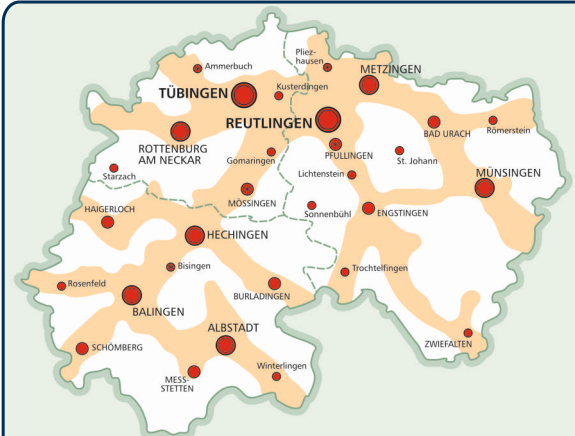




imakomm AKADEMIE GmbH
Ulmer Str. 130
73431 Aalen
www.imakomm-akademie.de



Projektleitung:
Dr. Peter Markert
Dipl.-Geographin Julia Bubbel

Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb Band 1: Konzeption

September 2011

Grußwort



Der Marktplatz ist der Kern der europäischen Stadt. So sind Stadtzentren und Ortskerne seit Jahrhunderten nicht nur Orte des Konsums, sondern auch der Kommunikation und Kultur. In den letzten Jahrzehnten wurden die Innenstädte mit großem Einsatz von öffentlichen und privaten Geldern saniert und attraktiv gestaltet. Gleichzeitig drängen Einzelhandelsgeschäfte an Ortsränder in verkehrlich gut angebundene Lagen und ziehen die Kaufkraft aus den Innenstädten ab. Gefürchtete Folgen sind dort Leerstände und „Verödung“.

Mit dem Strukturwandel des Einzelhandels werden Geschäfte, auch im Bereich der Grundversorgung, zunehmend größer. Große Geschäfte mit einem vielfältigen Sortiment sind für viele Kunden attraktiv, die Kehrseite ist das Verschwinden von oft kleineren Geschäften an innerörtlichen Standorten. Großflächige Standorte außerhalb sind jedoch für weniger mobile Menschen schwer zu erreichen. Dabei ist insbesondere im Hinblick auf eine alternde Gesellschaft eine gut erreichbare Nahversorgung von großer Bedeutung.

Weil größere Verkaufsflächen nicht nur lokale, sondern auch regionale Auswirkungen haben, war eine Überarbeitung des Regionalplans in Bezug auf den großflächigen Einzelhandel erforderlich. Deshalb beschloss der Regionalverband Neckar-Alb nach einer Klausurtagung im April 2010 die Aufstellung eines regionalen Zentren- und Märktekonzepts als fundierte Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels in der Region Neckar-Alb. Durch die Einarbeitung in den Regionalplan steht dem Regionalverband dafür ein Instrument zur Anwendung zur Verfügung.

Die mit der Erstellung beauftragte Imakomm Akademie GmbH erarbeitete auf der Basis einer gründlichen Bestandsaufnahme Leitideen für die zukünftige Steuerung des Einzelhandels. Das regionale Zentren- und Märktekonzept wurde von der Versammlung am 18.10.2011 beschlossen. Diesem Beschluss gingen konstruktive Beratungen im Planungsausschuss und der „AG Wirtschaft“ des Regionalverbands voraus. In der AG Wirtschaft waren vertreten: Mitglieder der Versammlung, das sind Kommunalpolitiker aus allen drei Landkreisen, ferner Experten aus den Städten und Gemeinden sowie aus Fachbehörden, außerdem die IHK und der Einzelhandelsverband.

Für den Sachverstand, den Weitblick und das große Engagement aller Beteiligten bedanke ich mich an dieser Stelle. Gemeinsam ist es uns gelungen, ein Konzept auf die Füße zu stellen, welches klare und faire Regeln zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels aufstellt und damit zur verbrauchernahen Versorgung ebenso wie zur Lebensqualität in den Städten und Gemeinden der Region beiträgt.

Eugen Höschele
Verbandsvorsitzender

Vorwort



Aktuelle Entwicklungen im Einzelhandel sind geprägt durch ein anhaltendes Wachstum der Verkaufsflächen und eine starke Nachfrage nach großflächigen Standorten an den Ortsrändern.

Dem gegenüber steht eine insgesamt stagnierende Kaufkraft, eine demographische Entwicklung, die eine gut erreichbare Grundversorgung verlangt und ein Baurecht, das zunehmend die Innenstädte stärkt.

So fordert die Landesplanung Innenentwicklung vor Außenentwicklung und die Begrenzung des Flächenverbrauchs. Gemäß Integrationsgebot im Landesentwicklungsplan sollen Einzelhandels-Großprojekte verbrauchernah an integrierten Standorten, also in den Innenstädten und nicht auf der grünen Wiese, angesiedelt werden. Weitere landesplanerische Vorgaben sind das Kongruenzgebot, welches besagt, dass sich Einzelhandelsvorhaben in das zentralörtliche System einfügen sollen, und das Beeinträchtigungsverbot, welches sicherstellen soll, dass das städtebauliche Gefüge, funktionsfähige Stadt- und Ortskerne und die verbrauchernahe Versorgung nicht gefährdet werden. Das heißt konkret: Jeder Ort soll sich entsprechend seiner Funktion im zentralörtlichen System entfalten können, damit die Bewohnerinnen und Bewohner überall eine gut erreichbare Versorgung vorfinden. Ebenso soll vermieden werden, dass Kommunen, die ihren Einzelhandel konsequent in der Innenstadt entwickeln, durch Ausweisungen von Nachbarkommunen gefährdet werden.

Planung kann, darf und soll nicht in den Wettbewerb eingreifen, aber wir können Vorgaben machen, wo Einzelhandel im Sinne einer nachhaltigen Versorgung der Bewohner und Bewohnerinnen aller Städte und Gemeinden in der Region erwünscht ist. Das regionale Zentren- und Märktekonzept für die Region Neckar-Alb (reZuM NA) wurde deshalb auch vom Einzelhandelsverband ebenso wie vom Handelsausschuss der IHK begrüßt.

Das reZuM NA konkretisiert die Vorgaben der Landesplanung, indem es „Zentrale Versorgungsbereiche“ als Vorranggebiete für den großflächigen Einzelhandel bestimmt. Die Abgrenzung erfolgte auf der Basis klar definierter und in der Rechtsprechung anerkannter Kriterien wie Bebauung, Angebotsdichte und Nutzungsvielfalt, Erreichbarkeit, Passantenfrequenz und Aufenthaltsqualität. Dabei wurde die spezielle Situation und Topografie ebenso wie zukünftige Entwicklungen berücksichtigt. Die Gebietsabgrenzungen wurden mit den zentralen Orten abgestimmt.

Für großflächige nicht zentrenrelevante Sortimente, die in den Innenstädten keinen Platz finden, wie zum Beispiel Bau- oder Möbelmärkte, wurden entsprechende Ergänzungsstandorte ausgewiesen. Weil diese Märkte häufig mit zentrenrelevanten Randsortimenten große Umsätze machen, sollen diese Randsortimente zukünftig begrenzt werden. Zur wirkungsvollen Steuerung des Einzelhandels wurde außerdem eine Agglomerationsregelung aufgenommen, wie sie von den meisten Regionalverbänden praktiziert wird. Die Ansammlung mehrerer Märkte, die zwar einzeln unterhalb der Großflächigkeit liegen, insgesamt aber Auswirkungen wie ein Einkaufszentrum haben, soll damit an nicht-integrierten Standorten nicht mehr möglich sein.

Mit dem reZuM NA erhalten die Städte und Gemeinden der Region ein fundiertes Werkzeug zur Planung und zukünftigen Steuerung

des Einzelhandels. Das reZuM NA enthält aktuelle Daten als Beurteilungsgrundlage für Einzelhandelsvorhaben. Besonderheiten der Region wie Studenten, Tourismus und Fabrikverkäufe wurden berücksichtigt. Gemeinsam wurden elf Leitideen zur zukünftigen Steuerung des Einzelhandels in der Region entwickelt, welche ergänzt werden durch Prüfkriterien und Checklisten zur praktischen Umsetzung. Das reZuM NA bietet damit klare Richtlinien und Verlässlichkeit für Kommunen und Investoren. Dabei kann die Regionalplanung Leitideen vorgeben und Vorranggebiete ausweisen. Die konkrete und parzellenscharfe Planung bleibt Aufgabe der Kommunen. Im Rahmen der Bauleitplanung haben die Kommunen weitere und wirksame Mittel zur Steuerung des Einzelhandels. Deshalb ergeht auch die Aufforderung an die Städte und Gemeinden, ein eigenes Einzelhandels-Konzept zu erstellen, abzustimmen und rechtlich abzusichern.

Ein Angebot ist die Rolle des Regionalverbands als Berater und Moderator bei Einzelhandelsprojekten. Für Fragen im Zusammenhang mit Handelsansiedlungen ebenso wie für die Unterstützung bei der interkommunalen Abstimmung steht die Verbandsverwaltung gerne zur Verfügung. Sprechen Sie uns an!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Angela Bernhardt', with a stylized, flowing script.

Angela Bernhardt
Verbandsdirektorin

Vorbemerkungen

Der Regionalverband Neckar-Alb hat im Juli 2010 die imakomm AKADEMIE GmbH mit der Erstellung des regionalen Zentren- und Märktekonzeptes (im Folgenden: reZuMK) für die Region Neckar-Alb beauftragt.

Vorrangiges **Ziel** des reZuMK soll vereinbarungsgemäß (1) die Erarbeitung zentraler Steuerungsinstrumente für eine regionale Einzelhandelssteuerung (Stichworte: Grundsätze/Leitideen der Steuerung sowie Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte bei den Zentralen Orten) sein. (2) Darüber hinaus sind aber auch „Spielregeln“ (vgl. „Genehmigungsstandards“ gemäß Ausschreibungsunterlagen) für die künftige Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu definieren. Dadurch soll eine Versachlichung aber auch Vereinfachung der regionalen respektive interkommunalen Abstimmung erreicht werden. (3) Explizit sollen aber auch Entwicklungsmöglichkeiten für nicht zentrale Orte in der Region soweit als möglich aufgezeigt werden, sofern hier die Regionalplanung überhaupt von Relevanz ist.

Das reZuMK stellt die **inhaltliche Grundlage für Regelungen im Bereich Einzelhandel im Regionalplan Neckar-Alb** dar. Inwiefern die einzelnen Empfehlungen aus dem reZuMK Eingang in den zu überarbeitenden Regionalplanentwurf finden, soll vereinbarungsgemäß im Rahmen der politischen Abstimmungsprozesse „außerhalb“ des reZuMK erfolgen.

Explizit wurden an das Konzept folgende **besondere Anforderungen** bei der Auftragsvergabe formuliert:

- Belastbarkeit des Konzeptes – daher sehr ausführliche Darstellung von Analyseergebnissen und Begründungen von Handlungsempfehlungen. Und: Angesichts der Nicht-Genehmigung des bisherigen Regionalplanentwurfes durch das Wirtschaftsministerium soll das reZuMK besonderen Wert legen auf einheitliche und damit nachvollziehbare, für alle betroffenen Kommunen gleichermaßen geltende Kriterien bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen und Ergänzungsstandorten (= „einheitliche Logik der Regelungen und Abgrenzungen“). Im Übrigen stellt die Anforderung „Belastbarkeit des reZuMK“ auch die Begründung für den zeitlichen Betrachtungshorizont des reZuMK dar: Gewählt wurde das Jahr 2015 bei Prognosen, da weitreichendere Betrachtungen mit nicht unerheblichen Unsicherheiten behaftet sind.

- Qualitätssicherung – daher beispielsweise auch explizit Festlegung der zu verwendenden Kaufkraftdaten, der Quellen für branchenübliche Flächenproduktivitäten für Umsatzschätzungen usw., zudem auch Einbindung der Universität Tübingen, Geographisches Institut, Prof. Dr. Sebastian Kinder, im Rahmen einer Evaluation der Ergebnisse des reZuMK usw.
- Lesbarkeit des Konzeptes – daher vereinbarungsgemäß auch klare Bewertungen von Sachverhalten und Einfügen eines Glossars zentraler Begriffe (s. Anhang).
- „Mehr als ein Zentrenkonzept“ – daher einzelne Bausteine im reZuMK (bspw. grundsätzliche städtebauliche Empfehlungen für die Zentralen Orte), die für eine regionale Einzelhandelssteuerung nicht von Bedeutung sind, sehr wohl aber hilfreich und damit nutzenstiftend für die jeweilige Kommune sein können.

Neben den genannten Anforderungen wurde zudem ein **Verfahren** mit dem Auftraggeber entwickelt, das eine regelmäßige Einbindung von Experten ermöglichte: Zwischenergebnisse des reZuMK wurden in insgesamt fünf Sitzungen mit der „Arbeitsgruppe Wirtschaft“ (im Folgenden: AG Wirtschaft) diskutiert, Anregungen aus der **AG Wirtschaft** wurden jeweils in den Zwischenstand des reZuMK eingebaut. Die Methodik und die zu verwendenden Zahlen wurden beispielsweise zu Projektbeginn mit der AG Wirtschaft in Sitzung 1 definiert. Die AG Wirtschaft besteht aus Vertretern der Fraktionen der Verbandsversammlung respektive des regionalen Planungsausschusses sowie von Verbänden (bspw. Einzelhandelsverband) und weiteren Institutionen (bspw. IHK) aber auch Vertretern der Landkreise sowie der Raumordnungsbehörden (Regierungspräsidium).

Das reZuMK besteht aus zwei Bänden: (1) **Band 1** stellt die eigentliche Konzeption dar und enthält im Wesentlichen die zentralen Analyse- und Prognoseergebnisse sowie alle Handlungsempfehlungen und Steuerungsinstrumente für die künftige regionale Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb. (2) **Band 2** umfasst Detailergebnisse der Analysen und stellt diese v.a. pro Kommune der Region (also für alle Zentralen Orte, für alle Kleinzentren und alle nicht zentralen Orte) dar.

Die Inhalte des vorliegenden reZuMK sind mannigfaltig. Zentraler Ansatz und damit quasi „**roter Faden**“ **des reZuMK für die Region Neckar-Alb** ist aber letztlich ein Spagat zwi-

schen klaren und einheitlichen Spielregeln für alle Kommunen (Vereinheitlichung der Steuerung) einerseits und dennoch Berücksichtigung der jeweiligen individuellen Vor-Ort-Situation in den einzelnen Kommunen, andererseits (größtmöglicher individueller Entwicklungsspielraum für die eigene kommunale Einzelhandelsentwicklung). Dies gilt insbesondere für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Ergänzungsstandorte. Auch hinsichtlich der Entwicklungen in Zentralen und nicht Zentralen Orten wird dieser Spagat versucht: Einerseits orientiert sich das reZuMK klar am Zentrale-Orte-System. Es konzentriert die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsvorhaben in Übereinstimmung mit dem Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg auf die Zentralen Orte. Gleichwohl wurden – ebenfalls in Anlehnung an den Landesentwicklungsplan – für Kleinzentren und nicht Zentrale Orte in der Region abweichend von diesem Grundsatz Ausnahmeregelungen definiert, die es ermöglichen sollen, in diesen Kommunen die Nahversorgungsstrukturen unter Beachtung klarer Regeln eben doch auch mit großflächigen Einzelhandelsvorhaben aus dem Bereich Nahversorgung sichern oder wiederherstellen zu können. Das reZuMK soll also allen Kommunen in der Region Neckar-Alb soweit als möglich Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen.

Dr. Peter Markert / Diplom-Geographin Julia Bubbel, Juni 2011

Einordnung des regionalen Zentren- und Märktekonzeptes Neckar-Alb in die Instrumente der Einzelhandelssteuerung
--

- **Hintergrund:** Die **Einzelhandelslandschaft** unterliegt nach wie vor massiven Umwälzungen: Sie ist geprägt von Konzentrationsprozessen, Anbieter verlangen nach größeren Verkaufsflächen, gleichzeitig geht die Zahl der Einzelhandelsbetriebe insgesamt zurück. Neue Angebotsformen und Standortgemeinschaften (beispielsweise das Nebeneinander von Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben aus dem Discountbereich, ergänzt um weitere Einzelhandelsbetriebe aus den Bereichen Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe) suchen Standorte auch in kleineren Kommunen, meist jedoch – um wirtschaftlich betrieben werden zu können – an autokundenorientierten Standorten. Gleichzeitig wird die einzelhandelsrelevante Kaufkraft künftig angesichts der demografischen Entwicklung aber in vielen Kommunen stagnieren oder gar zurückgehen. Der „Kaufkraftkuchen“ wird vielerorts kleiner werden. Der Wettbewerb um Einzelhandelskunden wird künftig noch zunehmen. Dies hat Folgen für die Grund- bzw. Nahversorgung der Bevölkerung wie auch für die Ortszentren insgesamt. **Es ist offensichtlich, dass bei einer falschen Standortpolitik bei Einzelhandelsansiedlungen schädliche Auswirkungen auf raumordnerische Strukturen mit negativen Folgen für Ortszentren oder ganze Städte und Gemeinden entstehenden können.** Es bedarf daher einer übergemeindlichen Steuerung, die für eine ausgewogene räumliche Entwicklung sorgt.

Folgende Grafik zeigt die Notwendigkeit einer regionalen Einzelhandelssteuerung nicht zuletzt vor dem Hintergrund stagnierender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft auf. Die Daten beziehen sich dabei auf die Region Neckar-Alb.

Abbildung: Warum eigentlich regionale Einzelhandelssteuerung?

Ein Grund: Die Kaufkraft stagniert – bei Ansiedlungen heißt das: „Mehr Fläche kämpft um gleiche Kaufkraft“ = mehr Wettbewerb

Indikator	Situation 2010 in der Region Neckar-Alb:	Situation 2030 in der Region Neckar-Alb:	Entwicklung in der Region Neckar-Alb:
Einwohnerzahl*)	ca. 691.046	ca. 654.421	- 5%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner in Euro p.a., ohne Touristen, gewichtet mit Koeffizient von 1,026:**)	ca. 5.220	ca. 5.488	+ 5%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft alle Einwohner in Euro p.a.:***)	ca. 3,60 Mrd.	ca. 3,60 Mrd.	+ - 0%

*) Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsprognose inkl. Wanderungen, mittlere Variante.

**) Quelle: Datenbasis: GfK GeoMarketing GmbH. Eigene Berechnungen der imakomm AKADEMIE. Annahmen für Prognose 2030: Deutschlandweite jährliche Zunahme der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf um 0,25%.

***) Quelle: Eigene Berechnungen der imakomm AKADEMIE gemäß Statistischem Landesamt und GfK Geomarketing, Daten bezogen von IHK Reutlingen.

Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.

- **Ansatz und Rechtsrahmen der Raumordnung:** Die Raumordnung verfolgt vor diesem Hintergrund v.a. das **Ziel der Sicherung der Funktionsfähigkeit der Ortszentren** (Leitmotive: „innen vor außen“ bzw. „Schutz der Ortszentren“) **in den Kommunen sowie die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung**. Auf regionaler Ebene erfolgt dies auf Grundlage des Landesplanungsgesetzes Baden-Württemberg (2003) respektive des Landesentwicklungsplans (2002) und dessen Konkretisierung im so genannten Einzelhandelserlass (Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten, Stand 2001 und Ergänzungen). Bundesweit einheitliche Vorgaben finden sich zudem in der BauNVO (Baunutzungsverordnung, aktuellste Fassung aus dem Jahr 1990) sowie dem BauGB (Baugesetzbuch, hier v.a. relevante Regelungen hinsichtlich der interkommunalen Abstimmung gemäß § 2 Abs. 2 BauGB und Regelungen bei unbeplanten Innenbereichen, d.h. Gebieten ohne Bebauungspläne gemäß § 34 Abs. 3).¹
- **Ansatz der Einzelhandelssteuerung auf regionaler Ebene:**
 - **Grundsätzlich Steuerung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und Agglomerationen:** Einzelhandelsbetriebe können aufgrund ihrer Lage und Größe negative Auswirkungen auf den Raum haben. Gemäß § 11 (3) BauNVO werden schädliche Auswirkungen eines Einzelhandelsbetriebes v.a. auf den zentralen Versorgungsbereich der „eigenen“ Gemeinde oder aber von Umlandgemeinden ab einer Geschossfläche von 1.200 m² respektive einer Verkaufsfläche ab 800 m² vermutet (Vermutungsregel).² Die regionale Einzelhandelssteuerung bezieht sich grundsätzlich auf den von der Rechtsprechung herausgearbeiteten Schwellenwert von 800 m² Verkaufsfläche, steuert also großflächige Einzelhandelsbetriebe. Allerdings gilt auch: Wesentliche Beeinträchtigungen im Sinne der Ziele der Raumordnung gemäß § 11 (3) BauNVO können nicht nur

¹ Auf eine ausführliche Darstellung des rechtlichen Rahmens der Steuerung von Einzelhandelsgroßprojekten wird an dieser Stelle verzichtet. Es sei auf die Publikation „Nachschlagewerk zum Einzelhandel in der Region Neckar-Alb“ (Stand: August 2010) des Regionalverbandes Neckar-Alb verwiesen. Dort findet sich ein Überblick über den Rechtsrahmen der Einzelhandelssteuerung.

² Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden unter „**Einzelhandelsgroßprojekten**“ Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe sowie sonstige großflächige Handelsbetriebe subsummiert. Dabei gilt: **Einkaufszentren** stellen eine räumliche Zusammenfassung von Einzelhandelsbetrieben verschiedener Art und Größe, zumeist in Kombination mit verschiedenartigen Dienstleistungen, dar. Sie weisen insgesamt eine Geschossfläche deutlich über 1.200 m² auf, sind in der Regel einheitlich geplant, finanziert und verwaltet. Sie können auch durch „Zusammenwachsen“ von einzelnen Betrieben entstehen. Zu diesen Einkaufszentren werden Hersteller-Direktverkaufszentren (= Factory-Outlet-Center = **FOC**) gezählt. **Großflächige Einzelhandelsbetriebe** verkaufen ausschließlich an Endverbraucher und weisen gemäß Rechtsprechung eine Verkaufsfläche von 800 m² und mehr auf. **Sonstige großflächige Handelsbetriebe** verkaufen zwar nicht überwiegend an Endverbraucher, allerdings weist der Verkauf an Endverbraucher einen Umsatzanteil von 10% und mehr auf. Sie sind hinsichtlich ihrer Auswirkungen vergleichbar mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben.

durch einzelne Einzelhandelsgroßprojekte verursacht werden. Ähnliche Auswirkungen können auch dann gegeben sein, wenn mehrere kleinflächige Einzelhandelsbetriebe – also Einzelhandelsbetriebe mit jeweils weniger als 800 m² Verkaufsfläche und damit unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit – außerhalb der Versorgungskerne respektive zentralen Versorgungsbereiche in unmittelbarer räumlicher Nachbarschaft errichtet, erweitert oder umgenutzt werden und zusammen mehr als 800m² Verkaufsfläche erreichen (Agglomeration). Sie werden dann nicht isoliert, sondern wie ein Gesamtvorhaben beurteilt.

- o **Die Regionalplanung hat aber gleichzeitig das kommunale Selbstverwaltungsrecht zu beachten.** Niederschlag findet dies u.a. darin, dass regionale Einzelhandelssteuerung beispielsweise lediglich gebietsscharfe Bereiche für großflächige Einzelhandelsbetriebe ausweisen darf. Die konkrete Ausformung und Abgrenzung (parzellenscharf) erfolgt dann auf kommunaler Ebene.
- o Wesentliche Instrumente einer regionalen Einzelhandelssteuerung, die Niederschlag in einem entsprechenden Teilkapitel des Regionalplans finden, sind: (1) **Formulierung von Zielen (verbindlich) und Grundsätzen (sind abwägbar) der sachlichen Einzelhandelssteuerung.** (2) **Eine räumliche Einzelhandelssteuerung über die Festlegung von Vorranggebieten** für die Entwicklung großflächiger, zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe (= kartografische, gebietsscharfe Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen) **und von Vorbehaltsgebieten** für die mögliche Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (= kartografische, gebiets-scharfe Abgrenzung von Ergänzungsstandorten).

▪ **Funktion, Leistungsfähigkeit und Grenzen des reZuMK Neckar-Alb:**

Funktion des reZuMK:

- o **Das reZuMK soll die Inhaltliche Basis für Regelungen zur Einzelhandelssteuerung im Regionalplan Neckar-Alb liefern.** Denn: Um letztlich eine ausgewogene räumliche Entwicklung auch im Bereich Einzelhandel in der Region Neckar-Alb – unter Berücksichtigung des Zentrale-Orte-Systems – zu gewährleisten, bedarf es vor Übernahme von Regelungen zur sachlichen und räumlichen Einzelhandelssteuerung der Erarbeitung einer vergleichbaren analytischen Basis zur Bewertung der Einzelhandelssituation in den Kommunen der Region. Darüber hinaus sind nachvollziehbare, nach einheitlichen Kriterien und für alle Kommunen gleichermaßen gültige „Spielregeln“ und Abgrenzungskriterien vor der eigentlichen Ausweisung von Vorrang- und Vorbehaltsgebieten notwendig.
- o **Das reZuMK soll dann aber auch begründete Vorschläge zu Abgrenzungen für zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte liefern.**
- o **Zudem sollen Leitideen formuliert werden,** die dann – nach einem politischen Abstimmungsprozess – ggf. in geänderter Form in den Regionalplan zur sachlichen Einzelhandelssteuerung übernommen werden sollen.
- o Schließlich kann ein regionales Einzelhandelskonzept – und dies gilt in besonderem Maße für das reZuMK – weitere Hinweise liefern, so beispielsweise Vorschläge für eine künftig vereinfachte interkommunale Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsprojekten.

Leistungsfähigkeit und Grenzen des reZuMK:

- o Das reZuMK liefert die inhaltliche Basis für die Regelungen im Regionalplan. **Das reZuMK selbst entfaltet aber keine direkte Rechtsverbindlichkeit oder Außenwirkung.** Dies kann nur indirekt durch Übernahme von Empfehlungen

aus dem reZuMK in das entsprechende Kapitel des Regionalplans Neckar-Alb erfolgen.

- o Darüber hinaus ist zu berücksichtigen: Das reZuMK – und letztlich die Regionalplanung bei entsprechenden Übernahmen von Empfehlungen aus dem reZuMK – liefert wichtige Vorgaben mit den Empfehlungen zur sachlichen und räumlichen Einzelhandelssteuerung. **Gleichwohl entledigen die Regelungen nicht der raumordnerischen Prüfung von großflächigen Einzelvorhaben gemäß Landesentwicklungsplan respektive Einzelhandelserlass. Grundsätzlich bedarf es bei Ansiedlungsvorhaben von großflächigen Einzelhandelsbetrieben einer raumordnerischen Prüfung jedes Einzelfalles gemäß der Prüfkriterien Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot, um deren Zulässigkeit zu belegen.** Konkretes Beispiel: Zwar werden im reZuMK und dann auch im Regionalplan beispielsweise Ergänzungsstandorte für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsprojekte mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment ausgewiesen, diese Standorte stellen aber nur Bereiche dar, in denen solche Ansiedlungen grundsätzlich möglich wären. Ob sie tatsächlich zulässig sind, muss in einer Einzelfallprüfung (beispielsweise Auswirkungsanalyse und Bewertung anhand der raumordnerischen Prüfkriterien) nachgewiesen werden.

Inhaltsverzeichnis

1	Zentrale Ergebnisse im Überblick	14
1.1	Aufgabenstellung	14
1.2	Grundgedanken zur künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb.....	15
1.3	Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb (sachliche Einzelhandelssteuerung): Die Leitideen....	18
1.4	Die Strategie der künftigen räumlichen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb.....	27
 Teil A Ausgangssituation		
2	Aufgabenstellung	30
3	Methodik, Datenquellen, Ablauf.....	31
3.1	Methodik.....	31
3.2	Datenquellen	35
3.3	Ablauf	39
 Teil B Rahmenbedingungen		
4	Komprimierte Strukturanalyse Standort Neckar-Alb	42
4.1	Grundlegende Einzelhandelstrends	42
4.2	Der Standort Region Neckar-Alb im deutschlandweiten Ranking.....	43
4.3	Statistisches Kurz-Profil der Region Neckar-Alb	46
4.4	Einzelhandelsrelevante Besonderheiten Region Neckar-Alb	52
 Teil C Ist-Analyse Einzelhandelsstandort Neckar-Alb		
5	Nachfrageanalyse	56
5.1	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der EinwohnerInnen	56
5.2	Exkurs E-Commerce.....	58
5.3	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Touristen und FOC-Kunden	61
5.4	Fazit: Berücksichtigung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im reZuMK	63

6	Angebotsanalyse	64
6.1	Basisdaten Einzelhandelsbestand Region Neckar-Alb (inkl. Fabrikverkäufe).....	64
6.1.1	Basisdaten Gesamtregion (inkl. Fabrikverkäufe).....	64
6.1.2	Basisdaten Zentrale Orte (inkl. Fabrikverkäufe)	65
6.2	Basisdaten Einzelhandelsbestand Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe	69
6.2.1	Basisdaten Gesamtregion (ohne Fabrikverkäufe)	69
6.2.2	Basisdaten Zentrale Orte (ohne Fabrikverkäufe)	70
6.3	Bewertung des Einzelhandelsbestandes Region Neckar-Alb (ohne Fabrikverkäufe).....	74
6.3.1	Bewertung anhand einschlägiger Einzelhandelskennziffern.....	74
6.3.2	Bewertung nach Standortlagen.....	85
6.3.3	Bewertung der Nahversorgungssituation	91
6.4	Fazit Einzelhandelsausstattung	94
7	Wettbewerbsanalyse	96
7.1	Relevante Einzelhandelsagglomerationen	96
7.2	Fazit: Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im reZuMK.....	101
 Teil D Prognose		
8	Grundlagen der Prognose von Flächenpotenzialen.....	103
8.1	Anwendung der Prognosen: Sinn und Grenzen der Ansiedlungspotenziale.....	103
8.2	Methodische Grundlagen.....	104
8.2.1	Annahmen	104
8.2.2	Orientierungswerte bei den Zentralitäten	108
8.2.3	Methodik der Berechnung von Flächen- bzw. Ansiedlungspotenzialen als Orientierungswerte.....	111
9	Orientierungswerte der Flächenpotenziale.....	113
9.1	Orientierungswerte der Flächenpotenziale aktuell und 2015 in den Zentralen Orten.....	113
9.2	Prognose künftiger Flächenbedarf (Ansiedlungspotenziale) in den Kleinzentren und nicht Zentralen Orten (Fokus Nahversorgung).....	124
9.3	Fazit: Orientierungswerte der Flächenpotenziale	125

Teil E Konzeption

10	Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb	127
10.1	Konsequenzen aus den Analyseergebnissen / Grundgedanken zur Strategie .	127
10.2	Sachliche Einzelhandelssteuerung: Die elf Leitideen der Einzelhandelssteuerung	131
10.3	Räumliche Einzelhandelssteuerung	157

Teil F Instrumente / Umsetzung

11	Zentrale Versorgungsbereiche	160
11.1	Abgrenzungskriterien	160
11.1.1	Abgrenzungskriterien für die zentralen Versorgungsbereiche (Hierarchiestufen 1 und 2a)	160
11.1.2	Abgrenzungskriterien für die Grund- und Nahversorgungszentren (Hierarchiestufe 2b) als weitere Form der zentralen Versorgungsbereiche	162
11.1.3	Abgrenzungskriterien für Ergänzungsstandorte	163
11.2	Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte (inkl. Begründungen)	165
11.2.1	Oberzentren	165
11.2.2	Mittelzentren	175
11.2.3	Unterzentren	195
12	Ergänzende Steuerungsinstrumente	214
12.1	Checkliste informelle interkommunale Abstimmung und dazugehörige Prüfkriterien bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben	214
12.2	Prüfschema Ausnahmeregelungen Nahversorgung	218
13	Arbeitshilfen	220
13.1	Zukunftsscheck Nahversorgung	220

Teil G Glossar

14	Glossar	224
-----------	----------------------	------------

1 Zentrale Ergebnisse im Überblick

1.1 Aufgabenstellung

Dem reZuMK liegen insbesondere folgende zentrale Aufgabenstellungen zugrunde:

- (1) **Erarbeitung zentraler Steuerungsinstrumente** für eine regionale Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb. Hierzu zählt zum einen die sachliche Einzelhandelssteuerung via Leitideen. Zum anderen zählt hierzu auch die räumliche Einzelhandelssteuerung durch die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte anhand einheitlicher, im Rahmen des reZuMK zu definierenden Abgrenzungskriterien.
- (2) Darüber hinaus sollen „**Spielregeln**“ für die künftige Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben definiert werden. Angesprochen ist hierbei beispielsweise ein Verfahren zur interkommunalen Abstimmung, welches eine Vereinfachung und Beschleunigung des Prozesses bei Ansiedlungsvorhaben bewirken soll, gleichzeitig aber auch klare Kriterien für die Abstimmung vorgibt.
- (3) Explizit sollen aber auch **Entwicklungsmöglichkeiten für nicht Zentrale Orte** in der Region soweit als möglich aufgezeigt werden, sofern hier die Regionalplanung überhaupt von Relevanz ist.

Die zentralen Aufgaben 1 und 2 finden ihren Niederschlag in den elf Leitideen und damit in der Strategie für die künftige regionale Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb.

Das reZuMK stellt letztlich die **inhaltliche Grundlage für Regelungen im Bereich Einzelhandel im Regionalplan Neckar-Alb** dar. Inwiefern die einzelnen Empfehlungen aus dem reZuMK Eingang in den zu überarbeitenden Regionalplanentwurf finden, soll vereinbarungsgemäß im Rahmen der politischen Abstimmungsprozesse „außerhalb“ des reZuMK erfolgen.

1.2 Grundgedanken zur künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb

Aus den umfangreichen Analyse- und Prognoseergebnissen lassen sich folgende Konsequenzen und Grundgedanken für die künftige Strategie der Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb ableiten:

- **Bisher fehlt eine abgestimmte „Logik“** bei der regionalen Einzelhandelsentwicklung. Konsequenz: Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb muss – neben der für den Regionalplan v.a. wichtigen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen und Ergänzungsstandorten als räumliche Steuerungsinstrumente – über Mindestinhalte einer regionalen Einzelhandelssteuerung hinausgehen und bewusst umfassende **Leitideen für eine sachliche Einzelhandelssteuerung** beinhalten. Nur dann scheint eine Genehmigungsfähigkeit des (zu überarbeitenden) Regionalplanentwurfes aussichtsreich.

⇒ Vgl. die elf Leitideen, insbesondere auch Leitidee 5

- Das Leitmotiv „innen vor außen“ bzw. „Schutz der Ortszentren“ wurde in der Vergangenheit bei der jeweiligen kommunalen Einzelhandelsentwicklung von vielen Städten bzw. Gemeinden in der Region Neckar-Alb zu wenig beachtet. Konsequenz: **Es bedarf restriktiver Regelungen „draußen“, um die Ortszentren zu schützen. Dies ist eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung. Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb muss gleichzeitig Entwicklungsmöglichkeiten in den Ortszentren aufzeigen bzw. ermöglichen** („nicht nur Schutz, sondern auch Entwicklung der Ortszentren als Paradigma“). Dies muss sich in den **Abgrenzungskriterien** für die zentralen Versorgungsbereichen niederschlagen (Stichworte: Flächenentwicklung in den zentralen Versorgungsbereichen durch eine vorausschauende Abgrenzung dieser Vorranggebiete ermöglichen).

⇒ Vgl. die Leitideen 1 bis 3

- Allein schon die statistische Analyse der Region Neckar-Alb (v.a. anhand demografischer Indikatoren) zeigt: Es handelt sich um eine **heterogene Region** mit Wachstums- und Schrumpfungstendenzen in Teilräumen. Dies muss die künftige Strategie

der regionalen Einzelhandelssteuerung bewusst aufgreifen, da hierbei insbesondere die Grund- bzw. Nahversorgungsstrukturen ein zentraler Standortfaktor für eine Kommune werden können. Konsequenz: **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb muss bewusst den strukturschwachen Räumen und dabei v.a. den nicht Zentralen Orten ebenfalls Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich Grundversorgung eröffnen. Dies kann in Form von Ausnahmeregelungen bei Ansiedlungsmöglichkeiten von Einzelhandelsbetrieben mit grundversorgungsrelevantem Hauptsortiment erfolgen. Gleichzeitig muss aber unbedingt gewährleistet sein, dass das Zentrale-Orte-System durch diese möglichen Ausnahmeregelungen nicht konterkariert wird. Ausnahmeregelungen sind gleichzeitig mit klaren Kriterien zu verknüpfen.**

⇒ Vgl. Leitidee 4

- **Regionale Besonderheiten** – namentlich die Themen FOC/Fabrikverkauf, Studenten, Touristen – machen die Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb komplex. Nicht selten führen Einzelfallbetrachtungen, teilweise auch über Einzelfallgutachten, zu unsachlichen Argumentationen. Konsequenz: **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb kann hier keine abschließenden Regelungen treffen. Sie kann aber sehr wohl den künftig sachlicheren Umgang mit diesen Besonderheiten bei Ansiedlungsvorhaben erreichen, in dem klar definiert wird, ob und in welcher Höhe die Kaufkraft von FOC-Kunden, Studenten und Touristen bei der Bewertung von großflächigen Ansiedlungsvorhaben zu berücksichtigen ist. Zudem muss die künftige Strategie die Bewertung von Vorhaben im Bereich FOC/Fabrikverkauf zumindest soweit als möglich vorgeben.**

⇒ Vgl. die Leitideen 6 und 9

- Die Betrachtung der aktuellen und die Prognose der künftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Region Neckar-Alb zeigt: **Die entsprechende Kaufkraft wird insgesamt stagnieren.** Konsequenz: Zusätzliche Ansiedlungen werden künftig den Wettbewerb zwischen den Kommunen verschärfen, wenn die Ansiedlungen dabei Kaufkraftpotenzial, das über ein „Rückholen bisher aus der Region abfließender Kaufkraft“ (vgl. Wettbewerbsanalyse) hinausgeht, in Wert setzen. **Die Strategie der**

künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb muss diesen Befund berücksichtigen, in dem sie erste Orientierungswerte für in der jeweiligen Kommune noch vorhandene Ansiedlungspotenziale aufzeigt. Dabei kann es sich selbstverständlich nur um **grobe Orientierungswerte** handeln, für die gilt: Ein Überschreiten der Ansiedlungspotenziale durch ein Vorhaben führt nicht zur Unzulässigkeit dieses Vorhabens. In jedem Falle bedarf es der Einzelfallprüfung anhand der raumordnerischen Prüfkriterien (v.a. Kongruenzgebot und Beeinträchtungsverbot). Die Ansiedlungspotenziale zeigen aber sowohl der Standortgemeinde als auch den Raumordnungsbehörden auf, ob ein Vorhaben – bei klarem Unterschreiten der Ansiedlungspotenziale – das Einhalten der Prüfkriterien erwarten lässt, oder aber ob – bei deutlichem Überschreiten des Ansiedlungspotenzials – ein Nicht-Einhalten der Prüfkriterien zu befürchten ist. Anhand der Ansiedlungspotenziale wird somit versucht, das Zentrale-Orte-System zu schützen und gleichzeitig dem Befund stagnierender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft gerecht zu werden.

⇒ Vgl. die Leitideen 8

- Regionale Einzelhandelssteuerung hängt immer auch von der Durchsetzungskraft entsprechender Regelungen ab. Diese wiederum ist abhängig vom regionalen Konsens und der „Stärke“ des Regionalverbandes. Konsequenz: **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb sollte daher bewusst auch eine Definition der Rolle des Regionalverbandes beinhalten, die über die gesetzlich festgelegten Funktionen evtl. hinausgeht.**

⇒ Vgl. die Leitideen 7 und 10

Diese Grundgedanken der künftigen Strategie der Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb werden nun konkretisiert in so genannten Leitideen. Sie stellen die Basis für die künftige sachliche Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb dar. Aus ihnen ergibt sich in einem weiteren Schritt quasi „automatisch“ die räumliche Einzelhandelssteuerung für die Region (Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte).

1.3 Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb (sachliche Einzelhandelssteuerung): Die Leitideen

Leitidee 1: Der in nahezu jeder Region feststellbaren Verlagerung des Einzelhandels an städtebaulich nicht integrierte Standorte soll entgegengewirkt werden, um so die Ortszentren und die verbrauchernahe Versorgung zu schützen. Folgerichtig sollen künftig großflächige Einzelhandelsansiedlungen grundsätzlich innerhalb der **zentralen Versorgungsbereiche** (zVBs) der Zentralen Orte erfolgen, um diese multifunktionalen Standorträume auch als Einzelhandelsstandorte zu stärken. Die räumliche Ausweisung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt nach einheitlichen Kriterien, so dass eine abgestimmte Ausweisung der künftigen räumlichen Schwerpunkte der Entwicklung im Bereich des großflächigen Einzelhandels vorliegt.

⇒ Vgl. sämtliche Abgrenzungen sowie die erarbeiteten Abgrenzungskriterien

Leitidee 2: Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen vorrangig ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden. Sie können aber auch an hierfür ausgewiesenen Vorbehaltsgebieten – so genannten Ergänzungsstandorten – angesiedelt werden. Die räumliche Ausweisung der **Ergänzungsstandorte** erfolgt nach einheitlichen Kriterien und in Abstimmung mit den Kommunen. Bei diesen nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsgroßprojekten sollen zentrenrelevante Randsortimente begrenzt werden. Sie sind nur zulässig, wenn keine Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortgemeinde sowie von Umlandkommunen zu erwarten sind. Um dies zu gewährleisten, wird die Begrenzung der Randsortimente auf eine Verkaufsfläche von 3% der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 350 m² Verkaufsfläche begrenzt.

⇒ Vgl. sämtliche Abgrenzungen sowie die erarbeiteten Abgrenzungskriterien

Leitidee 3: In der Region Neckar-Alb besteht eine heterogene Struktur an Kommunen – von kleinen nicht Zentralen Orten bis hin zu Oberzentren mit Stadtteilen, deren Einwohnerzahl bei weitem die Einwohnerzahl vieler nicht Zentraler Orte überschreitet. Dieser Einwohnerstruktur wird auch bei der künftigen Steuerung großflächiger Einzelhandelsprojekte Rechnung getragen. Für größere Stadtteile wird die **Zentrenstruktur bei den Zentralen Orten** (Stufe 1: zentrale Versorgungsbereiche) um eine zweite Zentren- bzw. Hierarchiestufe erweitert. Dies erfolgt angesichts der Einwohnerzahl einzelner Stadtteile in folgenden Städten: Albstadt, Balingen, Reutlingen, Rottenburg, Tübingen. Den weiteren Zentrenstufen sollte ebenfalls der Status eines zentralen Versorgungsbereiches (= Schutzobjekt) zukommen.

⇒ Aus Leitidee 3 ergeben sich folgende Zentrenstufen:

Die Zentrenstufen bei der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb			
Schützenswerte Standorträume – Zulässigkeit von <u>großflächigen</u> Einzelhandelsbetrieben wie folgt:	Sortimente der Grundversorgung	Sonstige zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Hierarchiestufe 1: Zentrale Versorgungsbereiche („Innenstädte“) (vgl. Leitidee 1)	Ja	Ja	Ja
Hierarchiestufe 2a: Nebenzentren (betrifft ausschließlich Albstadt)	Ja	Ja	Nein
Hierarchiestufe 2b: Grund- und Nahversorgungszentren	Ja	Nein	Nein
Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.			

Leitidee 4: Die Region Neckar-Alb verständigt sich auf eine regionale Einzelhandelssteuerung, die sich (a) an der bestehenden Zentrenhierarchie der Kommunen orientiert. Demnach sind die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren möglich. (b) Gleichzeitig und in Abweichung zu (a) soll aber bewusst im Bereich **Grundversorgung zur Sicherung / Wiederherstellung der Nahversorgung die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Kleinzentren und nicht zentralen Orten** grundsätzlich ebenfalls möglich sein. Hierfür muss die entsprechende Standortgemeinde jedoch das Vorliegen entsprechender Kriterien und die Einhaltung eines klaren Prüfschemas nachweisen.

- ⇒ Bei den Instrumenten zur Umsetzung der Leitideen findet sich das entsprechende Prüfschema.
- ⇒ Bei den Arbeitshilfen findet sich eine entsprechende Beispielrechnung, wie Kommunen ihr ungefähres Ansiedlungspotenzial im Bereich Grundversorgung selbst errechnen können.

Leitidee 5: Ein wesentlicher Ansatzpunkt zur regionalen Einzelhandelssteuerung ist die Differenzierung von zentrenrelevanten (und darunter auch grundversorgungsrelevanten) und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Um eine möglichst einheitliche Bewertung von großflächigen Einzelhandelsprojekten in der Region Neckar-Alb zu gewährleisten und somit interkommunale Konflikte aufgrund unterschiedlicher Sortimentszuordnungen soweit als möglich zu vermeiden, sollte größtmöglicher Konsens hinsichtlich dieser Differenzierung der Sortimente bestehen. Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg gibt einen ersten Anhaltspunkt für eine entsprechende Differenzierung. Eine Konkretisierung der dortigen Einteilung gibt die **regionale Sortimentsliste Neckar-Alb**. Sie definiert Einzelhandelssortimente, die stets als zentrenrelevant oder aber nicht zentrenrelevant einzustufen sind. Diese Zuordnung ist von den Kommunen zu übernehmen. Die regionale Sortimentsliste zudem gibt aber auch Sortimente an, die in der Regel zentrenrelevant sind, die jedoch ortsspezifisch auch nicht zentrenrelevant sein können. Die konkrete Zuordnung liegt bei den einzelnen Kommunen und kann dort im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten auf Basis der Vor-Ort-Situation individuell ausgestaltet werden.

Regionale Sortimentsliste Neckar-Alb			
(a) Typischerweise zentrenrelevante Sortimente**)	(b) Typischerweise grundversorgungs- relevante und zugleich zentrenre- levante Sortimente) und **)	(c) Typischerweise nicht zentrenrele- vante Sortimente	(d) I.d.R. zentrenrele- vante Sortimente, de- ren tatsächliche Zuord- nung auf kommunaler Ebene bspw. im Rah- men eines Einzelhan- delskonzeptes definiert und begründet werden soll
▪ Kleinteilige Baby- / Kinderartikel	▪ Lebensmittel	▪ Möbel	▪ Teppiche (ohne Teppichböden)
▪ Kunst / Antiquitäten	▪ Apothekerwaren	▪ Bau-, Heimwer- ker- / Gartenbe- darf	▪ Tiere und Tiernah- rung, Zooartikel
▪ Unterhaltungselektro- nik/Computer, klein- teilige Elektrowaren (bspw. Toaster, Rühr- und Mixgeräte)	▪ Körperpflege / Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Putz-, Wasch- und Reini- gungsmittel	▪ Sonstige großtei- lige Sortimente wie; Boote, Auto / Zubehör, Hei- zungen / Kamine / (Kachel-) Öfen, Teppichböden	▪ Getränke (meint Getränke als Haupt- sortiment in großen Gebinden, also bspw. reine Geträn- kemärkte)
▪ Bekleidung, Lederwa- ren, Schuhe	▪ Genussmittel, Tabakwaren		▪ Großteilige Baby- / Kinderartikel (bspw. Kinderwagen, Kin- dersitze)
▪ Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwa- ren / Büroorganisation			▪ Großteilige Sportar- tikel / Sportgeräte (bspw. Fahrräder)
▪ Foto / Optik			▪ Waffen, Angler-, Reit- und Jagdbe- darf
▪ Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunst- gewerbe			▪ Großteilige Elektro- waren (bspw. Kühl- schränke, Wäsche- trockner)
▪ Musikalienhandel			
▪ Uhren / Schmuck			
▪ Spielwaren, kleinteili- ge Sportartikel			
▪ Blumen			
▪ Haushaltswaren			

Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.

*) Bei diesen Sortimenten gelten Ausnahmeregelungen gemäß Leitidee 4.

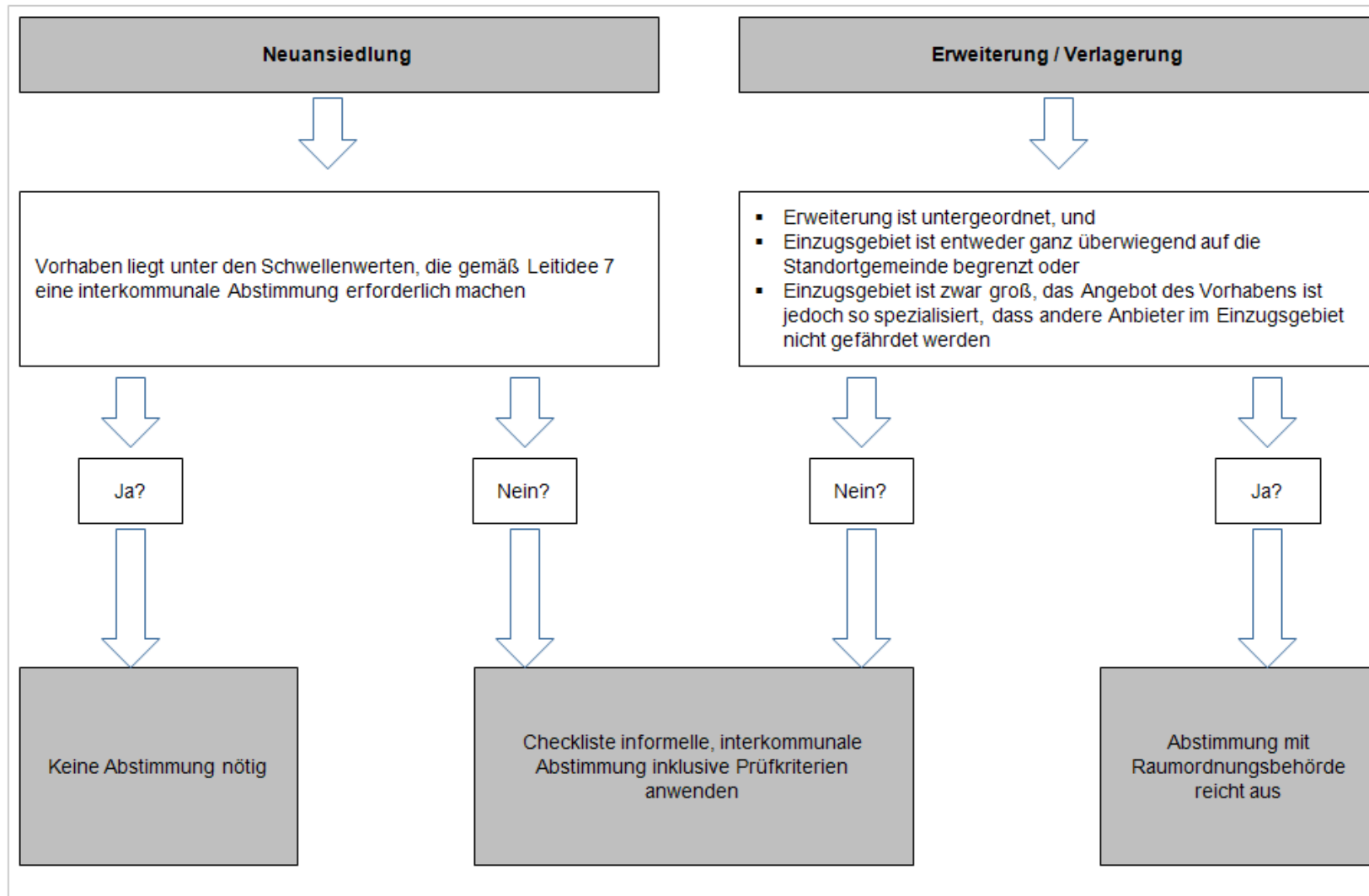
**) Übernommen aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, teilweise ergänzt / konkretisiert.

Leitidee 6: Die Region Neckar-Alb weist zahlreiche **Besonderheiten** auf, die auch bei einer regionalen Einzelhandelssteuerung Berücksichtigung finden müssen. Um hierbei eine einheitliche Bewertung von Sonderfaktoren, die bei Ansiedlungsvorhaben ggf. zu berücksichtigen sind, zu gewährleisten, wurde eine entsprechende Übersicht mit Handlungsempfehlungen erarbeitet.

⇒ Vgl. Details zur Leitidee 6 an entsprechender Stelle.

Leitidee 7: Die interkommunale Abstimmung ist ein zentraler Aspekt bei der Ansiedlung von regional bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben. Um eine Beschleunigung der formellen Planungsverfahren und eine Versachlichung und damit Vereinfachung der formellen interkommunalen Abstimmung zu erreichen, sollte diese um eine **frühzeitige informelle Abstimmung** ergänzt werden. Diese frühzeitige informelle interkommunale Abstimmung sollte ab einer bestimmten Verkaufsflächengröße von Einzelhandelsvorhaben erfolgen. Neuansiedlungen und Bestandserweiterungen bzw. Verlagerungen werden hierbei differenziert betrachtet.

⇒ Vgl. Details zur Leitidee 7 an entsprechender Stelle.

Ablaufschema frühzeitige informelle, interkommunale Abstimmung:

Leitidee 8: Dem Regionalverband obliegen formale Aufgaben bei der regionalen Einzelhandelssteuerung. Darüber hinaus kann der Regionalverband den Kommunen im Vorfeld von Ansiedlungsvorhaben Unterstützung anbieten. Die interkommunale Abstimmung kann mit Beratung und Moderation begleitet werden. Dadurch kann eine Verfahrensvereinfachung und -beschleunigung ermöglicht werden. (vgl. Leitidee 7) Des Weiteren kann der Regionalverband nicht zentrale Orte bei der Stärkung der Grundversorgung unterstützen. Entsprechende Checklisten und Arbeitshilfen, die im Rahmen des reZuM NA erarbeitet wurden, dienen hierfür als Ansatz.

⇒ Vgl. für Leitidee 8 v.a. Leitidee 7 sowie das Kapitel Instrumente / Umsetzung

Leitidee 9: Fabrikverkäufe, Fabrikverkaufszentren und Factory-Outlet-Center sind eine besondere Form des großflächigen Einzelhandels. Sie sollen dennoch mit denselben Prüfkriterien und Maßstabsgrößen wie großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- bzw. nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment bewertet werden. Gemäß Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg soll diese Sonderform des Einzelhandels grundsätzlich nur in den beiden Oberzentren zulässig sein. Für deren Zulässigkeit sind darüber hinaus weitere Kriterien zu erfüllen, die im Rahmen des reZuMK definiert werden. Zudem sind entsprechende Ansiedlungen oder Erweiterungen auch in Mittelzentren möglich, wenn diese die entsprechenden Kriterien für Oberzentren erfüllen und zusätzlich auch positive Effekte für ihr Umland nachweisen können. Letztere werden ebenfalls im Rahmen des reZuMK definiert. Schließlich sollen entsprechende Formen des Einzelhandels auch in Unterzentren, Kleinzentren und nicht Zentralen Orten möglich sein, wenn die Ansiedlung auf die jeweilige, ansässige Produktionsfirma beschränkt wird, in unmittelbarer räumlicher Nähe erfolgt, das Sortiment im betrieblichen Zusammenhang zur Firma steht und die Ansiedlung die raumordnerische Grenze zur Großflächigkeit auch unter Beachtung des Agglomerationsverbotes unterschreitet. Auch bei diesen kleinflächigen Ansiedlungen unterhalb der Mittelzentren ist eine interkommunale Abstimmung nötig.

Prüfschema: Einzuhaltende Kriterien bei der Ansiedlung von Fabrikverkäufen, Fabrikverkaufszentren und FOCs**Oberzentren:**

- Vorrangig in städtebaulich integrierter Lage, und
 - Einhaltung Beeinträchtigungsverbot, und
 - Konzentration vorrangig auf exklusive Marken, und
 - außerhalb von Hierarchiestufe 1 und 2a: Berücksichtigung Agglomerationsverbot, und
 - interkommunale Abstimmung in jedem Fall notwendig
 - bei Verkaufsflächenerweiterung im Bestand: Betrachtung Gesamtvorhaben nötig
- Hinweis: Kongruenzgebot muss nicht erfüllt werden.

Mittelzentren:

Kriterien wie bei den Oberzentren,
zusätzlich weitere Kriterien, und zwar:

Impulse Einzelhandel: Kopplungseffekte für Einzelhandelsstandorte:

- Nachweis einer Kundenstruktur für das Vorhaben, für die außerhalb bestehender Sonderformen des Einzelhandels in der Region Neckar-Alb kaum Angebote bestehen, und
- Darstellung eines Kaufkraftmodells (= Bezifferung der Kaufkrafteffekte für das Umland & Beschreibung, welche Räume innerhalb Neckar-Albs profitieren könnten), und
- Darlegung von Maßnahmen, anhand derer Kopplungskäufe zwischen der Standortgemeinde und den betroffenen Kommunen in der Region erhöht werden könnten

Impulse Gastronomie / Tourismus: Kopplungseffekte für touristische Destinationen:

- Darlegung, welche touristischen Destinationen im Einzugsgebiet innerhalb der Region Neckar-Alb für die Zielgruppe des Vorhabens relevant sind, und
- Maßnahmenplan für die Erhöhung von Kopplungen zwischen Vorhaben und entsprechenden touristischen Destinationen: Maßnahmen der Standortgemeinde (bspw. Flyer – Auslage wo?) sowie gemeinsamer Maßnahmen zwischen Standortgemeinde und anderen Gemeinden / Tourismusverbänden usw.)

Leitidee 10: Ziele, Möglichkeiten und Grenzen des reZuMK respektive des Regionalplans: Das reZuMK verfolgt generell das Ziel der Sicherung der Funktionsfähigkeit der Ortszentren und möchte gleichzeitig auch Impulse für deren Weiterentwicklung geben. Darüber hinaus soll die verbrauchernahe Versorgung gestärkt werden. Schließlich sollen „Spielregeln“ und damit faire Rahmenbedingungen für die Entwicklung aller Kommunen in der Region Neckar-Alb aufgebaut werden. Für die Zielerreichung sollen beispielsweise bei der Bewertung von Ansiedlungsvorhaben auch das Zentrale-Orte-System und die Orientierungswerte der Flächenpotenziale berücksichtigt werden. Für das reZuMK gilt grundsätzlich: Zur Erreichung der Ziele sollen grundsätzlich raum- bzw. regionalbedeutsame Einzelhandelsvorhaben gesteuert werden. Diese **Raumbedeutsamkeit** kann sich aufgrund der Vorgaben des Normgebers nicht am Zentralen-Orte-System orientieren, sondern wird anhand der Grenze zur Großflächigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gemäß § 11 (3) BauNVO definiert. Zudem ist auch die Steuerung mehrerer selbstständiger, für sich genommen jeweils kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe auf regionaler Ebene notwendig, sofern sie räumlich nahe beieinander geplant, erweitert oder umgenutzt werden und in der Summe eine Verkaufsfläche oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit aufweisen (**Agglomerationsverbot**). Eine Abstandsregelung zur Bewertung der räumlichen Nähe scheint sinnvoll (Regionalplanentwurf: 150 m). Eine regionale Abstimmung der Einzelhandelsentwicklung ist bei Einhaltung der Leitideen 1 bis 9 somit möglich. **Weitergehende Regelungen** – insbesondere Regelungen hinsichtlich der Ansiedlung kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe, die nicht unter das Agglomerationsverbot fallen – sind zu weitreichend und **nicht zulässig**. Gleiches gilt für eine Pflicht zur Aufstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte. Anreize zur Erstellung solcher Konzepte wurden aber durch Definition entsprechender Prüfschemata in den Leitideen gesetzt.

Leitidee 11: „Kaufkraftströme kennen keine administrativen Grenzen“ – daher ist eine regionale Einzelhandelssteuerung sinnvoll und notwendig. Letztlich sollte aber auch eine interregionale Abstimmung bei der Einzelhandelssteuerung erfolgen, da allein schon aufgrund von Pendlerverflechtungen aber auch aufgrund entsprechender Einzelhandelsangebote in angrenzenden Regionen zur Region Neckar-Alb starke Kaufkraftverflechtungen bestehen (vgl. bspw. das Kapitel Wettbewerbsanalyse). Vor diesem Hintergrund ist eine regelmäßige Abstimmung der angrenzenden Regionen notwendig mit dem Ziel, langfristig „Spielregeln“ für eine interregionale Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben speziell auch in den räumlich aneinandergrenzenden Gebieten zu erzielen.

1.4 Die Strategie der künftigen räumlichen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb

Aus den Leitideen ergeben sich klare räumliche Vorgaben für die künftige regionale Einzelhandelssteuerung. Diese sind komprimiert dargestellt in der folgenden Abbildung. Sämtliche Details und Abgrenzungen finden sich dann im folgenden Kapitel.

Abbildung: Die Zentrenstufen und weitere Standorte bei der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb

Schützenswerte Standorträume – Zulässigkeit von <u>großflächigen</u> Einzelhandelsbetrieben wie folgt:	Sortimente der Grundversorgung	Sonstige zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Hierarchiestufe 1: Zentrale Versorgungsbereiche („Innenstädte“) (vgl. Leitidee 1)	Ja	Ja	Ja
Hierarchiestufe 2a: Nebenzentren (betrifft ausschließlich Albstadt) (vgl. Leitidee 3)	Ja	Ja	Nein
Hierarchiestufe 2b: Grund- und Nahversorgungszentren (vgl. Leitidee 3)	Ja	Nein	Nein
Sonstige integrierte Standortlagen (z.B. Wohngebietslage)	Ja, wenn Kriterien unter Leitidee 4 eingehalten werden	Nein	Nein
Standorte außerhalb der Hierarchiestufen 1 und 2 sowie außerhalb sonstiger integrierter Lagen (vgl. Leitidee 3)	Grundsätzlich nein, Ausnahmen s. Leitidee 4	Nein	Nein, außer in Ergänzungsstandorten, wenn Vorhaben unschädlich und eingepasst in zentralörtliches System
Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.			

Teil A: Ausgangssituation



2 Aufgabenstellung

Dem reZuMK liegen insbesondere folgende Aufgabenstellungen zugrunde:

- (1) **Erarbeitung zentraler Steuerungsinstrumente** für eine regionale Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb. Hierzu zählt zum einen die sachliche Einzelhandelssteuerung via Leitideen. Zum anderen zählt hierzu auch die räumliche Einzelhandelssteuerung durch die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte anhand einheitlicher, im Rahmen des reZuMK zu definierenden Abgrenzungskriterien.
- (2) Darüber hinaus sollen „**Spielregeln**“ für die künftige Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben definiert werden. Angesprochen ist hierbei beispielsweise ein Verfahren zur interkommunalen Abstimmung, welches eine Vereinfachung und Beschleunigung des Prozesses bei Ansiedlungsvorhaben bewirken soll, gleichzeitig aber auch klare Kriterien für die Abstimmung vorgibt.
- (3) Explizit sollen aber auch **Entwicklungsmöglichkeiten für Nicht zentrale Orte** in der Region soweit als möglich aufgezeigt werden, sofern hier die Regionalplanung überhaupt von Relevanz ist.
- (4) Darüber hinaus wurden im Rahmen der umfangreichen Ausschreibungsunterlagen **weitere Aufgaben** dokumentiert, welche insbesondere die methodische Vorgehensweise bei der Erstellung des reZuMK näher definiert. So sind beispielsweise eine sehr detaillierte Verkaufsflächenerhebung (u.a. flächendeckend alle Betriebe in den Innenstädten der 16 Zentralen Orte), eine Wettbewerbsanalyse, die Erfassung und Berücksichtigung bestehender kommunaler Einzelhandelskonzepte usw. gefordert.

Das reZuMK stellt letztlich die **inhaltliche Grundlage für Regelungen im Bereich Einzelhandel im Regionalplan Neckar-Alb** dar. Inwiefern die einzelnen Empfehlungen aus dem reZuMK Eingang in den zu überarbeitenden Regionalplanentwurf finden, soll vereinbarungsgemäß im Rahmen der politischen Abstimmungsprozesse „außerhalb“ des reZuMK erfolgen.

3 Methodik, Datenquellen, Ablauf

3.1 Methodik

Methodenmix:

Es ist offensichtlich, dass einem langfristig orientierten regionalen Zentren- und Märktekonzept fundierte Datenerhebungen zugrunde gelegt werden müssen. Dies stellt jedoch ein komplexes Unterfangen dar, das einer zuverlässigen Methodik bedarf. Um repräsentative Ergebnisse liefern und um einen reibungslosen und erfolgreichen Ablauf garantieren zu können, haben wir uns im Vorfeld der Untersuchung – in Absprache mit dem Auftraggeber und der AG Wirtschaft – für die Anwendung unterschiedlicher, zielgerichteter Erhebungsmethoden entschieden („**Methodenmix**“). Die folgende Abbildung zeigt die einzelnen Erhebungsmethoden, die bewusst aus umfassenden Bestandserhebungen und – beispielsweise bei Schätzwerten zu Umsätzen der Einzelhandelsbetriebe – um persönliche Interviews und einer schriftlichen Befragung speziell in Metzingen zur Verifizierung ergänzt wurden.

Hinweise zur Bestandserhebung Bereich Einzelhandel:

Ganz bewusst wurden keine in den Kommunen vorhandenen Bestandsdaten übernommen. Vielmehr erfolgten vereinbarungsgemäß in allen Kommunen die entsprechenden **Primärerhebungen** im Zeitraum August bis einschließlich Oktober 2010. Dem reZuMK liegen also aktuelle, nach einheitlichen Erhebungsstandards erfasste Daten zugrunde.

Die Bestandsdaten wurden durch **Begehung** fast aller Einzelhandelsbetriebe (in Einzelfällen konnte beispielsweise aufgrund von Urlaub des Betriebes keine Begehung erfolgen) erhoben. Dabei wurden anhand von Schritten, teilweise durch Zählen normierter Deckenplatten, die Verkaufsflächen erfasst. Die Erhebungen erfolgten durch die imakomm AKADEMIE sowie vereinbarungsgemäß mit Unterstützung einer studentischen Gruppe, die im August 2010 im Rahmen eines Projektseminars am Geographischen Institut der Universität Tübingen (Projektleitung dort: Prof. Kinder) speziell im Bereich Einzelhandelssteuerung theoretisch und im Rahmen von Übungen (u.a. in den Betrieben Kaufland Tübingen, Hornbach Tübingen usw.) auch für praktische Erhebungen intensiv geschult wurden.

Die Erhebungen erfolgten auf Wunsch des Auftraggebers **nicht sortimentsscharf**. Beispiel: Ein Vollsortimenter aus dem Bereich Lebensmitteleinzelhandel mit einer Verkaufsflächen-größe von 1.600 m² wurde bei der Erfassung vollständig dem Bereich Lebensmittel zugeordnet. Eine Aufteilung der Sortimente (Beispiel: 1.350 m² Lebensmittel, 80 m² Drogeriewaren, ...) erfolgte explizit nicht.

Bei den Erhebungen im Bereich Einzelhandel wurden die Betriebe sowohl **quantitativ** (= Verkaufsflächen in m²) als auch **qualitativ** (= nach Lage, nach Umsatzstärke usw.) erfasst.

Bei der Definition und Erfassung der **Verkaufsfläche** wurde der aktuellen Rechtsprechung gefolgt, wonach beispielsweise auch Thekenbereiche, Windfang und Kassenbereiche zur Verkaufsfläche zu zählen sind. Außenflächen – beispielsweise bei Baumärkten und Garten-centern – wurden wie üblich anteilig zur Verkaufsfläche gerechnet (überdachte Bereiche: 50%, nicht überdachte Bereiche: 25%).

Fazit: Aufgrund der flächendeckenden Erhebungen im Bereich Grundversorgung in allen Kommunen, der Erhebung aller Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen der Zentralen Orte, zusätzlich natürlich der Erfassung aller großflächigen Einzelhandelsbetriebe in allen Kommunen der Region sowie der Erfassung von Agglomerationen in allen Kommunen liegen fundierte Bestandszahlen vor. Diese umfassen aber dennoch nicht alle in der Region ansässige Einzelhandelsbetriebe (beispielsweise eben nicht einen einzelnen kleinflächigen Betrieb in Wohngebietslage mit nicht zentrenrelevantem Sortiment). Die Bestandszahlen in der jeweiligen Kommune liegen in allen Kommunen damit etwas über den hier verwendeten Daten (Hintergrund: Ein regionales Einzelhandelskonzept darf und soll grundsätzlich auch nicht den kleinflächigen Einzelhandel steuern, daher ist eine Erfassung dieser Betriebe – außer, es handelt sich um Einzelhandelsbetriebe der Grundversorgung – nicht zielführend, vgl. hierzu „Einordnung des reZuMK in die Instrumente der Einzelhandelssteuerung“). Zudem wurden die Erhebungsdaten mit verfügbaren Daten aus kommunalen Einzelhandelskonzepten abgeglichen und auch durch 160 Interviews mit größeren Einzelhandelsbetrieben sowie einer schriftlichen Befragung speziell in Metzingen verifiziert. Die Ergebnisse der Ist-Analyse können also als **in hohem Maße aussagekräftig** bezeichnet werden. Sie bilden eine belastbare Basis für Handlungsempfehlungen.

Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über die angewandten Methoden im Rahmen der Ist-Analyse des reZuMK.

Übersicht über die Methoden der Ist-Analyse im Rahmen des reZuMK			
	Was? (Methodik)	Auswahl? (Auswahlverfahren)	Wo?
Bestandserhebung im Bereich Einzelhandel in der Region	Quantitative und qualitative Bestandserhebung (nicht sortimentsscharf) aller Einzelhandelsbetriebe aus dem Bereich Grundversorgung	Alle Einzelhandelsbetriebe aus dem Bereich Grundversorgung	Flächendeckend in allen Kommunen und Standortlagen (Innenstädte, Wohngebietslagen, Gewerbegebietslagen usw.)
	Quantitative und qualitative Bestandserhebung (nicht sortimentsscharf) aller Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen (= „Innenstädte“)	Alle Einzelhandelsbetriebe (also auch alle kleinflächigen Einzelhandelsbetriebe)	Zentrale Orte: Zentraler Versorgungsbereich
	Quantitative und qualitative Bestandserhebung (nicht sortimentsscharf) aller großflächigen Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	Alle großflächigen Einzelhandelsbetriebe	Flächendeckend in allen Kommunen und Standortlagen
	Quantitative und qualitative Bestandserhebung (nicht sortimentsscharf) aller Agglomerationen / Häufungen mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe, die zusammen einen überörtlich bedeutenden Geschäftsbereich darstellen	Alle Agglomerationen	Zentrale Orte
	Schriftliche Befragungen: Verifizierung von Flächenschätzungen und gleichzeitig Kundenherkunftsgebiete speziell bei den FOCs in Metzingen	Alle FOC-Betriebe, Rücklauf in Höhe von 13 Betrieben	Metzingen

Übersicht über die Methoden der Ist-Analyse im Rahmen des reZuMK (Forts.)

	Was? (Methodik)	Auswahl? (Auswahlverfahren)	Wo?
Abschätzung Leistungsfähigkeit der Einzelhandelsstandorte in der Region	Umsatzschätzungen	Anhand von Leistungskennziffern gemäß einzelner Einzelhandelsbranchen (zu verwendende Quellen wurden mit AG Wirtschaft festgelegt)	In allen Kommunen
	Verifizierung von Umsatzschätzungen und Kundenherkunftsgebieten durch Kurzinterviews mit Einzelhandelsbetrieben	160 persönliche Interviews (face-to-face bzw. telefonisch) mit jeweils ca. 10 besonders großen Einzelhandelsbetrieben in den Zentralen Orten	Zentrale Orte
Bestandserhebung im Bereich Dienstleistung / Gastronomie und leerstehende Ladenlokale in der Region	Quantitative Bestandserhebung der Dienstleistungsbetriebe und Gastronomiebetriebe in Erdgeschosslage; qualitative Erfassung bestehender Ladenleerstände in Erdgeschosslage; jeweils im zentralen Versorgungsbereich der Zentralen Orte (wichtige Kriterien für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches)	Flächendeckend, Erdgeschosslage	Zentrale Orte: Zentraler Versorgungsbereich
Wettbewerbsanalyse	Erfassung wesentlicher, d.h. raumbedeutsamer Einzelhandelslagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in allen umliegenden Regionen (Radius ca. 25 km)	Telefonate mit den jeweiligen Regionalverbänden, Auswertung vorhandener Unterlagen und Vor-Ort-Begehungen der Standorte	Nachbarregionen , dort raumbedeutsame Standortlagen, Radius ca. 25 km von der Region Neckar-Alb entfernt

Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.

3.2 Datenquellen

Ein reZuMK bedarf neben einer zielgerichteten Datenerhebung auch abgestimmter, **verlässlicher Datenquellen**. Dadurch ist eine größtmögliche Transparenz bei allen Ableitungen von Handlungsempfehlungen aus den Analyseergebnissen gegeben.

Die zu verwendenden Datenquellen wurden detailliert mit der AG Wirtschaft im Rahmen des ersten Workshops abgestimmt mit dem Ziel, (1) einheitliche Daten für alle Kommunen zu verwenden und so (2) eine größtmögliche Versachlichung von Diskussionen hinsichtlich einzelner Kennziffern zu erreichen.

Die folgende Übersicht zeigt die einzelnen Datenquellen auf:

Übersicht über die wesentlichen Kennziffern im reZuMK und die jeweilige Datenquelle	
Kennziffern („Welcher Indikator?“)	Quelle („woher?“)
Kaufkraftkennziffern:	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	GfK, aktuellster Stand
Anteil der Ausgaben im Bereich E-Commerce (Online-Handel) an der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	Bundesverband des deutschen Versandhandels
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in den kommenden Jahren: 0-0,5% Steigerung pro Jahr	Gemäß Publikationen der GfK realistische und mit der AG Wirtschaft abgestimmte Steigerungsrate
Umsatzzahlen im Einzelhandel:	
Flächenproduktivitäten, d.h. Umsätze pro m ² Verkaufsfläche	Basisdaten: EHI (EuroHandelsInstitut), IfH (Institut für Handelsforschung), BBE, Veröffentlichungen des Handelsjournals factbook 2011; alle Basisdaten ggf. korrigiert je Einzelhandelsbetrieb aufgrund des Ergebnisses der qualitativen Bestandserhebung in der Region durch die imakomm AKADEMIE GmbH

Übersicht über die wesentlichen Kennziffern im reZuMK und die jeweilige Datenquelle (Forts.)	
Kennziffern („Welcher Indikator?“)	Quelle („woher?“)
Sonderfaktoren:	
Ausgaben von Tagesgästen im Einzelhandel	Publikationen des dwif
Ausgaben von Übernachtungsgästen im Einzelhandel	Publikationen des dwif
Anzahl der Tagesgäste	Soweit verfügbar: Angaben der Kommunen
Anzahl der Übernachtungsgäste	Statistisches Landesamt, trotz Problematik der Erfassung, nämlich in diesen Zahlen Berücksichtigung von Betrieben ab 9 Betten; andere Zahlen aber nicht verfügbar
Ausgaben von Studenten im Bereich Einzelhandel	Werden in der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft bereits mit berücksichtigt, da die Zahl der Zweiwohnsitze erheblich zurückgegangen ist und mittlerweile vernachlässigbar gering ist
Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.	

Fazit: Es wurde versucht, größtmögliche Transparenz herzustellen durch die Abstimmung der zu verwendenden Datenquellen mit der AG Wirtschaft. Dadurch kann davon ausgegangen werden, **dass die hier verwendeten Daten** – trotz spezifischer Schwächen, wie sie aber auch jegliche sonst zu verwendenden Daten aufweisen würden – **allgemein akzeptiert, nachvollziehbar und vergleichbar sind.**

Hinweise zur Methodik der Kaufkraftberechnung und der verwendeten Daten hierbei:

Eine wesentliche „Stellschraube“ bei der Bewertung von Einzelhandelsstandorten und bei der Ableitung von Ansiedlungspotenzialen stellt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dar. Daher soll im Folgenden die Aussagekraft dieses Indikators detailliert erläutert werden:

- (1) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft eines Einzelhandelsstandortes sowie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dessen Marktgebiet oder Verflechtungsbereich lässt sich theoretisch aus der verfügbaren Kaufkraft (synonym: Verfügbares Einkommen) und letztlich der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Das folgende Schema zeigt die **Zusammenhänge zwischen einzelnen Kaufkraftbegriffen**.³

Schematische Darstellung verschiedener Kaufkraftbegriffe

Primäreinkommen	Transfer-einkommen	Vermögens-verbrauch	Konsumkredit-aufnahme
Potentielle Kaufkraft			
Verfügbare Kaufkraft = Verfügbares Einkommen			Steuern+Sozial-versicherungs-beiträge
Konsumtive Kaufkraft		Ersparnis Kredittilgung Zinsaufwand	
Ungebundene (freie) Kaufkraft	Gebundene Kaufkraft ¹⁾		
Einzelhandels- relevante Kaufkraft	Dienstleistungs- relevante Kauf- kraft		

1) Mieten, Wohnungsnebenkosten, Laufende Übertragungen an Dritte

Quelle: Statistische Landesamt, zur Verfügung gestellt von Referat 61, verändert.

³ Laut Statistischem Bundesamt (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung) beträgt der Anteil der Konsumausgaben im Einzelhandel am verfügbaren Einkommen ca. 26,3%. Allerdings werden hier beim Begriff „Einzelhandel“ Betriebe des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) nicht mit berücksichtigt. Zählt man die Konsumausgaben der privaten Haushalten im Bereich Ladenhandwerk hinzu (Quelle: METRO Group: Metro Handelslexikon 2007/2008), so ergibt sich ein Anteil der Konsumausgaben im Einzelhandel am verfügbaren Einkommen in Höhe von 27,3%.

(2) Daten zur ungebundenen Kaufkraft sind beim Statistischen Landesamt Baden-Württemberg abrufbar. Daten zur **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** werden von den statistischen Ämtern jedoch nicht erhoben. Hierfür werden in der Regel Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) verwendet. Aufgrund methodischer Unterschiede in der Datenerhebung lässt sich aber die einzelhandelsrelevante Kaufkraft nicht unmittelbar aus der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Da jedoch die GfK-Daten allgemein anerkannt sind und v.a. in Vergleichsstudien sowohl durch die IHK Rhein-Neckar als auch des Nachbarschaftsverbandes Heidelberg-Mannheim als Basis verwendet werden, wird auch im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes auf die GfK-Daten – trotz methodischer Schwächen – zurückgegriffen.

(3) Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist jedoch regional unterschiedlich verteilt. Dies wird anhand unterschiedlicher **Kaufkraftkoeffizienten** für die einzelnen Städte und Gemeinden berücksichtigt, die für sämtliche Städte und Gemeinden in Deutschland vorliegen und von der GfK errechnet werden. Der durchschnittliche Kaufkraftkoeffizient in Deutschland pro Einwohner und Jahr beläuft sich somit auf 100,0. Durchschnittlich verfügt ein Einwohner in Deutschland demnach über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 5.088 Euro pro Jahr (= 100,0) (Angaben laut GfK). Ein Kaufkraftkoeffizient über 100,0 gibt an, dass in der entsprechenden Kommune eine überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner und damit auch insgesamt zur Verfügung steht. Ein Kaufkraftkoeffizient unter 100,0 gibt an, dass hier eine im Bundesvergleich nur unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft für Konsumausgaben in diesem Bereich zur Verfügung steht. In der Region Neckar-Alb ergibt sich insgesamt ein Kaufkraftkoeffizient von 102,6. Hieraus ergibt sich rein rechnerisch ein Pro-Kopf-Wert für die Region von ca. 5.220 Euro im Jahr 2010. Gleichwohl ergeben sich innerhalb der Region je Kommune dabei natürlich unterschiedliche Einzelwerte.

Fazit: Trotz einzelner methodischer Schwächen der üblicherweise verwendeten Daten der GfK zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird aus Vergleichsgründen mit anderen Regionen und Einzelhandelsstandorten auf Kaufkraftkennziffern der GfK zurückgegriffen. Für das reZuMK wurden die aktuellen Kaufkraftkoeffizienten und Kaufkraftkennziffern gemeinsam mit der IHK Reutlingen, bei der GfK eingekauft, wodurch auch gewährleistet ist, dass das reZuMK und die IHK exakt die gleichen Kaufkraftwerte verwenden.

3.3 Ablauf

Sowohl dem Auftraggeber als auch den Kommunen der Region war ein Höchstmaß an Transparenz bei der Erstellung des reZuMK sowie eine intensive Beteiligung sowohl der politischen Gremien (Planungsausschuss) als auch von Verbänden und Raumordnungsbehörden wichtig.

Vor diesem Hintergrund wurde mit dem Auftraggeber ein Ablauf der reZuMK-Erstellung festgelegt, bei dem Zwischenergebnisse immer wieder auch mit der AG Wirtschaft sowie dem Planungsausschuss abgestimmt werden sollten.

AG Wirtschaft:

Die AG Wirtschaft besteht aus VertreterInnen folgender Institutionen:

- Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg
- Regierungspräsidium Tübingen
- Landratsamt Reutlingen
- Landratsamt Tübingen
- Landratsamt Zollernalbkreis
- Einzelhandelsverband Baden-Württemberg e.V.
- IHK Reutlingen
- Universität Tübingen, Geographisches Institut (Prof. Dr. Sebastian Kinder)
- VertreterInnen der Fraktionen der Verbandsversammlung

Ablauf:

Durch folgendes „Wechselspiel“ in der Erarbeitung und Abstimmung von Zwischenergebnissen wurde versucht, eine möglichst intensive Beteiligung und letztlich Akzeptanz der Ergebnisse zu erzielen:

Ablauf Erstellung reZuMK: Wesentliche Abstimmungstermine		
Was?	Mit wem?	Wann?
Kick-off mit Wirtschaftsministerium (Abstimmung der wesentlichen Anforderungen aus Sicht des Wirtschaftsministeriums an das reZuMK, Abstimmung der Methodik)	Wirtschaftsministerium	28.08.2010
Kick-off mit AG Wirtschaft (Workshop 1) (Abstimmung Ablauf des Projektes, v.a. auch Priorisierung der zahlreichen Fragestellungen, Definition der Datenquellen)	AG Wirtschaft	21.09.2010
Abstimmung wesentlicher Analyseergebnisse und erster konzeptioneller Überlegungen (Workshop 2)	AG Wirtschaft	07.12.2010
Abstimmung wesentlicher Analyseergebnisse und erster konzeptioneller Überlegungen	Planungsausschuss	08.02.2011
Abstimmung Konzeption (Leitideen 1-3, Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte) (Workshop 3)	AG Wirtschaft	23.02.2011
Interne Evaluation wesentlicher Bausteine der Konzeption mit dem Beirat der imakomm AKADEMIE	Beirat	10.03.2011
Abstimmung Konzeption (Leitideen 4-9) (Workshop 4)	AG Wirtschaft	16.03.2011
Abstimmung Konzeption (überarbeitete Leitideen sowie Leitideen 10 und neue Leitidee 11) (Workshop 4)	AG Wirtschaft	14.04.2011
Abstimmungen von Ergebnissen im Planungsausschuss	Planungsausschuss	03.05
Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.		

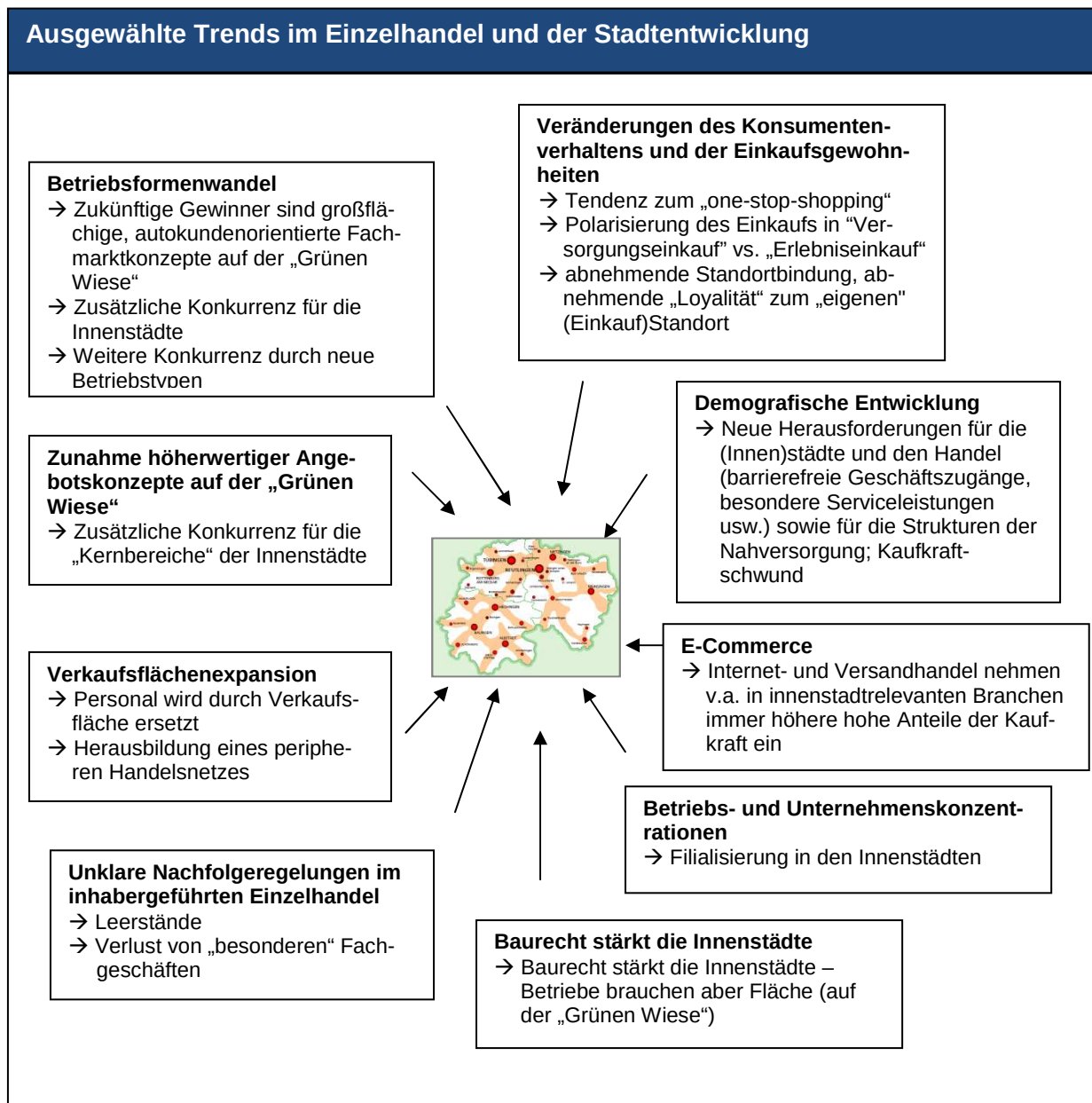
Teil B: Rahmenbedingungen



4 Komprimierte Strukturanalyse Standort Neckar-Alb

4.1 Grundlegende Einzelhandelstrends

Städte und Gemeinden sehen sich zahlreichen Herausforderungen gegenüber. Dabei beeinflussen v.a. Strukturänderungen im Einzelhandel sowie Änderungen im Konsumentenverhalten sowie demografische Prozesse die Entwicklung der Kommunen als Einzelhandelsstandorte. Diese Trends haben auf die einzelnen Kommunen der Region Neckar-Alb sehr differenzierte Auswirkungen, da hier sowohl städtische als auch ländliche Regionen zu finden sind - wie auch unter bestimmten Bedingungen starke und schwache Standorte:



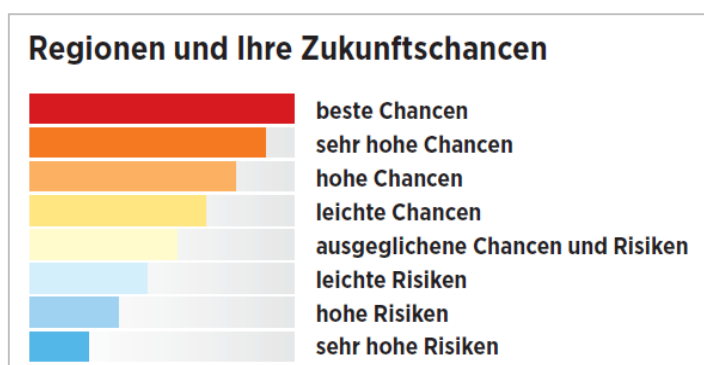
Fazit: Diese allgemeinen Trends gilt es soweit als möglich bei der konkreten Steuerung auch in der Region Neckar-Alb zu berücksichtigen. Zwar können einzelne Entwicklungen dabei nicht aktiv gesteuert werden (Trends bei den Betriebsformen im Einzelhandel usw.). Gleichwohl muss gerade deswegen eine räumliche Steuerung des Einzelhandels erfolgen, um negative Auswirkungen auf die Kommunen zu vermeiden. Zudem sieht sich die Region auch aufgrund der eigenen soziodemografischen Heterogenität (vgl. folgende Kapitel) sowie von Entwicklungen in angrenzenden Regionen (vgl. Wettbewerbsanalyse) zusätzlichen Herausforderungen gegenüber, die bei der Steuerung aufzugreifen sind (vgl. letztlich die entsprechenden Leitideen dazu).

