen Einzelhandelsbetrieben soll den Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes nicht überschreiten und die örtliche Grundversorgung soll nicht beeinträchtigt werden³¹.

²⁸ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.2 (Z).

²⁹ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.4 (G).

³⁰ Vgl. Regionalplan Region Bodensee-Oberschwaben 1996, Plansatz 2.5.2 (Z).

³¹ Vgl. Regionalplan Region Bodensee-Oberschwaben 1996, Plansatz 2.5.2 (G).



Zusätzlich dazu legt das Regionale Einzelhandelskonzept der Region Bodensee-Oberschwaben fest, dass die Ober- und Mittelzentren privilegierte Standorte für Versorgungseinrichtungen mit regionaler Bedeutung sein sollen. Hierunter fallen insbesondere großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von über 5.000 m² sowie Verbrauchermärkte, Fachmarktzentren und Fachmarkttagglomerationen mit einer Verkaufsfläche von über 2.500 m²³².

Neben diesem Rahmen regelt der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg raumordnungs- und bauplanungsrechtliche Zulässigkeiten von Vorhaben³³.

2.2 KONSEQUENZEN FÜR DAS GENEHMIGUNGSVERFAHREN

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird³⁴.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 (6) Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentraler Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 (2a) BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder eines Stadtteiles enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine für die Aufstellung des Bebauungsplanes unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten³⁵.

³²Vgl. BBE Retail Experts: Regionales Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben, Köln/ Stuttgart, 2010, 76f..

³³ Einzelhandelserlass Baden-Württemberg 2001

³⁴ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.

³⁵ Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.



Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzeptes bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen bedeuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen, oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne konkreten Anlass, z.B. einen Bauantrag oder auf Grund eines solchen konkreten³⁶ Planvorhabens, erfolgen.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung³⁷, die mit diesem Gutachten gegeben sein dürfte, die Sicherungsinstrumente wie z.B. Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindern, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

Maßgeblich für eine **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes.

Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Gutachten die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die einerseits die Gegebenheiten in Weingarten und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt.

³⁶ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

³⁷ Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



2.3 FAZIT

Abschließend ist festzuhalten, dass dieses Gutachten es ermöglicht, systematisch die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben entsprechend der städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzelhandel zulässig sein soll bzw. wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Gutachten auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Weingarten im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB substantiell und umfänglich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Weingarten, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. **Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Weingarten selbst an ihr eigenes Konzept hält, und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.**



3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE

In diesem Kapitel wird auf Grundlage der Ergebnisse einer Einzelhandelserhebung sowie auf Grundlage von Experteninterviews die Versorgungssituation in der Gesamtstadt Weingarten dargestellt und bewertet (vgl. Kap. 3.2). In den anschließenden Kapiteln 4 und 5 wird auf die Innenstadt sowie weitere bedeutende Einzelhandelsstandorte in Weingarten und die räumliche Verteilung des Einzelhandels eingegangen.

3.1 METHODISCHES VORGEHEN

Alle wesentlichen Bausteine, insbesondere die Vor-Ort-Arbeiten, wurden durch wissenschaftliche MitarbeiterInnen des Büros Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung durchgeführt.

Das Einzelhandelsangebot in der Stadt Weingarten wurde auf der Basis einer **Erhebung des gesamten Einzelhandelsbesatzes** im März 2015 erfasst. Diese erfolgte im Rahmen der Erstellung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes der Region Bodensee-Oberschwaben, welches derzeit ebenfalls vom Büro Dr. Acocella erstellt wird. Dabei wurde nicht nur der Einzelhandel i.e.S. berücksichtigt, sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk; darüber hinaus wurden auch Tankstellenshops erhoben, soweit diese überwiegend Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel führten³⁸.

Die Erfassung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren).

Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden. Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer ortsspezifischen

³⁸ Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich. Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

Ergänzend dazu wurden Ende Juli 2015 **Experteninterviews** durchgeführt. Für die Expertengespräche wurden in Absprache mit der Stadt Weingarten Einzelhändler aus der Innenstadt und den Stadtteilen ausgewählt. Durch diese Vorgehensweise konnte ein Einblick in die Stimmungslage der Händlerschaft gewonnen werden.

Anhand eines Interviewleitfadens wurden Informationen u.a. über die Kundenherkunft, das Thema Online-Handel oder zukünftige Strategien bzw. Vorhaben abgefragt. Außerdem sollten die Interviewpartner den Standort Weingarten hinsichtlich seiner Stärken und Schwächen bewerten.

3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT WEINGARTEN

Insgesamt wurde in Weingarten von den 152 (einschließlich Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Tankstellen) ermittelten Betrieben auf einer Verkaufsfläche von rd. 40.225 m² ein Umsatz von rd. 168,9 Mio. € erzielt.

3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes

Die Entwicklung seit 2008 zeigt, dass es zu einem Rückgang der Verkaufsfläche gekommen ist (vgl. Tab. 1). Verglichen damit ist es jedoch über den gesamten Zeitraum von 1993 bis 2015 zu einem leichten Anstieg der Verkaufsfläche gekommen (ohne Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Tankstellen) (vgl. Tab. 2). Die Zahl der Betriebe ist hingegen sowohl zwischen 1993 und 2015 als auch zwischen 2008 und 2015 angestiegen, wobei der Anstieg seit 2008 deutlicher ausgefallen ist. Somit ist auch die Flächenproduktivität in beiden Zeiträumen deutlich angestiegen.



Tab. 1: Vergleich Einzelhandelsangebot Weingarten 2015 zu 2008 (GMA)

	2015	2008	Änderung 2015 - 2008
Betriebe	152	182	-6%
VKF (m ²) ¹⁾	40.225	50.025	-20%
Umsatz (Mio. €)	168,9	152,0	+10%
Flächenproduktivität (€)	4.198	3.038	+38%

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

Quelle: eigene Erhebung März 2015; stat. Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2015)

Tab. 2: Vergleich Einzelhandelsangebot Weingarten 2015 zu 1993 (HGZ)

	2015 ¹⁾	HGZ 1993	Änderung 2015 - 1993
Betriebe	135	120	+13%
VKF (m ²) ²⁾	39.250	38.200	+3%
Umsatz (Mio. €)	161,0	132,1	+22%
Flächenproduktivität (€)	4.102	3.460	+19%

¹⁾: ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen

²⁾: Werte auf 25 m² gerundet

Quelle: eigene Erhebung März 2015; stat. Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2015)

Damit hat in Weingarten in den letzten Jahren eine - im Vergleich zu anderen durch unser Büro untersuchten Städten - eher untypische Einzelhandelsentwicklung stattgefunden. Anders als in anderen Städte ist es in den letzten Jahren nicht zu einer Stagnation des Verkaufsflächenwachstums, sondern zu einem Rückgang gekommen. Außerdem fällt auf, dass es zu einem Anstieg der Betriebszahlen in den letzten Jahren gekommen ist, während anderorts zumeist leichte Rückgänge der Betriebszahlen festzustellen sind³⁹.

³⁹ Beim Vergleich zu 2008 könnten auch methodische Unterschiede bei der Erhebung und Auswertung der Daten zu einer von anderen Städten abweichenden Entwicklung geführt haben. Die Untersuchung 2008 wurde durch die GMA durchgeführt.



3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten

Eine erste Bewertung des Einzelhandelsangebotes kann vor dem Hintergrund der Nachfrage vorgenommen werden.

*Die Relation des in Weingarten erzielten Umsatzes zu der in Weingarten verfügbaren Kaufkraft⁴⁰ ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch Einzelhandelszentralität genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Weingarten, vermindert um die Abflüsse aus Weingarten) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Weingarten abfließt.*

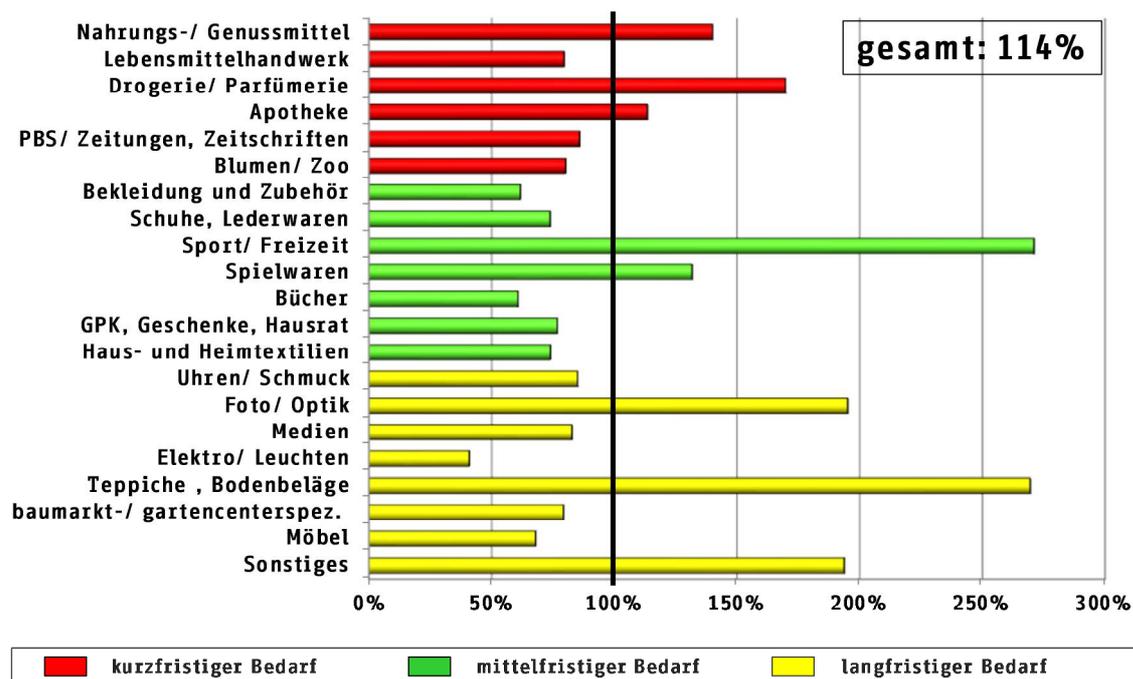
Die Gesamtbindungsquote in der Stadt Weingarten beträgt rd. 114%; per Saldo sind folglich Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen (vgl. Abb. 1). Insgesamt besteht in Weingarten eine gute Versorgungssituation. Dies ist vor dem Hintergrund der unmittelbaren Nachbarschaft zum regional bedeutsamen und hoch attraktiven Einkaufsstandort Ravensburg von besonderer Bedeutung.

Für die jeweiligen Bedarfsbereiche (kurz-, mittel-, und langfristig) ergibt sich für die Stadt Weingarten ein differenziertes Bild.

⁴⁰ Die gesamtstädtische Kaufkraft ergibt sich aus der Kaufkraft je Einwohner und der Einwohnerzahl, wobei es sich bei der Kaufkraft je Einwohner um einen bundesdeutschen Durchschnittswert handelt, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern auf die gebietsspezifische Situation angepasst wird (vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2015).



Abb. 1: Bindungsquoten in der Stadt Weingarten nach Sortimenten



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung März 2015; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2015); eigene Berechnungen

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung rot dargestellt) sollte jede Kommune eine möglichst vollständige rechnerische Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Das bedeutet, dass im kurzfristigen Bedarfsbereich Bindungsquoten von 100% erreicht werden sollten. In Weingarten beträgt die Bindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich rd. 129%. Rechnerisch sind somit per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

Besonders bei den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel sowie Drogerie, Parfümerie werden hohe Bindungsquoten erreicht. Diese hohe Bindungsquote ist insbesondere durch das in der Stadt Weingarten gelegene SB-Warenhaus sowie einige Discounter, Supermärkte und Drogeriemärkte begründet.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung grün dargestellt) sind bei einer Gesamtbindungsquote von rd. 90% hingegen per Saldo leichte Kaufkraftabflüsse festzustellen. Insbesondere bei den klassischen innenstadtrelevanten Sortimenten Bekleidung/ Zubehör und Schuhe/ Lederwaren liegen die Bindungsquoten deutlich unter 100%. Dies ist u.a. auf die Nähe zur Stadt Ravensburg und die damit verbundene Konkurrenzsituation zurückzuführen.



Bei den Sortimenten Sport/ Freizeit und Spielwaren sind per Saldo Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Auch hier sind insbesondere die Angebote im SB-Warenhaus von Bedeutung, aber auch entsprechende Angebote in der Innenstadt.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung gelb dargestellt) wird eine Bindungsquote von 100% erreicht. Auffällig hohe Bindungsquoten sind bei den Sortimenten Teppich, Bodenbeläge und Foto/ Optik festzustellen. Diese deutlichen Kaufkraftzuflüsse sind im Sortiment Teppiche, Bodenbeläge auf große Fachhändler außerhalb der Innenstadt und im Sortiment Foto/ Optik auf eine Vielzahl an Optikern in der Innenstadt zurückzuführen.

Bei Elektro/ Leuchten und Medien sind dagegen deutlich Kaufkraftabflüsse festzustellen.

In Tab. 3 ist das Einzelhandelsangebot in der Stadt Weingarten dargestellt.



Tab. 3: Einzelhandelsangebot in der Stadt Weingarten

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	11.350	67,1	47,9	140%
Lebensmittelhandwerk	425	5,5	6,9	79%
Drogerie/ Parfümerie	2.075	10,5	6,2	170%
Apotheke	525	17,2	15,2	114%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	400	1,7	2,0	86%
Blumen/ Zoo	1.000	2,2	2,7	80%
kurzfristiger Bedarf	15.765	104,3	80,9	129%
Bekleidung und Zubehör	3.375	8,6	13,9	62%
Schuhe, Lederwaren	1.000	2,5	3,4	74%
Sport/ Freizeit	3.600	6,8	2,5	271%
Spielwaren	1.500	3,9	2,9	132%
Bücher	275	1,5	2,4	61%
GPK, Geschenke, Hausrat	1.000	1,3	1,6	77%
Haus-/ Heimtextilien	675	1,3	1,8	74%
mittelfristiger Bedarf	11.460	25,8	28,7	90%
Uhren/ Schmuck	150	1,5	1,8	85%
Foto/ Optik	475	4,1	2,1	195%
Neue Medien	725	7,0	8,5	83%
Elektro/ Leuchten	375	1,6	3,9	41%
Teppiche, Bodenbeläge	1.750	2,2	0,8	269%
baumarkt-/gartencenterspezif.	4.300	7,5	9,5	79%
Möbel	3.225	4,9	7,2	68%
Sonstiges insgesamt	1.975	9,9	5,1	194%
langfristiger Bedarf	12.985	38,8	39,0	100%
Summe	40.210	168,9	148,6	114%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebung März 2015; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2015); Statistisches Landesamt
 Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Fazit zur Versorgungssituation

Insgesamt gelingt es der Stadt Weingarten überraschend gut sich im kommunalen Wettbewerb gegenüber der benachbarten Großen Kreisstadt zu positionieren. Obwohl Ravensburg mehr als doppelt so viele Einwohner und zudem das Image einer attraktiven Einkaufsstadt in der Region aufweist, bietet die Stadt Weingarten ein vielfältiges Einzelhandelsangebot. Im kurzfristigen Bedarfsbereich und in einzelnen



Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches sind per Saldo sogar Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

3.2.3 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht (Experteninterviews)

Die Experteninterviews sollen den Händlern die Gelegenheit geben, ihre persönliche Meinung zum Einzelhandelsstandort in die Analyse einzubringen. Zudem geht es darum, ortsspezifisches Wissen und Informationen zum Einzelhandel in Weingarten direkt bei den "Fachleuten" abzufragen. Diese Aussagen sind von großer Bedeutung für eine umfassende Darstellung der Einzelhandelssituation in Weingarten.

Nachfolgend sind die wichtigsten von den Händlern angesprochenen Aspekte aufgeführt.

Stärken

- Der Wochenmarkt ist herausragend.
- Kaufland und Müller sind wichtige Magneten und Nahversorger.
- Es gibt attraktive Fachgeschäfte, Dienstleister und Ärzte.
- Außerdem gibt es sehr gute Gastronomen.
- Die Fußgängerzone zwischen Rathaus und Löwenplatz funktioniert gut und sollte nicht ausgeweitet werden.
- Der Löwenplatz und der Stadtgarten sind attraktive Anziehungspunkte.
- In der Innenstadt gibt es kurze Wege; sie ist überschaubar.
- Gute und kostenlose Parkmöglichkeiten sind ein Standortvorteil gegenüber Ravensburg.
- Events/ kulturelle Veranstaltungen (z.B. Kunstnacht, Supersamstage) sind Stärken.
- Ein aktives Stadtmarketing bereichert die Stadt.
- Weingarten ist attraktiv zum Wohnen.

Schwächen

- Der Münsterplatz ist unbelebt. Dort fehlen Parkplätze.
- Eine Ausweitung der Fußgängerzone würde die Innenstadt schwächen.
- Die Mieten für Ladenlokale sind zu hoch.
- Es gibt immer weniger Vielfalt (Spielwaren, Haushaltswaren fehlen).



Onlinehandel - eigene Strategie

- Eine eigene Homepage mit aktuellen Angeboten sollte jeder haben.
- Regelmäßige Schulungen für Personal und Inhaber werden durchgeführt.
- Wohlfühlatmosphäre/ Kundenfreundlichkeit sind wichtig.
- Guter Service und gute Beratung im Geschäft wird von den Kunden geschätzt.
- Stammkundenpflege ist ein Muss!
- Persönliches Engagement und authentische Events sind erforderlich.
- Zielgruppenorientierung (z.B. Familie)
- Ein eigener Online-Shop ist für ein Fachgeschäft zu teuer.
- Online bestellen und im Laden abholen ist eine Strategie.

Was bringt die Zukunft?

- Es muss viel getan werden, um die attraktive Situation zu halten!
- Alle müssen sich anstrengen, damit Weingarten so bleibt.
- Stadtmarketing ist wichtig!
- Die Zukunft ist unsicher und wird schwierig.

Insgesamt zeigte sich eine positive und optimistische Grundstimmung innerhalb der Händlerschaft von Weingarten. Aus Sicht der Händler sind die Stärken der Innenstadt von Weingarten vor allem die kurzen Wege, das vielfältige Angebot, die Aufenthaltsqualität und das gute, weitgehend kostenfreie Parkplatzangebot.



4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IN WEINGARTEN

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist durch die Baurechtsnovellen der vergangenen Jahre stärker in den Fokus der Stadtentwicklungsplanung gerückt und stellt einen wichtigen formalen Teil des Gutachtens zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Weingarten dar⁴¹. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG⁴².

Welche Bereiche unter diese Kategorie fallen und welche Kriterien diese erfüllen müssen, wird im Folgenden erläutert.

4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte und Stadtteilzentren nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung mit mittlerweile über 40.000 Passanten in verschiedenen Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes **Motiv für den Besuch einer Innenstadt** bzw. eines Stadtteilzentrums genannt werden.

Eine attraktive Innenstadt bzw. ein attraktives Stadtteilzentrum wird jedoch nicht allein durch das Einzelhandelsangebot, sondern auch durch die funktionale Mischung sowie die städtebaulichen und verkehrlichen Bedingungen geprägt und charakterisiert.

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums mit entsprechender funktionaler Vielfalt und städtebaulichen Qualitäten stellt dabei die **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** dar, mit der verschiedene Aspekte des Bau- und Planungsrechtes zusammenhängen. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung

⁴¹ Vgl. insbesondere §§ 1 (6) Nr. 11, 9 (2a) und (3) BauGB.

⁴² Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG⁴³ (vgl. Kap. 2.1.1).

Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Ein unabdingbares Kriterium, das ein zentraler Versorgungsbereich aufweisen muss, ist eine städtebaulich **integrierte Lage**. Das bedeutet, dass dieser städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die Nähe zur Wohnbebauung haben muss, sodass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - vorhanden ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere am Bestand der Einzelhandelsbetriebe. Obgleich der **Einzelhandel die Leitfunktion** für ein Zentrum wahrnimmt, ist für die Qualifizierung eines Gebietes als zentralen Versorgungsbereich neben der **Wohnfunktion** das Angebot weiterer Nutzungen von erheblicher Bedeutung.

Das Vorhandensein von - in der Regel publikumsorientierten - **Dienstleistungsbetrieben** ist für eine funktionale Vielfalt im Zentrum von erheblicher Bedeutung. Neben einzelhandelsnahen Ladendienstleistern (z.B. Reinigung, Friseur, Reisebüro) gehören hierzu Bankdienstleistungen und Postagenturen/ -filialen, medizinische Dienstleistungen (z.B. Allgemein- und Fachärzte, Physiotherapeuten) und öffentliche Einrichtungen mit gleichsam publikumsorientierter Wirkung (z.B. Bildungs-, Verwaltungs- und Kultureinrichtungen). Relevant für die Vielfältigkeit und Lebendigkeit der Innenstadt sind zudem Gastronomie- und auch Beherbergungsbetriebe. Bürodienstleistungen (Anwälte, Steuerberater, Versicherungsagenturen etc.) und sonstige Dienstleistungsangebote sind auf Grund ihrer relativ geringen Publikumsorientierung hingegen weniger von Bedeutung, können aber die funktionale Vielfalt abrunden.

Ein zentraler Versorgungsbereich bedarf einer **räumlich-funktionalen Konzentration an Versorgungsangeboten** mit einer entsprechenden Dichte und Kompaktheit, die im Zusammenhang erkennbar ist. Die räumliche Abgrenzung der Ränder derartiger Bereiche erfolgt dort, wo funktionale Brüche infolge anderer baulicher Nutzun-

⁴³ Vgl. BVerwG, Urteil 10.11.2007, Az. 4C7/07.



gen wie zusammenhängender Wohnbebauung oder Büro/ Gewerbe/ Industrie auftreten.

Neben funktionalen Kriterien müssen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten berücksichtigt werden. Bei einer Ortsbegehung wurden daher folgende **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** berücksichtigt:

- verkehrliche Barrieren (z.B. Straßen, Bahnlinien),
- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer, Topographie, Grünzug),
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe),
- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur).

Um den Voraussetzungen nach Kompaktheit und Dichte Rechnung zu tragen, sind überdies **städtebauliche Qualitäten** aufzunehmen und zu beschreiben. Insbesondere die Gestaltung des öffentlichen Raums übernimmt je nach Qualität eine unterstützende Wirkung für das Aufsuchen eines Zentrums, das Verweilen und letztlich für eine entsprechende Passantenfrequenz, die für das Funktionieren der Einzelhandelslage eine unverzichtbare Voraussetzung darstellt.

Zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der o.g. Kriterien und vor dem Hintergrund der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen (vgl. Kap. 2.1.1) sind die Innenstadt von Weingarten und das Nahversorgungszentrum Untere Breite.

Die städtebaulich-funktionale Situation in den zentralen Versorgungsbereichen wird anhand einer Stärken-Schwächen-Analyse im Rahmen einer Fotodokumentation veranschaulicht (vgl. Kap. 4.2.3 und 4.3).

4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT

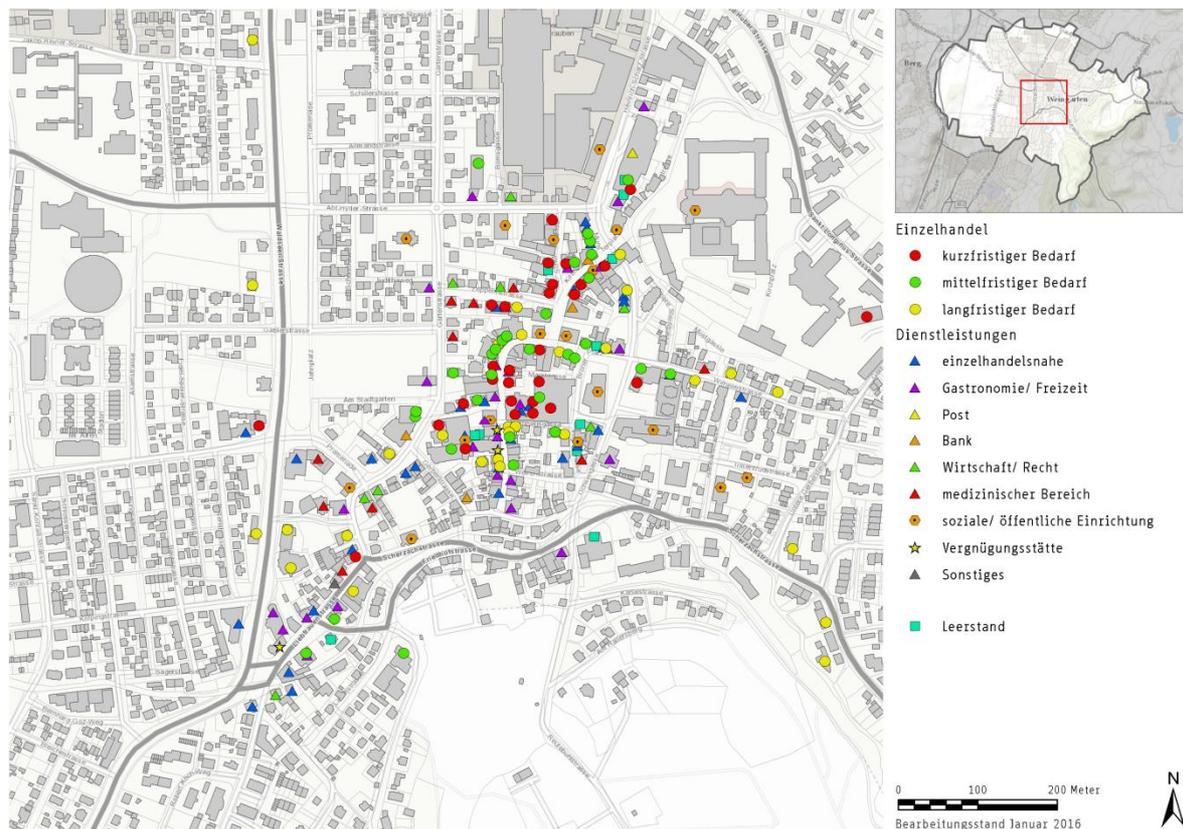
Im Folgenden wird als ein wesentliches Kriterium zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt die räumliche Verteilung des Einzelhandels und der Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt und in deren unmittelbarem Umfeld dargestellt (vgl. Karte 1).

Das Einzelhandelsangebot erstreckt sich im Wesentlichen im Bereich der Karlstraße und der Kirchstraße sowie um den Löwen-, Münster- und Broner Platz.



Das Dienstleistungsangebot weist ähnliche räumliche Schwerpunkte wie das Einzelhandelsangebot auf. Wobei sich das Dienstleistungsangebot auch in einer relativ hohen Dichte in den umliegenden Straßen wie der Zepelinstraße und im unteren Bereich der Liebfrauenstraße befindet.

Karte 1: Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Weingarten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

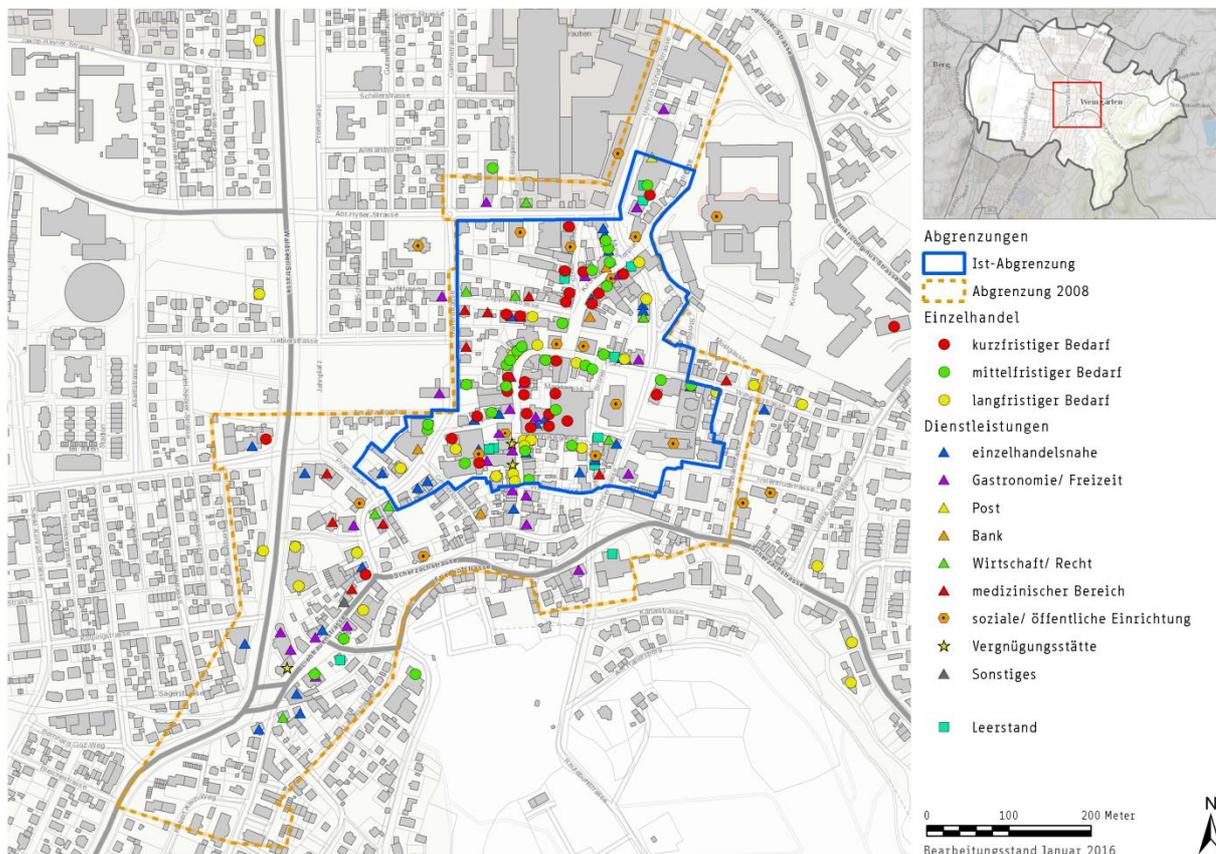
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt von Weingarten wurde im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Konzept von 2008 deutlich verändert. Sie wurde unter Berücksichtigung der dargestellten Kriterien zur Abgrenzung deutlich enger gefasst (vgl. Karte 2).

Der aktuelle zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Karlstraße und der Kirchstraße zwischen dem Löwenplatz und dem Münsterplatz, wobei der Bereich um den Broner Platz und der obere Abschnitt der Liebfrauenstraße mit eingeschlossen sind.

Eine Analyse der städtebaulich-funktionalen Situation des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt in Kapitel 4.2.3.

Karte 2: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in der Innenstadt



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebots im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befinden sich rd. 46% aller Einzelhandelsbetriebe von Weingarten mit rd. 27% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Der Umsatzanteil der innerstädtischen Betriebe liegt bei rd. 32% (vgl. Abb. 3, S. 44).

Angebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- 70 Betriebe
- 10.925 m² Verkaufsfläche
- 55,0 Mio. € Umsatz

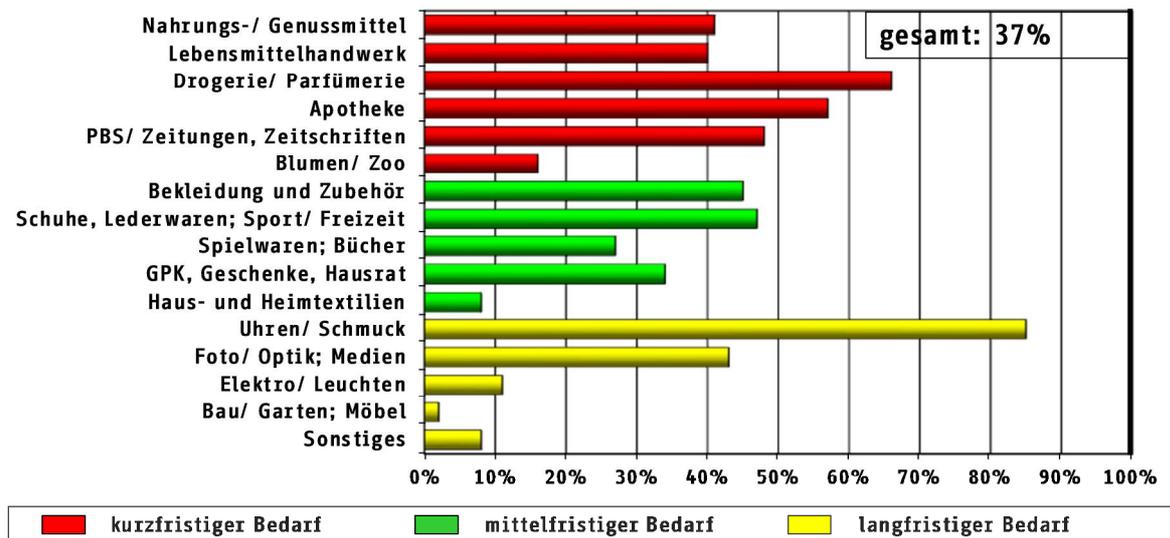


"Unechte Bindungsquote"

In Kap. 3.2.2 wurde bereits festgestellt, dass die Stadt Weingarten mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 114% per Saldo Kaufkraftzuflüsse verzeichnet. Die Beurteilung der gesamtstädtischen und überörtlichen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt mittels "unechter Bindungsquoten".

*Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich indem der im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft der gesamten Stadt Weingarten gesetzt wird.*

Abb. 2: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Weingarten



Quelle: eigene Erhebung März 2015; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2015); eigene Berechnungen

Insgesamt erreicht der Einzelhandel in der Innenstadt eine unechte Bindungsquote von rd. 37%. In der Abb. 2 ist die unechte Bindungsquote nach Sortimenten differenziert dargestellt.

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rote Balken in der Abb. 2) sind die "unechten Bindungsquoten" wenig aussagekräftig: Hier kommt dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt weder gesamtstädtische noch überörtliche Versorgungsfunktion zu, da die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches wohnortnah angeboten werden sollten. Demnach sollen lediglich die Einwohner in der Innenstadt und in deren



Umfeld mit den Angeboten im kurzfristigen Bedarfsbereich versorgt werden (vgl. Kap. 5.4).

Bedeutsam für die Bewertung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind dagegen die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des **mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches:**

Es wird deutlich, dass bis auf Uhren/ Schmuck in keinem Sortiment des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches Bindungsquoten von 50% erreicht werden. Das innerstädtische Leitsortiment Bekleidung erreicht im mittelfristigen Bedarfsbereich immerhin eine Bindungsquote von über 40%, d.h. ein Großteil der Kaufkraft in diesem Sortimentsbereich wird - ebenso wie bei Uhren/ Schmuck - in der Innenstadt von Weingarten gebunden. Bei Schuhe, Lederwaren, Sport/ Freizeit liegt die Gesamtbindungsquote deutlich höher als die unechte Bindungsquote, d.h. ein hoher Anteil der Kaufkraft wird an Standorten in Weingarten außerhalb der Innenstadt von Weingarten gebunden (vgl. Kap. 5.3)⁴⁴.

4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Die Stärken-Schwächen-Analyse bildet eine wesentliche Grundlage für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (vgl. Kap. 8.3.1.1).

Die Innenstadt von Weingarten ist deutlich geprägt durch die Struktur des historischen Stadtkerns. Der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz erstreckt sich wie bereits beschrieben im Wesentlichen entlang der Kirch- und Karlstraße wie um den Löwenplatz, den Münsterplatz und den Broner Platz. Die Bereiche sind stark durch historische Bausubstanz geprägt, die immer wieder durch moderne Elemente unterbrochen wird.

⁴⁴ Ein Vergleich mit anderen Innenstädten ist angesichts unterschiedlicher Stadtstrukturen, Konkurrenzsituationen (Nachbarschaft zu anderen Städten) und sonstiger Rahmenbedingungen nicht sinnvoll. Ziel der künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung sollte es aber sein, die Innenstadt von Weingarten in Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zu stärken.



Stärken

funktional

- Die Innenstadt verfügt über ein ausgeprägtes Nahversorgungsangebot, welches durch einen großen Supermarkt, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Lebensmittelgeschäft und einen Drogeriemarkt geprägt ist.
- Ergänzend findet entlang der Karlstraße bis zum Löwenplatz ein attraktiver Wochenmarkt statt, der neben seiner Nahversorgungsfunktion auch wichtige Treffpunkt- und Identifikationsfunktion wahrnimmt.

Foto 1: Kirchstraße - LM-SB-Markt



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 2: Karlstraße - Drogeriemarkt



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

- Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind ebenfalls Angebote vorhanden.
- In den Fachgeschäften und Filialbetrieben werden überwiegend mittelpreisige Waren angeboten.
- Insbesondere der Supermarkt, das großflächige Bekleidungsgeschäft, der Drogeriemarkt und das Sportfachgeschäft stellen wichtige Magnetbetriebe innerhalb der Innenstadt dar. Die zentral gelegenen Betriebe tragen zu einer hohen Passantenfrequenz innerhalb der Innenstadt bei.
- Aber auch die besonderen Fachgeschäfte und inhabergeführten Gastronomiebetriebe sind wichtige Anziehungspunkte, u.a. Bäckerei, Metzgerei.

Foto 3: Broner Platz - inhabergeführtes Fachgeschäft



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 4: Kirchstraße - Filialist



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

- Entlang der oberen Karlstraße und rund um den Löwenplatz ist eine hohe Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte mit attraktiven Geschäften vorhanden. Dies drückt sich auch in der entsprechend hohen Passantenfrequenz aus.
- Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch wichtige publikumsorientierte Dienstleistungsangebote (Geldinstitute, Poststelle, Frisör).
- Zur lebendigen Atmosphäre und zur Aufenthaltsqualität tragen insbesondere die verschiedenen gastronomischen Angebote auf dem Löwenplatz und entlang der Fußgängerzone bei.

Foto 5: Kirchstraße - Amtshaus



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 6: Löwenplatz. - Außengastronomie



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

- Der modern gestaltete Stadtgartenwertet die Eingangssituation zur Innenstadt auf und stellt gleichzeitig ein Erholungs- und Freizeitbereich unmittelbar neben der Innenstadt dar.



- Zusätzlich bietet die Innenstadt von Weingarten vor allem mit der in direkter Nachbarschaft gelegenen Basilika, dem Kornhaus und dem Schlösle hohes touristisches Potenzial.

Foto 7: Basilika



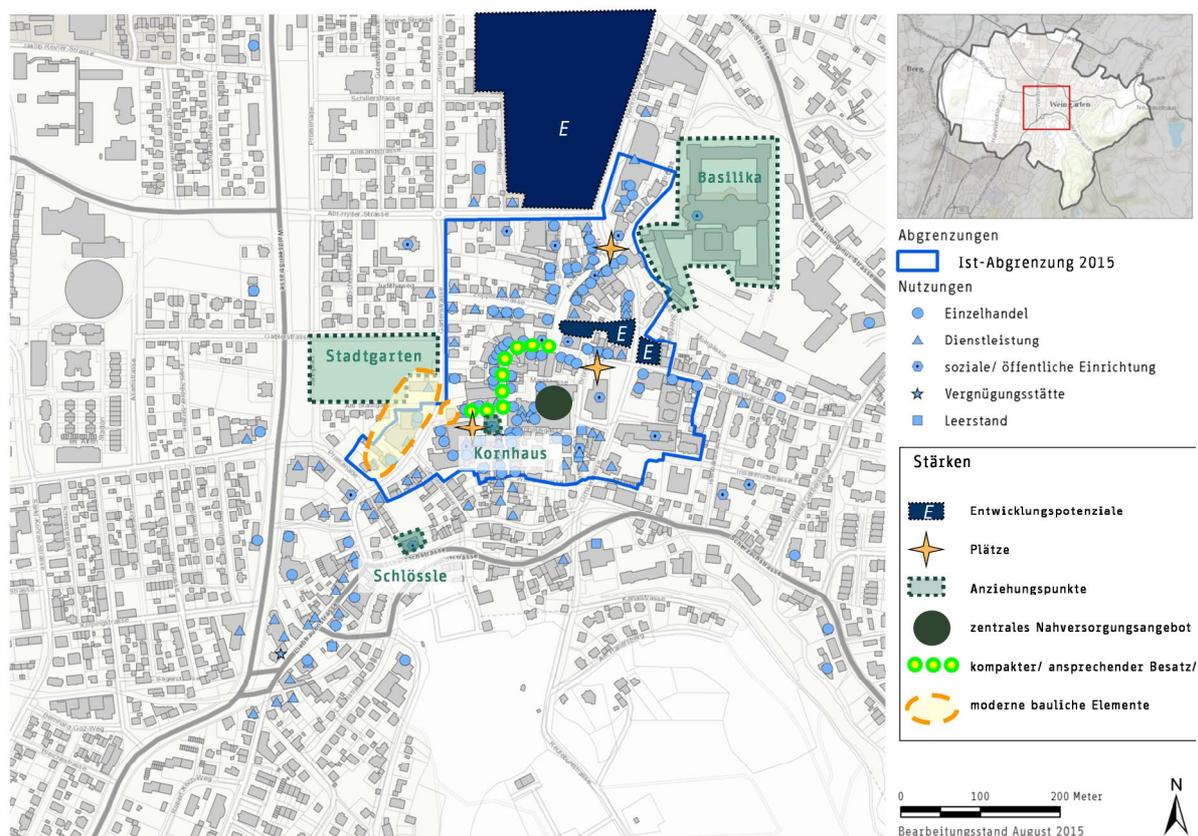
Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 8: Karlstraße - Museum



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Karte 3: Stärken des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

- Wie in Karte 3 dargestellt, bestehen im Umfeld und innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches verschiedene Entwicklungsflächen. Dabei handelt es sich um das nördlich an die Innenstadt angrenzende Schuler Areal, welches derzeit teilweise von Nutzungen freigezogen wird und um zwei Flächen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches an der Stern gasse.
- Insgesamt sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt nur wenige Leerstände zu finden.

städtebaulich

- Der zentrale Versorgungsbereich weist eine kompakte, geschlossene Bebauung auf und bietet damit gute Voraussetzungen für eine Stadt der kurzen Wege.
- Insgesamt bietet die Innenstadt eine hohe Aufenthaltsqualität und verfügt über ein ansprechendes Stadtbild.
- Dies wird auch durch die überwiegend gute Gestaltung der öffentlichen Bereiche unterstrichen. Sitzgelegenheiten und Begrünung sind zumeist ansprechend und gepflegt.
- Einige Teilbereiche des zentralen Versorgungsbereiches z.B. zwischen Löwenplatz und Rathaus sind sehr ansprechend gepflastert.
- Die Innenstadt bietet eine gut erhaltene historische Struktur und moderne Elemente. Prägende historische Gebäude stellen z.B. das Amtshaus, das Rathaus und das Kornhaus dar. Prägende moderne Bebauung ist z.B. im Umfeld des Löwenplatzes und entlang der Fußgängerzone zu finden (z.B. Geschäftshaus Tchibo).

Foto 9: Amtshaus - historischer Bestand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 10: Löwenplatz - moderne Bebauung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015



- Besonders der Löwenplatz mit seiner ansprechenden Außengastronomie, der ansprechenden städtebaulichen Gestaltung und den öffentlichen Sitzgelegenheiten verfügt über eine große Anziehungswirkung. Auf Grund des vielfältigen Parkplatzangebotes im Umfeld und der Tiefgarage fungiert er zudem als Eingangsbereich.
- Der Münsterplatz wird von historischen denkmalgeschützten Gebäuden begrenzt und stellt als Zugang zur Basilika einen wichtigen touristischen Anziehungspunkt dar. Hier befindet sich zudem die Tourist-Information.

Foto 11: Löwenplatz



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 12: Karlstraße - öffentlicher Raum



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Schwächen

funktional

- Insgesamt ist die Innenstadt durch ein eher kleinteiliges Angebot geprägt, insbesondere entlang der Kirchstraße zwischen Rathaus und Münsterplatz sind fast ausschließlich sehr kleinflächige Betriebe zu finden.
- Obwohl das Angebot recht vielfältig ist, werden relativ wenige Sortimente in Konkurrenzsituation angeboten. Dies ist insbesondere bei kleinen Fachgeschäften problematisch; sofern es keine Nachfolgeregelung gibt, fehlt im Fall einer Schließung das entsprechende Sortiment.
- In den Randbereichen des zentralen Versorgungsbereiches, wie der Zeppelinstraße, Abt-Hyller-Straße und der Gartenstraße ist eine geringe funktionale Dichte festzustellen. Neben einzelnen Einzelhandelsbetrieben oder Dienstleistern sind dort vor allem Wohnnutzungen angesiedelt.
- Im unteren Bereich der Karlstraße ab dem Kornhaus ist eine Trading-Down-Tendenz festzustellen. Neben zwei Vergnügungsstätten (Spielhallen), hat sich hier

Gastronomie mit Imbiss-Charakter niedergelassen. Zusätzlich nimmt in diesem Bereich der Karlstraße die städtebauliche Qualität deutlich ab.

Foto 13: Abt-Hyller-Straße - Randbereiche



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 14: Untere Karlstraße - Trading-Down

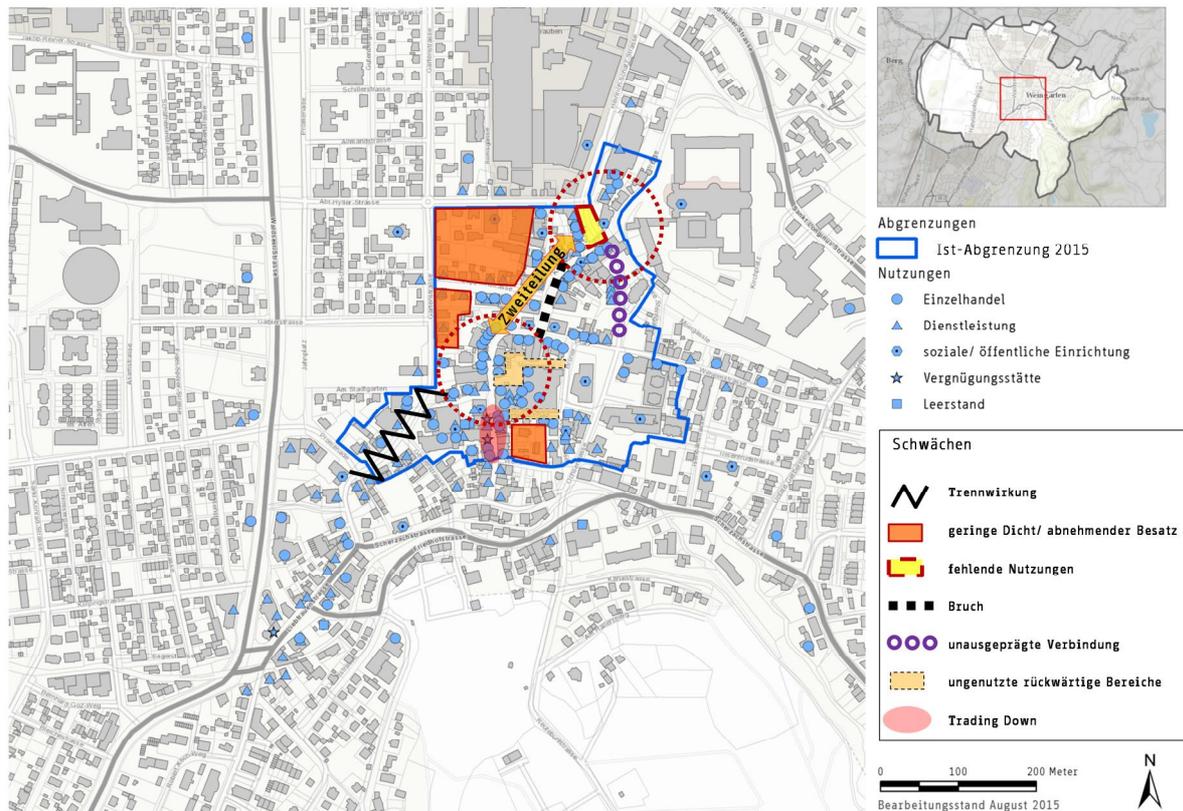


Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

- Der städtebaulich und touristisch bedeutsame Münsterplatz wirkt insgesamt unbelebt. Es gibt nur wenige Geschäfte und keine attraktiven gastronomischen Angebote. Angrenzend an den Platz sind einzelne Leerstände vorhanden. Angesichts des mangelnden Parkplatzangebotes im Umfeld fungiert der Münsterplatz nicht als Eingangsbereich zur Innenstadt. Innerhalb des Innenstadtgefüges befindet sich der Platz in Randlage, abseits der Hauptfrequenz.



Karte 4: Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

- Teilweise verfügen die Betriebe der Weingartener Innenstadt über eine mangelhafte Warenpräsentation. Dazu zählt zum einen die Präsentation in den Schaufenstern zum anderen aber auch das Blockieren der Fußwege durch Aufsteller und Waren.

Foto 15: Kirchstraße - Warenpräsentation



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 16: Münsterplatz - Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

städtebaulich

- Innerhalb der Fußgängerzone besteht ein deutlicher Bruch im Abschnitt entlang der Kirchstraße zwischen dem Rathaus und der Abzweigung Schützenstraße. Dieser Bruch besteht durch die unterschiedliche verkehrliche Situation (keine Fußgängerzone in diesem Abschnitt) und die städtebauliche/ gestalterische Situation (unterschiedliche Pflasterung, fehlende Sichtbeziehung) sowie der funktionalen Situation (keine Einzelhandelsnutzungen).

Foto 17: Kirchstraße - Bruch



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 18: Münsterplatz - fehlende Sichtbeziehung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

- Insgesamt bestehen in der Fußgängerzone angesichts der verwinkelten Straßenführung/ Stadtstruktur wenige Blickbeziehungen zwischen den einzelnen Bereichen. Hinzu kommt, dass die Fußgängerzone nicht einheitlich gepflastert ist und somit der Innenstadtbereich nur eingeschränkt lesbar ist.
- Obwohl die öffentlichen Bereiche überwiegend ansprechend gestaltet und gut erhalten sind, sind einige Sitzgelegenheiten deutlich sanierungsbedürftig.
- Die Liebfrauenstraße und der darauf fließende Verkehr welcher zu Stoßzeiten erheblich ausgeprägt ist, führen zu einer starken Trennung zwischen dem Stadtgarten incl. der angrenzenden modernen Bebauung und der übrigen Innenstadt.



Foto 19: Liebfrauenstraße - Verkehrsaufkommen



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 20: Broner Platz - marode Sitzgelegenheiten



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

- Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gibt es einige städtebaulich undefinierte, rückwertige Bereiche z.B. im Umfeld von Kaufland.
- Der Broner Platz und der Münsterplatz liegen nur wenige Meter voneinander entfernt; der Zugang zum Münsterplatz ist angesichts der städtebaulichen Situation der Sterngasse (Tunnel) jedoch nicht lesbar.

Foto 21: Rückwertiger Bereich



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 22: Broner Platz - Tunnel



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

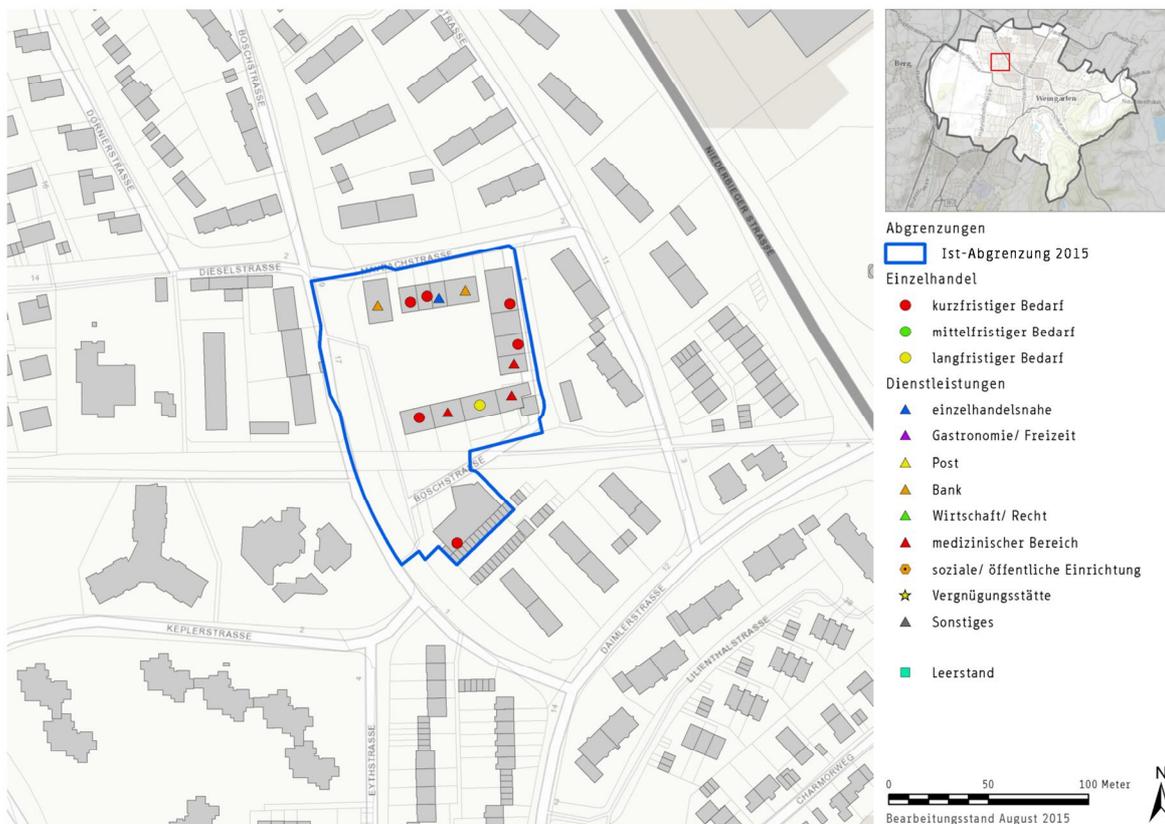
4.3 SONSTIGE NAHVERSORGUNGSZENTREN/ -BEREICHE

Neben der Innenstadt gibt es im Stadtgebiet von Weingarten lediglich den zentralen Versorgungsbereich Untere Breite und den Nahversorgungsbereich Oberstadt. Beide Bereiche übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen für die Bewohner der jeweiligen Stadtbereiche und dienen darüber hinaus als Treffpunkt und Kommunikationsort. Nachfolgend werden diese unter funktionalen und städtebaulichen Gesichtspunkten beschrieben.

4.3.1 Nahversorgungszentrum Untere Breite

Das Nahversorgungszentrum Untere Breite liegt im nordwestlich Teil des Stadtgebietes von Weingarten. Es erstreckt sich um einen Platzbereich an der Boschstraße. Die Konzentration an Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten erfüllt für die Wohnbevölkerung, auch über den unmittelbaren Nahbereich hinaus, eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums ist in Karte 5 dargestellt.

Karte 5: Vorschlag zur Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Untere Breite



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

Das Angebot im zentralen Versorgungsbereich Untere Breite umfasst zum Zeitpunkt der Erhebung sieben Einzelhandelsbetriebe. Das Angebot konzentriert sich mit u.a. mehreren Lebensmittelbetrieben, einem Bäcker und einer Apotheke auf den Bereich der kurzfristigen bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente. Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches sind nicht vorhanden.



Foto 23: Platzbereich



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 24: Lebensmittel-SB-Markt



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Das Einzelhandelsangebot wird durch wichtige Dienstleistungsangebote ergänzt (u.a. Geldinstitute, einzelhandelsnahe Dienstleistungen und medizinische Angebote).

Der Platz bietet durch seine Gestaltung mit Sitzbänken, Spielgeräten und einer gestalteten Grünanlagen eine gute Aufenthaltsqualität und ist als Treff- und Kommunikationspunkt für die umliegende Wohnbevölkerung von wesentlicher Bedeutung.

Die Fassaden der um den Platz angeordneten in der Regel zweigeschossigen Gebäude sind überwiegend modernisierungs- und sanierungsbedürftig.

Foto 25: Gestaltung Platz



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

Foto 26: Fassaden



Quelle: eigenes Foto, Juli 2015

4.3.2 Nahversorgungsbereich Oberstadt

Der Nahversorgungsbereich Oberstadt befindet sich nordöstlich der Innenstadt. Er erstreckt sich im Bereich der Wilhelm-Braun-Straße und der Richard-Mayer-Straße (vgl. Karte 6). Obwohl es sich hierbei nicht um einen zentralen Versorgungsbereich im rechtlichen Sinne handelt, wird der Bereich auf Grund seiner Identifikationsfunktion für die Anwohner dargestellt.

Karte 6: Nahversorgungsbereich Oberstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung/ Erhebung Juli 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

Das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungsbereich Oberstadt beschränkte sich zum Zeitpunkt der Erhebung auf einen kleineren Supermarkt und einen Bäcker.

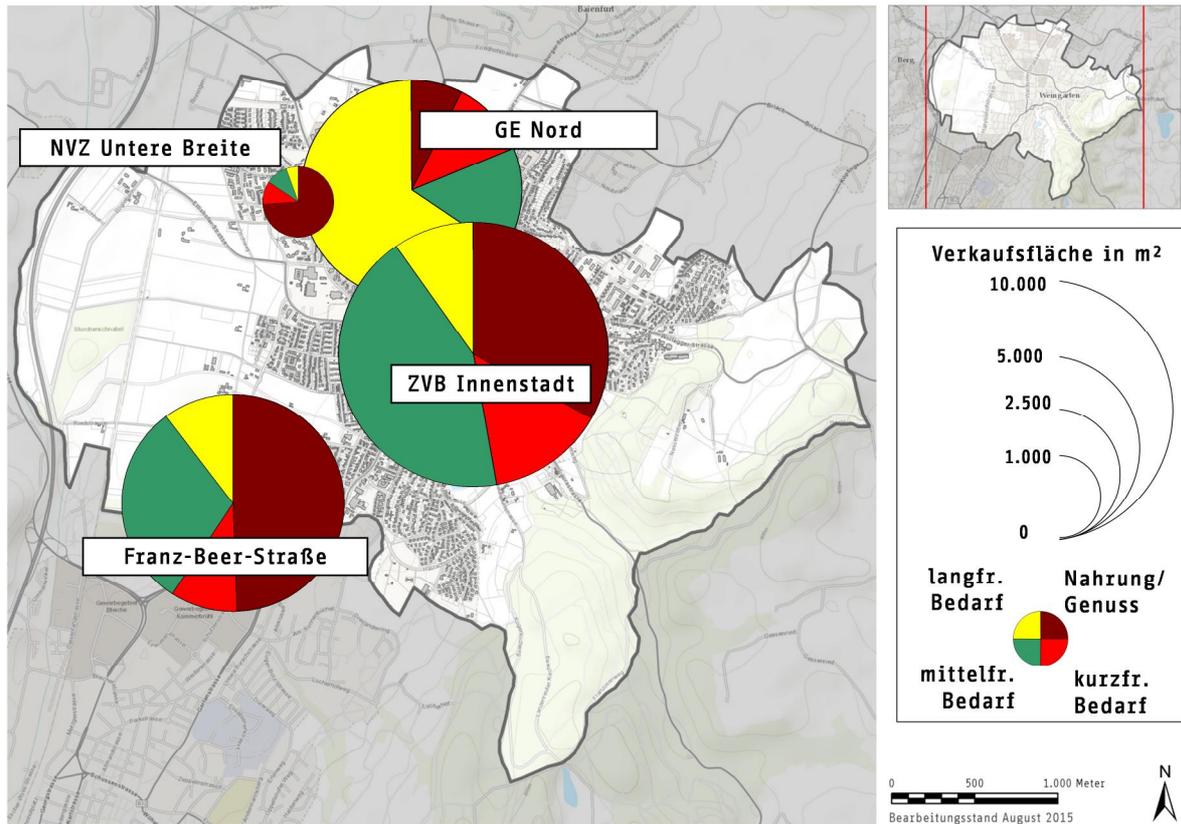
Der Bereich erfüllt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung. Außerdem nimmt er Treffpunkt- und Identifikationsfunktion wahr.



5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Neben der Innenstadt, dem Nahversorgungszentrum Untere Breite und dem Nahversorgungsbereich Oberstadt gibt es in Weingarten zwei - quantitativ bedeutsame - nicht integrierte Einzelhandelsstandorte: Das Gewerbegebiet Nord und der Standort Franz-Beer-Straße.

Karte 7: Einzelhandelskonzentrationen in Weingarten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

In Karte 7 wird deutlich, dass beide nicht integrierten Standorte in Bezug auf die Verkaufsfläche kleiner als die Innenstadt von Weingarten sind, der Unterschied ist jedoch relativ gering und beide Standorte zusammen haben eine Verkaufsfläche, welche die der Innenstadt deutlich übersteigt. Neben der Innenstadt und den Standorten in nicht integrierter Lage spielt das Nahversorgungszentrum Untere Breite unter quantitativen Gesichtspunkten eine nur geringe Rolle.



5.1 GEWERBEGEBIET NORD

Der nicht integrierte Einzelhandelsstandort Gewerbegebiet Nord befindet sich nördlich der Innenstadt von Weingarten. Zum Zeitpunkt der Erhebung befanden sich an diesem Standort zehn Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 7.775 m², was rd. 19% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht.

Das Gewerbegebiet Nord verfügt über eine sehr heterogene Struktur und wird sowohl durch Einzelhandelsbetriebe als auch durch sonstige gewerbliche Betriebe geprägt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Baustoffe und baumarktspezifische Sortimente. Zusätzlich werden im Gewerbegebiet Nord auch nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten (z.B. Discounter, Drogeriemarkt, Getränkemarkt). Diese Betriebe konzentrieren sich im sogenannten Argonnen-Park, einem typischen Fachmarktzentrum, innerhalb des Gewerbegebietes Nord.

5.2 EINZELHANDELSSTANDORT IN NICHT INTEGRIERTER LAGE: FRANZ-BEER-STRAÙE

Der nicht integrierte Einzelhandelsstandort Franz-Beer-StraÙe, befindet sich unmittelbar an der südlichen Stadtgrenze zu Ravensburg und besteht im Wesentlichen aus einem SB-Warenhaus und dazugehörigen ergänzenden Betrieben, u.a. ein Bäcker, ein Getränkemarkt und eine Apotheke.

Zum Zeitpunkt der Erhebung befanden sich hier insgesamt sieben Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 7.475 m², was rd. 19% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Der autokundenorientierte Standort wird insbesondere durch Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiches geprägt und steht damit in direkter Konkurrenz zur Innenstadt. Auf Grund der Randlage im Stadtgebiet wird hier nicht nur Kaufkraft aus Weingarten, sondern auch aus Ravensburg gebunden.

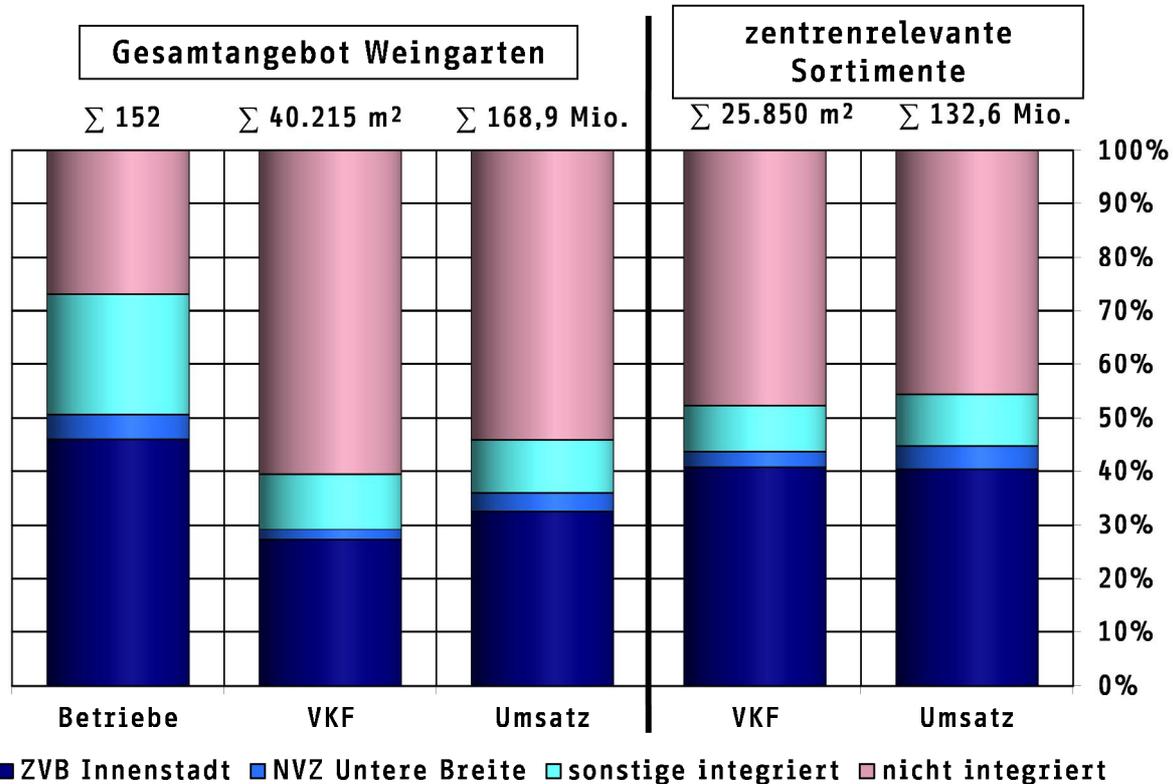
5.3 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Im Folgenden werden die bisher dargestellten Ergebnisse zur Einzelhandels-situation differenziert nach Lage der Betriebe innerhalb des Stadtgebietes aufgezeigt. Es wird differenziert nach Innenstadt, Nahversorgungszentrum Untere



Breite, sonstigen integrierten Lagen (incl. Nahversorgungsbereich Oberstadt) und nicht integrierten Lagen (Begriffsdefinitionen siehe Glossar).

Abb. 3: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile Weingarten nach Lage



Quelle: eigene Erhebung März 2015; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2015); eigene Berechnungen

Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttyp (vgl. Abb. 3) zeigt:

- Gemessen an der Zahl der Betriebe ist der Großteil innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt (rd. 46%).
- Wird die Verteilung der Verkaufsfläche betrachtet, so entfällt der größte Teil auf die nicht integrierten Lagen (rd. 61%) und nur rd. 28% auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Dies zeigt, dass an den nicht integrierten Standorten im Durchschnitt deutlich größere Betriebe zu finden sind als in der Innenstadt.
- Über die Hälfte des Umsatzes wird an nicht integrierten Standorten erzielt. Auf den zentralen Versorgungsbereich entfallen rd. 33% des Umsatzes.
- Werden nur die zentrenrelevanten Sortimente betrachtet, so sind die Anteile der Verkaufsfläche und des Umsatzes an nicht integrierten Standorten zwar geringer als bei Betrachtung des Gesamtangebotes, liegen jedoch immer noch über den jeweiligen Anteilen in der Innenstadt.

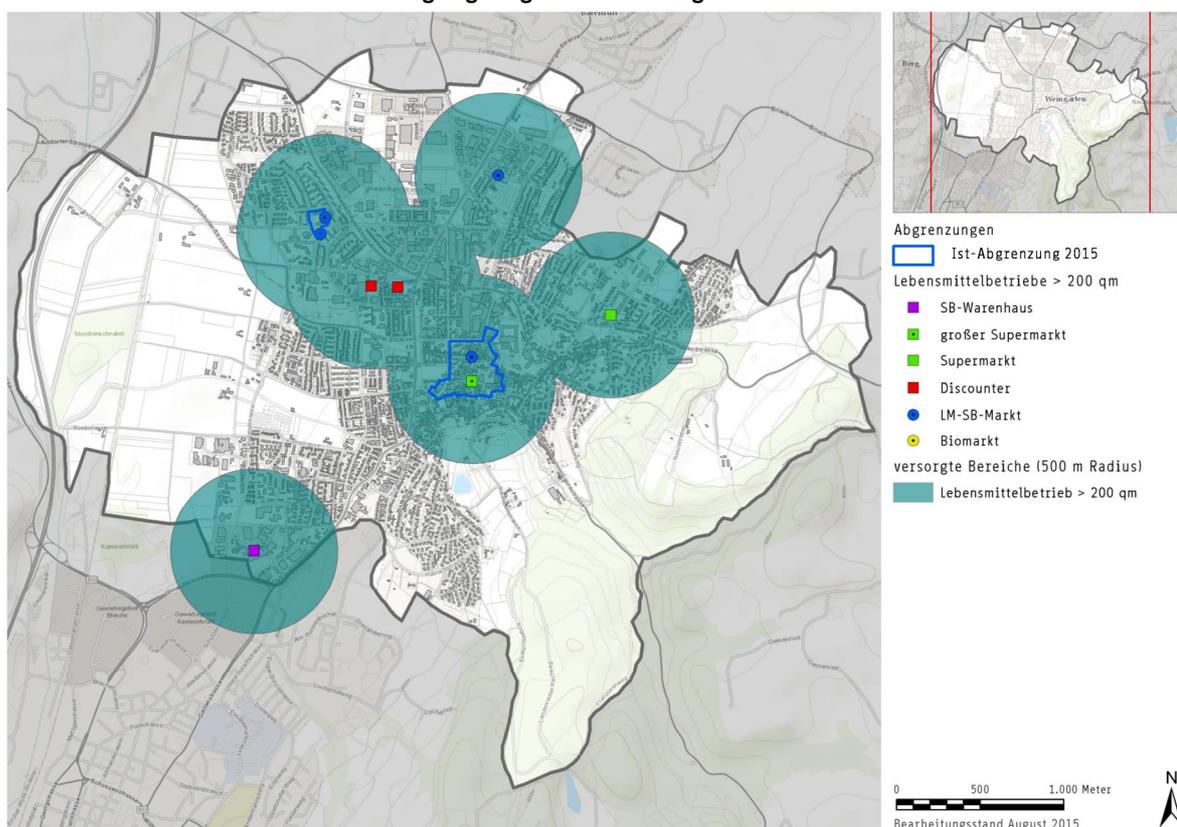
5.4 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

Es wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der Einzelhandel der Stadt Weingarten bei einer Bindungsquote von rd. 140% mehr als eine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung erreicht (vgl. Kap. 3.2.2).

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des Einzelhandelsangebotes jedoch, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich, auch die Frage nach dessen räumlicher Verteilung von Bedeutung.

Im Folgenden wird daher der Frage nachgegangen, welcher Teil der Einwohner in der Stadt Weingarten in der Lage ist, ein entsprechendes Angebot auch zu Fuß zu erreichen.

Karte 8: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Weingarten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten



Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind daher in Karte 8 die in der Gesamtstadt Weingarten ansässigen Lebensmittelbetriebe dargestellt.

Insgesamt können neun Standorte von Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und einer Verkaufsfläche von über 200 m²⁴⁵ identifiziert werden. Von diesen neun Lebensmittelbetrieben befinden sich drei an nicht integrierten Standorten.

Um Betriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 m² wurde ein blauer Kreis mit einem Radius von 500 Metern gezogen.

Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern (Luftlinie) zu einem solchen Einzelhandelsbetrieb wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann. Im konkreten Fall beeinflussen topographische, infrastrukturelle und andere räumliche Aspekte die tatsächliche Zugänglichkeit.

Bewertung

Der wesentliche Siedlungsbereich der Stadt Weingarten ist entsprechend Karte 8 von blauen Kreisen bedeckt, d.h. es besteht eine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit für die hier lebende Bevölkerung.

Im südlichen Stadtgebiet besteht zwischen der Innenstadt und dem SB-Warenhaus an der Stadtgrenze zu Ravensburg eine Nahversorgungslücke in einem teilweise dicht besiedelten Gebiet. Angesichts der hohen Bindungsquote im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel insgesamt und der nahegelegenen Angebote in der Innenstadt und im SB-Warenhaus ist eine Verbesserung der räumlichen Nahversorgung in diesem Bereich eher unwahrscheinlich.

Die räumliche Nahversorgung in der Stadt Weingarten ist insgesamt als gut zu bezeichnen, da eine vollständige flächendeckende Versorgung auf Grund der heutigen Betriebsformen (große Verkaufsflächen, großer Einzugsbereich) kaum mehr möglich ist.

⁴⁵ In der Regel kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche von 200 m² davon ausgegangen werden, dass das vorhandene Angebot die nahversorgungsspezifischen Bedarfe ausreichend abdeckt. Es ist jedoch nicht generell auszuschließen, dass auch kleinere Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion für (zumindest temporär) immobile Menschen besitzen.



6. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Weingarten auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern. Auch wenn der neue § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind Bebauungspläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt Weingarten insgesamt und der zentralen Versorgungsbereiche. Dabei hat die Erfahrung mit der Erarbeitung zahlreicher Gutachten als Grundlage für Einzelhandelskonzepte für unterschiedliche Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind.

Dementsprechend wird im Folgenden der Vorschlag für einen Zielkatalog vorgestellt, welcher der künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Weingarten zugrunde gelegt werden sollte. Gleichzeitig dienen diese Zielvorschläge als Grundlage für das planungsrechtliche Konzept.

Bereits im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Weingarten im Jahr 2005 und der Fortschreibung im Jahr 2008 wurden Ziele formuliert. Diese werden im Rahmen des folgenden umfangreichen Zielkataloges aufgegriffen, vertieft und ergänzt.

ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER ZENTRALÖRTLICHEN FUNKTION

Ein wichtiges Ziel liegt in der Erhaltung und Stärkung der durch den Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg zugewiesenen zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt. Die Stadt Weingarten bildet mit den Städten Ravensburg und Friedrichshafen ein gemeinsames Oberzentrum. Wie in Kap. 3.2.2 gezeigt wurde, fließt bei einer Gesamtbindungsquote rd. 114% per Saldo Kaufkraft nach Weingarten zu.

Im Hinblick auf die künftige Entwicklung, sollte der Schwerpunkt auf der Erhaltung der derzeitigen Versorgungsfunktion der Stadt Weingarten liegen.



ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER EINZELHANDELSZENTRALITÄT DER INNENSTADT

Die Tradition der europäischen Stadt weist der Innenstadt eine herausgehobene Funktion zu.

Die zentralörtliche Versorgungsfunktion von Weingarten wird nur z.T. vom zentralen Versorgungsbereich Innenstadt übernommen; ein nicht unerheblicher Teil der Kaufkraft in Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente wird außerhalb der Innenstadt gebunden (vgl. Kap. 4.2.2 und Kap. 5.3).

Die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente sollte zukünftig vor allem innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu dessen Stärkung erfolgen.

ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES INNENSTADT SOWIE DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES UNTERE BREITE

Neben der Zentralität - einer vorrangig quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bestehende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen, erhalten und gestärkt werden. Daneben sollte der Einzelhandel weiterhin von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt formen.

Im zentralen Versorgungsbereich Untere Breite ist die Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt zu erhalten und zu stärken, um die bestehende Nahversorgungsfunktion langfristig zu gewährleisten.

ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES INNENSTADT

Die unverwechselbare Identität eines zentralen Versorgungsbereiches wird durch verschiedene Faktoren (Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, Architektur etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden interkommunalen Wettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild (Städtebau und Architektur) der Innenstadt gewinnt angesichts der stetig zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation an Gewicht.



Die historisch geprägte Innenstadt mit ihrem hohen touristischen Potenzial und der Vielfalt im Einzelhandel bietet gute Voraussetzungen für einen weiterhin attraktiven zentralen Versorgungsbereich.

VERKÜRZUNG/ ERHALTUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")

Ein kompakter zentraler Versorgungsbereich mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume. Weiterhin ist insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Zudem wird dadurch überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die entstehenden Umweltbelastungen reduziert.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSFUNKTION

Der Verkürzung der Wege dient auch eine flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfes (Nahversorgung), insbesondere im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel: Es soll eine wohnungsnaher Versorgung ermöglicht werden. In Siedlungsbereichen ohne Nahversorgung sollte eine Verbesserung der bestehenden Situation angestrebt werden (vgl. Kap. 5.4).

SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der jeweiligen Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit einem Einzelhandelskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.



SCHAFFUNG EINER ENTSCHEIDUNGSSICHERHEIT FÜR STÄDTEBAULICH ERWÜNSCHTE INVESTITIONEN

Eng damit verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

SICHERUNG VON GEWERBEGEBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe, zur Verfügung zu stellen. Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten⁴⁶.

⁴⁶ Zur Gewerbeflächenentwicklung in Weingarten siehe auch Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung: Gewerbeflächenentwicklungskonzept für die Stadt Weingarten (in Bearbeitung zum Zeitpunkt der Erstellung des vorliegenden Berichtes).



7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende fortgeschriebene Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt Weingarten darstellen: Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der Innenstadt (sowie des zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Untere Breite) hängt auch davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen.

Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde daher eine Verkaufsflächenprognose berechnet.

Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 8.3 beschrieben.

7.1 METHODISCHES VORGEHEN

In diesem Kapitel wird die Methodik der Verkaufsflächenprognose dargelegt. Dabei sind auch die auf die Stadt Weingarten bezogenen grundlegenden Annahmen enthalten.

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale waren die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung, der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern⁴⁷.

Neben diesen nachfrageseitigen Determinanten sind allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie angebotsseitige Veränderungen zu berücksichtigen. Dafür ist entscheidend, ob und inwieweit die Position der Stadt Weingarten im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gehalten bzw. gestärkt werden kann. Diese Positionierung der Stadt Weingarten wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung abhängig.

⁴⁷ Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.



Der Entwicklungsspielraum wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kap. 6 und Kap. 8.2) und andererseits von den verfügbaren Flächen (vgl. Kap. 8.3) ab.

Vorrangig ist dieser abgeleitete quantitative Entwicklungsspielraum einer räumlichen Steuerung zugänglich: Der Bestand ist kaum zu lenken⁴⁸.

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine eher kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2020, deren Ergebnisse weitgehend als aktueller Bedarf angesehen werden können, sowie eine mittel- bis langfristige Prognose bis zum Jahr 2025.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden eine obere und eine untere Variante erarbeitet, sodass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 7.2). Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.

Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (Kap. 7.1.2).

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.⁴⁹.

7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die bisherige Einwohnerentwicklung von Bedeutung (vgl. Abb. 4). Diese war im Zeitraum von 1992 bis 2014 - mit Ausnahme des Jahres 2011 - recht stabil (23.350 bis 23.900 Einwohner). Der deutliche Rückgang im Jahr 2011 ist auf den Übergang von der Fortschreibung der Volkszählungsdaten auf die Fortschreibung der Zensusdaten zurückzuführen. Seit diesem Zeitpunkt ist ein sich verflachender Anstieg der Einwohnerzahl von Weingarten zu verzeichnen.

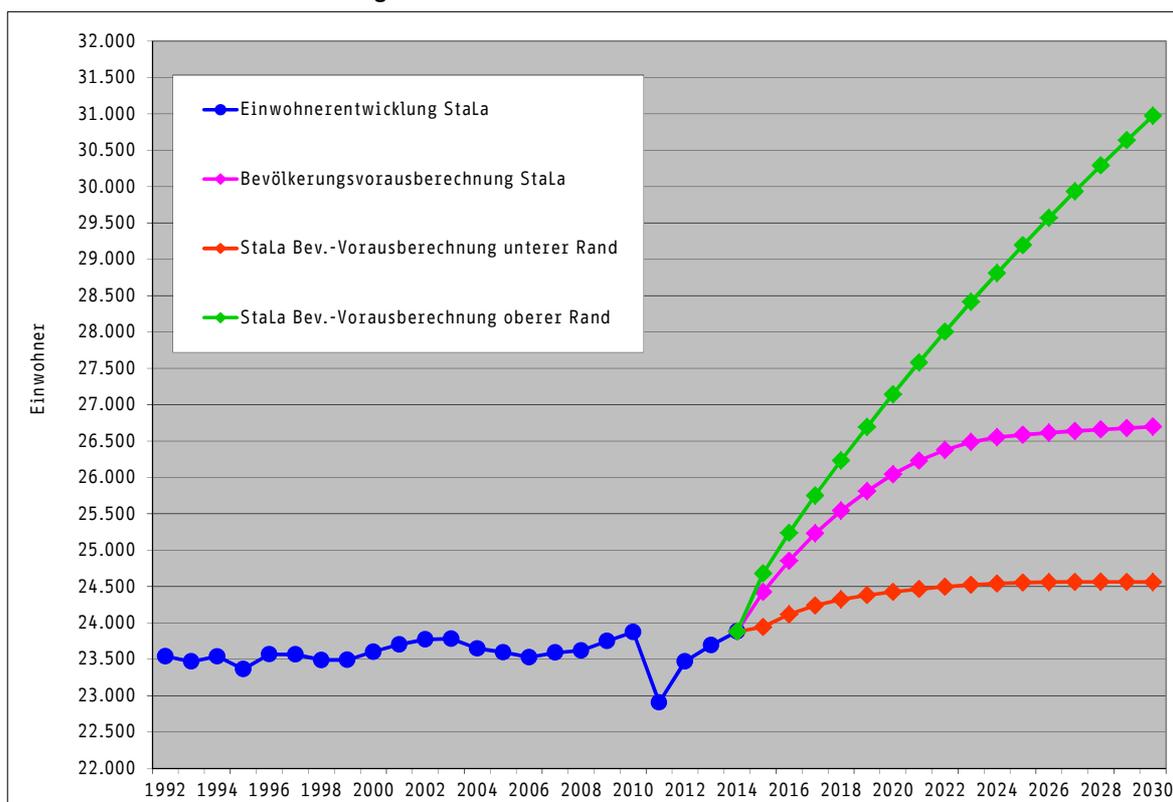
⁴⁸ Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.

⁴⁹ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

Als Grundlage für die künftige Einwohnerentwicklung wurde die Vorausberechnung des Statistischen Landesamtes (mit Wanderungen und Entwicklungskorridor, Basisjahr 2014) herangezogen⁵⁰.

In der folgenden Abbildung ist diese Entwicklung dargestellt. Danach ergibt sich selbst bei einer Entwicklung entsprechend dem unteren Rand eine Zunahme der Einwohner.

Abb. 4: Einwohnerentwicklung in der Stadt Weingarten 1990 bis 2014 (tatsächliche Entwicklung) und 2014 bis 2030 (Prognosewerte)



Quelle: Statistisches Landesamt

Es zeigt sich, dass mit zunehmender zeitlicher Entfernung die Unsicherheiten von Prognosen steigen: Beträgt die Schwankungsbreite im Jahr 2020 noch rd. 2.725, so erhöht sich diese bis zum Jahr 2025 bereits auf rd. 4.650.

Um die Prognosegenauigkeit zu verdeutlichen wurden die Prognosewerte auf 25 gerundet.

⁵⁰ Nach der Sitzung des Arbeitskreises am 27.10.15 wurde vom Statistischen Landesamt eine neue Vorausberechnung veröffentlicht, die auf das Basisjahr 2014 (und nicht mehr auf das Basisjahr 2012) abstellt. Den folgenden Berechnungen wurde die aktuellere Vorausberechnung zugrunde gelegt.



Im Jahr 2020 ist damit in der Stadt Weingarten von 24.425 bis 27.150 Einwohnern und im Jahr 2025 von 24.550 bis 29.200 Einwohnern und somit über den gesamten Prognosezeitraum von einem Bevölkerungszuwachs um rd. 3,0 bis 22,5% auszugehen.

Im Hinblick auf die andauernde Staatsschuldenkrise und die anstehende Integration von Flüchtlingen und deren jeweilige Auswirkung ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Zu berücksichtigen ist dabei, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel von gesamtwirtschaftlichen Zuwächsen nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortdauerndem gesamtwirtschaftlichem Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauches kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen. Dabei muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor diesem Hintergrund bis 2025 in der unteren Variante von einer Stagnation und in der oberen Variante von einem maximalen jährlichen Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 0,5% ausgegangen. Explizit ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Werten um die Entwicklung des stationären Einzelhandels handelt; die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels ist damit bereits berücksichtigt (vgl. Kap. 7.1.2).

Da übereinstimmend von allen Instituten eine weitere Abnahme des Anteiles der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines deutlich über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Weingarten sind in Tab. 4 als Übersicht dargestellt. Der Prognoserahmen wurde mit der projektbegleitenden Arbeitsgruppe diskutiert und abgestimmt, wobei bereits darauf hingewiesen wurde, dass für die Einwohnerentwicklung die zwischenzeitlich aktualisierte Vorausberechnung des Statistischen Landesamtes zugrunde gelegt wurde.



Tab. 4: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick

	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2020	24.425	27.150
Einwohner 2025	24.550	29.200
Kaufkraftzuwachs 2015 - 2025	0,0% p.a.	0,5% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2015 - 2025 insgesamt	0,0%	5,1%
Kaufkraft/ Einwohner (Weingarten) 2015 (ohne Lebensmittelhandwerk, Apotheken)	5.309 €	
Kaufkraft/ Einwohner (Weingarten) 2020	5.309 €	5.443 €
Kaufkraft/ Einwohner (Weingarten) 2025	5.309 €	5.581 €
Kaufkraftpotenzial Weingarten 2015	126,5 Mio. €	
Kaufkraftpotenzial Weingarten 2020	129,7 Mio. €	147,8 Mio. €
Änderung gegenüber 2015	2,5%	16,8%
Kaufkraftpotenzial Weingarten 2025	130 Mio. €	163 Mio. €
Änderung gegenüber 2015	3%	29%

Quelle: Statistisches Landesamt; IFH Köln (2015); eigene Berechnungen

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenziales nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (vgl. Tab. A - 8).

7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben⁵¹. Die Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden zwei Prognoseszenarien - Entwicklungsprognose und Wettbewerbsprognose - berechnet. Ferner wurde - ausschließlich zum Vergleich - eine Status-quo-Prognose berechnet, um die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Weingarten aufzuzeigen.

⁵¹ Dies bedeutet, dass die ermittelte Entwicklung aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann - z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte - sei hier angemerkt.



Die **Status-quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Kap. 3.2.2) werden fortgeschrieben: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung im gleichen Ausmaß. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

Allerdings wird aus Gründen der Vorsicht unterstellt, dass derzeit über 180% liegende Bindungsquoten⁵² wegen zusätzlicher Konkurrenz der Nachbarorte auf diesen Wert zurückgehen.

Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teiles des Entwicklungsspielraumes, der auf die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist. (Ohnehin ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Weingarten erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.)

1. Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Weingarten in den Sortimentsbereichen gestärkt werden kann, in denen derzeit nur gering erscheinende Bindungsquoten erreicht werden. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebots auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden.

- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs sollte jede Gemeinde unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion in der Lage sein, die eigenen Einwohner selbst zu versorgen. Für die Sortimente, die unter dem Selbstversorgungswert von 100% liegen (vgl. Abb. 1, S. 18), wurde eine Steigerung der Bindungsquote auf 100% angenommen.
- Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs wurden i.d.R. ebenfalls "Zielbindungsquoten" von 100%, d.h. eine rechnerische Selbstversorgung der Einwohner, angenommen: Auch wenn Weingarten als Teil-Oberzentrum ein-

⁵² Im Mittelbereich von Ravensburg/ Weingarten leben knapp mehr als fünfmal so viele Einwohner wie in der Stadt Weingarten; vom Mittelbereich ist allerdings nur etwa ein Drittel der Stadt Weingarten zuzurechnen. Bei einer Bindungsquote von mehr als 180% wird rechnerisch nicht nur dieser Teil des Mittelbereichs, sondern auch ein Teil der außerhalb lebenden Einwohner allein durch den Einzelhandel in der Stadt voll versorgt.

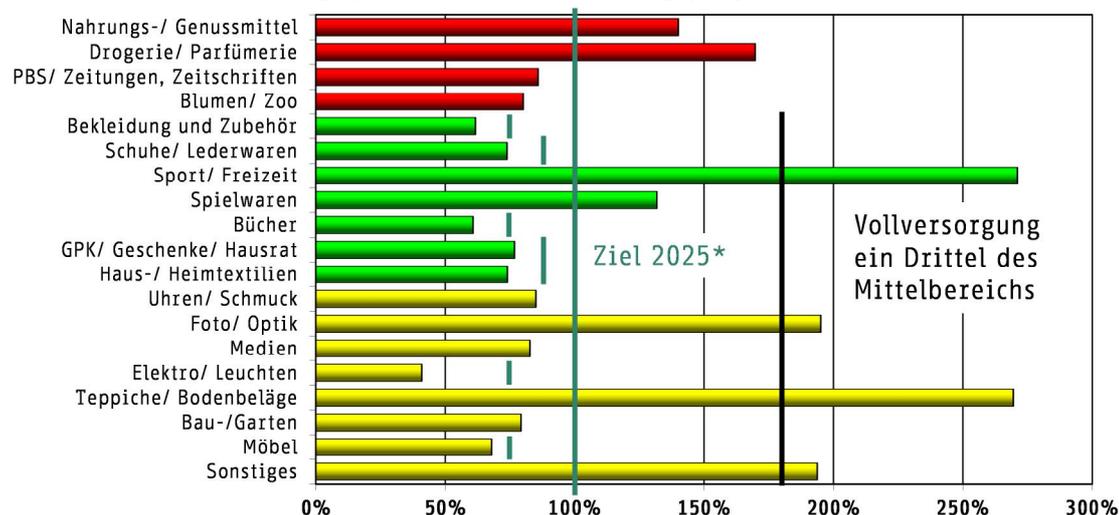
gestuft ist (dem damit eine überörtliche Versorgungsaufgabe zukommt), ist hier doch zu berücksichtigen, dass diese oberzentrale Funktion in überwiegendem Maß von Ravensburg wahrgenommen wird. Ausnahmen erschienen in den Sortimentsbereichen erforderlich, in denen eine Steigerung auf 100% als zu anspruchsvoll anzusehen wäre: Für Schuhe/ Lederwaren, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Geschenke/ Haushaltswaren und Haus-/ Heimtextilien wurde eine erreichbare Bindungsquote von 90%, für Bekleidung, Bücher, Elektro/ Leuchten und Möbel wurde sogar nur eine erreichbare Bindungsquote von 75% unterstellt.

Es wurde jeweils angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen bis zum Jahr 2025 erreicht werden können. In denjenigen Sortimentsbereichen, in denen derzeit bereits höhere Bindungsquoten erreicht werden, wurde unterstellt, dass diese auch zukünftig gehalten werden können.

Für die im Jahr 2025 zu erwartende Bindungsquote bedeuten die Änderungen, dass diese insgesamt von derzeit rd. 116% (ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk) auf dann rd. 119% ansteigen wird.

Abb. 5 zeigt die aktuell erreichten und die für das Jahr 2025 angesetzten Bindungsquoten bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose.

Abb. 5: Bindungsquoten in Weingarten nach Sortimenten im Ist-Zustand und für 2025 angesetzte Zielbindungsquoten für die Entwicklungsprognose



*: Ausnahme: Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Bücher, GPK/ Geschenke/ Haushaltswaren, Haus-/ Heimtextilien, Elektro/ Leuchten, Möbel

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Feb.-April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2015); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



2. Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, stärkerer Bedeutungszuwachs des Internet als unterstellt, erhöhter Wettbewerb mit den Nachbargemeinden o.ä.). Dabei wurde von einem Umsatzrückgang um 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

Bei sämtlichen voranstehend beschriebenen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen lediglich bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden⁵³. Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Auch diese Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite wurden in der projektbegleitenden Arbeitsgruppe abgestimmt.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es dabei nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Bindungsquote zu erreichen. Vielmehr lautet die Leitfrage nach Ermittlung des Entwicklungsspielraumes, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität der Innenstadt und des zentralen Versorgungsbereiches Untere Breite sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung insbesondere zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 8.2f.).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit Weingarten und insbesondere mit der Innenstadt, ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie - insbesondere in der Innenstadt - eine gute funktionale Mischung (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht bzw. gehalten werden kann. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Entwicklungsspielraumes vom Handeln in der Stadt.

⁵³ Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



7.2 PROGNOSEERGEBNISSE

7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für die Stadt Weingarten prognostiziert.

Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe⁵⁴. Infolge

- des bei der Wettbewerbsprognose in zahlreichen Sortimentsbereichen angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
 - der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
 - der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen
- können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben.

Hier wurde zunächst unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

In Anbetracht der teilweise erheblichen rechnerischen Rückgänge wird zusätzlich dargestellt, welche Auswirkungen es hätte, wenn ein Teil des Umsatzrückgangs doch zu Flächenabgängen führt. Dafür wurde unterstellt, dass ein Umsatzrückgang zur Hälfte zu tatsächlichen Flächenabgängen führt (und nur zur anderen Hälfte zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung).

Der auf diese Weise abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist vorrangig auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

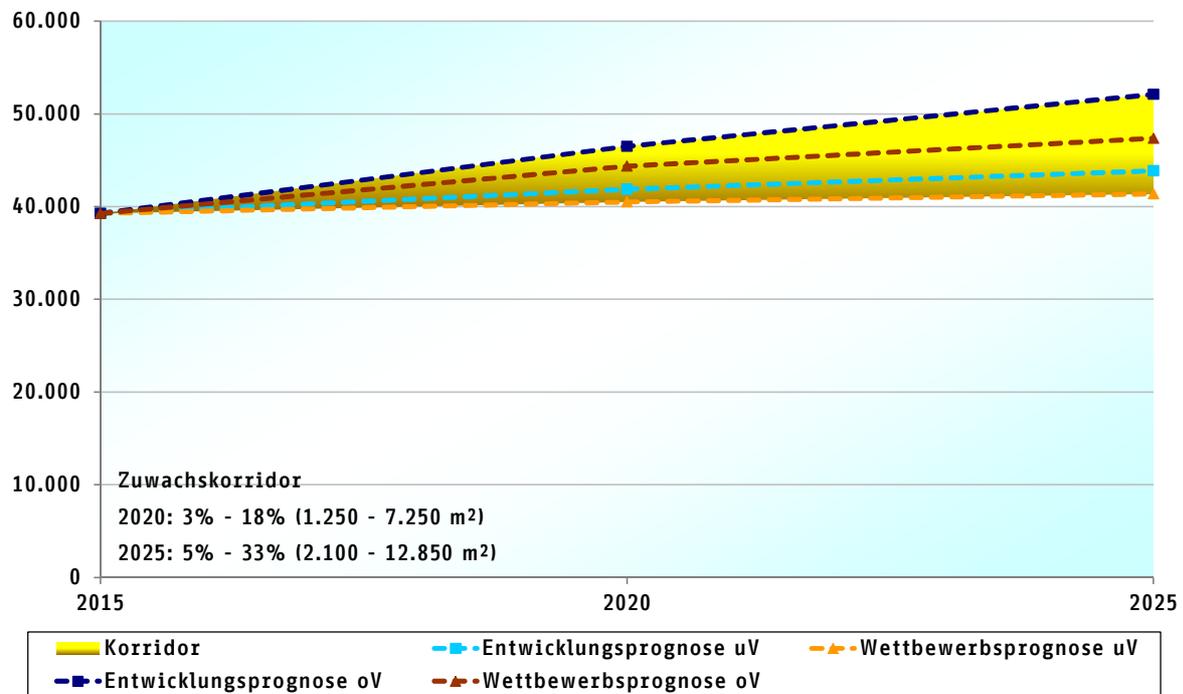
Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen in Weingarten der Fall - kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.

⁵⁴ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im Februar bis April 2015, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Entwicklungsspielraum.



Die Ergebnisse der Entwicklungs- und der Wettbewerbsprognose sind in Abb. 6 zusammengefasst dargestellt. Zur Verdeutlichung möglicher Abweichungen ist ein Entwicklungskorridor abgebildet.

Abb. 6: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2015 - 2025 Gesamtpotenzial (in m²)



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2020 für die Stadt Weingarten auf Basis der **Entwicklungsprognose** ein Entwicklungsspielraum von rd. 2.600 bis 7.250 m² (vgl. Tab. A - 8 im Anhang). Bis zum Jahr 2025 erhöht sich dieser Verkaufsflächenspielraum auf rd. 4.600 bis 12.850 m². Dies entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von rd. 39.250 m² einer Steigerung um rd. 12 bis 33%. Das jährliche Verkaufsflächenpotenzial beträgt - über alle Sortimente hinweg betrachtet - rd. 460 bis 1.285 m².

Diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil - außerhalb des Einflussbereiches der Stadt Weingarten liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Wird das Ergebnis der Entwicklungsprognose mit dem Flächenspielraum der Status-quo-Prognose verglichen (rd. 700 bis 5.250 m² bis 2020 bzw. rd. 1.000 bis 8.650 m² bis 2025; vgl. Tab. A - 7 im Anhang), so zeigt sich, dass in der unteren Variante



etwa drei Viertel und in der oberen Variante etwa ein Drittel des Entwicklungsspielraumes auf die verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen sind.

Dies zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil - im Einflussbereich der Stadt Weingarten (einschließlich der Einzelhändler) liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Sollte der Einzelhandelsumsatz wegen nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen um 10% einbrechen (**Wettbewerbsprognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenspielraum gegenüber der Entwicklungsprognose um rd. 37% bis 54% auf rd. 2.100 bis 8.100 m² bis zum Jahr 2025, sofern Umsatzrückgänge ohne Verkaufsflächenrückgänge hingenommen würden (vgl. Tab. A - 9 im Anhang)⁵⁵. Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) stellt dies immerhin noch eine Steigerung um rd. 5% bis 21% dar.

Auch diese Spannweite verdeutlicht die Abhängigkeit des Einzelhandels in Weingarten von Faktoren, die - zum größten Teil - nicht im Einflussbereich der Stadt und ihrer Akteure liegen.

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Entwicklungsspielraum hinaus ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Weingarten derart erhöht, dass über die hier angenommenen künftigen Bindungsquoten hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt gezogen bzw. die örtliche Kaufkraft stärker durch den städtischen Einzelhandel gebunden werden kann.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose (eigentliches Prognoseszenario) über alle Sortimente hinweg betrachtet von einem Entwicklungsspielraum von rd. 460 bis 1.285 m² pro Jahr auszugehen ist.

Sofern eine Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose erfolgen sollte, reduziert sich der jährliche Spielraum selbst bei Ergreifen von Maßnahmen zur Stei-

⁵⁵ Käme es - entgegen den zunächst getroffenen Annahmen - bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials nicht nur zu einem Rückgang der Flächenleistung, sondern würden sinkende Umsätze zur Hälfte zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche führen, würde sich dieser Spielraum auf rd. 300 bis 7.450 m² reduzieren; in der unteren Variante können solche Rückgänge im Bereich der nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche auftreten (vgl. Tab. A - 10 im Anhang).



gerung der Kaufkraftbindung auf nur noch rd. 210 bis 810 m² - wobei angenommen wird, dass es bei einem rechnerischen Verkaufsflächenrückgang nicht zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche kommt.

Dies unterstreicht die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung konsequent an den Zielen (vgl. Kap. 6) auszurichten.

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich ein **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die teilweise unterstellte Steigerung der Bindungsquoten bei der Entwicklungs- aber auch der Wettbewerbsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen; diese erfolgt in einem längerfristigen Prozess.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Spielraum im Laufe von einem Jahrzehnt entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die damit zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Weingarten gesteigert werden. Entsprechend kann bei der Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Entwicklungsspielraum abgezogen werden.

7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums

Die voranstehend dargestellten Gesamt-Prognosewerte sind nur bedingt von Interesse. Wesentlich bedeutsamer ist die Frage, an welchen Stellen die räumliche Realisierung dieses Entwicklungsspielraumes erfolgen sollte (vgl. Kap. 8.2f.).

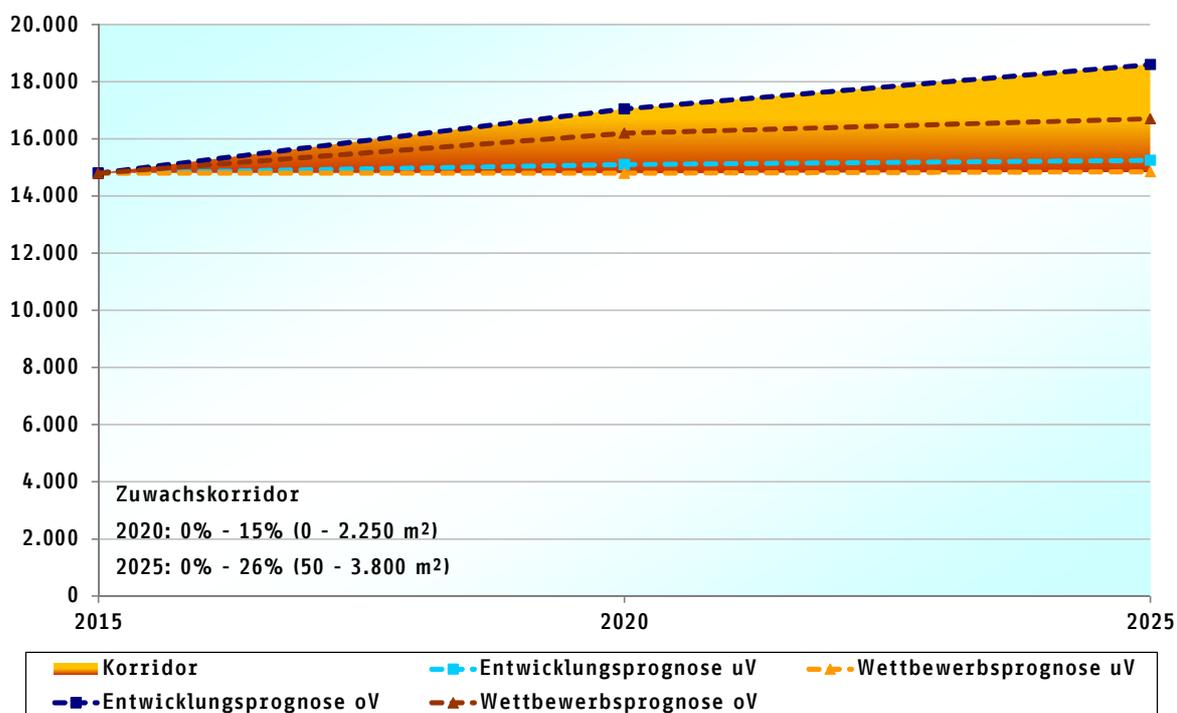
Bei der räumlichen Verteilung des für Weingarten insgesamt ermittelten Entwicklungsspielraumes sind insbesondere die Zielsetzungen einer Funktionsstärkung der Innenstadt sowie der Erhaltung und Stärkung der Nahversorgung zu berücksichtigen

(vgl. Kap. 6). Entsprechend diesen Zielen sollte an nicht integrierten Standorten auch künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 8.1.3) mehr zugelassen werden (vgl. Kap. 8.2).

Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Flächenspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der prognostizierte Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger Bedarf und Teile des langfristigen Bedarfes) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt.

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ergibt sich bis 2025 ein Entwicklungsspielraum von bis zu rd. 3.800 m² (obere Variante der Entwicklungsprognose), wovon mit rd. 2.800 m² nahezu drei Viertel auf den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel entfallen. Dies entspricht der Realisierung von zwei bis drei zusätzlichen Lebensmittelbetrieben und/ oder ggf. Erweiterungen im Bestand. In der unteren Variante der Entwicklungsprognose ergibt sich hingegen lediglich ein Entwicklungsspielraum von rd. 450 m²: Bei schlechterer Entwicklung des Rahmens ist somit kaum eine Ansiedlung zusätzlicher Angebote möglich.

Abb. 7: Potenzialkorridore in m² nach Zentrenrelevanz - nahversorgungsrelevante Sortimente



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)



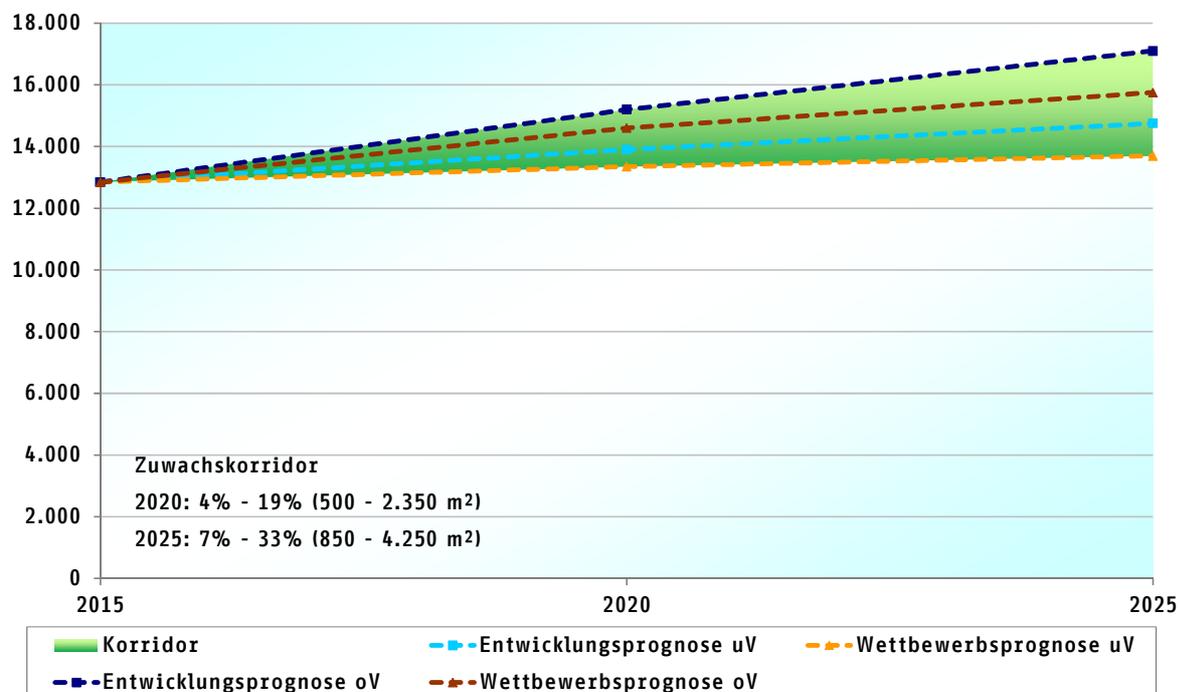
Der maximale Entwicklungsspielraum in der Wettbewerbsprognose bis zum Jahr 2025 beträgt rd. 1.900 m². Auch wenn es zu einem unerwarteten Umsatzeinbruch kommt, bestehen somit bei besserer Entwicklung des Rahmens Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgungssituation. Um dies zu erreichen sollte der Verkaufsflächenspielraum möglichst wohnortnah realisiert werden (vgl. Kap. 5.4). Bei schlechterer Entwicklung des Rahmens muss hingegen vorrangig auf den Erhalt der bestehenden Angebote geachtet werden.

Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** entsteht bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsspielraum von rd. 1.900 bis 4.250 m² (Entwicklungsprognose; vgl. Abb. 8). Entsprechende Angebote sollten vorrangig in der Innenstadt untergebracht werden (vgl. Kap. 8.2).

Wird dieser Entwicklungsspielraum mit der derzeitigen Verkaufsfläche des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (rd. 10.925 m²) verglichen, so zeigt sich, dass die Frage der Ansiedlung und Unterbringung zusätzlicher Betriebe zu klären ist, um das Potenzial für die Stärkung der Innenstadt von Weingarten zu nutzen.

Die Wettbewerbsprognose ergibt bis 2025 einen Entwicklungsspielraum von rd. 850 bis 2.900 m².

Abb. 8: Potenzialkorridore in m² nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente



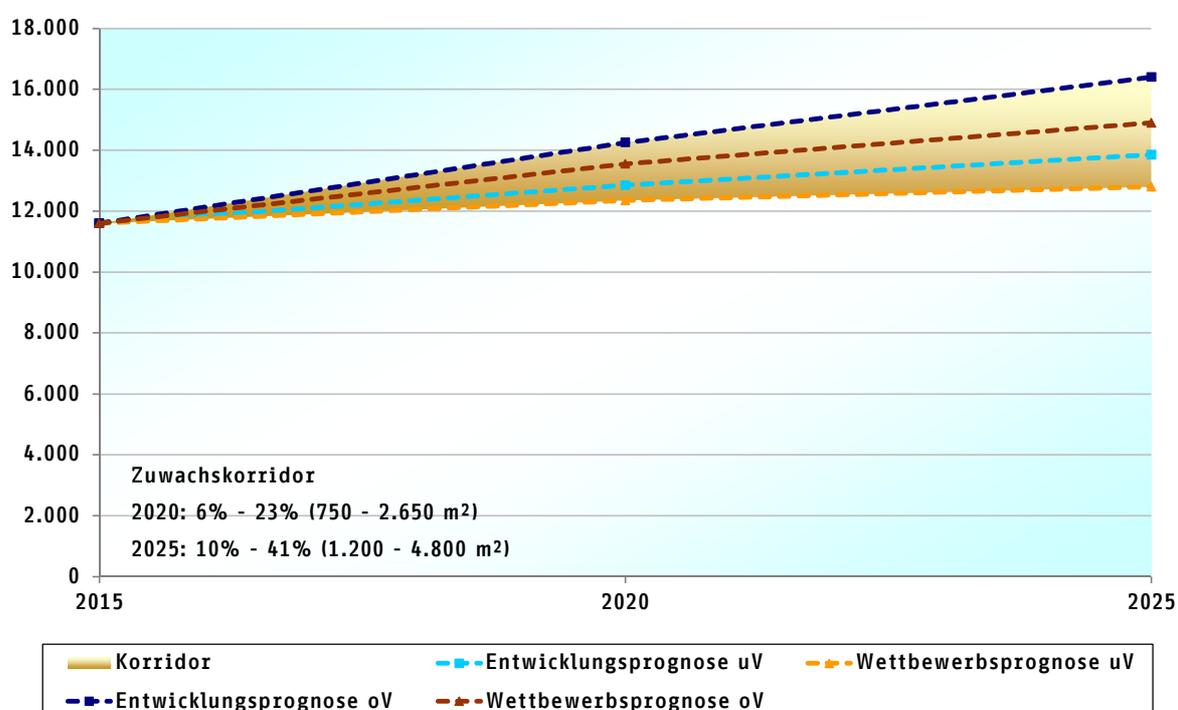
Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (v.a. bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente und Möbel) ergibt sich bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsspielraum von rd. 2.250 bis 4.800 m² (Entwicklungsprognose).

Bei einem nicht vorhersehbaren Einbruch reduziert sich dieser auf rd. 1.200 bis 3.300 m² (Wettbewerbsprognose).

Zwar ist bei diesem Teil des Entwicklungsspielraumes die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung, aber bei einer Ansiedlung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere an nicht integrierten Standorten, ist auf die üblicherweise angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 8.2.2).

Abb. 9: Potenzialkorridore in m² nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

7.2.3 Fazit Prognoseergebnis

Es hat sich gezeigt, dass Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgungssituation vorrangig bei einer positiven Entwicklung der Rahmenbedingungen vorhanden ist: Langfristig ist die Ansiedlung von zwei bis drei Lebensmittelbetrieben denkbar. Bei einer schlechteren Entwicklung des Rahmens ist hingegen vorrangig von Bedeutung, die vorhandenen Angebote zu sichern.



Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zeigt sich selbst bei schlechterer Entwicklung des Rahmens Potenzial zur Stärkung der Innenstadt, wobei die räumliche Unterbringung entsprechender Angebote zu klären ist.

Bei einem Umsatzeinbruch entsprechend den Annahmen der Wettbewerbsprognose ist bei einer positiven Entwicklung der Rahmenbedingungen weiterhin eine wettbewerbsneutrale Verbesserung der Nahversorgungssituation möglich, das entsprechende Potenzial reduziert sich jedoch auf maximal 1.900 m². In diesem Fall besteht allerdings nur bei einer positiven Entwicklung der Rahmenbedingungen weiterhin ein Entwicklungsspielraum sonstiger zentrenrelevanter Sortimente von bis zu 1.400 m².

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- bei einem Umsatzeinbruch Rückgänge der Verkaufsfläche im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente möglich wären,
- bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche Umsatzumverteilungen zu erwarten sind,
- Ansiedlungen nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten bis zum Jahr 2025 ermittelten Entwicklungsspielraumes vermieden werden sollte.



8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

In diesem Arbeitsschritt wird ein planerisches Konzept erarbeitet, durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht - und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert - werden kann.

Wichtiger Bestandteil dieses Konzeptes ist die **Sortimentsliste**, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet. Die bisherige Sortimentsliste wurde auf Grundlage der Bestandserfassung überprüft, wobei auch allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen wurden.

Auf Grundlage der Ist-Situation sowie vor dem Hintergrund der Ziele (vgl. Kap. 6), des quantitativen Entwicklungspotenzials (vgl. Kap. 6) und der auf den Zielen basierenden **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kap. 8.2) werden **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und das Nahversorgungszentrum Untere Breite abgeleitet (vgl. Kap. 8.3). Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen.

Neben diesen Entwicklungsmöglichkeiten werden die Möglichkeiten zur **Verbesserung der Nahversorgungssituation** dargestellt (vgl. Kap. 8.3.3).

Wenn nachgewiesen ist, dass es räumliche Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Weingarten gibt, dann ist eine wesentliche Voraussetzung für das Verfolgen eines Einzelhandelskonzeptes gegeben.

Abschließend wird ein **Verfahrensvorschlag** unterbreitet, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzeptes ermöglicht. Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in Bebauungsplänen vorgeschlagen.



8.1 ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach nahversorgungsrelevanten⁵⁶, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet⁵⁷.

8.1.1 Kriterien

Auf Grund zahlreicher Erfahrungen hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet:

Sonstige zentrenrelevante Sortimente, sind Sortimente die

- wöchentlich nachgefragt werden;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- sind zentrenrelevante Sortimente, die täglich bzw. häufig und periodisch nachgefragt werden;
- dienen der fußläufigen, wohnungsnahen Grundversorgung; eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches - aber innerhalb von Wohnlagen - kann daher sinnvoll sein;
- sind immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente sind hingegen nicht nahversorgungsrelevant.

Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;

⁵⁶ Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant.

⁵⁷ Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.



- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transportes überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Weingarten

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird *auch* die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Weingarten zur Einstufung der Sortimente herangezogen. Dabei dürfen, städtebaulich begründet, auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die heute nicht mehr/ noch nicht im zentralen Versorgungsbereich zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen⁵⁸.

Verteilung zentrenrelevanter Sortimente

In Abb. 10 wird die Verteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Weingarten illustriert. Dabei zeigt sich, dass einige der bisher als zentrenrelevant eingestuften Sortimente bereits vermehrt an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten angesiedelt sind.

Die Sortimente **Spielwaren, Bastelartikel, Sportartikel (incl. Sportbekleidung)** sowie **Haus- und Heimtextilien** werden derzeit zu einem überwiegenden Anteil an nicht integrierten Standorten angeboten. Rein rechnerisch würden diese somit den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Da es sich jedoch um Sortimente handelt, die wesentlich zur Attraktivität einer Innenstadt beitragen und wichtige Frequenzbringer sind, sollten sie weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden.

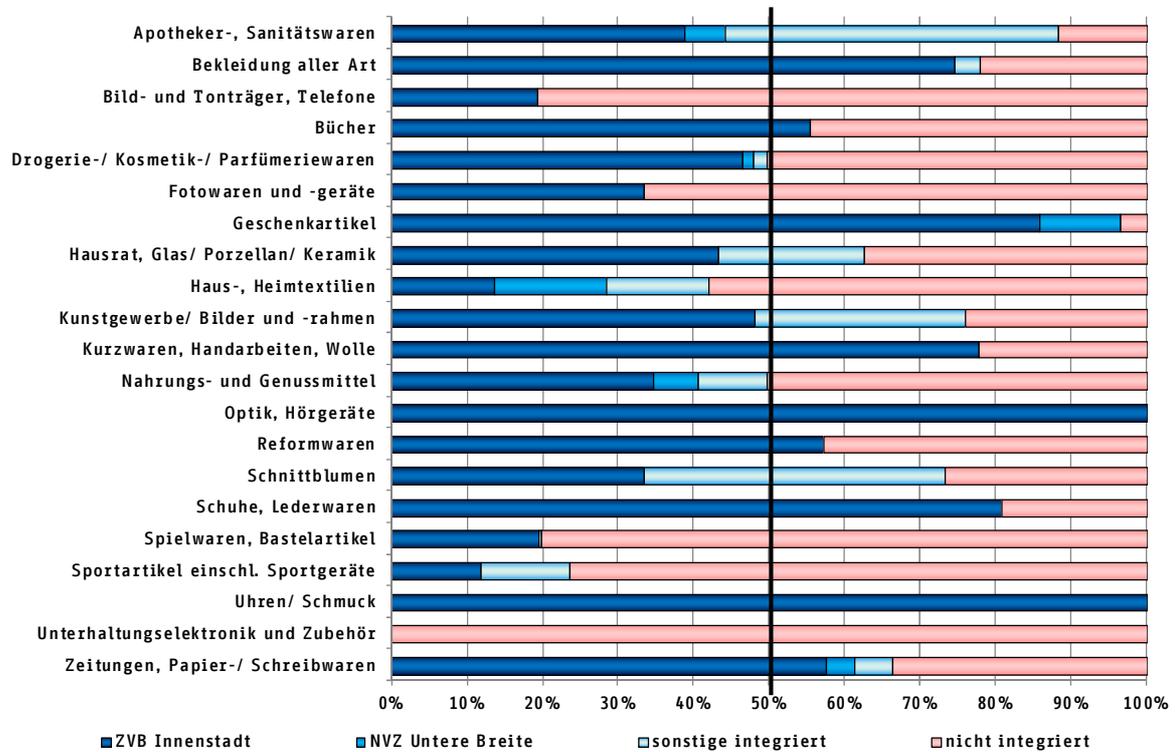
Auch die Sortimente **Bild- und Tonträger, Telefone und Zubehör, Fotowaren und -geräte**, sowie **Unterhaltungselektronik und Zubehör** sind überwiegend an nicht

⁵⁸ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.



integrierten Standorten angesiedelt. Da diese Sortimente wichtige Magnetfunktion entfalten können, sollten diese weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden.

Abb. 10: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Weingarten



Quelle: eigene Erhebung März 2015; Legendenerläuterung: ZVB (zentraler Versorgungsbereich), GPK = Glas, Porzellan, Keramik

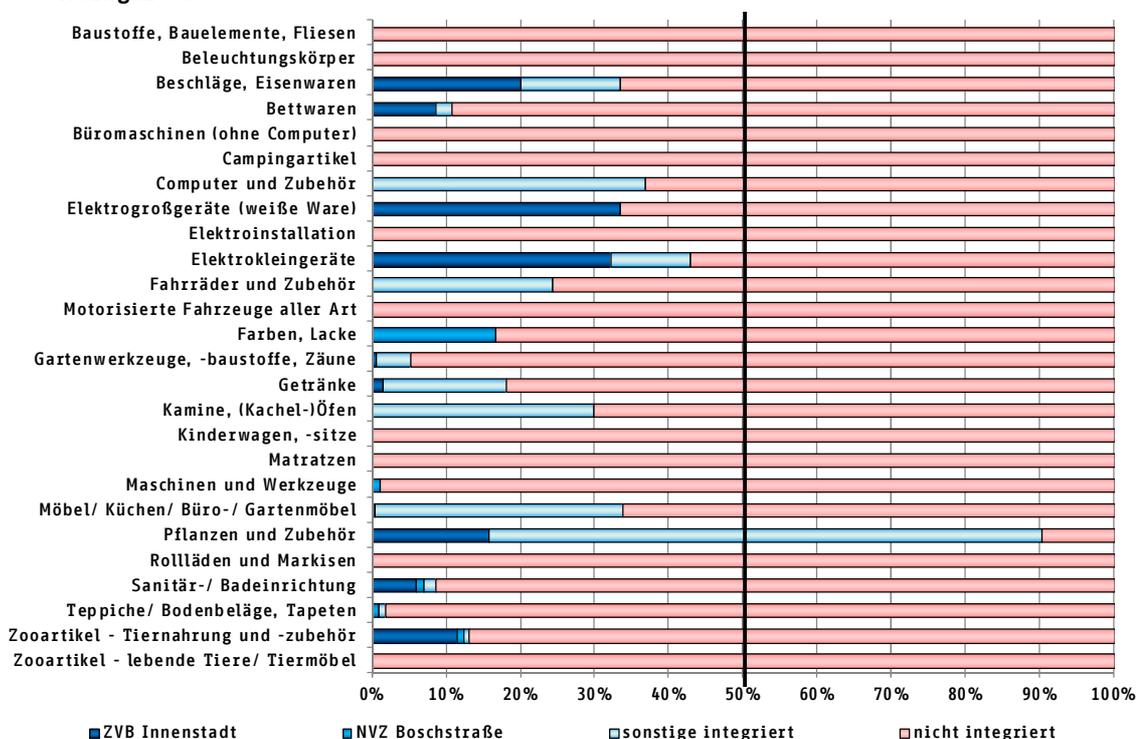
Die Sortimente **Drogerie-/ Kosmetik-/ Parfümeriewaren** und **Nahrungs-/ Genussmittel** werden beide derzeit zu rd. der Hälfte an nicht integrierten Standorten angeboten. Da es sich dabei jedoch um Sortimente handelt, die täglich bzw. wöchentlich nachgefragt werden, sollten diese möglichst wohnortnah angeboten werden. So sollten diese Sortimente zukünftig als nahversorgungsrelevant und somit auch als weiterhin zentrenrelevant eingestuft werden. Das Sortiment Getränke welches in der "alten Weingartener Sortimentsliste" als eigenständiges nicht zentrenrelevantes Sortiment aufgeführt wurde, stellt eine Artikelgruppe des Sortiments Nahrungs-/ Genussmitteln dar und sollte daher zukünftig als Teil dieses Sortimentes betrachtet werden.

Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente

Abb. 11 zeigt die Verteilung der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Dabei ist festzustellen, dass der überwiegende Teil der in Weingarten vorhandenen nicht zentrenrelevanten Sortimente funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten angesiedelt ist.

Lediglich das Sortiment Pflanzen und Zubehör wird derzeit zu einem überwiegenden Anteil an sonstigen integrierten Standorten angeboten. Da es sich dabei jedoch um ein flächenintensives Sortiment handelt, sollte es auch weiterhin als nicht zentrenrelevantes Sortiment eingestuft werden.

Abb. 11: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Weingarten



Quelle: eigene Erhebung März 2015; Legendenerläuterung: ZVB (zentraler Versorgungsbereich)

8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nachfolgend wird der gutachterliche Vorschlag für die Sortimentsliste für die Stadt Weingarten (vgl. Tab. 5) dargestellt. Diese wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in Weingarten und der o.g. allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit ortsspezifisch.



Dieser Vorschlag ist zudem das Diskussionsergebnis der projektbegleitenden Arbeitsgruppe.

Die Veränderungen zur bisherigen Sortimentsliste sind:

- Entsprechend dem Einzelhandelserlass gibt es eine Untergliederung der zentrenrelevanten Sortimente in sonstige zentrenrelevante Sortimente und nahversorgungsrelevante Sortimente.
- Die Sortimente Kunstgewerbe/ Bilder und -rahmen, Kurzwaren, Handarbeit, Wolle und Waffen, Jagdbedarf werden als neue Sortimente hinzugefügt.
- Das Sortiment Getränke, welche 2008 noch als eigenständiges nicht zentrenrelevantes Sortiment aufgeführt wurde, wird als Teil des Sortimentes Nahrungs-/ Genussmittel als nahversorgungsrelevant eingestuft.
- Die Sortimentsgruppe Bild- und Tonträger, Telefone wurde in die Sortimentsgruppe Bild- und Tonträger, Kommunikationselektronik, Computer umbenannt. Dabei wurde das bisher als nicht zentrenrelevant eingestufte Sortiment Computer den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Computer, Unterhaltungselektronik und Kommunikationselektronik sind zunehmend schwieriger voneinander abzugrenzen. Außerdem sind diese Sortimente wichtige Frequenzbringer für Innenstädte. Computer sind in Form von Laptops, Tablets, etc. zunehmend Handtaschensortimente (Miniaturisierung).

Die Sortimentsliste stellt einen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt des Gemeinderates; eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag ist prinzipiell möglich, jedoch inhaltlich zu begründen. Dabei sind "Umstufungen" von als nicht zentrenrelevant vorgeschlagenen Sortimenten in die Kategorie zentrenrelevante Sortimente relativ unproblematisch, da dies eine politische Willensbekundung darstellt.

Tab. 5: Vorschlag für die neue "Sortimentsliste Weingarten"

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • Bekleidung (incl. Sportbekleidung) • Bücher • Bild- und Tonträger, Kommunikationselektronik, Computer • Campingartikel • Elektrokleingeräte • Fotowaren und -geräte • Geschenkartikel • Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik • Haus-, Heimtextilien • Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen • Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle • Musikinstrumente • Optik, Hörgeräte • Schuhe und Lederwaren • Spielwaren, Bastelartikel • Sportartikel einschl. Sportgeräte • Uhren, Schmuck • Unterhaltungselektronik und Zubehör • Waffen, Jagdbedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Baustoffe, Bauelemente, Fliesen • Beleuchtungskörper • Beschläge, Eisenwaren • Bettwaren • Büromaschinen (ohne Computer) • Elektrogroßgeräte (weiße Ware) • Elektroinstallation • Fahrräder und Zubehör • motorisierte Fahrzeuge aller Art • Farben, Lacke • Gartenwerkzeuge, Zäune, Gärten-/ Gewächshäuser, Naturhölzer • Kamine, (Kachel-)Öfen • Kinderwagen, -sitze • Matratzen • Maschinen und Werkzeuge • Möbel/ Küchen/ Büromöbel/ Gartenmöbel • Pflanzen und -gefäße • Rollläden und Markisen • Sanitär-/ Badeeinrichtung • Teppiche/ Bodenbeläge, Tapeten • Zooartikel - lebende Tiere und Tiermöbel • Zooartikel (Tiernahrung)
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> • Apotheker-, Sanitätswaren • Drogerie-/ Kosmetika/ Parfümeriewaren • Nahrungs/ Genussmittel (incl. Getränke) • Schnittblumen • Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf • Reformwaren • Zeitungen/ Zeitschriften 	

Quelle: gutachterlicher Vorschlag

8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Um die in Kap. 6 aufgeführten Ziele zu erreichen, werden als Strategie zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung vorgeschlagen.

Zu den baurechtlichen Regelungen, insb. § 11 Abs. 3 BauNVO, vgl. auch Kap. 2.1.3, sowie zu den landesplanerischen Vorgaben in Bezug auf Darstellung und Festsetzung von Kern- oder Sondergebieten im Sinne § 11 Abs. 3 BauNVO vgl. Kap. 2.1.4.



8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze:

Zentrenrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- a. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) regelmäßig zulässig
- b. Nahversorgungszentrum Untere Breite: nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel regelmäßig zulässig/ Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung auch großflächig
- c. Ausnahme für sonstige integrierte Lagen und Nahversorgungsbereich Oberstadt:
 - nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig
 - Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise auch großflächig zulässig
- d. Ausnahme für nicht integrierte Lagen: Zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 10% der Verkaufsfläche ausnahmsweise zulässig (max. 800 m²)

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimenten - d.h. auf einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m²⁵⁹ - sollte lediglich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches erhalten und gestärkt werden. Zudem versorgt beispielsweise ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m² - und damit einer Verkaufsfläche an der Schwelle zur Großflächigkeit - und Hauptsortiment Schuhe oder Spielwaren rechnerisch rd. 20.000 Einwohner, für das Hauptsortiment Sport ist sogar ein rechnerischer Versorgungswert von rd. 24.000 Einwohnern festzustellen.

Des Weiteren können kleinflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment im Nahversorgungszentrum Untere Breite angesiedelt werden.

⁵⁹ Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05.



An sonstigen integrierten Standorten sowie an nicht integrierten Standorten sollten keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden⁶⁰. Ausnahmsweise können - im Sinne einer möglichst flächendeckenden Grund-/ Nahversorgung - an sonstigen integrierten Standorten jedoch Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden, jedoch nur Betriebe, die der Gebietsversorgung dienen (s.o.) bzw. nur sofern eine Nahversorgungslücke besteht.

Weiterhin können ausnahmsweise im Nahversorgungszentrum Untere Breite sowie an sonstigen integrierten Standorten (einschließlich Nahversorgungsbereich Oberstadt) auch großflächige Lebensmittelbetriebe angesiedelt werden, sofern diese standortgerecht dimensioniert sind und der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation dienen⁶¹. Dabei ist jedoch auf eine ausreichende Mantelbevölkerung zu achten⁶². Die Ansiedlung ist im Einzelfall zu prüfen, eine Gefährdung bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, ist zu vermeiden (Schutz der verbrauchernahen Versorgung).

An nicht integrierten Standorten sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden. Ein vollständiger Ausschluss von zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimenten in Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten erscheint jedoch nicht möglich: Bei einigen Branchen gehört ein derartiges Angebot in gewissem Umfang mittlerweile zum Betriebskonzept (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

⁶⁰ Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt bzw. des Nahversorgungszentrums Untere Breite - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.

⁶¹ Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass derartige Betriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und ergänzenden nahversorgungsrelevanten Randsortimenten häufig nur noch mit Verkaufsflächen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber realisiert werden.

⁶² Diesbezüglich sei angemerkt, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m² rechnerisch rd. 2.500 Einwohner versorgt.



Es muss jedoch in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Darüber hinaus sind die nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimente in der Summe auf 10% der Verkaufsfläche bei insgesamt maximal 800 m² zu beschränken.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Rand- und Ergänzungssortimente eines Betriebes mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich eine maximale Verkaufsflächenobergrenze für jedes zentrenrelevante Rand-/ Ergänzungssortiment zu definieren ist. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems entsprechend eines Einkaufszentrums genutzt wird.

8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze:

Grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, im Nahversorgungszentrum Untere Breite sowie an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten (sofern nicht durch Bauleitplanung ausgeschlossen)

Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig an etablierten nicht integrierten (Einzelhandels-)Standorten

- Sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden.

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann grundsätzlich **im gesamten Stadtgebiet**, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden. Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für den Einzelhandel in Gewerbegebieten umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinken könnte bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden könnten. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob es sich die Stadt Weingarten leisten kann/ will, dem Einzelhandel gewerbliche Flächen zur Verfügung zu stellen bzw. den Einzelhandel in Gewerbegebieten zu fördern. Daher hat die Stadt Weingarten auch die Erstellung eines Gewerbeflächenentwicklungskonzeptes in Auftrag gegeben, welches zeitgleich zum Einzelhandelskonzept erarbeitet wird. Es wird empfohlen, auch die Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten



planerisch zu steuern. Neuansiedlungen sollten im Hinblick auf die Zielsetzungen und Entwicklungspotenziale für den jeweiligen Planstandort überprüft werden (vgl. Kap. 8.3.4).

Für nicht zentrenrelevante Sortimente sollte sich die Flächenbereitstellung am ermittelten quantitativen Entwicklungsspielraum orientieren und insgesamt eher zurückhaltend erfolgen.

Auch wenn die Konkurrenz am Standort gefördert werden soll, kann es daher städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass dadurch keine zusätzliche Zentralitätssteigerung erfolgt, sondern lediglich die Position traditioneller Einzelhandelslagen, insbesondere in der Innenstadt von Weingarten, aber auch an bestehenden nicht integrierten Standorten (z.B. Gewerbegebiete), geschwächt wird.

Ausnahme: "Leerstandsdomino"

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierenden Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbebestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck durch zentrenrelevante Sortimente, dem zwar planerisch begegnet werden kann, der aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen kann.

8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Aus der Prognose ergibt sich bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsspielraum von 4.600 bis 12.850 m² Verkaufsfläche. Dieser Entwicklungsspielraum ist angesichts des Zeithorizonts von fast 10 Jahren relativ begrenzt. Deshalb kommt der räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Weingarten unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze besondere Bedeutung zu.



Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wurden drei unterschiedliche Entwicklungsszenarien erstellt, welche im Folgenden erläutert werden. Zusätzlich werden für das Nahversorgungszentrum Untere Breite und den Nahversorgungsstandort Oberstadt, die Gewerbegebiete und die Nahversorgungssituation in der Gesamtstadt Entwicklungsoptionen beschrieben.

8.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)

Wie bereits in der Ausgangslage und Aufgabenstellung (vgl. Kap. 1) beschrieben, werden durch Umstrukturierungsmaßnahmen der Firma Schuler nördlich des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gewerbliche Flächen frei. Für die künftige räumliche und funktionale Entwicklung der Innenstadt stellt sich die Frage, ob und in welchem Umfang dieses Potenzial, auch vor dem Hintergrund des in Kap. 7.2 beschriebenen Verkaufsflächenspielraums, genutzt werden sollte.

Um sich der Beantwortung dieser Fragestellung zu nähern, werden im Folgenden drei Szenarien für die künftige Entwicklung der Innenstadt dargelegt. Dazu werden die Grundidee des jeweiligen Szenarios kurz beschrieben, Pro und Contra des jeweiligen Szenarios aufgeführt und die für die Umsetzung des Szenarios notwendigen Voraussetzungen, Bedingungen und Maßnahmen erläutert.

8.3.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive) Szenario 1 - Innenentwicklung

Das Entwicklungsszenario 1 - Innenentwicklung, beschreibt eine perspektivische Entwicklung ohne zusätzliche Flächen außerhalb der in Kap. 4.2.1 beschriebenen Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Die perspektivische Abgrenzung entspricht somit der Ist-Abgrenzung. Ziel einer solchen Innentwicklung ist es die bestehenden Strukturen in der Innenstadt zu stärken und Leerstände, Brachflächen und Baulücken für eine Entwicklung zu aktivieren, um somit auch städtebauliche Defizite zu beseitigen.

Pro und Contra

Pro

- Durch die Innenentwicklung wird das Einzelhandelsangebot weiter konzentriert und die bestehende funktionale Dichte erhalten und gestärkt.



- Die kurzen Wege, die eine besondere Stärke der Innenstadt von Weingarten darstellen, bleiben erhalten.
- Der Einzelhandelsbestand wird gesichert. Das SB-Warenhaus bleibt der wichtigste Magnetbetrieb und Nahversorger in der Innenstadt.
- Die bestehende Innenstadt in ihrer derzeitigen Form funktioniert insgesamt gut.
- Die Prognose hat ergeben, dass nur ein relativ geringes Entwicklungspotenzial besteht, dieses kann in den bestehenden Strukturen und den vorhandenen Leerständen etc. gut untergebracht werden.

Contra

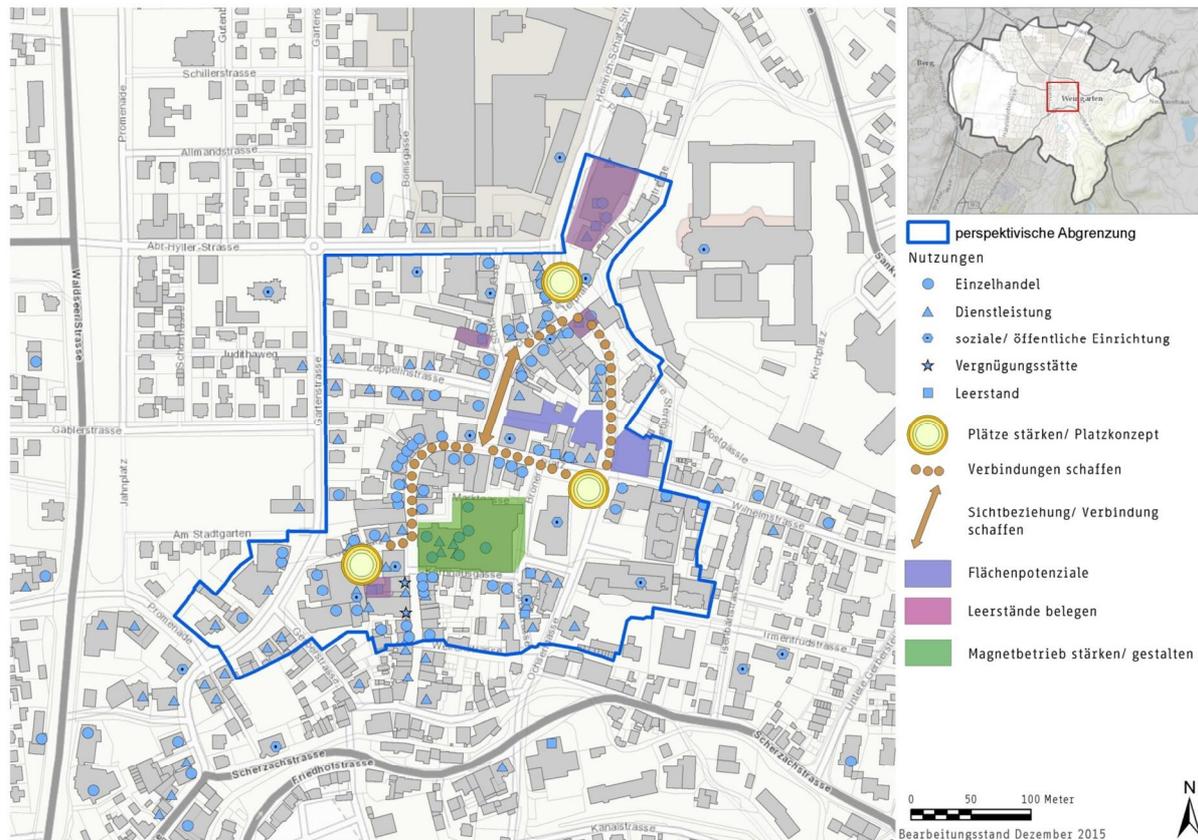
- Die bestehende Abgrenzung ist relativ eng.
- Die bestehenden Brachflächen/ Baulücken sind nicht unmittelbar verfügbar.
- Insgesamt bestehen nur wenige Entwicklungsmöglichkeiten für größere zusammenhängende Verkaufsflächen.
- Es kommt möglicherweise zu einem Stillstand bei der Innenstadtentwicklung bzw. der Investitionstätigkeit der örtlichen Akteure und in der Folge zu einer mangelnden Konkurrenzfähigkeit gegenüber anderen attraktiven Einkaufsstandorten.
- Ohne größere Entwicklung stellt die Innenstadt nur einen geringen Gegenpol zu den großen Standorten in nicht integrierter Lage dar.

Voraussetzungen/ Bedingungen/ Maßnahmen

Im Szenario Innenentwicklung sind unterschiedliche Voraussetzungen und Bedingungen notwendig um eine positive Entwicklung zu gewährleisten, dazu gehört auch die Umsetzung von verschiedenen Maßnahmen die in Karte 9 dargestellt sind.



Karte 9: Räumliche Entwicklungsoptionen - Szenario 1 Innenentwicklung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

Wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Innenentwicklung ist das notwendige Engagement und der Wille die bestehenden Brachflächen/ Baulücken zu entwickeln. Dies muss in der Regel vom Grundstückseigentümer ausgehen; die Stadt kann hier nur unterstützend tätig werden (u.a. Gespräche, Vermittlung, konsequente Umsetzung Einzelhandelskonzept).

Eine Möglichkeit für eine im städtebaulichen und funktionalen Sinne erfolgreiche Innenentwicklung ist der Erwerb von Grundstücken durch die Stadt. Damit kann die Stadt die Entwicklung einer Fläche selbst steuern.

Der im Rahmen der Stärken-Schwächen-Analyse (vgl. Kap. 4.2.3) beschriebene Bruch der Kirchstraße sollte mittels Sichtbeziehungen und gestalterischen Elementen überwunden werden. Dies könnte z.B. durch Bepflanzung, Beleuchtungselemente, Kunstobjekte, eine einheitliche Pflasterung etc. erfolgen. Der Innenstadtbereich sollte im Zusammenhang lesbar sein.



Die bestehenden Leerstände sollten wiederbelebt werden. Auf Grund von ggf. zu kleinen Verkaufsflächen sollte die Möglichkeit der Zusammenlegung von benachbarten Ladenlokalen geprüft werden. So kann ein größerer Verkaufsflächenzuschnitt erreicht werden. Jedoch sind solche Maßnahmen in der Regel von den jeweiligen Immobilieneigentümern abhängig. Die Stadt Weingarten kann dabei nur vermittelnd eingreifen.

Die drei bestehenden Plätze in der Innenstadt (Löwenplatz, Münsterplatz und Broner Platz) sollten im Sinne eines Rundlaufes im Zusammenhang erlebbar sein. Dazu sollte insbesondere der bestehende Durchgang zwischen Sternstraße und Kirchstraße auch optisch/ gestalterisch geöffnet werden. Außerdem sollten zur Steigerung der Attraktivität eines solchen Rundlaufes die Baulücken an der Sternstraße entwickelt werden.

Zusätzlich sollte auch die Distanz zwischen Münsterplatz und Löwenplatz ebenfalls durch eine deutlich lesbare Wegeführung überwunden werden.

Wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Innenentwicklung ist die konsequente Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch Politik und Verwaltung. Die nicht integrierten Standorte sowie sonstige Standorte außerhalb der Innenstadt sollten, zumindest im Hinblick auf die zentrenrelevanten Sortimente, nicht weiter entwickelt werden.

8.3.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive) Szenario 2 - Weiterentwicklung

Das Entwicklungsszenario 2 - Weiterentwicklung, beschreibt eine perspektivische Entwicklung der Innenstadt unter Einbeziehung der nördlich angrenzenden Teilfläche des Schuler Areals. Ziel dieser Entwicklung ist es mittels zusätzlicher Fläche die Konkurrenzfähigkeit der Innenstadt zu steigern und damit die gesamte Innenstadt mit ihren derzeitigen Strukturen zu stärken. Auf der unmittelbar an die Innenstadt angrenzenden Teilfläche des Schüler-Areals sollen große zusammenhängende Verkaufsflächen realisiert werden, keinesfalls kleinteilige Strukturen. Damit soll insbesondere der nördliche Innenstadtbereich funktional gestärkt und insgesamt belebt werden.



Pro und Contra

Pro

- Durch die Größe der Fläche (Schuler Areal) bestehen Möglichkeiten zur Entwicklung großer zusammenhängender Verkaufsflächen, die vor allem in Ergänzung zu den überwiegend kleinteiligen Strukturen der Innenstadt wichtig sind.
- Von einer neuen Entwicklung am nördlichen Innenstadtrand kann ein Entwicklungsimpuls auf die gesamte Innenstadt ausgehen, sofern die Entwicklung einen funktional ergänzenden Charakter und städtebauliche Qualität aufweist. Außerdem ist die Anbindung an die Innenstadt von wesentlicher Bedeutung (Gebäudeausrichtung).
- Eine städtebauliche und funktionale Entwicklung auf dem Schuler Areal könnte zu einer Belebung des Münsterplatzes beitragen. Mit einem Parkhaus würde zudem dort ein neuer Eingangsbereich in die Innenstadt geschaffen, der ebenfalls zu einer Belebung der nördlichen Innenstadt beitragen würde.
- Durch die Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe würde eine quantitative Stärkung des Bereiches/ der Innenstadt erreicht. Insbesondere bei der Ansiedlung eines großflächigen Magnetbetriebes könnten diese vom Wachstum profitieren. So würde auch die Konkurrenzfähigkeit der Innenstadt gegenüber den großen nicht integrierten Standorten erhöht.
- Zusätzlich kann eine solche Entwicklung zu positiven Impulsen und Entwicklungen in der gesamten Innenstadt führen. Insbesondere eine Neubelegung der Leerstände um den Münsterplatz könnte sich als positiver Effekt abzeichnen.

Contra

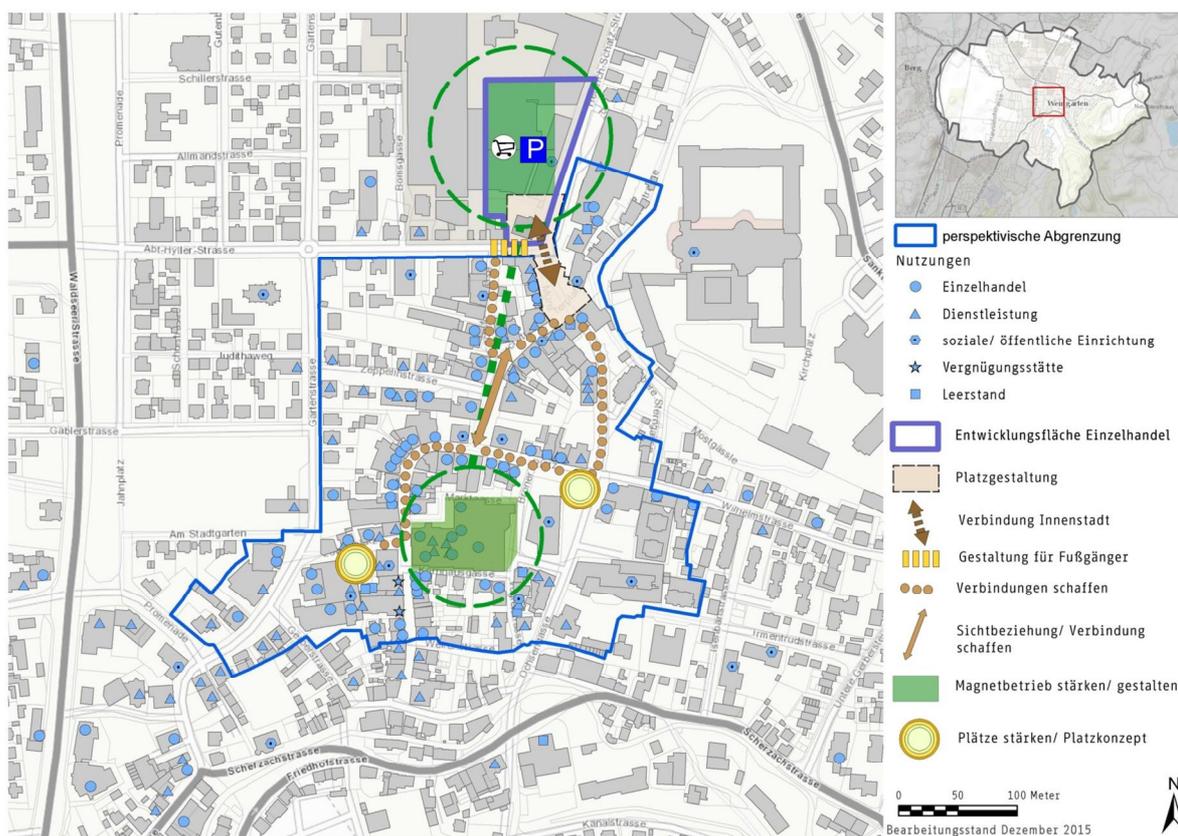
- Gegen eine solche Weiterentwicklung spricht, dass es durch die Ansiedlung, z.B. eines großen Supermarktes auf dem Schuler Areal zu einer Schwächung des bestehenden SB-Warenhauses kommen könnte. Eine Schließung würde zu einer erheblichen Schwächung der Fußgängerzone und des gesamten zentralen Versorgungsbereiches/ der Innenstadt führen.
- Grundsätzlich besteht die Gefahr, dass der Bereich des Schuler Areals ein solitärer Standort bleibt, insbesondere wenn die Anbindung an die Innenstadt nicht gelingt.

- Eine Entwicklung des Schuler Areals kann zu einer Verlagerung der Innenstadt führen, wenn die Verkaufsflächenentwicklung auf dem Schuler Areal zu umfangreich ist und die städtebauliche Anbindung nicht gelingt.
- Außerdem ist es möglich, dass durch zusätzliche neue Entwicklungsflächen, der Investitionsdruck für die bestehenden Brachflächen und Leerstände innerhalb der Innenstadt sinkt.

Voraussetzungen/ Bedingungen/ Maßnahmen

Für eine erfolgreiche Weiterentwicklung der Innenstadt sind, wie auch oben für die Innenentwicklung, eine Vielzahl von Voraussetzungen, Bedingungen und Maßnahmen erforderlich.

Karte 10: Räumliche Entwicklungsoptionen - Szenario 2 Weiterentwicklung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

Dazu zählt die Schaffung eines attraktiven Magnetbetriebes auf dem Schuler Areal, durch die Aktivierung einer zusammenhängenden Fläche, welche unmittelbar an die bestehende Innenstadt angrenzen sollte. Damit sollte möglichst ein Spannungsbogen



von der nördlichen Innenstadt zum bestehenden SB-Warenhaus in der Fußgängerzone geschaffen werden.

Auf der Fläche des Schuler Areals selbst sollte eine attraktive Kombination von Einzelhandel und Parkhaus als nördlicher Eingangsbereich zur Innenstadt entstehen.

In diesem Zusammenhang sollte ein zusammenhängender Platzbereich gestaltet werden welcher aus dem bestehenden Münsterplatz und Teilen des angrenzenden Schuler Areal besteht. So können die beiden Bereiche miteinander verbunden werden.

Die neue Bebauung/ das neue Einzelhandelsangebot auf dem Schuler Areal sollte architektonisch anspruchsvoll (keine Einfachbauweise mit einem Stockwerk etc.) und baulich in Richtung Innenstadt geöffnet sein, sodass der Eindruck eines zusammenhängenden Bereiches entsteht.

Das Schuler Areal und die Innenstadt sollten außerdem über mindestens zwei Wege miteinander verbunden werden. Die Verbindung sollte über die Kirchstraße und die Schützenstraße erfolgen. Dazu sollten diese Straßen ansprechend gestaltet werden. Zusätzlich sollte der Abschnitt der Abt-Hyller-Straße zwischen Münsterplatz und Schützenstraße aufgewertet und fußgängerfreundlich gestaltet werden. Bestandteil einer attraktiven Verbindung sollte auch in diesem Szenario wie im Szenario Innenentwicklung beschrieben, die gestalterische Überwindung des Bruchs innerhalb des Kirchstraße sein.

Auch weitere Maßnahmen die im Rahmen des Szenario Innenentwicklung beschrieben worden sind, sind im Szenario Weiterentwicklung sinnvoll, dazu zählen insbesondere die Schaffung von attraktiven Wegeverbindungen/ Rundlauf, die Gestaltung/ Verbindung der Plätze und die Erhaltung und Stärkung des Magnetbetriebes Kaufland.

Die Errichtung eines introvertierten Einkaufszentrums mit einem vielfältigen Geschäftsbesatz sollte bei der Entwicklung des Schuler Areals unbedingt vermieden werden. Neben einem großen Supermarkt in Ergänzung zum bestehenden SB-Waren-



haus wäre auch die Ansiedlung eines Elektrofachmarktes auf dem Schuler Areal vorstellbar.

8.3.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive) Szenario 3 - Verlagerung

Das Szenario 3 - Verlagerung, geht davon aus, dass eine deutlich größere Fläche (als in Szenario 2) des Schuler Areals mit verschiedenen Einzelhandelsbetrieben belegt wird.

Pro und Contra

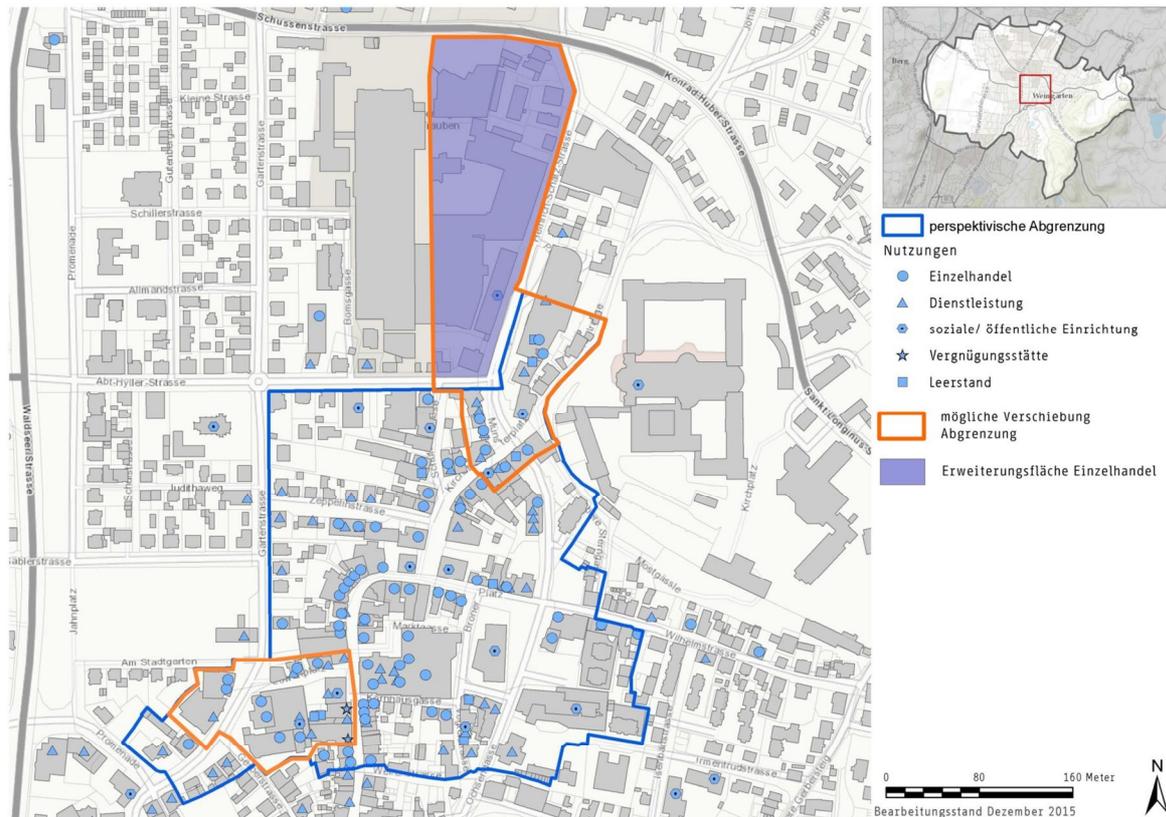
Pro

Die positiven Auswirkungen welche durch eine solche Entwicklung entstehen können entsprechen überwiegend den Auswirkungen von Szenario 2:

- große städtebauliche und funktionale Entwicklungsmöglichkeiten
- Impulse für den Münsterplatz
- quantitative Stärkung der Innenstadt durch weitere(n) Magnetbetrieb(e)
- zusätzlicher Eingangsbereich für die Innenstadt
- Steigerung der Konkurrenzfähigkeit der Innenstadt gegenüber nicht integrierten Standorten



Karte 11: Räumliche Entwicklungsoptionen - Szenario 3 Verlagerung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

Contra

Die negativen Auswirkungen könnten jedoch erheblich stärker als in Szenario 2 ausfallen:

- Auf Grund der erheblichen Konkurrenz und des damit verbundenen Kaufkraftabzuges könnte es zu einer Schließung des SB-Warenhauses kommen.
- Durch die Schließung des SB-Warenhauses sowie die starke Anziehungskraft des neuen Areals wäre ein Rückgang der Frequenz in der Fußgängerzone unvermeidbar.
- Auf die bereits bestehenden Leerstände und Brachflächen würde kein Investitionsdruck mehr ausgeübt und so käme es zu keiner Weiterentwicklung dieser.
- Die Schließung weiterer Geschäfte im Bereich der Fußgängerzone wäre angesichts des Frequenzabfalls sehr wahrscheinlich.
- Entlang der Kirchstraße und der Karlstraße könnten Trading-Down-Effekte auftreten.

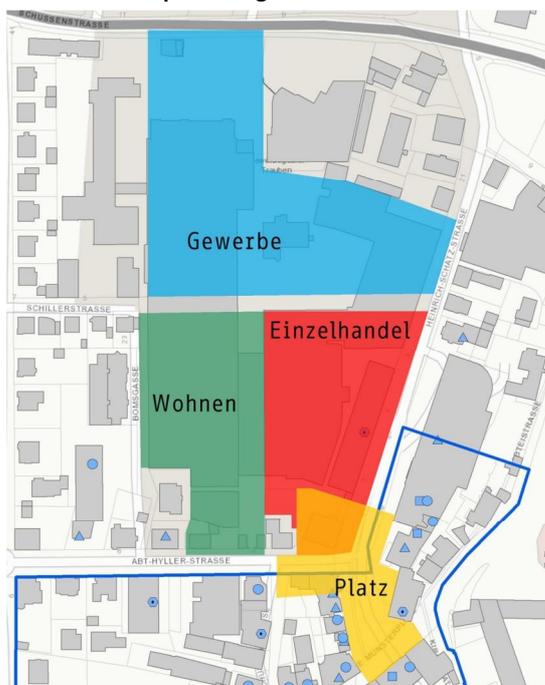
- Letztlich könnte es zu einer vollständigen Verlagerung der Innenstadt auf das Gelände des Schuler Areals kommen. Der bisher bestehende Innenstadtbereich wäre durch Leerstände und städtebauliche Missstände geprägt.

8.3.1.4 Zusammenfassende Empfehlung

Aus Gutachtersicht wird unter Berücksichtigung der Analyseergebnisse, der Ziele und der Prognose eine Weiterentwicklung gemäß des Szenarios 2 empfohlen.

Auf dem Schuler Areal sollte eine attraktive Nutzungsmischung aus Wohnen, Gewerbe, Einzelhandel und Parken entwickelt werden, wie sie in Karte 12 schematisch dargestellt ist.

Karte 12: Empfehlung Schuler Areal



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

Neben der dargestellten Nutzungsmischung sollten insbesondere folgende Punkte umgesetzt werden:

Einzelhandel nur im Süden (direkte Nachbarschaft zur Innenstadt)

Einzelhandel sollte dabei ausschließlich im südlichen Bereich des Areals mit einer direkten Anbindung an die Innenstadt angesiedelt werden.



Einkaufsbereich als Eingang zur Innenstadt gestalten (Kombination mit Parkmöglichkeiten)

Ergänzend zu einem dort angesiedelten großflächigen Einzelhandelsbetrieb sollten Parkplätze in Form einer Tiefgarage oder eines Parkdecks eingerichtet werden. Diese sollten auch als Ausgangspunkt zum Besuch der Innenstadt fungieren. Dementsprechend sollten Parkzeit, Parkgebühren etc. angepasst sein.

Gestaltung eines gemeinsamen Platzes (Schuler Areal und Münster Platz)

Um eine Anbindung an die Innenstadt zu erreichen sollte ein gemeinsamer, belebter Platzbereich (ggf. mit Außengastronomie) entstehen, welcher aus dem Münster Platz und Teilen des Schuler Areals besteht.

Offene Bauweise

Ergänzend sollte auch das Gebäude des bzw. der neuen Einzelhandelsbetriebe(s) nicht nach innen gerichtet sein, sondern sich in Richtung Innenstadt geöffnet sein.

Anspruchsvolle Architektur

Um einen deutlichen Zusammenhang zur Innenstadt auch baulich auszudrücken, sollte das bzw. die neuen Gebäude auf dem Schuler Areal eine anspruchsvolle Architektur entsprechend der Bauweise der Innenstadt aufweisen. Einfachbauweisen und eingeschossige Gebäude würden eine erhebliche bauliche Separierung von der Innenstadt zur Folge haben.

Einen Magnetbetrieb ansiedeln

Im südlichen Bereich sollte ein großflächiger (über 800 m² Verkaufsfläche) Magnetbetrieb angesiedelt werden, um so genügend Ausstrahlungskraft aufzubringen um die Kunden in Richtung Innenstadt zu ziehen.

Angebot als Ergänzung zur Innenstadt

Um die Kunden jedoch auch vom Schuler Areal in die Innenstadt zu führen, sollte das dort neu angesiedelte Einzelhandelsangebot jedoch als Ergänzung zum Angebot in der Innenstadt fungieren. Sowie eine Synergie zwischen dem neuen Magnetbetrieb und den bestehenden Magneten in der Innenstadt geschaffen werden. Unbedingt verhindert werden sollte eine Verlagerung der Angebote aus der Innenstadt auf das



Schuler Areal. Langfristiges Ziel kann jedoch die Verlagerung von Angeboten an nicht integrierten Standorten hin zum Schuler Areal sein um die Innenstadt zu stärken.

Ausbau der Wegebeziehungen

Ergänzend sollten sowohl die Wegebeziehungen zwischen Schuler Areal und der Innenstadt ausgebaut und gestaltet werden, als auch die Wegebeziehungen innerhalb der bestehenden Innenstadt.

Derzeit sollte eine neuentstehende Einzelhandelsfläche **nicht Bestandteil der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sein**, um so nicht jede Form der Ansiedlung uneingeschränkt zu ermöglichen. Vielmehr sollte der Bereich in einem Bebauungsplan als Sondergebiet mit entsprechenden Regelungen festgesetzt werden. Sollte es gelingen die neuen Einzelhandelsflächen gut an die Innenstadt anzubinden und wie geplant als neuen Eingang zur Innenstadt zu gestalten, könnte der Bereich im Rahmen einer weiteren Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Teil des zentralen Versorgungsbereiches werden.

8.3.2 Nahversorgungszentrum Untere Breite und Nahversorgungsbereich Oberstadt

Das **Nahversorgungszentrum Untere Breite** sollte in seinen bisherigen Dimensionen weiterentwickelt werden. Eine Ausweitung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sollte im Sinne einer kompakten Zentrenstruktur nicht erfolgen. Vielmehr sollte eine bauliche Aufwertung der Gebäude im Fokus stehen. Eine Bestandserweiterung der bestehenden Betriebe im Rahmen einer Modernisierung zur langfristigen Sicherung des Besatzes ist dabei wünschenswert. Neben der Einzelhandelsfunktion sollte dabei auch die Identifikations- und Treffpunktfunktion erhalten werden.

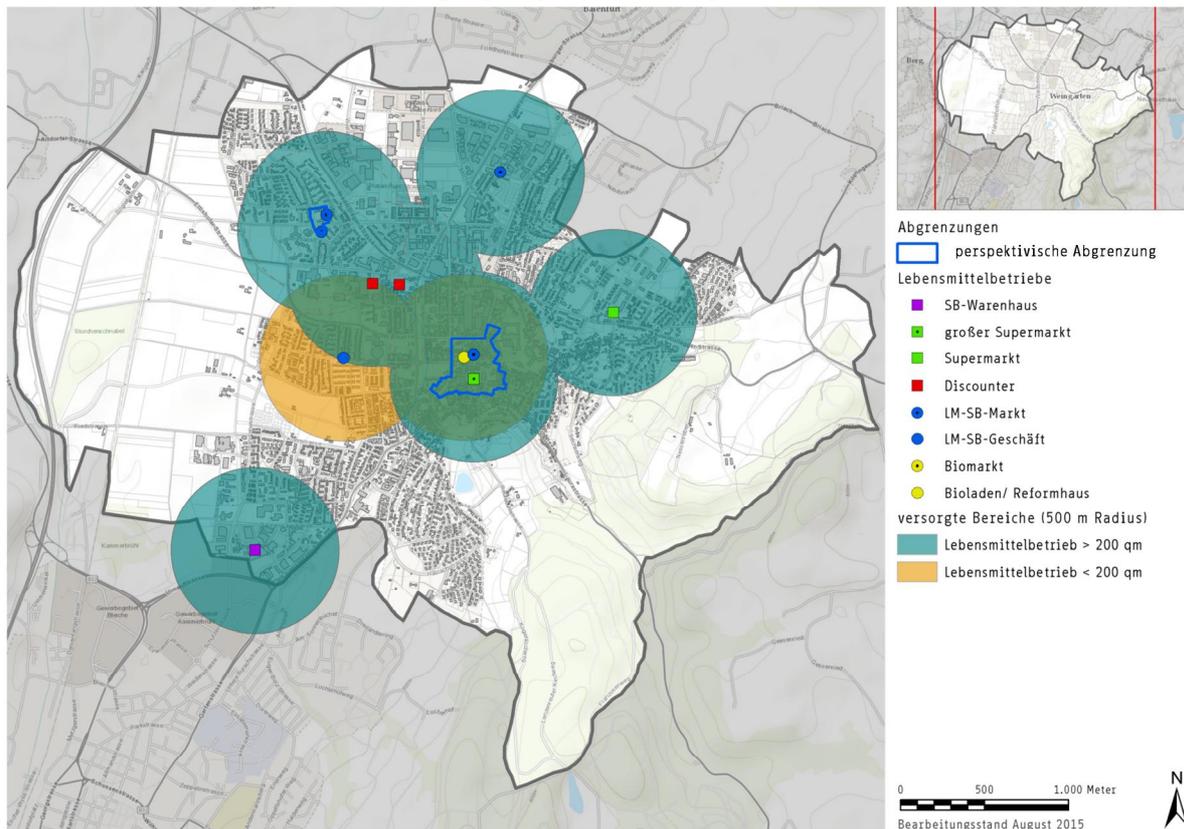
Das Einzelhandelsangebot im **Nahversorgungsbereich Oberstadt** sollte zur Nahversorgung der umliegenden Wohnbevölkerung erhalten bleiben. Hierfür sollte möglichst seitens der Wirtschaftsförderung ein regelmäßiger Kontakt zu den Betreibern/ Inhabern der Ladengeschäfte gehalten werden, um frühzeitig auf Probleme reagieren zu können. Der Nahversorgungsbereich Oberstadt sollte zudem seine Identifikations- und Treffpunktfunktion bewahren.



8.3.3 Vorschläge zur Nahversorgung

Wie in Kap. 5.4 bereits erläutert kann die räumliche Nahversorgungssituation in der Stadt Weingarten als gut bezeichnet werden. Der überwiegende Anteil der Bevölkerung kann sich fußläufig nahversorgen.

Karte 13: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Weingarten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015, Kartengrundlage: Stadt Weingarten

Daher sollte für die zukünftige Entwicklung ein Erhalt der derzeitigen guten Nahversorgungssituation im Fokus stehen. Neuansiedlungen von Nahversorgungsangeboten sollen nur zur Erreichung der in Kap. 6 aufgeführten Ziele erfolgen:

- Grundsätzlich sollten im Hinblick auf eine flächendeckende Nahversorgung Doppelstandorte von Lebensmittelbetrieben vermieden werden.
- Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben sollten nur an Standorten mit Nahversorgungslücken erfolgen. Bei der Ansiedlung sollte auf eine standortgerechte Dimensionierung geachtet werden.



- Zur Stärkung der Innenstadt bzw. zur Abrundung des innerstädtischen Angebotes ist auch die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes vorstellbar, wenngleich hier keine Nahversorgungslücke besteht.

Im Unterschied zu vielen anderen Städten weist Weingarten eine kompakte Siedlungsstruktur ohne ländlich geprägte Stadtteile auf. Alternative Nahversorgungsmöglichkeiten wie z.B. Fahrgemeinschaften, Genossenschaftsläden, Lieferservice, etc., zur Versorgung der weniger mobilen Bevölkerung, sind in Weingarten deshalb eher von nachrangiger Bedeutung.

8.3.4 Gewerbegebiete

Neben den bereits bestehenden Gewerbegebieten (GE Nord und Franz-Beer-Straße) sollten für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden. Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen (vgl. Kap. 8.2.1) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche geachtet werden.

Bei den bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben sollten sich Erweiterungen möglichst nur im Rahmen des Bestandsschutzes bewegen.

An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist.

Durch das Büro Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung wird zum Zeitpunkt der Erstellung des vorliegenden Gutachtens für die Stadt Weingarten ein Gewerbeflächenentwicklungskonzept erarbeitet. Eine abschließende Aussage über den zukünftigen Flächenbedarf für gewerbliche Nutzungen lässt sich aktuell noch nicht treffen. Deutlich ist jedoch bereits geworden, dass ein erhebliches Defizit an geeigneten Entwicklungsflächen besteht. Somit kann es sich die Stadt Weingarten nicht erlauben auch zukünftig Gewerbeflächen für Einzelhandelsnutzungen zur Verfügung zu stellen. Vielmehr sollte es Ziel sein, Gewerbeflächen, die derzeit durch Einzelhandelsnutzungen belegt sind, langfristig wieder für gewerbliche Nutzungen frei zu machen.



8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen die dargestellten Arbeitsschritte

- zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 4.2.1 und Kap. 4.3.1),
- zur Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 8.1.3),
- zu den räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 8.3) und
- zur Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 7.2).

Im Folgenden sind die Vorgehensweise für Verwaltung/ Politik für die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

8.4.1 Öffentliche Information

Damit das Einzelhandelskonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft z.B. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist -, ist u.E. eine öffentliche Information in Anlehnung an § 3 BauGB erforderlich.

Dafür sollte eine Auslegung des vorliegenden Gutachtens selbst erfolgen. Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen und im Hinblick auf die daraus abgeleiteten Konsequenzen gewertet werden.

Das *endgültige Einzelhandelskonzept* kann dann vom Gemeinderat beschlossen werden, wobei die Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung in die Abwägung eingehen.

Unabhängig von dieser Frage ergibt sich für die Umsetzung die im Weiteren dargestellte Vorgehensweise.

8.4.2 Festlegen einer Sortimentsliste

Die in Kap. 8.1.3 beschriebene örtliche Sortimentsliste, die eine Unterscheidung der Sortimente in zentren-/ nahversorgungs- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der u.E. der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.



Der Gemeinderat sollte letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderte - Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird. Mit einem solchen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert signalisiert.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Weingarten, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden soll. Allerdings muss das Konzept auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Diese Sortimentsliste muss zukünftig Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.

8.4.3 Festlegen von Gebieten mit Zulässigkeit von Einzelhandel

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür wurde im vorliegenden Gutachten ein Vorschlag für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt unterbreitet, dieser entspricht den zentralen Versorgungsbereichen gemäß BauGB und ist seitens der Stadt nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen.⁶³

Darüber hinaus bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln (vgl. Vorschläge für gewerblich geprägte Standorte unten).

Sofern die u.E. erforderliche Öffentlichkeitsbeteiligung durchgeführt wird, sind die Abgrenzungen sowie evtl. vorgesehene Komplettausschlüsse von Einzelhandel in bestimmten Gebieten und die Festsetzungstypen zunächst im Entwurf zu erstellen.

Auch die Abgrenzungen, die Entscheidung über einen vollständigen/ teilweisen Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen und die Typen sind letztlich vom Gemeinderat zu beschließen.

⁶³ BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden: Grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden, sodass dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln dient.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.2) beziehen sich im Wesentlichen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Weingarten und auf die Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

- 1. Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*
- 2. Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern, der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)*
- 3. Festsetzungstyp** *Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente⁶⁴ bis maximal 3% der Verkaufsfläche und maximal 350 m² Verkaufsfläche insgesamt zulässig.*
Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 m², der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.
- 4. Festsetzungstyp** *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx m² zulässig (Handwerkerprivi-*

⁶⁴ Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.



leg)⁶⁵. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).

- 5. Festsetzungstyp** Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete sollte überprüft werden, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

In Weingarten erscheint beispielsweise dann ein Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten sinnvoll, wenn die Gefahr besteht, dass mögliche Ansiedlungen von Betrieben über die Nahversorgung eines Gebietes hinausgehen und/oder die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigen.

Für Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO), allgemeine sowie besondere Wohngebiete (§ 4 bzw. 4a BauNVO) und Dorfgebiete (§ 5 BauNVO) gilt dies ebenfalls.

Mit dem Beschluss des Gemeinderates wird das Einzelhandelskonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die

⁶⁵ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die m²-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in der Stadt Weingarten durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, §§ 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes gefährdet sind. Die entsprechenden Regelungen sind sodann entsprechend anzupassen. Bei bestehenden Bebauungsplänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes Bebauungsplanverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines Bebauungsplans oder die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfs stehen nach einem Aufstellungs-/ Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den Bebauungsplänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelskonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Bezug nehmen.



GLOSSAR

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet (auch Zentralität genannt). Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%). (siehe auch Kaufkraftverbleib). Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (hier im zentralen Versorgungsbe- reich Innenstadt) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Stadt Weingarten) bezeichnet.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apo- theken, den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tank- stellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im enge- ren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersu- chung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbe- trieben.

Fachdiscounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haus- halt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täg- lichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den nied- rigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder be- darfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) an- bieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sorti- ment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbe- reich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Waren- präsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewach-



senen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend zentrale Lagen in der Innenstadt gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für Innenstadt/ zentrale Versorgungsbereiche und sonstige integrierte Lagen dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als sonstigen zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der Innenstadt/ des zentralen Versorgungsbereiches.

Als **Innenstadt/ Ortszentrum** ist das Gebiet einer Gemeinde zu verstehen, in dem sich die bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt / des Ortszentrums heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Gemeinde.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt. (s.a. Nachfrage).



Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die BBE Köln prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der in diesem ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der außerhalb dieses Gebietes ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus anderen Gebieten dem betrachteten Gebiet zufließen.

Die **Verbleibquote** ergibt sich dadurch, dass der Verbleib in Relation zur Kaufkraft in dem Gebiet gesetzt wird, in dem sie verbleibt.

Der Umsatz in einem Gebiet (U) ergibt sich aus der Kaufkraft in diesem Gebiet (KK), vermindert um Abflüsse in andere Regionen (A), vermehrt um Zuflüsse von außerhalb (Z): $U = KK - A + Z$.

Die am Ort verbleibende Kaufkraft (V) ist die Differenz zwischen vorhandener Kaufkraft und Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete: $V = KK - A$.

Entsprechend ergibt sich der Umsatz auch als Summe aus am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb: $U = V + Z$.

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)

Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² Lebensmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens



eine Verkaufsfläche von 1.000 m², nach internationalen Panelinstituten von 800 m² und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts von 1.500 m².

Verbleibquote (s. Kaufkraftverbleib)

Zentraler Versorgungsbereich (s. Innenstadt / Ortszentrum).

Der Begriff des **zentralen Versorgungsbereiches** z.B. im Sinne der §§ 9 (2a) und 34 BauGB *kann mehr* als der Begriff des (einzelhandelsbezogenen) zentralen Bereichs umfassen: Wenn nämlich zentrale Einrichtungen außerhalb des zentralen Bereichs, aber angrenzend an diesen zu finden sind.

In keinem Fall aber kann ein zentraler Versorgungsbereich weniger als den unter Einzelhandelsaspekten abgegrenzten zentralen Bereich umfassen.

Umgekehrt *muss nicht* jeder zentrale Bereich einen zentralen Versorgungsbereich darstellen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion nicht (umfassend) erfüllt ist.

Auch bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen kommt dem Einzelhandel (als einer zentralen Einrichtung) herausgehobene Bedeutung zu - aber allein die Tatsache einer Konzentration von Einzelhandel reicht nicht aus, einen zentralen Versorgungsbereich zu begründen⁶⁶.

⁶⁶ Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



ANHANG

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Weingarten: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in m ²	Anzahl	Anteil	VKF in m ² ¹⁾	Anteil
bis 50 m ²	57	38%	1.625	4%
51 bis 100 m ²	32	21%	2.300	6%
101 bis 200 m ²	20	13%	2.550	6%
201 bis 400 m ²	19	13%	5.350	13%
401 bis 800 m ²	13	9%	6.850	17%
> 800 m ²	11	7%	21.525	54%
Gesamt	152	100%	40.200	100%

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung März 2015

Tab. A - 2: Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Weingarten: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in m ²	Anzahl	Anteil	VKF in m ² ¹⁾	Anteil
bis 50 m ²	31	44%	875	8%
51 bis 100 m ²	19	27%	1.350	12%
101 bis 200 m ²	10	14%	1.300	12%
201 bis 400 m ²	6	9%	1.775	16%
401 bis 800 m ²	2	3%	1.275	12%
> 800 m ²	2	3%	4.350	40%
Gesamt	70	100%	10.925	100

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung März 2015



Tab. A - 3: Einzelhandelssituation in der Stadt Weingarten

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	11.350	67,1	47,9	140%
Lebensmittelhandwerk	425	5,5	6,9	79%
Drogerie/ Parfümerie	2.075	10,5	6,2	170%
Apotheke	525	17,2	15,2	114%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	400	1,7	2,0	86%
Blumen/ Zoo	1.000	2,2	2,7	80%
kurzfristiger Bedarf	15.775	104,3	80,9	129%
Bekleidung und Zubehör	3.375	8,6	13,9	62%
Schuhe, Lederwaren	1.000	2,5	3,4	74%
Sport/ Freizeit	3.600	6,8	2,5	271%
Spielwaren	1.500	3,9	2,9	132%
Bücher	275	1,5	2,4	61%
GPK, Geschenke, Hausrat	1.000	1,3	1,6	77%
Haus-/ Heimtextilien	675	1,3	1,8	74%
mittelfristiger Bedarf	11.450	25,8	28,7	90%
Uhren/ Schmuck	150	1,5	1,8	85%
Foto/ Optik	475	4,1	2,1	195%
Medien	725	7,0	8,5	83%
Elektro/ Leuchten	375	1,6	3,9	41%
Teppiche, Bodenbeläge	1.750	2,2	0,8	269%
baumarkt-/gartencenterspezif.	4.300	7,5	9,5	79%
Möbel	3.225	4,9	7,2	68%
Sonstiges	1.975	9,9	5,1	194%
langfristiger Bedarf	12.975	38,8	39,0	100%
Summe	40.200	168,9	148,6	114%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebung März 2015; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2015); Statistisches Landesamt
 Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 4: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (in m²), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	"unechte" Bin- dungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	3.275	19,8	47,9	41%
Lebensmittelhandwerk	250	2,7	6,9	40%
Drogerie/ Parfümerie	950	4,1	6,2	66%
Apotheke	250	8,6	15,2	57%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	225	1,0	2,0	48%
Blumen/ Zoo	175	0,4	2,7	16%
kurzfristiger Bedarf	5.150	36,6	80,9	45%
Bekleidung und Zubehör	2.525	6,2	13,9	45%
Schuhe, Lederwaren; Sport/Freizeit	1.200	2,8	5,9	47%
Spielwaren; Bücher	425	1,4	5,3	27%
GPK, Geschenke, Hausrat	500	0,6	1,6	34%
Haus-/ Heimtextilien	75	0,2	1,8	8%
mittelfristiger Bedarf	4.725	11,1	28,7	39%
Uhren/ Schmuck	150	1,5	1,8	85%
Foto/ Optik; Medien	550	4,6	10,6	43%
Elektro/ Leuchten	100	0,4	3,9	11%
Teppiche/ Bodenbeläge	0	0,0	0,8	0%
baumarkt-/gartencenterspezif.; Möbel	125	0,3	16,7	2%
Sonstiges	125	0,4	5,1	8%
langfristiger Bedarf	1.050	7,2	39,0	19%
Summe	10.925	55,0	148,6	37%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
 aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst

Quelle: eigene Erhebung März 2015; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2015); Statistisches Landesamt
 Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 5: Einzelhandelsangebot in der Stadt Weingarten nach Lage:
Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet**

Sortimente	ZVB IS	NVZ Untere Breite und sonstige in- tegriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	3.275	1.450	6.600	11.350
Lebensmittelhandwerk	250	***	***	425
Drogerie/ Parfümerie	950	75	1.050	2.075
Apotheke	250	***	***	525
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	225	25	125	400
Blumen/ Zoo	175	200	650	1.000
kurzfristiger Bedarf	5.150	2.075	8.550	15.775
Bekleidung und Zubehör	2.525	125	750	3.375
Schuhe, Lederwaren; Sport/ Freizeit	1.200	***	***	4.625
Spielwaren; Bücher	425	***	***	1.800
GPK, Geschenke, Hausrat	500	175	325	1.000
Haus-/ Heimtextilien	75	***	***	675
mittelfristiger Bedarf	4.725	1.125	5.625	11.450
Uhren/ Schmuck	150	0	0	150
Foto/ Optik; Medien	550	***	***	1.225
Elektro/ Leuchten	100	***	***	375
Teppiche, Bodenbeläge	0	***	***	1.750
baumarkt-/gartencenterspezif.; Möbel,	125	1.450	5.950	7.525
Sonstiges	125	200	1.650	1.975
langfristiger Bedarf	1.050	1.725	10.200	12.975
Summe	10.925	4.925	24.350	40.200

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst

*** aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung März 2015



Tab. A - 6: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2025 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		48,7	55,5	49	61
Drogerie/ Parfümerie		6,4	7,3	6	8
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		2,1	2,3	2	3
Blumen/ Zoo		2,8	3,2	3	3
kurzfristiger Bedarf		60,0	68,3	60	75
Bekleidung und Zubehör		14,4	16,4	14	18
Schuhe/ Lederwaren		3,5	4,0	4	4
Sport/ Freizeit		2,6	3,0	3	3
Spielwaren		3,1	3,5	3	4
Bücher		2,5	2,8	2	3
GPK/ Geschenke/ Hausrat		1,7	1,9	2	2
Haus-/ Heimtextilien		1,8	2,1	2	2
mittelfristiger Bedarf		29,6	33,7	30	37
Uhren/ Schmuck		1,9	2,1	2	2
Foto/ Optik und Zubehör		2,2	2,5	2	3
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		8,6	9,8	9	11
Elektro/ Leuchten		4,0	4,6	4	5
Teppiche/ Bodenbeläge		0,8	1,0	1	1
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		9,7	11,1	10	12
Möbel		7,7	8,8	8	10
Sonstiges		5,2	6,0	5	7
langfristiger Bedarf		40,2	45,8	40	50
Summe		129,7	147,8	130	163

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2015); BBE; eigene Berechnungen



Tab. A - 7: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo-Prognose
- Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		200	1.650	250	2.800
Drogerie/ Parfümerie		50	350	100	550
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	50	0	100
Blumen/ Zoo		0	150	0	250
kurzfristiger Bedarf		250	2.200	350	3.700
Bekleidung und Zubehör		100	550	150	900
Schuhe/ Lederwaren		0	150	0	250
Sport/ Freizeit		---	---	---	---
Spielwaren		50	250	100	450
Bücher		0	50	0	50
GPK/ Geschenke/ Hausrat		0	150	0	250
Haus-/ Heimtextilien		0	100	0	150
mittelfristiger Bedarf		150	1.250	250	2.050
Uhren/ Schmuck		0	50	0	50
Foto/ Optik und Zubehör		0	50	0	100
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		0	100	0	200
Elektro/ Leuchten		0	50	0	100
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		100	650	150	1.100
Möbel		200	650	250	1.000
Sonstiges		0	250	---	350
langfristiger Bedarf		300	1.800	400	2.900
Summe		700	5.250	1.000	8.650

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 8: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose
 - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		200	1.650	250	2.800
Drogerie/ Parfümerie		50	350	100	550
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		50	100	100	200
Blumen/ Zoo		0	150	0	250
kurzfristiger Bedarf		300	2.250	450	3.800
Bekleidung und Zubehör		500	1.000	900	1.850
Schuhe/ Lederwaren		150	250	250	500
Sport/ Freizeit		---	---	---	---
Spielwaren		50	250	100	450
Bücher		50	100	100	150
GPK/ Geschenke/ Hausrat		100	250	200	450
Haus-/ Heimtextilien		100	200	150	350
mittelfristiger Bedarf		950	2.050	1.700	3.750
Uhren/ Schmuck		0	50	50	50
Foto/ Optik und Zubehör		0	50	0	100
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		100	200	150	350
Elektro/ Leuchten		150	250	350	500
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		700	1.300	1.300	2.500
Möbel		400	850	600	1.450
Sonstiges		0	250	---	350
langfristiger Bedarf		1.350	2.950	2.450	5.300
Summe		2.600	7.250	4.600	12.850

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 9: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose
- Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	1.000	---	1.350
Drogerie/ Parfümerie		---	250	---	300
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	50	50	150
Blumen/ Zoo		---	100	---	100
kurzfristiger Bedarf		0	1.400	50	1.900
Bekleidung und Zubehör		300	750	450	1.300
Schuhe/ Lederwaren		50	200	100	350
Sport/ Freizeit		---	---	---	---
Spielwaren		0	200	---	250
Bücher		0	50	50	100
GPK/ Geschenke/ Hausrat		50	150	50	300
Haus-/ Heimtextilien		50	150	100	250
mittelfristiger Bedarf		450	1.500	750	2.550
Uhren/ Schmuck		0	50	0	50
Foto/ Optik und Zubehör		---	50	---	50
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		50	150	100	250
Elektro/ Leuchten		150	200	250	400
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		400	1.000	750	1.850
Möbel		200	650	200	950
Sonstiges		---	100	---	100
langfristiger Bedarf		800	2.200	1.300	3.650
Summe		1.250	5.100	2.100	8.100

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 10: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		-200	1.000	-450	1.350
Drogerie/ Parfümerie		0	250	-50	300
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	50	50	150
Blumen/ Zoo		0	100	-50	100
kurzfristiger Bedarf		-200	1.400	-500	1.900
Bekleidung und Zubehör		300	750	450	1.300
Schuhe/ Lederwaren		50	200	100	350
Sport/ Freizeit		-300	-100	-650	-400
Spielwaren		0	200	-50	250
Bücher		0	50	50	100
GPK/ Geschenke/ Hausrat		50	150	50	300
Haus-/ Heimtextilien		50	150	100	250
mittelfristiger Bedarf		150	1.400	50	2.150
Uhren/ Schmuck		0	50	0	50
Foto/ Optik und Zubehör		0	50	-50	50
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		50	150	100	250
Elektro/ Leuchten		150	200	250	400
Teppiche/ Bodenbeläge		-150	-100	-350	-250
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		400	1.000	750	1.850
Möbel		200	650	200	950
Sonstiges		-50	100	-150	100
langfristiger Bedarf		600	2.100	750	3.400
Summe		550	4.900	300	7.450

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen