



Kurzstellungnahme

Elektrosortiment in

WEINGARTEN (Württemberg)

Auftraggeber: Stadt Weingarten

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Ing. Gabriele Ostertag

Ludwigsburg, im Januar 2013



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer; Dr. Stefan Holl
71638 Ludwigsburg, Hohenzollernstraße 14
Telefon: 07141 - 93600 Telefax: 07141 - 936010
eMail: info@gma.biz Internet: <http://www.gma.biz>

1. Hintergrund und Aufgabenstellung

Die Stadt Weingarten beabsichtigt am Standort „Stadtesch-Süd“ die planungsrechtliche Festsetzung von nicht zentrenrelevantem, großflächigem Einzelhandel. Dabei geht es insbesondere um die Schaffung der planungsrechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung von Sortimenten aus dem Elektrobereich. Hiermit war die GMA mit diversen Untersuchungen, ausgehend von Juli 2011 bis Oktober 2012¹, befasst. Ausgangspunkt war die mögliche Ansiedlung von Elektrowarensortimenten in der Größenordnung von 2.500 m² VK mit der in Tabelle 1 dargelegten Sortimentsstruktur.

Die erfolgte raumordnerische Prüfung gem. § 11 Abs. 3 BauNVO ergab, dass mit Ausnahme des Beeinträchtigungsverbotes in Bezug auf die Ravensburger Innenstadt alle formalen Kriterien eingehalten werden. Dabei wird in Teilsortimenten (vgl. hierzu Tabelle 2) der Schwellenwert der Umverteilungsquote von 10 % nicht eingehalten. Unabhängig von der Diskussion, ob hierdurch auch faktisch funktionale und städtebauliche Missstände in der Ravensburger Innenstadt ausgelöst werden können², **streben die beiden benachbarten TeiOberzentren Ravensburg und Weingarten eine einvernehmliche Lösung an**. In diesem Zusammenhang soll die Stadt Weingarten dem bereits lange formulierten Ziel, der Sortimentsergänzung im Elektrosortiment, nachkommen. Hierzu wird im Folgenden ein Flächenlayout abgeleitet und formuliert, welches das Beeinträchtigungsverbot auch in Bezug auf die Ravensburger Innenstadt (= zentraler Versorgungsbereich) einhält.

2. Prämissen und Flächenlayout

Mit dem Ziel, ein angepasstes Flächenlayout eines Elektrowarenangebotes auf der Gemarkung von Weingarten entwickeln zu können, im Rahmen der **vorgenommenen Modellrechnung** von folgenden Prämissen und Rahmenbedingungen ausgegangen (vgl. hierzu auch Wirkungsanalyse Elektromarkt in Weingarten, Oktober 2012):

¹ Vgl. hierzu z. B. aktuellste Wirkungsanalyse Elektromarkt in Weingarten (Württemberg); Stadt Weingarten im Oktober 2012

² Vgl. Ausführungen im Rahmen der angeführten Gutachten (Wirkungsanalyse Elektromarkt in Weingarten (Württemberg); Stadt Weingarten im Oktober 2012; S. 46 - 48

- Grundlage zur Berechnung, sind die Annahmen und Erkenntnisse über Wettbewerb, Einzugsgebiet und Kaufkraft der vorliegenden Untersuchungen.
- Ebenfalls in Analogie zu den in den vorliegenden Untersuchungen der GMA formulierten Prämissen ist davon auszugehen, dass der Planumsatz nur in Teilen in die Umverteilung gegen Anbieter im Einzugsgebiet gehen wird. Ein weiterer Umsatzanteil wird durch eine Erhöhung der Zentralität in Bezug auf die beiden Teilerzentren Ravensburg und Weingarten (Erhöhung um ca. 15 %) sowie durch eine etwas höhere Kaufkraftbindung im erweiterten Einzugsgebiet generiert (= ca. + 5 %). Zuzüglich sind entsprechende Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass sich ein großer Anteil des geplanten Umsatzes durch einen Rückholeffekt zugunsten der Teilerzentren Ravensburg und Weingarten erwirtschaften lässt.
- Für das Flächenkonzept wurde von einer Flächenproduktivitäten in der Größenordnung von ca. 8.200 €/ m² VK ausgegangen¹. Dieser Wert ist jedoch als in der Realität in Weingarten kaum erzielbarer **worst case-Ansatz** anzusehen².
- Die Umsatzleistung für das vorgeschlagene Flächenkonzept wird somit bei ca. 16 – 17 Mio. € liegen (worst case). Der Marktanteil in Bezug auf das Einzugsgebiet in der Größenordnung von 17 – 18 % zeigt, dass das Angebot zwar eine bedeutende, wenngleich keine marktbeherrschende Situation in der Raumschaft einnehmen wird.
- Mit Blick auf die Ravensburger Innenstadt wird eine Anpassung des Sortimentskonzeptes vorgeschlagen (vgl. Tabelle 1).

¹ vgl. hierzu Angaben in Handel aktuell 2009 / 2010 bzw. unternehmensinterne Angaben für den Anbieter Media Markt: 8.166 € pro m² VK (brutto).

² in vorwiegend ländlich geprägten Einzugsgebieten z. B. der Firma Media Markt, wird ein deutlich geringerer Wert in der Größenordnung von ca. 5.500 € pro m² VK erzielt (brutto; unternehmensinterne Angaben für den Anbieter Media Markt).

Tabelle 1: Vorgesehene Sortimentsstruktur alt und GMA-Vorschläge

Sortimente	Daten	VK in m ² - alt -	VK in m ²		Einordnung nach Zentrenkonzept*	
			Variante 1	Variante 2	Weingarten	Ravensburg
Weiße Ware		700	570	740	nicht zentrenrelevant	zentrenrelevant
Unterhaltungselektronik		600	400	420	nichtzentrenrelevant	zentrenrelevant
Tonträger, Bildträger		200	200	220	zentrenrelevant	zentrenrelevant
Computer, Navigationsgeräte, Zubehör		700	600	650	nicht zentrenrelevant	zentrenrelevant
Telefone, Zubehör**		70	40	50	zentrenrelevant	zentrenrelevant
Foto, Zubehör		150	110	120	zentrenrelevant	zentrenrelevant
Randsortimente		80	80	300	zentrenrelevant	zentrenrelevant
Gesamt		2.500	2.000	2.500	---	---
* Vgl. Zentrenkonzept der Städte Weingarten (2005 / 2008) und Ravensburg (2008) Quelle: GMA-Darstellung 2012						

Tabelle 2: Umverteilungsquoten in % gegen Zentralen Versorgungsbereiche Ravensburg (ca.-Angaben)

Sortiment	Altes Konzept	Konzept gem. Vorschlag 1	Konzept gem. Vorschlag 2
Weiße Ware	21 – 22	18 – 19	21 – 22
Unterhaltungselektronik	19 – 20	9	10 – 11
Ton-, Bildträger	9 – 10	9	10 – 11
Computer, Telefone, Navigation und Zubehör	13 – 14	9	10 – 11
Foto und Zubehör	25	9 – 10	10 – 11
Randsortimente	1 – 2	1 – 2	8 – 9
Gesamt	13 – 14	9 – 10	12 – 13
Quelle: GMA-Berechnungen 2011 - 2013, Werte leicht gerundet			

Die Tabelle 2 gibt die mit der Realisierung des vorgeschlagenen Sortimentskonzeptes zu erwartende Umsatzumverteilung zu Lasten des zentralen Versorgungsbereiches Ravensburg im Vergleich zum bisherigen Flächenkonzept wider. Die vorgeschlagene Anpassung des Flächen- und Sortimentslayouts folgt der Maßgabe, dass die prognostizierte Umverteilungsquote gegen den zentralen Versorgungsbereich Ravensburg den Schwellenwert von 10 % in den für Ravensburg als zentrenrelevant eingeordneten Sortimenten weitestgehend einhält. Dies ist für die vorgeschlagenen Sortiments- und Flächenkonzeptionen (= Varianten 1 und 2) mit Ausnahme der „Weißen Ware“ der Fall. Aktuell ist das Sortiment „Weiße Ware“, v. a. das großflächige und großvolumige Angebot (Kühlschrank, Herd etc.), in Ravensburg noch als zentrenrelevant eingeordnet. Derzeit wird eine Anpassung geprüft.