4.2 Der Standort Region Neckar-Alb im deutschlandweiten Ranking

Methodik:

Von der Prognos AG, Basel, wird in Zusammenarbeit mit dem Handelsblatt Deutschland jährlich der „Zukunftsatlas Deutschland“ herausgegeben. Der Zukunftsatlas nimmt anhand von 29 makro- und sozioökonomischen Indikatoren (u.a. Indikatoren zu den Bereichen Demografie, Arbeitsmarkt, soziale Lage) eine umfassende Chancen-Risiken-Bewertung für alle 412 Kreise und kreisfreien Städte in Deutschland vor und zeigt dabei die regionale Verteilung von Zukunftschancen und -risiken auf. Die Kreise und Städte werden anhand der Indikatoren bewertet und in eine Rangfolge gebracht:

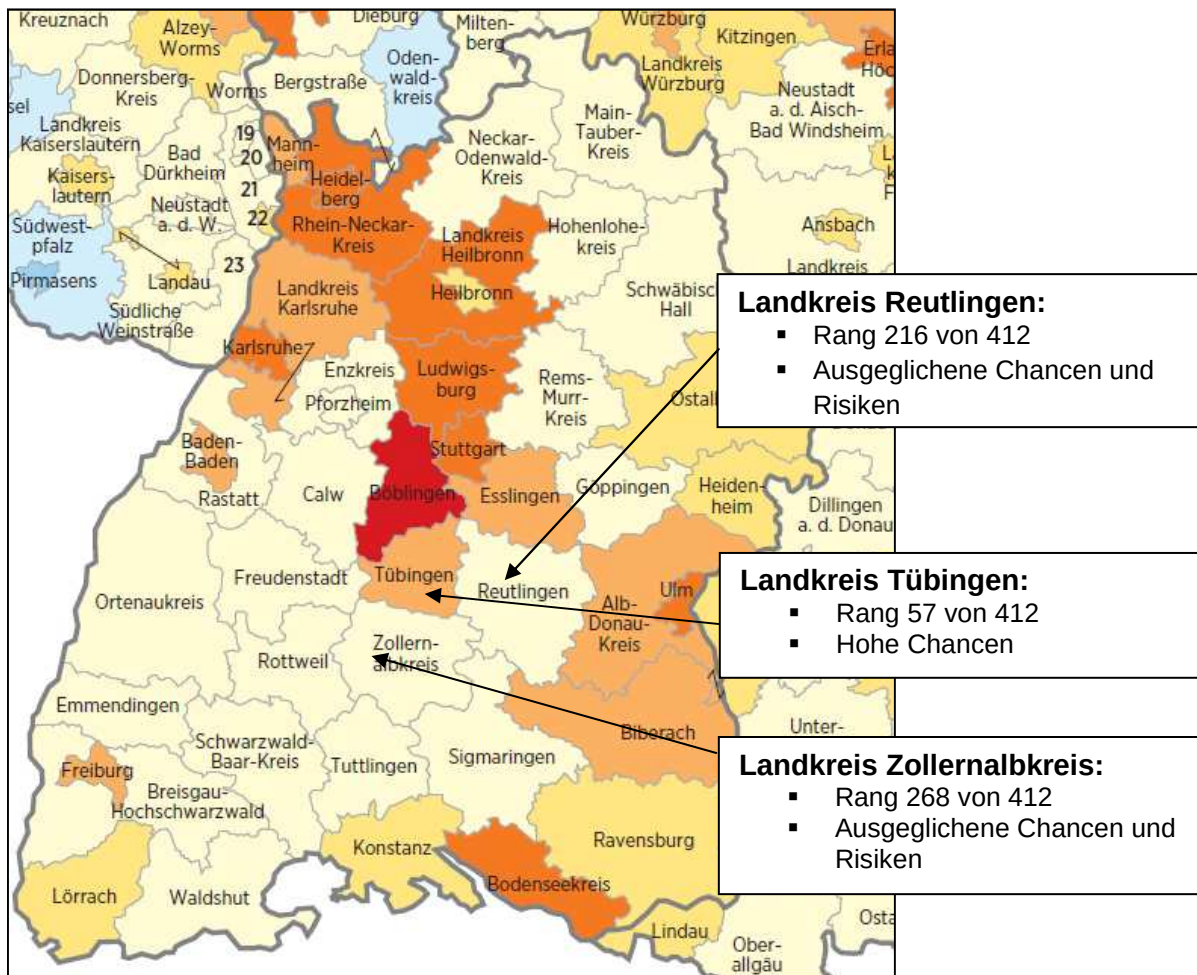
Abbildung: Bewertungsschema der Prognos AG: Zukunftschancen von Regionen, Landkreisen und kreisfreien Städten in Deutschland



Quelle: Prognos AG: Zukunftsatlas, 2010.

Die drei Landkreise der Region Neckar-Alb:

Für die einzelnen Landkreise der Region Neckar-Alb ergeben sich folgende Bewertungen im deutschlandweiten Vergleich:



Quelle: Kartenausschnitt aus: Prognos AG: Zukunftsatlas 2010, S. 37.

Fazit: Gemäß der Studie der Prognos AG zeigt sich die Region Neckar-Alb im deutschlandweiten Vergleich als **heterogen**: Der Landkreis Tübingen hat hohe Zukunftschancen, während der Zollernalbkreis einen ausgeglichenen Chancen-Risiken-Mix aufweist.

Im Detail zeigt die Prognos-Studie für die drei Landkreise folgende Ergebnisse:

(a) Kurzprofil Landkreis Reutlingen

Der Landkreis Reutlingen wird von Prognos als Kreis mit „ausgeglichenen Chancen und Risiken“ bewertet. Im deutschlandweiten Vergleich belegt der Landkreis Reutlingen Rang 216 und zählt zum Mittelfeld bei den Landkreisen in Deutschland wie beispielsweise auch die Landkreise Passau, Oberallgäu oder Kassel. Der Landkreis Reutlingen weist bei den Wettbewerbsverhältnissen, dem Wohlstand und der Demografie positive bis neutrale Werte auf. Bei der Dynamik belegt der Landkreis einen der hinteren Plätze laut Prognos. Für eine Betrachtung als Einzelhandelsstandort bedeutet dies: Die Rahmenbedingungen für eine Einzelhandelsentwicklung sind insgesamt leicht positiv zu bewerten.

(b) Kurzprofil Landkreis Tübingen

Der Landkreis Tübingen wird von Prognos als Kreis mit „hohen Chancen“ bewertet. Im deutschlandweiten Vergleich belegt der Landkreis Tübingen Rang 57 und zählt zum vorderen Drittel bei den Landkreisen in Deutschland wie beispielsweise auch die Landkreise Mainz-Bingen, Forchheim oder Esslingen. Der Landkreis Tübingen weist bei der Demografie einen positiven Wert auf. Außerdem wurde der Kreis bei der Dynamik, beim Arbeitsmarkt, der Stärke und dem Wohlstand sehr positiv bewertet. Für eine Betrachtung als Einzelhandelsstandort bedeutet dies: Die Rahmenbedingungen für eine Einzelhandelsentwicklung sind insgesamt positiv zu bewerten.

(c) Kurzprofil Zollernalbkreis

Der Landkreis Zollernalbkreis wird von Prognos als Kreis mit „ausgeglichenen Chancen und Risiken“ bewertet. Im deutschlandweiten Vergleich belegt der Zollernalbkreis Rang 268 und zählt zum mittleren Drittel bei den Landkreisen in Deutschland wie beispielsweise auch die Landkreise Waldshut, Osterholz oder Coburg. Der Landkreis Zollernalb weist im Bewertungsbereich Wohlstand eine positive Bewertung auf. Der Arbeitsmarkt und die Dynamik hingegen sind auf die eher hinteren Plätze des Rankings platziert. Für eine Betrachtung als Einzelhandelsstandort bedeutet dies: Die Rahmenbedingungen für eine Einzelhandelsentwicklung sind allenfalls als neutral zu bewerten. Zumindest kritisch gestalten sich die Faktoren Arbeitsmarkt und demografische Entwicklung mit der Konsequenz einer rückläufigen Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

4.3 Statistisches Kurz-Profil der Region Neckar-Alb

Im Vorfeld zu der Bewertung einzelner Kommunen als Einzelhandelsstandorte, die im Verlauf des Gutachtens erfolgt, sollen kurz die demografischen Rahmenbedingungen in der gesamten Region und in den drei Landkreisen aufgezeigt werden. Die Bewertungen der heutigen Situation erfolgt für einen ersten Überblick anhand folgender Kriterien:

	= In diesem Bereich ist die Position des Kreises im innerregionalen Vergleich und im Vergleich zum Land Baden-Württemberg eher unterdurchschnittlich
	
	
	
	= In diesem Bereich ist die Position des jeweiligen Kreises im innerregionalen Vergleich und im Vergleich zum Land Baden-Württemberg durchschnittlich
	
	
	
	= In diesem Bereich ist die Position des jeweiligen Kreises im innerregionalen Vergleich und im Vergleich zum Land Baden-Württemberg eher überdurchschnittlich positiv

Sämtliche im Folgenden verwendeten Daten basieren auf Daten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg. Hiervon abweichende Quellen werden an der entsprechenden Stelle kenntlich gemacht.

Bevölkerungsstruktur und -entwicklung:					
Indikator	Landkreis Reutlingen	Landkreis Tübingen	Zollernalbkreis	Region Neckar-Alb	Land Baden-Württemberg
Bevölkerungsstand 2010	280.927	220.782	189.337	691.046	10.744.921
Bevölkerungsentwicklung 2003 bis 2010	-0,3%	+3,0%	-2,1%	+0,2%	+0,5%
Bevölkerungsentwicklung 2010 bis 2030 (mit Wanderungen)	-5,0	-4,6	-6,5	-5,3	-3,5
Durchschnittsalter der Bevölkerung 2010	42,5 Jahre	40,6 Jahre	43,3 Jahre	42,1 Jahre	42,5 Jahre
Durchschnittsalter der Bevölkerung 2025*)	45,9 Jahre	44,7 Jahre	47,1 Jahre	---	45,9 Jahre
Anteil der unter 18-jährigen an der Gesamtbevölkerung 2010	18,2%	17,6%	18,0%	17,9%	17,7%
Anteil der 65-jährigen und älter an der Gesamtbevölkerung 2010	19,7%	15,6%	20,8%	18,7%	19,5%
Anteil der Ausländer an der Gesamtbevölkerung 2010	11,9%	11,4%	9,0%	10,9	11,8%
Geburtenüberschuss bzw. -defizit 2000 bis 2010	1.658	6.720	-2.021	6.357	24.847
Wanderungssaldo 2000 bis 2010	4.079	8.462	-1.317	11.224	295.405
*) Quelle: Bertelsmann-Stiftung: Wegweiser demografischer Wandel; alle anderen: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Hervorgehobene Werte: Auffällige / vom Durchschnitt abweichende Werte.. --- Keine entsprechenden Werte vorhanden.					
Bewertung:					
Landkreis Reutlingen	Standort mit einer durchschnittlichen Gesamtsituation				
Landkreis Tübingen	Junger Standort mit abnehmender Bevölkerungsdynamik – bleibt aber der dynamischste Landkreis in der Region				
Zollernalbkreis	Standort mit geringer Entwicklung, aus Einzelhandelssicht problematische demografische Entwicklung (Verlust von einzelhandelsrelevanter Kaufkraft, Zunahme immobiler Bevölkerungsteile usw.), „Überalterung“ zudem als Zukunftsthema, klare Schrumpfungstendenzen (s. Wanderungssaldo usw.)				

Haushaltsstrukturen					
Indikator	Landkreis Reutlingen	Landkreis Tübingen	Zollernalbkreis	Region Neckar-Alb	Land Baden-Württemberg
Haushalte (insgesamt) 2006	125.621	102.975	84.405	313.000	4.958.005
Durchschnittliche Haushaltsgröße (Personen je Haushalt) 2006	2,2	2,1	2,3	2,2	2,2
Anteil Haushalte mit Kindern 2008*)	35,0%	29,3%	36,8%	---	33,4%
Entwicklung des Bestandes an Wohnungen 2000 bis 2009	+5,8%	+8,7%	+5,1%	+6,5%	+5,9%
*) Quelle: Bertelsmann-Stiftung: Wegweiser demografischer Wandel; alle anderen: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Hervorgehobene Werte: Auffällige / vom Durchschnitt abweichende Werte.					
Bewertung:					
Landkreis Reutlingen	Durchschnittliche Strukturen, letztlich auf (gutem) Landesschnitt				
Landkreis Tübingen	Entsprechend der Altersstruktur, Kreis mit hohem Anteil kinderloser Haushalte, mit positiver Bestandsentwicklung bei Wohnungen				
Zollernalbkreis	Durchschnittliche Strukturen mit leicht überdurchschnittlicher Zahl an Haushalten mit Kindern				

Tourismus:					
Indikator	Landkreis Reutlingen	Landkreis Tübingen	Zollernalbkreis	Region Neckar-Alb	Land Baden-Württemberg
Betriebe (insgesamt) ab 9 Betten 2009	137	65	83	285	7.027
Ankünfte pro 1.000 Einwohner 2009	1.087	719	704	865	1.494
Übernachtungen pro 1.000 Einwohner 2009	3.350	1.434	1.603	2.259	3.948
Entwicklung der Übernachtungszahlen 2007 bis 2010	-4,0%	-4,1%	+0,6%	-3,1%	+2,6%
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen 2009	3,1	2,0	2,3	2,6	2,6
Bettenauslastung 2009	33,4%	33,3%	26,2%	31,2%	32,6%
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Hervorgehobene Werte: Auffällige / vom Durchschnitt abweichende Werte.					
Bewertung:					
Landkreis Reutlingen	In der Region vergleichsweise stärkster Tourismusstandort mit einer überdurchschnittlichen Aufenthaltsdauer, u.a. Geschäftsreisende; aus Einzelhandelssicht evtl. Potenzial für Maßnahmen, die touristische Kaufkraft noch stärker auch für Einzelhandelsausgaben zu gewinnen				
Landkreis Tübingen	Kaum Tourismusdestination, im Vergleich v.a. geringe Übernachtungszahlen				
Zollernalbkreis	Grundsätzliche durchschnittlich im Vergleich zur Region, auffällig ist die niedrige Bettenauslastung, Tourismus als Wirtschaftsfaktor von vergleichsweise geringer Bedeutung				

Wirtschaft und Beschäftigung:					
Indikator	Landkreis Reutlingen	Landkreis Tübingen	Zollernalbkreis	Region Neckar-Alb	Land Baden-Württemberg
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitnehmer am Arbeitsort 2010 nach ausgewählten Wirtschaftsbereichen	94.474	64.809	58.966	218.249	3.887.750
Produzierendes Gewerbe	43,6%	27,8%	50,4%	40,7%	38,0%
Handel, Gastgewerbe und Verkehr	19,8%	17,5%	22,0%	19,7%	20,3%
Sonstige Dienstleistungen	36,1%	54,5%	27,3%	39,2%	41,3%
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitnehmer am Arbeitsort 2010 nach Altersgruppen	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
von 25 bis unter 45 Jahre	45,9%	47,8%	43,2%	45,7%	46,5%
45 Jahre und älter	41,6%	40,5%	44,3%	42,0%	41,5%
Anzahl der sozialversicherungspflichtig Auszubildenden je 1.000 sozialversicherungspfl. Beschäftigten 2010	59,5	52,8	59,6	57,5	56,8
Arbeitslosenquote bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen im Jahresdurchschnitt 2010*	4,8%	4,6%	5,5%	4,9%	4,9%
Berufseinpender / Berufsauspendler und Pendlersaldo 2009**)	24.278 / 29.566 -5.288	20.620 / 29.428 -8.808	9.552 / 17.239 -7.687		
Hervorgehobene Werte: Auffällige / vom Durchschnitt abweichende Werte. * Bundesagentur für Arbeit; alle anderen: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. **) Für Einzelhandelsbetrachtung relevant, da über Pendlerverflechtungen letztlich auch Anhaltspunkte für Kaufkraftverflechtungen im Bereich Einzelhandel abgeleitet werden können.					
Bewertung:					
Landkreis Reutlingen	„Fast ausgeglichene Wirtschaftsstruktur“, stabiler Standort				
Landkreis Tübingen	„Die Demografie zeigt sich auch in der Arbeitsmarktstruktur“, Dienstleistungsstandort mit hohem negativen Pendlersaldo				
Zollernalbkreis	Dominanz des Produzierenden Gewerbes mit höchstem Anteil Beschäftigter über 45 Jahre, Strukturprobleme durch Umwälzungen bei den Industriestandorten				

Soziale Lage und Mobilität:					
Indikator	Land- kreis Reutlin- gen	Land- kreis Tübin- gen	Zollern- albkreis	Region Neckar- Alb	Land Baden- Würt- temberg
Gesamteinnahmen je Einwohner am Wohnort 2005	27.041 €	23.794 €	28.041 €	26.305 €	25.991 €
Ungebundene Kaufkraft je Einwohner am Wohnort 2005	16.878 €	14.219 €	18.762 €	16.573 €	16.041 €
Bestand an Pkws pro 1.000 Einwohner 2010	679,2	582,0	726,7	661,1	646,3
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg. Hervorgehobene Werte: Auffällige / vom Durchschnitt abweichende Werte.					
Bewertung:					
Landkreis Reutlingen	Im Vergleich zu Land und Region leicht überdurchschnittlicher Standort				
Landkreis Tübingen	Geprägt vom Oberzentrum Tübingen als Studentenstandort mit unterdurchschnittlichen Einnahmen und auch PKW-Zahlen				
Zollernalbkreis	Überdurchschnittliche Einnahmen und verfügbare Kaufkraft, die aber hier noch besser genutzt werden müssen, auch im Einzelhandelssektor				

Fazit: Das statistische Kurz-Profil auf Basis von Daten des Statistischen Landesamtes **bestätigt die Einschätzungen der Prognos AG** zum Standort Region Neckar-Alb. Wesentliche Erkenntnisse sind:

1. Die Region Neckar-Alb – bestehend aus drei Landkreisen – ist **heterogen** geprägt, sie weist Wachstums- und Schrumpfungsprozesse auf. Strukturelle Defizite weist v.a. der Zollernalbkreis (Themen: Demografische Entwicklung, Tourismus) auf. Für die Region insgesamt gilt aber: Im Landesvergleich zeichnet sich bis zum Jahr 2030 eine unterdurchschnittliche Bevölkerungsentwicklung ab: Die Einwohnerzahl wird unter Berücksichtigung von Wanderungsgewinnen/-verlusten um etwa 5% zurückgehen. Für eine Betrachtung als Einzelhandelsstandort bedeutet dies: Selbst bei Annahme einer jährlich leicht steigenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner wird diese Kaufkraft im Betrachtungszeitraum in der Region stagnieren. Ansiedlungen im Bereich Einzelhandel, die nicht nur Ersatz für weg-fallende Verkaufsflächen sind, sondern eine „Netto-Zunahme“ an Verkaufsfläche bedeuten, werden den Wettbewerb zwischen den Kommunen weiter erhöhen, es sei denn, es gelingt dadurch, aus der Region Neckar-Alb abfließende einzelhandelsrelevante Kaufkraft wieder in die Region zurückzuholen.

2. Der **Tourismus** nimmt im Vergleich zum Land Baden-Württemberg eine leicht unterdurchschnittliche Bedeutung als Wirtschaftsfaktor in der Region insgesamt ein.⁴ Die nach Landkreisen unterschiedlichen Kennziffern bei einzelnen Indikatoren (beispielsweise Aufenthaltsdauer) zum Thema Tourismus deuten aber auf unterschiedliche touristische Zielgruppen hin. Für eine Betrachtung als Einzelhandelsstandort bedeutet dies: **Die Stärkung des Wirtschaftsfaktors Tourismus könnte auch für die Region Neckar-Alb als Einzelhandelsstandort vor dem Hintergrund der Befunde beim Thema demografische Entwicklung von Interesse sein, sofern Strategien zum „Austausch“ von Übernachtungs- und Tagesgästen mit Einzelhandelsstandorten in der Region verstärkt entwickelt und umgesetzt werden.**

Zusätzlich zu den Erkenntnissen aus der Betrachtung statistischer Daten zeigt die Region Neckar-Alb aus Einzelhandelssicht aber weitere Besonderheiten auf, die im Folgenden kurz skizziert werden.

⁴ Hinweis: Die Aussagen zum Bereich Tourismus beziehen sich im Rahmen des statistischen Kurzprofils allein auf Übernachtungsgäste. Tagesgäste sind statistisch hier nicht erfasst. Zudem beruhen die verwendeten Zahlen des Statistischen Landesamtes auf Zahlen touristischer Betriebe mit neun oder mehr Betten, kleinere Anbieter sind ebenfalls nicht enthalten.

4.4 Einzelhandelsrelevante Besonderheiten Region Neckar-Alb

Eine regionale Besonderheit zeichnet für gewöhnlich eine Kommune oder sogar eine ganze Region aus. Im vorliegenden Fall ist natürlich v.a. auf Besonderheiten hinzuweisen, denen auch im Sinne der Einzelhandelsentwicklung eine besondere Rolle zuzusprechen ist. Da sich hierdurch direkte Auswirkungen auf Kaufkraft und Bestand ergeben, sind v.a. die in der Region Neckar-Alb stark ausgeprägten Wirtschaftszweige der **Textilindustrie** bzw. der damit verbundenen **Strukturumwälzungen** und Folgenutzungen (Stichwort Fabrikverkäufe) sowie der Faktor **Tourismus** zu berücksichtigen. Weiterhin ist die Region als **Hochschulstandort** zu betrachten, da hiervon im Besonderen geprägte Städte und Kommunen auch eine spezifische Einzelhandelsstruktur aufweisen können. Die genannten Spezifika werden im Folgenden gesondert vorgestellt:

- **Textilindustrie / Factory-Outlet-Center:**

Als eine der wichtigsten einzelhandelsrelevanten Besonderheiten der Region Neckar-Alb ist bei den Schlüsselbranchen der Bereich „Textil“⁵ zu nennen. Die „traditionelle Textilregion“⁶ Neckar-Alb hatte in der Vergangenheit einen erheblichen Strukturwandel (Wegfall von Firmen und Arbeitsplätzen in diesem Bereich, brachfallen von Fabrikgebäuden und Problematik der Umnutzung usw.) in diesem Bereich hinzunehmen. Sie profitiert aber auch von dieser früheren Schlüsselindustrie. Dies gilt v.a. auch Einzelhandelssicht, da Shopping-Touristen aus Deutschland und auch international angezogen werden. Es sind zahlreiche national und international agierende Unternehmen aus dem Textilbereich in der Region zu finden. Darunter zum Beispiel: Hugo Boss, MarcCain, oder Mey.

Aus Einzelhandelssicht ist vor allem die Stadt **Metzingen** mit ihren über **60 Outlets** zu nennen. Der größte Anteil der jährlich ca. **2,6 Millionen Tagestouristen**⁷ in der Stadt Metzingen ist auf das Angebot der Outlet City zurückzuführen. Der Zollernalbkreis ist ebenfalls als starker Textilstandort in der Region Neckar-Alb zu nennen, der historisch in vielen Orten Textilfabriken mit entsprechenden angeglieder-

⁵ Vgl. hierzu beispielsweise Standortagentur Tübingen – Reutlingen – Zollernalb GmbH, Foliensatz S. 7, 2010.

⁶ Vgl. hierzu beispielsweise: <http://www.neckaralb.de/start.oscms/0/77/80/Textil.html>, Region Neckar-Alb, abgerufen am 07. März 2011.

⁷ Quelle: dwif consulting GmbH: Tourismuskonzeption Metzingen, S. 18, 2008.

ten Fabrikverkäufen aufweist (hier aber auch mit den bisher stadtprägenden Gewerbeobjekten und deren Brachfallen auch erhebliche Probleme zu lösen hat, vgl. beispielsweise die industriegeschichtlich geprägte Situation der Stadt Albstadt). Insgesamt sind **in der Region über 120 Betriebe** zu verzeichnen, die als offizielle Fabrikverkäufe eingestuft werden können.

- **Bildungseinrichtungen / Hochschulen:**

Die Universität Tübingen sowie die Hochschulen in Reutlingen, Rottenburg und Albstadt-Sigmaringen stellen wichtige Bildungseinrichtungen in der Region dar. Hochschulen stellen nicht nur höchst bedeutsame Bildungseinrichtungen und in diesem Sinne prägende Standortfaktoren dar, sie sind letztlich auch Wirtschaftsfaktor (vgl. allein schon die Möglichkeiten von Know-how-Transfer in die Region hinein, Kooperationen Wirtschaft-Hochschulen, spin-offs, also Ausgründungen aus der Hochschule heraus mit mittelfristig auch möglicherweise bedeutsamen Beschäftigungseffekten usw.). Für eine Betrachtung als Einzelhandelsstandort aber auch relevant: Studenten erhöhen die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft vor Ort** in der Standortgemeinde. Allerdings ergeben sich durch studentische Strukturen aber auch **besondere Angebotsstrukturen im Bereich Einzelhandel**. So sind jüngere Modeangebote, bestimmte Nischenprodukte oder aber auch immer mehr Bio-Angebote stärker nachgefragt.

- **Touristische Sehenswürdigkeiten:**

Weiterhin ist der Tourismus als Wirtschaftsfaktor in der Region Neckar-Alb zu beachten, auch wenn dieser – wie die statistischen Kurzprofile der Region bzw. der drei Landkreise zeigen konnten – im Vergleich zu „typischen“ Tourismusdestinationen im Land (Bodensee, Schwarzwald) eine untergeordnete Bedeutung aufweist. Für eine Betrachtung als Einzelhandelsstandort relevant: Für einzelne Sortimente ergibt sich für das örtliche Einzelhandelsangebot durch Touristen ggf. eine zusätzliche Nachfrage. Gleichwohl unterscheidet sich das Ausgabeverhalten von Tages- und Übernachtungsgästen sowie zwischen einzelnen touristischen Zielgruppen (Städtereisende, Kurgäste usw.) teilweise erheblich. An dieser Stelle seien einzelne Sehenswürdigkeiten in der Region Neckar-Alb (bei weitem nicht abschließend) aufgezählt:

- **Kultur:** Die Region Neckar-Alb hat eine Vielzahl an Museen vorzuweisen. Neben Museen zur Textilbranche, zum Beispiel das Nähmaschinenmuseum sowie das Maschenmuseum in Albstadt, gibt es ein Museum der Deutschen Eisenbahn sowie ein Museum für Waagen und Gewichte in Balingen⁸ oder ein Ostermuseum in Sonnenbühl. In Zwiefalten ergeben sich touristische Potenziale durch das Münster und auch die ansässige Brauerei. Insgesamt sind in vielen Bereichen aber v.a. Tagestouristen dominierend.
- **Natur:** Ob der Albtrauf, Höhlen, Freizeitparks, Golfplätze oder Wanderpfade, Natur- und Freizeit- oder Kletterparks, die Region Neckar-Alb hat in diesem Bereich viel zu bieten. Nicht nur Erholungssuchende und Familien werden angesprochen. Die Region Neckar-Alb hat jedoch in diesem Bereich mit dem nahegelegenen Schwarzwald und der Bodenseeregion zu konkurrieren. Ebenso zu nennen ist das UNESCO-Biosphärenreservat Schwäbisch Alb.
- Hinzu kommen Attraktionen wie die Altstadt von Tübingen mit ihren historischen Strukturen oder verschiedenen **historischen Bauwerke** wie Schlösser, Burgen und Ruinen, so zum Beispiel der Burg Hohenzollern oder der Burg Lichtenstein.⁹
- Neben den Besuchern, die aufgrund von historischen Sehenswürdigkeiten oder der Natur in die Region kommen, sind auch **Outlet-Touristen** zu nennen, die als Tagestouristen nach Metzingen oder aber auch an die historischen Textilstandorte in anderen Orten der Region reisen.

Touristen stellen einen wichtigen zusätzlichen Wirtschaftsfaktor dar, der auch im Rahmen des Regionalen Zentren- und Märktekonzeptes mit den weiteren Kaufkraftpotenzialen, die hier zu Verfügung stehen, Berücksichtigung finden wird. Bereits an dieser Stelle kann aber für Kommunen und die Region gelten: **Überlegungen zur stärkeren Vernetzung von Angeboten in der Region (Kopplung Erholung – Natur – Historisches – Shoppen) kann zur stärkeren Inwertsetzung touristischer Kaufkraft auch in den Einzelhandelsstandorten und zur Profilierung gegenüber angrenzenden Regionen führen.**

⁸ Vgl. hierzu beispielsweise: <http://www.hohenzollernstrasse.info/museen/>, Ferienland Hohenzollern, abgerufen am 08. März 2011.

⁹ Vgl. hierzu beispielsweise: http://www.hohenzollernstrasse.info/burgen_schloesser/, Ferienland Hohenzollern, abgerufen am 08. März 2011.

Teil C: Ist-Analyse Einzelhandelsstandort Neckar-Alb



5 Nachfrageanalyse

Die aufgezeigten Rahmenbedingungen – grundlegende Einzelhandelstrends, statistische Rahmenbedingungen (beispielsweise die demografische Entwicklung in den Landkreisen und Kommunen) sowie regionale Besonderheiten mit Relevanz für die Einzelhandelssteuerung aufgrund von Kaufkraftströmen durch Studenten, Touristen und Fabrikverkäufen / FOCs – beeinflussen die Nachfragesituation im Bereich Einzelhandel.

Wie sich die gesamte Nachfrage im Bereich Einzelhandel in der Region Neckar-Alb darstellt, soll im Folgenden ausführlich aufgezeigt werden. Dabei wird unterschieden zwischen

1. der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der EinwohnerInnen in der Region Neckar-Alb und
2. der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Touristen und FOC-Kunden.
3. Darüber hinaus erfolgt ein Exkurs zum Thema E-Commerce, d.h. eine Betrachtung des Online-Handels als Konkurrenz zum stationären Einzelhandel.

5.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der EinwohnerInnen

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** beträgt im bundesweiten Durchschnitt je Einwohner und Jahr aktuell **5.088 €¹⁰**. Diese Kaufkraft umfasst alle Einzelhandelsangebote, wobei ca. 40% der Kaufkraft auf den Food-Bereich (= Lebensmittel, auch Lebensmittelhandwerk wie Ausgaben in Bäckereien und Metzgereien) und ca. 60% auf den Non-Food-Bereich entfallen.

Für die Berechnung der ortsspezifischen Kaufkraft ist weiterhin der **örtliche Kaufkraftkoeffizient** heranzuziehen. Dieser gibt Aussage über die örtliche Situation im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100). Die **Region Neckar-Alb** verfügt insgesamt über einen **leicht überdurchschnittlichen Kaufkraftkoeffizienten von 102,6**, wobei sich hier deutliche Differenzen zwischen den Kommunen ergeben. Den höchsten Wert kann die Gemeinde Jungingen mit 115,9 verzeichnen, während der Gutsbezirk Münsingen mit 87,8 noch deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegt. Letztlich ergibt sich nach Hauptsortimenten folgende Kaufkraft für die Region Neckar-Alb sowie separiert nach Landkreisen und in den Oberzentren Reutlingen und Tübingen:

¹⁰ Vgl. GfK Kaufkraftkennziffern 2010.

Aktuelle Kaufkraft in der Region Neckar-Alb und den Landkreisen in Mio. Euro (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):						
Hauptsortimente	Stadt Reutlingen	Stadt Tübingen	LK Reutlingen	LK Tübingen	Zollernalbkreis	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	237,5	178,3	596,8	454,8	392,3	1.443,9
Gesundheit / Körperpflege gesamt	45,4	34,1	114,0	86,9	74,9	275,8
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	15,8	11,9	39,7	30,3	26,1	96,1
überwiegend kurzfristiger Bedarf	298,7	224,2	750,6	571,9	493,4	1.815,9
Bücher, PBS, Spielwaren	37,6	28,2	94,6	72,0	62,1	228,8
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	71,5	53,7	179,7	136,9	118,1	434,8
überwiegend mittelfristiger Bedarf	109,1	81,9	274,3	209,0	180,3	663,5
Elektrowaren	54,2	40,7	136,1	103,7	89,5	329,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	56,6	42,5	142,2	108,3	93,4	343,9
Sonstiger Einzelhandel	74,8	56,1	188,0	143,2	123,5	454,7
überwiegend langfristiger Bedarf	185,5	139,3	466,2	355,3	306,5	1.128,0
Lebensmittelbereich	237,5	178,3	596,8	454,8	392,3	1.443,9
Nicht-Lebensmittelbereich	355,9	267,1	894,2	681,4	587,8	2.163,4
Einzelhandel insgesamt	593,4	445,3	1.491,1	1.136,2	980,1	3.607,3
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011 auf Basis von GfK Geomarketing: Kaufkraft für den Einzelhandel 2010 (einzelhandelsrelevante Kaufkraft). Hervorgehobene Werte: Auffällige / vom Durchschnitt abweichende Werte.						

Fazit:

- Entsprechend der **heterogenen** soziodemografischen Strukturen in der Region Neckar-Alb ergeben sich auch unterschiedliche Werte für die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Landkreisen der Region.
- Der **Landkreis Reutlingen vereinigt rund 41% der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft**, die in der Region Neckar-Alb durch die Kaufkraft der EinwohnerInnen zur Verfügung steht, auf sich.
- Beide Oberzentren – also die Städte Reutlingen und Tübingen – vereinen rund 29% und damit mehr einzelhandelsrelevante Kaufkraft als der gesamte Zollernalbkreis (ca. 27%) auf sich.
- Selbst bei dieser überblicksartigen Betrachtung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zeigen sich einzelne Differenzierungen in der soziodemografischen Struktur von Städten und Landkreisen. So beträgt der Anteil der Bevölkerung Tübingens an der Gesamtbevölkerung der Region Neckar-Alb rund 13%, die einzelhandelsrelevante Kaufkraft macht bei einem entsprechenden Vergleich nur 12% aus – zurückzuführen auf den unterdurchschnittlichen Kaufkraftkoeffizienten aufgrund des hohen Anteils an Studenten in der Stadt.

5.2 Exkurs E-Commerce

Der Einzelhandel wird heute immer mehr durch den Handel mit Gütern über das Internet oder auch durch den Versandhandel (= Distanzhandel) beeinflusst. Während sich in einigen Branchen diese Entwicklung schon seit einigen Jahren vollzieht (z.B. Elektrowaren, Bücher), wächst der Anteil des sogenannten E-Commerce auch in anderen Branchen immer mehr an (Bekleidung, spezialisierte Lebensmittel, Drogeriewaren). Der Trend führt natürlich dazu, dass die zu Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraft nur noch zum Teil beim stationären Einzelhandel umgesetzt wird.

Auf Basis von Grundlagendaten des bvh (Bundesverband des deutschen Versandhandels) über die heutigen E-Commerce-/ Distanzhandelsumsätze im Einzelhandel können folgende ungefähren Umsatzanteil für den E-Commerce angesetzt werden.

Anteil des E-Commerce / Distanzhandels an der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):				
Hauptsortimente	Gesamtumsatz E-Commerce bzw. Distanzhandel in Mio. €*)	Umsatz in € pro EW und Jahr*)	Kaufkraft in € pro Einwohner in Deutschland**)	Ungefährer Anteil des E-Commerce bzw. Distanzhandels an der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in %
Nahrungs- und Genussmittel	540	6,59	2037	<1%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	1.120	14,76	389	4%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	480	5,85	136	4%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.230	27,19	2561	1%
Bücher, PBS, Spielwaren	2.090	25,49	323	8%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	13.390	163,29	613	26-27%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	15.480	188,78	936	20
Elektrowaren	7.390	90,12	464	19-20%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1.640	20,00	485	4%
Sonstiger Einzelhandel	1.570	19,15	641	3%
überwiegend langfristiger Bedarf	10.600	129,26	1591	8%
Einzelhandel insgesamt	28.310	345,23	5088	6-7%
*) Quelle: BHV – Bundesverband des deutschen Versandhandels. **) Quelle: GfK. Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte. Quelle: Berechnungen der imakomm AKADEMIE nach BVH- Bundesverband des deutschen Versandhandels.				

Fazit:

- Es zeigt sich, dass einzelne Sortimente – allen voran Lebensmittel – nach wie vor im stationären Einzelhandel nachgefragt werden. Wird von der „harten Konkurrenz des E-Commerce für den (stationären) Einzelhandel“ gesprochen, ist immer zu differenzieren, welche Sortimente damit gemeint sind. Insgesamt beträgt der Anteil des Online- bzw. Versandhandels aktuell ca. **6-7% des gesamten Einzelhandelsumsatzes**.

- Gleichwohl lässt sich aber auch ableiten, dass der **Anteil der Umsätze im E-Commerce / Versandhandel v.a. in den Sortimenten Bekleidung / Schuhe / Sport und auch Elektrowaren sowie Bücher / PBS / Spielwaren heute schon eine bedeutende Position einnimmt. Kritisch: Genau hierbei handelt es sich v.a. um jene Sortimente, die „innenstadtprägend“ sind.**
- Schon hier zeigt sich: Will man Ortszentren als „Kristallisationskern“ des gesellschaftlichen Lebens weiter stärken, **müssen aus kommunaler Sicht Maßnahmen zum Schutz der Zentren und parallel aber auch Entwicklungsmaßnahmen in den Zentren getroffen werden (Stärkung der Funktionen Einzelhandel, Aufenthaltsqualität, Gastronomie usw.). Hierzu zählt auch das Bekenntnis einer Region zur Stärkung der Ortszentren und konsequenterweise damit auch zur Regulierung von möglicherweise schädlichen Ansiedlungen „draußen“ durch entsprechende Regelungen im Regionalplan.** Wollen Einzelhandelsbetriebe auch künftig wettbewerbsfähig sein, müssen Maßnahmen zur Profilierung getroffen werden (= Argumente für den Besuch des Ladenlokals statt ausschließlich Online-Kauf). Sie müssen aber auch parallel Überlegungen anstellen, wie von dem Trend Online-Einkauf profitiert werden kann.

5.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Touristen und FOC-Kunden

Neben der Kaufkraft der Wohnbevölkerung in einer Region sind für die Einzelhandelsentwicklung auch einzelhandelsrelevante Kaufkraftanteile von Touristen (Tages- und Übernachtungsgäste) und FOC-Kunden (letztlich eine „Sonderform“ von Touristen) relevant.

Betrachtung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben bei Tages- und Übernachtungsgästen:

- **Datenquellen:** Neben den Übernachtungszahlen, die vom Statistischen Landesamt Baden-Württemberg zu Verfügung gestellt werden, wurden für das Regionale Zentren- und Märktekonzept alle Zentralen Orte nach ihren eigenen Statistiken in Bezug auf Tagestouristen befragt. Teilweise standen hier leider keine Zahlen zu Verfügung, die Berücksichtigung finden konnten. Ansonsten wurden die Tagesgäste - separiert zu den Übernachtungsgästen - anhand ihrer durchschnittlichen Tagesausgaben berücksichtigt. Als Basis für die Berechnung der zusätzlichen Ausgaben im Einzelhandelssektor durch Touristen dienen Untersuchungen des dwif zu Tagesreisen und Übernachtungsgästen, hier auch regional spezifiziert.
- **Ausgabewerte im Bereich Einzelhandel: Übernachtungsgäste** geben auf der Schwäbischen Alb demnach täglich **19,70 €** im Einzelhandel aus; davon entfallen 3,70 € (= ca. 19%) auf Lebensmittel und 16,00 € auf den sonstigen Einzelhandel. **Tagesgäste** geben im gesamtdeutschen Durchschnitt¹¹ weitere **12,70 €** im Einzelhandel aus, wobei 1,60 € (= ca. 14-15%) auf Lebensmittel entfallen und 11,10 € auf den Non-Food Sektor.¹²
- **Einzelne Räume in der Region Neckar-Alb:** Hohe Touristenzahlen können beispielsweise Tübingen, aber auch Bad Urach sowie Metzingen aufweisen, hier zeigen schon allein die Statistiken, die Band 2 zu entnehmen sind, dass sich die touristischen Nutzungen deutlich unterscheiden. Während in Bad Urach die Übernachtungsgäste aufgrund des Kurbetriebes vor Ort deutlich überwiegen, sind in Metzingen die Tagestouristen dominanter.

¹¹ Regionalspezifische Ausgaben werden vom dwif nur für Übernachtungsgäste ermittelt.

¹² Damit weicht die Struktur der Ausgaben deutlich von jener der EinwohnerInnen einer Region ab: Die Anteile der Ausgaben im Bereich Lebensmittel sind im Vergleich zu 40% bei EinwohnerInnen bei Touristen deutlich unterdurchschnittlich und betragen selbst bei Übernachtungsgästen nicht einmal 20%.

Betrachtung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben bei FOC-Kunden:

- Besondere Beachtung finden bei der Betrachtung von Ausgabewerten im Bereich Einzelhandel FOC-Kunden allein schon aufgrund der Ausgabenhöhe. Laut einer gesonderten Studie des dwif geben Besucher in Metzingen durchschnittlich **106,90 € (Übernachtungsgäste) bzw. 132,70 € (Tagestouristen) im Einzelhandel** aus.¹³

Berücksichtigung der Kaufkraftpotenziale durch Touristen / FOC-Kunden im reZuMK:

- Grundsätzlich stellen die hier aufgeführten Ausgabewerte nicht zu unterschätzende Kaufkraftpotenziale für einzelne Kommunen, im Idealfall für die gesamte Region, dar.
- Aufgrund der von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der EinwohnerInnen in der Region stark abweichenden Ausgabenstruktur **können diese möglichen einzelhandelsrelevanten Ausgaben jedoch nicht dem „eigenen Kaufkraftpotenzial“ hinzugerechnet werden. Bei Berechnungen von Orientierungswerten für mögliche Ansiedlungspotenziale in einer Kommune bleibt diese Kaufkraft folgerichtig unberücksichtigt.** Weiterer Grund: Zudem stehen nicht in allen Städten Daten zu den Tourismuszahlen zur Verfügung (keine amtlichen Daten bei Kommunen mit weniger als 5.000 Einwohnern, keine amtlichen Daten für Angebote mit weniger als neun Betten; Daten zu Tagesgästen nicht in jeder Kommune erhoben).
- Gleichwohl kann es bei der Betrachtung von Einzelvorhaben (außerhalb des reZuMK, also in der Umsetzung des Konzeptes) sinnvoll sein, diese zusätzlichen, möglichen Einzelhandelsumsätze gesondert (!) bei entsprechenden Beurteilungen der Vorhaben zu berücksichtigen. Und: Auch hier zeigt sich das Potenzial auch für die Einzelhandelsentwicklung, welches durch eine interkommunale Abstimmung und durch den Aufbau städteübergreifender Angebote und Werbemaßnahmen ggf. in Wert gesetzt werden könnte.

¹³ Quelle: dwif consulting GmbH: Tourismuskonzeption Metzingen, S. 21 f., 2008.

5.4 Fazit: Berücksichtigung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im reZuMK

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft stellt eine der wichtigsten Datengrundlagen dar, um die Ausstattung in einer Kommune und deren „Leistungsstärke als Einzelhandelsstandort“ bewerten zu können.

Es konnte gezeigt werden, dass

- aktuell rund 3,6 Mrd. Euro pro Jahr an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in der Region Neckar-Alb allein durch die Kaufkraft der EinwohnerInnen zur Verfügung steht. Allerdings ist diese Kaufkraft entsprechend der heterogenen soziodemografischen Strukturen in der Region Neckar-Alb ungleich verteilt.
- mit der weiteren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, die prinzipiell durch Tages- und Übernachtungsgäste – und hierbei auch durch FOC-Kunden als „Sonderform der Shopping-Touristen“ – zur Verfügung steht, weitere Kaufkraftpotenziale in der Region vorhanden sind. Allerdings kann diese bei der Betrachtung von Ansiedlungspotenzialen in der Region nicht grundsätzlich berücksichtigt werden. Sie kann lediglich fallweise, d.h. bei der Bewertung von Einzelvorhaben ggf. zusätzlich mit berücksichtigt werden.
- Kaufkraftpotenziale insgesamt allein schon durch eine interkommunale Abstimmung und durch den Aufbau städteübergreifender Angebote und Werbemaßnahmen ggf. noch stärker in Wert gesetzt werden könnte – unabhängig von weiteren Einzelhandelsansiedlungen.

Setzt man die Nachfragesituation ins Verhältnis zur Angebotssituation, können zentrale Einzelhandelskennziffern abgeleitet und die Situation der Einzelhandelsstandorte in der Region bewertet werden. Im Folgenden wird daher die Angebotssituation näher analysiert.

6 Angebotsanalyse

6.1 Basisdaten Einzelhandelsbestand Region Neckar-Alb (inkl. Fabrikverkäufe)

6.1.1 Basisdaten Gesamtregion (inkl. Fabrikverkäufe)

Die Bewertung der Angebotssituation in der Region Neckar-Alb beruht auf umfassenden Bestandserhebungen aller Einzelhandelsbetriebe in den Stadtzentren, aller Betriebe oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit und aller Nahversorgungsbetriebe. Für die Gesamtregion lassen sich folgende Kennzahlen festhalten, die einen ersten Vergleichswert auch für die kommunalen Bestandszahlen darstellen, da hier die regional über- oder unterdurchschnittliche Ausstattung einzelner Kommunen abgeleitet werden kann:

Ausgewählte Kennzahlen Einzelhandel Region Neckar-Alb (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):	
▪ Zahl der erfassten Einzelhandelsbetriebe:	3.530*)
▪ Verkaufsfläche Einzelhandel insgesamt:	1.173.000 m ²
▪ Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich:	329.000 m ² (= 28% der Gesamt-VK)
▪ Verkaufsfläche im Nicht-Lebensmittelbereich:	844.000 m ²
▪ Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner in der Region Neckar-Alb:	1.698
▪ Umsatz des Einzelhandels insgesamt:	3,9 Mrd. Euro
▪ Umsatz im Bereich Lebensmittel:	1,7 Mrd. Euro (= ca. 43-44% des gesamten Umsatzes)
▪ Umsatz im Nicht-Lebensmittelbereich:	2,2 Mrd. Euro
▪ Umsatz-Kaufkraft-Relation gesamt:	108%
▪ Umsatz-Kaufkraft-Relation**) Lebensmittelbereich:	116%
▪ Umsatz-Kaufkraft-Relation Nicht-Lebensmittelbereich:	98%
*) Die Bestandszahlen beinhalten nur die in der Methodik aufgeführten Betriebe. Es handelt sich hierbei um keine Vollerhebung in allen Branchen. **) Umsatz-Kaufkraft-Relation: Ein Maß für die Leistungsstärke eines Einzelhandelsstandortes. Berechnung: Gesamtumsatz der Einzelhandelsbetriebe dividiert durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Standortgemeinde (Angabe in %). Ein Wert über 100% gibt an, dass der Kaufkraftzufluss von außen den Abfluss „eigener Kaufkraft“ übersteigt. Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte. Quelle: Erhebungen und Berechnungen der imakomm AKADEMIE 2010 / 2011.	

Fazit:

- Die Region Neckar-Alb weist eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von >100% auf, obwohl Nachbarregionen (vgl. Region Stuttgart) teilweise starke Einzelhandelsstandorte aufweisen.
- Die Daten geben einen wichtigen Orientierungswert für eine differenzierte räumliche Betrachtung. Sie sind letztlich der „regionale Benchmark“.

6.1.2 Basisdaten Zentrale Orte (inkl. Fabrikverkäufe)

Das Einzelhandelsangebot in der Region Neckar-Alb verteilt sich nicht gleichmäßig über die Kommunen der Region. **Es wird noch zu zeigen sein, dass sich die unterschiedliche Ausstattung allerdings auch nicht konsistent an dem Zentralen-Orte-System orientiert.** Es lässt sich anhand der im Folgenden dargestellten Basisdaten nach Zentralen Orten Folgendes festhalten:

- Letztlich gibt es v.a. in den Ober- und Mittelzentren eine deutliche Einzelhandelskonzentration und eine Versorgung, die auch über die Stadtgrenzen hinaus, besonders für mittel- und langfristige Güter, die Verflechtungsbereiche mitversorgt. Dies sind auch die Standorte, die für großflächigen Handel vorgesehen sind und auf die sich somit die raumordnerischen Regelungen laut Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg und der Regionalplanungen beziehen.
- Ferner ist die Sicherung der Nahversorgung grundsätzlich in allen, auch kleineren Kommunen ohne zentralörtliche Funktion, vorrangiges Ziel. Dieser Versorgungsfunktion können einzelne Kommunen nur noch bedingt nachkommen.

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb (inkl. Fabrikverkäufe, ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Oberzentrum Reutlingen		Oberzentrum Tübingen		Mittelzentrum Albstadt		Mittelzentrum Balingen		Mittelzentrum Hechingen		Mittelzentrum Metzingen	
	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	56.100	298,8	37.800	183,9	26.700	133,0	18.600	94,4	14.700	71,9	11.300	64,5
Gesundheit / Körperpflege gesamt	9.900	59,1	9.800	60,7	4.500	22,3	3.200	16,3	1.300	8,5	1.800	14,3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	5.500	10,1	2.000	4,4	4.100	8,2	2.600	4,4	600	1,0	400	1,1
überwiegend kurzfristiger Bedarf	71.500	368,1	49.700	249,0	35.200	163,5	24.400	115,1	16.700	81,4	13.500	79,9
Bücher, PBS, Spielwaren	8.700	31,7	6.700	25,1	4.400	13,6	1.400	5,1	1.700	5,5	1.700	7,4
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	60.200	175,7	24.700	71,6	22.200	62,4	16.600	42,4	8.600	24,5	39.600	242,9
überwiegend mittelfristiger Bedarf	68.900	207,4	31.400	96,7	26.600	76,0	18.100	47,5	10.300	30,0	41.300	250,2
Elektrowaren	9.400	59,4	6.300	32,7	4.300	26,4	2.400	13,6	900	4,2	600	2,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	125.600	157,3	11.400	25,7	12.300	20,5	70.400	102,5	400	1,0	7.400	22,3
Sonstiger Einzelhandel	37.800	101,3	27.400	64,5	13.600	41,0	23.200	41,5	7.500	12,5	10.300	22,6
überwiegend langfristiger Bedarf	172.800	318,0	45.100	122,9	30.100	88,0	96.000	157,5	8.800	17,7	18.300	47,3
Einzelhandel insgesamt	313.100	893,4	126.200	468,6	91.900	327,5	138.400	320,1	35.800	129,0	73.100	377,5
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien.												

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb (inkl. Fabrikverkäufe, ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Mittelzentrum Münsingen		Mittelzentrum Rottenburg am Neckar		Unterzentrum Bad Urach		Unterzentrum Burladingen		Unterzentrum Engstingen		Unterzentrum Haigerloch	
	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14.700	72,2	13.700	76,0	5.900	31,9	5.000	28,7	3.500	19,3	4.000	19,8
Gesundheit / Körperpflege gesamt	2.200	13,0	2.600	16,6	1.200	6,3	400	1,4	300	1,2	500	2,4
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	800	1,4	1.500	2,6	---	---	200	0,7	100	0,4	100	0,2
überwiegend kurzfristiger Bedarf	17.800	86,5	17.800	95,3	7.100	38,3	5.600	30,8	3.900	20,8	4.600	22,3
Bücher, PBS, Spielwaren	500	1,6	1.000	3,4	400	1,4	200	0,6	100	0,4	100	0,4
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	7.300	16,0	9.800	24,1	3.400	9,5	4.500	14,8	100	0,3	800	1,6
überwiegend mittelfristiger Bedarf	7.800	17,5	10.800	27,5	3.900	11,0	4.700	15,4	200	0,8	900	2,0
Elektrowaren	300	1,1	1.000	3,0	100	0,7	200	0,9	---	---	100	0,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1.900	2,3	2.200	4,2	700	1,7	500	0,7	---	---	31.300	35,4
Sonstiger Einzelhandel	3.700	7,6	8.300	19,9	3.100	6,7	2.100	3,7	200	1,1	1.000	3,4
überwiegend langfristiger Bedarf	5.900	11,0	11.500	27,1	3.900	9,1	2.700	5,3	200	1,1	32.400	39,2
Einzelhandel insgesamt	31.400	115,0	40.200	149,9	14.800	58,3	13.000	51,5	4.300	22,7	38.000	63,4
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien.												

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb (inkl. Fabrikverkäufe, ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):										
Hauptsortimente	Unterzentrum Meßstetten		Unterzentrum Mössingen		Unterzentrum Pfullingen		Unterzentrum Schömburg		Gesamtregion Neckar-Alb	
	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5.000	26,2	10.800	50,5	17.100	86,5	2.700	11,4	329.300	1.677,7
Gesundheit / Körperpflege gesamt	500	2,1	1.800	8,0	500	5,2	300	1,8	50.100	289,3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	500	1,2	400	1,1	4.000	6,4	200	0,5	24.800	47,9
überwiegend kurzfristiger Bedarf	6.000	29,4	13.000	59,6	21.600	98,1	3.200	13,7	404.200	2.014,9
Bücher, PBS, Spielwaren	500	1,5	1.200	2,8	1.300	5,3	---	---	31.800	112,4
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	2.400	6,2	4.600	12,0	5.400	11,9	---	---	226.600	774,8
überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.900	7,7	5.800	14,7	6.700	17,3	---	---	258.400	887,1
Elektrowaren	100	0,3	200	1,1	700	3,0	100	0,3	27.200	151,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	900	1,3	18.900	22,5	10.700	14,9	1.100	1,4	317.300	444,5
Sonstiger Einzelhandel	300	1,2	9.300	16,7	12.100	22,4	100	0,7	166.400	390,1
überwiegend langfristiger Bedarf	1.300	2,8	28.500	40,3	23.400	40,2	1.300	2,4	511.000	986,0
Einzelhandel insgesamt	10.100	39,9	47.300	114,6	51.700	155,6	4.500	16,1	1.173.500	3.888,1
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien.										

6.2 Basisdaten Einzelhandelsbestand Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe

In einigen Kommunen der Region Neckar-Alb ergibt sich eine überdurchschnittliche Ausstattung im Einzelhandelsbestand aufgrund von Fabrikverkäufen. Dies gilt v.a. für die Städte Albstadt, Burladingen und Metzingen.

Fabrikverkäufe als Sonderform des großflächigen Einzelhandels weisen im Vergleich zum sonstigen Einzelhandel ein überdurchschnittlich weites Einzugsgebiet auf. Sie bieten spezialisierte Markenprodukte an und decken somit nur einen kleinen Teil des durchschnittlichen Bedarfs z.B. im Textilbereich ab und stehen dabei auch nur bedingt in Konkurrenz zum regulären Einzelhandel.

Da über diese Anbieter grundsätzlich kaum Aussagen zur Versorgung der Wohnbevölkerung und damit über die Versorgungsfunktion auch des jeweiligen Verflechtungsbereiches eines Zentralen Ortes getroffen werden können, sind die folgenden Kennzahlen ohne den Bestand der Fabrikverkäufe dargestellt. Im Tabellenband des reZuMK sind die Zahlen für Berechnungen mit und ohne Fabrikverkäufe zu finden sowie auch die Bestandszahlen für alle Kommunen.

6.2.1 Basisdaten Gesamtregion (ohne Fabrikverkäufe)

Selbstverständlich gelten hier die gleichen Aussagen zur Erhebung wie bei den Basisdaten inkl. Fabrikverkäufe. Es ergeben sich folgende Basisdaten für die gesamte Region Neckar-Alb:

Ausgewählte Kennzahlen Einzelhandel Region Neckar-Alb (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):	
▪ Zahl der erfassten Einzelhandelsbetriebe:	3.408*)
▪ Verkaufsfläche Einzelhandel insgesamt:	1.128.050 m ²
▪ Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich:	329.000 m ² (= 29% der Gesamt-VK)
▪ Verkaufsfläche im Nicht-Lebensmittelbereich:	799.000 m ²
▪ Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner in der Region Neckar-Alb:	1.632 m ² / 1.000 Einwohner
▪ Umsatz des Einzelhandels insgesamt:	3,6 Mrd. Euro
▪ Umsatz im Bereich Lebensmittel:	1,7 Mrd. Euro (= ca. 47% des gesamten Umsatzes)
▪ Umsatz im Nicht-Lebensmittelbereich:	1,9 Mrd. Euro
▪ Umsatz-Kaufkraft-Relation gesamt	100%
▪ Umsatz-Kaufkraft-Relation**) Lebensmittelbereich:	116%
▪ Umsatz-Kaufkraft-Relation Nicht-Lebensmittelbereich:	90%
*) Die Bestandszahlen beinhalten nur die in der Methodik aufgeführten Betriebe. Es handelt sich hierbei um keine Vollerhebung in allen Branchen. **) Umsatz-Kaufkraft-Relation: Ein Maß für die Leistungsstärke eines Einzelhandelsstandortes. Berechnung: Gesamtumsatz der Einzelhandelsbetriebe dividiert durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Standortgemeinde (Angabe in %). Ein Wert über 100% gibt an, dass der Kaufkraftzufluss von außen den Abfluss „eigener Kaufkraft“ übersteigt. Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte. Quelle: Erhebungen und Berechnungen der imakomm AKADEMIE 2010 / 2011.	

Fazit: Die Region Neckar-Alb weist eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100% auf, d.h. insgesamt halten sich die Kaufkraftzu- und -abflüsse die Waage. Selbstverständlich verhält es sich bei der Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Kommunen sehr unterschiedlich. Diese Basisdaten werden im Folgenden differenziert und bewertet.

6.2.2 Basisdaten Zentrale Orte (ohne Fabrikverkäufe)

Diese Basisdaten sind wichtige Grundlage für die Bewertung der Leistungsstärke und der Versorgungsfunktion der Kommunen in der Region Neckar-Alb. Sie sind daher zumindest für die Zentralen Orte auch an dieser Stelle (nicht nur in Band 2 = Tabellenband) dargestellt.

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb (ohne Fabrikverkäufe, ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Oberzentrum Reutlingen		Oberzentrum Tübingen		Mittelzentrum Albstadt		Mittelzentrum Balingen		Mittelzentrum Hechingen		Mittelzentrum Metzingen	
	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in m²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	56.050	298,8	37.850	183,9	26.700	133,0	18.550	94,4	14.700	71,9	11.050	61,4
Gesundheit / Körperpflege gesamt	9.900	59,1	9.850	60,7	4.500	22,3	3.200	16,3	1.350	8,5	1.800	14,3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	5.500	10,1	2.050	4,4	4.050	8,2	2.600	4,4	650	1,0	400	1,1
überwiegend kurzfristiger Bedarf	71.450	368,1	49.700	249,0	35.250	163,5	24.350	115,1	16.700	81,4	13.250	76,8
Bücher, PBS, Spielwaren	8.750	31,7	6.700	25,1	4.350	13,6	1.450	5,1	1.500	5,1	1.700	7,4
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	60.100	175,5	24.300	70,2	19.100	50,0	16.400	41,6	6.950	18,6	10.550	42,4
überwiegend mittelfristiger Bedarf	68.850	207,2	31.000	95,3	23.450	63,5	17.850	46,7	8.450	23,7	12.250	49,8
Elektrowaren	9.400	59,4	6.250	32,7	4.250	26,4	2.400	13,6	950	4,2	600	2,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	125.550	157,3	11.400	25,7	12.300	20,5	70.400	102,5	400	1,0	6.750	19,9
Sonstiger Einzelhandel	37.800	101,3	27.400	64,5	13.600	41,0	23.200	41,5	7.500	12,5	10.000	19,4
überwiegend langfristiger Bedarf	172.750	318,0	45.100	122,9	30.100	88,0	95.950	157,5	8.850	17,7	17.350	41,8
Einzelhandel insgesamt	313.100	893,3	125.800	467,2	88.800	315,0	138.150	319,3	33.950	122,8	42.850	168,4
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien.												

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb (ohne Fabrikverkäufe, ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Mittelzentrum Münsingen		Mittelzentrum Rotenburg am Neckar		Unterzentrum Bad Urach		Unterzentrum Burladingen		Unterzentrum Engstingen		Unterzentrum Haigerloch	
	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14.700	72,2	13.750	76,0	5.900	31,9	5.000	28,7	3.550	19,3	4.000	19,8
Gesundheit / Körperpflege gesamt	2.250	13,0	2.650	16,6	1.200	6,3	350	1,4	300	1,2	550	2,4
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	800	1,4	1.450	2,6	0	0,0	250	0,7	150	0,4	100	0,2
überwiegend kurzfristiger Bedarf	17.750	86,5	17.850	95,3	7.100	38,3	5.600	30,8	3.950	20,8	4.600	22,3
Bücher, PBS, Spielwaren	500	1,6	1.050	3,4	450	1,4	150	0,6	150	0,4	150	0,4
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	7.300	16,0	9.550	23,1	2.250	5,4	2.650	7,6	100	0,3	700	1,3
überwiegend mittelfristiger Bedarf	7.800	17,5	10.550	26,5	2.700	6,8	2.850	8,2	250	0,8	850	1,7
Elektrowaren	250	1,1	1.000	3,0	150	0,7	200	0,9	---	---	100	0,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1.900	2,3	2.150	4,2	500	1,4	500	0,7	---	---	31.150	35,2
Sonstiger Einzelhandel	3.700	7,6	8.350	19,9	3.050	6,7	2.050	3,7	150	1,1	1.000	3,4
überwiegend langfristiger Bedarf	5.900	11,0	11.500	27,1	3.700	8,8	2.750	5,3	150	1,1	32.250	39,0
Einzelhandel insgesamt	31.400	115,0	39.900	148,9	13.500	53,8	11.200	44,2	4.350	22,7	37.700	62,9
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien.												

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb (ohne Fabrikverkäufe, ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):										
Hauptsortimente	Unterzentrum Meßstetten		Unterzentrum Mössingen		Unterzentrum Pfullingen		Unterzentrum Schömburg		Gesamtregion Neckar-Alb	
	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5.000	26,2	10.800	50,5	17.100	86,5	2.700	11,4	329.000	1.674,5
Gesundheit / Körperpflege gesamt	550	2,1	1.750	8,0	500	5,2	300	1,8	50.050	289,3
Blumen, Pflanzen, zoologi- scher Bedarf	450	1,2	450	1,1	4.000	6,4	200	0,5	24.850	47,9
überwiegend kurzfristiger Bedarf	6.000	29,4	13.050	59,6	21.600	98,1	3.150	13,7	403.850	2.011,7
Bücher, PBS, Spielwaren	450	1,5	1.250	2,8	1.350	5,3	---	---	31.550	112,0
Bekleidung, Schuhe, Sportar- tikel	1.200	1,4	4.250	11,1	4.950	10,7	---	---	182.950	513,1
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.650	2,9	5.450	13,9	6.300	16,0	---	---	214.500	625,0
Elektrowaren	100	0,3	250	1,1	700	3,0	100	0,3	27.250	151,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	850	1,3	18.900	22,5	10.650	14,9	1.100	1,4	316.350	441,6
Sonstiger Einzelhandel	300	1,2	9.350	16,7	12.050	22,4	150	0,7	166.150	386,9
überwiegend langfristiger Bedarf	1.250	2,8	28.500	40,3	23.400	40,2	1.300	2,4	509.700	979,9
Einzelhandel insgesamt	8.950	35,1	47.000	113,7	51.350	154,4	4.450	16,1	1.128.050	3.616,7
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien.										

6.3 Bewertung des Einzelhandelsbestandes Region Neckar-Alb (ohne Fabrikverkäufe)

Für die Betrachtung der Ausstattung einer Kommune im Einzelhandel sind die Basisdaten wie soeben gezeigt entscheidend. Für sich allein genommen sind die Daten zu Umsatz und Verkaufsflächen je Zentralem Ort allerdings wenig aussagekräftig, da sie keinen Vergleich mit anderen Kommunen ermöglichen und auch noch keine Relation zu der vor Ort verfügbaren Kaufkraft aufzeigen.

6.3.1 Bewertung anhand einschlägiger Einzelhandelskennziffern

Eine **Bewertung wird folgerichtig anhand verschiedener einzelhandelsrelevanter Kennziffern**, die aus den Basisdaten abgeleitet werden können, vorgenommen. Hierzu zählen:

- Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation**(= Einzelhandelszentralität bzw. Zentralitätskennziffer) ist ein Maß für die Attraktivität und Leistungsstärke eines Einzelhandelsstandortes. Sie gibt an, ob und wie stark Umsatzzuflüsse aus dem Umland einer Kommune die Umsatzabflüsse aus der Kommune per Saldo überwiegen. Dabei wird nicht auf den Verflechtungsbereich abgehoben (Unterschied zur Marktaberschöpfung!). Die Zentralitätskennziffer errechnet sich aus der Gegenüberstellung des am Standort umgesetzten Einzelhandelsumsatzes und der am Standort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Werte größer 100 geben somit an, dass dem jeweiligen Einzelhandelsstandort ein Bedeutungsüberschuss gegenüber seinem Umland zukommt, d.h. per Saldo mehr Kaufkraft zu- als abfließt.
- Die **Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner** ist ein Maß für die quantitative Angebotsausstattung einer Kommune im Bereich Einzelhandel. Durch den Bezug auf die Einwohnerzahl einer Stadt bzw. Gemeinde wird eine Vergleichbarkeit mit anderen Kommunen möglich.
- Die **durchschnittliche Flächenleistung bzw. Flächenproduktivität** gibt an, wie hoch in der Kommune die durchschnittliche Flächenproduktivität der einzelnen Sortimente ist.

Dies lässt darauf schließen, ob ein Standort vorrangig niedrigpreisige Anbieter mit einer geringen Flächenproduktivität oder eben vorrangig höherwertige Waren anbietet, da v.a. Fachmärkte eine deutlich geringere Flächenproduktivität umsetzen als der inhabergeführte Facheinzelhandel. Die Flächenproduktivität ergibt sich aus der Gegenüberstellung von Umsatzleistungen zur Verkaufsfläche (Euro pro m²).

- Die **Marktaberschöpfung** ist eine weitere, v.a. auch für die interkommunale oder regionale Betrachtung, relevante Kennziffer, die den Umsatz in einem Zentralen Ort mit der Kaufkraft im gesamten regionalplanerischen Verflechtungsbereich gegenüberstellt (hier also wird die Kaufkraft des Verflechtungsbereiches, bei einem Mittelzentrum also bspw. der Mittelbereich, verwendet. Unterschied zur Zentralitätskennziffer!). Daraus lässt sich ablesen, ob eine Mitversorgung des zugeordneten überörtlichen Verflechtungsbereichs gegeben ist oder ob die Bedeutung des Standortes sogar noch darüber hinausgeht. Die Marktaberschöpfung wird auf allen zentralörtlichen Stufen berechnet, wobei auch ein Oberzentrum einen mittelzentralen Verflechtungsbereich hat, also letztlich ein Gebiet, das hier noch intensiver versorgt wird als die Gesamtregion. Der Gesamtwert für die Region gibt die Relation zwischen Einzelhandelsumsatz des Doppeloberzentrums zur Kaufkraft der Region an. Insgesamt ist die Marktaberschöpfung ein wichtiger Indikator, ob Kommunen heute schon ihren zugeordneten Verflechtungsbereich in der Versorgung überschreiten oder ob hier noch Versorgungsdefizite bestehen.

Diese Kennziffern sollen einen Überblick über die Versorgung der Region geben. In den folgenden Tabellen sind dabei die erläuterten Kennziffern für die Zentralen Orte ab der Stufe der Unterzentren dargestellt. Die sonstigen Orte werden v.a. bei der Bewertung der Nahversorgung nochmals genauer betrachtet.

Aktuelle Kennzahlen der Zentralen Orte in der Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Oberzentrum Reutlingen				Oberzentrum Tübingen				Mittelzentrum Albstadt			
	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung
Nahrungs- und Genussmittel	126%	500	5.330	79%	103%	431	4.862	53%	140%	589	4.984	89%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	130%	88	5.962	82%	178%	112	6.168	92%	123%	99	4.986	78%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	64%	49	1.847	40%	37%	23	2.159	19%	131%	90	2.026	83%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	123%	637	5.150	77%	111%	566	5.009	57%	137%	777	4.642	87%
Bücher, PBS, Spielwaren	84%	78	3.623	53%	89%	76	3.751	46%	91%	96	3.114	57%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	245%	536	2.920	154%	131%	277	2.886	67%	175%	422	2.614	111%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	190%	614	3.009	119%	116%	353	3.073	60%	146%	518	2.707	93%
Elektrowaren	110%	84	6.330	69%	80%	71	5.219	41%	122%	94	6.191	78%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	278%	1.120	1.253	174%	61%	130	2.256	31%	91%	271	1.674	58%
Sonstiger Einzelhandel	135%	337	2.679	85%	115%	312	2.352	59%	137%	299	3.020	87%
überwiegend langfristiger Bedarf	171%	1.541	1.841	107%	88%	513	2.726	45%	119%	665	2.921	75%
Einzelhandel insgesamt	151%	2.792	2.853	94%	105%	1.433	3.714	54%	133%	1.960	3.547	84%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien. Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.												

Aktuelle Kennzahlen der Zentralen Orte in der Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Mittelzentrum Balingen				Mittelzentrum Hechingen				Mittelzentrum Metzingen			
	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung
Nahrungs- und Genussmittel	129%	547	5.089	79%	183%	768	4.883	58%	129%	504	5.559	48%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	117%	94	5.117	71%	113%	70	6.332	36%	157%	82	7.975	59%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	90%	77	1.670	55%	39%	33	1.594	12%	35%	19	2.625	13%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	125%	718	4.725	76%	165%	871	4.873	53%	128%	604	5.792	48%
Bücher, PBS, Spielwaren	45%	43	3.563	27%	82%	77	3.432	26%	98%	77	4.364	37%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	189%	483	2.533	115%	157%	362	2.678	50%	296%	481	4.018	111%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	139%	526	2.617	85%	131%	440	2.810	42%	228%	558	4.066	85%
Elektrowaren	81%	71	5.662	50%	47%	49	4.527	15%	23%	27	4.158	9%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	589%	2.074	1.456	358%	11%	22	2.357	3%	175%	307	2.955	66%
Sonstiger Einzelhandel	181%	683	1.791	110%	101%	391	1.670	32%	129%	456	1.935	48%
überwiegend langfristiger Bedarf	276%	2.828	1.642	168%	58%	461	2.003	18%	112%	790	2.408	42%
Einzelhandel insgesamt	175%	4.072	2.311	107%	125%	1.772	3.614	40%	142%	1.952	3.929	53%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien; Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.												

Aktuelle Kennzahlen der Zentralen Orte in der Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Mittelzentrum Münsingen				Mittelzentrum Rottenburg am Neckar				Unterzentrum Bad Urach			
	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung
Nahrungs- und Genussmittel	254%	1.015	4.906	80%	88%	324	5.534	70%	121%	475	5.418	50%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	240%	153	5.842	76%	100%	62	6.287	80%	126%	96	5.315	52%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	71%	57	1.646	23%	46%	35	1.802	37%	0%	---	---	---
überwiegend kurzfristiger Bedarf	242%	1.225	4.872	76%	88%	420	5.339	70%	116%	571	5.401	48%
Bücher, PBS, Spielwaren	35%	35	3.075	11%	25%	24	3.342	20%	34%	35	3.295	14%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	187%	502	2.193	59%	89%	224	2.426	71%	68%	183	2.368	28%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	134%	537	2.250	42%	67%	249	2.515	53%	56%	218	2.516	23%
Elektrowaren	17%	18	4.094	5%	15%	24	2.936	12%	11%	11	4.857	5%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	34%	131	1.222	11%	21%	51	1.956	16%	23%	41	2.743	9%
Sonstiger Einzelhandel	85%	256	2.053	27%	73%	196	2.383	58%	80%	246	2.184	33%
überwiegend langfristiger Bedarf	50%	405	1.876	16%	40%	271	2.352	32%	43%	299	2.363	18%
Einzelhandel insgesamt	162%	2.167	3.663	51%	69%	941	3.730	55%	82%	1.087	3.989	34%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien; Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.												

Aktuelle Kennzahlen der Zentralen Orte in der Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Unterzentrum Burladingen				Unterzentrum Engstingen				Unterzentrum Haigerloch			
	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung
Nahrungs- und Genussmittel	116%	401	5.750	116%	180%	657	5.448	62%	91%	372	4.938	91%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	29%	29	3.792	29%	59%	52	4.286	20%	57%	50	4.352	57%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	41%	20	2.724	41%	55%	24	3.000	19%	11%	7	2.000	11%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	99%	449	5.492	99%	155%	734	5.285	53%	82%	430	4.819	82%
Bücher, PBS, Spielwaren	16%	14	3.579	16%	26%	26	3.200	9%	12%	13	2.900	12%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	102%	213	2.847	102%	10%	19	3.200	3%	20%	64	1.874	20%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	72%	227	2.891	72%	16%	45	3.200	5%	17%	77	2.047	17%
Elektrowaren	16%	16	4.744	16%	0%	---	---	0%	8%	9	4.026	8%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	12%	40	1.436	12%	0%	---	---	0%	681%	2.898	1.130	681%
Sonstiger Einzelhandel	47%	165	1.786	47%	31%	28	7.000	11%	50%	93	3.417	50%
überwiegend langfristiger Bedarf	28%	220	1.933	28%	13%	28	7.000	4%	230%	2.999	1.209	230%
Einzelhandel insgesamt	72%	896	3.959	72%	85%	806	5.229	29%	116%	3.506	1.670	116%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien; Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.												

Aktuelle Kennzahlen der Zentralen Orte in der Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):								
Hauptsortimente	Unterzentrum Meßstetten				Unterzentrum Mössingen			
	Umsatz- Kaufkraft- Relation	Verkaufs- fläche / 1.000 Ein- wohner	Flächenleis- tung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kaufkraft- Relation	Verkaufs- fläche / 1.000 Ein- wohner	Flächenleis- tung	Markt- abschöp- fung
Nahrungs- und Genussmit- tel	123%	478	5.219	93%	127%	540	4.670	51%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	52%	50	3.953	39%	104%	88	4.497	42%
Blumen, Pflanzen, zoologi- scher Bedarf	82%	44	2.500	62%	43%	22	2.591	17%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	110%	572	4.899	84%	119%	650	4.577	47%
Bücher, PBS, Spielwaren	44%	45	3.170	34%	44%	61	2.257	17%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	23%	113	1.211	17%	92%	212	2.612	37%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	30%	158	1.766	23%	76%	273	2.533	30%
Elektrowaren	6%	11	2.500	5%	12%	12	4.553	5%
Hausrat, Einrichtung, Mö- bel	26%	83	1.488	19%	237%	944	1.190	95%
Sonstiger Einzelhandel	18%	27	4.232	13%	133%	465	1.787	53%
überwiegend langfristiger Bedarf	17%	121	2.189	13%	129%	1.421	1.413	52%
Einzelhandel insgesamt	66%	851	3.932	50%	114%	2.344	2.421	46%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien; Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.								

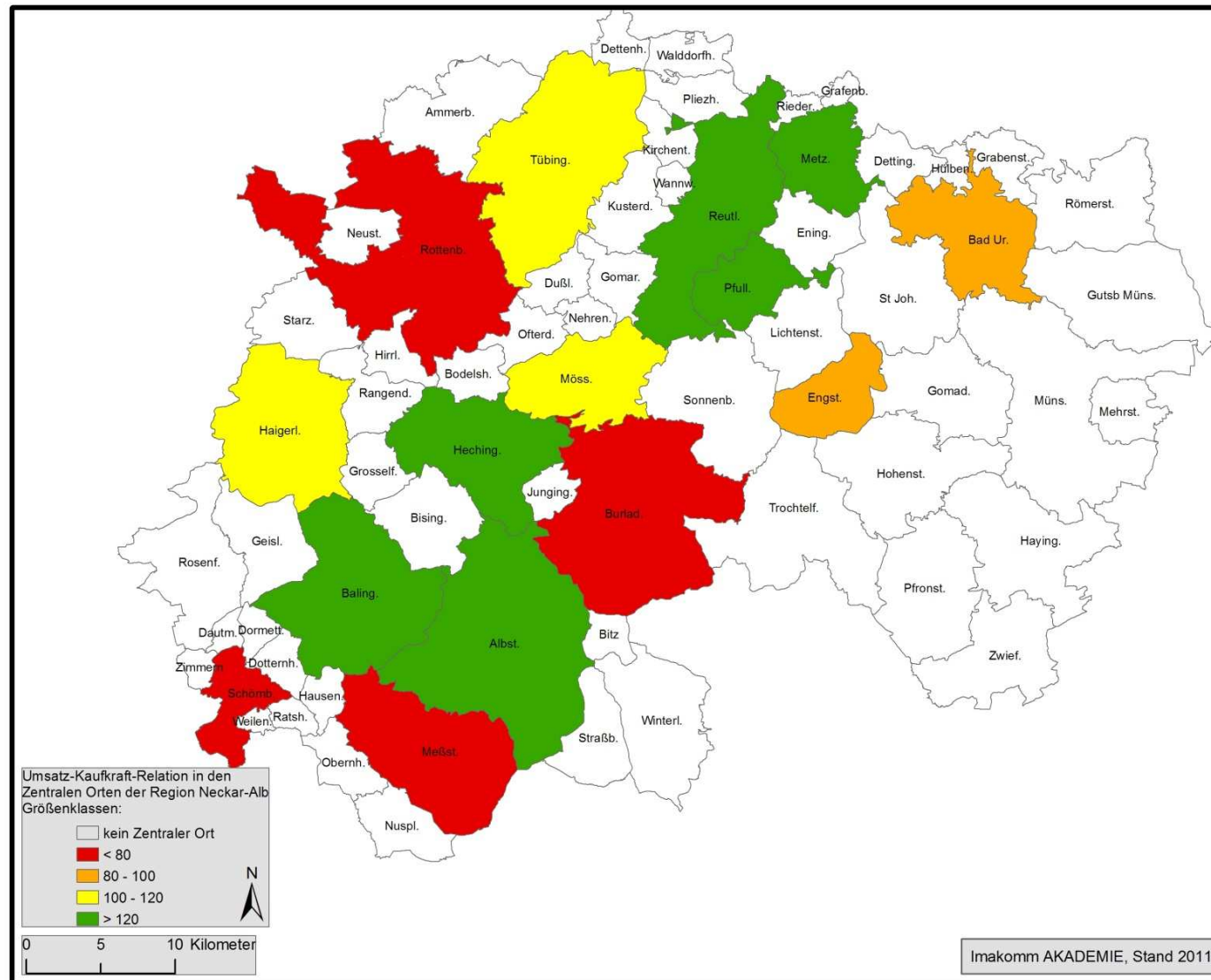
Aktuelle Kennzahlen der Zentralen Orte in der Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Unterzentrum Pfullingen				Unterzentrum Schömburg				Gesamtregion Neckar-Alb			
	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Umsatz- Kauf- kraft- Relation	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flächen- leistung	Markt- abschöp- fung	Um- satz- Kauf- kraft- Relati- on	Ver- kaufs- fläche / 1.000 Einwoh- ner	Flä- chenleis- tung	Markt- abschöp- fung der Oberzentren in der Ge- samtregion
Nahrungs- und Ge- nussmittel	214%	920	5.063	117%	123%	579	4.248	54%	116%	476	5.090	33%
Gesundheit / Kör- perpflege gesamt	67%	27	10.515	37%	101%	62	6.224	45%	105%	72	5.782	43%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	238%	216	1.594	130%	73%	39	2.500	32%	50%	36	1.930	15%
überwiegend kurz- fristiger Bedarf	193%	1.163	4.543	105%	117%	680	4.330	51%	111%	584	4.981	34%
Bücher, PBS, Spiel- waren	84%	72	3.975	45%	0%	---	---	0%	49%	46	3.549	25%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	88%	268	2.150	48%	0%	---	---	0%	118%	265	2.804	57%
überwiegend mittel- fristiger Bedarf	86%	340	2.539	47%	0%	---	---	0%	94%	310	2.914	46%
Elektrowaren	32%	37	4.270	18%	13%	17	3.500	6%	46%	39	5.562	28%
Hausrat, Einrich- tung, Möbel	155%	575	1.398	84%	64%	232	1.319	28%	128%	458	1.396	53%
Sonstiger Einzel- handel	176%	649	1.854	96%	24%	31	4.931	11%	85%	240	2.329	36%
überwiegend lang- fristiger Bedarf	128%	1.262	1.718	69%	33%	280	1.854	15%	87%	738	1.923	39%
Einzelhandel insge- samt	153%	2.765	3.007	83%	69%	961	3.607	30%	100%	1.632	3.206	38%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011, Umsatzberechnungen auf Basis durchschnittlicher Flächenproduktivitäten unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten und qualitativer Bewertungskriterien; Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.												

Fazit:

- Die Kennzahlen zeigen: Die Ausstattungen im Bereich Einzelhandel sind erwartungsgemäß unterschiedlich. **Allerdings orientieren sich die Ausstattungs- und Leistungskennziffern nur wenig am Zentralen-Orte-System.**
- Die Kennzahlen zeigen vergleichsweise hohe **Umsatz-Kaufkraft-Relationen** über 150 im Oberzentrum Reutlingen, in den Mittelzentren Balingen und Münsingen sowie im Unterzentrum Pfullingen. Hier übersteigen die Kaufkraftzuflüsse die -abflüsse klar. Allerdings sind hierbei immer auch differenzierte Betrachtungen nach einzelnen Sortimenten notwendig. Einzelne Anbieter im Bereich Möbel können hier den Wert „nach oben hin verfälschen“. Die folgende Karte gibt nochmals einen räumlichen Überblick speziell zum Indikator Umsatz-Kaufkraft-Relation.
- Gemessen an der quantitativen Ausstattung (**Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner**) zeigen sich ebenfalls die Standorte Reutlingen, Balingen, Münsingen und Pfullingen als vergleichsweise gut ausgestattet. Auch hier gilt: Teilweise sind diese guten Ausstattungswerte auf einzelne Anbieter (vgl. Möbel Rogg in Balingen, vgl. beispielsweise auch Bereich Möbel in Haigerloch, vgl. zudem SB-Warenhäuser in Münsingen und Pfullingen) zurückzuführen.
- Die **Marktaberschöpfung** als Maß für die Versorgung des raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereiches zeigt v.a. bei den Städten Tübingen und Rottenburg Defizite. Während einige Unterzentren aufgrund ihrer Größe weitestgehend nur die Nahversorgung abdecken, was aber grundsätzlich auch ihrer Funktion entspricht, können Tübingen und Rottenburg ihre zugewiesenen regionalplanerischen Funktionen bereits auf der Stadtebene nur teilweise erfüllen. Hier sind in einzelnen Sortimenten klare Defizite festzustellen, so dass insgesamt sehr unterdurchschnittliche Kennzahlen erkennbar sind. Letztlich kann Tübingen keine vollständige Marktaberschöpfung auf der mittelzentralen Stufe erreichen, obwohl das Oberzentrum sogar noch weitreichender Versorgungsfunktionen übernehmen könnte.
- Die Betrachtung der **Flächenleistung** zeigt, dass hier v.a. die Standorte mit großen Möbelanbietern, wie Reutlingen, Balingen und Haigerloch unterdurchschnittliche Werte erreichen. Zudem gibt diese Betrachtung Hinweise auf hohe Fachmarktanteile, wie beispielsweise im Mittelzentrum Münsingen.

- Interessant: Weiterhin ist die teilweise deutliche **Diskrepanz zwischen Umsatz-Kaufkraft-Relation und Marktaberschöpfung** hervorzuheben. Das Mittelzentrum Münsingen weist überdurchschnittliche Werte sowohl bei der Verkaufsflächenausstattung als auch bei der Umsatz-Kaufkraft-Relation auf. Es kann aber dennoch den flächenmäßig großen Mittelbereich nur unterdurchschnittlich gut versorgen (vgl. Marktaberschöpfung), da Angebote in den innenstadtprägenden Bereichen Bekleidung / Schuhe / Sportartikel sowie im Bereich Elektrowaren unterdurchschnittlich sind. Ein ähnlicher Befund gilt beispielsweise auch für das Mittelzentrum Metzingen (Achtung: Hier eben ohne Betrachtung der Fabrikverkäufe!).

Wichtig: Eine Interpretation anhand dieser Kennziffern, v.a. bei Einzelbetrachtung eines Indikators, ist schwierig und kann immer nur ein ungefähres Bild der tatsächlichen Gesamtsituation in einer Kommune widerspiegeln.

Abbildung: Umsatz-Kaufkraft-Relation in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb

6.3.2 Bewertung nach Standortlagen

Die Betrachtung der Angebotssituation anhand einschlägiger Kennziffern lässt zunächst nur Aussagen zur Gesamtausstattung und Leistungsfähigkeit einer Kommune als Einzelhandelsstandort zu. Es ist aber weiterhin zu berücksichtigen, wie sich die räumliche Verteilung des Angebotes innerhalb der Kommune darstellt. Denn: Eine hohe Verkaufsflächenausstattung und hohe Umsatz-Kaufkraft-Relation kann auch Entwicklungen in Umlandgemeinden sowie die Entwicklung der „eigenen“ Innenstadt schädigen, wenn der Einzelhandelsbestand v.a. in nicht integrierten **Standortlagen** verortet ist, da dann Kaufkraft aus den Ortszentren „gezogen“ wird, insbesondere, wenn es sich um zentrenrelevante Sortimente handelt.

Die Aufteilung der Einzelhandelssortimente in **zentren- und nichtzentrenrelevante Sortimente** / Güter gibt letztlich auch an, an welchen Standorten sie vorrangig angesiedelt werden sollen: Während zentrenrelevante Güter v.a. in den Innenstädten vorkommen sollten, ist hier für nicht zentrenrelevante Sortimente aufgrund des Flächenbedarfs häufig nicht ausreichend Potenzial vorhanden, so dass diese auch in Stadtrandlagen möglich sind.

Die Städte und Gemeinden der Region Neckar-Alb verfolgen heute sehr unterschiedliche Ansiedlungsstrategien. Während die einen in den nicht integrierten Lagen sehr restriktiv vorgehen, ist an anderen Standorten derzeit kaum eine räumliche Entwicklungsstrategie zu erkennen, was zu internen städtischen Konkurrenzsituationen zwischen dezentralen autokundenorientierten Fachmarktstandorten und Innenstadtlagen führen kann.

Um die aktuelle Situation herauszuarbeiten, sind weiterhin die **aktuelle Verkaufsflächenausstattung nach Lagen** ausgewiesen, die neben der grundsätzlichen Versorgung zusätzlich einen Aufschluss über die räumliche Verteilung geben können. Die Separierung erfolgt dabei nach **integriert und nicht integriert**. Hieraus lässt sich ablesen, ob die bisherige Einzelhandelssteuerung eine geordnete Einzelhandelsentwicklung verfolgt hat, oder ob dezentrale Standorte überwiegen und daher zumindest künftig noch restriktiver „draußen“ entwickelt werden sollte. Die Unterteilung wurde folgendermaßen vorgenommen:

- **Integrierte Lagen:** Umfassen zum einen die Innenstadtlagen aber auch jene Standorte, die sich innerhalb der Siedlungsfläche befinden, also letztlich Wohngebietslagen

- **Nicht integrierte Lagen:** Dezentrale Standorte, in Gewerbegebieten oder im nicht bebauten Bereich, die keine fußläufige Anbindung haben, sondern vorwiegend mit dem Auto aufgesucht werden.

Folgende Tabellen zeigen die Anteile der Verkaufsflächen in den Zentralen Orten detaillierter auf.

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb nach Lagen ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Oberzentrum Reutlingen		Oberzentrum Tübingen		Mittelzentrum Albstadt		Mittelzentrum Balingen		Mittelzentrum Hechingen		Mittelzentrum Metzingen	
	Anteil Ver- kaufs- fläche integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche nicht integriert	Anteil Ver- kaufsfläche integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche nicht integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche nicht integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche nicht integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche nicht integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche integriert	Anteil Ver- kaufs- fläche nicht integriert
Nahrungs- und Genussmittel	38%	62%	52%	48%	37%	63%	44%	56%	27%	73%	78%	22%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	84%	16%	60%	40%	76%	24%	81%	19%	55%	45%	100%	0%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	31%	69%	30%	70%	11%	89%	8%	92%	22%	78%	100%	0%
überwiegend kurz- fristiger Bedarf	44%	56%	53%	47%	39%	61%	45%	55%	29%	71%	81%	19%
Bücher, PBS, Spiel- waren	89%	11%	99%	1%	99%	1%	100%	0%	97%	3%	86%	14%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	87%	13%	82%	18%	61%	39%	87%	13%	75%	25%	95%	5%
überwiegend mittel- fristiger Bedarf	87%	13%	85%	15%	68%	32%	88%	12%	79%	21%	94%	6%
Elektrowaren	62%	38%	74%	26%	75%	25%	100%	0%	97%	3%	68%	32%
Hausrat, Einrich- tung, Möbel	7%	93%	72%	28%	36%	64%	3%	97%	29%	71%	81%	19%
Sonstiger Einzel- handel	15%	85%	13%	87%	27%	73%	7%	93%	14%	86%	11%	89%
überwiegend lang- fristiger Bedarf	12%	88%	37%	63%	37%	63%	7%	93%	24%	76%	40%	60%
Einzelhandel insgesamt	36%	64%	55%	45%	46%	54%	24%	76%	40%	60%	68%	32%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011. Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.												

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb nach Lagen ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):												
Hauptsortimente	Mittelzentrum Münsingen		Mittelzentrum Rotenburg am Neckar		Unterzentrum Bad Urach		Unterzentrum Burladingen		Unterzentrum Engstingen		Unterzentrum Haigerloch	
	Anteil Verkaufsfläche integriert	Anteil Verkaufsfläche nicht integriert	Anteil Verkaufsfläche integriert	Anteil Verkaufsfläche nicht integriert	Anteil Verkaufsfläche integriert	Anteil Verkaufsfläche nicht integriert	Anteil Verkaufsfläche integriert	Anteil Verkaufsfläche nicht integriert	Anteil Verkaufsfläche integriert	Anteil Verkaufsfläche nicht integriert	Anteil Verkaufsfläche integriert	Anteil Verkaufsfläche nicht integriert
Nahrungs- und Genussmittel	22%	78%	41%	59%	47%	53%	36%	64%	63%	37%	50%	50%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	22%	78%	65%	35%	66%	34%	100%	0%	100%	0%	100%	0%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	100%	0%	97%	3%	0%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	25%	75%	50%	50%	50%	50%	43%	57%	67%	33%	57%	43%
Bücher, PBS, Spielwaren	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	23%	77%	70%	30%	66%	34%	41%	59%	100%	0%	65%	35%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	28%	72%	73%	27%	71%	29%	45%	55%	100%	0%	71%	29%
Elektrowaren	100%	0%	31%	69%	100%	0%	72%	28%	0%	0%	16%	84%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	15%	85%	69%	31%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	100%
Sonstiger Einzelhandel	21%	79%	27%	73%	26%	74%	100%	0%	100%	0%	94%	6%
überwiegend langfristiger Bedarf	23%	77%	35%	65%	39%	61%	98%	2%	100%	0%	3%	97%
Einzelhandel insgesamt	25%	75%	51%	49%	51%	49%	57%	43%	70%	30%	11%	89%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011. Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.												

Aktuelle Bestandszahlen in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb nach Lagen ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):								
Hauptsortimente	Unterzentrum Meßstetten		Unterzentrum Mössingen		Unterzentrum Pfullingen		Unterzentrum Schömburg	
	Anteil Ver- kaufsfläche integriert	Anteil Ver- kaufsfläche nicht inte- griert	Anteil Ver- kaufsfläche integriert	Anteil Ver- kaufsfläche nicht inte- griert	Anteil Ver- kaufsfläche integriert	Anteil Ver- kaufsfläche nicht inte- griert	Anteil Ver- kaufsfläche integriert	Anteil Ver- kaufsfläche nicht inte- griert
Nahrungs- und Genussmittel	13%	87%	34%	66%	13%	87%	15%	85%
Gesundheit / Körperpflege gesamt	100%	0%	95%	5%	100%	0%	28%	72%
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	33%	67%	61%	39%	4%	96%	100%	0%
überwiegend kurz- fristiger Bedarf	22%	78%	43%	57%	13%	87%	21%	79%
Bücher, PBS, Spiel- waren	100%	0%	35%	65%	20%	80%	0%	0%
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	53%	47%	75%	25%	18%	82%	0%	0%
überwiegend mittel- fristiger Bedarf	66%	34%	66%	34%	19%	81%	0%	0%
Elektrowaren	100%	0%	100%	0%	24%	76%	100%	0%
Hausrat, Einrich- tung, Möbel	100%	0%	5%	95%	9%	91%	26%	74%
Sonstiger Einzel- handel	100%	0%	9%	91%	6%	94%	100%	0%
überwiegend lang- fristiger Bedarf	100%	0%	7%	93%	8%	92%	39%	61%
Einzelhandel insgesamt	41%	59%	24%	76%	12%	88%	26%	74%
Quelle: Berechnungen und Erhebungen imakomm AKADEMIE 2010 / 2011. Hervorgehobene Werte: Auffällige Werte / vom Durchschnitt auffallend abweichende Werte.								

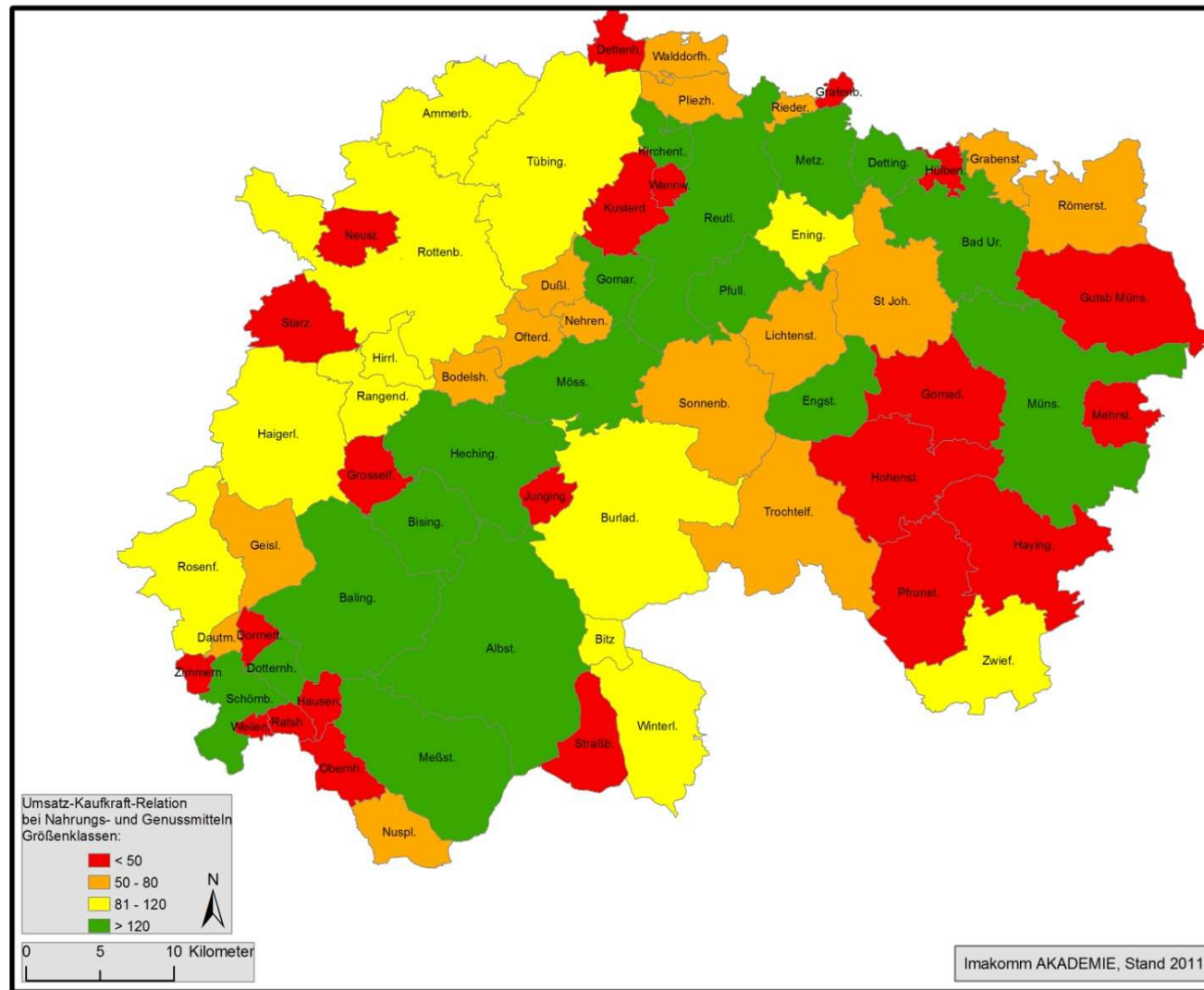
Fazit:

- Grundsätzlich sind v.a. die Angebote des **mittelfristigen Bedarfs**, also Bekleidung, aber auch Schreib- und Spielwaren, als klar zentrenrelevant einzustufen und somit eigentlich vorrangig für die integrierten Innenstadtlagen vorgesehen. Dies ist in einigen Zentralen Orten auch deutlich als räumlicher Schwerpunkt auszumachen. Dazu zählen v.a. Reutlingen, Tübingen, Balingen und Metzingen, die über 80% ihrer Verkaufsfläche im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport an integrierten Standorten anbieten. Im Gegenzug sind beispielsweise Münsingen, Burladingen oder auch Pfullingen zu nennen in denen über 50% an nicht integrierten Standorten zu finden und somit außerhalb der Innenstadt sind. Dies kann innerhalb der Stadt eine deutliche Konkurrenzsituation auslösen, da die Innenstadtlagen die gleichen Sortimente vorhalten, wie die Gewerbegebietsstandorte.
- Die **Nahversorgung** ist zwar letztlich auch als zentrenrelevantes Angebot zu benennen, allerdings ist aufgrund des Ziels einer fußläufigen Nahversorgung und auch aufgrund der Anfahrbarkeit sowie des heute teilweise benötigten Flächenbedarfs häufig auch eine Ansiedlung entsprechender Anbieter an nicht integrierten Standorten erfolgt. Es sollte dabei aber v.a. darauf geachtet werden, dass wohnortnahe Standorte eine klare Priorität genießen, was auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels immer wichtiger wird. Letztlich ist die Region Neckar-Alb gerade bei Lebensmitteln auch insgesamt schon gut aufgestellt, so dass eine übermäßige dezentrale Ansiedlung eine wohnortnahe Versorgung immer schwieriger macht. Auch hier ist bei der Betrachtung der Verkaufsflächen nach Lagen eine deutliche Differenz zwischen den Zentralen Orten auszumachen. Während beispielsweise Metzingen fast 80% seiner Angebote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel in der Innenstadt vorhält, können beispielsweise Münsingen und Hechingen aber auch mehrere Unterzentren nur weniger als 30% der Flächen auf integrierte Standorte vereinen.
- Zusammenfassend zeigt sich, dass sich in der räumlichen Verteilung deutliche Unterschiede ergeben, die natürlich auch bei der Ausstattungsbewertung berücksichtigt werden müssen. **Wichtig scheint aber allein schon angesichts des landesweit formulierten Ziels einer Stärkung der Innenentwicklung gerade bei Kommunen mit bisher schwachen integrierten Lagen eine Stärkung dieser respektive einer restriktiven Ansiedlungspolitik „draußen“. Für die regionale Einzelhandels-**

steuerung heißt das: Es muss Anreize für die Stärkung der Ortszentren respektive letztlich Sanktionen bei „ungezügelter Ansiedlung auf nicht integrierten Standorten“ geben.

6.3.3 Bewertung der Nahversorgungssituation

Die Nahversorgungssituation soll aufgrund ihrer hohen Bedeutung für die Wohnbevölkerung der jeweiligen Kommune gesondert betrachtet werden. Dies gilt insbesondere für Kleinzentren und nicht zentrale Orte, deren Entwicklung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich begrenzt ist. Die folgende Karte gibt für alle Kommunen in der Region einen Überblick zur Nahversorgungssituation anhand des Indikators Umsatz-Kaufkraft-Relation im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (= Lebensmittel):

Abbildung: Umsatz-Kaufkraft-Relation Bereich Nahrungs- und Genussmittel

Fazit:

- Auch hier zeigen sich **deutliche Differenzen in der aktuellen Ausstattung**: V.a. die **Landesentwicklungsachse** nach Süden und **regionale Siedlungs- und Nahverkehrsachse** (Metzingen – Dettingen – Bad Urach – Münsingen) nach Osten kann eine überdurchschnittliche Ausstattung bei Lebensmitteln verzeichnen, die planerisch festgelegte Achse wird im tatsächlichen Bestand also „nachgezeichnet“. **Dies gilt für die Landesentwicklungsachse nicht. Insbesondere die Kommunen in den ländlichen Teilräumen der Landkreise Reutlingen und auch im Zollernalbkreis können teilweise kaum noch die eigene Nahversorgung der Bevölkerung sichern.** Dieser Befund wiegt umso schwerer, handelt es sich dabei oftmals auch um jene Kommunen, die sich einer kritischen Einwohnerentwicklung (Rückgang von Einwohnerzahlen, „Überalterung“, vgl. Kapitel Rahmenbedingungen) gegenüber sehen. Schon an dieser Stelle sei daher angemerkt: In der Konzeption muss dieser Befund berücksichtigt werden, d.h. es müssen ggf. Ausnahmeregelungen speziell bei der Ansiedlung von Lebensmittelanbietern in diesen ländlichen Bereichen gefunden werden (allerdings auch nur für diesen Sortimentsbereich!).
- Es zeigt sich im Gegenzug auch, dass einige Kommunen (teilweise auch ohne zentralörtliche Funktion) quasi auch im Bereich Lebensmittel eine Versorgungsfunktion für ihr Umland übernehmen. Dies führt natürlich zu einem Ungleichgewicht in der Versorgungsstruktur, da hier Kaufkraft diesen Kommunen von außen zufließt, die letztlich nicht für den entsprechenden Standort „vorgesehen ist“. Bei gleichzeitiger dezentraler Lage großflächiger Anbieter können durch eine übermäßige Konkurrenzsituation Nahversorgungsstrukturen in den Nachbarkommunen deutlich beeinträchtigt werden.

6.4 Fazit Einzelhandelsausstattung

- Anhand der Basisdaten für alle Zentralen Orte (dargestellt wurden Bestandszahlen mit und ohne Fabrikverkäufe) können zentrale Einzelhandelskennziffern zur Bewertung der Angebotssituation im Bereich Einzelhandel in der Region Neckar-Alb berechnet werden. Wichtig: Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in einer Kommune darf nicht nur jeweils eine Kennziffer herangezogen werden. **Für eine richtige Interpretation der Situation bedarf es der Kombination von Kennziffern** zur quantitativen Ausstattung (beispielsweise Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner) und zur Leistungsstärke des gesamten Standortes (beispielsweise Umsatz pro m² Verkaufsfläche = Flächenproduktivität). Die Einzelhandelssituation einer Kommune darf gerade bei der regionalen Einzelhandelssteuerung aber nicht losgelöst von deren zentralörtlichen Versorgungsfunktion betrachtet werden. Als Indikator hierfür sollte die Marktaberschöpfung im Verflechtungsbereich herangezogen werden.¹⁴
- **Rein quantitative Verkaufsflächenausstattung der Kommunen:** Die Analysedaten zeigen teilweise große Unterschiede in der Verkaufsflächenausstattung der Kommunen. **Die unterschiedliche quantitative Ausstattung orientiert sich dabei kaum am Zentrale-Orte-System.**
- Weiterhin ergeben sich deutliche Unterschiede in der **räumlichen Einzelhandelsausstattung** der Kommunen. Hier zeigen sich Differenzen im kommunalen Vergleich: Während heute bereits eine restriktive Ansiedlungspolitik in einzelnen Kommunen verfolgt wird, ergeben sich teilweise deutliche Tendenzen zu dezentralen Standorten, auch bei den zentrenrelevanten Angeboten, die als innenstadtprägend einzustufen sind. Dies gilt es im Sinne einer regional abgestimmten Einzelhandelsentwicklung

¹⁴ Beispiel: Die Stadt Münsingen hat eine hohe quantitative Ausstattung mit Verkaufsfläche im Bereich Einzelhandel (vgl. Indikator Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner). Die Leistungsstärke des Einzelhandelsstandortes ist aber im regionalen Vergleich allenfalls durchschnittlich (vgl. Indikator Flächenproduktivität), im deutschlandweiten Vergleich aber überdurchschnittlich. Beide Indikatoren zusammen deuten auf einen hohen Anteil an Fachmärkten am Einzelhandelsbestand hin. Damit müsste eine Bewertung in Richtung „gut ausgestatteter, leistungsfähiger Einzelhandelsstandort“ erfolgen. Man könnte bei diesem Befund dazu neigen, weitere Ansiedlungsbemühungen eher kritisch zu sehen. Aber: Zusätzlich ist zu betrachten, inwieweit es Münsingen nun gelingt, gemäß der zentralörtlichen Funktion der Stadt (Mittelzentrum) eine Versorgungsfunktion für seinen Verflechtungsbereich zu übernehmen. Dabei zeigt sich, dass Münsingen einen unterdurchschnittlichen Wert bei der Marktaberschöpfung im Verflechtungsbereich aufweist, d.h. es gelingt dem Einzelhandelsstandort noch nicht in ausreichendem Maß, in allen Sortimentsbereichen seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion nachzukommen. Dies könnte durch gezielte (!) Ansiedlungen verbessert werden.

abzumildern, um sämtlichen Ortszentren tatsächlich eine Entwicklung zu ermöglichen.

- **Die Kaufkraftbewegungen** (gemessen anhand des Indikators Umsatz-Kaufkraft-Relation in % = Umsatz der Einzelhandelsbetriebe insgesamt / einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in der betrachteten Gemeinde; ein Wert über 100% gibt an, dass mehr Kaufkraft von außen in die Gemeinde zufließt als aus der Gemeinde abfließt) **zeichnen ebenfalls nur bedingt das Zentrale-Orte-System nach**. So weist beispielsweise die Stadt Tübingen für ein Oberzentrum eine auffallend geringe Umsatz-Kaufkraft-Relation auf. Betrachtet man die Umsatz-Kaufkraft-Relation speziell im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zeigt sich: Eine Ausstattung mit Angeboten im Bereich Lebensmittel ergibt sich v.a. in den zentral gelegenen Kommunen entlang der Hauptverkehrsachsen. Zudem wird offensichtlich: Die regionale Entwicklungsachse wird „nachgezeichnet“. Die Landesentwicklungsachse weist Kommunen mit nur unterdurchschnittlichen Umsatz-Kaufkraft-Relationen auf.
- Über die rein ökonomische Betrachtung anhand von Verkaufsflächenausstattung und Umsatz-Kaufkraft-Relation zeigt die Betrachtung der **Marktaberschöpfung** des jeweiligen Verflechtungsbereiches der Zentralen Orte, also die Analyse, wie stark ein Zentraler Ort seiner zentralörtlichen Versorgungsfunktion im Bereich Einzelhandel nachkommt, folgendes Bild: Einzelne Kommunen kommen ihrer Versorgungsfunktion (sehr) gut nach (beispielsweise die Städte Albstadt, Balingen, Reutlingen). Andere Kommunen hingegen weisen Defizite auf bzw. kommen ihrer Versorgungsfunktion nicht in allen Sortimentsbereichen gänzlich nach (beispielsweise die Städte Hechingen, Rottenburg, Tübingen). Diese „Defizite“ sind meist auf einzelne Sortimente wie Elektrowaren, Möbel usw. zurückzuführen.
- **Das Leitmotiv „innen vor außen“ bzw. „Schutz der Ortszentren“ wurde in der Vergangenheit bei der jeweiligen kommunalen Einzelhandelsentwicklung von vielen Städten bzw. Gemeinden in der Region Neckar-Alb zu wenig beachtet** (abzulesen am Indikator „Verkaufsfläche integriert / Verkaufsfläche nicht integriert“). Folgt man diesem Leitmotiv – welches klares Paradigma der Raumordnung auf Bundes- und Landesebene ist – so muss die regionale Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb dies künftig bei den regionalplanerischen Regelungen klar verankern.

7 Wettbewerbsanalyse

7.1 Relevante Einzelhandelsagglomerationen

Die Kommunen der Region Neckar-Alb befinden sich nicht nur untereinander im Wettbewerb, sondern auch im Wettbewerb mit dem weiteren Umland. V.a. in den Randbereichen der Region sind auch starke Verflechtungen mit umliegenden Kommunen oder auch den nächsten Oberzentren zu erkennen, die für die aktuelle Einzelhandelsausstattung und auch die künftige Einzelhandelsentwicklung Berücksichtigung finden müssen. Deshalb wurde eine Erhebung angrenzender, überregional bedeutsamer Einzelhandelsagglomerationen durchgeführt, um auch die Verflechtungen ins weitere Umland darstellen zu können:

Kommune	Ein- wohner Quelle: StaLa, Stand 2. Halbjahr 2010	Region	Auswahl Einzel- han- dels(Magnet)- Betriebe am Standort	Zentrale Orte in der Region Neckar-Alb, mit denen Kauf- kraftverflech- tungen beste- hen könnten	Einschätzung der aktuellen Verflechtun- gen aus Sicht der Region Neckar-Alb
Nürtingen	40.452	Stuttgart	Hagebaumarkt, Hauber Kaufhaus, Fabrikverkauf Tricosi, Hauber Fabrikverkauf	Metzingen, aber auch Tübingen, Reutlingen	Aktuell: Kaum Verflechtungen, eher unkritisch
Blaubeuren / Laichingen	11.813 10.898	Donau- Iller	-	Münsingen	Fast keine Ver- flechtungen (un- kritisch)
Ehingen (Donau)	25.714	Donau- Iller	Möbel Borst, Schleckerland	Münsingen	Verflechtungen vorhanden oder zunehmende Konkurrenz für die Region (eher kritisch)
Riedlingen	10.268	Donau- Iller	Silit Fabrikverkauf, Selg Baumarkt & Baustoffe	Zwiefalten	Aktuell: Kaum Verflechtungen, eher unkritisch
Sigmarin- gen	16.270	Boden- see- Ober- schwaben	Möbel SB, toom Baumarkt	Albstadt	Aktuell: Kaum Verflechtungen, eher unkritisch
Rottweil / Zimmern ob Rottweil	25.646 5.868	Schwarz- wald- Baar- Heuberg	Wohn Schick, Baywa, Hornbach, Bauhaus, Euronics,	Schömburg, (Balingen)	Verflechtungen vorhanden oder zunehmende Konkurrenz für die Region (eher kritisch)

Horb am Neckar	25.691	Nord-schwarz-wald	Baumarkt hela Profi Zentrum	Rottenburg am Neckar, Hechingen	Aktuell: Kaum Verflechtungen, eher unkritisch
Nagold	22.563	Nord-schwarz-wald	Media Markt, Bauhaus	Rottenburg am Neckar	Verflechtungen vorhanden oder zunehmende Konkurrenz für die Region (eher kritisch)
Herrenberg	31.306	Stuttgart	toom Baumarkt, BayWa	Tübingen, Rottenburg am Neckar	Kaum Verflechtungen, eher unkritisch
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2011.					

Für die einzelnen Kommunen lassen sich folgende Aussagen ableiten:

- **Nürtingen:** Die Stadt Nürtingen besitzt außerhalb der Innenstadt starken großflächigen Einzelhandelsbesatz, so z.B. Hagebaumarkt (ca. 14.000 m² Verkaufsfläche), Kaufland, Real, das Hauber Kaufhaus oder mehrere Fabrikverkäufe (Tricosi, Hauber Fabrikverkauf). In räumlicher Nähe sind jedoch die attraktiven Städte Metzingen oder Reutlingen, daher können Kaufkraftabflüsse aus der Region Neckar-Alb nach Nürtingen abseits von „Kopplungskäufen“ aufgrund von Pendlerverflechtungen nach Nürtingen weitestgehend ausgeschlossen werden.
- **Bereich Stuttgart / Böblingen / Sindelfingen:** Dieser Bereich bildet einen hoch attraktiven (gemessen am Einzelhandelsbesatz) Standortbereich und klare Konkurrenz zur Region Neckar-Alb, allein schon aufgrund der Pendlerverflechtungen und den Kopplungskäufen. Kaufkraftverluste aus der Region Neckar-Alb an diesen Standortbereich sind die logische Folge.
- **Neckartenzlingen:** Aufgrund zahlreicher Fachmärkte an klar nicht integriertem Standort in Neckartenzlingen (mehrere Betriebe des Bereiches Nahversorgung, aber auch aus den Bereichen Bekleidung / Schuhe) wurde eine attraktive Einzelhandelsagglomeration dort installiert, die zumindest auf kleinere Kommunen in der Region Neckar-Alb ausstrahlen und dort teilweise die Errichtung eigener großflächiger Grundversorgungsangebote erschweren dürfte.
- **Blaubeuren / Laichingen:** Das Doppelzentrum Blaubeuren / Laichingen bietet weitestgehend keinen Einzelhandelsbesatz, welcher Auswirkungen auf die Region Ne-

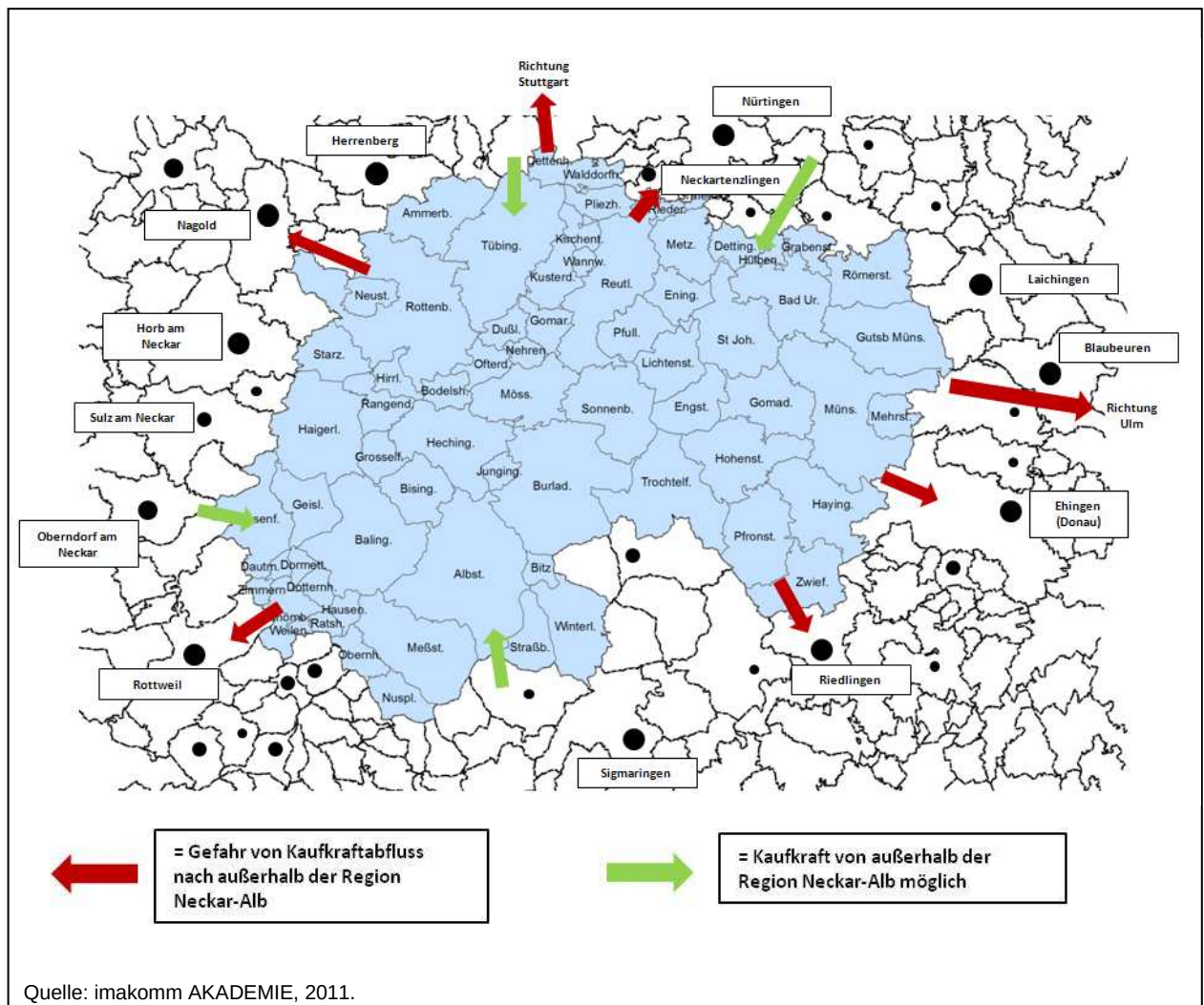
ckar-Alb hat. Die Stadt Münsingen übertrifft hier das Doppelzentrum an Attraktivität (gemessen an der Verkaufsflächenausstattung). Die räumliche Nähe zum Zentrum Ulm lässt das Doppelzentrum ebenfalls um Kunden kämpfen.

- **Ehingen (Donau):** Die Stadt Ehingen besitzt wesentliche Magneten im Bereich Einzelhandel, so beispielsweise im Bereich Möbel den Anbieter „Möbel Borst“ mit ca. 25.000 m² Verkaufsfläche, zudem den Anbieter „Schleckerland“ (nicht integrierte Lage). Ehingen weist insgesamt eine große Anzahl an großflächigem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt auf. Der Einzelhandelsbesatz Ehingens kann für Kunden aus der Region Neckar-Alb als attraktiv erscheinen. Mit Wirkungen aus dem Gebiet Neckar-Alb ist zu rechnen.
- **Riedlingen:** Die Stadt Riedlingen weist neben einem Fabrikverkauf von Silit (mit ca. 1.000 m² Verkaufsfläche) u.a. auch den Anbieter Marktkauf sowie einen Baumarkt auf. In unmittelbarer Nähe sind keine größeren Kommunen, welche als Konkurrenzstandorte gesehen werden könnten. Daher dürfte auch in diesem Bereich Kaufkraft aus der Region Neckar-Alb gezogen werden (Kaufkraftverflechtungen von Kommunen aus dem Landkreis Neckar-Alb hin zum Standort Riedlingen).
- **Sigmaringen:** Die Stadt Sigmaringen weist einen positiven Einzelhandelsbesatz auf, so zum Beispiel großflächige Betriebe wie Möbel SB oder toom Baumarkt. Aufgrund der besseren Einzelhandelsstrukturen in der nahegelegenen Stadt Albstadt kann aber davon ausgegangen werden, dass Sigmaringen aktuell kaum ein Wettbewerber für Kommunen in der Region Neckar-Alb darstellt.
- **Rottweil / Zimmern ob Rottweil:** Die Stadt Rottweil ist im Bereich des Einzelhandels sehr gut aufgestellt, so gelten zum Beispiel das Möbelgeschäft Wohn Schick mit über 35.000 m² Verkaufsfläche aber auch mehrere großflächige Bau- und Gartenmärkte (Hornbach, BayWa, Bauhaus) als starke Magneten. Auch in Kombination mit dem immer stärker werdenden Standort Zimmern ob Rottweil gewinnt dieser Standort weiter an Attraktivität. In der Region Neckar-Alb ist die Stadt Balingen in mittelbarer Nähe. Balingen ist ebenfalls ein sehr starker Einzelhandelsstandort. Aufgrund dessen dürfte der Kaufkraftverlust relativ gering ausfallen, bei nachlassenden Anstrengungen zur Attraktivierung des Einzelhandelsstandortes Balingen, insbesondere der Innenstadt, würde der Standort Rottweil aber mehr und mehr „spürbar“ werden.

- **Horb am Neckar:** Die Stadt Horb am Neckar besitzt einen durchschnittlichen Einzelhandelsbesatz (ca. 1.500 m² Verkaufsflächen pro 1.000 Einwohner), versorgt aber vornehmlich den eigenen Verflechtungsbereich und hat selbst mit Kaufkraftabflüssen (vgl. Bindungsquote Einzelhandel insgesamt von ca. 60%) zu kämpfen. Allerdings unternimmt die Stadt enorme Anstrengungen (Städtebau, Verkehr, Ansiedlungsmanagement) den Einzelhandelsstandort zu Recht aufzuwerten.
- **Nagold:** Die Stadt Nagold besitzt eine überaus attraktive Innenstadt und ist starker Einzelhandelsstandort, so ist dort zum Beispiel Media Markt, Bauhaus oder ein Marktkauf angesiedelt. In räumlicher Nähe zur Stadt Nagold ist in der Region Neckar-Alb die Stadt Rottenburg am Neckar als Konkurrenzstadt zu sehen. Rottenburgs Einzelhandelsbesatz besitzt jedoch geringere Attraktivität. Mit einem Kaufkraftverlust der Region Neckar-Alb ist teilweise zu rechnen, trifft aber nachweislich eher Kommunen der Region Stuttgart (v.a. Herrenberg: Verlust von Einzugsgebieten an Nagold in den vergangenen Jahren).
- **Herrenberg:** Die Stadt Herrenberg besitzt mit toom und BayWa attraktiven, großflächigen Einzelhandel im Bereich Baumärkte. Der Standort hat jedoch mit der räumlichen Nähe zu Mittel- und Oberzentren wie Sindelfingen, Böblingen und Stuttgart nachweislich zu kämpfen. Kaufkraftzuflüsse aus dem Bereich Tübingen bestehen praktisch nicht, aus anderen Bereichen der Region Neckar-Alb fließt praktisch keine Kaufkraft nach Herrenberg.

Die folgende Abbildung zeigt einen qualitativen Überblick (quantitative Aussagen sind kaum möglich) über die Kaufkraftverflechtungen in die Region Neckar-Alb hinein bzw. aus dieser heraus. Dargestellt sind Verflechtungen in einem Radius von bis zu 25 km.

Wettbewerbsanalyse Neckar-Alb



7.2 Fazit: Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im reZuMK

- Aufgrund von attraktiven Einzelhandelsangeboten angrenzend an die Region Neckar-Alb und aufgrund von Pendlerverflechtungen ergeben sich Kaufkraftabflüsse aus der Region Neckar-Alb. Gleichzeitig gelingt es einzelnen Kommunen der Region Neckar-Alb aber auch, Kaufkraft aus anderen Regionen anzuziehen.
- Die Wettbewerbsanalyse kann **lediglich Hinweise auf Kaufkraftbewegungen** geben. Eine direkte Konsequenz für Regelungen innerhalb des reZuMK bzw. des Regionalplans ist nicht möglich. Gleichwohl kann an dieser Stelle die **Notwendigkeit einer interregionalen Abstimmung bei der Steuerung großflächiger Einzelhandelsbetriebe** aufgezeigt werden. Pointiert formuliert: Der Regionalverband sollte nicht nur trotz, sondern gerade wegen der künftigen, stringenten Einzelhandelssteuerung innerhalb der Region Neckar-Alb auf eine stärkere Abstimmung zwischen den angrenzenden Region drängen, um die Bemühungen der Region Neckar-Alb durch schädliche Ansiedlungen an Standorten nahe der Region Neckar-Alb nicht zu konterkarieren.
- **Für die Kommunen der Region Neckar-Alb gibt die Wettbewerbsanalyse wichtige Hinweise für strategische Überlegungen für die jeweilige kommunale Einzelhandelssteuerung:** (1) Bei einzelnen Kommunen außerhalb der Region Neckar-Alb konnten im Rahmen der Wettbewerbsanalyse wichtige strategische Entwicklungen aufgezeigt werden, die für die Region Neckar-Alb wiederum relevant sind und von den Kommunen dort berücksichtigt werden können. (2) Sollten Kommunen – um einzelhandelsrelevante Kaufkraft von außerhalb der Region Neckar-Alb abzuführen – Überlegungen hinsichtlich gezielter Einzelhandelsansiedlungen anstrengen, ist zu berücksichtigen, dass hierbei quasi zwangsweise über den jeweiligen eigenen Verflechtungsbereich hinaus Kaufkraft abgezogen wird, das Kongruenzgebot droht dabei verletzt zu werden. Strategische Überlegungen zur Stärkung eines kommunalen Einzelhandelsstandortes sollten vor diesem Hintergrund also immer auch (so widersprüchlich dies klingen mag) mit Überlegungen zur Schaffung attraktiver gastronomischer Angebote, touristischer Angebote usw. einhergehen.

Teil D: Prognose



8 Grundlagen der Prognose von Flächenpotenzialen

8.1 Anwendung der Prognosen: Sinn und Grenzen der Ansiedlungspotenziale

Sinn der Ausweisung von Ansiedlungspotenzialen:

Bei der künftigen Einzelhandelssteuerung geht es in erster Linie um die Bewertung großflächiger Ansiedlungsvorhaben aus dem Bereich Einzelhandel. Im Rahmen eines formalen Genehmigungsverfahrens, beispielsweise im Rahmen eines Aufstellungs- bzw. Änderungsverfahrens für den entsprechenden Bebauungsplan – werden die einschlägigen raumordnerischen bzw. städtebaulichen Prüfkriterien gemäß Einzelhandelserlass und gemäß § 11 (3) BauNVO abgeprüft. Sie sind Voraussetzung für die Genehmigungsfähigkeit des Vorhabens.

Gleichwohl muss es Ziel einer regionalen Einzelhandelssteuerung sein, die Chance der Genehmigungsfähigkeit eines entsprechenden Vorhabens vor der formalen Prüfung in Abstimmung mit der Standortgemeinde zu bewerten. Hierfür stellen die Ansiedlungspotenziale einen **Orientierungswert** dar. Um es nochmals zu betonen: **Ein Überschreiten der Ansiedlungspotenziale durch ein Vorhaben führt nicht zur Unzulässigkeit dieses Vorhabens. In jedem Falle bedarf es der Einzelfallprüfung anhand der raumordnerischen Prüfkriterien (v.a. Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot). Die Ansiedlungspotenziale zeigen lediglich sowohl der Standortgemeinde als auch den Raumordnungsbehörden auf, ob ein Vorhaben – bei klarem Unterschreiten der Ansiedlungspotenziale – das Einhalten der Prüfkriterien erwarten lässt, oder aber ob – bei deutlichem Überschreiten des Ansiedlungspotenzials – ein Nicht-Einhalten der Prüfkriterien zu befürchten ist.**

Zudem finden diese Ansiedlungspotenziale Eingang in zu erarbeitende Prüfkriterien beispielsweise bei der interkommunalen Abstimmung bezüglich großflächiger Einzelhandelsvorhaben. Auch hier gilt aber: Sie stellen Orientierungswerte dar.

Grenzen der Ansiedlungspotenziale:

Die Ansiedlungspotenziale beruhen auf dem Bestand des großflächigen Einzelhandelsangebotes sowie aller Einzelhandelsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich jeder Kommune im Zeitraum Herbst 2010. Um aussagekräftig zu bleiben, müssen Bestandsänderungen (beispielsweise Wegfall großflächiger Anbieter, Neuansiedlung oder Verkaufsflächenerweiterungen von Anbietern) künftig konsequent erfasst und fortgeschrieben werden. Zudem gilt zu berücksichtigen: Die Ansiedlungspotenziale stellen nur ungefähre Zahlen dar und beruhen auf Annahmen hinsichtlich Kaufkraftentwicklung und Flächenproduktivitäten, die im Folgenden dargestellt sind. Diese Annahmen sind aber bei der Interpretation der Potenziale ebenfalls zu berücksichtigen.

Im Folgenden dargestellt sind die zugrunde gelegten Szenarien und den Annahmen „dahinter“, die zu den errechneten Ansiedlungspotenzialen geführt haben.

8.2 Methodische Grundlagen

8.2.1 Annahmen

Betrachtungszeitraum:

Als Betrachtungszeitraum wurde das Jahr 2015 gewählt. Zeitlich weiter reichende Betrachtungen wären mit nicht unerheblichen Unsicherheiten bei den einzelnen Annahmen behaftet.

Einflussfaktoren:

Die Prognose der künftigen Einzelhandelsentwicklung eines Standortes ist schwierig, da die Entwicklung zahlreicher Einflussfaktoren berücksichtigt und deren künftiges, sehr komplexes Zusammenspiel abgeschätzt werden muss. Dies gilt umso mehr, als hier die Entwicklung einer gesamten Region berücksichtigt werden muss. Um die künftige Nachfragesituation wie

auch die künftige Angebotssituation abschätzen zu können, sind grundsätzlich v.a. folgende Einflussfaktoren zu berücksichtigen:

- Entwicklung der Einwohnerzahlen im Prognosezeitraum,
- Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben pro Kopf.

Annahmen zur Entwicklung der Einwohnerzahlen:

Die Prognose der Einwohnerzahlen basiert auf den Prognosen des Statistischen Landesamtes und berücksichtigt neben der natürlichen Bevölkerungsentwicklung auch die Zu- und Fortzüge in einer Kommune (Wanderungssaldo).

Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft:

Für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben pro Kopf bzw. der zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner gilt:

- Zunahme der einzelhandelsrelevanten Ausgaben pro Kopf um ca. 0,25 % pro Jahr.
- Wir gehen davon aus, dass im Betrachtungszeitraum keine wesentliche Änderung des Spar- und Ausgabeverhaltens der Verbraucher eintritt.

Im Folgenden sind die Kaufkraftprognosen für die Zentralen Orte nochmals quantitativ aufgelistet.

Die Kaufkraftprognose für 2015 zeigt, dass sich in der gesamten Region keine Entwicklungen ergeben werden, die eine weitere übermäßige Zunahme der Kaufkraft erwarten lassen. Insgesamt wird die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Region bis 2015 sogar leicht um ca. 0,4 % zurückgehen, was v.a. mit der tendenziell negativen Einwohnerentwicklung zusammenhängt. Auch bei der Einzelbetrachtung der Kommunen zeigt sich nur noch in wenigen Bereichen eine positive Entwicklung für die nächsten Jahre. Die Zahlen variieren zwischen Albstadt mit der negativsten Entwicklung (-2,6%) und Dusslingen, die eine Zunahme von +6,2% zu erwarten haben.

Grundsätzlich ist hieraus aber abzuleiten, dass die für den Einzelhandel zu Verfügung stehende Kaufkraft grundsätzlich stagniert, so dass bei Neuansiedlungen letztlich keine neue Kaufkraft mehr gebunden werden kann, sondern eine immer deutlichere Verschärfung des Wettbewerbs zu erwarten ist. Diese Entwicklung lässt die Bedeutung einer maßvollen und v.a. sinnvollen Einzelhandelssteuerung immer wichtiger erscheinen.

Kaufkraftprognose 2015 für die Region Neckar-Alb und den Landkreisen in Mio. Euro
 (ohne Fabrikverkäufe, ungefähre Angaben, etwaige Abweichungen durch Rundungen):

Hauptsortimente	Reutlingen	Tübingen	LK Reutlingen	Landkreis Tübingen	Zollernalb-kreis	Gesamtregion Neckar-Alb
Nahrungs- und Genussmittel	236,9	171,7	597,3	451,6	389,3	1.438,2
Gesundheit / Körperpflege gesamt	45,3	32,8	114,1	86,3	74,4	274,7
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	15,8	11,4	39,8	30,1	25,9	95,7
überwiegend kurzfristiger Bedarf	297,9	215,9	751,2	567,9	489,5	1.808,4
Bücher, PBS, Spielwaren	37,5	27,2	94,6	71,5	61,7	227,8
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	71,3	51,7	179,8	136,0	117,2	432,9
überwiegend mittelfristiger Bedarf	108,9	78,9	274,5	207,5	178,9	660,8
Elektrowaren	54,0	39,2	136,2	103,0	88,8	327,9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	56,4	40,9	142,3	107,6	92,7	342,5
Sonstiger Einzelhandel	74,6	54,1	188,1	142,2	122,6	452,9
überwiegend langfristiger Bedarf	185,1	134,1	466,6	352,8	304,1	1.123,3
Einzelhandel insgesamt	591,8	428,9	1.492,3	1.128,2	972,5	3.592,5

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis von GfK Geomarketing: Kaufkraft für den Einzelhandel 2010 (einzelhandelsrelevante Kaufkraft).

8.2.2 Orientierungswerte bei den Zentralitäten

Grundsätzlich:

Kern der Szenarien sind Überlegungen dazu, wie hoch das Verhältnis von Kaufkraftzufluss und -abfluss in einer Kommune ist. Zentraler Indikator ist also die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (= Zentralität). Für die Berechnung von Orientierungswerten der Ansiedlungspotenziale der Kommunen in der Region Neckar-Alb werden verschiedene mögliche Zentralitäten („von...bis“) herangezogen. Diese sind für die unterschiedlichen zentralörtlichen Stufen unterschiedlich hoch, d.h. es werden für die Oberzentren einheitliche Zentralitäten angenommen wie auch einheitliche Zentralitäten für die Mittelzentren und wiederum für die Unterebenen – unabhängig von der heutigen Umsatz-Kaufkraft-Relation in der jeweiligen Kommune. Durch einen Vergleich dieser möglichen Zentralitäten der zentralörtlichen Stufe mit der jeweiligen aktuellen Zentralität einer Kommune ergeben sich ggf. Potenziale zur Erhöhung der Zentralität, die wiederum in Verkaufsflächen (= Ansiedlungs- bzw. Flächenpotenziale) umgerechnet werden kann.

Die **möglichen Zentralitäten** können nicht von anderen Regionen übernommen werden – eine Übertragung wäre aufgrund der unterschiedlichen regionalen Strukturen inhaltlich nicht sinnvoll. Es existieren aber praktisch auch keine Benchmarks. Daher werden die möglichen Zentralitäten für die einzelnen zentralörtlichen Stufen **aus der bisherigen Ist-Situation der Umsatz-Kaufkraft-Relation abgeleitet**.

Die möglichen Zentralitäten sollen eine **Orientierung** bilden, um v.a. den heute unterausgestatteten Kommunen aufzuzeigen, welche Entwicklung für eine durchschnittliche Versorgung der eigenen Bevölkerung und der des Verflechtungsbereiches ungefähr noch notwendig ist. Kommunen mit einer bereits heute überdurchschnittlichen Ausstattung haben demnach eher keine Ansiedlungspotenziale mehr. Dies bedeutet nicht: (1) Stagnation bei den Ansiedlungen, denn jeder Einzelfall ist im Rahmen des Genehmigungsverfahrens zu betrachten und kann – trotz rechnerisch fehlender Ansiedlungspotenziale – aufgrund von Umsatzumverteilungen gegenüber nicht integrierten Anbietern dennoch möglich sein. (2) Reduzierung der Verkaufsfläche: Dies soll nicht möglich sein und ist es auch rechtlich nicht.

Ableitung Orientierungswerte:

Bei der Betrachtung der heutigen Ausstattung (**Ist-Werte der Umsatz-Kaufkraft-Relation**) ergeben sich folgende Mittelwerte nach zentralörtlicher Funktion:

Mittelwerte der heutigen Umsatz-Kaufkraft-Relation in den Zentralen Orten der Region Neckar-Alb ohne Fabrikverkäufe (ungefähre Werte)				
Güter nach Fristigkeit	Oberzentren	Mittelzentren	Unterzentren mit Entlastungsfunktion Mittelzentren	Unterzentren
kurzfristiger Bedarf	117%	148%	156%	113%
mittelfristiger Bedarf	153%	141%	81%	32%
langfristiger Bedarf	130%	109%	128%	60%
Einzelhandel insgesamt	128%	134%	134%	82%
Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.				

Aus diesen Werten wird ersichtlich, **dass die Mittelzentren – gemessen an der Umsatz-Kaufkraft-Relation – teilweise eine höhere Bedeutung einnehmen als die Oberzentren.** Betrachtet man sich die Bandbreite der aktuellen Ausstattungskennziffern, so zeigt sich, dass sich zwischen den Mittelzentren deutliche Differenzen ergeben. Während Rottenburg insgesamt nur eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 69 erreichen kann, verzeichnet Balingen bereits heute einen Wert von 175. Auch wenn man diese Werte aufgrund einzelner Anbieter, die ein deutlich größeres Einzugsgebiet erschließen können wieder etwas relativieren muss, so zeigt sich doch, dass es klare Ungleichheiten gibt. Gleiches gilt auch für die Oberzentren Reutlingen und Tübingen. Tübingen erreicht eine Zentralitätskennziffer, die nur einen geringen Bedeutungsüberschuss erkennen lässt (ca. 105) während Reutlingen sogar gesamt einen Wert von 150 erreicht, der in einzelnen Branchengruppen bis auf 250-300 ansteigt (Möbel, Bekleidung / Schuhe / Sport).

Folgende Werte lassen sich auf Basis dieser Ist-Werte als realistische zu erreichende, **mögliche Orientierungswerte** annehmen. Dabei wird eine Spannweite von Orientierungswerten gegeben, um auch Kommunen mit einer unterschiedlichen Stärke einen Entwicklungskorridor aufzuzeigen.

Orientierungswerte zur Erreichung von durchschnittlichen Zentralitätskennziffern				
Güter nach Fristigkeit	Oberzentren	Mittelzentren	Unterzentren mit Entlastungsfunktion Mittelzentren	Unterzentren
kurzfristiger Bedarf	100-125	90-110	90-110	80-100
mittelfristiger Bedarf	150-175	100-120	60-80	40-60
langfristiger Bedarf	125-150	70-90	50-70	30-50
Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.				

Grundsätzlich ergibt sich für diese Orientierungswerte noch eine deutliche Unterscheidung nach Fristigkeit der Sortimente. Während alle Kommunen ihre Nahversorgung selbst sichern sollen, sind Mittel- und v.a. Oberzentren auch für die Umlandversorgung im mittel- und langfristigen Bereich zuständig, wobei aber auch nochmals eine deutliche Unterscheidung getroffen werden muss, da die Oberzentren vorrangig für Einzelhandel vorgesehen sind, der auch Kunden aus der gesamten Region an sich bindet.

Letztlich können allein über diese Orientierungswerte die aktuellen Ansiedlungspotenziale anhand durchschnittlicher Flächenproduktivitäten errechnet werden, die eine erste Entwicklungsmöglichkeit und einen Entwicklungsbedarf aufzeigen können, v.a. um hieraus überdurchschnittlich starke und deutlich schwache Regionen besser erkennen zu können. Auch anhand der Entwicklung der Bevölkerung sowie der Kaufkraft, die in den nächsten Jahren stagnieren wird, ist abzuleiten, dass eine immer weitere Ansiedlung im Einzelhandelssektor ohne eine deutliche Zunahme der Wettbewerbssituation nicht erfolgen kann. Daher ist eine Orientierung an den Werten für eine gleichmäßige, den zentralörtlichen Funktionen entsprechende Ansiedlungspolitik durchaus sinnvoll.

8.2.3 Methodik der Berechnung von Flächen- bzw. Ansiedlungspotenzialen als Orientierungswerte

Methodik der Berechnung:

1. Aufstellen von Szenarien, d.h. von „von...bis“-Werten bei den Orientierungswerten der Zentralitäten:
 - (1) „Vorsichtiges“ Szenario: Dieses Szenario berücksichtigt einen tendenziell niedrigen Wert der Umsatz-Kaufkraft-Relation in allen zentralörtlichen Stufen, der auf der jeweiligen Stufe aber dennoch eine ausreichende Versorgung des Verflechtungsbereiches gewährleistet. Dieses Szenario wird sowohl für das Jahr 2011 als auch für das Jahr 2015 angewandt. Es liefert die „von...-Werte“ = unterer Bereich des Entwicklungskorridors.
 - (2) Optimistisches Szenario: Auch dieses Szenario wird für die aktuellen und die künftigen Ansiedlungspotenziale angewandt. Es liefert die „...bis-Werte“ = oberer Bereich des Entwicklungskorridors.
2. Gegenüberstellung der Orientierungswerte (nach den Szenarien) und dem aktuellen Ist-Wert der Umsatz-Kaufkraft-Relation in einer Kommune sowie deren voraussichtlichen Umsatz-Kaufkraft-Relation 2015 (auf Basis des Einzelhandelsumsatzes 2010: Kaufkraft 2015 gemäß Prognose dividiert durch Umsatz 2010 gemäß Bestandserhebung).
3. Umrechnen der Differenzen bei der Umsatz-Kaufkraft-Relation in „noch freie einzelhandelsrelevante Kaufkraft“.
4. Umrechnen der „noch freien einzelhandelsrelevanten Kaufkraft“ in Flächenpotenziale anhand der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten.

Zugrundliegende Flächenleistungen:

Für die Abschätzung des künftigen, zusätzlichen Bedarfs an Einzelhandelsflächen müssen durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivitäten¹⁵ zugrunde gelegt werden, die für die einzelnen Sortimente wie folgt angesetzt werden:

Durchschnittliche Flächenproduktivitäten nach Branchen / Hauptsortimenten	
Sortiment	Durchschnittliche Flächenproduktivität in Euro pro m² Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	4.000
Gesundheit / Körperpflege gesamt	4.000
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1.500
Bücher, PBS, Spielwaren	3.000
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	3.000
Elektrowaren	5.000
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2.000
Sonstiger Einzelhandel	2.000
Quelle: imakomm AKADEMIE 2011 auf Basis von Flächenproduktivitäten v.a. gemäß EHI, IfH und handelsjournal.	

¹⁵ Quellen: Branchenübliche Werte u.a. laut EHI: Handel aktuell, Ausgabe 2009/2010, factbook 2011, Institut für Handelsforschung.

9 Orientierungswerte der Flächenpotenziale

9.1 Orientierungswerte der Flächenpotenziale aktuell und 2015 in den Zentralen Orten

Die Ansiedlungspotenziale stellen eine wichtige Orientierungsgrundlage dar, die sich v.a. aus den zuvor beschriebenen Orientierungswerten der Umsatz-Kaufkraft-Relation im Jahr 2010 sowie im Jahr 2015 ergibt. Die Ansiedlungspotenziale ergeben sich letztlich aus der heutigen Kaufkraft und deren bisherigen Inwertsetzung (s. Umsatz-Kaufkraft-Relation) sowie aus der Entwicklung der Kaufkraft. Letztere hängt in erster Linie von der zu erwartenden Entwicklung der Zahl der Einwohner in einer Kommune ab. Bei diesen Werten kann es sich selbstverständlich nur um **grobe Orientierungswerte** handeln, für die gilt: Ein Überschreiten der Ansiedlungspotenziale durch ein Vorhaben führt nicht zur Unzulässigkeit dieses Vorhabens. In jedem Falle bedarf es der Einzelfallprüfung anhand der raumordnerischen Prüfkriterien (v.a. Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot). Die Ansiedlungspotenziale zeigen aber sowohl der Standortgemeinde als auch den Raumordnungsbehörden auf, ob ein Vorhaben – bei klarem Unterschreiten der Ansiedlungspotenziale – das Einhalten der Prüfkriterien erwarten lässt, oder aber ob – bei deutlichem Überschreiten des Ansiedlungspotenzials – ein Nicht-Einhalten der Prüfkriterien zu befürchten ist. Anhand der Orientierungswerte bei den Ansiedlungspotenzialen wird somit versucht, das Zentrale-Orte-System zu schützen und gleichzeitig dem Befund stagnierender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft gerecht zu werden.

Die Flächenpotenziale ergeben sich

- aus einer etwaigen Erhöhung der Umsatz-Kaufkraft-Relation (= Zentralität), wenn die aktuelle Zentralität unter den Orientierungswerten der Zentralität liegen, und/oder
- aus einer etwaigen Erhöhung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft aufgrund einer Zunahme der Einwohnerzahl in der Kommune bis ins Jahr 2015.

Im Folgenden werden sowohl die aktuellen Flächenpotenziale ermittelt als auch die Potenziale für 2015.

Oberzentren:

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Reutlingen in m² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	3.800	6.400	3.800	6.400
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.800	6.400	3.800	6.400
Bücher, PBS, Spielwaren	8.300	11.400	8.200	11.300
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	8.300	11.400	8.200	11.300
Elektrowaren	1.700	4.400	1.600	4.300
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Sonstiger Einzelhandel	---	5.500	---	5.300
überwiegend langfristiger Bedarf	1.700	9.900	1.600	9.600
Einzelhandel insgesamt	13.800	27.700	13.600	27.300
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Tübingen				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	9.700	---	7.700
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	5.000	6.900	4.700	6.600
überwiegend kurzfristiger Bedarf	5.000	16.600	4.700	14.300
Bücher, PBS, Spielwaren	5.700	8.100	5.200	7.500
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	3.400	7.900	2.500	6.800
überwiegend mittelfristiger Bedarf	9.100	16.000	7.700	14.300
Elektrowaren	3.600	5.700	3.300	5.200
Hausrat, Einrichtung, Möbel	13.700	19.000	12.700	17.800
Sonstiger Einzelhandel	2.900	9.900	1.600	8.300
überwiegend langfristiger Bedarf	20.200	34.500	17.500	31.300
Einzelhandel insgesamt	34.300	67.100	29.900	59.900
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Mittelzentren:

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Albstadt in m² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	---	---	---	---
überwiegend kurzfristiger Bedarf	---	---	---	---
Bücher, PBS, Spielwaren	500	1.500	300	1.300
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	---	---	---	2.000*
überwiegend mittelfristiger Bedarf	500	1.500	300	3.300
Elektrowaren	---	---	---	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Sonstiger Einzelhandel	---	---	---	---
überwiegend langfristiger Bedarf	---	---	---	---
Einzelhandel insgesamt	500	1.500	300	3.300

Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011.

--- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.

* Grundsätzlich verfügt die Stadt Albstadt rechnerisch über keine ausgeprägten Ansiedlungspotenziale im Sortiment Bekleidung, Schuhe, Sport mehr. In Albstadt liegt aber aufgrund der Entwicklung von zwei separaten Zentren eine besondere Situation vor, da v.a. auch das Zentrum von Tailfingen heute in weiten Bereichen eine sinkende Qualität aufweist und Angebote gerade in den innenstadtprägenden Sortimenten – eben Bekleidung, Schuhe – unterdurchschnittlich vorhanden ist. Aufgrund dieser Sondersituation wird für die Stadt Albstadt mit einer Entwicklung an den richtigen Standorten ein Ansiedlungspotenzial in diesen innenstadtprägenden Sortimentsbereichen für sinnvoll erachtet. Diese liegen mit einer Verkaufsfläche von zusätzlichen ca. 2.000 m² in einem Bereich, der die Ansiedlung eines zusätzlichen Magnetbetriebes ermöglichen würde, ohne eine deutliche Ausweitung einer innerörtlichen Konkurrenz mit sich zu bringen.

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Balingen in m² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	---	600	---	700
überwiegend kurzfristiger Bedarf	---	600	---	700
Bücher, PBS, Spielwaren	2.100	2.900	2.200	3.000
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.100	2.900	2.200	3.000
Elektrowaren	---	300	---	300
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Sonstiger Einzelhandel	---	---	---	---
überwiegend langfristiger Bedarf	---	300	---	300
Einzelhandel insgesamt	2.100	3.800	2.200	4.000
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Hechingen in m² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	900	1.200	900	1.200
überwiegend kurzfristiger Bedarf	900	1.200	900	1.200
Bücher, PBS, Spielwaren	400	800	300	700
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	400	800	300	700
Elektrowaren	400	800	400	700
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2.800	3.700	2.700	3.600
Sonstiger Einzelhandel	---	---	---	---
überwiegend langfristiger Bedarf	3.200	4.500	3.100	4.300
Einzelhandel insgesamt	4.500	6.500	4.300	6.200
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Metzingen in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1.200	1.600	1.200	1.600
überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.200	1.600	1.200	1.600
Bücher, PBS, Spielwaren	100	600	100	600
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	100	600	100	600
Elektrowaren	1.000	1.500	1.000	1.500
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Sonstiger Einzelhandel	---	---	---	---
überwiegend langfristiger Bedarf	1.000	1.500	1.000	1.500
Einzelhandel insgesamt	3.300	3.700	2.300	3.700
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Münsingen in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	200	500	200	700
überwiegend kurzfristiger Bedarf	200	500	200	700
Bücher, PBS, Spielwaren	1.000	1.300	1.000	1.800
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.000	1.300	1.000	1.800
Elektrowaren	700	900	700	1.400
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1.200	1.900	1.200	2.700
Sonstiger Einzelhandel	---	200	---	400
überwiegend langfristiger Bedarf	1.900	3.000	1.900	4.500
Einzelhandel insgesamt	3.100	3.800	3.100	7.000
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Rottenburg am Neckar in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	500	4.800	600	5.000
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	400	---	400
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1.700	2.500	1.700	2.500
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.200	7.700	2.300	7.900
Bücher, PBS, Spielwaren	3.400	4.300	3.500	4.400
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	1.000	2.700	1.000	2.800
überwiegend mittelfristiger Bedarf	4.400	7.000	4.500	7.200
Elektrowaren	2.200	3.000	2.200	3.000
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5.100	7.200	5.200	7.200
Sonstiger Einzelhandel	---	2.300	---	2.400
überwiegend langfristiger Bedarf	7.300	12.500	7.400	12.600
Einzelhandel insgesamt	13.900	27.200	14.200	27.700
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Unterzentren:

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Bad Urach in m² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	900	1.200	900	1.200
überwiegend kurzfristiger Bedarf	900	1.200	900	1.200
Bücher, PBS, Spielwaren	100	400	100	400
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	100	400	100	400
Elektrowaren	200	500	200	500
Hausrat, Einrichtung, Möbel	200	900	200	900
Sonstiger Einzelhandel	---	---	---	---
überwiegend langfristiger Bedarf	400	1.400	400	1.400
Einzelhandel insgesamt	1.400	3.000	1.400	3.000
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Burladingen in m² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	600	800	600	800
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	400	700	400	600
überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.000	1.500	1.000	1.200
Bücher, PBS, Spielwaren	300	600	300	600
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	300	600	300	600
Elektrowaren	200	400	100	400
Hausrat, Einrichtung, Möbel	500	1100	500	1100
Sonstiger Einzelhandel	---	100	---	100
überwiegend langfristiger Bedarf	700	1.600	600	1.600
Einzelhandel insgesamt	2.000	3.700	1.900	3.400
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Engstingen in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	100	200	100	200
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	100	200	100	200
überwiegend kurzfristiger Bedarf	200	400	200	400
Bücher, PBS, Spielwaren	100	200	100	200
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	300	500	300	600
überwiegend mittelfristiger Bedarf	400	700	400	800
Elektrowaren	100	200	200	300
Hausrat, Einrichtung, Möbel	400	600	400	700
Sonstiger Einzelhandel	---	300	---	300
überwiegend langfristiger Bedarf	500	1.200	600	1.300
Einzelhandel insgesamt	1.100	2.300	1.200	2.500
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Haigerloch in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächenpotenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	500	---	400
Gesundheit / Körperpflege gesamt	200	400	200	400
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	700	900	700	800
überwiegend kurzfristiger Bedarf	900	1.800	900	1.600
Bücher, PBS, Spielwaren	300	600	300	500
Bekleidung, Schuhe, Sportartikel	400	900	400	900
überwiegend mittelfristiger Bedarf	700	1.500	700	1.400
Elektrowaren	200	400	200	400
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Sonstiger Einzelhandel	---	50	---	---
überwiegend langfristiger Bedarf	200	450	200	400
Einzelhandel insgesamt	1.800	3.750	1.800	3.400
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Meßstetten in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	300	500	300	500
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	---	200	50	200
überwiegend kurzfristiger Bedarf	300	700	350	700
Bücher, PBS, Spielwaren	---	200	50	200
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	400	800	400	800
überwiegend mittelfristiger Bedarf	400	1.000	450	1.000
Elektrowaren	200	400	100	400
Hausrat, Einrichtung, Möbel	100	600	50	600
Sonstiger Einzelhandel	400	1100	100	1100
überwiegend langfristiger Bedarf	700	2.100	250	2.100
Einzelhandel insgesamt	1.400	3.800	1.050	3.800
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Mössingen in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	100	---	100
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	800	1.200	900	1.200
überwiegend kurzfristiger Bedarf	800	1.300	900	1.300
Bücher, PBS, Spielwaren	300	800	400	800
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	300	800	400	800
Elektrowaren	700	1.100	700	1.100
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Sonstiger Einzelhandel	---	---	---	---
überwiegend langfristiger Bedarf	700	1.100	700	1.100
Einzelhandel insgesamt	1.800	3.200	2.000	3.200
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Pfullingen in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	400	800	400	800
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	---	---	---	---
überwiegend kurzfristiger Bedarf	400	800	400	800
Bücher, PBS, Spielwaren	---	---	---	---
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	---	---	---	---
überwiegend mittelfristiger Bedarf	---	---	---	---
Elektrowaren	300	700	300	700
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Sonstiger Einzelhandel	---	---	---	---
überwiegend langfristiger Bedarf	300	700	300	700
Einzelhandel insgesamt	700	1.500	700	1.500
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Orientierungswerte zum Flächenpotenzial in Schömberg in m ² Verkaufsfläche				
Hauptsortimente	aktuell		2015	
	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächenpotenzial optimistisch	Flächen- potenzial vorsichtig	Flächen- potenzial optimistisch
Nahrungs- und Genussmittel	---	---	---	---
Gesundheit / Körperpflege gesamt	---	---	---	---
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	50	100	50	100
überwiegend kurzfristiger Bedarf	50	100	50	100
Bücher, PBS, Spielwaren	200	300	200	300
Bekleidung, Schuhe, Sportarti- kel	400	600	400	600
überwiegend mittelfristiger Bedarf	600	900	600	900
Elektrowaren	100	200	100	200
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Sonstiger Einzelhandel	100	400	100	400
überwiegend langfristiger Bedarf	200	600	200	600
Einzelhandel insgesamt	850	1.600	850	1.600
Quelle: Berechnungen imakomm AKADEMIE 2011. --- = rechnerisch kein Ansiedlungspotenzial mehr.				

Fazit:

- Es zeigt sich, dass sich durch die Entwicklung bis 2015 in den meisten Kommunen kaum noch zusätzliche Flächenpotenziale im Vergleich zu aktuellen Potenzialen ergeben, denn: Die Einwohnerentwicklung wird in den meisten Zentralen Orten stagnieren und auch die Kaufkraftentwicklung ist letztlich nur noch mit einem geringen Wachstum versehen.
- Letztlich ergeben sich natürlich in den Kommunen die größten Potenziale, die heute eine unterdurchschnittliche Ausstattung aufweisen. Dazu zählt zum einen Tübingen, aber auch Rottenburg, wo in vielen Sortimenten auch noch Potenziale im großflächigen Bereich gegeben sind. Die sonstigen Ober- und Mittelzentren haben nur noch in einzelnen Sortimenten nennenswerte Entwicklungspotenziale. V.a. bei Nahrungs- und Genussmitteln sind bereits heute überall gute Ausstattungskennziffern erkennbar.
- In den Unterzentren ergeben sich ebenfalls noch gewisse Entwicklungspotenziale. Die Flächenpotenziale liegen allerdings vorrangig im mittel- und langfristigen Bereich, dabei aber für die Einzelsortimente bei geringen Werten, die vorrangig die kleinflächigen Entwicklungen betreffen dürfte. Dabei handelt es sich vorrangig um sinnvolle Ergänzungen, die eine gewisse „Grundversorgung“ mit Gütern sicherstellen kann, während spezialisierte Angebote in den Mittel- und Oberzentren vorgehalten werden sollten.
- **Insgesamt zeigen sich letztlich auch klare Unterschiede zwischen den Kommunen in Neckar-Alb. Während die Zentralen Orte teilweise bereits deutlich überdurchschnittliche Werte erreichen, können andere Kommunen in fast keinem Sortiment eine ausreichende Versorgung ihrer Bevölkerung sicherstellen. Auch wenn bei den langfristigen Gütern nicht jede Entwicklung in jedem Zentralen Ort sinnvoll ist (bspw. ist im Umfeld von Reutlingen letztlich insgesamt nur noch ein geringes Entwicklungspotenzial gegeben), so sollte doch darauf geachtet werden, dieses Ungleichgewicht nicht weiter zu verstärken. Diese Werte können dafür einen guten Anhaltspunkt für Kommunen und auch die Raumordnungsbehörden darstellen, um die Auswirkungen von konkreten Ansiedlungsvorhaben besser einordnen zu können.**

9.2 Prognose künftiger Flächenbedarf (Ansiedlungspotenziale) in den Kleinzentren und nicht Zentralen Orten (Fokus Nahversorgung)

Auch für sämtliche nicht Zentrale Orte wurden Flächenbedarfe prognostiziert. Denn: Auch für Kleinzentren und nicht Zentrale Orte können die Orientierungswerte der Flächenpotenziale einen wichtigen Anhaltspunkt für Überlegungen zur Entwicklung des jeweiligen Einzelhandelsstandortes geben. Dies betrifft letztlich v.a. die eigene Grundversorgung jeder Kommune, die hier mit den beiden wichtigsten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie auch Gesundheit und Körperpflege berücksichtigt wird. Die Ergebnisse für alle Kommunen sind in Band 2 dargestellt.

Grundsätzlich hätten v.a. die Gemeinden Wannweil, Kusterdingen, Hohenstein und Dettenhausen noch ausreichende Ansiedlungspotenziale für einen großflächigen Markt. Diese Kommunen verfügen heute über eine nur eingeschränkte eigene Nahversorgung trotz eigentlich ausreichender Einwohnerzahl. Dies ist meist auf ein starkes Umfeld mit entsprechend großem Angebot (vgl. beispielsweise SB-Warenhaus in Kirchentellinsfurt, das klar die Versorgung auch für Wannweil übernimmt) zurückzuführen.

Es zeigt sich aber auch, dass viele Kommunen gar kein Potenzial aufweisen, eine eigene großflächige Nahversorgung anzusiedeln. Neben diesem rein rechnerisch fehlenden Potenzial sind diese Standorte für Investoren meist auch uninteressant, so dass auch nur mit großem Aufwand eine Ansiedlung erreicht werden könnte. **Ein Ansatz zur Aufrechterhaltung sind Kleinflächenkonzepte. Ein weiterer Ansatz könnte aber auch in einer interkommunal abgestimmten, gemeinsamen Grundversorgung liegen. Hierfür muss im Rahmen der eigentlichen Konzeption eine Lösung erarbeitet werden.**

9.3 Fazit: Orientierungswerte der Flächenpotenziale

Aus den Ansiedlungspotenzialen der Zentralen Orte und auch der Kleinzentren und nicht Zentralen Orte geht hervor, dass sich deutliche Diskrepanzen innerhalb der Region ergeben, auch beim Vergleich der Kommunen gleicher zentraler Stufe. Letztlich sind die aufgeführten Orientierungswerte ein wichtiger Hinweis, inwieweit eine Ansiedlung ohne Erhöhung der innerörtlichen Konkurrenz noch denkbar ist.

Es muss Ziel einer regionalen Einzelhandelssteuerung sein, die Chance der Genehmigungsfähigkeit eines entsprechenden Vorhabens vor der formalen Prüfung in Abstimmung mit der Standortgemeinde zu bewerten. Hierfür stellen die Ansiedlungspotenziale einen **Orientierungswert** dar. Um es nochmals zu betonen: **Ein Überschreiten der Ansiedlungspotenziale durch ein Vorhaben führt nicht zur Unzulässigkeit dieses Vorhabens. In jedem Fall bedarf es der Einzelfallprüfung anhand der raumordnerischen Prüfkriterien (v.a. Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot). Die Ansiedlungspotenziale zeigen lediglich sowohl der Standortgemeinde als auch den Raumordnungsbehörden auf, ob ein Vorhaben – bei klarem Unterschreiten der Ansiedlungspotenziale – das Einhalten der Prüfkriterien erwarten lässt, oder aber ob – bei deutlichem Überschreiten des Ansiedlungspotenzials – ein Nicht-Einhalten der Prüfkriterien zu befürchten ist.**

Die Betrachtung dieser Ansiedlungspotenziale zeigt, dass einzelne Kommunen (Tübingen, Rottenburg) ihrer zentralörtlichen Funktion nicht gänzlich gerecht werden und somit noch spürbare Ansiedlungspotenziale bestehen. Gleichzeitig ergeben sich für einzelne nicht zentrale Orte im Bereich Grundversorgung ebenfalls Ansiedlungspotenziale, die allerdings aufgrund eines starken Umfeldes nur schwer in Wert zu setzen sein dürften.

Teil E: Konzeption



10 Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb

10.1 Konsequenzen aus den Analyseergebnissen / Grundgedanken zur Strategie

Aus den Analyse- und Prognoseergebnissen lassen sich folgende Konsequenzen und Grundgedanken für die künftige Strategie der Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb ableiten:

- **Bisher fehlende bzw. abgestimmte „Logik“ bei der regionalen Einzelhandelsentwicklung:** Die Analysedaten zeigen teilweise große Unterschiede in der Verkaufsfächenausstattung der Kommunen. Die unterschiedliche quantitative Ausstattung orientiert sich dabei kaum am Zentrale-Orte-System. Es scheint in der Vergangenheit an einer abgestimmten Logik bei der sachlichen Einzelhandelssteuerung gefehlt zu haben. Konsequenz: **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb muss** – neben der für den Regionalplan v.a. wichtigen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen und Ergänzungsstandorten als räumliche Steuerungsinstrumente – **über Mindestinhalte einer regionalen Einzelhandelssteuerung hinausgehen und bewusst umfassende Leitideen für eine sachliche Einzelhandelssteuerung beinhalten. Nur dann scheint eine Genehmigungsfähigkeit des (zu überarbeitenden) Regionalplanentwurfes aussichtsreich.**
 - ⇒ Grundgedanke findet sich u.a. in den Abgrenzungskriterien zu den zentralen Versorgungsbereichen und den Ergänzungsstandorten wieder.
- Das Leitmotiv „innen vor außen“ bzw. „Schutz der Ortszentren“ wurde in der Vergangenheit bei der jeweiligen kommunalen Einzelhandelsentwicklung von vielen Städten bzw. Gemeinden in der Region Neckar-Alb zu wenig beachtet. Folgt man diesem Leitmotiv, – welches klares Paradigma der Raumordnung auf Bundes- und Landesebene ist – so muss die regionale Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb dies künftig bei den regionalplanerischen Regelungen klar verankern. Konsequenz: Es bedarf restriktiver Regelungen „draußen“, um die Ortszentren zu schützen. Dies ist eine notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung. **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb muss gleichzeitig Entwicklungsmöglichkeiten in den Ortszentren aufzeigen bzw. ermöglichen („nicht nur**

**Schutz, sondern auch Entwicklung der Ortszentren als Paradigma“). Dies muss sich in den Abgrenzungskriterien für die zentralen Versorgungsbereiche niederschlagen (Stichworte: Flächenentwicklung in den zentralen Versorgungsbe-
reichen durch eine vorausschauende Abgrenzung dieser Vorranggebiete er-
möglich).**

- ⇒ Grundgedanke findet sich in den Abgrenzungskriterien zu den zentralen Versorgungsbereichen und den tatsächlichen Abgrenzungen wieder (Stichwort: „perspektivische Innenstadt“).
- Allein schon die statistische Analyse der Region Neckar-Alb (v.a. anhand demographischer Indikatoren) zeigt: Es handelt sich um eine heterogene Region mit Wachstums- und Schrumpfungstendenzen in Teilräumen. Dies muss die künftige Strategie der regionalen Einzelhandelssteuerung bewusst aufgreifen, da hierbei insbesondere die Grund- bzw. Nahversorgungsstrukturen ein zentraler Standortfaktor für eine Kommune werden können. **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb muss bewusst den strukturschwachen Räumen und dabei v.a. den nicht Zentralen Orten ebenfalls Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich der Grundversorgung eröffnen. Dies kann in Form von Ausnahmeregelungen bei Ansiedlungsmöglichkeiten von Einzelhandelsbetrieben mit grundversorgungsrelevantem Hauptsortiment erfolgen. Gleichzeitig muss aber unbedingt gewährleistet sein, dass das Zentrale-Orte-System durch diese möglichen Ausnahmeregelungen nicht konterkariert wird. Ausnahmeregelungen sind gleichzeitig mit klaren Kriterien zu verknüpfen.**
- ⇒ Grundgedanke findet sich in Ausnahmeregelungen inkl. Prüfschema für Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben der Grundversorgung wieder.
- ⇒ Hinweis: Zu marktwirtschaftlich orientierten Betreiberkonzepten im Bereich Grund-/Nahversorgung bestehen Alternativen (Kleinstflächenkonzepte, genossenschaftliche Ansätze, mobile Versorgung usw.). Diese alternativen Konzepte müssen bei entsprechenden Ausnahmeregelungen ebenfalls Berücksichtigung finden.

- Regionale Besonderheiten – namentlich die Themen FOC/Fabrikverkauf, Studenten, Touristen – machen die Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb komplex. Nicht selten führen Einzelfallbetrachtungen, teilweise auch über Einzelfallgutachten, zu unsachlichen Argumentationen. Denn: Es herrschte in der Region Neckar-Alb in den vergangenen Jahren kein regionaler Konsens, wie diese regionalen Besonderheiten bei der Einzelhandelssteuerung berücksichtigt werden sollen (Beispiel: „Stadt X fordert zahlreiche Ansiedlungen, da ja große touristische Nachfrage befriedigt werden müsse“). **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb kann keine abschließenden Regelungen treffen. Sie kann aber sehr wohl den künftig sachlicheren Umgang mit diesen Besonderheiten bei Ansiedlungsvorhaben erreichen, in dem klar definiert wird, ob und in welcher Höhe die Kaufkraft von FOC-Kunden, Studenten und Touristen bei der Bewertung von großflächigen Ansiedlungsvorhaben zu berücksichtigen ist. Zudem muss die künftige Strategie die Bewertung von Vorhaben im Bereich FOC/Fabrikverkauf zumindest soweit als möglich vorgeben.**
 - ⇒ Grundgedanke findet sich in entsprechenden Leitideen und Orientierungswerten für die Kaufkraft der genannten Zielgruppen wieder.
- **Die Betrachtung der aktuellen und die Prognose der künftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Region Neckar-Alb hat gezeigt, die entsprechende Kaufkraft wird insgesamt stagnieren.** Konsequenz: Zusätzliche Ansiedlungen werden künftig den Wettbewerb zwischen den Kommunen verschärfen, wenn die Ansiedlungen dabei Kaufkraftpotenzial, das über ein „Rückholen bisher aus der Region abfließender Kaufkraft“ (vgl. Wettbewerbsanalyse) hinausgeht, in Wert setzen. **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb muss diesen Befund berücksichtigen, in dem sie erste Orientierungswerte für in der jeweiligen Kommune noch vorhandene Ansiedlungspotenziale aufzeigt.** Dabei kann es sich selbstverständlich nur um grobe Orientierungswerte handeln, für die gilt: Ein Überschreiten der Ansiedlungspotenziale durch ein Vorhaben führt nicht zur Unzulässigkeit dieses Vorhabens. In jedem Fall bedarf es der Einzelfallprüfung anhand der raumordnerischen Prüfkriterien (v.a. Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot). Die Ansiedlungspotenziale zeigen aber sowohl der Standortgemeinde als auch den Raumordnungsbehörden auf, ob ein Vorhaben – bei klarem Unterschreiten der Ansiedlungspotenziale – das Einhalten der Prüfkriterien erwarten lässt, oder aber ob

– bei deutlichem Überschreiten des Ansiedlungspotenzials – ein Nicht-Einhalten der Prüfkriterien zu befürchten ist. Anhand der Ansiedlungspotenziale wird somit versucht, das Zentrale-Orte-System zu schützen und gleichzeitig dem Befund stagnierender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft gerecht zu werden.

⇒ Grundgedanke findet sich in entsprechenden Leitideen zu den ungefähren Ansiedlungspotenzialen (s. Kapitel Prognose) wieder.

- Regionale Einzelhandelssteuerung hängt immer auch von der Durchsetzungskraft entsprechender Regelungen ab. Diese wiederum ist abhängig vom regionalen Konsens und der „Stärke“ des Regionalverbandes. **Die Strategie der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb sollte daher bewusst auch eine Definition der Rolle des Regionalverbandes beinhalten, die über die gesetzlich festgelegten Funktionen evtl. hinausgeht.**

⇒ Grundgedanke findet sich in entsprechenden Leitideen wieder.

Diese Grundgedanken der künftigen Strategie der Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb werden nun konkretisiert in so genannten Leitideen. Sie stellen die Basis für die künftige sachliche Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb dar. Aus ihnen ergibt sich in einem weiteren Schritt quasi „automatisch“ die räumliche Einzelhandelssteuerung für die Region (Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte).

10.2 Sachliche Einzelhandelssteuerung: Die elf Leitideen der Einzelhandelssteuerung

Leitidee 1: Der in nahezu jeder Region feststellbaren Verlagerung des Einzelhandels an städtebaulich nicht integrierte Standorte soll entgegengewirkt werden, um so die Ortszentren und die verbrauchernahe Versorgung zu schützen. Folgerichtig sollen künftig großflächige Einzelhandelsansiedlungen grundsätzlich innerhalb der **zentralen Versorgungsbereiche** (zVBs) der Zentralen Orte erfolgen, um diese multifunktionalen Standorträume auch als Einzelhandelsstandorte zu stärken. Die räumliche Ausweisung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt nach einheitlichen Kriterien, so dass eine abgestimmte Ausweisung der künftigen räumlichen Schwerpunkte der Entwicklung im Bereich des großflächigen Einzelhandels vorliegt.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Begründung: Ca. 45% der gesamten Verkaufsfläche in der Region Neckar-Alb befindet sich an nicht integrierten Standorten → der landesweit als Paradigma formulierte Schutz zentraler Versorgungsbereiche ist damit nicht gesichert. Eine Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf die zentralen Versorgungsbereiche als Vorranggebiete der großflächigen Einzelhandelsentwicklung ist also auch vor dem Hintergrund der aktuellen Verkaufsflächenverteilung in der Region Neckar-Alb geboten.
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wurden einheitliche, für alle Zentralen Orte gültige Abgrenzungskriterien erarbeitet. Diese sind vor den konkreten Abgrenzungen der Kommunen im Detail dargestellt.
- Folgt man dem Paradigma „Innenentwicklung vor Außenentwicklung“ konsequent, dann darf sich die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche nicht nur an städtebaulichen Kriterien, welche die aktuelle Vor-Ort-Situation in einer Kommune erfassen, orientieren. Es müssen vielmehr – um nicht nur Schutz, sondern auch Entwicklung der Ortskerne zu ermöglichen – Potenzialfläche für künftige Einzelhandelsansiedlungen im Ortskern betrachtet werden. Beides – sowohl Berücksichtigung aktuelle städtebauliche Situation als auch „perspektivische Innenstadtentwicklung“ – erfolgt

bei der Ausweisung der Abgrenzungskriterien und der tatsächlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in den Zentralen Orten.

- Anmerkung: Die ausgearbeiteten Abgrenzungskriterien können nicht alle gleichzeitig erfüllt werden. Ansatz der Abgrenzungen war es aus gutachterlicher Sicht, möglichst viele der Kriterien bei der Abgrenzung tatsächlich zu berücksichtigen.

Vgl. auch Kapitel 11.2: Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte (inkl. Begründungen)

Leitidee 2: Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen vorrangig ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden. Sie können aber auch an hierfür ausgewiesenen Vorbehaltsgebieten – so genannten **Ergänzungsstandorten** – angesiedelt werden. Die räumliche Ausweisung der **Ergänzungsstandorte** erfolgt nach einheitlichen Kriterien und in Abstimmung mit den Kommunen. Bei diesen nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsgroßprojekten sollen zentrenrelevante Randsortimente begrenzt werden. Sie sind nur zulässig, wenn keine Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortgemeinde sowie von Umlandkommunen zu erwarten sind. Um dies zu gewährleisten, wird die Begrenzung der Randsortimente auf eine Verkaufsfläche von 3% der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 350 m² Verkaufsfläche begrenzt.¹⁶

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Ergänzungsstandorte sind Vorbehaltsgebiete für die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment. Sie stellen die räumlichen Bereiche kartografisch dar, in denen entsprechende Ansiedlungen erfolgen könnten, sofern der jeweilige Einzelfall einer raumordnerischen Prüfung der Prüfkriterien nach Landesentwicklungsplan respektive Einzelhandelserlass standhält (Beeinträchtungsverbot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Konzentrationsgebot). Grundsätzlich bedarf es bei Ansiedlungsvorhaben von großflächigen Einzelhandelsbetrieben einer raumordnerischen Prüfung jedes Einzelfalles – die Ausweisung von Ergänzungsstandorten bedeutet nicht automatisch auch die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsvorhaben an diesen Standorten.
- Auch für die Abgrenzung der Ergänzungsstandorte wurden einheitliche, für alle Zentralen Orte gültige Abgrenzungskriterien erarbeitet. Diese sind vor den entsprechenden Abgrenzungen im Detail dargestellt.

Vgl. auch Kapitel 11.2: Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte (inkl. Begründungen)

¹⁶ Diese Begrenzung entspricht dem Wert, der auch in anderen Regionalplänen herangezogen wird (vgl. Region Stuttgart). Aktuell liegt zur Zulässigkeit einer derartigen Beschränkung bzw. einer Beschränkung auf einen Verkaufsflächenwert, der von einem Wert gemäß der Vermutungsregel nach § 11 (3) BauNVO abweicht, noch kein endgültiges gerichtliches Urteil vor. Grundsätzlich soll die Begrenzung aber in dieser restriktiven Form beibehalten werden, um die Konkurrenz zur Innenstadt möglichst gering zu halten. Eine endgültige Entscheidung hinsichtlich des anzuwendenden Wertes bei der Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente soll im Rahmend der Fortschreibung des Regionalplans erfolgen.

Leitidee 3: In der Region Neckar-Alb besteht eine heterogene Struktur an Kommunen – von kleinen nicht zentralen Orten bis hin zu Oberzentren mit Stadtteilen, deren Einwohnerzahl bei weitem die Einwohnerzahl vieler nicht zentraler Orte überschreitet. Dieser Einwohnerstruktur wird auch bei der künftigen Steuerung großflächiger Einzelhandelsprojekte Rechnung getragen. Für größere Stadtteile wird die **Zentrenstruktur bei den Zentralen Orten** (Stufe 1: zentrale Versorgungsbereiche) um eine zweite Zentren- bzw. Hierarchiestufe erweitert. Dies erfolgt angesichts der Einwohnerzahl einzelner Stadtteile in folgenden Städten: Albstadt, Balingen, Reutlingen, Rottenburg, Tübingen. Den weiteren Zentrenstufen sollte ebenfalls der Status eines zentralen Versorgungsbereiches (= Schutzobjekt) zukommen.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Leitidee 1 (zentrale Versorgungsbereiche) wird somit ergänzt um weitere Stufen eines zentralen Versorgungsbereiches. Die grundsätzliche Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben gestaltet sich dann wie folgt:
 - o Hierarchiestufe 2a: Nebenzentren (betrifft ausschließlich Albstadt): Zulässig sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem und grundversorgungsrelevantem Hauptsortiment sowie sämtliche kleinflächige Einzelhandelsbetriebe. Nicht zulässig sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment. Das Agglomerationsverbot gilt in Hierarchiestufe 2a nicht. Sonstige raumordnerische Regelungen (beispielsweise Raumordnungsverfahren) bleiben hiervon unberührt, gelten also auch in Hierarchiestufe 2a.
 - o Hierarchiestufe 2b: Grund- und Nahversorgungszentren: Zulässig sind hier großflächige Einzelhandelsbetriebe mit grundversorgungsrelevantem Hauptsortiment sowie sämtliche kleinflächige Einzelhandelsbetriebe. Nicht zulässig sind alle sonstigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe. Im Übrigen gelten die Rahmenbedingungen wie in Hierarchiestufe 2a.

Vgl. auch Kapitel 11.2: Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte (inkl. Begründungen), Kapitel 10.3: Räumliche Einzelhandelssteuerung

Abbildung: Die Zentrenstufen bei der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb

Schützenswerte Standorträume – Zulässigkeit von <u>großflächigen</u> Einzelhandelsbetrieben wie folgt:	Sortimente der Grundversorgung	Sonstige zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Hierarchiestufe 1: Zentrale Versorgungsbereiche („Innenstädte“) (vgl. Leitidee 1)	Ja	Ja	Ja
Hierarchiestufe 2a: Nebenzentren (betrifft ausschließlich Albstadt)	Ja	Ja	Nein
Hierarchiestufe 2b: Grund- und Nahversorgungszentren	Ja	Nein	Nein

Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.

Leitidee 4: Die Region Neckar-Alb verständigt sich auf eine regionale Einzelhandelssteuerung, die sich (a) an der bestehenden Zentrenhierarchie der Kommunen orientiert. Demnach sind die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nur in Ober-, Mittel- und Unterezentren möglich. (b) Gleichzeitig und in Abweichung zu (a) soll aber bewusst im Bereich **Grundversorgung zur Sicherung / Wiederherstellung der Nahversorgung die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Kleinzentren und nicht Zentralen Orten** grundsätzlich ebenfalls möglich sein. Hierfür muss die entsprechende Standortgemeinde jedoch das Vorliegen entsprechender Kriterien und die Einhaltung eines klaren Prüfschemas nachweisen.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Konsequenz aus (a): Ein Kriterium für die Bewertung von raumbedeutsamen Ansiedlungsvorhaben in der Region Neckar-Alb stellen künftig die so genannten Orientierungswerte bei den Ansiedlungspotenzialen dar. Im Vorfeld formaler Genehmigungsverfahren von großflächigen Einzelhandelsprojekten sollen diese ungefähren Ansiedlungspotenziale als eines von meist mehreren Kriterien ihre Anwendung finden, um die Raumverträglichkeit des entsprechenden Vorhabens grob abschätzen zu können.¹⁷
- Konsequenz aus (a) und (b): Jede Kommune hat einen Anspruch auf eine Grundversorgung im Bereich Einzelhandel. Eine entsprechende Regelung findet sich im Landesentwicklungsplan. Zentrale Orte müssen dies bei Ansiedlungen im Bereich Grundversorgung berücksichtigen. Gleichzeitig muss bei der Bewertung von Ansiedlungsvorhaben im Bereich Grundversorgung der jeweilige Betriebstyp (kleiner Supermarkt, großer Supermarkt, SB-Warenhaus usw.) berücksichtigt werden. Nicht zentrale Orte erhalten durch Leitidee 1 nicht den Anspruch auf die Ansiedlung jeglicher Betriebsform.

¹⁷ An dieser Stelle soll die „Funktion“ dieser Orientierungswerte nochmals betont werden: Ein Überschreiten der Ansiedlungspotenziale durch ein Vorhaben führt nicht zur Unzulässigkeit dieses Vorhabens. In jedem Falle bedarf es der Einzelfallprüfung anhand der raumordnerischen Prüfkriterien (v.a. Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot). Die Ansiedlungspotenziale zeigen lediglich sowohl der Standortgemeinde als auch den Raumordnungsbehörden auf, ob ein Vorhaben – bei klarem Unterschreiten der Ansiedlungspotenziale – das Einhalten der Prüfkriterien erwarten lässt, oder aber ob – bei deutlichem Überschreiten des Ansiedlungspotenzials – ein Nicht-Einhalten der Prüfkriterien zu befürchten ist. Durch die Berücksichtigung dieser Ansiedlungspotenziale beispielsweise beim interkommunalen, informellen Abstimmungsverfahren (vgl. Leitidee 8) ist so aber dennoch gewährleistet, dass auch das Zentrale-Orte-System bei der Bewertung eines Einzelvorhabens seine Berücksichtigung findet. Für Details zur Berechnung dieser Orientierungswerte vgl. bitte das entsprechende Kapitel „Prognose“.

-
- ⇒ Bei den Instrumenten zur Umsetzung der Leitideen findet sich das entsprechende Prüfschema.
 - ⇒ Bei den Arbeitshilfen findet sich eine entsprechende Beispielrechnung, wie Kommunen ihr ungefähres Ansiedlungspotenzial im Bereich Grundversorgung selbst errechnen können.

Vgl. auch Kapitel 12.2 Prüfschema Ausnahmeregelungen Nahversorgung und Kapitel 13.1 Zukunftsscheck Nahversorgung

Leitidee 5: Ein wesentlicher Ansatzpunkt zur regionalen Einzelhandelssteuerung ist die Differenzierung von zentrenrelevanten (und darunter auch grundversorgungsrelevanten) und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Um eine möglichst einheitliche Bewertung von großflächigen Einzelhandelsprojekten in der Region Neckar-Alb zu gewährleisten und somit interkommunale Konflikte aufgrund unterschiedlicher Sortimentszuordnungen soweit als möglich zu vermeiden, sollte größtmöglicher Konsens hinsichtlich dieser Differenzierung der Sortimente bestehen. Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg gibt einen ersten Anhaltspunkt für eine entsprechende Differenzierung. Eine Konkretisierung der dortigen Einteilung gibt die **regionale Sortimentsliste Neckar-Alb**. Sie definiert Einzelhandelssortimente, die stets als zentrenrelevant oder aber nicht zentrenrelevant einzustufen sind. Diese Zuordnung ist von den Kommunen zu übernehmen. Die regionale Sortimentsliste gibt zudem aber auch Sortimente an, die in der Regel zentrenrelevant sind, die jedoch ortsspezifisch auch nicht zentrenrelevant sein können. Die konkrete Zuordnung liegt bei den einzelnen Kommunen und kann dort im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten auf Basis der Vor-Ort-Situation individuell ausgestaltet werden.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- **Begründung** für eine regionale Sortimentsliste: Eine Analyse der bestehenden kommunalen Einzelhandelskonzepte in der Region Neckar-Alb zeigt, dass die Sortimentszuordnungen teilweise unterschiedlich gehandhabt werden. Eine Begründung bleibt in der Regel aus. Kritisch ist dieser Befund insofern, als bei räumlicher Nähe eines Ansiedlungsvorhabens zur Nachbarkommune und bei gleichzeitig unterschiedlicher Zuordnung des relevanten Sortiments ggf. eine Kommune, die die Stärkung ihres Zentrums durch weitreichende Definition von zentrenrelevanten Sortimenten letztlich „bestraft“ werden würde, falls die Nachbarkommune bei ihrem Ansiedlungsvorhaben überhaupt keine Sortimentsliste zugrundelegt oder aber eine Sortimentszuordnung trifft, die jener der anderen Kommune widerspricht. Die regionale Liste unterstützt somit die Einheitlichkeit der Sortimentszuordnung

Beispiele für unterschiedliche Sortimentszuordnungen in der Region Neckar-Alb zeigt die folgende (nicht abschließende) Übersicht.

Abbildung: Beispiele für die unterschiedliche Zuordnung von Sortimenten im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten der Region Neckar-Alb (Auswahl von Sortimenten)

	Getränke		Zooartikel		Elektrowaren		Jagdbedarf		Musikalien		Sportartikel		Babyartikel	
	z.	n.z.	z.	n.z.	z.	n.z.	z.	n.z.	z.	n.z.	z.	n.z.	z.	n.z.
Balingen	X*)			X	X**)	X**)	X		X		X**)	X**)	-	-
Dußlingen	X			X	X**)	X**)	-	-	X		X		X	
Eningen	X*)		X		X**)	X**)	-	-	X		X**)	X**)	-	-
Hechingen	X*)			X	X		X		X		X		-	-
K`furt	X*)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Münsingen		X	X		X**)	X**)	X***)		X***)		X**)	X**)	-	-
Pliezhausen	X		X		X			X	X		X		-	-
Reutlingen		X		X	X**)	X**)	-	-	X***)		X**)	X**)	X**)	X**)
Rottenburg		X		X	X**)	X**)	X		X		X**)	X**)		X
Tübingen	X*)			X	X		-	-	-	-	-	-	-	-

Quellen: Kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzepte der Kommunen in der Region Neckar-Alb.

z.=zentrenrelevant, n.z.=nicht zentrenrelevant.

*) Nicht explizit ausgegliedert, sondern Nahrungs- und Genussmittel insgesamt als zentrenrelevant angesehen.

**) Es wird differenziert zwischen klein- und großteiligen Waren (Beispiel Elektrowaren: Kleinteilig bspw. Tonträger, großteilig bspw. Weiße Ware).

***) Als teilweise zentrenrelevant definiert.

-=Sortiment / Artikel nicht erwähnt.

- Inhalte der Sortimentsliste: Die regionale Sortimentsliste Neckar-Alb enthält **vier Kategorien** von Sortimenten:

- (a) Sortimente, die typischerweise zentrenrelevant sind.
- (b) Typischerweise grundversorgungsrelevante und zugleich auch zentrenrelevante Sortimente.

Die Zuordnung der Sortimente zu (a) und (b) folgt weitestgehend den Zuordnungen im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg. Diese Sortimente können auf kommunaler Ebene nicht anders zugeordnet werden.

- (c) Sortimente, die typischerweise nicht zentrenrelevant sind.
- (d) Sortimente, die in der Regel zentrenrelevant sind. Deren tatsächliche Zuordnung obliegt jedoch der jeweiligen Kommune und der ortsspezifischen Situation. Besteht auf kommunaler Ebene keine ortsspezifische Sortimentsliste, findet bei der Beurteilung von Vorhaben die regionale Sortimentsliste Anwendung. Die unter (d) aufgeführten Sortimente gelten dann allesamt als zentrenrelevant.

- **Kategorie (d)** enthält Sortimente, die üblicherweise und bei nicht differenzierter Betrachtung als zentrenrelevant interpretiert werden. Es wird hier aber vorgeschlagen, nach großteiligen und nach kleinteiligen Warengruppen innerhalb der Sortimente zu unterscheiden. Kategorie (d) enthält v.a. großteilige Warengruppen, z.B. großteilige Elektrowaren, großteilige Sportartikel (Geräte). Es obliegt den Kommunen, diese Sortimente bei belastbarer Begründung als nicht zentrenrelevant zu definieren.

Im Folgenden dargestellt ist die regionale Sortimentsliste.

Regionale Sortimentsliste Neckar-Alb			
(a) Typischerweise zentrenrelevante Sortimente**)	(b) Typischerweise grundversorgungs- relevante und zugleich zentrenre- levante Sortimente) und **)	(c) Typischerweise nicht zentrenrele- vante Sortimente	(d) I.d.R. zentrenrele- vante Sortimente, de- ren tatsächliche Zuord- nung auf kommunaler Ebene bspw. im Rah- men eines Einzelhan- delskonzeptes definiert und begründet werden soll
▪ Kleinteilige Baby- / Kinderartikel	▪ Lebensmittel	▪ Möbel	▪ Teppiche (ohne Teppichböden)
▪ Kunst / Antiquitäten	▪ Apothekerwaren	▪ Bau-, Heimwer- ker- / Gartenbe- darf	▪ Tiere und Tiernah- rung, Zooartikel
▪ Unterhaltungselektro- nik/Computer, klein- teilige Elektrowaren (bspw. Toaster, Rühr- und Mixgeräte)	▪ Körperpflege / Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Putz-, Wasch- und Reini- gungsmittel	▪ Sonstige großtei- lige Sortimente wie; Boote, Auto / Zubehör, Hei- zungen / Kamine / (Kachel-) Öfen, Teppichböden	▪ Getränke (meint Getränke als Haupt- sortiment in großen Gebinden, also bspw. reine Getränkemärkte)
▪ Bekleidung, Lederwa- ren, Schuhe	▪ Genussmittel, Tabakwaren		▪ Großteilige Baby- / Kinderartikel (bspw. Kinderwagen, Kindersitze)
▪ Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwa- ren / Büroorganisation			▪ Großteilige Sportar- tikel / Sportgeräte (bspw. Fahrräder)
▪ Foto / Optik			▪ Waffen, Angler-, Reit- und Jagdbedarf
▪ Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunst- gewerbe			▪ Großteilige Elektro- waren (bspw. Kühl- schränke, Wäsche- trockner)
▪ Musikalienhandel			
▪ Uhren / Schmuck			
▪ Spielwaren, kleinteili- ge Sportartikel			
▪ Blumen			
▪ Haushaltswaren			

Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.

*) Bei diesen Sortimenten gelten Ausnahmeregelungen gemäß Leitidee 4.

**) Übernommen aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, teilweise ergänzt / konkretisiert.

Leitidee 6: Die Region Neckar-Alb weist zahlreiche **Besonderheiten** auf, die auch bei einer regionalen Einzelhandelssteuerung Berücksichtigung finden müssen. Um hierbei eine einheitliche Bewertung von Sonderfaktoren, die bei Ansiedlungsvorhaben ggf. zu berücksichtigen sind, zu gewährleisten, wurde eine entsprechende Übersicht mit Handlungsempfehlungen erarbeitet.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Im Rahmen der Analyse wurden v.a. FOC-Kunden, Studenten sowie Tages- und Übernachtungsgäste als für die Einzelhandelssteuerung relevante Sonderfaktoren aufgezeigt. Es ist ein einheitlicher Umgang mit der dahinter stehenden Kaufkraft zu definieren.
- Konsequenz aus der Betrachtung: (1) Studenten können nicht als „separates Argument“ für weitere Ansiedlungen (bspw. im Rahmen von Auswirkungsanalysen für ein Einzelvorhaben) herangezogen werden – sie sind in der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Standortgemeinde bereits berücksichtigt. (2) Touristen weisen ein von Nicht-Touristen (bspw. Einwohner einer Standortgemeinde) unterschiedliches Kaufverhalten auf. Das Ansiedlungspotenzial einer Standortgemeinde bzw. bei der Betrachtung eines Einzelvorhabens (Auswirkungsanalyse) muss sich zunächst am Ansiedlungspotenzial auf Basis der zentralörtlichen Funktion der Standortgemeinde orientieren. (3) Gleiches gilt für die Betrachtung von FOC-Kunden. Die entsprechenden Kaufkraftwerte sind trotzdem im Analysekapitel separiert aufgeführt, da hier für bestimmte touristische Einzelhandelssortimente eine grundsätzliche Berücksichtigung dieses Potenzials gegeben ist.

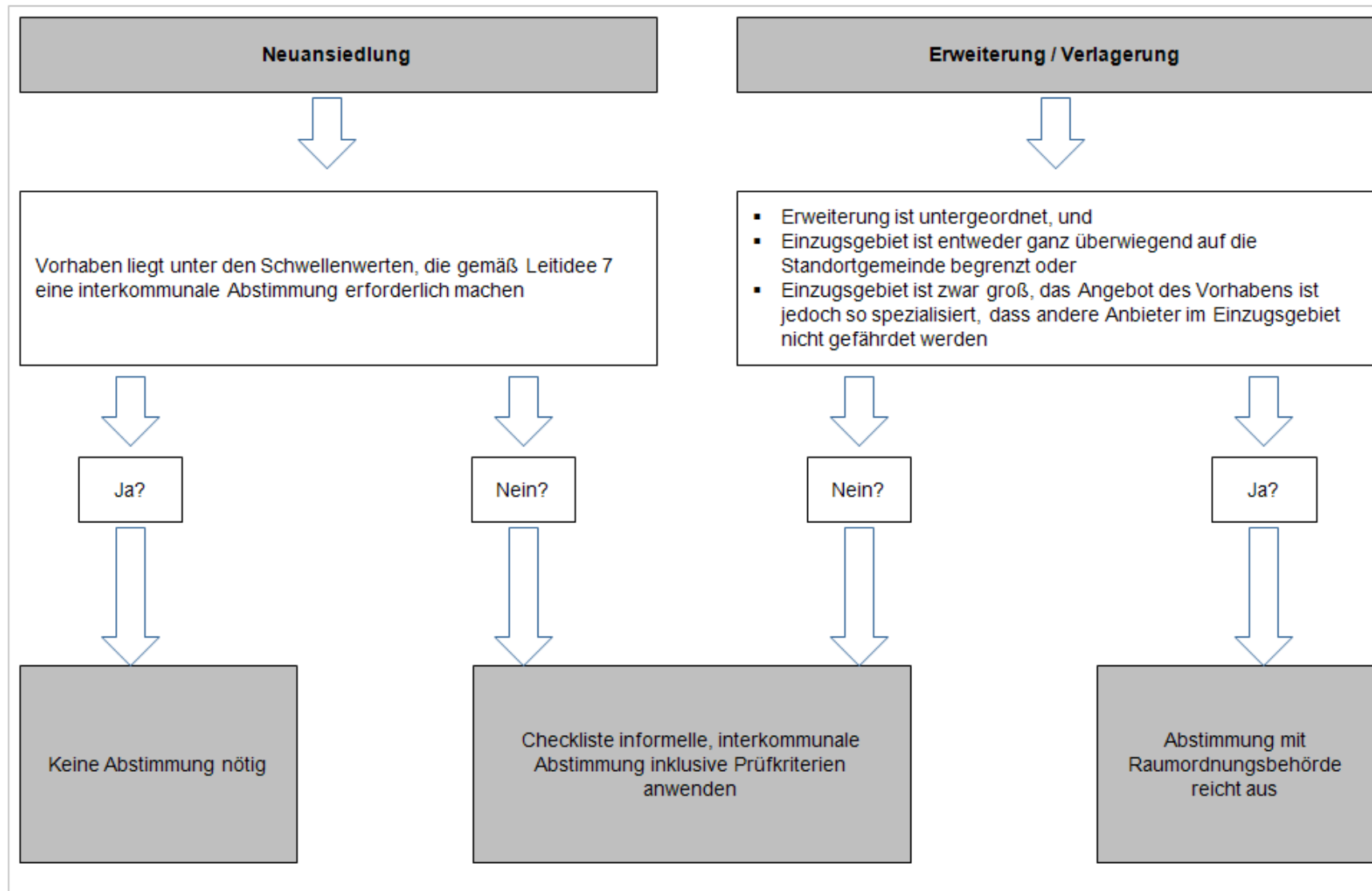
Berücksichtigung von Sonderfaktoren / regionalen Besonderheiten bei der Bewertung von Ansiedlungsvorhaben im Bereich Einzelhandel

	FOC-Kunden	Touristen	Studenten
Berücksichtigung wie?	Entsprechende Ansiedlungsvorhaben sind gesondert zu berücksichtigen (vgl. Leitidee 9). Die Kaufkraft der FOC-Kunden soll <u>nicht</u> dem Ansiedlungspotenzial gemäß zentralörtlicher Funktion der Kommune hinzugerechnet werden.	Die Kaufkraft von Tagesgästen wird <u>nicht</u> dem Ansiedlungspotenzial gemäß zentralörtlicher Funktion der Kommune hinzugerechnet. Gleiches gilt für Kaufkraft von Übernachtungsgästen. Ansiedlungen können grundsätzlich also nicht über touristische Kaufkraft argumentiert werden. Für Einzelvorhaben kann eine Berücksichtigung der touristischen Potenziale sinnvoll sein, vgl. Kapitel Kaufkraftpotenziale Touristen	Die Kaufkraft von Studenten wird bei der Berechnung von Ansiedlungspotenzialen <u>automatisch</u> berücksichtigt.
Orientierungswerte für Ausgaben im Bereich Einzelhandel		Ausgabewerte sind im Kapitel Kaufkraft der Touristen genauer ausgewiesen.	Kaufkraft ist automatisch im Kaufkraftkoeffizienten und damit im Kaufkraftpotenzial beinhaltet (Grund: Studenten mittlerweile fast ausschließlich mit Erstwohnsitz angemeldet am Studienort), ein gesonderter Kaufkraftwert wird bisher nicht veröffentlicht.
Besonderheiten (Beispiele)	Hoher Anteil der Kunden von außerhalb der Region (wegen überregionalem Einzugsgebiet der FOCs)	Daten zu Tagesgästen liegen selten vor, werden aber berücksichtigt	Zweitwohnsitze werden nicht gesondert berücksichtigt, da die Zahlen nur sehr gering sind (Zweitwohnsitzsteuer)
	Anderes Kaufverhalten, z.B. höhere pro-Kopf-Ausgaben pro Tag	Übernachtungsgäste werden in der amtlichen Statistik erst bei Beherbergungsbetrieben ab neun Betten erfasst	Erstwohnsitz: Keine gesonderte Ausweisung, sondern Berücksichtigung als „normale Verbraucher“, da im bundesweiten Pro-Kopf-Ausgabewert im Einzelhandel berücksichtigt

Leitidee 7: Die interkommunale Abstimmung ist ein zentraler Aspekt bei der Ansiedlung von regional bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben. Um eine Beschleunigung der formellen Planungsverfahren und eine Versachlichung und damit Vereinfachung der formellen interkommunalen Abstimmung zu erreichen, sollte diese um eine frühzeitige informelle Abstimmung ergänzt werden. Diese **frühzeitige informelle interkommunale Abstimmung** sollte ab einer bestimmten Verkaufsflächengröße von Einzelhandelsvorhaben erfolgen. Neuansiedlungen und Bestandserweiterungen bzw. Verlagerungen werden hierbei differenziert betrachtet.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben sowie Einzelhandelsagglomerationen ist eine Abstimmung mit Nachbarkommunen und Trägern öffentlicher Belange grundsätzlich nötig, da gemäß § 11 (3) BauNVO von schädlichen Auswirkungen eines entsprechenden Vorhabens auszugehen ist.
- Bei Neuansiedlungen mit gesetzlich notwendiger Abstimmung soll durch das Vorschalten einer frühzeitigen informellen Abstimmung eine Beschleunigung der Genehmigung erzielt werden. Dies soll auch bereits im Rahmen der Erstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans erfolgen. Damit kann die Planungssicherheit für die Wirtschaft erhöht werden.
- Eine differenzierte Betrachtung nach Neuansiedlungen einerseits und untergeordneter Verkaufsflächenerweiterung oder Verlagerung von bestehenden Betrieben andererseits ist sinnvoll. Bei untergeordneten Erweiterungen und Verlagerungen soll eine wesentlich schnellere Genehmigung möglich werden, wenn nachgewiesen werden kann, dass selbst eine vorgeschaltete informelle Abstimmung im Vergleich zum Vorhaben nicht **verhältnismäßig** ist.
- Auch bei der frühzeitigen informellen Abstimmung ist ein strukturiertes Vorgehen zu empfehlen. Bestimmte Abstimmungsschritte und Prüfkriterien sollten eingehalten und dokumentiert werden. Der grundsätzliche Ablauf der frühzeitigen informellen Abstimmung ist in dem folgenden **Ablaufschema** dargestellt.
- Der Regionalverband kann den Kommunen bei der frühzeitigen informellen interkommunalen Abstimmung Hilfestellung geben (Vgl. Leitidee 8).

Ablaufschema frühzeitige informelle, interkommunale Abstimmung:

- Muss bei der Neuansiedlung oder einer Erweiterung / Verlagerung davon ausgegangen werden, dass eine formelle Abstimmung mit den Trägern öffentlicher Belange und mit den Nachbarkommunen sowie dem Ort der nächst höheren zentralen Stufe notwendig ist, dann sollte ein **frühzeitiges informelles interkommunales Abstimmungsverfahren** durchgeführt werden. Dies gilt nicht für alle großflächigen Einzelhandelsvorhaben, es kann **nach Standortlagen ab bestimmten Verkaufsflächengrößen** unterschieden werden. Unterhalb dieser Schwellenwerte wäre eine entsprechende frühzeitige informelle Abstimmung nicht nötig. Als Schwellenwerte werden definiert:
 - o Grundsätzlich eine Verkaufsflächengröße **ab 800 m²** (gemäß Rechtsprechung auf Basis der Vermutungsregel des § 11 (3) BauNVO). Diese gilt in den Untertzentren in allen Lagen als Schwellenwert, der eine Abstimmung erforderlich macht.
 - o Eine Verkaufsflächengröße **ab 2.500 m²** gilt innerhalb der Zentren der Hierarchiestufe 2b (Grund- bzw. Nahversorgungszentren). Zwar soll in Hierarchiestufe 2b eine Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit grundversorgungsrelevantem Hauptsortiment ohne weitere Prüfung möglich sein. Allerdings zielt die Einführung dieser Hierarchiestufe eben klar auf die Nahversorgungsfunktion dieser Standorte bzw. der großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit grundversorgungsrelevantem Hauptsortiment ab – und nicht auf die Versorgung von Umlandgemeinden. Ein Schwellenwert, ab dem ein Nachweis der Nahversorgungssituation nötig ist, ist vor diesem Hintergrund sinnvoll und notwendig. Als Schwellenwert wird die Grenze zwischen den Betriebsformen Supermarkt und großer Supermarkt vorgeschlagen. Diese liegt per Definition bei einer Verkaufsflächengröße von 2.500 m². Gemäß EHI steigt der Anteil an Non-Food-Artikeln ab dem Schwellenwert von 2.500 m² Verkaufsfläche an, die Zahl der Kassen (Hinweis auf Leistungsfähigkeit und Größe eines Einzugsgebietes) steigt spürbar, eine Abnahme der Nahversorgungsfunktion scheint dann offensichtlich.¹⁸

¹⁸ Vgl. EHI 2009/2010, S. 299 und S. 381.

- o Eine Verkaufsflächengröße ab **5.000 m²**. Dies gilt in Hierarchiestufe 1 (zentrale Versorgungsbereiche, letztlich die Innenstädte) in den Ober- und Mittelzentren. Der Schwellenwert entspricht damit der Grenze, ab der grundsätzlich ein Raumordnungsverfahren notwendig wäre.

Im Folgenden dargestellt ist die Übersicht über die **Schwellenwerte**, ab der eine interkommunale Abstimmung grundsätzlich notwendig ist. Die frühzeitige informelle Abstimmung wird in diesen Fällen empfohlen. Erweiterungen / Verlagerungen können davon ausgenommen werden. (Vergleich Ablaufschema – Erweiterungen / Verlagerungen).

Übersicht über den Geltungsbereich von Leitidee 7	
Standortlage	Frühzeitige informelle interkommunale Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben bei folgenden Schwellenwerten:
Zentraler Versorgungsbereich (Hierarchiestufe 1) und Stadtteilzentrum (Hierarchiestufe 2a):	
grundversorgungsrelevante Sortimente	Für Ober- und Mittelzentren ab 5.000 m² ; für Unterzentren ab 800 m²
(sonstige) zentrenrelevante Sortimente	
nicht zentrenrelevante Sortimente	
Grundversorgungszentrum (Hierarchiestufe 2b):	
grundversorgungsrelevante Sortimente	ab 2.500 m²
(sonstige) zentrenrelevante Sortimente	ausgeschlossen
nicht zentrenrelevante Sortimente	ausgeschlossen
Ergänzungsstandorte	
grundversorgungsrelevante Sortimente	ab 800 m²*)
(sonstige) zentrenrelevante Sortimente	ausgeschlossen
nicht zentrenrelevante Sortimente	ab 800 m²
Sonstige integrierte Lagen (z.B. Wohngebietslage)	
grundversorgungsrelevante Sortimente	ab 800 m²*)
(sonstige) zentrenrelevante Sortimente	ausgeschlossen
nicht zentrenrelevante Sortimente	ausgeschlossen
Standorte außerhalb der Hierarchiestufen 1 und 2 sowie außerhalb sonstiger integrierter Lagen	
grundversorgungsrelevante Sortimente	ab 800 m²
(sonstige) zentrenrelevante Sortimente	
nicht zentrenrelevante Sortimente	
*) nur möglich unter Beachtung von Leitidee 4 und bei Einhaltung des entsprechenden Prüfschemas.	

- Im Rahmen des frühzeitigen informellen interkommunalen Abstimmungsverfahrens sollte eine **Checkliste** abgearbeitet und schriftlich dokumentiert werden. In dieser Checkliste sind zentrale Prüfkriterien enthalten, deren Einhaltung nachgewiesen bzw. deren Nicht-Einhaltung mit allen beteiligten Kommunen / Institutionen besprochen und von diesen als akzeptabel bestätigt werden sollte.

-
- ⇒ Ein Vorschlag für eine entsprechende **Checkliste** inkl. Prüfkriterien findet sich im Kapitel Umsetzung / Instrumente.

Vgl. auch Kapitel 12.1 Checkliste informelle interkommunale Abstimmung und dazugehörige Prüfkriterien bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben

Leitidee 8: Dem Regionalverband obliegen formale Aufgaben bei der regionalen Einzelhandelssteuerung. Darüber hinaus kann der Regionalverband den Kommunen im Vorfeld von Ansiedlungsvorhaben Unterstützung anbieten. Die interkommunale Abstimmung kann mit Beratung und Moderation begleitet werden. Dadurch kann eine Verfahrensvereinfachung und -beschleunigung ermöglicht werden. (vgl. Leitidee 7) Des Weiteren kann der Regionalverband nicht zentrale Orte bei der Stärkung der Grundversorgung unterstützen. Entsprechende Checklisten und Arbeitshilfen, die im Rahmen des reZuM NA erarbeitet wurden, dienen hierfür als Ansatz.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Eine sinnvolle regionale Einzelhandelssteuerung besteht nur, wenn auch regionaler Konsens hinsichtlich der **Rolle des Regionalverbandes** bei der Einzelhandelsentwicklung besteht. Die Rolle des Regionalverbandes Neckar-Alb muss deshalb nicht auf die formalen Aufgaben beschränkt bleiben. **Der Regionalverband kann die Kommunen bei Einzelhandelsansiedlungen beraten und die interkommunale Abstimmung moderieren.** Damit werden die Ziele des regionalen Zentren- und Märktekonzepts und der Regionalplanung frühzeitig beachtet und interkommunale Differenzen vermieden. Durch eine frühzeitige informelle Abstimmung können Verfahren insgesamt vereinfacht und beschleunigt werden.
- Vgl. hierzu auch Leitidee 7 sowie Teil F Band 1 (Instrumente / Umsetzung).

Leitidee 9: Fabrikverkäufe, Fabrikverkaufszentren und Factory-Outlet-Center sind eine besondere Form des großflächigen Einzelhandels. Sie sollen dennoch mit denselben Prüfkriterien und Maßstabsgrößen wie großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- bzw. nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment bewertet werden. Gemäß Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg soll diese Sonderform des Einzelhandels grundsätzlich nur in den beiden Oberzentren zulässig sein. Für deren Zulässigkeit sind darüber hinaus weitere Kriterien zu erfüllen, die im Rahmen des reZuMK definiert werden. Zudem sind entsprechende Ansiedlungen oder Erweiterungen auch in Mittelzentren möglich, wenn diese die entsprechenden Kriterien für Oberzentren erfüllen und zusätzlich auch positive Effekte für ihre Umland nachweisen können. Letztere werden ebenfalls im Rahmen des reZuMK definiert. Schließlich sollen entsprechende Formen des Einzelhandels auch in Unterzentren, Kleinzentren und nicht zentralen Orten möglich sein, wenn die Ansiedlung auf die jeweilige, ansässige Produktionsfirma beschränkt wird, in unmittelbarer räumlicher Nähe erfolgt, das Sortiment im betrieblichen Zusammenhang zur Firma steht und die Ansiedlung die raumordnerische Grenze zur Großflächigkeit auch unter Beachtung des Agglomerationsverbotes unterschreitet. Auch bei diesen kleinflächigen Ansiedlungen unterhalb der Mittelzentren ist eine interkommunale Abstimmung nötig.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Leitidee 9 orientiert sich für Ober- und Mittelzentren klar am Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg. Allerdings werden die dortigen Regelungen um weitere Kriterien ergänzt. Diese sind im Prüfschema zu den Sonderformen des Einzelhandels aufgeführt.
- Die **Grundgedanken der Prüfkriterien** im Prüfschema sind:
 - Oberzentren sollen gemäß Landesentwicklungsplan generell als Standorte für die Sonderformen des Einzelhandels vorrangig berücksichtigt werden. Auch hier sollen **Auswirkungen** auf den eigenen zentralen Versorgungsbereich und die Versorgungsbereiche der Umlandgemeinden **minimiert** werden (vgl. bspw. das Kriterium „Betrachtung Gesamtvorhaben bei Erweiterungen“). Es soll aber auch gewährleistet sein, dass möglichst Kundenstrukturen und damit Kaufkraft gewonnen werden, die nur untergeordnet bisher im Oberzentrum angesprochen wurden (vgl. Kriterium „exklusive Marken“).

- o Für die Mittelzentren gelten die gleichen Kriterien wie für Oberzentren. Sie werden aber ergänzt um Überlegungen, die nicht restriktiver Natur sind, sondern die möglichst auch positive Effekte für die Region (nicht die Standortgemeinde!) haben können. Das heißt es werden bewusst mögliche positive Effekte dieser Sonderformen des Einzelhandels betrachtet. Durch die Definition von Kriterien, die bei einer entsprechenden Ansiedlung zu berücksichtigen sind, sollen Bemühungen um solche positive Effekte für die Region Neckar-Alb verbindlich gemacht werden.

Im Folgenden ist das **Prüfschema** dargestellt.

Prüfschema: Einzuhaltende Kriterien bei der Ansiedlung von Fabrikverkäufen, Fabrikverkaufszentren und FOCs**Oberzentren:**

- vorrangig in städtebaulich integrierter Lage, und
 - Einhaltung Beeinträchtigungsverbot, und
 - Konzentration vorrangig auf exklusive Marken, und
 - außerhalb von Hierarchiestufe 1 und 2a: Berücksichtigung Agglomerationsverbot, und
 - interkommunale Abstimmung in jedem Fall notwendig
 - bei Verkaufsflächenerweiterung im Bestand: Betrachtung Gesamtvorhaben nötig
- Hinweis: Kongruenzgebot muss nicht erfüllt werden.

Mittelzentren:

Kriterien wie bei den Oberzentren,
zusätzlich weitere Kriterien, und zwar:

Impulse Einzelhandel: Kopplungseffekte für Einzelhandelsstandorte:

- Nachweis einer Kundenstruktur für das Vorhaben, für die außerhalb bestehender Sonderformen des Einzelhandels in der Region Neckar-Alb kaum Angebote bestehen, und
- Darstellung eines Kaufkraftmodells (= Bezifferung der Kaufkrafteffekte für das Umland & Beschreibung, welche Räume innerhalb Neckar-Albs profitieren könnten), und
- Darlegung von Maßnahmen, anhand derer Kopplungskäufe zwischen der Standortgemeinde und den betroffenen Kommunen in der Region erhöht werden könnten

Impulse Gastronomie / Tourismus: Kopplungseffekte für touristische Destinationen:

- Darlegung, welche touristischen Destinationen im Einzugsgebiet innerhalb der Region Neckar-Alb für die Zielgruppe des Vorhabens relevant sind, und
- Maßnahmenplan für die Erhöhung von Kopplungen zwischen Vorhaben und entsprechenden touristischen Destinationen: Maßnahmen der Standortgemeinde (bspw. Flyer – Auslage wo?) sowie gemeinsamer Maßnahmen zwischen Standortgemeinde und anderen Gemeinden / Tourismusverbänden usw.)

Leitidee 10: Ziele, Möglichkeiten und Grenzen des reZuMK respektive des Regionalplans: Das reZuMK verfolgt generell das Ziel der Sicherung der Funktionsfähigkeit der Ortszentren und möchte gleichzeitig auch Impulse für deren Weiterentwicklung geben. Darüber hinaus soll die verbrauchernahe Versorgung gestärkt werden. Schließlich sollen „Spielregeln“ und damit faire Rahmenbedingungen für die Entwicklung aller Kommunen in der Region Neckar-Alb aufgebaut werden. Für die Zielerreichung sollen beispielsweise bei der Bewertung von Ansiedlungsvorhaben auch das Zentrale-Orte-System und die Orientierungswerte der Flächenpotenziale berücksichtigt werden. Für das reZuMK gilt grundsätzlich: Zur Erreichung der Ziele sollen grundsätzlich raum- bzw. regionalbedeutsame Einzelhandelsvorhaben gesteuert werden. Diese **Raumbedeutsamkeit** kann sich aufgrund der Vorgaben des Normgebers nicht am Zentralen-Orte-System orientieren, sondern wird anhand der Grenze zur Großflächigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gemäß § 11 (3) BauNVO definiert. Zudem ist auch die Steuerung mehrerer selbstständiger, für sich genommen jeweils kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe auf regionaler Ebene notwendig, sofern sie räumlich nahe beieinander geplant, erweitert oder umgenutzt werden und in der Summe eine Verkaufsfläche oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit aufweisen (**Agglomerationsverbot**). Eine Abstandsregelung zur Bewertung der räumlichen Nähe scheint sinnvoll (Regionalplanentwurf: 150 m). Eine regionale Abstimmung der Einzelhandelsentwicklung ist bei Einhaltung der Leitideen 1 bis 9 somit möglich. **Weitergehende Regelungen** – insbesondere Regelungen hinsichtlich der Ansiedlung kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe, die nicht unter das Agglomerationsverbot fallen – sind zu weitreichend und **nicht zulässig**. Gleiches gilt für eine Pflicht zur Aufstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte. Anreize zur Erstellung solcher Konzepte wurden aber durch Definition entsprechender Prüfschemata in den Leitideen gesetzt.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Anmerkung 1: Damit entspricht Leitidee 10 dem Z (7) sowie dem Z (8) des bisherigen Regionalplanentwurfes und ergänzt diesen.
- Anmerkung 2: Leitidee 10 entspricht nicht Z (12) sowie Z (6) des bisherigen Regionalplanentwurfes – wir halten die dortigen Regelungen für zu weitreichend, haben die dort dokumentierten Regelungsabsichten aber in den Leitideen stellenweise berücksichtigt (vgl. Prüfschemata / Checklisten).

Leitidee 11: „Kaufkraftströme kennen keine administrativen Grenzen“ – daher ist eine regionale Einzelhandelssteuerung sinnvoll und notwendig. Letztlich sollte aber auch eine interregionale Abstimmung bei der Einzelhandelssteuerung erfolgen, da allein schon aufgrund von Pendlerverflechtungen aber auch aufgrund entsprechender Einzelhandelsangebote in angrenzenden Regionen zu Neckar-Alb starke Kaufkraftverflechtungen bestehen (vgl. bspw. das Kapitel Wettbewerbsanalyse). Vor diesem Hintergrund ist eine regelmäßige Abstimmung der angrenzenden Regionen notwendig mit dem Ziel, langfristig „Spielregeln“ für eine interregionale Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben speziell auch in den räumlich aneinandergrenzenden Gebieten zu erzielen.

Begründungen / Details / Anmerkungen:

- Gemäß einer Studie des ILS, Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, aus dem Jahr 2002 ergeben sich folgende positive Kooperationseffekte durch eine entsprechende interregionale Abstimmung

Abb. 1: Positive Kooperationseffekte



nach LADEMANN 1999 : 74

Quelle: ILS: Kooperation statt Konkurrenz? Neue Ansätze interkommunaler Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben in Nordrhein-Westfalen. Dortmund, 2002, S.4.

Wir halten als erste Ziele einer entsprechenden Abstimmung

- das Schaffen von Vertrauen,
- einen Erkenntnisgewinn über Angebote, Kaufkraftströme über regionale Grenzen hinweg und
- die Sensibilisierung für Effekte von Ansiedlungen an den „Regionsgrenzen“

für realistisch. Ist diese Basis gelegt, könnten Spielregeln für eine künftige Abstimmung entworfen werden.

- Diese **Spielregeln** könnten folgende Ansätze haben (Auswahl):
 - „Spielregel 1“: Kongruenzgebot: Nur bei Sonderformen des Einzelhandels (FOC usw.) darf das Kongruenzgebot überschritten werden. Ausnahmen bilden lediglich Ansiedlungen im Bereich der Grundversorgung und nur, wenn nachweislich eine Wiederherstellung oder Aufrechterhaltung der Nahversorgung damit verbunden ist (nicht: Optimierung). Beispiel: Ansiedlungen an nicht integrierten Standorten wie in Neckartenzlingen mit Auswirkungen auf Kommunen in der Region Neckar-Alb wären so nicht mehr möglich.
 - „Spielregel 2“: Es besteht eine Pflicht zur frühzeitigen Informationen über Ansiedlungsvorhaben ab zu definierenden Schwellenwerten bei den geplanten Verkaufsflächen.
- **Strukturelle Überlegung:** Eine Abstimmung / ein regelmäßiger Austausch sollte beispielsweise zwischen VertreterInnen der Regionalverbände (Neckar-Alb, Donau-Iller, Schwarzwald-Baar-Heuberg, Stuttgart, Nordschwarzwald) unter Mitwirkung der Regierungspräsidien sowie des Einzelhandelsverbandes und der IHKs stattfindet. Die Moderation der Treffen könnte rotierend (jeweils ein anderer Regionalverband) sein.

10.3 Räumliche Einzelhandelssteuerung

Aus den Leitideen ergeben sich klare räumliche Vorgaben für die künftige regionale Einzelhandelssteuerung. Diese sind komprimiert dargestellt in der folgenden Abbildung. Sämtliche Details und Abgrenzungen finden sich dann im folgenden Kapitel.

Abbildung: Die Zentrenstufen und weitere Standorte bei der künftigen Einzelhandelssteuerung in der Region Neckar-Alb

Schützenswerte Standorträume – Zulässigkeit von <u>großflächigen</u> Einzelhandelsbetrieben wie folgt:	Sortimente der Grundversorgung	Sonstige zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Hierarchiestufe 1: Zentrale Versorgungsbereiche („Innenstädte“) (vgl. Leitidee 1)	Ja	Ja	Ja
Hierarchiestufe 2a: Nebenzentren (betrifft ausschließlich Albstadt) (vgl. Leitidee 3)	Ja	Ja	Nein
Hierarchiestufe 2b: Grund- und Nahversorgungszentren (vgl. Leitidee 3)	Ja	Nein	Nein
Sonstige integrierte Standortlagen (z.B. Wohngebietslage)	Ja, wenn Kriterien unter Leitidee 4 eingehalten werden	Nein	Nein
Standorte außerhalb der Hierarchiestufen 1 und 2 sowie außerhalb sonstiger integrierter Lagen (vgl. Leitidee 3)	Grundsätzlich nein, Ausnahmen s. Leitidee 4	Nein	Nein, außer in Ergänzungsstandorten, wenn Vorhaben unschädlich und eingepasst in zentralörtliches System

Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.

Teil F: Instrumente / Umsetzung



11 Zentrale Versorgungsbereiche

11.1 Abgrenzungskriterien

11.1.1 Abgrenzungskriterien für die zentralen Versorgungsbereiche (Hierarchiestufen 1 und 2a)

Gemäß Leitidee 1 und Leitidee 3 wurden bei den Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche in Abstimmung mit der AG Wirtschaft nicht nur städtebauliche Kriterien, welche die aktuelle Vor-Ort-Situation in einer Kommune erfassen, berücksichtigt. Es wurden vielmehr – um nicht nur Schutz, sondern auch Entwicklung der Ortskerne zu ermöglichen – Potenzialfläche für künftige Einzelhandelsansiedlungen im Ortskern berücksichtigt, um den Kommunen tatsächlich eine Entwicklung der Innenstädte zu ermöglichen und dann aber auf Seiten der Raumordnungsbehörden bei künftigen Ansiedlungsvorhaben auch restriktiv agieren zu können, sofern diese eben nicht im zentralen Versorgungsbereich liegen. Folgerichtig wurde bei der Abgrenzung zwischen „Standardkriterien“, die letztlich die Ist-Situation bei der Abgrenzung berücksichtigen, und Kriterien einer „perspektiven Innenstadt“ unterschieden:

1) Standardkriterien = Kriterien, die die aktuelle Lebenswirklichkeit erfassen und damit eine Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches auf Basis der heutigen Situation ergeben:

- **Angebotsdichte und Nutzungsvielfalt:** Einzelhandelsbesatz, ergänzt aber auch um Gastronomie- und Dienstleistungseinrichtungen, auch öffentlicher Versorgungseinrichtungen = Durchgängigkeit des Geschäftsbesatzes bzw. Dichte des Besatzes an solchen Einrichtungen in Erdgeschosslage (entspricht BVerG, Urteil v. 11.10.2007 – 4 C 7/07)
- **Fußläufige Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen** innerhalb des zVB, auch in Bezug auf die Stadtgröße (entspricht BVerG, Urteil v. 17.12.2009 – 4 C 1/08)
- **Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen** (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen) **für alle Verkehrsarten** (v.a. auch ÖPNV, Fußgänger, Individualverkehr)

- **ÖPNV-Erreichbarkeit** (Nachweis über die Nähe zur nächsten Bahn- / Bushaltestelle)
- **Passantenfrequenz** (= Berücksichtigung von tatsächlichen Laufwegen von Passanten)
- **„Laufplatzqualität“¹⁹ und Aufenthaltsqualität**, auch Stadtbildqualität bzw. städtebauliches / architektonisches Erscheinungsbild sowie Gestaltung des öffentlichen Raumes
- **Kompaktheit der Bebauung**²⁰
- **Frequenzwirkung** durch einzelne großflächige Einzelhandelsbetriebe (**Magneten**)²¹
- **Barrieren als Begrenzung** (Bahnlinien, Flüsse, Straßen usw.)

2) Zusätzlich zu den Standardkriterien wurden zusätzliche Kriterien definiert, die einen nach den Standardkriterien abgegrenzten zVB ggf. modifizieren, insbesondere räumlich ausweiten können:

- **Entwicklungsflächen für großflächige Einzelhandelsansiedlungen** mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind nachweislich und aktuell und mittelfristig (3-5 Jahre) **im zVB nicht verfügbar**. Der modifizierte Bereich des zVB stellt damit quasi einen „perspektiven zVB“ dar. Im Übrigen müssen diese Entwicklungsflächen **im unmittelbaren räumlichen Kontext zum tatsächlich, nach Standardkriterien nachweisbaren zVB** stehen.
- Die **Zentralität der Standortgemeinde ist unterdurchschnittlich**.

¹⁹ Meint die städtebauliche Attraktivität von Straßen / Wegen innerhalb der vermeintlichen Innenstadt. Beispiel: Trotz fehlendem Einzelhandelsbesatz kann eine Straße / ein Weg durch Bepflasterung, Sitzgelegenheiten usw. gestaltet sein. Würde dieser Indikator nicht berücksichtigt werden, wäre dieser Bereich nicht zum zentralen Versorgungsbereich zu zählen.

²⁰ Beschreibt, ob – für eine Innenstadt typische – dichte Bebauung mit mehrgeschossigen Gebäuden vorherrscht. Bedeutet dann aber auch: Sollten zunehmend bauliche Lücken auftreten und die Geschossigkeit abnehmen, gehört dieser Bereich nicht mehr zur Innenstadt.

²¹ Selbst, wenn ein vorhandener großflächiger Einzelhandelsbetrieb aufgrund fehlender Kompaktheit der Bebauung und weiterer städtebaulicher Kriterien nicht mehr zur Innenstadt zu zählen wäre, kann es dennoch sinnvoll sein, diesen Betrieb formal in den zentralen Versorgungsbereich zu integrieren, wenn er aufgrund seines Angebotes Magnetwirkung entfalten, d.h. überdurchschnittlich viel einzelhandelsrelevante Kaufkraft anzieht, und ggf. sogar durch Kopplungskäufe andere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe befruchtet.

- Soll ein zVB räumlich um einen oder mehrere Standorte bzw. räumliche Bereiche ausgeweitet werden, **bedarf es zwingend einer städtebaulichen Gesamtkonzeption** für den so neu entstehenden gesamten zVB, aus der folgende Funktionen mindestens hervorgehen müssen:
 - o Räumliche Funktionsbereiche und damit Lageprofile (Einzelhandelsbereiche, Gastronomiebereiche, Bereiche mit Wohnraumnutzung usw.) sowie deren Entwicklung,
 - o städtebauliche Verknüpfungen dieser Bereiche insbesondere zwischen zVB nach Standardkriterien und den gewünschten zusätzlichen räumlichen Bereichen,
 - o möglichst Nachweis fehlender Brachflächen.

11.1.2 Abgrenzungskriterien für die Grund- und Nahversorgungszentren (Hierarchiestufe 2b) als weitere Form der zentralen Versorgungsbereiche

Gemäß Leitidee 3 wurden in größeren Stadt- bzw. Ortsteilen von Zentralen Orten Grund- und Nahversorgungszentren abgegrenzt, in denen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit grundversorgungsrelevantem Hauptsortiment grundsätzlich ohne Einzelfallprüfung zulässig sein sollen. Dabei wurden aktuell Zentren in Stadtteilen abgegrenzt, die bereits heute einen entsprechenden Bestand aufweisen. Hierfür wurden folgende Abgrenzungskriterien in Abstimmung mit der AG Wirtschaft definiert:

- **Bestehender Grundversorgungsstandort** mit Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete
- **Möglichst gewachsener Ortskern** (Also kein Fachmarktzentrum)²²
- Leistungsfähiger **Lebensmittelmarkt** muss vorhanden sein

²² Der Zusatz „möglichst“ soll aufzeigen, dass auch ein in den 1960er/1970er Jahren errichteter Stadtteil mit den damals typischen, räumlich zentral angeordneten Versorgungseinrichtungen als Grundversorgungszentrum in Frage kommen kann, obwohl es sich nicht um ein historisch gewachsenen Ortskern handelt. Dies trifft beispielsweise auf Stadtteile im Oberzentrum Tübingen zu.

- Lebensmittelmarkt soll umgeben von mehreren ergänzenden Einzelhandelsbetrieben sein (beispielsweise auch Ladenhandwerk)
- Dazu auch **Dienstleistungszentrum**, also ergänzt um Post, Ärzte, Gastronomie usw.
- **Städtebaulich integrierte Lage**
- **Erreichbarkeit**: fußläufig und mit ÖPNV sollte gegeben sein
- Ausreichende **Einwohnerzahl** im Umfeld, also überwiegende Kaufkraftbindung aus dem direkten Umfeld

Die Abgrenzungskriterien orientieren sich am aktuellen Bestand und an den gegebenen Potenzialen in den Stadtteilen. Ergänzende Ausweisungen zu den angeführten Grund- und Nahversorgungszentren sind aus gutachterlicher Sicht bei weiteren Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in den integrierten Lagen der größeren Ober- und Mittelzentren durchaus möglich. Voraussetzung ist hier entsprechend der Kriterien ein gewachsenes Ortszentrum, das neben der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (> 200 m² Verkaufsfläche) ergänzende Einzelhandels- (Lebensmittelhandwerk, Zeitschriften, Drogeriewaren, Apotheke) und Dienstleistungsnutzungen aufweist. Ferner ist eine vorwiegende Nahversorgungsfunktion, also ein ausreichendes Kaufkraftpotenzial im Stadtteil, nachzuweisen.

11.1.3 Abgrenzungskriterien für Ergänzungsstandorte

Folgende Abgrenzungskriterien wurden gemäß Leitidee 2 und in Abstimmung mit der AG Wirtschaft für die Ergänzungsstandorte definiert:

- **Keine Beschränkung auf eine Höchstzahl** (z.B. Beschränkung auf einen Ergänzungsstandort pro Mittelzentrum). Die Zahl und Dimensionierung der Ergänzungsstandorte für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel (Kernsortiment) muss sich aber **nachweislich am aktuellen und absehbaren langfristigen (5-10 Jahre) Ansiedlungspotenzial (nicht zentrenrelevante Sortimente) orientieren** → Verhältnismäßigkeit

- **Einbindung des Ergänzungsstandortes in eine längerfristige (Betrachtungszeitraum ab 5 Jahre) Einzelhandelskonzeption**, aus der strategische Überlegungen zur Inwertsetzung der (potenziellen) Ergänzungsstandorte hervorgehen, beispielsweise:
 - o Angedachtes Standortprofil für den Ergänzungsstandort (Möbel? Baumarktsortimente? usw.),
 - o marktgebietsorientierte Überlegungen (Beispiel: Räumliche Abdeckung eines Gebietes, das bisher von der Standortgemeinde nachweislich noch wenig versorgt wurde).
- **Bereich mit vorhandenem Siedlungsansatz und/oder bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben → Konzentration**
- **Gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes** (MIV und ÖPNV)
- Im Übrigen zwingend erforderlich: **Kein Widerspruch zu sonstigen regionalplanerischen Regelungen.**

Auf Basis dieser Kriterien wurden für die Zentralen Orte in der Region Neckar-Alb die folgenden Abgrenzungen getroffen. Die jeweiligen Begründungen für die Abgrenzung auf Basis der Kriterien sind ebenfalls dokumentiert. Hierbei ist nochmals zu betonen, dass diese Standorte nur Bereiche darstellen, in denen solche Ansiedlungen grundsätzlich möglich wären. Ob sie tatsächlich zulässig sind, muss in einer Einzelfallprüfung (beispielsweise Auswirkungsanalyse und Bewertung anhand der raumordnerischen Prüfkriterien) nachgewiesen werden.

11.2 Abgrenzungen zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte (inkl. Begründungen)

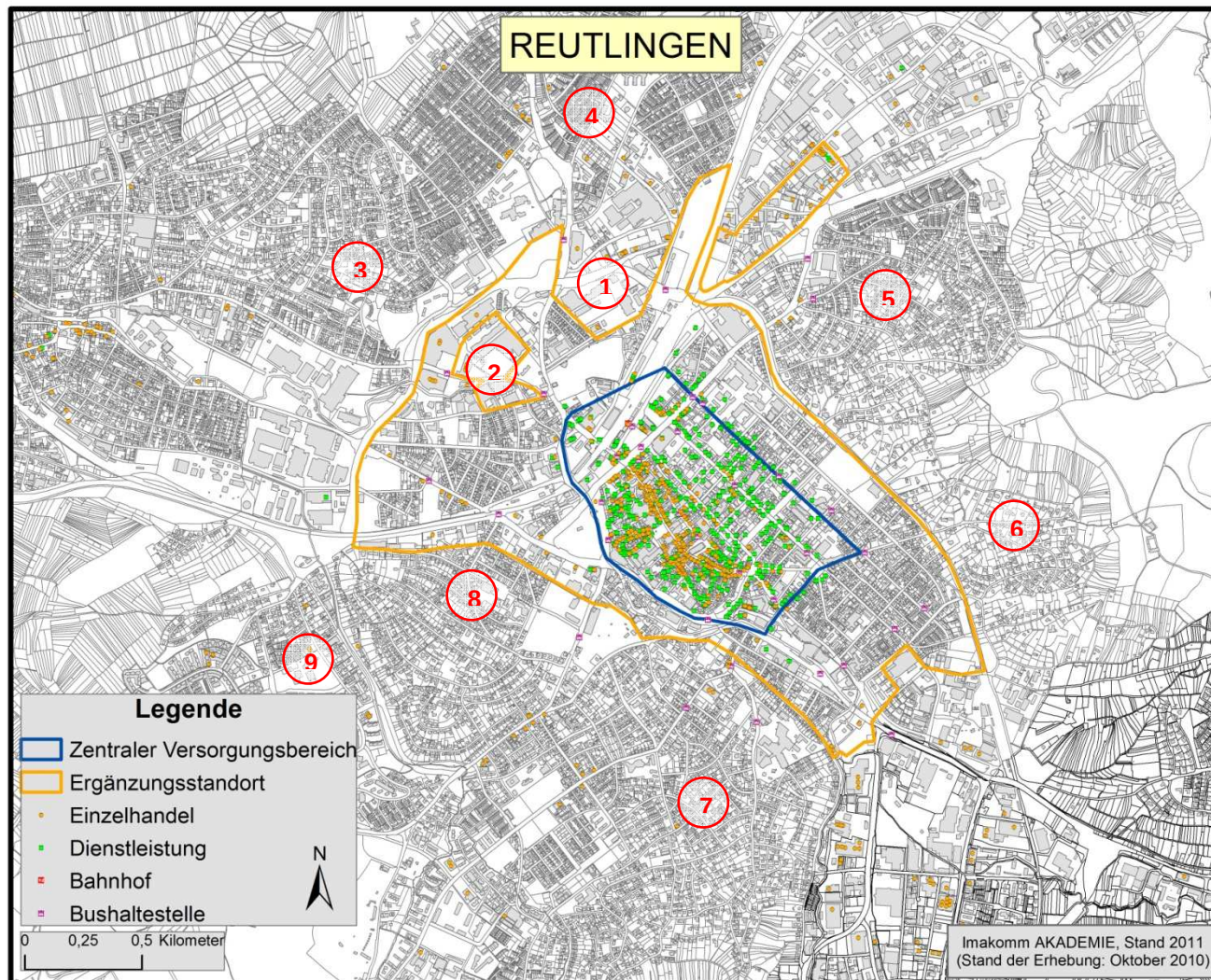
11.2.1 Oberzentren

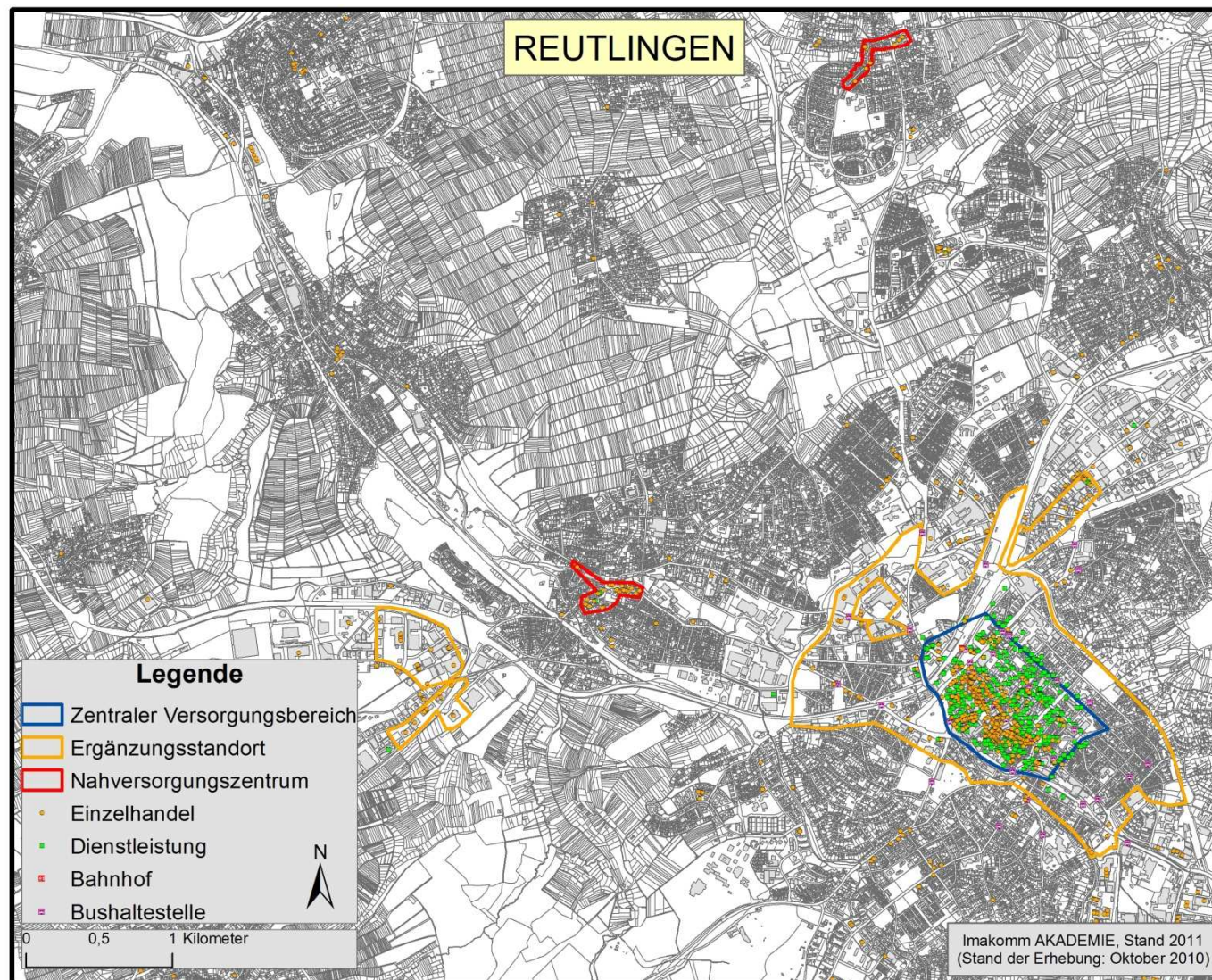
Oberzentrum Reutlingen	
vorliegende Abgrenzung	Abgrenzung des Zentren- und Märktekonzeptes Reutlingen, Bausteine zur Stadtentwicklung 2, Broschüre Nr. 76 des Stadtplanungsamtes Reutlingen
Änderungen	Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs wurde in weiten Teilen übernommen, Änderungen sind nur aufgrund von baulichen Strukturen und Grundstücksgrenzen zu erklären. Die Ergänzungsstandorte wurden weitestgehend an das bestehende Konzept angelehnt, diese Abgrenzungen befinden sich aktuell noch in der Abstimmungsphase
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Innenstadt von Reutlingen umfasst den städtebaulich gesehenen Altstadtbereich, innerhalb dessen im Bereich der Wilhelmstraße die Haupteinkaufslage zu verorten ist. Hier konzentrieren sich im Umfeld des Marktplatzes die größten Magnetbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. Bekleidung). Dieser Bereich ist in weiten Teilen als Fußgängerzone ausgewiesen. Aufgrund des Einzelhandelsbesatzes und der direkten Verbindung sind auch die nordöstlich angrenzenden Straßenzüge zur Innenstadt zu zählen, so dass die Begrenzung erst mit der Bismarckstraße erfolgt, da die innerstädtischen Nutzungen an dieser Stelle bereits deutlich zurückgehen und sich hier durch den erhöhten PKW-Verkehr auch Barrierewirkungen und nur noch geringe fußläufige Austauschbeziehungen ergeben (abnehmende Lauflagequalität). Auch nach Südosten sind die Begrenzungen anhand der Nutzungen festzulegen, da südöstliche des Leonhardsplatzes eine immer stärker werdende Wohnnutzung festzustellen ist, so dass die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs erfolgt, hier aber vorhandene öffentliche Einrichtungen noch einbezieht. Im südwestlichen und westlichen Bereich ergeben sich die Begrenzungen der Innenstadt v.a. durch verkehrliche Barrieren, mit dem Verlauf der B 312 und auch der Bahntrasse im Westen. Der Bahnhofsbereich ist trotz der Trennwirkung der Karlstraße mit in die Innenstadt einzubeziehen, da sich dort hohe Lauffrequenzen zum wichtigsten ÖPNV-Knotenpunkt von Reutlingen ergeben. Besondern im Bereich der abgegrenzten Innenstadt ist das Haltestellennetz des RSV (Reutlinger Stadtverkehr) sehr ausgeprägt. Besonders die Haltestelle ‚Stadtmitte‘, an der zehn verschiedene Buslinien abfahren, und die Haltestellen rund um den Bahnhof sind zentrale Ein- und Aussteigepunkte in Reutlingen und müssen deshalb unbedingt dem Innenstadtbereich zugerechnet werden. Insgesamt sind im Innenstadtbereich und in unmittelbarer Nähe (weniger als 200 Meter Entfernung) 16 Haltestellen des RSV zu finden. Daneben können durch die Anbindung an den Bahnhof weiter entfernte Orte erreicht werden. Außerdem gibt es Regiobusse des RSV und Regiobusse des RAB (DB ZugBus Regionalverkehr Alb-Bodensee), die Haltestellen in der Reutlinger Innenstadt mindestens einmal pro Stunde bedienen. Die mehr als zehn Stadtlinien fahren die innerstädtischen Haltestellen jeweils alle 20 Minuten an. Daneben verkehren mindestens zwei Linien pro Haltestelle, was bedeutet, dass jede Haltestelle mindestens sechsmal pro Stunde angefahren wird. Außerhalb des abgegrenzten Zentralen

	Versorgungsbereichs sind weitaus weniger Haltestellen zu finden, so dass die Fußwege hier 200 Meter deutlich übersteigen.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Potenzialflächen, die in Reutlingen als perspektivische Innenstadt zu bewerten sind, finden sich im Bereich der City Nord. Eine städtebauliche Entwicklung wurde hier anhand eines Planungswettbewerbs im Jahr 2010 konkretisiert. Hierbei soll in diesem Bereich eine erhöhte Aufenthaltsqualität geschaffen werden sowie eine verbesserte Anbindung an die Innenstadt erfolgen. Diese Anstrengungen sind in der perspektivischen Abgrenzung zu berücksichtigen, da in der restlichen Innenstadt Flächenpotenziale für großflächigen Handel nur eingeschränkt zu realisieren sind, so dass für die Stärkung des Oberzentrums hier zusätzliche Flächen zu Verfügung stehen.
Abgrenzung Grundversorgungszentren	Als Grund- und Nahversorgungszentren wurden die Stadtteilzentren von Betzingen und auch von Rommelsbach ausgewiesen. In diesen Stadtteilen besteht ein ausreichendes Einwohnerpotenzial für eine eigene auch großflächige Nahversorgung und gleichzeitig aber auch eine heute schon bestehende gewachsene Angebotsstruktur, die aufgrund der Nutzungsmischung als innerstädtische Struktur eingestuft werden kann.

Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Die Abgrenzung der Ergänzungsstandorte orientiert sich grundsätzlich an der Strategie des kommunalen Einzelhandelskonzeptes von Reutlingen. Demnach ist die Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten Sortimenten v.a. in der Kernstadt vorgesehen, Gewerbegebietslagen sind weitestgehend ausgeschlossen (= „auch nicht zentrenrelevanter Einzelhandel soll möglichst nah an die Innenstadt herangeführt werden“). Neben der Berücksichtigung von zwei dezentralen Standortbereichen im GE West und im GE In Laisen, die heute eingeführte Einzelhandelslagen darstellen, wurde im kommunalen Einzelhandelskonzept vor diesem Hintergrund quasi ein Ring um die Innenstadt gezogen, der heute durch gewerbliche und gemischte Nutzungen geprägt ist und somit grundsätzlich für Einzelhandelslagen in Frage kommt. Hier soll nicht zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden. Eingliederung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes von Reutlingen in das reZuMK. Selbstverständlich ist es explizites Ziel des reZuMK, bestehende kommunale Steuerungskonzepte soweit als möglich zu integrieren. Die Schwierigkeit dabei: Letztlich verfolgt ein regionales Einzelhandelskonzept den Ansatz der Ausweisung einzelner Vorbehaltsgebiete für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel unter Ausschluss aller weiteren Gebiete (= „negative Standortplanung“ in Form von konkreten Ergänzungsstandorten). Das Reutlinger Einzelhandelskonzept verfolgt hingegen den Ansatz einer „positiven Standortplanung“, d.h. es wird generell ein sehr weitläufiger, flächenhafter Ring um die Innenstadt als möglicher Standortraum definiert, in dem dann ggf. Ansiedlungen möglich sind. Explizite Standorte werden dabei auf dieser konzeptionellen Ebene von der Kommune nicht ausgewiesen. Ob eine Ansiedlung in diesem Standortraum dann tatsächlich gewollt bzw. genehmigungsfähig wäre, wird „erst später“ auf der konkreten Bebauungsplanebene entschieden. Der Standortraum enthält damit auch Gebiete, die in der unverbindlichen / vorbereitenden Bauleitplanung (Flächennutzungsplan) als Einzelhandelsstandorte für großflächigen Einzelhandel zunächst nicht in Fragen kommen (Wohngebiete und Sonderbauflächen). Wir halten den Grundansatz Reutlingens für richtig (Konzentration auch des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels möglichst in Nähe der Innenstadt). Daher wurde bei der regionalplanerischen Abgrenzung des Ergänzungsstandortes in der Kernstadt wie folgt vorgegangen: ▪ Dem „Ringansatz“ Reutlingens wird grundsätzlich gefolgt, er wird also beibehalten ▪ Einige Bereiche dieses Rings gemäß kommunalem Einzelhandelskonzept wurden für die regionalplanerische Abgrenzung des Ergänzungsstandortes jedoch nicht berücksichtigt, d.h. ausgeklammert; Begründung: Nachweislich beinhaltet der „kommunale Ring“ Bereiche, die auch künftig ausschließlich Wohnbereiche bleiben werden (beispielsweise Hanglagen an der Achalm); diese Bereiche wurden aus dem Ring herausgenommen und im regionalplanerischen Ergänzungsstandort nicht berücksichtigt; als Grenzen bei diesen Bereichen wurden städtebauliche Barrieren (größere Straßen) berücksichtigt. Zudem wurden Bereiche ausgeklammert, die ebenfalls langfristig andere Nutzungen als Einzelhandel vereinen werden, beispielsweise der Bereich Hochschule. ▪ Ergebnis: Damit ergibt sich ein nach Gebieten abgegrenzter Ergänzungsstandort für Reutlingen, der den Grundansatz der kom-
---------------------------------------	---

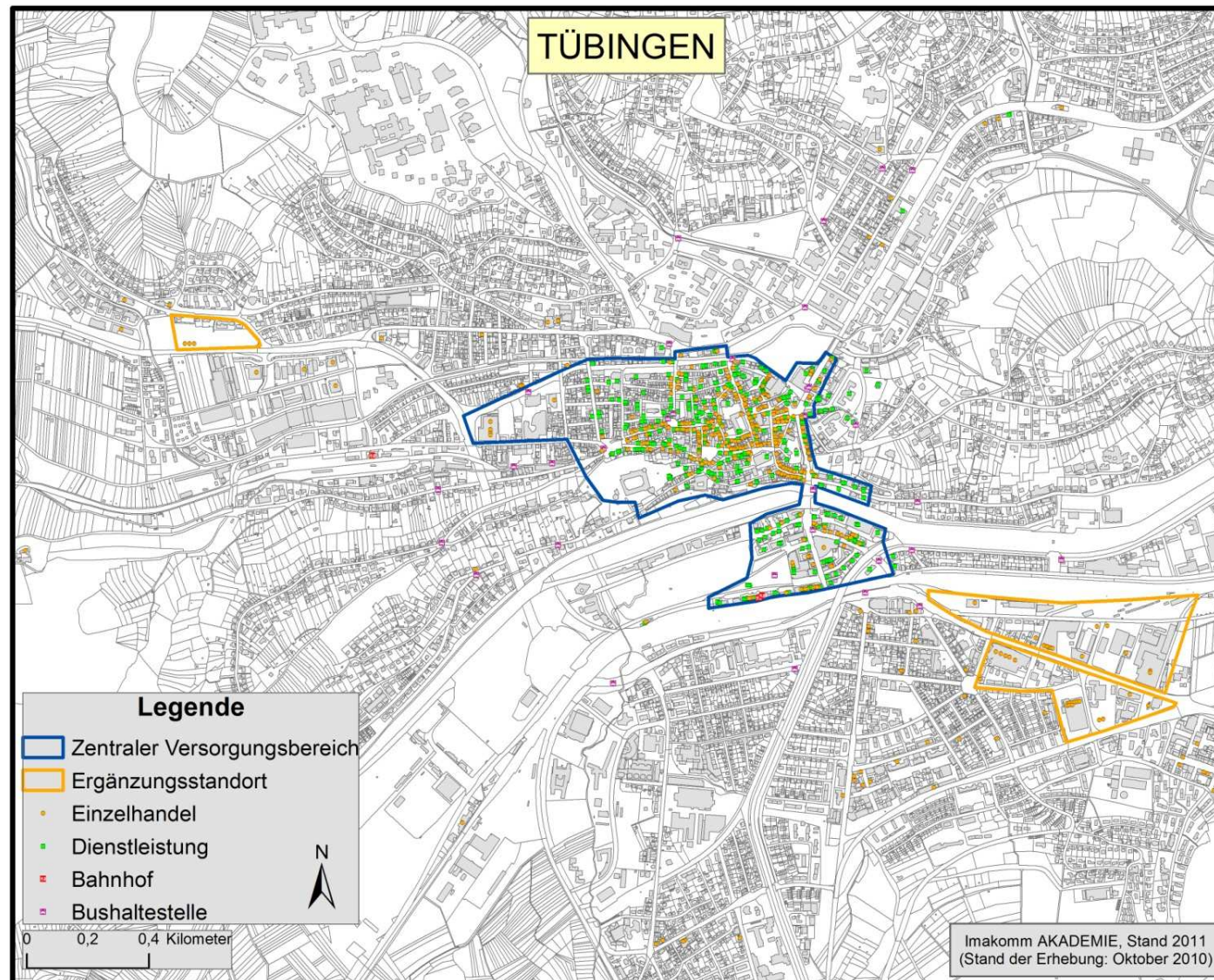
	munalen Steuerung des Oberzentrums übernimmt, gleichzeitig aber die Ausweisungslogik der regionalen Steuerung anwendet und hierfür ausschließlich Gebiete nicht mit berücksichtigt, die auch auf kommunaler Ebene langfristig einer Einzelhandelsnutzung nicht zugeführt werden dürften. Die folgende Karte zeigt die Abgrenzung des Ergänzungsstandortes und verweist mit der Nummerierung auf Gebiete, die im Vergleich zum kommunalen Einzelhandelskonzept im regionalen Vorbehaltsgebiet nun nicht mehr berücksichtigt werden. Hinter den Nummern findet sich jeweils stichwortartig die Begründung für die Nicht-Berücksichtigung: 1: laut kommunalem Einzelhandelskonzept ist Einzelhandel hier ausgeschlossen 2: laut kommunalem Einzelhandelskonzept ist Einzelhandel hier ausgeschlossen 3: Klares Wohngebiet (Römerschanze) 4: Klares Wohngebiet 5: klares Wohngebiet (Achalm), auch topografisch für großflächigen Einzelhandel ungeeignet 6: Klares Wohngebiet (Scheibenberg) 7: Wohngebietslage, Sonderflächen für Gemeinbedarf 8: klares Wohngebiet (Hohbuch) 9: Bereich Hochschule, Stadion, usw. Eine Abweichung von der Abgrenzung des Ergänzungsstandortes des reZuMK im Rahmen der Übernahme von Festlegungen in den Regionalplan sollte innerhalb der von der imakomm AKADEMIE vorgelegten Abgrenzung speziell in Reutlingen möglich sein, sofern die Regelungen des regionalen Zentren- und Märktekonzeptes sowie die Regelungen des Landesentwicklungsplans (v.a. keine Gefährdung der Stadt- und Ortskerne) im Übrigen eingehalten werden. Begründung: Die Stadt Reutlingen verfolgt mit der im kommunalen Einzelhandelskonzept getroffenen Abgrenzung des Ergänzungsstandortes für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel eine Steuerung des Einzelhandels, der inhaltlich die Grundgedanken und Regelungen des reZuMK aufgreift. Zudem soll durch die kommunale Einzelhandelssteuerung in Reutlingen künftig sogar eine räumlich starke Anbindung auch des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels an die Innenstadt bzw. zumindest der Kernstadt erfolgen, um so künftige Ansiedlungen in nicht integrierten Lagen bzw. städtebaulichen Randlagen noch stärker zu minimieren, als es die Regelungen des reZuMK ansonsten vorsehen. Dieses Vorgehen ist ausdrücklich zu begrüßen.
--	--

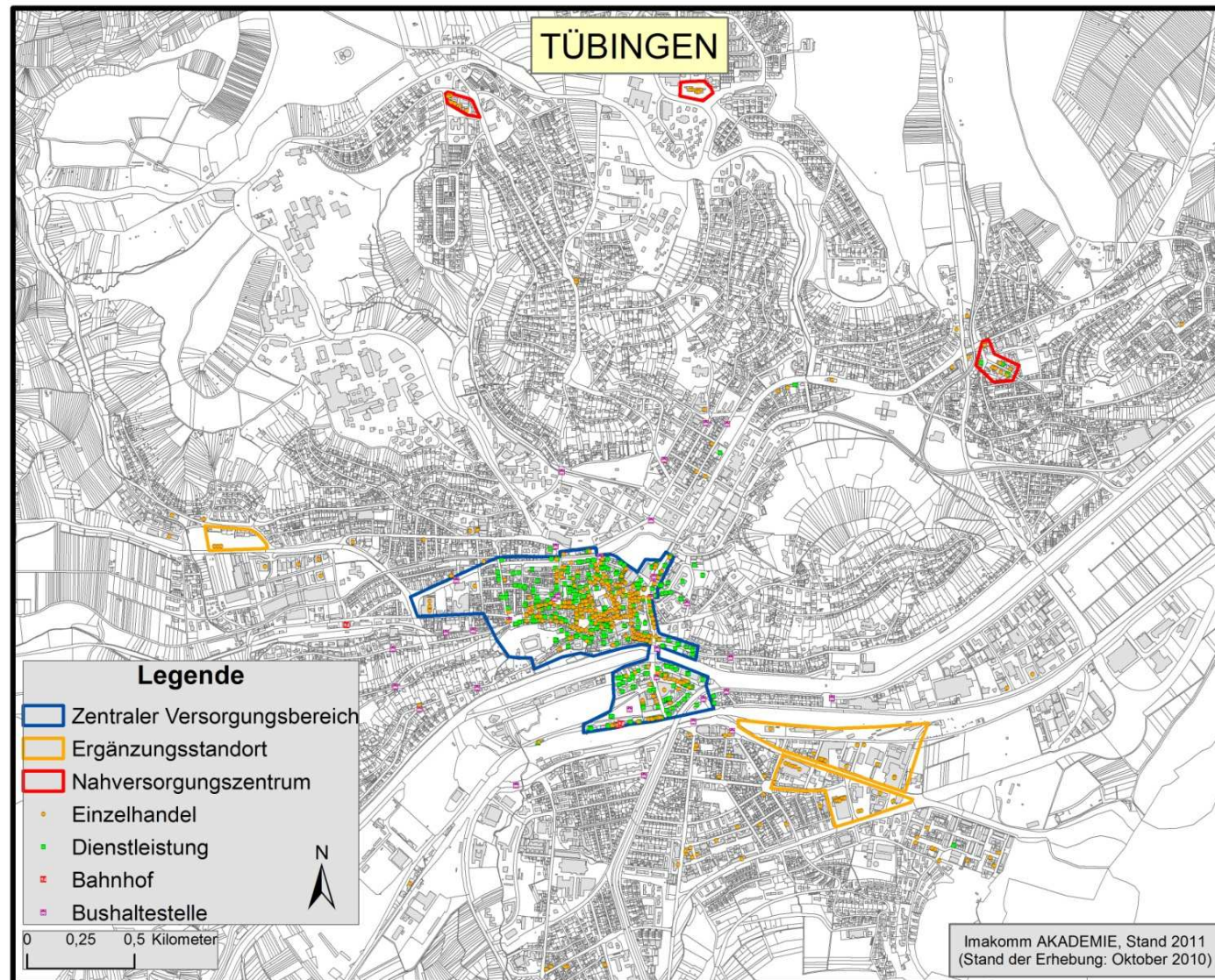




Oberzentrum Tübingen	
vorliegende Abgrenzung	Abgrenzung des Stadtplanungsamtes Tübingen vom 16.04.2010
Änderungen	Der abgegrenzte Bereich Altstadt und südliches Stadtzentrum wurde in weiten Teilen für die Abgrenzung übernommen, es haben sich nur untergeordnete Ergänzungen ergeben.
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Der zentrale Versorgungsbereich von Tübingen umfasst zum einen den Altstadtbereich, der letztlich über die historische Baustruktur abzugrenzen ist. Nach Süden und Norden ergeben sich durch die Flussläufe und auch im Norden durch die stark befahrene Rümelinstraße Barrierewirkungen, die eine weitere Ausweitung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt verhindern. Der Einzelhandelsbesatz ist in der Altstadt auch bedingt durch die bauliche Struktur vorrangig kleinteilig, weist aber eine hohe Dichte an Einzelhandels- und sonstigen innenstadttypischen Nutzungen auf. Im Osten und Westen erfolgen die Begrenzungen auch durch einen deutlichen Rückgang des Einzelhandelsbesatzes, so dass im Osten noch die Mühlstraße und ein Teil der Wilhelmstraße Berücksichtigung finden und im Westen im Bereich der Seelhausgasse und in Höhe des Schlosses eine Begrenzung der Innenstadt vorhanden ist. Weiterhin ist das sogenannte „Zinser-Dreieck“ zu beachten, das zwar räumlich durch den Neckar separiert zur Altstadt gelegen ist, aber v.a. wichtige Magnetbetriebe im Einzelhandelssektor in sich vereint. Dazu sind in diesem Bereich der Tübinger Hauptbahnhof und der zentrale Omnibusbahnhof gelegen, so dass starke Laufbeziehungen auch zur Altstadt gegeben sind. Dieser Bereich schließt im Westen den Bahnhof mit ein und wird im Süden und Osten durch die Hauptverkehrsachsen begrenzt, die eine deutliche Barrierewirkung darstellen. Diese Bereiche weisen auch die größte Aufenthaltsqualität auf, wobei diese in den Bereichen der Fußgängerzone innerhalb der Altstadt am deutlichsten gegeben sind. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs wird durch das SVT-Liniennetz (Stadtverkehr Tübingen) bestätigt. Im Bereich rund um den Bahnhof sind diverse Buslinien mit sehr hohen Taktzeiten zu finden. Der östliche Innenstadtteil wird auch durch einige Buslinien bedient und ist somit gut zu erreichen. Der westliche Teil mit der Westbahnhofstraße als Abgrenzung wird durch verschiedene Haltestelle, die auch am Rand der Innenstadt liegen, ebenfalls gut per ÖPNV erschlossen.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Aufgrund der topografischen Verhältnisse sowie der kleinteiligen historischen Strukturen der Innenstadt von Tübingen, die grundsätzlich eine hohe Aufenthaltsqualität und auch einen wichtigen touristischen Anziehungspunkt darstellen, sind die Flächenpotenziale als gering einzustufen. Vor diesem Hintergrund ist der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt im Westen auf den Einzelhandelsstandort am Schleifmühlweg auszuweiten. Auch wenn in diesem Bereich ein hoher Anteil an Autokunden zu verzeichnen ist, weist der Standort die größtmögliche Innenstadtnähe auf und stellt somit einen sinnvollen, ergänzenden Potenzialstandort dar, um auch der zentralörtlichen Funktion als Oberzentrum nachkommen zu können, da Tübingen heute noch in einigen Bereichen Angebotsdefizite aufweist (vgl. Ansiedlungspotenziale). An dieser Stelle wird ferner bereits heute eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Weststadt übernommen. Für eine weitere Verbesserung der Kopplung mit der Innenstadt ist im Bereich Rappstraße (Milchwerk) eine Entwicklung im Einzelhandelssektor denkbar. Da das Oberzentrum Tübingen in mehreren Sortimenten aktuell eine eher unterdurchschnittliche Ausstattung aufweist, sind Ergänzungsflächen für die Tübinger Innenstadt wichtig für die weitere Stärkung der heutigen zentralörtlichen Funktion. Weiterhin ist der östliche Bereich des „Zinser-Dreiecks“ jenseits der Steinlach in die Abgrenzung einbezogen worden, da dort noch Flächenpotenziale vorhanden sind, die sich in direktem Anschluss an die Innenstadt befinden.

Abgrenzung Grundversorgungszentren	In Tübingen wurden ferner Grund- und Nahversorgungszentren im Bereich Lustnau, Waldhäuser Ost und in der Wanne ausgewiesen. Diese Bereiche stellen heute im Norden von Tübingen die wichtigsten Nahversorgungsstandorte dar, die ein hohes Einwohnerpotenzial im Umfeld aufweisen und hier in integrierter Wohnlage zu finden sind. Die gewachsenen Strukturen als ein Abgrenzungskriterium sind hier zwar nur teilweise gegeben, da es sich aber um einheitliche Einzelhandelsagglomerationen mit klarer Nahversorgungsfunktion für den jeweiligen Orts- bzw. Stadtteil handelt, und die Zentren in Waldhäuser Ost sowie Wanne klar integriert sind, kann eine Abgrenzung von Stufe 2b dennoch erfolgen.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Ergänzungsstandort stellt in Tübingen der im Südosten der Innenstadt befindliche Bereich nördlich und südlich der Reutlinger Straße (B28) dar. Hier ist heute die höchste Dichte an Einzelhandelsbetrieben in dezentraler Gewerbegebietslage zu finden, so dass sich eine Entwicklung vorrangig auf diesen Standort beziehen sollte. Auch in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind in Tübingen noch Entwicklungspotenziale vorhanden, so dass gewisse Flächenreserven in die Planungen mit einzubeziehen sind. Als weiterer Ergänzungsstandort ist das Gewerbegebiet im Nordosten der Kernstadt, zwischen Herrenberger Straße (B28) und Hagellocher Weg zu benennen. Dort besteht bereits eine Einzelhandelsagglomeration, die auf diese Weise sinnvoll ergänzt werden kann. Dieser verkehrlich ebenfalls gut erreichbare Standort stellt eine sinnvolle Ergänzung dar, da somit auf beiden Stadtseiten ein Ergänzungsstandort vorhanden ist, so dass das Umland hier von beiden Seiten bedient werden kann.

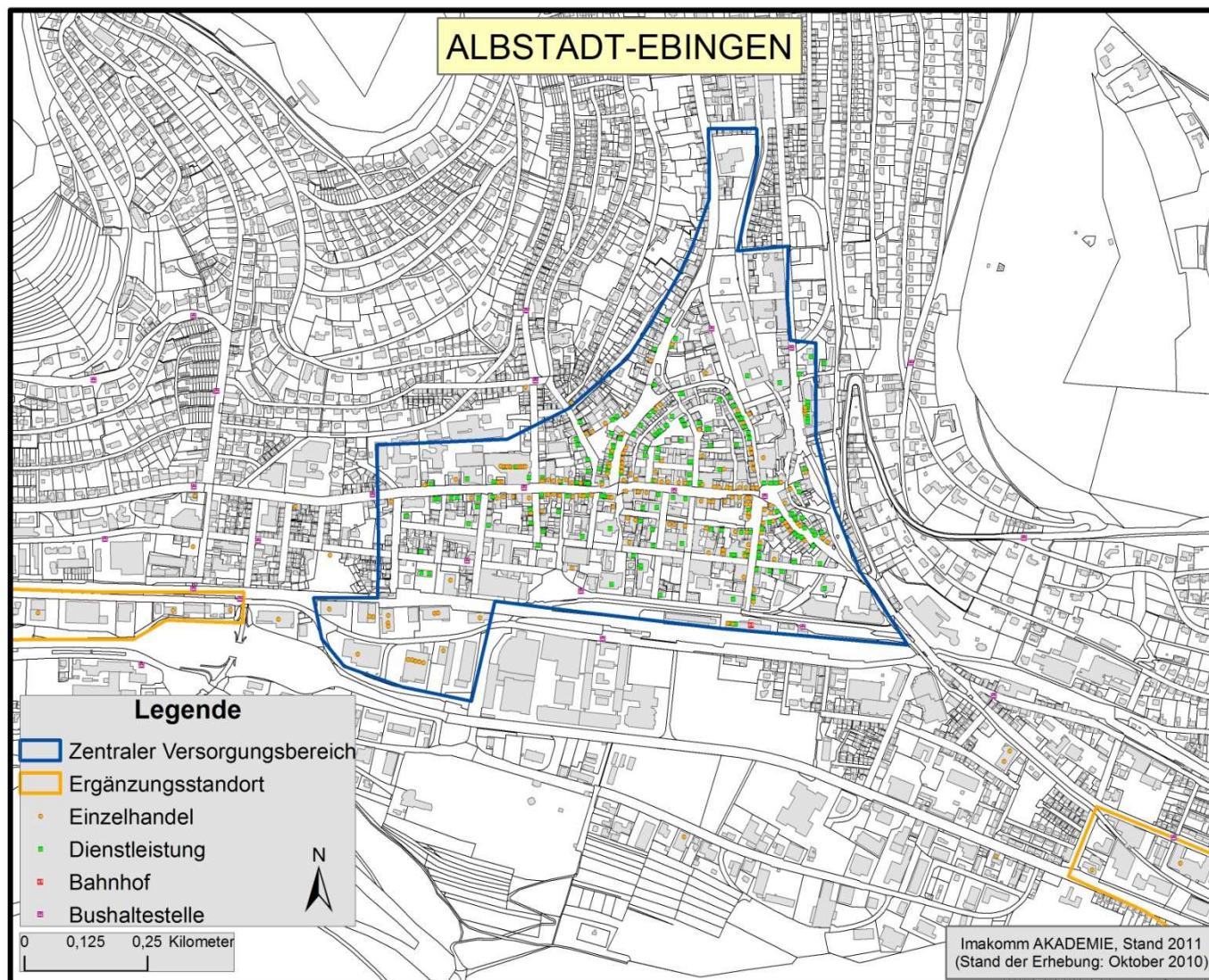


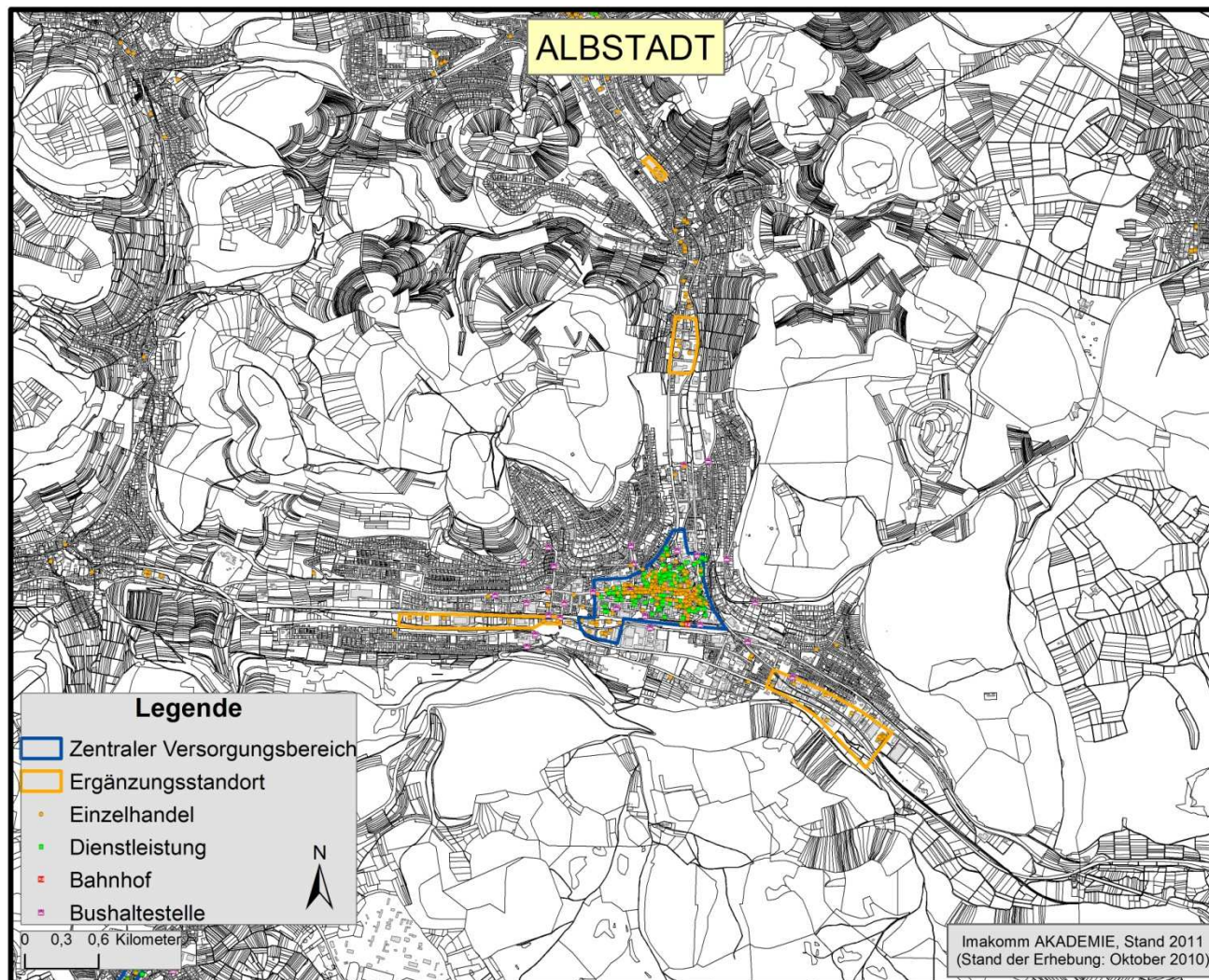


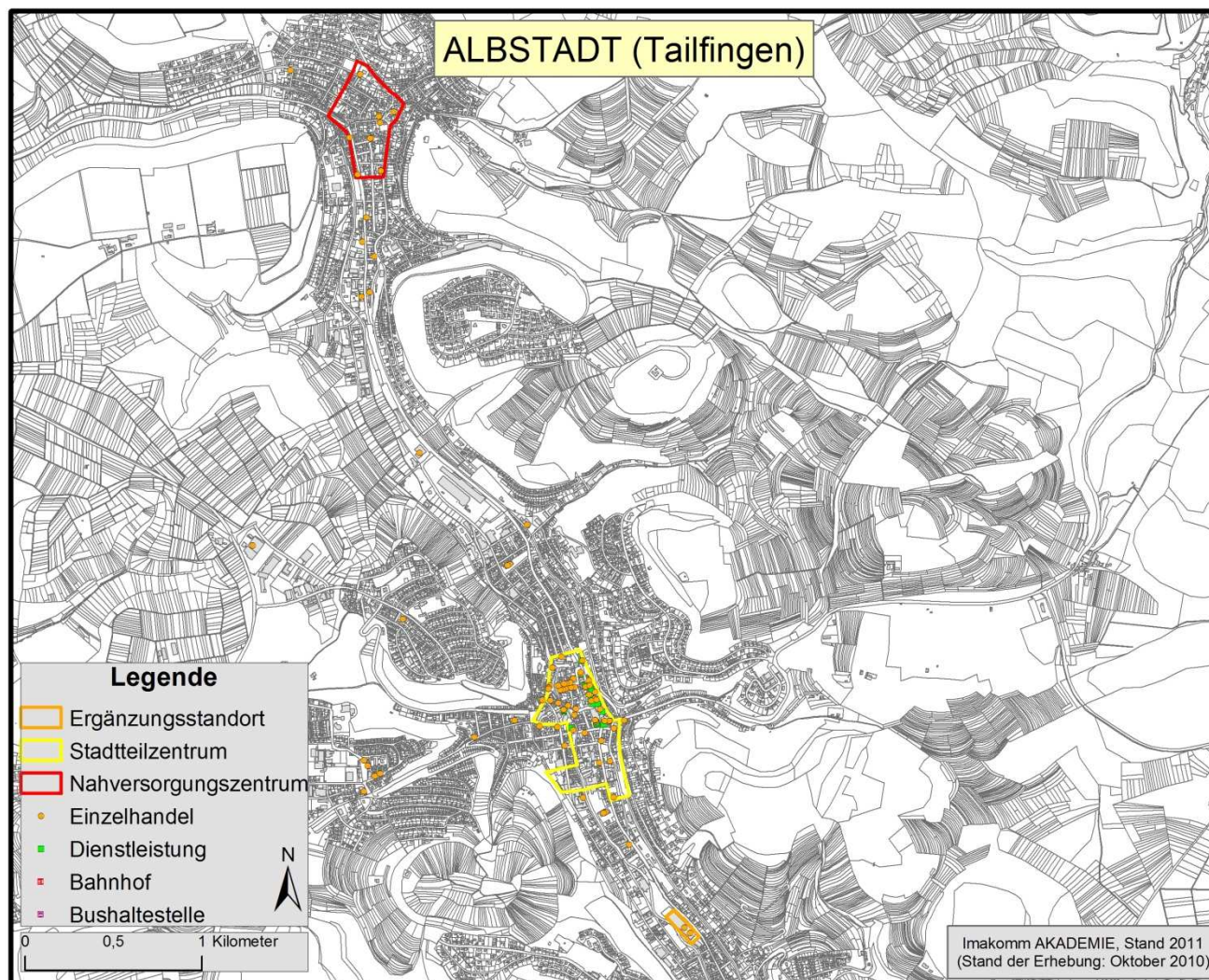
11.2.2 Mittelzentren

Mittelzentrum Albstadt	
vorliegende Abgrenzung	Nach Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2009
Änderungen	Diese Abgrenzung wurde im Rahmen der Erarbeitung des regionalen Zentren- und Märktekonzeptes in Abstimmung mit der Stadt Albstadt deutlich verkleinert und einer Einführung von Hierarchiestufen unterzogen, die Abgrenzung ist aktuell aber noch in der Abstimmungsphase
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Einkaufsinnenstadt von Albstadt und damit der zentrale Versorgungsbe- reich erster Hierarchiestufe ist im Stadtteil Ebingen zu verorten. Hier ist die Innenstadtbegrenzung z.T. auf die baulichen Strukturen zurückzuführen. Die Haupteinkaufslagen sind im Bereich der Marktstraße und der Schmiechastraße sowie den angrenzenden Straßenzügen zu finden, die einen durchgängigen Handelsbesatz und heute die höchste Aufenthaltsqua- lität aufweisen, die durch aktuelle Aufwertungsmaßnahmen noch deutlich erhöht wird. Im Süden erfolgt die Begrenzung anhand der Bahntrasse, die eine deutliche Barriere bildet. Der Bahnhof von Albstadt ist aufgrund von Laufwegebeziehungen noch mit in die Innenstadt einbezogen. Die sonstigen Abgrenzungen sind über die verkehrlichen sowie topographischen Barrieren zu erklären. Im Osten ist unter diesen beiden Vorgaben eine Begrenzung im Bereich der Bleichstraße vorzunehmen, da sich dort eine Hanglage an- schließt und so eine Begrenzung zu den nachfolgenden Wohngebieten darstellt. Im Westen ist jenseits der Langwatte ebenfalls nur noch ein gerin- ger Einzelhandelsbesatz festzuhalten, so dass keine weitere Ausweitung des zVB erfolgt ist. Im Südwesten ist aufgrund des Einzelhandelsbesatzes eine Fortführung der Abgrenzung der Innenstadt in die Sonnen- und die Gartenstraße erfolgt. Durch entsprechende ÖPNV-Verbindungen ist vor allem der südliche Teil der Innenstadt ausreichend gut erreichbar. In diesem Bereich verkehren die Stadtlinien im 30-Minuten-Takt. Außerdem wird der Großteil der Haltestellen noch durch verschiedene Regiobusse in unregelmäßigen Abständen ange- fahren, die somit auch eine Erreichbarkeit der Innenstadt durch die Umland- gemeinden ermöglichen. Im nördlichen Bereich des abgegrenzten Innen- stadtgebietes gibt es nur vereinzelt Haltestellen, die innerhalb eines 200- Meter-Radius liegen und alle 30 Minuten von Stadt- respektive in unregel- mäßigen Abständen auch von Regiobussen bedient werden. Die Situation der Beförderung im nördlichen Innenstadtbereich, nördlich der Grüngraben- straße, ist ausbaufähig, kann aber als ausreichend als Kriterium für eine Innenstadtabgrenzung eingestuft werden.
Abgrenzung perspekti- vische Innenstadt	Da in der Innenstadt von Albstadt nur noch begrenzt Entwicklungsflächen zu Verfügung stehen, ist zusätzlich eine perspektivische Innenstadt südlich der Bahnlinie am Fachmarktstandort Theodor-Groz-Straße vorgesehen. Dieser Bereich stellt ein innenstadtnahes Entwicklungspotenzial dar, das aufgrund der fehlenden Flächenpotenziale innerhalb der Innenstadt hier als Ergän- zung in die Innenstadtabgrenzung aufgenommen wird. Die Anbindung ist über mehrere Bahnübergänge gewährleistet, an denen derzeit auch noch Maßnahmen zur Aufwertung, Attraktivierung und Verbesserung der fußläu- figen Anbindung unternommen werden.

Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Eine städtebauliche Aufwertung der Verbindungen wird also umgesetzt werden. Die Nähe zum Bahnhof in der Poststraße ermöglicht zudem eine Anbindung an den ÖPNV. Der Bereich stellt bereits heute einen wichtigen Versorgungsstandort für die Bevölkerung von Albstadt dar. Im Norden der Innenstadt sieht die Abgrenzung ebenfalls die dort befindlichen Potenzialflächen als perspektivische Innenstadt vor. Aufgrund von heute bereits vorhandenen Parkierungsflächen bestehen hier bereits heute Austauschbeziehungen. Aufgrund der fehlenden Flächenverfügbarkeiten in der Innenstadt ist hier noch eine Innenstadtnahe Entwicklung möglich, die zusätzliche Impulse schaffen kann.
Abgrenzung zVB zweite Hierarchiestufe	In Albstadt bestehen aufgrund der Tallage und stadthistorisch bzw. siedlungsstrukturell bedingt besondere städtebauliche Strukturen. Konkret: Es bestehen mehrere, „aneinander gereimte“ Stadtteile mit einer relativ hohen Einwohnerzahl und entsprechendem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im Ortszentrum. Vor diesem Hintergrund wurde im nördlich von Ebingen gelegenen Stadtteil Tailfingen ein Nebenzentrum ausgewiesen, das für Nahversorgung aber auch Ansiedlungen aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich vorgesehen ist (Zentrenstufe 2a, vgl. Leitidee 3). Im Bereich Hechinger Straße / Adlerstraße ist auf einen dichten Einzelhandelsbesatz hinzuweisen, der durch verkehrsberuhigte Bereiche innerstädtische Strukturen mit einer gewissen Aufenthaltsqualität aufweist. Die Begrenzung erfolgt ebenfalls anhand des Besatzes aber auch der Barrierewirkung der Verkehrsachsen, so dass die Abgrenzungen im Osten und Westen an der Hechinger Straße / Goethestraße sowie der Adlerstraße / Erich-Kästner-Straße zu verorten sind. Im Süden wurde die Abgrenzung aufgrund von zwei Potenzialstandorten in größtmöglicher Innenstadtnahe sowie z.T. noch vorhandenen Einzelhandelsnutzungen aber auch kultureller Einrichtungen wie beispielsweise dem Thalia-Theater, weiter ausgeweitet.
Abgrenzung Grundversorgungszentren	Albstadt verfügt aufgrund der großen Ausdehnung und der Topographie über eine besondere Siedlungsstruktur mit mehreren einwohnerstarken Stadtteilen. Aufgrund der weiten Entfernung und der bestehenden innerörtlichen gewachsenen Strukturen mit mehreren kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben, wurde in Onstmettingen ein Grundversorgungszentrum abgegrenzt, um hier die innerörtliche Versorgung zu stärken. Auch wenn hier aktuell kein größerer Lebensmittelmarkt vorhanden ist, besteht hier ein Zentrum, das neben Handel auch Dienstleistungsangebote umfasst.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Albstadt weist im langfristigen Bedarfsbereich bereits heute eine gute bis überdurchschnittliche Versorgungssituation auf. Im Stadtgebiet ist der Einzelhandelsbesatz auf bestehende Einzelhandelsstandorte und möglichst dort befindliche Potenzialstandorte zu begrenzen. Um der in Tallage befindlichen langgezogenen Struktur gerecht zu werden, sind mehrere Ergänzungsstandorte ausgewiesen worden. In Ebingen ist im Südosten der Bereich um die Sigmaringer Straße und die Berliner Straße einzubeziehen, sowie im Südwesten die bereits bestehende Einzelhandelslage an der Kientenstraße. An der nach Norden verlaufenden Ausfallstraße L360 ist im Ortsteil Truchteltingen die Gewerbegebietslage mit einer ausschließlichen Begrenzung auf den heutigen Einzelhandelsbestand als Ergänzungsstandort vorgesehen, sowie in Tailfingen die Einzelhandelsimmobilie im Wiesengrund, die heute z.T. mit Mindernutzungen belegt ist, aber grundsätzlich noch Potenziale als Einzelhandelsstandort bietet.

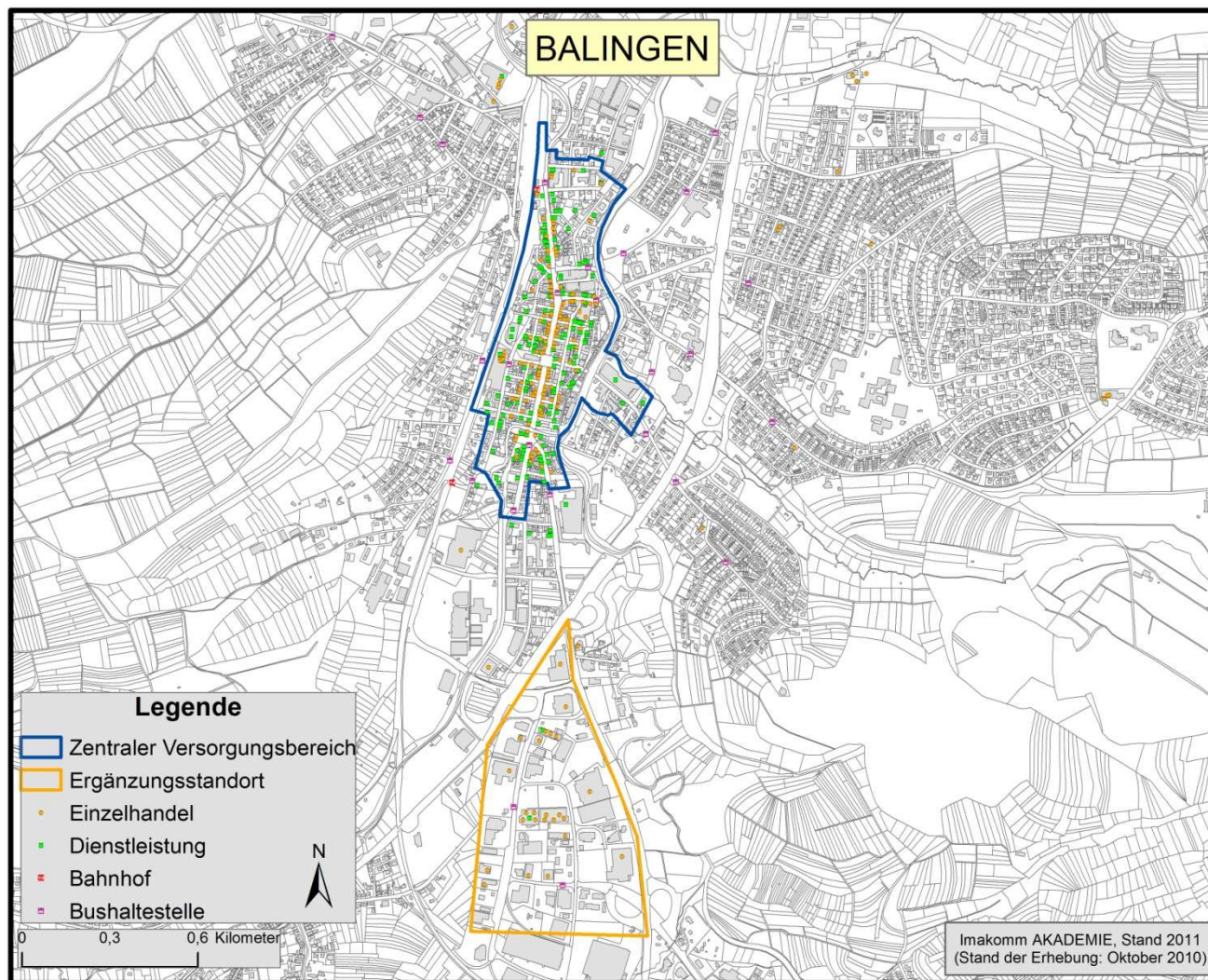


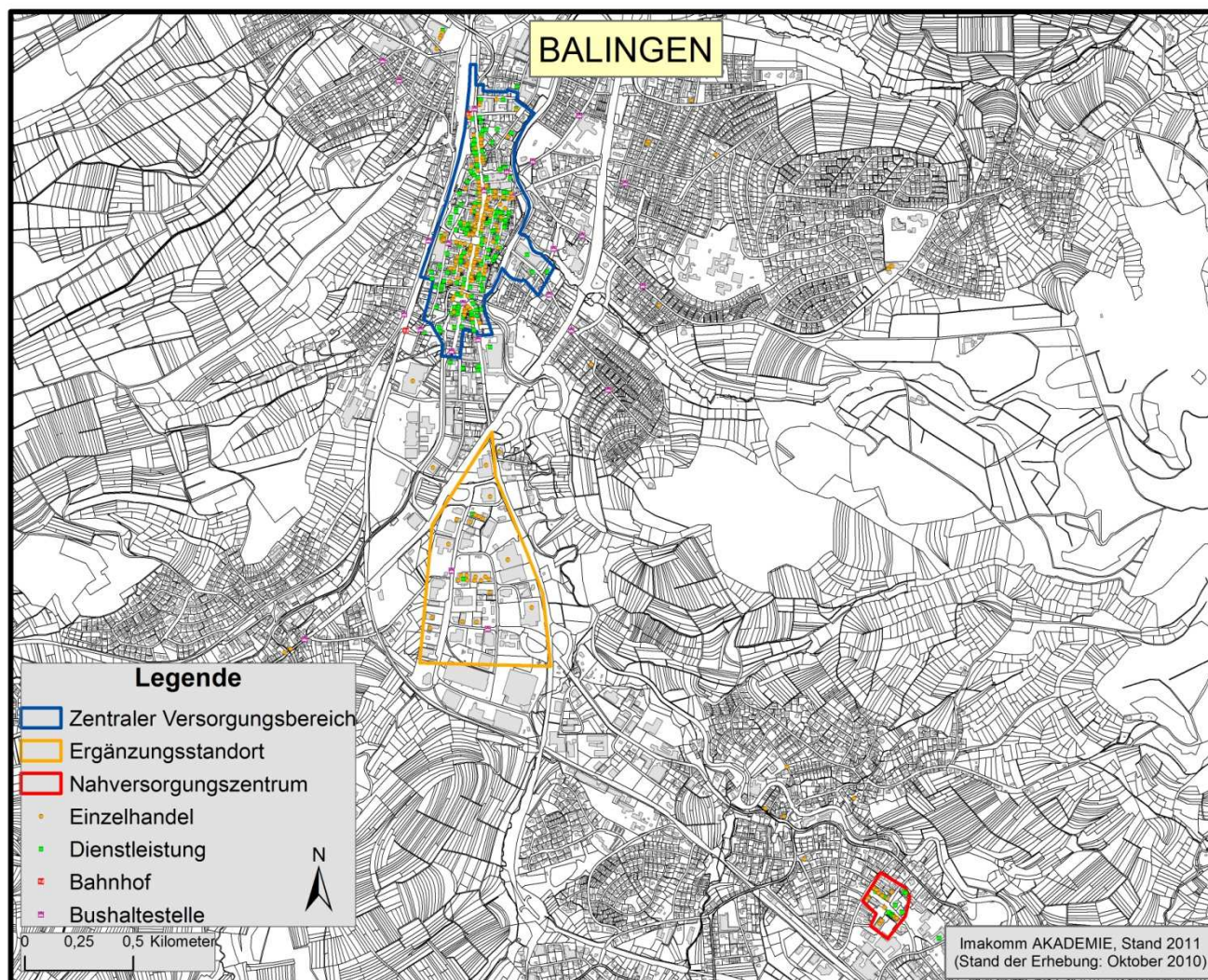




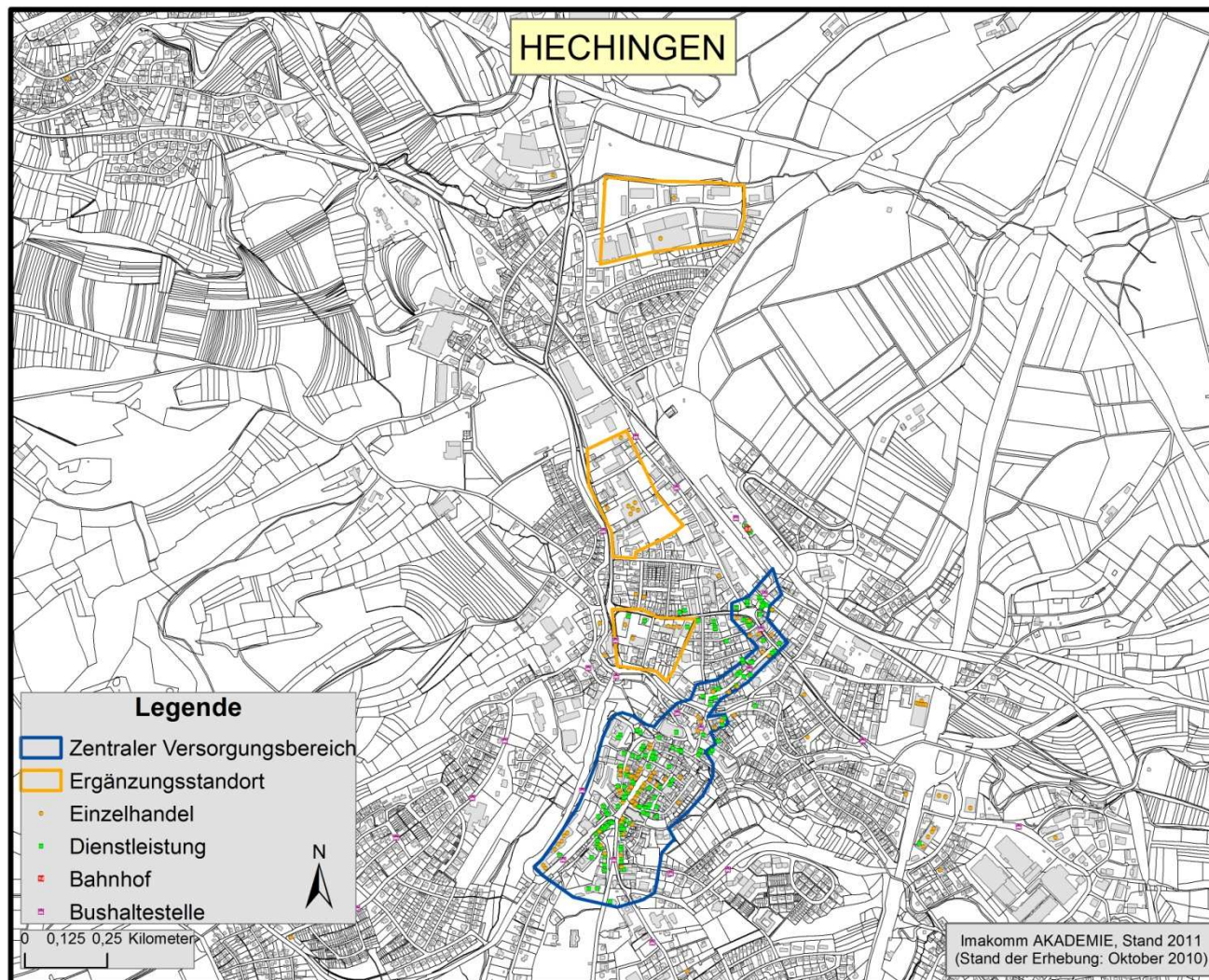
Mittelzentrum Balingen	
vorliegende Abgrenzung	Abgrenzung laut GMA-Konzept „Die große Kreisstadt Balingen als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk. Fortschreibung der GMA-Markt- und Standortuntersuchung aus dem Jahr 1999“, 2005
Änderungen	Die Abgrenzung der Innenstadt wurde bis auf kleine Änderungen weitestgehend übernommen.
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Nach Osten wird der zentrale Versorgungsbereich von Balingen durch die natürliche Barriere der Eyach begrenzt, die nur im Bereich der Färberstraße aufgrund von öffentlichen Einrichtungen und der Hauptzufahrt sowie das östlich des Flusses gelegenen Parkhauses überschritten wird. Nach Süden ergibt sich die Begrenzung v.a. durch einen deutlichen Rückgang der innerstädtischen Strukturen. Den dichtesten Einzelhandelsbesatz und letztlich die Haupteinkaufslage befindet sich in der Friedrichstraße. Diese innerstädtischen Strukturen, die auch mit der höchsten Aufenthaltsqualität verbunden sind, nehmen nach Süden deutlich ab, so dass ab der Spitalstraße v.a. Wohnnutzungen vorherrschen. Die Begrenzung ist in Höhe der Hermann-Hesse-Straße gefasst worden, da sich in diesem Bereich noch öffentliche Einrichtungen befinden, die ebenfalls als innerstädtische Nutzung einzustufen sind. Südlich schließen sich schon hauptsächlich Gewerbenutzungen an. In westlicher Richtung stellt die Bahnlinie eine deutliche Barriere und somit das Ende der Innenstadt dar, die eine Grenze zu den daneben gelegenen Wohngebieten bildet. Nach Norden geht die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches noch über den Innenstadtring (= Paulinenstraße, Wilhelmstraße) hinaus, da im weiteren Verlauf in der Bahnhofstraße noch ein dichter Einzelhandelsbesatz festzustellen ist. Die Innenstadtabgrenzung schließt deshalb im Norden den Bahnhof mit ein, der auch für die Anbindung an den ÖPNV eine wichtige Innenstadtkomponente darstellt. Mehr als zehn Haltestellen im Innenstadtbereich beziehungsweise am Rand des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs bestätigen die vorgenommene Abgrenzung Haltestellen, die außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs liegen, sind trotzdem in weniger als 200 Metern Entfernung und somit fußläufig gut zu erreichen. Der Großteil der Stadtlinien verkehrt in einem halbstündigen beziehungsweise stündlichen Takt. Weitere Regiobusse, ausgehend vom Bahnhof, der auch innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gelegen ist, verkehren etwa jede Stunde und ermöglichen eine gute Erreichbarkeit der Umlandgemeinden respektive der Innenstadt. Außerhalb der abgegrenzten Innenstadt wird der Abstand zwischen den einzelnen Haltestellen deutlich größer, was eine weniger gute Anbindung des übrigen Stadtgebietes zur Folge hat und die vorgenommene Abgrenzung bekräftigt.

Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Grundsätzlich ist die Innenstadt von Balingen hauptsächlich auf den Bestand beschränkt, hier ist im Sinne der Stadt v.a. auch eine Innenentwicklung geplant. In den nördlichen Bereichen sind bereits z.T. größere Gebäudestrukturen vorhanden, so dass möglicherweise in Zukunft noch Flächen zur Verfügung stehen könnten. Hauptsächlicher Platz der perspektivischen Entwicklung ist im Bereich Dingstraße / Färberstraße festzuhalten, wo südlich der Straße eine innerstädtisch gelegene vorhandene Potenzialfläche vollständig in die Abgrenzung mit eingebunden wurde.
Abgrenzung Grundversorgungszentren	In der Stadt Balingen wurde weiterhin im Stadtteil Frommern ein Nahversorgungszentrum (Zentrenstufe 2b) ausgewiesen. Hierbei handelt es sich um eine eingeführte integrierte Einzelhandelslage, die sowohl die flächenmäßigen als auch die notwendigen Einwohner- und Kaufkraftpotenziale für eine auch großflächige Nahversorgung aufweist. In diesem Bereich sind gewachsene Einzelhandelsstrukturen vorhanden, die auch einen Besatz an ergänzendem kleinteiligen Handel und Dienstleistungen zum bestehenden Lebensmittelanbieter aufweisen.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Ein Ergänzungsstandort von Balingen befindet sich im Gewerbegebiet Gehr, in dem sich bereits heute ein Großteil des nicht zentrenrelevanten Handels der Stadt Balingen befindet, so dass eine weitere Konzentration in diesem Bereich sinnvoll erscheint, um hier Verkehrsströme zu bündeln und keine verstreute Einzelhandelssituation voranzutreiben.



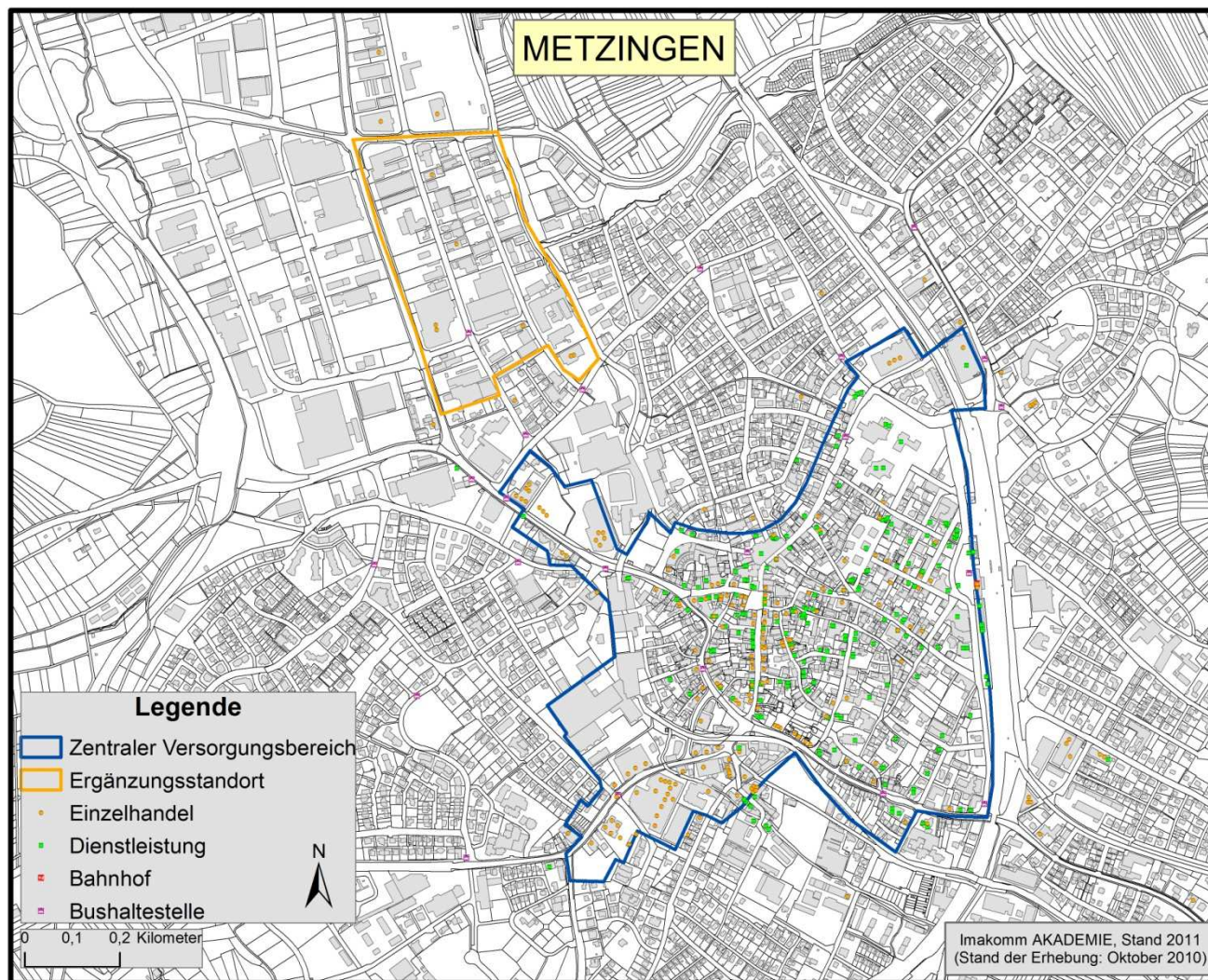


Mittelzentrum Hechingen	
vorliegende Abgrenzung	Abgrenzung nach dem kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Hechingen aus dem Jahr 2006
Änderungen	Die Abgrenzungen wurden weitestgehend übernommen, wobei der im Einzelhandelskonzept ausgewiesene innerstädtische Ergänzungsbereich in die Abgrenzung einbezogen wurde.
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Innenstadt von Hechingen ist stark durch die vorhandene Topographie und die städtebaulichen Strukturen geprägt. Die historische Innenstadt befindet sich mit kleinparzellierten Strukturen in der Oberstadt. Dort sind die Begrenzungen nach Süden durch den Besatz, aber auch die Topographie zu erklären. Somit sind die Begrenzungen an der Neustraße und Heiligkreuzstraße festzumachen, da hier der innerstädtische Nutzungsbesatz bereits deutlich zurückgeht. Als kulturelle Einrichtung ist das Kino in diesem Bereich noch der Innenstadt zuzuordnen. Nach Norden setzt sich die Abgrenzung der Einkaufsinnenstadt in der Unterstadt im Bereich Herrenackerstraße und Sigmaringer Straße fort. Dieser Bereich ist ebenfalls noch durch einen dichten Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben gekennzeichnet und weist eine gewachsene und innerstädtisch geprägte Struktur auf. Allerdings ist an dieser Stelle nur der angesprochene Straßenverlauf bis zur Kreuzung Bahnhofstraße eingebunden, da hier ein schneller Übergang auch zu Wohnnutzungen in den angrenzenden Bereichen erfolgt. Die vorgenommene Abgrenzung der Innenstadt wird auch durch das ÖPNV-Netz bestätigt. Im nördlichen bis nordöstlichen Gebiet, in Richtung des Bahnhofes (Unterstadt), sind verschiedenste Haltestellen vorhanden, die eine gute Erreichbarkeit sicherstellen und eine innerstädtische Funktion dieses Bereichs unterstreichen. Die Oberstadt wird trotz der schwierigen Topographie durch die beiden zentralen Haltestellen ‚Obertorplatz‘ und ‚Neustraße‘ in gutem Maße abgedeckt und verfügt über angemessene Taktzeiten.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Im Bereich Obertorplatz, Fürstin-Eugenie-Straße sind noch gewisse Flächenpotenziale für Ansiedlungen vorhanden. Allerdings sind in Hechingen in den zentrenrelevanten Sortimenten bereits heute gute Ausstattungskennziffern zu verzeichnen, wobei ein großer Anteil dieser Sortimente in den dezentralen Lagen zu finden ist. Vor diesem Hintergrund sind die Potenziale für weitere Ansiedlungen grundsätzlich relativ gering, hier ist v.a. eine Nachverdichtung als sinnvoll zu erachten, da in einigen Bereichen bereits hohe Leerstandszahlen gegeben sind.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	In der Stadt Hechingen bestehen derzeit mehrere dezentral gelegene Einzelhandelsstandorte. So sind als Ergänzungsstandorte die Fachmarktstandorte an der Haigerlocher Straße vorgesehen, wobei im nördlichen Bereich noch Flächenpotenziale für weitere auch großflächige Ansiedlungen bestehen. Weiterhin sind die Bestandsstandorte der heutigen SB-Warenhäuser und des Baumarktstandortes eingebunden. Daraus ergeben sich Einzelhandelsbereiche, die sowohl nach Norden als nach Süden eine Erreichbarkeit ermöglichen. Die einzelnen Standorte sind relativ klein, so dass die Verteilung auf mehrere Standorte bei heute gleichzeitig eher unterdurchschnittlicher Ausstattung sinnvoll ist.

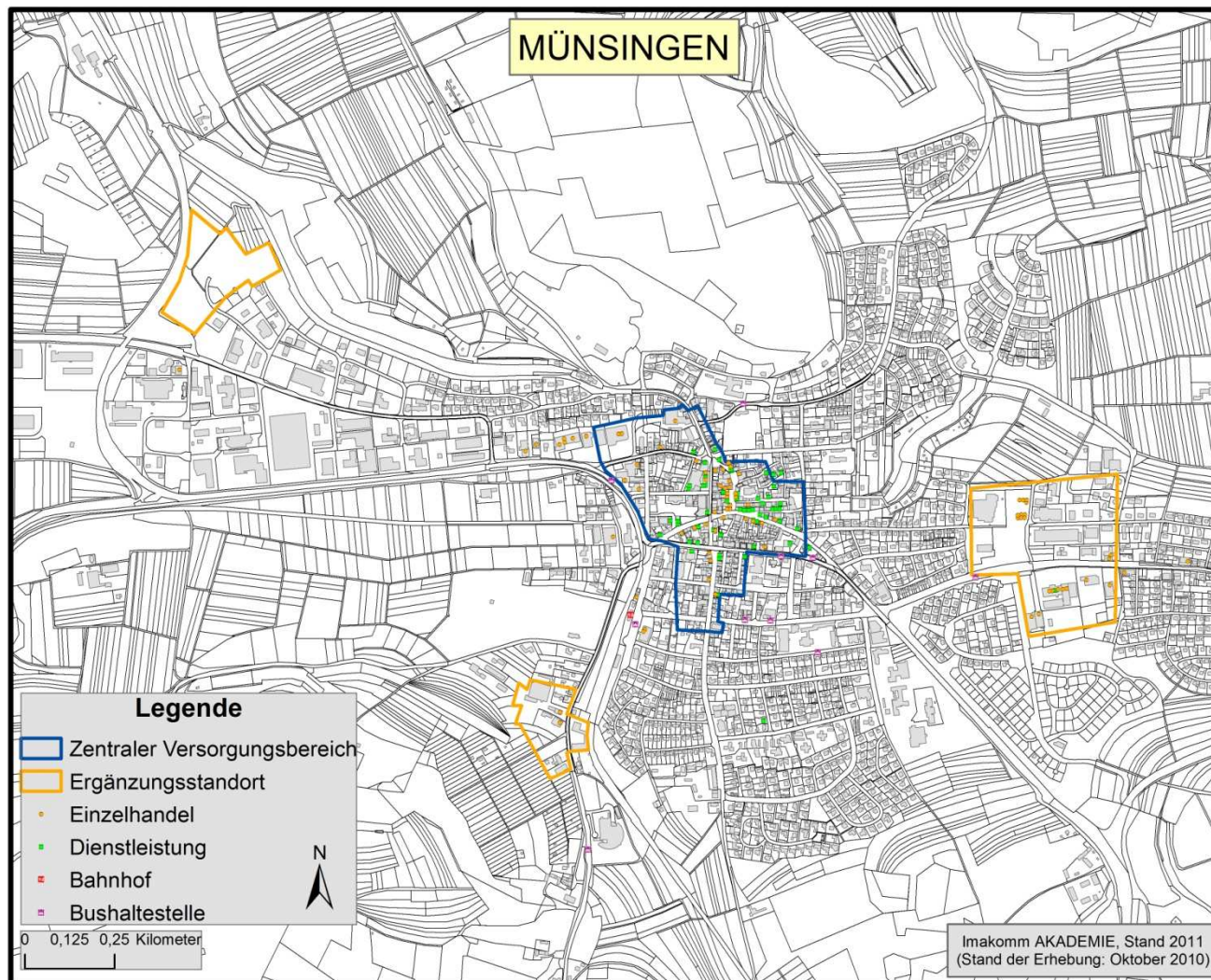


Mittelzentrum Metzingen	
vorliegende Abgrenzung	Abgrenzung laut Geschäftsflächenentwicklungsplan 2010
Änderungen	Die Abgrenzungen wurden in weiten Teilen übernommen, lediglich im östlichen Bereich wurde in Abstimmung mit der Stadt Metzingen eine engere Abgrenzung aufgrund der Barrierewirkung durch Bahngleise und Innenstadtumfahrung vorgenommen.
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Innenstadtsituation von Metzingen ist heute neben der Einkaufsinnenstadt im Bereich der Reutlinger und der Nürtinger Straße durch die Outlet City Metzingen geprägt, die sich hier im Süden an die gewachsene Einkaufsinnenstadt anschließt. Durch hohe Investitionen in die städtebauliche Aufwertung und die bessere Verknüpfung zwischen Outlet City und Innenstadt (verkehrliche Maßnahmen, Platzgestaltung usw.) ist eine erhebliche Verbesserung dieser beiden Innenstadtlagen gelungen. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs erfolgt daher südlich der Outlet City. Weiter östlich liegt die Begrenzung nach Süden an der Ulmer Straße. Weiterhin stellt im östlichen Innenstadtbereich die Bahnlinie eine klare Barriere dar, zudem sind in diesem Bereich die Fußgängerfrequenzen deutlich geringer, die Lauffagequalität ist hier gering. Folgerichtig „greift“ die Innenstadtabgrenzung nicht über diese Barriere hinüber. Im Norden wird die Innenstadt mit dem Straßenverlauf der Nürtinger Straße begrenzt, an die sich im Norden vorwiegend Wohnbebauung anschließt. Im westlichen Innenstadtbereich ist die Begrenzung im Bereich des SB-Warenhauses bis hin zur Outlet- / Fachmarkttagglomeration zu ziehen. Dieser Bereich wird zwar auch schon zu einem großen Teil von Autokunden genutzt und weist nur noch geringe innerstädtische Strukturen aus, letztlich sind aber bereits heute gewisse Austauschbeziehungen, auch fußläufig, zur Innenstadt vorhanden, die sich aufgrund der städtebaulichen Aufwertung, die hier nachweislich geplant ist (Stichwort: Sanierung) und der Verkehrsentlastung, die sich durch die Umgehungsstraße ergeben werden, noch verbessern werden. In diesem westlichen Bereich ist die Begrenzung der Innenstadt an der Max-Eyth-Straße vorzunehmen, da bis hier eine funktionelle Anbindung an die Innenstadt erkennbar ist und der Einzelhandelsbesatz ab diesem Bereich klar begrenzt ist. Eine Anbindung an den ÖPNV ist im direkten Standortumfeld gewährleistet. Auch die Betrachtung des ÖPNV zeigt, dass der Randbereich des zentralen Versorgungsbereichs über eine gute Anbindung, aufgrund zahlreicher Bushaltestellen, verfügt. Im Bereich der Nürtinger Straße, der nicht durch eine sehr hohe Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte geprägt ist, befinden sich mehrere Haltestellen, die von mindestens zwei Linien angefahren werden und entsprechend gute Taktzeiten aufweisen, so dass eine gute Erreichbarkeit gewährleistet ist. Auch die Stuttgarter Straße weist vier Haltestellen in fußläufiger Erreichbarkeit auf, die von mehreren Buslinien angefahren werden, die somit auch die ÖPNV-Anbindung gewährleisten. Auch die Outlet-City ist nicht nur fußläufig sondern auch über zwei Haltestellen, die von mehreren Buslinien bedient werden, gut zu erreichen. Sie weist somit innenstadtypische Merkmale auf. Weiterhin ist der Bahnhof innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gelegen und ermöglicht so auch eine regionale Anbindung.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Als perspektivische Innenstadt ist das nahe der Innenstadt gelegene Industrieareal Gaenslen & Völter einzubeziehen. Hier sind in größtmöglicher Innenstadtnähe Potenzialflächen vorhanden, die durch innerstädtische Nutzungen bei einer gleichzeitig hohen Freizeitnutzung (Schaffung von Aufenthaltsqualität, „Uferpromenade“, Gastronomie ggf. usw.) eine qualitativ hochwertige Innenstadtergänzung darstellen können. Auf Basis eines städtebaulichen Konzeptes sind sowohl Attraktivierung des Gebietes selbst als auch dessen Anbindung an die weitere Innenstadt geplant. Die derzeit in Erstellung befindliche städtebauliche Konzeption sieht zudem in den dem zentral gelegenen Innenstadtbereich zugewandten Bereichen auch Einzelhandelsnutzungen vor. Vor diesem Hintergrund wurde dieser Bereich als innerstädt-

	tische Entwicklungsfläche mit aufgenommen. Weiterhin ist der Standort Samtfabrik im Norden der Innenstadt einbezogen, der derzeit zu großen Teilen leer steht und für nahversorgungsrelevante Nutzungen zukünftig aufgrund der integrierten, möglichst innenstadtnahen Lage vorgesehen ist. Durch die perspektivische Innenstadt ergibt sich insgesamt ein ausgedehnter zentraler Versorgungsbereich, der so aber der nachweislichen Strategie der restriktiven Ansiedlungspolitik an nicht integrierten Lagen weiterhin Entwicklungsperspektiven gibt (vgl. beispielsweise den auch im innerregionalen Vergleich sehr hohen Anteil an Verkaufsfläche an integrierten Standorten in Metzingen = bisher sehr restriktive Ansiedlungspolitik „draußen“).
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Als Ergänzungsstandort ist der zentrale Bereich des Gewerbegebietes Lindebachhof festgelegt. Dieses Gebiet weist heute den höchsten Einzelhandelsbesatz bei den dezentralen Standorten auf, ist verkehrlich gut erreichbar und hat weiterhin die größtmögliche Innenstadtnähe. Da in der Stadt Metzingen im langfristigen Bereich noch Entwicklungspotenziale bestehen, ist hier ein größeres Gesamtgebiet ausgewiesen worden, das aber eine Konzentration auf den bereits heute vorzufindenden Bestand aufweist, so dass sich keine weiteren Verkehrsflüsse ergeben werden.

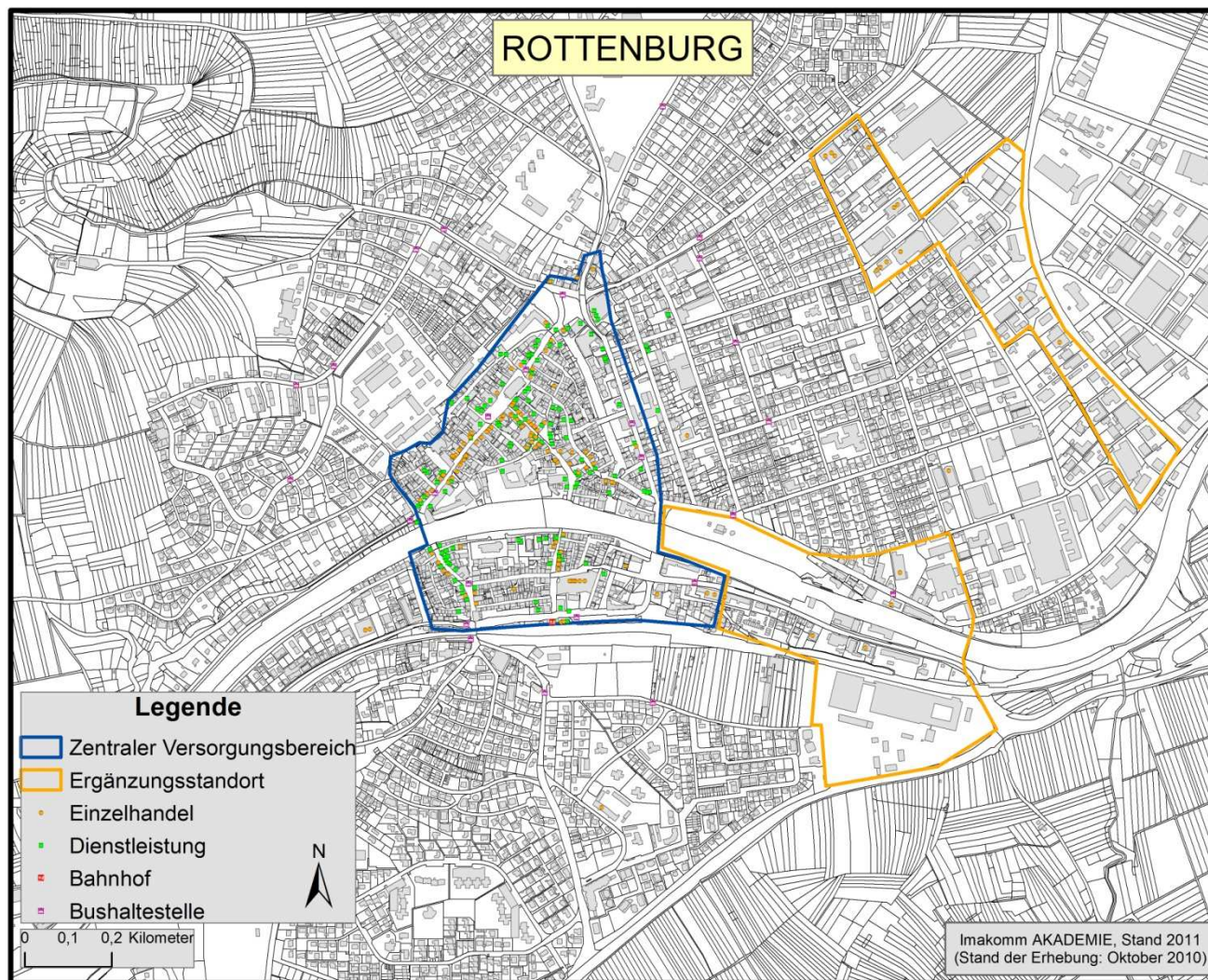


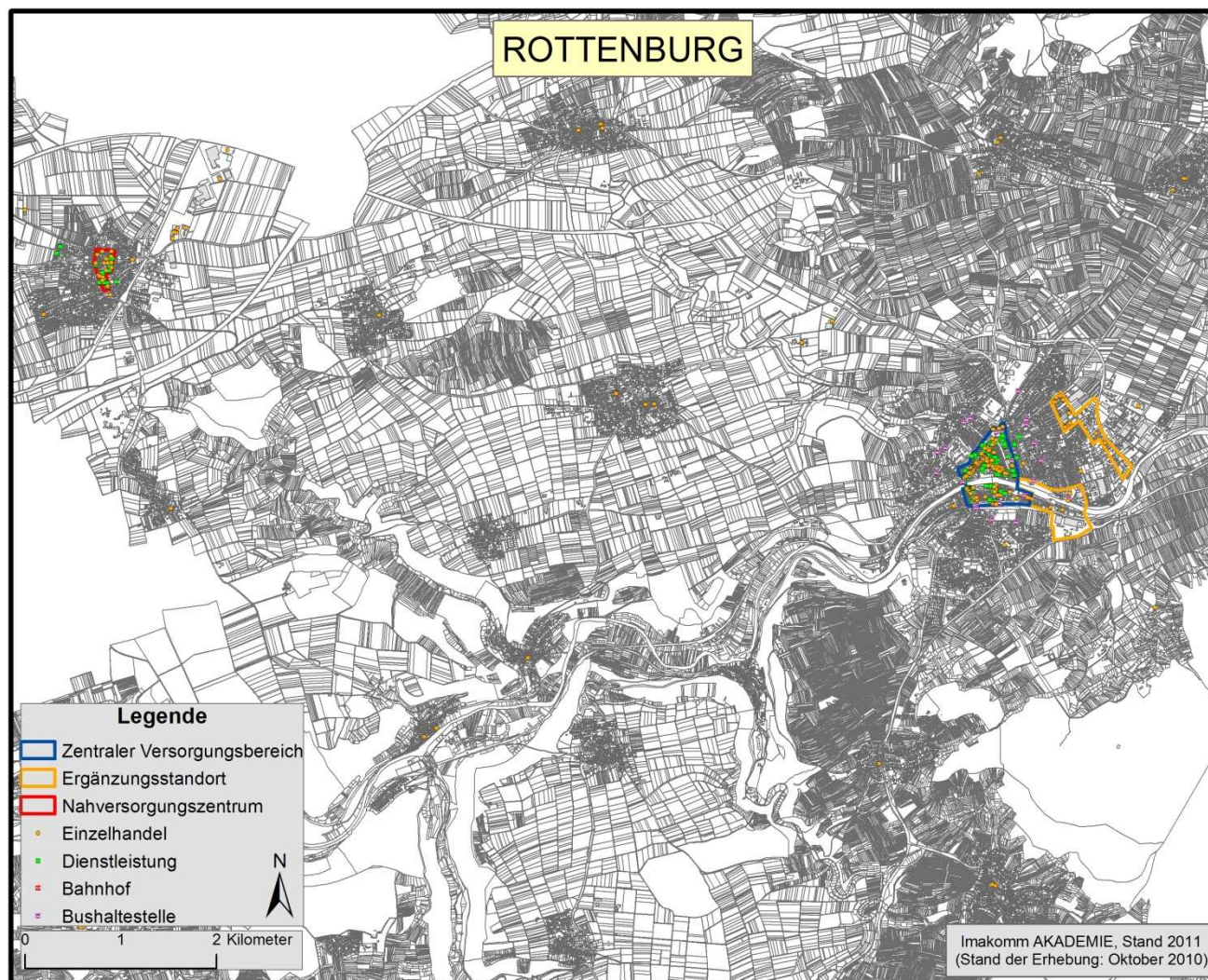
Mittelzentrum Münsingen	
vorliegende Abgrenzung	Abgrenzung der Analyse „Einzelhandel n Münsingen“ aus dem Jahr 2007
Änderungen	Die Abgrenzung wurde in weiten Teilen übernommen, Änderungen wurden in Absprache mit der Stadt Münsingen vorgenommen
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Innenstadt von Münsingen umfasst die gewachsene Einkaufsinnenstadt mit der Hauptstraße als Haupteinkaufslage und die nördlich anschließenden, v.a. kleinparzellierten Bereiche. Hier ist ein dichter Besatz an Einzelhandels- und sonstiger Innenstadtnutzungen vorhanden. Nach Süden stellt die Karlstraße bereits eine deutliche Barriere dar, die allerdings aufgrund des bestehenden Einzelhandels im Bereich Wolfgartenstraße noch überschritten wird und dort mit einer deutlichen Verstärkung der Wohnnutzungen im Süden endet. Im Osten endet die Innenstadt mit dem Übergang der Karlstraße in die Hauptstraße und im nördlichen Verlauf am Kegelgraben. An dieser Stelle ist aufgrund der Topographie aber auch der städtebaulichen Strukturen und Nutzungen eine Begrenzung des zVB vorzunehmen. In der historischen Altstadt sind die Abgrenzungen auf den Bestand bezogen, da die nordöstlichen Bereiche ausschließlich von Wohnnutzungen geprägt sind, so dass der zentrale Versorgungsbereich mit dem Beginn von Dienstleistungs- und Einzelhandelsnutzungen abgegrenzt wurde. Ab hier steigen auch die Fußgängerfrequenzen an und eine innerstädtische Aufenthaltsqualität ist gegeben. Westlich der Uracher Straße ist eine langsame Abnahme der Innenstadtnutzungen festzustellen, wobei die Begrenzung der Ist-Situation aufgrund der dort befindlichen Stadtverwaltung, Tourist-Info u.ä. noch mit berücksichtigt wurde. Die Innenstadt von Münsingen weist kein ausgeprägtes ÖPNV-Netz auf, was im Übrigen aber auch für die restlichen Bereiche der Stadt zutrifft. Der abgegrenzte Innenstadtbereich ist im westlichen und südlichen Teil durch die Nähe zum Bahnhof (weniger als 200 Meter Entfernung) im besonderen Maße und durch eine weitere Haltestelle bedingt ausreichend angebunden. Im nördlichen Bereich ist die Anbindung an den ÖPNV als verbesserungswürdig einzustufen, wobei aufgrund der teilweise engen Strukturen der Innenstadt hier auch nur bedingt direkte Anbindungen möglich sind. Grundsätzlich ist die Anbindung aber als noch ausreichend zu bezeichnen, gleichwohl ist eine weiter gefasste Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs auf Basis des Kriteriums „ÖPNV-Anbindung“ wenig sinnvoll.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Münsingen weist heute zwar bereits in einigen zentrenrelevanten Sortimenten eine hohe Ausstattung auf, die Flächen liegen allerdings zu großen Teilen in dezentralen Lagen. Münsingen weist so auch einen vergleichsweise hohen Anteil an Verkaufsfläche in nicht integrierten Lagen auf. Vor diesem Hintergrund wurde die perspektivische Innenstadt wesentlich enger abgegrenzt als von der Stadt selbst angedacht. Als perspektivischer Entwicklungsstandort sind nun die an die Innenstadt angrenzenden Bereiche des Fachmarktzentrums Lichtensteinpark als perspektivische Abgrenzung mit berücksichtigt (Achtung: Umfasst nicht die westlichen Bereiche dieser „Fachmarktzeile“). Für diesen Standort ist eine fußläufige Erreichbarkeit aus der Innenstadt gegeben, ohne dass weite Strecken an der Karlstraße (B 465) zurückgelegt werden müssen. In diesem Bereich bestehen teilweise noch Potenzialflächen, die belegt werden können, ferner ist der heutige Bestand dort eingebunden.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	In der Stadt Münsingen sind drei Ergänzungsstandorte vorgesehen. Der östlich der Kernstadt in Richtung Stadtteil Auingen befindliche Standort umfasst vorrangig die heute bestehende Einzelhandelsagglomeration an der Hauptstraße. Im Nordwesten der Kernstadt ist weiterhin ein Potenzialstandort vorgesehen, der aufgrund der heute tendenziell unterdurchschnittlichen Ausstattung im nicht zentrenrelevanten Bereich abgegrenzt wurde. Schließlich befindet sich ein dritter Standort in südwestlicher Lage.



Mittelzentrum Rottenburg	
vorliegende Abgrenzung	Abgrenzung nach „Entwicklungskonzept Lebendiges Zentrum 2020, Beiträge zu Stadtentwicklung Rottenburg am Neckar“ von 2010
Änderungen	Zur bestehenden Abgrenzung wurden Änderungen im Bereich Gartenstraße und an der Tübinger Straße vorgenommen.
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Der zentrale Versorgungsbereich Rottenburg umfasst zum einen die historische Altstadt von Rottenburg, die sich durch eine kleinstrukturierte Baustruktur auszeichnet und so vorrangig kleinflächige Nutzungen beherbergt. Im Westen sind die Abgrenzungen durch die Topographie und den gleichzeitigen Rückgang der Innenstadtnutzungen zu erklären. Im östlichen Bereich ist die Grenze im Bereich der Sprollstraße zu ziehen, da sich an dieser Stelle im Osten vorrangig wohnnutzungsgeprägte Bereiche anschließen. Die fußläufigen Frequenzen nehmen in diesen stark befahrenen Innenstadtrandbereichen schnell deutlich ab. Nach Süden schließt sich ein weiterer Bereich des zVBs südlich des Neckars an. Im Bereich zwischen den beiden Neckarbrücken an der Königs- und der Sprollstraße ist ein dichter Besatz an teilweise großflächigen Einzelhandelsbetrieben festzuhalten. Ferner ist in diesem Gebiet der Rottenburger Bahnhof gelegen, so dass von dort eine gute Erreichbarkeit zur Innenstadt besteht und weiterhin eine hohe Fußgängerlauffrequenz vorherrscht. Nach Süden ergibt sich die Begrenzung durch die Barrierewirkung der Bahntrasse. Bezüglich der Anbindung der Innenstadt an den öffentlichen Nahverkehr in Rottenburg zeigt sich, dass der ausgewiesene Bereich über mehr als zehn Haltestellen verfügt, die eine gute Erreichbarkeit ermöglichen. Dadurch, dass mehrere Haltestellen durch verschiedene Stadtbuslinien und auch Regiobusse angefahren werden, ist der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich gut durch den ÖPNV erschlossen. Weiterhin ist die Bahnhofslage innerhalb der Innenstadt auch für eine regionale Anbindung förderlich.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Die Innenstadt von Rottenburg weist aufgrund ihrer Kleinparzellierung nur noch bedingt Entwicklungsflächen auf. Da in Rottenburg noch Ansiedlungspotenziale auch im zentrenrelevanten Bereich bestehen (vgl. hierzu auch die Analyseergebnisse beispielsweise zur unterdurchschnittlichen Marktabschöpfung des Mittelzentrums), ist als perspektivischer Innenstadtbereich ein zusätzlicher Bereich südlich des Neckars und östlich der Sprollstraße vorgesehen, der noch Flächenpotenziale berücksichtigt.

Abgrenzung Grundversorgungszentren	Im Stadtteil Ergenzingen wurde ein Grund- und Nahversorgungszentrum ausgewiesen (Zentrenstufe 2b). Dieser Stadtteil weist zu Kernstadt eine große Entfernung auf, so dass hier einer eigenen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zukommt. Hier ist in den innerörtlichen Lagen bereits eine gewachsene Struktur mit einer Mischung aus Handel und Dienstleistungen vorhanden. Eine großflächige Nahversorgung ist aufgrund des Kaufkraftpotenzials denkbar und aufgrund der gesamtstädtischen Strukturen auch sinnvoll.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	In Rottenburg sind deutliche Defizite bei den langfristigen Sortimenten festzustellen. Die mittelzentrale Versorgungsfunktion ist hier nur bedingt erfüllt. Als Ergänzungsstandorte sind neben dem Fachmarktzentrum östlich der Graf-Wolfegg-Straße der Bereich des Gewerbegebiets Siebenlinden I einzubeziehen, die bereits heute einen gewissen Handelsbesatz aufweisen sowie der östliche Bereich der Tübinger Straße inkl. dem Gewerbepark Dätzigweg vorgesehen. Da in Rottenburg aktuell keine größeren dezentralen Einzelhandelsagglomerationen bestehen sind so auch Potenzialstandorte für eine Stärkung des Gesamtstandortes berücksichtigt. Diese weisen neben einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit z.T. aber auch noch eine größtmögliche Innenstadt Nähe auf (Bereich Tübinger Straße).

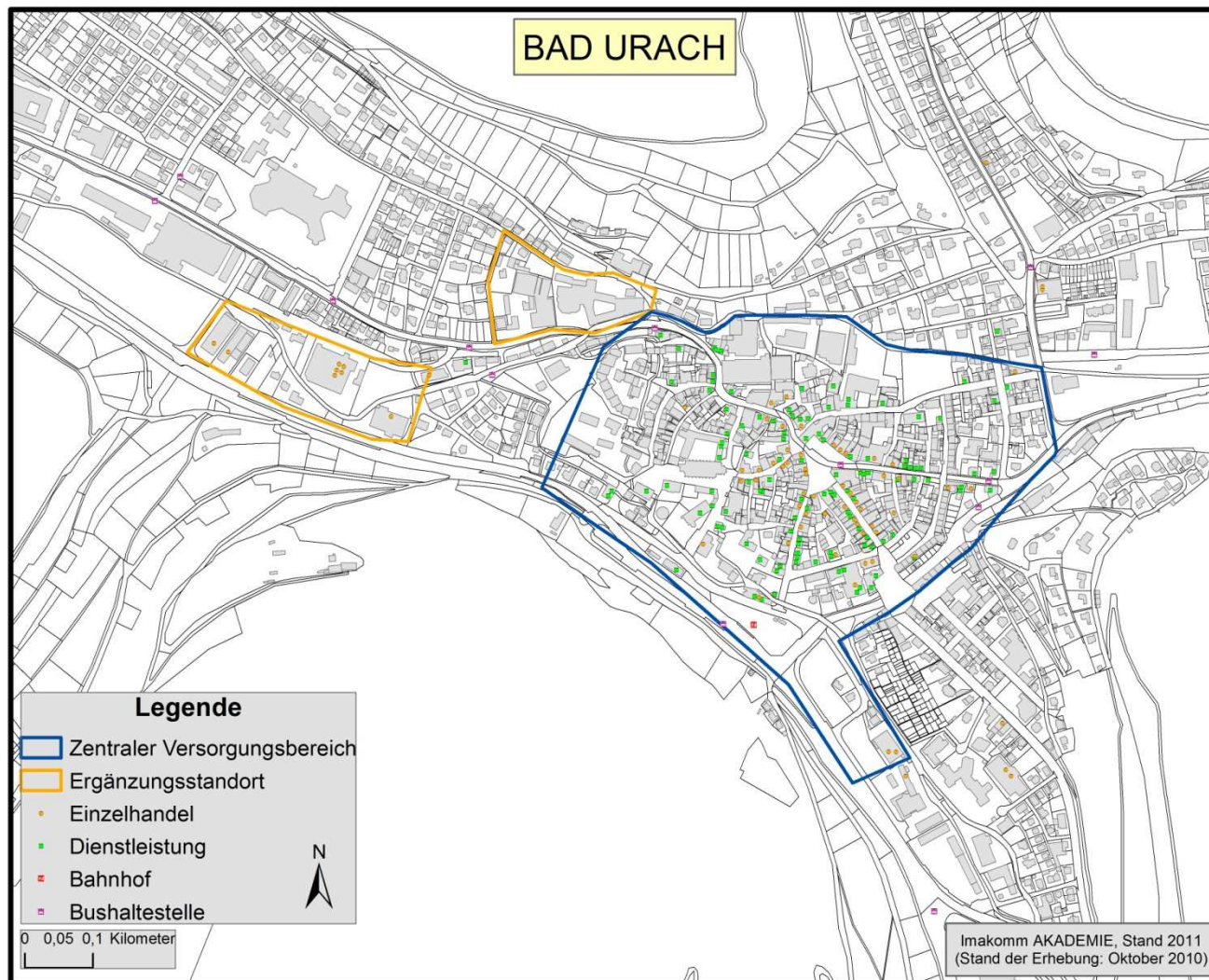




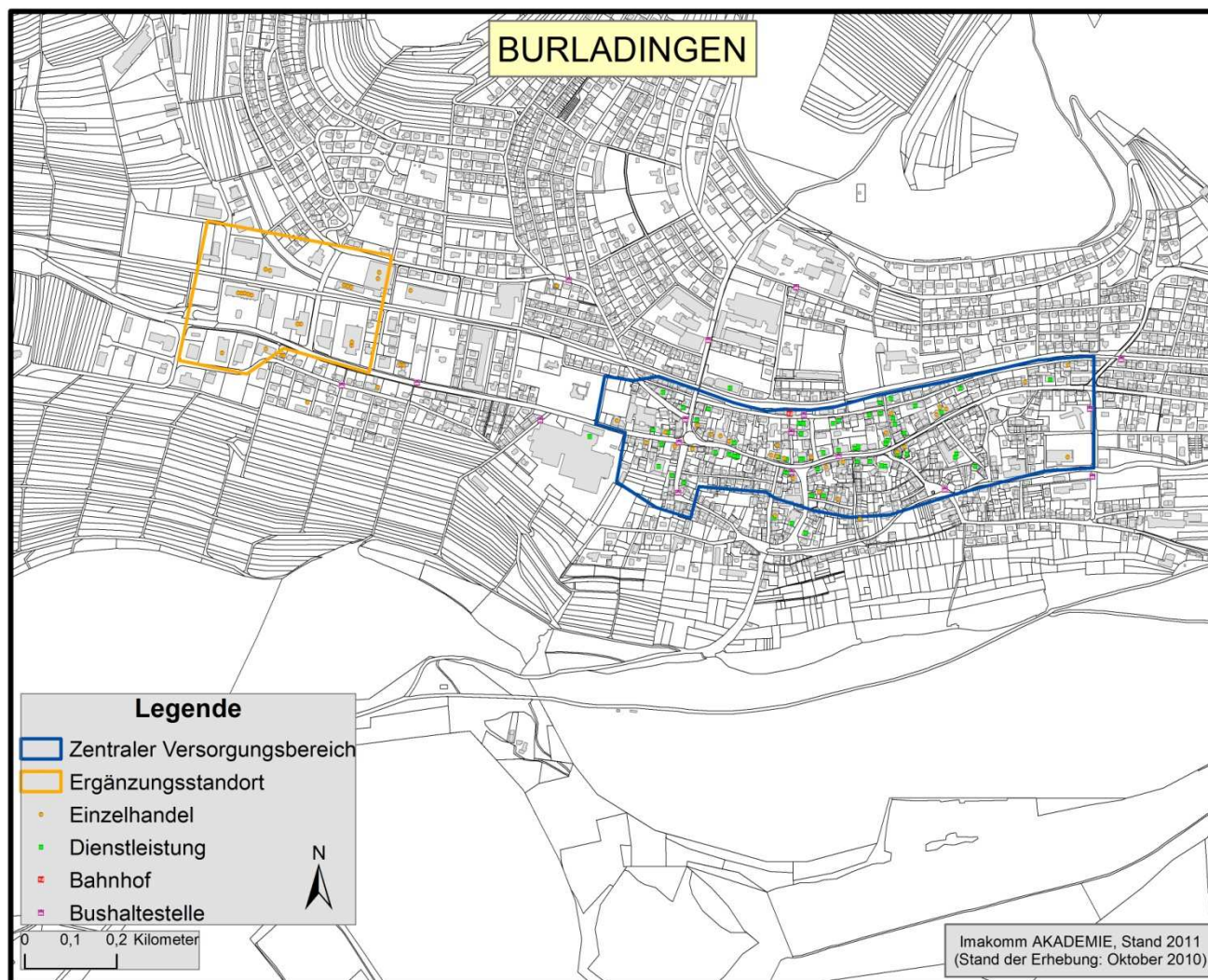
11.2.3 Unterzentren

Bad Urach	
vorliegende Abgrenzung	Nach Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2009
Änderungen	Diese Abgrenzung wurde im Rahmen der Erarbeitung des regionalen Zentren- und Märktekonzeptes in Abstimmung mit der Stadt Bad Urach deutlich verkleinert.
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Haupteinkaufslage von Bad Urach ist im Bereich Marktplatz und den sternförmig angrenzenden Straßen (z.B. Wilhelmstraße, Neue Straße, Kirchstraße) zu finden. In diesem Bereich ist die größte Angebotsdichte an Einzelhandel, Dienstleistung sowie öffentlichen Einrichtungen und Gastronomie zu finden. Nach Osten wird der zentrale Versorgungsbereich von Bad Urach durch die B465 (= Ulmer Straße) begrenzt. Diese stellt hier eine Barriere dar, außerdem nimmt in diesem Bereich der Einzelhandelsbesatz bereits deutlich ab und die Durchmischung mit Wohnnutzung wird stärker. Nach Süden wird die Innenstadt durch die B28 (=Burgstraße) begrenzt. Somit liegt der im Bereich der Straße beim Tiergarten befindliche zentrale Omnibusbahnhof noch innerhalb der Innenstadt, von dem aus eine hohe Fußgängerfrequenz zu erwarten ist. Der Bahnhof von Bad Urach ist aufgrund seiner Lage auf der gegenüberliegenden Seite der B28 nicht mehr der Innenstadt zuzurechnen, liegt aber in direkter Nähe zu Altstadt. Nach Nordwesten geht der Haupteinkaufsbereich von Bad Urach in die Altstadt über, die aufgrund ihrer historischen Bausubstanz und der städtebaulichen Gegebenheiten ebenfalls zur Innenstadt zu rechnen ist. Die Begrenzung befindet sich somit westlich der Altstadtstraße und berücksichtigt somit die historischen Stadtstrukturen. Nach Norden ist ebenfalls eine Begrenzung durch den Übergang zu einer vermehrten Wohnbebauung gegeben, die Grünanlagen in der Pfählerstraße ist aufgrund eines Bereiches mit hoher Aufenthaltsqualität, der für die Innenstadt ebenfalls hohe Bedeutung aufweist, noch mit hinzuzurechnen. Der nördliche Innenstadtbereich in Bad Urach wird zu einem Großteil von der Stadtbuslinie 108 erschlossen. Die einzelnen Haltestellen ermöglichen auch die fußläufige Erreichbarkeit der im Norden liegenden Randgebiete der Innenstadt. Somit kann der nördliche und mittlere Teil des Innenstadtbereiches drei Mal pro Stunde per Bus erreicht werden, was für Bad Urach die höchste Bustaktung darstellt. Im südlichen Randbereich befindet sich der Bahnhof und der zentrale Busbahnhof von Bad Urach, der naturgemäß von vielen Buslinien angefahren wird. Von dieser Innenstadtgrenze ausgehend kann der größte Teil des zentralen Versorgungsbereichs gut zu Fuß erreicht werden.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Aufgrund von zwei aktuellen Ansiedlungsvorhaben, die sich direkt an die heutigen Innenstadtlagen anschließen, ergibt sich zum einen der perspektivische zentrale Versorgungsbereich nördliche Innenstadt. Hier ist die Ansiedlung des Elsach-Centers geplant. Aufgrund von einer gleichzeitig städtebaulichen Aufwertung und der verkehrlichen Anbindung zwischen Stuttgarter Straße und Ulmer Straße ist dort eine Ausweitung der Innenstadtlagen vorgesehen. Bad Urach weist heute v.a. in einigen mittel- bis langfristigen Sortimenten (z.B. Bücher, PBS, Spielwaren oder auch Elektrowaren) unterdurchschnittliche Ausstattungskennziffern auf. Auch die Wahrnehmung der überörtlichen, regionalplanerisch festgelegten Versorgungsfunktion des Unterzentrums ist schwach (vgl. Analyseergebnisse zur Marktaberschöpfung). Die bestehenden Ansiedlungspotenziale können in diesem nördlichen Bereich der erweiterten Innenstadt in Wert gesetzt werden. Weiterhin ist der Standort Seilerweg im Süden der Innenstadt zu berücksichtigen. Hier sind

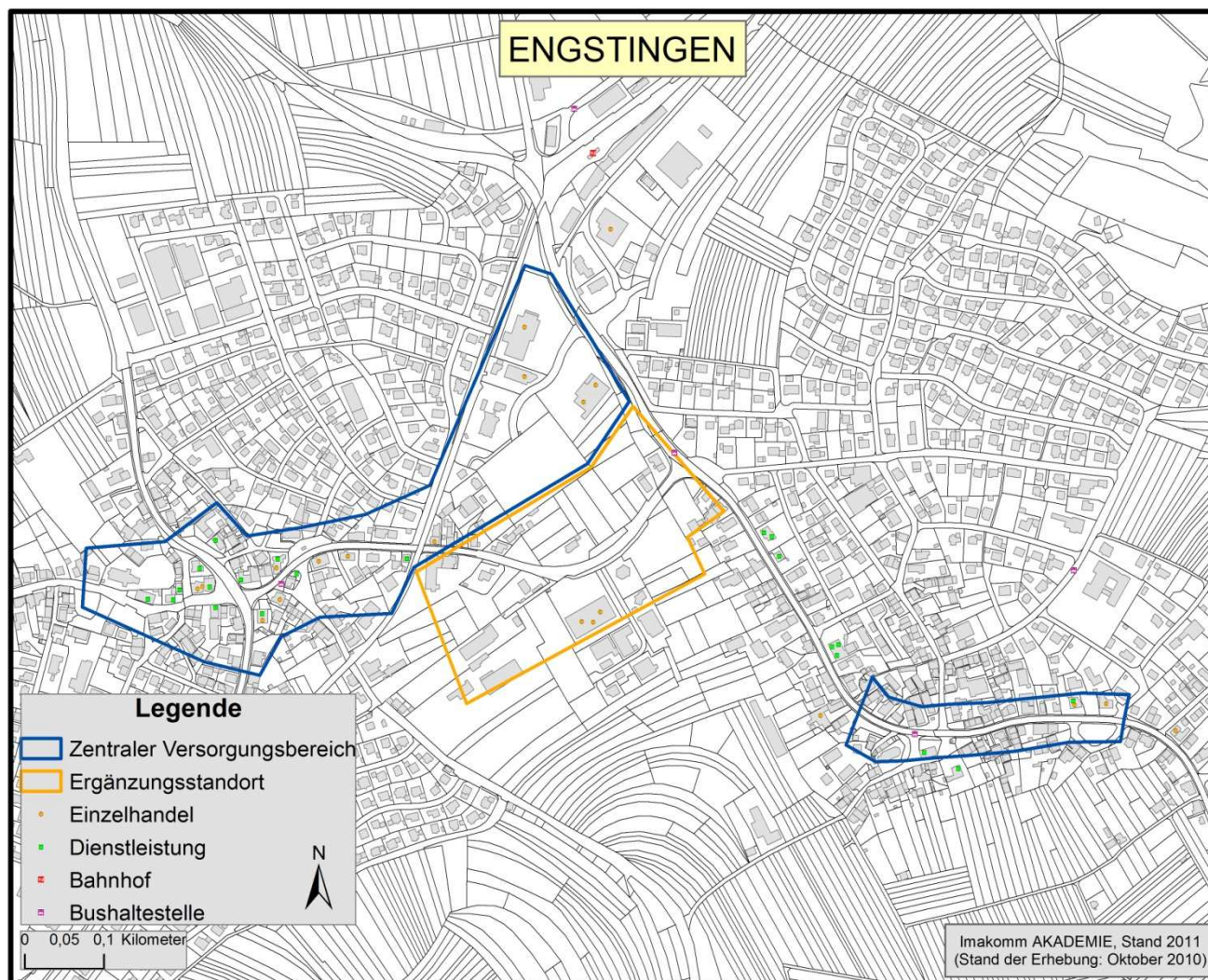
	ebenfalls Einzelhandelsansiedlungen geplant (v.a. Sortiment der Grundversorgung). Dazu besteht aufgrund der Parkplatzsituation bereits heute eine Verflechtung über die Straße beim Tiergarten hinaus. Der bestehende Lidl Lebensmitteldiscounter ist an dieser Stelle auch mit in den zentralen Versorgungsbereich aufzunehmen. Dabei ist v.a. für die Überquerung der Bundesstraße eine städtebaulich sinnvolle Lösung zu finden. Diese Flächen sind auch vor dem Hintergrund eines fehlenden Entwicklungspotenzials innerhalb der klein strukturierten Einkaufsinnenstadt von Bad Urach einzubinden.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Die Ergänzungsstandorte befinden sich westlich der Innenstadt zum einen im Umfeld der bestehenden Einzelhandelslage im Unterwässer. Hier sind zukünftig nicht zentrenrelevante Angebote auch im großflächigen Bereich möglich. Aufgrund des Anschlusses an den bestehenden autokundenorientierten Standort ist dieser Standort als sinnvolle Ergänzung zu erachten. Weiterhin möglich sind die nahe der Innenstadt befindlichen gewerblich genutzten Flächen nördlich der Stuttgarter Straße (Firma Magenwirth), da dieser Bereich neben einer verkehrlich gut erreichbaren Lage auch noch eine größtmögliche Integration aufweist. Diese beiden Standorte bieten zusammen eine ausreichende Ergänzungsfläche für nicht zentrenrelevanten Handel, der in Bad Urach deutlich unterdurchschnittlich aufgestellt ist.



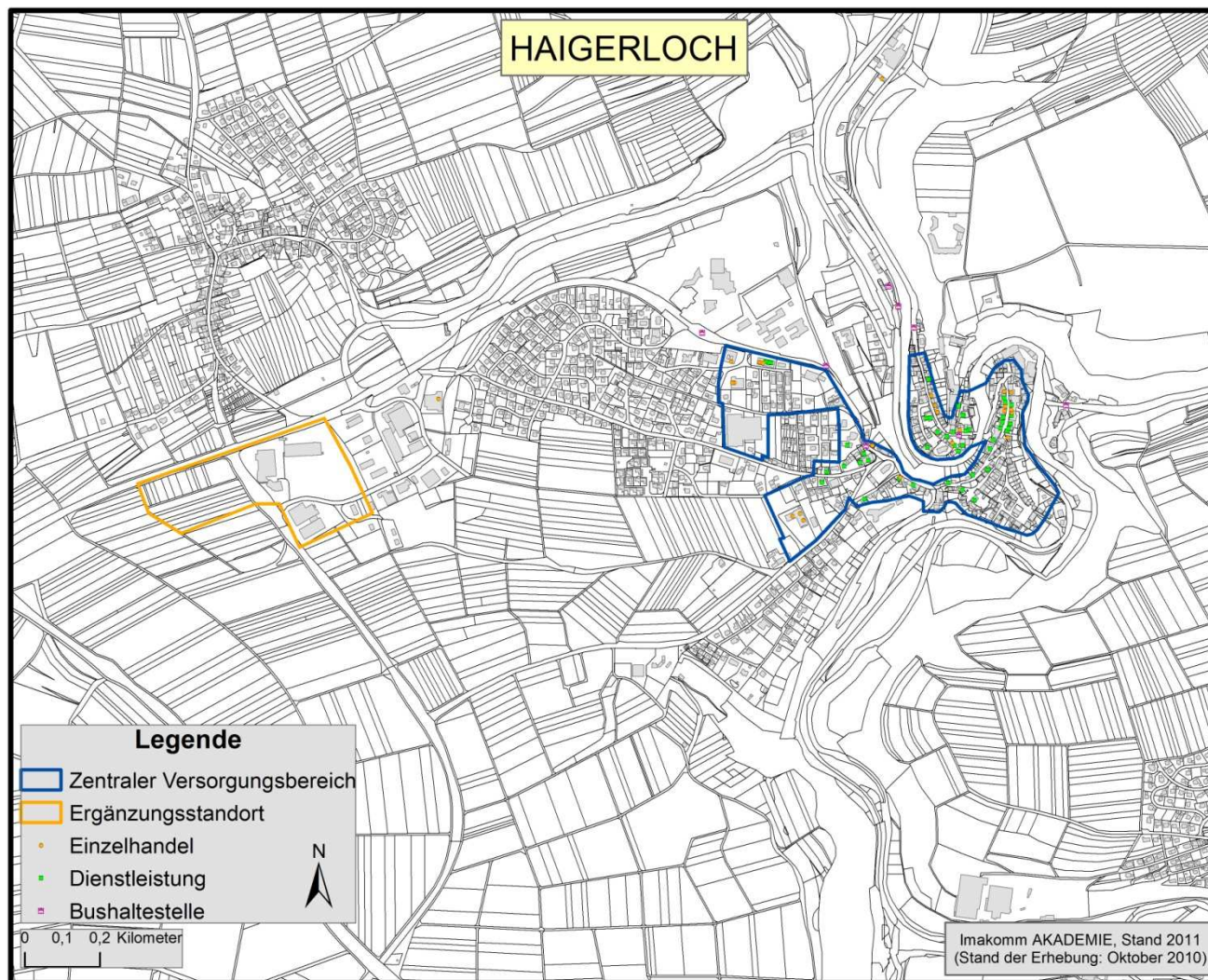
Unterzentrum Burladingen	
vorliegende Abgrenzung	Nach Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2009
Änderungen	Die Abgrenzung wurde in Absprache mit der Stadt Burladingen deutlich reduziert.
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Stadt Burladingen weist einen Einzelhandelsbestand auf, der sich weit durch den Ort an der B32 entlang zieht („Straßendorfcharakter“). Eine wirkliche Ortsmitte ist nicht gegeben. Als innerstädtische Abgrenzung ist der Bereich mit einer noch hohen Einzelhandelsdichte berücksichtigt sowie die angrenzenden Straßenzüge. Im Osten ist der zentrale Versorgungsbereich im Umfeld des bestehenden Lebensmitteldiscounters zu begrenzen, im Westen ergibt sich die Abgrenzung durch das Firmengelände der Firma Trigema. Durch das Merkmal eines Straßendorfes ist der ÖPNV in Burladingen eher in einem geringeren Maße ausgeprägt. Der Innenstadtbereich verfügt zwar über mehr als zehn Haltestellen, allerdings sind die Taktzeiten der einzelnen Linien recht unregelmäßig. Insgesamt zeigt sich aber, dass der gesamte Innenstadtbereich ausreichend gut erreichbar und durch Busse und jeweils kurze Fußwege (weniger als 200 Meter) gut erschlossen ist. Die Taktungen erscheinen für die Stadtgröße von Burladingen als angepasst.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Im Westen der Innenstadt sind noch Potenzialflächen vorhanden, die weitere Ansiedlungen zukünftig ermöglichen könnten. Letztlich sind die Entwicklungspotenziale aber eher begrenzt, eine Angebotsausweitung sollte eher über eine Nachverdichtung erfolgen, da die Innenstadt bereits heute über eine weite räumliche Ausdehnung verfügt (vgl. hierzu beispielsweise die Befunde zur Entwicklung der Nachfragesituation in Verbindung mit der demografischen Entwicklung).
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Die Ergänzungsstandorte sind im Bereich des heutigen Einzelhandelsbestandes im Westen der Kernstadt zu verorten. Hier sind neben Angeboten der Nahversorgung mehrere Fabrikverkäufe und Fachmärkte ansässig, die aufgrund der dezentralen Lage ausschließlich durch nicht zentrenrelevanten Handel ergänzt werden sollten.

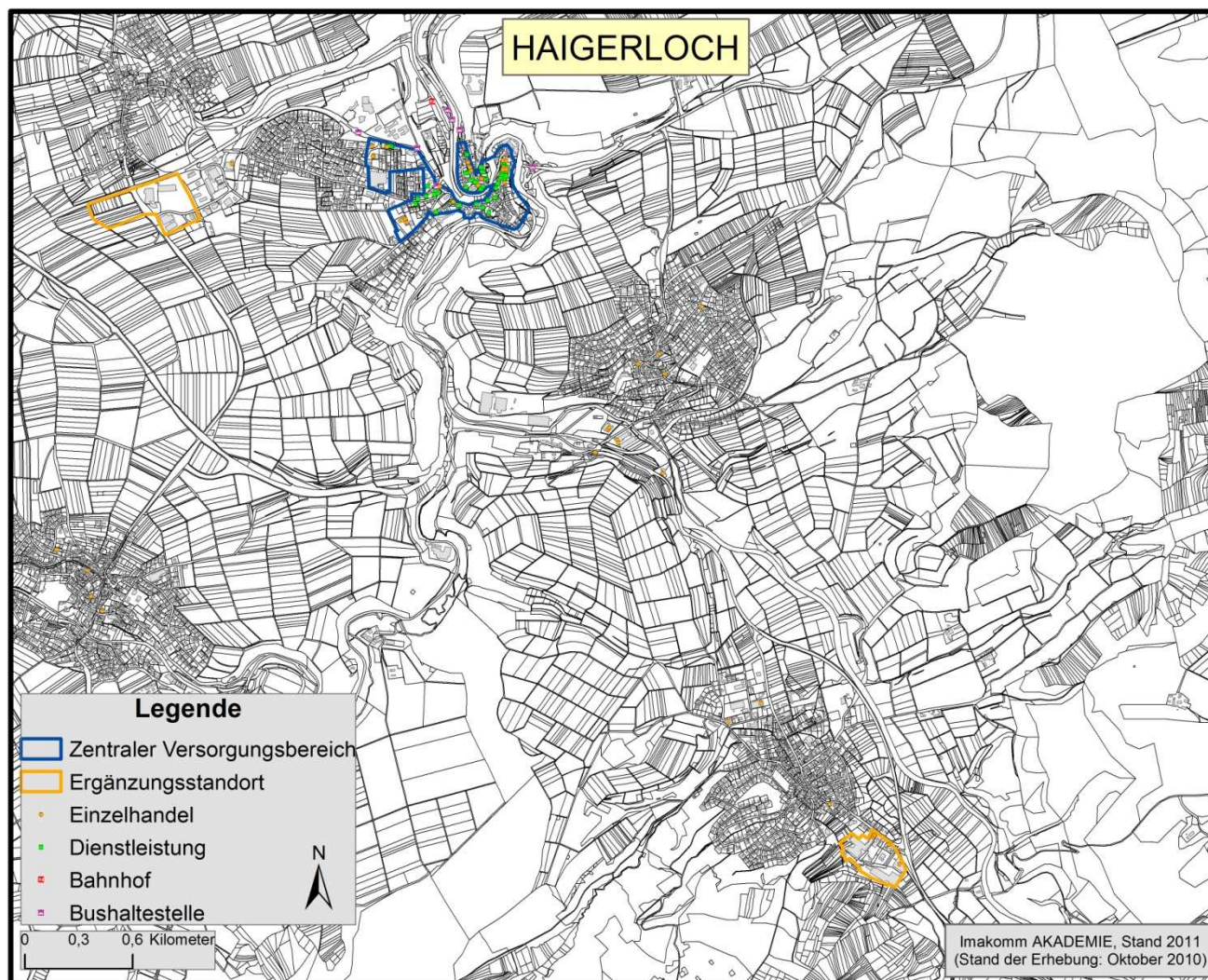


Unterzentrum Engstingen	
vorliegende Abgrenzung	Nach Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2009
Änderungen	Die Abgrenzung wurde in Absprache mit der Gemeinde Engstingen deutlich reduziert
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Innenstadt von Engstingen besteht aus den beiden Ortsteilzentren von Klein- und Großengstingen (-> städtebauliche Sondersituation). Der Einzelhandelsbesatz ist nur noch gering ausgeprägt, die Abgrenzung des zVB beschränkt sich in Großengstingen auf den Kreuzungsbereich Honauer Str. / Trochtelfinger Str. / Langestraße und die angrenzenden Bereiche, die noch eine Nutzung im Einzelhandels- oder Dienstleistungsbereich aufweisen. In Kleinengstingen beschränkt sich der zVB auf den zentralen Bereich an der Reutlinger Straße im Umfeld der Kirche. Der jeweils abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich ist in beiden Stadtteilen gut durch den ÖPNV zu erreichen. Insgesamt lassen sich in Engstingen nur sehr wenige Haltestellen des ÖPNV finden, weshalb das Vorhandensein von mehreren Haltestellen innerhalb beziehungsweise am Rand der Innenstadtgebiete diese Abgrenzung bestätigt. Großengstingen ist durch die zentrale Haltestelle 'Marktplatz' gut zu erreichen. Kleinengstingen kann durch die Haltestelle 'Friedhof' und den Knotenpunkt des 'Bahnhofs' erreicht werden. Im südlichen kleineren Teil des Innenstadtgebietes befindet sich die Haltestelle 'Rathaus, von der aus der ganze Bereich fußläufig zu erreichen ist.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Die Gemeinde Engstingen verfügt heute über ein Angebot, das ausschließlich die Grundversorgung decken kann. Die Lebensmittelanbieter liegen zwischen den beiden Ortsteilen in verkehrlich gut erreichbarer Lage. In den beiden Ortsmitten sind weiterhin keinerlei Flächenpotenziale für eine Weiterentwicklung gegeben. Die perspektivische Innenstadt ist vor diesem Hintergrund im Bereich der heutigen Lebensmittelanbieter zwischen den beiden Ortsteilen mit Anschluss an die Ortsmitte von Großengstingen ausgewiesen. In diesem Bereich sind zukünftig auch Investitionen zur Schaffung einer Neuen Mitte mit Rathaus und Mehrzweckhalle geplant sowie eine direktere Straßenverbindung nach Großengstingen. Dieser Bereich weist weiterhin eine fußläufige Erreichbarkeit zumindest für einen Teil der Bevölkerung auf. Die Schaffung einer gemeinsamen Ortsmitte kann hier erreicht werden.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Auch der Ergänzungsstandort befindet sich zwischen den beiden Ortsteilen im südlichen Bereich, der teilweise gewerblich geprägt ist und zusätzlich eine gute Erreichbarkeit aufweist.

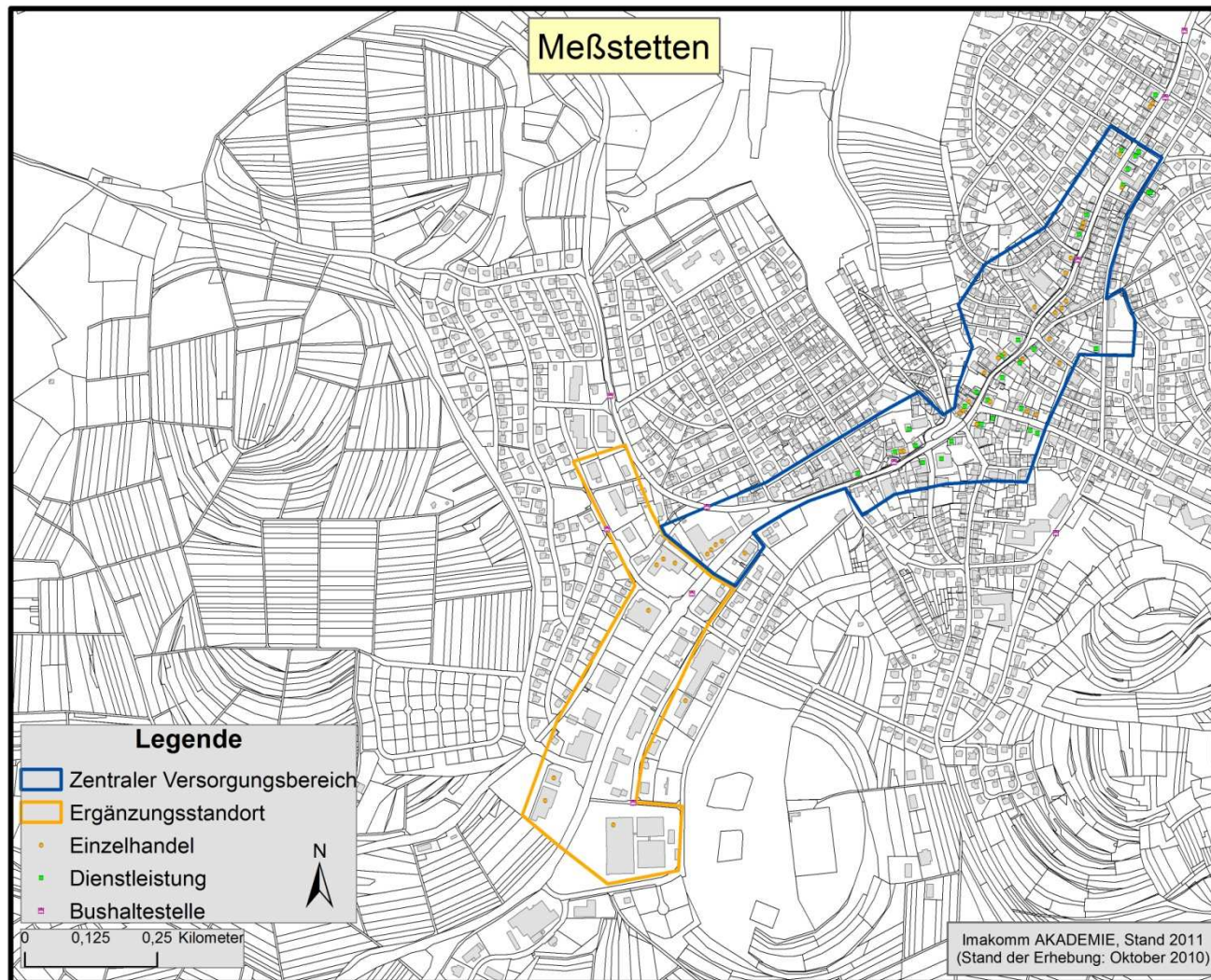


Unterzentrum Haigerloch	
vorliegende Abgrenzung	Nach Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2009
Änderungen	Die Abgrenzung wurde in Absprache mit der Stadt Haigerloch deutlich reduziert, die Abgrenzung befindet sich momentan noch in der Abstimmungsphase
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Stadt Haigerloch ist durch die vorherrschende Topographie stark geprägt (→ städtebauliche Sondersituation) und weist eine Struktur mit mehreren ähnlich bevölkerungsstarken Ortsteilen auf. Die Innenstadt ist im Bestand im Tal ab der Unterstadt sowie im Bereich der Oberstadtstraße bis zur Hohenbergstraße zu begrenzen. In diesen Bereichen sind in Haigerloch die höchsten Dichten an Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten festzuhalten, wobei die gesamte Innenstadt sehr kleinteilige Strukturen aufweist. Bei der Bewertung der ÖPNV-Anbindung ist festzustellen, dass vor allem der nordöstliche Teil, rund um den Marktplatz, sehr gut zu erreichen ist. Aufgrund der Topographie und den baulichen Gegebenheiten ist im östlichen Bereich der Oberstadtstraße sowie im Bereich „Im Haag“ die ÖPNV-Anbindung als eingeschränkt zu bezeichnen. Der westliche Bereich des zentralen Versorgungsbereichs im Verlauf der Oberstadtstraße ist hingegen wieder insgesamt durch drei Haltestellen ausreichend erreichbar.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Aufgrund fehlender Flächenpotenziale und der Topographie in Haigerloch, wird der innerstädtische Bereich in der Oberstadt noch um die Bereiche Gruoler Straße bis zum heutigen Lidl-Markt sowie an der Oberstadtstraße bis zur Meinradstraße und auch hier um das Firmengelände der Firma Theben erweitert. Hier sind teilweise nur noch bedingt innerstädtische Strukturen zu finden, allerdings befinden sich hier schon heute wichtige Einzelhandelsbetriebe für die Kernstadt Haigerloch in dessen Umfeld sich in größtmöglicher Innenstadtnähe noch Entwicklungspotenziale ergeben können. Hier ist eine Verbesserung der Anbindung an den ÖPNV zu empfehlen, sollten sich in diesem weitere Bereich innerstädtische Nutzungen ansiedeln.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Der Ergänzungsstandort von Haigerloch ist in der westlichen Kernstadt in der Gewerbegebietslage beim Madertal zu verorten und umfasst hier neben den gewerblichen Bestandsflächen einen Bereich neu ausgewiesener gewerblicher Nutzflächen, der ein Flächenpotenzial für zukünftige Ansiedlungen darstellt. Dies ist auch vor dem Hintergrund zu betrachten, dass die Entwicklungsflächen in Haigerloch aufgrund der Topographie auch für den nicht zentrenrelevanten Bereich als begrenzt einzustufen sind. Weiterhin ist im Stadtteil Owingen im Umfeld des bestehenden Möbelanbieters ein Ergänzungsstandort ausgewiesen, der sich aber hauptsächlich auf den Bestand begrenzt. Aufgrund der räumlichen Struktur von Haigerloch mit mehreren ähnlich großen Stadtteilen wird so den bestehenden Strukturen Rechnung getragen.

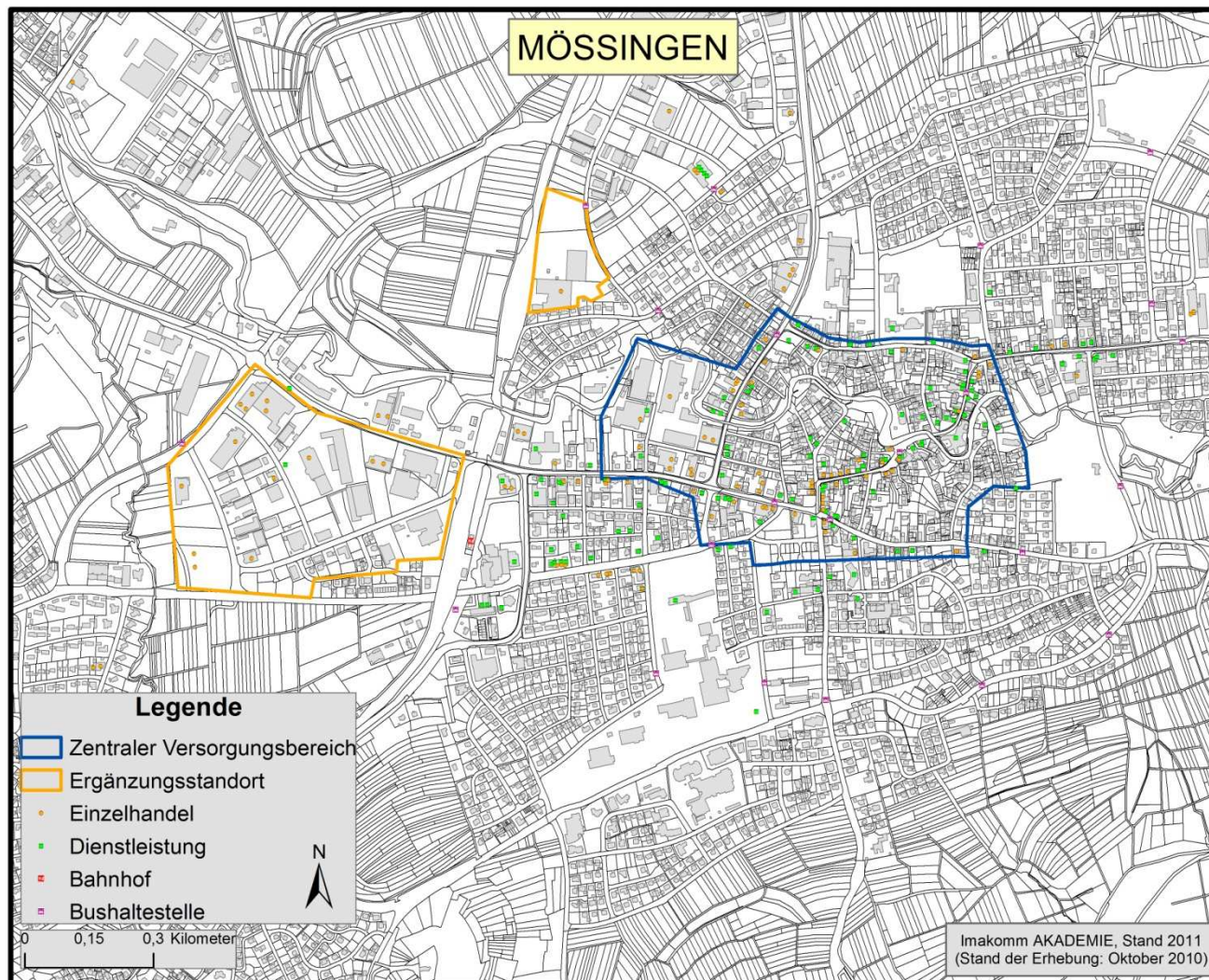




Unterzentrum Meßstetten	
vorliegende Abgrenzung	Nach Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2009
Änderungen	Die Abgrenzung wurde in Absprache mit der Stadt Meßstetten deutlich reduziert
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Stadt Meßstetten weist eine „Straßendorfstruktur“ auf, so dass sich die Innenstadtlagen entlang der Ebinger Straße befinden und eine relativ lange Ausdehnung mit sich bringen. Die Abgrenzung orientiert sich am Einzelhandelsbesatz und endet im Norden an der Eugenstraße und im südwestlichen Bereich ungefähr in Höhe der Lindenstraße. Im Umfeld des Rathauses wurde in Meßstetten durch Investitionsmaßnahmen eine deutliche Erhöhung der innerstädtischen Aufenthaltsqualität erreicht. Obwohl der Straßendorfcharakter deutlich zu erkennen ist und die Innenstadt per PKW optimal zu erreichen ist, bietet auch das ÖPNV-Netz eine zusätzliche gute Erreichbarkeit, auch ohne MIV. Entlang der Ebinger Straße sind verschiedene Haltestellen zu finden, die im Allgemeinen jede Stunde bedient werden. Im Randbereich des Innenstadtgebietes finden sich zudem weitere Haltestellen die eine fußläufige Erreichbarkeit der Innenstadt gewährleisten.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	In der Stadt Meßstetten wurde die Heumarktpassage an der Hauptstraße realisiert, die vorrangig zentrenrelevante Sortimente beherbergt. Aufgrund der Anstrengungen, hier keine reine Fachmarkttagglomeration zu errichten, wurde in diesem Bereich eine hohe Aufenthaltsqualität erreicht sowie eine möglichst gute fußläufige Anbindung an die Innenstadt realisiert. Vor diesem Hintergrund und der heute eher unterdurchschnittlichen Ausstattungskennziffern (vgl. Analyseergebnisse) ist eine Ausweitung der Innenstadt auf diesen Bereich vorgenommen worden. Auch eine Anbindung an den ÖPNV ist in unmittelbarer Nähe gewährleistet.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Der Meßstettener Ergänzungsstandort ist im Gewerbegebiet, das bereits heute den Einzelhandelsschwerpunkt darstellt, im Südwesten der Kernstadt zu verorten. Aufgrund der unterdurchschnittlichen Ausstattung bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist in diesem Bereich neben dem heutigen Bestand auch ein nach Norden angrenzendes Gebiet eingebunden worden, da hier noch potenzielle Flächen zu Verfügung stehen, die dazu noch die größtmögliche Integration aufweisen.

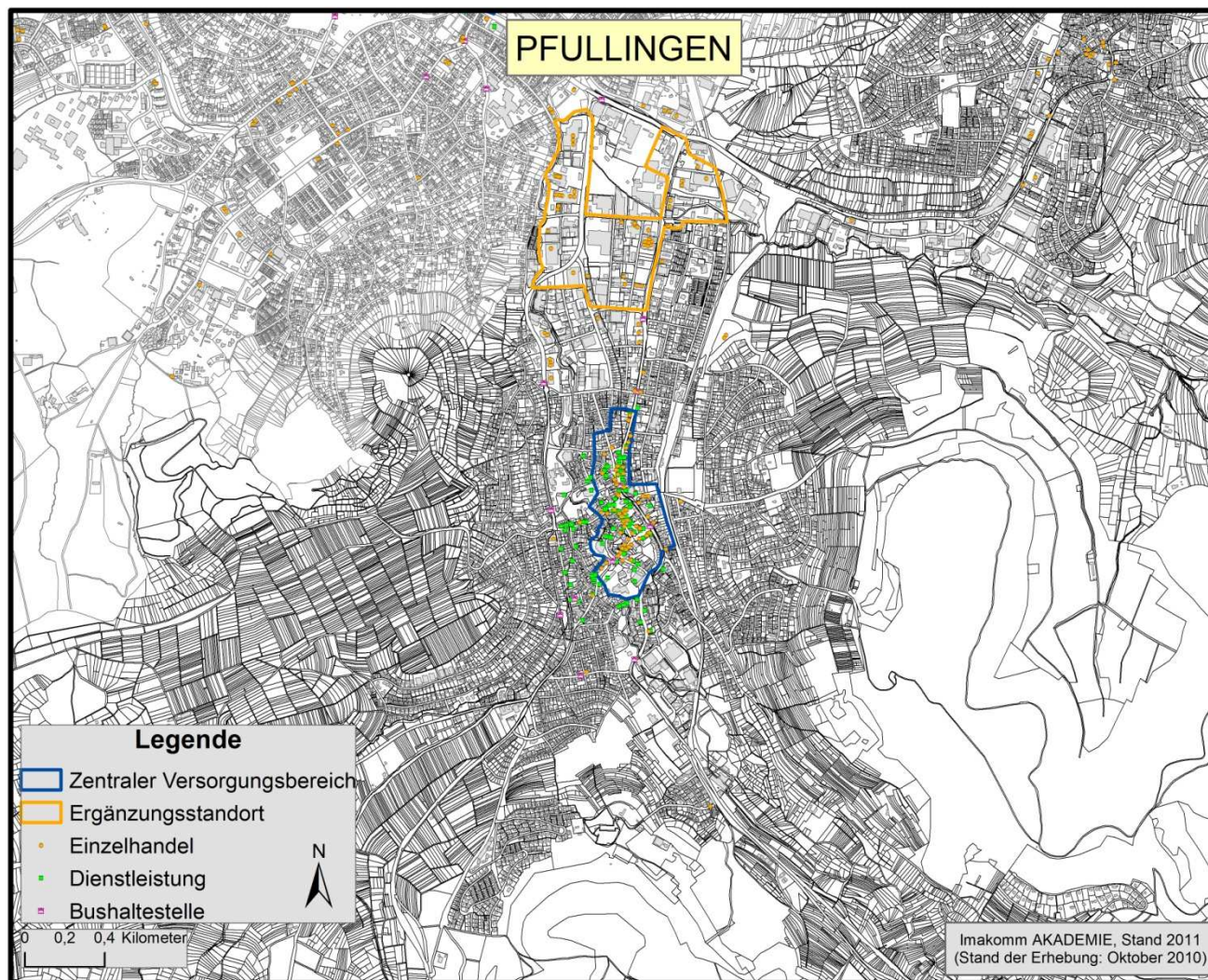


Unterzentrum Mössingen	
vorliegende Abgrenzung	Vorliegende Abgrenzung gemäß GMA-Gutachten „Die Stadt Mössingen als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk. Fortschreibung der GMA-Markt- und Standortuntersuchung aus dem Jahr 1999“, 2007.
Änderungen	Die Abgrenzung wurde in großen Teilen übernommen und in Abstimmung mit der Stadt in kleinen Bereichen modifiziert.
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Innenstadt von Mössingen ist v.a. anhand des heutigen (Einzelhandels)Bestandes abgegrenzt. Die Innenstadt weist keine wirklichen städtebaulich innenstädtischen Strukturen auf, sondern ist relativ weit auseinandergezogen. Nach Süden stellt die Bahnhofstraße mit den noch südlich anschließenden Gebäuden die Grenze dar. Weiter südlich schließen hauptsächlich Wohngebietsnutzungen an, so dass mit dieser Hauptverkehrsachse die Grenze gezogen werden kann. Nach Westen stellt der Kreuzungsbereich Karl-Jaggy-Straße, Bahnhofstraße mit den angrenzenden Einzelhandelsnutzungen (z.B. Rewe, Deichmann, Müller) die Grenze zur faktischen Innenstadt dar. Auch wenn im weiteren Verlauf der Bahnhofstraße ebenfalls noch zahlreiche Geschäfte vorhanden sind, ist aufgrund einer fußläufigen Erreichbarkeit v.a. im Bereich Falltorstraße, der in der Mössinger Innenstadt die größte Aufenthaltsqualität aufweist, die Innenstadt abzugrenzen. Im Norden stellt die Lange Straße das Ende des zentralen Versorgungsbereichs von Mössingen dar, da hier noch eine große Dichte an v.a. Dienstleistungsbetrieben aber auch Einzelhandel festzustellen ist und so letztendlich eine Begrenzung in Form eines Innenstadtrings getroffen werden konnte. Im Osten liegt die Abgrenzung im Bereich Falltorstraße bzw. Spitalgasse und wird weiter südlich begrenzt durch ausschließliche Wohnbebauung. Die Verteilung der Bushaltestellen des ÖPNV unterstützt in weiten Teilen die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Vor allem der östliche Bereich wird durch mindestens zwei Buslinien ca. jede halbe Stunde angefahren und ist somit sehr gut zu erreichen. Der westliche Teil der Innenstadt ist über drei Haltestellen mit mindestens zwei Buslinien pro Anfahrtspunkt auch ausreichend angebunden. Da sich hier auch in geringer Entfernung der Bahnhof und Busbahnhof anschließt, kann dieser Bereich mit dem Bus und entsprechenden Taktzeiten, als gut erreichbar eingestuft werden.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Die perspektivische Innenstadt bezieht sich v.a. auf zwei Innenstadt-nahe gelegenen Potenzialflächen: Zum einen das Merz-Areal im Süden der Innenstadt, wo eine Entwicklung mit zentrenrelevanten Sortimenten eine deutliche Steigerung der Attraktivität mit sich bringen kann; zum anderen das im Westen der Innenstadt angrenzende PAUSA-Areal, das ebenfalls durch direkte Angrenzung an die Innenstadt hier eine mögliche Potenzialfläche darstellt. Aufgrund der heute z.T. unterdurchschnittlichen Ausstattung v.a. im mittelfristigen Bedarfsbereich (v.a. Bücher, PBS, Spielwaren) sind an dieser Stelle noch gewisse Ansiedlungspotenziale gegeben, die aufgrund der langgestreckten Strukturen in der Stadt Mössingen und im dispersen Einzelhandelsbesatz eindeutig auf die Innenstadt konzentriert werden sollten. Bei Realisierung von weiteren Einzelhandelsflächen in diesem Bereich, ist über eine zusätzliche Anbindung an den ÖPNV im direkten Umfeld nachzudenken.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Die Ergänzungsstandorte beziehen sich v.a. auf das Gewerbegebiet Riethäcker im Westen der Kernstadt, das heute schon einen deutlichen Angebotsschwerpunkt darstellt. Hierbei ist aber darauf zu achten, dass ausschließlich nicht zentrenrelevante Ansiedlungen vorgenommen werden. Weiterhin wurde ein Bereich im Umfeld des Einrichtungshauses Vogt beigelegt, um bei einer möglichen Nachnutzung in den nächsten Jahren ein Brachfallen des Standortes zu verhindern. Im nicht zentrenrelevanten Bereich besteht v.a. noch Entwicklungspotenzial im Bereich Elektrowaren, die heute in Mössingen deutlich unterdurchschnittlich aufgestellt sind.

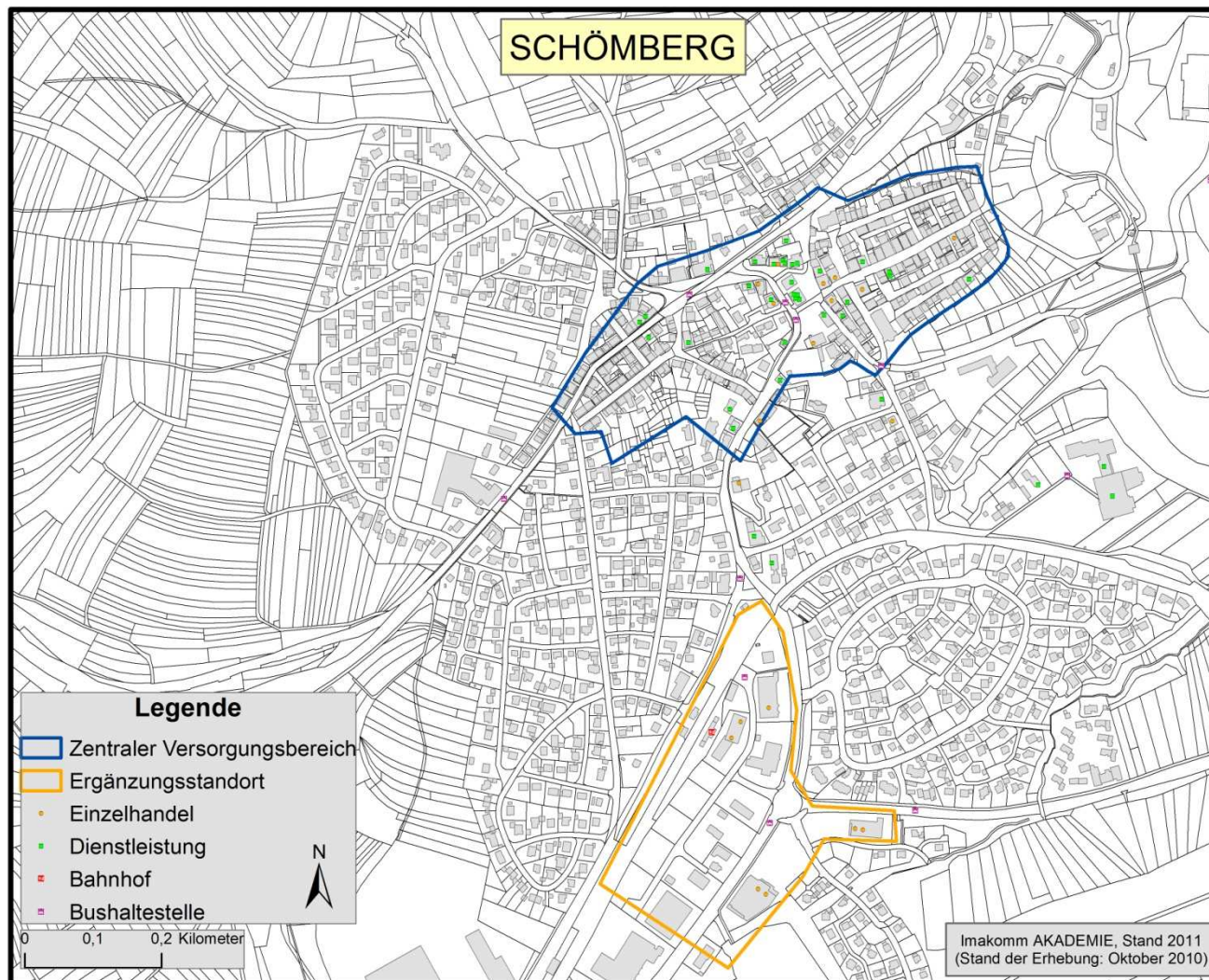


Unterzentrum Pfullingen	
vorliegende Abgrenzung	Nach Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2009
Änderungen	Die Abgrenzung wurde in Absprache mit der Stadt Pfullingen deutlich verändert
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die heutige Einkaufsinnenstadt mit dem dichtesten Einzelhandelsbesatz ist v.a. im Bereich Kirchstraße, Lindenplatz und Große Heerstraße zu verorten, diese setzt sich nach Süden aber auch noch in die Badstraße fort, wobei die Aufenthaltsqualität hier bereits zurückgeht. Im Süden ist die Abgrenzung im Bereich des Klostersgartens festzusetzen, da dort die innerstädtischen Nutzungen deutlich zurückgehen. Im Westen stellt der Verlauf der Echaz die natürliche Barriere dar, ab der auch eine vorwiegende Wohnnutzung zu erkennen ist. Im Norden wurde die Begrenzung an der Marktstraße aufgrund eines deutlich sinkenden Besatzes vorgenommen. Im Osten begrenzt die große Heerstraße und die angrenzenden Nutzungen die Innenstadt, da weiter östlich ebenfalls städtebaulich und bei Bewertung der Nutzungen keine Innenstadtstrukturen mehr vorherrschen. Die innerhalb der Innenstadt verteilten Bushaltestellen bestätigen die Abgrenzung der Pfullinger Innenstadt. Mit sieben Buslinien, die die zentral gelegenen Haltestellen 'Lindenplatz' und 'Laiblingsplatz' anfahren, ist die Erreichbarkeit der Innenstadt grundsätzlich gut. Da dieser Bereich unter anderem auch durch eine Linie des Reutlinger Stadtverkehrs angefahren wird, die dreimal pro Stunde verkehrt, zeigt sich auch eine gute überörtliche Anbindung. Daneben werden aber auch die Randgebiete des abgegrenzten Raumes durch Buslinien, die jede Stunde verkehren, in ausreichendem Maße bedient.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Die Stadt Pfullingen weist heute bereits eine für ein Unterzentrum überdurchschnittliche Ausstattung in den zentrenrelevanten Sortimenten auf. Innerhalb der abgegrenzten Innenstadtbereiche sind weiterhin noch Potenzialflächen vorhanden, die weitere Ansiedlungen ermöglichen, so dass keine weiteren Ausweitungen der Abgrenzung des zVB zu empfehlen sind.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Grundsätzlich: Aufgrund des heutigen Einzelhandelsbestandes ist der Ergänzungsstandort für Pfullingen im Norden der Kernstadt abzugrenzen, wo bereits heute zahlreiche Einzelhandelsnutzungen aus allen Bedarfsbereichen bestehen bzw. in den angrenzenden Bereichen, die heute bereits eine planungsrechtliche Grundlage für Einzelhandelsansiedlungen beinhalten (östlicher Bereich des Ergänzungsstandortes). Hier ist eine ausschließliche Ergänzung im nicht zentrenrelevanten Bereich sinnvoll. Eine weiterreichende Ausweisung des Ergänzungsstandortes halten wir aufgrund des begrenzten Ansiedlungspotenziales gemäß Orientierungswerte nicht für sinnvoll. Vorläufige Abgrenzung: Angesichts der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten (quasi Zusammenwachsen dreier Kommunen in diesem Bereich: Pfullingen, Eningen, Reutlingen) halten wir es speziell in diesem Bereich für geboten, einen interkommunalen Konsens hinsichtlich der weiteren Einzelhandelsentwicklung im östlichen Bereich Reutlingens, nördlichen Bereichs Pfullingens (und westlichen Bereichs Eningen) herzustellen. Hierbei scheint die Idee einer interkommunal abgestimmten gemeinsamen Wirtschaftszone für diskutabel. Mit anderen Worten: Eine komplette Inwertsetzung des nördlichen Bereichs als Ergänzungsstandort sollte klar mit Reutlingen als Oberzentrum abgestimmt sein. Ist

	dies der Fall, könnte bspw. auf Pfullinger Gemarkung dann eine Ansiedlung von Sortimenten, die u.a. auch Branchenlücken im Reutlinger Einzelhandel darstellen und die quasi als Ergänzung zu dem v.a. im westlichen Stadtgebiet von Reutlingen verorteten Ergänzungsstandort darstellen, angedacht werden. Es wären dann für diesen kompletten Ergänzungsstandort oder aber für einzelne Bereiche in diesem Ergänzungsstandort bestimmte Sortimente zu definieren, die (1) nur nicht zentrenrelevanten Einzelhandel umfassen, (2) Branchenlücken sowohl in Pfullingen als auch in Reutlingen darstellen und / oder eine Ergänzung zum Bestand im Ergänzungsstandort in Reutlingen darstellen. Mit anderen Worten: Die Abgrenzung des dargestellten Ergänzungsstandortes erfolgt aufgrund der aktuellen Gegebenheiten, so dass unter der Bedingung einer interkommunalen Abstimmung mit Reutlingen und der Empfehlung, klare Standortprofile zu definieren, hier auch noch Entwicklungsmöglichkeiten bestehen. ▪ Grundsätzlich ist auch die Strategie der Stadt Pfullingen für die Einzelhandelsplanung zu berücksichtigen, wenn sie mit den Abgrenzungskriterien des Regionalen Zentren- und Märktekonzeptes zu vereinbaren sind. Da die Stadt aktuell ein kommunales Zentrenkonzept erarbeitet, sind hier die zukünftigen Strategien im Rahmen der Regionalplanerstellung ggf. noch zu berücksichtigen.
--	--



Unterzentrum Schömburg	
vorliegende Abgrenzung	Nach Regionalplanentwurf Neckar-Alb 2009
Änderungen	Die Abgrenzung wurde in Absprache mit der Stadt Schömburg deutlich reduziert
Abgrenzung Innenstadt Ist-Situation	Die Innenstadt von Schömburg umfasst den Bereich der historischen Ortsmitte um die alte Hauptstraße, die eine kleinparzellierte Struktur mit innerstädtischer Aufenthaltsqualität aufweist, sowie das Umfeld des Marktplatzes, an dem sich eine Konzentration von Einzelhandelsnutzungen und Dienstleistungen ergibt. Im Osten ergeben sich die Innenstadtbegrenzungen anhand der städtischen Baustruktur mit dem Ende der alten Hauptstraße, im Norden stellt die Balinger Straße als Hauptverkehrsachse die Grenze dar, während im Süden und Osten aufgrund des Rückganges des Einzelhandelsbesatzes und der Zunahme der Wohnnutzung die Grenzen gezogen wurden. Via ÖPNV ist die Innenstadt von Schömburg über zwei zentral gelegene Haltestellen gut zu erreichen. Entsprechend den begrenzten Buslinien, die Schömburg anfahren, ist die Innenstadt mindestens einmal pro Stunde per Bus zu erreichen. Die innerstädtischen Bushaltelinien sind an den Hauptverkehrsachsen (Balinger Straße, Schweizer Straße) gelegen, bieten aber eine fußläufige Erreichbarkeit des gesamten zentralen Versorgungsbereichs (weniger als 200 Meter Entfernung). Nur im Bereich der östlichen alten Hauptstraße ergibt sich aufgrund der baulichen Strukturen eine Entfernung von über 200 m zum nächsten ÖPNV Haltepunkt.
Abgrenzung perspektivische Innenstadt	Die Stadt Schömburg verfügt heute v.a. im mittelfristigen Bedarf über eine unterdurchschnittliche Ausstattung, so dass noch Entwicklungspotenziale zu erkennen sind. Vor diesem Hintergrund wurden die Abgrenzungen v.a. im Bereich der Schweizer Straße auf potenzielle Entwicklungsflächen in den rückwärtigen Bereichen ergänzt, aufgrund der Strukturen vor Ort sind keine weiteren Potenzialflächen im Anschluss an die Innenstadt vorhanden.
Abgrenzung Ergänzungsstandorte	Der Ergänzungsstandort befindet sich in der südlichen Kernstadt Schömburg im Bereich der Wellendinger Straße. Dieser Bereich stellt heute schon den hauptsächlichen dezentralen Einzelhandelsschwerpunkt dar, so dass eine Konzentration auf weitere Flächen an diesem Standort sinnvoll erscheint. Die Ansiedlungspotenziale sind allerdings vergleichsweise gering, so dass nur noch begrenzte Flächenpotenziale ausgewiesen wurden.



12 Ergänzende Steuerungsinstrumente

12.1 Checkliste informelle interkommunale Abstimmung und dazugehörige Prüfkriterien bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben

Gemäß Leitidee 8 soll bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben eine Beschleunigung der formellen Planungsverfahren und eine Versachlichung und damit Vereinfachung der formellen interkommunalen Abstimmung erreicht werden. Dazu sollen die formellen Abstimmungsverfahren um eine informelle interkommunale Abstimmung ergänzt werden.

Hierfür muss eine **Checkliste** abgearbeitet und schriftlich dokumentiert werden. In dieser Checkliste sind zentrale Prüfkriterien enthalten, deren Einhaltung nachgewiesen bzw. deren Nicht-Einhaltung mit allen Beteiligten Kommunen / Institutionen besprochen und von diesen als akzeptabel bestätigt werden muss.

Im Folgenden dargestellt sind die Checkliste und die dabei abzuarbeitenden Prüfkriterien:

a) Checkliste informelle interkommunale Abstimmung

1. Nachbarkommunen und
zentraler Ort der nächst
höheren Stufe



2. Termin mit Kommunen



3. Belege der Prüfkriterien



Termin fand statt am: _____

Kriterium 1: _____

Kriterium 2: _____

Kriterium 3: _____

Kriterium 4: _____

Kriterium 5: _____

Kriterium 6: _____



4. Einwände der
Nachbarkommunen

Kommune	Einwände	Bewertung

b) Prüfkriterien:

1. Geplanter Standort entspricht den Regelungen gemäß Leitidee 3?
2. Bei nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment: Randsortimente belaufen sich auf 3% der gesamten Verkaufsfläche (= Gesamtvorhaben, nicht nur etwaige Erweiterungsfläche) bzw. max. 350 m² Verkaufsfläche?
3. Die Einstufung der Sortimente des Vorhabens entspricht den Regelungen gemäß Leitidee 5? Handelt es sich bei dem Vorhaben um ein Hauptsortiment, das gemäß regionaler Sortimentsliste „in der Regel zentrenrelevant“ ist und fehlt eine eigene kommunale Sortimentsliste, so muss begründet werden, warum das Sortiment in diesem Einzelfall als nicht zentrenrelevant gilt.
4. Bei Sortimenten der Grundversorgung und Standort in sonstigen integrierten Lagen: Nahversorgungsfunktion des Vorhabens nachzuweisen (= überwiegender Anteil der Kaufkraft muss aus Nahbereich stammen)!
5. Die Orientierungswerte der Ansiedlungspotenziale sollten nicht wesentlich überschritten werden. Würde eine solche Überschreitung erfolgen, müsste eine Begründung für eine Unschädlichkeit dieser Überschreitung abgegeben werden.
6. Bei Abweichungen von mindestens einem der Prüfkriterien 1. bis einschließlich 5.: Begründung / Darlegung, dass dennoch Verträglichkeit für Umlandgemeinden gegeben ist!

12.2 Prüfschema Ausnahmeregelungen Nahversorgung

Gemäß Leitidee 4 soll im Bereich **Grundversorgung zur Sicherung / Wiederherstellung der Nahversorgung die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Kleinzentren und nicht Zentralen Orten** grundsätzlich ebenfalls möglich sein, also nicht nur in den Zentralen Orten. Hierfür muss die entsprechende Standortgemeinde jedoch das Vorliegen entsprechender Kriterien und die Einhaltung eines klaren Prüfschemas nachweisen.

Im Folgenden dargestellt ist dieses Prüfschema. Es gilt für nicht Zentrale Orte wie auch für Zentrale Orte.

Prüfschema / Checkliste „Sicherung der Grundversorgung“ (Entwurf):

Nicht zentrale Orte	Zentrale Orte
Gilt nur für grundversorgungsrelevante Sortimente: Großflächige Grundversorgungsbetriebe ausnahmsweise zulässig an nicht integrierten Standorten, wenn Folgendes erfüllt ist:	
Vorab: Wurden alternative Möglichkeiten der Nahversorgung geprüft / sind diese nicht möglich	
a) Nachweislich keine Flächen im zVB*) UND	a) dito UND
b) Ansiedlungspotenzial für Einwohner der Gemeinde und/oder Nahbereich und/oder Standortgemeinde + Nachbarkommune(n) vorhanden?**) DANN Nachweis von:	b) Ansiedlungspotenzial für Einwohner des Stadtteils vorhanden? DANN Nachweis von:
c) Grundversorgungsfunktion des geplanten Betriebes für die Standortgemeinde und/oder Nachbargemeinden UND	c) Grundversorgungsfunktion des geplanten Betriebes UND
d) Summationseffekte berücksichtigen UND	d) Summationseffekte berücksichtigen UND
e) Einzelfallprüfung: Keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und Grundversorgungsfunktionen in Umlandgemeinden insgesamt	e) dito
f) Einzelhandel in den Gewerbegebieten ausschließen	f) Vorrangig integriert, sonst: Klarer Nachweis fehlender Flächen in sonstigen integrierten Lagen
Ergebnis: Großflächiger Grundversorgungsbetrieb auch an nicht integriertem Standort möglich, wenn Grundversorgungsfunktion für Standortgemeinde und – abgestimmt – für Nachbargemeinde(n) nachgewiesen wird.	Ergebnis: Großflächiger Grundversorgungsbetrieb in Stadtteil möglich, wenn Grundversorgungsfunktion des Stadtteils gesichert wird. Nur in Ausnahmefällen dann an einem nicht integrierten Standort möglich.
*) Nachweis möglich beispielsweise über Brachflächen-/Leerstandskataster, entsprechende gutachterliche Stellungnahme usw. **) Nachweis möglich beispielsweise über Ansiedlungspotenzial als Orientierungswert gemäß reZuMK zuzüglich entsprechender Ansiedlungen bzw. entsprechender Verkaufsflächenverluste seit November 2010 bzw.	

13 Arbeitshilfen

13.1 Zukunftsscheck Nahversorgung

Im Folgenden dargestellt ist eine Arbeitshilfe, die es Kommunen erleichtern soll, selbst auf einfache Art und Weise eine erste grobe Abschätzung des vorhandenen Ansiedlungspotenzials im Bereich Grundversorgung bzw. Nahversorgung (hier: Lebensmittelbereich) vorzunehmen.

Die Arbeitshilfe ersetzt nicht eine genaue Verkaufsflächenprognose. Sie beinhaltet nicht Szenarien der Kaufkraftentwicklung. Zudem kann sie – um nicht zu komplex zu werden – keine unterschiedlichen Betreiberkonzepte von Lebensmittelmärkten vorgeben.

Arbeitshilfe: Zukunftsscheck Nahversorgung – die Rechenschritte

(1)	Kaufkraft der Einwohner in der Kommune, die für Ausgaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (= NuG) pro Jahr theoretisch zur Verfügung steht	Einwohnerzahl x 2.040 Euro pro Einwohner *)
(2)	Umsatz im Bereich NuG pro Jahr, der von den bestehenden Betrieben in der Standortgemeinde umgesetzt wird (Bruttoumsatz, also inkl. MwSt.)	Gesamte Verkaufsfläche im Bereich NuG x durchschnittlicher Umsatz pro m ² Verkaufsfläche (= VK) → Verkaufsfläche aus Bauakten → Durchschnittlicher Umsatz pro m ² VK: 4.000 Euro / m ² (genauer wäre: VK pro Betrieb x betriebsformspezifische Flächenproduktivität)
(3) = 0,7*(1)	Kaufkraft, die realistischer Weise vor Ort umgesetzt werden kann; die Kaufkraft besteht aus Kaufkraft aus der Standortkommune und aus Kaufkraft aus Umlandgemeinden; ein Wert von 70% besagt, dass angesichts von Pendlerbeziehungen und umfangreicheren Angeboten in Zentralen Orten mehr Kaufkraft aus der Standortkommune abfließt als aus Umlandgemeinden zufließt.	Maximal mögliche Umsatz-Kaufkraft-Relation von 70% im Bereich NuG x Kaufkraft vor Ort → maximal also 70% der theoretisch pro Jahr zur Verfügung stehenden Kaufkraft im Bereich NuG in der Kommune
(4) = (3) – (2)	„Noch freie Kaufkraft“, die tatsächlich noch für eine Neuansiedlung (oder Erweiterung eines bestehenden Betriebes) zur Verfügung steht	Kaufkraft im Bereich NuG, die maximal vor Ort auch „gehalten“ werden kann – bereits umgesetzte Kaufkraft im Bereich NuG
(5) = (4) / 4.000 Euro / m ²	Potenzielle Verkaufsfläche, die noch realisiert werden könnte auf Basis der eigenen Kaufkraft (ohne Umsätze aus Umland)	„Noch freie Kaufkraft“ im Bereich NuG / 4.000 Euro / m ² **)

*) Quelle: GfK Geo Marketing.

**) Durchschnittswerte in Anlehnung an EHI Handel Aktuell 09/10.

Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.

Arbeitshilfe: Zukunftscheck Nahversorgung – eine Beispielrechnung

Schritte	Was	Berechnung
(1)	Kaufkraft der Einwohner in der Kommune, die für Ausgaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (= NuG) pro Jahr theoretisch zur Verfügung steht	3.750 Einwohner x 2.040 Euro = ca. 7,7 Mio. Euro pro Jahr im Bereich NuG vor Ort
(2)	Umsatz im Bereich NuG pro Jahr, der von den bestehenden Betrieben in der Standortgemeinde umgesetzt wird (Bruttoumsatz, also inkl. MwSt.)	540 m ² x 4.000 Euro / m ² = ca. 2,2 Mio. Umsatz pro Jahr
(3) = (1) * 0,5	Kaufkraft, die realistischer Weise vor Ort umgesetzt werden kann; die Kaufkraft besteht aus Kaufkraft aus der Standortkommune und aus Kaufkraft aus Umlandgemeinden; ein Wert von 50% besagt, dass angesichts von Pendlerbeziehungen und umfangreicheren Angeboten in Zentralen Orten mehr Kaufkraft aus der Standortkommune abfließt als aus Umlandgemeinden zufließt.	ca. 7,7 Mio. Euro pro Jahr x 0,5 (= 50%) = ca. 3,8 Mio. Euro pro Jahr
(4) = (3) – (2)	„Noch freie Kaufkraft“, die tatsächlich noch für eine Neuansiedlung (oder Erweiterung eines bestehenden Betriebes) zur Verfügung steht	ca. 3,8 Mio. Euro – ca. 2,2 Mio. Euro = ca. 1,7 Mio. Euro „noch frei“
(5) = (4) / 4.000 Euro / m ²	Potenzielle Verkaufsfläche, die noch realisiert werden könnte auf Basis der eigenen Kaufkraft (ohne Umsätze aus Umland)	ca. 1,7 Mio. Euro / 4.000 Euro pro m ² = ca. 420 m ² potenzielle Verkaufsfläche
Quelle: imakomm AKADEMIE 2011.		

Teil G: Anhang



14 Glossar

Agglomeration: Bei einer Agglomeration handelt es sich um eine Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben an einem nicht → integrierten Standort, wobei jeder Betrieb für sich zwar unterhalb der raumordnerisch relevanten Schwelle zur → Großflächigkeit liegt, die Betriebe zusammen aber raumordnerisch wie ein großflächiger Betrieb behandelt werden. Eine Agglomeration ist dann anzunehmen, wenn die Betriebe nach grundstücksrechtlichen, betriebs- oder bautechnischen Gesichtspunkten eine Einheit bilden (gemeinsame/übergreifende Parkplatznutzung, gemeinsamer überdachter Eingangsbereich, gemeinsames Marketing u.ä.).²³

Agglomerationsverbot: Das Agglomerationsverbot regelt, dass Agglomerationen, also mehrere in räumlicher Nähe angesiedelte Betriebe zusammen betrachtet werden, also als großflächiger Betrieb behandelt werden müssen. Teilweise wird diese Begrifflichkeit auch gegensätzlich behandelt, letztlich mit dem Inhalt, dass Betriebe nicht als Agglomeration betrachtet werden dürfen.

Allgemeines Wohngebiet: Baugebiet nach BauNVO; es dient vorwiegend dem Wohnen. Einzelhandelsbetriebe sind zulässig soweit Sie der Versorgung des Wohngebiets dienen. Ausnahmsweise können auch andere Einzelhandelsbetriebe zugelassen werden, wenn sie nicht störend auf das Wohngebiet einwirken.²⁴

Bauleitplanung: Hierunter versteht man die Planung der Bebauung und baulichen Entwicklung einer Gemeinde bzw. eines Gemeindegebietes durch von der Gemeinde zu erstellende Flächennutzungspläne (vorbereitende Bauleitplanung) und "detaillierte" Bebauungspläne.²⁵

Baunutzungsverordnung (BauNVO): Die Baunutzungsverordnung stellt ergänzend und in detaillierter Form neben dem Baugesetzbuch die maßgeblichen Regelungsmöglichkeiten in Flächennutzungs- und Bebauungsplänen auf. Insbesondere findet sich in ihr die Auflistung der Baugebietstypen und detaillierte Angaben, welche Nutzungsarten in den einzelnen Gebietstypen möglich sind.²⁶

Bauplanungsrechtlicher Typenzwang: Dieser Grundsatz besagt, dass Nutzungsarten in Bebauungsplänen durch abstrakt bestimmbare Anlagentypen festzusetzen sind, also nach objektiv erkennbaren Merkmalen, die sich insbesondere nach Art, Umfang, Typik und Ausstattung ergeben.²⁷

Baurechtliche Planungshoheit: Hierunter versteht man die rechtliche und politische Entscheidungsgewalt der Gemeinden, wie sie die Bodennutzung in ihrem Gemeindegebiet gestalten und hierfür auch Flächennutzungspläne und Bebauungspläne schaffen möchte. Die Planungshoheit der Gemeinde darf nur wegen überörtlich überwiegenden Belangen eingeschränkt werden.²⁸

Bebauungsplan: Der Bebauungsplan ist das wesentliche städteplanerische Instrument

²³ Vgl. Nachschlagewerk zum Einzelhandel in der Region Neckar-Alb (August 2010), verändert.

²⁴ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

²⁵ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

²⁶ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

²⁷ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

²⁸ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

zur Durchsetzung der städtebaulichen Bodennutzungspolitik. Er enthält die rechtsverbindlichen Festsetzungen für die städtebauliche Ordnung (§ 8 BauGB). Der Bebauungsplan hat sich allerdings den entsprechenden Plänen und Zielen der Raumordnung anzupassen. Regelmäßig wird der Bebauungsplan aus einem Flächennutzungsplan, der die bauliche Entwicklung der Gemeinde in den Grundzügen darstellt, entwickelt. Der Bebauungsplan wird als Satzung und damit als Ortsrecht erlassen.²⁹

Beeinträchtungsverbot: Vgl. Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg respektive Einzelhandelserlass Baden-Württemberg; es legt fest, dass weder durch die Lage noch durch die Größe oder Folgewirkungen eines Einzelhandelsgroßprojektes sowohl das städtebauliche Gefüge als auch die Funktionsfähigkeit der Versorgungskerne sowie die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde wie auch anderer Orte beeinträchtigt werden dürfen. Gemäß des Einzelhandelserlass ist von einer nicht unwesentlichen Beeinträchtigung auszugehen wenn bei → zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einem Umsatzverlust von 10% oder mehr und bei → nicht zentrenrelevanten Sortimenten von 20% zu rechnen ist. Durch diese Regelung sollen drohende Geschäftsaufgaben verhindert werden.³⁰

Bindungsquote: → Kaufkraftbindungsquote

Branche: Sammelbezeichnung für Unternehmen, die weitgehend substituierbare Produkte oder Dienstleistungen herstellen (bspw. Automobilbranche, Elektronik, Pharmaindustrie).³¹

Discounter: Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen → Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und → Nonfood I-Sortiment (Artikel des kurzfristigen Bedarfs wie Drogerie-/Pflegemittel, Hygieneartikel etc.) sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt → Nonfood II (Artikel des mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textil- / Elektro- / Haushaltswaren) aufweist.³² Siehe auch → Hard-Discounter und → Soft-Discounter

Dorfgebiet (MD): Baugebiet nach BauNVO; Dorfgebiete dienen dem Wohnen und der Unterbringung der landwirtschaftlichen Betriebe sowie nicht wesentlich störender Gewerbebetriebe. Einzelhandelsbetriebe sind grundsätzlich zulässig.³³

E-Commerce: Kurzform für Electronic Commerce, elektronische Geschäftsabwicklung; Teil des Electronic Business, der den Kauf und Verkauf von Waren und Leistungen über elektronische Verbindungen umfasst. Jede Art von geschäftlichen Transaktionen (z.B. Verkauf oder Kauf von Waren und Dienstleistungen) sowie elektronisch abgewinkelte Geschäftsprozesse (z.B. Werbung, „After-Sales-Services“, Onlinebanking), bei denen die Beteiligten auf elektronischem Wege (z.B. über das Internet oder Netzwerke von Mobilfunkanbietern) miteinander verkehren und nicht in direktem physischen Kontakt stehen.³⁴

²⁹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

³⁰ vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg.

³¹ Gabler Wirtschaftslexikon Online.

³² EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

³³ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

³⁴ Gabler Wirtschaftslexikon Online.

Einkaufszentrum: Nach § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 BauNVO sind dies in der Regel einheitlich geplante, finanzierte, gebaute und verwaltete räumliche Konzentrationen von Einzelhandelsbetrieben verschiedener Branchen und Größen, häufig in Kombination mit Dienstleistungsbetrieben. Bei ihnen wird davon ausgegangen, dass sie → großflächigen Charakter besitzen, da sie in der Regel über 800 m² Verkaufsfläche umfassen.³⁵

Einzugsgebiet: → Marktgebiet

Einzelhandel: Einzelhandel (im funktionellen Sinne) liegt vor, wenn Güter von anderen Marktteilnehmern beschafft, i.d.R. nicht weiter be- oder verarbeitet und an private Haushalte abgesetzt werden. Als Einzelhandel im Sinne dieser Untersuchung werden ausschließlich die als stationäre Einzelhandelsgeschäfte definierten Betriebe verstanden. Betriebe des Lebensmittelhandwerks, namentlich Bäckereien und Metzgereien, werden ebenfalls als Einzelhandelsbetriebe verstanden. Ladenhandwerksbetriebe aus den Bereichen Reinigung und Friseur (Betriebe mit Umsatzschwerpunkt im Bereich Dienstleistung und nicht Einzelhandel) werden hingegen nicht berücksichtigt.³⁶

Einzelhandelserlass: Hierbei handelt es sich um Verwaltungsvorschriften, die von den jeweils zuständigen Ministerien der einzelnen Bundesländer erlassen wurden und sich an die (v.a. kommunalen) Verwaltungen richten. In ihnen definieren die Behörden ihre Auslegungen zu den baurechtlichen Problemen bezüglich des Einzelhandels. Sie enthalten auch Listen innenstadtrelevanter Sortimente / Branchen. Die Listen der einzelnen Bundesländer decken sich jedoch nicht zur Gänze. Diese Listen sind keine verbindlichen Normen, sondern dienen nur als Anhaltspunkte. Im Einzelnen ist jeweils anhand der örtlichen Gegebenheiten die Innenstadtrelevanz im konkreten Fall festzustellen.³⁷ Beim Einzelhandelserlass Baden-Württemberg handelt es sich um die Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten, Stand 2001, mit Ergänzungen (2005).

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft: Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Betrag an der durchschnittlich zur Verfügung stehenden Kaufkraft pro Person in einem Gebiet, welcher unmittelbar auf den → Einzelhandel entfällt. In der Regel werden die von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Nürnberg erhobenen Daten verwendet.³⁸

Einzelhandelsrelevante Nachfrage: Die Konsumausgaben der privaten Haushalte, die unmittelbar auf den → Einzelhandel entfallen. Nicht eingeschlossen sind demnach Dienstleistungen aller Art sowie Ausgaben im Bereich des Gastgewerbes.³⁹

Einzelhandelszentralität: Ähnlich wie bei dem Begriff „Kaufkraftbindungsquote“ wird auch der Begriff der Einzelhandelszentralität von Institutionen und Gutachtern unterschiedlich verwendet. Entsprechend basieren „Einzelhandelszentralitäten“ nicht selten auf unterschiedlichen Rechenwegen und sind damit oftmals nicht vergleichbar. Einzelhandelszentralität im Rahmen dieser Untersuchung wird verstanden als Umsatz-Kaufkraft-Relation. Sie ist ein Maß für die Attraktivität eines Einzelhandels-

³⁵ Vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg.

³⁶ Vgl. Katalog E – Definitionen zu Handel und Distribution, verändert.

³⁷ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

³⁸ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

³⁹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

standortes. Sie gibt an, ob und wie stark Umsatzzuflüsse aus dem Umland einer Kommune die Umsatzabflüsse aus der Kommune per Saldo überwiegen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation errechnet sich aus der Gegenüberstellung des am Standort mit allen Kunden umgesetzten Einzelhandelsumsatzes und der am Standort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Werte größer 100 geben somit an, dass dem jeweiligen Einzelhandelsstandort ein Bedeutungsüberschuss gegenüber seinem Umland zukommt.⁴⁰

Ergänzungsstandort: Städtebauliche Randlage, in der in Ergänzung zu den → Vorranggebieten (→ Zentraler Versorgungsbereich) Einzelhandelsgroßprojekte mit → großflächigem → nicht zentrenrelevantem Kernsortiment und beschränktem → zentrenrelevantem Randsortiment angesiedelt werden können.⁴¹

Fabrikverkauf: → Factory Outlet

Fachgeschäft: Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment (viele Artikel einer Warengruppe) führt und Beratung sowie Service bietet.⁴²

Fachmarkt: Ein Fachmarkt ist ein → großflächiges → Fachgeschäft, das ein branchenbestimmtes breites und tiefes Angebot (viele unterschiedliche Warengruppen mit jeweils großer Zahl an Artikeln) weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche erkennbar zu machen, bezeichnen sich die Fachmärkte als Drogerie(fach)Markt, Baumarkt, Tapetenmarkt etc.⁴³

Fachmarktzentrum: Eine Ansammlung von Einzelhandels- und einzelhandelsnahen Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Branchen und Größen, deren "harter Kern" aus → Fachmärkten besteht.⁴⁴

Factory Outlet: Factory Outlet ist ein mittlerer bis → großflächiger Einzelhandelsbetrieb in einfacher Ausstattung, über den ein Hersteller im Direktvertrieb insbesondere Ware zweiter Wahl, Überbestände und Retouren seines Produktprogramms oder seines Zukaufsortimentes vorrangig in Selbstbedienung an fabriknahen oder verkehrsorientierten Standorten absetzt.⁴⁵

Factory Outlet Center: Factory Outlet Center sind eine Weiterentwicklung der klassischen Fabrikverkaufsflächen in ein modernes Vertriebskonzept. Sie sind Agglomerationen vieler Ladeneinheiten innerhalb eines gemeinsam geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage mit mehr als 5.000 m², die mehrere → Factory Outlets beherbergt. Diese Betriebsform ist dem → Einkaufszentrum sehr ähnlich, daher wird sie rechtlich als solche behandelt.⁴⁶

FOC: → Factory Outlet Center

Gewerbegebiet (GE): Baugebiet nach BauNVO; Gewerbegebiete dienen vorwiegend der

⁴⁰ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁴¹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁴² EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

⁴³ EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

⁴⁴ nach EHI-Köln, Shopping-Center-Report.

⁴⁵ Vgl. Katalog E – Definitionen zu Handel und Distribution.

⁴⁶ imakomm AKADEMIE nach ecostra und Einzelhandelserlass Baden-Württemberg.

Unterbringung von nicht erheblich belästigenden Gewerben. Einzelhandelsgewerbe sind damit grundsätzlich zulässig.⁴⁷

Großer Supermarkt: Ein Großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer → Verkaufsfläche von 2.500-5.000 m², das ein Lebensmittelvorsortiment sowie Non-food I und Nonfood II-Artikel führt.⁴⁸ Siehe auch → Supermarkt, → Verbrauchermarkt.

Großflächigkeit: Von Großflächigkeit ist die Rede, wenn ein Einzelhandelsbetrieb eine Geschossfläche von 1.200 m² bzw. eine → Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet. Ab dieser Grenze ist laut §11 Abs. 3 BauNVO davon auszugehen, dass sich großflächige Einzelhandelsbetriebe auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können (Vermutungsregel). Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind außer in Kerngebieten nur in dafür festgesetzten Sondergebieten zulässig.⁴⁹ Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind grundsätzlich nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren vorgesehen. Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.⁵⁰

Grundversorgungszentrum: Es handelt sich hierbei um größere Stadt- bzw. Ortsteilzentren, die gewachsene Grundversorgungsstrukturen ergänzt um Dienstleistungsangebote in integrierter Lage aufweisen.⁵¹

Hard-Discounter: Ein → Discounter der eine geringe Artikelzahl (ca. 1700) sowie geringe Sortimentstiefe aufweist.⁵²

Industriegebiet (GI): Baugebiet nach BauNVO; Industriegebiete dienen ausschließlich der Unterbringung von Gewerbebetrieben, vorwiegend solchen, die in anderen Baugebieten unzulässig sind. Zulässig sind demnach Gewerbebetriebe aller Art. Einzelhandelsbetriebe sind grundsätzlich zulässig.⁵³

Integrationsgebot: Das Gebot zielt darauf ab, Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich → integrierten Standorten zu errichten. Dadurch soll ein Funktionsverlust der meist durch → Einzelhandel geprägten Innenstädte bzw. zentrale Versorgungsbereiche verhindert werden. Es zielt explizit auch auf die verbrauchernahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ab. Als Kriterium für eine verbrauchernahe Versorgung, werden die Erreichbarkeit der Planstandorte zu Fuß oder durch den ÖPNV berücksichtigt.⁵⁴

Interkommunales Abstimmungsgebot: Diese auch interkommunales Rücksichtnahmegebot genannte Vorgabe besagt, dass bei der Aufstellung von Bauleitplänen (Bebauungsplänen oder Flächennutzungsplänen) die aufstellende Ge-

⁴⁷ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁴⁸ EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

⁴⁹ Vgl. § 11 Abs. 3 BauNVO.

⁵⁰ Vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg.

⁵¹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁵² imakomm AKADEMIE mit EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2008/2009) und Aussagen von Expansionsleitern.

⁵³ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁵⁴ PS 3.3.7.2 Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (LEP Baden-Württemberg).

meinde auch die Planungen anderer Planungsträger, insbesondere die Planung benachbarter Gemeinden sowie überörtlicher Planungsträger (Regionalpläne, etc.) zu beachten hat und ihre Planungen mit diesen abstimmen muss. Das interkommunale Abstimmungsgebot ist auf Bundesebene in § 2 (2) BauGB normiert.⁵⁵

Kaufkraft: Diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Diese ergibt sich aus dem verfügbaren Nettoeinkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Kredite abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden. Die regionalen Kaufkraftkennzahlen, welche im jährlichen Turnus von Marktforschungsunternehmen (z.B. GfK) erstellt werden, zeigen die Kaufkraft einer regionalen Einheit (z.B. Stadt- / Landkreis, Regierungsbezirk, Bundesland). Sie werden als Promille-Anteil des betrachteten Raumes an der gesamten Kaufkraft in Deutschland angegeben. Die Berechnung erfolgt über die Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebietes an der Gesamtbevölkerung mit dem *Kaufkraftfaktor*. Der Kaufkraftfaktor wird dabei nur aus dem Nettoeinkommen der Wohnbevölkerung berechnet und gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.⁵⁶

Kaufkraftbindungsquote: Kaufkraftbindungsquote meint die Bindungsquote der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft; es gibt unterschiedliche Arten der Bindungsquote und damit auch unterschiedlich berechnete Kennziffern unter ein und demselben Begriff; Kaufkraftbindungsquote im Rahmen dieser Untersuchung gibt an, in welchem Maß es dem Einzelhandel einer Kommune gelingt, die Einwohner der eigenen Kommune (nicht des Umlandes) an sich zu binden. Die Kaufkraftbindungsquote errechnet sich aus der Gegenüberstellung des Umsatzes aller Einzelhandelsbetriebe, den sie mit Einwohnern aus der Kommune erwirtschaften (Unterschied zur → Umsatz-Kaufkraft-Relation, bei der der Gesamtumsatz mit allen Kunden, also auch Kunden aus dem Umland, verwendet wird), mit der → einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner der Kommune.⁵⁷

Kaufkraftkennzahlen: → Kaufkraft

Kaufkraftkoeffizient: Die Kaufkraftkoeffizienten werden von der GfK als Indexzahlen zur Vergleichbarkeit der regionalen → einzelhandelsrelevanten Kaufkraft berechnet. Durchschnittlich verfügt ein Einwohner in Deutschland über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 5.201 Euro pro Jahr⁵⁸, was einem Kaufkraftkoeffizienten von 100,0 entspricht (Angaben laut GfK). Ein Kaufkraftkoeffizient über 100,0 gibt folglich an, dass in der entsprechenden Kommune eine überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner und damit auch insgesamt zur Verfügung steht. Ein Kaufkraftkoeffizient unter 100,0 gibt an, dass hier eine im Bundesvergleich nur unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft für Konsumausgaben in diesem Bereich zur Verfügung steht.⁵⁹

Kernbereich: Zu den Kernbereichen zählen diejenigen Bereiche der Innenstädte und → Orts- bzw. → Stadtteilzentren, die im Rahmen von kommunalen und regionalen Zentren- und Märktekonzepten textlich beschrieben und begründet sind sowie in ei-

⁵⁵ Definition imakomm AKADEMIE 2011 nach Einzelhandelserlass Baden-Württemberg.

⁵⁶ Vgl. Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Katalog E (2006).

⁵⁷ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁵⁸ Quelle: GfK Nürnberg, Stand: 31.12.2008 .

⁵⁹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

ner Karte gebietsscharf abgegrenzt sind.⁶⁰ Der Begriff kann letztlich weitestgehend konform mit der Bezeichnung → Zentraler Versorgungsbereich verwendet werden. In diesem Bereich ist ein dichter Einzelhandelsbesatz, ergänzt durch gastronomische, öffentliche sowie Dienstleistungseinrichtungen.

Kerngebiet (MK): Baugebiet nach BauNVO; sie dienen vorwiegend der Unterbringung von Handelsbetrieben sowie der zentralen Einrichtungen der Wirtschaft, der Verwaltung und der Kultur. Kerngebiete stellen damit den klassischen Ortskern, die Stadtmitte ("City") dar. Einzelhandelsgewerbe sind grundsätzlich zulässig.⁶¹

Kleines Lebensmittelgeschäft: Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m², das ein begrenztes Lebensmittel- und → Nonfood I-Sortiment führt.⁶²

Kleinflächigkeit: Der Gegenbegriff zur → Großflächigkeit. Solange keine Großflächigkeit gegeben ist, also die Geschossfläche unter 1.200 m² bzw. die → Verkaufsfläche unter 800 m² ist, spricht man von kleinflächigem Einzelhandel.⁶³

Kongruenzgebot: Dieses Gebot fordert, dass sich ein Einzelhandelsgroßprojekt in das zentralörtliche System einfügen muss. Eine Verletzung des Kongruenzverbotes liegt vor, wenn der → Einzugsbereich des Planvorhabens den zentralörtlichen → Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreiten würde. Hiervon wird gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg ausgegangen, wenn mehr als 30% des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs generiert werden.⁶⁴

Kopplungsverhalten: Kopplung meint bei Kunden sowohl (1) das Verbinden unterschiedlicher Tätigkeiten (bspw. bei einem Besuch der Innenstadt: Arztbesuch, Einkaufen und Gastronomie-Nutzung) als auch (2) das Verbinden von Tätigkeiten an unterschiedlichen Standorten (bspw. das gezielte Aufsuchen von Einzelhandelsbetrieben im Gewerbegebiet und anschließend ein geplanter Besuch der Innenstadt). Das Kopplungsverhalten beschreibt dann die Häufigkeit bzw. Regelmäßigkeit dieser bewussten Kopplungen.⁶⁵

(Funktionale) **Innenstadt:** Die funktionale Innenstadt umfasst den → zentralen Versorgungsbereich einer Stadt, in dem sich Einzelhandels- und Gastronomieangebote sowie weitere Dienstleistungsangebote und öffentliche Einrichtungen konzentrieren. Die funktionale Innenstadt umfasst meist einen „historischen Stadtkern“ sowie weitere angrenzende Gebiete mit hohem Einzelhandelsbesatz von gesamtstädtischer und überörtlicher Bedeutung.⁶⁶

Innenstadtrelevante Sortimente: → Zentrenrelevanz

Integrierte Lage: Standorte in „städtebaulich integrierter Lage“ zeichnen sich durch die Lage in oder nahe von Innenstädten, → Stadtteil-, → Orts- oder Nebenzentren, d.h. einer Konzentration an öffentlichen und privaten Infrastruktureinrichtungen, aus,

⁶⁰ Vgl. Nachschlagewerk zum Einzelhandel in der Region Neckar-Alb (August 2010).

⁶¹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁶² EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

⁶³ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁶⁴ vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg.

⁶⁵ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁶⁶ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

sind dementsprechend mit ÖPNV-Anschlüssen angebunden oder anbindbar und haben einen Bezug zur wohnortnahen Grundversorgung und zur Versorgung der Bevölkerung im landesplanerischen → Verflechtungsbereich bzw. im → Einzugsbereich.⁶⁷

Kauf- und Warenhaus. Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Das Angebot wird überwiegend in Kundenvorwahl verkauft. Der Begriff Kaufhaus betont die branchenbetonte Orientierung.⁶⁸

Marktaberschöpfung: Gibt an, wie stark der jeweilige Zentrale Ort Kaufkraft aus „seinem“ → Verflechtungsbereich an sich binden kann und damit in welchem Maß letztlich der Zentrale Ort seiner zentralörtlichen Funktion nachkommt (Marktaberschöpfung im Verflechtungsbereich = Gesamtumsatz der Einzelhandelsbetriebe im jeweiligen Zentralen Ort / einzelhandelsrelevante Kaufkraft im mittelzentralen Verflechtungsbereich in %)⁶⁹

Marktanteil: Der Marktanteil beschreibt den prozentualen Anteil eines Marktteilnehmers (Unternehmen, Standort) am Gesamtmarkt und gibt Aufschluss über die jeweilige Marktstellung in Relation zu den Mitbewerbern. Der Marktanteil im Rahmen dieser Untersuchung wird errechnet aus (geplantem) Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes (bzw. eines Vorhabens) / mehrerer Einzelhandelsbetriebe / des gesamten Standortes an der jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, die insgesamt (oder im zu betrachtenden Sortiment) in einem Raum (Marktgebietszone, Stadt, Region) theoretisch zur Verfügung steht.⁷⁰

Marktgebiet: Das Marktgebiet ist eine geographische Einheit, aus der ein Großteil der Kunden stammt, welche die jeweils angebotenen Leistungen am Standort nachfragen.⁷¹

Mischgebiet (MI): Baugebiet nach BauNVO; Mischgebiete dienen dem Wohnen und der Unterbringung von Gewerbebetrieben, die das Wohnen nicht wesentlich stören. Einzelhandelsbetriebe sind grundsätzlich zugelassen.⁷²

Nahbereich: Der Nahbereich ist als → Verflechtungsbereich im Sinne der Deckung der Grundversorgung zu verstehen.⁷³

Nahversorgungsrelevant: Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere die Grundversorgung mit Lebensmitteln, aber auch Gesundheit- und Körperpflege und Zeitschriften zählen hierzu.⁷⁴

Nicht integrierte Lage: Es handelt sich hierbei um dezentrale Standorte, häufig in Gewerbegebietslage, die eine fast ausschließlich autokundenorientierte Ausrichtung aufweisen. Diese Standorte verfügen auch über keine fußläufige Anbindung an grö-

⁶⁷ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁶⁸ EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

⁶⁹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁷⁰ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁷¹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁷² Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁷³ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁷⁴ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

ßere Wohngebietslagen und können so auch nur eine geringe Nahversorgungsfunktion übernehmen.⁷⁵

Nonfood: Nonfood umfasst Waren, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.⁷⁶

Orientierungswert: Im Rahmen dieser Untersuchung: Anhaltswert bei Zentralitäten und Ansiedlungs- bzw. Flächenpotenzialen, der eine erste grobe Orientierung darstellen soll, aber in keiner Weise einen Maximalwert oder Zielwert bildet.⁷⁷

Ortsteilzentrum: Analog zu einem → Stadtteilzentrum, nur nicht in bzw. direkt an einer Stadt liegend, sondern davon abgegrenzt.⁷⁸

Raumordnung: Unter Raumordnung versteht man die planmäßige Ordnung, Entwicklung und Sicherung von größeren Gebietseinheiten (Regionen, Länder, Bundesgebiet) zur Gewährung der bestmöglichen Nutzung des Lebensraums. Gesetzlich ist die Raumordnung im Raumordnungsgesetz (ROG) geregelt, nach dessen Vorgaben die Verwaltung insbesondere Raumordnungspläne aufstellt, nach denen sich die entsprechenden Gebietseinheiten entwickeln sollen. Wesentliches Planungsinstrument in diesen Raumordnungsplänen ist neben der Benennung von Vorranggebieten und Entwicklungsachsen insbesondere die Gewährleistung eines bestehenden bzw. die Forderung eines zu entwickelnden Systems der Zentralen Orte.⁷⁹

SB-Warenhaus: Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer → Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und → Nonfood I-Sortiment sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.⁸⁰

Shopping-Center: →Einkaufszentrum

Soft-Discounter: Ein Discounter der ein breites (nicht tiefes) Sortiment anbietet, ca. 3.400 Artikel, und auch einen gewissen Anteil an Markenprodukten im Sortiment aufweist.⁸¹

Sortiment: Als Sortiment wird die Gesamtheit aller angebotenen Artikel bezeichnet. Ein breites Sortiment umfasst hierbei Artikel aus vielen verschiedenen Warengruppen, ein tiefes Sortiment besteht aus vielen Artikeln einer Warengruppe.⁸²

Sortimentsliste: In einer Sortimentsliste wird geregelt, welche Branchen und → Sortimente als → zentrenrelevant oder nicht → zentrenrelevant einzuordnen sind. Ziel ist es, die Attraktivität und das Einkaufserlebnis von → zentralen Versorgungsberei-

⁷⁵ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁷⁶ EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

⁷⁷ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁷⁸ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁷⁹ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁸⁰ EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

⁸¹ imakomm AKADEMIE mit EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2008/2009) und Aussagen von Expansionsleiter.

⁸² Einzelhandelserlass Baden-Württemberg.

chen durch eine entsprechende Ansiedlung zu erhöhen. Grundsätzlich ist eine Sortimentsliste an den ortsspezifischen Gegebenheiten zu orientierten, auf raumordnerischer Ebene können hier nur Anhaltspunkte über die Zuordnung gegeben werden.⁸³

Stadtteilzentrum: Ein gewachsenes Zentrum in einem Stadtteil einer Stadt. Es bietet den Anwohnern die Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, ist also im Wesentlichen ein zusätzlicher → zentraler Versorgungsbereich innerhalb einer Stadt, der aber ein geringeres Angebot vorhält, grundsätzlich aber auch als schützenswert einzustufen ist.⁸⁴

Supermarkt: Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer → Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel (Artikel des kurzfristigen Bedarfs wie Drogerie-/Pflegemittel, Hygieneartikel etc.) führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II (Artikel des mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textil- / Elektro-/Haushaltswaren) aufweist.⁸⁵

Umsatz-Kaufkraft-Relation: Maß für die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes, das angibt, inwieweit es dem Einzelhandelsstandort gelingt, etwaige eigene Kaufkraftabflüsse zu (über)kompensieren durch Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland. Diese Relation wird berechnet, indem der Gesamtumsatz der Einzelhandelsbetriebe durch die → einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Standortgemeinde geteilt wird und wird in % angegeben. Ein Wert über 100% gibt an, dass der Kaufkraftzufluss von außen den Abfluss „eigener Kaufkraft“ übersteigt, entsprechend gibt ein Wert unter 100% an, dass ein Kaufkraftabfluss stattfindet. Siehe auch → Einzelhandelszentralität.⁸⁶

Verbrauchermarkt: Ein Verbrauchermarkt ist eine seit 2008 nicht mehr gebrauchte Bezeichnung für einen → Supermarkt mit 1.500-5.000 m² Fläche. Diese Einteilung wurde durch Supermarkt und → großer Supermarkt abgelöst.⁸⁷

Verflechtungsbereich: Der Verflechtungsbereich ist der überörtliche Einzugsbereich einer Stadt, in dem wirtschaftliche, kulturelle und soziale Beziehungen zum Zentralen Ort bestehen. Der Verflechtungsbereich wird auf Grundlage der vorherrschenden Orientierungsrichtung der Bevölkerung unter Berücksichtigung der zumutbaren Entfernung zum Zentralen Ort und der Tragfähigkeit für zentralörtliche Einrichtungen abgegrenzt. Auf den unterschiedlichen zentralörtlichen Stufen sind hier unterschiedliche Entfernungen sowie auch Versorgungsfunktionen vorgesehen.⁸⁸

Verkaufsfläche: Zur Verkaufsfläche gehören allgemein alle Bereiche des Betriebs, die von Kunden betreten werden können und in denen ihnen Waren zum Verkauf angeboten werden. Zudem sind die sog. Kassenzone, Pack- und Entsorgungszone, der Bereich des Windfangs sowie die Käse- / Fleisch- und Wursttheken zur Verkaufsfläche zu rechnen. Kein Bestandteil der Verkaufsfläche sind reine Lagerflächen, Räume zur etwaigen Vorbereitung der Waren (z.B. Portionierung) und Büro-, Sozial- und Aufenthaltsräume für das Personal (Vgl. BVerwG 4C 14.04 und 4C 10.04)⁸⁹.

⁸³ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁸⁴ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁸⁵ EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2009/2010).

⁸⁶ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁸⁷ imakomm AKADEMIE mit EHI Retail Institute, Handel aktuell (Ausgabe 2008/2009).

⁸⁸ LEP Baden-Württemberg.

⁸⁹ Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel (2007).

Verkaufsflächenausstattung: Dies ist ein Maß für die quantitative Angebotsausstattung im Bereich Einzelhandel. Für eine Vergleichbarkeit der quantitativen Ausstattung einer Kommune mit → Verkaufsfläche aus dem Bereich Einzelhandel ist eine „Standardisierung“ der Werte notwendig. Üblich ist, die Verkaufsflächenausstattung auf die Einwohnerzahl zu beziehen, ausgedrückt in „Verkaufsfläche in m² pro 1.000 Einwohner“.⁹⁰

In **Vorbehaltsgebieten** haben bestimmte, raumbedeutsame Funktionen oder Nutzungen bei der Abwägung mit konkurrierenden raumbedeutsamen Nutzungen ein besonderes Gewicht..⁹¹

Vorranggebiete sind für bestimmte, raumbedeutsame Funktionen oder Nutzungen vorgesehen; in diesen Gebieten sind andere raumbedeutsame Nutzungen ausgeschlossen, soweit sie mit den vorrangigen Funktionen oder Nutzungen oder Zielen der Raumordnung nicht vereinbar sind.⁹²

Zentraler Versorgungsbereich: Der Zentrale Versorgungsbereich i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – ggf. auch nur eines Teils des Gemeindegebietes – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind.“⁹³

Zentralität: → Einzelhandelszentralität

Zentrenrelevanz: Zentrenrelevante Sortimente sind typischerweise prägend für das Einzelhandelsangebot in Innenstädten, Ortskernen und → Stadtteilzentren. Sie dienen insbesondere der → Nahversorgung und der Grundversorgung und der Deckung des periodischen und aperiodischen Haushaltsbedarfs. Sollten → zentrenrelevante Sortimente überdimensioniert an → nicht integrierten Standorten angeboten werden, so hat dies negative Auswirkung auf die Zentrenstruktur und die Innenstadtentwicklung. Die Zentrenrelevanz einer Warengruppe / eines Sortiments wird mit der „tatsächlichen Zentrenrelevanz“ (= das Angebot ist aktuell in der Innenstadt und / oder einem Stadtteilzentrum vorhanden) bzw. der „typischerweise Zentrenrelevanz“ (= aktuell zwar weder in der Innenstadt noch in einem Stadtteilzentrum tatsächlich vorhandenes Angebot, welches aber aus Versorgungsgründen oder strategischen / städtebaulichen Überlegungen heraus in der Innenstadt und / oder in den Stadtteilzentren angesiedelt werden sollte oder sich das Sortiment üblicherweise in zentralen Lagen aufgrund der Sortimentseigenschaften findet; Stichwort „Handtaschensortiment“ u.Ä.) begründet.⁹⁴

⁹⁰ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

⁹¹ vgl. Landesplanungsgesetz Baden-Württemberg, Fassung vom 10.07.2003

⁹² vgl. Landesplanungsgesetz Baden-Württemberg, Fassung vom 10.07.2003

⁹³ Entscheidung des OVG NW, 7. Senat, zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

⁹⁴ Definition imakomm AKADEMIE 2011.

Anhang

Karten
zur Abgrenzung von
Zentralen Versorgungsbereichen
und Ergänzungsstandorten
für alle Ober-, Mittel- und Unterzentren

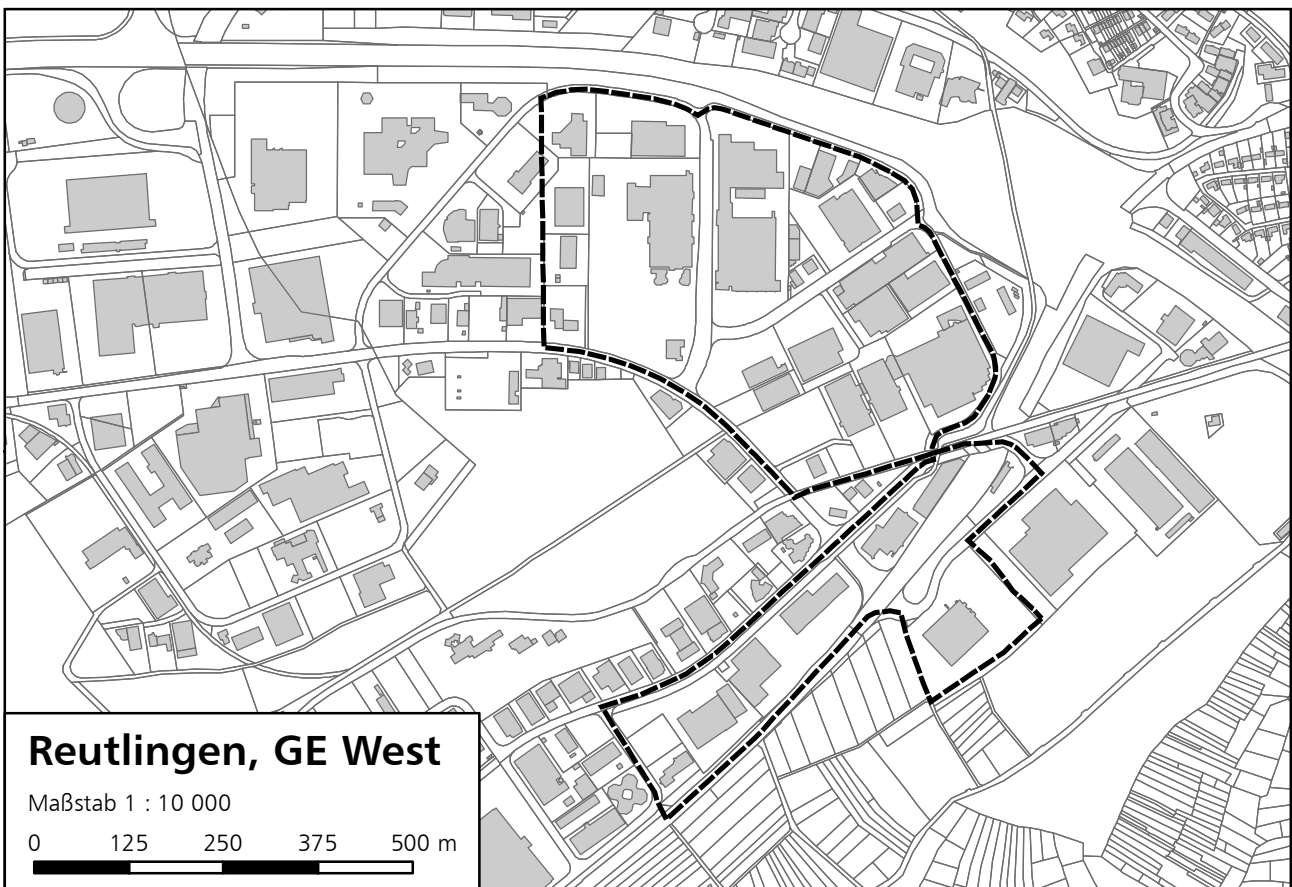
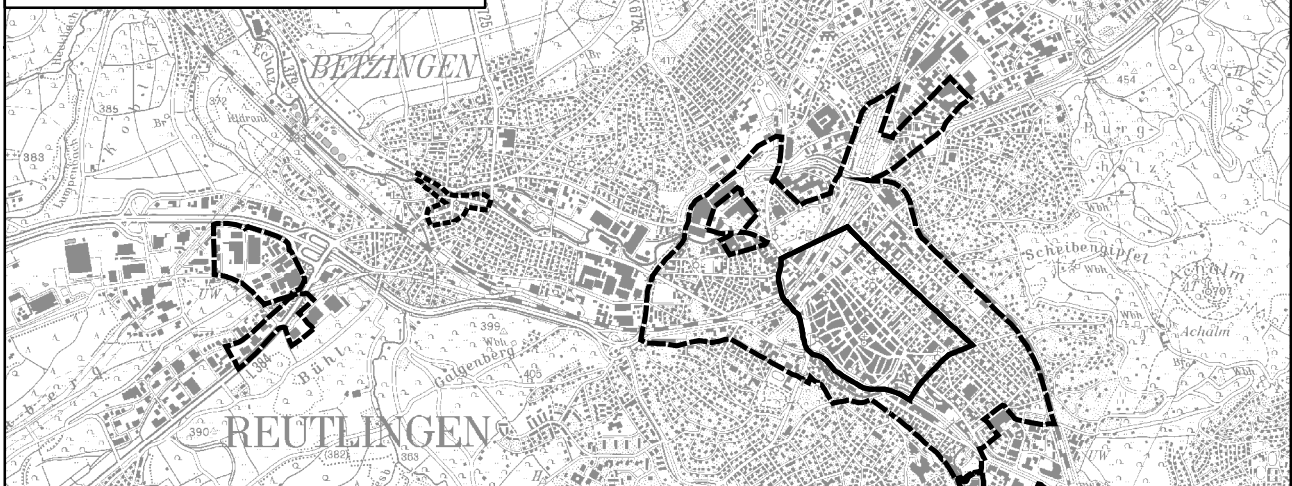
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

Reutlingen Übersicht

-  Zentraler Versorgungsbereich
-  Ergänzungsstandort
-  Nahversorgungszentrum

Maßstab 1 : 50 000

0 0,5 1,0 1,5 2,0 km

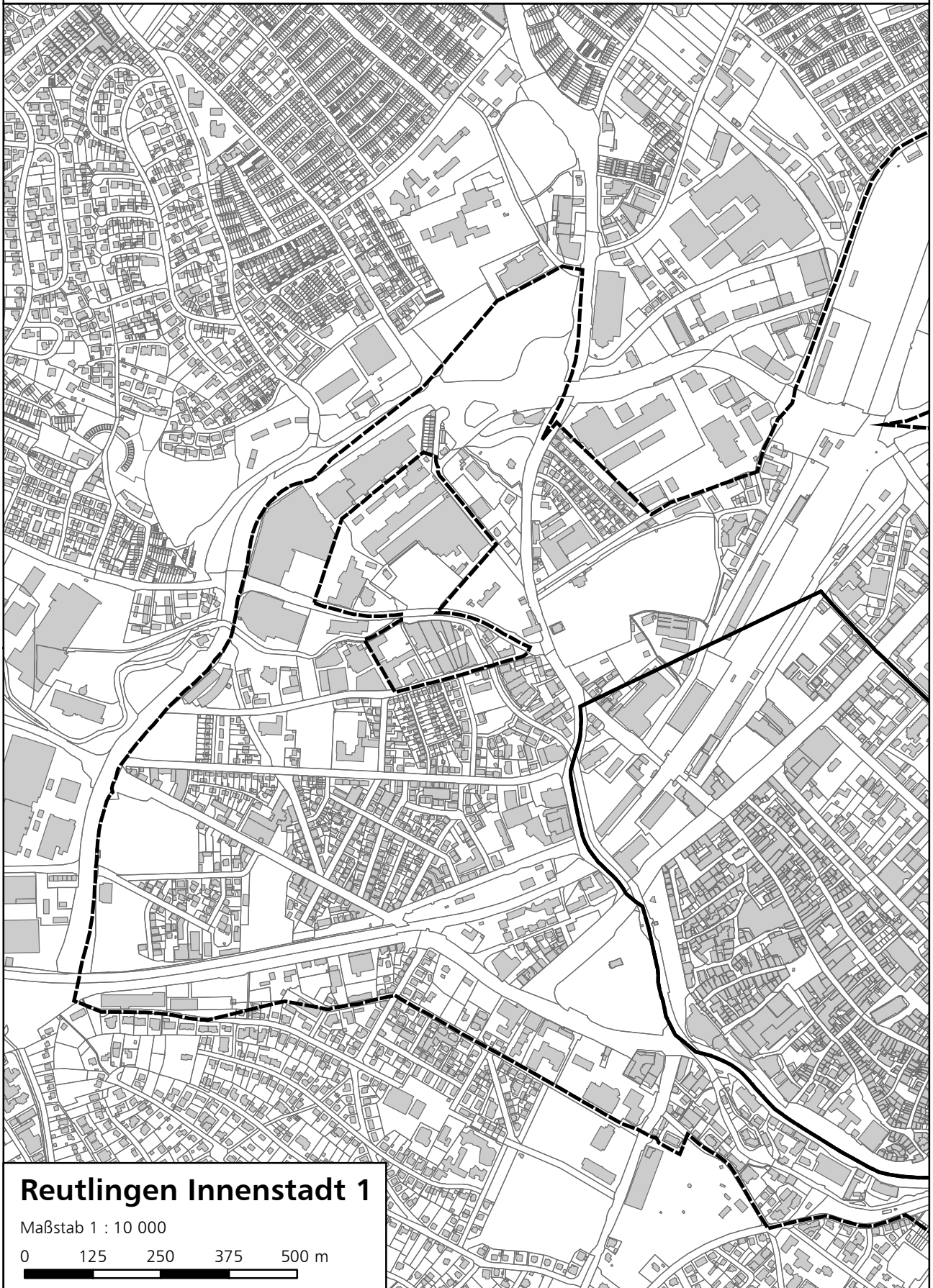


Reutlingen, GE West

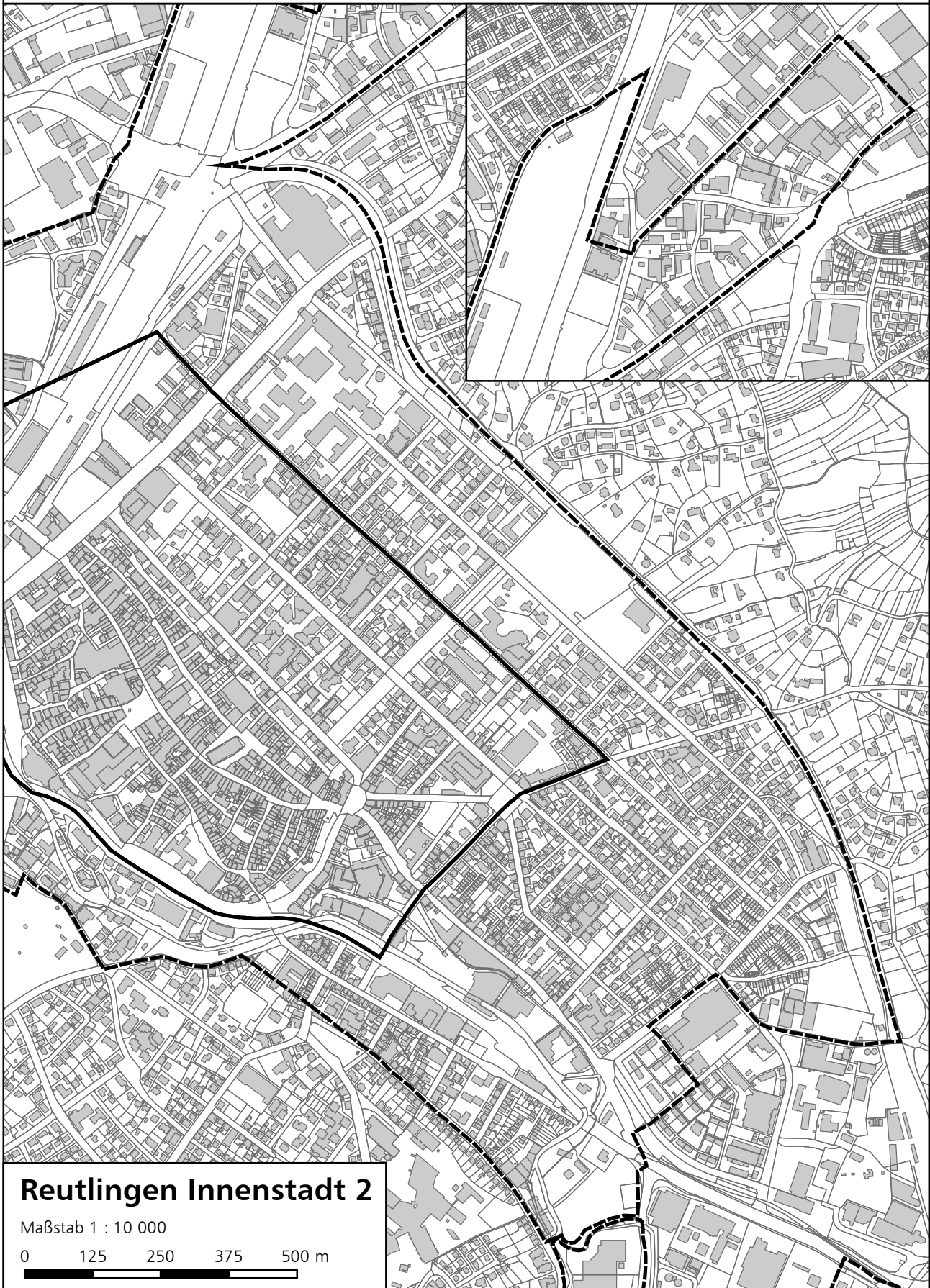
Maßstab 1 : 10 000

0 125 250 375 500 m

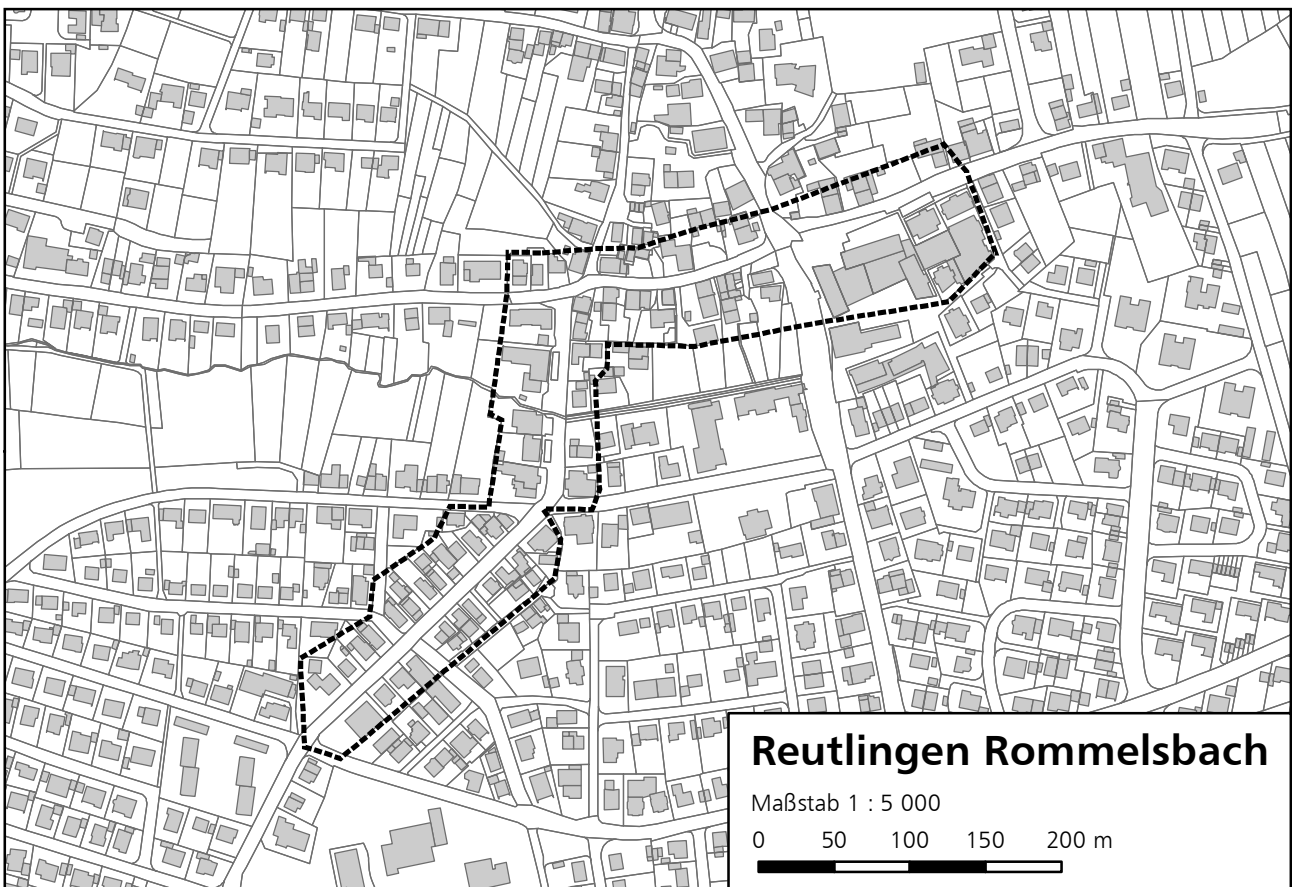
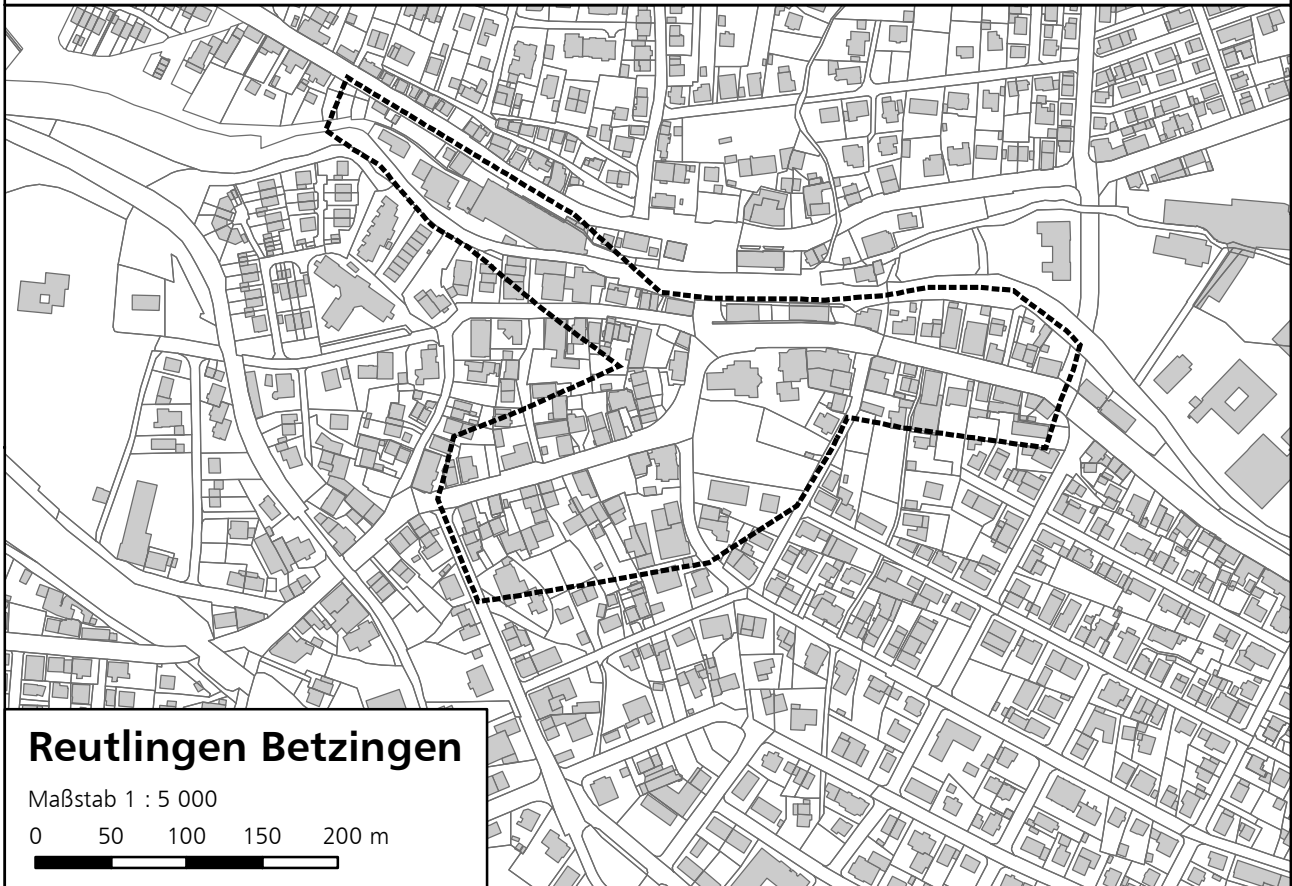
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



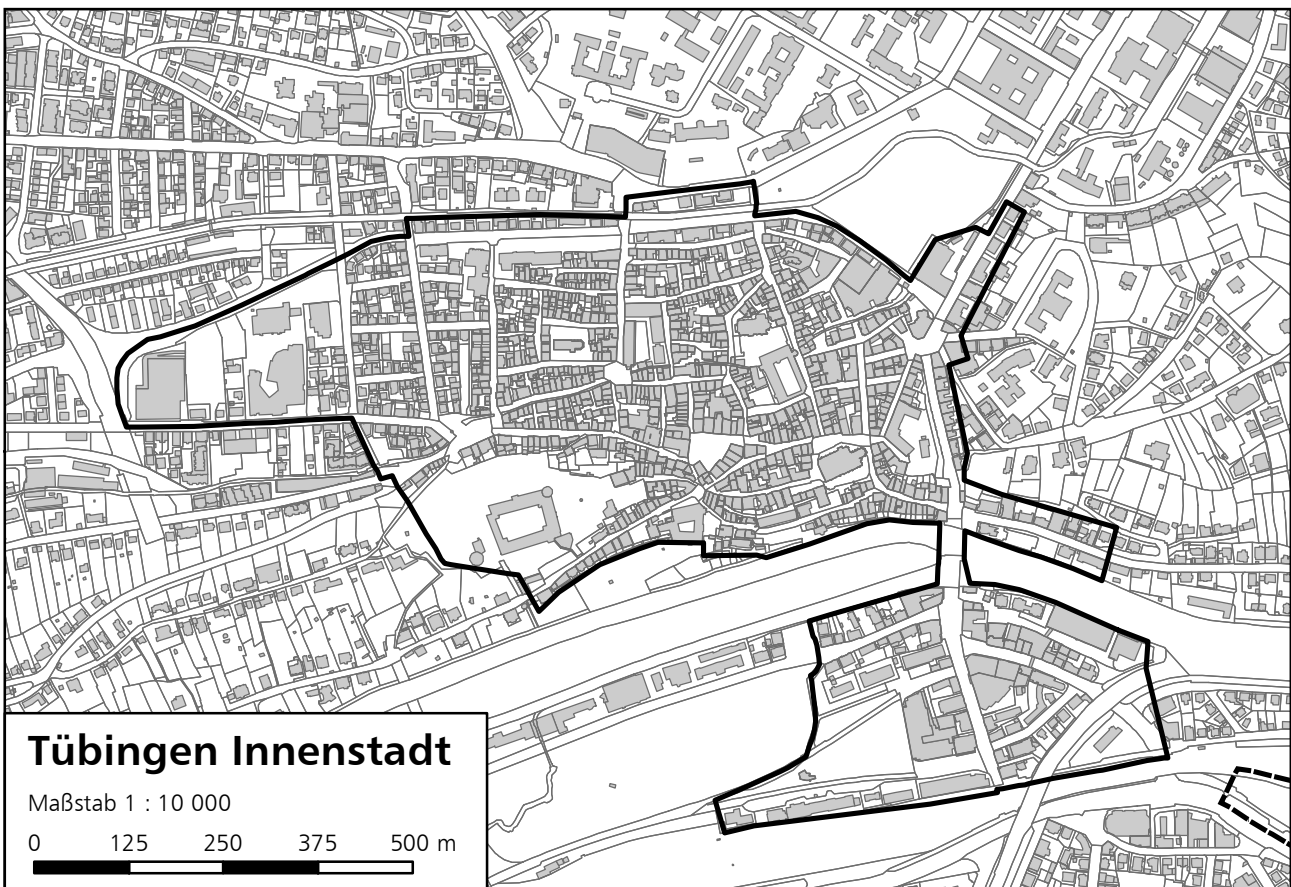
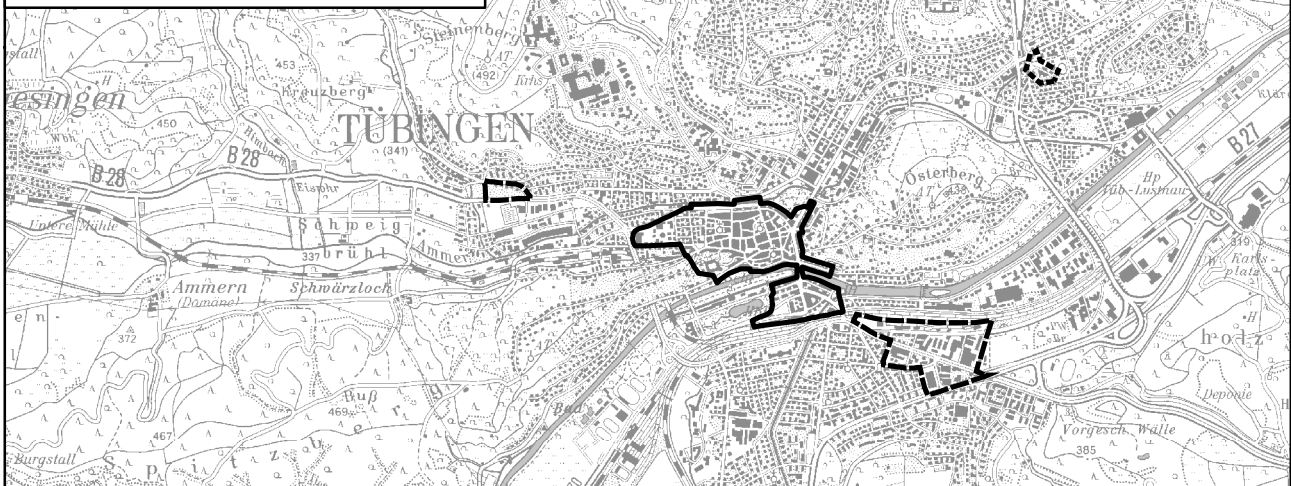
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

Tübingen Übersicht

-  Zentraler Versorgungsbereich
-  Ergänzungsstandort
-  Nahversorgungszentrum

Maßstab 1 : 50 000

0 0,5 1,0 1,5 2,0 km

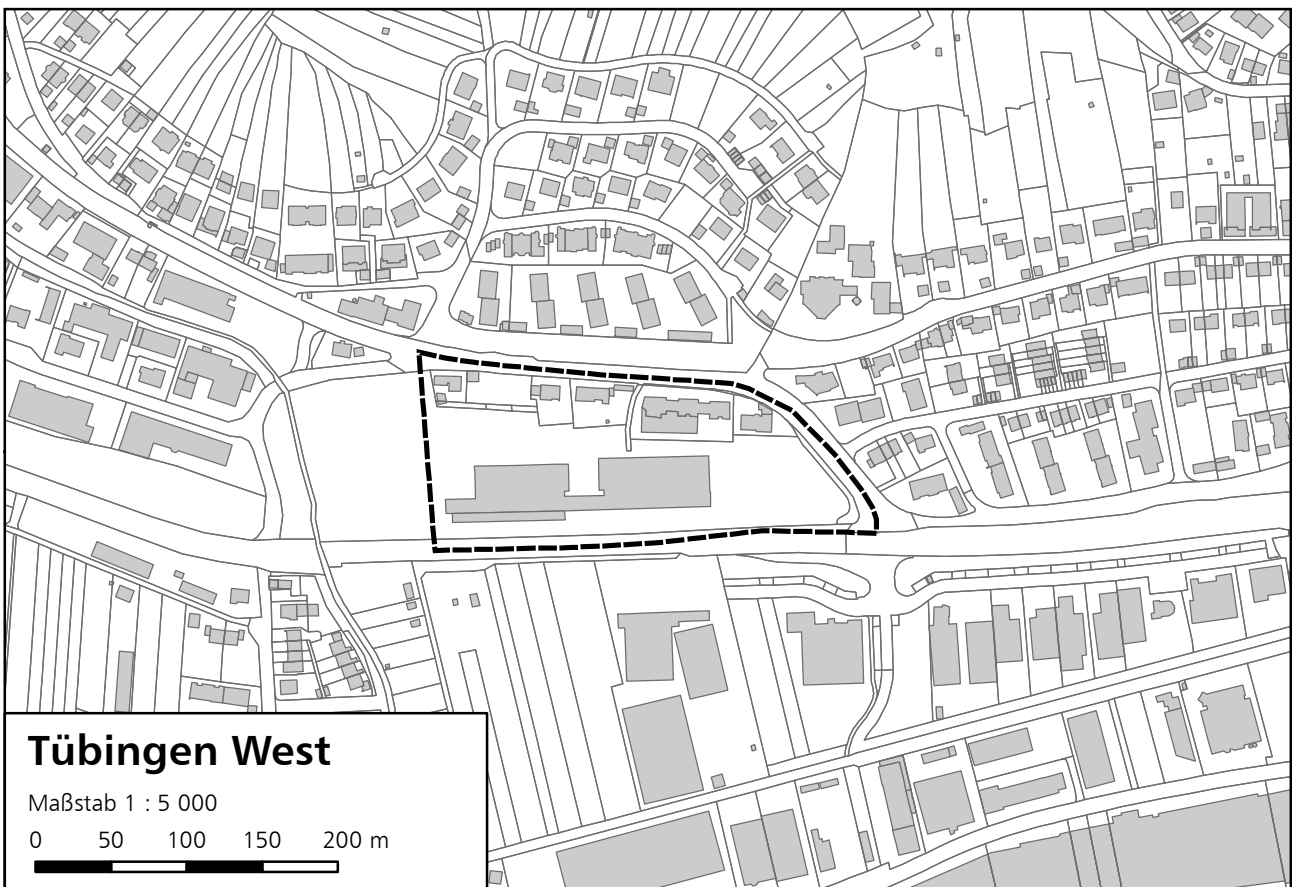
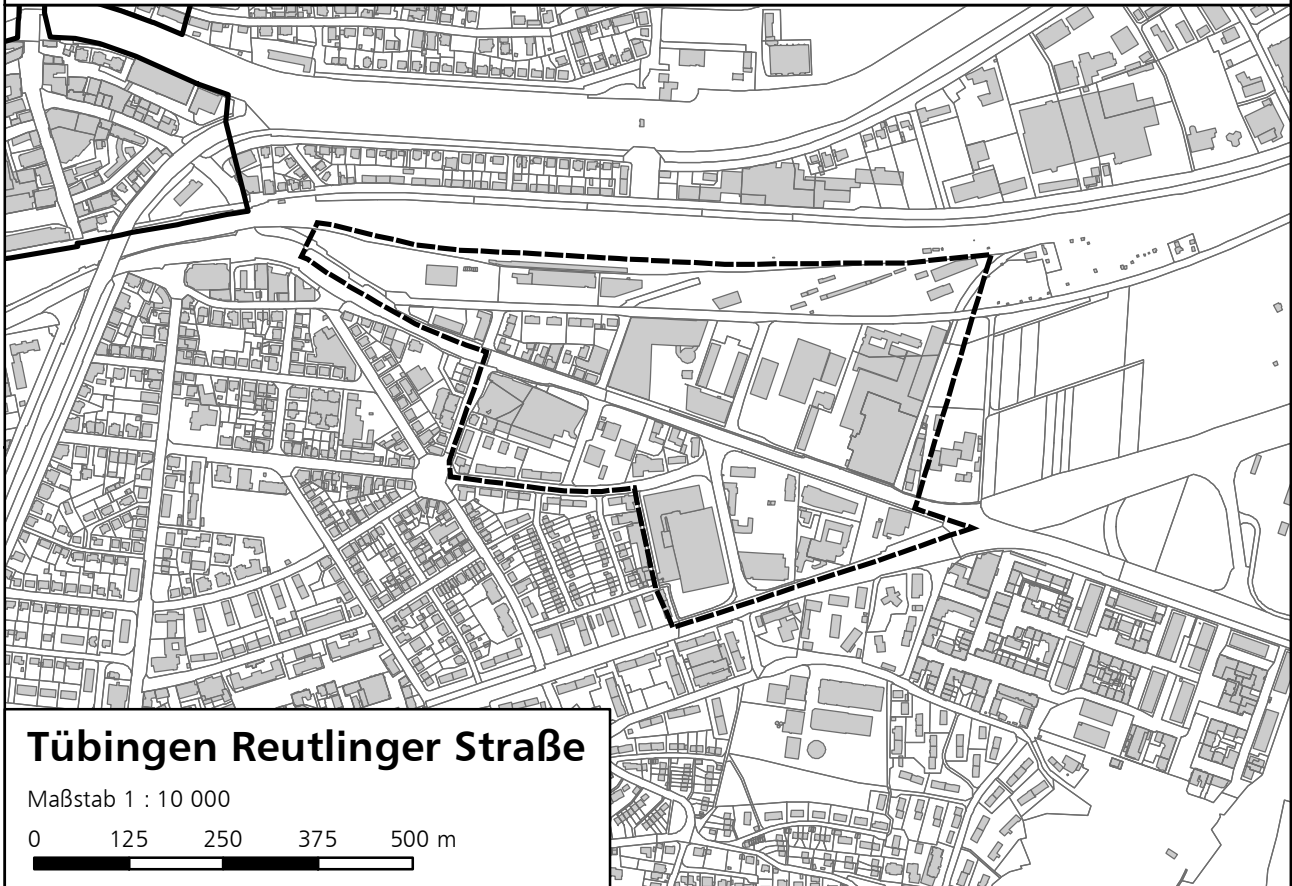


Tübingen Innenstadt

Maßstab 1 : 10 000

0 125 250 375 500 m

Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

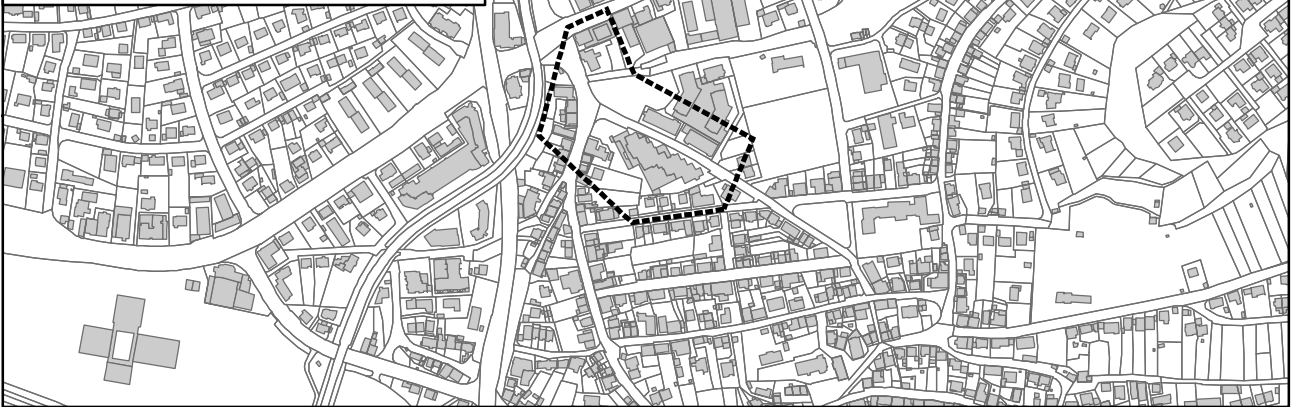


Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

Tübingen Lustnau

Maßstab 1 : 5 000

0 50 100 150 200 m



Tübingen Waldhäuser Ost

Maßstab 1 : 5 000

0 50 100 150 200 m



Tübingen Wanne

Maßstab 1 : 5 000

0 50 100 150 200 m



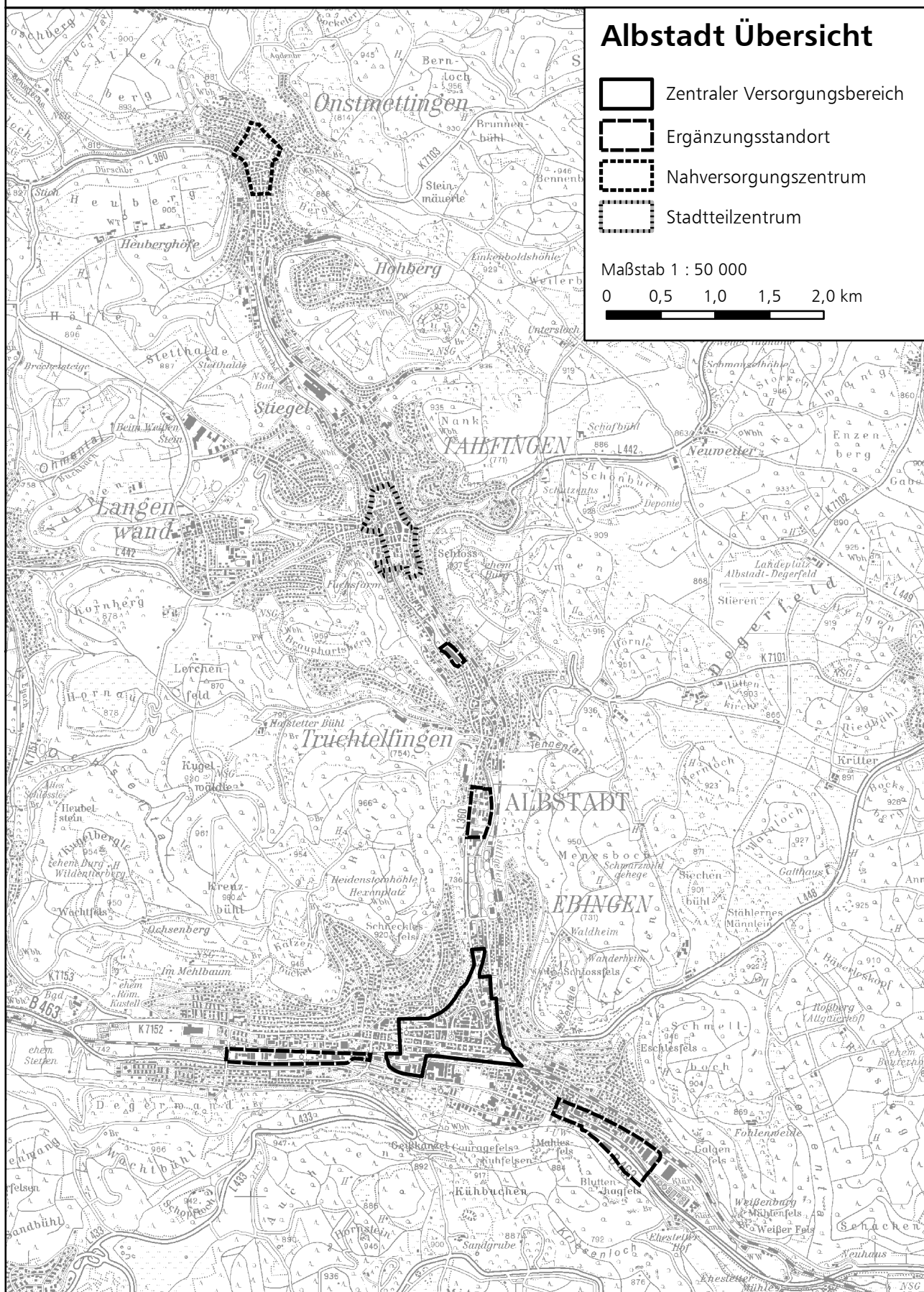
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

Albstadt Übersicht

-  Zentraler Versorgungsbereich
-  Ergänzungsstandort
-  Nahversorgungszentrum
-  Stadtteilzentrum

Maßstab 1 : 50 000

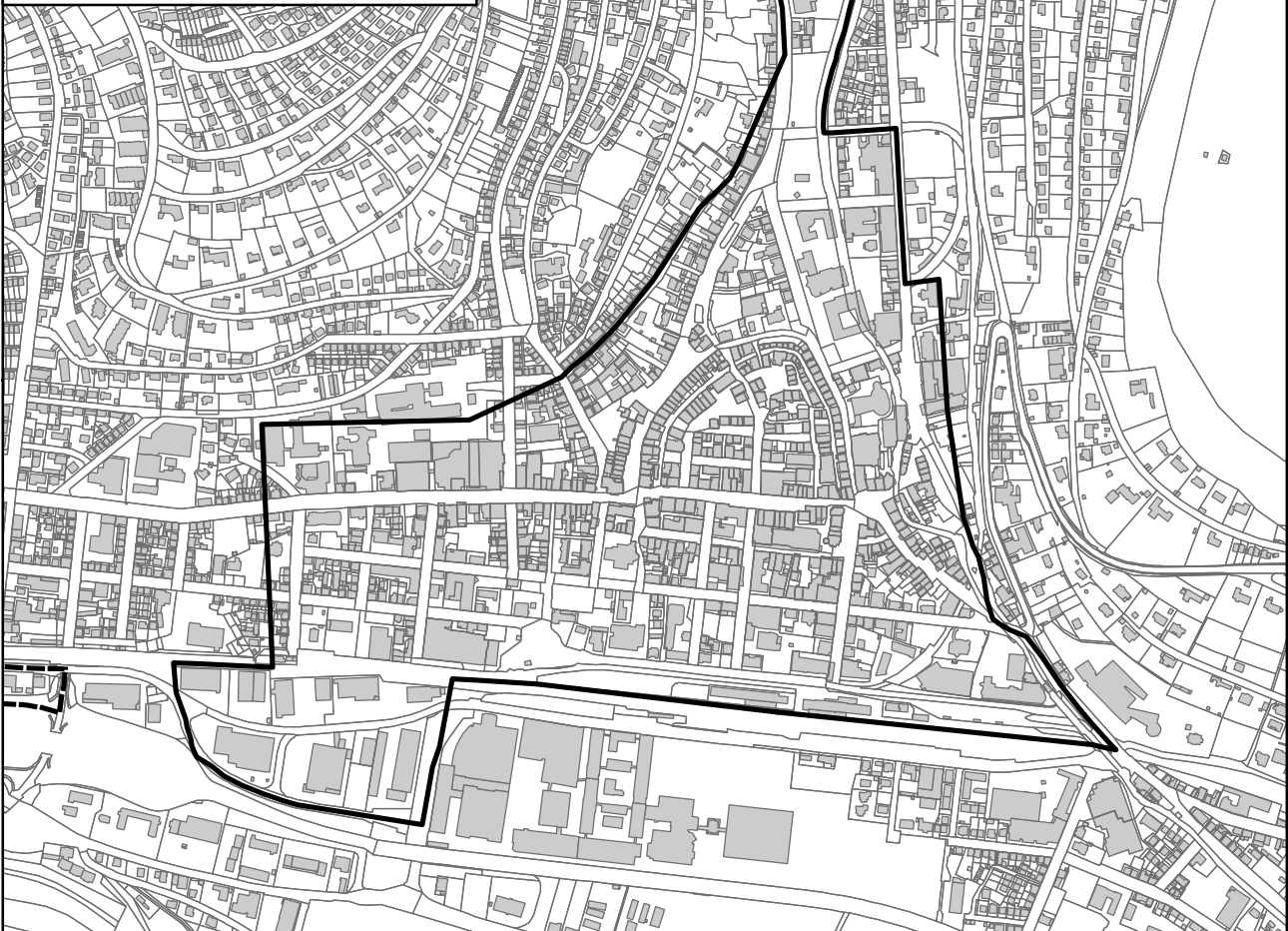
0 0,5 1,0 1,5 2,0 km

Albstadt Ebingen

Maßstab 1 : 10 000

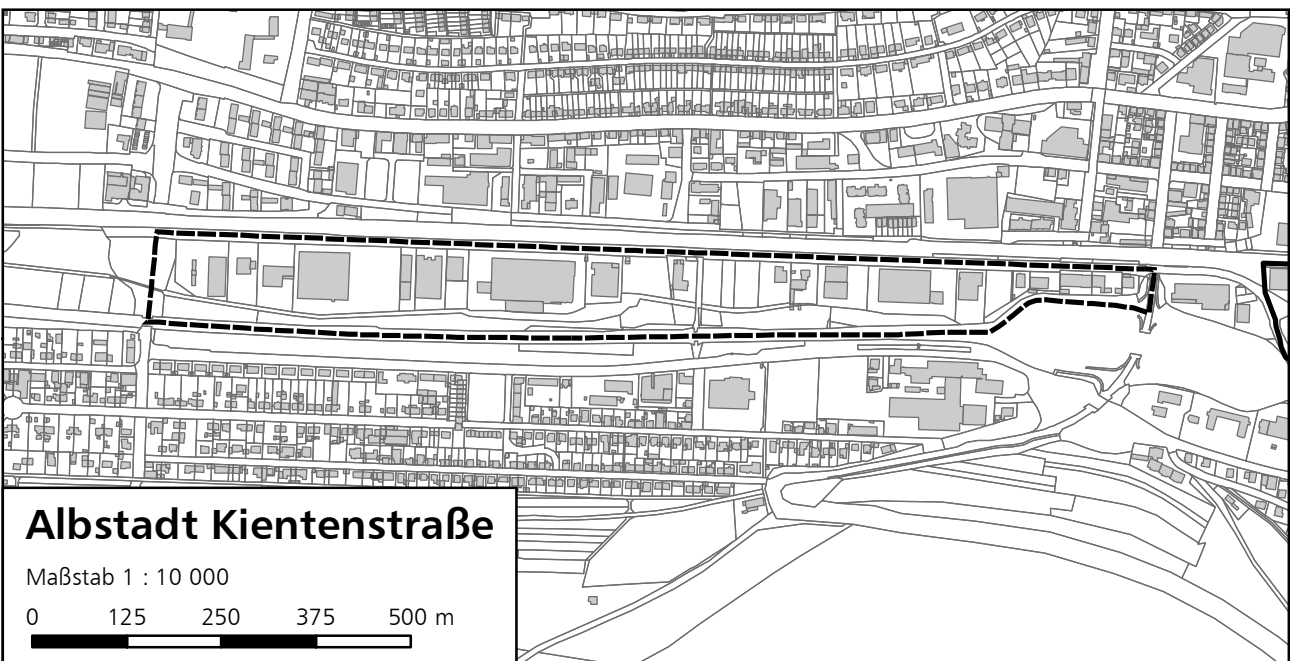
0 125 250 375 500 m

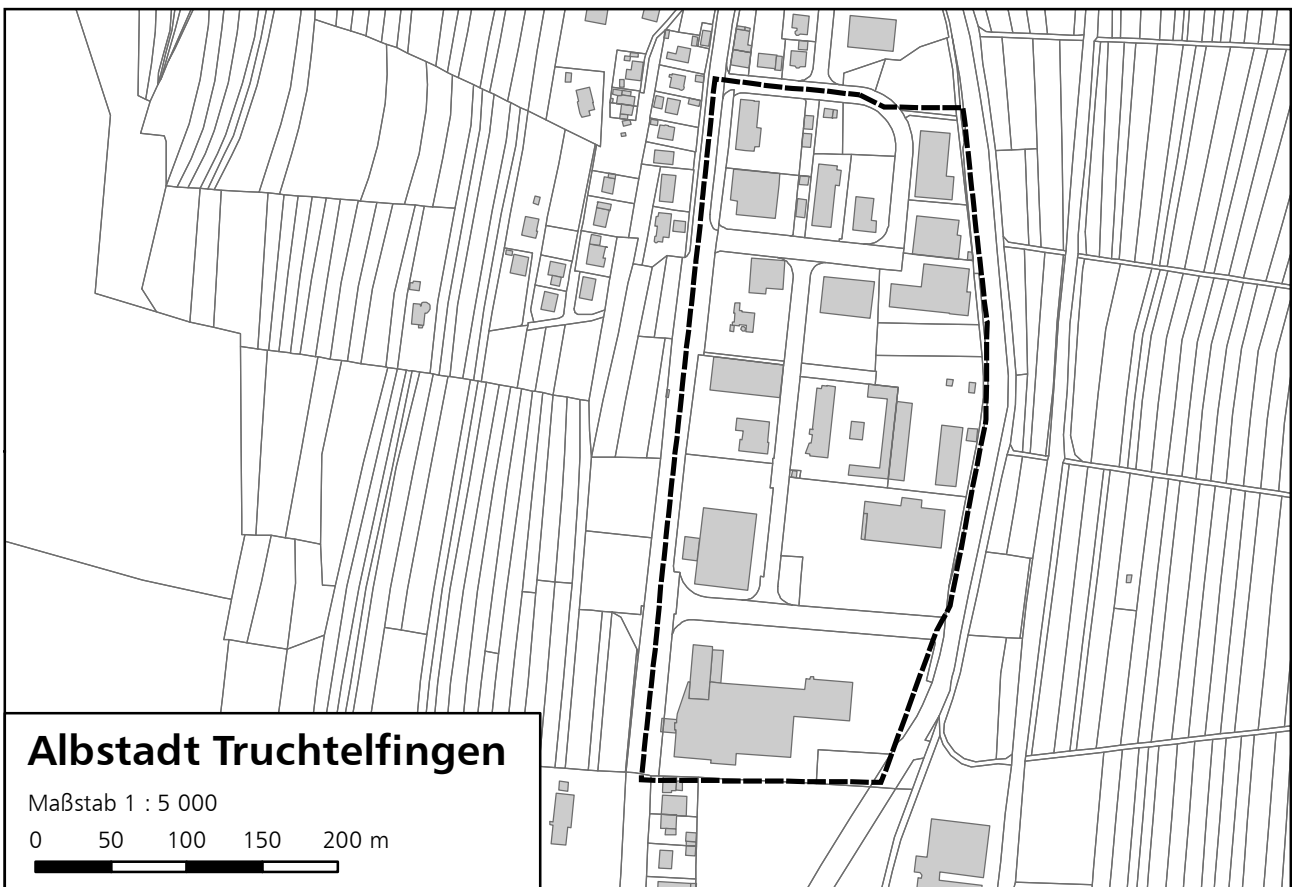
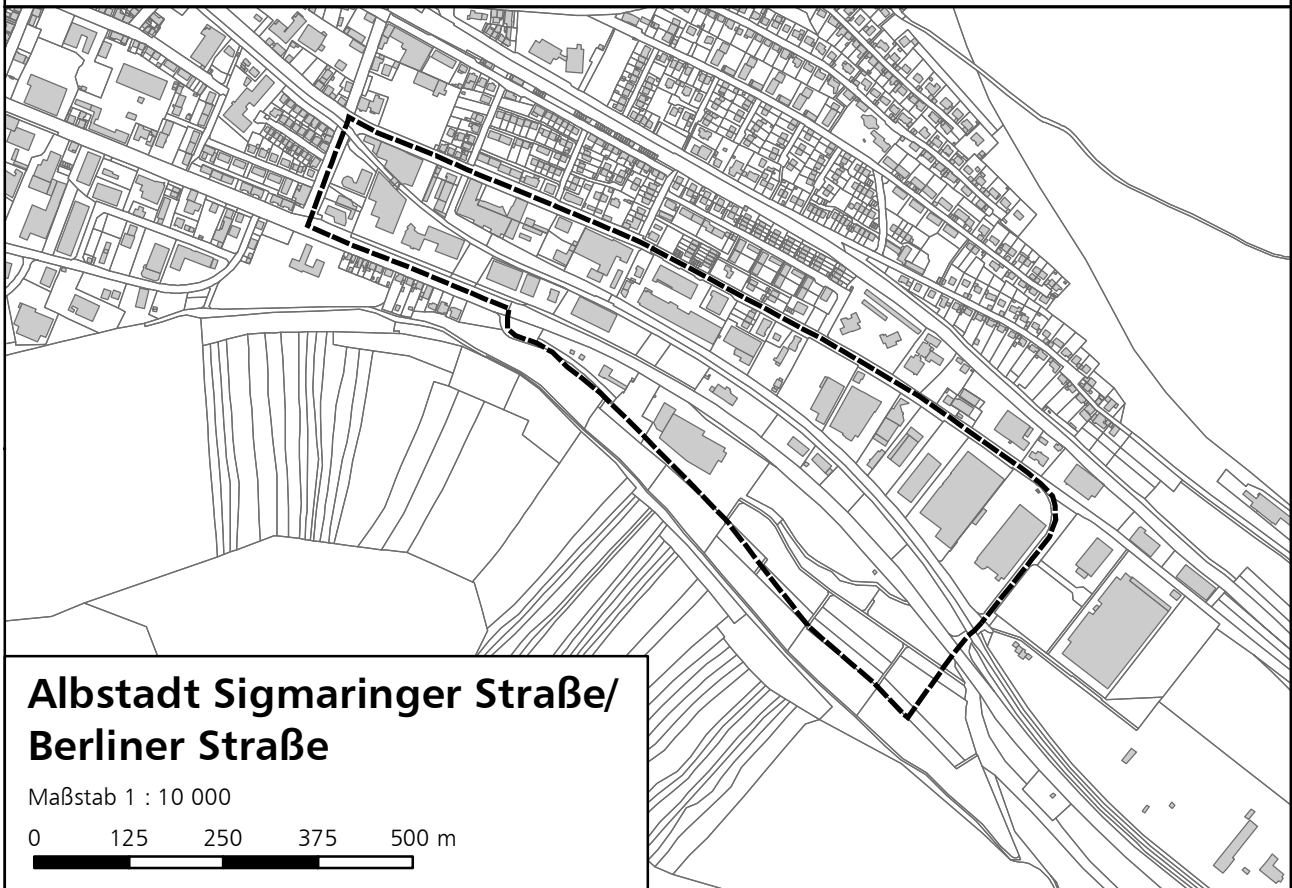


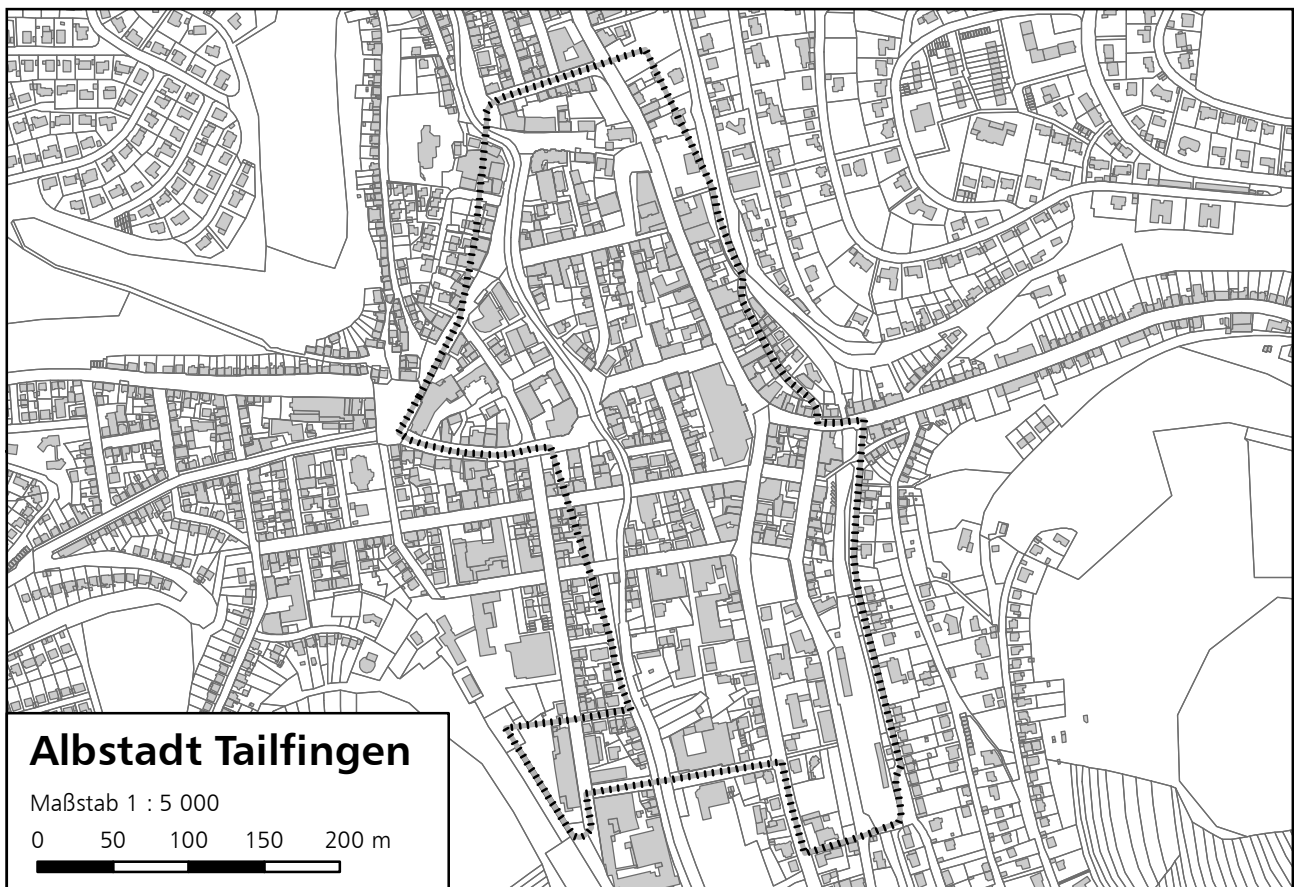
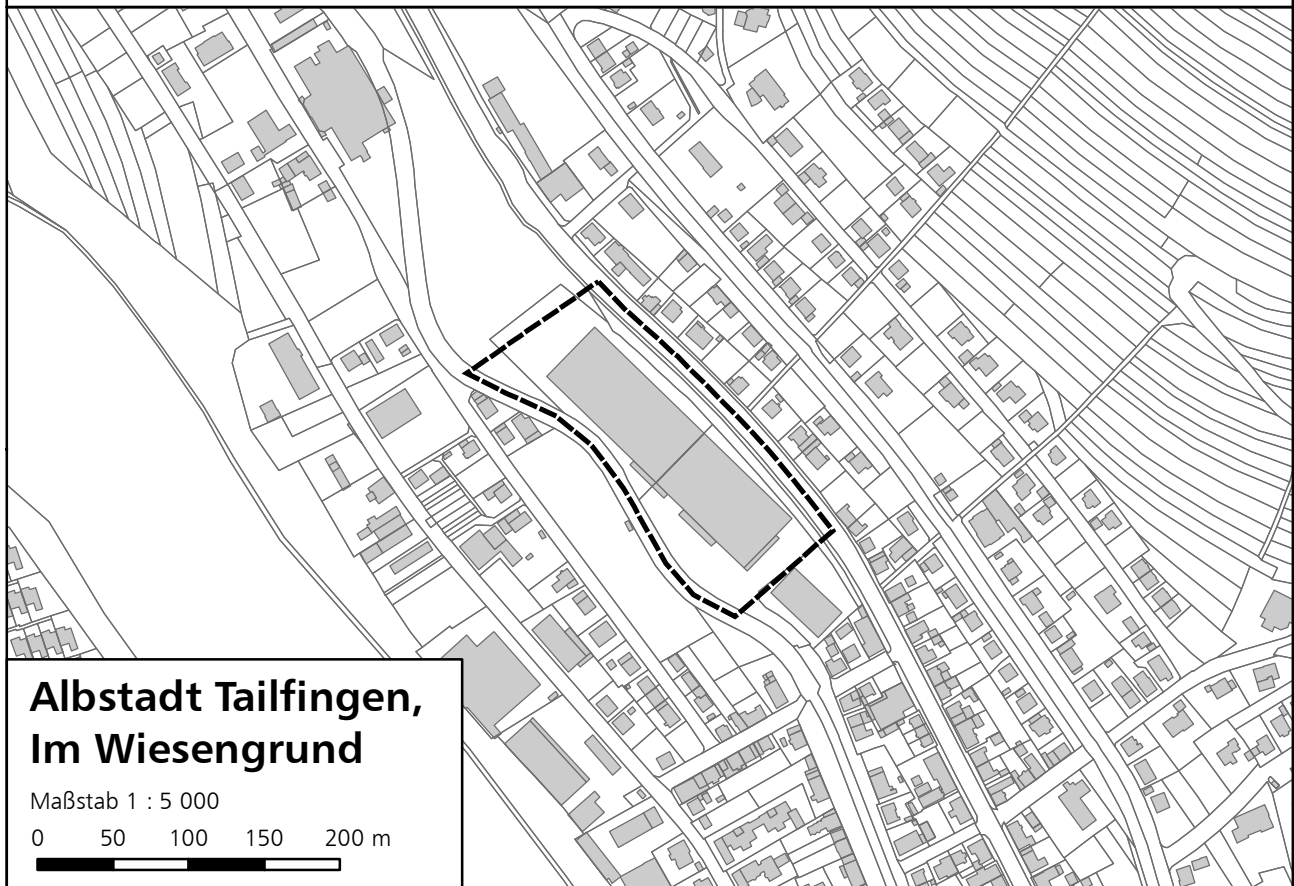
Albstadt Kientenstraße

Maßstab 1 : 10 000

0 125 250 375 500 m





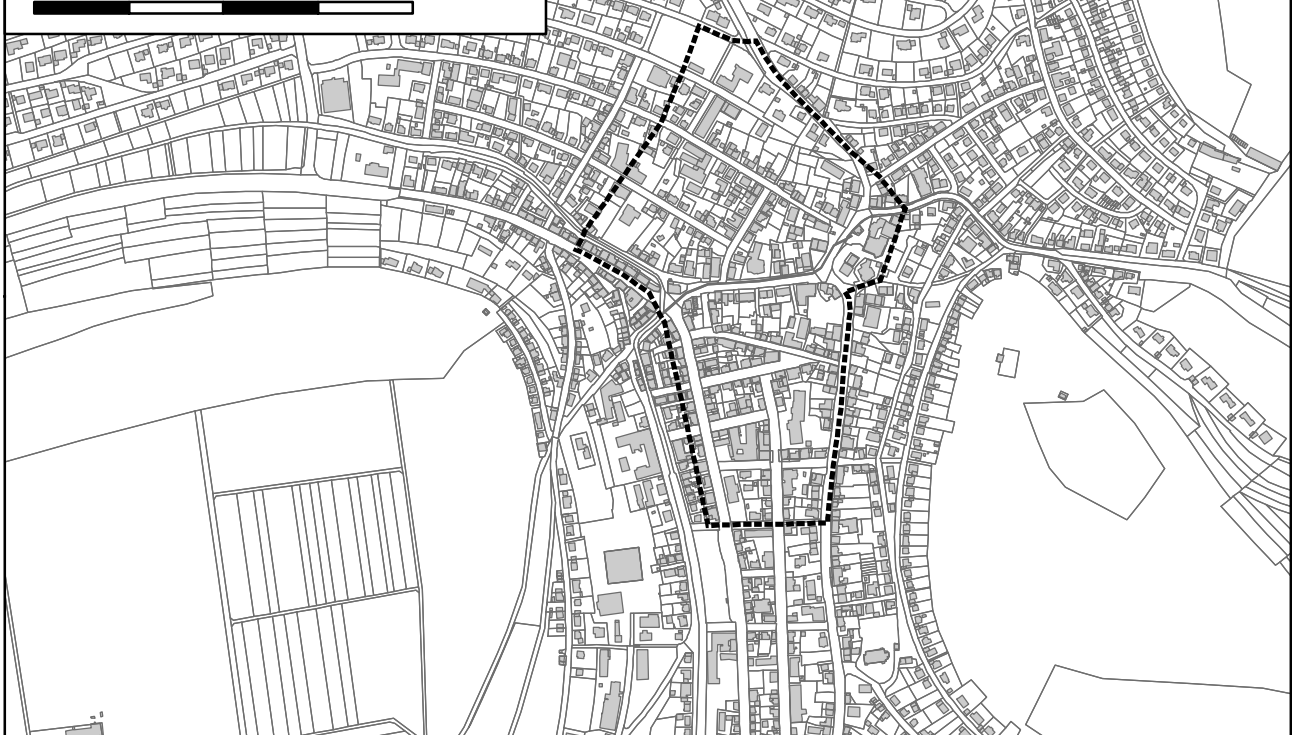


Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

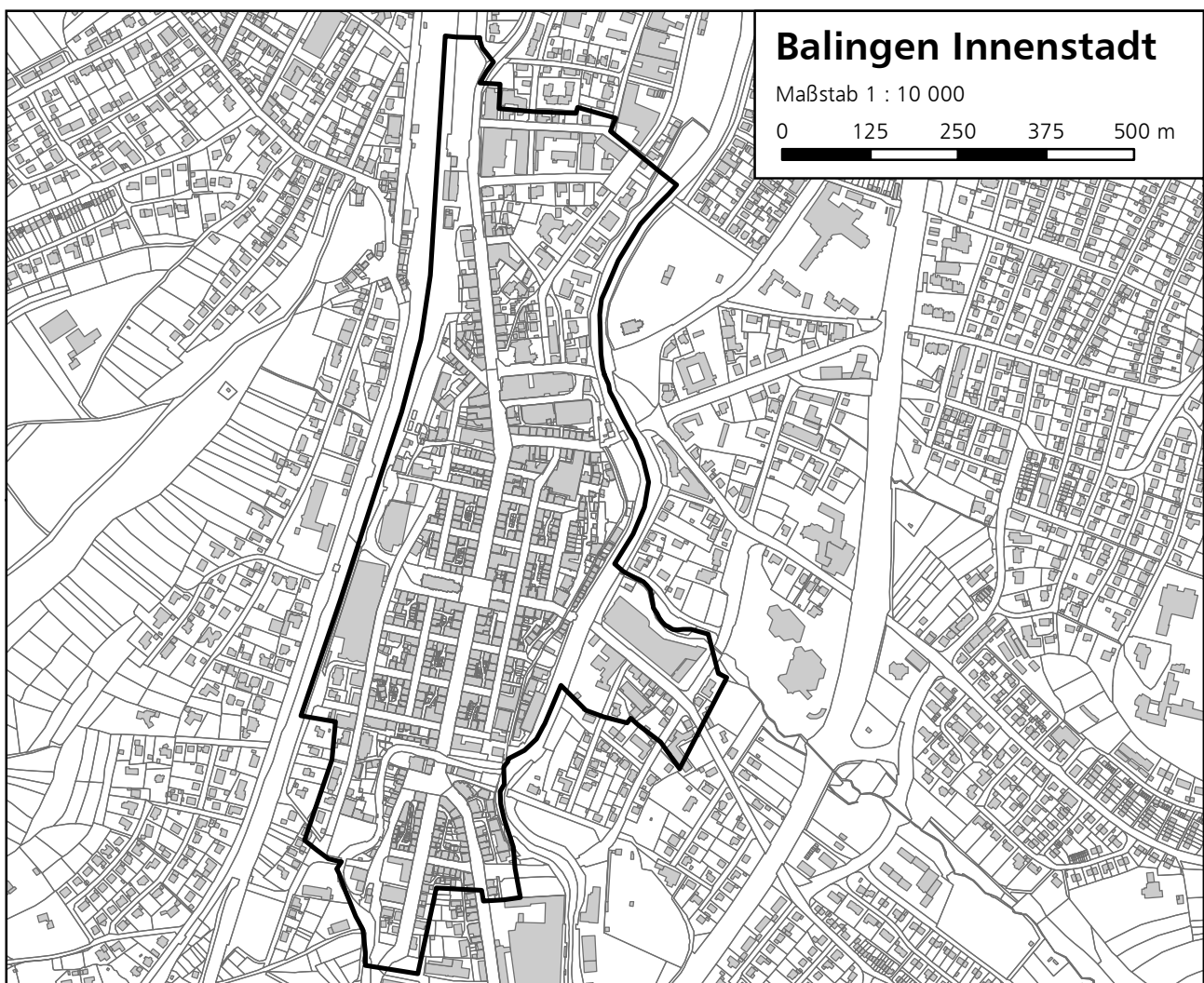
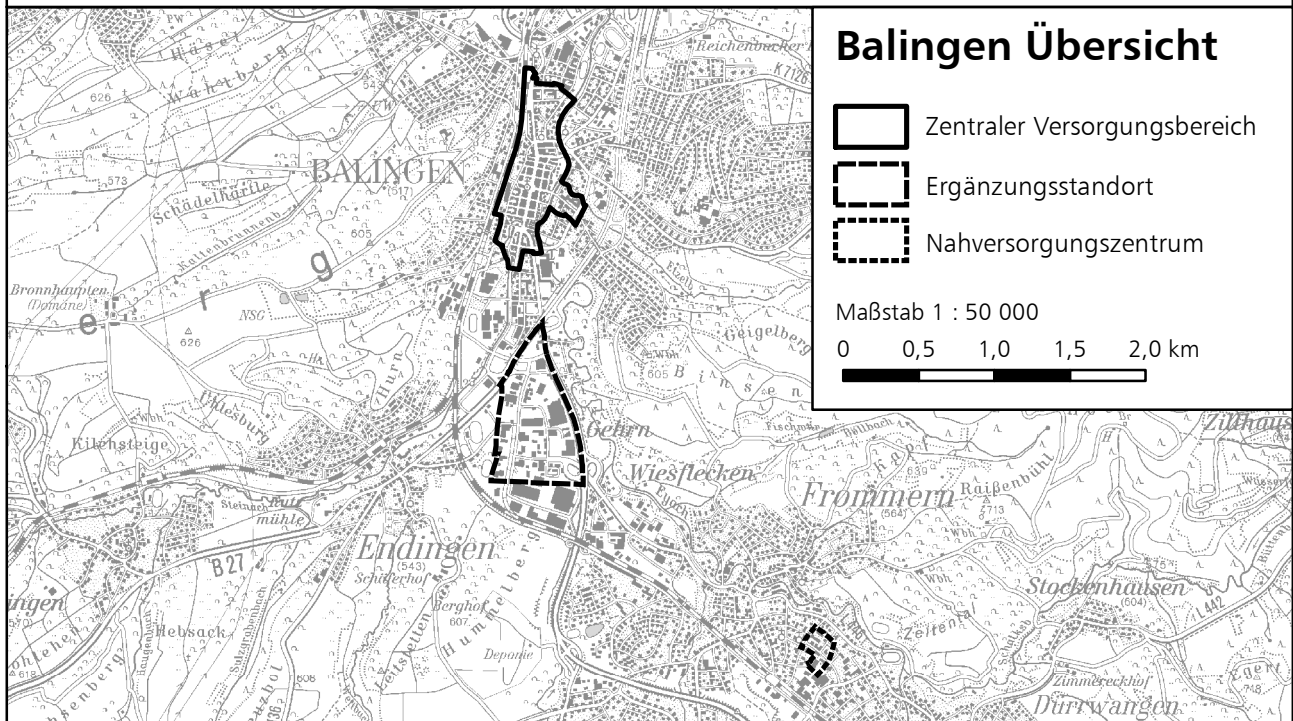
Albstadt Onstmettingen

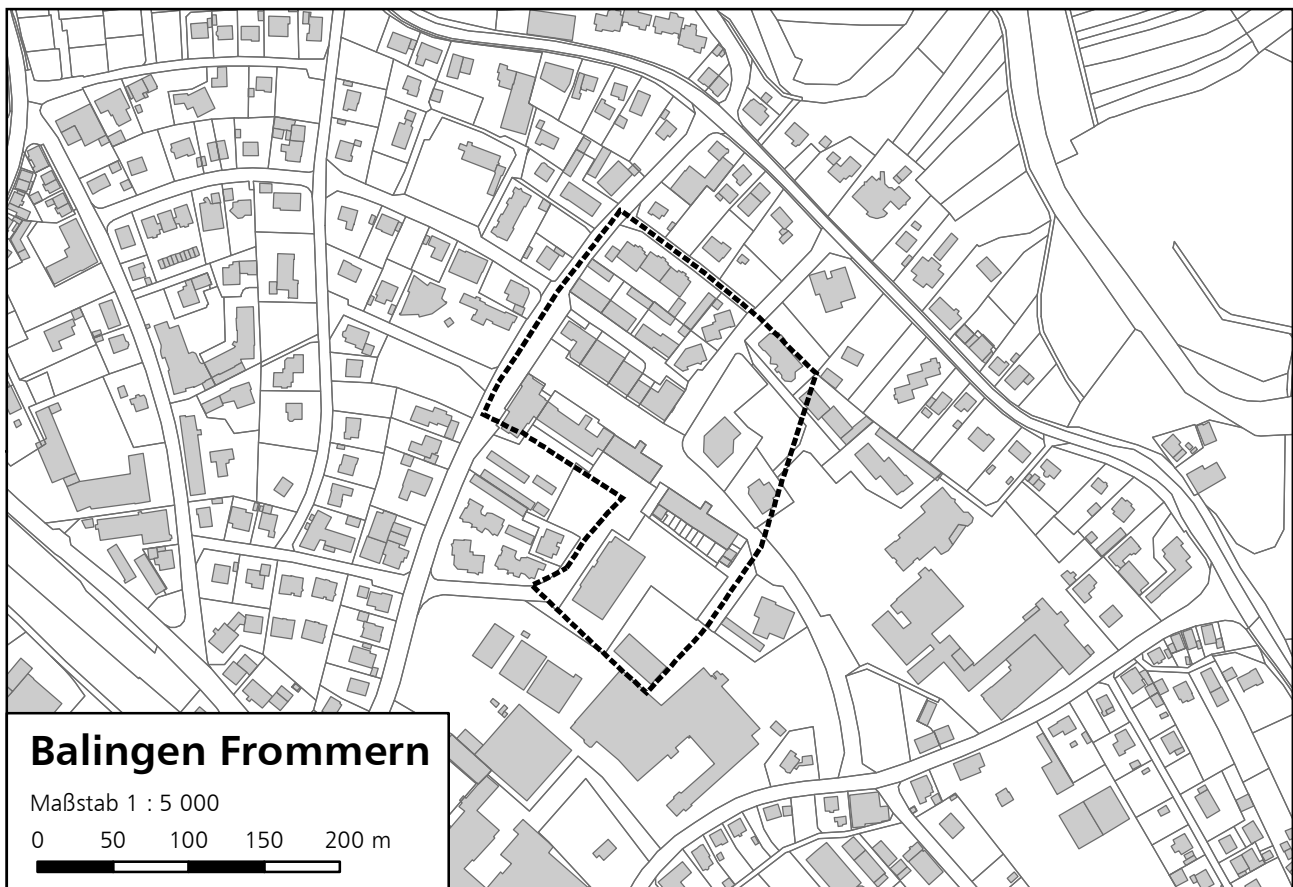
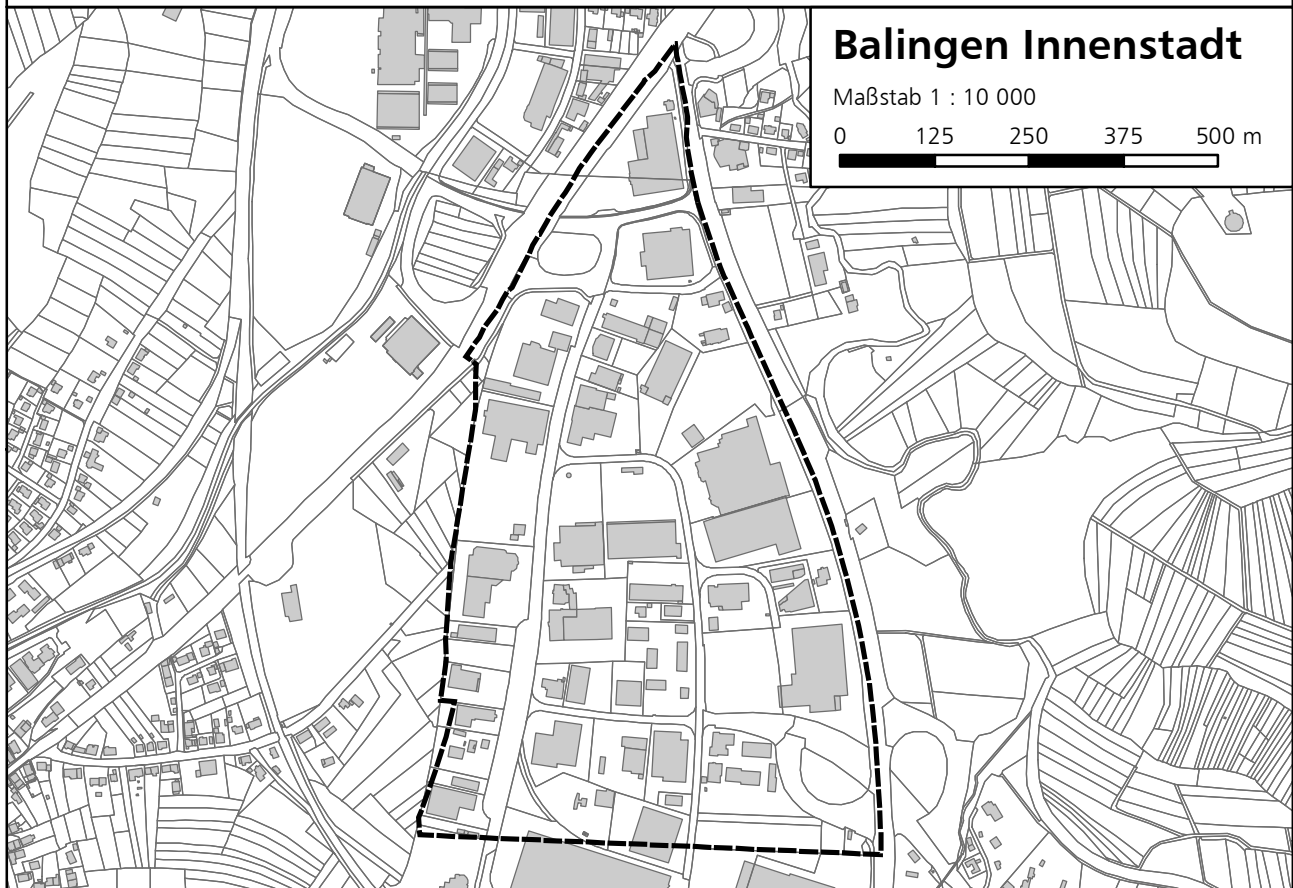
Maßstab 1 : 10 000

0 125 250 375 500 m



Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb





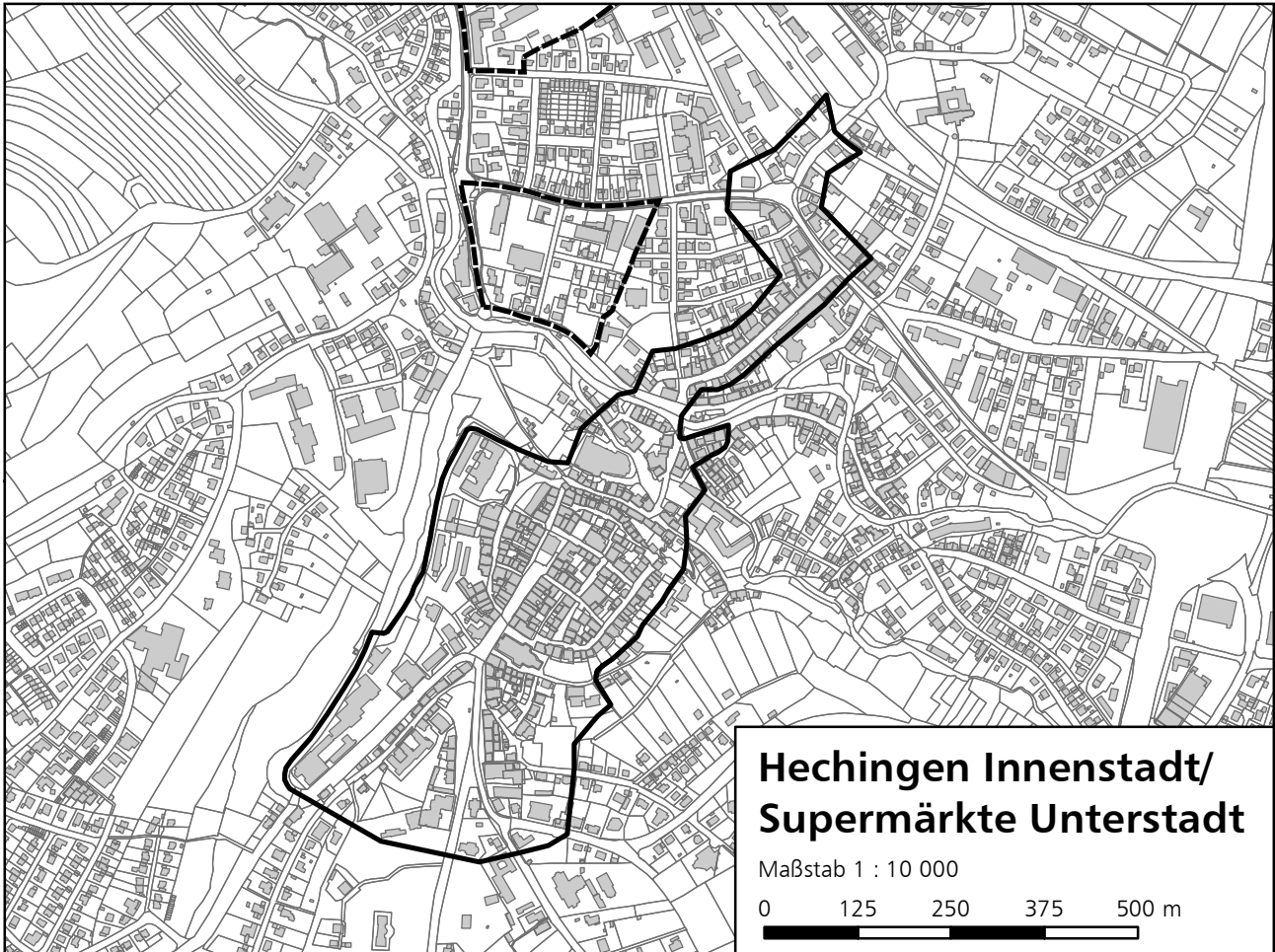
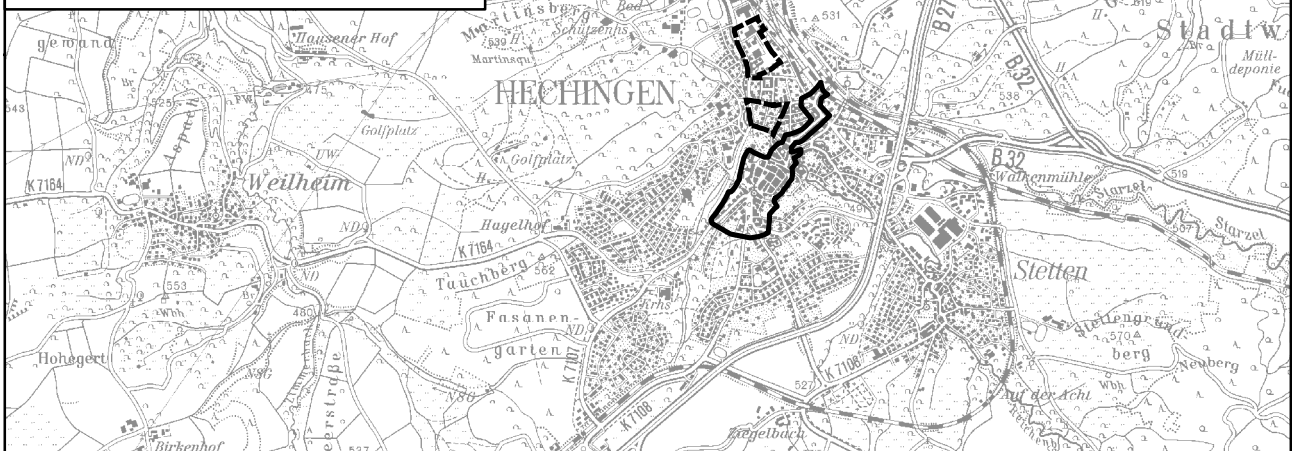
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

Hechingen Übersicht

-  Zentraler Versorgungsbereich
-  Ergänzungsstandort

Maßstab 1 : 50 000

0 0,5 1,0 1,5 2,0 km



Hechingen Innenstadt/ Supermärkte Unterstadt

Maßstab 1 : 10 000

0 125 250 375 500 m

Hechingen Haiger- locher Straße

Maßstab 1 : 5 000

0 50 100 150 200 m



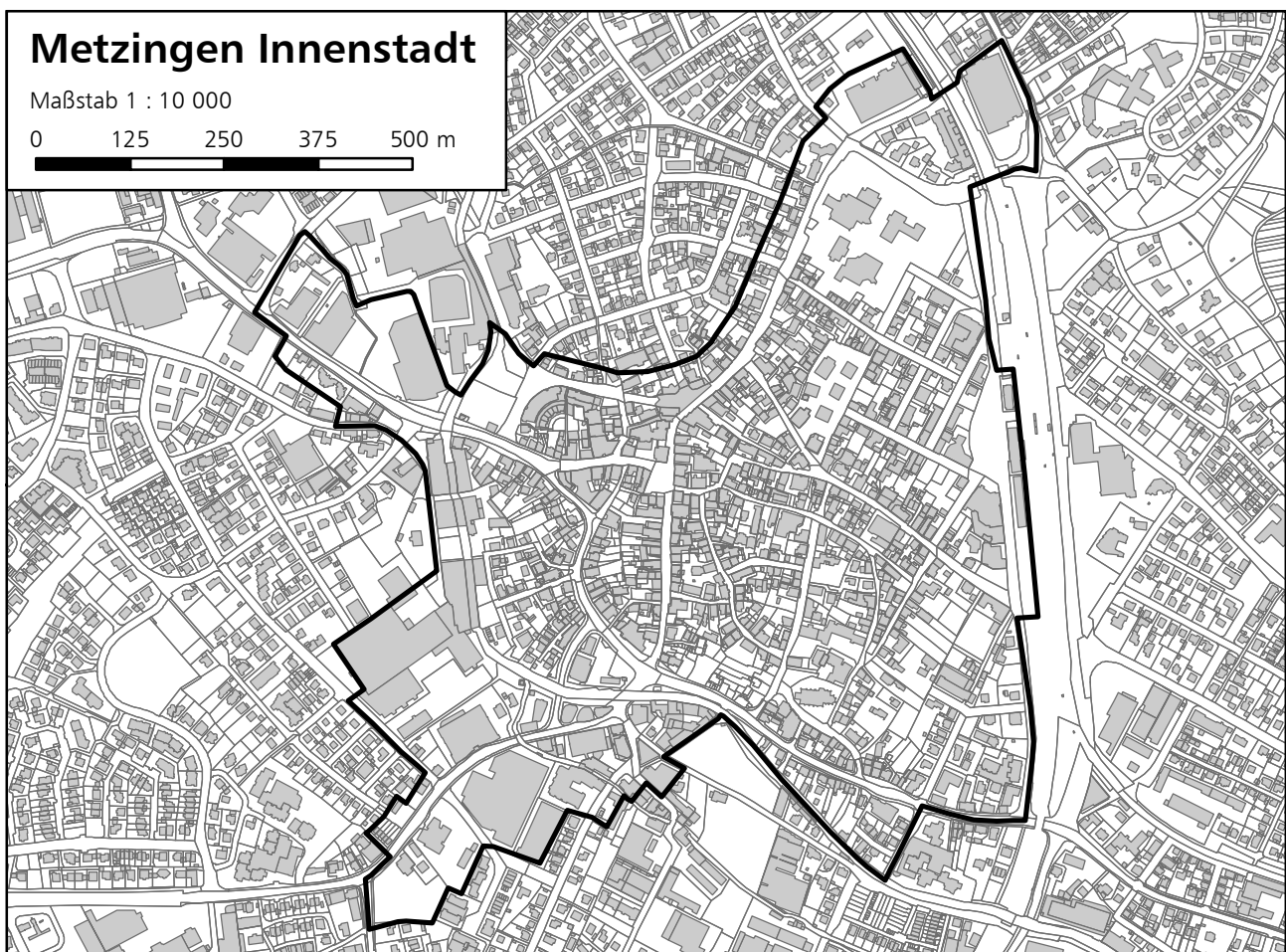
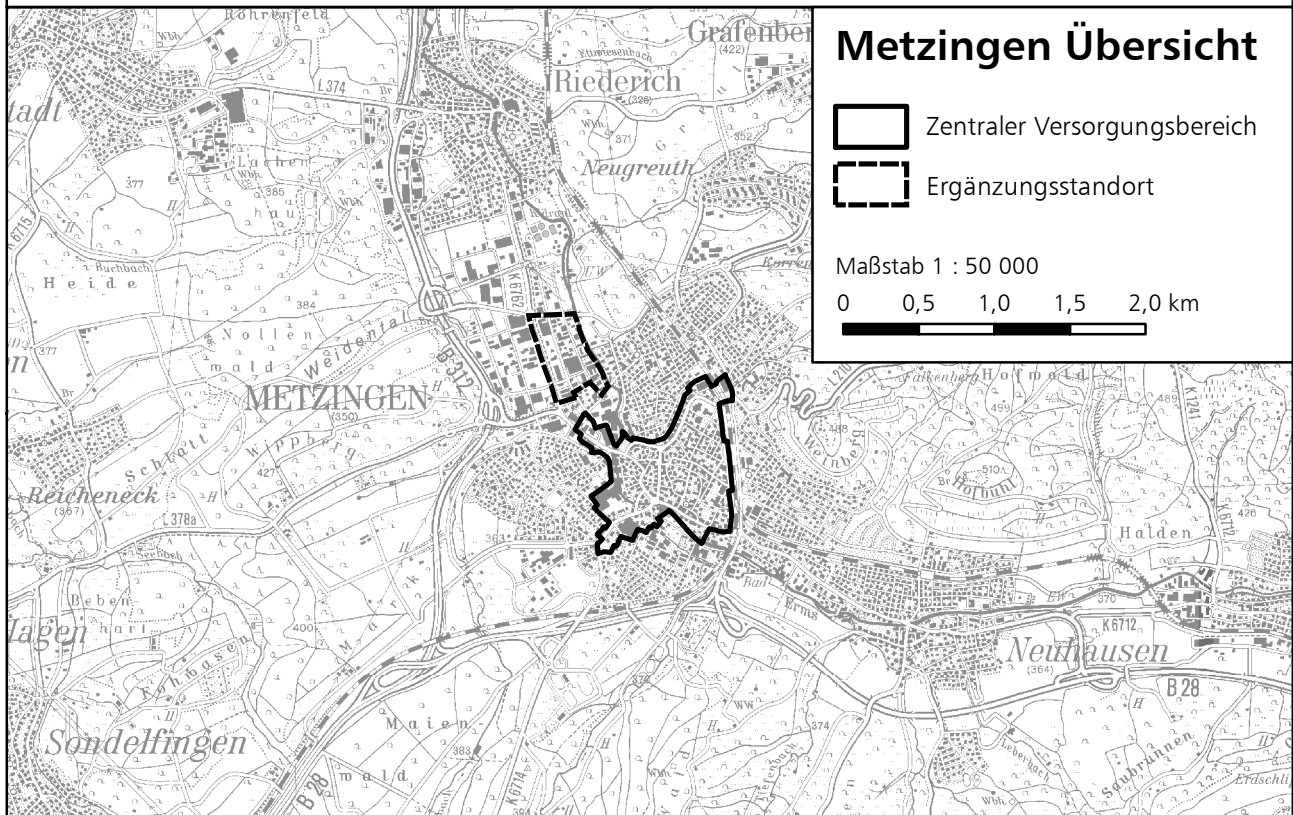
Hechingen Baumarkt

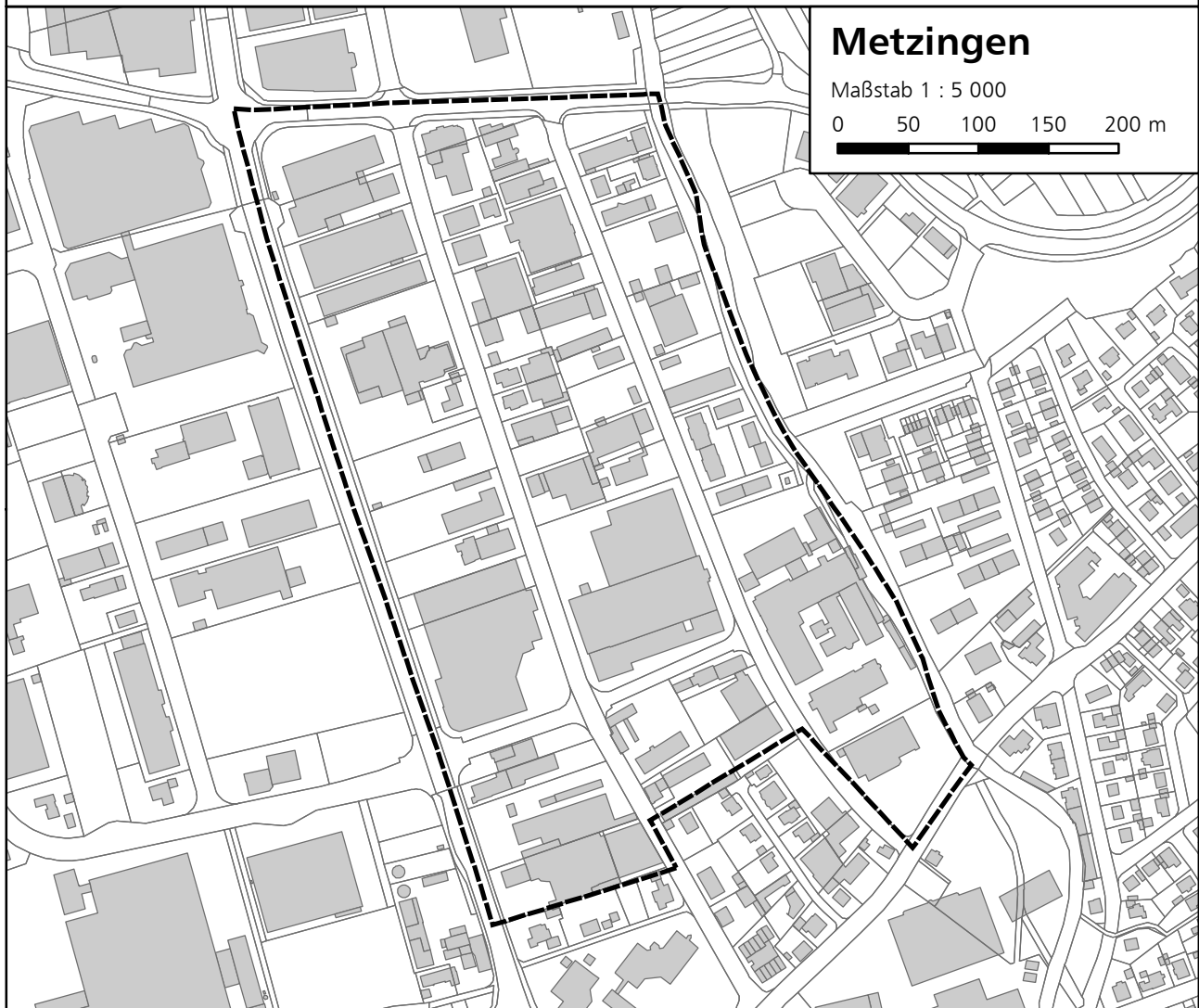
Maßstab 1 : 5 000

0 50 100 150 200 m

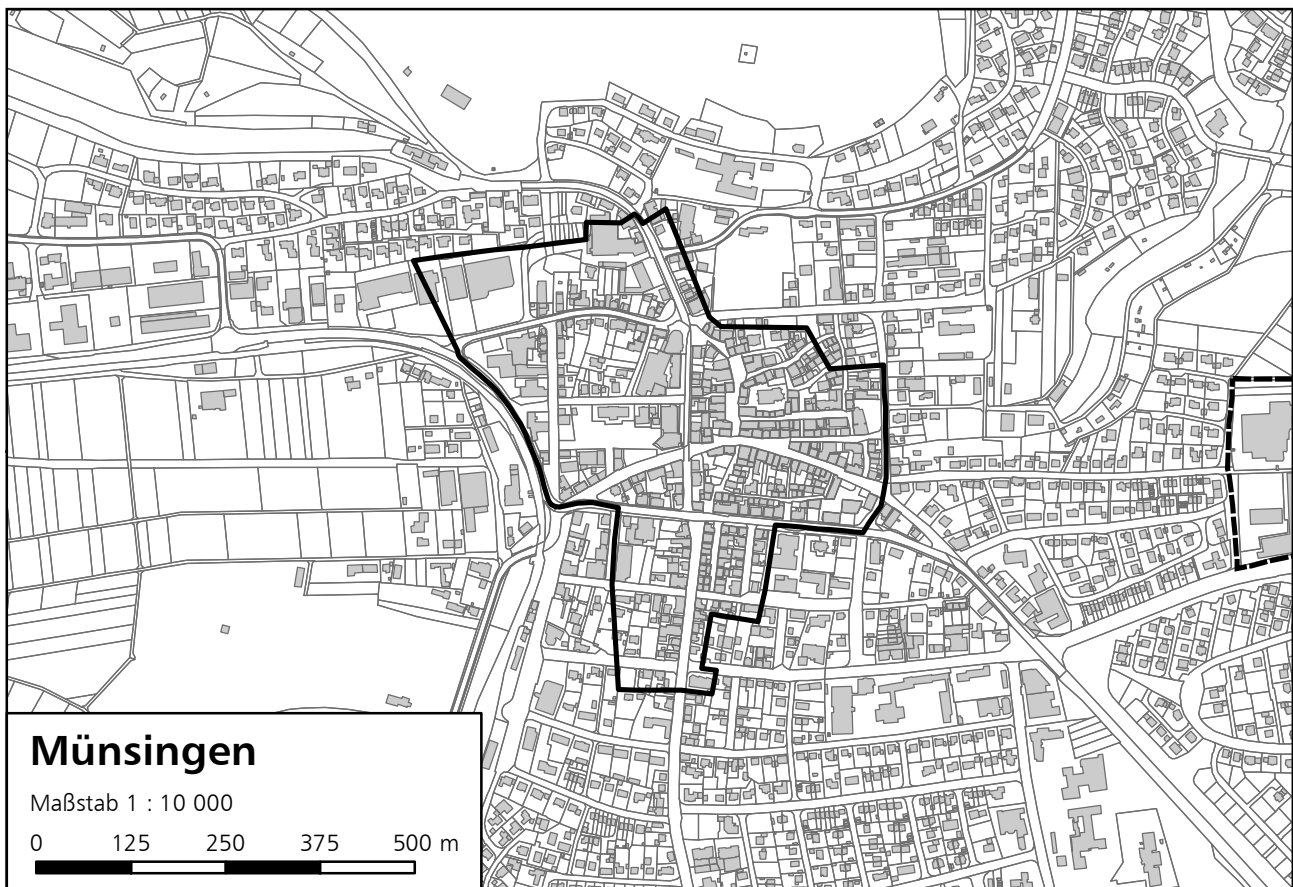
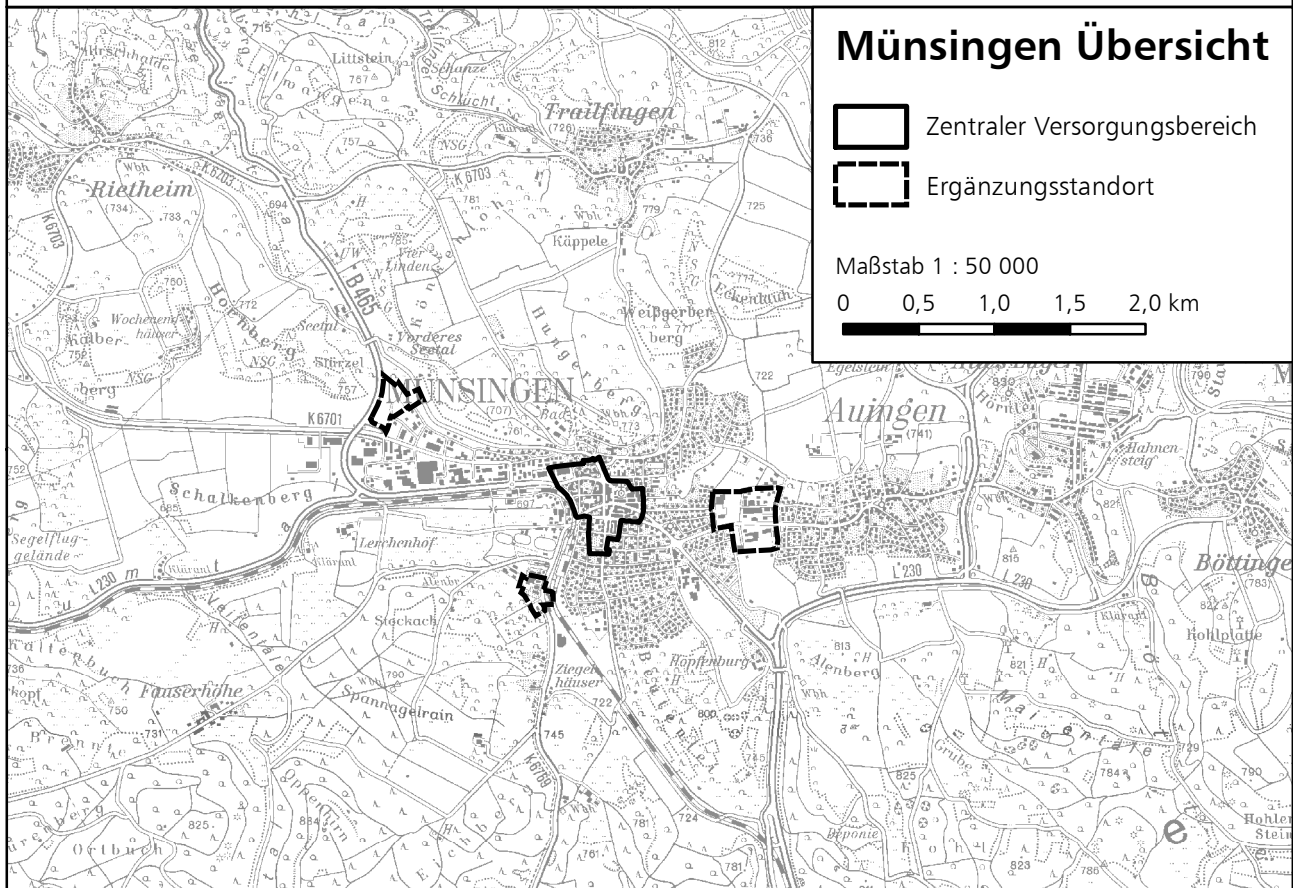


Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

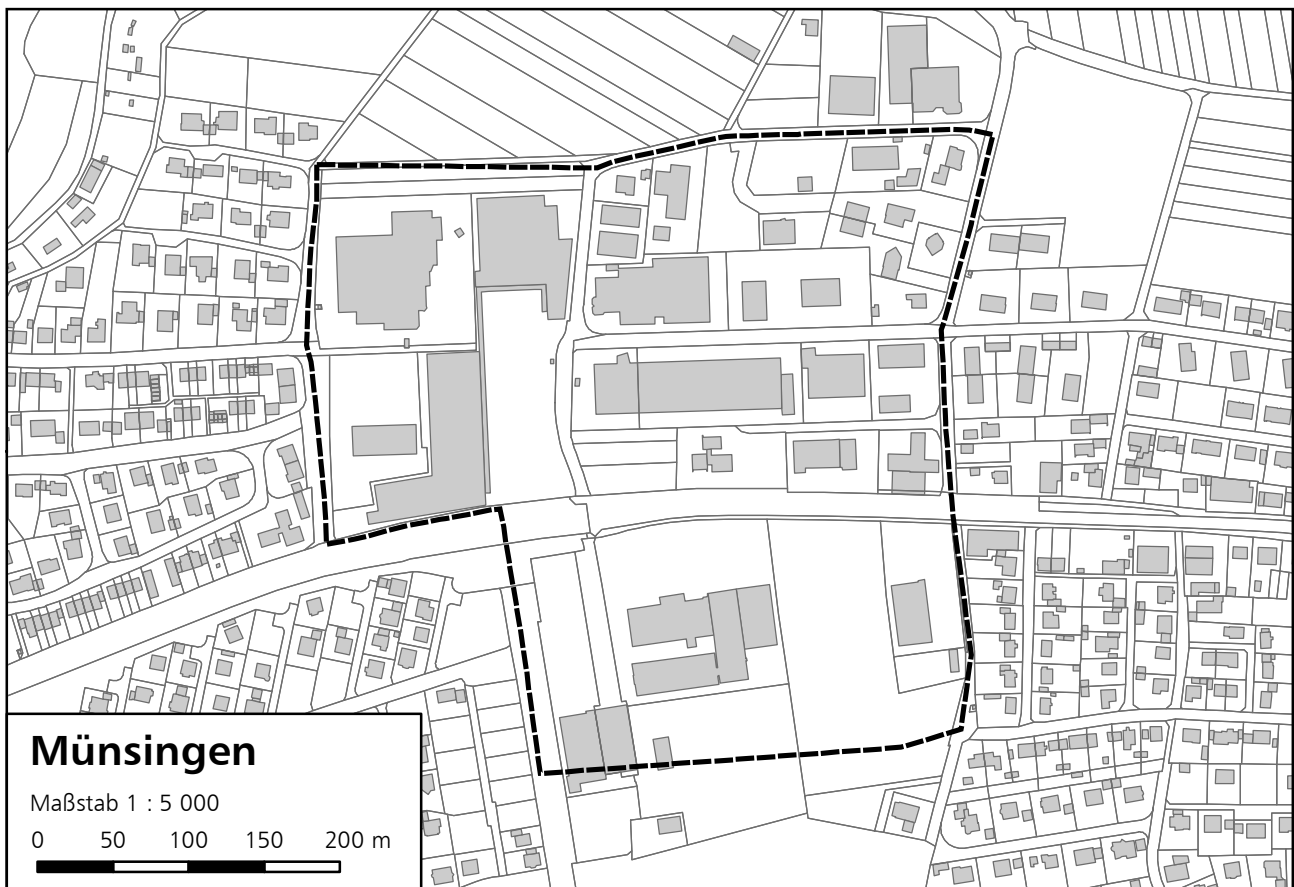
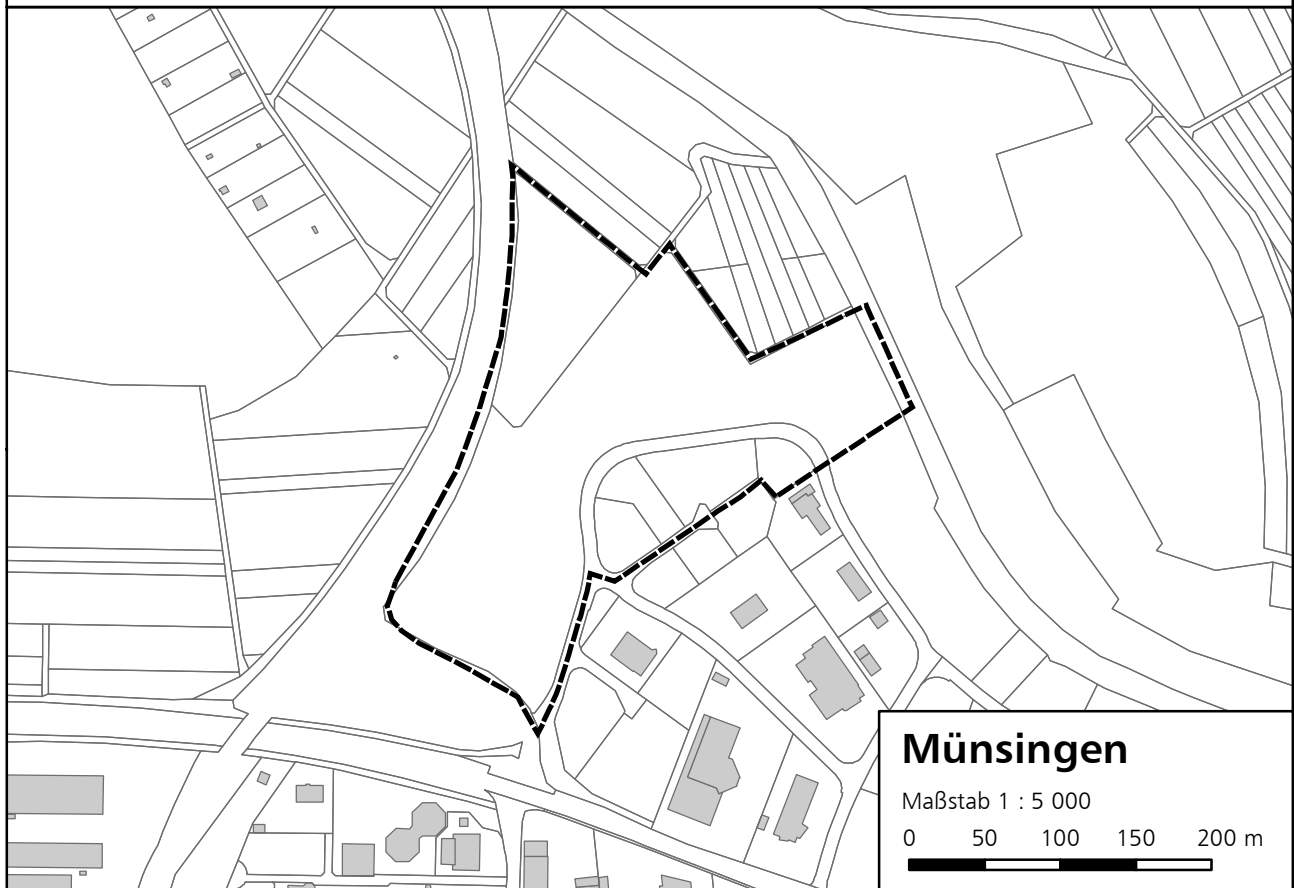




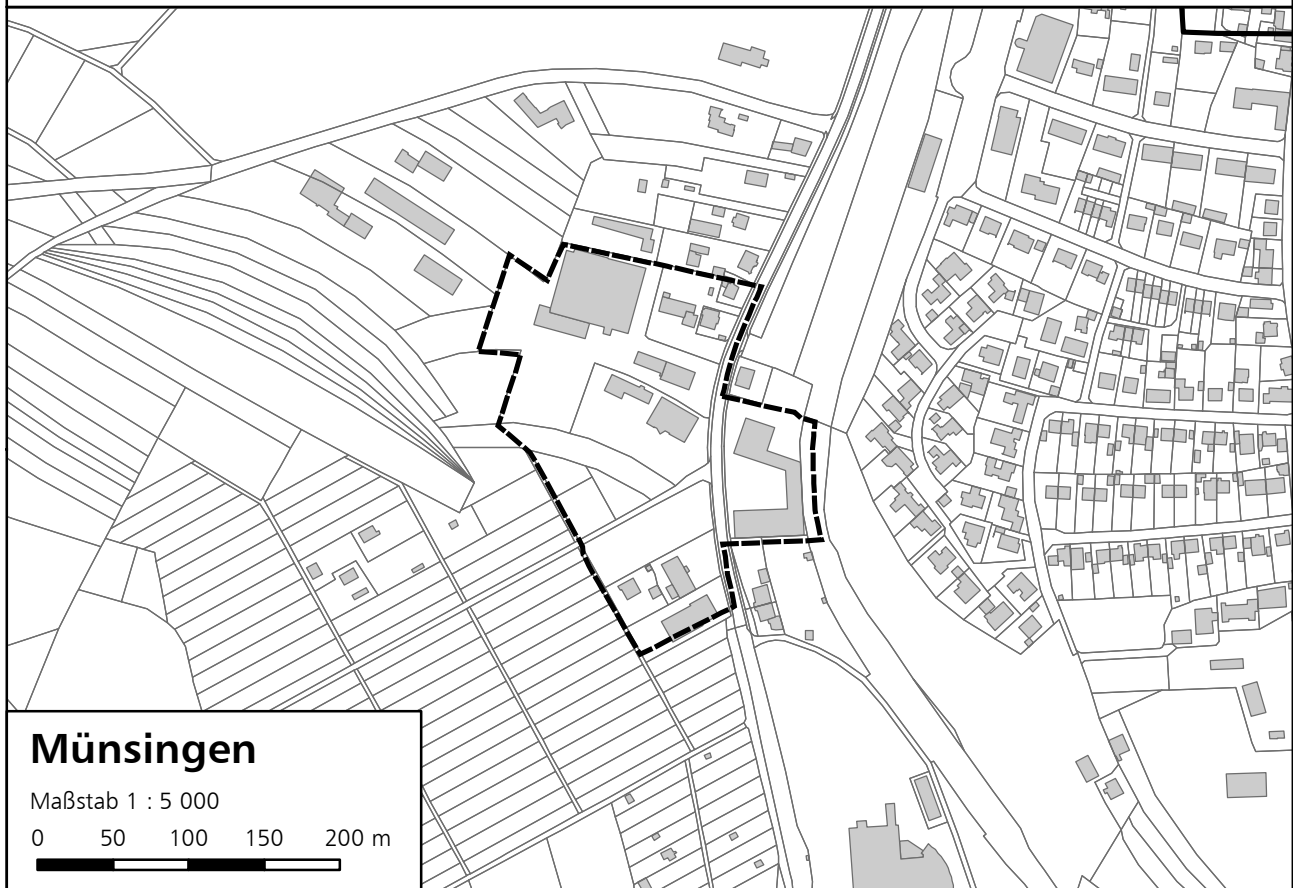
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



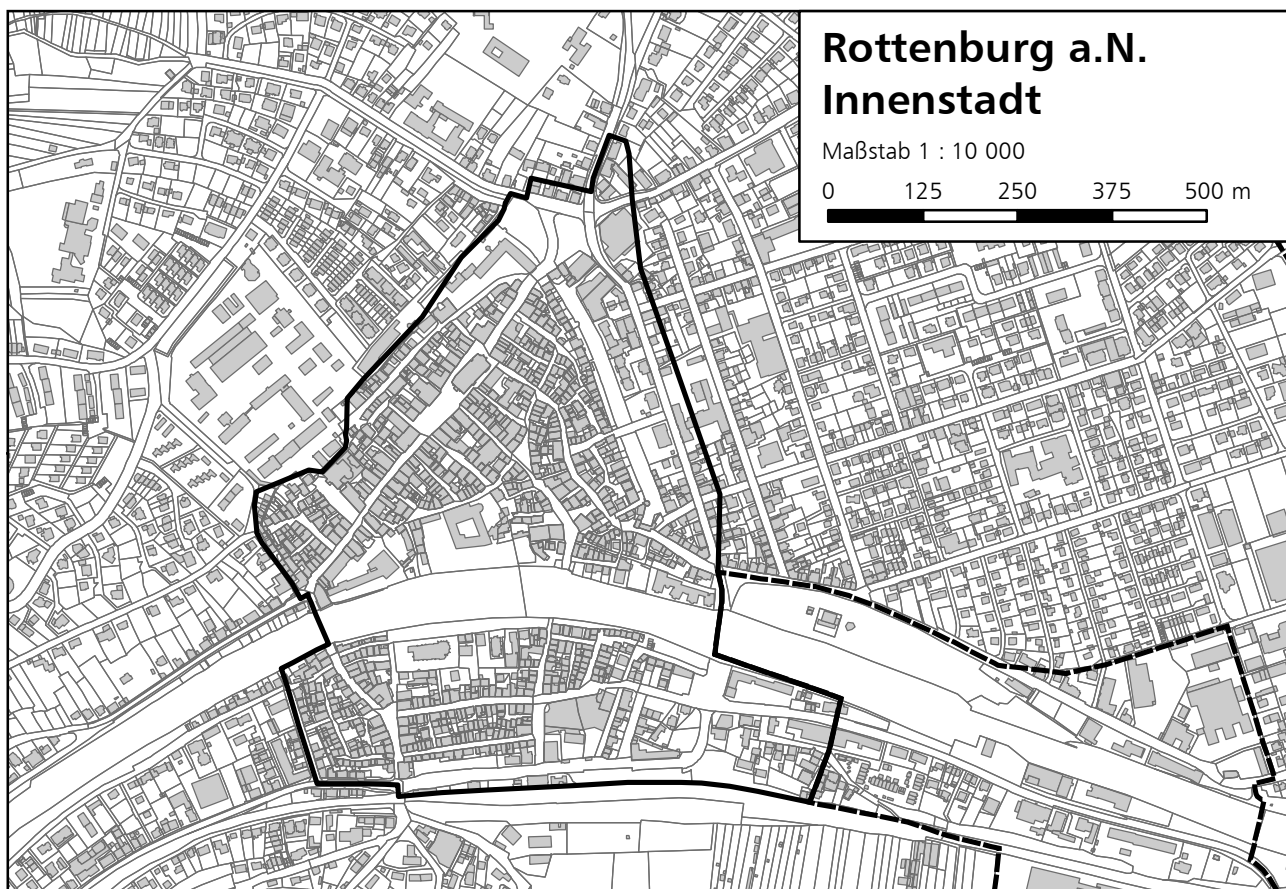
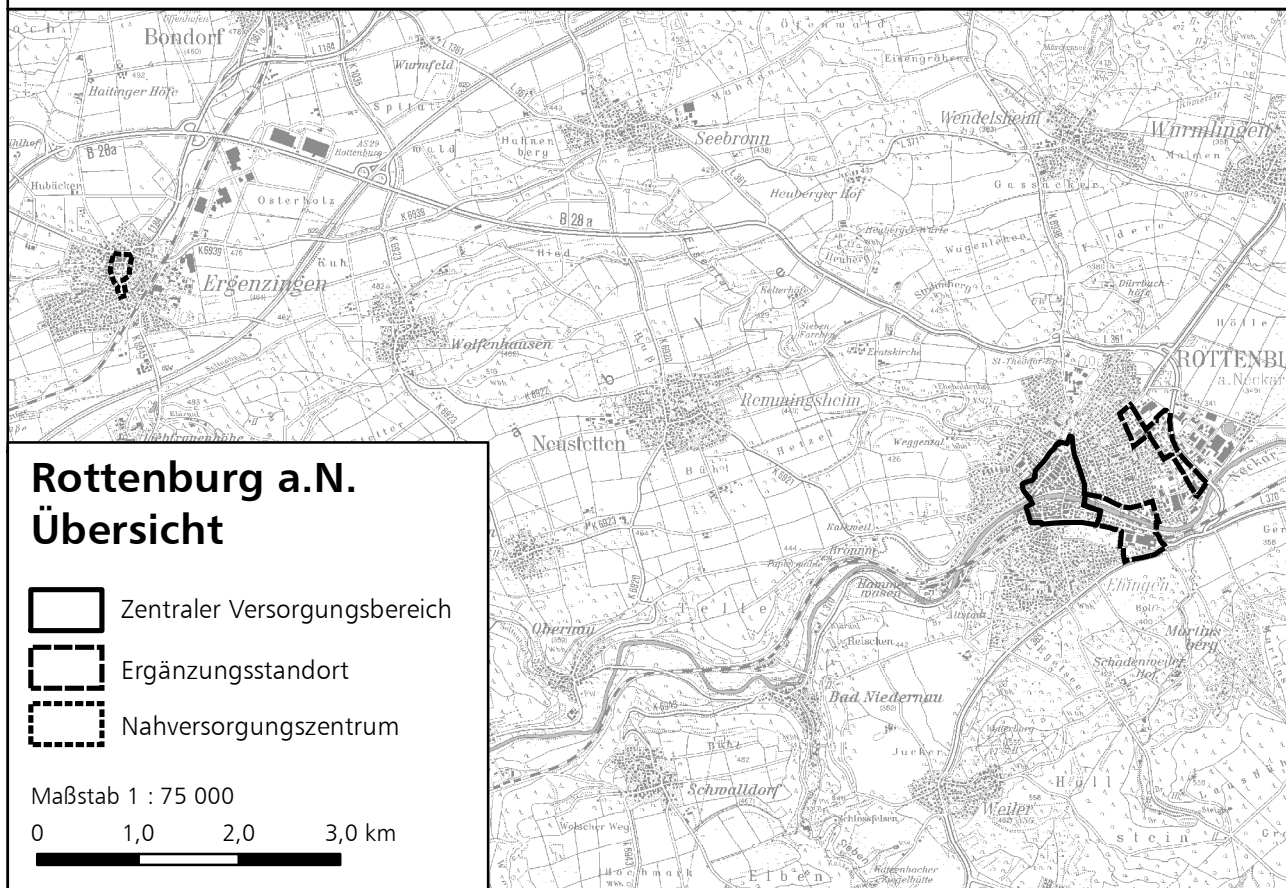
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

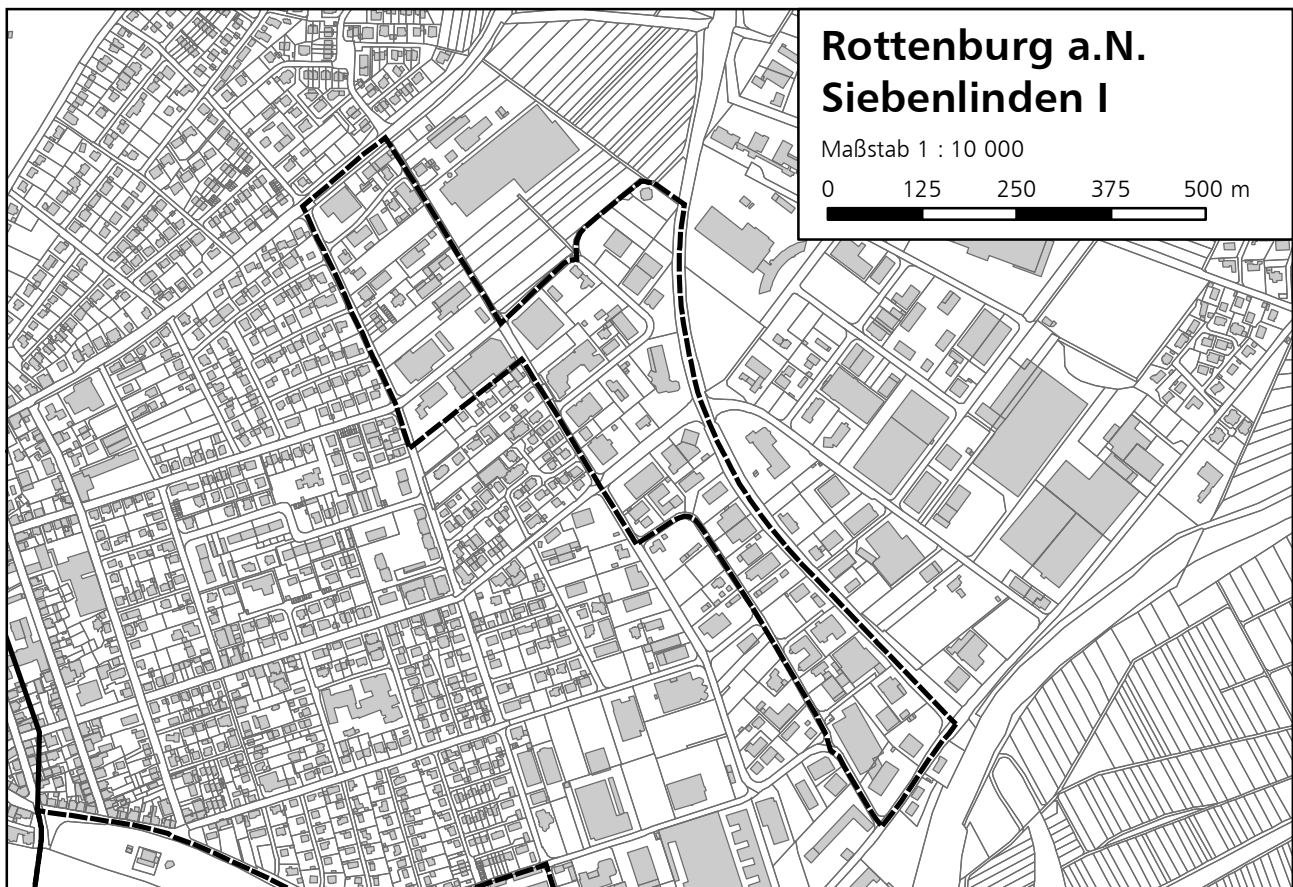
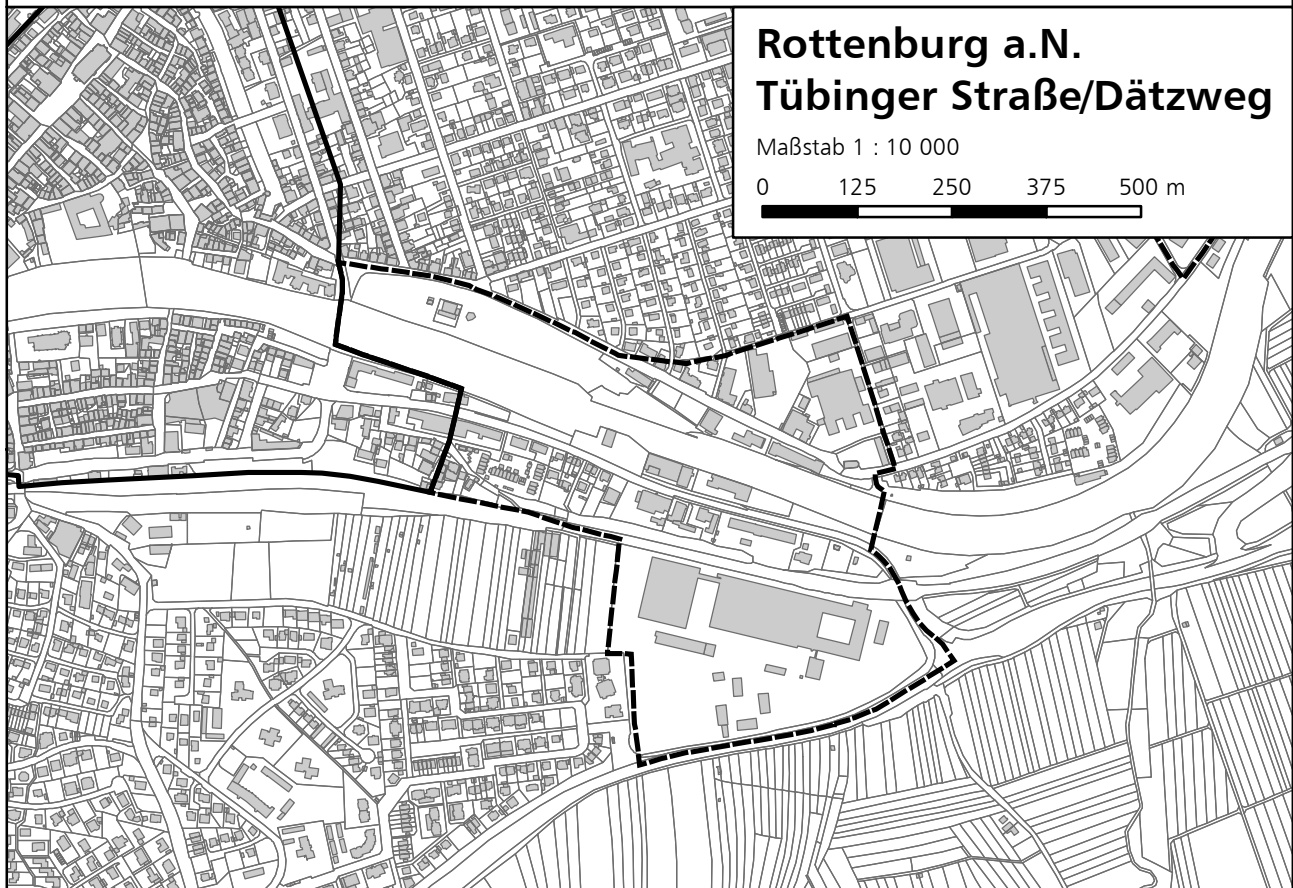


Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

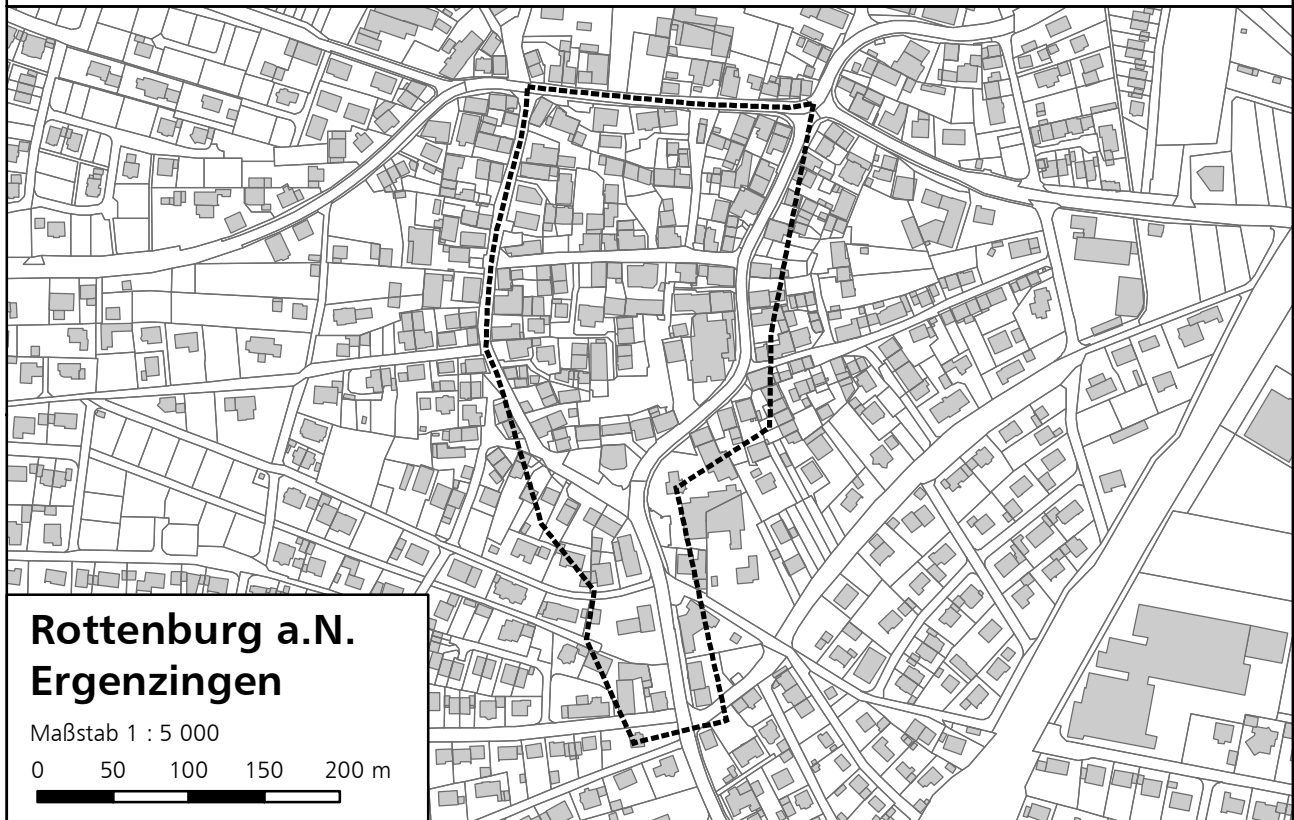


Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

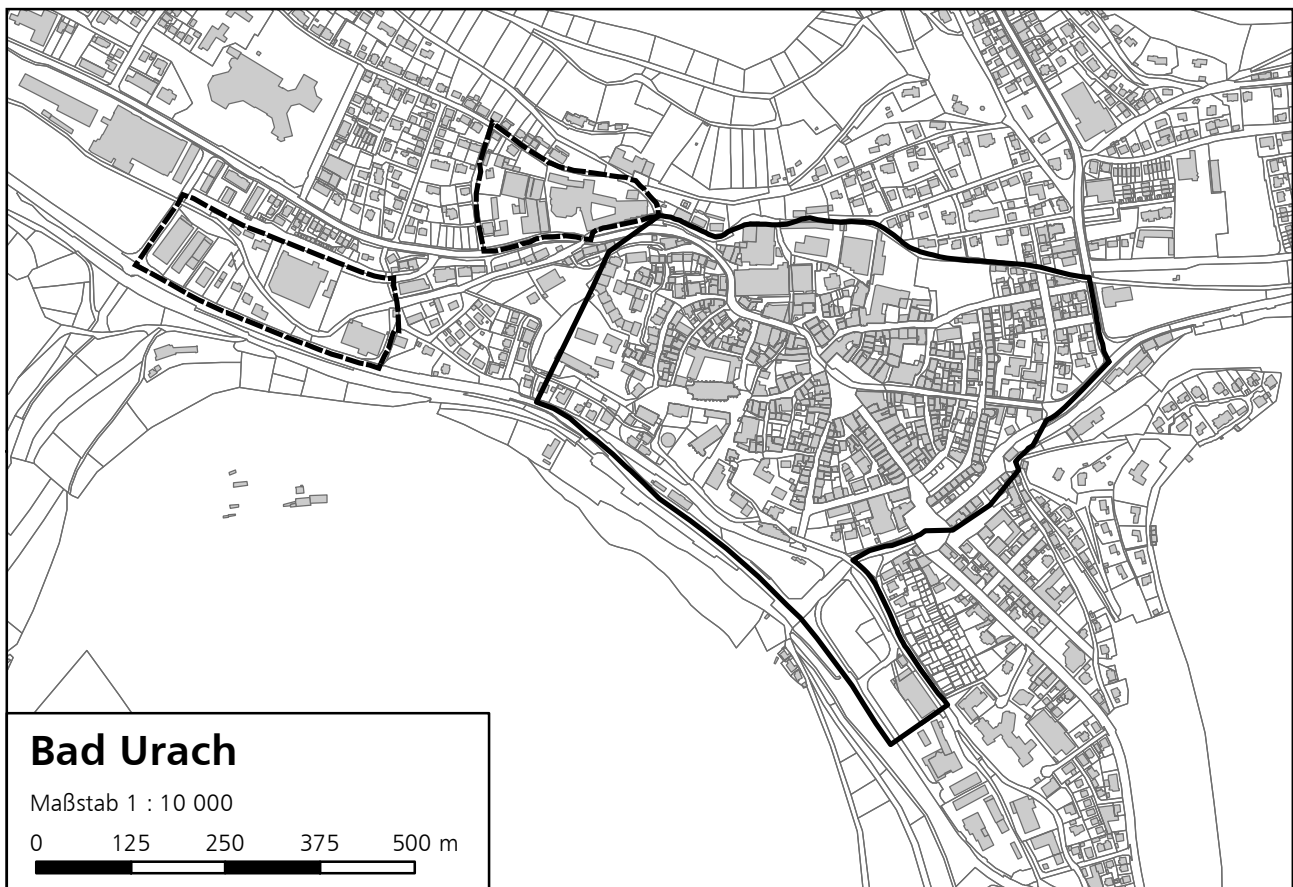
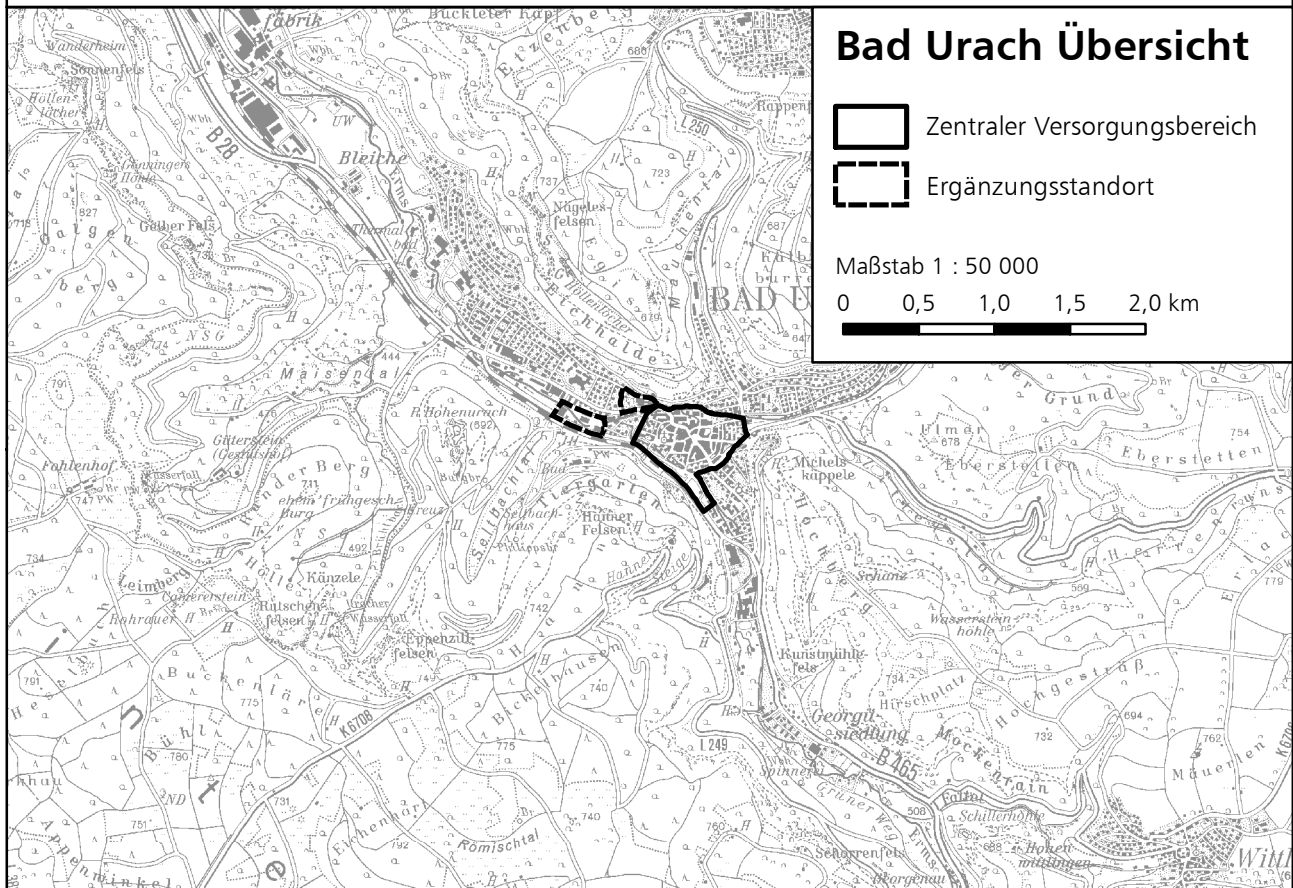




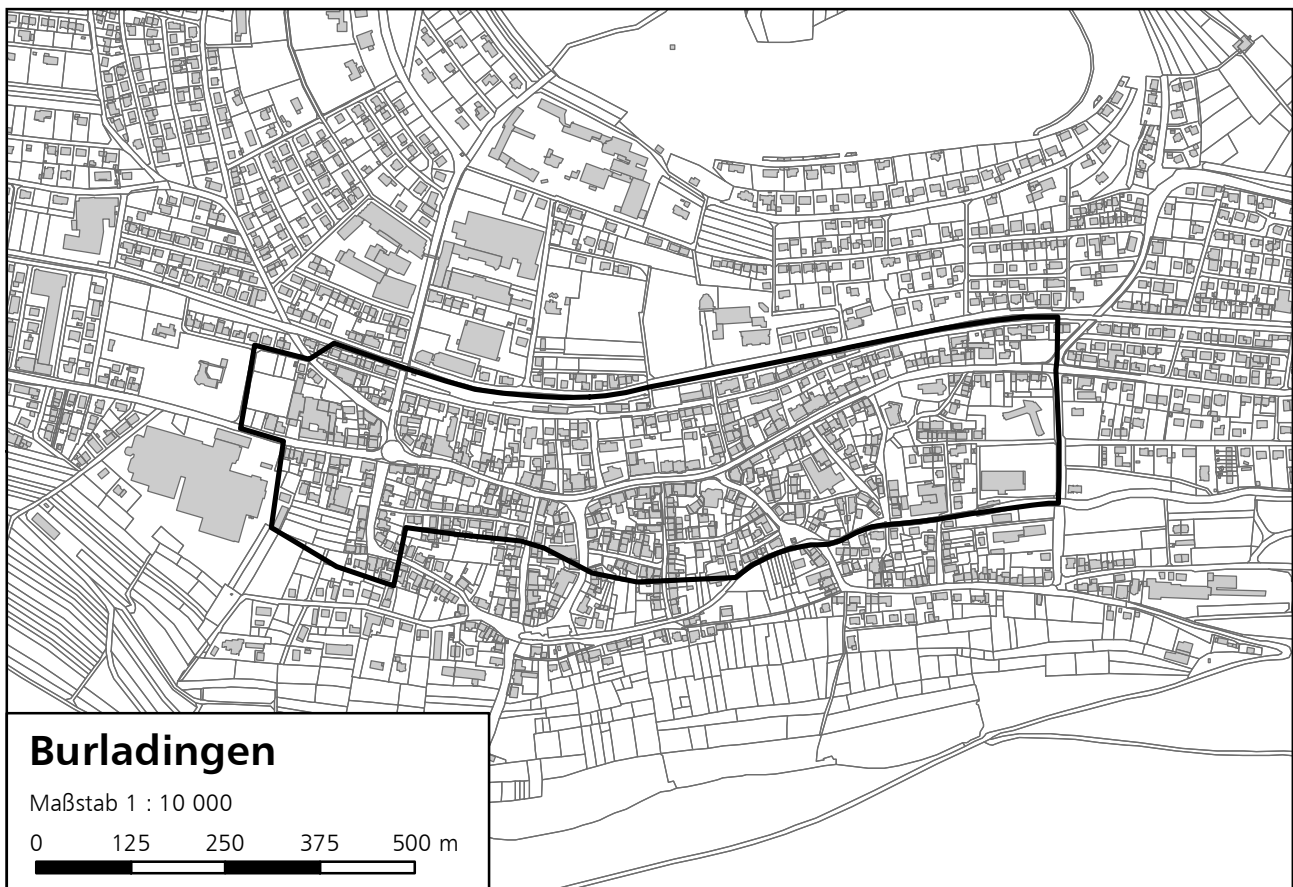
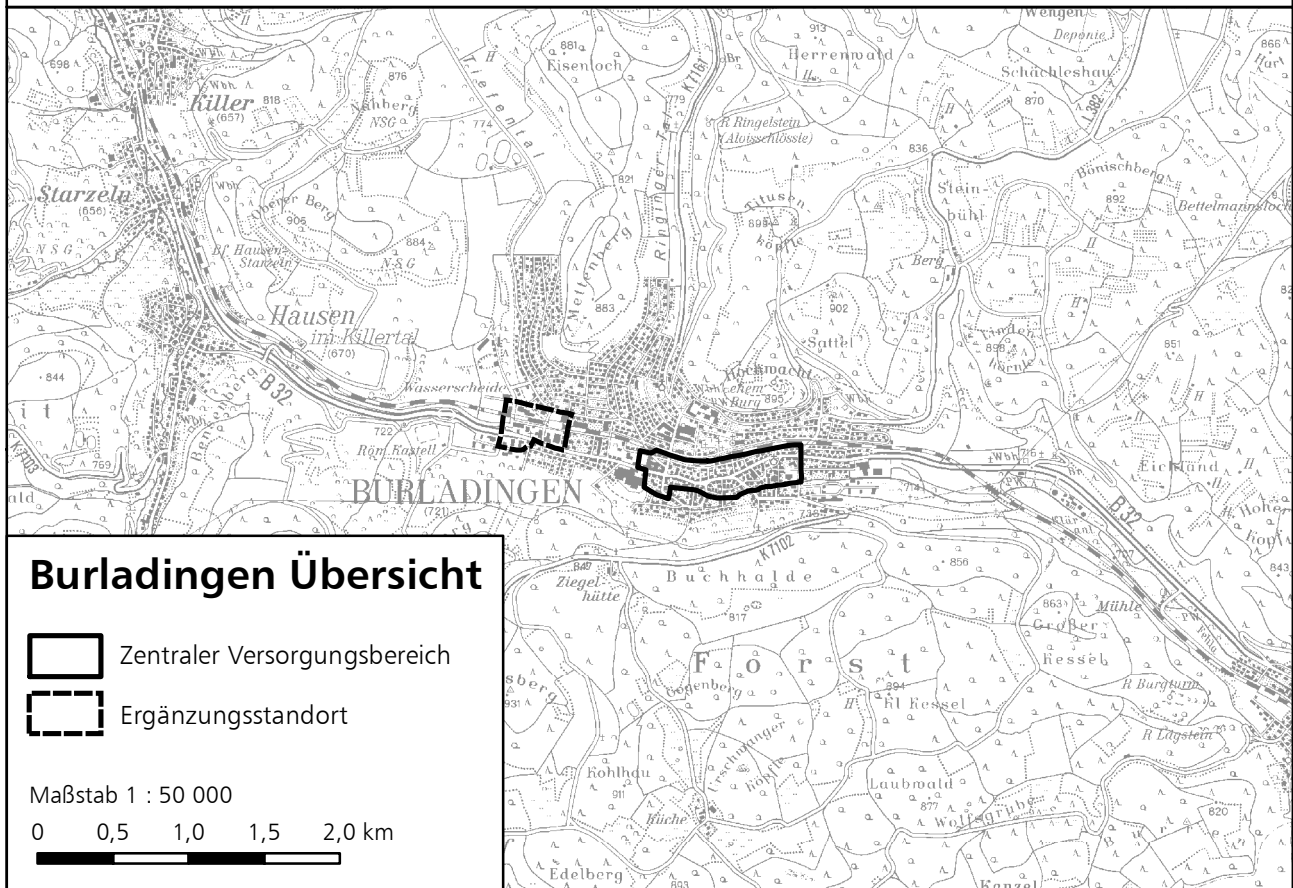
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



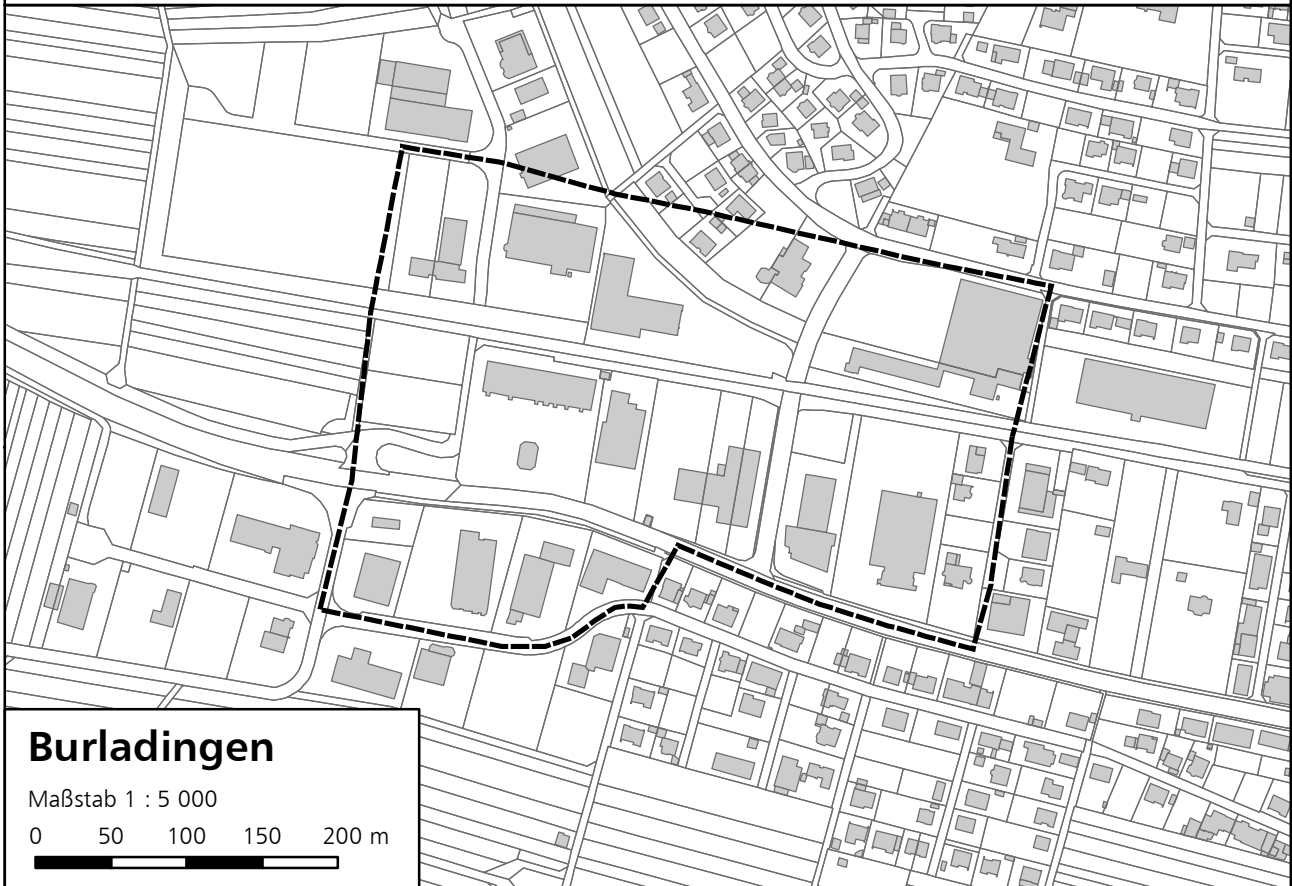
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



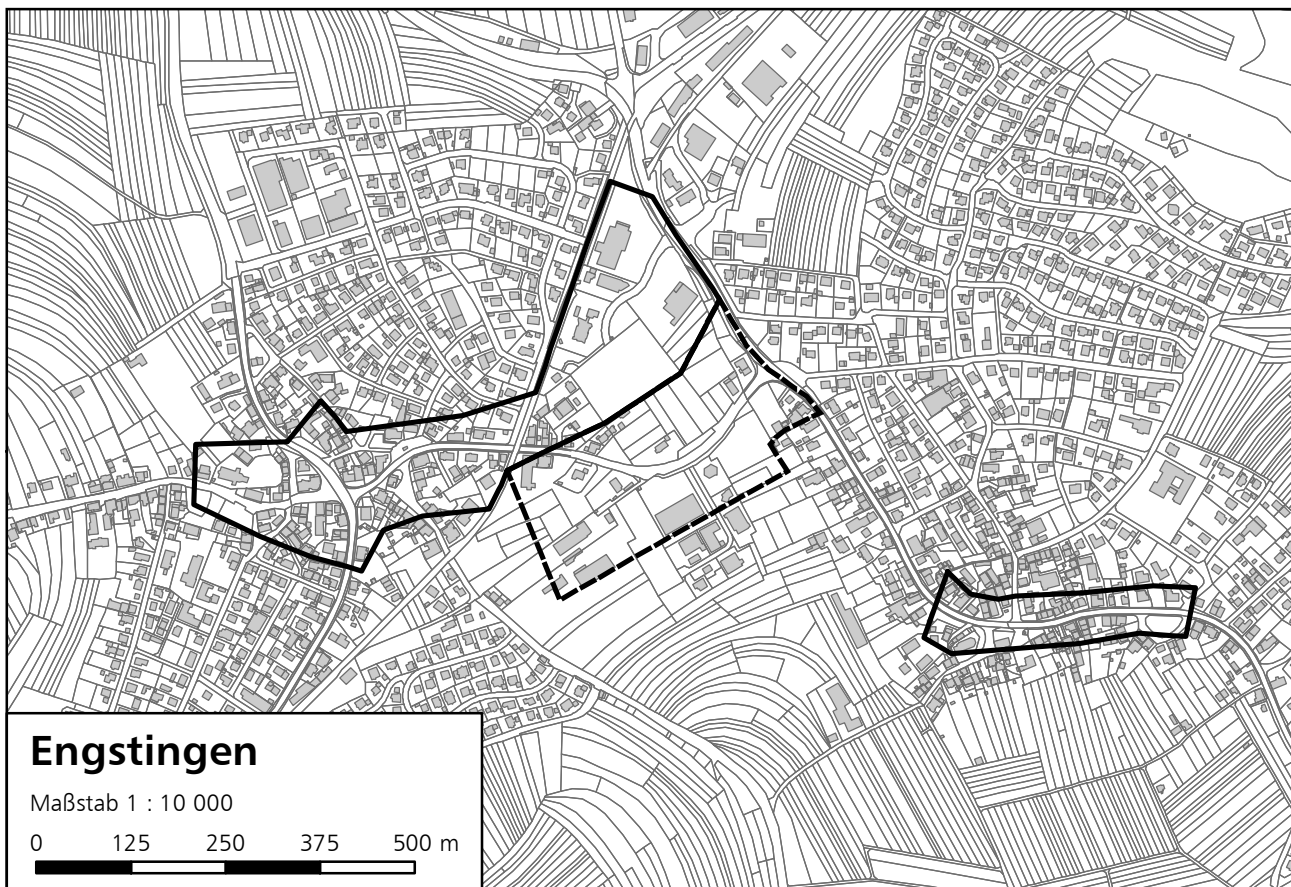
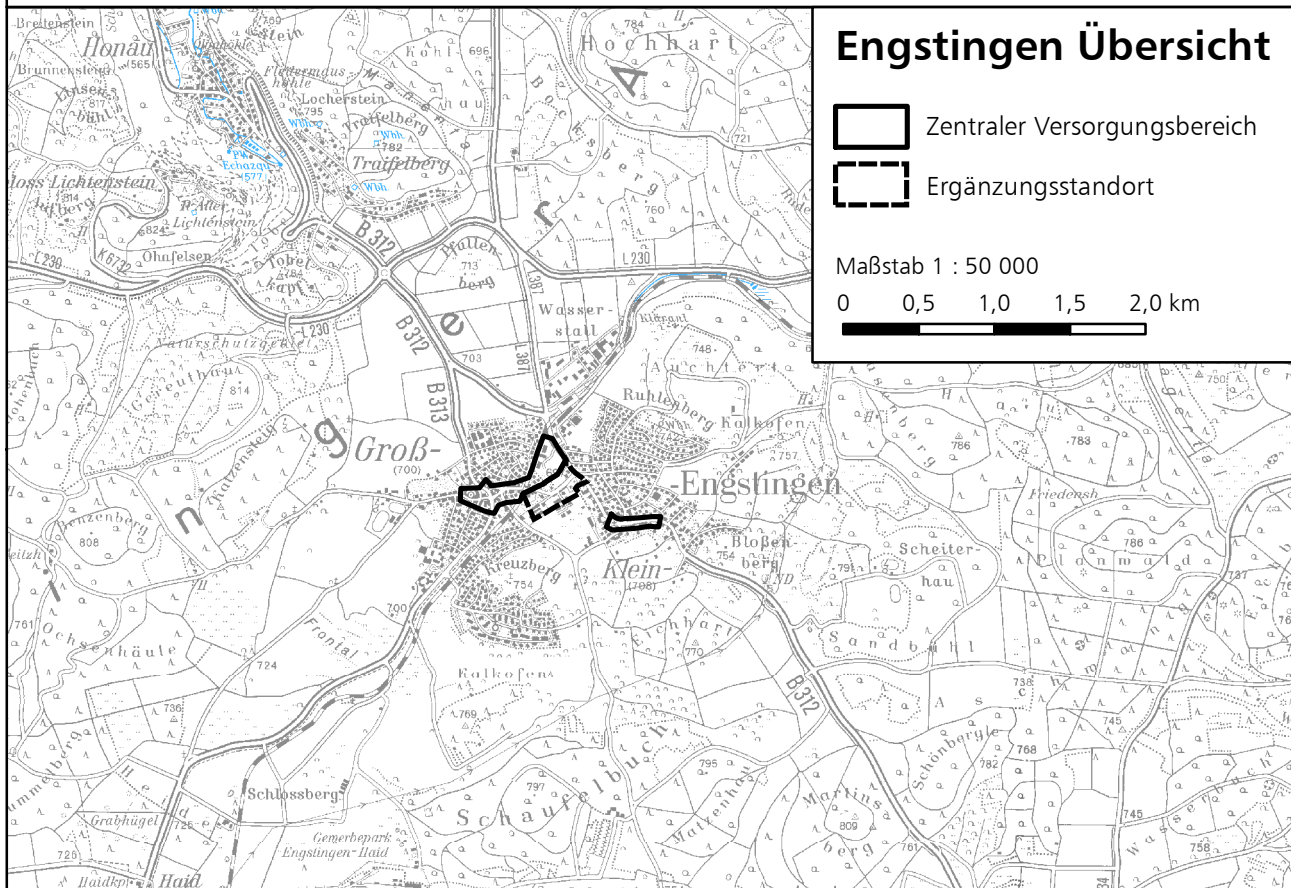
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



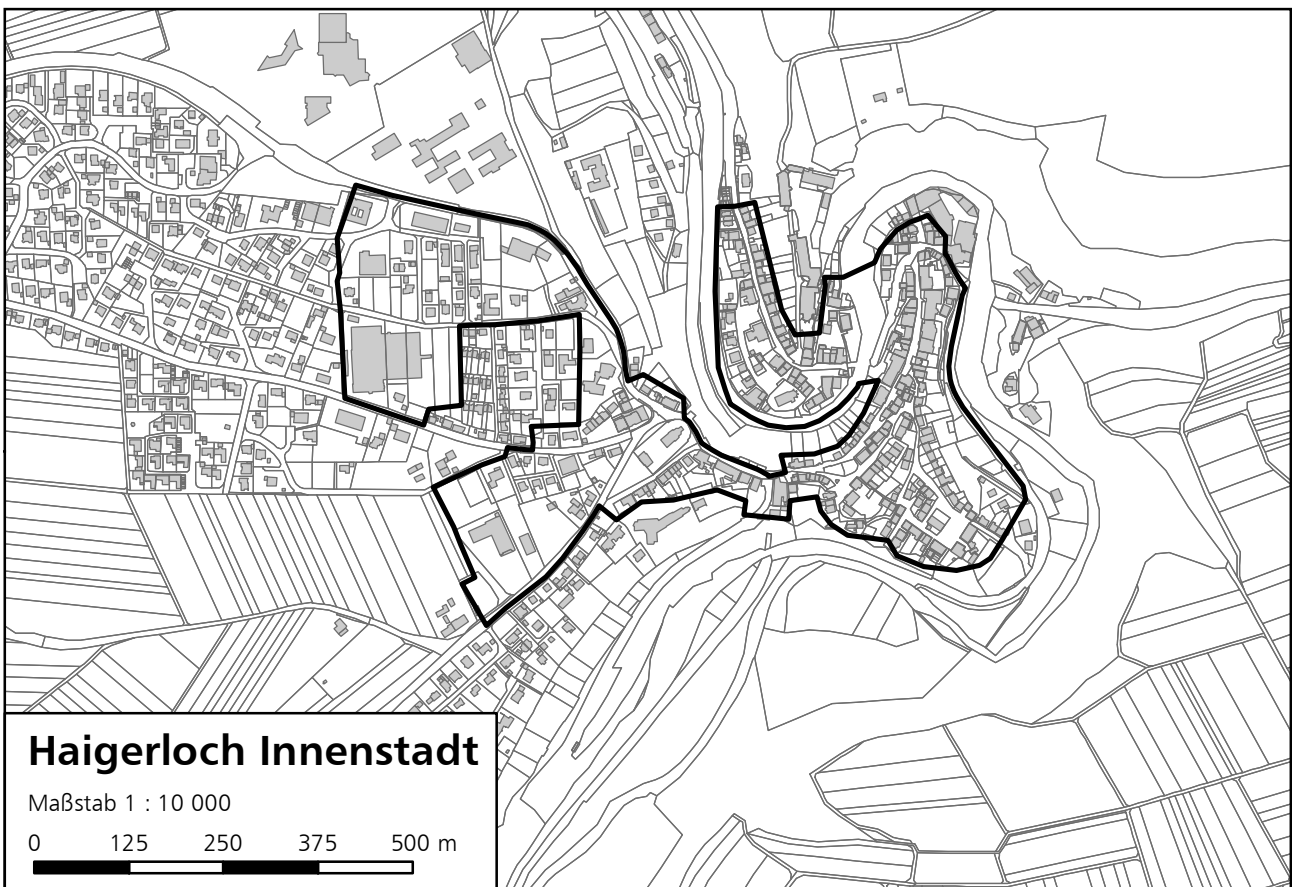
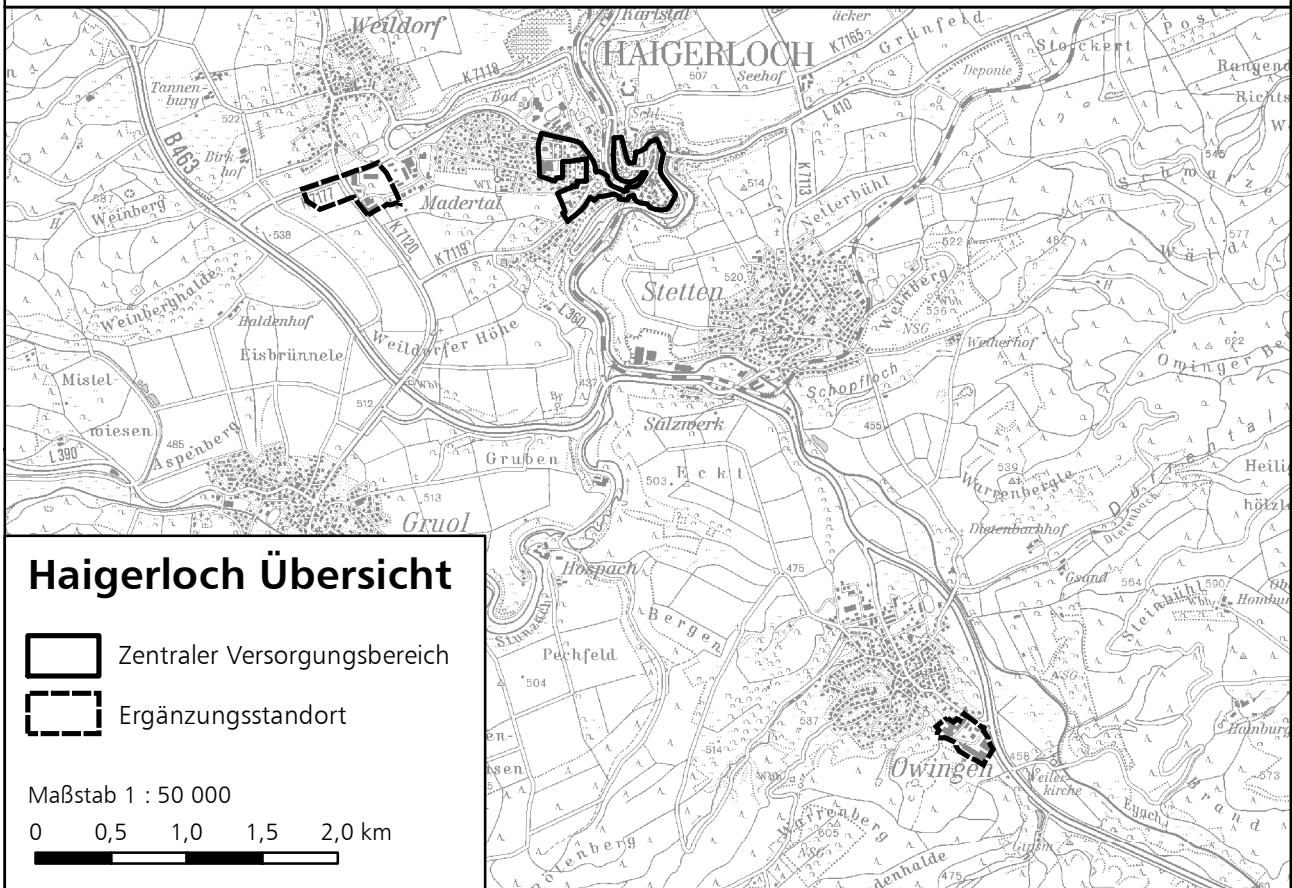
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



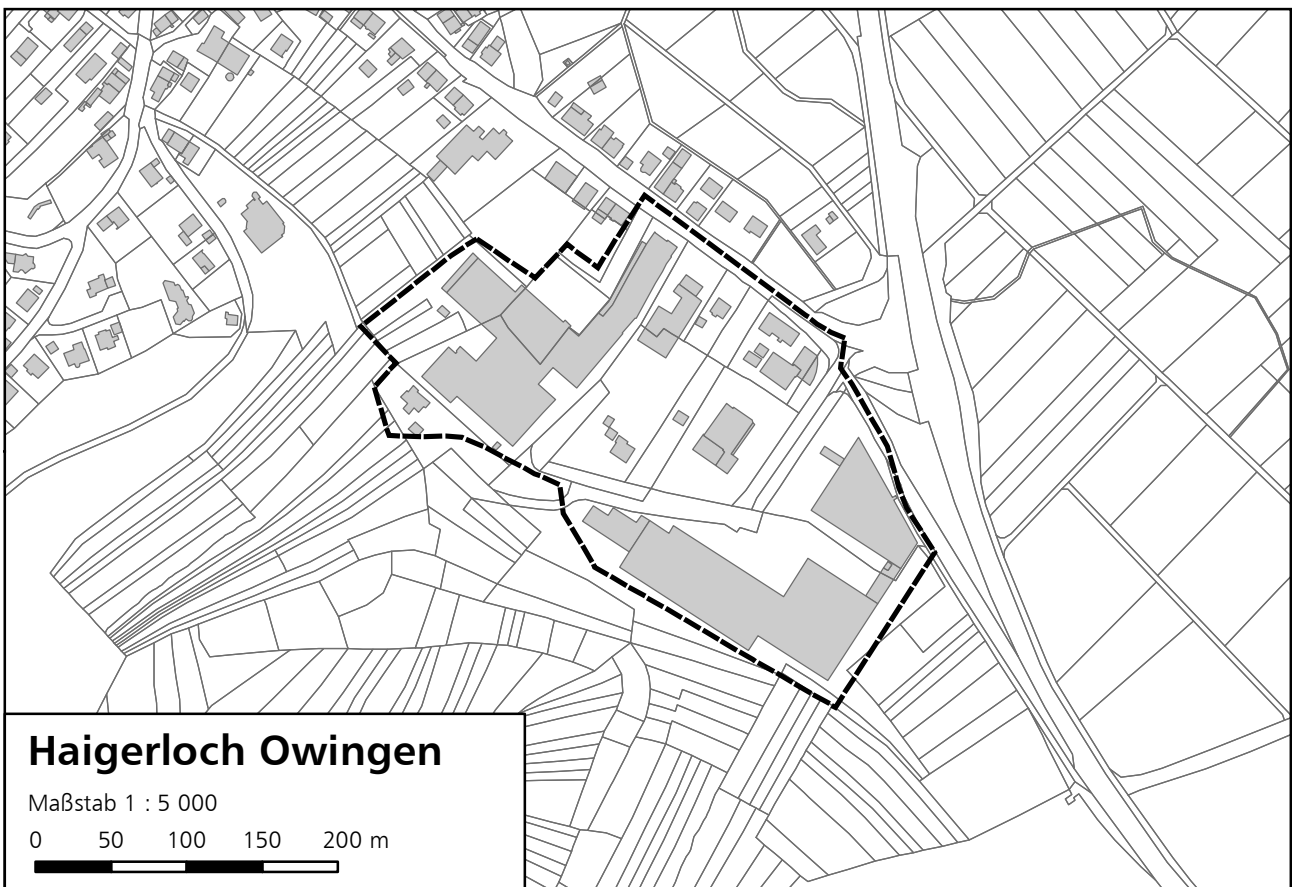
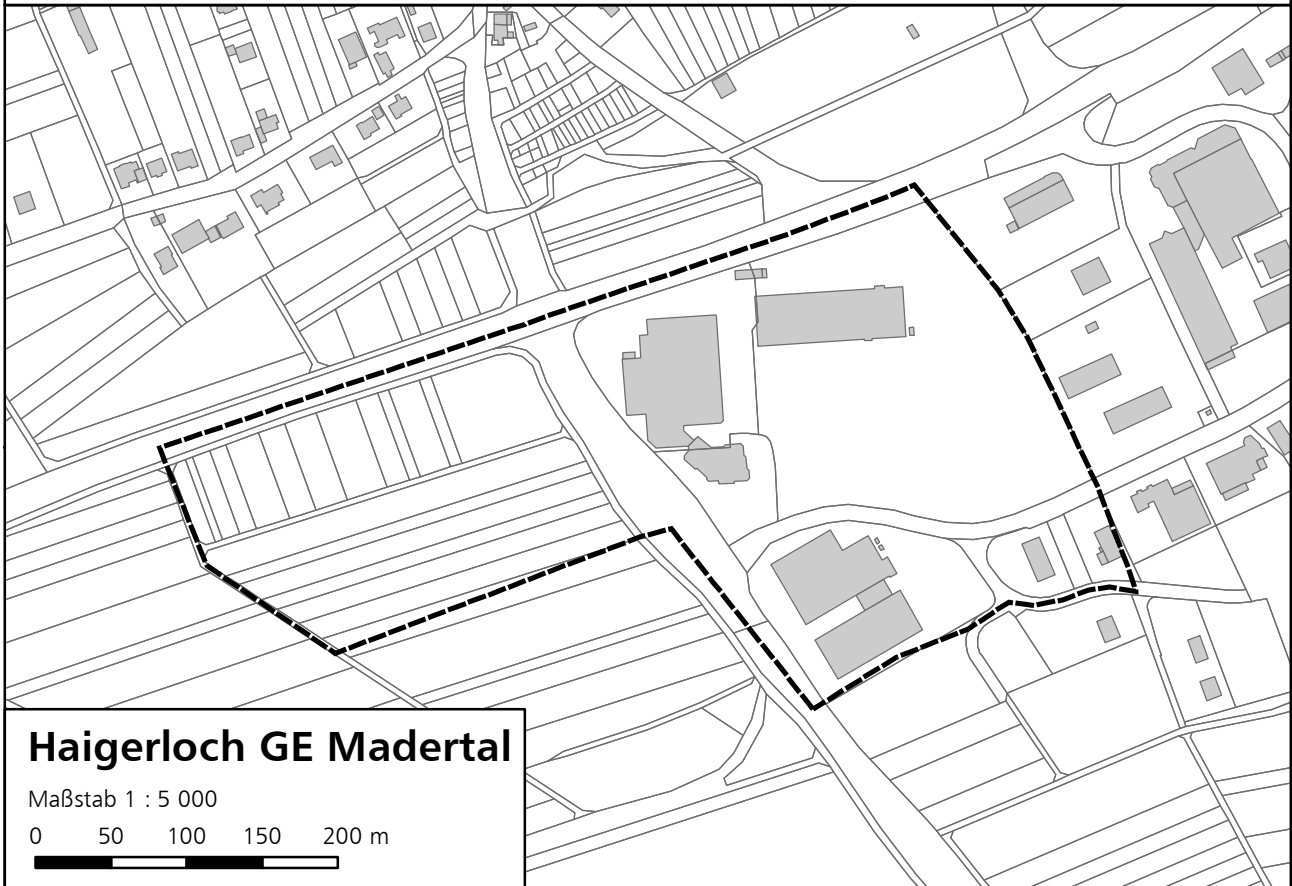
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



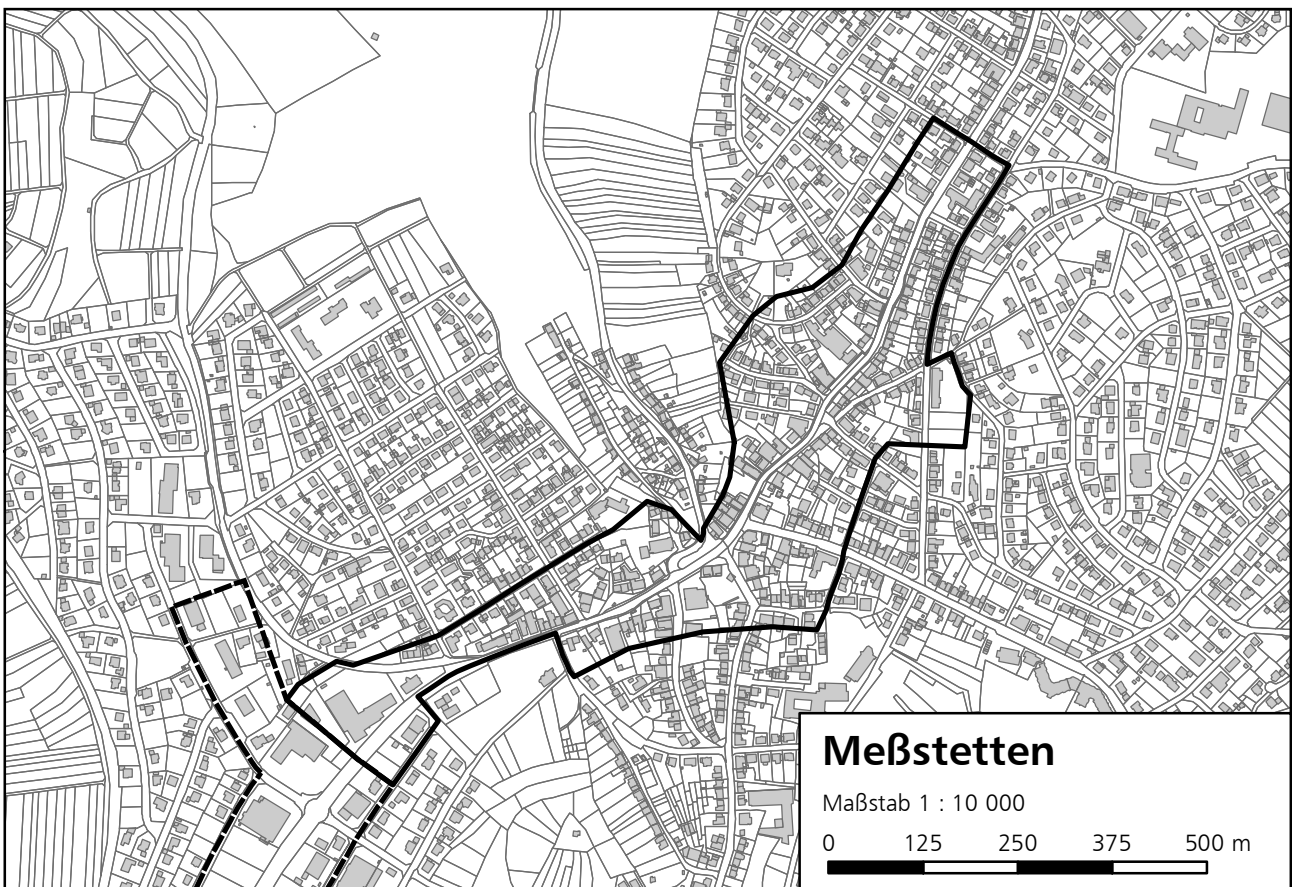
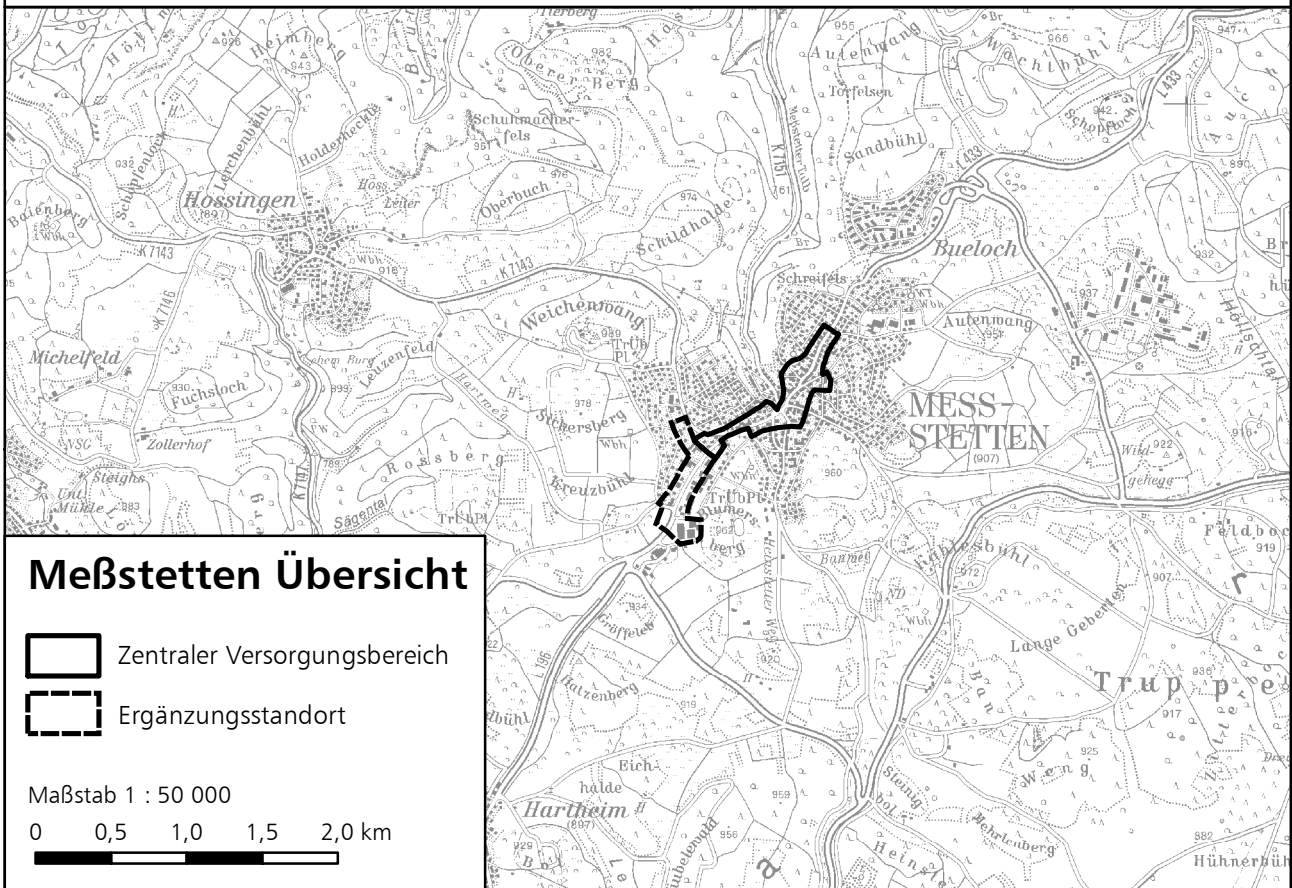
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



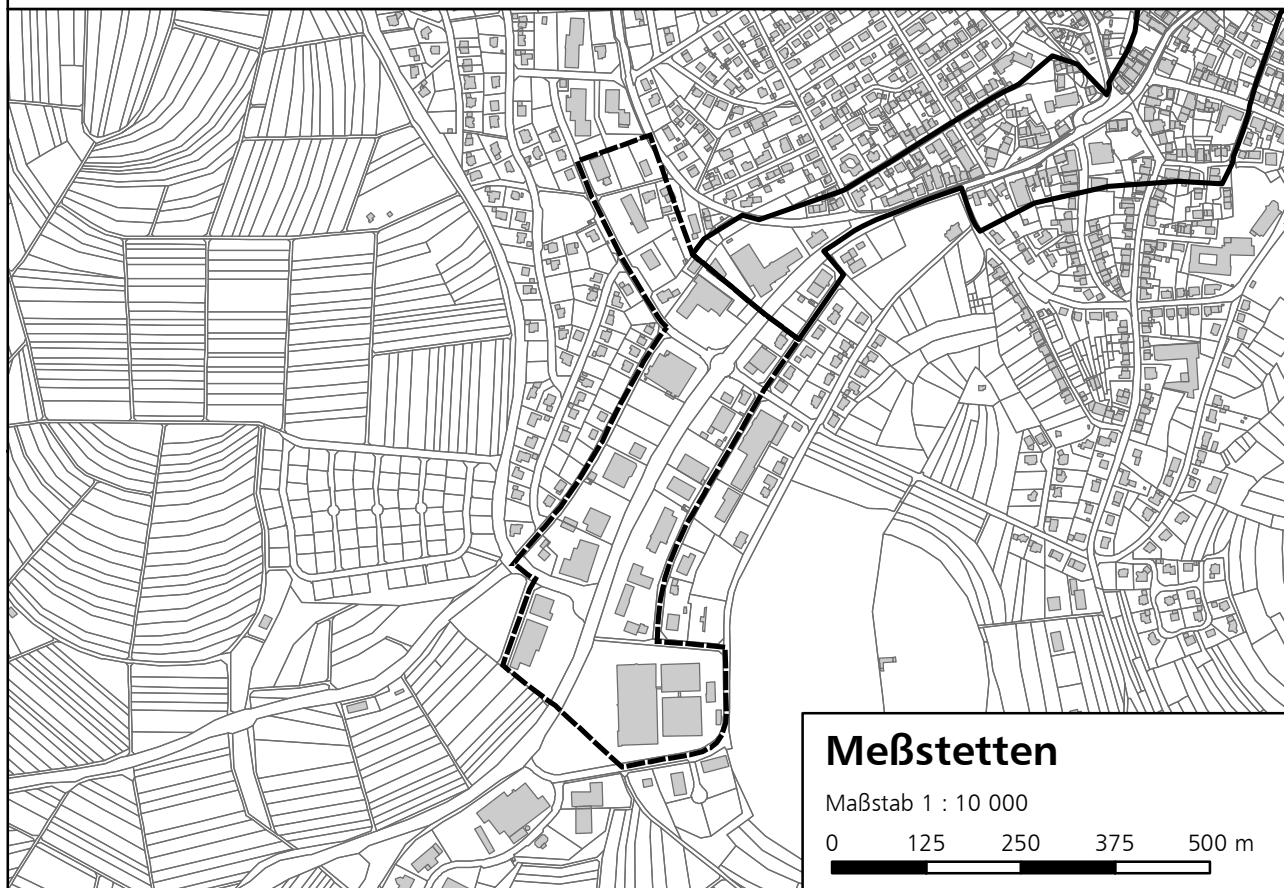
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



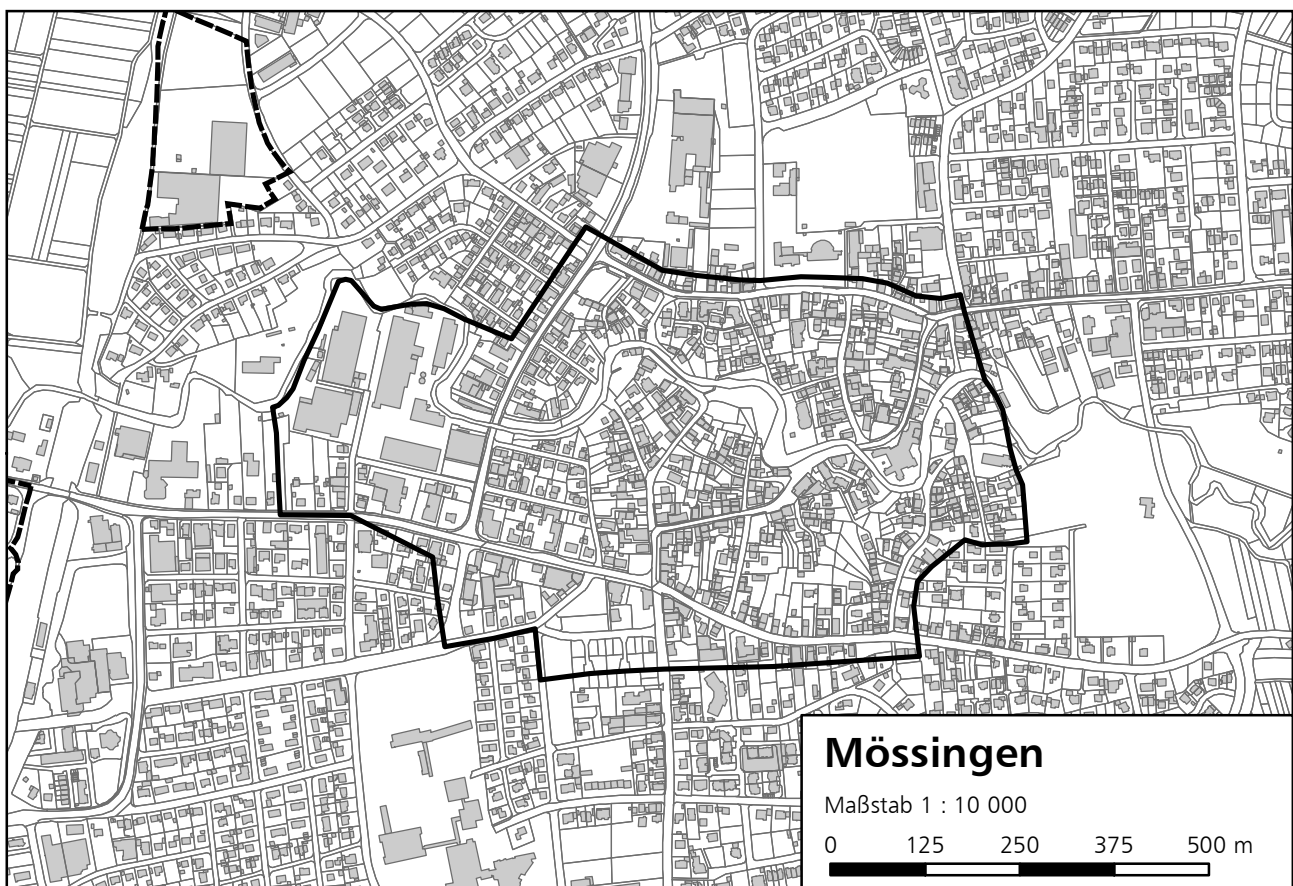
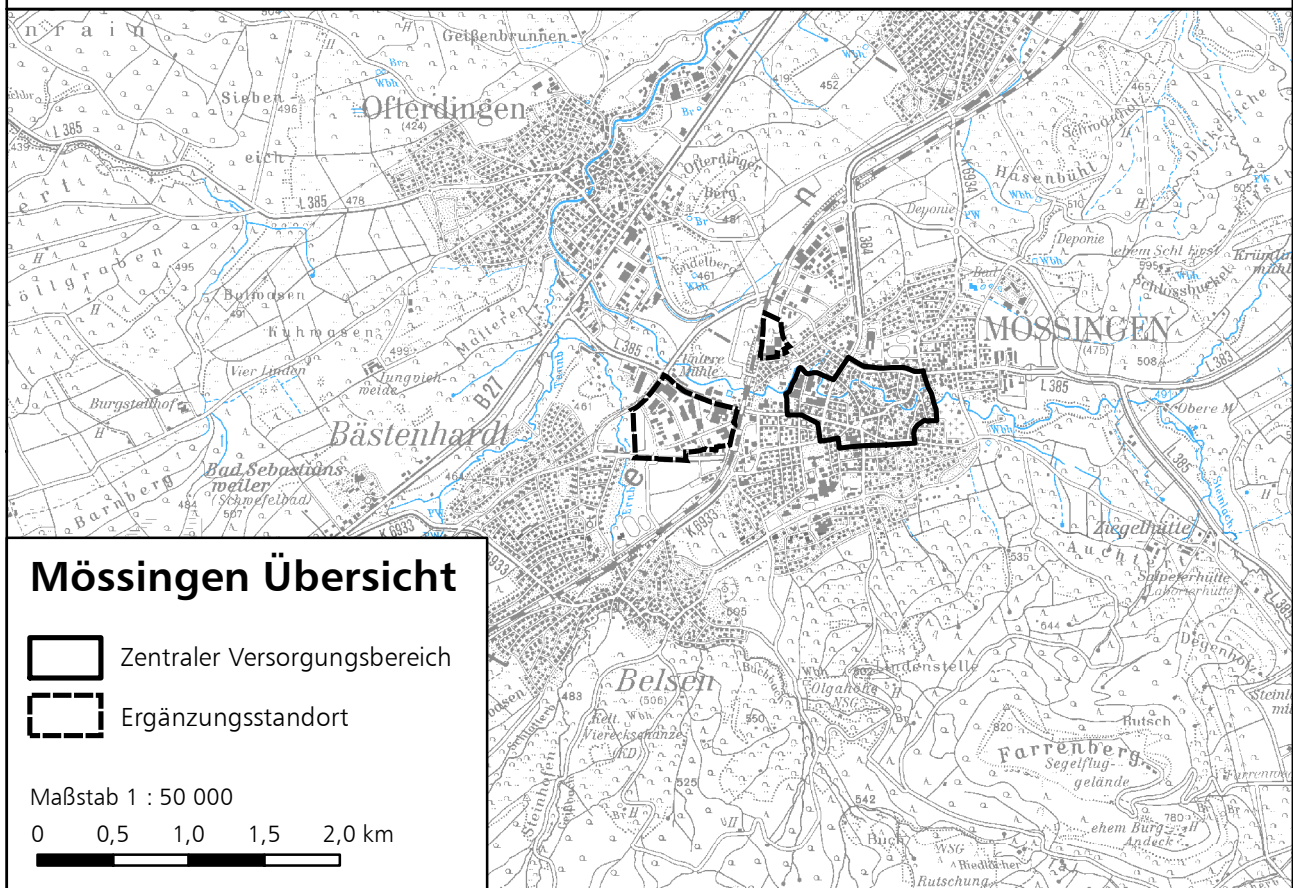
Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

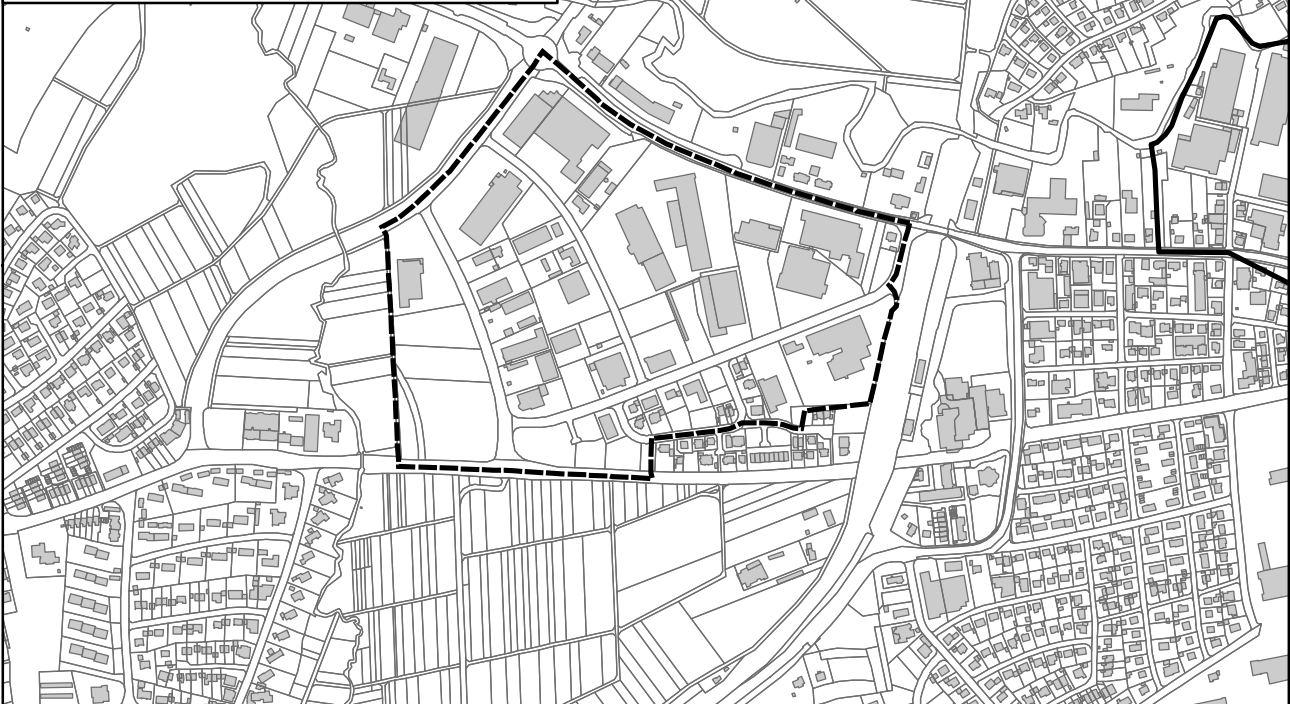


Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

Mössingen GE Riethäcker

Maßstab 1 : 10 000

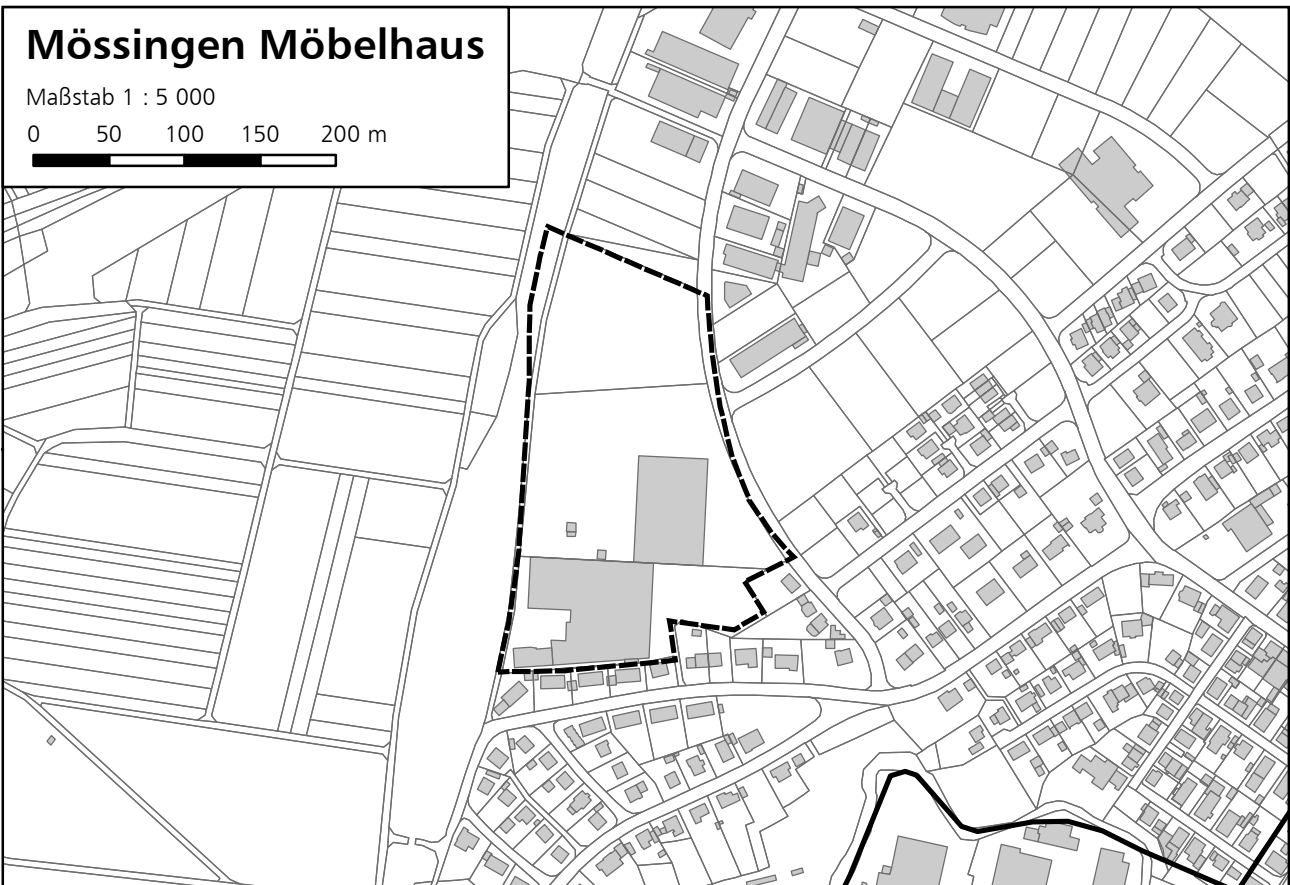
0 125 250 375 500 m



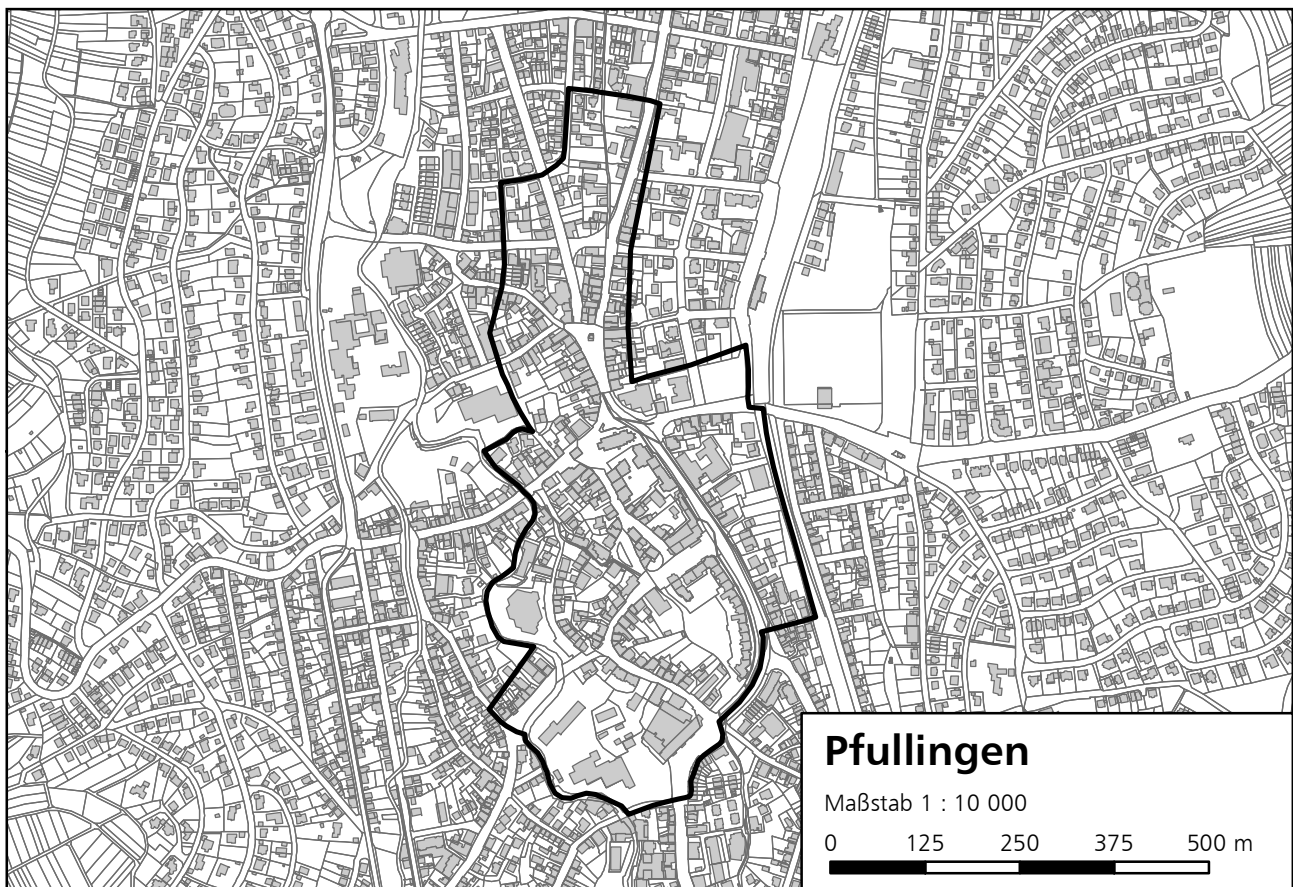
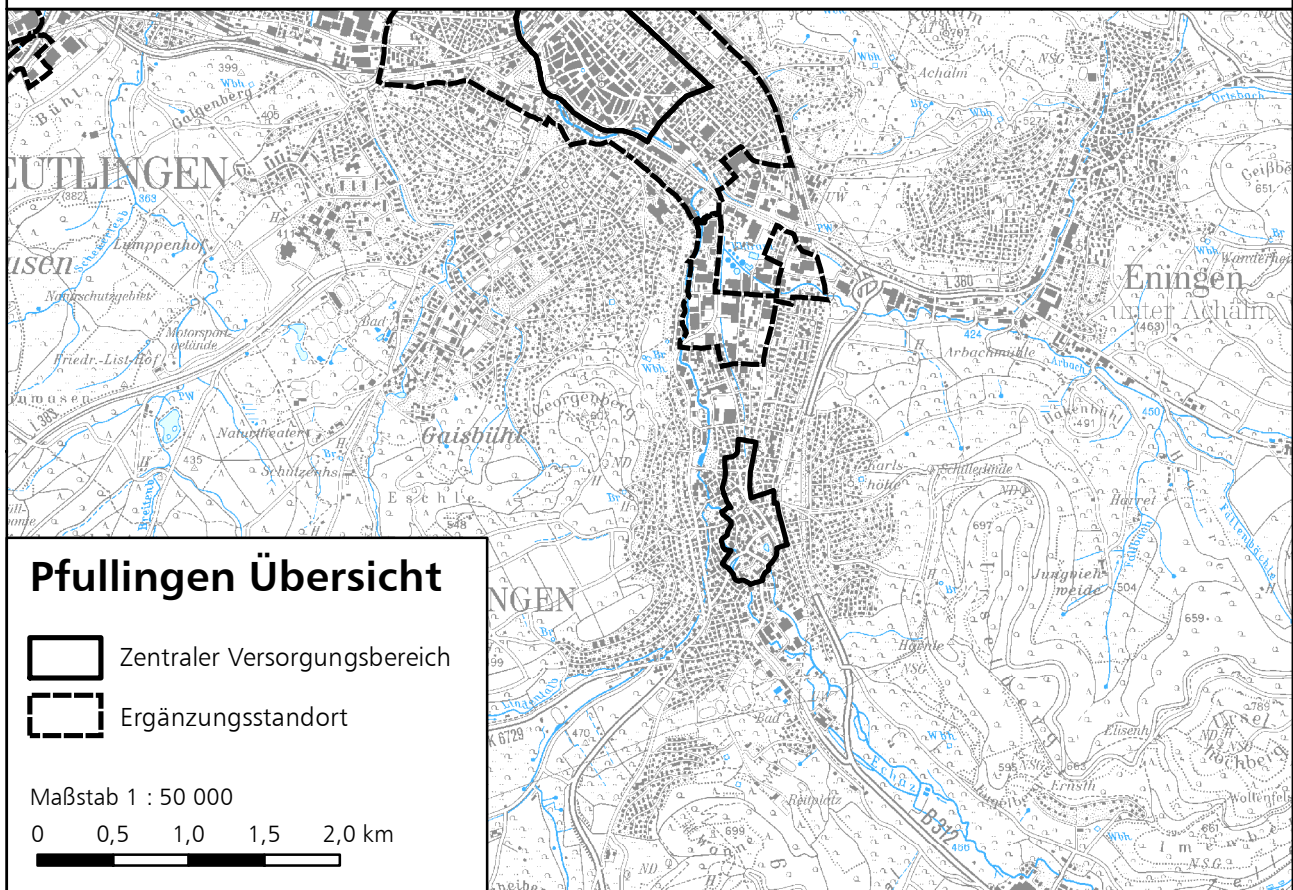
Mössingen Möbelhaus

Maßstab 1 : 5 000

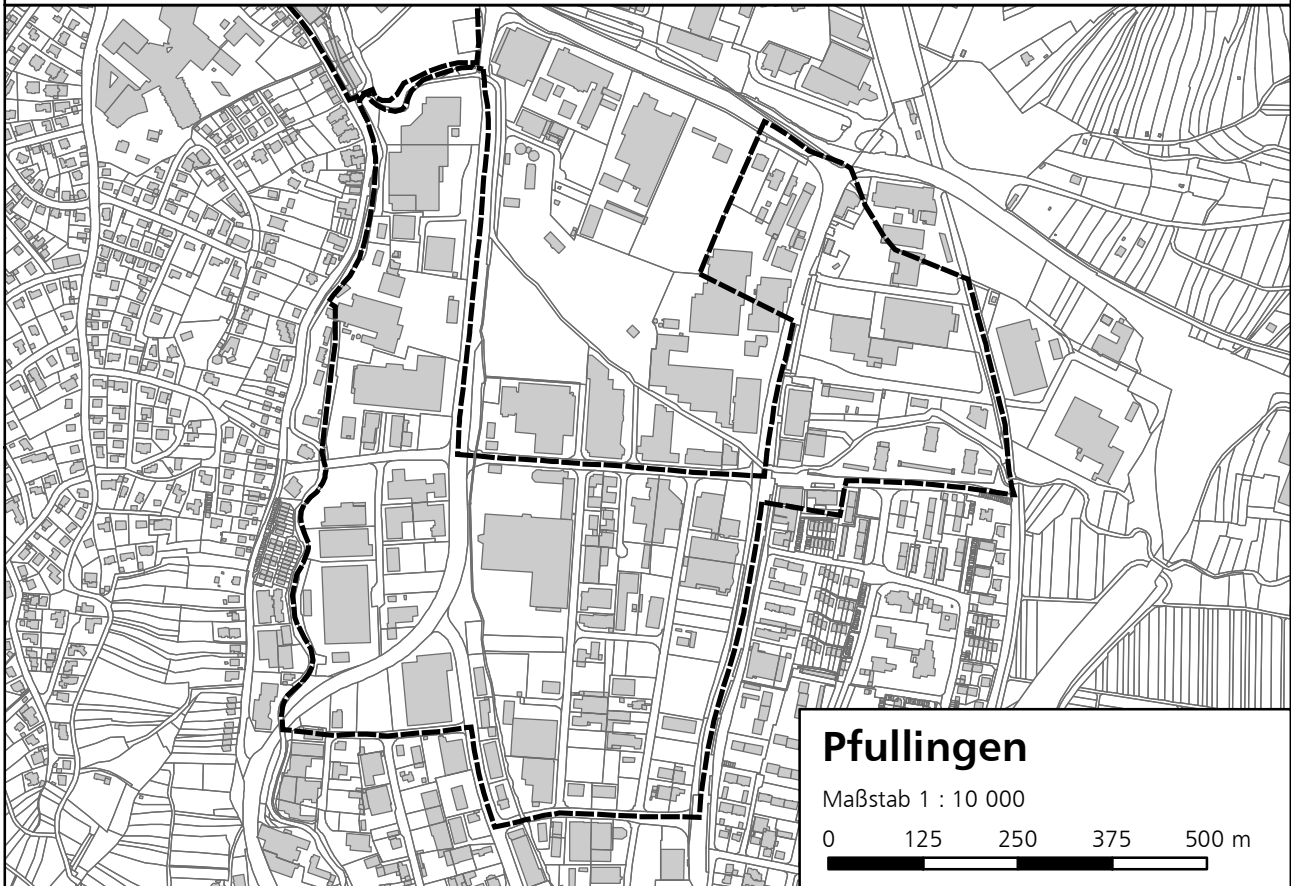
0 50 100 150 200 m



Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb



Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb

