



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Gutachten als Grundlage zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ravensburg

Berichtsentwurf



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

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. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE | 14 |
| 3.1 METHODISCHES VORGEHEN | 14 |
| 3.1.1 Einzelhandelserhebung und Experteninterviews | 14 |
| 3.1.2 Passantenbefragung | 15 |
| 3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT RAVENSBURG | 16 |
| 3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes | 16 |
| 3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten | 17 |
| 3.2.3 Beurteilung der Einzelhandelsituation aus Händlersicht (Experteninterviews) | 21 |
| 3.2.4 Beurteilung der Einzelhandelsituation aus Kundensicht | 27 |
| 3.2.4.1 Passantenbefragung - Herkunft der Befragten | 29 |
| 3.2.4.2 Passantenbefragung - Verkehrsmittelwahl und Parkverhalten | 30 |
| 3.2.4.3 Passantenbefragung - Einkaufsverhalten | 32 |
| 3.2.4.4 Passantenbefragung - Onlinehandel | 36 |
| 3.2.4.5 Passantenbefragung - Stärken und Schwächen | 38 |
| 3.3 FAZIT | 39 |
| 4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IN RAVENSBURG | 40 |
| 4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME | 40 |
| 4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT | 42 |
| 4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt | 42 |
| 4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebots im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt | 44 |
| 4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse | 45 |
| 4.3 SONSTIGE ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE UND NAHVERSORGUNGSBEREICHE | 51 |
| 4.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Mittelösch | 51 |
| 4.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Weißenau | 53 |
| 4.3.3 Nahversorgungsbereich Goetheplatz | 54 |
| 4.3.4 Nahversorgungsbereich Gartenstraße | 55 |
| 4.3.5 Nahversorgungsbereich Oberhofen | 57 |
| 4.3.6 Nahversorgungsbereich Oberzell | 58 |
| 4.3.7 Nahversorgungsbereich Rümelinstraße | 59 |



| | |
|---|------------|
| 5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES | 61 |
| 5.1 EINZELHANDELSKONZENTRATIONEN | 62 |
| 5.1.1 Gewerbegebiet Schubertstraße/ Jahnstraße | 62 |
| 5.1.2 Gewerbegebiet Mariatal | 62 |
| 5.1.3 Gewerbegebiet Bleiche/ Ulmer Straße | 62 |
| 5.1.4 Gewerbegebiet Kammerbrühl | 62 |
| 5.1.5 Fachmarkttagglomeration Weststadt | 63 |
| 5.1.6 Fachmarkttagglomeration Friedrichshafener Straße | 63 |
| 5.2 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES | 63 |
| 5.3 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION | 65 |
| 6. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG | 69 |
| 7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS | 72 |
| 7.1 METHODISCHES VORGEHEN | 72 |
| 7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage | 73 |
| 7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite | 77 |
| 7.2 PROGNOSEERGEBNISSE | 80 |
| 7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt | 80 |
| 7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums | 83 |
| 7.2.3 Fazit Prognoseergebnis | 88 |
| 8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG | 89 |
| 8.1 ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE | 90 |
| 8.1.1 Kriterien | 90 |
| 8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Ravensburg | 91 |
| 8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste | 94 |
| 8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG | 96 |
| 8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel | 96 |
| 8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel | 99 |
| 8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN | 100 |
| 8.3.1 Zentrenhierarchie | 100 |
| 8.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive) | 102 |
| 8.3.3 Nahversorgungszentren | 105 |
| 8.3.4 Vorschläge zur Nahversorgung | 106 |
| 8.3.5 Gewerbegebiete | 107 |
| 8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG | 108 |
| 8.4.1 Öffentliche Information | 108 |
| 8.4.2 Festlegen einer Sortimentsliste | 109 |
| 8.4.3 Festlegen von Gebieten mit Zulässigkeit von Einzelhandel | 110 |
| 8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen | 112 |
| GLOSSAR | 114 |
| ANHANG | 118 |



TABELLENVERZEICHNIS:

| | | |
|-------------|---|-----|
| Tab. 1: | Vergleich Einzelhandelsangebot Ravensburg 2016 zu 2007 (inkl. Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen) | 17 |
| Tab. 2: | Vergleich Einzelhandelsangebot Ravensburg 2016, 2007, 2001 und 1993 (ohne Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen) | 17 |
| Tab. 3: | Einzelhandelsangebot in der Stadt Ravensburg..... | 20 |
| Tab. 4: | Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick..... | 76 |
| Tab. 5: | Vorschlag für die neue "Sortimentsliste Ravensburg"..... | 95 |
| | | |
| Tab. A - 1: | Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Ravensburg: Anzahl und Verkaufsfläche | 118 |
| Tab. A - 2: | Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ravensburg: Anzahl und Verkaufsfläche | 118 |
| Tab. A - 3: | Einzelhandelssituation in der Stadt Ravensburg..... | 119 |
| Tab. A - 4: | Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (in m ²), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten" | 120 |
| Tab. A - 5: | Einzelhandelsangebot in der Stadt Ravensburg nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 m ² gerundet | 121 |
| Tab. A - 6: | Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2030 in Mio. €..... | 122 |
| Tab. A - 7: | Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet | 123 |
| Tab. A - 8: | Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet | 124 |
| Tab. A - 9: | Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet | 125 |

ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

| | | |
|----------|--|----|
| Abb. 1: | Bindungsquoten in der Stadt Ravensburg nach Sortimenten | 18 |
| Abb. 2: | Experteninterviews - Umsatzentwicklung..... | 21 |
| Abb. 3: | Experteninterviews - Homepage und Online-Shop..... | 22 |
| Abb. 4: | Experteninterviews - Bedeutung Onlinehandel und entsprechende Maßnahmen | 23 |
| Abb. 5: | Experteninterviews - Standort sowie zurückliegende/ zukünftige Standortentwicklung..... | 24 |
| Abb. 6: | Experteninterviews - Änderungsabsichten | 25 |
| Abb. 7: | Experteninterviews - Einschätzung der Einzelhandelssituation | 26 |
| Abb. 8: | Anzahl der Befragten nach Befragungstagen und Standorten | 28 |
| Abb. 9: | Herkunft der Befragten | 29 |
| Abb. 10: | Verkehrsmittelwahl (Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute nach Ravensburg gekommen? - 2016/ 2001)..... | 30 |
| Abb. 11: | Wo parken Sie normalerweise, wenn Sie mit dem Auto in die Innenstadt von Ravensburg kommen?..... | 31 |
| Abb. 12: | Besuchsmotivation (Warum sind Sie heute in die Innenstadt von Ravensburg/ nach Ravensburg gekommen? - nach Herkunft) | 32 |



| | |
|---|----|
| Abb. 13: Häufigkeit des Einkaufs - nach Herkunft | 33 |
| Abb. 14: Was kaufen Sie üblicherweise in der Innenstadt von Ravensburg ein? - nach Herkunft..... | 34 |
| Abb. 15: Einkaufsmotivation (Warum kaufen Sie in der Innenstadt von Ravensburg ein? - nach Herkunft) | 35 |
| Abb. 16: Wo kaufen Sie noch regelmäßig ein? - nach Herkunft..... | 36 |
| Abb. 17: Warum kaufen Sie im Versandhandel bzw. im Internet (Online) ein? - nach Alter..... | 37 |
| Abb. 18: Stärken und Defizite in Ravensburg | 38 |
| Abb. 19: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile Ravensburg nach Lage | 64 |
| Abb. 20: Vergleich Verkaufsflächenanteile nach Lagen 2016 und 2007 | 65 |
| Abb. 21: Einwohnerentwicklung in der Stadt Ravensburg 1992 bis 2015 (tatsächliche Entwicklung) und 2014 bis 2030 (Prognosewerte)..... | 75 |
| Abb. 22: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2016 - 2030 Gesamtpotenzial (in m ²)...81 | |
| Abb. 23: Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - nahversorgungs- relevante Sortimente | 85 |
| Abb. 24: Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - sonstige zentren- relevante Sortimente | 86 |
| Abb. 25: Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente | 87 |
| Abb. 26: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standort- typen in Ravensburg (Grundlage bisherige Sortimentsliste) | 92 |
| Abb. 27: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Ravensburg (Grundlage bisherige Sortimentsliste) | 93 |

KARTENVERZEICHNIS:

| | |
|---|-----|
| Karte 1: Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt..... | 43 |
| Karte 2: Nutzungszonen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt | 44 |
| Karte 3: Umfeld des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt..... | 45 |
| Karte 4: Stärken des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt..... | 46 |
| Karte 5: Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt | 49 |
| Karte 6: Plätze im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt | 50 |
| Karte 7: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Mittelösch (Nahversorgungszentrum) | 52 |
| Karte 8: Nahversorgungsbereich Weißenau..... | 53 |
| Karte 9: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Goetheplatz (Nahversorgungszentrum) | 55 |
| Karte 10: Nahversorgungsbereich Gartenstraße..... | 56 |
| Karte 11: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Oberhofen (Nahversorgungszentrum) | 57 |
| Karte 12: Nahversorgungsbereich Oberzell (ehemalig)..... | 58 |
| Karte 13: Nahversorgungsbereich Rümelinstraße | 60 |
| Karte 14: Einzelhandelskonzentrationen, zentrale Versorgungsbereiche (ZVB), Nahversorgungsbereiche (NVB) in Ravensburg | 61 |
| Karte 15: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Ravensburg | 66 |
| Karte 16: Nahversorgungsanteil in Ravensburg..... | 68 |
| Karte 17: Zentrenhierarchie 2017..... | 102 |



| | |
|---|-----|
| Karte 18: Perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 104 |
| Karte 19: Empfehlungen zur Nahversorgung in Ravensburg | 106 |

FOTOVERZEICHNIS:

| | |
|---|----|
| Foto 1: Inhabergeführte Fachgeschäfte | 47 |
| Foto 2: Gastronomie | 47 |
| Foto 3: Gänsbühl-Center (Handelsmagnet) | 48 |
| Foto 4: Bekleidungskaufhaus (Handelsmagnet) | 48 |
| Foto 5: Kunstmuseum | 48 |
| Foto 6: innerstädtisches Wohnen | 48 |
| Foto 7: Grüner-Turm-Straße | 50 |
| Foto 8: Eisenbahnstraße | 50 |
| Foto 9: Marienplatz | 51 |
| Foto 10: Marienplatz | 51 |
| Foto 11: Mittelösch - Platzbereich | 53 |
| Foto 12: Mittelösch - Gastronomie | 53 |
| Foto 13: Weißenau - Nahversorgung | 54 |
| Foto 14: Weißenau - Straßenraum | 54 |
| Foto 15: Goetheplatz - Biomarkt | 55 |
| Foto 16: Goetheplatz - Möblierung | 55 |
| Foto 17: Gartenstraße | 56 |
| Foto 18: Gartenstraße - Friedenstraße | 56 |
| Foto 19: Oberhofen - Lebensmittelmarkt | 58 |
| Foto 20: Oberhofen - Rathaus | 58 |
| Foto 21: Oberzell - Metzger | 59 |
| Foto 22: Oberzell - Apotheke | 59 |
| Foto 23: Rümelinstraße - Eingang | 59 |
| Foto 24: Rümelinstraße | 59 |



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Das durch das Büro Dr. Acocella 2002 erarbeitete Einzelhandelskonzept für die Stadt Ravensburg¹ diente dazu, die damalige Versorgungssituation von Ravensburg aufzuzeigen sowie einzelhandelsbezogene und - in der Innenstadt und den Stadtteilzentren - auch städtebaulich bezogene Entwicklungsmöglichkeiten herauszuarbeiten. Im Jahr 2007 wurde eine "kleine Fortschreibung" insbesondere zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erstellt, allerdings wurde das Konzept nicht grundlegend überprüft.

Seither hat es Veränderungen in der Ravensburger Einzelhandelslandschaft sowohl in der Kernstadt als auch in den Ortschaften gegeben. Mit der Bahnstadt und sonstigen Bahnflächen stehen in Ravensburg vereinzelte Entwicklungsflächen zwischen Bahnhof und Innenstadt zur Verfügung, die im Hinblick auf eine künftige Entwicklung der einzelhandelsbezogenen Innenstadt zu bewerten sind. Um weiterhin die Stadtentwicklung positiv begleiten zu können, hat die Stadt Ravensburg das Büro Dr. Acocella mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes von 2002/ 2007 beauftragt.

In diesem Zusammenhang ist beachtlich, dass das Büro Dr. Acocella aktuell die Fortschreibung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Regionalverband Bodensee-Oberschwaben bearbeitet, so dass im Hinblick auf die Bestandaufnahme Synergieeffekte genutzt werden konnten. Das Thema Abgrenzung des/ der zentralen Versorgungsbereiche wurde ebenfalls z.T. im regionalen Konzept angesprochen. Auf kommunaler Ebene muss dieses Thema jedoch intensiver bearbeitet werden, da die Abgrenzung städtebaulich begründet und nahezu parzellenscharf erfolgen muss. Zudem sollten neben den formalen Aspekten eines Einzelhandelskonzeptes auch die Kundensichtweise auf der Basis einer Passantenbefragung und die Sichtweise der Einzelhändler nach über 10 Jahren wieder Eingang in das Konzept finden.

Neben Aussagen zur künftigen städtebaulichen und funktionalen Entwicklung der Innenstadt von Ravensburg und zur Gesamtstadt, zeigt das Gutachten die auf der

¹ AGENDA (seit 1.8.03 Büro Dr. Acocella): Einzelhandelskonzept als Baustein zur Stadtentwicklung der Stadt Ravensburg (Kernstadt und Ortschaften, Lörrach, März 2002.



aktuellen Rechtsprechung basierenden Möglichkeiten zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung auf.

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 Ravensburg einband. Die Arbeitsgruppe setzte sich aus Vertretern der Stadt Ravensburg, des Wirtschaftsforums Pro Ravensburg e.V. 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.

Insgesamt fanden vier Sitzungen der projektbegleitenden Arbeitsgruppe statt:

- Im Mittelpunkt der ersten Sitzung am 20.09.16 stand die Besprechung der Fragebögen für die Passantenbefragung und für die Experteninterviews.
- Am 19.12.16 fand die Präsentation und anschließende Diskussion der Ergebnisse der Passantenbefragung statt.
- In der dritten Sitzung der projektbegleitenden Arbeitsgruppe am 26.01.17 wurden die Ergebnisse der Erhebung und Begehung sowie der Experteninterviews (Befragung der Einzelhändler) vorgestellt und diskutiert.
- Die konzeptionellen Ergebnisse und Empfehlungen stellte das Büro Dr. Acocella am 03.04.17 vor.



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 ist². Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregelte 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 worden³. 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 sichern⁴.

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

² Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

³ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE.

⁴ 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 ist⁵. 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*"⁶. 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 muss⁷.

⁵ 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.

⁶ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7.07.

⁷ "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 bzw. 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 ist⁸. 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 ..."*⁹.

Als Grundlage dafür ist die Einzelhandelsstruktur analysiert worden (vgl. Kap. 3 bis 5) und eine Überprüfung der Ravensburger 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 getroffen¹⁰, 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.

⁸ 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.

⁹ Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.

¹⁰ 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 abgewendet werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen¹¹. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Sperrwirkung - 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.

¹¹ 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"*¹² 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 unstrittig¹³. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab¹⁴ die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

¹² 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.

¹³ Vgl. Kopf, H. (2002): Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin.

¹⁴ 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 Baugebieten¹⁵ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind¹⁶. 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 Verordnungsgeber 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."*¹⁷

*"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."*¹⁸

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-

¹⁵ 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.

¹⁶ Birk (1988), a.a.O., S. 284.

¹⁷ BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

¹⁸ BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.



vante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden¹⁹; eine darüber hinaus gehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich²⁰. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche²¹ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe²².

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 sind²³. 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 werden²⁴.

¹⁹ 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.

²⁰ Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

²¹ 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.

²² Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Loseblattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

²³ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7 (Z).

²⁴ 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 werden²⁵.

Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden²⁶.

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 verfügen²⁷.

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 zulässig²⁷. Der Einzugsbereich von großflächigen Einzelhandelsbetrieben soll den Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes nicht überschreiten und die örtliche Grundversorgung soll nicht beeinträchtigt werden²⁸.

²⁵ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.2 (Z).

²⁶ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.4 (G).

²⁷ Vgl. Regionalplan Region Bodensee-Oberschwaben 1996, Plansatz 2.5.2 (Z).

²⁸ 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 m²²⁹.

Neben diesem Rahmen regelt der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg raumordnungs- und bauplanungsrechtliche Zulässigkeiten von Vorhaben³⁰.

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 wird³¹.

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 enthalten³².

²⁹ Vgl. BBE Retail Experts: Regionales Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben, Köln/ Stuttgart, 2010, 76f..

³⁰ Einzelhandelserlass Baden-Württemberg 2001

³¹ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.

³² 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 konkreten³³ Planvorhabens, erfolgen.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung³⁴, 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 steuern, 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 Ravensburg und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt.

³³ 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.

³⁴ 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 Ravensburg im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB substantiell und umfänglich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Ravensburg, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. **Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Ravensburg 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, einer Passantenbefragung sowie auf Grundlage von Experteninterviews die Versorgungssituation in der Gesamtstadt Ravensburg dargestellt und bewertet (vgl. Kap. 3.2). In den anschließenden Kapiteln 4 und 5 wird auf die zentralen Versorgungsbereiche, weitere bedeutende Einzelhandelsstandorte in Ravensburg und die räumliche Verteilung des Einzelhandels eingegangen.

3.1 METHODISCHES VORGEHEN

3.1.1 Einzelhandelserhebung und Experteninterviews

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 Ravensburg 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 Nahrungs-/ Genussmittel führten³⁵. Wichtige Veränderungen seit der Erhebung 2015 wurden entsprechend den Angaben der Stadt Ravensburg berücksichtigt. Zusätzlich konnten aus den im November 2016 durchgeführten Experteninterviews Informationen zu aktuellen Verkaufsflächen und Umsätzen entnommen werden.

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).

³⁵ Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



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 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 zur Erhebung des Einzelhandelsangebotes wurden im November 2016 durch die Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella insgesamt **25 Experteninterviews** durchgeführt. Für die Experteninterviews wurden in Absprache mit der Stadt Ravensburg verschiedene Einzelhändler mit möglichst unterschiedlichen Sortimenten und Betriebsgrößen ausgewählt. Im Rahmen der Interviews konnten wichtige Themen aus Sicht der Händlerschaft identifiziert und insgesamt ein Einblick in die Stimmungslage innerhalb 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 Ravensburg hinsichtlich seiner Stärken und Schwächen bewerten.

3.1.2 Passantenbefragung

Im Zeitraum vom 19.10. bis zum 22.10.2016 wurde an drei Standorten in der Ravensburger Innenstadt eine computergestützte Passantenbefragung durchgeführt.

An folgenden Standorten wurde befragt:

- Marienplatz/ Waaghaus
- Gänsbühl-Center
- C&A/ Müller

Insgesamt wurden 1.318 Passanten befragt.

Die befragten Personen beantworteten die Fragen nach Einweisung durch geschultes Personal auf einem Computerbildschirm. Ein Vorteil der computergestützten Befragung liegt in der Anonymität, sodass auch sensible Fragen beantwortet werden. Bei Fragen, bei denen die Reihenfolge der aufgeführten Antwortmöglichkeiten eine Be-



einflussung des Ergebnisses bedeuten könnte, wurde diese Reihenfolge bei jeder befragten Person durch einen Zufallsgenerator neu bestimmt, sodass systematische Verzerrungen durch eine gleichbleibende Reihenfolge der Antwortmöglichkeiten ausgeschlossen werden können.

Da das Einkaufsverhalten an den einzelnen Wochentagen unterschiedlich ist, wurde die Befragung von Mittwoch bis Samstag durchgeführt. Mittwoch und Donnerstag wurden dabei als "normaler Wochentag" angesehen, Freitag als "Versorgungseinkaufstag" und Samstag als "Erlebniseinkaufstag".

Die wichtigsten Ergebnisse der Passantenbefragung sind in Kap. 3.2.4 dargestellt.

Der Fragebogen für die Passantenbefragung wurde in der projektbegleitenden Arbeitsgruppe diskutiert und abgestimmt. Im Hinblick auf die Vergleichbarkeit mit der Befragung 2001 wurden die meisten Fragen beibehalten; ergänzt wurden insbesondere Fragen zum Thema Onlinehandel. Im Mittelpunkt standen Fragen zur Besuchsmotivation, zum Einkaufsverhalten, zu den Stärken und Schwächen der Ravensburger Innenstadt, zur Verkehrsmittelwahl und zur Herkunft der Befragten.

3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT RAVENSBURG

Insgesamt wurde in Ravensburg von den 538 (einschließlich Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Tankstellen) ermittelten Betrieben auf einer Verkaufsfläche von rd. 179.825 m² ein Umsatz von rd. 601,8 Mio. € erzielt.

3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes

Die Entwicklung seit 2007 weist einen leichten Anstieg der Verkaufsfläche und einen deutlichen Anstieg des Umsatzes auf, d.h. die Flächenproduktivität ist in diesem Zeitraum gestiegen. Die Anzahl der Betriebe ist dagegen seit 2007 leicht gesunken (vgl. Tab. 1). Damit zeichnet sich in Ravensburg eine ähnliche Entwicklung ab, wie sie durch unser Büro bei der Fortschreibung von Einzelhandelskonzepten auch in anderen Städten in den vergangenen ca. 10 Jahren festgestellt wurde (u.a. Stuttgart, Mannheim, Lahr, Fellbach).

Typisch sind eine weitgehende Stagnation der Verkaufsflächen und ein Rückgang der Betriebe als Ausdruck der seit vielen Jahren zunehmenden Verkaufsflächen pro Betriebseinheit.



Tab. 1: Vergleich Einzelhandelsangebot Ravensburg 2016 zu 2007 (inkl. Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen)

| | 2016 | 2007 | Änderung 2016 - 2007 |
|-------------------------------------|---------|---------|-------------------------|
| Betriebe | 538 | 584 | -8% |
| VKF (m ²) ¹⁾ | 179.825 | 171.000 | +5% |
| Umsatz (Mio. €) | 601,8 | 523,7 | +15% |
| Flächenproduktivität (€) | 3.347 | 3.062 | +9% |

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016; eigene Einzelhandelserhebung/ Einzelhändlerbefragung 2007; IfH; www.handelsdaten.de et al.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Bei Betrachtung der Entwicklung seit 1993 zeigt sich, dass das große Verkaufsfächenwachstum in den Jahren vor 2001 stattgefunden hat (vgl. Tab. 2).

Tab. 2: Vergleich Einzelhandelsangebot Ravensburg 2016, 2007, 2001 und 1993 (ohne Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen)

| | 2016 | 2007 | 2001 | HGZ 1993 | Änderung 2007 - 2016 | Änderung 2001 - 2016 | Änderung 1993 - 2016 |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|----------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Betriebe | 456 | 507 | 480 | 343 | -10% | -5% | +33% |
| VKF (m ²) ¹⁾ | 176.550 | 167.050 | 184.950 | 110.900 | +6% | -5% | +59% |
| Umsatz (Mio. €) | 538,1 | 478,3 | 517,8 | 371,4 | +13 | +4% | +45% |
| Flächenproduktivität (€) | 3.048 | 2.863 | 2.799 | 3.349 | +6% | +9% | -9% |

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016; eigene Einzelhandelserhebung/ Einzelhändlerbefragung 2007; eigene Einzelhandelserhebung/ Einzelhändlerbefragung 2001; Handels- und Gaststättenzählung 1993; IfH; www.handelsdaten.de et al.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

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 Ravensburg erzielten Umsatzes zu der in Ravensburg verfügbaren Kaufkraft³⁶ ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch Einzelhandelszentralität genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse*

³⁶ 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 2016).

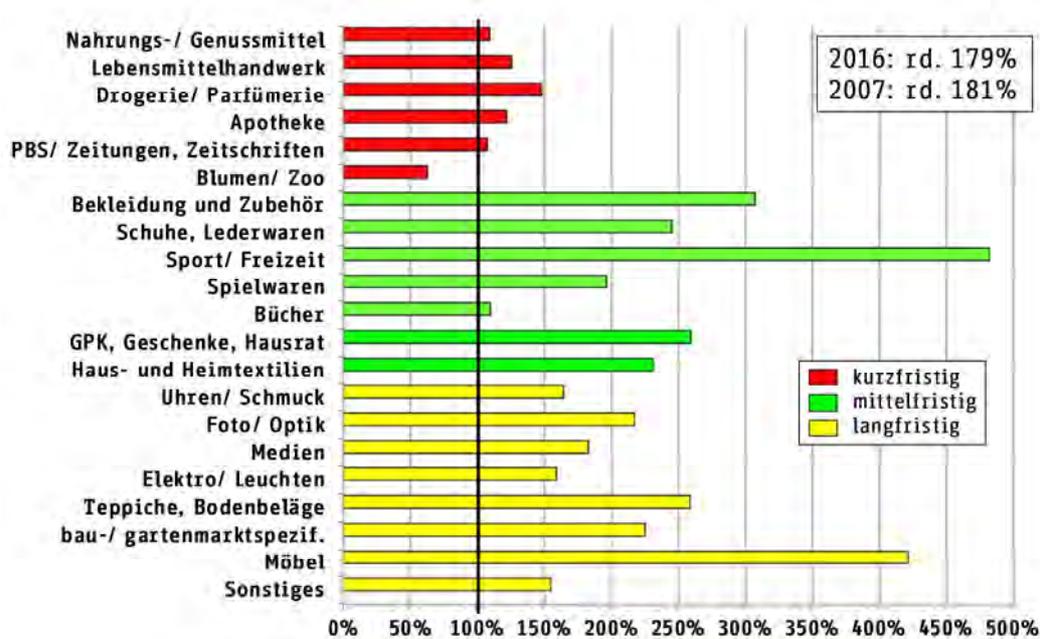


nach Ravensburg, vermindert um die Abflüsse aus Ravensburg) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Ravensburg abfließt.

Die Gesamtbindungsquote in der Stadt Ravensburg beträgt rd. 179%; per Saldo sind folglich deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen (vgl. Abb. 1). Die Bindungsquote ist damit gegenüber 2007 nahezu unverändert geblieben. Die besondere Ausstrahlung der Stadt Ravensburg in das Umland konnte gehalten werden.

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

Abb. 1: Bindungsquoten in der Stadt Ravensburg nach Sortimenten



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

Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016; IfH; www.handelsdaten.de et al.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (2016); 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 Ravensburg beträgt die Bin-



dungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich rd. 115%. Rechnerisch sind somit per Saldo Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

Bei allen Sortimenten, außer Blumen/ Zoo werden Bindungsquoten von über 100% erreicht. Während 2007 noch per Saldo Kaufkraftabflüsse im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel festgestellt wurden, erreicht die Bindungsquote inzwischen einen Wert von rd. 109%. Die Erhöhung der Bindungsquote bei Nahrungs-/ Genussmitteln ist insbesondere auf einen Anstieg der Verkaufsfläche und eine erhöhte Flächenproduktivität zurückzuführen.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung grün dargestellt) sind mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 280% per Saldo sehr hohe Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

Mit rd. 110% stellt die Bindungsquote bei Büchern den niedrigsten Wert im mittelfristigen Bedarfsbereich dar. Im Vergleich zu anderen Städten ist dies jedoch eine außergewöhnlich hohe Bindungsquote. Bei den Sortimenten Bekleidung/ Zubehör und Sport/ Freizeit geht die Versorgungsfunktion der Stadt Ravensburg sogar deutlich über die Versorgung des gesamten Mittelbereiches hinaus.

Verglichen mit den Bindungsquoten aus dem Jahr 2007 ist bei allen Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs ein Rückgang der Bindungsquote festzustellen. Diese sind überwiegend auf Umsatzrückgänge und/ oder einen Anstieg der Kaufkraft zurückzuführen. Zudem lagen angesichts der insgesamt 85 befragten Händler im Jahr 2007 deutlich mehr Umsatzangaben vor, als von den 25 befragten Händlern im Jahr 2016.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung gelb dargestellt) wird eine Bindungsquote von 235% erreicht. Somit sind auch in diesem Bedarfsbereich per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse nach Ravensburg festzustellen. Insbesondere bei dem Sortiment Möbel nimmt Ravensburg bei einer Bindungsquote von deutlich über 400% eine Versorgungsfunktion ein, die weit über die Stadt hinausreicht.

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



Tab. 3: Einzelhandelsangebot in der Stadt Ravensburg

| Sortimente | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € | Kaufkraft in Mio. € | Bindungsquote |
|-------------------------------|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 20.775 | 117,9 | 107,7 | 109% |
| Lebensmittelhandwerk | 1.675 | 19,3 | 15,4 | 126% |
| Drogerie/ Parfümerie | 4.700 | 21,2 | 14,3 | 148% |
| Apotheke | 900 | 40,5 | 33,3 | 122% |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften | 1.200 | 4,8 | 4,5 | 107% |
| Blumen/ Zoo | 1.650 | 3,7 | 5,8 | 63% |
| kurzfristiger Bedarf | 30.875 | 207,4 | 181,0 | 115% |
| Bekleidung und Zubehör | 33.225 | 98,6 | 32,1 | 307% |
| Schuhe, Lederwaren | 6.625 | 19,4 | 7,9 | 245% |
| Sport/ Freizeit | 8.150 | 28,8 | 6,0 | 482% |
| Spielwaren | 6.475 | 14,4 | 7,3 | 196% |
| Bücher | 1.250 | 5,9 | 5,3 | 110% |
| GPK, Geschenke, Hausrat | 5.950 | 10,2 | 3,9 | 259% |
| Haus-/ Heimtextilien | 4.675 | 9,6 | 4,2 | 231% |
| mittelfristiger Bedarf | 66.350 | 186,9 | 66,8 | 280% |
| Uhren/ Schmuck | 750 | 7,1 | 4,3 | 164% |
| Foto/ Optik | 1.825 | 10,5 | 4,9 | 217% |
| Neue Medien | 3.425 | 34,9 | 19,1 | 183% |
| Elektro/ Leuchten | 3.875 | 15,0 | 9,5 | 159% |
| Teppiche, Bodenbeläge | 2.750 | 4,9 | 1,9 | 259% |
| baumarkt-/gartencenterspezif. | 30.525 | 46,5 | 20,7 | 225% |
| Möbel | 36.325 | 71,4 | 16,9 | 422% |
| Sonstiges insgesamt | 3.150 | 17,2 | 11,1 | 155% |
| langfristiger Bedarf | 82.575 | 207,5 | 88,3 | 235% |
| Summe | 179.825 | 601,8 | 336,1 | 179% |

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 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016; IfH; www.handelsdaten.de et al.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (2016); eigene Berechnungen



3.2.3 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht (Experteninterviews)

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

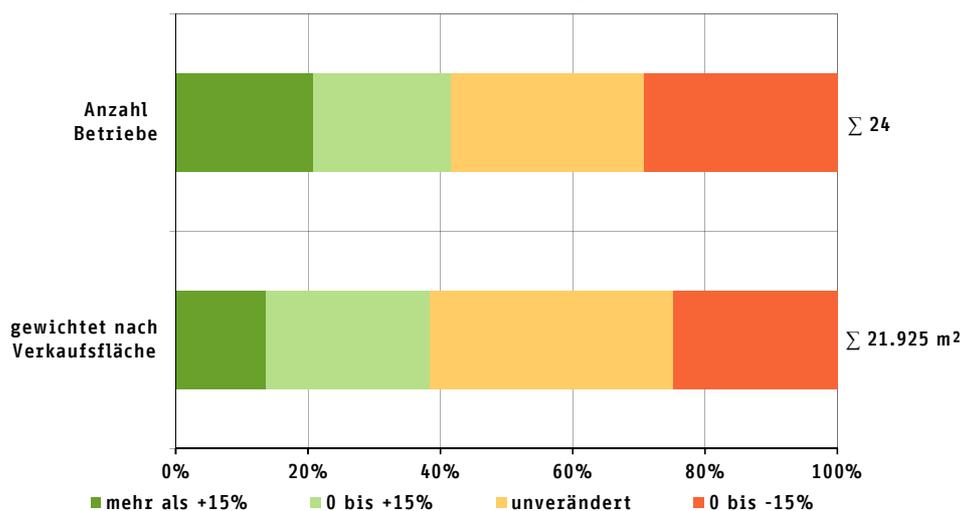
Nachfolgend sind die wichtigsten von den 25 interviewten Händlern angesprochenen Aspekte aufgeführt. Einige Fragen wurden nicht von allen Händlern beantwortet, so dass es zu Abweichungen der Summen kommen kann.

Umsatzentwicklung

Über 40% der befragten Einzelhändler gaben an, dass ihr Umsatz in den letzten drei Jahren gestiegen ist, weitere rd. 30 % erklärten, dass ihr Umsatz unverändert geblieben ist. Keiner der befragten Einzelhändler gab an, dass der Umsatz in den letzten drei Jahren um mehr als 15 % gesunken ist (vgl. Abb. 2).

Die meisten der Befragten Händler können somit auf eine positive bzw. zumindest stagnierende Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren zurückblicken.

Abb. 2: Experteninterviews - Umsatzentwicklung



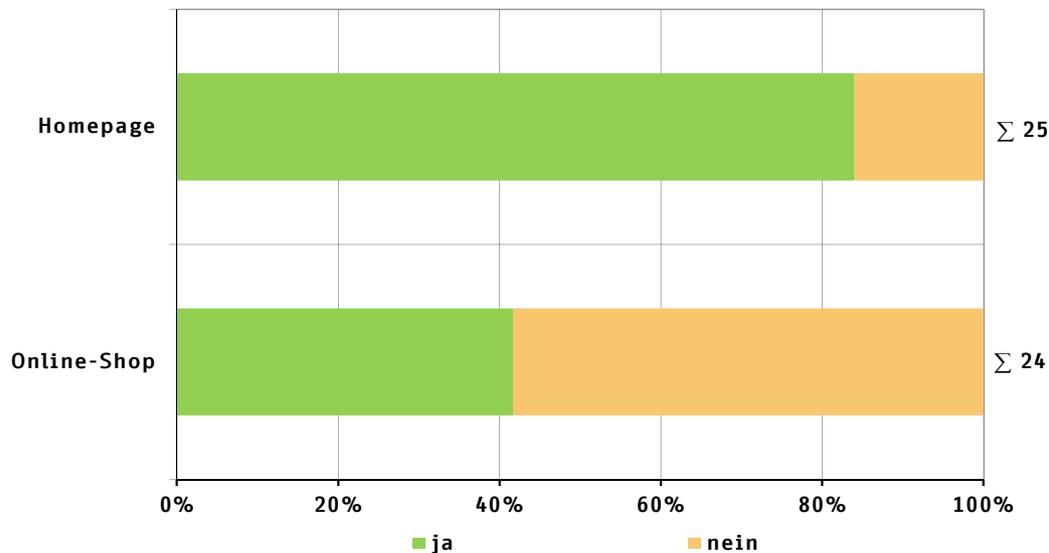
Quelle: Experteninterviews November 2016



Homepage und Online-Shop

Deutlich über 80% der befragten Einzelhändler gaben an, dass sie über eine Homepage verfügen, d.h. immerhin mehr als 10% der Händler haben keine Homepage. Mehr als 40% der befragten Händler betreiben einen Online-Shop (vgl. Abb. 3). Dies betrifft eher größere Geschäfte und Filialbetriebe. Nach Aussagen einiger Einzelhändler sind die Kosten für einen Online-Shop für ein kleines inhabergeführtes Fachgeschäft zu hoch.

Abb. 3: Experteninterviews - Homepage und Online-Shop



Quelle: Experteninterviews November 2016

Bedeutung Onlinehandel und entsprechende Maßnahmen

Der überwiegende Teil der befragten Einzelhändler gab an, dass der Onlinehandel für sie und ihr Geschäft eine hohe Bedeutung hat und starken Einfluss auf den stationären Handel hat. Dabei wurde dem Onlinehandel sowohl ein negativer als auch ein positiver Einfluss zugesprochen (vgl. Abb. 4).

Die Händler in Ravensburg pflegen überwiegend einen sehr positiven Umgang mit dem Thema Onlinehandel und haben innovative Ideen entwickelt, um vom Onlinehandel zu profitieren bzw. sich gegenüber dem Onlinehandel zu behaupten. 87% der Befragten Händler gaben an, entsprechende Maßnahmen durchzuführen.

Das sind z.B.:

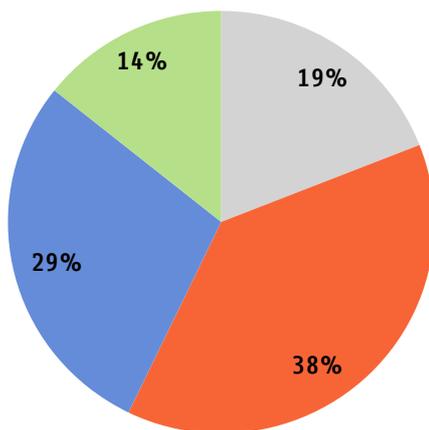
- Abholbox für bestellte Bücher, etc. (unabhängig von Ladenöffnungszeiten)
- extra Plattform über Facebook (Punkte sammeln)



- Fahrradtaxi - online bestellen und am gleichen Tag wird geliefert
- Events/ Veranstaltungen/ auf Homepage werben
- Angebote für bestimmte Zielgruppen, z.B. Rutschbahn im Spielwarengeschäft, Verkostung im Weingeschäft
- Homepage/ Internet als zusätzliche Präsentationsmöglichkeit für kleine Geschäfte (höhere Angebotsvielfalt möglich)
- Kombination aus Verkauf, Handwerk, Service, Gastronomie, Beratung, Atmosphäre
- "Wohlfühlprogramm" contra Internet
- freies WLAN im Geschäft
- Änderung der Preispolitik (niedriger Preis ohne Beratung)

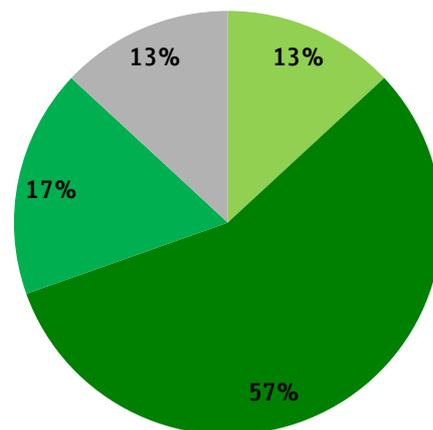
Abb. 4: Experteninterviews - Bedeutung Onlinehandel und entsprechende Maßnahmen

Bedeutung/ Einfluss (21 Betriebe)



- geringe oder keine Bedeutung
- hohe Bedeutung negativ
- hohe Bedeutung indifferent
- hohe Bedeutung positiv

Maßnahmen (23 Betriebe)



- aktives Vorgehen im Onlinehandel
- Service/ Beratung direkt am Kunden
- beides
- derzeit nichts

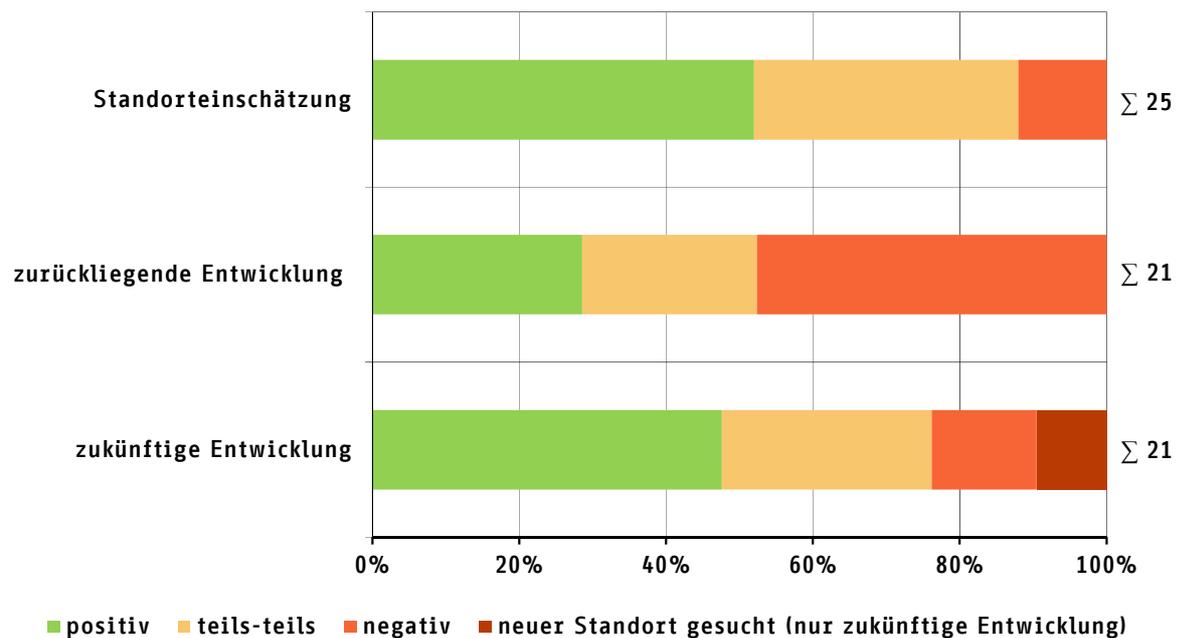
Quelle: Experteninterviews November 2016



Einschätzung Standort sowie zurückliegende/ zukünftige Standortentwicklung

Die aktuelle Einschätzung der Einzelhändler zum Standort Ravensburg fällt überwiegend positiv aus bzw. wird als ambivalent wahrgenommen. Die zurückliegende Entwicklung wird hingegen von fast 50% der befragten Händler als negativ bezeichnet. Lediglich rd. 45% der Befragten Händler sieht die zu erwartende zukünftige Entwicklung ausschließlich positiv. (vgl. Abb. 5)

Abb. 5: Experteninterviews - Standort sowie zurückliegende/ zukünftige Standortentwicklung



Quelle: Experteninterviews November 2016

Wesentliche Themen für die Einzelhändler bezüglich der zukünftigen Entwicklung des Standortes Ravensburg sind:

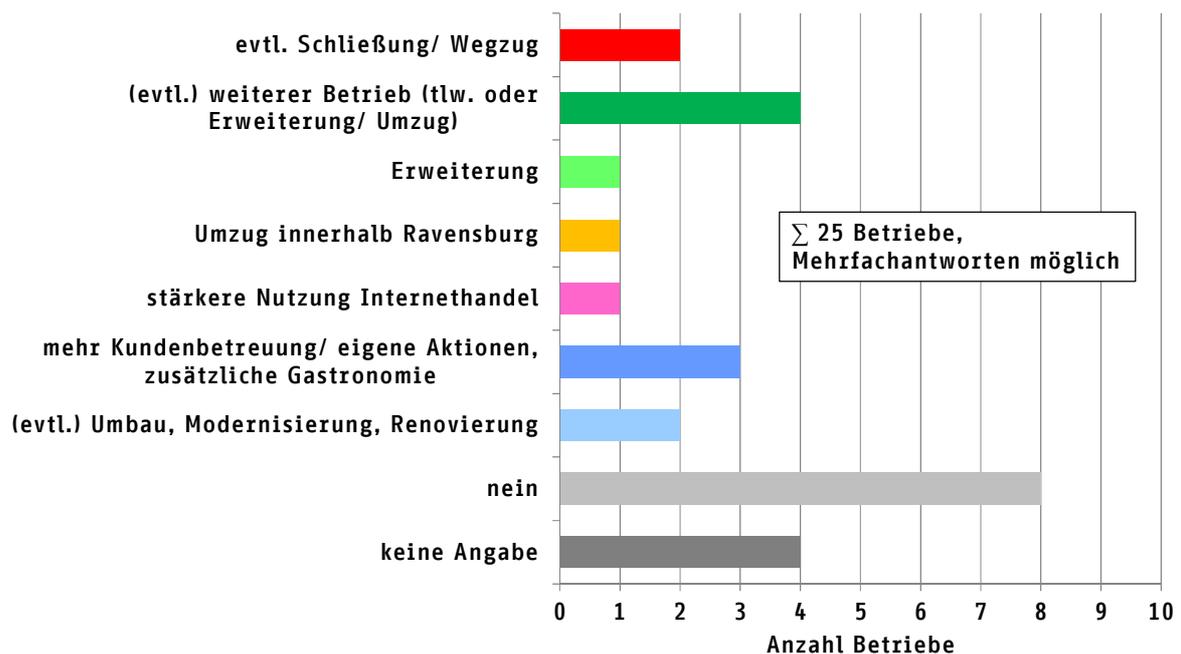
- Anzahl Parkplätze (vor allem bei Umbau Parkgarage Marienplatz)
- Wahrung Angebotsvielfalt/ -mix
- geringe Parkgebühren/ kostenloses Parken
- Erarbeitung Verkehrskonzept
- Umsetzung Einzelhandelskonzept
- Bewahrung erschwinglicher Mieten
- tolle historische Altstadt
- zahlreiche positive weiche Standortfaktoren



Änderungsabsichten

In Bezug auf Änderungsabsichten in ihrem Geschäft gaben die befragten Einzelhändler vielfältige Antworten (vgl. Abb. 6). Acht von 25 befragten Händlern gaben an, keine Änderungsabsichten zu haben. Vier der befragten Händler gaben an über eine Expansion nachzudenken, zwei der Händler erklärten, ihr Geschäft ggf. zu schließen bzw. aus Ravensburg weg zu ziehen.

Abb. 6: Experteninterviews - Änderungsabsichten



Quelle: Experteninterviews November 2016

Einschätzung der Einzelhandelssituation

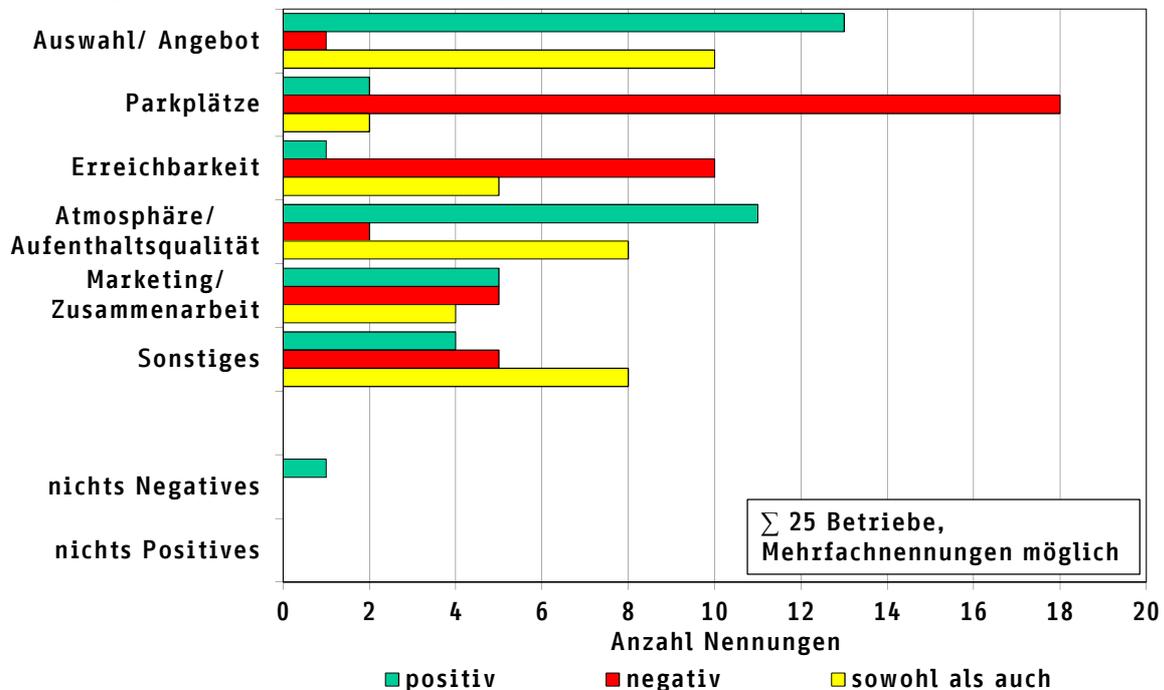
In Abb. 7 ist die Einschätzung der befragten Einzelhändler bzgl. der Einzelhandels-situation in Ravensburg dargestellt.

Die **Auswahl/ das Angebot** an Geschäften und Sortimenten und die **Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität** in der Innenstadt wird von der überwiegenden Anzahl der befragten Händler als positiv bezeichnet. Als fast ausschließlich negativ wird hingegen die **Parkplatzsituation** in Ravensburg bewertet. Insbesondere die derzeitige Situation der Tiefgarage Marienplatz wurde dabei kritisiert, aber auch die grundsätzliche Parkplatzsituation wie z.B. das Fehlen von ebenerdigen Parkplätzen in unmittelbarer Nähe zu den Geschäften. Ebenfalls als überwiegend negativ gilt für die Einzelhändler die **Erreichbarkeit** der Stadt Ravensburg insgesamt und der Innenstadt im speziellen. Dies gilt sowohl für die Anfahrt mit dem PKW als auch mit öf-



fentlichen Verkehrsmitteln. Zu gleichen Teilen positiv als auch negativ wird die **Zusammenarbeit** zwischen Einzelhändlern und Stadtverwaltung bzw. Wirtschaftsförderung eingeschätzt.

Abb. 7: Experteninterviews - Einschätzung der Einzelhandelssituation



Quelle: Experteninterviews November 2016

Zusammenfassung

Bei der Bewertung der in den Abbildungen dargestellten Befragungsergebnisse ist jeweils zu berücksichtigen, dass lediglich mit 25 Einzelhändlern Interviews geführt wurden. Die Ergebnisse können somit nur Hinweise auf die Stimmungslage und wichtige Themen innerhalb der Händlerschaft liefern.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Stimmungslage der Einzelhändler in Ravensburg überwiegend **positiv** ist. Hervorzuheben sind folgende Aspekte:

- sehr innovative Händlerschaft
- sehr gutes und vielfältiges Einzelhandelsangebot
- viele inhabergeführte Geschäfte
- Kombination aus kleinen Fachgeschäften und großen Anbietern
- Stammkunden/ Einzugsgebiet
- alte Handelsstadt
- historisches Stadtbild



- Altstadt/ Museumsviertel/ Kunstmuseum
- gute Mischung von Handel/ Gastronomie/ Kultur
- Verkehrssituation innerhalb Innenstadt/ italienische Verhältnisse
- aktive Stadtverwaltung/ gute Zusammenarbeit
- weiche Standortfaktoren: Alpen, Bodensee, Image, Altstadt, Handelsstadt
- Identifikation mit Ravensburg

Insbesondere die hohe Identifikation mit der Stadt Ravensburg, die individuelle Kreativität und das besondere, traditionsreiche Engagement der Einzelhändler fallen gegenüber anderen Händlerbefragungen auf.

Von den Einzelhändlern als **kritisch** hervorgehoben wurden insbesondere:

- Renovierung Tiefgarage Marienplatz
- Parkplätze zu teuer
- Mieten zu hoch
- inhabergeführte Geschäfte werden immer weniger
- zu viele kleine Ladenflächen
- Frequenz rückläufig durch Internet
- Onlinehandel nimmt zu
- Erreichbarkeit Ravensburg eingeschränkt
- Feste/ Veranstaltungen: Flohmarkt, Einkaufsnacht

Vor allem die anstehende Renovierung und damit verbundene vorübergehende Schließung der Tiefgarage Marienplatz bereitet den Händlern Sorgen. Die Händler gehen von einem deutlichen Frequenzabfall in der Innenstadt aus. Wichtig ist den Händlern, dass die Stadt hier attraktive Alternativangebote für die Besucher schafft und diese auch entsprechend kommuniziert.

3.2.4 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Kundensicht

Zur empirischen Absicherung vorhandener Auffassungen, zur Objektivierung von oft interessengebundenen Diskussionen und um weitere wichtige Erkenntnisse zur Stadt Ravensburg als Einzelhandelsstandort zu erhalten, wurde in der Innenstadt an drei Standorten eine Passantenbefragung durchgeführt (vgl. Kap. 3.1.2).

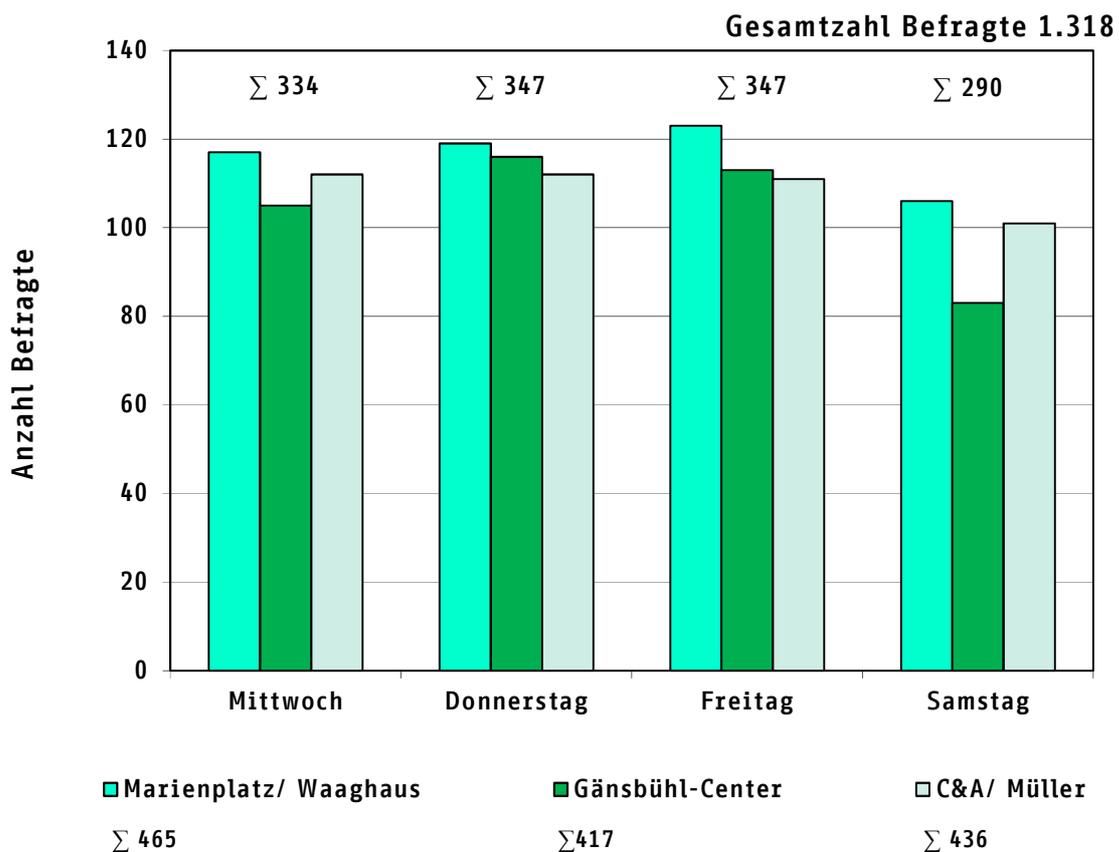


Da der Fragebogen mehr als 60 Fragen enthielt, ist nachfolgend lediglich eine Auswahl der wichtigsten Befragungsergebnisse dargestellt. In einem gesonderten Tabellenband zum vorliegenden Gutachten sind sämtliche Ergebnisse der Passantenbefragung, ausgewertet nach unterschiedlichen Zielgruppen, dargestellt.

Insgesamt wurden 1.318 Passanten befragt. Dieser vergleichsweise hohe Wert bietet gute Möglichkeiten für differenzierte Auswertungen, z.B. nach Altersgruppen oder Wohnorten.

Am Standort Marienplatz/ Waaghaus wurden an allen vier Befragungstagen die meisten Passanten befragt (vgl. Abb. 8). Die Unterschiede zwischen den einzelnen Standorten sind jedoch nicht signifikant, sodass von einer relativ gleichmäßigen Passantenfrequenz an allen drei Standorten ausgegangen werden kann.

Abb. 8: Anzahl der Befragten nach Befragungstagen und Standorten



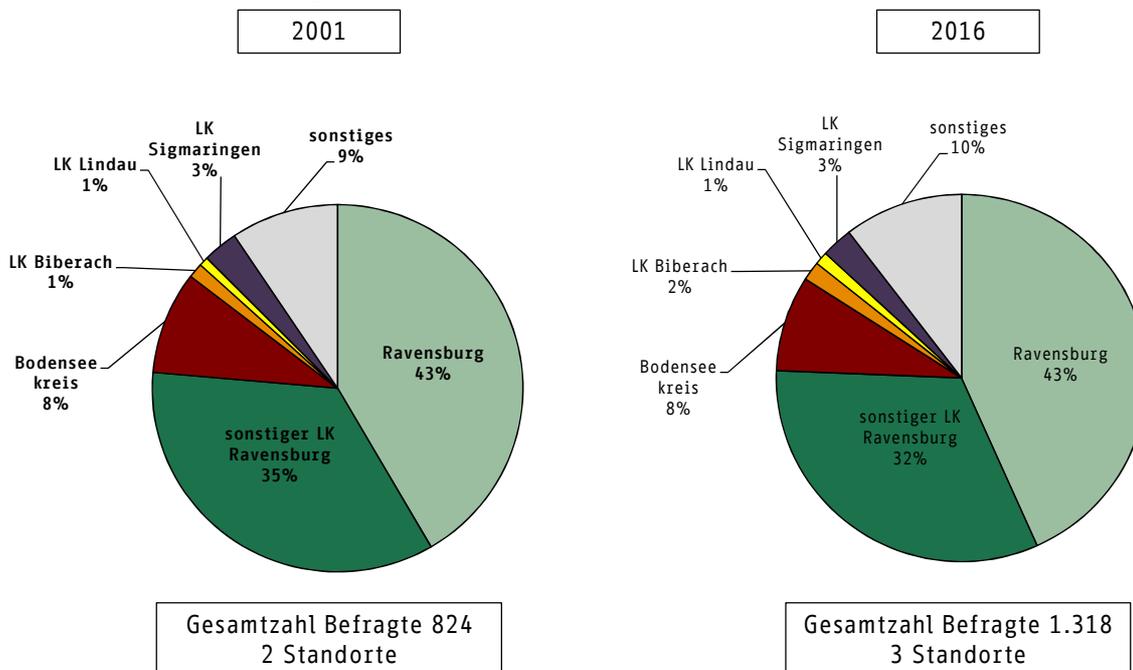
Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016

3.2.4.1 Passantenbefragung - Herkunft der Befragten

Die Herkunft der Befragten (vgl. Abb. 9) ist seit 2001 nahezu unverändert geblieben. Rund 43% der Befragten stammen aus der Stadt Ravensburg und rd. 32% aus dem übrigen Landkreis Ravensburg; etwas mehr als 10% der Befragten kommen aus umliegenden Landkreisen.

Wie bereits bei der Bewertung der Bindungsquoten festgestellt wurde (vgl. Kap. 3.2.2), weist die Stadt Ravensburg weiterhin eine erhebliche Anziehungskraft auf die Bewohner des Umlandes auf. Fast 60% der in der Innenstadt befragten Passanten sind von außerhalb der Stadt. Hier kommt einerseits die Attraktivität der Ravensburger Innenstadt zum Ausdruck, andererseits wird die Abhängigkeit von Größen außerhalb der Stadt deutlich.

Abb. 9: Herkunft der Befragten



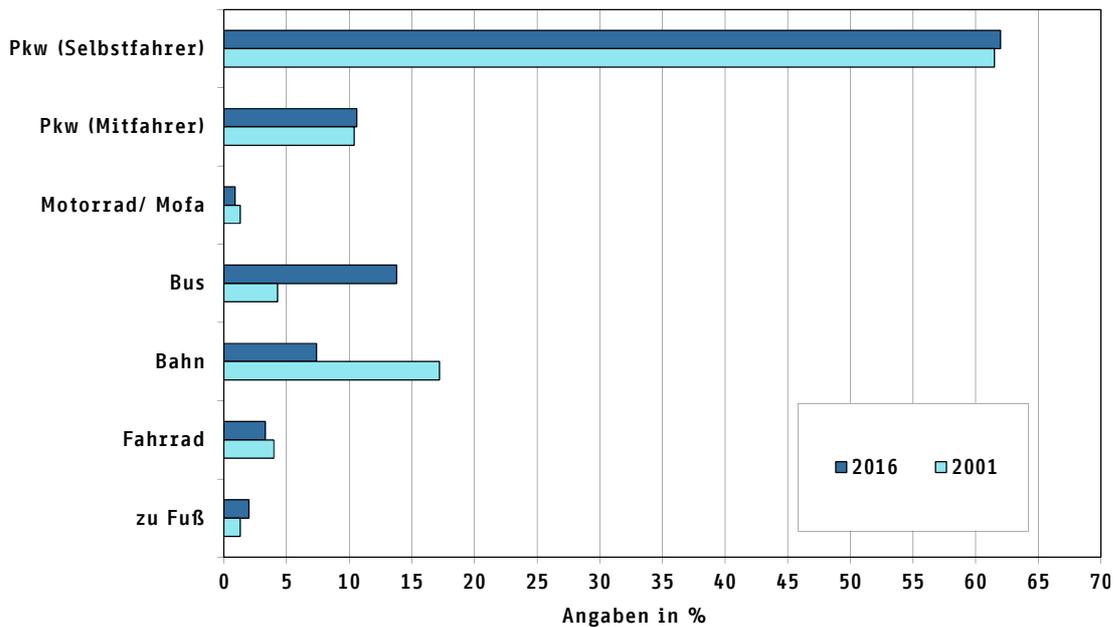
Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016



3.2.4.2 Passantenbefragung - Verkehrsmittelwahl und Parkverhalten

Die Verkehrsmittelwahl ist stark durch die Nutzung des PKWs geprägt und unterscheidet sich damit nicht von der Verkehrsmittelwahl in vielen anderen durch unser Büro untersuchten Städten, u.a. Lörrach, Fellbach, Winnenden. Auch im Vergleich zur Passantenbefragung 2001 zeigen sich kaum Unterschiede hinsichtlich der Verkehrsmittelwahl; der PKW bleibt das dominierende Verkehrsmittel.

Abb. 10: Verkehrsmittelwahl (Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute nach Ravensburg gekommen? - 2016/ 2001)

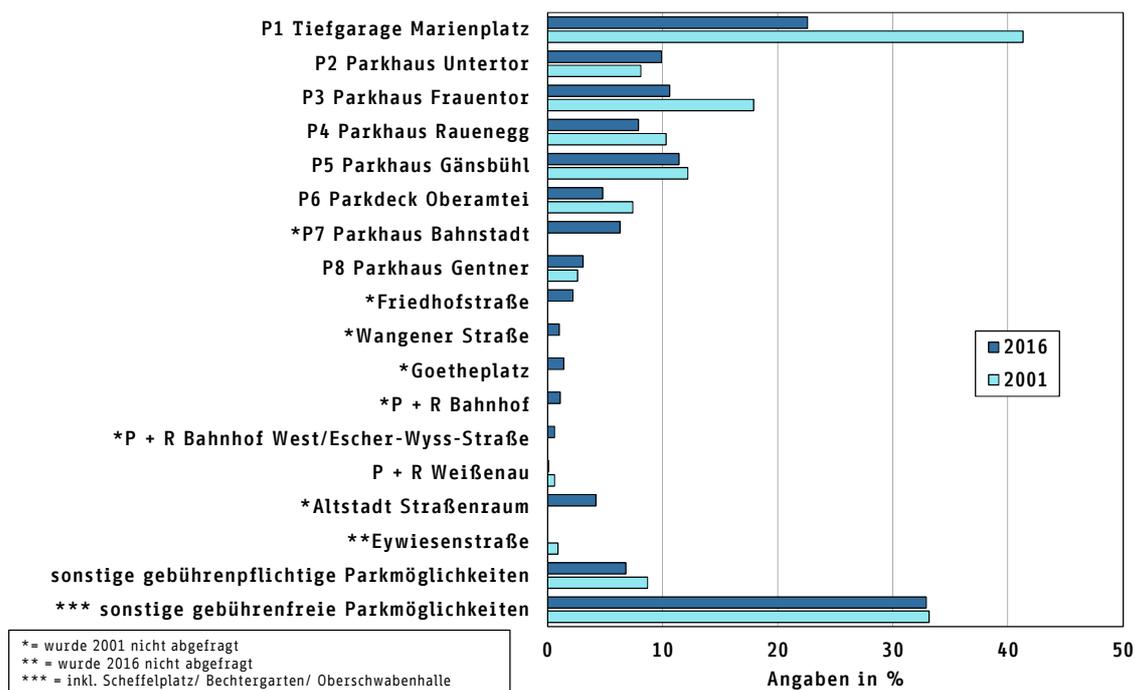


Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016 und Juli 2001



Geparkt wird ebenso wie 2001 vor allem in der Tiefgarage Marienplatz und an sonstigen gebührenfreien Parkplätzen. Der Anteil derjenigen, die in der Tiefgarage Marienplatz parken ist gegenüber 2001 deutlich gesunken. Dies ist im Wesentlichen auf eine geringere Stellplatzanzahl auf Grund notwendiger Sanierungsarbeiten in der Tiefgarage zurückzuführen.

Abb. 11: Wo parken Sie normalerweise, wenn Sie mit dem Auto in die Innenstadt von Ravensburg kommen?



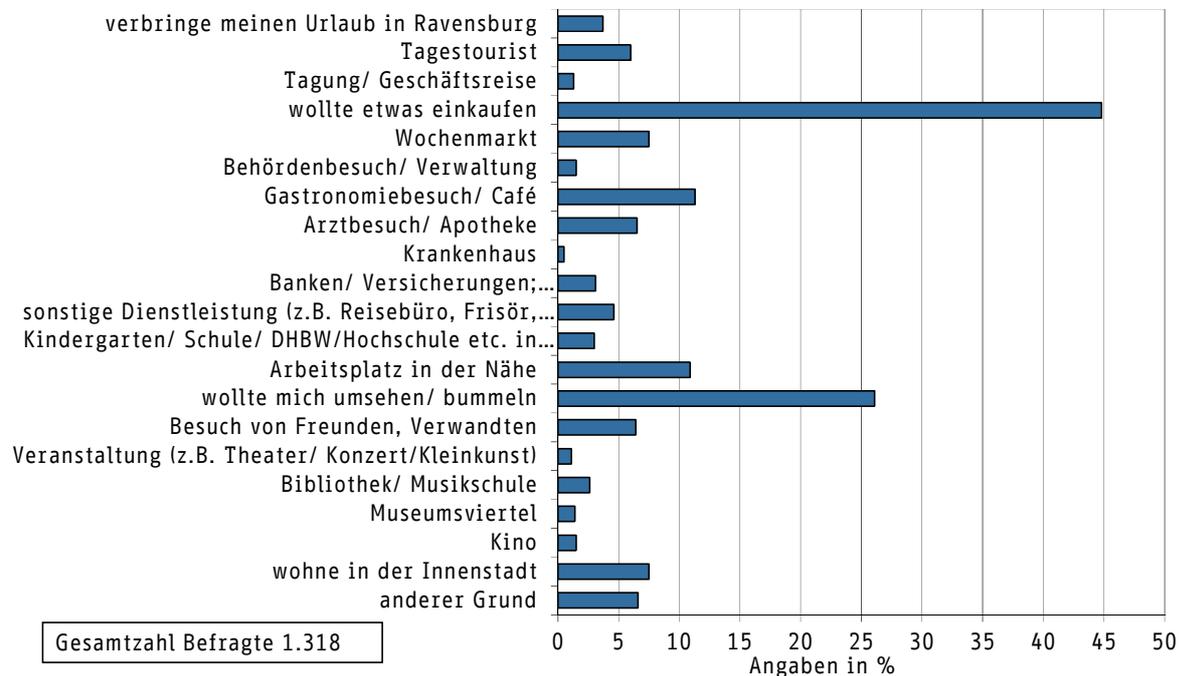
Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016 und Juli 2001



3.2.4.3 Passantenbefragung - Einkaufsverhalten

Der wichtigste Grund für den Besuch der Innenstadt von Ravensburg ist ebenso wie bei der Befragung 2001 das Einkaufen und das Bummeln (vgl. Abb. 12). Hier wird die besondere Bedeutung des Einzelhandels für die Innenstadt von Ravensburg ersichtlich. Der Einzelhandel stellt die Leitfunktion der Innenstadt dar. Dennoch sind gastronomische Betriebe, medizinische Einrichtungen, Dienstleistungsbetriebe sowie kulturelle und öffentliche Nutzungen wichtig für eine lebendige Innenstadt.

Abb. 12: Besuchsmotivation (Warum sind Sie heute in die Innenstadt von Ravensburg/ nach Ravensburg gekommen? - nach Herkunft)

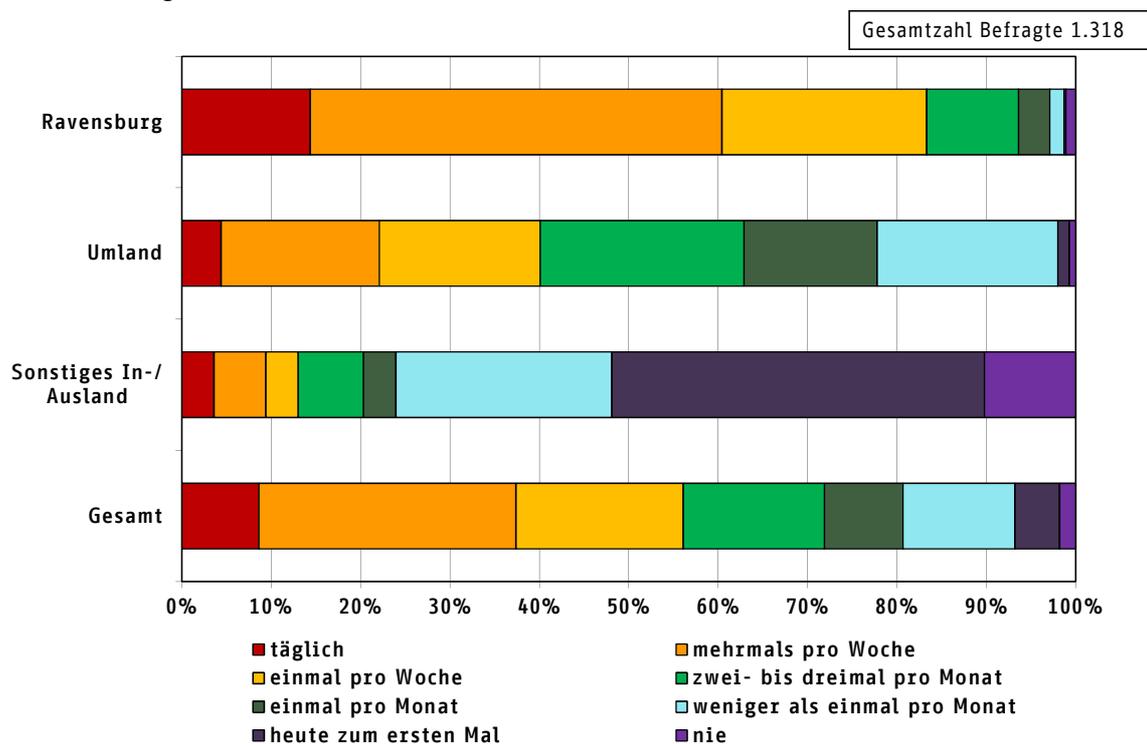


Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016



Aus der Frage nach der Häufigkeit des Einkaufs (vgl. Abb. 13) lässt sich der Anteil der Stammkunden ableiten: Kunden die mindestens einmal pro Woche zum Einkaufen in die Innenstadt kommen, können als Stammkunden bezeichnet werden. In Bezug auf die Kunden aus Ravensburg liegt der Anteil der Stammkunden bei rd. 82 %. Bei den Kunden aus dem Umland liegt der Anteil immerhin noch bei rd. 40%. Dieser insgesamt hohe Stammkundenanteil, der sich gegenüber 2001 kaum verändert hat, lässt auf eine relativ stabile Einzelhandelssituation schließen.

Abb. 13: Häufigkeit des Einkaufs - nach Herkunft



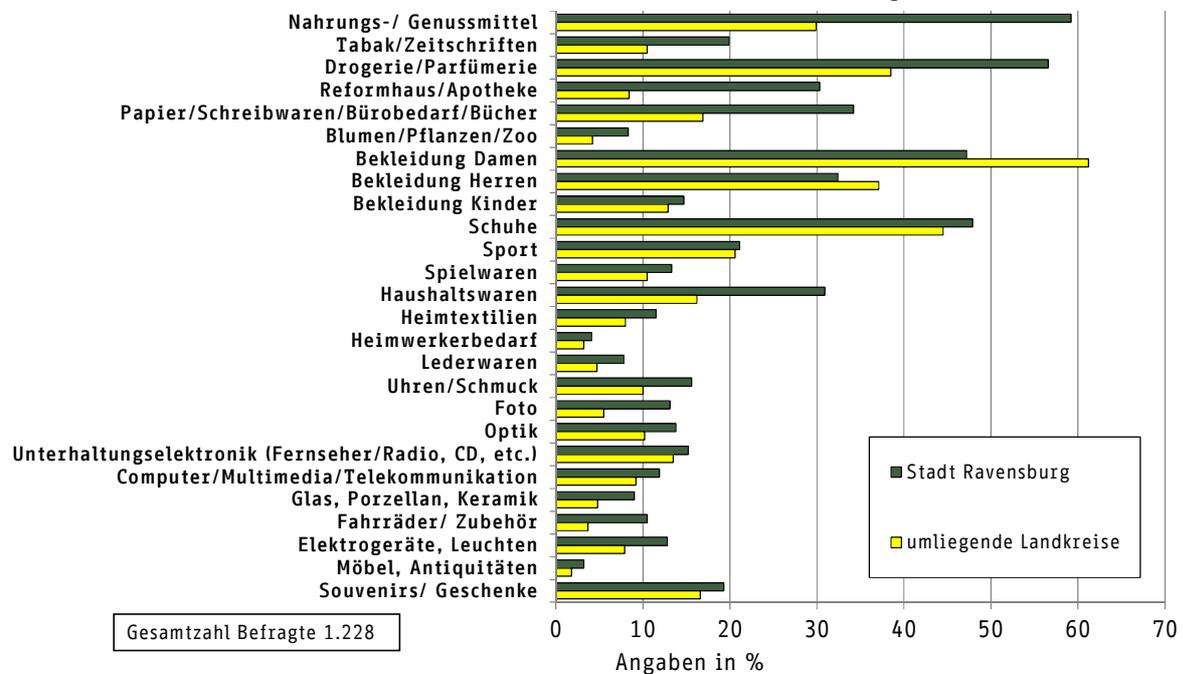
Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016



Auf die Frage "Was kaufen Sie üblicherweise in der Innenstadt von Ravensburg ein?" haben die befragten Passanten neben innenstadtrelevanten Sortimenten wie Bekleidung, Schuhe oder Haushaltswaren auch nahversorgungsrelevante Sortimente genannt (vgl. Abb. 14). Insbesondere die hohen Anteile im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie verdeutlichen die große Bedeutung der Innenstadt von Ravensburg auch für den klassischen (Nah-)Versorgungseinkauf.

Für die künftige Einzelhandelsentwicklung der Ravensburger Innenstadt bedeutet dies, dass auch in Zukunft Lebensmittel- und Drogeriemärkte als Frequenzbringer und Nahversorger im Innenstadtbereich von wesentlicher Bedeutung sind.

Abb. 14: Was kaufen Sie üblicherweise in der Innenstadt von Ravensburg ein? - nach Herkunft

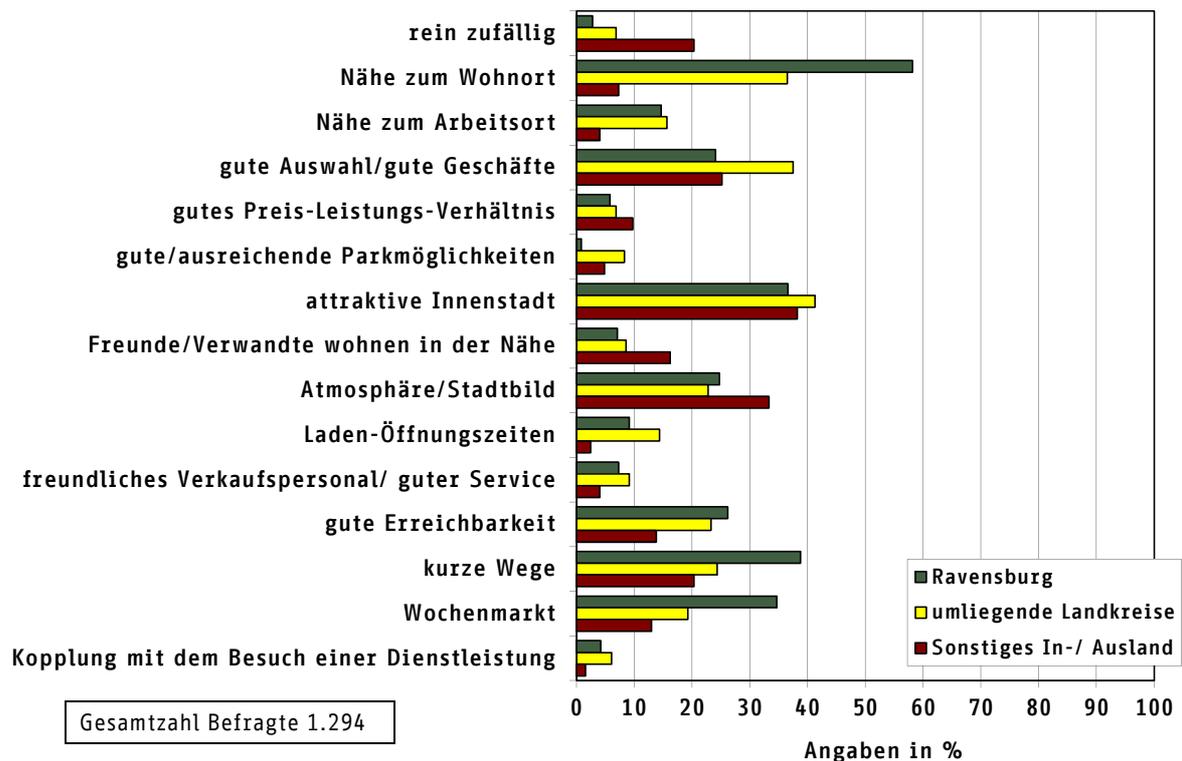


Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016



Auf die Frage "Warum kaufen Sie in der Innenstadt von Ravensburg ein?" haben insbesondere die Passanten aus Ravensburg die Nähe zum Wohnort und die kurzen Wege genannt. Hier werden die Bedeutung der Wohnfunktion in der Innenstadt und der kompakten Struktur der Innenstadt deutlich. Als weitere wichtige Gründe wurden insbesondere die attraktive Innenstadt sowie die gute Auswahl und die guten Geschäfte genannt (Abb. 15).

Abb. 15: Einkaufsmotivation (Warum kaufen Sie in der Innenstadt von Ravensburg ein? - nach Herkunft)



Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016



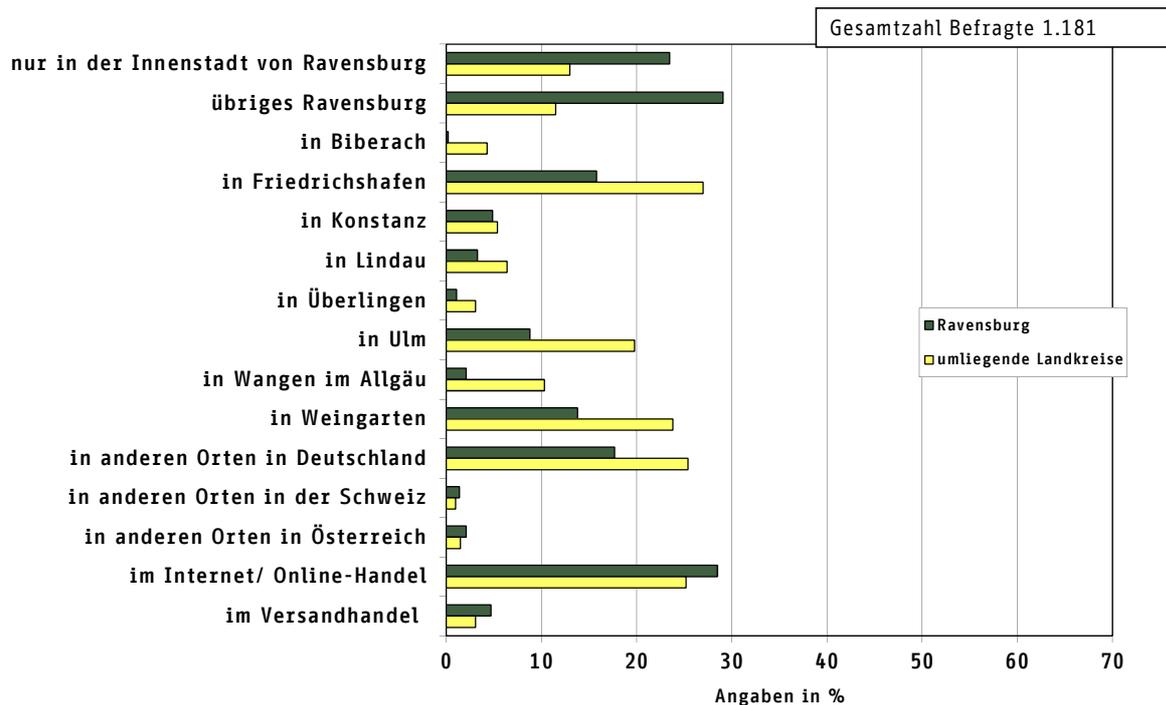
3.2.4.4 Passantenbefragung - Onlinehandel

Aus der Frage: "Wo kaufen Sie noch regelmäßig ein?" lassen sich die wichtigsten Konkurrenzorte für die Innenstadt von Ravensburg ableiten (vgl. Abb. 16). Dabei zeigt sich, dass Friedrichshafen, Ulm und Weingarten nach dem Internet die Hauptkonkurrenzorte für die Innenstadt von Ravensburg sind.

Im Vergleich zu 2001 ist zwar der Anteil derjenigen, die im Internet einkaufen deutlich gestiegen, gleichzeitig ist jedoch der Anteil derjenigen, die den Versandhandel nutzen gesunken. Es kann somit eine Verschiebung vom Versandhandel hin zum Internethandel festgestellt werden, d.h. der Anstieg des Internethandels findet nicht allein auf Kosten des stationären Einzelhandels statt.

Ähnliche Ergebnisse haben sich auch bei Passantenbefragungen durch unser Büro in anderen Städten ergeben.

Abb. 16: Wo kaufen Sie noch regelmäßig ein? - nach Herkunft



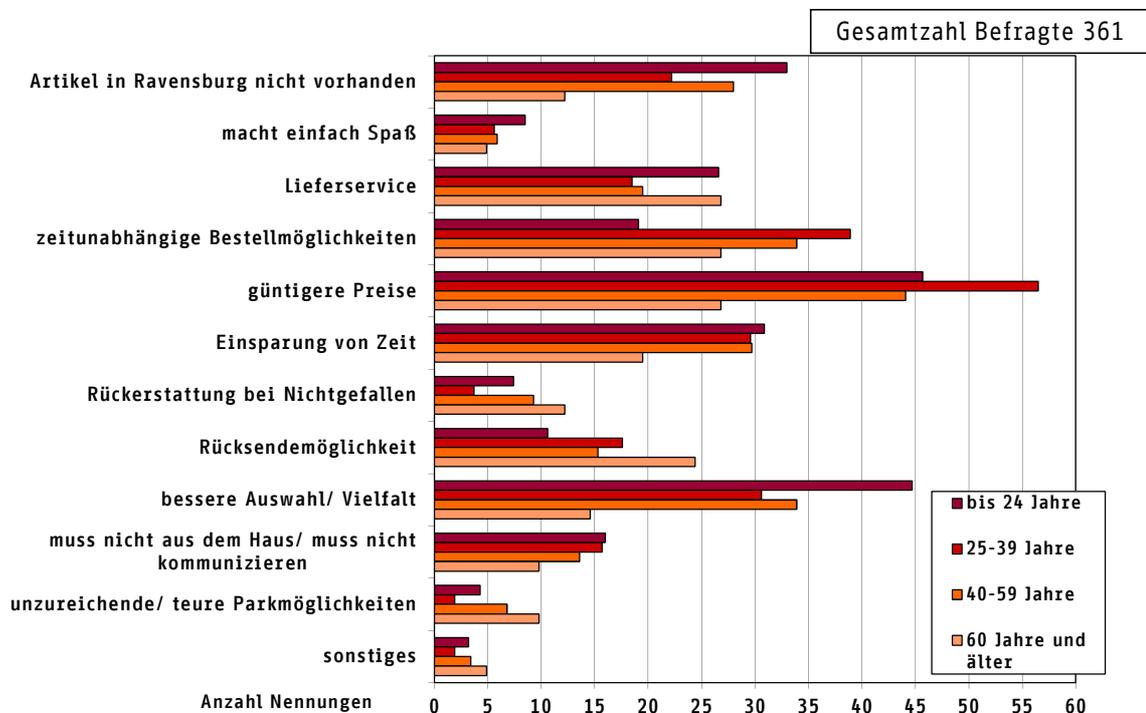
Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016



Auf die Frage: "Was kaufen Sie normalerweise regelmäßig im Internet/ Online-Handel ein?" wurde am häufigsten Damenbekleidung, Schuhe, Computer/ Multimedia und Unterhaltungselektronik genannt.

Weiterhin hat sich aus der Befragung ergeben, dass die wichtigsten Gründe für den Einkauf im Internet über alle Altersgruppen hinweg zeitunabhängige Bestellmöglichkeiten, günstigere Preise, bessere Auswahl/ Vielfalt und das Fehlen des entsprechenden Artikels im Angebot von Ravensburg sind (vgl. Abb. 17). Diese Ergebnisse wurden auch in anderen Städten bei ähnlichen Befragungen festgestellt.

Abb. 17: Warum kaufen Sie im Versandhandel bzw. im Internet (Online) ein? - nach Alter



Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016

Die Passanten wurden zusätzlich gefragt, ob sie heute häufiger im Internet einkaufen als vor fünf Jahren; rd. 85% beantworteten die Frage mit ja.



3.2.4.5 Passantenbefragung - Stärken und Schwächen

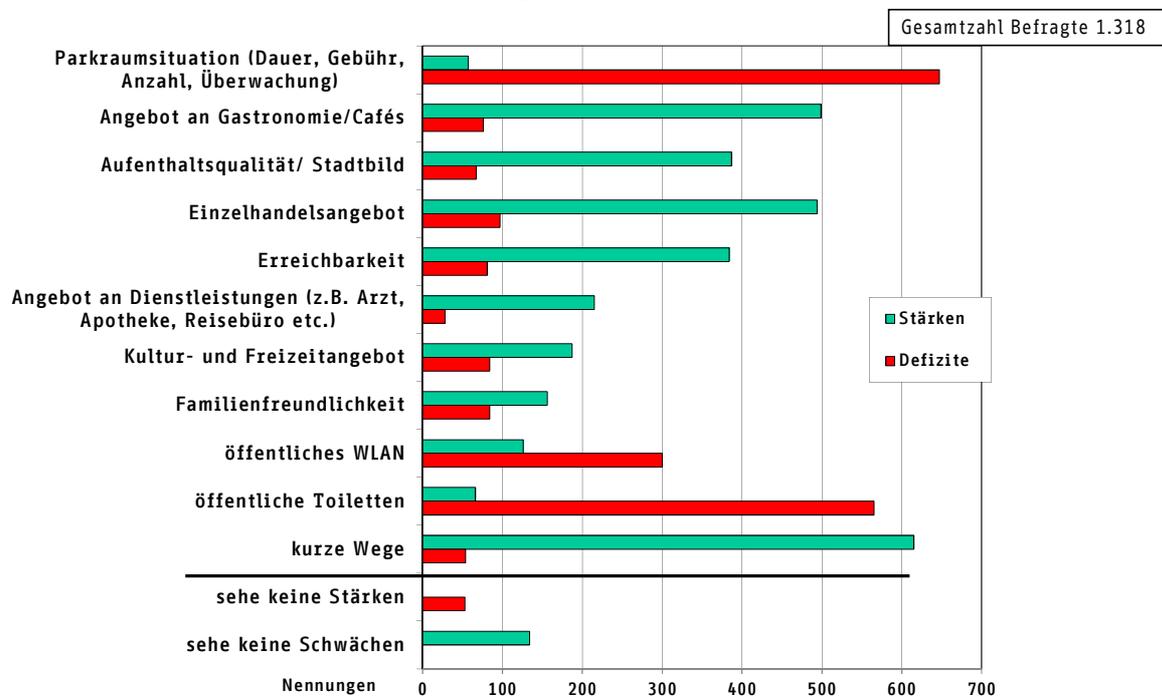
Wie auch im Rahmen der Experteninterviews (vgl. Kap. 3.2.3) wurde die Frage nach Stärken und Defiziten der Innenstadt von Ravensburg gestellt.

Wie bereits 2001 bewerten die Passanten der Ravensburger Innenstadt fast alle Themenbereiche als sehr gut. Insbesondere das Angebot an Gastronomie/ Cafés, die Aufenthaltsqualität, das Einzelhandelsangebot, die kurzen Wege und die Erreichbarkeit wurden nahezu ausschließlich positiv bewertet. Die Erreichbarkeit wurde aus Sicht der Händler eher kritisch bewertet.

In Bezug auf die Parkraumsituation sind sich Händler und Passanten mit ihrer kritischen Haltung einig. Das Thema Parkraumsituation ist das durch die Passanten am häufigsten negativ bewertete Thema, ebenso wie 2001. Kritisiert werden vor allem die Höhe der Gebühren und die Anzahl der Parkplätze.

Die Passanten schätzen das Thema öffentlichen Toiletten als Defizit ein. Das öffentliche WLAN wird, obwohl es vorhanden ist, ebenfalls überwiegend negativ bewertet.

Abb. 18: Stärken und Defizite in Ravensburg



Quelle: eigene Passantenbefragung Oktober 2016



3.3 FAZIT

Insgesamt verfügt die Stadt Ravensburg weiterhin über eine herausragende Versorgungsfunktion und eine enorme Ausstrahlung in die Region; bei (fast) allen Sortimenten sind per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Insbesondere bei den typischen innerstädtischen Leitsortimenten kommt der Stadt Ravensburg eine Versorgungsfunktion zu, die weit über die der eigenen Bevölkerung hinausgeht. Ravensburg wird damit seiner Versorgungsfunktion als gemeinsames Oberzentrum mit Weingarten und Friedrichshafen gerecht.

Der Stadt Ravensburg ist trotz zunehmendem Wettbewerb durch Nachbarkommunen und Onlinehandel die schwierige Aufgabe gelungen, ihre Position als bedeutender Handelsstandort in der Region zu erhalten.

Wie die Passantenbefragung gezeigt hat, gibt es gegenüber 2001 nahezu keine Veränderungen im Hinblick auf die Kundenherkunft und das Einkaufsverhalten. Weiterhin sind deutlich mehr als die Hälfte der Passanten in der Innenstadt aus dem Umland. Der Anstieg des Online-Einkaufs ergibt sich zu einem großen Teil aus der Verlagerung des Versandhandel-Einkaufs hin zum Online-Einkauf.

Sowohl aus Sicht der Händler als auch aus Sicht der Passanten wird Ravensburg als attraktive Handelsstadt mit hoher Aufenthaltsqualität und Atmosphäre wahrgenommen. Viele Händler setzen sich aktiv mit dem Thema Onlinehandel auseinander und reagieren mit innovativen Konzepten auf die zunehmende Bedeutung des Internet-handels. Die Identifikation mit dem Standort Ravensburg ist sehr hoch und stellt eine wichtige Stärke dar. Neben einer überwiegend optimistischen und selbstbewussten Grundhaltung gibt es bei den Händlern auch Bedenken angesichts des zunehmenden Onlinehandels und möglicher Entwicklungen im Einzugsbereich der Stadt. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dass Ravensburg für die Umlandbewohner, die überwiegend mit dem PKW kommen, gut erreichbar bleibt und ein attraktives Parkplatzangebot aufweist, insbesondere während der Renovierungsphase der Tiefgarage Marienplatz.



4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IN RAVENSBURG

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 Ravensburg dar³⁷. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG³⁸.

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. Bei den Passantenbefragungen in Ravensburg wurde dies ebenfalls festgestellt (vgl. Abb. 12, S. 32).

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 zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des

³⁷ Vgl. insbesondere §§ 1 (6) Nr. 11, 9 (2a) und (3) BauGB.

³⁸ Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



BVerwG³⁹ (vgl. Kap. 2.1.1). Dabei ist, anders als im Gutachten von 2007, eine parzellenscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erforderlich.

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.

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 Nutzungen 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).

³⁹ Vgl. BVerwG, Urteil 10.11.2007, Az. 4C7/07.



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.

Die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsbereiche der Stadt Ravensburg werden in den nachfolgenden Kapiteln 4.2 und 4.3 im Hinblick auf ihre Abgrenzung und ihre Einstufung als zentrale Versorgungsbereiche überprüft.

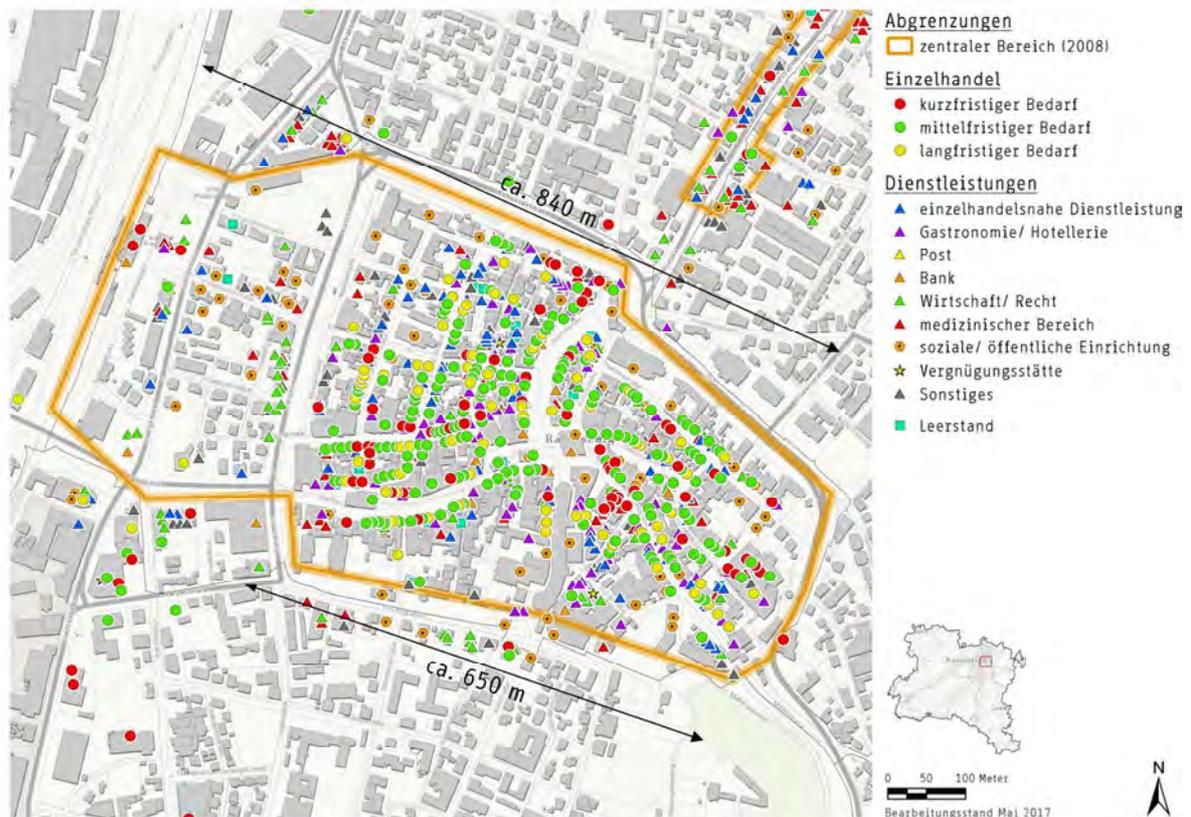
4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT

4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Ravensburg erstreckt sich entsprechend der Abgrenzung von 2007/ 2008 entlang der Schussenstraße im Norden, der Bahnlinie im Westen, dem Hirschgraben im Süden und der Leonhardstraße im Osten. Für die Bewertung der Veränderungen des Einzelhandelsangebotes innerhalb der Innenstadt gegenüber 2007 wird diese Abgrenzung in der IST-Betrachtung zunächst beibehalten, zumal bei der Begehung keine wesentlichen städtebauliche-funktionalen Veränderungen innerhalb der bisherigen Innenstadt festgestellt wurden.

Die Karte 1 zeigt den aktuellen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den angrenzenden Gebieten. Das Einzelhandelsangebot befindet sich vor allem innerhalb der Altstadt zwischen Karlstraße und Obertor (Leonhardstraße). Der Bereich zwischen Bahnlinie und Karlstraße weist dagegen neben Wohnnutzungen vor allem Dienstleistungsnutzungen und öffentliche Einrichtungen auf.

Karte 1: Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



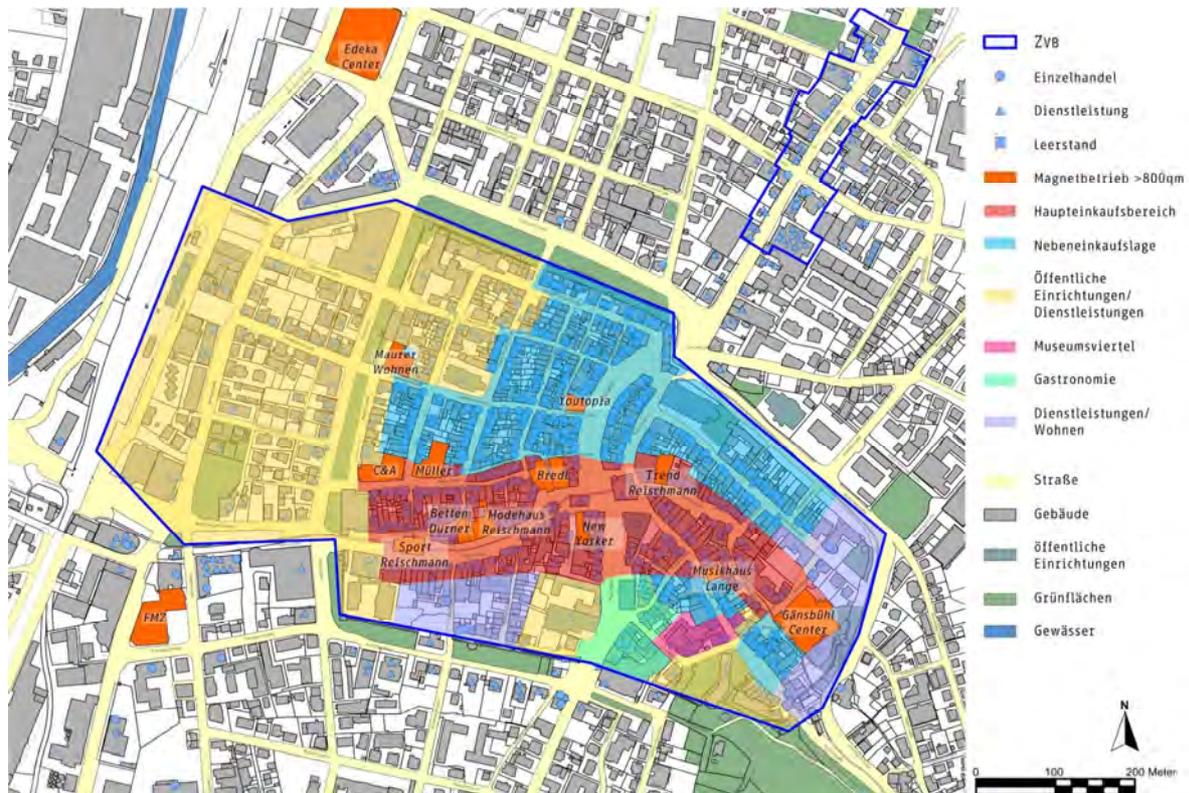
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016
Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Bei Betrachtung der verschiedenen Nutzungszonen wird eine

- eher linear ausgerichtete Konzentration des Einzelhandelsangebotes und der Magnetbetriebe (Verkaufsfläche mehr als 800 m²) entlang der Bachstraße und der Marktstraße deutlich (vgl. Karte 2).
- Nördlich von dieser Haupteinkaufszone befinden sich Nebeneinkaufslagen, die auf Grund der inhabergeführten Fachgeschäfte eine besondere Qualität aufweisen.
- Der südliche Bereich des Marienplatzes hat sich als Gastronomiestandort etabliert.
- Im Umfeld der Marktstraße ist das Ravensburger Museumsviertel entstanden.
- An den Rändern der Altstadt dominieren Wohnnutzungen.
- Der nordwestliche Bereich der Altstadt und der Bereich zwischen Karlstraße und Bahnlinie sind durch Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen und Wohnnutzungen geprägt.
- Im Bahnhofsbereich wurde entlang der Eisenbahnstraße der Postblock entwickelt (u.a. Gastronomie, Bio-Supermarkt).



Karte 2: Nutzungszonen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Eine Überprüfung der städtebaulich-funktionalen Stärken-Schwächen-Analyse des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt in Kapitel 4.2.3.

4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebots im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befinden sich rd. 61% aller Einzelhandelsbetriebe von Ravensburg mit rd. 36% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Der Umsatzanteil der innerstädtischen Betriebe liegt bei rd. 43% (vgl. Abb. 19, S. 64). Ein Vergleich zu 2007 zeigt, dass es der Stadt Ravensburg gelungen ist, die besondere quantitative Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu erhalten und sogar zu stärken.

Angebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- 327 Betriebe (323 Betriebe im Jahr 2007)
- 65.125 m² Verkaufsfläche (61.625 m² im Jahr 2007)
- 257,3 Mio. € Umsatz (241,3 Mio. € im Jahr 2007)

Karte 3: Umfeld des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind eine Reihe großflächiger Magnetbetriebe zu finden, wie z.B. die Reischmann Modehäuser und das Sporthaus, das Modehaus Bredel, der Müller-Markt, C&A und das Gänsbühl-Center. Aber auch im unmittelbaren Umfeld der Innenstadt sind mit dem Edeka-Center im Norden und dem Fachmarktzentrum (Kik, Deichmann etc.) im Süden großflächige Einzelhandelsbetriebe gelegen. Zudem befindet sich mit dem Nahversorgungsbereich Gartenstraße ein weiterer Einzelhandelsstandort in unmittelbarer Nachbarschaft (vgl. Karte 3).

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. 8.3.2). Da bereits im Rahmen der Erstellung der Einzelhandelskonzepte von 2001 und 2008 eine ausführliche städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse erfolgte, wurde im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens lediglich eine Überprüfung dieser durchgeführt. Nachfolgend sind deshalb nur wesentliche Aspekte zur städtebaulich-funktionalen Situation des zentralen Versor-



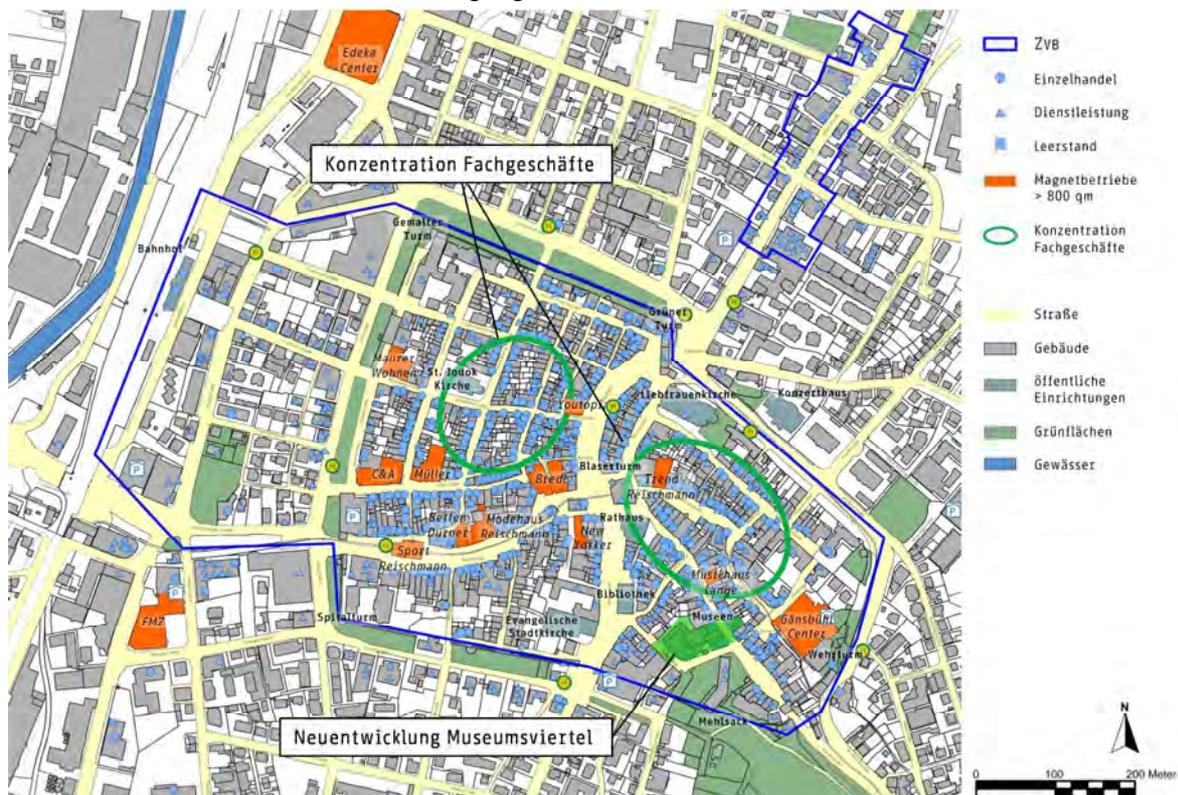
gungsbereiches Innenstadt und insbesondere Veränderungen gegenüber 2007 dargestellt.

Stärken

Die besondere Stärke der Ravensburger Innenstadt ergibt sich aus dem einzigartigen Zusammenspiel von hoch attraktiven historischen Strukturen und modernen Elementen, traditionsreichen Fachgeschäften und klassischen Filialisten, innovativen und selbstbewussten Gewerbetreibenden sowie einer vielfältigen und spannenden Nutzungsstruktur. Es überwiegen abwechslungsreiche öffentliche Bereiche mit hoher Qualität.

Ravensburg ist eine traditionsreiche Handelsstadt, der es bisher nahezu beispiellos gelungen ist im historischen Altstadtambiente moderne Stadt- und Einzelhandelsentwicklung qualitativ hochwertig und erfolgreich zu etablieren.

Karte 4: Stärken des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Individuelles Ambiente - inhabergeführter Einzelhandel und Gastronomie

Das Einzelhandelsangebot der Innenstadt ist neben verschiedenen nahversorgungsrelevanten Angeboten vor allem durch die klassischen zentrenrelevanten Sortimente geprägt, die in großflächigen Einkaufshäusern und kleinen Fachgeschäften angeboten werden. Viele große und kleine Geschäfte sind inhabergeführt und bieten ein individuelles Einkaufserlebnis, das sich z.T. in der Gestaltung des Ladens, einem ergänzenden gastronomischen Service, der Sortimentsstruktur, besonderen Aktionen und Serviceleistungen widerspiegelt.

Foto 1: Inhabergeführte Fachgeschäfte



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Foto 2: Gastronomie



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Modernisierung Gänsbühl-Center

Die Modernisierung und der Umbau des Gänsbühl-Centers (u.a. Supermarkt, Elektrofachmarkt) stellen eine wichtige Voraussetzung für die Erhaltung der östlichen Altstadt als lebendigen Einkaufsbereich dar. Mit der Neuansiedlung eines großflächigen H&M-Marktes konnte die Angebotspalette der Innenstadt erweitert werden.

Magnetbetriebe

Sowohl unter architektonischen als auch unter funktionalen Gesichtspunkten stellt das neue Bekleidungshaus (Reischmann) im Bereich der Kirchstraße ein besonders gelungenes Beispiel für die Schaffung moderner, großer Verkaufsflächen in historischen Strukturen dar.



Foto 3: Gänsbühl-Center (Handelsmagnet)



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Foto 4: Bekleidungskaufhaus (Handelsmagnet)



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Architektur und Kultur

Das neue Kunstmuseum stellt sowohl unter architektonischen als auch unter funktionalen Gesichtspunkten eine Bereicherung für die Ravensburger Innenstadt dar. Mit dem Kunstmuseum, dem Humpis-Quartier, dem Museum Ravensburger und dem Wirtschaftsmuseum hat sich im östlichen Bereich der Altstadt ein Museumsviertel etabliert.

Wohnfunktion

Die Bedeutung der Wohnfunktion für eine attraktive Innenstadt wurde bereits im Zusammenhang mit den Ergebnissen der Passantenbefragung aufgezeigt - man kauft in der Innenstadt ein, weil man da wohnt (vgl. Abb. 15, S. 35). Seit 2007 haben attraktive Wohnbauentwicklungen in der Ravensburger Innenstadt stattgefunden.

Foto 5: Kunstmuseum



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Foto 6: innerstädtisches Wohnen

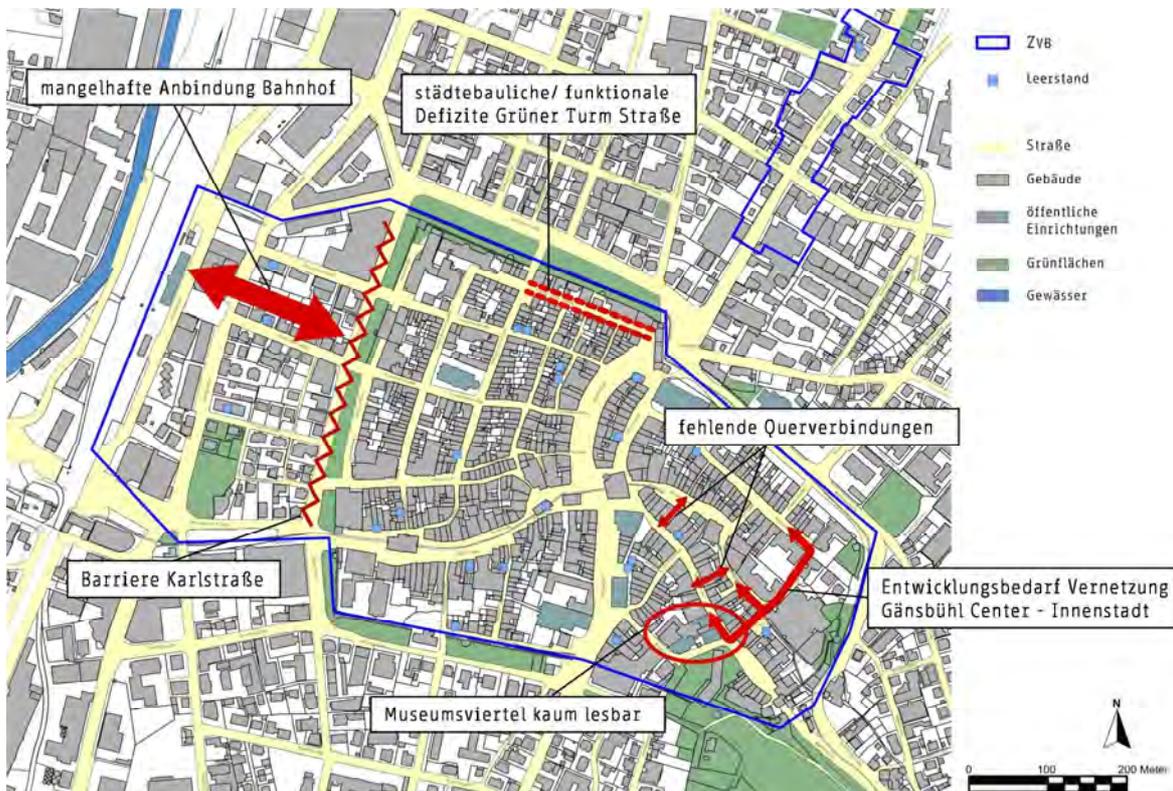


Quelle: eigenes Foto, November 2016

Schwächen

Trotz der Attraktivität der Ravensburger Innenstadt gibt es in Teilbereichen auch Defizite, die in der nachfolgenden Karte grafisch dargestellt sind.

Karte 5: Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Defizite Nebenlagen

Die Grüner-Turm-Straße weist ebenso wie 2007 funktionale und städtebauliche Defizite auf. Hier befinden sich sanierungsbedürftige Gebäude und ein geringer Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz.

Der gesamte Bahnhofsbereich ist durch die stark befahrene Karlstraße und die städtebauliche Zäsur zwischen Altstadt und Bahnstadt deutlich von der übrigen Innenstadt abgetrennt. Darüber hinaus ist der Bereich eher durch Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen und Wohnnutzungen geprägt. Die Passantenfrequenz ist dementsprechend gering.

Das Gänsbühl-Center stellt einen wichtigen Eingangsbereich und Frequenzbringer für die östliche Altstadt dar. Im Hinblick auf die Vernetzung mit dem Umfeld und die Auffindbarkeit, insbesondere von der Marktstraße, besteht jedoch Handlungsbedarf.



Foto 7: Grüner-Turm-Straße



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Foto 8: Eisenbahnstraße

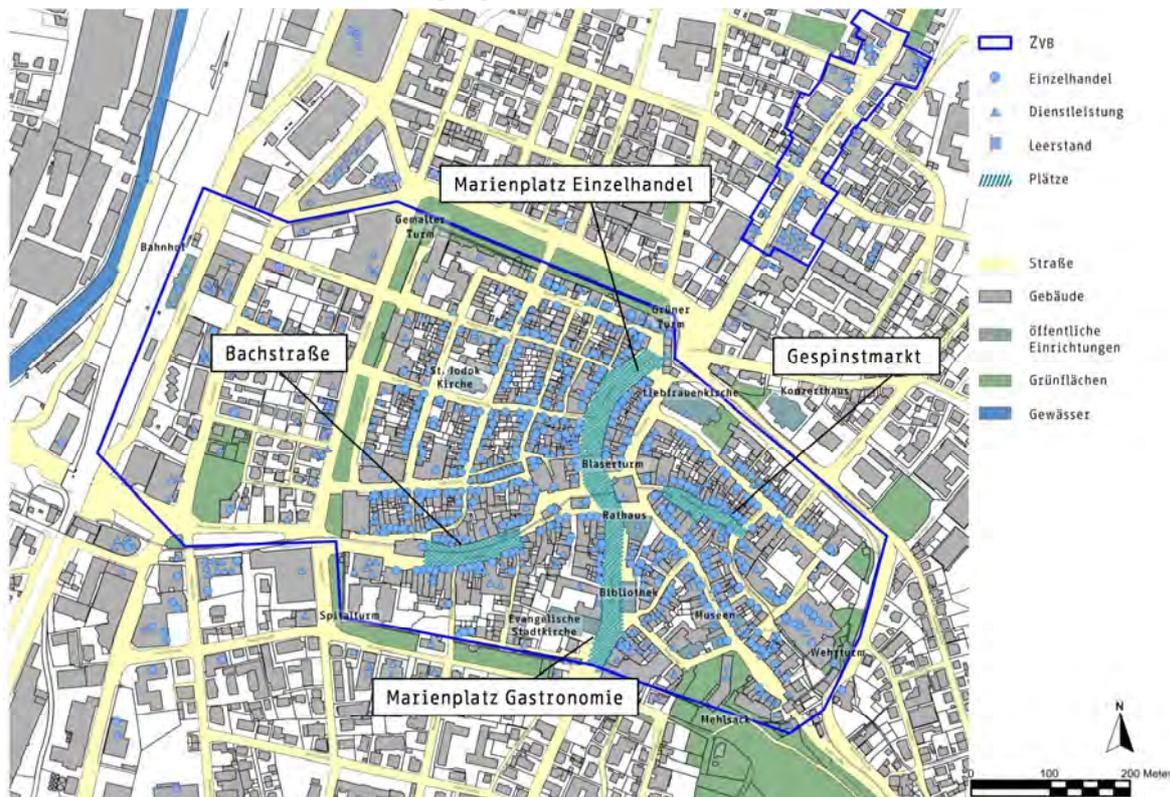


Quelle: eigenes Foto, November 2016

Plätze

Die Stadt Ravensburg verfügt über eine hohe Aufenthalts- und Gestaltqualität. Dennoch können gerade die Ravensburger Plätze teilweise ihr Potenzial als Aufenthaltsorte und Identifikationspunkte nur eingeschränkt ausschöpfen.

Karte 6: Plätze im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Der Marienplatz ist der zentrale innerstädtische Platzbereich, der insbesondere am westlichen Rand und im Süden (Gastronomiebereich) Aufenthaltsqualität bietet. Der ausgedehnte Platz besitzt jedoch einen breiten Straßenraum, der zumindest optisch Trennwirkung ausübt. Die östliche Platzseite ist eher schwach frequentiert. In Teilbereichen weist der Platz funktionale Brüche auf (z.B. Geldinstitut/ Büronutzung im Erdgeschoss).

Foto 9: Marienplatz



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Foto 10: Marienplatz



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Der Gespinstmarkt wird überwiegend als Parkplatz genutzt und kann somit seine Potenziale als Aufenthaltsbereich nicht ausschöpfen.

4.3 SONSTIGE ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE UND NAHVERSORGUNGSBEREICHE

Neben der Innenstadt wurden 2007 weitere zentrale Versorgungsbereiche sowie zusätzliche Nahversorgungsbereiche identifiziert. Nahversorgungsbereiche stellen wichtige Versorgungsstandorte und/ oder Treffpunkte für die umliegende Bevölkerung dar, erfüllen jedoch nicht die in Kap. 2.1.1 und Kap. 4.1 dargestellten Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches. Im Folgenden werden die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte anhand des aktuellen Angebotes und der städtebaulichen Situation im Hinblick auf ihre künftige Einstufung bewertet. Eine abschließende Zuordnung erfolgt im konzeptionellen Teil des vorliegenden Gutachtens (vgl. Kap. 8.3).

4.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Mittelösch

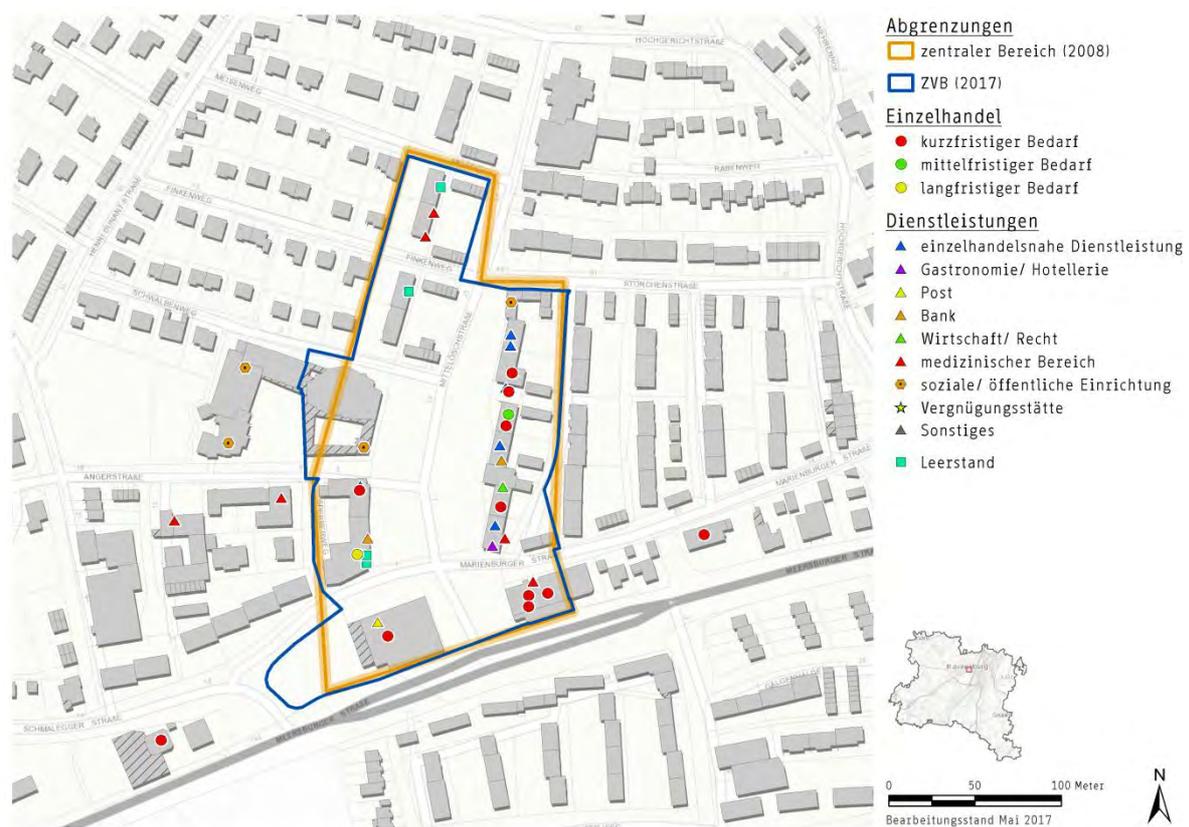
Der zentrale Versorgungsbereich Mittelösch befindet sich im Westen der Stadt Ravensburg. Der Standort nimmt mit seinen elf Einzelhandelsbetrieben und einer Verkaufsfläche von rd. 1.850 m² eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahr. Durch einen Supermarkt, einen Lebensmitteldiscounter, ei-



nen Bäcker, einen Metzger, eine Apotheke und ein Schreibwarengeschäft besteht eine gute Nahversorgungssituation. Ergänzt wird der Einzelhandel durch ein vielfältiges Dienstleistungsangebot. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist in Karte 7 dargestellt. Im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Konzept von 2008 wurde sie lediglich parzellenscharf dargestellt.

Mit den verschiedenen Angeboten nimmt das Zentrum Mittelösch Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahversorgungsbereich hinaus wahr und sollte deshalb weiterhin als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden. Da das Einzelhandelsangebot überwiegend durch nahversorgungsrelevante Sortimente geprägt ist, entspricht der zentrale Versorgungsbereich (ZVB) einem Nahversorgungszentrum.

Karte 7: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Mittelösch (Nahversorgungszentrum)



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Foto 11: Mittelösch - Platzbereich



Quelle: eigenes Foto, November 2016

Foto 12: Mittelösch - Gastronomie

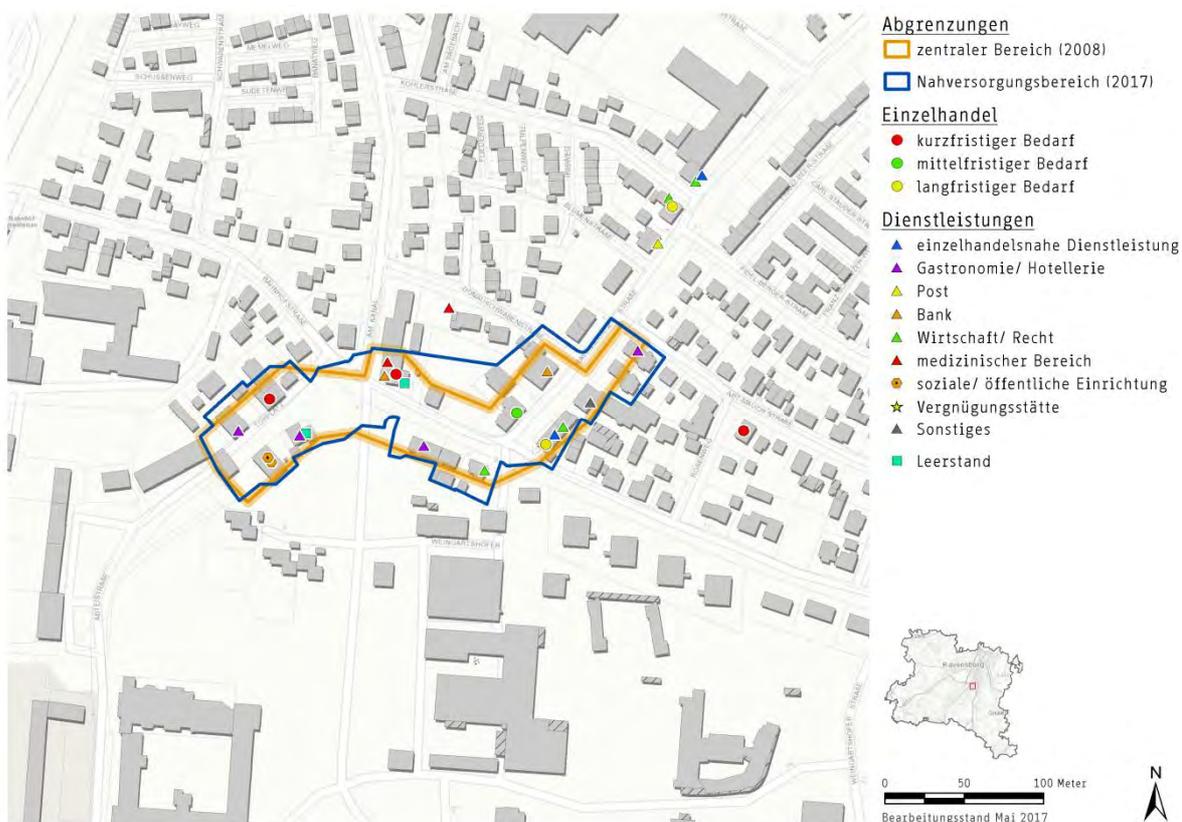


Quelle: eigenes Foto, November 2016

4.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Weißenau

Der 2007/ 2008 als zentraler Versorgungsbereich dargestellte Bereich Weißenau (vgl. Karte 8) verfügt nur noch über ein sehr geringes Einzelhandelsangebot. Wenige Dienstleistungseinrichtungen sowie ein rudimentäres Nahversorgungsangebot in Form eines Bäckers und eines Zeitschriftengeschäftes stellen im Wesentlichen das Angebot des Standortes dar.

Karte 8: Nahversorgungsbereich Weißenau



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg



Auf Grund der geringen Versorgungsfunktion kann dieser Standort, vor dem Hintergrund der dargestellten Kriterien für einen zentralen Versorgungsbereich (vgl. Kap. 4.1), nicht weiter als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden, sondern entspricht einem Nahversorgungsbereich (vgl. Kap. 8.3.1).

In Bezug auf die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung werden Nahversorgungsbereiche ebenso wie sonstige integrierte Lagen behandelt (vgl. Kap. 8.2.1). Sie werden im vorliegenden Gutachten als Nahversorgungsbereiche dargestellt, da sie Treff- und Identifikationspunkte für die Anwohner sind und eine rudimentäre Nahversorgung erfüllen.

Foto 13: Weißenau - Nahversorgung



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

Foto 14: Weißenau - Straßenraum



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

4.3.3 Nahversorgungsbereich Goetheplatz

Der Nahversorgungsbereich Goetheplatz befindet sich südlich der Innenstadt von Ravensburg. Durch den dort gelegenen Biomarkt, einen Bäcker, einen Metzger und eine Apotheke übernimmt der Bereich wichtige Nahversorgungsfunktionen für das unmittelbare Wohnumfeld und teilweise auch über dieses hinaus. Ergänzend sind am Goetheplatz verschiedene Dienstleistungsangebote zu finden. Angesichts dieser Angebotssituation sollte der Nahversorgungsbereich Goetheplatz künftig als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden (vgl. Kap. 8.3.1).

Insbesondere durch den Biomarkt erfüllt dieser Standort inzwischen die Bedingungen für das Vorliegen eines zentralen Versorgungsbereiches. Angesichts des nahversorgungsrelevanten Angebotes handelt es sich um ein Nahversorgungszentrum.

Foto 15: Goetheplatz - Biomarkt



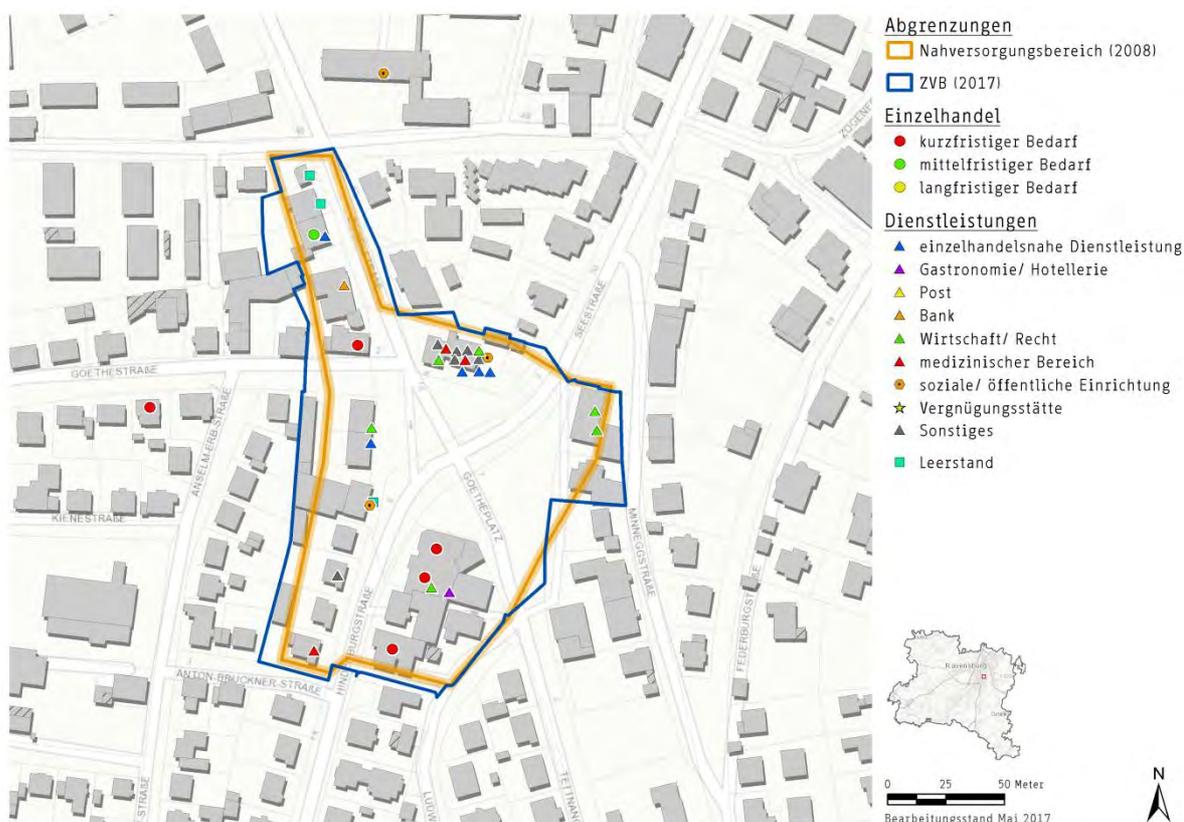
Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

Foto 16: Goetheplatz - Möblierung



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

Karte 9: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Goetheplatz (Nahversorgungszentrum)



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

4.3.4 Nahversorgungsbereich Gartenstraße

Der Nahversorgungsbereich Gartenstraße befindet sich unmittelbar nördlich der Innenstadt von Ravensburg. An diesem Standort (vgl. Karte 10) befindet sich durch einen Bäcker und eine Apotheke ein rudimentäres Nahversorgungsangebot. Durch ein vielfältiges Dienstleistungsangebot wird der Standort ergänzt.



Im Vergleich zu 2007 hat sich die Situation kaum verändert. Am Standort Gartenstraße befinden sich kaum Einzelhandelsangebote, so dass dieser Standort weiterhin als Nahversorgungsbereich eingestuft werden sollte.

Foto 17: Gartenstraße



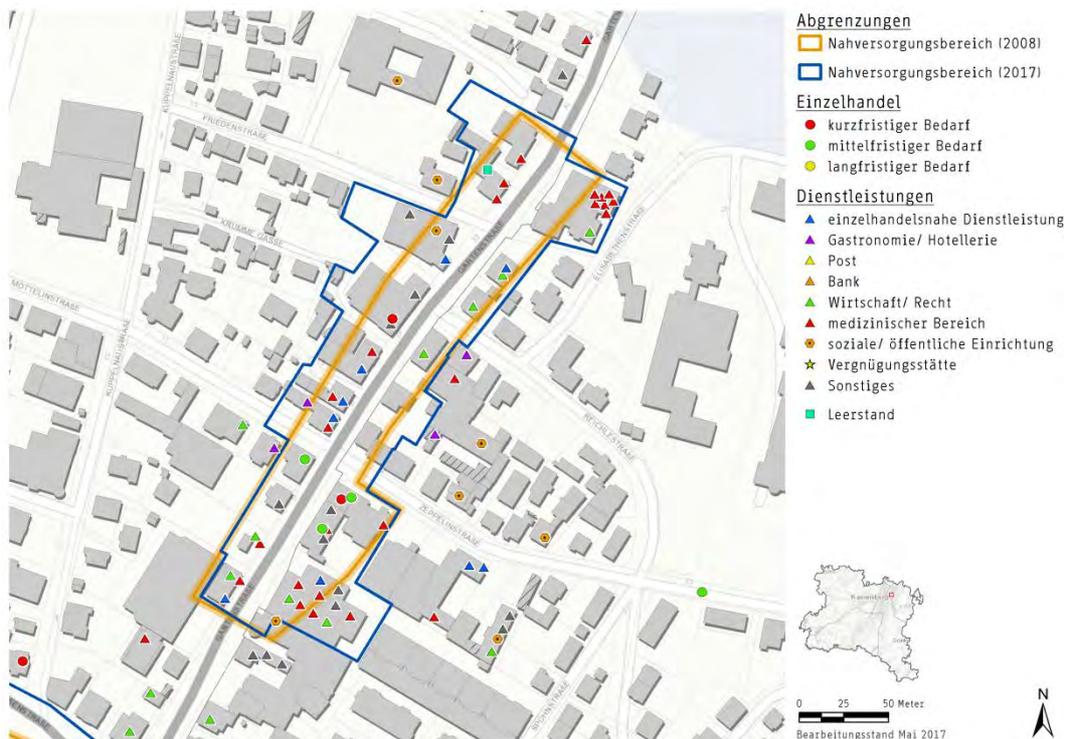
Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

Foto 18: Gartenstraße - Friedenstraße



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

Karte 10: Nahversorgungsbereich Gartenstraße



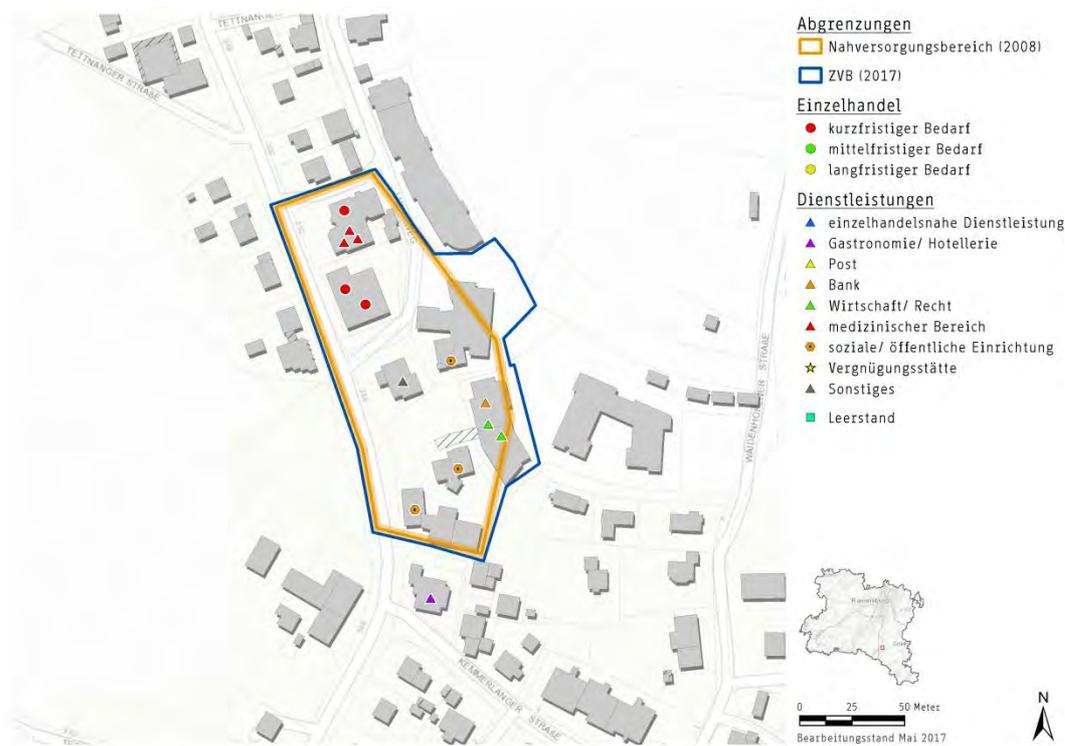
Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

4.3.5 Nahversorgungsbereich Oberhofen

Der Nahversorgungsbereich Oberhofen (vgl. Karte 11) befindet sich im südlichen Stadtbereich. Der kleine Lebensmittelmarkt, eine Apotheke und ein Metzger nehmen wichtige Nahversorgungsfunktionen für die Bewohner von Oberhofen und angrenzender Siedlungsbereiche wahr. Verschiedene Dienstleistungsnutzungen ergänzen das Angebot.

Perspektivisch ist eine Aufstufung von Oberhofen zum zentralen Versorgungsbereich vorstellbar, da der bestehende Lebensmittelmarkt eine Erweiterung anstrebt und der Standort auf Grund seiner Lage und des bestehenden sonstigen Angebotes bereits Versorgungsfunktion für Bewohner umliegender Siedlungsbereiche wahrnimmt.

Karte 11: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Oberhofen (Nahversorgungszentrum)



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg



Foto 19: Oberhofen - Lebensmittelmarkt



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

Foto 20: Oberhofen - Rathaus

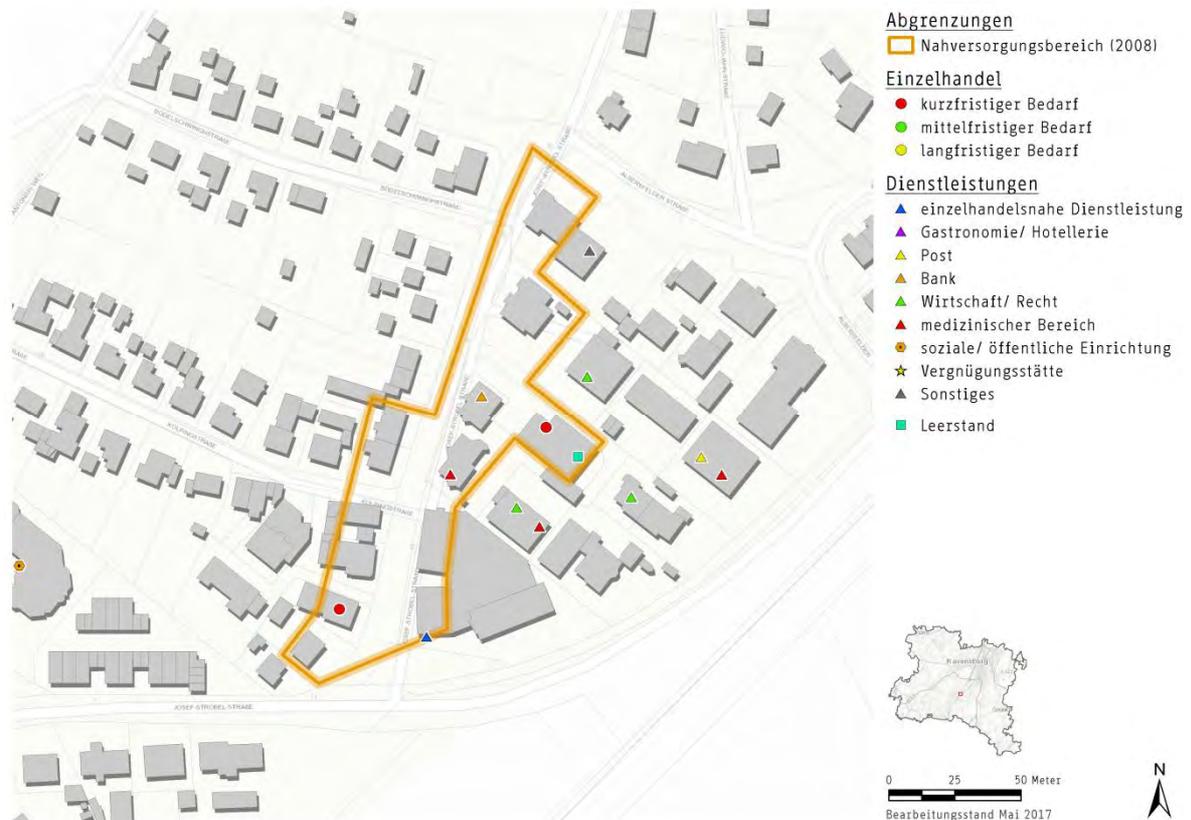


Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

4.3.6 Nahversorgungsbereich Oberzell

Der Nahversorgungsbereich Oberzell verfügt über ein sehr geringes Einzelhandelsangebot. Lediglich eine Apotheke und ein Metzger sind an diesem Standort zu finden. Zudem sind auch kaum ergänzende Dienstleistungen vorhanden. Der Bereich weist eher den Charakter einer Wohnstraße auf und bietet keine erkennbare Treffpunktfunktion. Künftig sollte dieser Bereich deshalb nicht mehr als Nahversorgungsbereich dargestellt werden.

Karte 12: Nahversorgungsbereich Oberzell (ehemalig)



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Dennoch sollte versucht werden, die Nahversorgungssituation in Oberzell zu verbessern. Möglicherweise ergeben sich an einem anderen integrierten Standort in Oberzell Möglichkeiten zur Ansiedlung eines maßstabsgerechten Lebensmittelangebotes (vgl. Kap. 8.2.1 und Kap. 8.3.4).

Foto 21: Oberzell - Metzger



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

Foto 22: Oberzell - Apotheke



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

4.3.7 Nahversorgungsbereich Rümelinstraße

Der Nahversorgungsbereich Rümelinstraße verfügt über ein geringes Einzelhandelsangebot (Apotheke, Metzger, Bäcker) und einige ergänzende Dienstleistungsbetriebe. Ein zentraler Versorgungsbereich liegt nicht vor.

Der Standort Rümelinstraße besteht auf Grund der Nahversorgungsangebote und der Treffpunkt- und Identifikationsfunktion für die Umfeldbewohner weiterhin als Nahversorgungsbereich.

Foto 23: Rümelinstraße - Eingang



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016

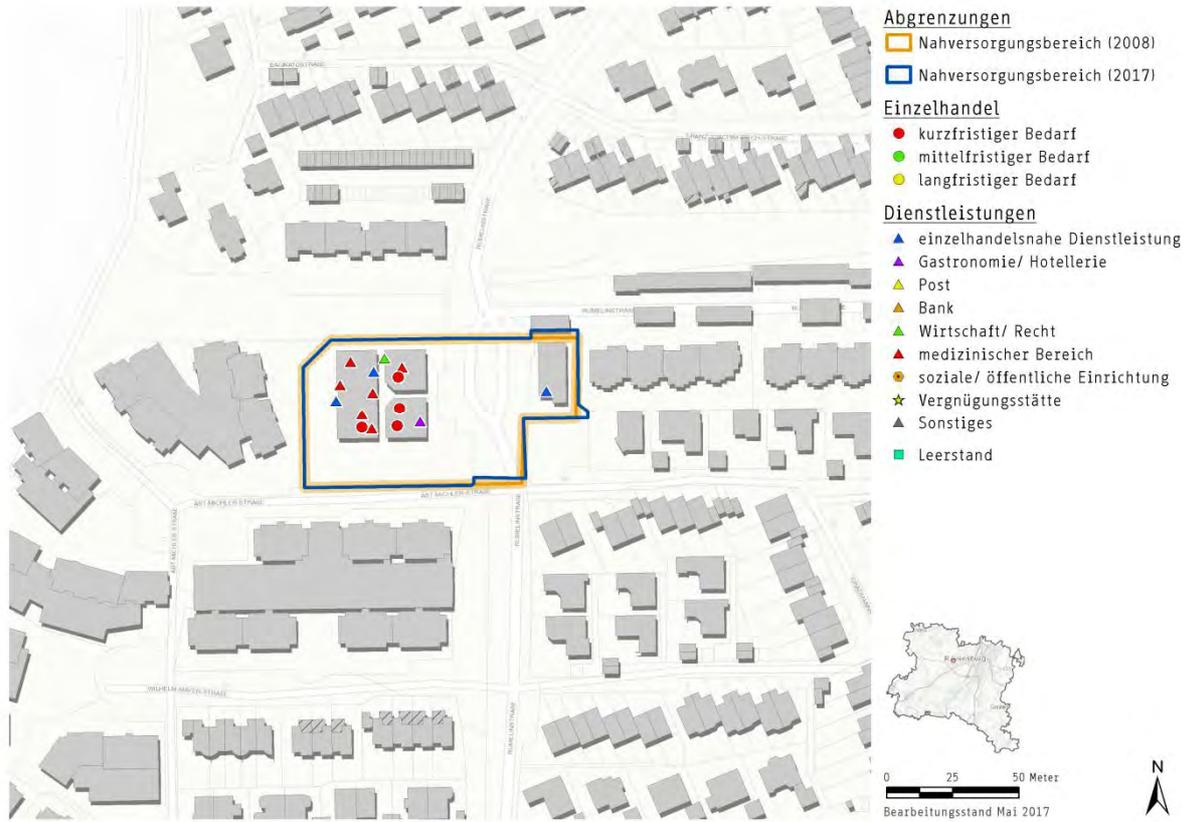
Foto 24: Rümelinstraße



Quelle: eigenes Foto, Dezember 2016



Karte 13: Nahversorgungsbereich Rümelinstraße

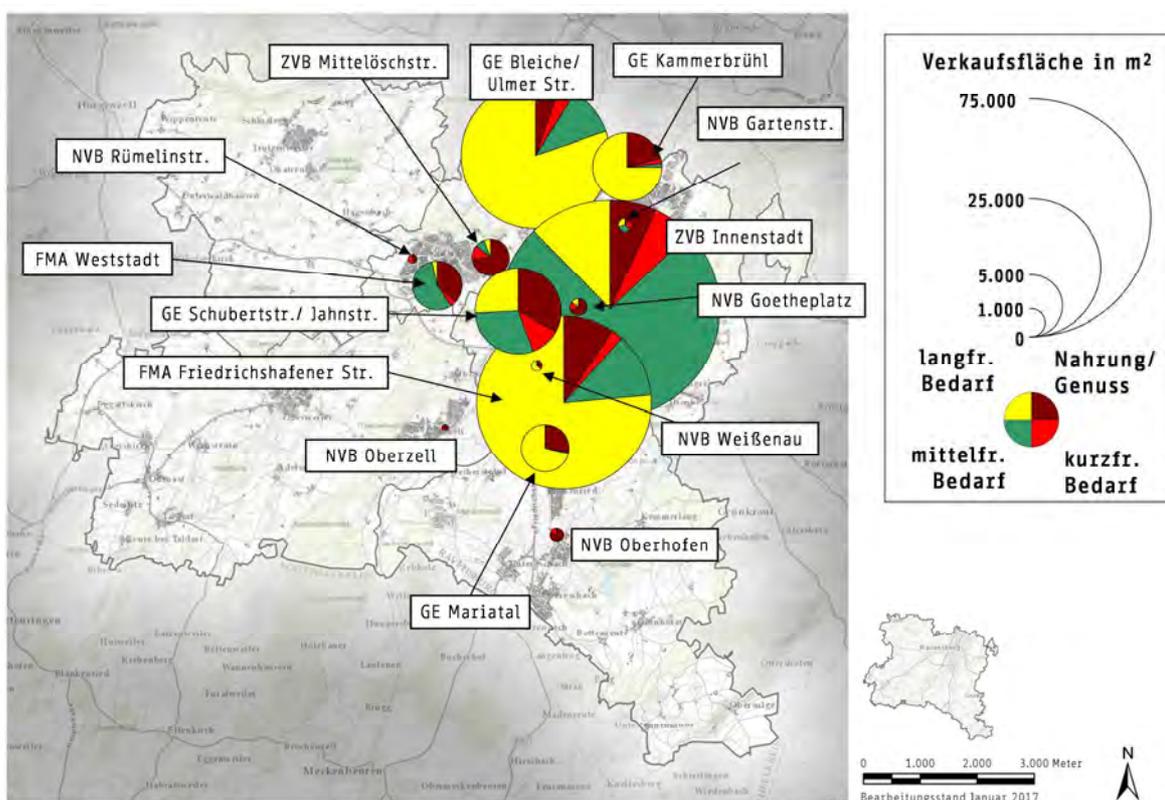


Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Neben der Innenstadt, den weiteren zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsbereichen gibt es in Ravensburg - ebenso wie 2007 - sechs quantitativ bedeutsame Einzelhandelsstandorte: Die Standorte Gewerbegebiet Schubertstraße/ Jahnstraße, Gewerbegebiet Mariatal, Gewerbegebiet Bleiche/ Ulmer Straße und Gewerbegebiet Kammerbrühl sowie die Fachmarkttagglomerationen Weststadt und Friedrichshafener Straße.

Karte 14: Einzelhandelskonzentrationen, zentrale Versorgungsbereiche (ZVB), Nahversorgungsbereiche (NVB) in Ravensburg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016 und der Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

In Karte 14 wird deutlich, dass der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt - bezogen auf die Verkaufsfläche - den größten Einzelhandelsstandort in Ravensburg darstellt. Zu erkennen ist jedoch auch, dass die Standorte in den Gewerbegebieten und die Fachmarkttagglomerationen deutlich größer sind, als die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsbereiche.



5.1 EINZELHANDELSKONZENTRATIONEN

5.1.1 Gewerbegebiet Schubertstraße/ Jahnstraße

Der nicht integrierte Einzelhandelsstandort Gewerbegebiet Schubertstraße/ Jahnstraße befindet sich westlich der Innenstadt von Ravensburg. Zum Zeitpunkt der Erhebung befanden sich an diesem Standort 21 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 10.025 m².

Der Standort ist geprägt durch mehrere Lebensmittelmärkte, sodass der Angebotschwerpunkt eher im kurzfristigen Bedarfsbereich zu finden ist. Jedoch werden auch viele Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufen angeboten.

5.1.2 Gewerbegebiet Mariatal

Das Gewerbegebiet Mariatal befindet sich in nicht integrierter Lage im Süden von Ravensburg und ist durch einen Baumarkt und somit von Angeboten des langfristigen Bedarfs geprägt. Zum Zeitpunkt der Erhebung befanden sich hier insgesamt acht Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 3.085 m².

5.1.3 Gewerbegebiet Bleiche/ Ulmer Straße

Das Gewerbegebiet Bleiche/ Ulmer Straße befindet sich im nördlichen Teil der Stadt Ravensburg und ist ebenfalls durch Angebote des langfristigen Bedarfs geprägt. Neben zwei Baumärkten, einem Gartenmarkt und einem Elektrofachmarkt sind hier jedoch auch Anbieter des kurzfristigen Bedarfs, wie z.B. ein Supermarkt. Die dort befindlichen 13 Einzelhandelsbetriebe vereinen eine Verkaufsfläche von rd. 30.090 m² auf sich, was rd. 17% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Nach der Innenstadt und der Fachmarktagglomeration stellt das Gewerbegebiet Bleiche, bezogen auf die Verkaufsfläche, den drittgrößten Einzelhandelsstandort in Ravensburg dar.

5.1.4 Gewerbegebiet Kammerbrühl

Das Gewerbegebiet Kammerbrühl befindet sich östlich des Gewerbegebietes Bleiche. Zum Zeitpunkt der Erhebung waren an diesem Standort 11 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 6.440 m² vorhanden. Der Standort wird insbesondere von zwei Lebensmitteldiscountern geprägt. Durch die dort gelegene



Baumschule liegt der Angebotsschwerpunkt, bezogen auf die Verkaufsfläche jedoch im langfristigen Bedarfsbereich.

5.1.5 Fachmarkttagglomeration Weststadt

Die Fachmarkttagglomeration Weststadt befindet sich in nicht integrierter Lage westlich der Innenstadt von Ravensburg. Zum Zeitpunkt der Erhebung befanden sich dort rd. 3.325 m² Verkaufsfläche verteilt auf sechs Einzelhandelsbetriebe. Geprägt wird der Standort von einem Supermarkt und einem Spielzeugfachmarkt. Die Sortimentsstruktur beschränkt sich daher auf Nahrungs-/ Genussmittel und Spielwaren (mittelfristiger Bedarf).

5.1.6 Fachmarkttagglomeration Friedrichshafener Straße

Die Fachmarkttagglomeration Friedrichshafener Straße befindet sich in sonstiger integrierter Lage, südlich der Innenstadt. Der Standort umfasst 15 Einzelhandelsbetriebe und eine Verkaufsfläche von rd. 41.270 m², dies entspricht rd. 23% der Gesamtverkaufsfläche von Ravensburg. Der Angebotsschwerpunkt des Standortes liegt auf Grund eines dort ansässigen großen Möbelmarktes im langfristigen Bedarfsbereich. Durch ein SB-Warenhaus kommt dem Standort jedoch auch im Sortiment Nahrungs-/ Genussmitteln und den sonstigen Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs eine große Bedeutung zu.

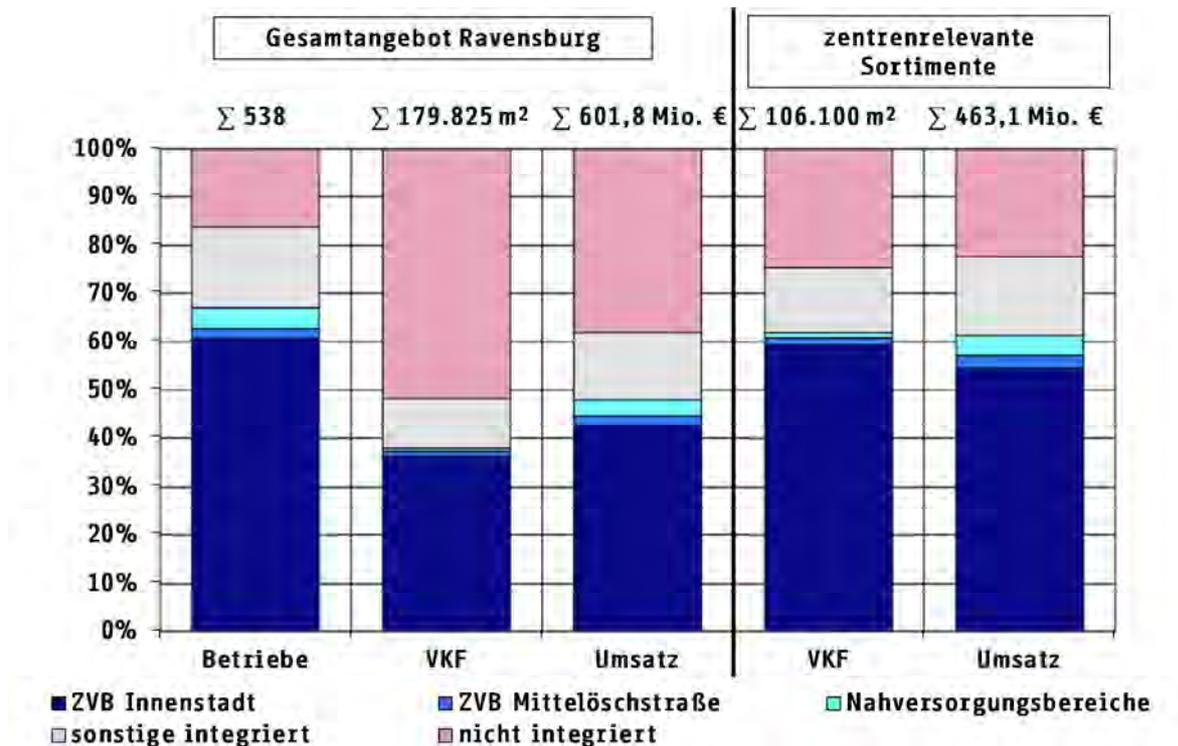
5.2 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Im Folgenden werden die bisher dargestellten Ergebnisse zur Einzelhandelssituation differenziert nach Lage der Betriebe innerhalb des Stadtgebietes aufgezeigt. Es wird differenziert nach dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, dem zentralen Versorgungsbereich Mittelöschstraße, den Nahversorgungsbereichen (inkl. Weißenau) und den sonstigen integrierten Lagen sowie nicht integrierten Lagen (Begriffsdefinitionen siehe Glossar).

Um die tatsächlichen Veränderungen seit 2007 bewerten zu können, wurden die aktuellen Daten den gleichen räumlichen Bereichen wie 2007 zugeordnet. Die künftige Einstufung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. Nahversorgungsbereiche konnte im Hinblick auf die Vergleichbarkeit der Daten noch nicht berücksichtigt werden.



Abb. 19: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile Ravensburg nach Lage



Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2016); eigene Berechnungen

Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttyp (vgl. Abb. 19) zeigt:

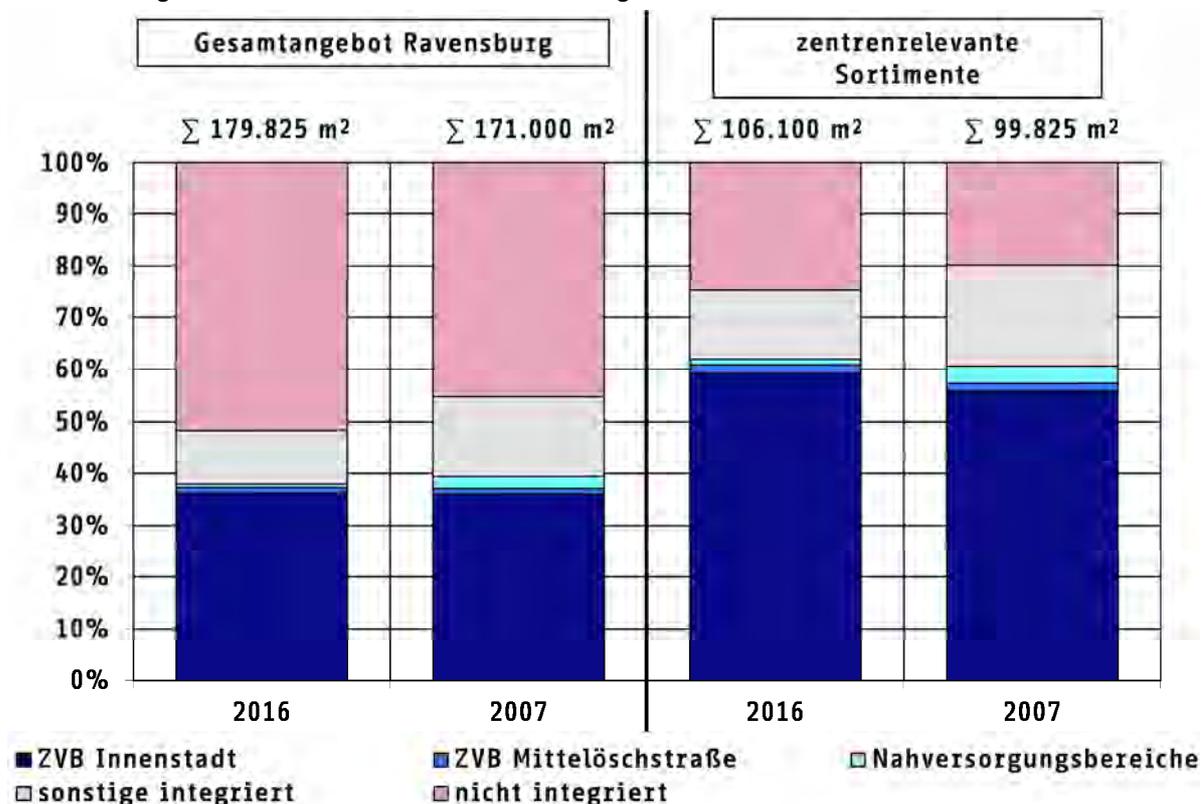
- Gemessen an der Zahl der Betriebe ist der Großteil innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt (rd. 61%).
- Wird die Verteilung der Verkaufsfläche betrachtet, so entfällt der größte Teil auf die nicht integrierten Lagen (rd. 52%) und nur rd. 36% auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.
- Werden nur die zentrenrelevanten Sortimente betrachtet, so sind die Anteile der Verkaufsfläche und des Umsatzes an nicht integrierten Standorten deutlich geringer als bei Betrachtung des Gesamtangebotes, machen jedoch weiterhin über 20% der Verkaufsfläche und des Umsatzes aus.

Betrachtet man die Verteilung der Verkaufsfläche auf die unterschiedlichen Lagen so ist festzustellen, dass der Anteil der Innenstadt konstant geblieben ist bzw. leicht zugenommen hat (zentrenrelevante Sortimente). Die Innenstadt konnte demzufolge auch im gesamtstädtischen Kontext ihre herausragende Position erhalten. Jedoch ist auch zu erkennen, dass der Anteil der nicht integrierten Standorte jeweils zu Lasten der sonstigen integrierten Standorte und der Nahversorgungsbereiche zugenommen



hat. Dies ist eine Entwicklung, die wir bei ähnlichen Untersuchungen in anderen Städten ebenfalls feststellen.

Abb. 20: Vergleich Verkaufsflächenanteile nach Lagen 2016 und 2007



Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2016); eigene Berechnungen

5.3 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

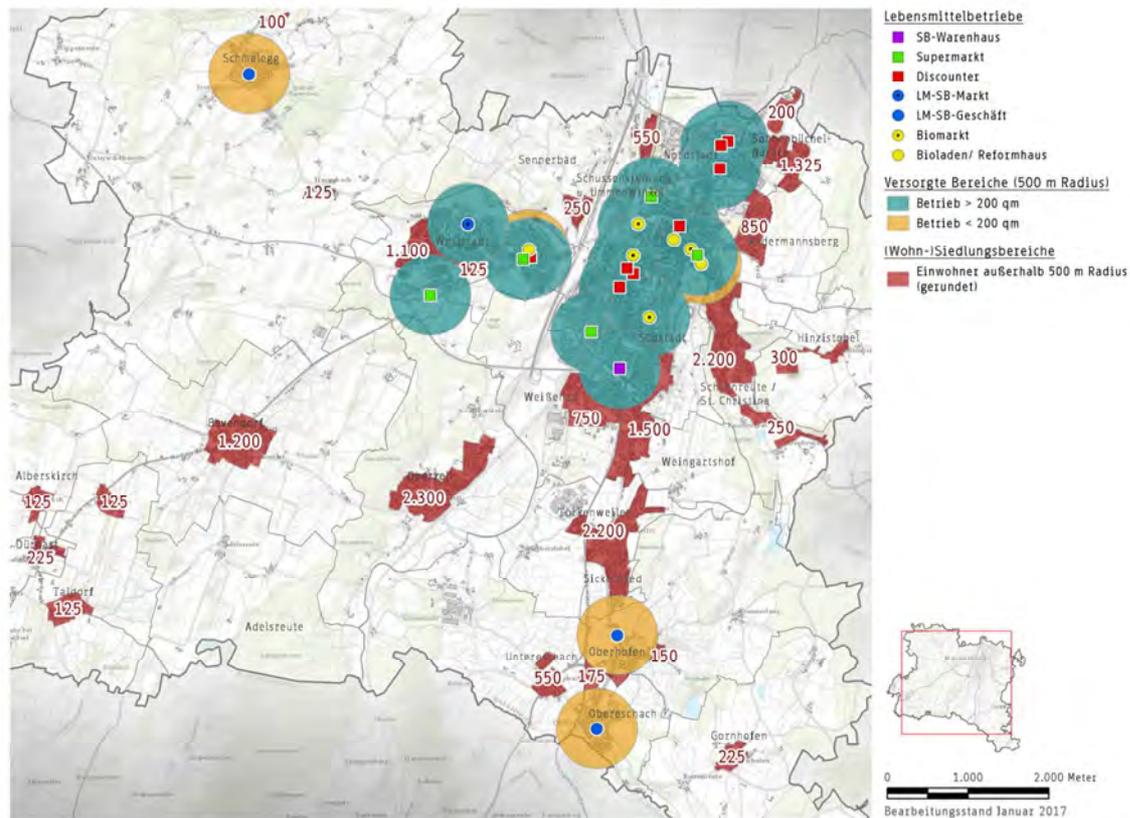
Es wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der Einzelhandel der Stadt Ravensburg bei einer Bindungsquote von rd. 109% mehr als eine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung erreicht (vgl. Kap. 3.2.2).

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 Ravensburg in der Lage ist, ein entsprechendes Angebot auch zu Fuß zu erreichen.

Karte 15: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Ravensburg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind daher in Karte 15 die in der Gesamtstadt Ravensburg ansässigen Lebensmittelbetriebe dargestellt.

Insgesamt können 18 Standorte von Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und einer Verkaufsfläche von über 200 m²⁴⁰ identifiziert werden. Um diese Betriebe wurde ein grüner Kreis mit einem Radius von 500 Metern gezogen.

⁴⁰ 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.



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.

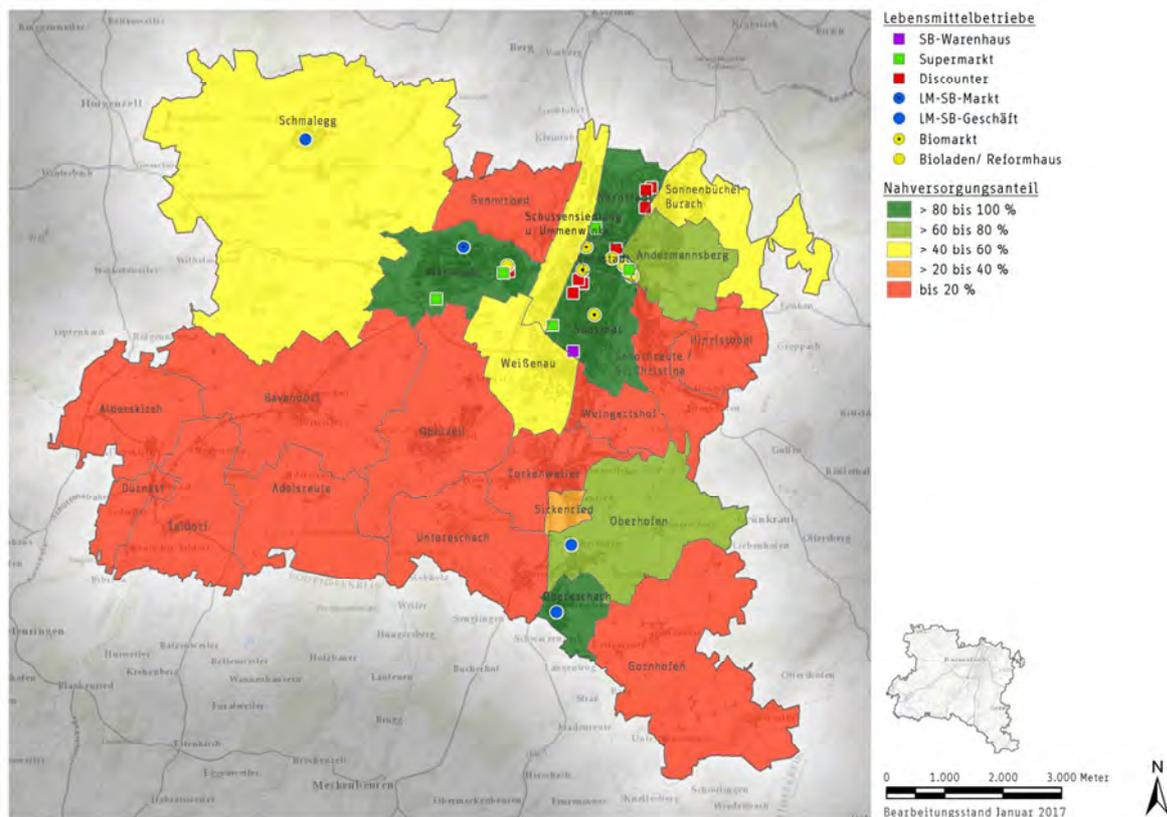
Die räumliche Nahversorgungssituation hat sich gegenüber 2007 nicht verändert:

- Weiterhin besteht in der Ravensburger Kernstadt eine sehr gute Nahversorgungssituation; hier überlagern sich die Versorgungsradien angesichts der Vielzahl an Lebensmittelbetrieben.
- Auch die gesamte Weststadt weist mit den Angeboten im zentralen Versorgungsbe- reich Mittelösch und den sonstigen Lebensmittelbetrieben eine gute Nahversor- gungssituation auf.
- In den östlichen Randbereichen der Kernstadt und in den südlich gelegenen klei- nen Siedlungsgebieten sind dagegen Nahversorgungslücken erkennbar. Dies be- trifft insbesondere die Bereiche Schornreute/ St. Christina, Sickenried/ Torken- weiler, Oberzell und Bavendorf.

Neben der Darstellung der Versorgungsradien der Lebensmittelbetriebe wurden zur Bewertung der Nahversorgungssituation in Ravensburg die Nahversorgungsanteile innerhalb des Stadtgebietes berechnet. Der Anteil fußläufig nahversorgter Einwoh- ner liegt in Ravensburg insgesamt bei rd. 60% und ist damit gegenüber 2007 (rd. 58%) geringfügig gestiegen. Im Städtevergleich weist Ravensburg damit einen eher unterdurchschnittlichen Nahversorgungsanteil auf. Dies ist vor allem auf das ausge- dehnte Stadtgebiet mit z.T. sehr kleinen Siedlungsbereichen zurückzuführen.



Karte 16: Nahversorgungsanteil in Ravensburg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Bewertung

Die räumliche Nahversorgungssituation der Stadt Ravensburg konnte sich gegenüber 2007 leicht verbessern und kann angesichts des ländlich geprägten Stadtgebietes von Ravensburg als relativ gut bewertet werden. In der Kernstadt und in der Weststadt lebt der überwiegende Anteil der Wohnbevölkerung innerhalb eines Radius von 500 Metern zum nächsten Lebensmittelbetrieb. In den bevölkerungsarmen südlich gelegenen Siedlungsbereichen und in der östlichen Kernstadt bestehen weiterhin Nahversorgungslücken. Auf Grund der geringen Einwohnerzahlen in einigen dieser Teilbereiche wird auch künftig eine räumliche Nahversorgung schwierig.



6. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ravensburg 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 Ravensburg insgesamt und der zentralen Versorgungsbereiche, wie dies bereits dem geltenden Einzelhandelskonzept von 2008 zugrunde gelegt ist.

Dementsprechend wurde der vorhandene Zielkatalog vor dem Hintergrund der Ist-Situation und den sonstigen Rahmenbedingungen überprüft. Nach Prüfung des Zielkataloges von 2008 hat sich gezeigt, dass dieser weithin anzuwenden ist.

ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER OBERZENTRALEN VERSORGENGSFUNKTION

Wie bereits 2008 liegt auch weiterhin ein wichtiges Ziel in der Erhaltung der durch den Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg zugewiesenen (teil-)oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt. Ravensburg nimmt seine Funktion als Oberzentrum (zusammen mit Weingarten und Friedrichshafen) im Bereich des Einzelhandels derzeit sehr gut wahr. Wie in Kap. 3.2.2 gezeigt wurde, fließt per Saldo deutlich Kaufkraft nach Ravensburg (Gesamtbindungsquote rd. 179%), dies ist seit 2008 nahezu unverändert. Durch die erheblichen Kaufkraftzuflüsse zeigt sich, dass es der Stadt Ravensburg mit der bisherigen Stadtentwicklungspolitik gelungen ist, sich als attraktive Einkaufsstadt in der Region zu behaupten. Auch die positive Bewertung der Einkaufsstadt Ravensburg durch die Passanten bestätigt dies.

Der Schwerpunkt sollte somit auf dem Erhalt der Versorgungsfunktion der Stadt Ravensburg als Oberzentrum liegen.



ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT DER INNENSTADT

Durch die Zentralität - eine quantitative Komponente, die die Innenstadt gut wahrnimmt (vgl. Kap. 4.2.2) - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die bestehende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen erhalten (und weiter gestärkt) werden. Daneben sollte der Einzelhandel weiterhin von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität der Innenstadt formen.

Dazu sollten z.B. Entwicklungsflächen geschaffen und die Standortqualität durch eine Qualifizierung der öffentlichen Räume erhöht werden.

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 und den Onlinehandel 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 Aufenthaltsqualität und die Atmosphäre der Ravensburger Innenstadt wurden von den Passanten als positiv bewertet. Durch verschiedene bauliche und funktionale Entwicklungen (z.B. Museumsviertel, Wohnungsbau, Modernisierung) konnte die Qualität der Ravensburger Innenstadt in den letzten Jahren weiterhin gesteigert werden.

VERKÜRZUNG DER 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 werden 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 wohnungsnah Versorgung ermöglicht werden. Sowohl für die Bewohner der Ravensburger Kernstadt als auch die Bewohner der Stadtteile sollten vorhandene Nahversorgungsangebote erhalten und gestärkt werden. In Siedlungsbereichen ohne Nahversorgung sollte eine Verbesserung der bestehenden Situation angestrebt werden (vgl. Kap. 5.3). Da dies angesichts der geringen Einwohnerzahlen in einigen Teilbereichen kaum möglich ist, sollten auch alternative Nahversorgungsmöglichkeiten (z.B. Verkaufswagen) angestrebt werden.

SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT)

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 dem Einzelhandelskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbe-
reiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb"
geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu
sein.

SICHERUNG VON GEWERBEGEBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE

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



7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt Ravensburg darstellen: Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Kap. 4.2) sowie der weiteren zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgungsbereiche (vgl. Kap. 4.3) hängt auch davon ab, ob, wo und in welcher Dimension weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, neben der Beschreibung der in Kap. 3 bis Kap. 5 erfolgten Darstellung der Ist-Situation im Einzelhandel 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

Die Methodik zur Erstellung der Verkaufsflächenprognose entspricht der im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2008 angewendeten Methode.

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind demzufolge wiederum 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 Gütern⁴¹.

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

⁴¹ 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. Der abgeleitete quantitative Entwicklungsspielraum ist einer räumlichen Steuerung zugänglich (während der Bestand kaum zu lenken ist⁴²).

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine eher kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2020, deren Ergebnisse weitgehend als aktueller Verkaufsflächenspielraum angesehen werden können, sowie eine langfristige Prognose bis zum Jahr 2030.

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.⁴³.

7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die bisherige Einwohnerentwicklung von Bedeutung (vgl. Abb. 21). Diese stieg im Zeitraum 1995 bis 2010 stetig von 46.620 auf 49.774 Einwohner an. 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 wieder ein Anstieg der Einwohnerzahl von Ravensburg - auf 49.830 Einwohner im Jahr 2015 - zu verzeichnen.

⁴² 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.

⁴³ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



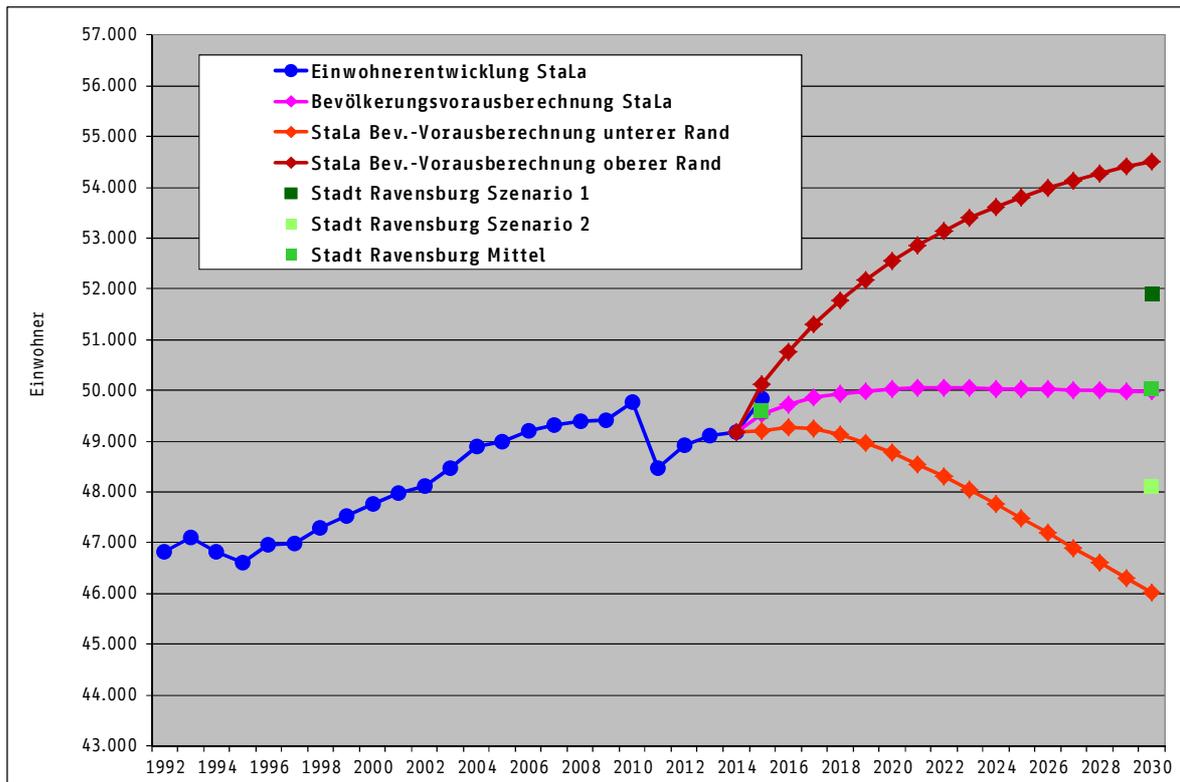
Als Grundlage für die künftige Einwohnerentwicklung wurde die Bevölkerungsvorausrechnung der Stadt Ravensburg nach dem Szenario 1⁴⁴ herangezogen, wobei auch eine Gegenüberstellung mit der Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes (mit Wanderungen und Entwicklungskorridor, Basisjahr 2014) erfolgte. Zudem wurde zur Verdeutlichung der Unsicherheiten von Prognosen (s.o.) für das Jahr 2020 ein Korridor von +/-1% und für das Jahr 2030 ein Korridor von +/-2,5% um den für das jeweilige Jahr dargestellten Wert veranschlagt. Um die Prognosegenauigkeit zu verdeutlichen wurden zudem die Prognosewerte auf 25 Einwohner gerundet.

In Abb. 21 sind die Voraus(be)rechnungen der Stadt Ravensburg und des Statistischen Landesamts dargestellt. Danach ergibt sich bei dem verwendeten Szenario der Bevölkerungsvorausrechnung der Stadt Ravensburg selbst bei einer Entwicklung entsprechend dem unteren Rand eine Zunahme der Einwohner: Im Jahr 2020 wird in der Prognose von rd. 51.675 bis 52.725 Einwohnern und im Jahr 2030 von rd. 50.600 bis 53.200 Einwohnern (jeweils untere bzw. obere Variante) und somit über den gesamten Prognosezeitraum von einem Bevölkerungszuwachs um rd. 1,5% bis 6,8% (wiederum untere bzw. obere Variante) ausgegangen. Diese Werte liegen zwar über den mittleren Prognosewerten des Statistischen Landesamts Baden-Württemberg von ca. 50.000 Einwohner sowohl im Jahr 2020 als auch im Jahr 2030, jedoch unterhalb des oberen Rands der Prognose des Statistischen Landesamts Baden-Württemberg für das Jahr 2030 von rd. 54.525 Einwohner; bezogen auf das Jahr 2020 wird in der oberen Variante der Wert des Statistischen Landesamts von rd. 52.550 Einwohner geringfügig überschritten.

Weiterhin zeigt sich, dass mit zunehmender zeitlicher Entfernung die Unsicherheiten von Prognosen steigen: Beträgt die Schwankungsbreite im Jahr 2020 zwischen oberer und unterer Variante noch rd. 1.050 Einwohner, so erhöht sich diese bis zum Jahr 2030 auf rd. 2.600 Einwohner.

⁴⁴ Vgl. Stadt Ravensburg: Bevölkerungsvorausrechnung 2030 - Fortschreibung Basis 2015, Stand: Oktober 2016, S. 8.

Abb. 21: Einwohnerentwicklung in der Stadt Ravensburg 1992 bis 2015 (tatsächliche Entwicklung) und 2014 bis 2030 (Prognosewerte)



Quelle: Stadt Ravensburg, Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Im Hinblick auf die in mehreren Ländern andauernde Staatsschuldenkrise im europäischen Raum sowie 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 fortwährendem 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 2030 in der unteren Variante von einer Stagnation und in der oberen Variante von einem jährlichen Zu-



wachs 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 Ravensburg sind in Tab. 4 als Übersicht dargestellt. Der Prognoserahmen wurde mit der projektbegleitenden Arbeitsgruppe diskutiert und abgestimmt.

Tab. 4: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick

| | untere Variante | obere Variante |
|--|-----------------|----------------|
| Einwohner 2020 | 51.675 | 52.725 |
| Einwohner 2030 | 50.600 | 53.200 |
| Kaufkraftzuwachs 2016 - 2030 | 0,0% p.a. | 0,5% p.a. |
| Kaufkraftzuwachs 2016 - 2030 insgesamt | 0,0% | 7,2% |
| Kaufkraft je Einwohner (Ravensburg) 2016 (ohne Lebensmittelhandwerk, Apotheken) | 5.768 € | |
| Kaufkraft je Einwohner (Ravensburg) 2020 | 5.768 € | 5.884 € |
| Kaufkraft je Einwohner (Ravensburg) 2030 | 5.768 € | 6.185 € |
| Kaufkraftpotenzial Ravensburg 2016 | 287,4 Mio. € | |
| Kaufkraftpotenzial Ravensburg 2020 | 298,1 Mio. € | 310,2 Mio. € |
| Änderung gegenüber 2016 | 3,7% | 7,9% |
| Kaufkraftpotenzial Ravensburg 2030 | 292 Mio. € | 329 Mio. € |
| Änderung gegenüber 2016 | 2% | 14% |

Quelle: Stadt Ravensburg; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2016); 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 haben⁴⁵. 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 Ravensburg aufzuzeigen.

Aus Gründen der Vorsicht wurde in allen Prognoseszenarien unterstellt, dass in denjenigen Sortimenten, in denen derzeit hoch erscheinende Bindungsquoten erreicht werden, diese auf einen geringeren Wert zurückgehen werden:

- Bei den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs wurde dabei eine maximale Bindungsquote von 195% angesetzt, was einer Versorgung von etwa zwei Drittel der Einwohner des Mittelbereichs Ravensburg/ Weingarten entspricht;
- bei den Sortimenten des mittel-/ langfristigen Bedarfs eine maximale Bindungsquote von 250%, was etwa der derzeitigen (sehr hohen) Gesamtbindungsquote im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich sowie annähernd einer rechnerischen Vollversorgung der Einwohner des Mittelbereichs Ravensburg/ Weingarten entspricht.

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.

Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teiles des Entwicklungsspielraumes, der auf die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung

⁴⁵ 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.



zurückzuführen ist. (Ohnehin ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Ravensburg erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.)

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

- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs sollte jede Stadt/ 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 vor dem Hintergrund der zentralörtlichen und der faktischen (Versorgungs-)Funktion der Stadt Ravensburg i.d.R. "Zielbindungsquoten" von 200% in der unteren Variante und von 250% in der oberen Variante angenommen. Ausnahmen erfolgten in den Sortimenten, in denen eine entsprechende Steigerung als zu anspruchsvoll anzusehen wäre:
 - In den Sortimenten Uhren/ Schmuck, Elektro/ Leuchten und Sonstiges wurde sowohl in der unteren als auch in der oberen Variante eine erreichbare Bindungsquote von 175%, im Sortiment Bücher sogar nur von 125% - auf Grund des hohen Anteils des Onlinehandels - unterstellt.
 - In den Sortimenten Spielwaren und Medien wurde in der oberen Variante eine erreichbare Bindungsquote von 200% sowie im Sortiment Foto/ Optik von 225% unterstellt.

Es wurde jeweils angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen bis zum Jahr 2030 erreicht werden können. In denjenigen Sortimenten, in denen derzeit bereits höhere Bindungsquoten erreicht werden, wurde unterstellt, dass diese auch zukünftig gehalten werden können- sofern sie die o.g. Obergrenzen nicht überschreiten.



Für die im Jahr 2030 zu erwartende Bindungsquote bedeuten die Änderungen, dass diese etwa auf ihrem derzeitigen Niveau von rd. 189% (ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk) gehalten werden kann.

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 werden⁴⁶. Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Auch die voranstehenden 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 des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichs sowie der weiteren zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsbereiche von Ravensburg sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung insbesondere nahversorgungs- und sonstiger 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 Ravensburg und insbesonde-

⁴⁶ 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.



re 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 Entwicklungsspielraums vom Handeln in der Stadt.

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 Ravensburg prognostiziert.

Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe⁴⁷. 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.

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.

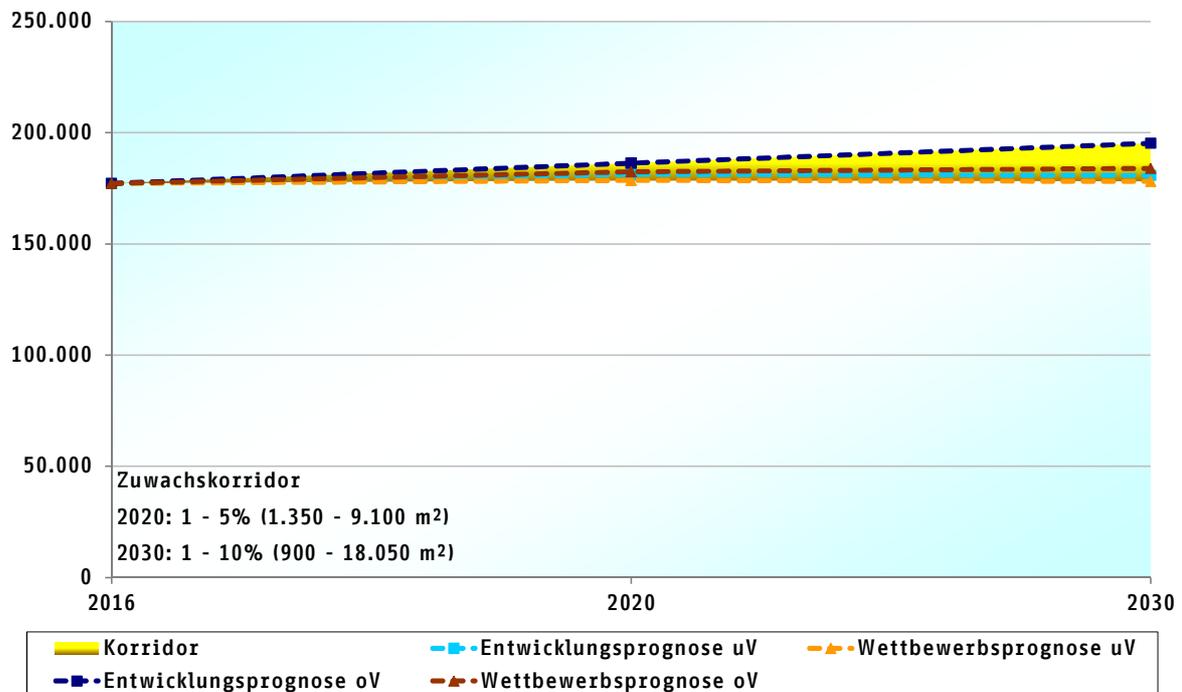
Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimenten in Ravensburg der Fall - kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.

⁴⁷ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im März 2015 sowie der Ergänzungen Stadt Ravensburg von 2016, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind/ werden, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Entwicklungsspielraum.



Die Ergebnisse der Entwicklungs- und der Wettbewerbsprognose sind in Abb. 22 zusammengefasst dargestellt. Zur Verdeutlichung möglicher Abweichungen ist darin ein Entwicklungskorridor abgebildet.

Abb. 22: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2016 - 2030 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 Ravensburg auf Basis der **Entwicklungsprognose** ein Entwicklungsspielraum von rd. 4.000 bis 9.100 m² (vgl. Tab. A - 8 im Anhang). Bis zum Jahr 2030 erhöht sich dieser Verkaufsflächenspielraum auf bis zu rd. 18.050 m²; in der unteren Variante liegt der Spielraum bedingt durch den hier unterstellten Bevölkerungsrückgang mit rd. 3.600 m² unter dem Wert von 2020. Eine Ausschöpfung/ Realisierung der für 2030 errechneten Entwicklungsspielräume entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von rd. 177.250 m² einer Steigerung um rd. 2% bis 10%. Das jährliche Verkaufsflächenpotenzial beträgt - über alle Sortimente hinweg betrachtet - rd. 250 bis 1.300 m².

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



Wird das Ergebnis der Entwicklungsprognose mit dem Flächenspielraum der Status-quo-Prognose verglichen (rd. 3.250 bis 7.100 m² bis zum Jahr 2020 bzw. rd. 1.100 bis 10.900 m² bis zum Jahr 2030; vgl. Tab. A - 7 im Anhang), so zeigt sich, dass in der unteren Variante gut zwei Drittel und in der oberen Variante rd. 40% des Entwicklungsspielraumes auf eine verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen sind. Dies zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil - im Einflussbereich der Stadt Ravensburg (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 bis zum Jahr 2030 um rd. 75% bzw. 63% auf rd. 900 bis 6.750 m² (jeweils untere bzw. obere Variante), sofern Umsatzrückgänge ohne Verkaufsflächenrückgänge hingenommen würden (vgl. Tab. A - 9 im Anhang). Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) stellt der genannte Spielraum der Wettbewerbsprognose noch eine Steigerung um rd. 1% bis 4% dar.

Auch diese Spannweite verdeutlicht die Abhängigkeit des Einzelhandels in Ravensburg 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 Ravensburg 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 (vorrangiges Prognoseszenario) über alle Sortimente hinweg betrachtet von einem Entwicklungsspielraum von rd. 250 bis 1.300 m² pro Jahr auszugehen ist.

Sofern eine Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose erfolgen sollte, reduziert sich der jährliche Spielraum selbst bei Ergreifen von Maßnahmen zur Steigerung der Kaufkraftbindung auf nur noch rd. 75 bis 475 m² - wobei angenommen



wird, dass es bei einem rechnerischen Verkaufsflächenrückgang nicht zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche kommt.

Diese Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung weiterhin 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 mehr als 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 (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 Ravensburg 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 in Kap. 7.2.1 dargestellten Verkaufsflächenentwicklungsspielräume für den gesamten Einzelhandel 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 Ravensburg insgesamt ermittelten Spielraumes sind insbesondere die Zielsetzungen einer Funktionsstärkung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichs und der weiteren zentralen Versorgungsberei-



che und Nahversorgungsbereiche 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) zugelassen werden (vgl. Kap. 8.2).

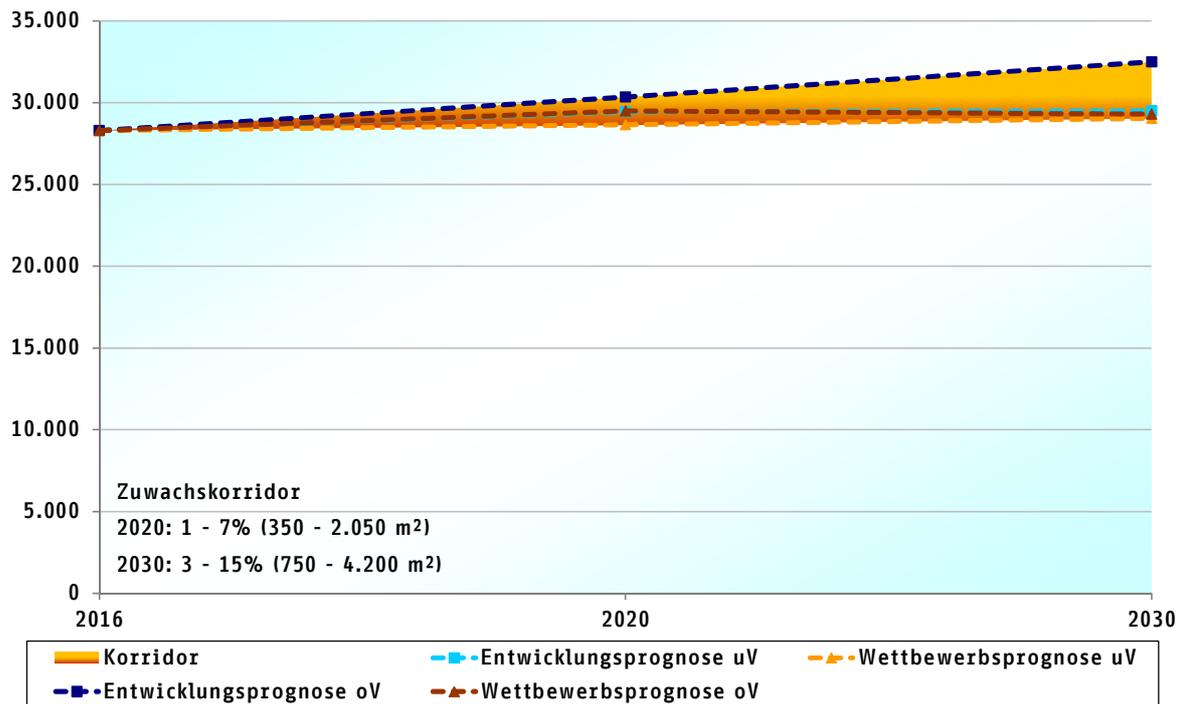
Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Flächenspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der prognostizierte Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente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

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ergibt sich bis 2030 ein Entwicklungsspielraum von bis zu rd. 4.200 m² (obere Variante der Entwicklungsprognose). Davon entfällt mit rd. 2.200 m² mehr als die Hälfte auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, was bis zu zwei zusätzlichen Lebensmittelbetrieben bis zum Jahr 2030 entspricht (wobei der Spielraum zumindest teilweise auch durch Erweiterungen im Bestand in Anspruch genommen werden kann). Nach der unteren Variante der Entwicklungsprognose beträgt der Entwicklungsspielraum für alle nahversorgungsrelevanten Sortimente hingegen nur rd. 1.200 m², wovon wiederum nur 100 m² auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel entfallen. Bei schlechterer Entwicklung der Parameter des Prognoserahmens ist somit in diesem für die Grund-/ Nahversorgung im besonderen Maße bedeutsamen Sortiment somit nahezu keine wettbewerbsneutrale Ansiedlung zusätzlicher Angebote möglich.

Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie ist nach der oberen Variante der Entwicklungsprognose ein Entwicklungsspielraum von 600 m² zu verzeichnen, was unter Berücksichtigung der Betreiberanforderungen hinsichtlich der Verkaufsfläche maximal einem zusätzlichen Drogeriemarkt entspricht. In der unteren Variante besteht auch in diesem Sortiment nur ein sehr geringer Entwicklungsspielraum von 100 m², der für eine wettbewerbsneutrale Ansiedlung eines zusätzlichen Drogeriemarktes nicht hinreichend ist.



Abb. 23: 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 2030 beträgt für die Gesamtheit der nahversorgungsrelevanten Sortimente in Abhängigkeit der Prognoseannahmen rd. 750 m² bis 1.000 m². In den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie ist dabei nahezu kein Spielraum zu verzeichnen.

Insgesamt betrachtet steht bei tendenziell positiver Kaufkraft- und Einwohnerentwicklung sowie bei zumindest gleichbleibender Kaufkraftbindung in den für die Grund-/ Nahversorgung wesentlichen Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie ein signifikanter Entwicklungsspielraum zur Verfügung. Dieser sollte möglichst wohnortnah realisiert werden. Bei schlechterer Entwicklung der Rahmenbedingungen muss hingegen vorrangig auf den Erhalt der bestehenden Angebote geachtet werden.

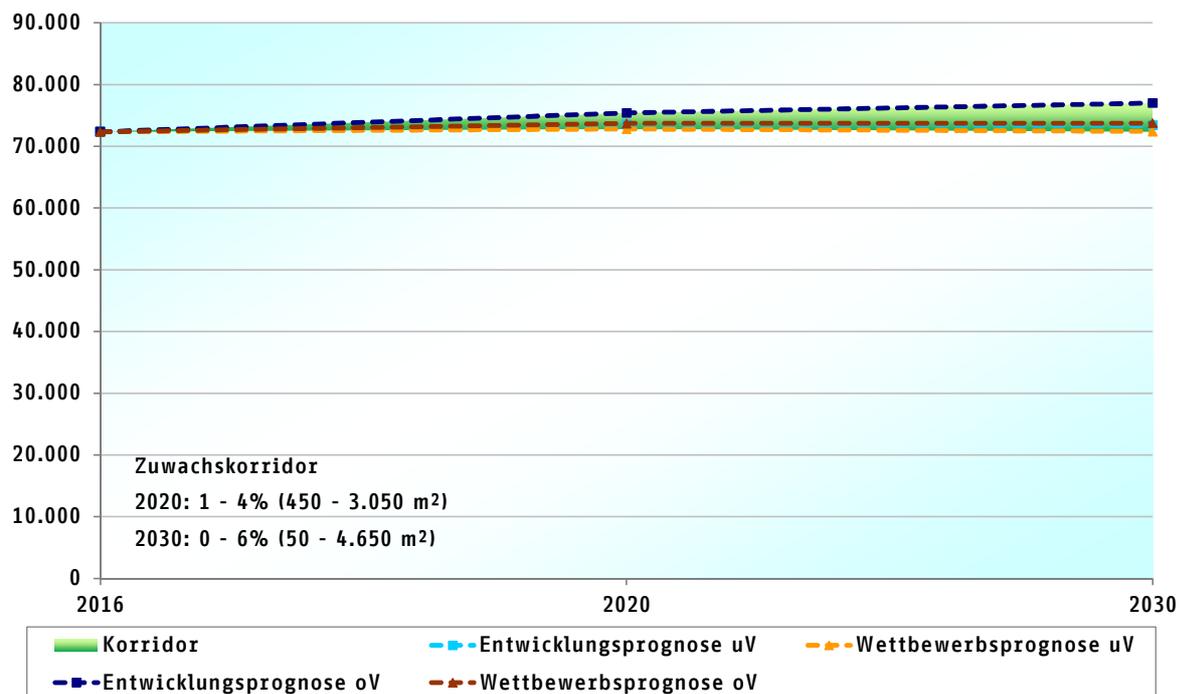


Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** entsteht bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum von rd. 1.050 bis 4.650 m² (untere bzw. obere Variante der Entwicklungsprognose; vgl. Abb. 24). Die Wettbewerbsprognose ergibt bis 2030 einen Entwicklungsspielraum von rd. 50 bis 1.400 m².

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. 28.300 m²) verglichen, so zeigt sich, dass insbesondere hinsichtlich des Wertes der oberen Variante der Entwicklungsprognose die Frage der Ansiedlung und Unterbringung zusätzlicher Betriebe zu klären ist, um das Potenzial für die Stärkung der Innenstadt von Ravensburg zu nutzen.

Abb. 24: Potenzialkorridore in m² nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente



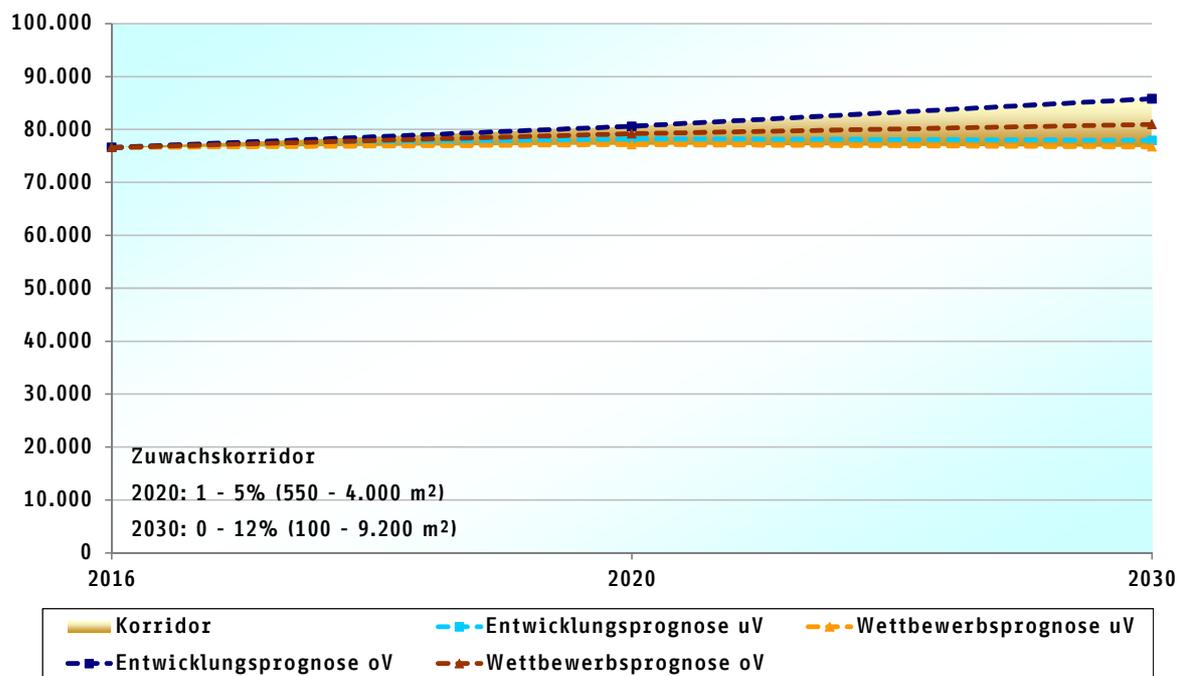
Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)



Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (v.a. bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente und Möbel) ergibt sich bis zum Jahr 2030 nach der Entwicklungsprognose ein Entwicklungsspielraum von rd. 1.350 bis 9.200 m². Bei einem nicht vorhersehbaren Einbruch der Kaufkraftbindung nach den Annahmen der Wettbewerbsprognose reduziert sich dieser auf rd. 100 bis 4.350 m².

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 häufig von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 8.2.2).

Abb. 25: Potenzialkorridore in m² nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente



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



7.2.3 Fazit Prognoseergebnis

Die Prognoseergebnisse zeigen, dass ein signifikantes Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgungssituation letztlich nur bei einer positiven Entwicklung der Rahmenbedingungen besteht: Langfristig - d.h. bis zum Jahr 2030 - ist die wettbewerbsneutrale Ansiedlung von bis zu zwei zusätzlichen Lebensmittelbetrieben und einem Drogeriemarkt möglich. Bei einer schlechteren Entwicklung des Rahmens ist hingegen die Sicherung der vorhandenen Angebote von vorrangiger Bedeutung.

Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten besteht ebenfalls nur bei einer positiven Entwicklung der Rahmenbedingungen ein deutlicher Entwicklungsspielraum zur Stärkung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches, wobei die räumliche Unterbringung entsprechender Angebote zu klären ist. Bei einer zurückhaltenden bzw. stagnierenden Einwohner-/ Kaufkraftentwicklung und/ oder einem Rückgang der Kaufkraftbindung auf Grund unvorhersehbarer Ereignisse besteht hingegen nur in einzelnen Sortimenten (u.a. Spielwaren, Schuhe/ Lederwaren, Haus- und Heimtextilien) ein gewisses Potenzial zur Stärkung der Innenstadt (vgl. Tab. A - 9, S. 125).

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- 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 2030 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. 7) und der auf den Zielen basierenden **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kap. 8.2) werden **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche 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. 8.3.4).

Wenn nachgewiesen ist, dass es räumliche Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Ravensburg 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 nahversorgungsrelevanten⁴⁸, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet⁴⁹. In Ravensburg wird die bestehende Sortimentsliste überprüft.

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.

⁴⁸ Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant.

⁴⁹ Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.



Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- 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 Ravensburg

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird *auch* die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Ravensburg 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 zuzuführen⁵⁰.

Verteilung zentrenrelevanter Sortimente

In Abb. 26 wird die Verteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Ravensburg illustriert. Der überwiegende Teil der zentrenrelevanten Sortimente wird in Ravensburg hauptsächlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angeboten. Es ist jedoch auch zu erkennen, dass einige der bisher als zentrenrelevant eingestuft Sortimente überwiegend an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten angesiedelt sind.

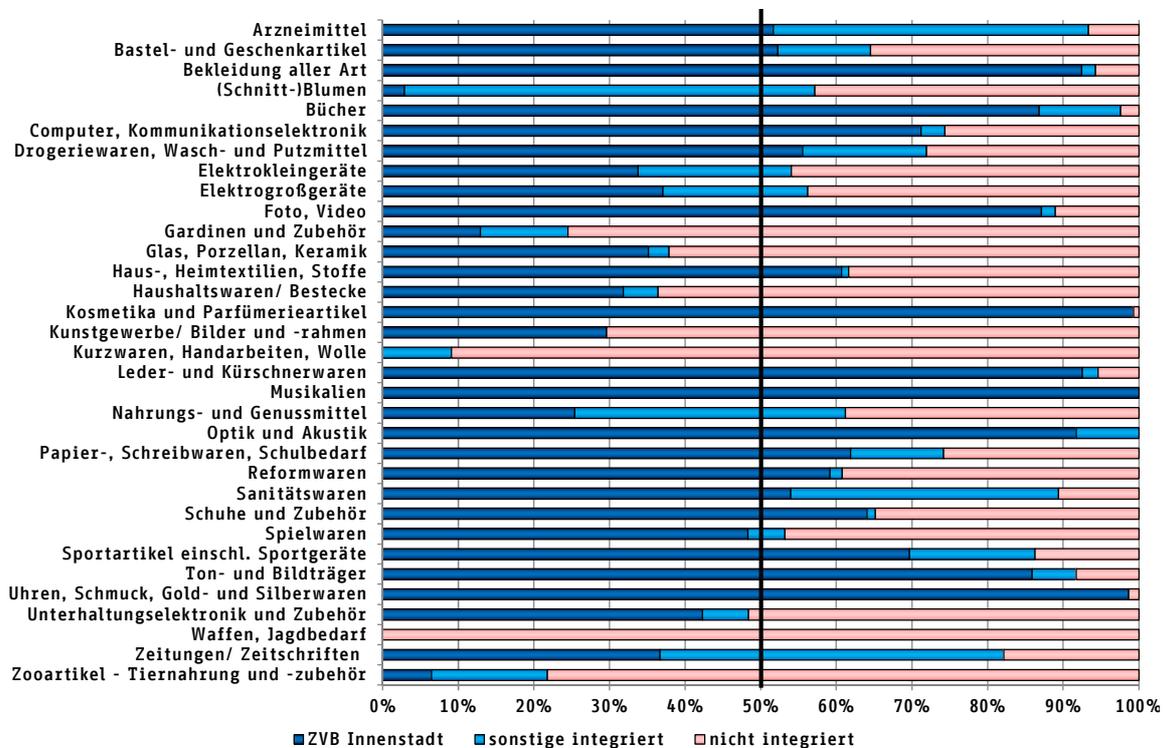
Die Sortimente **Gardinen und Zubehör, Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren, Bestecke, Kunstgewerbe, Handarbeit, Wolle, Unterhaltungselektronik und Zubehör** sowie **Waffen, Jagdbedarf** werden derzeit zu einem überwiegenden Anteil an nicht integrierten Standorten angeboten. Rein rechnerisch würden 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, sind sie weiterhin als zentrenrelevant einzustufen.

⁵⁰ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.



Die Sortimente **Elektrokleingeräte** und **Elektrogroßgeräte** werden derzeit teilweise im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, und teilweise an den sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten angeboten. Die rein rechnerische Zuordnung ist somit unklar. Da diese Sortimente wichtiger Bestandteil von Elektrofachmärkten sind, welche wichtige Magnetfunktionen in Innenstädten wahrnehmen (in Ravensburg besonders) und diese daher in den Zentren angesiedelt werden sollten, wird empfohlen auch die Sortimente Elektrokleingeräte und Elektrogroßgeräte weiterhin als zentrenrelevant einzustufen.

Abb. 26: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Ravensburg (Grundlage bisherige Sortimentsliste)



Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016;
 Legendenerläuterung: ZVB (zentraler Versorgungsbereich), GPK = Glas, Porzellan, Keramik

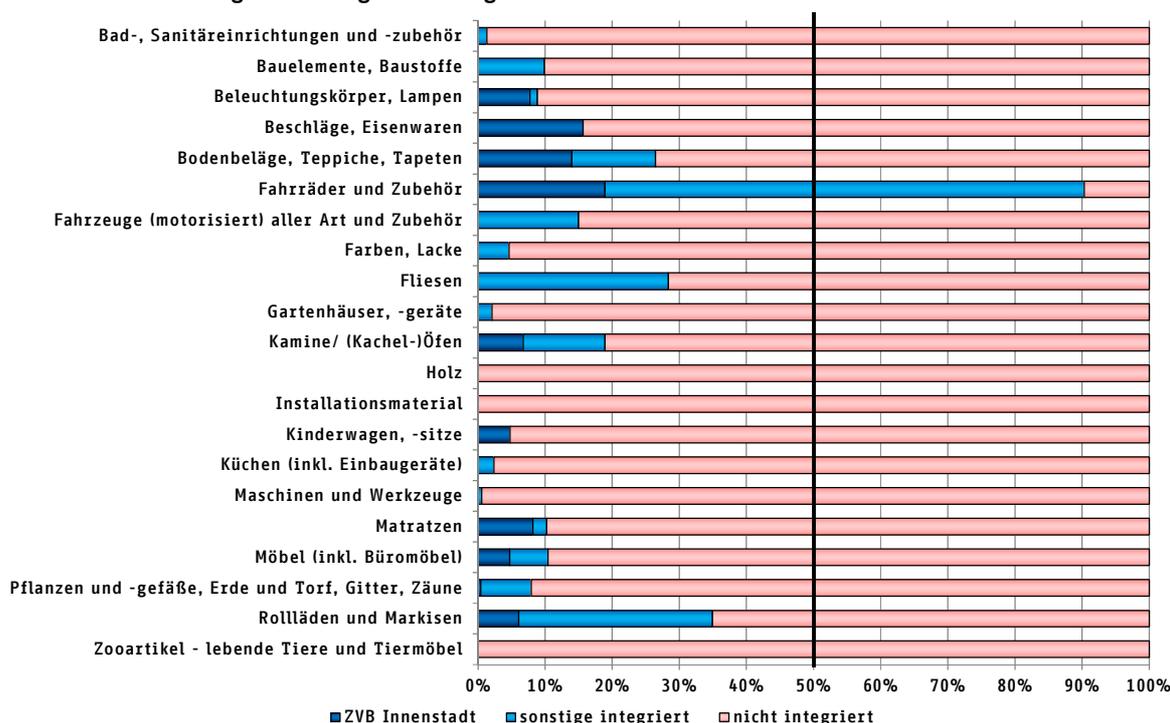
Auch die rechnerische Zuordnung der Sortimente **(Schnitt-) Blumen** sowie **Nahrungs- und Genussmittel** ist nicht ganz eindeutig. Da es sich dabei jedoch um Sortimente handelt, die täglich bzw. wöchentlich nachgefragt werden, sollten diese möglichst wohnortnah angeboten werden. So sollten diese Sortimente zukünftig als nahversorgungsrelevant und somit auch weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden.

Das Sortiment **Zooartikel** wurde in der Sortimentsliste der Stadt Ravensburg bisher als nicht zentrenrelevant eingestuft. Hier bietet es sich jedoch an, dieses Sortiment zukünftig in **Tiernahrung und -zubehör** sowie **lebende Tiere und Tiermöbel** zu untergliedern. Das Sortiment Tiernahrung und -zubehör sollte dabei zukünftig als nahversorgungsrelevant und damit auch als zentrenrelevant eingestuft werden, da dieses häufig auch von Lebensmittelbetrieben als Randsortiment angeboten wird. Das Sortiment lebende Tiere und Tiermöbel einschließlich Tiernahrung in Großgebäude, sollte als nicht zentrenrelevant eingestuft werden, da dieses Sortiment einen hohen Flächenbedarf aufweist.

Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente

Abb. 27 zeigt die Verteilung der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Dabei ist festzustellen, dass fast alle, der bisher als nicht zentrenrelevant eingestuften Sortimente funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten angesiedelt sind.

Abb. 27: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Ravensburg (Grundlage bisherige Sortimentsliste)



Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016;
 Legendenerläuterung: ZVB (zentraler Versorgungsbereich)

Lediglich das Sortiment **Fahrräder und Zubehör** wird derzeit zu einem überwiegenden Anteil an sonstigen integrierten Standorten angeboten. Es handelt sich



hierbei um ein Sortiment, das sowohl als zentrenrelevant als auch als nicht zentrenrelevant eingestuft werden kann. Die Stadt Ravensburg hat sich ganz bewusst für eine Zuordnung als nicht zentrenrelevantes Sortiment entschieden. Deshalb und da es sich um ein flächenintensives Sortiment handeln kann (z.B. Teststrecke im Geschäft) sollte es auch weiterhin als nicht zentrenrelevantes Sortiment eingestuft werden.

8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

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

Der Vorschlag entspricht weitgehend der bisher bestehenden Ravensburger Sortimentsliste.

Neu ist lediglich die Untergliederung des Sortimentes Zooartikel in Tiernahrung und -zubehör sowie lebende Tiere und Tiermöbel einschließlich Tiernahrung als Großbinde. Tiernahrung und -zubehör wird als nahversorgungsrelevant und lebende Tiere und Tiermöbel einschließlich Tiernahrung als Großbinde als nicht zentrenrelevant eingestuft.

Getränke werden häufig nicht mehr als zentrenrelevant angesehen, da diese oft in Kisten und in größeren Mengen eingekauft werden. In diesem Fall ist das Herauslösen nachvollziehbar, da mit dem Betrieb eines Getränkemarktes eine Reihe störender Faktoren einhergeht (An- und Ablieferverkehr mit Lkws, Be- und Entladen im Kundenverkehr etc.). Dies gilt nicht für einen klassischen Wein-/ Spirituosenhandel. Eine Definition als nicht zentrenrelevantes Sortiment ist dennoch problematisch, da damit eine Artikelgruppe und nicht mehr ein Sortiment bewertet wird. Es ist deshalb eine planungsrechtliche Möglichkeit zu finden (z.B. über eine Ausnahmeregelung), die der Besonderheit dieses Artikels Rechnung trägt, die Zuordnung des Sortiments Lebensmittel aber nicht insgesamt in Frage stellt.

Begründungsvorschlag Ausnahmeregelung Getränke:

Ein Getränkemarkt ist an nicht integrierten Standorten ausnahmsweise zulässig, wenn dort Getränke überwiegend als Kistenware/ Gebinde angeboten werden und zentrenrelevante Randsortimente (inkl. Getränke nicht in Kisten/ Gebinden) auf maximal 10% der Gesamtverkaufsfläche beschränkt sind.



Zudem erfolgt zukünftig eine Untergliederung der zentrenrelevanten Sortimente in sonstige zentrenrelevante Sortimente und nahversorgungsrelevante Sortimente. Diese Untergliederung entspricht dem Einzelhandelserlass und ermöglicht eine differenziertere Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung, die dem Ziel einer wohnortnahen Versorgung besser gerecht wird.

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

| Zentrenrelevante Sortimente | Nicht zentrenrelevante Sortimente |
|---|---|
| Bastel- und Geschenkartikel Bekleidung aller Art Bücher Computer, Kommunikationselektronik Elektroklein- und großgeräte Foto, Video Gardinen und Zubehör Glas, Porzellan, Keramik Haushaltswaren, Bestecke Haus-, Heimtextilien, Stoffe Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle Leder- und Kürschnerwaren Musikalien Optik und Akustik Sanitätswaren Schuhe und Zubehör Spielwaren Sportartikel einschl. Sportgroßgeräte Uhren, Schmuck, Gold- und Silberwaren Unterhaltungselektronik und Zubehör Waffen, Jagdbedarf | Bad-, Sanitäreinrichtungen und – zubehör Baustoffe, Bauelemente Beleuchtungskörper, Lampen Beschläge, Eisenwaren Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten Boote und Zubehör Brennstoffe/ Mineralölerzeugnisse Büromaschinen (ohne Computer) Fahrräder, E-Bikes und Zubehör Fahrzeuge (motorisiert) aller Art Farben und Lacke Fliesen Gartenhäuser und -geräte Kamine, (Kachel-)Öfen Holz Installationsmaterial Kinderwagen, -sitze Küchen (inkl. Einbaugeräte) Matratzen Maschinen und Werkzeuge Möbel inkl. Matratzen Pflanzen und Gefäße, Erde und Torf, Zäune, Gitter Rollläden und Markisen Zooartikel - lebende Tiere und Tiermöbel einschließlich Tiernahrung als Großgebilde |
| Nahversorgungsrelevante Sortimente | |
| Arzneimittel (Schnitt-)Blumen Drogeriewaren, Wasch- und Putzmittel Kosmetika/ Parfümerieartikel Nahrungs- und Genussmittel Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf Reformwaren Zeitungen/ Zeitschriften Zooartikel – Tiernahrung und Zubehör | |

Quelle: gutachterlicher Vorschlag

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.



8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

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 mit jeweils folgenden Erläuterungen vorgeschlagen.

Die Grundsätze entsprechen dabei im Wesentlichen den Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes von 2008. Zu den baurechtlichen Regelungen, insb. § 11 (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 (3) BauNVO vgl. Kap. 2.1.4.

Die Einstufung der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsbereiche ist in Kap. 4.3 und Kap. 8.3.1 dargestellt und erläutert.

8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze: Zentrenrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- a) zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: großflächige Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig
- b) zentrale Versorgungsbereiche - Nahversorgungszentren Mittelösch, Goetheplatz und Oberhofen (perspektivisch):
 - nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung regelmäßig zulässig
 - Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise auch großflächig zulässig
- c) Ausnahme sonstige integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungsbereiche Weißenau, Gartenstraße, Rümelinstraße):
 - 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 m²⁵¹ - 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 in den Nahversorgungszentren Mittelösch, Oberhofen und Goetheplatz angesiedelt werden.

An sonstigen integrierten Standorten sowie an nicht integrierten Standorten sollten keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden⁵². 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.

⁵¹ 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.

⁵² 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. der Nahversorgungszentren - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.



Weiterhin können ausnahmsweise in den Nahversorgungszentren sowie an sonstigen integrierten Standorten (einschließlich der Nahversorgungsbereiche) auch großflächige Lebensmittelbetriebe angesiedelt werden, sofern diese standortgerecht dimensioniert sind und der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation dienen⁵³. Dabei ist jedoch auf eine ausreichende Mantelbevölkerung zu achten⁵⁴. 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).

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.

⁵³ 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.

⁵⁴ Diesbezüglich sei angemerkt, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m² rechnerisch rd. 2.500 Einwohner versorgt.



8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze:

Grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, in den Nahversorgungszentren 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 Ravensburg leisten kann/ will, dem Einzelhandel gewerbliche Flächen zur Verfügung zu stellen bzw. den Einzelhandel in Gewerbegebieten zu fördern. Daher hat die Stadt Ravensburg auch ein Gewerbeflächenentwicklungskonzept erarbeitet. 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. 8.3.5).

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 Ravensburg, 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) Gewerbestandort 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

Während in den vorangegangenen Kapiteln die Sortimentsliste und die Steuerungsstrategie für die künftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Ravensburg dargestellt wurden, folgt nun eine Konkretisierung in Bezug auf die jeweiligen Standorte in der Stadt.

Aus der Prognose ergibt sich bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum von 3.600 bis 18.050 m² Verkaufsfläche. Dieser Entwicklungsspielraum ist angesichts des Zeithorizonts von mehr als 10 Jahren relativ begrenzt. Deshalb kommt der räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ravensburg unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze besondere Bedeutung zu.

8.3.1 Zentrenhierarchie

Bei der Identifizierung, Bewertung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche vor dem Hintergrund der aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen haben sich gegenüber 2008 Veränderungen ergeben (vgl. Kap. 4). Für die künftige Zentrenhierarchie werden neben der Ravensburger Innenstadt drei zentrale Versorgungsbereiche sowie drei Nahversorgungsbereiche vorgeschlagen:

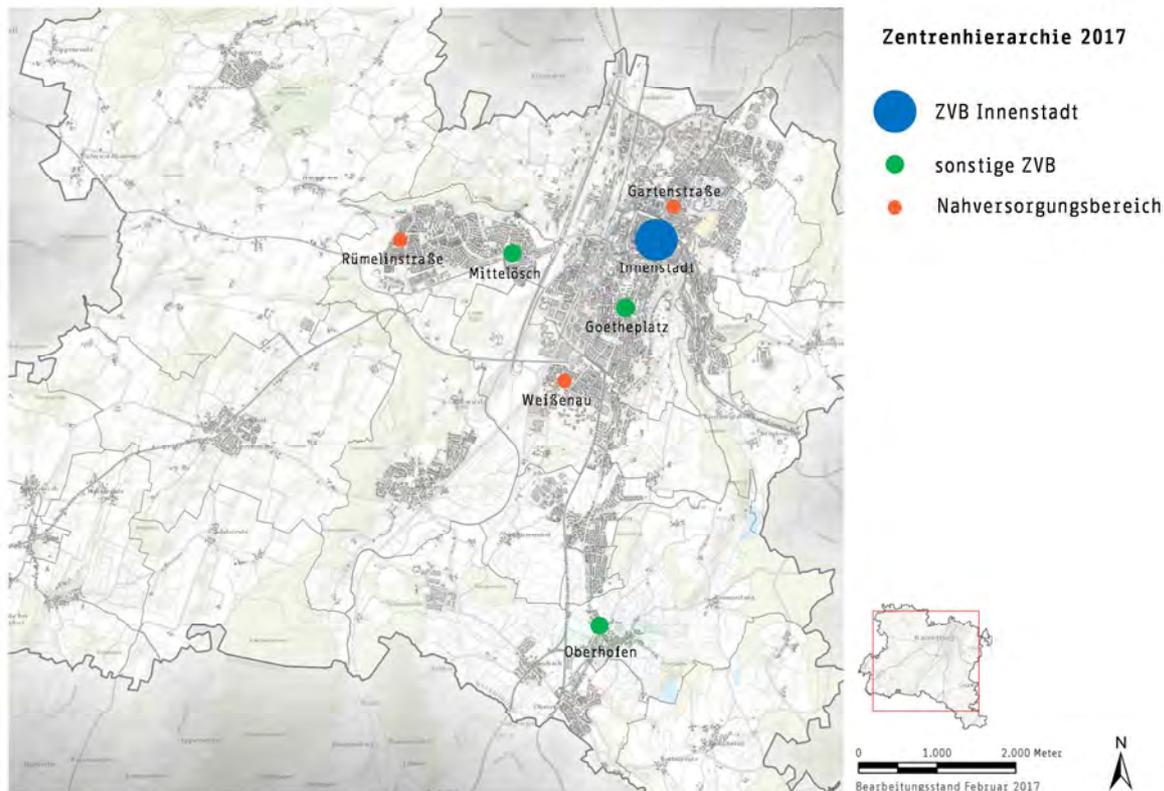
- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt stellt auf Grund seiner städtebaulich-funktionalen Bedeutung weiterhin das Hauptzentrum dar.



- Die Bereiche Mittelösch, Goetheplatz und Oberhofen stellen aus Gutachtersicht perspektivisch die drei weiteren zentralen Versorgungsbereiche dar. Da alle drei zentralen Versorgungsbereiche überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente aufweisen, werden sie als Nahversorgungszentren bezeichnet. Während das Zentrum Mittelösch bereits 2008 als zentraler Versorgungsbereich eingestuft wurde, handelte es sich bei den anderen beiden Standorten lediglich um Nahversorgungsbereiche. Der Goetheplatz hat insbesondere durch den Bio-Lebensmittelmarkt deutlich an Ausstrahlung gewonnen. Der Bereich Oberhofen könnte durch die geplante Erweiterung des Lebensmittelmarkts als Nahversorgungszentrum für das südliche Stadtgebiet von Bedeutung sein.
- Die Gartenstraße und die Rümelinstraße sollten auf Grund ihrer Angebotsstruktur künftig weiterhin als Nahversorgungsbereiche eingestuft (keine zentralen Versorgungsbereiche) werden. Beide Standorte weisen überwiegend Dienstleistungsangebote bzw. rudimentäre Nahversorgungsangebote auf.
- Auf Grund der geringen Versorgungsfunktion kann der ehemalige zentrale Versorgungsbereich Weißenau, vor dem Hintergrund der dargestellten Kriterien für einen zentralen Versorgungsbereich (vgl. Kap. 4.1), nicht weiter als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden. Angesichts der rudimentären Nahversorgungsangebote und der Treffpunktfunktion, entspricht dieser Standort einem Nahversorgungsbereich.
- In Bezug auf die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung werden Nahversorgungsbereiche ebenso wie sonstige integrierte Lagen behandelt (vgl. Kap. 8.2.1). Sie werden im vorliegenden Gutachten als Nahversorgungsbereiche dargestellt, da sie Treff- und Identifikationspunkte für die Anwohner sind und eine rudimentäre Nahversorgung erfüllen.
- Der Nahversorgungsbereich Oberzell kann angesichts mangelnder Angebote perspektivisch weder als Nahversorgungsbereich noch als Nahversorgungszentrum eingestuft werden und entfällt somit aus der Zentrenhierarchie. Ziel sollte es dennoch sein, die Nahversorgung in dem siedlungsstrukturell abgelegenen Stadtteil zu verbessern. Möglicherweise ergibt sich an anderer Stelle in integrierter Lage in Oberzell eine Möglichkeit Nahversorgungsangebote maßstabsgerecht anzusiedeln. In Kap. 8.3.4 ist Oberzell als ein möglicher Standort für die Ansiedlung eines Lebensmittelangebotes zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgung vorgeschlagen.



Karte 17: Zentrenhierarchie 2017



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung März 2015 und Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

8.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)

Innenentwicklung - keine räumliche Ausdehnung der Innenstadt!

Angesichts der städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen und der geringen quantitativen Entwicklungsspielräume würde eine räumliche Ausdehnung der Innenstadt von Ravensburg den Zielen zur Erhaltung und Stärkung der Innenstadt entgegenstehen.

- Bei einer Ausdehnung der Innenstadt unter Einbeziehung des Quartiers Olgastraße/ Karlstraße ist eine Schwächung der östlichen Innenstadt (Oberstadt) sehr wahrscheinlich. Dies würde den erheblichen Bemühungen zur Stärkung der Oberstadt entgegenstehen (Entwicklung Gänsbühl Center).
- Auf Grund der Topographie und der überwiegend kleinteiligen Strukturen ist ein funktionierendes Gänsbühl Center als Frequenzbringer und Eingangsbereich für die Oberstadt von wesentlicher Bedeutung.
- Die besonderen Alleinstellungsmerkmale der Ravensburger Innenstadt (inhabergeführte Fachgeschäfte in einem historisch geprägten Ambiente), die gerade an-



gesichts des zunehmenden Onlinehandels von Bedeutung sind, wären bei einer Ausdehnung gefährdet.

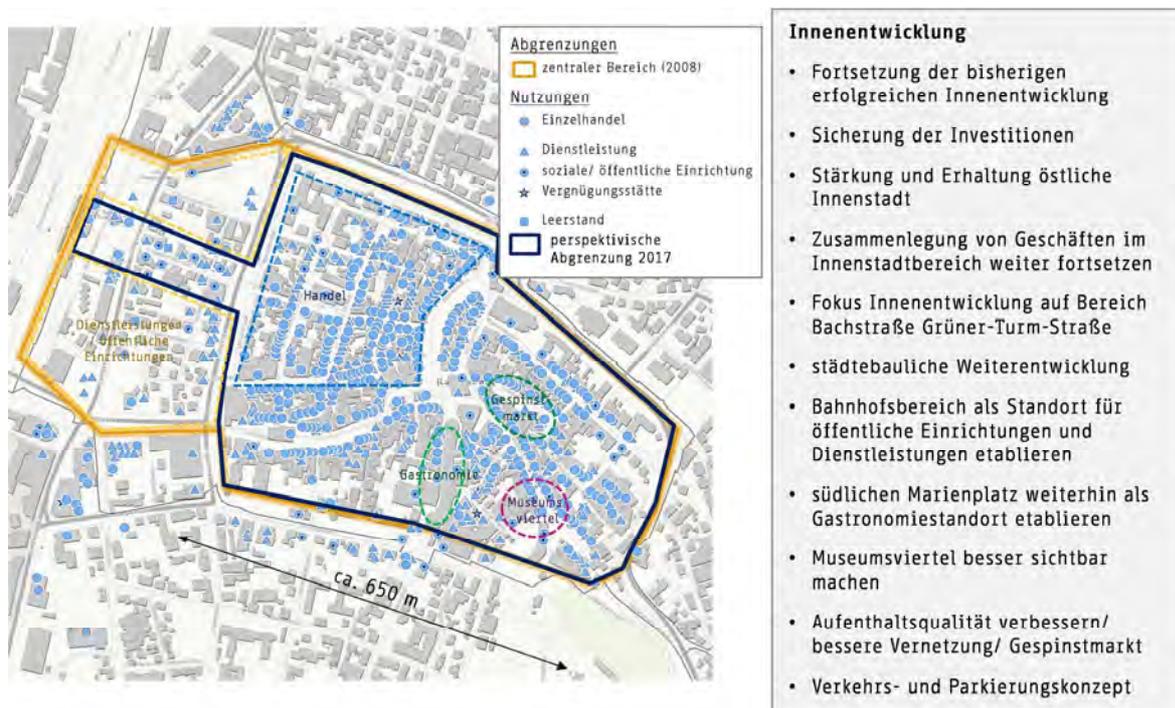
Die Ist-Analyse hat zudem gezeigt, dass sich der Bereich zwischen Karlstraße und den Bahngleisen, sowohl städtebaulich als auch funktional deutlich von der übrigen Innenstadt unterscheidet. Im Sinne einer kompakten, lebendigen Innenstadtstruktur sollte dieser Bereich mit Ausnahme der Eisenbahnstraße künftig nicht mehr Teil des zentralen Versorgungsbereiches sein. Die Eisenbahnstraße ist eine wichtige Verbindungsachse zwischen Bahnhof und Innenstadt und nimmt mit den Handelsnutzungen im Bahnhofsbereich auch Versorgungsfunktion wahr.

Die anspruchsvolle Aufgabe für die künftige Entwicklung der Ravensburger Innenstadt besteht in der Fortsetzung der bisherigen erfolgreichen Innenentwicklung. Wünschenswert wäre dabei insbesondere eine funktionale Stärkung des Bereiches zwischen Bachstraße und Grüner-Turm-Straße. Möglicherweise können hier durch die Überplanung von Grundstücken bzw. die Zusammenlegung von Verkaufsflächen attraktive Handelsflächen geschaffen werden. Erfahrungsgemäß ist für derartige Entwicklungen die Unterstützung seitens der Stadt erforderlich, u.a. durch den Kauf von Schlüsselgrundstücken, durch Beratung und gezieltes Flächenmanagement.

Zu einer erfolgreichen Innenentwicklung gehört auch eine Stärkung der Oberstadt. Neben der Erhaltung und Stärkung des Gänsbühl Centers, sollte hier vor allem eine bessere Vernetzung der jeweiligen Teilbereiche angestrebt werden. Die Herrenstraße mit ihren Fachgeschäften, das Museumsviertel und der Gespinstmarkt mit seinem Platzpotenzial sollten besser lesbar sein.



Karte 18: Perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung März 2015 und Begehung November 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg

Plätze als Brennpunkte des öffentlichen Lebens, als Aushängeschild, als Identifikationsorte und Treffpunkte für die Bürger stärken!

- Insbesondere der Gespinnstmarkt sollte als Aufenthaltsbereich und im Hinblick auf eine bessere Vernetzung der Oberstadt umgestaltet werden. In diesem Zusammenhang sollte auch ein Verkehrs- und Parkierungskonzept erarbeitet werden.
- Auf dem zentralen Platzbereich Marienplatz sollte im Erdgeschossbereich ein möglichst durchgängiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz angestrebt werden. Dabei sollte der südliche Bereich weiterhin als Gastronomiestandort gestärkt und der nördliche Bereich hinsichtlich seiner Gestalt- und Aufenthaltsqualität weiterentwickelt werden.



8.3.3 Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentrum Mittelösch

Erhaltung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Mittelösch als Identifikations- und Versorgungsstandort für die Weststadt:

- städtebauliche Aufwertung/ Verbindungen gestalten
- aktives Flächenmanagement

Das Nahversorgungszentrum Mittelösch 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 Aufwertung des Straßenraumes und 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.

Nahversorgungszentrum Goetheplatz

Anhebung des Nahversorgungszentrums zum zentralen Versorgungsbereich (vollständige Nahversorgung durch Biomarkt, Bäcker, Apotheke, vielfältiges Dienstleistungsangebot):

- städtebauliche Aufwertung/ Gestaltung öffentlicher Raum
- Verbindungen und Übergänge gestalten

Funktional stellt der Goetheplatz bereits einen zentralen Versorgungsbereich in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt dar. Gestalterisch sollte dieser Bereich auch als zentraler Versorgungsbereich lesbar sein, d.h. der Goetheplatz sollte insbesondere im öffentlichen Raum aufgewertet werden.

Nahversorgungszentrum Oberhofen

Anhebung des Nahversorgungsbereiches Oberhofen zum zentralen Versorgungsbereich auf Grund des Angebotes (vollständige Nahversorgung durch Lebensmittelmarkt, Metzger, Apotheke, Dienstleistungsangebote) und der Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsbereiche:

- städtebauliche Aufwertung/ Gestaltung öffentlicher Raum
- funktionale Stärkung durch Erweiterung bestehender Betriebe/ Ergänzungen

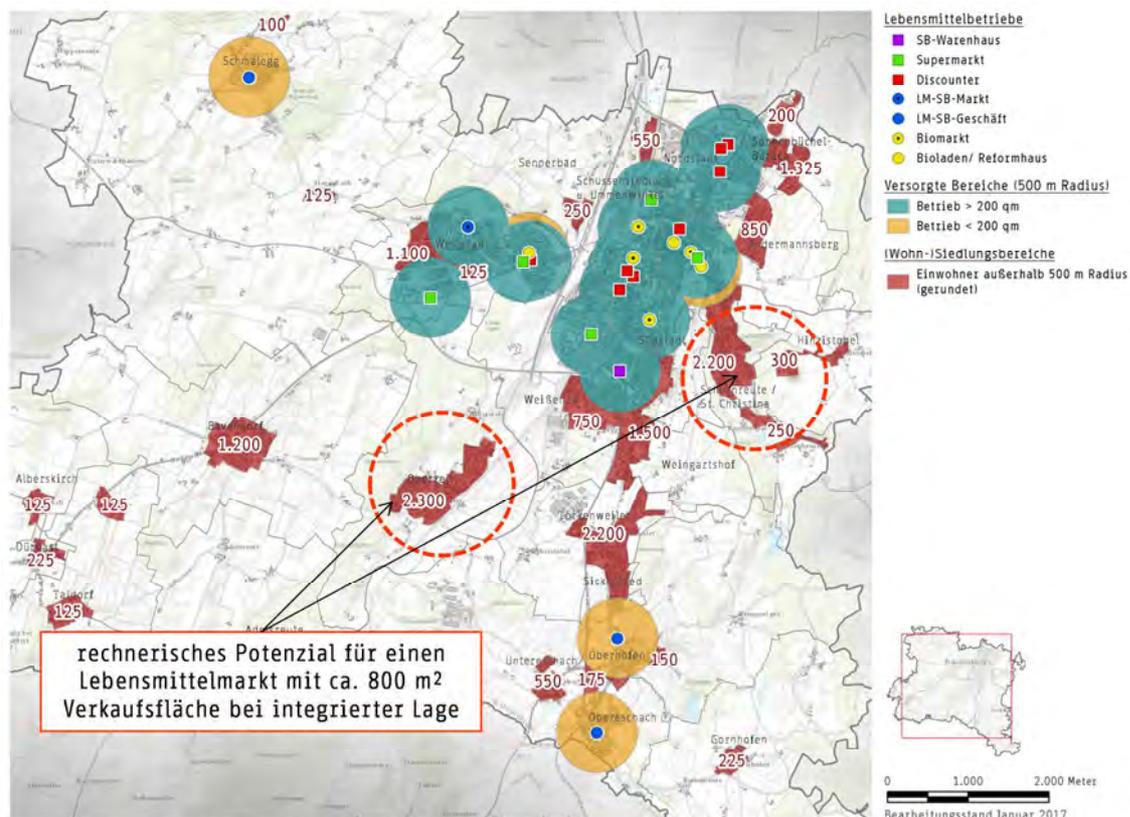


Das Nahversorgungszentrum Oberhofen stellt einen sehr kleinen Versorgungsbereich dar, der sich eher perspektivisch zum zentralen Versorgungsbereich entwickeln kann. Auf Grund der Lage südlich der Kernstadt könnte der Bereich Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsbereiche wahrnehmen. Die geplante Vergrößerung der Verkaufsfläche des bestehenden Lebensmittelmarktes führt zu einer Stärkung des Nahversorgungsstandortes.

8.3.4 Vorschläge zur Nahversorgung

Wie in Kap. 5.3 bereits erläutert, kann die räumliche Nahversorgungssituation in der Stadt Ravensburg angesichts des ländlich geprägten Stadtgebietes als relativ gut bezeichnet werden. Der überwiegende Anteil der Bevölkerung kann sich fußläufig nahversorgen, wengleich in den östlichen Randzonen der Kernstadt und im Süden des Stadtgebietes Nahversorgungslücken bestehen.

Karte 19: Empfehlungen zur Nahversorgung in Ravensburg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016, Kartengrundlage: Stadt Ravensburg



Daher sollten für die zukünftige Entwicklung der Erhalt und die Stärkung der derzeitigen 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.
- Eine flächendeckende Nahversorgung ist in Ravensburg auf Grund des eingeschränkten quantitativen Entwicklungsspielraums und der Verteilung der Lebensmittelbetriebe im Bestand (Mehrfachstandorte in der Kernstadt) nicht möglich.
- Angesichts der niedrigen Einwohnerzahlen in Bavendorf, Alberskirch, Dürnast, Taldorf, Sonnenbüchel-Burach, Andermannsberg, Weingartshof, Weißenau, Sickenried, Torkenweiler sollten hier alternative Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgung geprüft werden, wie z.B. Fahrgemeinschaften, Genossenschaftsläden, Lieferservice, Hofläden, Bäcker und Metzger mit ergänzendem Lebensmittelangebot etc..
- Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben sollten allenfalls im Bereich Oberzell und/ oder Schornreute/ St. Christina (ca. 800 m² VKF) stattfinden, da sich hier ein entsprechend Bevölkerungspotenzial befindet, das nicht räumlich nahversorgt ist. Voraussetzung hierfür ist ein integrierter Standort, der von einem möglichst großen Bevölkerungsanteil fußläufig erreichbar ist. Die standortgerechte Dimensionierung eines solchen Betriebes ist im Einzelfall zu prüfen (vgl. Kap. 8.2.1).

8.3.5 Gewerbegebiete

Neben den bereits bestehenden Gewerbegebieten 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 wurde 2016 für die Stadt Ravensburg ein Gewerbeflächenentwicklungskonzept erarbeitet. Dabei ist deutlich geworden, dass ein erhebliches Defizit an geeigneten Entwicklungsflächen besteht. Somit kann es sich die Stadt Ravensburg nicht erlauben, 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

Die Stadt Ravensburg hat seit 2001 Erfahrungen mit der Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes gesammelt. Bei dem vorliegenden Gutachten handelt es sich bereits um die dritte Fortschreibung und damit vor allem um eine Überprüfung der bisherigen Strategie vor dem Hintergrund der aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen und der Einzelhandelsentwicklung.

Als Grundlagen für die Überprüfung des Konzeptes zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen die dargestellten Arbeitsschritte:

- zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 4),
- zur Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 8.1),
- zur Steuerungsstrategie (vgl. Kap. 8.2)
- 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 Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

8.4.1 Öffentliche Information

Damit das aktualisierte Einzelhandelskonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft die Bauleitplanung insgesamt und speziell 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 *aktualisierte* 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

Seit dem Einzelhandelskonzept von 2001 verfügt die Stadt Ravensburg über eine Sortimentsliste. Diese wurden im Rahmen der Fortschreibungen jeweils überprüft und teilweise angepasst. Wenngleich die Stadt Ravensburg über Erfahrungen aus den jeweiligen Fortschreibungen verfügt, so wird dennoch im Folgenden das Vorgehen zur Festlegung der aktuellen Sortimentsliste erläutert.

Die in Kap. 8.1.3 beschriebene örtliche Sortimentsliste, die im Unterschied zu 2008 eine Unterscheidung der Sortimente in zentren-/ nahversorgungs- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der - ebenso wie in der Vergangenheit - 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 aktuellen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert bestätigt.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Ravensburg, wie bereits seit 2001, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden soll. Das aktualisierte Konzept muss auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.



Diese aktualisierte Sortimentsliste muss 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 zulässig sein wird. Dafür wurden im vorliegenden Gutachten die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche überprüft.⁵⁵

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.

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 Ravensburg 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:

⁵⁵ BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



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 Randsortimente⁵⁶ bis maximal 10% der Verkaufsfläche und maximal 800 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 (Handwerkerprivileg)⁵⁷. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor), allenfalls ausnahmsweise, wenn der Betrieb der Gebietsversorgung dient.*
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.

⁵⁶ Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

⁵⁷ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die m²-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden häufig 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.

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

8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen

Nachfolgend ist das grundsätzliche Vorgehen für die bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes dargestellt, wengleich die Stadt Ravensburg hier bereits seit 2001 über entsprechende Erfahrungen verfügt.

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in der Stadt Ravensburg 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 Einzelhandelskonzeptes 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 Versorgungsgebiet Innenstadt) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Stadt Ravensburg) bezeichnet.

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

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

Fachdiscounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation 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 begründen⁵⁸.

⁵⁸ Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



ANHANG

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

| VKF in m ² | Anzahl | Anteil | VKF in m ² ¹⁾ | Anteil |
|------------------------------|------------|---------------|-------------------------------------|---------------|
| bis 50 m ² | 225 | 41,8% | 6.975 | 3,9% |
| 51 bis 100 m ² | 103 | 19,1% | 7.550 | 4,2% |
| 101 bis 200 m ² | 98 | 18,2% | 14.375 | 8,0% |
| 201 bis 400 m ² | 40 | 7,4% | 11.625 | 6,5% |
| 401 bis 800 m ² | 33 | 6,1% | 19.800 | 11,0% |
| 801 bis 2.000 m ² | 27 | 5,0% | 34.175 | 19,0% |
| > 2.000 m ² | 12 | 2,2% | 85.325 | 47,4% |
| Gesamt | 538 | 100,0% | 179.825 | 100,0% |

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016

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

| VKF in m ² | Anzahl | Anteil | VKF in m ² ¹⁾ | Anteil |
|------------------------------|------------|---------------|-------------------------------------|---------------|
| bis 50 m ² | 142 | 43,4% | 4.575 | 7,0% |
| 51 bis 100 m ² | 75 | 22,9% | 5.525 | 8,5% |
| 101 bis 200 m ² | 64 | 19,6% | 9.200 | 14,1% |
| 201 bis 400 m ² | 20 | 6,1% | 5.625 | 8,6% |
| 401 bis 800 m ² | 11 | 3,4% | 6.525 | 10,0% |
| 801 bis 2.000 m ² | 9 | 2,8% | 12.500 | 19,2% |
| > 2.000 m ² | 6 | 1,8% | 21.150 | 32,5% |
| Gesamt | 327 | 100,0% | 65.125 | 100,0% |

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung März 2015 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016



Tab. A - 3: Einzelhandelssituation in der Stadt Ravensburg

| Sortimente | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € | Kaufkraft in Mio. € | Bindungsquote |
|-------------------------------|-------------------------------------|---------------------|------------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 20.775 | 117,9 | 107,7 | 109% |
| Lebensmittelhandwerk | 1.675 | 19,3 | 15,4 | 126% |
| Drogerie/ Parfümerie | 4.700 | 21,2 | 14,3 | 148% |
| Apotheke | 900 | 40,5 | 33,3 | 122% |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften | 1.200 | 4,8 | 4,5 | 107% |
| Blumen/ Zoo | 1.650 | 3,7 | 5,8 | 63% |
| kurzfristiger Bedarf | 30.875 | 207,4 | 181,0 | 115% |
| Bekleidung und Zubehör | 33.225 | 98,6 | 32,1 | 307% |
| Schuhe, Lederwaren | 6.625 | 19,4 | 7,9 | 245% |
| Sport/ Freizeit | 8.150 | 28,8 | 6,0 | 482% |
| Spielwaren | 6.475 | 14,4 | 7,3 | 196% |
| Bücher | 1.250 | 5,9 | 5,3 | 110% |
| GPK, Geschenke, Hausrat | 5.950 | 10,2 | 3,9 | 259% |
| Haus-/ Heimtextilien | 4.675 | 9,6 | 4,2 | 231% |
| mittelfristiger Bedarf | 66.350 | 186,9 | 66,8 | 280% |
| Uhren/ Schmuck | 750 | 7,1 | 4,3 | 164% |
| Foto/ Optik | 1.825 | 10,5 | 4,9 | 217% |
| Medien | 3.425 | 34,9 | 19,1 | 183% |
| Elektro/ Leuchten | 3.875 | 15,0 | 9,5 | 159% |
| Teppiche, Bodenbeläge | 2.750 | 4,9 | 1,9 | 259% |
| baumarkt-/gartencenterspezif. | 30.525 | 46,5 | 20,7 | 225% |
| Möbel | 36.325 | 71,4 | 16,9 | 422% |
| Sonstiges | 3.150 | 17,2 | 11,1 | 155% |
| langfristiger Bedarf | 82.575 | 207,5 | 88,3 | 235% |
| Summe | 179.825 | 601,8 | 336,1 | 179% |

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 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016; IfH; www.handelsdaten.de et al.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (2016); 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 | 3.800 | 23,2 | 107,7 | 22% |
| Lebensmittelhandwerk | 625 | 6,9 | 15,4 | 45% |
| Drogerie/ Parfümerie | 2.825 | 12,2 | 14,3 | 85% |
| Apotheke | 425 | 15,2 | 33,3 | 46% |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften | 575 | 2,2 | 4,5 | 50% |
| Blumen/ Zoo | 100 | 0,2 | 5,8 | 4% |
| kurzfristiger Bedarf | 8.350 | 59,9 | 181,0 | 33% |
| Bekleidung und Zubehör | 30.675 | 93,3 | 32,1 | 291% |
| Schuhe, Lederwaren | 4.575 | 13,9 | 7,9 | 175% |
| Sport/ Freizeit | 4.275 | 16,5 | 6,0 | 276% |
| Spielwaren | 3.625 | 7,9 | 7,3 | 107% |
| Bücher | 1.100 | 5,2 | 5,3 | 98% |
| GPK, Geschenke, Hausrat | 2.200 | 3,8 | 3,9 | 96% |
| Haus- und Heimtextilien | 2.350 | 4,8 | 4,2 | 116% |
| mittelfristiger Bedarf | 48.775 | 145,4 | 66,8 | 218% |
| Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik | 2.100 | 16,0 | 9,2 | 174% |
| Medien | 2.150 | 24,3 | 19,1 | 127% |
| Elektro/ Leuchten | 875 | 4,8 | 9,5 | 51% |
| baumarkt-/gartencenterspezif.; Teppiche, Bodenbeläge | 525 | 1,1 | 22,5 | 5% |
| Möbel | 1.575 | 3,1 | 16,9 | 18% |
| Sonstiges | 775 | 2,8 | 11,1 | 25% |
| langfristiger Bedarf | 8.000 | 52,0 | 88,3 | 59% |
| Summe | 65.125 | 257,3 | 336,1 | 77% |

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 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016; IfH;

www.handelsdaten.de et al.; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches

Bundesamt; IfH Köln (2016); eigene Berechnungen



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

| Sortimente | ZVB IS | sonst. ZVB/ NVB/ siL | nicht integriert | Gesamt |
|---|---------------|-------------------------|---------------------|----------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 3.800 | 8.600 | 8.350 | 20.775 |
| Lebensmittelhandwerk | 625 | 700 | 350 | 1.675 |
| Drogerie/ Parfümerie | 2.825 | 750 | 1.125 | 4.700 |
| Apotheke | 425 | *** | *** | 900 |
| PBS/ Zeitungen, Zeitschriften | 575 | 350 | 275 | 1.200 |
| Blumen/ Zoo | 100 | 450 | 1.100 | 1.650 |
| kurzfristiger Bedarf | 8.350 | *** | *** | 30.900 |
| Bekleidung und Zubehör | 30.675 | 650 | 1.925 | 33.225 |
| Schuhe, Lederwaren | 4.575 | *** | *** | 6.625 |
| Sport/ Freizeit | 4.275 | 2.850 | 1.025 | 8.150 |
| Spielwaren | 3.625 | 350 | 2.500 | 6.475 |
| Bücher | 1.100 | *** | *** | 1.250 |
| GPK, Geschenke, Hausrat | 2.200 | 350 | 3.425 | 5.950 |
| Haus- und Heimtextilien | 2.350 | *** | *** | 4.675 |
| mittelfristiger Bedarf | 48.800 | 4.600 | 13.000 | 66.350 |
| Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik | 2.100 | *** | *** | 2.575 |
| Medien | 2.150 | 175 | 1.100 | 3.425 |
| Elektro/ Leuchten | 875 | 450 | 2.550 | 3.875 |
| baumarkt-/gartencenterspezif.; Teppiche, Bodenbeläge | 525 | 2.400 | 30.350 | 33.275 |
| Möbel | 1.575 | 1.925 | 32.825 | 36.325 |
| Sonstiges | 775 | 900 | 1.500 | 3.150 |
| langfristiger Bedarf | 8.000 | *** | *** | 68.700 |
| Summe | 65.125 | 21.775 | 92.925 | 179.825 |

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 und Ergänzungen Stadt Ravensburg/ Experteninterviews 2016



Tab. A - 6: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2030 in Mio. €

| Sortiment | Jahr | 2020 | | 2030 | |
|--------------------------------------|------|--------------|--------------|-------------|------------|
| | | untere Var. | obere Var. | untere Var. | obere Var. |
| Nahrungs-/ Genussmittel | | 110,7 | 115,2 | 108 | 122 |
| Drogerie/ Parfümerie | | 15,0 | 15,6 | 15 | 17 |
| PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften | | 4,6 | 4,8 | 5 | 5 |
| Blumen/ Zoo | | 6,0 | 6,2 | 6 | 7 |
| kurzfristiger Bedarf | | 136,3 | 141,9 | 133 | 150 |
| Bekleidung und Zubehör | | 33,6 | 35,0 | 33 | 37 |
| Schuhe/ Lederwaren | | 8,1 | 8,5 | 8 | 9 |
| Sport/ Freizeit | | 6,3 | 6,6 | 6 | 7 |
| Spielwaren | | 7,8 | 8,1 | 8 | 9 |
| Bücher | | 5,5 | 5,8 | 5 | 6 |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat | | 4,0 | 4,2 | 4 | 4 |
| Haus-/ Heimtextilien | | 4,3 | 4,4 | 4 | 5 |
| mittelfristiger Bedarf | | 69,6 | 72,5 | 68 | 77 |
| Uhren/ Schmuck | | 4,5 | 4,7 | 4 | 5 |
| Foto/ Optik und Zubehör | | 5,1 | 5,3 | 5 | 6 |
| Unterhaltungselektronik/ Neue Medien | | 19,6 | 20,4 | 19 | 22 |
| Elektro/ Leuchten | | 9,8 | 10,2 | 10 | 11 |
| Teppiche, Bodenbeläge | | 1,9 | 2,0 | 2 | 2 |
| baumarkt-/gartencenterspezif. | | 21,4 | 22,3 | 21 | 24 |
| Möbel | | 18,3 | 19,0 | 18 | 20 |
| Sonstiges | | 11,5 | 12,0 | 11 | 13 |
| langfristiger Bedarf | | 92,1 | 95,9 | 90 | 102 |
| Summe | | 298,1 | 310,2 | 292 | 329 |

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

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Stadt Ravensburg; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2016); eigene Berechnungen



Tab. A - 7: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose
 - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

| Sortiment | Jahr | 2020 | | 2030 | |
|--------------------------------------|------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | | untere Var. | obere Var. | untere Var. | obere Var. |
| Nahrungs-/ Genussmittel | | 550 | 1.200 | 100 | 2.200 |
| Drogerie/ Parfümerie | | 200 | 350 | 100 | 600 |
| PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften | | 50 | 100 | 0 | 150 |
| Blumen/ Zoo | | 50 | 100 | 0 | 150 |
| kurzfristiger Bedarf | | 850 | 1.750 | 200 | 3.100 |
| Bekleidung und Zubehör | | --- | 750 | --- | --- |
| Schuhe/ Lederwaren | | 200 | 400 | 50 | 700 |
| Sport/ Freizeit | | --- | --- | --- | --- |
| Spielwaren | | 350 | 600 | 250 | 900 |
| Bücher | | 50 | 100 | 0 | 150 |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat | | 50 | 200 | --- | 350 |
| Haus-/ Heimtextilien | | 100 | 250 | 0 | 500 |
| mittelfristiger Bedarf | | 750 | 2.300 | 300 | 2.600 |
| Uhren/ Schmuck | | 50 | 50 | 0 | 100 |
| Foto/ Optik und Zubehör | | 100 | 150 | 50 | 250 |
| Unterhaltungselektronik/ Neue Medien | | 100 | 200 | 0 | 350 |
| Elektro/ Leuchten | | 150 | 250 | 50 | 450 |
| Teppiche, Bodenbeläge | | 0 | 100 | --- | 150 |
| baumarkt-/gartencenterspezif. | | 1.150 | 2.100 | 450 | 3.550 |
| Möbel | | --- | --- | --- | --- |
| Sonstiges | | 100 | 200 | 50 | 350 |
| langfristiger Bedarf | | 1.650 | 3.050 | 600 | 5.200 |
| Summe | | 3.250 | 7.100 | 1.100 | 10.900 |

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

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 8: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose
 - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

| Sortiment | Jahr | 2020 | | 2030 | |
|--------------------------------------|------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| | | untere Var. | obere Var. | untere Var. | obere Var. |
| Nahrungs-/ Genussmittel | | 550 | 1.200 | 100 | 2.200 |
| Drogerie/ Parfümerie | | 200 | 350 | 100 | 600 |
| PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften | | 50 | 100 | 0 | 150 |
| Blumen/ Zoo | | 350 | 400 | 1.000 | 1.250 |
| kurzfristiger Bedarf | | 1.150 | 2.050 | 1.200 | 4.200 |
| Bekleidung und Zubehör | | --- | 750 | --- | --- |
| Schuhe/ Lederwaren | | 200 | 450 | 50 | 850 |
| Sport/ Freizeit | | --- | --- | --- | --- |
| Spielwaren | | 400 | 600 | 350 | 1.050 |
| Bücher | | 100 | 150 | 200 | 350 |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat | | 50 | 200 | --- | 350 |
| Haus-/ Heimtextilien | | 100 | 400 | 0 | 900 |
| mittelfristiger Bedarf | | 850 | 2.550 | 600 | 3.500 |
| Uhren/ Schmuck | | 50 | 50 | 50 | 150 |
| Foto/ Optik und Zubehör | | 100 | 150 | 50 | 300 |
| Unterhaltungselektronik/ Neue Medien | | 200 | 300 | 350 | 700 |
| Elektro/ Leuchten | | 250 | 400 | 450 | 900 |
| Teppiche, Bodenbeläge | | 0 | 100 | --- | 150 |
| baumarkt-/gartencenterspezif. | | 1.150 | 3.150 | 450 | 7.350 |
| Möbel | | --- | --- | --- | --- |
| Sonstiges | | 250 | 350 | 450 | 800 |
| langfristiger Bedarf | | 2.000 | 4.500 | 1.800 | 10.350 |
| Summe | | 4.000 | 9.100 | 3.600 | 18.050 |

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

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 9: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose
 - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

| Sortiment | Jahr | 2020 | | 2030 | |
|--------------------------------------|------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| | | untere Var. | obere Var. | untere Var. | obere Var. |
| Nahrungs-/ Genussmittel | | --- | 600 | --- | --- |
| Drogerie/ Parfümerie | | 100 | 250 | --- | 50 |
| PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften | | 0 | 50 | --- | 0 |
| Blumen/ Zoo | | 250 | 300 | 750 | 950 |
| kurzfristiger Bedarf | | 350 | 1.200 | 750 | 1.000 |
| Bekleidung und Zubehör | | --- | --- | --- | --- |
| Schuhe/ Lederwaren | | 0 | 200 | --- | 100 |
| Sport/ Freizeit | | --- | --- | --- | --- |
| Spielwaren | | 200 | 400 | --- | 300 |
| Bücher | | 50 | 100 | 50 | 200 |
| GPK/ Geschenke/ Hausrat | | --- | 50 | --- | --- |
| Haus-/ Heimtextilien | | 0 | 250 | --- | 350 |
| mittelfristiger Bedarf | | 250 | 1.000 | 50 | 950 |
| Uhren/ Schmuck | | 50 | 50 | 0 | 50 |
| Foto/ Optik und Zubehör | | 50 | 100 | --- | 100 |
| Unterhaltungselektronik/ Neue Medien | | 100 | 200 | --- | 300 |
| Elektro/ Leuchten | | 150 | 250 | 0 | 400 |
| Teppiche, Bodenbeläge | | --- | 0 | --- | --- |
| baumarkt-/gartencenterspezif. | | 250 | 2.100 | --- | 3.550 |
| Möbel | | --- | --- | --- | --- |
| Sonstiges | | 150 | 250 | 100 | 400 |
| langfristiger Bedarf | | 750 | 2.950 | 100 | 4.800 |
| Summe | | 1.350 | 5.150 | 900 | 6.750 |

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

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen