



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Verträglichkeitsuntersuchung zur Erweiterung des Gänsbühl-Centers in der Innenstadt von Ravensburg

Ableitung verträglicher Verkaufsflächenobergrenzen

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

Bearbeiter:

Dr. rer.pol. Donato Acocella

Dr. rer.pol. Urs Christoph Fürst

Lörrach, 30.10.2015

INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. METHODIK	3
2.1 VORGEHENSWEISE.....	3
2.2 METHODIK ZUR ERMITTLUNG POTENZIELLER RAUMORDNERISCH RELEVANTER AUSWIRKUNGEN: WORST-CASE-ANSATZ.....	5
3. MÖGLICHE ERWEITERUNGEN DES GÄNSBÜHL-CENTERS: BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE ECKDATEN	6
4. EINZUGSBEREICH, KERNWIRKUNGSBEREICH UND UNTERSUCHUNGSGEMEINDEN	9
5. ERMITTLUNG DER IST-SITUATION	11
5.1 ANGEBOTS-SITUATION	11
5.2 STÄDTEBAULICHE IST-SITUATION	12
5.3 NACHFRAGE	13
5.4 IST-SITUATION IN DEN ZU UNTERSUCHENDEN GEMEINDEN	13
5.4.1 Teil-Oberzentrum Ravensburg.....	14
5.4.2 Teil-Oberzentrum Friedrichshafen	15
5.4.3 Teil-Oberzentrum Weingarten	16
5.4.4 Mittelzentrum Bad Saulgau	17
5.4.5 Mittelzentrum Bad Waldsee.....	18
5.4.6 Mittelzentrum Wangen im Allgäu.....	19
5.4.7 Unterzentrum Markdorf	20
5.4.8 Unterzentrum Tettnang	21
5.4.9 Kleinzentrum Meckenbeuren.....	22
5.4.10 Gemeinde Amtzell	23
5.4.11 Gemeinde Baienfurt	23
5.4.12 Gemeinde Baidt	24
5.4.13 Gemeinde Berg	24
5.4.14 Gemeinde Bodnegg.....	25
5.4.15 Gemeinde Grünkraut	25
5.4.16 Gemeinde Horgenzell.....	26
5.4.17 Gemeinde Oberteuringen.....	26
5.4.18 Gemeinde Schlier.....	27
5.4.19 Gemeinde Vogt	27
5.4.20 Gemeinde Waldburg	28
5.4.21 Gemeinde Wolpertswende.....	28
6. ABLEITUNG MÖGLICHER ERWEITERUNGSSPIELRÄUME VOR DEM HINTERGRUND DES BEEINTRÄCHTIGUNGSVERBOTS	29
6.1 KAUFKRAFTSTRÖME IN DER IST-SITUATION	29
6.2 VORGEHEN BEI EINER ÜBLICHEN VERTRÄGLICHKEITSUNTERSUCHUNG: UMSATZ- UMVERTEILUNGEN BEI REALISIERUNG EINES PLANVORHABENS	30
6.3 VORLIEGEND GEWÄHLTES VORGEHEN: UMSATZUMVERTEILUNGEN VON MAX. 7%	31
6.4 MAXIMAL VERTRÄGLICHE VERKAUFSFLÄCHENERWEITERUNGEN IM GÄNSBÜHL-CENTER	32



6.5 UMVERTEILUNGEN BEI AUSSCHÖPFEN DER MAXIMAL VERTRÄGLICHEN VERKAUFS- FLÄCHENERWEITERUNGEN IM GÄNSBÜHL-CENTER	33
7. BEURTEILUNG DES ERWEITERTEN VORHABENS VOR DEM HINTERGRUND DER NACHFRAGE IM VERFLECHTUNGSBEREICH (KONGRUENZGEBOT)	49
8. ERGEBNIS	52

TABELLEN- UND KARTENVERZEICHNIS:

Tab. 1: Einzelhandelsbestand Gänsbühl-Center: Verkaufsflächen auf 25 m ² gerundet .	7
Tab. 2: Ist-Situation in Ravensburg - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	14
Tab. 3: Ist-Situation in Friedrichshafen - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	15
Tab. 4: Ist-Situation in Weingarten - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	16
Tab. 5: Ist-Situation in Bad Saulgau - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	17
Tab. 6: Ist-Situation in Bad Waldsee - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	18
Tab. 7: Ist-Situation in Wangen im Allgäu - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	19
Tab. 8: Ist-Situation in Markdorf - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	20
Tab. 9: Ist-Situation in Tettnang - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	21
Tab. 10: Ist-Situation in Meckenbeuren - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	22
Tab. 11: Ist-Situation in Amtzell - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	23
Tab. 12: Ist-Situation in Baienfurt - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	23
Tab. 13: Ist-Situation in Baidt - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	24
Tab. 14: Ist-Situation in Berg - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent.....	24
Tab. 15: Ist-Situation in Bodnegg - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent...	25

Tab. 16: Ist-Situation in Grünkraut - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	25
Tab. 17: Ist-Situation in Horgenzell - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent	26
Tab. 18: Ist-Situation in Oberteuringen - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent	26
Tab. 19: Ist-Situation in Schlier - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent	27
Tab. 20: Ist-Situation in Vogt - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	27
Tab. 21: Ist-Situation in Waldburg - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent	28
Tab. 22: Ist-Situation in Wolpertswende - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m ² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent	28
Tab. 23: Mit dem Beeinträchtigungsverbot vereinbare maximale Verkaufsflächen- erweiterungen im Gänsbühl-Center in den zentrenrelevanten Sortiments- bereichen: Verkaufsflächenobergrenzen in m ²	33
Tab. 24: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center aus- gelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Ravensburg insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	35
Tab. 25: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center aus- gelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt Ravensburg: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	36
Tab. 26: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center aus- gelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Ravensburg außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (kurz- fristiger Bedarfsbereich): Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	37
Tab. 27: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center aus- gelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Friedrichshafen insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	37
Tab. 28: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center aus- gelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt Friedrichshafen: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	38
Tab. 29: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center aus- gelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Weingarten insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	39
Tab. 30: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center aus- gelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt Weingarten: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	40



Tab. 31: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Bad Saulgau insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	41
Tab. 32: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Bad Waldsee insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	42
Tab. 33: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Wangen im Allgäu insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	43
Tab. 34: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt Wangen im Allgäu: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	43
Tab. 35: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Markdorf insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	44
Tab. 36: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Tettnang insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	45
Tab. 37: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Meckenbeuren insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	46
Tab. 38: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Baienfurt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	47
Tab. 39: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Oberteuringen: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	47
Tab. 40: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Vogt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent	48
Tab. 41: Verkaufsflächen und Umsatz des Gänsbühl-Centers bei Ausschöpfen der maximalen mit dem Beeinträchtigungsverbot vereinbaren Verkaufsflächen-erweiterungen in Relation zur Kaufkraft in der Stadt (kurzfristiger Bedarfsbereich) bzw. im Mittelbereich Ravensburg/ Weingarten (mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich): Verkaufsflächenobergrenzen in m ² , Umsatz und Kaufkraft in Mio. €, Relationen in Prozent.....	51
Karte 1: Kernwirkungsbereich und Untersuchungsgemeinden - schematische 20- und 30-Minuten-Isochrone.....	10



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

In der Innenstadt des Teil-Oberzentrums Ravensburg (rd. 49.200 Einwohner¹) soll das Gänsbühl-Center aufgewertet werden². Neben der Wiederbelegung des Lebensmittelmarktes soll dabei auch eine Ausdehnung der Verkaufsfläche (VKF) erfolgen. Zunächst waren dabei ausschließlich Erweiterungen im Sortimentsbereich Bekleidung vorgesehen (Gesamtfläche mit Bekleidungsartikeln bis zu 4.560 m² VKF³).

Auch wenn für den Standort ein Kerngebiet ausgewiesen ist, in dem grundsätzlich Einzelhandel, auch großflächig, ohne jede Beschränkung zulässig ist, dürfen von einem Vorhaben keine Beeinträchtigungen ausgehen. Dementsprechend hatte das Büro Dr. Acocella im September 2014 eine Stellungnahme zu dieser geplanten Erweiterung des Gänsbühl-Centers abgegeben⁴.

Im Rahmen eines Termins beim Regierungspräsidium Tübingen am 12.11.2014 wurde vereinbart, diese Stellungnahme um eine explizite Überprüfung der Verträglichkeit der geplanten Erweiterung im Bereich Bekleidung auf der Grundlage der Ableitung von Umverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel außerhalb der Innenstadt von Ravensburg⁵ zu ergänzen. Hierzu hatte das Büro Dr. Acocella im Februar 2015 eine Stellungnahme erarbeitet, in der vorrangig die Umverteilungen gegen die benachbarten zentralen Orte sowie deren Zentren dargestellt wurden⁶.

Im Ergebnis wurde festgehalten, dass die vorgesehene Erweiterung im Sortimentsbereich Bekleidung dem Beeinträchtigungsverbot entspricht.

Anlässlich der geplanten Aufwertung soll darüber hinaus der Durchführungsvertrag im Nachgang um sortimentsweise Verkaufsflächenobergrenzen für die zentrenrele-

¹ Sämtliche Einwohnerangaben vom Statistischen Landesamt, Stand 31.12.2014.

² Folgende Angaben von Herrn Rossing, Rosco, u.a. bei Gesprächen am 24.07. und 19.08.2014.

³ Auskunft der Stadt Ravensburg vom 16.09.2014.

⁴ Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung: Gutachterliche Kurzstellungnahme zur Erweiterung des Gänsbühl-Centers in der Innenstadt von Ravensburg - Beurteilung vor dem Hintergrund der Ziele der Regional- und Landesplanung, Lörrach, September 2014.

⁵ Vgl. zum Beeinträchtigungsverbot LEP Baden-Württemberg 2002: Plansatz 3.3.7.1 (Z), Satz 2 sowie Plansatz 3.3.7.2 (Z), Satz 1 sowie - auf dieser Grundlage - Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Ziff. 3.2.2; vgl. auch Regionalverband Bodensee Oberschwaben: Text zum Kapitel Einzelhandelsgroßprojekte, Plansatz 3 (Ziel). Da der Standort innerhalb der Innenstadt von Ravensburg liegt, sind Umverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt als Wettbewerbswirkungen anzusehen; vgl. Büro Dr. Acocella, a.a.O., S. 5.

⁶ Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung: Gutachterliche Kurzstellungnahme zur Erweiterung des Gänsbühl-Centers in der Innenstadt von Ravensburg - Beurteilung der Erweiterung im Bereich Bekleidung vor dem Hintergrund des Beeinträchtigungsverbots (Ergänzung zur Stellungnahme vom September 2014), Lörrach, Februar 2015.



vanten Sortimente ergänzt werden. Die Einhaltung dieser Obergrenzen soll - wie schon bisher - per Baulast gesichert werden. Hierdurch soll eine flexible Angebotsstruktur ermöglicht werden, wie Sie bei einem Einkaufszentrum wie dem Gänsbühl-Center sinnvoll erscheint. Bei einem solchen Flexibilisierungsansatz werden für die einzelnen Sortimentsgruppen jeweils Obergrenzen festgesetzt, die in der Summe deutlich über die mögliche Gesamtverkaufsfläche, die beim Gänsbühl-Centers durch seine bauliche Kubatur beschränkt wird, hinausgehen können.

Durch den Flexibilisierungsansatz wird nicht bei jeder zukünftig vorgesehenen Veränderung im Gänsbühl-Center eine Änderung des B-Plans oder des Durchführungsvertrags (bzw. die Prüfung einer möglichen Befreiung) erforderlich.

Die Stadt Ravensburg hat das Büro Dr. Acocella beauftragt, diese Obergrenzen aus den verbindlichen Zielen der Regional- und Landesplanung abzuleiten.

Nicht weiter thematisiert wird im vorliegenden Gutachten die Einhaltung von Konzentrationsgebot und Integrationsgebot:

- Angesichts der Einstufung von Ravensburg als Oberzentrum (gemeinsam mit der Nachbarstadt Weingarten und der Stadt Friedrichshafen) ist die Voraussetzung für die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten erfüllt⁷.
- Angesichts der Lage in der Innenstadt von Ravensburg ist das Integrationsgebot⁸ erfüllt.

Somit ist lediglich zu untersuchen, ob bei Realisierung der entsprechend dem Beeinträchtigungsverbot⁹ verträglichen Erweiterungen auch das Kongruenzgebot¹⁰ eingehalten wird.

In der vorliegenden Stellungnahme ebenfalls nicht thematisiert wird der für die Beurteilung des Vorhabens vor dem Hintergrund der städtebaulichen Ziele der Stadt Ravensburg relevante Aspekt, dass der Standort innerhalb der im Einzelhandelskonzept abgegrenzten Innenstadt liegt.

⁷ LEP Baden-Württemberg 2002: Plansatz 3.3.7 (Z), Satz 1.

⁸ LEP Baden-Württemberg 2002: Plansatz 3.3.7.2 (Z), Satz 2.

⁹ LEP Baden-Württemberg 2002: Plansatz 3.3.7.1 (Z), Satz 2 sowie Plansatz 3.3.7.2 (Z), Satz 1.

¹⁰ LEP Baden-Württemberg 2002: Plansatz 3.3.7.1 (Z), Satz 1.



2. METHODIK

Auch wenn ein bestehendes Vorhaben wie vorliegend lediglich erweitert wird, ist sowohl im Hinblick auf Konzentrations- und Integrationsgebot als auch hinsichtlich des Kongruenzgebots auf das Gesamtvorhaben abzustellen.

- Für die Beurteilung spielt es keine Rolle, ob die Erweiterung für sich betrachtet unter der Grenze zur Großflächigkeit bleibt: Das Vorhaben ist insgesamt als Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen¹¹.
- Beim Kongruenzgebot muss entsprechend der höchstrichterlichen Rechtsprechung somit das gesamte Vorhaben hinsichtlich seiner Dimension überprüft werden.
- Lediglich beim Beeinträchtigungsverbot ist zu berücksichtigen, dass die Kaufkraft zum Bestand bereits fließt; für diesen haben die Anpassungen der Kaufkraftströme bereits stattgefunden¹²: Umverteilungen - und damit potenziell wesentliche Auswirkungen - werden nur durch die Erweiterung ausgelöst.

2.1 Vorgehensweise

Grundlage für die Ermittlung potenzieller städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen eines Vorhabens **bei üblichen Verträglichkeitsuntersuchungen** ist dessen Umsatz. Dieser wiederum hängt zum einen von der Größe des Vorhabens (VKF) und zum anderen von der anzusetzenden Flächenleistung ab. Die Flächenleistung hängt dabei auch von den im Vorhaben zu erwartenden Sortimenten ab.

Da die Auswirkungen branchenbezogen zu ermitteln sind¹³, muss das zu untersuchende Sortimentskonzept eine hinreichende Differenzierung aufweisen: Für das Sortimentskonzept bedeutet dies, dass jedes Sortiment einzeln in seiner Dimensionierung aufzuführen ist. Um dem Erfordernis der Bestimmtheit zu genügen, sollten in einem B-Plan (und entsprechend auch in einem Durchführungsvertrag) ausschließlich Sortimente festgesetzt werden.

Nicht relevant ist hingegen der Betriebstyp: Da sich dieser einer planungsrechtlichen Festsetzung u.E. entzieht, kann er auch keine Grundlage für die Ermittlung der Aus-

¹¹ Vgl. dazu z.B. BVerwG: Urteil vom 24.11.05, Az. 4 C 10/ 04, Rn. 32 und BVerwG: Beschluss vom 29.11.05, Az. 4 B 72/ 05, Rn. 6.

¹² Vgl. auch OVG NRW: Urteil vom 06.11.08, Az. 10 A 2601/07.

¹³ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 05.09.97, Az. 7 A 2902/93 (in BauR 3/98, S. 309ff.); OVG Frankfurt (Oder): Urteil 16.12.98, Az. 3 B 116/98 (in NWZ 1999 Heft 4, S. 434f.).



wirkungen darstellen. Im Übrigen erfolgen Auswirkungen vorrangig sortimentsbezogen: Wettbewerb findet betriebstypenübergreifend statt¹⁴.

Zu beachten ist weiterhin, dass in einem B-Plan (und entsprechend auch in einem Durchführungsvertrag) nur das Sortimentskonzept tragfähig festgesetzt werden kann, welches einer Wirkungsanalyse unterzogen wurde: Das für die Beurteilung zugrunde gelegte Sortimentskonzept ist wesentliche Grundlage sämtlicher abgeleiteten Aussagen zur raumordnerischen Verträglichkeit eines Vorhabens¹⁵. Sofern ein von diesem Konzept abweichendes Vorhaben realisiert werden soll, ist eine erneute Prüfung erforderlich.

Daraus ergibt sich, dass das zu entwickelnde und zu untersuchende Sortimentskonzept hinreichend differenziert darzustellen ist. Dennoch sollte es genug Flexibilität aufweisen, um im B-Plan (bzw. hier im Durchführungsvertrag) auch Festsetzungen zu treffen, die den Betreibern - soweit verträglich - ausreichend Spielräume eröffnen. Allerdings sind dabei die Steuerungsabsichten der Stadt Ravensburg zu berücksichtigen: Wünsche zu untersuchen, die beispielsweise aus städtebaulichen Gründen gar nicht umgesetzt werden sollen, wäre nicht zielführend.

Im Gegensatz zu diesem Vorgehen bei üblichen Verträglichkeitsuntersuchungen wurde **für die vorliegende Aufgabenstellung** beim Abstimmungstermin am 14.11.2014 ein umgekehrtes Vorgehen vereinbart: In einem iterativen Prozess wurde ermittelt, bei welchen Verkaufsflächenzuwachsen im Gänsbühl-Center in den einzelnen Sortimentsgruppen eine Unverträglichkeit gerade noch nicht erreicht wird.

Dabei wurde nicht der im Einzelhandelserlass für eine Verletzung des Beeinträchtigungsverbots genannte Anhaltswert einer Umverteilung von ca. 10%¹⁶ herangezogen, sondern der auch in einem anderen Verfahren vom RP Tübingen akzeptierte Wert von 7%, unterhalb dem wesentliche negative Auswirkungen auszuschließen sind.

Dabei ist zu beachten, dass durch den zugrunde gelegten worst-case-Ansatz (vgl. Kap. 2.2) die abgeleiteten Umverteilungen ohnehin eine obere Grenze darstellen.

Im Ergebnis werden die sortimentsweise verträglichen Obergrenzen dargestellt.

¹⁴ Anders ließe sich beispielsweise gar nicht erklären, warum es im Lebensmitteleinzelhandel in den vergangenen Jahrzehnten zu dem erheblichen Bedeutungsgewinn der Discounter bei gleichzeitigem Bedeutungsverlust der Supermärkte kam.

¹⁵ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 07.12.00, Az. 7a D 60/99.NE.

¹⁶ Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Ziff. 3.2.2.3.



Bei diesem Vorgehen ergeben sich sortimentsweise verträgliche Maximalflächen, die in der Summe deutlich über die insgesamt mögliche Verkaufsfläche hinausgehen können. Damit wird durch den Durchführungsvertrag kein starres Sortimentskonzept (bei dem die Verkaufsfläche bis auf den letzten Quadratmeter auf Sortimente verteilt wird) vorgegeben.

Für das so abgeleitete, mit dem Beeinträchtigungsverbot vereinbare Sortimentskonzept wurde überprüft, ob bei dessen Realisierung auch das Kongruenzgebot eingehalten wird. Dabei ist, wie einleitend dargestellt, nicht nur auf die Erweiterung, sondern auf den gesamten zukünftigen Bestand abzustellen.

2.2 Methodik zur Ermittlung potenzieller raumordnerisch relevanter Auswirkungen: worst-case-Ansatz

Um im Zweifelsfall eine tragfähige Basis für die Aussagen zu erhalten, wurden in mehrfacher Hinsicht jeweils die - aus Sicht des "Vorhabens" - nachteiligeren Annahmen zugrunde gelegt (**worst-case-Ansatz**):

1. Die durch die Erweiterung erzielten Umsätze wurden in der Tendenz eher zu hoch angesetzt. Zur Vermeidung von Unterbewertungen wurden für die Flächenleistungen obere Werte unterstellt.
2. Für den Untersuchungsbereich wurde ein hoher Umsatzanteil von 90% unterstellt; Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Untersuchungsbereichs (Streuumsätze) wurden überwiegend als Potenzialreserve behandelt. Die Nichtberücksichtigung dieser Kundenpotenziale verschärft die ermittelten Auswirkungen.
3. Die Zahl der Untersuchungsgemeinden wurde bewusst gering gehalten: Jede zusätzliche Untersuchungsgemeinde reduziert die ermittelten Auswirkungen. Dabei wurden die ermittelten Auswirkungen weiter dadurch verstärkt, dass nicht der gesamte Haupteinzugsbereich für die Umsatzherkunft angenommen wurde, sondern lediglich das Kernwirkungsgebiet mit den Untersuchungsgemeinden.
4. Es wurde unterstellt, dass sich die Umsatzumverteilungen auf die Untersuchungsgemeinden konzentrieren.
5. Für die Planumsätze wurde unterstellt, dass sich diese allein aus Verdrängungen gegen vorhandenen Einzelhandel speisen - und nicht aus zusätzlichen, bisher nicht im Einzelhandel verausgabten Budgets oder aus Zusatzeinkommen, die durch die Erweiterungen erzeugt werden.



6. Mögliche Kundenzuführungseffekte wurden weder für die Gesamtstadt noch für die Innenstadt von Ravensburg berücksichtigt. Dies stellt zwar lediglich aus Sicht der Standortgemeinde einen worst case dar, konterkariert aber dennoch nicht den auch aus Sicht der Nachbargemeinden in den vorangegangenen Punkten aufgeführten worst-case-Ansatz¹⁷.

So kann insgesamt davon ausgegangen werden, dass die ermittelten Wirkungen eine obere Grenze darstellen. Der worst-case-Ansatz soll die mit Prognosen immanent verbundenen Unsicherheiten minimieren¹⁸ und damit mögliche Unterbewertungen der potenziellen Auswirkungen vermeiden.

3. MÖGLICHE ERWEITERUNGEN DES GÄNSBÜHL-CENTERS: BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE ECKDATEN

Insgesamt verfügt das Gänsbühl-Center derzeit über eine mögliche Verkaufsfläche von bis zu 10.000 m². Eine Obergrenze für die Gesamtverkaufsfläche ist im B-Plan nicht festgesetzt und ergibt sich auch nicht als Summe der bislang sortimentsweise zulässigen Verkaufsflächen. Die Verkaufsfläche wird aber durch die zulässige bauliche Kubatur des Gänsbühl-Centers beschränkt. Eine - eher geringfügige - Erhöhung der maximal möglichen Gesamtverkaufsfläche erscheint beispielsweise bei Optimierung der Lagerhaltung innerhalb der zulässigen Kubatur möglich.

Wichtig ist, dabei auf die Verkaufsflächendefinition hinzuweisen. *"In die Verkaufsfläche einzubeziehen sind alle Flächen, die vom Kunden betreten werden können oder die er - wie bei einer Fleischtheke mit Bedienung durch Geschäftspersonal - einsehen, aber aus hygienischen und anderen Gründen nicht betreten darf. Dabei kommt es nicht auf den Standort der Kassen an, so dass auch der Bereich, in den die Kunden nach der Bezahlung der Waren gelangen, einzubeziehen ist. Nicht zur Verkaufs-*

¹⁷ Aus Sicht der Standortgemeinde stehen den durch ein Vorhaben ausgelösten Umverteilungen (nicht berücksichtigte) zusätzliche Umsätze der bestehenden Einzelhandelsbetriebe gegenüber. Aus Sicht der Nachbarkommunen bedeuten diese Zusatzumsätze des bestehenden Einzelhandels in Ravensburg hingegen weitere Umsatzverluste. Auch wenn diese kaum zu quantifizieren sind, lässt sich feststellen, dass hierdurch der in den vorangegangenen Punkten aufgeführte worst-case-Ansatz auch aus Sicht der übrigen Untersuchungsgemeinden dennoch nicht konterkariert wird.

¹⁸ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 02.10.13, Az. 7 D 18/13.NE, Rn. 85 mit Verweisen auf andere Urteile in Rn. 86 sowie bereits OVG NRW: Urteil vom 07.12.00, Az. 7a D 60/99.NE; in anderem Zusammenhang auch BVerwG: Beschluss vom 17.07.08 (Az. 9 B 15/08).



fläche gehören dagegen die reinen Lagerflächen und abgetrennte Bereiche, in denen beispielsweise die Waren zubereitet und portioniert werden.“¹⁹

In Tab. 1 ist der aktuell im Februar 2015 ermittelte Einzelhandelsbestand im Gänsbühl-Center dargestellt.

Tab. 1: Einzelhandelsbestand Gänsbühl-Center: Verkaufsflächen auf 25 m² gerundet

Sortimentsgruppe	VKF
Nahrungs-/ Genussmittel	50
Lebensmittelhandwerk	25
Drogerie/ Parfümerie	400
Apotheken	---
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften	25
Blumen/ Zoo	0
kurzfristiger Bedarf	500
Bekleidung und Zubehör	2.150
Schuhe/ Lederwaren	25
Sport/ Freizeit	275
Spielwaren	125
Bücher	150
Glas/ Porzellan/ Keramik (GPK)/ Geschenke/ Haushaltswaren/ Bestecke	---
Haus-/ Heimtextilien	---
mittelfristiger Bedarf	2.725
Uhren/ Schmuck	---
Foto/ Optik	100
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	1.225
Elektro/ Leuchten	900
Teppiche/ Bodenbeläge; bau-/ gartencenterspez. Sort.; Möbel; Sonstiges	---
langfristiger Bedarf	2.225
insgesamt	5.450

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

---: kein Angebot vorhanden

Quelle: eigene Erhebung Februar 2015; eigene Berechnungen

Da für die Auswirkungen eines Vorhabens nicht die Verkaufsflächen, sondern die auf diesen zu erwartenden Umsätze entscheidend sind, sind auch beim hier gewählten Vorgehen (vgl. Kap. 2.1) Flächenleistungen zugrunde zu legen: Wird der gerade mit einer Umverteilung von maximal 7% vereinbare Planumsatz durch die Flächenleistung dividiert, so ergibt sich die maximal verträgliche zusätzliche Verkaufsfläche.

¹⁹ BVerwG: Pressemitteilung 63/ 2005 zu Urteilen vom 24.11.05 Az. 4 C 10.04 + 14.04 + 3.05 + 8.05.



Um eine tragfähige Grundlage zu schaffen, ist dabei ein worst-case-Ansatz zu verfolgen (vgl. Kap. 2.2). Dennoch bedeutet der gerichtlich geforderte worst-case-Ansatz nicht, dass nicht auch noch höhere Flächenleistungen denkbar (und in der Realität auch erreichbar) sein können: Es soll lediglich vermieden werden, dass durch den Ansatz zu niedriger Werte eine nur scheinbare Verträglichkeit der Erweiterungen abgeleitet wird. Dabei ist stets zu berücksichtigen, dass planungsrechtlich - wenn schon keine Betriebstypen festgesetzt werden können - erst recht keine bestimmten Betreiber festgesetzt (oder verhindert) werden können.

Für die einzelnen Sortimentsbereiche wurden vor diesem Hintergrund die folgenden Flächenleistungen zugrunde gelegt:

- Nahrungs-/ Genussmittel: 5.000 €/ m² VKF,
- Lebensmittelhandwerk: 10.000 €/ m² VKF,
- Drogerie/ Parfümerie: 4.500 €/ m² VKF,
- Apotheke: 20.000 €/ m² VKF,
- Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften: 4.000 €/ m² VKF,
- Blumen/ Zoo: 2.000 €/ m² VKF,
- Bekleidung: 4.000 €/ m² VKF,
- Schuhe/ Lederwaren: 3.500 €/ m² VKF,
- Sport/ Freizeit: 3.200 €/ m² VKF,
- Spielwaren: 3.000 €/ m² VKF,
- Bücher: 5.800 €/ m² VKF,
- Glas/ Porzellan/ Keramik/ Geschenke/ Haushaltswaren/ Bestecke: 2.700 €/ m² VKF,
- Haus-/ Heimtextilien: 2.000 €/ m² VKF,
- Uhren/ Schmuck: 12.500 €/ m² VKF,
- Foto/ Optik: 7.000 €/ m² VKF,
- Unterhaltungselektronik/ Neue Medien: 6.500 €/ m² VKF,
- Elektro/ Leuchten (v.a. Elektrokleingeräte): 7.000 €/ m² VKF.

Die nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereiche sind nicht zu untersuchen, da in diesen Bereichen keine Begrenzung erfolgen soll: Ohnehin ist nicht zu erwarten, dass an diesem Standort in der Ravensburger Innenstadt nicht zentrenrelevante Angebote in größerem Umfang angesiedelt werden sollen.



4. EINZUGSBEREICH, KERNWIRKUNGSBEREICH UND UNTERSUCHUNGSGEMEINDEN

Für die Ermittlung potenzieller Auswirkungen eines Vorhabens ist dessen Einzugsbereich entscheidend. Dieser ist sortimentsbezogen unterschiedlich einzuschätzen: Beim kurzfristigen Bedarf ist von einem vorrangig lokalen Einzugsbereich, bei den Angeboten des mittel-/ langfristigen Bedarfs von einem regionalen auszugehen.

Vom gesamten Einzugsbereich eines Vorhabens zu unterscheiden ist der Kernwirkungsbereich: Bestimmte Teilräume können a priori anhand von Analogieschlüssen ausgeschlossen werden, da in diesen die Wirkungen mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit nur noch marginal sind. Umgekehrt können auch Gemeinden außerhalb des Einzugsbereichs von den Erweiterungen im Gänsbühl-Center betroffen werden.

Des Weiteren ist eine Begrenzung der zu untersuchenden Gemeinden anzustreben, womit dem Anspruch eines worst-case-Ansatzes Rechnung getragen wird, da die Auswirkungen auf rechnerisch weniger Gemeinden konzentriert werden als dies in der Realität der Fall sein wird (vgl. Kap. 2.2).

- Je mehr Gemeinden in die Untersuchung einbezogen werden, desto geringer ist die auf jede einzelne entfallende Wirkung ("Verdünnungseffekt").
- In den Untersuchungsgemeinden sollte ein Angebot im Bereich der untersuchungsrelevanten Sortimente zu erwarten sein - ansonsten können diese von den Erweiterungen im Gänsbühl-Center nicht betroffen sein.
- Den Untersuchungsgemeinden sollte eine entsprechende landes- bzw. regionalplanerische Versorgungsaufgabe überhaupt zukommen, die Auswirkungen relevant erscheinen lässt.

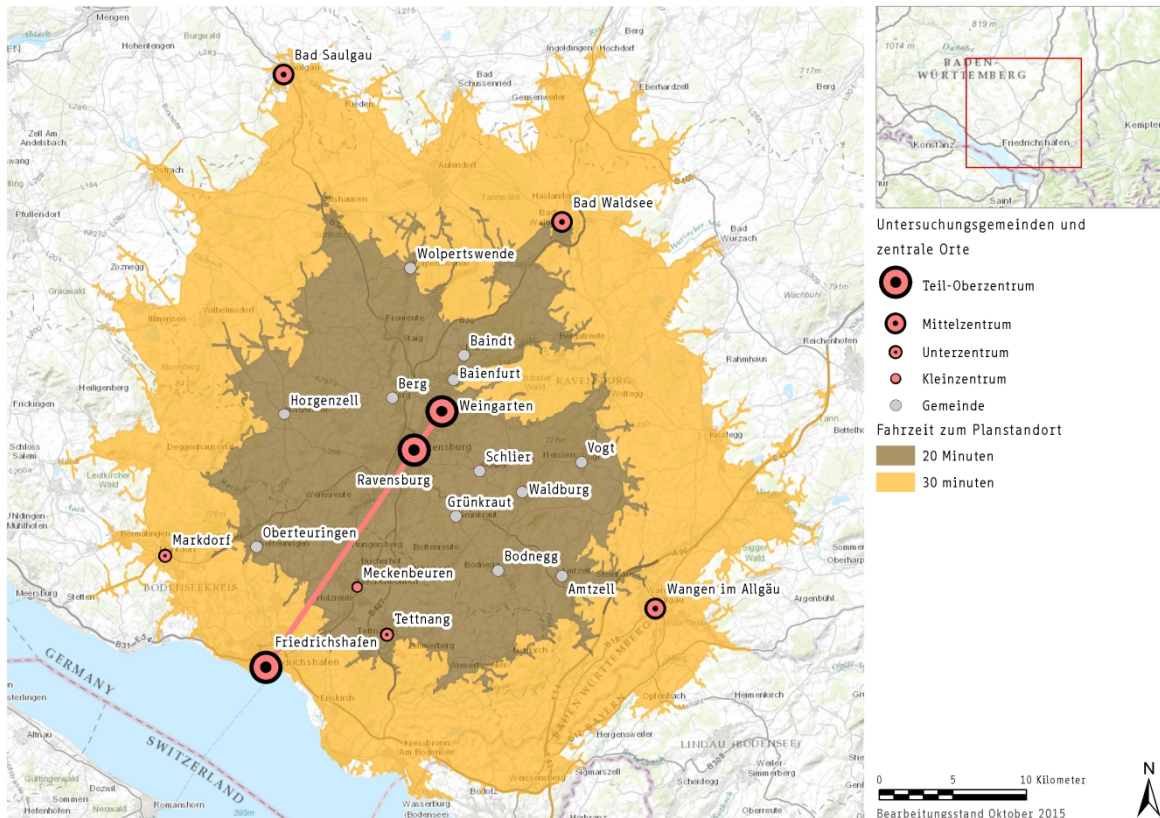
Dementsprechend wurden in die Verträglichkeitsuntersuchung

- für die Angebote im kurzfristigen Bedarfsbereich sämtliche Gemeinden in einem 20-Minuten-Radius (Fahrzeit mit dem Pkw) einbezogen;
- für die Angebote des mittel-/ langfristigen Bedarfs wurde eine Begrenzung auf die zentralen Orte ab der Stufe Unterzentrum in einem 30-Minuten-Radius (Fahrzeit mit dem Pkw) vorgenommen. Zusätzlich wurde das mögliche künftige Unterzentrum Meckenbeuren (derzeit Kleinzentrum) in die Untersuchung mit einbezogen.

Diese Aspekte sind in der folgenden Karte dargestellt.



Karte 1: Kernwirkungsbereich und Untersuchungsgemeinden - schematische 20- und 30-Minuten-Isochrone



Quelle: eigene Darstellung, Esri, HERE, DeLorme, TomTom, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community; GeoBasis-DE / BKG 2015

Für ähnlich weit entfernte Kommunen lässt sich ableiten, dass in diesen keine höheren Auswirkungen zu erwarten sind, weil durch die Einbeziehung einer zusätzlichen Untersuchungsstadt der Verdünnungseffekt dazu führt, dass die Wirkungen auf jede einzelne Untersuchungsgemeinde reduziert werden.

Für weiter entfernte Gemeinden lässt sich ableiten, dass dort keine stärkeren Auswirkungen zu erwarten sind.

In beiden Teilbereichen wurde vor dem Hintergrund des worst-case-Ansatzes unterstellt (vgl. Kap. 2.2), dass jeweils 90% des Planumsatzes aus dem jeweiligen Kernwirkungsbereich mit den zu untersuchenden Gemeinden entstammen.



5. ERMITTLUNG DER IST-SITUATION

5.1 Angebots-Situation

Wesentlicher Bestimmungsfaktor für die städtebauliche wie auch für die raumordnerische Verträglichkeit ist die durch ein Planvorhaben bzw. im vorliegenden Fall durch Erweiterungen im Gänsbühl-Center induzierte Umsatzumverteilung. Deshalb bedarf es einer entsprechenden angebotsbezogenen Analyse der Ist-Situation in den zu untersuchenden Gemeinden im Bereich der zu untersuchenden Sortimente.

Der sachgerechten Darstellung der Ist-Situation im Einzugsbereich kommt in einem raumordnerischen Verfahren wie auch in einem B-Plan-Verfahren eine Schlüsselrolle zu, wobei von den Gerichten inzwischen hohe Anforderungen an die Aktualität der Daten (gemessen am Zeitpunkt des Satzungsbeschlusses) gestellt werden²⁰. Die aktuelle Angebotssituation im untersuchungsrelevanten Einzelhandel in den zu untersuchenden Gemeinden ist wesentlicher Ausgangspunkt für die Ermittlung der potenziellen Umsatzumverteilungen. Für die Bewertung der potenziellen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind jedoch weitere Parameter, wie z.B. die städtebauliche Ist-Situation und die sonstige funktionale Situation, insbesondere der jeweiligen Innenstadt/ des jeweiligen Ortszentrums, von Bedeutung. Auseinandersetzungen über die Ergebnisse von entsprechenden Untersuchungen setzen regelmäßig an den Basisdaten an.

Da entsprechend den Anforderungen verschiedener Urteile zu differenzieren ist, welche Teile der Städte betroffen sind - insbesondere ist darzustellen, in welchem Ausmaß Innenstädte (und möglicherweise auch weitere zentrale (Versorgungs-)Bereiche) von Auswirkungen betroffen sind²¹ -, muss die Bestandserfassung der **Verkaufsflächen lagebezogen** erfolgen (zentrale Versorgungsbereiche, weitere zentrale Bereiche²², sonstige integrierte und nicht integrierte Standorte).

Dafür erfolgte - anders als für die Stellungnahme zur Verträglichkeit der vorgesehenen Erweiterung im Bereich Bekleidung vom Februar 2015 - ein Rückgriff auf die für den

²⁰ Vgl. z.B. OVG Koblenz: Urteil vom 15.11.2010, Az. 1 C 10320/09.OVG, Juris-Rn. 97 (auch Rn. 103) sowie OVG Koblenz: Urteil vom 15.11.2010, Az. 1 C 10403/09.OVG, Juris-Rn. 85 (auch Rn. 96).

²¹ Vgl. z.B. OVG Rheinland-Pfalz: Entscheidung vom 25.04.01, Az. 8 A 11441/00; OVG NRW: Urteil vom 07.12.00, Az. 7a D 60/99.NE.

²² Diese sind insbesondere im Hinblick auf die verbrauchernahe Versorgung von Bedeutung.



Regionalverband Bodensee Oberschwaben ermittelten Einzelhandelsdaten.

- Das Einzelhandelsangebot in den Teil-Oberzentren Ravensburg, Friedrichshafen und Weingarten, in den Mittelzentren Bad Saulgau, Bad Waldsee und Wangen im Allgäu, in den Unterzentren Markdorf und Tettnang sowie im möglichen Unterzentrum Meckenbeuren wurde im Zeitraum Ende Februar bis Anfang April 2015 mittels einer flächendeckenden²³ Begehung sortimentscharf²⁴ erhoben.
- Hinsichtlich des Einzelhandelsangebotes in Amtzell, Baienfurt, Baidt, Berg, Bodnegg, Grünkraut, Horgenzell, Oberteuringen, Schlier, Vogt, Waldburg und Wolperts- wende wurde den Kommunen - soweit Ansprechpartner vorlagen - im April 2015 eine Auflistung der jeweiligen im Februar 2008 erhobenen Betriebe mit Kern- sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und der großflächigen Betriebe aus dem Jahr 2008 zugesandt²⁵. Die Ansprechpartner in den Kommunen - Bürgermeister, Haupt- amtsleiter, Leiter der Bauverwaltung o.Ä. - wurden diesbezüglich um eine Aktuali- sierung des Bestandes - Schließungen, Neuansiedlung oder Umnutzungen - gebeten. Antworten mit entsprechenden Bestandsaktualisierungen kamen aus den Kommunen Amtzell, Baidt, Berg, Bodnegg, Grünkraut und Oberteuringen; diese wurden in die vorliegenden Daten eingepflegt.

Auf Basis der erfassten Verkaufsflächendaten wurden die derzeit erzielten **Umsätze** für alle Kommunen auf der Grundlage verfügbarer sortiments- und betreiberbezoge- ner Daten zur Leistungsfähigkeit und der Vor-Ort-Erkenntnisse errechnet.

In diesem Kapitel sind die auf dieser Grundlage ermittelten Umsätze dargestellt.

5.2 Städtebauliche Ist-Situation

Die funktionale Sensibilität der Innenstädte/ Ortszentren (und weiterer zentraler (Versorgungs-)Bereiche) gegenüber zusätzlichem Wettbewerb von außerhalb dieser hängt nicht nur vom derzeitigen Einzelhandelsbestand und dem Ausmaß der Erweite- rungen im Gänsbühl-Center ab, sondern wird auch vom aktuellen städtebaulich-funk-

²³ Dafür wurde jede Straße begangen/ durchfahren.

²⁴ Die Sortimente in den Betrieben werden - anders als beim Schwerpunktprinzip - nicht dem dort vorhandenen Hauptsortiment zugerechnet, sondern einzeln aufgeführt. Mit dieser Methode werden Randsortimente, die im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle spielen, in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt.

²⁵ Keine Ansprechpartner lagen in Schlier und Vogt vor.



tionalen Zustand bestimmt. Dieser qualitative Aspekt ist nicht quantitativ operationalisierbar.

Da eine entsprechende Analyse für das vorliegende Gutachten nicht erfolgte, wurde für die Ableitung der verträglichen Erweiterungen unterstellt, dass die Umverteilungen höchstens ein Ausmaß von 7% erreichen dürfen (vgl. Kap. 2.1 u. 6.3): In diesem Fall sind wesentliche negative städtebauliche Auswirkungen auszuschließen.

5.3 Nachfrage

Die Nachfrage in verschiedenen regionalen Bezugsräumen wird aus dem einzelhandelsrelevanten Einkommen der Bevölkerung ermittelt. Da die Einkommen regional verschieden sind, wird diese potenzielle Nachfrage anhand von Kaufkraftkennziffern der IFH Köln, welche die lokalen und regionalen Einkommensunterschiede in Bezug auf den Bundesdurchschnitt ausdrücken, entsprechend korrigiert²⁶. Für die zu untersuchenden Sortimente wird das theoretisch abschöpfbare Kaufkraftpotenzial in den verschiedenen regionalen Bezugsräumen dargestellt.

Als regionale Bezugsräume relevant sind dabei

- die Stadt Ravensburg als Standortgemeinde,
- der Mittelbereich Ravensburg/ Weingarten im Hinblick auf das Kongruenzgebot (vgl. Kap. 7)
- und die zu untersuchenden Gemeinden (vgl. Kap. 4 sowie 5.4).

5.4 Ist-Situation in den zu untersuchenden Gemeinden

Aus dem Vergleich von Umsatz und Kaufkraft ergeben sich Bindungsquoten/ Zentralitäten als Indikatoren für die jeweilige örtliche **Versorgungssituation** und damit auch für die Wahrnehmung der jeweiligen (zentral)örtlichen Funktion.

Das auf die in Kap. 5.1 dargestellte Weise erfasste Angebot wird in den folgenden Tabellen sortimentspezifisch und gemeindeweise mit Verkaufsfläche und Umsatz dargestellt. In der gleichen Sortimentsgliederung werden die Nachfrage und die Bindungsquoten/ Zentralitäten dargestellt.

Darüber hinaus erfolgt beim Angebot zusätzlich eine Darstellung der Verteilung auf Innenstadt und sonstige zentrale (Versorgungs-)Bereiche (z.B. Stadtteilzentren),

²⁶ IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2015.



sonstige integrierte Lagen mit Bezug zu Wohnbebauung (z.B. Nahversorgungsstandorte, die keine zentralen (Versorgungs-)Bereiche darstellen²⁷) und nicht integrierte Standorte (vorrangig Gewerbegebiete bzw. gewerblich geprägte Gebiete).

5.4.1 Teil-Oberzentrum Ravensburg

In Tab. 2 ist die Ist-Situation für die Standortgemeinde Ravensburg dargestellt.

Tab. 2: Ist-Situation in Ravensburg - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile			Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	ZB	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	19.250	9%	7%	84%	107,0	103,7	103%
Lebensmittelhandwerk	1.675	35%	6%	59%	18,8	15,0	125%
Drogerie/ Parfümerie	4.375	57%	2%	41%	20,3	13,8	147%
Apotheken	900	48%	4%	48%	39,1	31,4	125%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	1.200	41%	8%	52%	4,7	4,5	106%
Blumen/ Zoo	1.625	5%	1%	94%	3,6	5,8	62%
kurzfristiger Bedarf	29.000	20%	5%	74%	193,5	174,2	111%
Bekleidung und Zubehör	31.925	92%	0%	8%	97,8	31,1	314%
Schuhe/ Lederwaren	6.450	68%	0%	32%	18,2	7,7	238%
Sport/ Freizeit	8.075	52%	0%	48%	16,3	5,6	291%
Spielwaren	5.425	43%	0%	56%	13,5	6,5	206%
Bücher	1.200	86%	0%	14%	5,2	5,4	97%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	5.700	34%	0%	66%	9,3	3,7	250%
Haus-/ Heimtextilien	4.550	49%	2%	50%	9,3	4,0	235%
mittelfristiger Bedarf	63.325	72%	0%	28%	169,6	64,0	265%
Uhren/ Schmuck	700	99%	0%	1%	6,9	4,1	170%
Foto/ Optik	1.825	75%	0%	25%	10,7	4,7	227%
Medien	3.550	66%	0%	34%	35,7	18,8	190%
Elektro/ Leuchten	3.975	25%	0%	75%	15,2	8,8	173%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	10.075	54%	0%	46%	68,5	36,4	188%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	73.400	69%	0%	30%	238,1	100,4	237%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 IS = Innenstadt ZB = sonstige zentrale Bereiche

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015);
 Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

²⁷ Vgl. BVerwG: Urteil vom 17.12.09, Az. 4 C 2.08.



5.4.2 Teil-Oberzentrum Friedrichshafen

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation für Friedrichshafen (rd. 58.400 Einwohner) dargestellt.

Tab. 3: Ist-Situation in Friedrichshafen - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile			Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	ZB	Rest			
Bekleidung und Zubehör	15.775	81%	3%	16%	49,5	37,8	131%
Schuhe/ Lederwaren	3.775	75%	0%	25%	10,3	9,3	110%
Sport/ Freizeit	5.175	33%	8%	59%	11,7	6,8	172%
Spielwaren	3.050	9%	1%	89%	7,9	7,9	100%
Bücher	1.475	65%	0%	35%	6,1	6,5	93%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	6.175	9%	5%	86%	8,4	4,5	186%
Haus-/ Heimtextilien	3.675	15%	6%	79%	7,5	4,8	156%
mittelfristiger Bedarf	39.075	50%	4%	46%	101,3	77,6	130%
Uhren/ Schmuck	425	87%	0%	13%	4,2	5,0	85%
Foto/ Optik	1.650	43%	16%	41%	8,0	5,7	141%
Medien	3.575	15%	3%	82%	34,2	22,8	150%
Elektro/ Leuchten	4.725	1%	6%	93%	18,7	10,6	176%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	10.375	16%	6%	78%	65,1	44,2	147%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	49.450	43%	4%	53%	166,4	121,8	137%

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik IS = Innenstadt ZB = sonstige zentrale Bereiche
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015);
 Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.3 Teil-Oberzentrum Weingarten

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation für Weingarten (rd. 23.900 Einwohner) dargestellt.

Tab. 4: Ist-Situation in Weingarten - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	11.350	29%	71%	67,1	47,9	140%
Lebensmittelhandwerk	425	67%	33%	5,5	6,9	79%
Drogerie/ Parfümerie	2.075	46%	54%	10,5	6,2	170%
Apotheken	525	64%	36%	17,2	15,2	114%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	400	58%	43%	1,7	2,0	86%
Blumen/ Zoo	1.000	17%	83%	2,2	2,7	80%
kurzfristiger Bedarf	15.775	33%	67%	104,3	80,9	129%
Bekleidung und Zubehör	3.375	76%	24%	8,6	13,9	62%
Schuhe/ Lederwaren	1.000	81%	19%	2,5	3,4	74%
Sport/ Freizeit	3.600	13%	87%	6,8	2,5	271%
Spielwaren	1.500	26%	74%	3,9	2,9	132%
Bücher	275	55%	45%	1,5	2,4	61%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	1.000	56%	44%	1,3	1,6	77%
Haus-/ Heimtextilien	675	21%	79%	1,3	1,8	74%
mittelfristiger Bedarf	11.450	45%	55%	25,8	28,7	90%
Uhren/ Schmuck	150	100%	0%	1,5	1,8	85%
Foto/ Optik	475	92%	8%	4,1	2,1	195%
Medien	725	14%	86%	7,0	8,5	83%
Elektro/ Leuchten	375	22%	78%	1,6	3,9	41%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	1.750	44%	56%	14,3	16,3	87%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	13.200	45%	55%	40,1	45,0	89%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik IS = Innenstadt durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.4 Mittelzentrum Bad Saulgau

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation für Bad Saulgau (rd. 17.200 Einwohner) dargestellt.

Tab. 5: Ist-Situation in Bad Saulgau - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	Rest			
Bekleidung und Zubehör	5.450	53%	47%	12,9	9,9	130%
Schuhe/ Lederwaren	2.025	56%	44%	4,6	2,5	186%
Sport/ Freizeit	650	23%	77%	1,6	1,8	88%
Spielwaren	1.725	9%	91%	3,8	2,1	179%
Bücher	300	80%	20%	1,6	1,7	93%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	3.125	37%	63%	3,0	1,2	255%
Haus-/ Heimtextilien	1.225	2%	98%	2,0	1,3	156%
mittelfristiger Bedarf	14.500	40%	60%	29,4	20,4	144%
Uhren/ Schmuck	125	100%	0%	1,0	1,3	80%
Foto/ Optik	650	78%	22%	3,2	1,5	212%
Medien	1.050	26%	74%	7,9	6,1	130%
Elektro/ Leuchten	1.575	20%	80%	5,0	2,8	178%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	3.400	36%	64%	17,0	11,6	146%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	17.900	39%	61%	46,4	32,1	145%

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik IS = Innenstadt

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.5 Mittelzentrum Bad Waldsee

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation für Bad Waldsee (rd. 19.800 Einwohner) dargestellt.

Tab. 6: Ist-Situation in Bad Waldsee - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile			Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	ZB	Rest			
Bekleidung und Zubehör	4.225	79%	0%	21%	11,5	12,1	95%
Schuhe/ Lederwaren	1.200	94%	0%	6%	3,3	3,0	111%
Sport/ Freizeit	1.075	7%	0%	93%	2,8	2,2	127%
Spielwaren	750	20%	5%	75%	2,0	2,5	77%
Bücher	275	80%	0%	20%	1,4	2,1	69%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	2.125	40%	3%	57%	2,1	1,4	149%
Haus-/ Heimtextilien	475	35%	0%	65%	1,0	1,6	62%
mittelfristiger Bedarf	10.150	58%	1%	41%	24,0	24,8	97%
Uhren/ Schmuck	150	63%	0%	38%	1,6	1,6	103%
Foto/ Optik	425	85%	0%	15%	2,2	1,8	121%
Medien	675	8%	0%	92%	5,9	7,3	81%
Elektro/ Leuchten	1.225	5%	0%	95%	3,7	3,4	109%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	2.475	23%	0%	77%	13,5	14,1	95%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	12.600	51%	1%	48%	37,5	38,9	96%

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik IS = Innenstadt ZB = sonstige zentrale Bereiche
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015);
 Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.6 Mittelzentrum Wangen im Allgäu

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation für Wangen im Allgäu (rd. 26.700 Einwohner) dargestellt.

Tab. 7: Ist-Situation in Wangen im Allgäu - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile			Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	ZB	Rest			
Bekleidung und Zubehör	5.950	61%	1%	38%	17,0	16,2	105%
Schuhe/ Lederwaren	2.100	47%	0%	53%	5,7	4,0	143%
Sport/ Freizeit	3.025	2%	0%	98%	7,6	2,9	262%
Spielwaren	1.550	58%	1%	41%	3,6	3,4	105%
Bücher	475	94%	0%	6%	2,3	2,8	83%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	1.325	44%	3%	53%	1,6	1,9	85%
Haus-/ Heimtextilien	850	39%	0%	61%	1,5	2,1	74%
mittelfristiger Bedarf	15.250	45%	1%	54%	39,4	33,3	118%
Uhren/ Schmuck	400	94%	0%	6%	3,3	2,1	156%
Foto/ Optik	800	77%	0%	23%	4,3	2,4	175%
Medien	975	37%	0%	63%	8,0	9,8	82%
Elektro/ Leuchten	1.200	21%	0%	79%	3,8	4,6	83%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	3.350	48%	0%	52%	19,4	18,9	102%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	18.625	46%	1%	54%	58,8	52,2	113%

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik IS = Innenstadt ZB = sonstige zentrale Bereiche
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015);
 Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.7 Unterzentrum Markdorf

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation für Markdorf (rd. 13.500 Einwohner) dargestellt.

Tab. 8: Ist-Situation in Markdorf - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	Rest			
Bekleidung und Zubehör	3.400	86%	14%	9,0	9,6	93%
Schuhe/ Lederwaren	900	100%	0%	2,3	2,4	100%
Sport/ Freizeit	1.250	58%	42%	2,8	1,7	162%
Spielwaren	1.075	54%	46%	2,7	2,0	134%
Bücher	150	100%	0%	0,8	1,6	48%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	850	31%	69%	1,0	1,1	89%
Haus-/ Heimtextilien	300	42%	58%	0,6	1,2	52%
mittelfristiger Bedarf	7.975	71%	29%	19,3	19,7	98%
Uhren/ Schmuck	50	100%	0%	0,4	1,3	29%
Foto/ Optik	425	99%	1%	2,1	1,5	146%
Medien	250	80%	20%	2,6	5,8	44%
Elektro/ Leuchten	1.000	1%	99%	3,0	2,7	112%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	1.750	40%	60%	8,1	11,2	72%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	9.700	66%	34%	27,3	30,9	88%

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik IS = Innenstadt

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.8 Unterzentrum Tettngang

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation für Tettngang (rd. 18.500 Einwohner) dargestellt.

Tab. 9: Ist-Situation in Tettngang - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	Rest			
Bekleidung und Zubehör	4.200	48%	52%	10,9	12,4	87%
Schuhe/ Lederwaren	1.400	78%	22%	3,4	3,1	113%
Sport/ Freizeit	925	63%	37%	2,1	2,2	94%
Spielwaren	625	26%	74%	1,8	2,6	69%
Bücher	250	98%	2%	1,4	2,1	64%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	1.850	28%	72%	1,8	1,5	121%
Haus-/ Heimtextilien	600	51%	49%	1,2	1,6	78%
mittelfristiger Bedarf	9.850	50%	50%	22,6	25,5	89%
Uhren/ Schmuck	150	100%	0%	1,2	1,7	71%
Foto/ Optik	375	66%	34%	3,0	1,9	157%
Medien	1.050	5%	95%	7,7	7,5	102%
Elektro/ Leuchten	1.825	0%	100%	5,1	3,5	147%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	3.400	13%	87%	16,9	14,5	117%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	13.225	41%	59%	39,5	40,1	99%

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik IS = Innenstadt

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.9 Kleinzentrum Meckenbeuren

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation im möglichen Unterzentrum Meckenbeuren (rd. 13.000 Einwohner) dargestellt.

Tab. 10: Ist-Situation in Meckenbeuren - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	5.875	6%	94%	31,2	27,3	114%
Lebensmittelhandwerk	225	13%	87%	3,0	3,9	77%
Drogerie/ Parfümerie	625	4%	96%	2,6	3,6	71%
Apotheken	75	100%	0%	5,6	8,4	67%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	100	10%	90%	0,4	1,2	34%
Blumen/ Zoo	175	0%	100%	0,5	1,5	30%
kurzfristiger Bedarf	7.100	7%	93%	43,3	45,9	94%
Bekleidung und Zubehör	1.100	38%	62%	2,9	8,1	36%
Schuhe/ Lederwaren	100	95%	5%	0,3	2,0	16%
Sport/ Freizeit	400	0%	100%	0,8	1,5	54%
Spielwaren	325	66%	34%	0,8	1,7	46%
Bücher	50	0%	100%	0,2	1,4	17%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	400	77%	23%	0,3	1,0	36%
Haus-/ Heimtextilien	150	39%	61%	0,3	1,0	30%
mittelfristiger Bedarf	2.525	44%	56%	5,7	16,7	34%
Uhren/ Schmuck	0	100%	0%	0,0	1,1	4%
Foto/ Optik	50	92%	8%	0,4	1,2	30%
Medien	25	0%	100%	0,2	4,9	4%
Elektro/ Leuchten	300	69%	31%	0,8	2,3	36%
zu untersuchende Sort. des langfr. Bedarfs	375	68%	32%	1,4	9,5	15%
zu untersuchende Sort. mittel-/ langfr. Bedarf	2.900	47%	53%	7,2	26,2	27%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik IS = Innenstadt durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Erhebungen Februar bis April 2015; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IfH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.10 Gemeinde Amtzell

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 unter Berücksichtigung der Rückmeldung der Gemeinde für Amtzell (rd. 4.125 Einwohner) dargestellt.

Tab. 11: Ist-Situation in Amtzell - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		OM	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	1.925	6%	94%	8,6	9,0	95%
Lebensmittelhandwerk	150	16%	84%	2,2	1,3	166%
Drogerie/ Parfümerie	100	0%	100%	0,3	1,2	25%
Apotheken	25	100%	0%	2,7	2,6	103%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	50	14%	86%	0,2	0,4	51%
Blumen/ Zoo	125	0%	100%	0,3	0,5	64%
kurzfristiger Bedarf	2.375	7%	93%	14,3	15,1	94%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren OM = Ortsmitte (kein zentraler Versorgungsbereich) durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; Rückmeldung Gemeinde; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

5.4.11 Gemeinde Baienfurt

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 für Baienfurt (rd. 7.050 Einwohner) dargestellt.

Tab. 12: Ist-Situation in Baienfurt - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		OM	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	3.925	7%	93%	14,8	14,6	101%
Lebensmittelhandwerk	150	45%	55%	1,9	2,1	92%
Drogerie/ Parfümerie	1.000	0%	100%	4,8	1,9	251%
Apotheken	50	100%	0%	5,4	4,5	120%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	100	52%	48%	0,4	0,6	60%
Blumen/ Zoo	150	12%	88%	0,5	0,8	55%
kurzfristiger Bedarf	5.375	9%	91%	27,8	24,6	113%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren OM = Ortsmitte (kein zentraler Versorgungsbereich) durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.12 Gemeinde Baidt

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 unter Berücksichtigung der Rückmeldung der Gemeinde für Baidt (rd. 5.025 Einwohner) dargestellt.

Tab. 13: Ist-Situation in Baidt - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		OM	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	150	100%	0%	0,8	10,6	8%
Lebensmittelhandwerk	25	50%	50%	0,7	1,5	46%
Drogerie/ Parfümerie	50	100%	0%	0,2	1,4	15%
Apotheken	50	100%	0%	3,4	3,2	106%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	0	100%	0%	0,0	0,5	3%
Blumen/ Zoo	25	0%	100%	0,1	0,6	13%
kurzfristiger Bedarf	300	87%	13%	5,2	17,8	29%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren OM = Ortsmitte (kein zentraler Versorgungsbereich) durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; Rückmeldung Gemeinde; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

5.4.13 Gemeinde Berg

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 unter Berücksichtigung der Rückmeldung der Gemeinde für Berg (rd. 4.100 Einwohner) dargestellt.

Tab. 14: Ist-Situation in Berg - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	400	1,6	9,2	17%
Lebensmittelhandwerk	50	0,8	1,3	62%
Drogerie/ Parfümerie	25	0,1	1,3	8%
Apotheken	25	2,7	2,6	104%
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschr.	0	0,0	0,4	0%
Blumen/ Zoo	25	0,1	0,5	13%
kurzfristiger Bedarf	550	5,3	15,4	34%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; Rückmeldung Gemeinde; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.14 Gemeinde Bodnegg

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 unter Berücksichtigung der Rückmeldung der Gemeinde für Bodnegg (rd. 3.100 Einwohner) dargestellt.

Tab. 15: Ist-Situation in Bodnegg - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	1.350	4,9	6,2	78%
Lebensmittelhandwerk	75	0,6	0,9	62%
Drogerie/ Parfümerie	100	0,3	0,8	35%
Apotheken	0	0,0	2,0	0%
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschr.	25	0,1	0,3	45%
Blumen/ Zoo	50	0,1	0,4	33%
kurzfristiger Bedarf	1.600	5,9	10,5	56%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; Rückmeldung Gemeinde; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

5.4.15 Gemeinde Grünkraut

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 unter Berücksichtigung der Rückmeldung der Gemeinde für Grünkraut (rd. 3.025 Einwohner) dargestellt.

Tab. 16: Ist-Situation in Grünkraut - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		OM	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	1.075	6%	94%	4,2	6,2	67%
Lebensmittelhandwerk	100	10%	90%	1,6	0,9	184%
Drogerie/ Parfümerie	50	19%	81%	0,2	0,8	21%
Apotheken	25	100%	0%	2,7	1,9	141%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	75	10%	90%	0,4	0,3	134%
Blumen/ Zoo	400	0%	100%	0,9	0,4	263%
kurzfristiger Bedarf	1.725	7%	93%	10,0	10,5	95%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren OM = Ortsmitte (kein zentraler Versorgungsbereich)
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; Rückmeldung Gemeinde; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.16 Gemeinde Horgenzell

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 für Horgenzell (rd. 5.150 Einwohner) dargestellt.

Tab. 17: Ist-Situation in Horgenzell - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	475	2,4	10,6	23%
Lebensmittelhandwerk	100	2,1	1,5	136%
Drogerie/ Parfümerie	50	0,2	1,4	13%
Apotheken	50	3,4	3,4	101%
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschr.	100	0,5	0,4	120%
Blumen/ Zoo	125	0,3	0,6	56%
kurzfristiger Bedarf	875	8,9	17,9	50%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

5.4.17 Gemeinde Oberteuringen

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 unter Berücksichtigung der Rückmeldung der Gemeinde für Oberteuringen (rd. 4.550 Einwohner) dargestellt.

Tab. 18: Ist-Situation in Oberteuringen - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	1.800	11,5	9,8	117%
Lebensmittelhandwerk	100	0,7	1,4	49%
Drogerie/ Parfümerie	175	1,1	1,3	80%
Apotheken	25	3,4	2,9	117%
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschr.	125	0,6	0,4	139%
Blumen/ Zoo	75	0,4	0,6	73%
kurzfristiger Bedarf	2.300	17,6	16,5	107%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; Rückmeldung Gemeinde; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.18 Gemeinde Schlier

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 für Schlier (rd. 3.825 Einwohner) dargestellt.

Tab. 19: Ist-Situation in Schlier - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	125	0,4	8,1	5%
Lebensmittelhandwerk	75	0,8	1,2	70%
Drogerie/ Parfümerie	0	0,0	1,1	0%
Apotheken	0	0,0	2,4	0%
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschr.	0	0,0	0,4	12%
Blumen/ Zoo	0	0,0	0,5	0%
kurzfristiger Bedarf	200	1,2	13,6	9%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

5.4.19 Gemeinde Vogt

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 für Vogt (rd. 4.450 Einwohner) dargestellt.

Tab. 20: Ist-Situation in Vogt - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		IS	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	1.875	1%	99%	7,6	9,2	82%
Lebensmittelhandwerk	125	88%	12%	1,9	1,3	146%
Drogerie/ Parfümerie	75	0%	100%	0,3	1,2	26%
Apotheken	75	100%	0%	5,4	2,8	190%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	75	24%	76%	0,3	0,4	73%
Blumen/ Zoo	75	0%	100%	0,2	0,5	43%
kurzfristiger Bedarf	2.300	9%	91%	15,7	15,4	102%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren IS = Innenstadt

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



5.4.20 Gemeinde Waldburg

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 für Waldburg (rd. 3.150 Einwohner) dargestellt.

Tab. 21: Ist-Situation in Waldburg - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	375	1,9	6,8	29%
Lebensmittelhandwerk	100	2,4	1,0	246%
Drogerie/ Parfümerie	25	0,1	0,9	14%
Apotheken	25	3,4	2,0	169%
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschr.	25	0,1	0,3	36%
Blumen/ Zoo	0	0,0	0,4	0%
kurzfristiger Bedarf	525	8,0	11,3	70%

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

5.4.21 Gemeinde Wolpertswende

In der folgenden Tabelle ist die Ist-Situation 2008 für Wolpertswende (rd. 4.025 Einwohner) dargestellt.

Tab. 22: Ist-Situation in Wolpertswende - untersuchungsrelevante Sortimente: VKF auf 25 m² gerundet, Umsätze und Kaufkraft in Mio. €, Lageanteile und Bindungsquoten in Prozent

Sortiment	VKF	VKF-Anteile		Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
		OM	Rest			
Nahrungs-/ Genussmittel	300	65%	35%	1,3	8,4	15%
Lebensmittelhandwerk	50	56%	44%	1,9	1,2	158%
Drogerie/ Parfümerie	100	31%	69%	0,3	1,1	27%
Apotheken	0	100%	0%	2,7	2,6	105%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	0	100%	0%	0,0	0,4	6%
Blumen/ Zoo	50	0%	100%	0,1	0,5	21%
kurzfristiger Bedarf	525	53%	47%	6,4	14,2	45%

PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren OM = Ortsmitte (kein zentraler Versorgungsbereich)
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen

Quelle: Erhebungen Februar 2008; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



6. ABLEITUNG MÖGLICHER ERWEITERUNGSSPIELRÄUME VOR DEM HINTERGRUND DES BEEINTRÄCHTIGUNGSVERBOTS

Nach dem Beeinträchtigungsverbot darf ein Einzelhandelsgroßprojekt

- das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskernes sowie
- die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen²⁸.

Bereits an dieser Stelle ist festzuhalten, dass angesichts der Lage in der Innenstadt das Beeinträchtigungsverbot bezüglich der Standortgemeinde eingehalten ist: Umverteilungen stellen Wettbewerbswirkungen dar.

6.1 Kaufkraftströme in der Ist-Situation

Im ersten Arbeitsschritt wurden die derzeitigen Kaufkraftströme modellhaft auf Grundlage eines auf die örtlichen Gegebenheiten angepassten Gravitationsmodells abgeleitet. Das Gravitationsmodell wird wesentlich durch folgende Eingangswerte determiniert:

- *Sortimentsbezogen vorhandene Kaufkraft im Untersuchungsraum,*
- *sortimentsbezogen vorhandenes Angebot im Untersuchungsraum und*
- *anhand einer GIS-gestützten Distanzanalyse ermittelte Fahrzeiten zwischen sämtlichen Wohn- und Einzelhandelsstandorten in den zu untersuchenden Gemeinden.*

Die Ermittlung der Eingangsgrößen Nachfrage und Angebot wurde bereits dargestellt (Kap. 5.1 und 5.3 sowie insbes. Tab. 2ff., S. 14ff.). Für die Fahrzeiten wurde eine Zeitdistanz-Matrix erstellt, die die jeweiligen Entfernungen zwischen den Wohnorten und den einzelnen Einzelhandelsstandorten (Fahrminuten) umfasst²⁹: Die Neigung, einen Ort als Einkaufsort aufzusuchen, hängt ab von der relativen Attraktivität des Standortes gegenüber dem Wohnort und alternativen Einkaufsorten sowie von der jeweils zu überwindenden relativen Entfernung.

Die abgeleiteten relativen Kaufkraftflüsse sind als statistische Wahrscheinlichkeitsaussagen zu verstehen, wobei die Modellparameter so gesetzt wurden, dass die derzeit an den Einzelhandelsstandorten erzielten Umsätze aus den an den Wohnorten vor-

²⁸ Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Ziff. 3.2.2 auf Grundlage LEP Plansatz 3.3.7.1 und 3.3.7.2 (jeweils Ziel).

²⁹ Quelle: google maps.



handenen Kaufkraftpotenzialen unter Berücksichtigung der Entfernung möglichst gut erklärt werden.

6.2 Vorgehen bei einer üblichen Verträglichkeitsuntersuchung: Umsatzumverteilungen bei Realisierung eines Planvorhabens

Ausgehend von den auf dieser Basis für die Ist-Situation berechneten Kaufkraftströmen werden bei einer üblichen Verträglichkeitsuntersuchung die durch ein Planvorhaben induzierten Kaufkraftumlenkungen mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelt: Als neuer Attraktionspunkt zieht das Planvorhaben Teile der vorhandenen Kaufkraft auf sich. In der Summe *müssen* diese auf das Planvorhaben gerichteten Kaufkraftflüsse die zugrunde gelegten Planumsätze ergeben: Grundsätzlich muss davon ausgegangen werden, dass ein neues Planvorhaben seinen Planumsatz auch erreicht. (Es wird mithin nicht argumentiert, dass auf Grund beispielsweise der regionalen Wettbewerbssituation nur unterdurchschnittliche Flächenleistungen erreichbar seien.)

Die Kaufkraftströme zum Planvorhaben bedeuten für die Untersuchungsgemeinden - außer für Ravensburg selbst - bzw. für die einzelnen Einzelhandelsstandorte - außer für die Innenstadt von Ravensburg - jeweils Verluste bei den Kaufkraftzuflüssen bzw. erhöhte Abflüsse. Bei vergleichbaren Verfahren und auch bei Gerichtsverfahren hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass *nicht* die Kaufkraftabschöpfung, sondern die **Umsatzumverteilung** die wesentliche Beurteilungsgrundlage bilden muss:

- Welcher Teil der Kaufkraft aus einer Gemeinde zum Planvorhaben fließt, ist unter raumordnerischen Aspekten nicht von Bedeutung: Dies könnte allenfalls einen Hinweis auf mögliche Umsatzumverteilungen und durch diese ausgelöste Folgewirkungen geben.
- Deshalb werden *ausschließlich* die in einer Gemeinde bzw. in deren zentralen Versorgungsbereichen zu erwartenden Umsatzumverteilungen dargestellt. Diese ergeben sich aus der Minderung des Verbleibs an den einzelnen Einzelhandelsstandorten sowie der Zuflüsse zu diesem, also aus der Summe aller Veränderungen der Kaufkraftströme.

Die Modellrechnungen werden dabei für jedes Sortiment und für das gesamte Planvorhaben durchgeführt, um auch Summeneffekte zu berücksichtigen.



Aus dem Maß der Umsatzumverteilung gegen den bestehenden Einzelhandel in den zu untersuchenden Gemeinden bzw. an den relevanten Einzelhandelsstandorten werden die durch das Planvorhaben induzierten möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Wirkungen abgeleitet und bewertet.

Das Maß der Umsatzumverteilung je Untersuchungsgemeinde bzw. je Einzelhandelsstandort ist eine wirtschaftliche Größe. Dennoch wurde bislang in den meisten Gutachten wie auch von den Gerichten davon ausgegangen, dass diese Umverteilungen ab einer bestimmten relativen und/ oder absoluten Größenordnung als Indiz für **städtebauliche Wirkungen** angesehen werden können³⁰.

Die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen bezieht sich zum einen auf die jeweiligen Innenstädte/ Ortszentren sowie auf evtl. vorhandene weitere zentrale (Versorgungs-)Bereiche. Zum anderen sind hierunter auch Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung gefasst, wobei hierfür die Umverteilungswirkungen auf die Gemeinde insgesamt als Indiz herangezogen werden.

Ebenfalls auf die gesamte Gemeinde beziehen sich die Aussagen zu den möglichen **raumordnerischen Wirkungen**. Hier stehen vor allem die jeweilige (zentral-)örtliche Funktion und deren zukünftige Entwicklung unter Berücksichtigung der zu erwartenden Wirkungen des Planvorhabens im Fokus der Bewertung³¹.

Die **abschließende Bewertung** des Planvorhabens muss beide Bewertungsmerkmale für jede Untersuchungsgemeinde berücksichtigen.

6.3 Vorliegend gewähltes Vorgehen: Umsatzumverteilungen von max. 7%

Dem hier gewählten Vorgehen entsprechend wurde der im vorigen Kapitel dargestellte Schritt "rückwärts gegangen": Es wurde interpoliert, bei welchem zusätzlichen Umsatz im Gänsbühl-Center in einer der zu untersuchenden Gemeinden bzw. in einem der zentralen (Versorgungs-)Bereiche in diesen eine Umverteilung von maximal 7%

³⁰ Der Einzelhandelserlass nennt bei zentrenrelevanten Sortimenten hierfür einen Anhaltswert von ca. 10% (Ziff. 3.2.2.3). Bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind städtebauliche Wirkungen per Definition nicht möglich.

³¹ Der Einzelhandelserlass nennt bei zentrenrelevanten Sortimenten hierfür einen Anhaltswert von ca. 10%, bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten von ca. 20% (Ziff. 3.2.2.3).



ausgelöst würde³².

Wird dieser Umsatz durch die dem worst-case-Ansatz entsprechenden Flächenleistungen (vgl. Kap. 3) dividiert, ergibt sich der mit dem Beeinträchtigungsverbot vereinbare Spielraum für zusätzliche Verkaufsflächen.

Dass bei diesem Vorgehen die prozentualen Umverteilungen von maximal 7% in hohem Ausmaß strapaziert werden, ist zu beachten. Damit kommt dem - bei Verträglichkeitsuntersuchungen ohnehin zu verfolgenden - worst-case-Ansatz besondere Bedeutung zu (Kap. 2.2).

6.4 Maximal verträgliche Verkaufsflächenerweiterungen im Gänsbühl-Center

In Tab. 23 (folgende Seite) sind die maximal verträglichen Verkaufsflächenerweiterungen für das Gänsbühl-Center dargestellt.

Würde das Gänsbühl-Center um mehr als diese Obergrenzen erweitert, so ergäbe sich eine mögliche Unverträglichkeit hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbots, da dann Umverteilungen von mehr als 7% ausgelöst würden, sodass eine Auseinandersetzung mit der jeweiligen Ausgangssituation erforderlich wäre, um zu prüfen, ob dennoch eine Unverträglichkeit auszuschließen ist.

Die dargestellten Werte bedeuten aber *nicht*, dass eine Erweiterung bis zu diesen zugelassen werden *muss*. Vielmehr könnte die Stadt Ravensburg entscheiden, dass die Obergrenzen im Durchführungsvertrag niedriger festgesetzt werden, beispielsweise um Ansiedlungen an anderer Stelle in der Innenstadt bzw. zur Stärkung anderer Zentren bzw. zur Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung zu ermöglichen.

Die möglichen maximal im Durchführungsvertrag für das Gänsbühl-Center festzusetzenden Verkaufsflächen ergeben sich, wenn dem Bestand (Tab. 1, S. 7) die in der Tabelle dargestellten Erweiterungen hinzugerechnet werden.

³² Konkret wurde zunächst weitgehend willkürlich ein Zusatzumsatz im Gänsbühl-Center angesetzt; für diesen wurden die zu erwartenden Umverteilungswirkungen abgeleitet. Aus dem Ausmaß, in dem die maximale relevante Umverteilung über bzw. unter 7% lag, wurde ein niedrigerer/ höherer Umsatz gewählt, bei dem die jeweilige maximale relevante Umverteilung gerade 7% erreicht. Als räumlicher Bezugsraum nicht relevant ist dabei die Innenstadt von Ravensburg: Diese wird durch Erweiterungen im Gänsbühl-Center gestärkt. Obwohl die Stadt Ravensburg in ihrer zentralörtlichen Funktion ebenfalls gestärkt wird - den Umverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel stehen die zusätzlichen Umsätze im Gänsbühl-Center gegenüber - wären Umverteilungen von mehr als 7% als Hinweis auf eine mögliche Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung anzusehen. Ebenfalls relevant sind Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche in Ravensburg: Diese dürfen durch Erweiterungen im Gänsbühl-Center nicht beeinträchtigt werden.

Tab. 23: Mit dem Beeinträchtigungsverbot vereinbare maximale Verkaufsflächenerweiterungen im Gänsbühl-Center in den zentrenrelevanten Sortimentsbereichen: Verkaufsflächenobergrenzen in m²

Sortiment	max. Erweiterung
Nahrungs-/ Genussmittel	3.150
Lebensmittelhandwerk	250
Drogerie/ Parfümerie	625
Apotheke	250
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften	200
Blumen/ Zoo	550
kurzfristiger Bedarf	5.025
Bekleidung und Zubehör	3.750
Schuhe/ Lederwaren	975
Sport/ Freizeit	1.175
Spielwaren	925
Bücher	375
Glas/ Porzellan/ Keramik/ Geschenke/ Hausrat	825
Haus-/ Heimtextilien	1.175
mittelfristiger Bedarf	9.200
Uhren/ Schmuck	150
Foto/ Optik	350
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	1.050
Elektro/ Leuchten	600
zentrenrelevante Sortimente des langfristigen Bedarfs	2.150
insgesamt	16.375

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

6.5 Umverteilungen bei Ausschöpfen der maximal verträglichen Verkaufsflächenerweiterungen im Gänsbühl-Center

In den folgenden Tabellen sind die bei Ausschöpfen der vorstehend in Tab. 23 dargestellten Obergrenzen für Erweiterungen im Gänsbühl-Center sich ergebenden Umverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in den Untersuchungsgemeinden insgesamt sowie gegen zentrale Versorgungsbereiche (soweit sich dort nachweisbare Umverteilungswirkungen ergeben haben; vgl. dazu unten) dargestellt.

Die Tabellen enthalten

- in der letzten Spalte je den derzeit erzielten Umsatz,
- in der ersten Spalte die absoluten Umverteilungen und



- in der zweiten Spalte die relativen Umverteilungen, d.h. die Relation der (ungerundeten) absoluten Umverteilungen (erste Spalte) zum derzeit erzielten (ungerundeten) Umsatz (letzte Spalte).

Bei den in den Tabellen ausgewiesenen Umverteilungen für den mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich insgesamt ist zu beachten, dass diese überzeichnet sind: Im mittelfristigen Bedarfsbereich können nicht alle Obergrenzen zugleich ausgeschöpft werden: Die Summe der maximalen Erweiterungen erreicht 11.350 m² (vgl. Tab. 23, S. 33) und der Bestand beträgt 4.950 m² (vgl. Tab. 1, S. 7), d.h. zusammen 16.300 m². Das Gänsbühl-Center ist aber auf insgesamt max. 10.000 m² VKF begrenzt.

Da das Gravitationsmodell Wahrscheinlichkeitsaussagen über Kaufkraftflüsse liefert, wurde die Grenze der Nachweisbarkeit für Umsatzumverteilungen auf 150.000 € festgelegt. Wirkungen unterhalb dieses Wertes werden im Folgenden nicht ausgewiesen; unterhalb dieser Grenze ist nicht von wesentlichen negativen Auswirkungen auszugehen.

Die Umverteilungen gegen den Einzelhandel in der Stadt **Ravensburg** insgesamt sind im Hinblick auf mögliche raumordnerische Auswirkungen zunächst nicht relevant: Die Zentralität der Stadt Ravensburg wird gesteigert, da den Umverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel der zusätzliche Umsatz im Gänsbühl-Center gegenübersteht. Ebenso wenig relevant sind die Umverteilungen gegen die Innenstadt, da diese reine Wettbewerbswirkungen darstellen; dennoch sollte der Gemeinderat bei seiner Entscheidung über den Durchführungsvertrag wissen, dass es in der Innenstadt zu Verschiebungen kommen kann.

Relevant wären hingegen wesentliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Weststadt, da auch zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde durch die Ziele der Regional- und Landesplanung geschützt sind. Ebenso ist im Hinblick auf potenzielle Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung von Bedeutung, welche Umverteilungen bei den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausgelöst werden.



Tab. 24: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Ravensburg insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	6,8	6,3%	107,0
Lebensmittelhandwerk	1,3	6,8%	18,8
Drogerie/ Parfümerie	1,4	6,9%	20,3
Apotheke	2,4	6,2%	39,1
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	0,3	6,7%	4,7
Blumen/ Zoo	0,3	6,9%	3,6
kurzfristiger Bedarfsbereich	12,4	6,4%	193,5
Bekleidung und Zubehör	7,0	7,2%	97,8
Schuhe/ Lederwaren	1,4	7,4%	18,2
Sport/ Freizeit	1,3	7,9%	16,3
Spielwaren	1,0	7,7%	13,5
Bücher	0,5	9,9%	5,2
GPK/ Geschenke/ Hausrat	0,8	8,1%	9,3
Haus-/ Heimtextilien	1,0	10,3%	9,3
Uhren/ Schmuck	0,7	10,3%	6,9
Foto/ Optik	0,8	7,9%	10,7
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	2,8	7,9%	35,7
Elektro/ Leuchten	1,4	9,3%	15,2
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	18,7	7,9%	238,1

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen



Tab. 25: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt Ravensburg: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	0,7	7,0%	10,6
Lebensmittelhandwerk	0,5	7,7%	6,4
Drogerie/ Parfümerie	0,8	7,1%	11,1
Apotheke	1,0	6,7%	14,6
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	nicht nachweisbar		1,7
Blumen/ Zoo	nicht nachweisbar		0,2
kurzfristiger Bedarfsbereich	3,0	6,7%	44,6
Bekleidung und Zubehör	6,7	7,2%	92,5
Schuhe/ Lederwaren	0,9	7,6%	12,5
Sport/ Freizeit	0,7	8,3%	8,3
Spielwaren	0,5	8,1%	6,4
Bücher	0,4	10,0%	4,5
GPK/ Geschenke/ Hausrat	0,3	8,4%	3,1
Haus-/ Heimtextilien	0,5	10,6%	4,6
Uhren/ Schmuck	0,7	10,3%	6,9
Foto/ Optik	0,7	8,0%	9,0
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	2,1	8,1%	25,9
Elektro/ Leuchten	0,5	9,9%	5,4
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	14,1	7,9%	179,1

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

Die Umverteilungen gegen den zentralen Versorgungsbereich Weststadt erreichen nur in zwei Sortimentsbereichen eine nachweisbare Größe, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt.

- Im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel erreichen die Umverteilungen mit rd. 0,5 Mio. € bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 6,4 Mio. € rd. 7,0%.
- Im Sortimentsbereich Apotheke erreichen die Umverteilungen mit rd. 0,2 Mio. € bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 2,4 Mio. € eine Höhe von rd. 7,0%.



Tab. 26: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Ravensburg außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (kurzfristiger Bedarfsbereich): Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	5,6	6,2%	90,0
Lebensmittelhandwerk	0,7	6,2%	11,1
Drogerie/ Parfümerie	0,6	6,7%	9,0
Apotheke	1,3	5,8%	22,0
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	0,2	6,6%	2,7
Blumen/ Zoo	0,2	6,9%	3,4
kurzfristiger Bedarfsbereich	8,5	6,2%	138,1

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

Tab. 27: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Friedrichshafen insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Bekleidung und Zubehör	2,3	4,6%	49,5
Schuhe/ Lederwaren	0,5	4,7%	10,3
Sport/ Freizeit	0,6	4,9%	11,7
Spielwaren	0,4	4,9%	7,9
Bücher	0,4	6,2%	6,1
GPK/ Geschenke/ Hausrat	0,5	5,8%	8,4
Haus-/ Heimtextilien	0,5	6,5%	7,5
Uhren/ Schmuck	0,3	6,4%	4,2
Foto/ Optik	0,3	4,2%	8,0
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	1,3	3,7%	34,2
Elektro/ Leuchten	0,9	4,9%	18,7
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	7,9	4,7%	166,4

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen



Tab. 28: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt Friedrichshafen: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Bekleidung und Zubehör	1,8	4,6%	40,0
Schuhe/ Lederwaren	0,3	4,6%	7,5
Sport/ Freizeit	0,2	4,7%	3,8
Spielwaren	nicht nachweisbar		0,6
Bücher	0,2	6,1%	3,9
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		0,6
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		1,1
Uhren/ Schmuck	0,2	6,3%	3,7
Foto/ Optik	nicht nachweisbar		3,7
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	nicht nachweisbar		4,2
Elektro/ Leuchten	nicht nachweisbar		0,1
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	2,8	4,1%	69,3

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

In den zentralen Versorgungsbereichen Ailingen, Charlottenstraße und Werastraße bleiben die Umverteilungen unter der Grenze der Nachweisbarkeit, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt.



Tab. 29: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Weingarten insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	3,2	4,7%	67,1
Lebensmittelhandwerk	0,2	4,2%	5,5
Drogerie/ Parfümerie	0,6	5,5%	10,5
Apotheke	0,7	3,9%	17,2
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	nicht nachweisbar		1,7
Blumen/ Zoo	nicht nachweisbar		2,2
kurzfristiger Bedarfsbereich	4,7	4,5%	104,3
Bekleidung und Zubehör	0,6	7,0%	8,6
Schuhe/ Lederwaren	0,2	7,0%	2,5
Sport/ Freizeit	0,5	7,0%	6,8
Spielwaren	0,3	7,0%	3,9
Bücher	nicht nachweisbar		1,5
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		1,3
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		1,3
Uhren/ Schmuck	nicht nachweisbar		1,5
Foto/ Optik	0,3	6,7%	4,1
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	0,5	7,0%	7,0
Elektro/ Leuchten	nicht nachweisbar		1,6
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	2,3	5,7%	40,1

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen



Tab. 30: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt Weingarten: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	0,9	4,6%	19,8
Lebensmittelhandwerk	nicht nachweisbar		3,3
Drogerie/ Parfümerie	0,2	5,4%	4,1
Apotheke	0,4	3,6%	10,8
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	nicht nachweisbar		1,0
Blumen/ Zoo	nicht nachweisbar		0,4
kurzfristiger Bedarfsbereich	1,5	3,9%	39,4
Bekleidung und Zubehör	0,4	7,0%	6,3
Schuhe/ Lederwaren	nicht nachweisbar		2,1
Sport/ Freizeit	nicht nachweisbar		0,9
Spielwaren	nicht nachweisbar		1,0
Bücher	nicht nachweisbar		0,8
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		0,6
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		0,3
Uhren/ Schmuck	nicht nachweisbar		1,5
Foto/ Optik	0,3	6,7%	3,9
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	nicht nachweisbar		0,7
Elektro/ Leuchten	nicht nachweisbar		0,4
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	0,7	3,8%	18,4

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen



Tab. 31: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Bad Saulgau insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Bekleidung und Zubehör	0,7	5,3%	12,9
Schuhe/ Lederwaren	0,2	5,1%	4,6
Sport/ Freizeit	nicht nachweisbar		1,6
Spielwaren	0,2	5,2%	3,8
Bücher	nicht nachweisbar		1,6
GPK/ Geschenke/ Hausrat	0,2	6,3%	3,0
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		2,0
Uhren/ Schmuck	nicht nachweisbar		1,0
Foto/ Optik	nicht nachweisbar		3,2
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	0,3	4,2%	7,9
Elektro/ Leuchten	0,3	5,6%	5,0
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	1,9	4,1%	46,4

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

In der Innenstadt von Bad Saulgau erreichen die Umverteilungen nur im Sortimentsbereich Bekleidung eine nachweisbare Größe, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt. Die Umverteilungen erreichen rd. 0,4 Mio. €, was bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 7,8 Mio. € einer relativen Umverteilung von rd. 5,2% entspricht.



Tab. 32: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Bad Waldsee insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Bekleidung und Zubehör	0,7	6,0%	11,5
Schuhe/ Lederwaren	0,2	5,8%	3,3
Sport/ Freizeit	0,2	6,4%	2,8
Spielwaren	nicht nachweisbar		2,0
Bücher	nicht nachweisbar		1,4
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		2,1
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		1,0
Uhren/ Schmuck	nicht nachweisbar		1,6
Foto/ Optik	nicht nachweisbar		2,2
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	0,3	5,6%	5,9
Elektro/ Leuchten	0,3	6,8%	3,7
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	1,6	4,4%	37,5

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

Die Umverteilungen gegen die Innenstadt von Bad Waldsee erreichen nur in zwei Sortimentsbereichen eine nachweisbare Größe, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt.

- Im Sortimentsbereich Bekleidung erreichen die Umverteilungen mit rd. 0,6 Mio. € bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 9,3 Mio. € eine Höhe von rd. 5,9%.
- Im Bereich Schuhe/ Lederwaren erreichen die Umverteilungen mit rd. 0,2 Mio. € bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 3,1 Mio. € eine Höhe von rd. 5,8%.

Im Zentrum Eschlestraße bleiben die Umverteilungen unter der Grenze der Nachweisbarkeit, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt.



Tab. 33: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Wangen im Allgäu insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Bekleidung und Zubehör	0,9	5,4%	17,0
Schuhe/ Lederwaren	0,3	5,3%	5,7
Sport/ Freizeit	0,4	5,6%	7,6
Spielwaren	0,2	5,4%	3,6
Bücher	0,2	6,9%	2,3
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		1,6
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		1,5
Uhren/ Schmuck	0,2	6,7%	3,3
Foto/ Optik	0,2	4,7%	4,3
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	0,4	4,5%	8,0
Elektro/ Leuchten	0,2	6,0%	3,8
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	3,0	5,1%	58,8

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

Tab. 34: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt Wangen im Allgäu: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Bekleidung und Zubehör	0,6	5,4%	10,8
Schuhe/ Lederwaren	nicht nachweisbar		2,7
Sport/ Freizeit	nicht nachweisbar		0,2
Spielwaren	nicht nachweisbar		2,3
Bücher	nicht nachweisbar		2,2
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		0,6
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		0,7
Uhren/ Schmuck	0,2	6,7%	3,1
Foto/ Optik	0,2	4,6%	3,4
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	nicht nachweisbar		3,0
Elektro/ Leuchten	nicht nachweisbar		0,7
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	0,9	3,2%	29,6

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen



Im Zentrum Schwarzenbach bleiben die Umverteilungen unter der Grenze der Nachweisbarkeit, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt.

Tab. 35: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Markdorf insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Bekleidung und Zubehör	0,5	5,3%	9,0
Schuhe/ Lederwaren	nicht nachweisbar		2,3
Sport/ Freizeit	0,2	5,5%	2,8
Spielwaren	nicht nachweisbar		2,7
Bücher	nicht nachweisbar		0,8
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		1,0
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		0,6
Uhren/ Schmuck	nicht nachweisbar		0,4
Foto/ Optik	nicht nachweisbar		2,1
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	nicht nachweisbar		2,6
Elektro/ Leuchten	0,2	5,6%	3,0
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	0,8	2,9%	27,3

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

In der Innenstadt von Markdorf erreichen die Umverteilungen nur im Sortimentsbereich Bekleidung eine nachweisbare Größe, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt. Die Umverteilungen erreichen rd. 0,4 Mio. €, was bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 8,2 Mio. € einer relativen Umverteilung von rd. 5,3% entspricht.



Tab. 36: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Tettngang insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Bekleidung und Zubehör	0,6	5,6%	10,9
Schuhe/ Lederwaren	0,2	5,4%	3,4
Sport/ Freizeit	nicht nachweisbar		2,1
Spielwaren	nicht nachweisbar		1,8
Bücher	nicht nachweisbar		1,4
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		1,8
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		1,2
Uhren/ Schmuck	nicht nachweisbar		1,2
Foto/ Optik	0,2	5,2%	3,0
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	0,4	4,8%	7,7
Elektro/ Leuchten	0,3	6,0%	5,1
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	1,6	4,1%	39,5

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

In der Innenstadt von Tettngang erreichen die Umverteilungen nur im Sortimentsbereich Bekleidung eine nachweisbare Größe, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt. Die Umverteilungen erreichen rd. 0,3 Mio. €, was bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 5,4 Mio. € einer relativen Umverteilung von rd. 5,5% entspricht.



Tab. 37: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Meckenbeuren insgesamt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	1,2	3,8%	31,2
Lebensmittelhandwerk	nicht nachweisbar		3,0
Drogerie/ Parfümerie	nicht nachweisbar		2,6
Apotheke	0,2	2,8%	5,6
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	nicht nachweisbar		0,4
Blumen/ Zoo	nicht nachweisbar		0,5
kurzfristiger Bedarfsbereich	1,3	3,1%	43,3
Bekleidung und Zubehör	0,2	5,8%	2,9
Schuhe/ Lederwaren	nicht nachweisbar		0,3
Sport/ Freizeit	nicht nachweisbar		0,8
Spielwaren	nicht nachweisbar		0,8
Bücher	nicht nachweisbar		0,2
GPK/ Geschenke/ Hausrat	nicht nachweisbar		0,3
Haus-/ Heimtextilien	nicht nachweisbar		0,3
Uhren/ Schmuck	nicht nachweisbar		0,0
Foto/ Optik	nicht nachweisbar		0,4
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	nicht nachweisbar		0,2
Elektro/ Leuchten	nicht nachweisbar		0,8
mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich	0,2	2,4%	7,2

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

In der Innenstadt von Meckenbeuren erreichen die Umverteilungen nur im Sortimentsbereich Apotheke eine nachweisbare Größe, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt. Die Umverteilungen erreichen rd. 0,2 Mio. €, was bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 5,6 Mio. € einer relativen Umverteilung von rd. 2,8% entspricht.

In den Gemeinden **Baindt, Berg, Horgenzell, Schlier, Waldburg und Wolperts-wende** bleiben die Umverteilungswirkungen jeweils unter der Grenze der Nachweisbarkeit, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt.

In den Gemeinden **Amtzell, Bodnegg und Grünkraut** erreichen die Umverteilungen jeweils nur im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel eine nachweisbare Größe,



sodass sich eine tabellarische Darstellung ebenfalls erübrigt.

- Die Umverteilungen erreichen in **Amtzell** mit rd. 0,4 Mio. € bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 8,6 Mio. € eine Höhe von rd. 4,1%.
- In der Gemeinde **Bodnegg** erreichen die Umverteilungen mit rd. 0,2 Mio. € bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 4,9 Mio. € eine Höhe von rd. 4,7%.
- In der Gemeinde **Grünkraut** erreichen die Umverteilungen mit rd. 0,2 Mio. € bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 4,2 Mio. € eine Höhe von rd. 5,2%.

Tab. 38: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Baienfurt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	0,6	4,2%	14,8
Lebensmittelhandwerk	nicht nachweisbar		1,9
Drogerie/ Parfümerie	0,3	5,5%	4,8
Apotheke	0,2	3,6%	5,4
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	nicht nachweisbar		0,4
Blumen/ Zoo	nicht nachweisbar		0,5
kurzfristiger Bedarfsbereich	1,1	3,9%	27,8

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

Tab. 39: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Oberteuringen: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	0,4	3,8%	11,5
Lebensmittelhandwerk	nicht nachweisbar		0,7
Drogerie/ Parfümerie	nicht nachweisbar		1,1
Apotheke	0,2	4,9%	3,4
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	nicht nachweisbar		0,6
Blumen/ Zoo	nicht nachweisbar		0,4
kurzfristiger Bedarfsbereich	0,6	3,4%	17,6

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen



Tab. 40: Bei Ausschöpfen der maximalen Erweiterungen im Gänsbühl-Center ausgelöste Umsatzumverteilungen gegen den bestehenden Einzelhandel in der Gemeinde Vogt: Absolute Umverteilung und derzeitiger Umsatz in Mio. €, relative Umverteilung in Prozent

Sortiment	Umsatzumverteilung		Ist-Umsatz
	absolut	relativ	
Nahrungs-/ Genussmittel	0,3	4,4%	7,6
Lebensmittelhandwerk	nicht nachweisbar		1,9
Drogerie/ Parfümerie	nicht nachweisbar		0,3
Apotheke	0,2	4,5%	5,4
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	nicht nachweisbar		0,3
Blumen/ Zoo	nicht nachweisbar		0,2
kurzfristiger Bedarfsbereich	0,6	3,7%	15,7

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteilswerte kommen
 PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

In der Innenstadt von Vogt erreichen die Umverteilungen nur im Sortimentsbereich Apotheke eine nachweisbare Größe, sodass sich eine tabellarische Darstellung erübrigt. Die Umverteilungen erreichen rd. 0,2 Mio. €, was bei einem derzeitigen Umsatz von rd. 5,4 Mio. € einer relativen Umverteilung von rd. 4,5% entspricht.

Dass die Umverteilungen in den Nachbargemeinden z.T. auf Daten aus dem Jahr 2008 basieren (vgl. Kap. 5.1), ist in Anbetracht der geringen Umverteilungen in den entsprechenden Gemeinden sowie des geringen Anteils der entsprechenden Umsätze am Gesamtumsatz in den Untersuchungsgemeinden nicht von Bedeutung.

Wenn sich schon für die Untersuchungsgemeinden keine Unverträglichkeit - gemessen an Umverteilungen von mehr als 7% - ergibt, sind außerhalb des Kernwirkungsbereichs erst recht keine Umverteilungen von mehr als 7% zu erwarten: Die Umverteilungen in weiter entfernten Gemeinden werden nicht höher ausfallen als in den Untersuchungsgemeinden.

Damit ist festzuhalten, dass bei Beschränkung der Erweiterung im Gänsbühl-Center auf die in Tab. 23 (S. 33) dargestellten maximalen sortimentsweisen Obergrenzen in der Stadt Ravensburg auch keine Beeinträchtigung anderer Zentren oder der verbrauchernahen Versorgung zu erwarten ist; eine Verletzung des Beeinträchtigungsverbots in Bezug auf Nachbargemeinden ist ebenfalls auszuschließen.



Insbesondere im Hinblick auf das direkt benachbarte Teil-Oberzentrum Weingarten ist dabei festzuhalten, dass neben der raumordnerischen auch die städtebauliche Verträglichkeit gegeben ist (vgl. Tab. 29f., S. 39f.): Nur im Sortimentsbereich Bekleidung werden bei Ausschöpfen der maximal verträglichen Erweiterung Umverteilungen von rd. 7,0% bewirkt; in vielen Sortimentsbereichen ergeben sich keine nachweisbaren Auswirkungen.

7. BEURTEILUNG DES ERWEITERTEN VORHABENS VOR DEM HINTERGRUND DER NACHFRAGE IM VERFLECHTUNGSBEREICH (KONGRUENZGEBOT)

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg präzisiert das Kongruenzgebot in der Weise, dass dieses verletzt wird, *"wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist in der Regel gegeben, wenn mehr als 30% des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll."*³³

Für die Beantwortung der Frage, ob der im Einzelhandelserlass genannte Grenzwert eingehalten wird oder nicht, ist allerdings zu berücksichtigen, dass Einzugsbereiche von Einzelhandelsvorhaben dem Grunde nach erst *nach* Eröffnung eines Vorhabens anhand einer Kaufkraftstromuntersuchung bestimmt werden können. Eine *ex-ante*-Festlegung ist damit immer Unsicherheiten unterworfen.

Darüber hinaus ist die Frage des *"betriebswirtschaftlich angestrebten Einzugsbereiches"* mit erheblichen Unsicherheiten behaftet: Dieser ist in starkem Maße abhängig von Marketingstrategien eines Betreibers. Dabei wird von Betreiberseite teilweise angegeben, es sei durchaus möglich, die Herkunft nach Himmelsrichtungen zu beeinflussen.

Entsprechend gehen wir davon aus, dass die Ausführungen im Einzelhandelserlass v.a. so zu verstehen sind, dass zu fragen ist, ob ein Betrieb sozusagen existenziell auf Zuflüsse von außerhalb des Verflechtungsbereiches in einer Größenordnung von mehr als 30% angewiesen ist.

³³ Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Ziff. 3.2.1.4.



Dementsprechend werden im Hinblick auf das Kongruenzgebot die im Vorhaben zu erwartenden Umsätze in einem ersten Schritt zunächst - da Oberbereiche im LEP nicht mehr festgelegt sind - mit der im Mittelbereich Ravensburg/ Weingarten vorhandenen Nachfrage verglichen³⁴. Im kurzfristigen Bedarfsbereich wird im Gegensatz dazu allerdings lediglich auf die Nachfrage in der Stadt Ravensburg abgestellt: Hier kommt selbst einem Oberzentrum zunächst keine über die Stadt hinausgehende Versorgungsfunktion zu.

Der Einzelhandelsbestand ist bei dieser Betrachtung nicht von Bedeutung.

Der Mittelbereich Ravensburg/ Weingarten umfasst neben den beiden Städten die Gemeinden Baienfurt, Baintdt, Berg, Bodnegg, Fronreute, Grünkraut, Horgenzell, Schlier, Vogt, Waldburg, Wilhelmsdorf, Wolfegg und Wolpertswende. Insgesamt leben im Mittelbereich rd. 129.000 Einwohner, d.h. mehr als zweieinhalbmals so viele Einwohner wie in der Stadt Ravensburg bzw. rd. 77% mehr als in Ravensburg und Weingarten.

Bleibt die Relation von Planumsatz zu Kaufkraft unter 100%, so ist das Vorhaben nicht einmal überhaupt auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Mittelbereichs (mittel-/ langfristiger Bedarf) bzw. im kurzfristigen Bedarfsbereich von außerhalb der Stadt angewiesen - geschweige denn auf Zuflüsse in einer Größenordnung von mehr als 30%.

Wird der unter worst-case-Aspekten ermittelte Umsatz des gesamten Gänsbühl-Centers einschließlich der in Tab. 23 (S. 33) dargestellten maximalen sortimentsweisen Obergrenzen für die Erweiterungen (vgl. Kap. 3) mit der Kaufkraft verglichen, so ergeben sich die in Tab. 41 (folgende Seite) dargestellten Relationen.

Dabei ist im Vorhaben insgesamt (und u.U. auch im mittelfristigen Bedarfsbereich) zu beachten, dass als Folge des gewählten Flexibilisierungsansatzes nicht die Summe der sortimentsweisen maximalen Verkaufsflächen von 21.825 m² (bzw. 11.925 m²) realisiert werden kann, da das Vorhaben in der zulässigen baulichen Kubatur diese Größe nicht erreichen kann (vgl. auch Kap. 3). Dementsprechend kann auch nicht die Summe der sortimentsweisen Umsätze (103,2 bzw. 42,5 Mio. €) erreicht werden.

³⁴ Explizit ist darauf hinzuweisen, dass diese Orientierung am Mittelbereich eine untere Grenze darstellt, da der Einzelhandelserlass nicht auf diesen, sondern auf den "*zentralörtlichen Verflechtungsbereich*" abstellt. Insofern entspricht auch dieses Vorgehen einem worst-case-Ansatz: Der zentralörtliche Verflechtungsbereich des Teil-Oberzentrums Ravensburg ist sicher größer als der im LEP dargestellte Mittelbereich.



Tab. 41: Verkaufsflächen und Umsatz des Gänsbühl-Centers bei Ausschöpfen der maximalen mit dem Beeinträchtigungsverbot vereinbaren Verkaufsflächenerweiterungen in Relation zur Kaufkraft in der Stadt (kurzfristiger Bedarfsbereich) bzw. im Mittelbereich Ravensburg/ Weingarten (mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich): Verkaufsflächenobergrenzen in m², Umsatz und Kaufkraft in Mio. €, Relationen in Prozent

Sortiment	max. VKF	max. U	KK	Relation
Nahrungs-/ Genussmittel	3.200	16,0	103,7	15%
Lebensmittelhandwerk	275	2,8	15,0	18%
Drogerie/ Parfümerie	1.025	4,6	13,8	33%
Apotheke	250	5,0	31,4	16%
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften	225	0,9	4,5	20%
Blumen/ Zoo	550	1,1	5,8	19%
kurzfristiger Bedarf	5.525	30,4	174,2	17%
Bekleidung und Zubehör	5.900	23,6	79,6	30%
Schuhe/ Lederwaren	1.000	3,5	19,6	18%
Sport/ Freizeit	1.450	4,6	14,3	32%
Spielwaren	1.050	3,2	16,8	19%
Bücher	525	3,0	13,7	22%
Glas/ Porzellan/ Keramik/ Geschenke/ Hausrat	825	2,2	9,4	24%
Haus-/ Heimtextilien	1.175	2,4	10,2	23%
mittelfristiger Bedarf	11.925	42,5	163,7	26%
Uhren/ Schmuck	150	1,9	10,4	18%
Foto/ Optik	450	3,2	12,0	26%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	2.275	14,8	48,3	31%
Elektro/ Leuchten	1.500	10,5	22,5	47%
langfristiger Bedarf	4.375	30,3	93,2	33%
insgesamt	21.825	103,2	431,1	24%

Quelle: eigene Erhebungen Feb. bis April 2015; Erhebungen Feb. 2008; Rückmeldungen Gemeinden; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH (2015); LEP; Regionalplan; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Vereinbarungen beim Abstimmungstermin; google maps; eigene Berechnungen

Insgesamt erreicht das erweiterte Vorhaben maximal einen Anteil von rd. 24% an der relevanten Kaufkraft. Der höchste Wert wird mit rd. 47% (an der Kaufkraft im Mittelbereich) im Bereich Elektro/ Leuchten erreicht; es folgt der Sortimentsbereich Drogerie/ Parfümerie mit rd. 33% (an der Kaufkraft in der Stadt). Das Vorhaben ist mithin insgesamt und sortimentsbezogen nicht einmal existenznotwendig auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb der Stadt (kurzfristiger Bedarfsbereich) bzw. von außerhalb des Mittelbereichs (mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich) angewiesen; in dieser Hinsicht muss also gar nicht diskutiert werden, wie weit der Verflechtungsbereich des Teil-Oberzentrums über den Mittelbereich hinausgeht.



Ergänzend wurde in einem zweiten Schritt untersucht, wie hoch der auf den Mittelbereich entfallende Anteil der unter worst-case-Aspekten ermittelten Umsatzumverteilungen am gesamten maximalen Zusatzumsatz des Gänsbühl-Centers ist. Dieser bleibt mit rd. 58% deutlich unter dem sich aus dem Einzelhandelserlass ergebenden Wert von ca. 70%.

Hier ist nun zu berücksichtigen, dass Oberzentren eine Versorgungsfunktion nicht nur für den Mittelbereich, sondern für die gesamte Region haben. Der entsprechende Anteil der auf die Region entfallenden Umverteilungen liegt mit rd. 89% deutlich über dem im Einzelhandelserlass angegebenen Wert.

Selbst wenn berücksichtigt wird, dass Ravensburg die oberzentrale Funktion zusammen mit den Städten Weingarten und Friedrichshafen wahrnimmt, reduziert sich dieser Wert nicht auf weniger als rd. 70%.

Damit kann festgehalten werden, dass das Vorhaben auch bei Ausschöpfen der maximal möglichen Erweiterungsspielräume dem Kongruenzgebot entspricht.

8. ERGEBNIS

Zusammenfassend ist festzuhalten:

- Das Vorhaben entspricht angesichts der Einstufung von Ravensburg als Teil-Oberzentrum dem Zentralitäts-/ Konzentrationsgebot (Kap. 1).
- Angesichts der Lage in der Innenstadt von Ravensburg wird das Integrationsgebot eingehalten (Kap. 1). [Ferner ergibt sich aus der Lage in der Innenstadt, dass das Vorhaben dem Einzelhandelskonzept entspricht und damit auch den städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt.]
- Im Hinblick auf das Beeinträchtungsverbot ist zunächst festzuhalten, dass Auswirkungen auf die Innenstadt von Ravensburg (Standortgemeinde) nicht relevant sind, da diese Umverteilungen Wettbewerbswirkungen darstellen (Kap. 6).
- In der vorliegenden Verträglichkeitsuntersuchung wurde abgeleitet, in welchem Ausmaß in den einzelnen Sortimenten Erweiterungen ohne einen Verstoß gegen das Beeinträchtungsverbot möglich wären (Kap. 6, insbes. 6.4), wobei nicht auf den im Einzelhandelserlass genannten Anhaltswert von ca. 10%, sondern auf deutlich niedrigere Umverteilungen von max. 7% abgestellt wurde, bei dessen Unterschreiten wesentliche negative Auswirkungen auszuschließen sind. Dabei wurden auch Auswirkungen innerhalb der Stadt Ravensburg (übrige Zentren sowie ver-



brauchernahe Versorgung) berücksichtigt. Da bei diesem Vorgehen die prozentualen Umverteilungen von maximal 7,0% in hohem Ausmaß strapaziert werden, ist der - bei Verträglichkeitsuntersuchungen ohnehin zu verfolgende - worst-case-Ansatz (vgl. Kap. 2.2) von besonderer Bedeutung.

- Das Kongruenzgebot wird in jedem Fall eingehalten, wenn die mit dem Beinträchtigungsverbot kompatiblen sortimentsweisen Erweiterungsspielräume voll ausgeschöpft werden und darauf abgestellt wird, ob das Vorhaben existenznotwendig auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb der Stadt (kurzfristiger Bedarfsbereich) bzw. von außerhalb des Mittelbereichs (mittel-/ langfristiger Bedarfsbereich) angewiesen ist (Kap. 7, insbes. Tab. 41, S. 51). Aber auch wenn der Anteil der im Mittelbereich ausgelösten Umverteilungen mit dem Zusatzumsatz verglichen wird, ist das Kongruenzgebot eingehalten, wenn die teil-oberzentrale Funktion von Ravensburg mit berücksichtigt wird.

Wenn die Erweiterung des Gänsbühl-Centers auf die in Tab. 23 (S. 33) dargestellten maximalen sortimentsweisen Obergrenzen beschränkt wird, entspricht diese allen Zielen der Regional- und Landesplanung.

Im Durchführungsvertrag sollten dafür die in Tab. 41 (S. 51, 1. Spalte) dargestellten Obergrenzen festgesetzt werden. Dabei *kann* die Stadt Ravensburg auch Obergrenzen festsetzen, die niedriger liegen, um andere Ziele erreichen zu können.