



München **Stuttgart** Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

Stadt Radolfzell

CIMA Beratung + Management GmbH
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart
T 0711-64 864 61
F 0711-64 864 69
cima.stuttgart@cima.de
www.cima.de

Teilfortschreibung der Einzelhandels-
konzeption Radolfzell zum Thema Nah-
versorgung

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Ihre Ansprechpartner:

Projektleitung:

Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Projektmitarbeit:

Dipl.-Geogr. Florian Gillwald

Dipl.-Geogr. Philipp Schuler

Stuttgart, Januar 2015

© 2015 CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Urheberrechte und sämtliche nicht geregelten Nutzungsrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung	5
2 Übergeordnete Rahmenbedingungen und Trends in der Handelsentwicklung sowie Begriffsdefinitionen	6
2.1 Veränderungen in der Handelslandschaft.....	6
2.2 Veränderungen in der Kundenstruktur und im Käuferverhalten	9
2.3 Auswirkungen auf das Standortverhalten und die Stadtentwicklung	9
2.4 Definition und Abgrenzung der nahversorgungsrelevanten Sortimente und Betriebsformen im Einzelhandel.....	10
2.5 Begriffsdefinition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel.....	10
3 Ausgewählte Strukturdaten der Stadt Radolfzell	12
3.1 Zentralörtliche Einstufung	12
3.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung	12
3.3 Tourismus	14
3.4 Einzelhandelskennziffern	15
4 Kaufkraftpotential für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	17
4.1 Marktgebiet und Bevölkerungspotential.....	17
4.2 Kaufkraftpotential	19
5 Angebotssituation im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	20
5.1 Angebotssituation in der Kernstadt Radolfzell.....	20
5.2 Angebotssituation in den Stadtteilen Radolfzells	20
5.3 Angebotssituation in der Gesamtstadt Radolfzell.....	21
5.4 Räumliche Verteilung der wesentlichen Lebensmittelmärkte in der Stadt Radolfzell.....	22
5.5 Nahversorgungsanbieter in den umliegenden Kommunen im Mittelbereich Radolfzell.....	24
5.6 Veränderungen der Angebotssituation im Einzelhandelsbestand seit 2009	25
6 Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale für die nahversorgungsrelevanten Sortimente	27
6.1 Gegenwärtige Marktposition der Stadt Radolfzell beim nahversorgungsrelevanten Einzelhandel.....	27
6.2 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt Radolfzell.....	28
7 Entwicklungsperspektiven für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in der Stadt Radolfzell	31
7.1 Innenstadt Radolfzell (Zentraler Versorgungsbereich)	31
7.2 Nahversorgungsbereich Weststadt und Ergänzungsstandort Lippenwiesen	32
7.3 Weitere Nahversorgungsbereiche in der Kernstadt Radolfzell	32
7.4 Nahversorgungsbereiche in den Stadtteilen Radolfzell	33

8 Standortkonzept Nahversorgung	35
8.1 Übergeordnete Ziele.....	35
8.2 Abgrenzung der nahversorgungsrelevanten Standortbereiche.....	36
9 Untersuchte Standorte für Lebensmittelmarktnutzungen	46
10Anhang	54
10.1 Bestimmung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.....	54
10.2 Begriffsdefinitionen.....	55
10.3 Bewährte Nahversorgungskonzepte in Baden-Württemberg.....	60
10.4 Demografische Entwicklung, Bevölkerungspyramiden.....	62

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Im August 2014 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, von der Stadtverwaltung Radolfzell, Fachbereich Stadtplanung und Baurecht, mit der Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Radolfzell aus dem Jahr 2009 mit dem Fokus auf das Thema Nahversorgung (Nahversorgungskonzeption) beauftragt.

Die Notwendigkeit der Fortschreibung resultiert aus einer Reihe von Veränderungen in der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation in der Gesamtstadt Radolfzell (u.a. Wegfall des Lebensmittelmarktes Zimmer und geplante Schließung des Netto-Marktes in der Kernstadt, Schließung der Schleckermärkte, Neuansiedlung des Netto-Marktes im Stadtteil Güttingen). Daneben stellt die langfristige Sicherung der Nahversorgung für die Nordstadt Radolfzell sowie in den Radolfzeller Stadtteilen ein zentrales Thema für die künftige Stadtentwicklung Radolfzells dar.

Mit der Nahversorgungskonzeption werden u.a. folgende Themenbereiche bearbeitet:

- Darstellung und Bewertung der gegenwärtigen Angebotssituation im Nahversorgungssegment
- Berechnung der Kaufkraftpotentiale für die nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Radolfzell
- Berechnung der gegenwärtigen Kaufkraftbindung bzw. der Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Radolfzell bei Berücksichtigung der regionalen Wettbewerbssituation
- Ermittlung der Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale für die nahversorgungsrelevanten Sortimente
- Bewertung von Standortalternativen hinsichtlich der handelsbezogenen und städtebaulichen Eignung als Nahversorgungsstandort und Empfehlungen zur künftigen Entwicklung der nahversorgungsrelevanten Angebote nach Standortlagen
- Überprüfung und ggf. Anpassung der in der Einzelhandelskonzeption 2009 vorgenommenen Abgrenzung der Nahversorgungsgebiete (Kernstadt und Stadtteile)

Neben der Aufbereitung der handelsrelevanten Grundlagendaten erfolgte im November 2014 eine Aktualisierung der relevanten Daten zum Einzelhandelsbestand in Form einer Erhebung aller nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Radolfzell durch Mitarbeiter der CIMA.

2 Übergeordnete Rahmenbedingungen und Trends in der Handelsentwicklung sowie Begriffsdefinitionen

2.1 Veränderungen in der Handelslandschaft

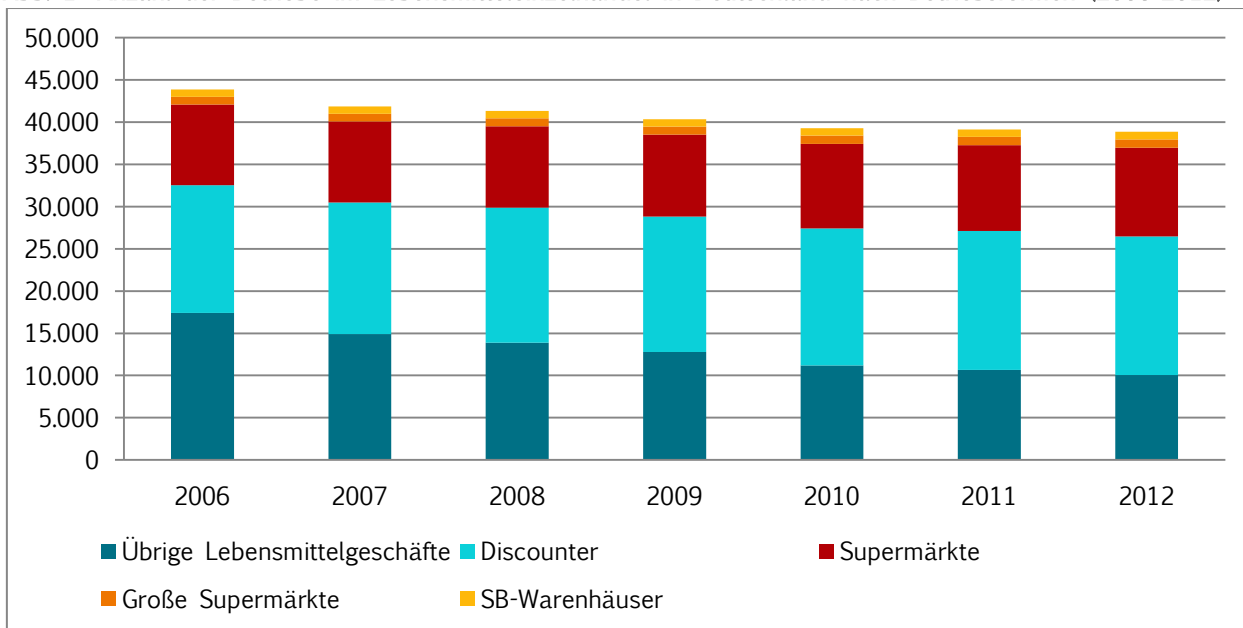
Als wesentliche übergeordnete Trends in der Einzelhandelsentwicklung sind festzuhalten:

- Der unternehmensbezogene Konzentrationsprozess im Handel (z.B. im Rahmen von Fusionen, Übernahmen, strategischen Allianzen).
- Der räumliche Konzentrationsprozess und damit verbunden das Ausdünnen des Standortnetzes von Nahversorgungseinrichtungen.
- Der wachsende Filialisierungsgrad sowohl auf internationaler wie auch auf nationaler und regionaler Ebene.
- Der Trend zu sortiments- und branchenübergreifenden Angebotsformen und damit verbunden der wachsende Flächenbedarf für Handelsbetriebe.
- Die Verschiebung der Marktanteile innerhalb der verschiedenen Betriebstypen (Gewinner: Fachmärkte, Discounter; Verlierer: nicht organisierter Fachhandel).
- Das Entstehen neuer Vertriebsformen (z.B. Urban Entertainment Center, FOC, Tankstellen-shops).
- Die wachsende Bedeutung des E-Commerce und des Online-Shoppings.

Daneben wird eine Vielzahl weiterer Faktoren (z.B. das Betriebsnachfolgeproblem) zu grundlegenden Veränderungen in der Handelslandschaft führen.

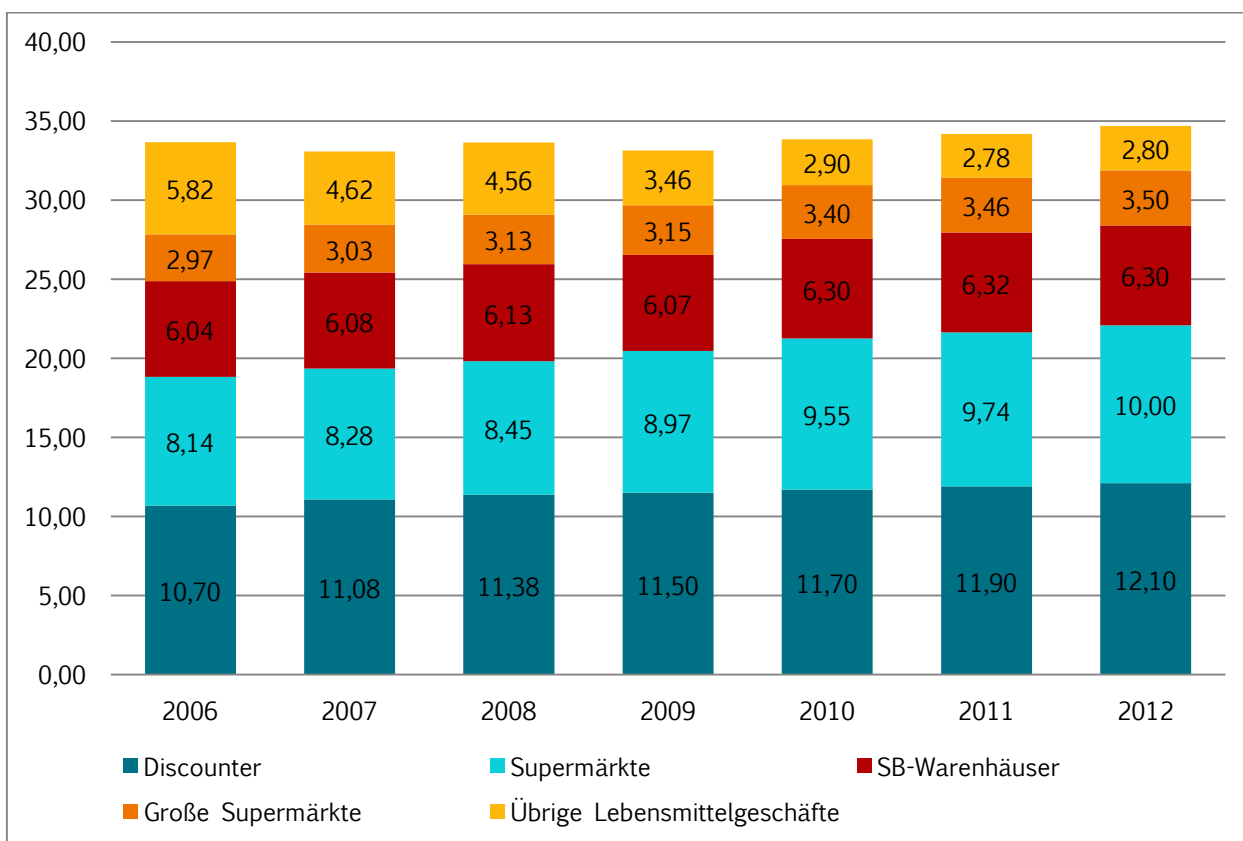
Der Strukturwandel im Einzelhandel ist in den nachfolgenden Grafiken exemplarisch für den Lebensmitteleinzelhandel dargestellt. Einer gestiegenen Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel steht ein Rückgang der Betriebsstätten gegenüber. Die Umsatzentwicklung der letzten Jahre zeigt vor allem den Rückgang der Marktanteile der übrigen Lebensmittelgeschäfte.

Abb. 1 Anzahl der Betriebe im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nach Betriebsformen (2006-2012)



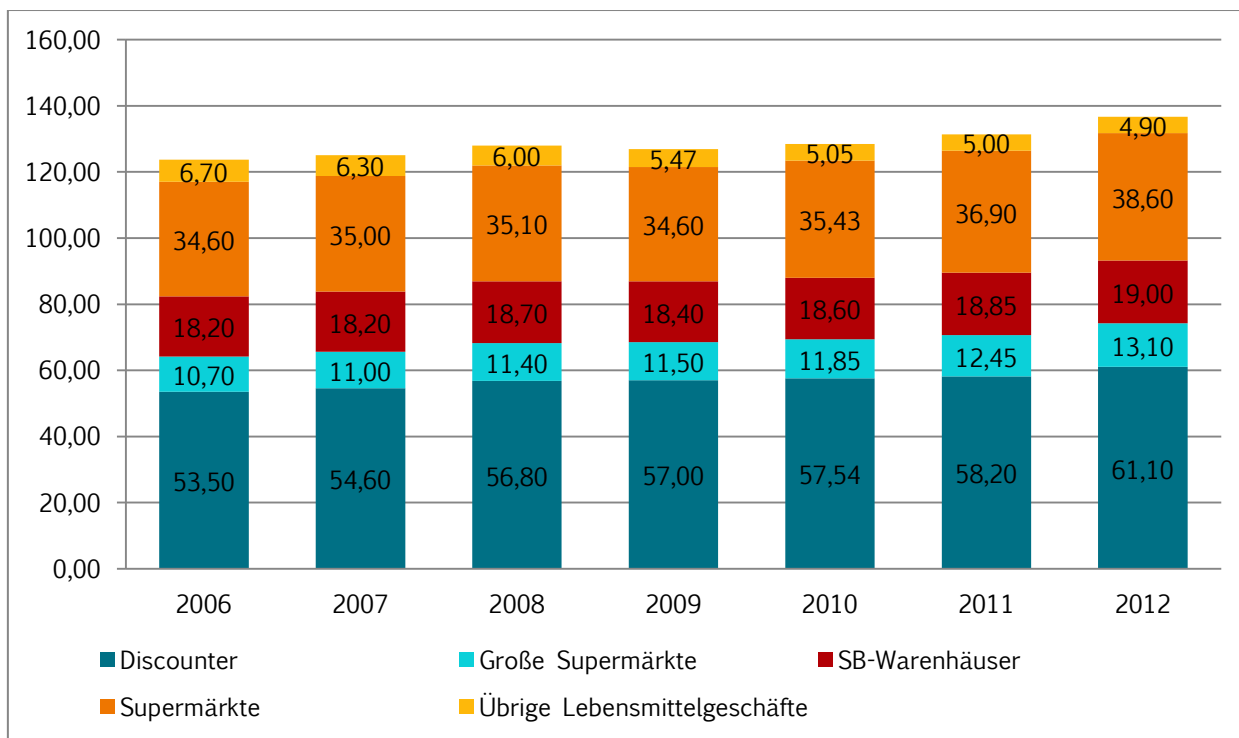
Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2013; Bearbeitung: CIMA 2014

Abb. 2 Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nach Betriebsformen (2006-2012) (in Mio. qm)



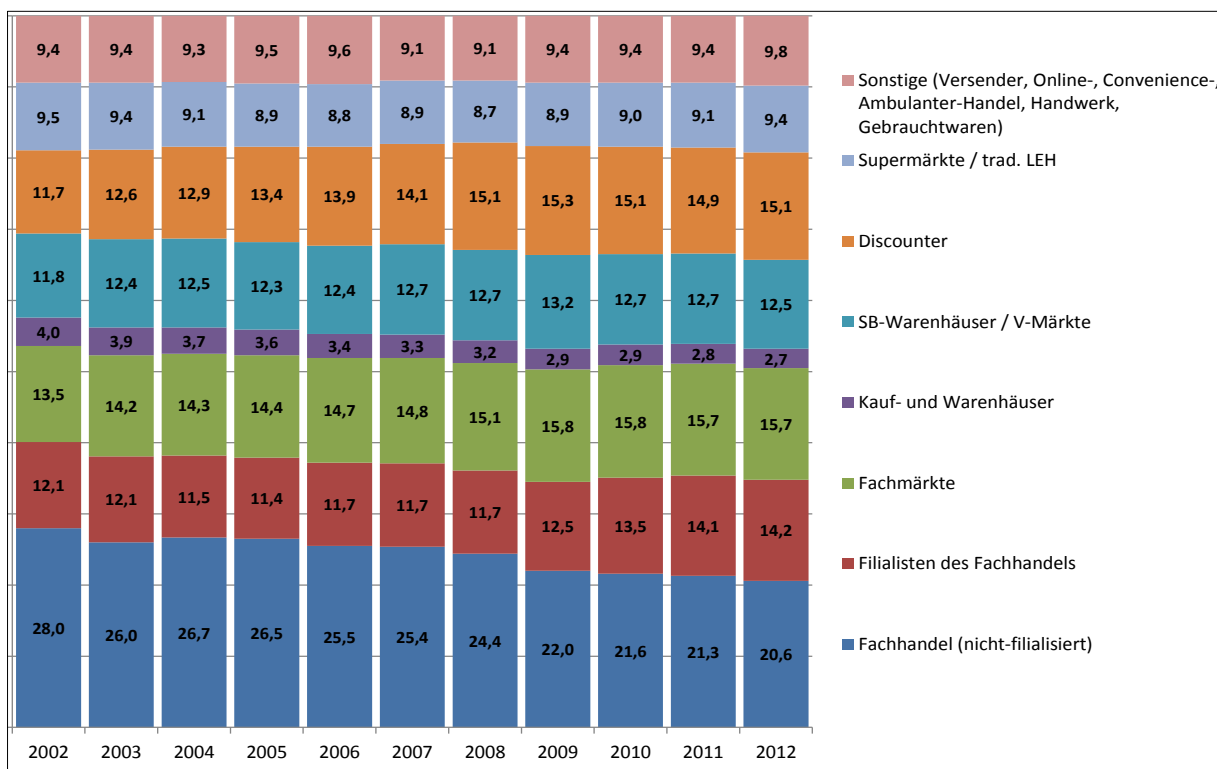
Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2013; Bearbeitung: CIMA 2014

Abb. 3 Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nach Betriebsformen (2006-2012) (in Mrd. €)



Quelle: EHI Handelsdaten.de, 2013; Bearbeitung: CIMA 2014

Abb. 4 Marktanteile nach Vertriebsformen (2002-2012) (nominal in %)



Quelle: IfH Retail Consultants, 2013; Bearbeitung: CIMA 2014

2.2 Veränderungen in der Kundenstruktur und im Käuferverhalten

Als wesentliche Trends beim Nachfrageverhalten mit unmittelbarem Einfluss auf die Handelsentwicklung sind anzuführen:

- Die Veränderungen in der Bevölkerungs- und Sozialstruktur (wachsender Anteil an Senioren-Haushalten, hoher Anteil an Single-Haushalten, Trend zur multikulturellen Gesellschaft).
- Eine relative Stagnation der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft bei Verschiebung der Ausgabenanteile im privaten Verbrauch zu Gunsten anderer Bereiche (Reisen, Mieten, Energie etc.).
- Die hohe Mobilität der Kunden bei abnehmender Marken- und Betriebsstättentreue.
- Eine Polarisierung des Nachfrageverhaltens auf preisaggressive Anbieter wie Discounter/Schnäppchenmärkte einerseits und erlebnisorientierte Angebotsformen andererseits.

Das Nachfrageverhalten im Einzelhandel ist daneben von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, der Steuergesetzgebung, konjunkturellen Einflüssen u.v.m. abhängig.

2.3 Auswirkungen auf das Standortverhalten und die Stadtentwicklung

Die Veränderungen in der Handelslandschaft und beim Käuferverhalten haben Einfluss auf die Standortentwicklung der Handelsunternehmen und die Wertigkeit von Handelsimmobilien bzw. von Einzelhandelslagen in den Städten und Gemeinden. Als wesentliche Aspekte zur Erhaltung attraktiver innerstädtischer Einkaufslagen können festgehalten werden:

- Die problemlose Erreichbarkeit der zentralen Einkaufslagen mit allen Verkehrsmittelarten.
- Die Anzahl und Lage der Parkplätze sowie die Parkplatzorganisation.
- Die städtebauliche Qualität und Einkaufsatmosphäre der zentralen Einkaufsbereiche.
- Der Branchenmix und die Durchmischung mit ergänzenden Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, Ärzte und sonstige freie Berufe etc.).
- Die Maßnahmen im Bereich des Stadtmarketings (z.B. Veranstaltungen, Stadtwerbung).

Von Seiten der Kommunen können in erster Linie die städtebaulichen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung optimiert sowie im Rahmen der Bauleitplanung die räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung beeinflusst werden.

2.4 Definition und Abgrenzung der nahversorgungsrelevanten Sortimente und Betriebsformen im Einzelhandel

Die nahversorgungsrelevanten Sortimente bilden die Gesamtheit des kurzfristigen Bedarfsbereichs ab. Darunter sind folgende Branchen sowie zugehörige Betriebstypen zu subsumieren:

Tab. 1 Nahversorgungsrelevante Sortimente und zugehörige Betriebstypen

Sortimente	Betriebstypen	
	Fachgeschäfte	Fachmärkte
Lebensmittel	Lebensmittelhandwerk (Bäcker/ Metzger), Spezialfachgeschäft, Tankstellenshop, SB-Geschäft („Tante Emma“), Tabakwarengeschäft	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Lebensmittelsupermarkt, -discounter, Getränkemarkt
Reformwaren	Reformhaus, Naturkostladen	Bio-Supermarkt
Apotheken	Apotheke	
Drogerie- und Parfümeriewaren	Drogerie, Parfümerie	Drogeriefachmarkt
Blumen	Blumengeschäft	
Zeitschriften	Kiosk, Lotto/Toto	

Quelle: CIMA-Warengruppensystematik

Konsumnahe Dienstleistungen, wie z. B. Banken, Friseure, Postannahmestellen oder gastronomische Betriebe, ergänzen ein vollständiges Nahversorgungsangebot.

2.5 Begriffsdefinition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Das Hauptsortiment, welches für die Nahversorgung der Wohnbevölkerung mit Abstand die höchste Bedeutung besitzt, stellen die „Nahrungs- und Genussmittel“ bzw. die Betriebe im Lebensmitteleinzelhandel (inkl. Lebensmittelhandwerk) dar.

Im Folgenden werden die unterschiedlichen Betriebstypen per Definition¹ dargelegt:

Ein **Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Non-Food I²-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Non-Food II³ aufweist.

¹ Quelle: Begriffsdefinitionen EHI Handelsdaten.de

² Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung

³ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Ein **großer Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Non-Food I und Non-Food II-Artikel führt.

Ein **SB-Warenhaus** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Non-Food I-Artikel sowie ein umfangreiches Non-Food II-Angebot führt.

Der Betriebstyp **Lebensmitteldiscountmarkt** ist als Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft definiert, *das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht.* Die branchenübliche Mindestverkaufsfläche für Neuan siedlungen liegt bei diesem Betriebstyp derzeit bereits zwischen 800 und 1.000 qm VK.

3 Ausgewählte Strukturdaten der Stadt Radolfzell

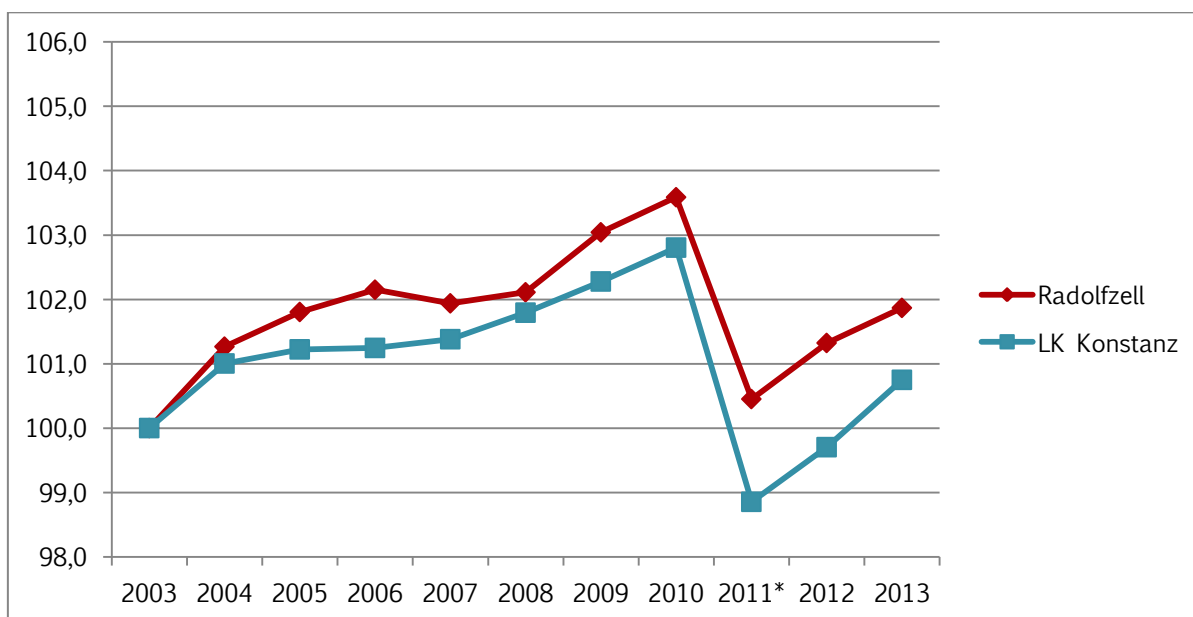
3.1 Zentralörtliche Einstufung

Im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg ist die Stadt Radolfzell als Mittelzentrum in der Region Hochrhein-Bodensee ausgewiesen. Als Mittelzentrum übernimmt Radolfzell die Aufgabe, als Standort eines vielfältigen Angebots an höherwertigen Einrichtungen und Arbeitsplätzen den gehobenen, spezialisierten Bedarf abzudecken. Zum Mittelbereich Radolfzell gehören die Kommunen Gaienhofen, Moos und Öhningen sowie die Stadt Radolfzell am Bodensee selbst. Zusätzlich sind grenzüberschreitende Verflechtungen mit den Kantonen Schaffhausen und Thurgau zu berücksichtigen.

3.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die Bevölkerungsentwicklung ist in der Stadt Radolfzell zwischen 2003 und 2013 durch einen Einwohnerzuwachs von ca. 1,2 % (ca. 370 Personen) gekennzeichnet. Gegenwärtig beläuft sich die Einwohnerzahl in der Stadt Radolfzell auf 30.271 Personen (Stand: 31. Dezember 2013).⁴ Im Vergleich zur Entwicklung im Landkreis Konstanz ist der Einwohnerzuwachs in der Stadt Radolfzell in der letzten Dekade deutlicher ausgefallen.

Abb. 5 Bevölkerungsentwicklung der Stadt Radolfzell und des Landkreises Konstanz zwischen 2003 und 2013 (2003 = Indexwert 100)



*Einbruch zensusbedingt

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2014, Stand: 31.12.2013; Bearbeitung: CIMA 2014

⁴ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Siedlungsstrukturell setzt sich die Stadt Radolfzell aus der Kernstadt mit ca. 19.000 Einwohnern und den sechs Stadtteilen Böhringen, Güttingen, Liggeringen, Markelfingen, Möggingen und Stähringen zusammen. Dabei stellt der Stadtteil Böhringen mit ca. 4.200 Einwohnern neben der Kernstadt den einwohnerstärksten Stadtteil dar.

Laut den Prognosen des statistischen Landesamtes Baden-Württemberg ist bis zum Jahr 2030 für die Gesamtstadt Radolfzell ein leichter Bevölkerungsanstieg um ca. 5 % auf ca. 31.800 Einwohner ausgewiesen. Die Stadt Radolfzell selbst erwartet in ihren Prognosen ebenfalls eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung um ca. 4 % bis zum Jahr 2025.

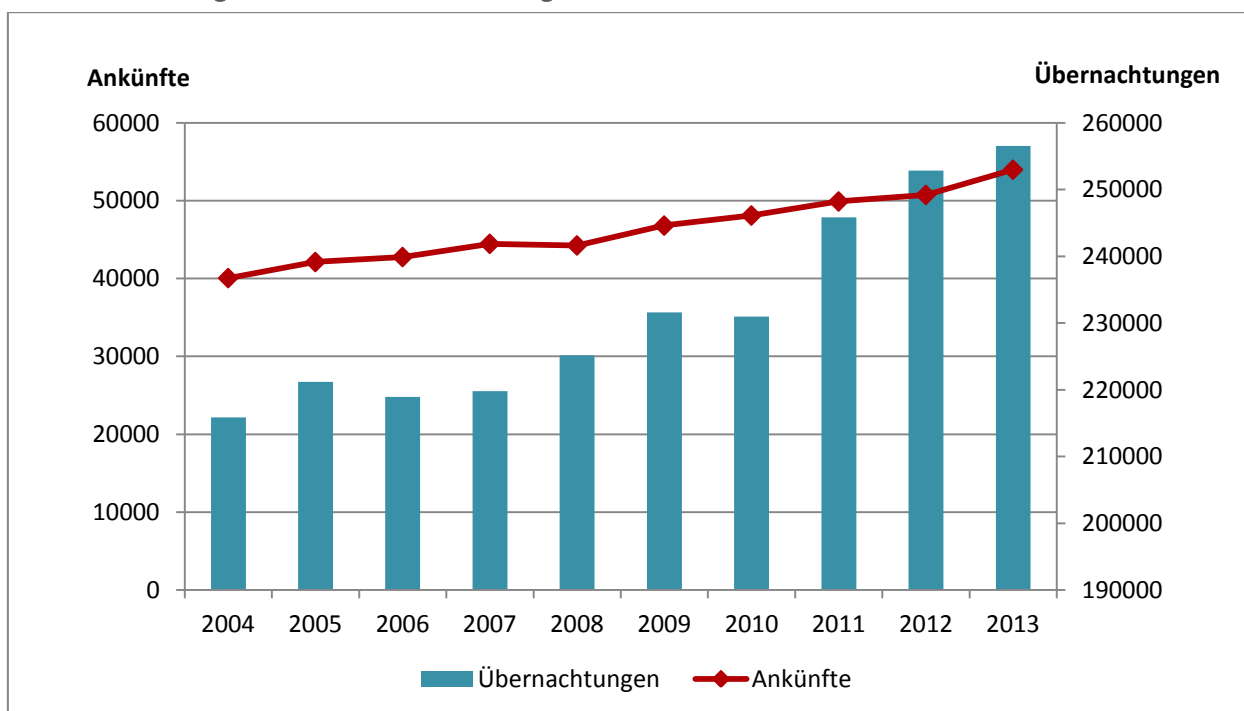
Das statistische Landesamt Baden-Württemberg prognostiziert für den Landkreis Konstanz bis zum Jahr 2030 einen leichten Bevölkerungszuwachs von 273.407 Einwohnern um ca. 2,1 % auf ca. 279.144 Einwohner.

Die aktuell zahlenmäßig am stärksten vertretene Altersgruppe von 40 - 60 Jahren wird sich bis zum Jahr 2030 auf ca. 60 - 85 Jahre verschieben, so dass der fortschreitende demographische Wandel deutlich in der Altersstruktur der Bevölkerung sichtbar wird (vgl. Bevölkerungspyramiden im Anhang).

3.3 Tourismus

Die touristische Entwicklung der Stadt Radolfzell ist in den letzten zehn Jahren hinsichtlich der registrierten Gästeankunfts- und Übernachtungszahlen deutlich positiv verlaufen. Insgesamt konnte bei den Gästeankünften über diesen Zeitraum ein Zuwachs von rund 35 % verzeichnet werden. Für die Gästeübernachtungen ist ebenfalls eine Steigerung (+ 19 %) festzuhalten.

Abb. 6 Entwicklung der Ankünfte/Übernachtungen in Radolfzell (in Betrieben mit 9 und mehr Betten)



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2014, Stand: 31.12.2013; Bearbeitung: CIMA 2014

In der Stadt Radolfzell sind für das Jahr 2013 25 Beherbergungsbetriebe (mit 9 und mehr Betten) gemeldet. Im Jahr 2013 wurden ca. 53.990 Ankünfte und ca. 256.520 Übernachtungen in der Stadt gezählt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt mit 4,8 Tagen bedingt durch den Kurtourismus auf der Mettnau höher als bei den umliegenden Zentren.⁵

Der Anteil der **ausländischen Besucher** fällt für die Stadt Radolfzell mit einem Wert von 14,1 % für die Bereiche Gästeankünfte bzw. 9 % für Übernachtungen relativ schwach aus. Die Spitzenposition im Städtevergleich nimmt hier die Stadt Konstanz mit 25,8 % bei Ankünften bzw. die Stadt Stockach mit 26,7 % bei Übernachtungen ein.

⁵ Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg

Tab. 2 Betriebe, Betten, Ankünfte und Übernachtungen in Betrieben mit 9 und mehr Betten

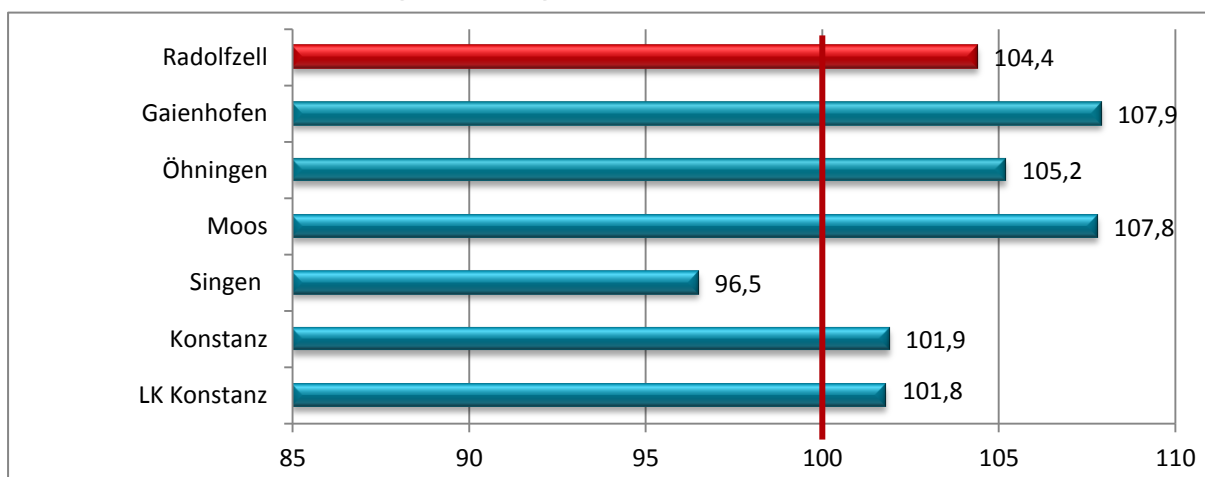
	Betriebe	Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Aufenthaltsdauer in Tagen	Fremdenverkehrsintensität Übern. je 1.000 EW
			insg.	Ausländer	insg.	Ausländer		
Radolfzell	25	1.563	53.993	7.632	256.517	23.287	4,8	8.474
Singen	20	846	59.440	14.281	106.304	26.878	1,8	2.326
Konstanz	53	4.296	299.313	77.350	665.877	138.599	2,2	8.207
Stockach	9	527	16.903	3.648	48.002	12.819	2,8	2.967

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2014, Stand: 31.12.2013; Bearbeitung: CIMA 2014

3.4 Einzelhandelskennziffern

Mit einem **regionalen Kaufkraftkoeffizienten** (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 104,4 liegt der Wert der Stadt Radolfzell wie in den umliegenden Kommunen sowie dem Landkreis Konstanz über dem Bundesdurchschnitt von 100,0 (Indexwert). Eine Ausnahme bildet die Stadt Singen mit einem unterdurchschnittlichen Wert (96,5).

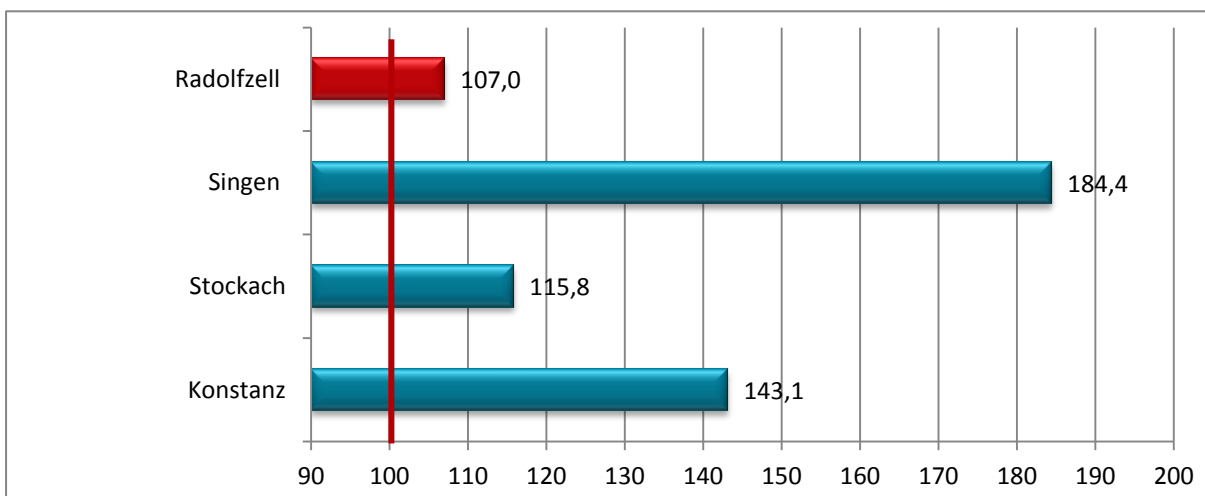
Abb. 7 Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE|CIMA|MB Research 2013; Bearbeitung: CIMA 2014

Die **Zentralitätskennziffer** (Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz je Einwohner und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft) als Maß für die Handelszentralität einer Stadt bzw. Gemeinde liegt für Radolfzell bei 107,0, d.h. es liegt ein moderater Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadtgrenzen vor. Die weiteren Zentralen Orte im Landkreis Konstanz weisen zum Teil sehr starke Kaufkraftzuflüsse auf, welche zum einen durch das ländlich strukturierten Umland und zum anderen durch erhebliche Kundenanteile aus der Schweizer Grenzregion begründet ist. Insbesondere das Mittelzentrum Singen verfügt über eine weit überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität.

Abb. 8 Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE/CIMA/IMB Research 2013; Bearbeitung: CIMA 2014

4 Kaufkraftpotential für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

Zur Einordnung der Entwicklungsmöglichkeiten für nahversorgungsrelevante Einzelhandelsnutzungen in der Stadt Radolfzell werden die relevanten Daten zum Nachfragepotential nachfolgend dargestellt.

4.1 Marktgebiet und Bevölkerungspotential

Das Marktgebiet für den **nahversorgungsrelevanten** Einzelhandel beschränkt sich im Wesentlichen auf den Mittelbereich Radolfzell kann wie folgt abgegrenzt und untergliedert werden.

Tab. 3 Abgrenzung des Marktgebietes und Bevölkerungspotential

Zonen	Abgrenzung	Bevölkerungspotential
Zone I	Kernstadt Radolfzell*	ca. 19.000 Einwohner
Zone II	Stadtteile Radolfzell* ⁶	ca. 11.250 Einwohner
Zonen I-II	Radolfzell Gesamtstadt	ca. 30.250 Einwohner
Zone III	restlicher Mittelbereich** (Gemeinden Gaienhofen, Moos, Öhningen)	ca. 10.030 Einwohner
Zonen i-III	Marktgebiet insgesamt	ca. 40.280 Einwohner

Quelle: *Stadt Radolfzell; **Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2014, Stand: 31.12.2013, Basis: Zensus 2011

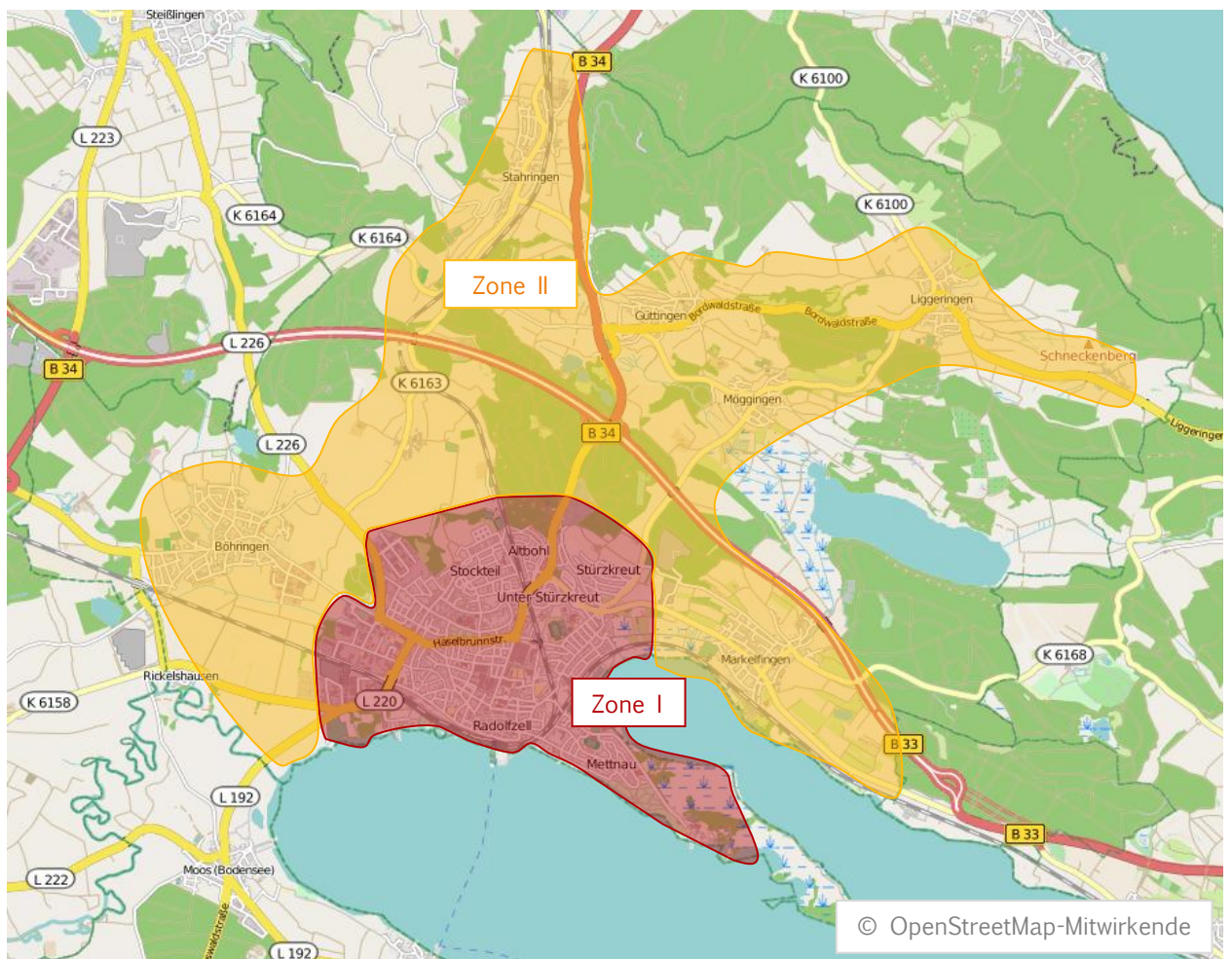
Insbesondere in den Sommermonaten sind weiterhin Kaufkraftzuflüsse durch den Tourismus (z.B. durch die Campingplätze) vorhanden.

Die Einkaufsorientierung der Bevölkerung im Raum Radolfzell wird in erheblichem Umfang durch die umliegenden Konkurrenzstädte beeinflusst. Insbesondere die Stadt Singen verfügt über eine erhebliche Marktposition in der Region. Die Stadt Radolfzell kann speziell beim mittel- und langfristigen Bedarf bereits dem engeren Marktgebiet der Stadt Singen zugeordnet werden.

Nur für die Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, welche in der Regel über eine deutlich geringere Absatzreichweite verfügen, kann der Mittelbereich Radolfzell als räumliche Bezugsgröße herangezogen werden, wobei das Stadtgebiet von Radolfzell (Kernstadt und Stadtteile Radolfzell) als „Kerneinzugsgebiet“ für Nahversorgungsbetriebe eingestuft werden kann.

⁶ Dazu zählen: Böhringen, Güttingen, Liggeringen, Markelfingen, Möggingen und Stahrigen

Abb. 9 „Kerneinzugsgebiet“ der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Radolfzell



Quelle: OpenStreetMap; Bearbeitung: CIMA 2015

4.2 Kaufkraftpotential

Im Bundesdurchschnitt kann eine einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft von ca. 5.668,- € für das Jahr 2013 angesetzt werden⁷. Hiervon entfallen

- ca. 2.056,- € auf den Lebensmittelbereich
- ca. 916,- € auf den restl. kurzfristigen Bedarfsbereich (Reformwaren, Drogeriewaren, Apothekerwaren, Schnittblumen, Zeitschriften)
- ca. 2.696,- € auf den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich

Unter Zugrundelegung der Bevölkerungswerte sowie der regionalisierten Pro-Kopf-Ausgaben lässt sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential berechnen. Das Kaufkraftpotential stellt die Geldmenge dar, die dem Einzelhandel im abgegrenzten Marktgebiet theoretisch zur Verfügung steht.

Das Kaufkraftpotential für die nahversorgungsrelevanten Betriebe, welche neben dem Lebensmitteleinzelhandel auch weitere Betriebe, die dem kurzfristigen Bedarfsbereich zugeordnet werden können (z.B. Drogeriewaren, Apothekerwaren) beinhaltet, ist in der nachfolgenden Tabelle nach Branchen / Bedarfsbereichen und Marktzoneen detailliert dargestellt.

Tab. 4 Nahversorgungsrelevante Kaufkraft im Mittelbereich Radolfzell in Mio. €

Sortimente	Kernstadt Radolfzell (Zone I)	Stadtteile Radolfzell (Zone II)	Gesamtstadt Radolfzell (Zone I und II)	Restl. Mittelbereich Radolfzell (Zone III)	Mittelbereich Radolfzell insgesamt (Zone I-III)
Lebensmittel (Food)	40,8	24,1	64,9	22,0	86,9
Restl. kurzfristiger Bedarf ¹	18,2	10,8	29,0	9,8	38,8
Kurzfristiger Bedarf insgesamt	59,0	34,9	93,9	31,8	125,7

¹ Im restlichen kurzfristigen Bedarf sind enthalten: Reformwaren, Apothekerwaren, Drogerien, Parfümerien, Blumen, Zeitschriften

Quelle: CIMA- Berechnungen; leichte Rundungsdifferenzen möglich

⁷ Quelle: BBEICIMA/IMB Research, 2014

5 Angebotssituation im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

Die konzeptionellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Radolfzell beziehen sich auftragsgemäß auf den Lebensmitteleinzelhandel sowie die weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimente. Die Angebotssituation in diesen Sortimenten wird nachfolgend detailliert dargestellt.

5.1 Angebotssituation in der Kernstadt Radolfzell

Die Angebotssituation im **Lebensmittelbereich** wird in der Kernstadt Radolfzell im Wesentlichen durch die beiden großflächigen Verbrauchermärkte (Fa. Rewe & Fa. Kaufland), vier Lebensmittel-discounter (Fa. Aldi, Fa. Lidl, Fa. Netto & Fa. Norma), sowie eine Reihe von kleineren Nahversorgungsmärkten (u.a. Fa. Nahkauf, Frischemarkt Schnee) geprägt.

Neben einem vielfältigen Angebot im Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger) sind weiterhin zwei Getränkemärkte, ein Bio-Supermarkt, ein Reformhaus sowie kleinflächige Spezialanbieter (z.B. Tankstellshops, Obst + Gemüse, Feinkost etc.) vorhanden.

Die Angebotssituation im **restlichen kurzfristigen Bedarfsbereich** ist durch sieben **Apotheken**, welche vorrangig in der Innenstadt ansässig sind, geprägt.

Die **Drogerie- und Parfümeriewaren** werden von Drogeriemärkten der Fa. dm im Mühlbach Center, der Fa. Müller in der Höllturmpassage und der Fa. Rossmann an der Löwengasse sowie in drei weiteren Betrieben in der Innenstadt angeboten. Ergänzt wird das Angebot im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren durch die Fachabteilungen der Lebensmittelmärkte.

Das Sortiment **Schnittblumen** wird von fünf Floristikfachgeschäften und der „Warenbörse“ im Rewe-Komplex angeboten.

Schließlich ist auf das Sortiment **Tabakwaren/Zeitschriften** hinzuweisen, welches in den Fachabteilungen der größeren Lebensmittelmärkte sowie durch diverse Fachgeschäfte (z.B. Tabak-Börse im Mühlbach-Center) und in der Fachabteilung des Kaufhaus Kratt, welches insgesamt eine wichtige Kundenmagnetfunktion für die Radolfzeller Innenstadt besitzt, angeboten wird.

5.2 Angebotssituation in den Stadtteilen Radolfzells

Im Stadtteil **Güttingen** ist neben Betrieben aus dem Lebensmittelhandwerk und einem Hofladen seit Dezember 2013 ein Lebensmitteldiscounter der Fa. Netto ansässig, der eine Nahversor-

gungsfunktion für die nördlichen Stadtteile (Güttingen, Stahringen, Liggeringen und Möggingen) einnimmt.

Der Einzelhandelsbesatz im Stadtteil **Böhringen** konzentriert sich auf den Bereich Singener Straße/Bodenseestraße. Neben Betrieben des Lebensmittelhandwerks ist im Stadtteil Böhringen eine Apotheke ansässig. Im Stadtteil **Markelfingen** ist mit dem Landmarkt Bausch ein Dorfladen mit Nahversorgungsfunktion vorhanden.

In den Stadtteilen **Stahringen, Möggingen, und Liggeringen** ist der Einzelhandelsbestand nur gering ausgeprägt und durch das Lebensmittelhandwerk und durch Hofläden gekennzeichnet.

5.3 Angebotssituation in der Gesamtstadt Radolfzell

Die Daten zum nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Radolfzell werden in der nachfolgenden Tabelle nach Betriebstypen ausgewiesen:

Tab. 5 Wesentliche Daten zum nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in der Gesamtstadt Radolfzell

Bestandsdaten	Anzahl*	Verkaufsfläche*	Umsatz**
Lebensmittelmärkte	15	12.270	52,0 Mio. €
Lebensmittelhandwerk	31	1.015	11,1 Mio. e
Sonstige Anbieter (Tankstellen-shops, Getränkemarkte etc.)	21	1.775	5,7 Mio. €
Lebensmitteleinzelhandel insgesamt	67	15.060	68,8 Mio. €
Drogerie- und Parfümeriewaren	6	1.600	***
Apotheken	8	530	***
Schnittblumen	7	540	***
Restl. kurzfristiger Bedarf	21	2.670	20,9 Mio. €
Kurzfristiger Bedarf insgesamt	88	17.730	89,7 Mio. €

Quelle: CIMA-Erhebung November 2014; *Zuordnung erfolgt nach Hauptsortiment, **Umsatz der größeren Lebensmittelmärkte sortimentsbereinigt; *** Keine Ausweis aus Datenschutzgründen

5.4 Räumliche Verteilung der wesentlichen Lebensmittelmärkte in der Stadt Radolfzell

Die wesentlichen Anbieter mit einem nahversorgungsrelevanten Angebot (Schwerpunkt Lebensmittel) in der Gesamtstadt Radolfzell sind im Folgenden tabellarisch dargestellt.

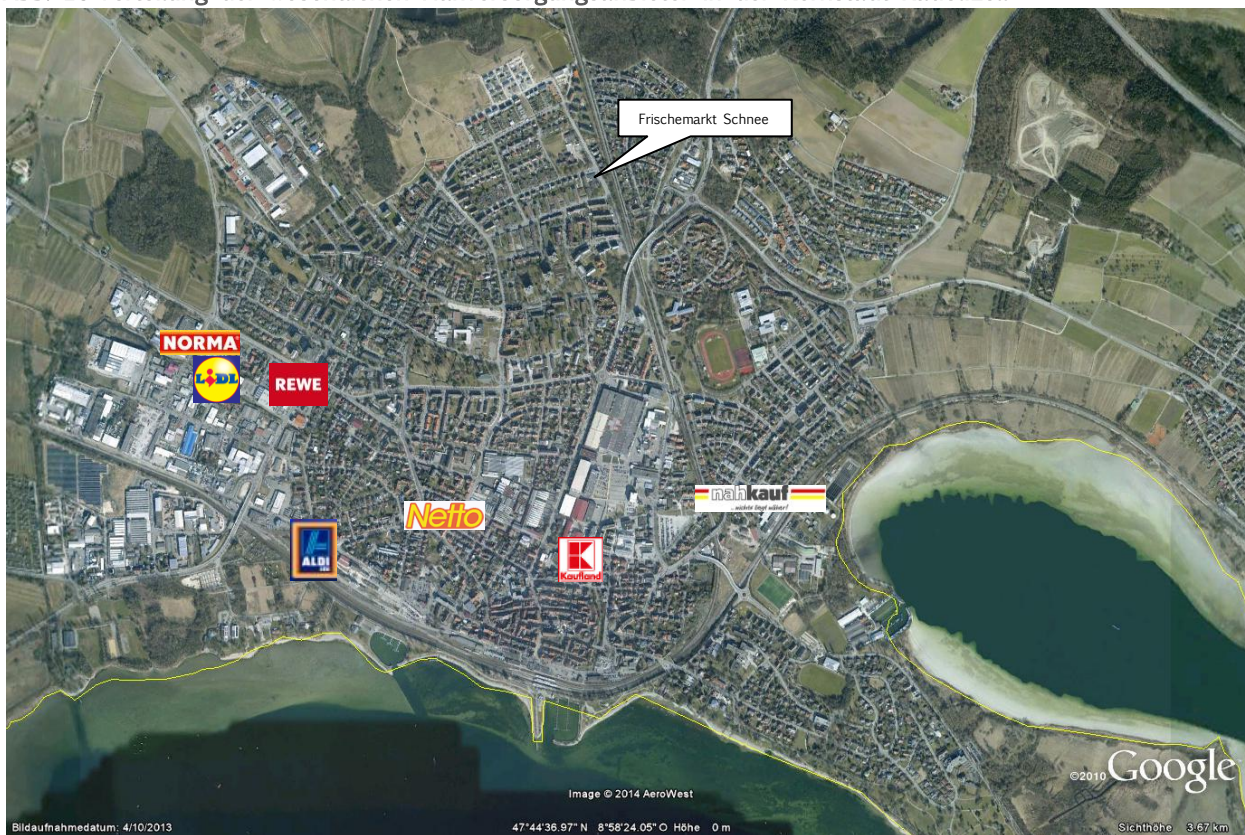
Tab. 6 Wesentliche Nahversorgungsanbieter (Schwerpunkt Lebensmittel) in der Gesamtstadt

Firma	Straße	Verkaufsfläche in qm	Bemerkungen
Kernstadt Radolfzell			
Kaufland	Markthallenstraße	ca. 3.500	<ul style="list-style-type: none"> Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt sowie Nahversorgungsfunktion für die Innenstadt Wesentliche Kundenmagnetfunktion für die Innenstadt
Nahkauf	Konstanzer Straße	ca. 500	<ul style="list-style-type: none"> Vorrangig Nahversorgungsfunktion im Nahversorgungsbereich „Konstanzer Straße“
Netto	Bismarckstraße	ca. 550	<ul style="list-style-type: none"> „in die Jahre gekommenes Erscheinungsbild“ Einsehbarkeit und Erreichbarkeit für PKW-Kunden eingeschränkt Nach Informationen der Stadtverwaltung wird eine Aufgabe des Betriebes erfolgen
Rewe	Böhringer Straße	ca. 3.000	<ul style="list-style-type: none"> Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt sowie Nahversorgungsfunktion für die Weststadt Moderne Warenpräsentation im Ladeninnern Außenarchitektur nicht mehr zeitgemäß
Aldi	Friedrich-Werber-Straße	ca. 1.100	<ul style="list-style-type: none"> Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt Einsehbarkeit und Erreichbarkeit für PKW-Kunden sehr gut Zeitgemäße Architektur und Warenpräsentation
Lidl	Lippenwiesen	ca. 920	<ul style="list-style-type: none"> Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und Nahversorgungsfunktion für die Weststadt Einsehbarkeit und Erreichbarkeit für PKW-Kunden sehr gut Modernisierung und moderate Erweiterung des Marktes ist geplant
Norma	Robert-Gerwig-Straße	ca. 730	<ul style="list-style-type: none"> Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und Nahversorgungsfunktion für die Weststadt „in die Jahre gekommenes Erscheinungsbild“ Einsehbarkeit und Erreichbarkeit für PKW-Kunden sehr gut
Frischemarkt Schnee	Schlesierstraße	ca. 140	<ul style="list-style-type: none"> Nahversorgungsfunktion für das unmittelbare Wohnumfeld Bei Berücksichtigung der Betriebsgrößenentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel langfristig nur als sehr bedingt wettbewerbsfähig einzustufen
Stadtteil Güttingen			
Netto	Badener Straße	ca. 750	<ul style="list-style-type: none"> Moderner Lebensmitteldiscounter Nahversorgungsfunktion für die nördlichen Stadtteile Gute Einsehbarkeit und Erreichbarkeit für PKW-Kunden

Quelle: CIMA-Erhebung November 2014

In der nachfolgenden Karte sind die wesentlichen Anbieter in der Kernstadt Radolfzell dargestellt.

Abb. 10 Verteilung der wesentlichen Nahversorgungsanbieter in der Kernstadt Radolfzell

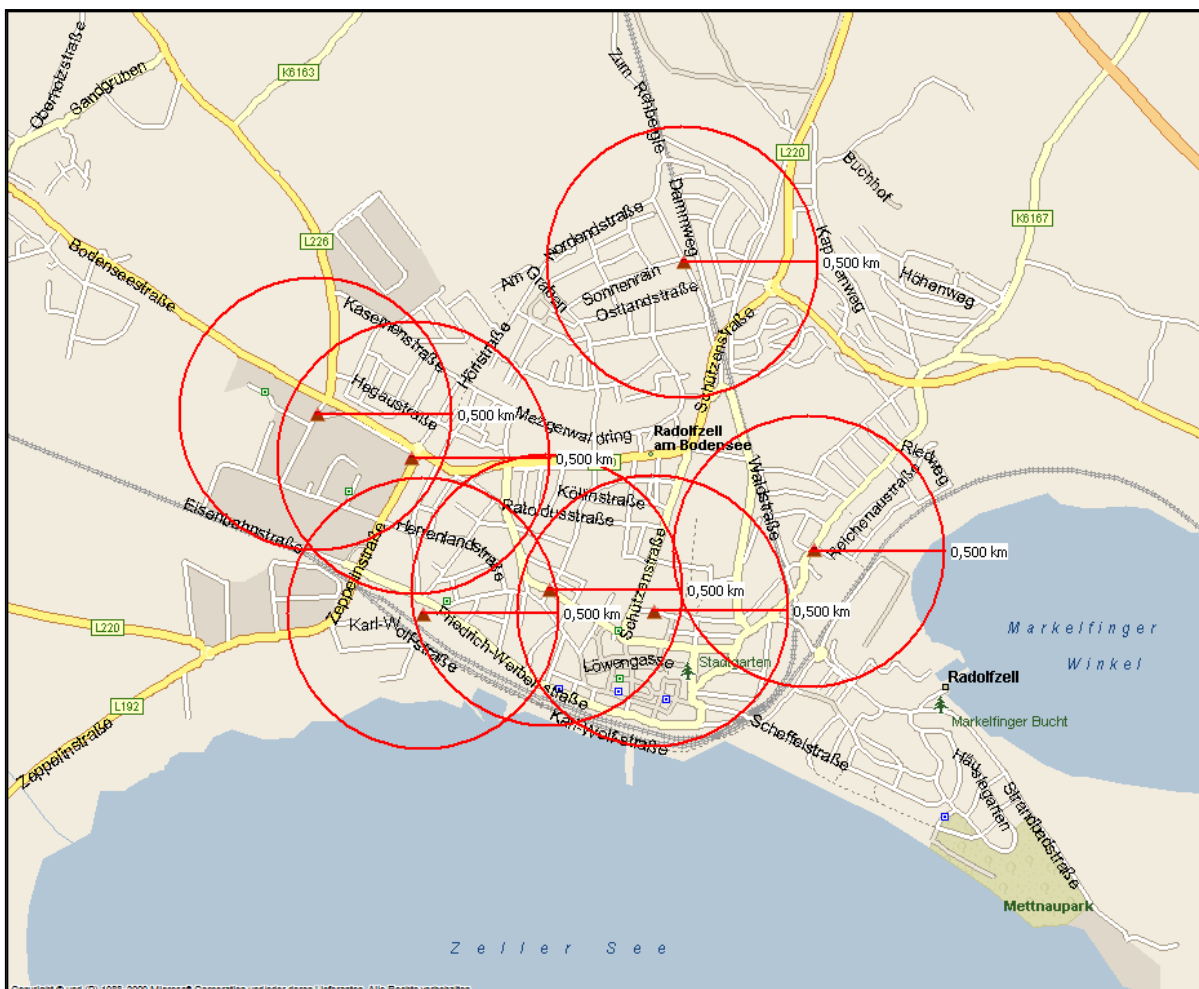


Quelle: Google Earth Pro; Bearbeitung: CIMA 2014

Mit Ausnahme des nördlichen Kernstadtgebietes kann gegenwärtig von einer relativ ausgeglichen räumlichen Verteilung der Nahversorgungsstandorte in der Kernstadt Radolfzell ausgegangen werden (vgl. nachfolgende Karte).

Handlungsbedarf zur langfristigen Sicherung der Nahversorgungsqualität besteht speziell für das nördliche Kernstadtgebiet. Hier kann aktuell ein quantitatives Angebotsdefizit bei den nahversorgungsrelevanten Angeboten konstatiert werden. Mit Ausnahme des Frischmarktes Schnee (kleinflächiger Wohngebietsversorger mit begrenzter Marktausstrahlung) ist im nördlichen Kernstadtgebiet kein Lebensmittelmarkt ansässig.

Abb. 11 500 m – Radien um die bestehenden Lebensmittelstandorte in der Kernstadt Radolfzell



Quelle: MapPoint; Bearbeitung: CIMA 2014

5.5 Nahversorgungsanbieter in den umliegenden Kommunen im Mittelbereich Radolfzell

Nachrichtlich wird noch kurz auf die Nahversorgungssituation in den Kommunen des restlichen Mittelbereiches Radolfzell eingegangen.

Die Angebotssituation in den umliegenden Kommunen im Mittelbereich Radolfzell wird durch einen Lebensmittelmarkt der Fa. Edeka in der Gemeinde Moos, den Lebensmittelmarkt „Böhler Hörmarkt“ in der Gemeinde Gaienhofen und den Lebensmitteldiscounter der Fa. Lidl in Öhningen bestimmt. Ergänzt wird das Angebot durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks und spezialisierte Betriebe (u.a. Getränkemärkte, Tankstellenshops).

Speziell zum Edeka-Markt in der Gemeinde Moos sind auch Kundenbeziehungen aus der Stadt Radolfzell vorhanden.

Ferner besitzt das E-Center im EKZ „Unter den Tannen“ in der Nachbarstadt Singen aufgrund der räumlichen Nähe zur Stadt Radolfzell (insbesondere zum Stadtteil Böhringen) einen Einfluss auf die Einkaufsorientierung im Raum Radolfzell, welche sich auch auf den kurzfristigen Bedarf (Lebensmittel, Drogeriewaren, etc.) erstreckt.

5.6 Veränderungen der Angebotssituation im Einzelhandelsbestand seit 2009

Um die wesentlichen Veränderungen der Angebotssituation im Einzelhandel seit der letzten Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption von 2009⁸ darzulegen, werden die aktuellen Bestandsdaten mit denen aus dem Jahr 2009 gegenüber gestellt.

In den Jahren von 2009 bis 2014 kam es zu folgenden Veränderungen innerhalb der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsstruktur der Gesamtstadt Radolfzell:

- Ein Rückgang der Anzahl der Betriebe um 14 Betriebsstätten bzw. ca. 14 %. Hierbei waren insbesondere kleinere Anbieter betroffen.
- Ein Anstieg der Gesamtverkaufsfläche im Food-Bereich um ca. 8 %, während im restlichen kurzfristigen Bedarfsbereich ein deutlicher Rückgang der Verkaufsfläche um 26 % stattgefunden hat. Der Verkaufsflächenzuwachs im Food-Bereich ist im Wesentlichen durch die Neuansiedlung des Netto-Marktes in Güttingen, des denns Biomarkt in der Weststadt und die Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Marktes begründet. Der Rückgang der Verkaufsfläche beim restlichen kurzfristigen Bedarf ist im Wesentlichen durch die Schließung der Schlecker-Märkte (ehemals drei Standorte in der Gesamtstadt Radolfzell) begründet.
- Eine leichte Steigerung der Umsatzleistung um ca. 5 % im Food-Bereich und ca. 1 % im restl. kurzfristigen Bedarfsbereich. Bei Berücksichtigung der Preissteigerungsraten hat sich damit nur eine sehr geringe Veränderung ergeben. Hinzuweisen ist, dass ein Teil der ehemals durch die Fa. Schlecker getätigten Umsätze durch die größeren Lebensmittelmärkte gebunden wird.

⁸ CIMA Einzelhandelskonzeption für die Stadt Radolfzell aus dem Jahr 2009

Tab. 7 Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsentwicklung von 2009 bis 2014 in der Gesamtstadt Radolfzell

	CIMA Einzelhandels- konzept 2009	CIMA Erhebung 2014	Veränderung 2009-2014 absolut	Veränderung 2009-2014 in %
Anzahl der Betriebe*				
Food	73	67	- 6	- 8 %
restl. kurzfristiger Bedarf	29	21	- 8	- 18 %
insgesamt	102	88	- 14	- 14 %
Verkaufsfläche*				
Food	13.925 qm	15.060 qm	+ 1.135 qm	+ 8 %
restl. kurzfristiger Bedarf	3.600 qm	2.670 qm	- 930 qm	- 26 %
insgesamt	17.525 qm	17.730 qm	+ 205 qm	+ 1 %
Umsatzleistung in Mio. €**				
Food	65,8 Mio. €	68,8 Mio. €	+3,0 Mio. €	+ 5 %
restl. kurzfristiger Bedarf	20,6 Mio. €	20,9 Mio. €	+ 0,3 Mio. €	+ 1 %
insgesamt	86,4 Mio. €	89,7 Mio. €	+ 3,3 Mio. €	+ 4 %

*Zuordnung nach Hauptsortiment ** Umsatz der größeren Lebensmittelmärkte sortimentsbereinigt
Quelle: Einzelhandelskonzept CIMA 2009; CIMA-Erhebungen 2014

6 Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale für die nahversorgungsrelevanten Sortimente

Zur Einordnung der künftigen Entwicklungspotentiale für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel erfolgt eine Bewertung der gegenwärtigen Marktposition der Stadt Radolfzell sowie eine Ermittlung der wirtschaftlich tragfähigen wie auch städtebaulich verträglichen Verkaufsflächenpotentiale.

6.1 Gegenwärtige Marktposition der Stadt Radolfzell beim nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

In der Gegenüberstellung der Umsätze mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumina wird die Kaufkraftabschöpfung durch den ortsansässigen Einzelhandel verdeutlicht. Die Zentralitätswerte sind für den kurzfristigen Bedarfsbereich nachfolgend dargestellt und mit den Werten aus dem Jahr 2009 gegenübergestellt. Bei den Umsatzleistungen wurde eine sortimentsgenaue Zuordnung vorgenommen.

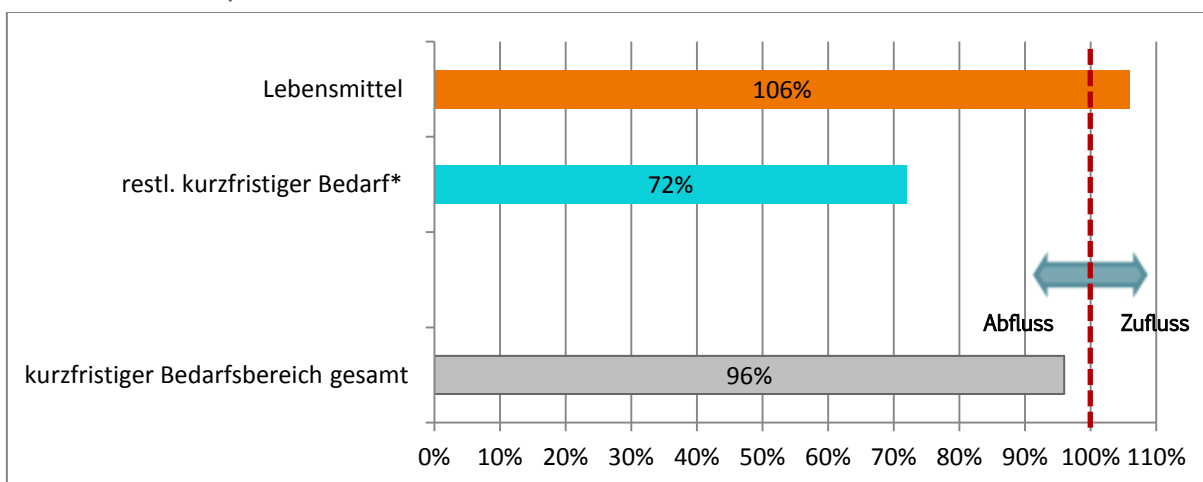
Die Handelszentralität im kurzfristigen (= nahversorgungsrelevanten) Bedarfsbereich beträgt aktuell ca. 96 %. Während im Food-Bereich mit einer Zentralität von 106 % per Saldo ein leichter Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadt Radolfzell vorhanden ist, ist beim restlichen kurzfristigen Bedarf ein Kaufkraftabfluss zu konstatieren. Gegenüber dem Jahr 2009 ist damit die Handelszentralität beim kurzfristigen Bedarfsbereich leicht gesunken.

Tab. 8 Gegenüberstellung Handelszentralität 2009 und 2014

	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Zentralität in %
Handelszentralität 2009			
Food	65,8	60,2	109 %
restl. kurzfristiger Bedarf	20,6	27,3	76 %
insgesamt	86,4	87,5	99 %
Handelszentralität 2014			
Food	68,8	64,9	106 %
restl. kurzfristiger Bedarf	20,9	29,0	72 %
insgesamt	89,7	93,9	96 %

Quelle: Einzelhandelskonzept CIMA 2009; CIMA-Berechnungen 2014

Abb. 12 Sortimentsspezifische Handelszentralität in der Stadt Radolfzell in Jahr 2014



* Im kurzfristigen Bedarf sind des Weiteren enthalten: Reform-/Apothekerwaren, Drogerie-/Parfümeriewaren, Blumen, Zeitschriften;
Quelle: CIMA-Berechnungen

6.2 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt Radolfzell

Im Folgenden wird in zwei Prognoseansätzen das Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für die nahversorgungsrelevanten Sortimente für die Stadt Radolfzell ermittelt, wobei die gegenwärtige Einzelhandelsausstattung in der Stadt Radolfzell sowie die regionale Wettbewerbssituation berücksichtigt wurden.

Weiterhin ist aufgrund der positiven Prognosen zur künftigen Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Radolfzell von einem leichten Zuwachs des nahversorgungsrelevanten Kaufkraftpotentials auszugehen, welcher bei den Prognoseansätzen berücksichtigt wurde.

In einem unteren und oberen Prognoseansatz werden die Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale in einem Entwicklungskorridor aufgezeigt, welcher als Orientierungsrahmen für die künftige Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Stadt Radolfzell heranzuziehen ist.

Beim „**unteren Prognoseansatz**“ wird von einer moderaten Steigerung der Handelszentralität beim kurzfristigen Bedarf in der Gesamtstadt Radolfzell ausgegangen. Bei Berücksichtigung der leichten Erhöhung der Kaufkraftvolumina beläuft sich das rechnerische Verkaufsflächenpotential auf ca. 2.050 qm VK für den kurzfristigen Bedarfsbereich insgesamt. Für den Food-Bereich kann ein Verkaufsflächenpotential von ca. 1.550 qm VK für den restlichen kurzfristigen Bedarfsbereich von ca. 500 qm VK ermittelt werden.

Tab. 9 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential in der Gesamtstadt Radolfzell (unterer Prognoseansatz)

Bedarfsbereiche	IST-Umsatz	IST-Zentralität	Kaufkraftprognose***	Ziel-Zentralität	Prognose-Umsatz	Zusatz-Umsatz	Ø Umsatz/qm VK	Verkaufsflächenpotential**
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in €/qm VK	in qm
Lebensmittel	68,8	106	68,2	110	75,0	6,2	4.000,--	1.550
restl. kurzfristiger Bedarf	22,4	72	30,4	80	24,3	1,9	4.000,--	500
kurzfristiger Bedarf gesamt	91,2	96	98,6	101	99,3	8,1	4.000,-	2.050

*Im kurzfristigen Bedarf sind des Weiteren enthalten: Reform-/Apothekerwaren, Drogerie-/Parfümeriewaren, Blumen, Zeitschriften; **gerundete Werte; *** Kaufkraftprognose basiert auf einem Bevölkerungswert von ca. 31.750 EW im Jahr 2025
Quelle: CIMA-Prognoserechnung; leichte Rundungsdifferenzen möglich

Der „obere Prognoseansatz“ stellt die offensivere Variante dar. In diesem Ansatz wird davon ausgegangen, dass sich die Marktposition von Radolfzell im kurzfristigen Bedarfsbereich spürbar verbessert und eine verstärkte Kaufkraftbindung in Radolfzell stattfindet.

Beim oberen Prognoseansatz beläuft sich das rechnerische Verkaufsflächenpotential auf ca. 3.250 qm VK für den kurzfristigen Bedarfsbereich insgesamt. Für den Food-Bereich kann ein Verkaufsflächenpotential von ca. 2.400 qm VK für den restlichen kurzfristigen Bedarfsbereich von ca. 850 qm VK ermittelt werden.

Tab. 10 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential in der Gesamtstadt Radolfzell (oberer Prognoseansatz)

Bedarfsbereiche	IST-Umsatz	IST-Zentralität	Kaufkraftprognose***	Ziel-Zentralität	Prognose-Umsatz	Zusatz-Umsatz	Ø Umsatz/qm VK	Verkaufsflächenpotential**
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in €/qm VK	in qm
Lebensmittel	68,8	106	68,2	115	78,4	9,6	4.000,--	2.400
restl. kurzfristiger Bedarf	22,4	72	30,4	85	25,8	3,4	4.000,--	850
kurzfristiger Bedarf gesamt	91,2	96	98,6	106	104,2	13,0	4.000,-	3.250

*Im kurzfristigen Bedarf sind des Weiteren enthalten: Reform-/Apothekerwaren, Drogerie-/Parfümeriewaren, Blumen, Zeitschriften; **gerundete Werte; *** Kaufkraftprognose basiert auf einem Bevölkerungswert von ca. 31.750 EW im Jahr 2025
Quelle: CIMA-Prognoserechnung; leichte Rundungsdifferenzen möglich

Bei der Einordnung der Prognosewerte sind auch die branchenbezogenen Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel von Bedeutung. So liegen die Mindestverkaufsflächengrößen im Lebensmitteleinzelhandel bei Neubaumaßnahmen beim Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt mittlerweile bei ca. 800 qm VK und beim Betriebstyp Lebensmittelvollsortimenter bei ca. 1.200 qm VK. Für den Betriebstyp Drogeriefachmarkt, der insbesondere beim restlichen kurzfristigen Bedarf von Bedeutung ist, liegen die Mindestverkaufsflächengrößen bei ca. 500 qm VK.

Bei der Ermittlung des zusätzlichen Verkaufsflächenpotentials wurde eine Entwicklung ohne nennenswerten Verdrängungswettbewerb innerhalb der Gesamtstadt Radolfzell angenommen.

Die ausgewiesenen Verkaufsflächenpotentiale sind als Orientierungsrahmen für die künftige Entwicklung des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich (Prognosezeitraum ca. 8-10 Jahre) in der Stadt Radolfzell einzustufen.

Veränderungen bei den bestehenden Angeboten sind in der Flächenbilanz entsprechend zu berücksichtigen (Hinweis auf geplante Schließung des Netto-Marktes in der Bismarckstraße; der Markt ist bei den aktuellen Werten zum Verkaufsflächenbestand noch enthalten).

7 Entwicklungsperspektiven für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in der Stadt Radolfzell

Neben den quantitativen Aussagen zum künftigen Verkaufsflächenpotential besitzen auch qualitative Aussagen bei der branchen- und betriebstypenbezogenen Entwicklung einen hohen Stellenwert. Nachfolgend wird auf die verschiedenen Standortbereiche innerhalb der Gesamtstadt Radolfzell dezidiert eingegangen.

Im Rahmen der qualitativen Bewertung und der Einschätzung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der vorhandenen Nahversorgungsstandorte wird der Handlungsbedarf zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung für die Gesamtstadt Radolfzell abgeleitet.

7.1 Innenstadt Radolfzell (Zentraler Versorgungsbereich)

Mit dem Standort der Fa. Kaufland im Mühlbach-Center ist ein langfristig wettbewerbsfähiger Standort in der Innenstadt vorhanden, welcher neben einer Versorgungsfunktion für den Mittelbereich Radolfzell insgesamt auch eine Nahversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung in der Innenstadt übernimmt.

Weiterhin befinden sich alle drei Drogeriemärkte in der Innenstadt von Radolfzell, was uneingeschränkt positiv zu bewerten ist. Hinzuweisen ist allerdings auf die zum Teil relativ kleinen Verkaufsflächengrößen der Märkte, welche ggf. zu einem „Verlagerungsdruck“ von Seiten der Betreiberfirmen führen kann.

Mit dem Wegfall eines Schleckermarktes sowie der Schließung des Frischemarktes Zimber (ehemals Edeka-Standort) hat ein Rückgang in der Angebotsvielfalt beim innerstädtischen Nahversorgungsangebot stattgefunden.

Entwicklungspotential

Mit dem Quartier Kapuzinerweg ist eine der wenigen Entwicklungsflächen innerhalb der abgegrenzten Einkaufsinnenstadt (ZVB) vorhanden, auf welcher eine Ansiedlung von „größerflächigen“ Einzelhandelsbetrieben möglich ist.

Da der Standort Kapuzinerweg etwas abgesetzt von den innerstädtischen Geschäftslagen ist, sind für den Fall, dass dieses Areal als Einzelhandelsstandort gezielt entwickelt werden soll, Kundenmagnetbetriebe als Frequenzerzeuger unter handelsbezogenen Aspekten zwingend erforderlich. Die mögliche Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (ggf. auch in Kombination mit einem Droge-

riemarkt) ist damit in erster Linie unter dem Aspekt der Kundenmagnetfunktion für den Standort Kapuzinerweg bzw. für die südliche Innenstadt einzustufen.

CIMA Bewertung

Unter dem Aspekt der Nahversorgung kann die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (z.B. Vollsortimenter in einer Größenordnung von 1.200 bis 1.500 qm VK) als vertretbar eingestuft werden (auch im Sinne einer Ersatzfunktion für den Frischemarkt Zimber). Ferner ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes (Größenordnung 500 bis 800 qm VK) an dem Standort (ggf. auch als innerstädtischer Verlagerungsstandort) möglich.

7.2 Nahversorgungsbereich Weststadt und Ergänzungsstandort Lippenwiesen

Mit dem Verbrauchermarkt der Fa. Rewe und dem denns Biomarkt im Nahversorgungsbereich Böhringer Straße sowie den Standorten der Fa. Lidl und der Fa. Norma im Bereich Lippenwiesen ist für die Weststadt eine qualitativ und quantitativ hohe Ausstattung mit Nahversorgungsangeboten vorhanden.

CIMA Bewertung

Ein Handlungsbedarf zur Ansiedlung von zusätzlichen Lebensmittelmärkten besteht für diesen Bereich nicht. Der Schwerpunkt sollte auf dem langfristigen Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit der vorhandenen Betriebe liegen, welche zumindest vom äußeren Erscheinungsbild einen z.T. „in die Jahre“ gekommenen Eindruck vermitteln.

Die vorgesehene Erweiterung der Fa. Lidl, welche in Form einer Einzelfallprüfung von der CIMA untersucht wurde, ist als bestandsorientierte Modernisierungsmaßnahme zum Erhalt der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit einzustufen.

7.3 Weitere Nahversorgungsbereiche in der Kernstadt Radolfzell

Standort Aldi

Für den Standort Aldi-Markt am Ergänzungsstandort „**Friedrich-Werber-Straße**“ (aurelis-Linse West), der im Rahmen einer innerstädtischen Standortverlagerung erweitert wurde, besteht aktuell kein Handlungsbedarf.

Standort Netto

Der Netto-Markt an der Bismarckstraße wird geschlossen, wobei nach Angaben der Stadtverwaltung Radolfzell keine Nachnutzung durch einen anderen Lebensmittelmarktbetreiber vorgesehen ist. Die Nahversorgung für die Wohnbevölkerung im näheren Standortumfeld kann allerdings auf-

grund der Nähe zu den Anbietern in der Weststadt und in der Innenstadt grundsätzlich noch als gesichert eingestuft werden.

Standort nahkauf

Der nahkauf-Markt an der Konstanzer Straße übernimmt eine Nahversorgungsfunktion für das östliche Kernstadtgebiet.

Mit einer Verkaufsfläche von ca. 500 qm VK ist der Lebensmittelmarkt mittlerweile als „Kleinfläche“ einzustufen. Eine moderate Verkaufsflächenerweiterung zum Erhalt der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit (Zielgröße ca. 800 bis 1.000 qm VK als mittlerweile branchenübliche Verkaufsflächengröße als Orientierungswert) ist zu empfehlen.

Im Falle einer Konkretisierung der Planungen zur Erweiterung des Standortes nahkauf sollte eine Ausweitung des Stellplatzangebotes vorgenommen werden. Bei Zugrundelegung der oben genannten Verkaufsflächengröße (Zielgröße) und dem in der Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums über die Herstellung notwendiger Stellplätze genannten Richtwert (1 Stellplatz je 10 – 30 qm Verkaufsnutzfläche bei Verkaufsstätten mit mehr als 700 qm Verkaufsnutzfläche) kann eine Stellplatzzahl von 45 bis 50 Stellplätze als Orientierungsgröße genannt werden.

Standort Frischemarkt Schnee

Der Frischemarkt Schnee an der Schlesierstraße ist mit einer Verkaufsfläche von knapp 200 qm VK unter betriebswirtschaftlichen Aspekten als „Grenzertragsbetrieb“ einzustufen. Als „Nachbarschaftsversorger“ wird eine adäquate Nahversorgung für die Nordstadt insgesamt nur sehr bedingt wahrgenommen.

Für die nördliche Kernstadt Radolfzell besteht explizit Handlungsbedarf zum Ausbau des Nahversorgungsangebotes. Planungen zur Erweiterung des Frischemarktes Schnee innerhalb des „Nahversorgungsbereiches Schlesierstraße“ zur Bestandssicherung des Nahversorgungsangebotes werden von Seiten der Stadtverwaltung Radolfzell unterstützt.

7.4 Nahversorgungsbereiche in den Stadtteilen Radolfzell

Standort Netto Stadtteil Güttingen

Der Lebensmittelmarkt im Stadtteil Güttingen übernimmt eine Nahversorgungsfunktion für die nördlichen Stadtteile Güttingen, Stahringen, Liggeringen und Möggingen, welche aufgrund der Einwohnerzahlen jeweils zu klein für einen Lebensmittelmarkt in einer branchenüblichen Verkaufsflächengröße sind.

Stadtteil Markelfingen

Mit dem Landmarkt Bausch ist ein Lebensmittelnahversorger im Ortskern ansässig. Hier besitzt die Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebotes die höchste Priorität.

Stadtteil Böhringen

Der Stadtteil Böhringen verfügt mit ca. 4.200 Einwohnern über ein Bevölkerungs- und Kaufkraftpotential, ab dem die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes/Lebensmitteldiscountmarktes unter dem Aspekt der wirtschaftlichen Tragfähigkeit grundsätzlich möglich ist. Auf die Überlagerung des Marktgebietes von Böhringen durch die Anbieter in der Kernstadt Radolfzell und insbesondere durch das EKZ „Unter den Tannen“ in der Stadt Singen ist hinzuweisen.

Für den Fall, dass ein geeigneter und möglichst städtebaulich integrierter Standort aufbereitet werden kann, ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes positiv zu bewerten. Der Nachweis der Verträglichkeit für die Ortskernentwicklung ist über eine Einzelfallprüfung zu erbringen.

8 Standortkonzept Nahversorgung

8.1 Übergeordnete Ziele

In der Einzelhandelskonzeption 2009 wurde ausführlich auf das planungsrechtliche Instrumentarium zur räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung eingegangen. Auf Basis der Ziele der Raumordnung und Landesplanung sowie der planungsrechtlichen Vorgaben im BauGB und der BauNVO können für die künftige Standortentwicklung beim nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in der Stadt Radolfzell folgende übergeordnete Zielsetzungen festgehalten werden:

- Negative Auswirkungen auf die zentralen innerörtlichen Einzelhandelslagen bzw. auf die wohnnahen Nahversorgungsstandorte, welche durch Handelsansiedlungen an städtebaulich nicht integrierten Lagen auftreten können, sind zu minimieren.
- Der Entwicklungsschwerpunkt für künftige Ansiedlung von strukturprägenden Betrieben mit einem nahversorgungsrelevanten Angebot sollte zum einen auf der Innenstadt sowie auf die geeigneten Innenstadterweiterungslagen (Zentraler Versorgungsbereich) bzw. ausgewählten und planerisch „gewollten“ Standorten liegen (Ergänzungsstandorte).
- Für nahversorgungsrelevante Anbieter (insbesondere Lebensmittelmärkte) kommen daneben auch Standorte außerhalb der Innenstadt (Zentraler Versorgungsbereich) in Betracht. Als wesentliches Beurteilungskriterium sollte hier ein möglichst enger räumlicher und funktionaler Bezug zu den größeren Wohngebieten bzw. Bevölkerungsschwerpunkten in der Kommune erfüllt sein.
- Weiterhin besitzt die Bestandssicherung von bestehenden Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Radolfzell einen hohen Stellenwert (z.B. Prüfung der Flächenverfügbarkeit für bestandsorientierte Erweiterungen speziell bei Standorten an städtebaulich integrierten Lagen bzw. bei Standorten in den abgegrenzten Nahversorgungsgebieten).

Eine wesentliche Zielsetzung der Umsetzung des Nahversorgungskonzeptes ist damit die Sicherung einer räumlich ausgewogenen Verteilung der Nahversorgungsstandorte im Gesamtstadtgebiet von Radolfzell. Die Sicherung der wohnnahen Versorgung ist auch unter dem Aspekt der Vermeidung von „unnötigen“ Verkehrsströmen (Prinzip der kurzen Wege) zu sehen und damit auch als Beitrag für den Klimaschutz in der Stadt Radolfzell.

Bei den konzeptionellen Überlegungen ist zum einen die **räumliche Komponente** (bestehende Einzelhandelsschwerpunkte, Nahversorgung und Lage der wesentlichen Wohngebiete, Grundstücksverfügbarkeit, Verkehrsanbindung etc.) von Bedeutung, welche zumindest in Teilen über die

Planung gesteuert und beeinflusst werden kann. Als geeignete planerische Instrumente sind hier u.a. die Grundstückspolitik der Kommunen, die gezielte Anwendung des planungsrechtlichen Instrumentariums und die Optimierung der städtebaulichen Rahmenbedingungen (z.B. Verkehrsführung, Parkplatzangebot und -organisation, Stadtgestaltung) zu benennen.

Zum anderen ist die **einzelbetriebliche bzw. ökonomische Komponente** von Bedeutung, welche durch die Handelsbetriebe selbst beeinflusst wird. Neben der ökonomischen Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben sind die betrieblichen Standortanforderungen hinsichtlich Erreichbarkeit, Einsehbarkeit, Qualität der Handelsimmobilien (z.B. Verkaufsflächenzuschnitt und -größe) zu benennen.

Mit der planungsrechtlichen Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung werden in erster Linie städtebauliche und raumordnerische Zielsetzungen verfolgt. Zu betonen ist, dass das Baurecht **wettbewerbsneutral** ist und nicht in den Wettbewerb zwischen Einzelbetrieben bzw. einzelnen Betriebsformen eingreift.

8.2 Abgrenzung der nahversorgungsrelevanten Standortbereiche

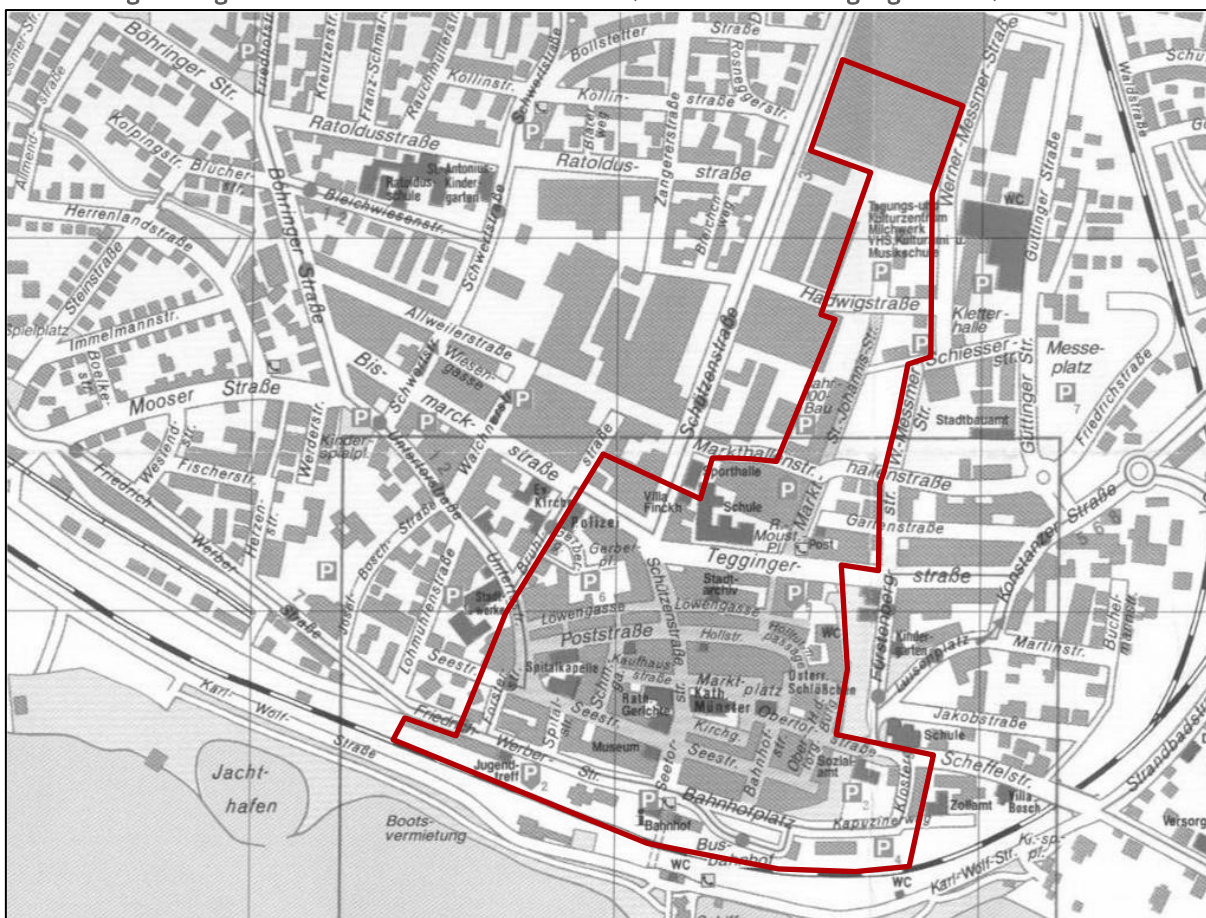
In der Einzelhandelskonzeption 2009 erfolgte eine Abgrenzung der Einkaufsinnenstadt (Zentraler Versorgungsbereich) sowie eine Abgrenzung der Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen in der Stadt Radolfzell. Ferner wurden im Zuge der Fortschreibung des Regionalplans Hochrhein-Bodensee sog. Ergänzungsstandorte abgegrenzt.

Bei Zugrundelegung der aktuellen Situation im Nahversorgungsangebot in der Stadt Radolfzell werden die in der Einzelhandelskonzeption 2009 ausgewiesenen Standortbereiche nochmals dargestellt und auf eine ggf. erforderliche Anpassung/Modifizierung geprüft.

Einkaufsinnenstadt (Zentraler Versorgungsbereich)

Die in der Einzelhandelskonzeption 2009 vorgenommene Abgrenzung der Einkaufsinnenstadt kann weiterhin als räumliche Bezugsgröße herangezogen werden. Mit dem seemaxx-Areal und dem Quartier Kapuzinerweg befinden sich wesentliche Potential- bzw. Entwicklungsflächen innerhalb der abgegrenzten Einkaufsinnenstadt.

Abb. 13 Abgrenzung Einkaufsinnenstadt von Radolfzell (= Zentraler Versorgungsbereich)

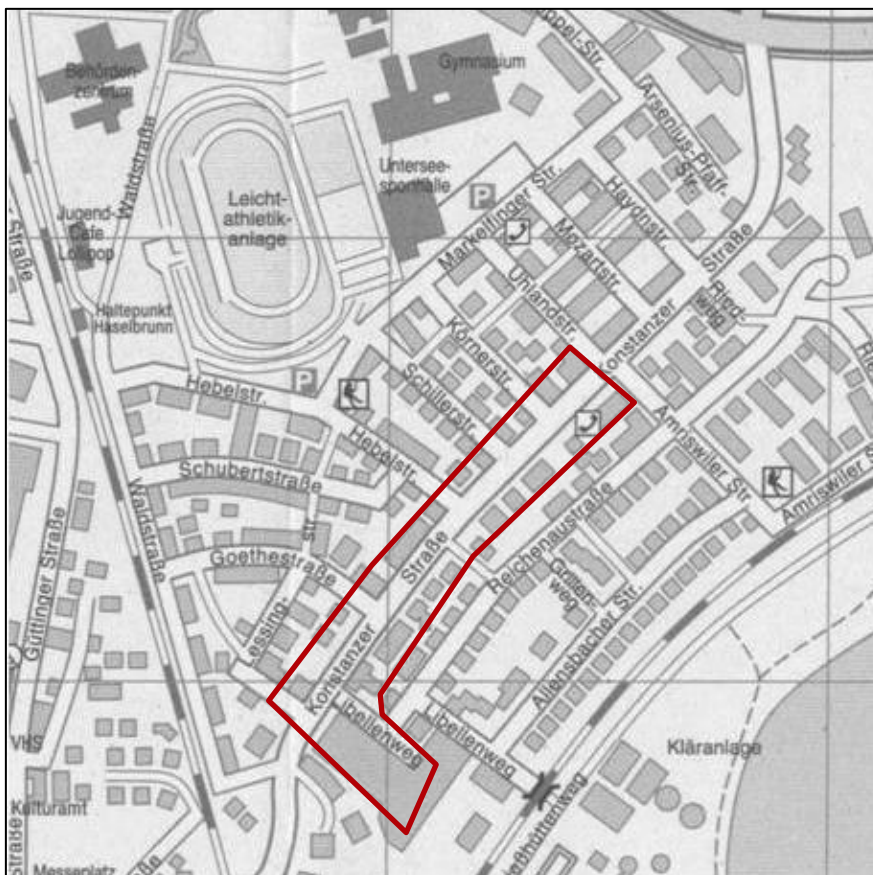


Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
Bearbeitung: CIMA 2014

Stadtteilzentren/Nahversorgungslagen

Neben der im Standortkonzept festgelegten Innenstadtabgrenzung, welche dem „Zentralen Versorgungsbereich“ nach § 34 BauGB gleichzusetzen ist, wurden in folgenden Stadtbereichen weitere stadtteilbezogene und nahversorgungsrelevante Standortlagen abgegrenzt.

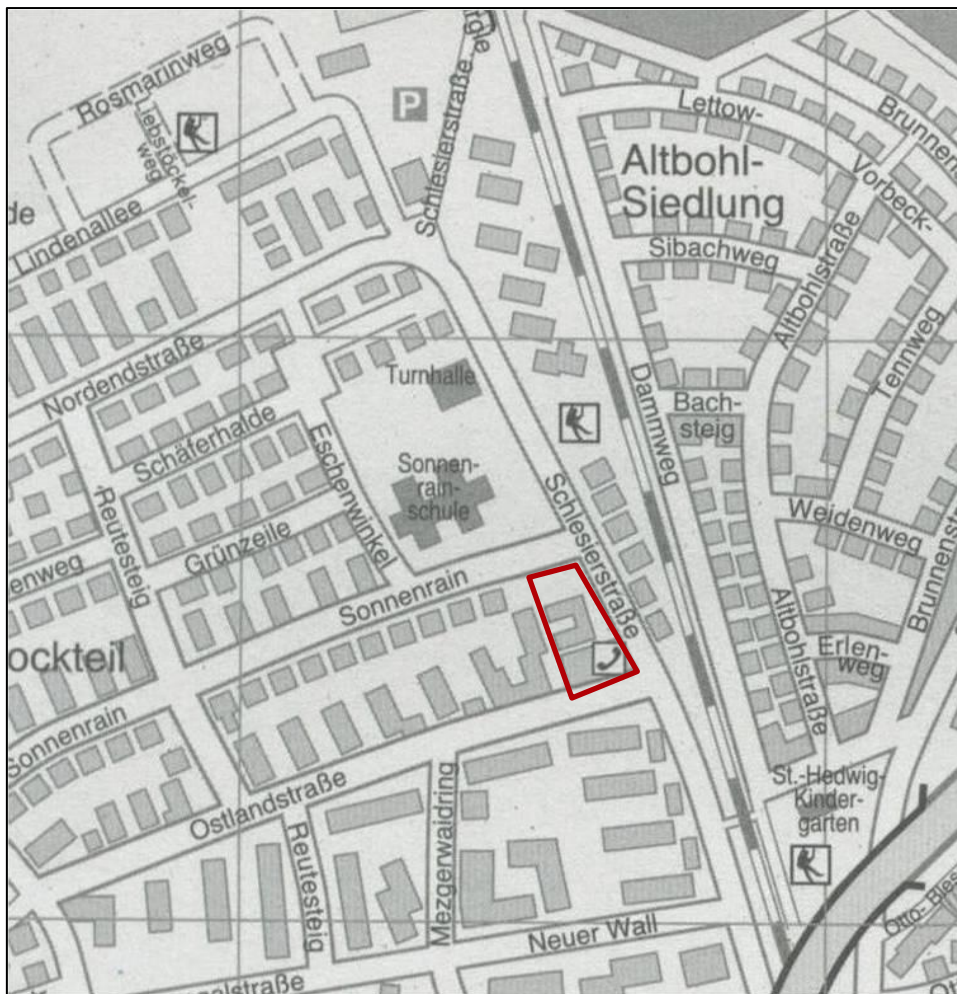
Abb. 14 Abgrenzung Nahversorgungsbereich „Konstanzer Straße“



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
Bearbeitung: CIMA 2014

Der Nahversorgungsbereich „Konstanzer Straße“ beinhaltet u. a. den Standort des Nahkaufmarktes (Hinweis auf Empfehlung zur moderaten Erweiterung der Verkaufsfläche zum Erhalt der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit).

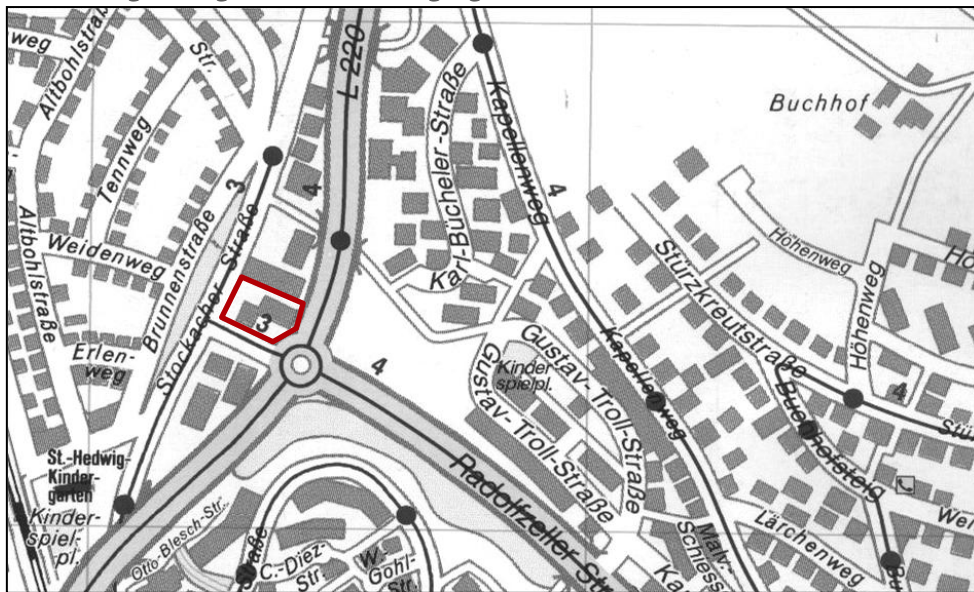
Abb. 15 Abgrenzung Nahversorgungsbereich „Schlesierstraße“



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
Bearbeitung: CIMA 2014

Der Nahversorgungsbereich „Schlesierstraße“ beinhaltet neben dem bestehenden Frischemarkt Schnee Potentialflächen für eine mögliche Erweiterung des Marktes.

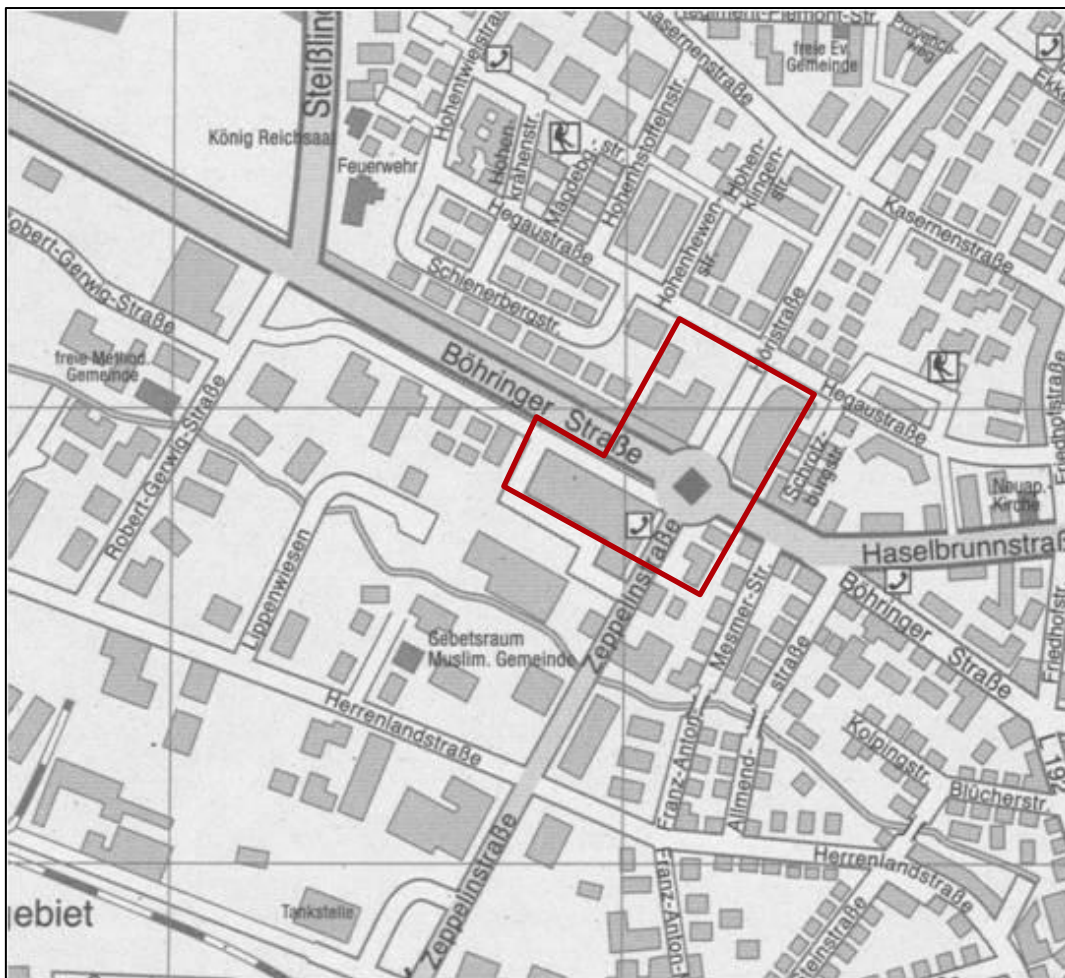
Abb. 16 Abgrenzung neuer Nahversorgungsbereich „Schoch-Areal“



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
Bearbeitung: CIMA 2014

Der Nahversorgungsbereich „Schoch-Areal“ stellt einen neu ausgewiesenen Nahversorgungsbereich dar, der in der Einzelhandelskonzeption 2009 noch nicht enthalten war. Hierbei handelt es sich um einen planerisch gewollten Standort zur Aufwertung der Nahversorgung für den Stadtbereich Radolfzell-Nord.

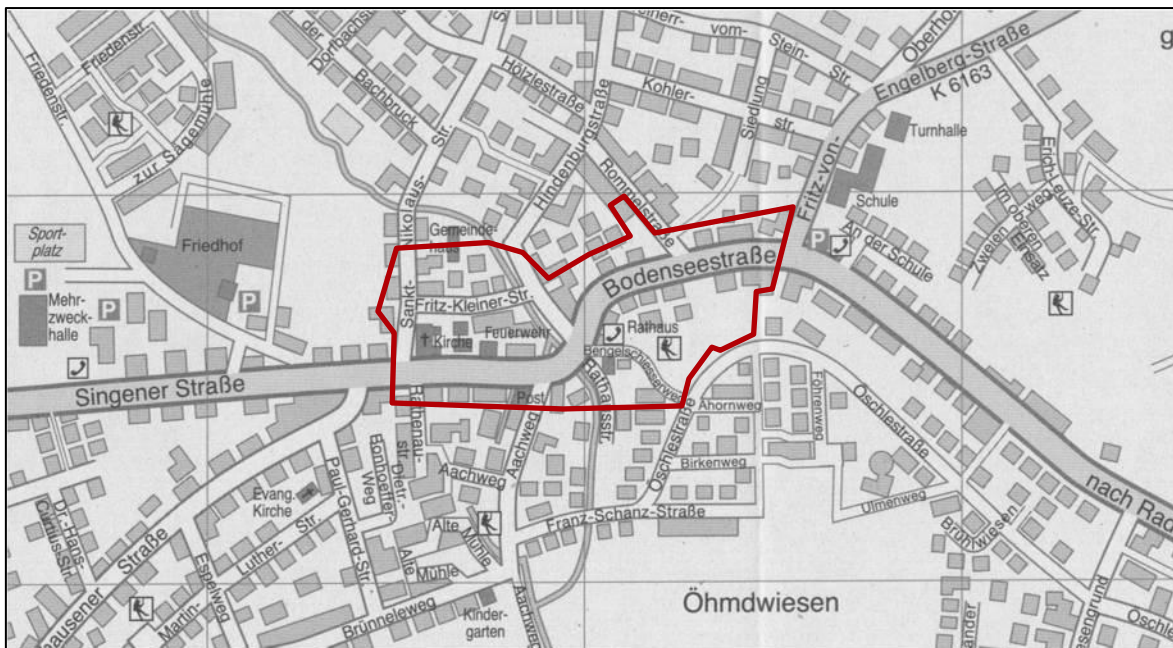
Abb. 17 Abgrenzungsempfehlung Nahversorgungsbereich „Böhringer Straße/Hörstraße“



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
Bearbeitung: CIMA 2014

Der Nahversorgungsbereich „Böhringer Straße/Hörstraße“ ist im Wesentlichen durch den Rewe-Markt und den Bio-Markt geprägt. Bei der Abgrenzung des Nahbereiches ergibt sich keine Veränderung gegenüber der Einzelhandelskonzeption 2009.

Abb. 18 Abgrenzung Nahversorgungsbereich „Böhringen“



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
Bearbeitung: CIMA 2014

Eine Abgrenzung des Nahversorgungsbereiches „Böhringen“ wurde gegenüber der Einzelhandelskonzeption von 2009 leicht modifiziert. Die Bereiche „Umfeld Rathaus“ und „Umfeld Fritz-Kleiner-Str.“ wurden in den Nahversorgungsbereich einbezogen. In diesen Bereichen werden nach Angaben der Stadtverwaltung die Möglichkeiten zur Ansiedlung von Nahversorgungsmärkten geprüft.

Abb. 19 Abgrenzung Nahversorgungsbereich „Markelfingen“



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
Bearbeitung: CIMA 2014

Der Nahversorgungsbereich „Markelfingen“ wurde gegenüber der Einzelhandelskonzeption 2009 leicht modifiziert, da der Schlecker-Markt und ein Blumenladen in der Radolfzeller Straße weggefallen sind. In der aktuellen Abgrenzung des Nahversorgungsbereiches sind der Landmarkt Bausch und ein Bäckereibetrieb enthalten.

Ergänzungsstandorte

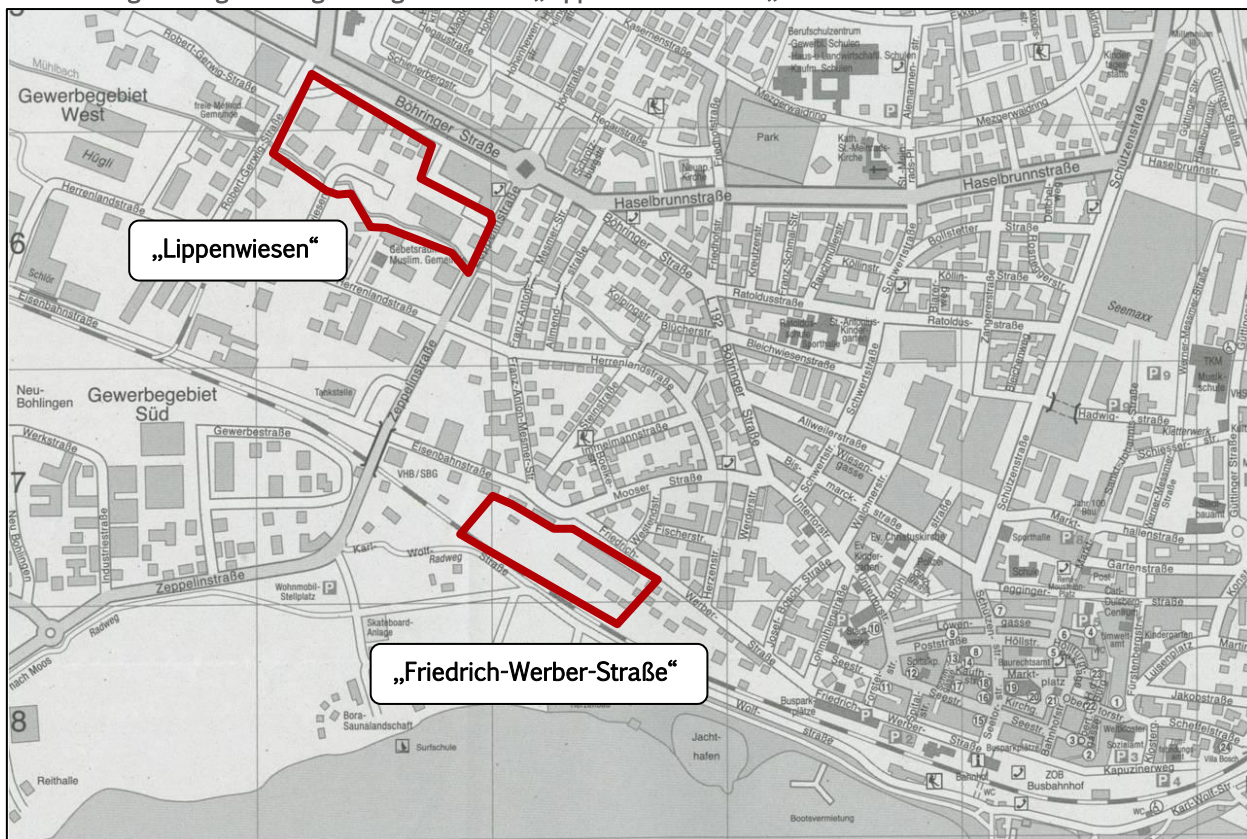
Neben der Einkaufsinnenstadt und den Stätteilzentren/Nahversorgungslagen wurden in der Einzelhandelskonzeption 2009 sog. Ergänzungsstandorte ausgewiesen.

Hierbei handelte es sich um den Bereich **Lippenwiesen**, an dem mit den Lebensmittelmärkten der Fa. Lidl und Fa. Norma auch nahversorgungsrelevante Anbieter ansässig sind. Der Standortbereich Lippenwiesen verfügt bereits heute über eine wichtige Versorgungsfunktion in der Gesamtstadt Radolfzell und übernimmt auch eine Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohngebiete. Für bestandsorientierte Erweiterungsmaßnahmen ist in diesem Standortbereich Entwicklungsspielraum vorhanden. Die geplante Erweiterung des Lebensmittelmarktes der Fa. Lidl wurde in einer Einzelfallprüfung hinsichtlich der raumordnerischen und städtebaulichen Verträglichkeit überprüft.

Neben dem Handelsstandort „Lippenwiesen“ wurde die Standortlage **„Friedrich-Werber-Straße“** (aurelis-Linse West) im Einzelhandelskonzept 2009 als weiterer Ergänzungsstandort ausgewiesen. Im Rahmen der Neuordnung des Bahnareals wurde eine Erweiterung des ZG Raiffeisen Marktes und eine Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Marktes als nahversorgungsrelevanter Anbieter vorgenommen.

Die in der Einzelhandelskonzeption 2009 vorgenommene Abgrenzung der Standortbereiche als „Ergänzungsstandorte“ besitzt weiterhin Ihre Gültigkeit und gibt keinen Anlass für eine Neuabgrenzung.

Abb. 20 Abgrenzung der Ergänzungsstandorte „Lippenwiesen“ und „Friedrich-Werber-Straße“



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
Bearbeitung CIMA

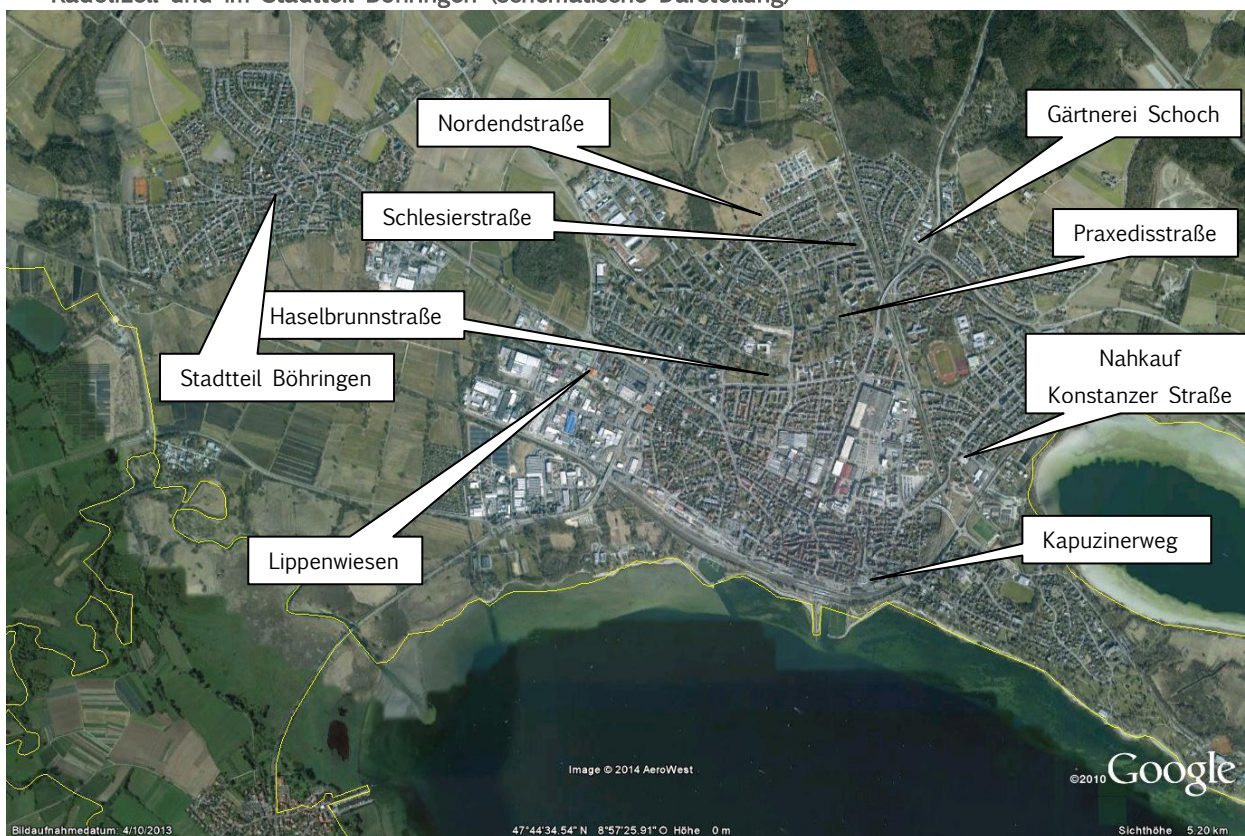
9 Untersuchte Standorte für Lebensmittelmarktnutzungen

Vor dem Hintergrund absehbarer Veränderungen im Nahversorgungsangebot in der Stadt Radolfzell (z.B. Schließung des Netto-Marktes), der „Versorgungslücke“ im nördlichen Kernstadtgebiet sowie diverser Anfragen zur Ansiedlung von Lebensmittelmärkten, wurden von der CIMA in den Jahren 2013 und 2014 bereits Standortalternativen zur Ansiedlung von Lebensmittelmärkten geprüft.

Die Prüfung der Standorte erfolgte nach städtebaulichen sowie handels- und grundstücksbezogenen Kriterien. Es ist darauf hinzuweisen, dass die vorgenommenen Bewertungen keinen Ersatz für ggf. erforderliche vorhabenbezogene Verträglichkeitsuntersuchungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO darstellen.

In der nachfolgenden Übersichtskarte sind nochmals die seit dem Jahr 2013 von der CIMA geprüften Standorte dargestellt. Einige Standorte stehen aus verschiedenen Gründen mittlerweile nicht mehr als Alternative für eine Lebensmittelmarktnutzung zur Disposition.

Abb. 21 Räumliche Verteilung der untersuchten Standorte für Lebensmittelmarktnutzungen in der Kernstadt Radolfzell und im Stadtteil Böhringen (schematische Darstellung)



Quelle: Google Earth Pro; Bearbeitung: CIMA 2014

Nachfolgend werden alle Standorte, welche in den Jahren 2013 und 2014 in Form von Kurzchecks geprüft wurden, dargestellt. Der Vollständigkeit halber werden auch die Standorte aufgeführt, welche nicht mehr zur Disposition stehen bzw. verworfen wurden.

1 Haselbrunnstraße (Umfeld St. Meinradskirche)

Die Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Umfeld der St. Meinradskirche wurde als Ersatzstandort für den wegfallenden Netto-Markt an der Bismarckstraße geprüft.

Der Standort wurde aufgrund der relativ hohen Bevölkerungsdichte im näheren Standortumfeld und der hohen Verkehrsgunst positiv beurteilt. Kritisch wurde allerdings die Grundstücksgröße am Planstandort beurteilt. Eine wesentliche Aufwertung der Nahversorgungsqualität in der Nordstadt hätte ebenfalls nicht stattgefunden.

Für den Standort ist eine anderweitige Nutzung vorgesehen. Der Standort steht damit für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes **nicht** mehr zur Verfügung.

2 Schlesierstraße

Standortlage

Neuplanung und Erweiterung des bestehenden Frischemarktes Schnee (max. ca. 780 qm Geschossfläche möglich; entspricht 600 qm bis 650 qm Verkaufsfläche)

Einwohnerpotential im Nahbereich

In der kleinräumigen Abgrenzung um den Planstandort leben nach der statistischen Auswertung der Stadtverwaltung Radolfzell innerhalb des 500 m Radius ca. 4.300 Einwohner (2.774 Haushalte). Mit der Aufsiedlung der Wohngebiete nördlich der Nordendstraße geht eine positive Einwohnerentwicklung im Nahbereich des Standortes einher.

Handelsbezogene Eignung

Positive Standortfaktoren

- Eingeführter Nahversorgungsstandort mit hohem Anteil Stammkundschaft
- Positive Kaufkraftpotentialentwicklung durch Wohnbebauung im Bereich der Nordendstraße

Negative Standortfaktoren

- Aufgrund Lage abseits der Hauptverkehrsachsen sind kaum zusätzlichen Kundenanteile von außerhalb des Nahbereiches erschließbar
- Auch nach Erweiterung des Betriebes (max. 650 qm VK möglich) ist nach der „reinen Lehre“ eine kritische Verkaufsflächengröße und damit eine Wettbewerbsanfälligkeit vorhanden

Stadtentwicklungsbezogene Eignung als Nahversorgungsstandort

Positive Standortfaktoren

- Bereits heute wichtige Nahversorgungsfunktion (auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen) für die umliegenden Wohngebiete
- Für die Altbohl-Siedlung wie auch für die Neubaugebiete an der Nordendstraße wird eine wohennahe Versorgungsfunktion übernommen

Negative Standortfaktoren

- Aufgrund der begrenzten Verkaufsflächengröße ist Vollsortiment mit großzügiger Warenpräsentation nur bedingt darstellbar

Fazit

Aufgrund der nur durchschnittlichen Lagequalität für einen Lebensmittelmarkt (Lage abseits der Hauptverkehrsachsen; Begrenzung der möglichen Verkaufsflächengröße) ist auch im Falle einer Erweiterung des Marktes eine Wettbewerbsanfälligkeit vorhanden.

Für die Sicherung der wohnnahen Versorgung der Bevölkerung in der Nordstadt (inkl. Altbohl) würde der erweiterte und modernisierte Frischemarkt Schnee als eingeführter Nahversorgungsstandort eine hohe Bedeutung besitzen.

3 Nordendstraße

Die Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes am geplanten Quartiersplatz an der Nordendstraße in Nachbarschaft zu Grundschule und Kindergarten wurde geprüft.

Der Standort wurde aufgrund der Lage und der zu erwartenden Nutzungskonflikte mit den Nachbarnutzungen (inkl. Verkehrsbelastung) nicht weiter verfolgt. Der Standort steht damit für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes **nicht** mehr zur Verfügung.

4 Praxedisstraße

Der Standort wurde aufgrund der relativ hohen Bevölkerungsdichte im Standortumfeld und der städtebaulich integrierten Lage positiv beurteilt. Deutlich kritisch wurde allerdings die handelsbezogene Lagequalität (inkl. Erreichbarkeit für PKW-Kunden) beurteilt.

Der Standort wurde verworfen und steht damit für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes **nicht** mehr zur Verfügung. An dem Standort ist nun Wohnbebauung vorgesehen.

5 Gärtnerei Schoch

Da dieser Standort nach Informationen der Stadtverwaltung eine hohe Aktualität besitzt, erfolgt eine umfassendere Würdigung der Standortlage.

Standort

- Lage am Kreisel zwischen der L220 und der Stockacher Straße
- Areal wird gegenwärtig durch die Gärtnerei Schoch belegt
- Grundstücksgröße ca. 5.500 qm

Einwohnerpotential im Nahbereich

Innerhalb des 500 m Radius um den Planstandort leben nach der statistischen Auswertung der Stadtverwaltung Radolfzell ca. 3.300 Einwohner. Der westlich angrenzende Siedlungsbereich (Bereich Schlesierstraße) ist allerdings durch den Verlauf der Bahnstrecke funktional abgetrennt (Hinweis auf Barrierewirkung durch Bahnlinie; Anbindung nur durch die Fußgängerunterführung).

Handelsbezogene Eignung

Positive Standortfaktoren

- Sehr hohe Verkehrsgunst aufgrund der Lage an der L220 und der K6170
- Durch die Lage am Kreisel ist eine problemlose Zufahrt zum Schoch-Areal gewährleistet
- Sehr gute Einsehbarkeit von den Hauptverkehrsachsen L220 und K6170
- Die Grundstücksgröße ist für Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mindestens 800 qm VK ausreichend

Negative Standortfaktoren

- Keine

Stadtentwicklungsbezogene Eignung als Nahversorgungsstandort

Positive Standortfaktoren

- Für die Stadtbereiche „Altbohl-Siedlung“, „Stürzkreuz“ sowie „Otto-Blesch-Straße“ wird eine unmittelbare Nahversorgungsfunktion (im Sinne einer fußläufigen Erreichbarkeit) übernommen (Aufwertung der Nahversorgungssituation)
- Städtebauliche Zielkonflikte (z.B. Beeinträchtigung der Wohnqualität durch Kunden- und Lieferverkehr) können aufgrund der Mikrostandortlage ausgeschlossen werden

Negative Standortfaktoren

- Der westlich angrenzende Stadtbereich „Schlesier Straße“ ist aufgrund der Barrierewirkung der Bahnlinie hinsichtlich der kleinräumigen Erreichbarkeit etwas „abgehängt“, wobei mit dem Frischemarkt Schnee ein wohnnaher Versorgungsstandort für diesen Stadtbereich vorhanden ist

Fazit Standortfaktoren

Unter handelsbezogenen Aspekten ist das Areal der Gärtnerei Schoch für eine Lebensmittelmarktnutzung uneingeschränkt positiv zu beurteilen. Am Standortareal, welches auch für PKW-Kunden (inkl. Berufspendler) eine hohe Attraktivität besitzt, ist ein über den 500m-Radius hinausgehendes Einzugsgebiet erschließbar. Für die Stadtbereiche „Altbohl-Siedlung“, „Stürzkreut“ sowie „Otto-Blesch-Straße“ wird eine Aufwertung der Nahversorgungssituation (im Sinne einer fußläufigen Erreichbarkeit) erfolgen.

Aufgrund der hohen Verkehrsgunst kann von einem langfristig wettbewerbsfähigen Standort ausgegangen werden, welcher auch gegenüber möglichen künftigen Veränderungen im Wettbewerbsumfeld als stabil einzustufen ist.

Aussagen zum standortgerechten Betriebstyp im Lebensmitteleinzelhandel

Als langfristig wettbewerbsfähige Betriebstypen zur Sicherung der Lebensmittelnaheversorgung kommen in erster Linie die Betriebsformen Lebensmitteldiscountmarkt (Mindestgröße 800 qm VK) bzw. Lebensmittelvollsortimenter (Mindestgröße 1.200 qm VK) in Frage.

Zu betonen ist, dass die Grenzen zwischen den einzelnen Betriebsformen zunehmend fließend sind. So zeichnen sich Lebensmitteldiscountmärkte mittlerweile durch einen relativ hohen Anteil an Frischewaren (Obst, Gemüse, Backwaren, usw.) aus. Weiterhin werden, in Abhängigkeit von der Betreiberfirma, in unterschiedlichen Umfang auch Markenartikel angeboten. Umgekehrt wird durch die Lebensmittelvollsortimenter mit Eigenmarkenartikeln zunehmend ein preisorientiertes Angebot abgedeckt.

Für den Standort am Areal der Fa. Schoch ist aufgrund der Grundstücksgröße und der Lagequalität der Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt in einer sog. „Hybridform“ (sog. „Softdiscounter“ mit hohem Markenartikelanteil) zu empfehlen.

Um den vorrangigen Charakter als Nahversorgungsstandort für die Nordstadt zu gewährleisten, sollte eine Verkaufsfläche bei 800 bis max. 1.000 qm VK liegen. Aufgrund der hohen Verkehrsgunst ist der Standort als PKW-kundenorientierter Nahversorgungsstandort einzustufen. Als nach-

frageorientiertes Stellplatzangebot ist eine Größenordnung von 80 Stellplätzen als Orientierungsgröße anzusetzen.

Der Betriebstyp Lebensmittelvollsortimenter ist aufgrund der höheren betriebsbezogenen Kostenblöcke (z.B. höhere Personalkosten durch Bedientheken) auf weitläufigere Einzugsgebiete angewiesen. Um das Entwicklungspotential zur Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters an anderen Standorten im Stadtgebiet von Radolfzell nicht einzuschränken (z.B. am Standort Kapuzinerweg in der Innenstadt von Radolfzell), ist der Betriebstyp „Lebensmittelvollsortimenter“ an diesem Standort **nicht** zu favorisieren.

Mögliche Betroffenheit von bestehenden Nahversorgungsstandorten in der Stadt Radolfzell

Hinsichtlich der möglichen Betroffenheit von bestehenden Nahversorgungslagen kann von Seiten der CIMA folgende Einschätzung abgegeben werden (kein Ersatz für eine Markt- und Auswirkungsanalyse im Sinne von § 11 Abs.3 BauNVO), wobei bei der Beurteilung vom Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt am Schoch-Areal ausgegangen wird:

- Für die Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen Güttingen, Möggingen, Liggeringen und Stahringen sind keine bzw. nur marginale Auswirkungen zu erwarten. Für diese Stadtteile besitzt insbesondere der Netto-Markt in Güttingen eine stadtteilübergreifende Versorgungsfunktion.
- Für den Stadtteil Markelfingen kann aufgrund der Entfernung zum Planareal sowie der vergleichbaren Erreichbarkeit von weiteren Lebensmittelmarktstandorten im Kernstadtgebiet Radolfzell ebenfalls nur von einer marginalen Betroffenheit ausgegangen werden.
- Für den Nahversorgungsbereich an der Konstanzer Straße kann von einer Überschneidung der Einzugsgebiete und damit einer gewissen Betroffenheit ausgegangen werden. Aufgrund der bereits vorhandenen Überschneidung des Einzugsgebietes z. B. durch den Standort der Fa. Kaufland an der Markthallenstraße werden sich die neu auftretenden möglichen Auswirkungen allerdings in einem überschaubaren Rahmen halten.
- Für den Nahversorgungsbereich an der Schlesier Straße kann die stärkste Betroffenheit angenommen werden. Auch wenn durch die Barrierewirkung der Bahnlinie eine räumliche Zäsur zum Planstandort am Schoch-Areal vorhanden ist, ergeben sich doch unmittelbare Überschneidungen der Einzugsgebiete (z.B. für den Stadtbereich Altbohl). Auf die insgesamt vorhandene Wettbewerbsanfälligkeit des Nahversorgungsbereiches an der Schlesier Straße (unabhängig von einer Entwicklung am Schoch-Areal) ist hinzuweisen.

Zum Erhalt der Entwicklungspotentiale für weitere Nahversorgungslagen sowie zur Vermeidung negativer Auswirkungen auf die Einkaufsinnenstadt (inkl. Entwicklungsfläche Kapuzinerweg) sollte eine Beschränkung auf eine Lebensmittelmarktnutzung (Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt) stattfinden. Eine zusätzliche Ansiedlung von weiteren Nonfood-Fachmärkten (z.B. Drogeriemarkt) sollte **nicht** stattfinden.

6 Quartier Kapuzinerweg

Auf die Entwicklungspotentiale für das Quartier Kapuzinerweg wurde bereits in Kapitel 7 eingegangen.

Da der Standort Kapuzinerweg etwas abgesetzt von den innerstädtischen Geschäftslagen ist, sind für den Fall, dass dieses Areal als Einzelhandelsstandort gezielt entwickelt werden soll, Kundenmagnetbetriebe als Frequenzerzeuger zwingend erforderlich.

Unter dem Aspekt der Nahversorgung kann die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (z.B. Vollsortimenter in einer Größenordnung von 1.200 bis 1.500 qm VK) als vertretbar eingestuft werden (auch im Sinne einer Ersatzfunktion für den Frischemarkt Zimber). Ferner ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes (Größenordnung 500 bis 800 qm VK) an dem Standort (ggf. auch als innerstädtischer Verlagerungsstandort) möglich.

In Abhängigkeit vom Konkretisierungsgrad der Planungen für das Quartier Kapuzinerweg ist eine detaillierte Untersuchung zu möglichen Auswirkungen auf bestehende Nahversorgungsstandorte erforderlich.

7 Lippenwiesen

Mit der geplanten Neugestaltung des Fachmarktzentrum im Bereich Lippenwiesen ist eine bestandsorientierte Erweiterung des Lebensmittelmarktes der Fa. Lidl und des Fristo Getränkemarktes vorgesehen.

Die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit des Vorhabens wurde von der CIMA in einer gesonderten Untersuchung auf Basis der Prüfkriterien im § 11 Abs. 3 BauNVO geprüft. Als bestandsorientierte Erweiterungsmaßnahme mit einer moderaten Verkaufsflächenerweiterung kann das Vorhaben als städtebaulich und raumordnerisch verträglich eingestuft werden.

8 Nahkauf Konstanzer Straße

Mit einer Verkaufsfläche von ca. 500 qm VK ist der Lebensmittelmarkt mittelweile als „Kleinfläche“ einzustufen. Eine Verkaufsflächenerweiterung würde in erster Linie zum Erhalt der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit dienen. Negative Auswirkungen auf die weiteren Nahversorgungsstan-

dorte in Radolfzell sind im Falle einer branchenüblichen Verkaufsflächengröße (800 qm bis 1.000 qm VK als Orientierungswert) nicht zu erwarten.

9 Stadtteil Böhringen

Der Stadtteil Böhringen verfügt mit ca. 4.200 Einwohnern über ein Bevölkerungs- und Kaufkraftpotential, ab dem die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes unter dem Aspekt der wirtschaftlichen Tragfähigkeit grundsätzlich möglich ist.

Für den Fall, dass ein geeigneter und idealtypisch städtebaulich integrierter Standort aufbereitet werden kann, ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes positiv zu bewerten. Der Nachweis der Verträglichkeit für die Ortskernentwicklung ist im Falle einer Konkretisierung der Anfragen zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes über eine Einzelfallprüfung zu erbringen.

10 Anhang

10.1 Bestimmung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Die Kaufkraft bezeichnet diejenigen Geldmittel, die für den Konsum zur Verfügung stehen, also die Nettoeinkommen abzüglich der Kosten für Miete, Reisen und andere Konsumzwecke (Dienstleistungen etc.) sowie der Spareinlagen. Grundlage für die Kaufkraftberechnungen im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen zahlreiche statistische Materialien (z.B. Statistisches Bundesamt) sowie umfangreiche Erfahrungswerte aus CIMA-Erhebungen und -Befragungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen vor.

Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, so dass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht.

Statistisch gesehen steht jeder Person, vom Baby bis zum Greis, pro Jahr ein Betrag in Höhe von 5.668,- € für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung. Davon entfallen gut 50 % auf Güter des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Arzneien, Drogerieartikel, Zeitschriften, Blumen etc.), ca. 20 % auf mittelfristig nachgefragte Waren (Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Bücher, Schreibwaren, Spielwaren etc.) und knapp 30 % auf Ausgaben für Güter des langfristigen Bedarfs (Möbel, Hausrat, Elektrogeräte, Uhren, Optik, Fahrräder etc.).

Tab. 11 Verbrauchsausgaben in Deutschland

Bedarfsbereiche	Pro- Kopf- Ausgaben €/ EW. p.a.	Anteil in %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.970	52,4 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.083	19,1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	1.615	28,5 %
insgesamt	5.668	100,0 %

Quelle: CIMA GmbH

Die Bedarfsbereiche setzen sich aus folgenden Einzelbranchen zusammen:

- **Kurzfristiger Bedarf:**

Lebensmittel, Reformwaren, Apotheken, Drogerien, Parfümerien, Blumen, Zeitschriften

- **Mittelfristiger Bedarfsbereich:**

Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung, Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Sportartikel, Schuhe, Sanitärwaren, Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Zoobedarf

- **Langfristiger Bedarfsbereich:**

Möbel, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Eisenwaren, Hausrat, Baumarktartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Farben, Lacke, Tapeten, Elektrogeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik, Uhren, Schmuck, Lederwaren, Musikinstrumente, Musikalien, Fahrräder, Autzubehör, Büromaschinen, Büroeinrichtung, PC, Gartenbedarf

Erhebungskriterien des bestehenden Einzelhandelsangebotes

Im Rahmen der Untersuchung wurde in der Stadt Radolfzell im November 2014 eine Aktualisierung der Bestandsaufnahme aller relevanten Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann.

Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Branche
- Betriebstyp
- Verkaufsfläche

10.2 Begriffsdefinitionen

Einzugsgebiet

Bedeutung:

Die Größe des Einzugsgebiets eines Ortes bestimmt zu einem wesentlichen Anteil die Höhe seines bindungsfähigen Umsatzpotentials.

Berechnung und Abgrenzung:

Einflussgrößen zur Bestimmung des Einzugsgebiets sind v.a.

- die Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zu den zentralen Einkaufsorten in der Region;

- die Marktpotentiale der Gemeinden des potentiellen Einzugsgebiets;
- die Attraktivitätsgrade der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die unterschiedliche Distanzempfindlichkeit und Ausgabebereitschaft für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.
- Die Abgrenzung erfolgt i.d.R. nach Bedarfsbereichen für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bereichs. Zum Einzugsgebiet zählen alle Gemeinden, aus denen mindestens 10 % der verfügbaren Kaufkraft in den Untersuchungsort fließen. Dabei ist zu beachten, dass v.a. in Verdichtungsräumen eine unter 10 % liegende Kaufkraftbindung in €-Werten einen erheblichen Umfang erreichen kann.

Kaufkraft (nominal/ real)

Bedeutung:

Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Die reale Kaufkraft berücksichtigt das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/ Gehältern und Lebenshaltungskosten. Eine neue Untersuchung von MB Research, Nürnberg, belegt dabei deutliche Unterschiede.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

Bedeutung:

Die KKZ bezeichnet die Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (unabhängig von der Größe der Gemeinde).

Berechnung:

Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen.

Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Angenommen dieser Bundesdurchschnitt läge bei 10.226 €, so würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 11.248 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 9.203 entsprechend die KKZ 90,0.

Marktpotential

Bedeutung:

Das Marktpotential bezeichnet den Umsatzumfang eines Ortes auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

Berechnung:

Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in der BRD, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes.

Umsatzkennziffer (UKZ)

Bedeutung:

Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!).

Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

Berechnungsbasis:

Berechnungsbasis ist der (von MB Research jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/ Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/ Metzger). Wie bei der KKZ wird der ortspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, so fließt Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Non-Food-Sortimente von Lebensmittelmärkten (nach EHI, EuroHandelsinstitut GmbH, Köln, 2007)

Non-Food I:

Wasch-, Putz-, und Reinigungsmittel, Schuh-, Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandstoffe, Haar-, Haut-, Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung/ Tierpflegeartikel

Non-Food II:

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-, Garten- und Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte- und artikel, Elektrogroßgeräte, Schmuck, Foto, Uhren, Brillen, Spielwaren, Papier-, Büro- und Schreibwaren, Bücher Zeitungen, Zeitschriften, EDV, Kommunikation, Do-it-Yourself-Artikel (Baumarktartikel), Eisenwaren, Farben, Lacke, Autozubehör, Fahrradzubehör, Blumen, Pflanzen, Samen, Düngemittel, Insektizide, Sonstiges, wie Möbel und Sanitärbedarf.

Wir unterscheiden zwischen folgenden Einzelhandels-Betriebstypen:

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice (Als Filialisten sind z.B. Benetton oder Fielmann zu nennen).

Fachmarkt

Meist großflächiges Non-Food-Fachgeschäft (Ausnahme: Getränkemärkte) mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, oft knappe Personalbesetzung (z.B. Obi, Vögele, Media-Markt, Deichmann, ARO-Teppichwelt). Fachmarktzentren vereinen zahlreiche unterschiedliche Fachmarktkonzeptionen unter einem Dach oder auch in offener Bauweise.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund zentraler Planung.

Supermarkt

Ca. 400 bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 qm

Verkaufsfläche bereits höherer Non-Food-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 % (z.B. Edeka, Rewe).

Lebensmitteldiscounter

Meist Betriebsgrößen bis 800 qm Verkaufsfläche, mittlerweile auch darüber, ausgewähltes spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen, preisaggressiv (u.a. Aldi, Lidl etc.).

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food Abteilungen (Gebrauchsgüter), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 - 60 % (Kaufland).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen: Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 60 - 75 %. Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen (Globus, real).

Warenhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 qm, in zentraler Lage, meist mit Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment, hier überwiegend Vorwahlsystem und Bedienung (Karstadt, Kaufhof).

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 1.000 qm, in zentraler Lage, breites, tiefes Non-Food-Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, oft Textil (C&A, H&M).

10.3 Bewährte Nahversorgungskonzepte in Baden-Württemberg

Im Folgenden werden tabellarisch einige in Baden-Württemberg bereits erfolgreich realisierte kleinflächige Nahversorgungskonzepte des stationären Einzelhandels aufgeführt, die eine Alternative zum filialisierten Lebensmittelhandel darstellen.

Tab. 12 Bewährte Nahversorgungskonzepte in Baden-Württemberg (stationärer Einzelhandel)

Konzept	Standortkriterien	Besonderheiten
IK – Ihr Kaufmann Anbieter: Okle GmbH; Frey & Kissel GmbH & Co. KG Markant – Nah & Frisch, Anbieter: Utz GmbH Co. KG, LHG GmbH & Co. KG	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einwohnerzahl IK: ab 1.200 + Einzugsgebiet, Markant ab 3.000 Einwohner ▪ Verkaufsfläche: IK 100-300 qm, Markant 300-600 qm ▪ Bevorzugt bereits gewerblich geprägte Standorte ▪ Lage im Ortskern/Stadtteil ▪ Gute Erreichbarkeit ▪ Stellplätze am Standort 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beide Konzepte werden von selbstständigen Kaufleuten geführt ▪ Schwerpunkt auf dem Warenbereich Frische ▪ Kundenbindung durch persönliche Atmosphäre ▪ Oft in Kombination mit weiteren Service- und Dienstleistungen
Um's Eck Anbieter: UTZ GmbH & Co. KG, LHG GmbH & Co. KG	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Über 1.000 Einwohner ▪ 80 – 200 qm Verkaufsfläche ▪ Kein Mitbewerber am Ort ▪ Mietkonditionen unter 2,5 % des Umsatzes ▪ Belebung von leerstehenden Flächen ▪ Zentrale Lage im Stadtteil/Ortskern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durch selbstständige Kaufleute oder als Integrationsmarkt möglich ▪ Auch als Ergänzung zum Lebensmittelhandwerk möglich ▪ 4.000 – 5.000 Artikel, vorwiegend Frischwaren, regionale Ausrichtung - einheimische Produkte
Lebensmittelhandwerk mit erweitertem Angebot Ansprechpartner für die Kommune: lokale Lebensmittelhandwerksbetriebe	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identisch mit den Anforderungen der bereits genannten kleinflächigen Lebensmittelbetriebe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Basis der Betriebe sind die hochwertigen Handwerksprodukte, die in der Regel mehrmals in der Woche nachgefragt werden und für Frequenz sorgen ▪ Zweites Standbein durch Sortimentserweiterung ▪ Ergänzende Dienstleistungen

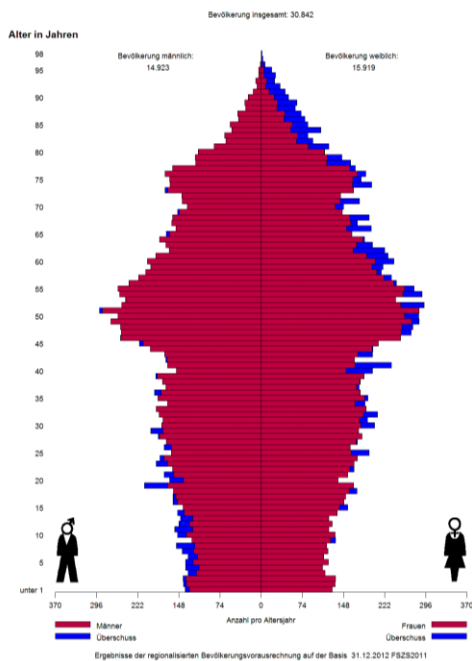
<p>Dorfläden Ansprechpartner: Betreiber der ca. 70 Dorfläden in Baden-Württemberg</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hohes bürgerschaftliches Engagement nötig ▪ Starker Einbezug des Ehrenamtes ▪ Günstig zu mietendes Ladenlokal im Handlungsraum ▪ Einzugsgebiet i.d.R. nicht ausreichend für selbstständigen Kaufmann ▪ Verkaufsfläche 50-150 qm 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vollsortiment, nicht selten mit Frischetheke ▪ Ca. 3.000 Artikel ▪ Ergänzende Service- und Dienstleistungen ▪ Kann als GbR ohne festes Kapital oder Mindesteinlage gegründet werden ▪ Weitere Rechtsformen wie GmbH möglich, Kommune kann sich als Gesellschafter einbringen
<p>Genossenschaftsläden Ansprechpartner: Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband BWGV</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ bis zu 150 qm Verkaufsfläche ▪ basiert auf bürgerschaftlichem Engagement, Gründung einer Genossenschaft durch die Bewohner notwendig ▪ für einen wirtschaftlichen Betrieb mind. 100 Mitglieder erforderlich ▪ Mitglieder zeichnen Geschäftsanteile zwischen 50 und 200 € 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vollsortiment bietet den Grundbedarf an Lebensmitteln ▪ Hoher Frischeanteil ▪ Hohe Kundenbindung, da viele Kunden gleichzeitig als Mitglied auch Eigentümer sind ▪ Förderung durch das Wirtschaftsministerium möglich
<p>Integrationsmärkte Ansprechpartner: Bonus, CAP</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ i. d. R. Mindestverkaufsfläche von ca. 300 qm ▪ Mind. 2.000 Einwohner im Einzugsbereich ▪ Wirtschaftlichkeit für die Privatwirtschaft nicht garantiert und somit an Standorten, die für die Privatwirtschaft nicht mehr attraktiv sind, möglich ▪ Personalkosten müssen zu einem gewissen Teil von der Agentur für Arbeit, bzw. von sozialen Trägern übernommen werden ▪ Lage im Stadtteilzentrum bzw. Ortskern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neben der Nahversorgung auch die Beschäftigung von Behinderten oder die Qualifizierung von Langzeitarbeitslosen gleichberechtigte Zielsetzung ▪ Lebensmittelvollsortiment von bis zu 10.000 Artikeln

Quelle: Der Nahversorgung eine Chance – Bewährte Konzepte aus Baden-Württemberg, Handelsverband Baden-Württemberg e.V.; Bearbeitung: CIMA 2014

10.4 Demografische Entwicklung, Bevölkerungspyramiden

Voraussichtliche Entwicklung der Bevölkerung nach Altersjahren

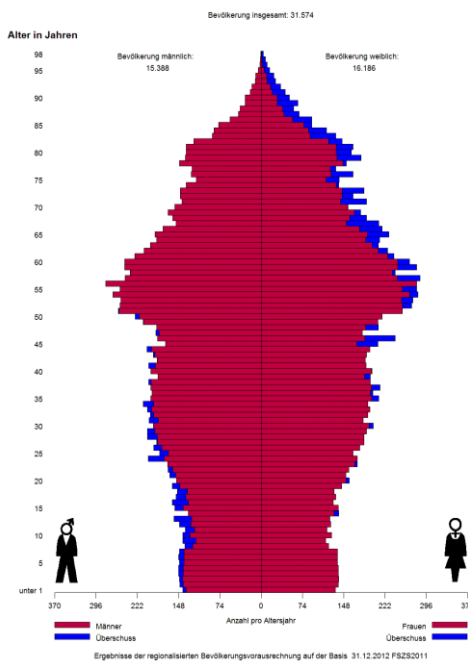
in Radolfzell am Bodensee, Stadt
2015



© Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2014
Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet

Voraussichtliche Entwicklung der Bevölkerung nach Altersjahren

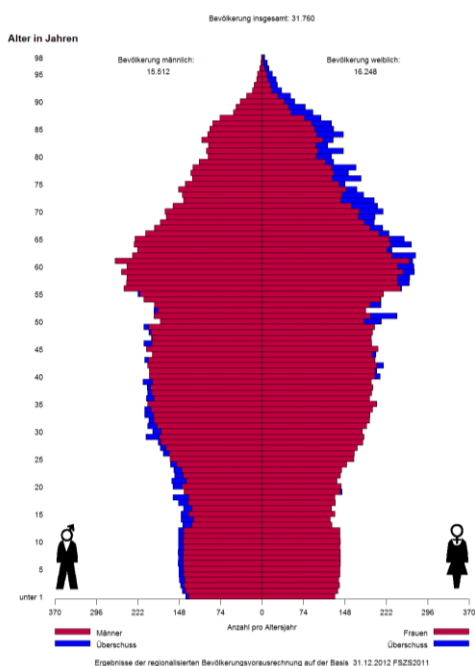
in Radolfzell am Bodensee, Stadt
2020



© Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2014
Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet

Voraussichtliche Entwicklung der Bevölkerung nach Altersjahren

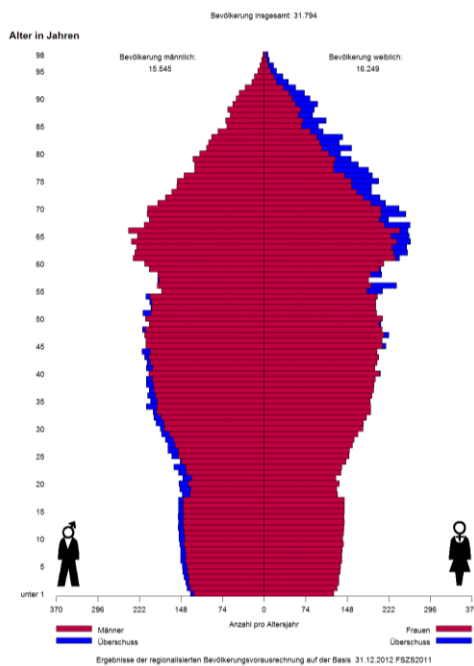
in Radolfzell am Bodensee, Stadt
2025



© Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2014
Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet

Voraussichtliche Entwicklung der Bevölkerung nach Altersjahren

in Radolfzell am Bodensee, Stadt
2030



© Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2014
Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet