

Fortschreibung der Auswirkungsanalyse

für ein geplantes Einkaufszentrum in Singen / Hohentwiel

für die
Stadt Singen / Hohentwiel
Hohgarten 2
78224 Singen / Hohentwiel

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail schulte@bbe.de, lehnerdt@bbe.de

© BBE Handelsberatung 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. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im Mai 2015

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	4
1.1	4
1.2	5
2	6
3	12
4	16
4.1	16
4.2	20
5	22
5.1	22
5.2	27
6	29
6.1	30
6.1.1	31
6.1.2	33
6.2	36
6.3	39
6.3.1	39
6.3.2	40
6.3.3	42
7	47
7.1	48
7.2	50
7.3	58
7.3.1	60
7.3.2	69
7.3.3	73
7.4	74
7.5	79
7.5.1	79
7.5.2	79
7.5.3	82
7.5.4	82
8	83
Anhang	85

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Definition der zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Singen	10
Abbildung 2: Prüfraumen und Sortimentsstruktur des Planvorhabens	13
Abbildung 3: Lageskizze des geplanten Einkaufszentrums in Singen	15
Abbildung 4: Lage der Stadt Singen und zentralörtliche Gliederung	16
Abbildung 5: Einwohnerzahlen der Stadt Singen nach Stadtteilen	17
Abbildung 6: Einzelhandelszentralität	19
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	20
Abbildung 8: Mikrostandort	21
Abbildung 9: Einzugsgebiet des Planvorhabens	26
Abbildung 10: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	28
Abbildung 11: Projektrelevantes Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Singen	32
Abbildung 12: Projektrelevantes Einzelhandelsangebot in Singen nach Standortbereichen und Sortimenten	35
Abbildung 13: Wettbewerbssituation in Zone II des Einzugsgebietes nach Lagen	37
Abbildung 14: GMA-Vorschlag zur modifizierten Zentrenstruktur in Konstanz	39
Abbildung 15: Einkaufsinnenstadt von Radolfzell	41
Abbildung 16: Zentraler Versorgungsbereich Stockach	43
Abbildung 17: Wettbewerbssituation in Zone III (ohne CH) des Einzugsgebietes nach Lagen	45
Abbildung 18: Umsatzprognose für die sortimentsbezogenen Unter- und Obergrenzen	50
Abbildung 19: Marktanteile bei Nahrungs- und Genussmitteln	51
Abbildung 20: Marktanteile bei Drogerie- und Parfümeriewaren	51
Abbildung 21: Marktanteile bei Bekleidung	52
Abbildung 22: Marktanteile bei Schuhen und Lederwaren	53
Abbildung 23: Marktanteile bei Sport- und Campingartikeln	53
Abbildung 24: Marktanteile bei Büchern, Zeitschriften sowie Papier-, Büro- und Schreibwaren	54
Abbildung 25: Marktanteile bei Spielwaren	54
Abbildung 26: Marktanteile bei Wohnaccessoires	55
Abbildung 27: Marktanteile bei Elektrowaren / Foto	56
Abbildung 28: Marktanteile bei Optik	56
Abbildung 29: Marktanteile bei Uhren und Schmuck	57
Abbildung 30: Umverteilungseffekte bei Nahrungs- und Genussmitteln (Obergrenze)	60
Abbildung 31: Umverteilungseffekte (Obergrenze)	64
Abbildung 32: Umverteilungseffekte bei Nahrungs- und Genussmitteln (Untergrenze)	69
Abbildung 33: Umverteilungseffekte (Untergrenze)	71
Abbildung 34: Abgleich der Sortimentsbezeichnungen	85

1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Stadt Singen / Hohentwiel ist ein innerstädtisches Einkaufszentrum in Planung. Das Projektareal liegt in der Singener Innenstadt unmittelbar am Bahnhofsvorplatz in einem Geviert, das von der Bahnhofstraße, der August-Ruf-Straße, der Hegaustraße und der Alpenstraße gebildet wird. Im Bereich der August-Ruf-Straße besteht eine unmittelbare Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich der Singener Innenstadt.

Das Einkaufszentrum soll über eine maximale Verkaufsfläche von 16.000 m² verfügen. Hinsichtlich der branchen- bzw. sortimentsbezogenen Verkaufsflächen liegen noch keine exakten Angaben vor.

Für das Vorhaben soll ein Bauleitplanverfahren eingeleitet werden. Aufgrund der Größenordnung des Vorhabens ist gemäß §1 Nr.19 RoV ein Raumordnungsverfahren beim Regierungspräsidium Freiburg notwendig. Im Rahmen dieser Verfahren ist eine städtebauliche und raumordnerische Auswirkungsanalyse zu erarbeiten, welche die Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) zu prüfen hat und bewerten soll, ob das Vorhaben mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung kompatibel ist. Weiterhin sind das Einzelhandelskonzept der Stadt Singen aus dem Jahr 2003 und die darin enthaltenen Vorgaben und Zielvorstellungen zu berücksichtigen.

Im Einzelnen sind im Rahmen der Auswirkungsanalyse folgende wesentliche Fragen zu beantworten:

- Wie ist der Standort des geplanten Einkaufszentrums vor dem Hintergrund der Standortstrukturen in Singen sowie der Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt städtebaulich zu bewerten?
- Welche Auswirkungen auf die Wettbewerbslandschaft in der Stadt Singen sowie auf andere Kommunen im Untersuchungsgebiet des geplanten Einkaufszentrums sind zu erwarten?
- Gehen mit der Ansiedlung des geplanten Einkaufszentrums städtebauliche Auswirkungen in Singen sowie in den Kommunen im Untersuchungsgebiet einher?
- Wie ist das Vorhaben im Rahmen der Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung zu bewerten?

Die BBE Handelsberatung hat im Auftrag der Stadt Singen / Hohentwiel bereits im Mai 2014 eine entsprechende Auswirkungsanalyse erarbeitet. Diese soll nun aktualisiert werden.

Die BBE Handelsberatung GmbH legt hiermit im Auftrag der Stadt Singen / Hohentwiel eine Fortschreibung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungsanalyse von Mai 2014 vor, die als Entscheidungsgrundlage in einem Bauleitplanverfahren und im Raumordnungsverfahren Verwendung finden kann.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Analyse erfolgt auf der Grundlage einer fundierten Erhebung der gegebenen Angebots- und Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsgebiet von März 2014. Das Untersuchungsgebiet umfasst die Mittelbereiche Singen, Stockach, Radolfzell und Konstanz. Diese Wettbewerbsdaten wurden im Rahmen einer erneuten Bestandserhebung im März 2015 aktualisiert. In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten.

Die Ergebnisse der Untersuchung basieren insbesondere auf folgenden Datengrundlagen:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes in Singen im März 2014 bzw. März 2015,
- Erhebung der untersuchungsrelevanten Wettbewerber im Untersuchungsgebiet im März 2014 bzw. März 2015,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Städte und Gemeinden, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. sortimentsbezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Untersuchung basiert in einem **ersten Arbeitsschritt** auf einer Markt- und Standortanalyse, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Bewertung der makro- und mikroräumlichen Standortsituation,
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum unter quantitativen und qualitativen Aspekten,
- Ermittlung des Einzugsgebietes des Planvorhabens und Berechnung des Nachfragevolumens.

In einem **zweiten Arbeitsschritt** erfolgt die Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen unter Berücksichtigung der Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO, der Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung und des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Singen 2003.

Ausdrücklich nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung sind möglicherweise im Rahmen des Einkaufszentrums entstehende Gastronomie- und / oder Dienstleistungsflächen.

2 Rechtliche und planerische Beurteilungsgrundlagen

Im Zusammenhang mit der Ansiedlung, Erweiterung und wesentlichen Änderung von großflächigen Handelsbetrieben sind sowohl im Baugesetzbuch (BauGB) bzw. der Baunutzungsverordnung (BauNVO) als auch in den landes- und regionalplanerischen Zielen zahlreiche rechtliche Regelungen bei der Beurteilung eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens zu berücksichtigen.

Mit Blick auf die Ansiedlung des Einkaufszentrums in Singen ist zunächst darauf hinzuweisen, dass für das Planvorhaben ein Bauleitplanverfahren eingeleitet werden soll. Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO ist ab einer Geschossfläche von 1.200 m² i. d. R. davon auszugehen, dass Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich, die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das äußere Landschaftsbild oder auf den Naturhaushalt entstehen können.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse werden mögliche Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsgebiet sowie auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Singen und in anderen Gemeinden näher untersucht.

Bei der Beurteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe / -vorhaben sind neben den Regelungen des BauGB und der BauNVO auch die landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen zu berücksichtigen. Auf der Ebene der Landes- und Regionalplanung sind im Hinblick auf das Planvorhaben sowohl die Ziele und Grundsätze der Landesplanung in Baden-Württemberg als auch die Ziele und Grundsätze der Regionalplanung in der Region Hochrhein-Bodensee einzubeziehen.

Der **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (LEP 2002)** enthält zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben folgende Ziele:

- | | | |
|------------------|---|---|
| Plansatz 3.3.7 | Z | <p>Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßobjekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterezentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder ■ diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterezentren zusammengewachsen sind. |
| | Z | <p>Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig.</p> |
| Plansatz 3.3.7.1 | Z | <p>Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich deren zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.</p> |

Plansatz 3.3.7.2 Z Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe, noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.

Der **Regionalplan Hochrhein-Bodensee** aus dem Jahre 2000 führt zu Einzelhandelsgroßprojekten aus:

2.6.4 Einzelhandelsgroßprojekte

N¹ Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und andere großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) müssen sich hinsichtlich ihrer Größe und des Warensortiments in das zentralörtliche System und die Verflechtungsbereiche einfügen; dabei sind die Funktionsfähigkeit der zentralörtlichen Versorgungskerne und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung am Zentralen Ort und im Einzugsbereich des Einzelhandelsgroßprojekts zu erhalten.

Einzelhandelsgroßprojekte sind städtebaulich in die Siedlungsgebiete der Zentralen Orts zu integrieren.

Einzelhandelsgroßprojekte können in den Zentralen Orten des Landesentwicklungsplanes und in den Unterzentren angesiedelt werden. Kleinzentren und Gemeinden ohne Zentralfunktion kommen als Standorte für solche Einzelhandelsgroßprojekte grundsätzlich nicht in Frage.

Hierbei handelt es sich lediglich um eine nachrichtliche Übernahme aus dem deutlich älteren Landesentwicklungsplan des Jahres 1983, der durch den aktuell gültigen Landesentwicklungsplan 2002 ersetzt wurde. Durch den Wegfall des LEP 1983 als Bezugsnorm ist die nachrichtliche Übernahme hinfällig geworden. Es wird deshalb zum Kongruenzgebot im Weiteren ausschließlich auf den LEP 2002 Bezug genommen.

„Der **Einzelhandelserlass für Baden-Württemberg** vom 21.02.2001 (GABl vom 30.03.2001, S. 290) enthält u. a folgende Aussagen zur raumordnungsrechtlichen Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten:

■ **Kongruenzgebot** (3.2.1):

Das Kongruenzgebot bedeutet zunächst, dass Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden dürfen. Dabei muss das Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der räumlich-funktionell zugeordneten Versorgungsaufgabe der jeweiligen Zentralitätsstufe entsprechen. Diese Begrenzung soll sicherstellen, dass der Zentrale Ort die ihm zugewiesene Aufgabe erfüllt.

¹ N = Nachrichtliche Übernahme

Gleichzeitig wird dadurch verhindert, dass ein Zentraler Ort durch die Aufgabenwahrnehmung außerhalb des ihm zugewiesenen räumlich-funktionellen Aufgabenbereichs die räumlich-strukturell bedeutsame Aufgabenwahrnehmung durch die anderen Zentralen Orte beeinträchtigt.

Die Ober- und Mittelzentren sind im LEP, die Unter- und Kleinzentren in den Regionalplänen verbindlich festgelegt.

Abweichend von der Regel kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion insbesondere in Betracht, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist.

Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form von Einzelhandelsgroßprojekten sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig. Insbesondere bei einer Geschossfläche von weniger als 5000 m² können auch Standorte in Mittelzentren in Betracht kommen.

Eine Verletzung des Kongruenzgebots liegt vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist in der Regel gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll.

■ **Beeinträchtungsverbot (3.2.2):**

Das Vorhaben darf - das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskerns) sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen.

Das Vorhaben darf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung der Standortgemeinde nicht beeinträchtigen. Zur Beurteilung dieses städtebaulichen Kriteriums ist § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO entsprechend anzuwenden.

Wird ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet, ist in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben. Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.

Städtebauliche Randlagen kommen am ehesten für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Waren als Kernsortiment (zum Beispiel Möbel-Einrichtungshäuser, Bau- und Gartenmärkte) in Betracht, wenn die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente nach Umfang und Zweckbestimmung so begrenzt werden, dass sie weder die verbrauchernahe Versorgung noch die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) wesentlich beeinträchtigen und dort keine geeigneten Flächen zur Ansiedlung entsprechender Vorhaben zur Verfügung stehen.

Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und

nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment.

Zu berücksichtigen ist schließlich das **Einzelhandelskonzept der Stadt Singen** aus dem Jahr 2003 mit seinem Standort- und Sortimentskonzept, das zurzeit fortgeschrieben wird. Grundsätzlich sollen Neuansiedlungen von Betrieben demnach nur an ausgewiesenen Standorten erfolgen. Im Einzelhandelskonzept der Stadt Singen werden für die Stadt Singen und ihre Innenstadt im geltenden Einzelhandelskonzept folgende Ziele angestrebt:

- Stabilisierung und Stärkung der Innenstadt als zentraler und integrierter Einkaufs- und Versorgungsstandort.
- Erhalt und gezielter Ausbau der Versorgungsfunktionen des Mittelzentrums Singen.
- Profilierung städtebaulich integrierter Versorgungslagen gegenüber großflächigen Einzelbetrieben an Autokunden-orientierten bzw. dezentralen Standortlagen im Stadtgebiet und im Umland.
- Verhinderung der Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel an dezentralen, nicht integrierten Standorten.
- Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Versorgung der Wohnbevölkerung.
- Gewährleistung des sparsamen Umgangs mit Flächenressourcen als Basis künftiger Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbe, Industrie, Wohnen, Freizeit und Natur sowie als Grundlage einer nachhaltigen Stadtentwicklung.
- Nachhaltige Investitionssicherheit für frühere und künftige Investitionen in die Innenstadt und Nahversorgungszentren.
- Städtebauliches Leitbild für den Erhalt der Zentralität und Urbanität der Innenstadt, Sicherung der vielfältigen und sich befruchtenden Funktionen.

Ein wichtiger Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Singen ist die Definition der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Singen (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Definition der zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Singen

zentrenrelevante Sortimente	nicht-zentrenrelevante Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel, (inkl. Getränke- und Tabakwaren)	Baustoffe, Holzbauerelemente, Sanitär / Fliesen, Bauelemente wie z. B. Fenster und Türen; Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge (pneumatische, elektrische und nichtelektrische), Badeeinrichtungen und -ausstattungen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen
Reformwaren	Möbel / Küchen- und Büromöbel, Büroeinrichtung
Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften, Bücher, Briefmarken	Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika, Pharmazeutika	Teppiche/Bodenbeläge
Blumen	Farben / Lacke / Tapeten und Zubehör
Oberbekleidung, Wäsche, Kürschnerwaren, Wolle, Kurzwaren / Handarbeiten, Stoffe, sonstige Textilien u. ä.	Heimcomputer und Zubehör
Schuhe, Lederbekleidung, Leder- und Galanteriewaren, Modewaren inkl. Hüte und Schirme, Orthopädiwaren	Büromaschinen, Büroorganisationsmittel, Bürokommunikationstechnik (vorwiegend Absatz an gewerbliche Verwender)
Spielwaren und Bastelartikel	Haushaltsgroßgeräte, Herde; Öfen, Einbaugeräte
Sportartikel (inkl. Bekleidung)	Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzengefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Gartenhölzer
Nähmaschinen und Zubehör	zoologische Artikel, lebende Tiere
Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, Kunstgewerbe, Devotionalien, Geschenkartikel, Hohl- und Stahlwaren	großteilige Sportgeräte wie z. B. Fahrräder, Boote, Tauchsport- und Wassersportgeräte sowie Fitnessgeräte inkl. Zubehör
Uhren, Schmuck, Silberwaren	Campingartikel
Fotogeräte, Videogeräte, Fotowaren und Zubehör	Brennstoffe / Mineralölerzeugnisse
Musikalien, Bild- und Tonträger	Kfz / Motorräder / Mopeds, Kfz-Zubehör, Motorradzubehör, Land- und Gartenmaschinen
optische und feinmechanische Erzeugnisse	
Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör	
Elektrowarenkleingeräte, Unterhaltungselektronik	
Telekommunikationsgeräte und Zubehör	
Waffen und Jagdbedarf	

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Singen 2003 (GMA), Anhang.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Das Mittelzentrum Singen verfügt mit der Einkaufsinnenstadt und den zwei Nahversorgungszentren Nordstadt (nicht näher benannt) und Südstadt (Berliner Platz) über drei zentrale Versorgungsbereiche. Darüber hinaus werden für die Stadt Singen ergänzende Nahversorgungslagen ausgewiesen.

Das wesentliche Ziel des Einzelhandelskonzeptes ist, die Innenstadt als leistungsfähigen Einzelhandelsstandort und die Nahversorgungszentren zu erhalten und zu entwickeln. Die gemäß Einzelhandelskonzept 2003 geltende Abgrenzung der Innenstadt umfasst fast den gesamten Stadtteil Innenstadt (mit Ausnahme des Lindenstraßen- und Schlachthausstraßen-Viertels westlich der Hauptstraße) und ragt teilweise noch darüber hinaus (bis in die Hohenkrähenstraße, die östliche Ekkehardstraße, die Rielasinger Straße und die Wehrdstraße).

Für die Innenstadt werden folgende Zielsetzungen formuliert:

- Verhinderung der Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns.
- Erhalt der Zentralität und Urbanität.
- Sicherung der vielfältigen und sich wechselseitig befruchtenden Funktionen der Innenstadt.
- Vermeidung des Absinkens des Niveaus und der Vielfalt der Einzelhandelsgeschäfte in der Innenstadt durch Verhinderung von starken Kaufkraftbindungen außerhalb dieser Zentren.
- Erhaltung eines gesunden Gleichgewichtes zwischen Filialbetrieben und ungebundenen, die unverwechselbare Attraktivität Singens noch prägenden Inhaberbetrieben (traditionelle Fachgeschäfte).
- Verhinderung eines schleichenden Bedeutungsverlustes der Innenstadt als Einzelhandelschwerpunkt, auch angesichts großer Flächenpotenziale in der Südstadt und nur begrenzter Zuwachsraten.
- Stabilisierung bzw. Stärkung der Innenstadt als zentrale Einkaufslage der Stadt Singen, auch vor dem Hintergrund einer Sicherung bzw. Erhaltung der Investitionsbereitschaft im Rahmen von städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen.
- Positives Umfeld für konsumnahe Dienstleister, die zentrenbildend und urbanitätsstiftend wirken, um den Zwei-Drittel-Anteil an den konsumnahen Dienstleistern im engeren Sinne in der Innenstadt zu erhalten.
- Sicherung einer zukunftsfähigen, attraktiven Nahversorgung für die in der Innenstadt lebende Bevölkerung.

3 Projektplanung

Die Investorenplanung sieht vor, in der Singener Innenstadt auf dem Holzer-Areal im Kreuzungspunkt Bahnhofstraße / August-Ruf-Straße ein modernes, mehrgeschossiges Einkaufszentrum mit den erforderlichen Parkierungseinrichtungen zu errichten.

Ein Einkaufszentrum (Shopping Center) kann wie folgt definiert werden:²

„Ein Einkaufszentrum (engl. Shopping Center, auch als Mall bezeichnet) ist eine im Zeitablauf gewachsene (dann auch als Geschäftszentrum bezeichnet) oder als Einheit geplante Ansammlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, die als zusammengehörig empfunden werden.

Die als Einheit geplanten Einkaufszentren können in Wohn-, Gewerbe- oder Mischgebieten oder am Rande und außerhalb von Wohngebieten bzw. an sonstigen Standorten errichtet sein. Einheitlich geplante Einkaufszentren mit Nutzung vorhandener Frequenz im Innenstadtbereich sind große überdachte Gebäudekomplexe, Passagen und Galerien oder offene Ladenstraßen. Bei der Erweiterung von Wohn- oder Gewerbegebieten bzw. bei Stadtsanierungen werden Einkaufszentren als Teil eines Gesamtprojektes geschaffen.

Einheitlich geplante Einkaufszentren mit Schaffung eigener Frequenz und starker Autokundenorientierung an nicht innerstädtischen Standorten weisen eine breite Mischung von Einzelhandel- und Dienstleistungsbetrieben (z. B. Gaststätten, Kreditinstitute, Reisebüros, Kinos) auf. Leitbetriebe (Magneten) sind Warenhäuser, Kaufhäuser oder SB-Warenhäuser wie auch große Fachgeschäfte und Fachmärkte. Die Eigentümer und Träger geplanter Einkaufszentren sind bestrebt, das äußere Erscheinungsbild (Corporate Design) und die Marketingstrategie durch ein zentrales Management (Center Management) zu gestalten, dem folgende Aufgaben obliegen:

- die Auswahl von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben für das Zentrum,
- die interne Standortzuordnung,
- die Marketingmaßnahmen (Marketing-Mix) für das gesamte Zentrum (z. B. Gemeinschaftswerbung),
- die Koordination von Gemeinschaftsaufgaben (Bewachung, Reinigung, Pflege der Außenanlagen) und Durchführung von gemeinsamen Veranstaltungen im Zentrum,
- die Erleichterung für den ruhenden und den fließenden Verkehr, so Parkleitsystem, Kurzzeitparkplätze, Straßenentlastung vom Güterverkehr durch gebündelte Auslieferung.

In gewachsenen Zentren werden diese Aufgaben zunehmend an die neuen Institutionen für Stadtmarketing und Stadtmanagement übertragen.“

In Singen soll in dem geplanten Einkaufszentrum auf drei Handelsebenen eine Verkaufsfläche von max. 16.000 m² realisiert werden. Das Einzelhandelsangebot wird um Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzt werden. Dem Einkaufszentrum sollen ca. 400 - 500 Pkw-Stellplätze auf zwei bis drei Dachebenen zugeordnet werden. Zwar liegen noch keine konkreten Pläne (Vermie-

² Ausschuss für Definitionen zu Handel und Distribution (Hrsg.): Katalog E, Definitionen zu Handel und Distribution – Elektronische Fassung, 5. Ausgabe, Köln 2006, S.55

tungspläne, Grundrisspläne o. ä.) vor, auf Basis von Erfahrungswerten kann jedoch davon ausgegangen werden, dass in dem geplanten Einkaufszentrum ca. 80 Ladeneinheiten etabliert werden könnten. Die letztendliche Zahl hängt dabei u. a. von Anzahl und Umfang größerer Ankermieter ab. Die Ladeneinheiten beinhalten dabei nicht nur Einzelhandelsbetriebe, sondern auch Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe.

Für die im Rahmen des Gutachtens zu bewertenden möglichen Auswirkungen des Planvorhabens sind die Verkaufsflächen für den Einzelhandel von Relevanz. Nach Abzug der Lager- und Nebenflächen ist für das Projektvorhaben eine einzelhandelsrelevante Gesamtverkaufsfläche von max. 16.000 m² zugrunde zu legen. Um dem Betreiber innerhalb dieses maximalen Rahmens eine Flexibilität einzuräumen, wurden für die einzelnen Sortimente in einer Vorabstimmung Verkaufsflächenobergrenzen festgelegt (vgl. Abbildung 2).³

Abbildung 2: Prüfraumen und Sortimentsstruktur des Planvorhabens

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²	
	Untergrenze	Obergrenze
Nahrungs- und Genussmittel	1.600	2.200
Drogerie-, Parfümeriewaren	1.900	2.300
Bekleidung	7.200	8.500
Schuhe / Lederwaren	1.200	1.500
Sport- / Campingartikel	1.200	1.700
Bücher, Zeitschriften, PBS*	850	1.200
Spielwaren	350	500
Wohnaccessoires (GPK**, Heimtextilien)	900	1.300
Elektrowaren / Foto	500	3.000
Optik	100	400
Uhren und Schmuck	100	400
Lampen / Bodenbelagsbedarf	100	300
Summe	16.000	***

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

*** Die Summe der branchenbezogenen Verkaufsflächen würde – da je Branche maximale Verkaufsflächen zugrunde gelegt wurden – bei insgesamt rd. 23.300 m² liegen. Allerdings können im Rahmen des Planvorhabens nicht alle Unter- oder Obergrenzen ausgeschöpft werden, da die Gesamtverkaufsfläche max. 16.000 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten kann, d. h. ein Einkaufszentrum mit einer Verkaufsfläche von mehr als 16.000 m² ist nicht Gegenstand der Planung und wird daher auch nicht realisiert werden.

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers, eigene Berechnungen

³ Die Unter- und Obergrenzen wurden bei einem Termin mit Vertretern des Regierungspräsidiums Freiburg, der IHK Hochrhein-Bodensee, des Handelsverbandes Südbaden, des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee, der Stadt Singen, des Projektentwicklers ECE und der BBE Handelsberatung am 11. März 2014 beim Regierungspräsidium Freiburg vorgestellt und als Planungsgrundlage für das vorliegende Gutachten angenommen.

Hervorzuheben ist, dass mit der in dem vorliegenden Gutachten zugrunde gelegten Planung lediglich der Rahmen gesetzt wurde, in dem sich ein mögliches Einkaufszentrum in der Singener Innenstadt bewegen kann. Weder liegen dem Gutachten konkrete sortimentsbezogene Verkaufsflächen zugrunde, noch bestehen Angaben zu konkreten Betreibern oder Vertriebskonzepten. Insofern kann also der konkrete Branchenmix sowohl was die Ansiedlung einzelner zentrenrelevanter Sortimente entsprechend Abbildung 2 generell als auch was die Ausschöpfung der angegebenen Unter- und Obergrenzen angeht bei einer möglichen Realisierung innerhalb der definierten Ober- und Untergrenzen hinsichtlich Größe der Verkaufsfläche und Qualität noch erheblich differieren.

Die Angebotsschwerpunkte sollen beim Einkaufszentrum bei Bekleidung / Schuhen / Sport und Elektrowaren liegen. Ebenfalls von größerer Bedeutung sollen die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie- / Parfümeriewaren sein.

In Hinblick auf die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimentsstrukturen innerhalb des geplanten Einkaufszentrums ist - unter Berücksichtigung der Definition der zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente in der Stadt Singen - der weitaus größte Anteil der Angebotsstrukturen als zentrenrelevant zu bewerten.⁴ Die zentrenrelevanten Sortimente tragen gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Singen maßgeblich zur Nutzungsvielfalt und Attraktivität der Singener Innenstadt bzw. der Funktionsfähigkeit der Nahversorgungsanlagen bei.

Die Sortimentsgruppe Lampen / Bodenbelagsbedarf ist gemäß Einzelhandelskonzept für die Stadt Singen ein nicht-zentrenrelevantes Sortiment, das derzeit im überwiegenden Maße vornehmlich von Bau- und Heimwerkermärkten sowie Möbelhäusern vorgehalten wird, die sich an dezentralen Standorten befinden.⁵ Aufgrund der vergleichsweise geringen geplanten Verkaufsfläche von max. 300 m² und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation sind diesbezüglich keine Auswirkungen auf die Singener Innenstadt oder andere Versorgungsstandorte zu erwarten. Deshalb wird dieses Sortiment im Folgenden nicht näher betrachtet.

Als grundsätzliches Ziel wird mit der Planung die Stärkung und zukünftige Entwicklung der Innenstadt von Singen durch die Hebung von Synergieeffekten verfolgt. Deshalb sollen die geplanten neuen Verkaufsflächen bestmöglich in die bestehende Hauptgeschäftslage integriert werden. Dies soll durch die Zugänge im Erdgeschoss von der August-Ruf-Straße / Ecke Hegaustraße, Hegaustraße / Ecke Altes Zollhaus sowie von der Bahnhofstrasse / Bahnhof gewährleistet werden.

Gemäß Einzelhandelskonzept sollen im Rahmen der Angebotsergänzungen grundsätzlich alle Sortimente zulässig sein, wobei der Angebotsschwerpunkt jedoch auf den zentrenrelevanten Sortimenten liegen sollte.

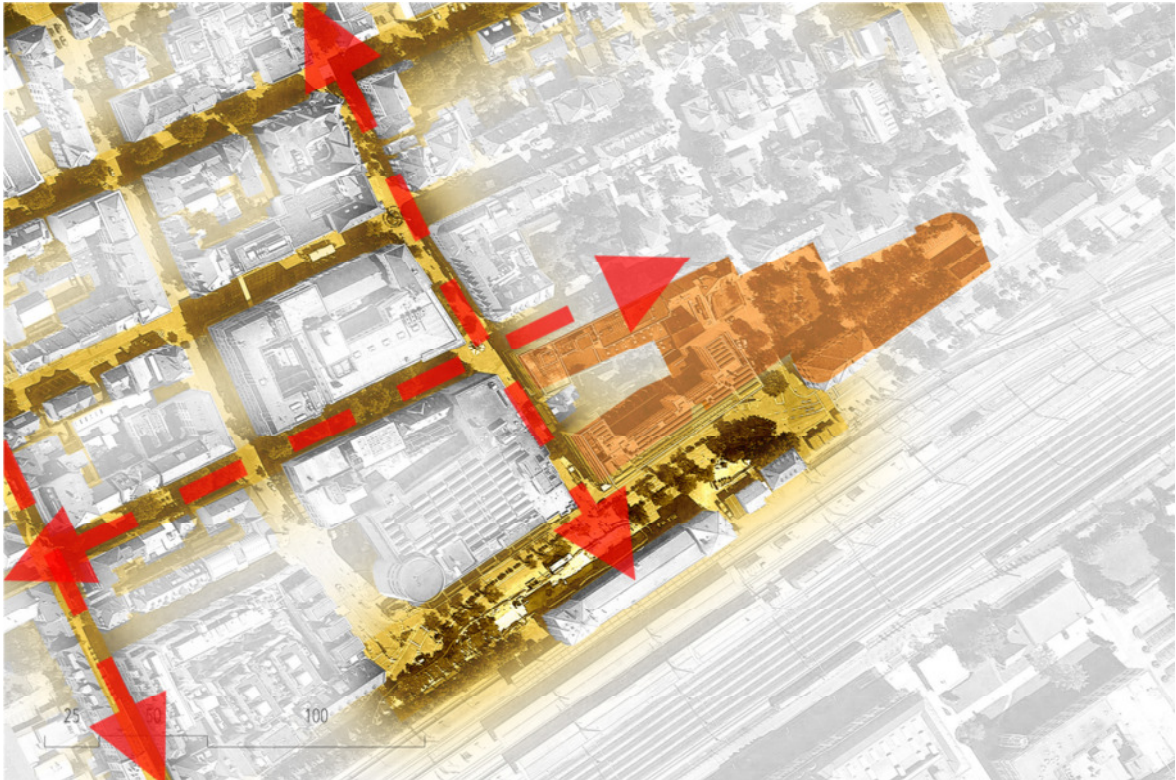
Mit der Etablierung moderner Verkaufsflächen sollen darüber hinaus auch Möglichkeiten geschaffen werden, bestehenden Branchenlücken, z. B. im langfristigen Bedarfsbereich, und Lücken im (Retail-) Markenmix in der Innenstadt zu schließen. Mit der Planung wird somit die Fortführung der

⁴ Im Anhang wird zum besseren Verständnis ein Abgleich mit den Sortimenten bzw. den Sortimentsbezeichnungen aus dem Einzelhandelskonzept der Stadt Singen vorgenommen.

⁵ In der Stadt Radolfzell ist dieses Sortiment als zentrenrelevant eingestuft.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

im Einzelhandelskonzept bereits beschlossenen Zielsetzungen für die Singener Innenstadt weiter verfolgt.

Abbildung 3: Lageskizze des geplanten Einkaufszentrums in Singen

Quelle: ECE Projektmanagement GmbH, April 2014

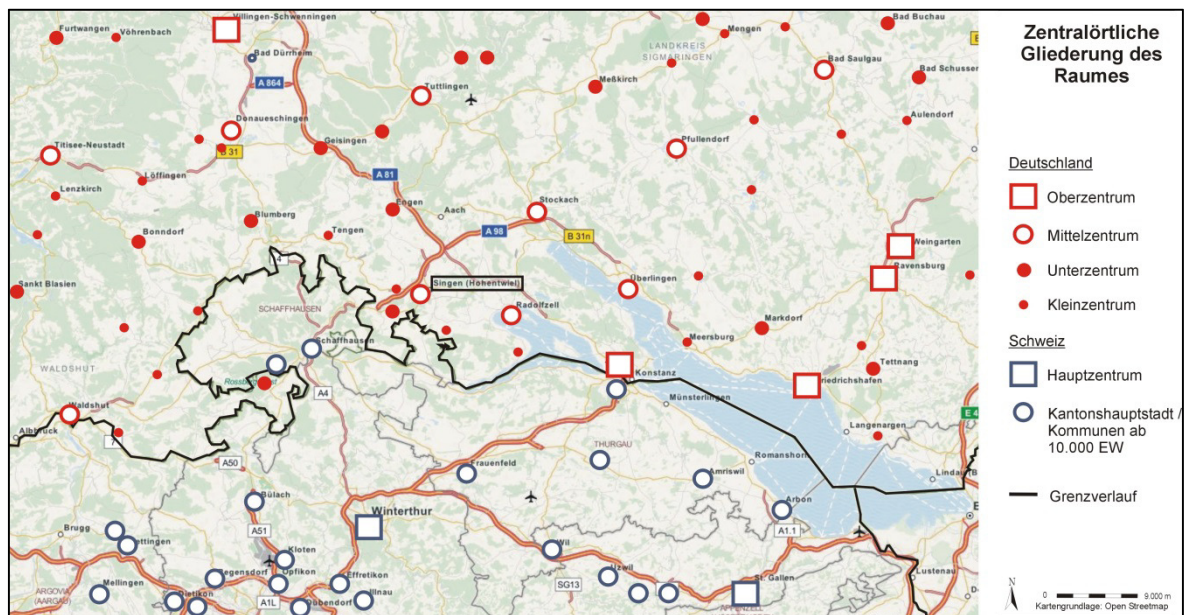
4 Standortsituation

4.1 Makrostandort

Lage und Siedlungsstruktur

Die Stadt Singen liegt im Landkreis Konstanz im Süden des Bundeslandes Baden-Württemberg. Gemäß Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg nimmt die Stadt die Funktion eines Mittelzentrums wahr. Damit obliegt der Stadt die Vorhaltung eines vielfältigen Angebots an Arbeitsplätzen, höherwertigen Einrichtungen und vielseitigen Einkaufsmöglichkeiten für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs, auch für den gehobenen, spezialisierten Bedarf. Dem Mittelbereich der Stadt Singen werden die Gemeinden Rielasingen-Worblingen, Steißlingen, Volkertshausen, Engen, Aach, Mühlhausen-Ehingen, Gottmadingen, Büsingen, Gailingen, Hilzingen und Tengen zugezählt. Regionalplanerisch ist das Mittelzentrum der Region Hochrhein-Bodensee zugeordnet. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die südöstlich gelegene Stadt Konstanz (rd. 81.140 Einwohner), die rd. 32 km von Singen entfernt und in ca. 35 Minuten zu erreichen ist. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind die Städte Radolfzell im Osten sowie Stockach im Nordosten (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4: Lage der Stadt Singen und zentralörtliche Gliederung



Quelle: eigene Darstellung

Räumliche Gliederung des Stadtgebiets und Bevölkerungsdaten

In der Stadt Singen leben 46.572 Personen.⁶ Administrativ gliedert sich das Stadtgebiet von Singen in eine Kernstadt und die sechs außerhalb liegenden Stadtteile Beuren an der Aach, Bohlingen, Friedlingen, Hausen an der Aach, Schlatt unter Krähen und Überlingen am Ried. Auf die Kernstadt von Singen entfällt mit rd. 82 % der größte Anteil der gesamten Stadtbevölkerung.

Abbildung 5: Einwohnerzahlen der Stadt Singen nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner abs.	Einwohner in %
Kernstadt Singen	38.266	82,1
Beuren an der Aach	1.484	3,2
Bohlingen	1.820	3,9
Friedlingen	1.441	3,1
Hausen an der Aach	801	1,7
Schlatt unter Krähen	1.103	2,4
Überlingen am Ried	1.657	3,6
Summe	46.572	100

Quelle: eigene Berechnungen, Daten der Stadt Singen, Stand: 31.12.2014 (nur Hauptwohnsitze)

In Zukunft wird sich gemäß einschlägigen Bevölkerungsprognosen des Statistischen Landesamtes die Einwohnerzahl der Stadt Singen bis zum Jahr 2020 positiv entwickeln.⁷ So wird in der Bevölkerungsprognose für die Stadt Singen von einer Einwohnerzahl von 47.208 im Jahr 2020 ausgegangen.

Ein Blick auf die neuesten Bevölkerungsdaten auf Basis des Zensus 2011 zeigt für einige Kommunen im Umland (Mittelbereich) von Singen, wie z. B. Rielasingen-Worblingen, Hilzingen, Engen oder Volkertshausen ebenfalls steigende Bevölkerungszahlen. Gleiches gilt auch für den Landkreis Konstanz (rd. + 3,5 %), so dass insgesamt von eher günstigen demografischen Rahmenbedingungen auszugehen ist.

Erreichbarkeit und Verkehr

Singen verfügt über die gleichnamige Anschlussstelle 41 an die Europastraße E 41 (Autobahn A 81 Stuttgart - Schaffhausen). Die Autobahn A 98 (Europastraße E 41) verläuft nördlich des Stadtgebietes am Kreuz Hegau und geht am Kreuz Hegau in die A 81 über. Singen ist des Weiteren über die vierspurige Bundesstraßen B 33 (AK Hegau - Radolfzell - Konstanz), B 34 (Waldshut-

⁶ Quelle: Singen / Hohentwiel, Stand: 31.12.2014 (nur Hauptwohnsitze)

⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: voraussichtliche Entwicklung der Bevölkerung bis 2020 (mit Wanderungen) unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Zensus 2011.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Tiengen - Schaffhausen - Singen - Radolfzell) und B 314 (Lauchringen - Blumberg - Singen) erreichbar. Die B 34 durchkreuzt die Stadt im Süden.

Der öffentliche Nahverkehr wird durch ein innerstädtisches Busliniennetz durch die Stadtwerke Singen sowie das AnrufSammelTaxi (AST) durchgeführt. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von überregionalen Buslinien (SüdbadenBus, DB ZugBus Alb-Bodensee) und S-Bahnlinsen (SBB Seehas, SBB thurbo), die eine Verbindung von Singen in die Umlandstädte auf deutscher sowie auf schweizerischer Seite herstellen.

Singen verfügt über einen eigenen Bahnhof mit Anschluss an regionale und überregionale Verbindungen der Deutschen Bahn AG sowie der Schweizer SBB. Der Bahnhof Singen ist Halt der IC-Verbindung Stuttgart - Zürich.

Arbeitsmarkt

Im Untersuchungszusammenhang ist ebenfalls wichtig, dass die Stadt Singen eine hohe Bedeutung als Arbeitsstandort aufweist. Im Jahr 2013 waren gem. dem Statistischen Landesamt 23.747 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Singen gemeldet. In Bezug auf die Pendler ergibt sich eine durchschnittliche Einpendlerquote (Anteil der Einpendler an den Erwerbstätigen am Arbeitsort) von rd. 33 % und ein Einpendlerüberschuss von + 7.849 (Einpendler: 15.052, Auspendler: 7.203). Pendlerbewegungen sind deshalb im Rahmen von Einzelhandelsuntersuchungen von hohem Interesse, weil viele Beschäftigte ihren Einkauf (auch) am Arbeitsort tätigen oder die Fahrten zum Arbeitsort mit dem Einkauf verknüpfen.

Im regionalen Vergleich betrug die Arbeitslosenquote laut Angaben des statistischen Landesamtes für Baden-Württemberg im Dezember 2014 für Landkreis Konstanz rd. 4,2 %. Für den Geschäftsstellenbezirk Singen lag die Quote 2014 bei 4,3 % und damit leicht höher. Das Land Baden-Württemberg weist zum selben Erhebungszeitpunkt einen Wert von rd. 4,0 % auf.

Zentralität und Kaufkraftkennziffer

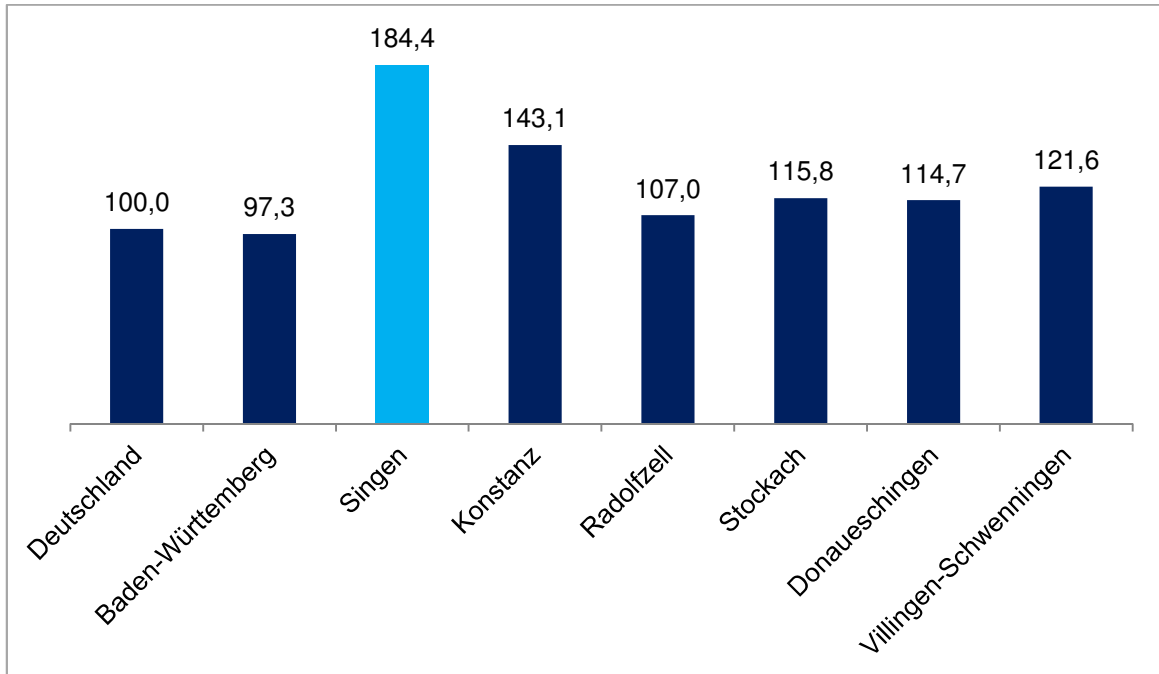
Die Einzelhandelszentralität stellt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Kaufkraft vor Ort und getätigten Umsätzen vor Ort dar. Die Zentralitätskennziffer wird von BBE!MB-Research regelmäßig für Gemeinden ab 10.000 Einwohnern ermittelt. Eine Zentralität über 100 zeigt an, dass die Gemeinde per Saldo von Kaufkraftzuflüssen profitiert, bei einer Zentralität von genau 100 halten sich Zu- und Abflüsse die Waage.

Die Stadt Singen weist eine Einzelhandelszentralität von insgesamt rd. 184,4 auf. Dies sagt aus, dass der Gesamtumsatz rd. 84,4 % über dem vor Ort vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen sind. Im Vergleich zu den Zentralitätswerten umliegender Ober- und Mittelzentren sowie von Deutschland und Baden-Württemberg belegt die hohe Einzelhandelszentralität von Singen eine starke überörtliche Ausstrahlung des Singener Einzelhandels.

Die Einzelhandelszentralität ist dabei zum einen von der regionalen Wettbewerbssituation abhängig – in ländlichen Räumen liegt sie häufig höher als in Städten und Gemeinden in Verdichtungsräumen – und zum anderen von der Einwohnerzahl und der Einwohnerentwicklung der Standort-

gemeinde. Auch die lokale Angebotssituation spielt eine zentrale Rolle, da die Zentralitätswerte zwischen einzelnen Branchen stark schwanken können.

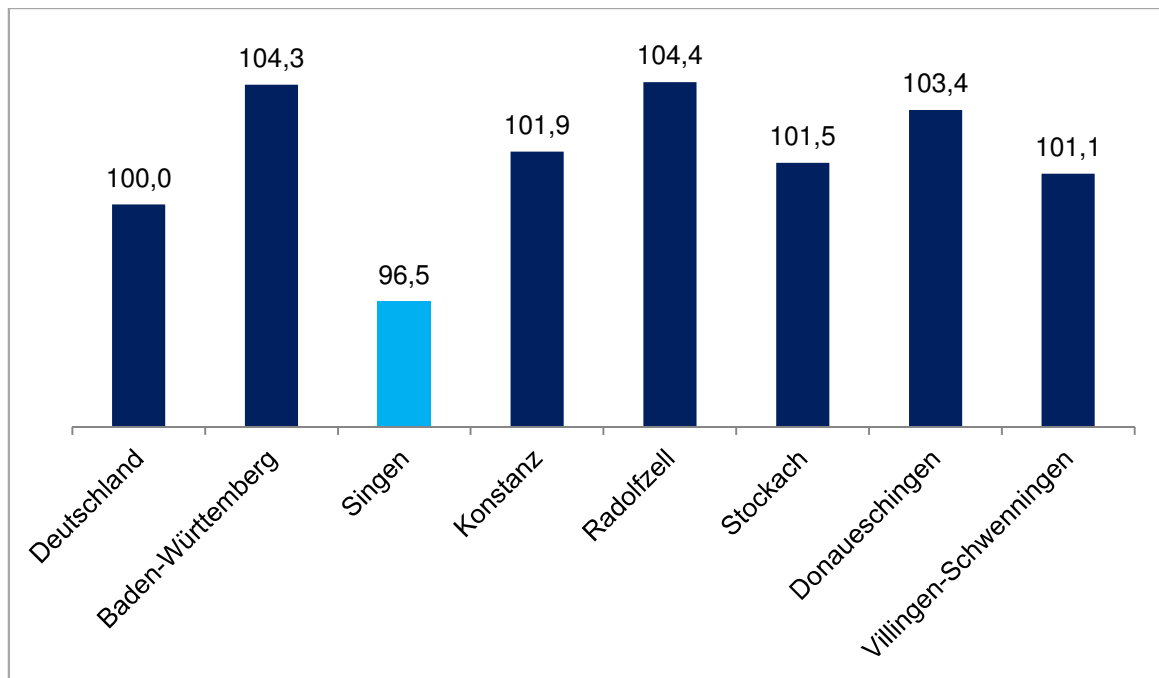
Abbildung 6: Einzelhandelszentralität



Quelle: BBEIMB-Research Marktdaten 2014; Darstellung: BBE Handelsberatung GmbH

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Singen liegt bei 96,5 %. Damit verfügt die Stadt über ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt, zum Land Baden-Württemberg und zu den umliegenden Ober- und Mittelzentren unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau.

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer



Quelle: BBE/IMB-Research Marktdaten 2014; Darstellung: BBE Handelsberatung GmbH

4.2 Mikrostandort

Der Planstandort befindet sich am südlichen Rand der Singener Innenstadt im Bereich Bahnhofstraße 23 / August-Ruf-Straße 2 (Holzer-Areal).

Das Plangebiet wird durch die August-Ruf-Straße, die Alpenstraße, die Hegastraße und die Bahnhofstraße begrenzt. Das Planareal ist derzeit noch bebaut. Während sich auf der Bahnhofseite ein großes, zum Teil leerstehendes Gebäude (Holzer Bau) befindet, sind die weiteren Gebäude mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben belegt. Unter diesen Nutzungen befinden sich beispielsweise ein Norma-Lebensmitteldiscountmarkt und ein Reno-Schuhfachmarkt.

Im Westen grenzt das Planareal unmittelbar an einen hochfrequentierten Haupteingangsbereich der Singener Innenstadt am Übergang zum Bahnhof an. Als einzelhandelsbezogene Hauptnutzung besteht hier bereits ein Karstadt-Warenhaus. Im Osten des Plangebietes ist der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz stark ausgedünnt, so dass dieser Bereich als Randlage der Innenstadt zu charakterisieren ist.

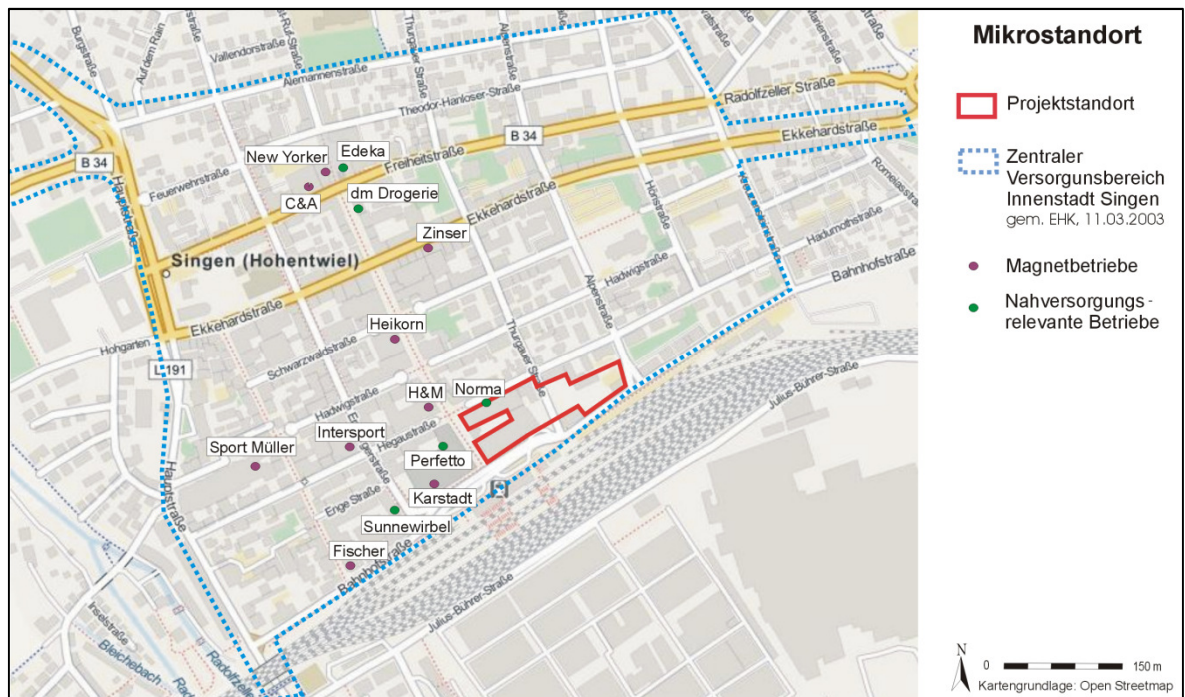
Im Hinblick auf die **Einordnung des Plangrundstücks in die Zentrenstruktur** der Stadt Singen ist von großer Relevanz, dass das Planareal innerhalb des im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2003 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Singen liegt und sich somit an einem funktional und städtebaulich integrierten Standort befindet, der sehr gut in die bestehende Hauptgeschäftslage der Innenstadt eingebunden ist. Das Einzelhandelskonzept der Stadt Singen befindet sich derzeit in Fortschreibung. Im Hinblick auf die Lage des Planstandortes ist davon auszugehen, dass sich dieser auch zukünftig innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Singen befinden wird. Hinsichtlich der Eignung für die Ansiedlung von Einzelhandel und zur strategischen Weiterentwicklung der Innenstadt bzw. des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereiches ergibt sich ein hohes Eignungspotenzial für die Ansiedlung eines größeren Einzelhandelskomplexes bzw. eines innerstädtischen Einkaufszentrums.

Die verkehrliche Erschließung des Plangebietes soll über die bestehenden Erschließungsstraßen erfolgen. Aufgrund der Lage des Planareals gegenüber dem Bahnhof ist die ÖPNV-Anbindung als sehr gut zu bewerten.

Abbildung 8: Mikrostandort



5 Analyse der Nachfragesituation - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

5.1 Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen einen wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen dar.

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem das geplante Einkaufszentrum in der Innenstadt von Singen eine hohe Versorgungsbedeutung übernehmen wird.

Das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt wird unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation bestimmt. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimenten
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand⁸
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld, im vorliegenden Fall also v. a. der Einkaufszentren in der Region sowie dem Einzelhandel in den Innenstadt- und Ortskernlagen,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreiber bestimmt wird,
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreibers bestimmt wird
- die Qualität als Einzelhandelsstandort, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen oder baulichen Gegebenheiten
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

⁸ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

Für die Einzugsgebietsabgrenzung des geplanten Einkaufszentrums sind folgende Aspekte rahmende:

- Durch die direkte Zuordnung des Planareals in die Singener Innenstadt sind uneingeschränkte Verbundeffekte, d. h. die Möglichkeit eines gegenseitigen Austausches von Kundenströmen, mit dem bestehenden innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich zumindest im südlichen Bereich der August-Ruf-Straße, der angrenzenden Bereiche der Hegastraße und im innenstadtseitigen Bahnhofsumfeld zu erwarten.
- Die Innenstadt von Singen ist hinsichtlich ihres Einzelhandelsangebotes und der Einzelhandelsvielfalt insgesamt gut ausgestattet, wenngleich noch einige Lücken im Markenportfolio bestehen.⁹
- Die Innenstadt von Singen verfügt schon heute über eine Ausstrahlungskraft, die weit über das Stadtgebiet von Singen hinausreicht.
- Aus Sicht der BBE ist die Ansiedlung eines innerstädtischen Einkaufszentrums dazu geeignet, eine höhere Marktdurchdringung im Einzugsgebiet zu erzielen und zusätzlich Kunden an den Einzelhandel in der Stadt Singen zu binden.
- Auch im Hinblick auf das zu erwartende Sortiments- und Betriebstypenangebot stellt das Planvorhaben eine Weiterentwicklung des Innenstadtangebotes dar.
- Für das Planvorhaben kann ein Ausbau der Ausstrahlungskraft der Innenstadt unterstellt werden. Diese Ausstrahlungskraft bezieht sich auf die gesamte Stadt Singen und umliegende Kommunen.¹⁰ Im Hinblick auf die Bedeutung der Einkaufsstadt Singen für die Schweiz konnte im Rahmen einer Befragung von Besuchern der Singener Innenstadt, die im November 2014 von der BBE Handelsberatung GmbH im Auftrag der Stadt Singen durchgeführt wurde, nachgewiesen werden, dass die höchsten Käuferverflechtungen mit dem grenznahen Schweizer Gebieten – insbesondere dem Bezirk Reiat – vorliegen.
- Vor dem Hintergrund der geplanten Dimensionierung und der unterstellten Angebots- bzw. Betriebstypenmischung mit maximaler Attraktivität kann für das Planobjekt eine deutlich über die Singener Stadtgrenze hinausgehende Versorgungsbedeutung unterstellt werden. Maximale Attraktivität heißt in diesem Zusammenhang, dass es dem Betreiber des geplanten Einkaufszentrums gelingt, z. B. Retail-Marken¹¹ zu etablieren, die in der Kundenwahrnehmung einen hohen Stellenwert einnehmen und Einzelhandelsunternehmen anzusiedeln, die in ihrer jeweiligen Branche zu den Marktführern gehören.

⁹ Vgl. GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Potenzialanalyse zur strategischen Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Singen (Hohentwiel), Ludwigsburg Januar 2013, S. 54 und 55

¹⁰ Vgl. BBE Baden-Württemberg GmbH, Freiburg, Anteil Einkaufstourismus in Grenzstädten Südbaden, veröffentlicht in: Badische Zeitung vom 23.04.2012.

¹¹ Retail-Marke = Einzelhandels-Marke. Von einer Retail-Marke kann gesprochen werden, wenn es einem Einzelhandelsunternehmen gelungen ist sich als „Marke“ zu positionieren.

Demgemäß und unter Berücksichtigung der GMA-Potenzialanalyse lässt sich folgendes Einzugsgebiet mit drei Zonen abgrenzen:

- Der **Zone I** wird die Stadt Singen mit rd. 46.570 Einwohnern zugeordnet, die als engeres Kerneinzugsgebiet zu bewerten ist.
- Der **Zone II** mit einer relativ hohen Einkaufsintensität wird der Mittelbereich Singen (Rielasingen-Worblingen, Steißlingen, Volkertshausen, Engen, Aach, Mühlhausen-Ehingen, Gottmadingen, Büsingen, Gailingen, Hilzingen, Tengen) mit insgesamt rd. 62.270 Einwohnern zugerechnet. Für diesen Bereich übernimmt insbesondere die Innenstadt von Singen, nicht zuletzt wegen der Lagegunst der Stadt Singen, die v. a. durch eine gute Erreichbarkeit gekennzeichnet ist, mittelzentrale Versorgungsfunktionen.
- Die **Zone III** gliedert sich in den Mittelbereich Stockach (Zone III a, rd. 31.870 Einwohner), den Mittelbereich Radolfzell (Zone III b, rd. 40.310 Einwohner), den Mittelbereich Konstanz (Zone III c, rd. 93.240 Einwohner) sowie den grenznahen Bereich der Schweiz mit den Bezirken bzw. Teilen der Bezirke Reiat, Schaffhausen, Oberklettgau, Stein (Kanton Schaffhausen), Andelfingen (Kanton Zürich) und Frauenfeld (Kanton Thurgau) (Zone III d, rd. 94.440 Einwohner) mit zusammen rd. 259.860 Einwohnern.

Das Einzugsgebiet weist ein **Einwohnerpotenzial von rd. 368.700 Personen** auf.¹²

In Zukunft wird sich gemäß einschlägigen Bevölkerungsprognosen des Statistischen Landesamtes die Einwohnerzahl im Einzugsgebiet bis zum Jahr 2020 positiv entwickeln.¹³ Eine positive Bevölkerungsentwicklung ist zudem in den angrenzenden Schweizer Kantonen bzw. in den grenznahen Bezirken zu erwarten. Für den Kanton Schaffhausen ist ein Zuwachs um rd. 2 % prognostiziert. Im Bezirk Andelfingen des Kantons Zürich und im Bezirk Frauenfeld des Kantons Thurgau wird ein Wachstum in Höhe von rd. 11 bzw. 8 % erwartet.¹⁴

¹² Quelle: Statistisches Bundesamt, Stand: 31.12.2013 bzw. Bundesamt für Statistik (CH), Stand: 31.12.2013

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: voraussichtliche Entwicklung der Bevölkerung bis 2020 (mit Wanderungen) unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Zensus 2011.

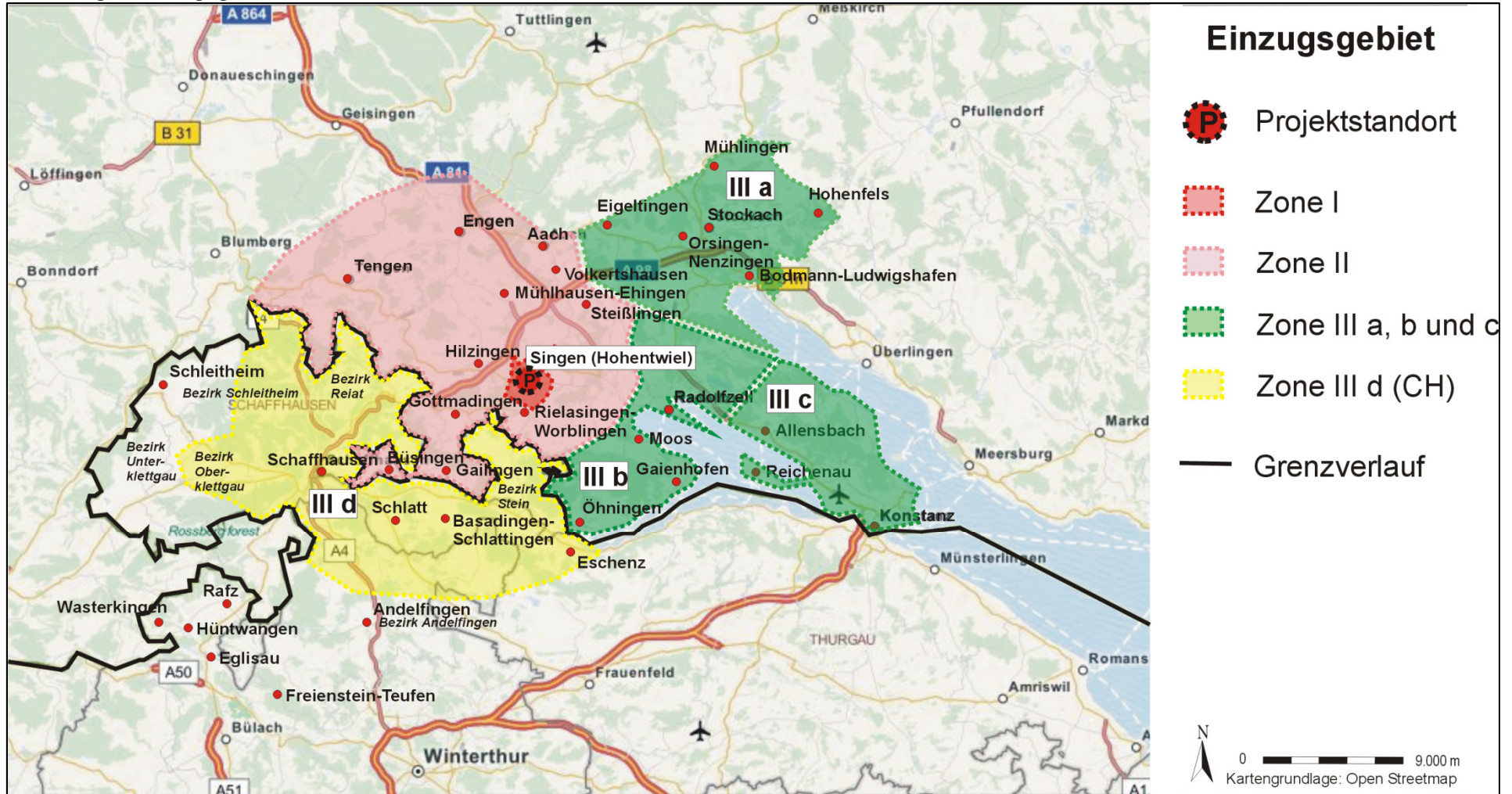
¹⁴ Quelle: Bundesamt für Statistik Schweiz (Basisjahr 2012) bzw. Amt für Statistik Zürich (Basisjahr 2012) und Dienststelle für Statistik des Kantons Thurgau (Basisjahr 2010)

Das Einzugsgebiet des geplanten Einkaufszentrums in der Innenstadt von Singen endet selbstverständlich nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Der über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehende Bereich ist als äußerer Verflechtungsbereich zu definieren, aus welchem vereinzelt mit Umsätzen zu rechnen ist. Die hier generierten Umsätze ergeben sich vorwiegend in Form sog. **Streuumsätze**,¹⁵ welche z. B. aus Pendlerbeziehungen und (Einkaufs-) Touristen resultieren. Dabei ist dieses Gebiet selber nicht mehr zum Einzugsgebiet des Planvorhabens zu zählen, da die Verflechtungsintensität hier deutlich nachlässt und bereits verstärkt Einflüsse von Wettbewerbsstandorten zu erwarten sind. Ebenso ist mit Kaufkraftabflüssen aus dem dargestellten Einzugsgebiet zu rechnen, da insbesondere in dessen Randlage bereits verstärkte Einflüsse von Wettbewerbern zu unterstellen sind.

In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Einkaufszentren Lago in Konstanz und – wenn auch deutlich eingeschränkt – das Schwarzwald-Baar-Center in Villingen-Schwenningen zu nennen. Während das Lago noch innerhalb des Einzugsgebietes liegt und damit die Marktdurchdringung insbesondere im Mittelbereich des Oberzentrums Konstanz beeinflusst, kann dem Schwarzwald-Baar-Center im Zusammenspiel mit den geografischen und topografischen Bedingungen im Untersuchungsraum eher eine das Einzugsgebiet beschränkende Funktion zugesprochen werden. Hier spielen v. a. auch Zeit-Distanz-Aspekte eine Rolle, welche nach fachgutachterlicher Auffassung dazu führen, dass ein Ausgreifen des Einzugsgebietes des geplanten Einkaufszentrums in die Landkreise Schwarzwald-Baar und Tuttlingen nur in geringem Umfang zu erwarten sein wird. Aus diesem Bereich zufließende Kaufkraft wird daher v. a. in Form von Streuumsätzen wirksam werden. Im Ergebnis wird daher die Wettbewerbsauseinandersetzung in erster Linie mit den Betrieben im abgegrenzten Einzugsgebiet erfolgen.

¹⁵ Definition Streuumsätze aus Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e. V., Definitionen zur Einzelhandelsanalyse, S. 7: „Umsätze aus Orten und Gebieten, in denen jeweils nur eine Kaufkraftabschöpfung unterhalb einer bestimmten Schwelle erreicht wird, werden unter dem Begriff Streuumsätze zusammengefasst, obwohl diese Umsätze in der Summe für einen Einzelhandelsstandort durchaus von Bedeutung sein können (z. B. in touristisch geprägten Gemeinden). Die Orte und Gebiete, aus denen solche Streuumsätze generiert werden, zählen nicht zum Einzugsgebiet.“ Der Umfang der Streuumsätze ist z. B. abhängig von der Lage eines Einzelhandelsstandortes oder dem Betriebstyp eines Einzelhandelsgeschäftes. Entsprechend variiert die betriebswirtschaftliche Bedeutung von Streuumsätzen für einzelne Einzelhandelsstandorte bzw. Einzelhandelsgeschäfte.

Abbildung 9: Einzugsgebiet des Planvorhabens



5.2 Relevantes Kaufkraftvolumen im abgegrenzten Einzugsgebiet

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.205 € einzelhandelsrelevant.¹⁶ Für die Schweiz ist im Vergleich zum Bundesgebiet von einer deutlich höheren Pro-Kopf-Kaufkraft auszugehen; so ist die Kaufkraft in der Schweiz je nach Sortiment aktuell bis zu 50 % höher als in Deutschland.¹⁷

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet nach den zuvor abgegrenzten Zonen mit den statistisch ermittelten, durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabebeträgen für die projektrelevanten Kernsortimente (vgl. Sortimente in Abbildungen 2 und 8). Bei den Ausgabebeträgen handelte es sich um die Ausgaben, die jeder Einwohner in Deutschland, unabhängig von Alter und Geschlecht, im Durchschnitt für die angegebenen Sortimente pro Jahr tätigt. Damit die lokalen und regionalen Einkommensunterschiede Berücksichtigung finden, werden diese Durchschnittswerte mit Kaufkraftkennziffern, die für jede Gemeinde vorliegen, gewichtet. Bei der Kaufkraftkennziffer handelt es sich um einen Indexwert, der unabhängig von der Größe der Gemeinde die Unterschiede im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt (= 100) wiedergibt. Es finden in der vorliegenden Berechnung sog. „sortimentspezifische“ Kaufkraftkennziffern Anwendung, da sich die Einkommensunterschiede, die sich im Indexwert wieder spiegeln je nach Sortiment unterschiedlich auf die Nachfrage niederschlagen. Die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer spiegelt also die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wieder. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ab, welche zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt. Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden demnach die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung beläuft sich das Kaufkraftpotenzial für die projektrelevanten Sortimente unter Berücksichtigung der erläuterten Einflussgrößen auf rd. 189,6 Mio. € in der Stadt Singen (Zone I), rd. 271,7 Mio. € in der Zone II und rd. 649,0 Mio. € in der Zone III des abgegrenzten Einzugsgebietes. Im gesamten Einzugsgebiet ist ein projektrelevantes Kaufkraftpotenzial von rd. 1.110,3 Mio. € verfügbar. Mehr als 40 % des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials (= 461,3 Mio. €) entfällt auf den zentralörtlichen Verflechtungsbereich (= Mittelbereich) des Mittelzentrums Singen (vgl. Abbildung 10).

¹⁶ Quelle: BBE-Marktforschung; unberücksichtigt bleiben die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen. Unterschiede zu den Werten anderer Quellen ergeben sich u. a. aufgrund der Hinzurechnung der Ausgaben für verschreibungspflichtige Arzneimittel.

¹⁷ Quelle: MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente, 2010.

Abbildung 10: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zone	Zone I Stadt Singen	Zone II Mittelbereich ohne Singen	Zone I + II Mittelbereich Singen	Zone III a Mittelbereich Stockach	Zone III b Mittelbereich Radolfzell	Zone III c Mittelbereich Konstanz	Zone III d Schweiz	Summe
Sortiment	Kaufkraft in Mio. €							
Nahrungs- und Genussmittel	101,0	144,7	245,7	(*)	(*)	(*)	(*)	245,7
Drogerie-, Parfümeriewaren	13,2	18,9	32,1	9,8	12,6	28,4	44,9	127,8
Bekleidung	22,3	32,0	54,3	16,5	21,4	48,2	79,8	220,2
Schuhe, Lederwaren	5,6	8,0	13,6	4,1	5,3	12,0	19,9	54,9
Sport- / Campingartikel	3,9	5,7	9,6	2,9	3,8	8,5	14,0	38,8
Bücher, Zeitschriften, PBS*	9,8	14,1	23,9	7,3	9,4	21,2	29,8	91,6
Spielwaren	2,2	3,1	5,3	1,6	2,1	4,7	7,5	21,2
Wohnaccessoires (GPK**, Heimtextilien)	5,5	7,8	13,3	4,0	5,2	11,8	19,2	53,5
Elektrowaren / Foto	20,9	29,9	50,8	15,5	20,0	45,0	74,2	205,5
Optik	2,7	3,9	6,6	2,0	2,6	5,9	9,4	26,5
Uhren / Schmuck	2,5	3,6	6,1	1,8	2,4	5,4	8,9	24,6
Projektrelevante Sortimente gesamt	189,6	271,7	461,3	65,5	84,8	191,1	307,6	1.110,3

(*) nicht untersuchungsrelevant

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Berechnungen unter Verwendung MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente sowie der BBE Markt- und Strukturdaten im Einzelhandel 2014; Werte gerundet; Statistisches Bundesamt (Stand 31.12.2013); Bundesamt für Statistik (CH; Stand 31.12.2013).

6 Relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

Im März 2014 wurde der relevante Wettbewerb im Untersuchungsgebiet erfasst und im März 2015 überprüft. Von Relevanz sind dabei diejenigen Betriebe, die eine Sortimentsüberschneidung mit dem geplanten Einkaufszentrum in Singen aufweisen. Das Untersuchungsgebiet umfasst das gesamte Einzugsgebiet (Zonen I - III).

Auf eine detaillierte Wettbewerbsbetrachtung in den angrenzenden Schweizer Gebieten wird aufgrund der eingeschränkten „Rücksichtnahme“ auf die Schweiz verzichtet.¹⁸ Auswirkungen auf Einzelhandelsstrukturen außerhalb des Untersuchungsgebietes, d. h. auch auf die Schweiz, werden im Folgenden im Rahmen einer diffusen Umverteilung dargestellt und bewertet (vgl. Kapitel 7.4).

Aufgrund des Kundenverhaltens und der qualitativen Ausrichtung sind jedoch nicht alle Wettbewerber von gleicher Relevanz. Als wichtige Wettbewerbsstandorte sind andere Einkaufszentren, Innenstadt- bzw. Ortslagen und leistungsfähige Fachmarkttagglomerationen zu identifizieren, da die hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich der Sortimentsgestaltung und ihrer Preispolitik die größte Überschneidung mit den geplanten Betrieben im Planvorhaben aufweisen.

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist v. a. das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen - insbesondere in den Innenstädten und Ortskernen - von Bedeutung. Daher wird der relevante Wettbewerb separat für diese Lagen ausgewiesen.

Für die zu untersuchenden zentrenrelevanten Sortimente ist mit den umliegenden Mittelzentren Radolfzell und Stockach und dem Oberzentrum Konstanz eine großräumliche Wettbewerbssituation zu betrachten, da die Stadt Singen wichtige ergänzende Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung des Umlandes übernimmt.

Für Nahrungs- und Genussmittel sind aufgrund ihrer Nahversorgungsrelevanz allerdings nur die Angebotsstrukturen in der Stadt Singen für die Wettbewerbsbetrachtung von größerer Bedeutung, so dass diese für das Umland nicht näher betrachtet werden (vgl. Kap. 6.3 ff). Die Wettbewerbsstrukturen bei Nahrungs- und Genussmitteln wurden daher außerhalb der Stadt Singen nicht erfasst. Auch wenn davon auszugehen ist, dass das Einzugsgebiet für die möglichen Lebensmittelanbieter aufgrund ihrer Lage im Einkaufszentrum und der hierdurch zu erwartenden Synergieeffekte mit den weiteren im Einkaufszentrum geplanten Einzelhandelsbetrieben deutlich über das Einzugsgebiet eines Lebensmittelanbieters, der nicht innerhalb eines Einkaufszentrums ansässig ist, hinausreichen wird, sind die Umverteilungseffekte außerhalb der Stadt Singen als diffus zu bewerten. Da sich die Umsatzumverteilungseffekte außerhalb der Stadt Singen auf einen größeren Raum und auf eine Vielzahl von Wettbewerbern verteilen werden, sind hier grundsätzlich städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.

¹⁸ So finden sich in den „kantonalen Richtplänen“ insbesondere keine Vorgaben zur „Rücksichtnahme“ auf das Nachbarland. Insofern wird im Folgenden davon ausgegangen, dass auch von deutscher Seite eine Berücksichtigung der raumordnerischen Belange der Schweiz für ein Einzelhandelsvorhaben nicht erwartet wird.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Zu den bedeutendsten Angebotsstandorten außerhalb von Singen zählen die Innenstadt von Konstanz, in der sich auch das rd. 15.000 m² Verkaufsfläche umfassende Lago Shopping-Center befindet sowie in Radolfzell die Innenstadt mit dem seemaxx Factory Outlet.

Neben der derzeitigen Angebotssituation im Einzugsgebiet sind auch folgende projektrelevante Planungen in der vorliegenden Untersuchung zu berücksichtigen:

- In der Innenstadt von Singen besteht auf dem Kunsthallenareal die Möglichkeit, künftig einen Lebensmittelmarkt anzusiedeln. Bei dem Kunsthallenareal, das sich im Bereich der Thurgauer Straße und Freiheitstraße befindet, handelt es sich neben dem Holzer-Areal (Planstandort) um eine der wichtigsten Potenzialflächen in der Singener Innenstadt.
- In der Stadt Singen wird zudem das potenzielle Nahversorgungszentrum Bruderhofstraße / Remishofstraße (Nordstadt) diskutiert. Die Angebotsschwerpunkte sollen bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Gesundheit, Körperpflege liegen.
- In Radolfzell ist die Erweiterung des seemaxx Factory Outlet geplant. Die Verkaufsfläche soll in etwa verdoppelt werden. Hierbei ist von einer Beibehaltung der bisherigen Sortimentsgliederung (Oberbekleidung, Wäsche, Schuhe / Lederwaren, Sportartikel, Heimtextilien) auszugehen.
- Eine weitere Wettbewerbsverschärfung würde bei einer möglichen Realisierung des Fashion Outlet Edelreich in Wigoltingen-Müllheim (Schweiz) zu erwarten sein, bei dem in unmittelbarer Nähe zur A 7 voraussichtlich bis Ende 2016 rd. 20.000 m² Verkaufsfläche angesiedelt werden sollen.¹⁹ Allerdings würde diese Planung bei einer Realisierung natürlich auch den Schweizer Kostenstrukturen unterliegen.

6.1 Wettbewerbssituation in der Stadt Singen (Zone I)

Die für das geplante Einkaufszentrum relevanten Verkaufsflächen befinden sich in Zone I, d. h. in der Stadt Singen, vorwiegend in der Innenstadt sowie an dezentralen Einzelhandelsagglomerationen. Die Nahversorgungszentren und Nahversorgungsstandorte sowie Streulagen weisen dagegen nur vergleichsweise geringe Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben auf. Zu den dezentralen Einzelhandelsagglomerationen zählen insbesondere die Fachmarkttagglomerationen an der Georg-Fischer-Straße und der Industriestraße sowie das Einkaufszentrum „Unter den Tannen“.

Während sich die Innenstadt derzeit insbesondere als Standort des mittelfristigen Bedarfs positioniert, stellen die dezentralen Einzelhandelsagglomerationen v. a. Angebote des langfristigen Bedarfs (z. B. Möbelhäuser, Bau- und Heimwerkermärkte, Gartenmärkte, Baustoffhandel, Elektrofachmärkte), aber auch einen Schwerpunkt beim kurzfristigen Bedarf (z. B. SB-Warenhäuser) bereit. Der projektrelevante Einzelhandelsbestand der Stadt Singen wird im Folgenden unterschieden nach der Innenstadt, Gewerbegebietslagen sowie sonstigen Lagen dargestellt. Er wurde im Zeit-

¹⁹ Nach Auskunft des Handelsverbandes Südbaden ist allerdings die Realisierung des FOC fraglich. Detaillierte Angaben zum aktuellen Planungsstand liegen derzeit nicht vor.

raum vom 26.03.2014 bis 28.03.2014 erhoben bzw. im Zeitraum vom 09.03.2015 bis 10.03.2015 überprüft.

6.1.1 Innenstadt von Singen

Die Innenstadt von Singen liegt zentral im Kernstadtgebiet. Als Innenstadt von Singen wird im Folgenden die Einkaufsinnenstadt in den Grenzen des Innenstadtentwicklungsprogramms 2020 definiert. Die Innenstadt umfasst demnach den Bereich zwischen Scheffelstraße und Thurgauer Straße bzw. Freiheitstraße und Bahnhofstraße, in dem die höchste Einzelhandelsdichte vorliegt.

Die Innenstadt wird vor allem durch die Haupteinkaufsbereiche geprägt. Hierbei weist die August-Ruf-Straße, die zwischen Bahnhof und der Freiheitstraße als Fußgängerzone ausgebaut ist, mit einem fast durchgängigen Einzelhandelsbesatz mit einigen Magnetbetrieben die höchste Nutzungsdichte und Passantenfrequenz auf. Daneben liegt in der Scheffelstraße, die ebenfalls als Fußgängerzone ausgewiesen ist, in der Ekkehardstraße, in Teilen der Hegaustraße, Hadwigstraße und Erzbergerstraße sowie am Heinrich-Weber-Platz ebenfalls noch ein dichter Einzelhandelsbesatz vor. Dieser Einzelhandelsbesatz weist in einer zusammenfassenden Bewertung allerdings eine geringere Attraktivität als an der August-Ruf-Straße auf.

Die Innenstadt bietet insgesamt eine breite Angebotsvielfalt. Als Magnetbetriebe fungieren u. a. das Warenhaus Karstadt, große Bekleidungskaufhäuser (Zinser, Heikorn, H&M, Mango, C&A, K&L, New Yorker, Modehaus Fischer), die Sportanbieter Müller und Intersport Schweizer sowie das Drogeriekaufhaus Müller. Unter nahversorgungsbezogenen Gesichtspunkten übernehmen auch die Lebensmittelmärkte Edeka Citymarkt Münchow, Norma, Sunnewirbel Super-Biomarkt und Perfetto (im Karstadt-UG)²⁰ sowie zwei dm-Drogeriemärkte wichtige Versorgungsfunktionen, die sich jedoch im Wesentlichen auf die Kernstadt von Singen konzentrieren.

²⁰ Ergänzend ist auf einen REWE-Supermarkt in der Holzeckstraße hinzuweisen, der jedoch außerhalb der definierten Innenstadt liegt.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Die Leerstandsituation in der Singener Innenstadt ist vergleichbar mit anderen Mittelstädten und insgesamt nicht als kritisch zu bewerten. Hierbei liegen in den Hauptgeschäftslagen der Singener Innenstadt kaum Leerstände vor. Die meisten Leerstände befinden sich in Nebenlagen. Die größte Konzentration von Leerständen ist an der Ekkehardstraße zu beobachten. Durch vermehrte Leerstände bzw. Warenangebote niedriger bzw. niedrigerer Preisstufen zeigen sich in der Ekkehardstraße im Bereich Freiheitsstraße / Erzberger Straße und im Bahnhofsbereich teilweise Trading-Down-Tendenzen.²¹

Abbildung 11: Projektrelevantes Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Singen

Sortiment	Verkaufsfläche (in m ²)	Umsatz (in Mio. €)	durchschnittliche Flächen- produktivität in € / m ² VK p. a.
Nahrungs- und Genussmittel	3.470	18,9	5.450
Drogerie-, Parfümeriewaren	3.480	17,1	4.910
Bekleidung	27.885	78,5	2.815
Schuhe / Lederwaren	4.915	13,3	2.710
Sport- / Campingartikel	5.100	13,0	2.550
Bücher, Zeitschriften, PBS*	1.350	4,5	3.300
Spielwaren	950	2,7	2.840
Wohnaccessoires (GPK**, Heimtextilien)	4.540	9,1	2.000
Elektrowaren / Foto	1.270	7,5	5.900
Optik	1.100	6,4	5.820
Uhren und Schmuck	735	5,8	7.890
Summe	54.795	176,5	3.220

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Eigene Erhebung, Darstellung und Berechnung; Werte gerundet

In der Singener Innenstadt sind in den projektrelevanten Sortimenten insgesamt rd. 54.795 m² Verkaufsfläche vorhanden, auf denen ein Umsatz in Höhe von rd. 176,5 Mio. € erwirtschaftet wird. Eine umfassende wettbewerbsrelevante Angebotsstruktur weist die Innenstadt Singen mit rd. 27.885 m² Verkaufsfläche insbesondere im Sortiment Bekleidung auf (u. a. Zinser, Heikorn, Karstadt, H & M, Mango, C & A, K & L). Im Bereich Drogeriewaren sind das Drogeriekaufhaus Müller

²¹ Trading-Down kann wie folgt definiert werden: „Beim Trading-Down handelt es sich um Maßnahmen, durch die sich ein Handelsbetrieb geänderten Präferenzen der Nachfrager (z. B. aufgrund eines konjunkturellen Nachfragerückgangs) anpassen kann: Senkung des Qualitäts- und Preisniveaus, Reduzierung der Auswahl und sonstiger Dienstleistungen, einfachere Geschäftsausstattung, Verminderung der Zahl der Mitarbeiter als Voraussetzung für niedrigere Kosten und möglicherweise eine niedrigere Handelsspanne.“ Ausschuss für Definitionen zu Handel und Distribution (Hrsg.): a.a.O., S.41. Im städtebaulichen Kontext, d. h. bei der Betrachtung von **Handelslagen**, spricht man auch vom Trading-Down, wenn z. B. qualifizierte Einzelhandelsbetriebe durch sog. Mindernutzungen (z. B. Spielhallen, Sonnenstudios, Imbissstände) ersetzt werden, wodurch die Attraktivität als Einzelhandelslage abnimmt. Dabei kann es auch zu einer Verringerung des Mietniveaus kommen.

und zwei dm-Drogeriemärkte als wichtigste Anbieter hervorzuheben. Schuhe und Lederwaren werden von den Filialanbietern Deichmann, Quick Schuh und Reno, von inhabergeführten Anbietern und Fachabteilungen von Mehrbranchenunternehmen (insbesondere Karstadt) vorgehalten. Die wichtigsten Anbieter im Sportsegment sind Sport Müller und Intersport Schweizer. Aber auch hier hat Karstadt eine umfangreichere Fachabteilung. Die Sortimente Bücher, Zeitschriften, PBS, Spielwaren, Wohnaccessoires, Elektrowaren / Foto, Optik sowie Uhren und Schmuck werden in der Singener Innenstadt von mehreren kleineren Fachanbietern und als Randsortimente von Mehrbranchenunternehmen (v. a. Karstadt, Müller) angeboten.

Allerdings bestehen in der Singener Innenstadt auch Angebotsdefizite. Diese beziehen sich zum einen auf das Fehlen einzelner wichtiger Retail-Marken und damit auf die Angebotstiefe, wobei v. a. die attraktivitätsbestimmenden Sortimente Bekleidung und Schuhe im Fokus stehen, zum anderen sind einzelnen Branchen / Sortimente insgesamt nicht adäquat vertreten. Dieser, die Angebotsbreite betreffende Aspekt bezieht sich z. B. auf das Sortiment Elektrowaren oder auch Spielwaren. In der Lebensmittelbranche sind ebenfalls Potenziale zu Erweiterung des Angebotes auszumachen.

6.1.2 Wettbewerbssituation im weiteren Stadtgebiet

Neben der Innenstadt stellen die dezentralen Gewerbegebietslagen von Singen (Fachmarkttagglomerationen an der Georg-Fischer-Straße und der Industriestraße sowie das Einkaufszentrum „Unter den Tannen“) wichtige Einzelhandelslagen der Stadt dar. Zudem besteht ein untersuchungsrelevanter Besitz in den Streulagen der Stadt Singen.

Innerhalb dieser Lagen wurden folgende Wettbewerbsstrukturen erfasst:

- Die städtebaulich nicht-integrierten Standorte weisen überwiegend typische Fachmarktstrukturen mit großflächigem Einzelhandelsbesatz und guter verkehrlicher Erreichbarkeit auf.
- An den nicht-integrierten Einzelhandelsstandorten befinden sich nennenswerte projektrelevante Angebote. Hierzu zählen beispielhaft die SB-Warenhäuser Real und E-Center, die Elektroanbieter Media Markt, HEM Expert und Hifi-TV-Video Zimmermann sowie die Möbelanbieter Möbel Braun, Möbel AS und Pick & Pack XXL mit teilweise umfangreichen projektrelevanten Randsortimenten.²²
- Die größten Lebensmittelanbieter konzentrieren sich in der Stadt Singen somit ebenfalls auf die dezentralen Lagen, in denen sich neben den beiden zuvor genannten SB-Warenhäusern auch ein Aldi-Lebensmitteldiscounter befindet.

²² Die vermehrte Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben v. a. auch mit sog. zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen Standorten war Anlass für die Erarbeitung und den Beschluss des Singener Einzelhandelskonzeptes 1996, fortgeschrieben 2003. Viele Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen Standorten wurden also vor dem immer noch gültigen Einzelhandelskonzept angesiedelt. Die Ansiedlung beruht dabei größten Teils auf „altem“ Baurecht. Durch eine Überplanung dieser dezentralen Standorte konnten weitere Ansiedlungen an diesen Standorten verhindert werden. Die bestehenden Anbieter an den dezentralen Standorten genießen Bestandsschutz, nicht aber städtebaulichen Schutz.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

- In den sonstigen Lagen der Stadt Singen, bei denen die Nahversorgungszentren und wohnungsnahen Standorte zusammengefasst werden, sind insbesondere mehrere Lebensmittelmärkte und ein Drogeriemarkt untersuchungsrelevant. In den weiteren untersuchungsrelevanten Sortimenten liegen dagegen kaum Verkaufsflächen vor.
- Von den Nahversorgungslagen der Stadt Singen verfügen lediglich die Nahversorgungszentren Berliner Platz (mit Rewe und dm), Fichtestraße (mit Norma) über strukturprägende Anbieter der Nahversorgung. Die übrigen Nahversorgungslagen weisen dagegen maximal einen kleineren Lebensmittelanbieter und / oder Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) auf.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Abbildung 12: Projektrelevantes Einzelhandelsangebot in Singen nach Standortbereichen und Sortimenten

Lage	Sortiment	Nahrungs- und Genussmittel		Drogerie-, Parfümeriewaren		Bekleidung		Schuhe, Lederwaren		Sport- / Campingartikel		Bücher, Zeitschriften, PBS*	
		VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
Innenstadt		3.470	18,9	3.480	17,1	27.885	78,5	4.915	13,3	5.100	13,0	1.350	4,5
Gewerbegebietslage		9.110	42,5	770	3,5	520	1,3	120	0,3	200	0,5	160	0,4
sonstige Lagen		5.170	24,1	900	4,1	180	0,5	---	---	---	---	---	0,1
Summe		17.750	85,5	5.150	24,7	28.585	80,3	5.035	13,6	5.300	13,5	1.530	5,0

Lage	Sortiment	Spielwaren		Wohnaccessoires		Elektrowaren / Foto		Optik		Uhren und Schmuck		Summe	
		VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
Innenstadt		950	2,7	4.540	9,1	1.270	7,5	1.100	6,4	735	5,8	54.795	176,5
Gewerbegebietslage		620	1,6	3.100	5,9	5.890	35,0	50	0,3	---	0,1	20.560	91,3
sonstige Lagen		---	---	80	0,2	---	---	---	---	---	---	6.380	29,0
Summe		1.570	4,3	7.720	15,2	7.170	42,5	1.150	6,7	775	6,0	81.735	296,8

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

--- keine Angabe (Werte kleiner 50 m² Verkaufsfläche bzw. kleiner 0,1 Mio. €)

Quelle: eigene Erhebungen

6.2 Wettbewerbssituation in Zone II des Einzugsgebietes

In Zone II des Einzugsgebietes befinden sich die Kommunen, die dem Mittelbereich der Stadt Singen zugeordnet sind (Gemeinden Rielasingen-Worblingen, Steißlingen, Volkertshausen, Engen, Aach, Mühlhausen-Ehingen, Gottmadingen, Büsingen, Gailingen, Hilzingen und Tengen). Da die Mittelbereiche die im LEP definierten Einzugsbereiche der Mittelzentren darstellen, werden auch die wesentlichen Versorgungsfunktionen für die in Zone II des Einzugsgebietes vorhandenen Kommunen von der Stadt Singen übernommen. Damit ist auch zu erklären, dass zwischen dem Mittelbereich und der Stadt Singen nur ausschnittsweise Überschneidungen in den projektrelevanten Sortimenten vorliegen. Auch sind die sortimentsbezogenen Verkaufsflächen im Mittelbereich in der Regel vergleichsweise gering.

Die größten Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben finden sich in Rielasingen-Worblingen, Gailingen, Gottmadingen, Volkertshausen und Engen in den Sortimenten Drogeriewaren und Bekleidung, die hier im Wesentlichen durch einzelne Drogerie- (Müller, dm, Rossmann) und Bekleidungsfachmärkte (Kik, NKD und Takko) repräsentiert werden. Beim Sortiment Spielwaren finden sich darüber hinaus nennenswerte Verkaufsflächen in Rielasingen-Worblingen insbesondere mit den Anbietern Rofu Kinderland und Rappelkiste und Gottmadingen mit dem Anbieter Müller.

Abbildung 13: Wettbewerbssituation in Zone II des Einzugsgebietes nach Lagen

Lage	Sortiment		Drogerie-, Parfümeriewaren		Bekleidung		Schuhe, Lederwaren		Sport- / Campingartikel		Bücher, Zeitschriften, PBS*		Spielwaren	
	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	VK in m ²	VK in m ²	VK in m ²	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
Rielasingen-Worblingen	550	2,6	1.350	3,1	---	---	---	---	---	---	100	0,3	1.035	2,6
Steißlingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Volkertshausen	---	---	650	1,6	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Engen	350	1,6	610	1,5	270	0,7	---	---	---	---	50	0,1	---	0,1
Aach	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlhausen-Ehingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Gottmadingen	1.050	4,7	1.160	2,9	830	2,1	---	---	---	---	160	0,5	360	0,9
Büsingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gailingen	500	2,3	1.010	2,5	---	---	---	---	---	---	---	0,1	---	0,1
Hilzingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	60	0,2	---	---
Tengen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe	2.470	11,2	4.780	11,7	1.100	2,8	---	---	---	---	410	1,3	1.450	3,7

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

--- keine Angabe (Werte kleiner 50 m² Verkaufsfläche bzw. kleiner 0,1 Mio. €)

Quelle: eigene Erhebungen

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Lage	Sortiment		Wohnaccessoires		Elektrowaren / Foto		Optik		Uhren und Schmuck	
	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
Rielasingen-Worblingen	---	---	---	---	50	0,3	---	---	---	---
Steißlingen	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---
Volkertshausen	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	0,1
Engen	140	0,3	---	0,1	80	0,4	60	0,4	---	---
Aach	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlhausen-Ehingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gottmadingen	40	0,1	120	0,7	50	0,3	---	---	---	0,1
Büsingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gailingen	320	0,6	---	0,1	---	0,1	---	---	---	---
Hilzingen	---	---	---	0,2	---	---	---	---	---	0,1
Tengen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe	530	1,1	190	1,2	200	1,1	120	0,8		

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

--- keine Angabe (Werte kleiner 50 m² Verkaufsfläche bzw. kleiner 0,1 Mio. €)

Quelle: eigene Erhebungen

6.3 Wettbewerbssituation in Zone III des Einzugsgebietes

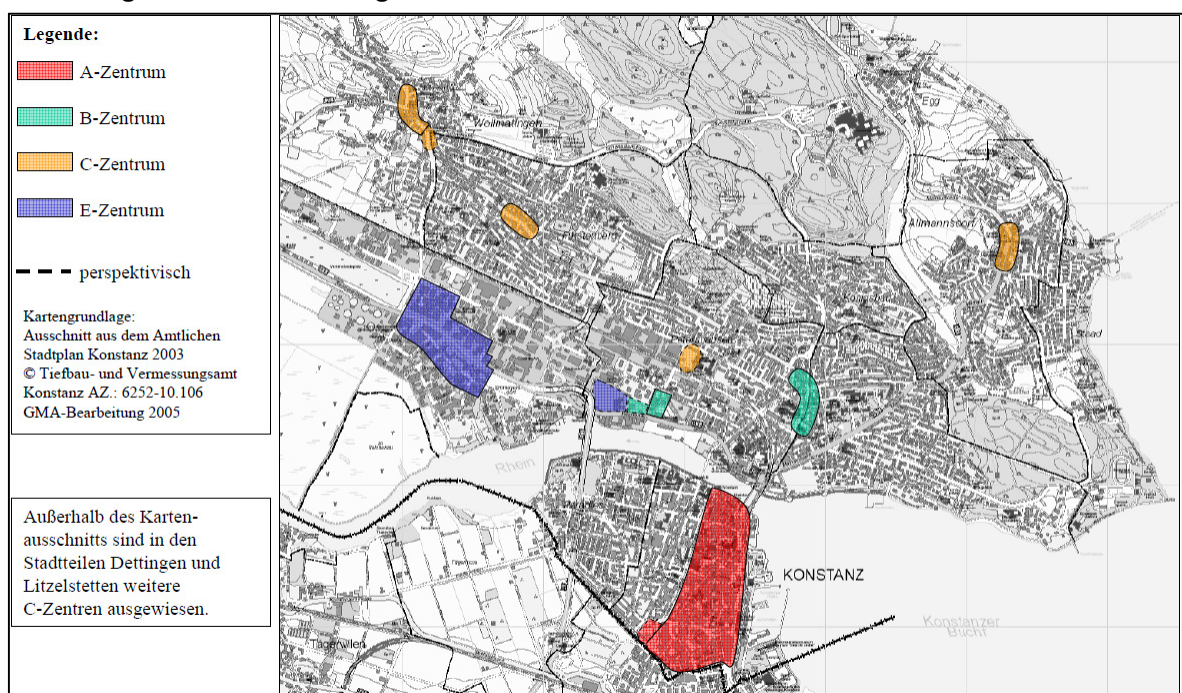
In Zone III des Einzugsgebietes sind die größten Wettbewerbsüberschneidungen mit dem Planvorhaben mit dem Oberzentrum Konstanz und den Mittelzentren Radolfzell am Bodensee und Stockach zu unterstellen.

Wie bereits eingangs zu Kapitel 6 erläutert, wird auf eine detaillierte Wettbewerbsbetrachtung in den angrenzenden Schweizer Gebieten aufgrund der eingeschränkten „Rücksichtnahme“ auf die Schweiz verzichtet. Auswirkungen auf Einzelhandelsstrukturen außerhalb des Untersuchungsgebietes, d. h. auch auf die Schweiz, werden im Folgenden im Rahmen einer diffusen Umverteilung dargestellt und bewertet (vgl. Kapitel 7.4).

6.3.1 Oberzentrum Konstanz

Im Oberzentrum Konstanz sind insbesondere zwei Standortbereiche mit überörtlichen Versorgungsfunktionen untersuchungsrelevant. Hierzu gehört neben dem A-Zentrum (Altstadt) auch das E-Zentrum Gewerbegebiet Ober- und Unterlohn. Zudem finden sich einzelne untersuchungsrelevante Einzelhandelsbetriebe in sonstigen Lagen der Stadt Konstanz.

Abbildung 14: GMA-Vorschlag zur modifizierten Zentrenstruktur in Konstanz



Quelle: Das Oberzentrum Konstanz – Stadt am Bodensee als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk, GMA 2006

Die **Konstanzer Altstadt** (A-Zentrum / oberzentraler Versorgungsbereich) stellt innerhalb des Stadtgebietes und auch innerhalb des Untersuchungsgebietes die wesentliche Einkaufslage dar,

die als zentrale Einkaufslage wichtige gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktionen erfüllt.

Die Hauptgeschäftslage der Konstanzer Altstadt, die sich entlang der Hussenstraße und im südlichen Bereich der Wessenbergstraße, weiterhin im nördlichen Abschnitt der parallel führenden Rosgartenstraße sowie entlang der abzweigenden Kanzleistraße, der Marktstätte, der Oberen Augustinerstraße und am Augustiner- und am Blätzeplatz befindet, ist als Fußgängerzone ausgewiesen. Die an die Hauptgeschäftslage anschließenden Straßen (insbesondere Kanzleistraße, Marktstätte) sind als Nebeneinkaufslagen zu klassifizieren, in denen einzelne Ladenleerstände festzustellen sind.

Die Einzelhandelsgeschäfte in der Konstanzer Altstadt sind überwiegend kleinflächig strukturiert und werden durch mittelgroße und großflächige Warenhäuser bzw. Fachmärkte ergänzt. Als Hauptwettbewerber lassen sich hier beispielhaft ein Warenhaus (Karstadt), Karstadt Sport, Intersport Gruner, H & M, C & A und Zara aufzeigen. Mit dem Shopping-Center Lago (rd. 15.000 m² VKF) an der Bodanstraße, das im Jahr 2004 eröffnet wurde, wurde am südlichen Altstadtrand eine wesentliche Erweiterung des Einzelhandelsangebotes vorgenommen. Zudem verfügt die Innenstadt von Konstanz mit dem Shopping-Center Lago über das derzeit einzige Einkaufszentrum im Untersuchungsgebiet. Vorschädigungen (wie z. B. größere Leerstände), die eine Einschränkung der Versorgungsfunktion vermuten lassen, sind in der Konstanzer Altstadt nicht erkennbar.

Neben der Altstadt ist im Oberzentrum Konstanz auch das **Gewerbegebiet Ober- und Unterlohn** (E-Zentrum / dezentrale Versorgungslage mit überörtlicher Funktion) im Stadtteil Stromeyersdorf genauer zu betrachten, da auch dieses über ein überörtliches Einzugsgebiet verfügt. Der Standortbereich profitiert von einer vergleichsweise guten Verkehrsanbindung und kann als Autokunden orientiert definiert werden. In überwiegend großflächigen Fach- und Verbrauchermärkten werden hier auch projektrelevante Sortimente teilweise als Randsortimente in größerem Umfang vorgehalten (z. B. OBI, Kaufland, Reno). Dieser Standortbereich soll ausschließlich nicht-zentrenrelevante Sortimente bis zur Großflächigkeit und – vorhabenbezogen – auch großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten aufweisen. Bei möglichen Ansiedlungsprojekten sollen Vorhaben aus den Bereichen Möbel / Einrichtung, Gartencenter, zoologischer Bedarf sowie Bau- und Heimwerkerbedarf Vorrang haben.

6.3.2 Mittelzentrum Radolfzell

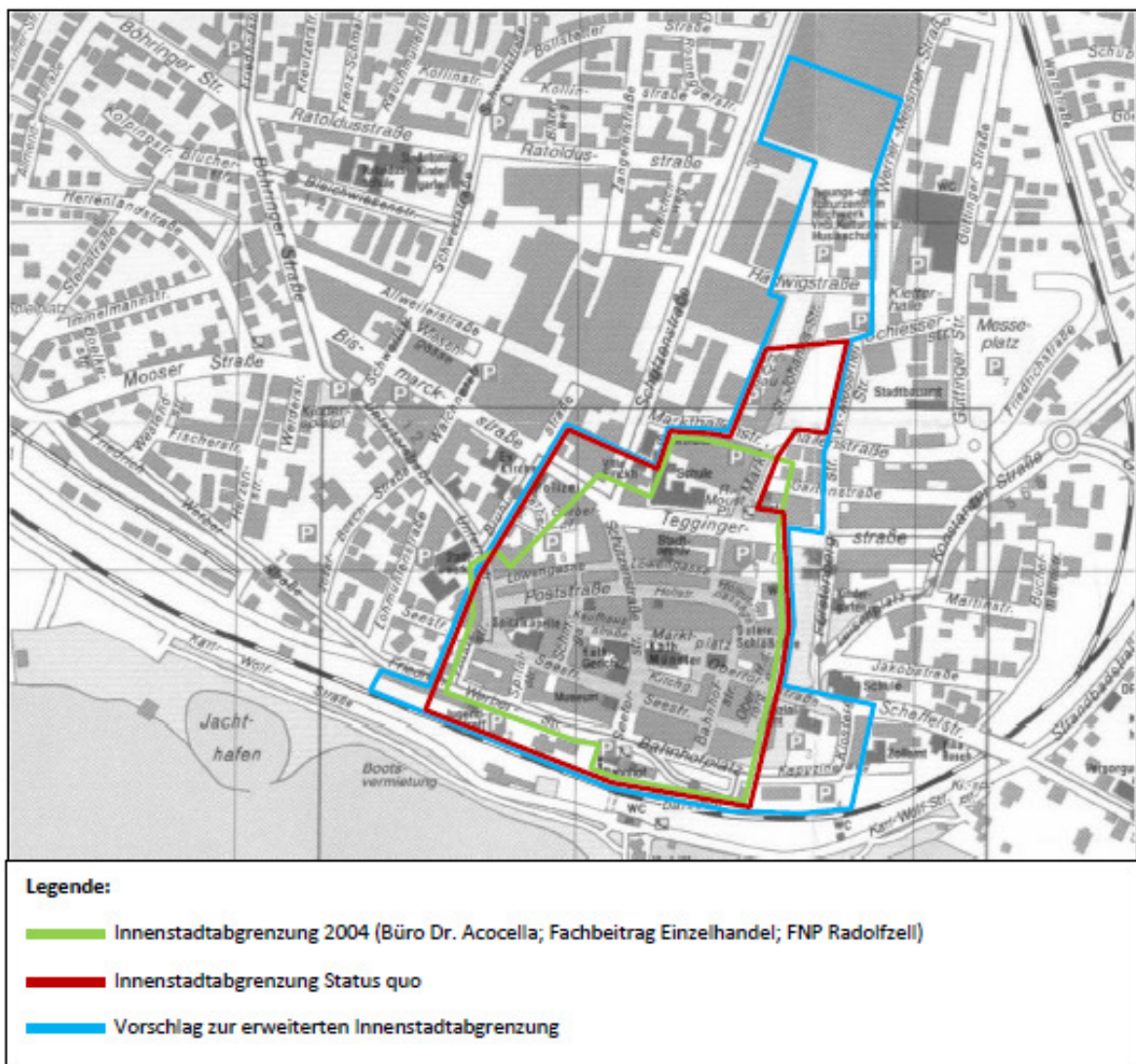
In der **Stadt Radolfzell** ist ebenfalls der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** als Hauptwettbewerbsstandort des Planvorhabens zu identifizieren. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt von Radolfzell wird gemäß Einzelhandelskonzeption für die Stadt Radolfzell (CIMA, 2009) unter Berücksichtigung des bestehenden Einzelhandelsbesatzes sowie der stadtstrukturellen Bedingungen abgegrenzt. Konkret reicht die Innenstadt in Richtung Osten bis zum Weltkloster, Mayer-Gelände und Kapuzinerweg, im Westen bis zur Einmündung Lohmühlenstraße, im Norden bis zum seemaxx und im Süden bis zum Bahnhofplatz bzw. bis zur Friedrich-Werber-Straße. Der zentrale Versorgungsbereich gliedert sich in die Einkaufsinnenstadt und den Standortbereich „seemaxx“, der sich nördlich der Einkaufsinnenstadt befindet.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Die Einkaufsinnenstadt von Radolfzell wird gemäß Einzelhandelskonzeption für die Stadt Radolfzell unter Berücksichtigung des bestehenden Einzelhandelsbesatzes sowie der stadtstrukturellen Bedingungen wie folgt abgegrenzt:

- Norden: St. Johannisstraße / Markthallenstraße / „Seemeile“
- Osten: Stadtgarten
- Süden: Bahnhofplatz / Friedrich-Werber-Straße
- Westen: Försterstraße / Untertorstraße / Brühlstraße.

Abbildung 15: Einkaufsinnenstadt von Radolfzell



Quelle: Einzelhandelskonzeption für die Stadt Radolfzell, CIMA 2009

Wie auch in der Altstadt von Konstanz sind die Einzelhandelsbetriebe auch in der Einkaufsinnenstadt von Radolfzell durch einen hohen Anteil an klein- bis mittelflächigen Fachgeschäften geprägt.

Größere Betriebe finden sich vorrangig im Mühlbach-Center (u. a. Kaufland, dm, Quick Schuh). Außerhalb des Mühlbach-Centers sind als größere Betriebe das Kaufhaus Kratt sowie die Anbieter Drogerie Müller und Sport Höll in der Höllturm-Passage vertreten.

Der Angebotsschwerpunkt der Einkaufsinnenstadt von Radolfzell liegt in den Bereichen Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel.

Die Höhe der Leerstandzahl ist als moderat zu bewerten, so dass sich hieraus keine Vorschädigung der Innenstadt oder einzelner Lagen ableiten lässt. Hierbei befinden sich die überwiegend kleinflächigen Leerstände hauptsächlich in den Nebenlagen (u. a. Seestraße, Bahnhofstraße) und im Bereich der Höllturm-Passage.

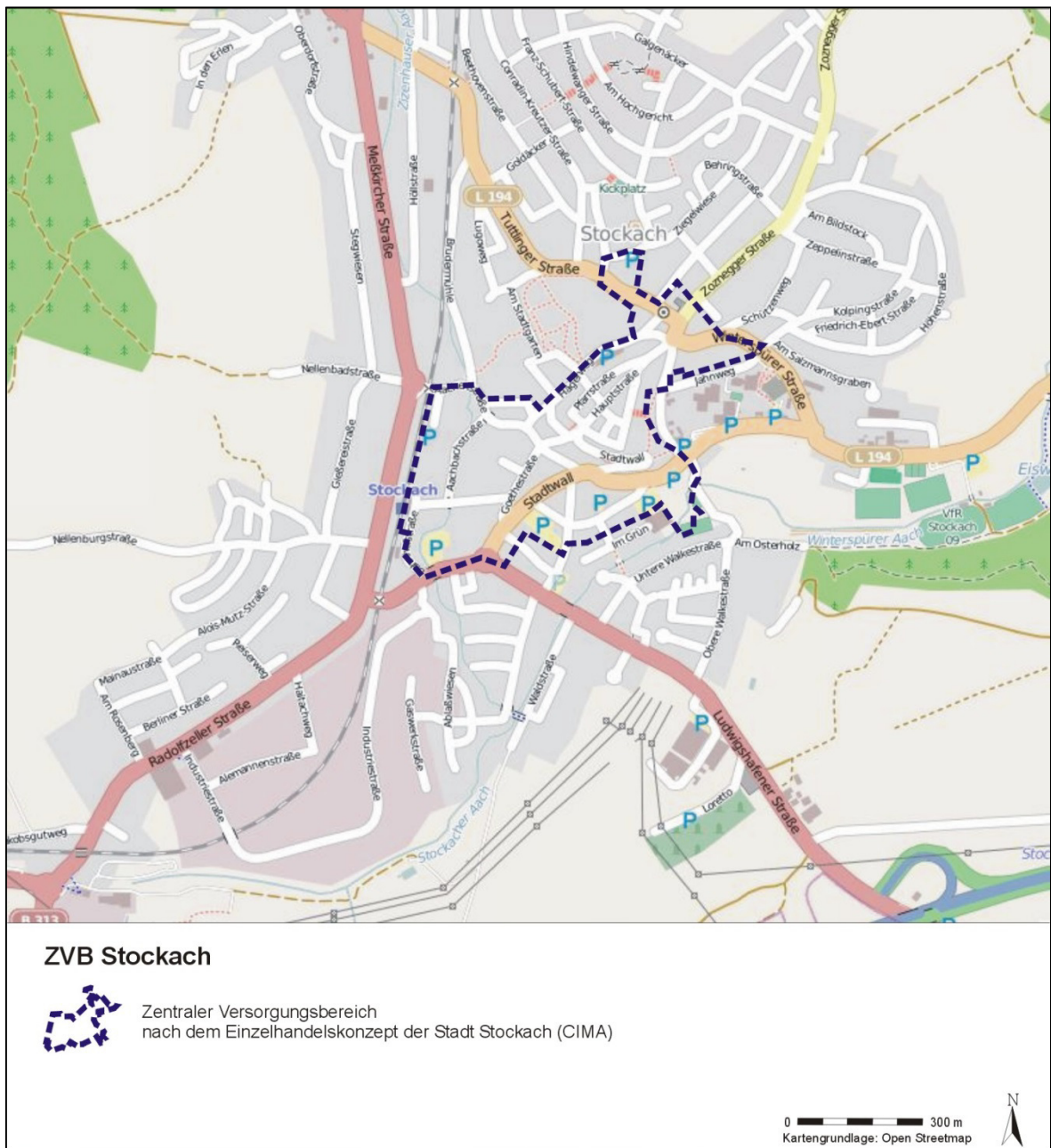
Der Standortbereich „seemaxx“ wird in der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Radolfzell als zentrale Lage und städtebaulich integrierter Standort eingestuft. Das Factory Outlet plant eine Erweiterung von derzeit rd. 4.500 m² auf rd. 8.500 m² Verkaufsfläche.

Neben der Einkaufsinnenstadt ist der Bereich **Böhringer Straße / Zeppelinstraße** als weitere strukturprägende Standortlage in der Stadt Radolfzell zu nennen. Der Standortbereich „Böhringer Straße / Zeppelinstraße“ liegt im Westen der Kernstadt an der Verbindungsstraße zum Stadtteil Böhringen und weist eine sehr heterogene Nutzungsstruktur auf. Neben dem Einkaufszentrum BEZ (u. a. Rewe, Tedi, Vögele etc.) und den umliegenden Fachmärkten, wie z. B. Deichmann und Takko, sind weitere Einzelhandelsnutzungen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorhanden.

6.3.3 Mittelzentrum Stockach

In Stockach würde das geplante Einkaufszentrum in Singen vor allem mit der **Innenstadt** in Wettbewerb treten. Hier konzentrieren sich die projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe hauptsächlich auf die Goethestraße, die Kirchhalde und die Hauptstraße sowie auf angrenzende Bereiche. Im südlichen Innenstadtbereich bildet das Fachmarktzentrum Stadtwall Carrée mit den Ankermietern Müller, Deichmann und AWG einen wesentlichen Einkaufsmagneten. Im unmittelbaren Standortumfeld befinden sich zudem der Schuhfachmarkt Quick Schuh, ein weiteres Schuhfachgeschäft sowie ein Intersport-Markt. Nördlich des Fachmarktzentruns befinden sich entlang der Hauptstraße überwiegend kleinteilige Fachgeschäfte sowohl im mittel- als auch im langfristigen Bedarfsbereich. Neben Filialisten wie Kik und NKD sind hier auch zahlreiche inhabergeführte Geschäfte angesiedelt. Diese präsentieren sich weitestgehend modern. Im Nordwesten wird die Einkaufsinnenstadt durch den Textilfachmarkt Charles Vögele begrenzt. Insgesamt befinden sich in der Stockacher Innenstadt rd. 40 projektrelevante Einzelhandelsbetriebe, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 8.900 m² aufweisen. Der Angebotsschwerpunkt liegt hierbei in den Bereichen Bekleidung und Schuhe. Die Angebotssituation ist aus fachgutachterlicher Sicht als stabil einzuschätzen, so dass ein relevante, städtebauliche Vorschädigung nicht zu konstatieren ist.

Abbildung 16: Zentraler Versorgungsbereich Stockach



Quelle: eigene Grafik, nach Angaben der Stadt Stockach

Eine weitere strukturprägende Standortlage in Stockach stellt neben der Einkaufsinnenstadt der Bereich **Radolfzeller Straße** am südwestlichen Ortsrand von Stockach dar. Hier befinden sich drei Einrichtungshäuser der Firma Stumpp mit überregionaler Strahlkraft. Für das Planvorhaben ist jedoch lediglich das zentrenrelevante Randsortiment der Möbelhäuser relevant. Dieses beläuft sich auf insgesamt rd. 1.820 m².

Die übrigen Kommunen weisen deutlich geringere Überschneidungen mit dem Planvorhaben auf. Die hier vorliegenden Einzelhandelsstrukturen weisen nur partiell eine überkommunale Versorgungsbedeutung auf und sind somit nur nachrangig als wettbewerbsrelevant zu charakterisieren.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass für das geplante Einkaufszentrum der wettbewerbsrelevante Einzelhandel v. a. in Singen und hier namentlich in der Innenstadt, in der Innenstadt des Oberzentrums Konstanz sowie in den Innenstädten der Mittelzentren Stockach und Radolfzell angesiedelt ist. Mit Bezug auf das Oberzentrum ist dabei v. a. auch auf das innerstädtische Einkaufszentrum Lago hinzuweisen, welches das einzige innerstädtische Einkaufszentrum im Einzugsgebiet darstellt. Eine Ausnahme stellt in Hinblick auf Konstanz das Sortiment Elektrowaren dar, wo der Wettbewerbsschwerpunkt außerhalb der Innenstadt liegt. Bei Wohnaccessoires ist weiterhin auf Flächen in Einrichtungs- und Möbelhäusern hinzuweisen, die insbesondere Glas-, Porzellan- und Keramikwaren als Randsortimente führen. Diese Betriebe sind häufig auch außerhalb der Innenstädte angesiedelt (z. B. Möbel Braun in Singen, Möbel Stumpp in Stockach).

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Abbildung 17: Wettbewerbssituation in Zone III (ohne CH) des Einzugsgebietes nach Lagen

Lage	Sortiment		Bekleidung		Schuhe, Lederwaren		Sport- / Campingartikel		Bücher, Zeitschriften, PBS*		Spielwaren	
	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €
Konstanz A-Zentrum	2.830	13,9	25.035	72,2	6.430	18,6	4.760	11,9	3.570	10,4	1.430	3,9
Konstanz - sonstige Lagen	1.000	4,5	560	1,4	1.000	2,5	100	0,2	100	0,3	560	1,4
Allensbach	---	---	700	1,8	200	0,6	500	1,2	---	0,1	---	0,1
Reichenau	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---
Radolfzell Innenstadt mit seemaxx-Center	1.135	5,4	7.535	21,1	2.120	6,0	1.630	3,9	710	2,0	215	0,6
Radolfzell (dezentral)	100	0,5	1.450	3,6	250	0,6	50	0,1	---	---	---	---
Stockach Innenstadt	900	4,5	4.635	12,4	1.160	3,2	380	0,9	365	1,0	270	0,7
Stockach (dezentral)	70	0,3	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Bodman-Ludwigshafen	350	1,6	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Eigeltingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Hohenfels	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Orsingen-Nenzingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gaienhofen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Moos	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Öhningen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe	6.385	30,7	39.945	112,6	11.160	31,6	7.420	18,2	4.775	13,8	2.505	6,7

* Papier-, Büro-, Schreibwaren; --- keine Angabe (Werte kleiner 50 m² Verkaufsfläche bzw. kleiner 0,1 Mio. €)

Quelle: eigene Erhebungen

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Lage	Sortiment	Wohnaccessoires		Elektrowaren / Foto		Optik		Uhren und Schmuck	
		VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	VK in m ²	Ums. in Mio. €	Ums. in Mio. €	VK in m ²
Konstanz A-Zentrum		6.585	13,2	420	2,5	1.165	6,8	1.520	9,9
Konstanz - sonstige Lagen		1.000	1,9	2.555	14,3	---	---	---	---
Allensbach		---	---	---	0,1	50	0,3	---	---
Reichenau		---	0,1	---	---	---	---	---	0,1
Radolfzell Innenstadt mit seemaxx-Center		995	1,9	600	3,4	200	1,1	100	0,6
Radolfzell (dezentral)		240	0,5	---	---	---	---	---	---
Stockach Innenstadt		510	1,0	240	1,4	440	2,5	---	0,2
Stockach (dezentral)		1.730	3,3	90	0,5	---	---	---	---
Bodman-Ludwigshafen		---	---	---	---	---	---	---	---
Eigeltingen		---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlingen		---	---	---	---	---	---	---	---
Hohenfels		---	---	---	---	---	---	---	---
Orsingen-Nenzingen		---	---	---	---	---	---	---	---
Gaienhofen		---	0,1	---	---	---	---	---	---
Moos		---	---	---	---	---	---	---	---
Öhningen		---	---	---	0,1	---	---	---	---
Summe		11.140	22,0	3.935	22,3	1.855	10,7	1.665	10,8

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

--- keine Angabe (Werte kleiner 50 m² Verkaufsfläche bzw. kleiner 0,1 Mio. €)

Quelle: eigene Erhebungen

7 Auswirkungsanalyse

Im Folgenden wird unter Berücksichtigung der regionalen Wettbewerbsstrukturen und nachfrage-seitigen Rahmenbedingungen eine **Umsatzprognose** errechnet, wobei die vorab dargelegten sor-timentsbezogenen Verkaufsflächenunter- und -obergrenzen zugrunde gelegt werden.²³

Anschließend werden mittels eines gravitationstheoretisch gestützten Prognosemodells die vom Vorhaben induzierten **Umsatzumverteilungswirkungen** bilanziert. Zentrale Frage ist dabei, ob es durch die geplante Ansiedlung des Einkaufszentrums zu einer mehr als unwesentlichen Beein-trächtigung der Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und der Entwicklung zentraler Ver-sorgungsbereiche in der Stadt Singen und in den anderen Gemeinden gem. § 11 Abs. 3 BauNVO kommen wird.

Die derzeitigen und die durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit die von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebau-lichen Auswirkungen werden in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"²⁴) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebsty-pen prognostiziert.

Dabei werden folgende Faktoren berücksichtigt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevan-ten Einzelhandelsstandorten.
- Einwohnerzahlen im Untersuchungsgebiet.
- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau der Kommunen im Untersuchungsgebiet.
- Attraktivität der überörtlich relevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur und die Erreichbarkeit.
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Waren-gruppen: Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (v. a. Lebensmittel, Getränke) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des längerfristigen oder gehobe-nen Bedarfs (z. B. Oberbekleidung, Schuhe, Elektrogeräte, Möbel) das Kriterium der (ver-muteten) Attraktivität.

Die Modellberechnung ermittelt für jeden der betrachteten Wohnortbereiche im Untersuchungs-gebiet die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Konsument die relevanten Einkaufsziele in seiner Umge-bung aufsucht bzw. welche Verteilung seines „Budgets“, d. h. seiner ihm zur Verfügung stehenden

²³ Die in die Modellrechnung eingestellten Flächenproduktivitäten wurden bei einem Termin mit Vertretern des Regierungspräsidiums Freiburg, der IHK Hochrhein-Bodensee, des Einzelhandelsverbandes Südban-den, des Regionalverbandes Hochrhein-Bodensee, der Stadt Singen, des Projektentwicklers ECE und der BBE Handelsberatung am 11. März 2014 beim Regierungspräsidium Freiburg abgestimmt.

²⁴ In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Kaufkraft, für die betrachteten Sortimente auf die verschiedenen Einkaufsorte zu erwarten ist. Je nach Entfernung der potenziellen Einkaufsorte zu seiner Wohnung und in Abhängigkeit von deren Attraktivität wird er möglicherweise an nur einem Standort einen Großteil seines Budgets ausgeben oder aber es auf mehrere Standorte aufteilen. Werden die einem Einkaufsstandort aus allen Wohnortbereichen potenziell zufließenden Budgetanteile zusammengezählt, ergibt sich der insgesamt dort zu erwartende Umsatz.

In einem zweiten Schritt wird der in der dargestellten Weise modellhaft abgebildeten Realität die Situation nach Veränderung der Angebotsstruktur durch Realisierung des Planvorhabens gegenübergestellt. Die sonstigen Rahmenbedingungen werden als unverändert betrachtet, um den Effekt der Wettbewerbsbeeinflussung durch das Planvorhaben isoliert bewerten zu können. Selbstverständlich muss in der Realität im Lauf der Zeit auch mit Reaktionen der Marktteilnehmer und mit Änderungen sonstiger Rahmenbedingungen (Einwohnerzahlen, Kaufkraftniveau, Konsumentenverhalten, Bereitschaft zur Raumüberwindung etc.) gerechnet werden. So ist in Zusammenhang mit der Ansiedlung von Einkaufszentren häufig zu beobachten, dass die Wettbewerber sich hinsichtlich ihres Angebotes (z. B. Sortiment), teils sogar schon vor einer Eröffnung, an die sich verändernden Rahmenbedingungen anpassen.

Bei Gegenüberstellung der Situation vor und nach Realisierung des Planvorhabens ergibt sich für jede Relation zwischen Wohnortbereichen (Kaufkraftherkunft) und Einkaufszielen (Kaufkraftbindung) eine Aussage zu möglichen Veränderungen. Je stärker ein neuer Wettbewerber Kaufkraft auf sich ziehen kann, die zuvor bestehenden Einkaufszielen zugeflossen ist, desto stärker sind Letztere absolut und relativ von der „Umverteilung“ betroffen.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, so dass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

7.1 Umsatzprognose

Die Einschätzung der im projektierten Einkaufszentrum prognostizierten maximalen Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen. Hierbei erfolgt die Berechnung in zwei Szenarien. Szenario 1 ergibt sich aus den dargestellten sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen, Szenario 2 aus den Untergrenzen (vgl. Abbildungen 2 und 18).

Wie bereits dargelegt, ist für das Planvorhaben jedoch eine Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche auf insgesamt 16.000 m² zu beachten, so dass tatsächlich die Nutzungen nicht alle in der maximal unterstellten Größenordnung realisiert werden können. Auch könnten bei Realisierung des geplanten Einkaufszentrums ggf. einzelne Sortimente gar nicht umgesetzt werden oder unterhalb der angegebenen sortimentsbezogenen Verkaufsflächenuntergrenze liegen. Ebenso schließt die Ausschöpfung einer sortimentsbezogenen Obergrenze ggf. deren Ausschöpfung bei anderen Sorti-

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

menten aus.²⁵ Mit anderen Worten: der Worst-Case-Ansatz ist theoretischer Natur, da eine gleichzeitige Ausschöpfung aller Obergrenzen nicht möglich ist.

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zum einen von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung der Betreiber ab. Zum anderen nehmen aber auch die Gesamtattractivität des Standortes und die Intensität des Wettbewerbs Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz. Auf Basis der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen sowie der zu erwartenden Attractivität des Planvorhabens kann im Rahmen von Prognoserechnungen die Umsatzleistung des Planvorhabens geschätzt werden.

Berechnungsgrundlage ist dabei der sog. Ziel- oder Sollumsatz, d. h. der Umsatz der unter Berücksichtigung der erzielbaren Flächenleistungen (Umsatz je m² VKF / Jahr) erwirtschaftet werden kann. Für die hier zu betrachtenden Auswirkungen muss aber unabhängig von den aus Sicht der Unternehmen zu erwartenden Zahlen von einem theoretischen „**Worst-Case**“-Ansatz ausgegangen werden. Dieser unterstellt in den jeweiligen projektrelevanten Sortimenten eine maximale Umsatzleistung, da eine Baugenehmigung nicht für einen bestimmten Anbieter erteilt wird, sondern für ein abstrakt umschriebenes Konzept.

Für die Umsatzprognose des Planvorhabens wurden folgende Annahmen getroffen:

- Der Umsatz des geplanten Einkaufszentrums wird unter Berücksichtigung möglicher Agglomerations- oder Attractivitätseffekte prognostiziert.²⁶
- Ausgehend von der Annahme, dass es sich bei dem Planvorhaben um ein sehr leistungsfähiges und attraktives Einkaufszentrum handeln wird, wurden überdurchschnittliche Flächenleistungen nach Sortimenten angenommen.
- Unterstellt wird eine Erhöhung der Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet durch eine gesteigerte Attractivität der Singener Innenstadt durch zusätzliche Einzelhandelsangebote und neue Einzelhandelsmagnete im Rahmen der Ansiedlung des Einkaufszentrums.
- Unterstellt wird weiterhin, dass es gelingt, den Anteil der Streukunden, z. B. aus dem Einkaufstourismus, zu steigern. Der mit diesen Kunden generierte Umsatz von außerhalb des Einzugsgebietes wird als Streuumsatz bzw. in der vorliegenden Analyse auch synonym als „diffuser Zufluss“ bezeichnet.²⁷

In der folgenden Abbildung sind differenziert nach den jeweiligen Sortimentsbereichen und Prüfvarianten die zu erwartenden Umsätze dargestellt.

²⁵ Insofern bestehen für ein letztendlich mögliches Nutzungskonzept zahlreiche Kombinationen des Branchen- und Sortimentsmix innerhalb der genannten Grenzen mit einer „Deckelung“ der Gesamtverkaufsfläche von 16.000 m².

²⁶ Als Agglomeration wird eine räumliche Zusammenballung von Unternehmen, wie beispielsweise von Geschäften in einer Straße, Zone oder einem Einkaufszentrum verstanden, wodurch die Anziehungskraft auf die Konsumenten verstärkt wird. Dies kann zu einer höheren Kundenfrequenz und somit zu mehr Umsatz für das einzelne Geschäft – sog. Agglomerationseffekt – führen. Vgl. www.handelwissen.de.

²⁷ Vgl. Abbildung 19ff.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Abbildung 18: Umsatzprognose für die sortimentsbezogenen Unter- und Obergrenzen

Sortimente	VKF (Untergrenze – Obergrenze)** in m ²	Flächen- produktivität in € je m ² VKF	max. Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	1.600 - 2.200	4.500	7,2 - 9,9
Drogerie-, Parfümeriewaren	1.900 - 2.300	5.000	9,5 - 11,5
Bekleidung	7.200 - 8.500	3.400	24,4 - 28,9
Schuhe / Lederwaren	1.200 - 1.500	3.300	4,0 - 5,0
Sport- / Campingartikel	1.200 - 1.700	2.800	3,4 - 4,8
Bücher, Zeitschriften, PBS*	850 - 1.200	3.200	2,7 - 3,8
Spielwaren	350 - 500	2.900	1,0 - 1,5
Wohnaccessoires	900 - 1.300	2.200	2,0 - 2,9
Elektrowaren / Foto	500 - 3.000	6.000	3,0 - 18,0
Optik	100 - 400	6.000	0,6 - 2,4
Uhren und Schmuck	100 - 400	9.000	0,9 - 3,6

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

** Inkl. eventueller Mall-Verkaufsfläche, die im Bebauungsplan zu definieren wären

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers, eigene Berechnungen

Vor dem Hintergrund, dass bei der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Bewertung der Umsatzumlenkungen eine Worst-Case-Betrachtung zugrunde liegt, sind bei der nachstehenden Ausweisung der Umsatzeleistungen die aufgeführten Umsätze aus diesem Grunde als Maximalwerte zu verstehen.

7.2 Marktbedeutung des Vorhabens

Im Folgenden werden die Kaufkraftbindungsquoten (Marktanteile) des Planvorhabens nach Sortimenten im Einzugsgebiet dargestellt. Hieraus lässt sich die mögliche Marktbedeutung des geplanten Einkaufszentrums ableiten. Bei der Berechnung der Kaufkraftbindungsquoten wurden die aktuelle Angebotssituation und deren derzeitige Versorgungsfunktion in Singen und im weiteren Einzugsgebiet berücksichtigt.²⁸ Entsprechend der geplanten Verkaufsfläche, die im Rahmen der Projektplanung in Bandbreiten dargestellt wurde (vgl. Abbildung 2), werden auch in der Marktanteilprognose Ober- und Untergrenzen des erwarteten Umsatzes für die einzelnen projektrelevanten Sortimente dargestellt.

Es ist zu erwarten, dass das Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** in der Stadt Singen mit einer Verkaufsfläche von max. 2.200 m² einen Umsatzanteil von rd. 90 % im Bereich des Kernsorti-

²⁸ Die Umsätze der Bestandsbetriebe sind im Kap. 5ff dargestellt und werden bei der Berechnung der Umsatzumlenkungen nochmals aufgegriffen (vgl. Kap. 6.3ff).

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

menten generieren kann.²⁹ Darüber hinaus ist aufgrund seiner Lage innerhalb eines Einkaufszentrums mit einer überörtlichen Versorgungsbedeutung auch von deutlichen Umsatzanteilen durch Kunden auszugehen, die nicht aus der Stadt Singen stammen (v. a. Schweizer Kunden). Der Anteil der Streuumsätze (= **diffuse Zuflüsse**) dürfte bei rd. 10 % des sortimentsbezogenen Gesamtumsatzes liegen. Der Anteil der Streuumsätze (rd. 10 % des sortimentsbezogenen Gesamtumsatzes) wird sich voraussichtlich zu rd. 40 % durch Kaufkraftzuflüsse aus dem Verflechtungsbereich der Stadt Singen (rd. 0,4 Mio. €), zu rd. 40 % durch Kaufkraftzuflüsse aus der Schweiz (rd. 0,4 Mio. €) sowie zu rd. 20 % aus dem sonstigen Einzugsgebiet und darüber hinausgehenden Gebieten (rd. 0,2 Mio. €) zusammensetzen.

Abbildung 19: Marktanteile bei Nahrungs- und Genussmitteln

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Stadt Singen	6,5 - 8,9	101,0	6 - 9
diffuse Zuflüsse	0,7 - 1,0	./.	./.
■ Deutschland	max. 0,6	./.	./.
■ Schweiz	max. 0,4	./.	./.
Summe	7,2 - 9,9	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Für die **Drogerie- und Parfümeriewaren** mit max. 2.300 m² Verkaufsfläche lässt sich ein Umsatz von max. 11,5 Mio. € prognostizieren. Hiervon wird nahezu der gesamte Umsatz im Einzugsgebiet generiert. Die größten Umsatzanteile stammen mit rd. 34 % aus Singen und mit rd. 40 % aus dem Mittelbereich der Stadt Singen.

Abbildung 20: Marktanteile bei Drogerie- und Parfümeriewaren

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	3,3 - 3,9	13,2	25 - 30
Zone II	3,8 - 4,6	18,9	20 - 24
Zone III a	0,4 - 0,5	9,8	4 - 5
Zone III b	0,4 - 0,6	12,6	3 - 5
Zone III c	< 0,1	28,4	< 0,1
Zone III d (Schweiz)	1,5 - 1,7	44,9	3 - 4
EZG gesamt	9,4 - 11,3	127,8	7 - 9
diffuse Zuflüsse	0,1 - 0,2	./.	./.
■ Deutschland	max. 0,1	./.	./.
■ Schweiz	max. 0,1	./.	./.
Summe	9,5 - 11,5	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

²⁹ Die gängigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels, die bei dem geplanten Verkaufsflächenumfang realisiert werden können (Lebensmitteldiscounter oder Supermarkt) führen alle sog. Randsortimente.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Die zu untersuchende Verkaufsfläche für **Bekleidung** von max. 8.500 m² kann eine maximale Umsatzleistung von rd. 28,9 Mio. € generieren. Diese maximale Umsatzleistung kann allerdings nur dann im Rahmen des Planvorhabens erwirtschaftet werden, wenn mit dem Planvorhaben insbesondere Bekleidungsgeschäfte mit großer Ausstrahlungskraft angesiedelt werden können, die derzeit weder in der Innenstadt von Singen noch im Umland vertreten sind. Somit könnte durch die Ansiedlung solcher Anbieter die Ausstrahlungskraft der Innenstadt im Einzugsgebiet deutlich erhöht werden. Unter dieser Voraussetzung könnte im Einzugsgebiet ein Marktanteil von bis zu 12 % erreicht werden. Von außerhalb des Einzugsgebietes kann ein Umsatz von bis zu 1,8 Mio. € generiert werden.

Abbildung 21: Marktanteile bei Bekleidung

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	5,7 - 6,2	22,3	26 - 28
Zone II	7,7 - 8,5	32,0	24 - 27
Zone III a	1,6 - 2,2	16,5	10 - 13
Zone III b	2,3 - 3,1	21,4	11 - 14
Zone III c	1,2 - 1,5	48,2	2 - 3
Zone III d (Schweiz)	4,9 - 5,6	79,8	6 - 7
EZG gesamt	23,4 - 27,1	220,2	11 - 12
diffuse Zuflüsse	1,0 - 1,8	./.	./.
■ Deutschland	max. 0,7	./.	./.
■ Schweiz	max. 1,1	./.	./.
Summe	24,4 - 28,9	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Die im Rahmen des Vorhabens projektierte Verkaufsfläche für **Schuhe und Lederwaren** mit max. 1.500 m² Verkaufsfläche kann am Planstandort eine maximale Umsatzleistung von rd. 5,0 Mio. € generieren. Hierbei kann im Einzugsgebiet ein vergleichsweise hoher Marktanteil von bis zu 9 % erreicht werden. Die diffusen Umsätze von außerhalb des Einzugsgebietes liegen bei max. 0,3 Mio. €.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel
Abbildung 22: Marktanteile bei Schuhen und Lederwaren

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	1,4 - 1,6	5,6	25 - 29
Zone II	1,5 - 1,9	8,0	19 - 24
Zone III a	0,2 - 0,3	4,1	5 - 7
Zone III b	0,2 - 0,3	5,3	4 - 6
Zone III c	0,1	12,0	1
Zone III d (Schweiz)	0,4 - 0,5	19,9	2 - 3
EZG gesamt	3,8 - 4,7	54,9	7 - 9
diffuse Zuflüsse	0,2 - 0,3	./.	./.
■ <i>Deutschland</i>	<i>max. 0,2</i>	./.	./.
■ <i>Schweiz</i>	<i>max. 0,1</i>	./.	./.
Summe	4,0 - 5,0	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Unter Berücksichtigung des gut ausgeprägten Wettbewerbs, insbesondere in der Stadt Singen, ist eine Umsatzleistung von max. 4,8 Mio. € auf max. 1.700 m² Verkaufsfläche für **Sport- und Campingartikel** als ambitioniert zu bewerten. Der Marktanteil, der bei dieser Umsatzleistung im Einzugsgebiet erreicht werden müsste, liegt bei bis zu 11 %. Der mögliche Umsatzanteil von außerhalb des Einzugsgebiet beläuft sich auf prognostizierte max. 0,5 Mio. €.

Abbildung 23: Marktanteile bei Sport- und Campingartikeln

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	0,9 - 1,2	3,9	23 - 31
Zone II	1,1 - 1,5	5,7	19 - 26
Zone III a	0,2 - 0,3	2,9	7 - 10
Zone III b	0,2 - 0,3	3,8	5 - 8
Zone III c	0,1 - 0,2	8,5	1 - 2
Zone III d (Schweiz)	0,5 - 0,8	14,0	4 - 6
EZG gesamt	3,0 - 4,3	38,8	8 - 11
diffuse Zuflüsse	0,4 - 0,5	./.	./.
■ <i>Deutschland</i>	<i>max. 0,4</i>	./.	./.
■ <i>Schweiz</i>	<i>max. 0,1</i>	./.	./.
Summe	3,4 - 4,8	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Die Verkaufsfläche für **Bücher, Zeitschriften sowie Papier-, Büro- und Schreibwaren** soll max. 1.200 m² umfassen. Unter Berücksichtigung der Gesamtattraktivität des Standortes und des Planvorhabens sowie der Intensität des Wettbewerbs, kann in diesem Sortiment eine maximale Umsatzleistung von rd. 3,8 Mio. € generiert werden. Hierbei liegt der sortimentsbezogene Marktanteil im Einzugsgebiet bei bis zu 4 %. Die diffusen Umsätze sind mit max. 0,2 Mio. € vergleichsweise gering.

Abbildung 24: Marktanteile bei Büchern, Zeitschriften sowie Papier-, Büro- und Schreibwaren

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	1,2 - 1,5	9,8	12 - 15
Zone II	1,0 - 1,4	14,1	7 - 10
Zone III a	0,1 - 0,2	7,3	1 - 3
Zone III b	0,1 - 0,2	9,4	1 - 2
Zone III c	< 0,1	21,2	< 1
Zone III d (Schweiz) ³⁰	0,2 - 0,3	29,8	1
EZG gesamt	2,6 - 3,6	91,6	3 - 4
diffuse Zuflüsse	0,1 - 0,2	./.	./.
■ Deutschland	max. 0,2	./.	./.
■ Schweiz	< 0,1	./.	./.
Summe	2,7 - 3,8	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Für die **Spielwaren** mit max. 500 m² Verkaufsfläche lässt sich ein Umsatz von max. 1,5 Mio. € prognostizieren. Hiervon wird der gesamte Umsatz im Einzugsgebiet generiert. Der Marktanteil im Einzugsgebiet liegt bei max. 7 % des sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenzials.

Abbildung 25: Marktanteile bei Spielwaren

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	0,5 - 0,6	2,2	23 - 27
Zone II	0,4 - 0,6	3,1	13 - 19
Zone III a	< 0,1	1,6	1
Zone III b	< 0,1	2,1	1
Zone III c	< 0,1	4,7	< 1
Zone III d (Schweiz)	0,1 - 0,2	7,5	1 - 3
EZG gesamt	1,0 - 1,5	21,2	5 - 7
diffuse Zuflüsse	< 0,1	./.	./.
Summe	1,0 - 1,5	./.	./.

³⁰ Nach Auskunft des Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verbandes besteht keine Buchpreisbindung in der Schweiz.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Für einen **Fachanbieter von Wohnaccessoires** (z. B. Butlers) mit einer projektierten Verkaufsfläche von max. 1.300 m² lässt sich ein jährliches Umsatzvolumen von max. 2,9 Mio. € errechnen. Der Marktanteil im Einzugsgebiet liegt bei max. 5 %. Der mögliche Umsatzanteil von außerhalb des Einzugsgebietes beläuft sich auf prognostizierte max. 0,2 Mio. €.

Abbildung 26: Marktanteile bei Wohnaccessoires

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	0,8 - 1,1	5,5	15 - 20
Zone II	0,8 - 1,2	7,8	10 - 15
Zone III a	< 0,1	4,0	1
Zone III b	< 0,1	5,2	1
Zone III c	< 0,1	11,8	< 1
Zone III d (Schweiz)	0,2 - 0,4	19,2	1 - 2
EZG gesamt	1,8 - 2,7	53,5	3 - 5
diffuse Zuflüsse	0,2	./.	./.
■ Deutschland	max. 0,1	./.	./.
■ Schweiz	max. 0,1	./.	./.
Summe	2,0 - 2,9	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Auf der zu untersuchenden vorgesehenen Verkaufsfläche für **Elektrowaren / Foto** von max. 3.000 m² kann eine maximale Umsatzleistung von rd. 18,0 Mio. € generiert werden. Im Einzugsgebiet kann ein Marktanteil von rd. 9 % erreicht werden. Dagegen würde eine zusätzliche Verkaufsfläche von nur rd. 500 m² nahezu seinen gesamten Umsatz in der Stadt Singen und dem Mittelbereich Singen generieren.³¹

³¹ Die breiten Spannen hinsichtlich der Kaufkraftabschöpfung resultieren aus den großen Unterschieden bei den möglichen Verkaufsflächen einerseits bzw. den Angebotsstrukturen andererseits. Bei Realisierung der Obergrenze ist von der Ansiedlung eines großen Fachmarktes mit Elektrovollsortiment auszugehen; bei der Orientierung an der Untergrenze von mehreren kleineren Betrieben, die nur ein Teilsortiment führen (z. B. Mobilfunkshop o. ä.).

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel
Abbildung 27: Marktanteile bei Elektrowaren / Foto

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	1,6 - 5,7	20,9	8 - 27
Zone II	1,3 - 7,0	29,9	4 - 23
Zone III a	< 0,1 - 1,2	15,5	< 1 - 8
Zone III b	< 0,1 - 1,4	20,0	< 1 - 7
Zone III c	< 0,1 - 0,4	45,0	< 1 - 1
Zone III d (Schweiz)	< 0,1 - 2,1	74,2	< 1 - 3
EZG gesamt	2,9 - 17,8	205,5	1 - 9
diffuse Zuflüsse	0,1 - 0,2	./.	./.
■ <i>Deutschland</i>	< 0,1	./.	./.
■ <i>Schweiz</i>	max. 0,2	./.	./.
Summe	3,0 - 18,0	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Für die max. 400 m² Verkaufsfläche für **Optik** lässt sich ein Umsatz von max. 2,4 Mio. € prognostizieren. Hiervon wird der gesamte Umsatz im Einzugsgebiet generiert. Der Marktanteil im Einzugsgebiet liegt bei rd. 9 % des sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenzials.

Abbildung 28: Marktanteile bei Optik

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	0,3 - 0,8	2,7	11 - 30
Zone II	0,3 - 0,9	3,9	8 - 23
Zone III a	< 0,1 - 0,2	2,0	< 1 - 8
Zone III b	< 0,1 - 0,1	2,6	< 1 - 5
Zone III c	< 0,1	5,9	< 1
Zone III d (Schweiz)	< 0,1 - 0,3	9,4	< 1 - 3
EZG gesamt	0,6 - 2,3	26,5	2 - 9
diffuse Zuflüsse	< 0,1 - 0,1	./.	./.
■ <i>Deutschland</i>	max. 0,1	./.	./.
■ <i>Schweiz</i>	< 0,1	./.	./.
Summe	0,6 - 2,4	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Die zu untersuchende vorgesehene Verkaufsfläche für **Uhren und Schmuck** von max. 400 m² kann eine maximale Umsatzleistung von rd. 3,6 Mio. € generieren. Ähnlich wie auch bei der vorgesehenen maximalen Verkaufsfläche bei Bekleidung kann diese maximale Umsatzleistung nur dann im Rahmen des Planvorhabens erwirtschaftet werden, wenn mit dem Planvorhaben Anbieter mit großer Ausstrahlungskraft angesiedelt werden können. Unter dieser Voraussetzung könnte im Ein-

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

zugsgebiet ein Marktanteil von max. 13 % (rd. 3,1 Mio. €) erreicht werden. Hinzu kommen diffuse Umsatzzuflüsse von bis zu 0,5 Mio. € von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes.

Abbildung 29: Marktanteile bei Uhren und Schmuck

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungs- quote in %
Zone I	0,4 - 0,8	2,5	16 - 32
Zone II	0,4 - 1,0	3,6	11 - 28
Zone III a	< 0,1 - 0,2	1,8	2 - 10
Zone III b	< 0,1 - 0,2	2,4	1 - 8
Zone III c	< 0,1 - 0,3	5,4	1 - 5
Zone III d (Schweiz)	0,1 - 0,6	8,9	1 - 7
EZG gesamt	0,9 - 3,1	24,6	4 - 13
diffuse Zuflüsse	< 0,1 - 0,5	./.	./.
■ Deutschland	max. 0,4	./.	./.
■ Schweiz	max. 0,1	./.	./.
Summe	0,9 - 3,6	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Für beide Szenarien wurde zusammenfassend als Prämisse unterstellt, dass eine moderate Erhöhung der Einzelhandelszentralität des Singener Einzelhandels erzielt werden kann.

Dies wird insbesondere bei einem Blick auf den Umsatzanteil mit Kunden aus der Schweiz deutlich, der für das geplante Einkaufszentrum mit rd. 17 - 18 % prognostiziert wurde. Damit liegt der Wert für das geplante Einkaufszentrum nur leicht über dem bisherigen Anteil von rd. 16 % des Singener Einzelhandels insgesamt.³² Im Rahmen einer Befragung von Besuchern der Singener Innenstadt, die im November 2014 von der BBE Handelsberatung GmbH im Auftrag der Stadt Singen durchgeführt wurde, konnte zudem nachgewiesen werden, dass die höchsten Käuferverflechtungen mit dem grenznahen Schweizer Gebieten – insbesondere dem Bezirk Reiat – vorliegen.

Mithin wurde in der Modellrechnung also ein mit Blick auf den Umsatz mit Schweizer Kunden **zurückhaltender Ansatz** gewählt. Höhere Anteile sind v. a. beim Sortiment Bekleidung zu erwarten. Hierin kommt auch die Möglichkeit einer noch stärkeren Profilierung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt Singen zum Ausdruck, die insbesondere dann zum Tragen kommen könnte, wenn komplementäre Angebote, Vertriebskonzepte und Retail-Marken in dem geplanten Einkaufszentrum angesiedelt werden.

Bei einigen Sortimenten, wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Bücher, Elektrowaren kann eine größere Marktbedeutung sicherlich auch durch eine teilweise Rückholung von in den Internet-Handel abgewanderter Kaufkraft vermutet werden, da es mit dem geplanten Einkaufszentrum gelingen könnte noch bestehende Angebotslücken im Angebotsmix (mit Bezug auf einzelne Sortimente oder

³² Vgl. BBE Baden-Württemberg GmbH, Freiburg, Anteil Einkaufstourismus in Grenzstädten Südbaden, veröffentlicht in: Badische Zeitung vom 23.04.2012.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

auch bisher nicht vorhandene Retail-Marken) partiell zu schließen. Eine Quantifizierung dieser Effekte ist indes aufgrund der sich in einem rasanten Veränderungsprozess befindlichen Branche derzeit noch nicht möglich. Nach einhelliger Expertenmeinung scheint aber die Betroffenheit des stationären Handels durch Umsatzabflüsse in das Internet nicht gleichmäßig verteilt zu sein. Weniger betroffen sind dabei v. a. Metropolregionen mit einem Bevölkerungswachstum, Großstädte und heute schon wettbewerbsfähig entwickelte Städte und Standorte. Diese zeichnen sich durch einen breiten Branchen-, Retail-Marken- und Betriebstypenmix und / oder durch eine Orientierung an einem Erlebniseinkauf aus. Dabei spielt zunehmend auch eine Kombination mit Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben eine wichtige Rolle – eine Entwicklung, die sich im Übrigen auch bei Einkaufszentren widerspiegelt, wo sich der Anteil der Gastronomiefläche in den vergangenen Jahren signifikant erhöht hat. Von Bedeutung für den Erhalt eines funktionierenden stationären Einzelhandels in einer Stadt wird dabei Fähigkeit der vor Ort angesiedelten Händler sein sich konzeptionell an die zunehmende Digitalisierung im Einzelhandel anzupassen, d. h. beispielsweise Multi-Channel-Konzepte³³ zu etablieren. Zu den Verlierern werden dagegen voraussichtlich diejenigen Städte und Standortlagen gehören, die über einen wenig profilierten stationären Einzelhandel verfügen. Gerade Städte und Standortlagen mit Angebotsschwerpunkten in den heute schon am stärksten vom Internethandel betroffenen Branchen (z. B. Buchhandel, Elektrowaren, Spielwaren, Bekleidung) mit nicht mehr anpassungswilligen oder –fähigen örtlichen Einzelhändlern, unattraktiven städtebaulichen Rahmenbedingungen und mit ausgeprägten Bevölkerungsverlusten werden eine geringere Chance besitzen den stationären Handel in der bisherigen Breite halten zu können. Gerade viele kleinere Städte im ländlichen Raum werden voraussichtlich zukünftig zunehmend auf eine Grundversorgung zurückgefahren.

7.3 Umsatzumlenkungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurden die maximalen Abschöpfungsquoten des Planvorhabens im Marktgebiet ermittelt und somit dargelegt, dass das geplante Einkaufszentrum eine hohe übergemeindliche Ausstrahlungskraft entfalten kann, die sich in erster Linie aus den (gegenseitigen) Verbundeffekten mit der Innenstadt ergibt. Die Stadt Singen, insbesondere die Innenstadt, weist eine hohe Zentralität in den untersuchungsrelevanten innenstadttypischen Einzelhandelsbranchen bzw. Sortimente³⁴ auf, so dass auch für die zu untersuchenden Angebotsergänzungen der Innenstadt, die im Rahmen des geplanten Einkaufszentrums aufgrund von sog. Agglomerationseffekten eintreten würden, eine Ausstrahlung auf ein ausgedehntes Einzugsgebiet berücksichtigt werden kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind insbesondere die durch die Planmaßnahme induzierten Umverteilungseffekte für die im Untersuchungsgebiet ansässigen Betriebe, insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen in Singen sowie in den anderen Städten und Gemeinden des Kerneinzugsgebietes, relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen

³³ Mit Multi-Channel ist der gleichzeitige Vertrieb von Waren über unterschiedliche Vertriebskanäle, z. B. Internet, Katalog und / oder stationärer Handel gemeint.

³⁴ Vgl. hierzu auch die Potenzialanalysen von GMA und Stadt+Handel.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.³⁵ Zwar wird durch die unterstellte Erhöhung der Zentralität des Singener Innenstadthandels auch zusätzlich Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet zufließen, allerdings wird diese erhöhte Kaufkraftbindung zu Lasten des Einzelhandels außerhalb des Stadtgebietes gehen. Neben diesen rein quantitativen Aspekten sind bei der Bewertung auch qualitative Sachverhalte zu berücksichtigen. Diese werden in Kapitel 6.4 dargelegt. Weiterhin wurde auch die Möglichkeit von Rückholeffekten von heute nach außerhalb des Einzugsgebietes abfließender Kaufkraft berücksichtigt, ebenso wie Rückholeffekte gegenüber dem Internet-Handel. Diese Umsätze (Teil der diffusen Umsätze) wurden insofern angerechnet als sie nicht originär dem Handel in Singen oder in anderen Orten im Untersuchungsgebiet verloren gehen. In der Modellrechnung wurden diese Umsätze additiv zu den Streuumsätzen berechnet. Der Anteil der diffusen Umsätze, die somit nicht umverteilt werden, am möglichen Gesamtumsatz des geplanten Einkaufszentrums beträgt rd. 9 - 10%. Der Anteil, der nicht in die Umverteilung gehenden Umsätze, hängt davon ab, inwiefern es gelingt ergänzende und attraktive Handelsformate im geplanten Einkaufszentrum zu platzieren.

Im Hinblick auf diese absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist der zu erwartende sortimentsbezogene Umsatz der Projektplanung als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.³⁶

Ausgehend vom Status Quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Dieses Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet
- Zeitdistanzen im Kfz-Verkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten
- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber.

Auf der Basis dieser Modellrechnung können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte durch die Realisierung des projektierten Einkaufszentrums in welchem Umfang durch Verdrängungseffekte bzw. Umsatzeinbußen in den relevanten Sortimentsbereichen betroffen sein können. Mit anderen Worten: es kann mittels des Modells dargestellt werden, welche Umsatzverluste bei den einzelnen Sortimenten bei anderen Standortbereichen, mit denen das geplante Einkaufszentrum in einen Wettbewerb tritt, erwartet werden können.

³⁵ Es muss hier klar zwischen Kaufkraft und Kaufkraftzufluss / Umsatz getrennt werden. Die generell verfügbare Kaufkraft der Bevölkerung im Einzugsgebiet kann nicht erhöht werden, allerdings können Kaufkraftströme, die als Umsatz wirksam werden, verstärkt nach Singen „umgeleitet“ werden. Mit anderen Worten: das Volumen wächst nicht, sondern es verändert sich nur die Verteilung der Kaufkraftströme.

³⁶ Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sind die Umsatzumverteilungen bei ansässigen Betrieben heranzuziehen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass bereits heute z. B. Kaufkraft aus dem Umland in Singener Geschäften gebunden wird. Sollten sich diese Kunden zukünftig in den neuen Betrieben des Untersuchungsobjektes versorgen, so stellt dies einen Umsatzverlust für die sonstigen Singener Geschäfte dar, obwohl es sich um Kunden aus den Nachbarkommunen handelt.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Die nachfolgenden Betrachtungen verstehen sich, wie eingangs bereits erwähnt, als Worst-Case-Szenarien. Dabei wird

- von einer maximalen Ausschöpfung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächengrenzen ausgegangen,
- eine hohe Leistungsfähigkeit der eingemieteten Einzelhandelsbetriebe unterstellt und somit werden
- die denkbar größten Auswirkungen für Wettbewerber an städtebaulich integrierten, innerhalb zentraler Versorgungsbereiche gelegenen Angebotsstandorten ermittelt.

Im Folgenden wird im Hinblick auf die Projektplanung, der bisherigen Vorgehensweise folgend, zwischen einem Szenario für die Untergrenze und für die Obergrenze der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche unterschieden (vgl. Abb. 2). Die Kapitel 7.3.1 und 7.3.2 beinhalten zunächst eine Beschreibung der unter den oben aufgeführten Prämissen zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen bzw. Umsatzumverteilungseffekte. Eine städtebauliche und raumordnerische Beurteilung erfolgt in den Kapiteln 7.4 und 7.5.

7.3.1 Szenario 1: Obergrenzen der sortimentsbezogenen Verkaufsflächen

Betrachtet man die Ergebnisse der Umsatzumverteilungsprognose bei den Verkaufsflächenobergrenzen im Detail, ergibt sich differenziert nach Sortimentsbereichen folgendes Bild:

- Im Falle der Ansiedlung von **Nahrungs- und Genussmitteln** auf max. 2.200 m² Verkaufsfläche am Planstandort ist ein Umsatz in Höhe von max. 9,9 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln zu prognostizieren.

Abbildung 30: Umverteilungseffekte bei Nahrungs- und Genussmitteln (Obergrenze)

Standorte	derzeitiger Umsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Singen, davon	85,5	8,9	10 - 11
■ <i>Innenstadt</i>	18,9	4,3	23
■ <i>Gewerbegebietslagen</i>	42,5	3,4	8
■ <i>sonstige Standorte</i>	24,1	1,2	5
diffuser Umsatz	./.	1,0	./.
Summe	./.	9,9	./.

Quelle: Eigene Berechnungen

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Aufgrund der räumlichen Zuordnung und der gegebenen Angebotsstrukturen ist zu erwarten, dass das Planobjekt mit max. 8,9 Mio. € den Großteil des Planumsatzes durch Umsatzumverteilungen innerhalb der Stadt Singen generieren wird. Dies entspricht einer Umsatzreduzierung bei den untersuchungsrelevanten Anbietern in der Stadt Singen in Höhe von max. 10 - 11 %, die primär zu Lasten der großen Lebensmittelanbieter gehen wird.

Bei Betrieben in der Singener Innenstadt ist mit max. 23 % des derzeitigen Umsatzes (max. 4,3 Mio. €) die höchste Umsatzumverteilungsquote zu erwarten. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich derzeit ein Norma-Lebensmitteldiscountmarkt mit rd. 550 m² Verkaufsfläche auf dem Planareal befindet, der im Zuge der Realisierung des Einkaufszentrums geschlossen werden würde. Es ist davon auszugehen, dass ein großer Anteil des sortimentsbezogenen Umsatzes des Norma-Marktes auf den neuen Lebensmittel-Anbieter übertragen wird. Allerdings hat der Norma-Lebensmitteldiscountmarkt nach eigenen Berechnungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel derzeit nur einen Umsatz von rd. 2,2 Mio. €. Bei einer gesamten Umsatzumverteilung von rd. 4,3 Mio. € in der Innenstadt von Singen werden somit auch andere Betriebe umfangreichere Umsatzeinbußen in Folge der Realisierung des Planvorhabens hinnehmen müssen. Hierbei ist davon auszugehen, dass insbesondere der Supermarkt Edeka Citymarkt Münchow von den Wettbewerbseffekten betroffen sein wird. Für den Edeka Citymarkt Münchow ist festzuhalten, dass dieser den heutigen Anforderungen an die Verkaufsfläche und damit korrespondierend an die Warenvialt eines modernen Supermarktes nicht mehr entspricht. Zudem ist dieser Betrieb nur schwierig für den Kunden anzufahren (Einbahnstraße) und der Kundenparkplatz befindet sich in einer Tiefgarage. Vor dem Hintergrund der prognostizierten Wettbewerbseffekte und der gegenwärtigen Standortrahmenbedingungen ist eine vorhabenbedingte Betriebsaufgabe nicht auszuschließen. Die beiden anderen strukturprägenden Lebensmittelanbieter Sunnewirbel Super-Biomarkt und Perfetto (im Karstadt-UG) haben aufgrund ihrer speziellen Betriebs- und Zielgruppenausrichtung dagegen nur Umsatzumlenkungen in einer Größenordnung zu erwarten, bei denen keine beeinträchtigenden Auswirkungen zu erwarten sind.

In den Gewerbegebietslagen und an sonstigen Standorten der Stadt Singen sind mit Umverteilungsquoten von max. 8 % (max. 3,4 Mio. € des derzeitigen Umsatzes) bzw. max. 5 % (max. 1,2 Mio. € des derzeitigen Umsatzes) dagegen deutlich geringere Wettbewerbseffekte zu erwarten. Demnach ist nicht von Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen außerhalb der Singener Innenstadt auszugehen. Somit kann auch für den Rewe Supermarkt in der Holzheckstraße, der nah zur Innenstadt gelegene und als wettbewerbsfähig einzustufen ist, keine Beeinträchtigung abgeleitet werden.

Die Umsatzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb von Singen (diffuse Umverteilung), d. h. im sonstigen Untersuchungsgebiet, liegt bei rd. 1,0 Mio. € und verteilt sich auf eine größere Anzahl von Anbietern. Der Anteil der diffusen Umverteilung von rd. 10 % der gesamten Umverteilung lässt sich damit erklären, dass die Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel innerhalb eines Einkaufszentrums geplant ist und somit über ein Einzugsgebiet verfügen wird, das deutlich über die Einzugsgebiete von Anbietern außerhalb von Einkaufszentren hinausreicht.

Die letztendlich gegenüber den Wettbewerbern zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen hängen aber entscheidend davon ab, wie das Lebensmittelangebot im ge-

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

planten Einkaufszentrum strukturiert sein wird, d. h. welche Betriebstypen (Lebensmitteldiscounter, Vollsortimenter oder Spezialanbieter) in welchem Umfang realisiert werden.

Insgesamt wird mit der geplanten Verkaufsfläche zum einen eine bedeutende Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung in der Singener Innenstadt bzw. die (Kern-) Stadt Singen übernehmen. Zum anderen werden aber auch Besucher des Einkaufszentrums von außerhalb von Singen – z. B. aus der Schweiz – teilweise ihren Einkauf von mittelfristigen Bedarfsgütern mit einem Einkauf von Nahrungs- und Genussmitteln kombinieren.

- Im Bereich der **Drogerie- und Parfümeriewaren** sind innerhalb der Innenstadt von Singen aufgrund der räumlichen Nähe bei einer Verkaufsfläche von max. 3.480 m² die stärksten Wettbewerbseffekte zu erwarten. Die Wettbewerbssituation in der Singener Innenstadt wird im Wesentlichen geprägt durch drei Drogeriemärkte (Müller und dm), die sortimentsbezogene Fachabteilung des Warenhauses Karstadt sowie ergänzende kleinteilige Parfümerien / Kosmetikbetriebe. Bei einer zu erwartenden Umsatzumverteilung für die Innenstadt in Höhe von max. 7,0 Mio. € infolge einer zusätzlichen Verkaufsfläche von bis zu 2.300 m² für Drogerie- und Parfümeriewaren sind Betriebsgefährdungen nicht auszuschließen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren bis zu 2.300 m² Verkaufsfläche realisierbar werden sollen, wodurch die derzeitige sortimentsbezogene Innenstadtverkaufsfläche um rd. zwei Drittel der Bestandsfläche erweitert werden würde.

In den Gewerbegebietslagen und sonstigen Lagen der Stadt Singen sind dagegen keine strukturgefährdenden Auswirkungen zu erwarten. Es handelt sich hier im Wesentlichen um Angebote in Form von Randsortimenten von Lebensmittelmärkten (insbesondere Real und E-Center), die nicht wesentlich durch die zu erwartende Wettbewerbsverschärfung durch das geplante Einkaufszentrum tangiert werden.

Aufgrund der regionalen Ausstrahlungskraft des geplanten Einkaufszentrums in Singen sind auch Umverteilungseffekte für den Einzelhandel in den umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten. Die Umsatzumverteilung außerhalb der Stadt Singen wird auf insgesamt max. 3,3 Mio. € prognostiziert. Hierbei liegen unterschieden nach Kommunen die höchsten Umverteilungsquoten bei rd. 5 % des derzeitigen Umsatzes. Da sich die Wettbewerbseffekte auf eine Vielzahl von Betrieben bzw. Standorten in der Region beziehen, sind Betriebsgefährdungen und damit versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.

- Im Sortimentsbereich **Bekleidung** sind bei Ausschöpfung der Verkaufsflächenobergrenze von rd. 8.500 m² ebenfalls hohe Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten.

Das Umverteilungsvolumen für die Betriebe der Singener Innenstadt ist mit max. 19,8 Mio. € (rd. 25 % des derzeitigen Umsatzes) zu prognostizieren. Damit ist eine Wettbewerbsintensivierung zu erwarten, die insbesondere für kleinere, wenig profilierte Betriebe in Randlagen erhebliche Wirkungen in Form von Umsatzverlusten erwarten lässt. Aber auch die strukturprägenden Anbieter in der Innenstadt von Singen werden von den absatzwirtschaftlichen Auswirkungen betroffen sein, was insbesondere für weniger gut positionierte Anbieter gelten dürfte. Damit kann durch das Einkaufszentrum in Singen ein Flächenaustausch innerhalb der Innenstadt eingeleitet werden, der insbesondere zu einer Schwächung der Geschäftsnebenlagen (v. a. Ekkehardstraße) führen kann. Aber auch für die Hauptgeschäftslagen – insbesondere im Norden der Innenstadt mit C & A und New Yorker – sind

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

größere Auswirkungen nicht auszuschließen. Wie bei Drogerie- und Parfümeriewaren ist auch hierbei darauf hinzuweisen, dass im Bereich Bekleidung bis zu 8.500 m² Verkaufsfläche realisierbar sein sollen, was rd. einem Drittel der derzeitigen sortimentsbezogenen Innenstadtverkaufsfläche entspricht.

Insgesamt wird der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt durch die Ansiedlung zusätzlicher Sortimentsangebote bei Bekleidung jedoch eine höhere Versorgungsbedeutung erzielen, wodurch ein Teil der Auswirkungen aufgefangen werden dürfte, allerdings werden mit der vorgesehenen Schwerpunktsetzung am Planstandort (Standort Bahnhofstraße) die übrigen Einkaufslagen eine deutliche Erhöhung des Wettbewerbsdrucks erfahren.

Für die Gewerbegebietslagen und sonstige Lagen im Stadtgebiet liegen die voraussichtlichen Umverteilungen auf deutlich niedrigerem Niveau bzw. sind nur marginal, so dass hier betriebsgefährdende Auswirkungen grundsätzlich ausgeschlossen werden können.

Für die Städte und Gemeinden in der Region, d. h. im Einzugsgebiet, sind Umverteilungseffekte in Höhe von zusammen max. 7,2 Mio. € zu erwarten. Davon beziehen sich die höchsten Umverteilungen auf die Innenstädte von Konstanz, Radolfzell und Stockach, die als Hauptwettbewerbsstandorte der Singener Innenstadt und des Planvorhabens zu bewerten sind. Der Großteil der Umsatzumverteilung ist gegenüber der Konstanzer Innenstadt mit rd. 4,6 Mio. € (Umverteilungsquote: max. 6 %) zu erwarten, was darauf zurückzuführen ist, dass hier außerhalb Singens die mit Abstand größte Konzentration von Wettbewerbsbetrieben - darunter mit dem Einkaufszentrum Lago auch der einzige sog. Systemwettbewerber im Untersuchungsgebiet - vorhanden ist. Da aber der Konstanzer Einzelhandel als leistungsfähig einzustufen ist und auch keine Vorschädigungen in der Innenstadt festzustellen sind, ist eine Umverteilungsquote von max. 6 % verkraftbar. Deutlich geringere Umsatzumverteilungseffekte werden gegenüber den Innenstädten von Radolfzell und Stockach zu erwarten sein. So werden gegenüber der Innenstadt von Radolfzell (mit seemaxx) rd. 1,6 Mio. € Umsatz und gegenüber der Innenstadt von Stockach rd. 0,7 Mio. € umverteilt. Die Quoten liegen bei max. 7 bzw. 5 %. Der höhere Wert in Radolfzell lässt sich dabei auch auf das seemaxx zurückführen, so dass der Anteil gegenüber „klassischen“ Einzelhandelsgeschäften in der Innenstadt niedriger ausfällt. Angesichts der auch absolut geringen Umverteilungseffekte wird eine Beeinträchtigung der Funktion beider Innenstädte nicht zu erwarten sein.

Darüber hinaus sind Umverteilungen von max. 1,7 Mio. € zu prognostizieren, die sich auf weiter entfernte Einkaufsstädte sowie den Versand- und Internethandel beziehen. Aufgrund der absoluten Höhe sind damit keine wesentlichen Auswirkungen auf die Versorgungsbedeutung der weiter entfernt gelegenen Mittel- bzw. Oberzentren zu erwarten.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Abbildung 31: Umverteilungseffekte (Obergrenze)

	Drogerie, Parümerie			Bekleidung			Schuhe, Lederwaren			Sport- / Campingartikel			Bücher, Zeitschriften, PBS*		
	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Zone I															
Singen, davon	24,7	8,2	33	80,3	19,9	25	13,6	3,1	23	13,5	3,4	25	5,0	2,3	45
Innenstadt	17,1	7,0	41	78,5	19,8	25	13,3	3,1	23	13,0	3,4	26	4,5	2,3	50
Gewerbegebietslage	3,5	0,7	20	1,3	0,1	10	0,3	---	5	0,5	---	5	0,4	---	10
sonstige Lagen	4,1	0,5	13	0,5	---	3	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Zone II															
Rielasingen-Worblingen	2,6	0,1	5	3,1	0,1	3	---	---	---	---	---	---	0,3	---	---
Steißlingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Volkertshausen	---	---	---	1,6	---	3	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Engen	1,6	0,1	5	1,5	---	3	0,7	---	2	---	---	---	0,1	---	---
Aach	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlhausen-Ehingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Gottmadingen	4,7	0,2	5	2,9	0,1	3	2,1	0,1	4	---	---	---	0,5	---	---
Büsingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gailingen	2,3	0,1	5	2,5	0,1	3	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Hilzingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,2	---	---
Tengen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe Zone II	11,2	0,6	5	11,7	0,3	2	2,8	0,1	3	---	---	---	1,3	---	---
Zone III															
Konstanz A-Zentrum	13,9	0,4	3	72,2	4,6	6	18,6	1,1	6	11,9	0,8	7	10,4	0,8	7
Konstanz - sonstige Lagen	4,5	0,1	2	1,4	---	2	2,5	---	2	0,2	---	2	0,3	---	---
Radolfzell Innenstadt mit Seemaxx	5,4	0,3	5	21,1	1,6	7	6,0	0,3	5	3,9	0,3	7	2,0	0,1	6
Radolfzell (dezentral)	0,5	---	2	3,6	0,1	2	0,6	---	---	0,1	---	---	---	---	---
Stockach Innenstadt	4,5	0,2	4	12,4	0,7	5	3,2	0,1	4	0,9	---	2	1,0	---	4
Stockach (dezentral)	0,3	---	2	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Bodman-Ludwigshafen	1,6	0,1	4	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Eigeltingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Hohenfels	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Orsingen-Nenzingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gaienhofen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Moos	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Ohningen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Allensbach	---	---	---	1,8	---	2	0,6	---	---	1,2	---	2	0,1	---	---
Reichenau	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe Zone III	30,7	1,0	3	112,6	6,9	6	31,6	1,5	5	18,2	1,1	6	13,8	0,9	7
diffuse Umsätze	./.	1,7	./.	./.	1,7	./.	./.	0,3	./.	./.	0,3	./.	./.	0,6	./.
Gesamtumsatz	./.	11,5	./.	./.	28,8	./.	./.	5,0	./.	./.	4,8	./.	./.	3,8	./.

* Papier-, Büro-, Schreibwaren; --- = Wert < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %

Quelle: BBE Erhebung / Berechnung 2015; ca. Werte gerundet

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Fortsetzung Abbildung 31: Umverteilungseffekte (Obergrenze)

	Spielwaren			Wohnaccessoires			Elektrowaren / Foto			Optik			Uhren / Schmuck		
	derzeitiger Umsatz	Umverlagerung		derzeitiger Umsatz	Umverlagerung		derzeitiger Umsatz	Umverlagerung		derzeitiger Umsatz	Umverlagerung		derzeitiger Umsatz	Umverlagerung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Zone I															
Singen, davon	4,3	0,7	16	15,2	1,7	11	42,5	15,1	36	6,7	1,3	19	6,0	2,4	40
Innenstadt	2,7	0,5	20	9,1	1,1	12	7,5	1,1	15	6,4	1,3	20	5,8	2,4	41
Gewerbegebietslage	1,6	0,2	10	5,9	0,6	10	35,0	14,0	40	0,3	---	5	0,1	---	---
sonstige Lagen	---	---	---	0,2	---	2	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Zone II															
Rielasingen-Worblingen	2,6	0,2	9	---	---	---	---	---	---	0,3	---	4	---	---	---
Steißlingen	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Volkertshausen	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Engen	0,1	---	---	0,3	---	---	0,1	---	---	0,4	---	4	0,4	---	---
Aach	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlhausen-Ehingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gottmadingen	0,9	0,1	8	0,1	---	---	0,7	---	---	0,3	---	4	0,1	---	---
Büsingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gailingen	0,1	---	---	0,6	---	2	0,1	---	---	0,1	---	---	---	---	---
Hilzingen	---	---	---	---	---	---	0,2	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Tengen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe Zone II	3,7	0,3	8	1,1	---	1	1,2	---	---	1,1	---	---	0,8	---	---
Zone III															
Konstanz A-Zentrum	3,9	0,2	5	13,2	0,6	4	2,5	0,1	5	6,8	0,4	6	9,9	0,7	7
Konstanz - sonstige Lagen	1,4	---	2	1,9	---	2	14,3	1,0	7	---	---	---	---	---	---
Radolfzell Innenstadt mit Seemaxx	0,6	---	3	1,9	0,1	5	3,4	0,2	5	1,1	0,1	6	0,6	---	---
Radolfzell (dezentral)	---	---	---	0,5	---	2	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Stockach Innenstadt	0,7	---	3	1,0	0,1	5	1,4	0,1	5	2,5	0,2	6	0,2	---	---
Stockach (dezentral)	---	---	---	3,3	0,2	6	0,5	---	---	---	---	---	---	---	---
Bodman-Ludwigshafen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Eigeltingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Hohenfels	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Orsingen-Nenzingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gaienhofen	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Moos	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Öhningen	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---
Allensbach	0,1	---	---	---	---	---	0,1	---	---	0,3	---	---	---	---	---
Reichenau	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Summe Zone III	6,7	0,2	3	22,0	0,9	4	22,3	1,4	6	10,7	0,7	6	10,8	0,7	6
diffuse Umsätze	./.	0,3	./.	./.	0,3	./.	./.	1,5	./.	./.	0,4	./.	./.	0,5	./.
Gesamtumsatz	./.	1,5	./.	./.	2,9	./.	./.	18,0	./.	./.	2,4	./.	./.	3,6	./.

* Papier-, Büro-, Schreibwaren; --- = Wert < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %

Quelle: BBE Erhebung / Berechnung 2015; ca. Werte gerundet

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Insbesondere im Sortimentsbereich Bekleidung ist nochmals darauf zu verweisen, dass es sich in zweifacher Hinsicht um eine Worst-Case-Betrachtung handelt. So werden zum einen maximale Verkaufsflächen angenommen; zum anderen wird unterstellt, dass hochwertige Fachgeschäfte angesiedelt werden, für die je nach Sortiment im Durchschnitt eine Flächenleistung von rd. 3.400 € je m² Verkaufsfläche angesetzt wird. Diese Flächenleistung ist gut 20 % höher als die Flächenleistung des aktuellen Betriebsbestandes in der Singener Innenstadt. Vor dem Hintergrund der Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Singen und im Untersuchungsgebiet ist aus gutachterlicher Sicht nicht zu erwarten, dass es gelingen wird, die gesamte geplante Verkaufsfläche (Obergrenzen) mit hochwertigen Fachgeschäften zu belegen.

Dies gilt auch für die im Folgenden zu bewertenden Sortimente Schuhe / Lederwaren und Sport- / Campingartikel. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die Verkaufsflächenobergrenzen nicht in jedem der drei Sortimente (Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sport- / Campingartikel) voll ausgeschöpft werden können und ein Teil der Fläche nicht mit hochwertigen und attraktiven Fachanbietern, sondern z. B. auch mit Fachmarktanbieter belegt wird. Diese erreichen jedoch i. d. R. keine so hohen Flächenproduktivitäten wie Fachanbieter bzw. Fachgeschäfte. Aus diesem Grund ist zu unterstellen, dass bei einer Realisierung des geplanten Einkaufszentrums letztendlich auch deutlich geringere Umsätze generiert werden würden.

- Im Sortimentsbereich **Schuhe / Lederwaren** ist eine Verkaufsfläche von max. 1.500 m² geplant. Die zu erwartenden Auswirkungen werden sich in erster Linie auf die direkten Wettbewerbsbetriebe in der Innenstadt von Singen beziehen. Für die innerstädtischen Fachgeschäfte sind Wettbewerbswirkungen in Höhe max. 23 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten.

Beim Sortiment Schuhe / Lederwaren ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich derzeit ein Reno-Schuhmarkt auf dem Planareal befindet, der im Zuge der Realisierung des Einkaufszentrums geschlossen werden würde. Es ist davon auszugehen, dass ein großer Anteil des sortimentsbezogenen Umsatzes des Reno-Marktes (rd. 450 m² VK) auf die neue sortimentsbezogene Verkaufsfläche übertragen wird, so dass sich hierdurch die Auswirkungen des Planvorhabens auf andere Schuhanbieter in der Innenstadt von Singen deutlich beschränken.

- Im Sortimentsbereich **Sport- / Campingartikel** ist eine zusätzliche Verkaufsfläche von max. 1.700 m² geplant. Die zu erwartenden Auswirkungen werden sich bei Umsatzumverteilungen von max. 26 % des derzeitigen Umsatzes auch hier aufgrund der gegebenen Angebotsstrukturen in erster Linie auf die direkten Wettbewerbsbetriebe in der Innenstadt von Singen beziehen. Betriebsgefährdungen sind auch hier nicht auszuschließen. Diese „Betriebsschließungen“ können sich allerdings auch in Form von Betriebsverlagerungen innerhalb der Innenstadt auswirken.
- Im Sortimentsbereich **Bücher, Zeitschriften, Papier-, Büro und Schreibwaren** ist eine Verkaufsfläche von max. 1.200 m² geplant. Die zu erwartenden Auswirkungen werden sich in erster Linie auf die direkten Wettbewerbsbetriebe in der Singener Innenstadt beziehen. Dies sind neben Fachgeschäften (Greuter, Weltbild) auch die entsprechenden Randsortimente bei Karstadt.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Mit der Realisierung der maximalen Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Bücher, Zeitschriften, Papier-, Büro und Schreibwaren ist eine beachtliche Angebotserweiterung für das gesamte Einzugsgebiet zu erwarten, mit der eine Umorientierung der Verbraucher einhergehen kann. Bei Büchern, Zeitschriften, Papier-, Büro und Schreibwaren sind für die innerstädtischen Anbieter Wettbewerbswirkungen in Höhe von bis zu max. 50 % des derzeitigen Umsatzes nicht auszuschließen. Die sortimentsbezogene Angebotserweiterung kann vor allem Umsatzumverteilungen für die Innenstadt (Buchfachgeschäfte bzw. -Fachabteilungen der Warenhäuser) auslösen. Faktisch könnten auch „Betriebsverlagerungen“ in der Innenstadt von Singen eintreten, die unter rein städtebaulichen (d. h. die Versorgungsfunktion der Innenstadt insgesamt betreffend) und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten insofern als unkritisch zu bewerten wären, als an anderer Stelle in der Innenstadt die Versorgung weiter gesichert wäre. Ungeachtet dessen sind aber Auswirkungen auf einzelbetrieblicher Ebene nicht auszuschließen.

Die wohnungsnah Grundversorgung wird durch die geplanten Betriebe im Sortimentsbereich Bücher, Zeitschriften, Papier-, Büro und Schreibwaren nur marginal tangiert.

Negative übergemeindliche Auswirkungen können angesichts der Wettbewerbsstrukturen und der räumlichen Entfernung grundsätzlich ausgeschlossen werden. Darüber hinaus ist eine Reduzierung von Kaufkraftabflüssen in den Versand- / Internethandel zu prognostizieren. Dabei wird unterstellt, dass durch ein attraktives stationäres Handelsangebot Kaufkraft aus dem Internethandel zumindest teilweise „zurückgeholt“ werden kann.

- Bei **Spielwaren** ist eine Verkaufsfläche von max. 500 m² für Spielwaren projektiert. Die zu erwartenden Auswirkungen werden sich in erster Linie auf die direkten Wettbewerbsbetriebe in der Singener Innenstadt beziehen. Dies sind insbesondere die entsprechenden Randsortimente, vor allem der Betriebe Karstadt und Drogerie Müller.

Die Umsatzumverteilungseffekte bewegen sich bei Spielwaren bei max. einem Fünftel des derzeitigen Umsatzes. Betriebsgefährdungen sind vor dem Hintergrund, dass hier im Wesentlichen nur Teilbereiche von Mehrbranchenunternehmen betroffen sind, nicht zu erwarten.

An anderen Standorten innerhalb der Stadt Singen sowie auch an Angebotsstandorten außerhalb von Singen sind Betriebsgefährdungen im Sortiment Spielwaren grundsätzlich auszuschließen, wenngleich mit max. 9 % des derzeitigen Umsatzes in Rielasingen-Worblingen noch eine höhere Umsatzumverteilungsquote erreicht wird. Es sind hier aber leistungsfähige Betriebe betroffen, die auch bei dieser Quote nicht gefährdet sind.

- Mit zusätzlichen Angeboten bei **Wohnaccessoires** von bis zu 1.300 m² Verkaufsfläche kann eine innerstädtische Angebotsergänzung erreicht werden. Wettbewerbsüberschneidungen beziehen sich auf einen Hauptanbieter (Depot) und auf begrenzte Teil- und Randsortimente der innerstädtischen Anbieter (insbesondere Karstadt). Gleichzeitig ist eine Vielzahl von Betrieben an unterschiedlichen Standorten von der Ansiedlung betroffen. Bei einer prognostizierten Umsatzumverteilung von max. 12 % des derzeitigen Umsatzes (max. 1,1 Mio. €) in der Innenstadt von Singen können städtebaulich relevante Auswirkungen angesichts der vielfältigen Angebotsstrukturen auch für die Singener Innenstadt ausgeschlossen werden. Der projektierte Anbieter kann das innerstädtische Angebot ergänzen und zusätzliche Kaufkraft in der Innenstadt binden.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Ein Umverteilungsvolumen von insgesamt rd. 0,6 Mio. € wird sich zudem auf Betriebe außerhalb der Innenstadt beziehen (u. a. Braun Möbel Center).

Insgesamt bezieht sich die Wettbewerbsverschärfung auf eine Reihe von Anbietern in der Stadt Singen und den benachbarten Kommunen, ohne dass städtebaulich relevante Auswirkungen damit einhergehen werden. Mit Blick auf Möbel Braun ist zudem darauf hinzuweisen, dass dieser Betrieb außerhalb zentraler Versorgungsbereiche liegt und daher keinem städtebaulichen Schutz unterliegt.

- Für den Sortimentsbereich **Elektrowaren / Foto** sind bei einer zusätzlichen Verkaufsfläche von bis zu 3.000 m² die größten Überschneidungen mit den dezentralen Fachmarktangeboten (insbesondere Media Markt und HEM Expert) festzustellen. In der Innenstadt sind Wettbewerbswirkungen für die Fachgeschäfte und Fachabteilungen von Mehrbranchenunternehmen zu erwarten. Insgesamt wird sich die Umsatzumverteilung für die Stadt Singen auf max. 15,1 Mio. € belaufen, gleichbedeutend max. 36 % des sortimentsbezogenen Umsatzes im ansässigen Einzelhandel. Damit sind betriebsgefährdende Auswirkungen zu erwarten, die sich jedoch vor allem auf Betriebe außerhalb der Innenstadt und damit auf städtebaulich nicht schutzwürdige Bereiche beziehen. Mit der geplanten Ansiedlung, bei der in der Größenordnung von bis zu 3.000 m² ein Elektrofachmarkt mit Vollsortiment zu unterstellen ist, wird der Standort Innenstadt in einem Angebotsbereich sinnvoll ergänzt, der bislang kein angemessenes Innenstadtangebot aufweist.

Der Elektrofachmarkt wird in einen übergemeindlichen Wettbewerb mit vergleichbaren Fachmärkten treten. Hierbei ist insbesondere auf den Media Markt in der Stadt Konstanz zu verweisen. Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Fachgeschäften im Untersuchungsraum von Umverteilungen betroffen, ohne dass existenzgefährdende Auswirkungen zu erwarten sind. Damit sind negative versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen auf die umliegenden Zentralen Orte auszuschließen.

- In den Sortimentsbereichen **Optik** und **Uhren / Schmuck** sind Verkaufsflächen von jeweils max. 400 m² geplant. Die zu erwartenden Auswirkungen werden sich in erster Linie auf die direkten Wettbewerbsbetriebe in der Innenstadt von Singen beziehen. Für die innerstädtischen Fachgeschäfte sind bei den Optikern Wettbewerbswirkungen in Höhe von einem Fünftel, bei den Anbietern von Uhren und Schmuck von max. 41 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten. Betriebsgefährdungen sind auch hier nicht auszuschließen. Diese „Betriebsschließungen“ können sich allerdings auch in Form von Betriebsverlagerungen innerhalb der Innenstadt auswirken.

Speziell im Sortimentsbereich Uhren / Schmuck ist darauf hinzuweisen, dass die Auswirkungen stark von der qualitativen Angebotsstruktur abhängen. Hier ist grundsätzlich eine große Spannweite von Anbietern von einfachem Modeschmuck bis hin zu sehr hochwertigen Angeboten von Goldschmiedern möglich.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel
7.3.2 Szenario 2: Untergrenzen der sortimentsbezogenen Verkaufsflächen

Die detaillierte Betrachtung der Ergebnisse der Umsatzumverteilungsprognose für die Untergrenzen nach Sortimentsbereichen ergibt folgendes Bild:

- Bei diesem Szenario umfasst die Ansiedlung von **Nahrungs- und Genussmitteln** max. 1.600 m² Verkaufsfläche, auf der ein Umsatz von max. 7,2 Mio. € p. a. erwirtschaftet wird.

Auch bei einer Verkaufsfläche von max. 1.600 m² für Nahrungs- und Genussmittel ist davon auszugehen, dass ein moderner Lebensmittelanbieter im Rahmen des Einkaufszentrums realisiert wird. Dieser wird ähnliche Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen nehmen, wie bei max. 2.200 m² Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel.

Abbildung 32: Umverteilungseffekte bei Nahrungs- und Genussmitteln (Untergrenze)

Standorte	derzeitiger Umsatz in Mio. €	Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Singen, davon	85,5	6,5	7 - 8
■ <i>Innenstadt</i>	18,9	3,1	16
■ <i>Gewerbegebietslagen</i>	42,5	2,5	6
■ <i>sonstige Standorte</i>	24,1	0,9	4
diffuser Umsatz	./.	0,7	./.
Summe	./.	7,2	./.

Quelle: Eigene Berechnungen

- Im Bereich der **Drogerie- und Parfümeriewaren** sind auch bei einer maximalen Verkaufsfläche von 1.900 m² die stärksten Wettbewerbseffekte innerhalb der Innenstadt von Singen zu erwarten. So wird auch diese projektierte Verkaufsfläche mit mehr als 50 % der Bestandsfläche zu einer umfangreichen Ausdehnung der sortimentsbezogenen Innenstadtverkaufsfläche führen. Hierbei sind bei einer zu erwartenden Umsatzumverteilung in Höhe von max. 6,2 Mio. € auch bei der projektierten Verkaufsflächenuntergrenze Betriebsgefährdungen in der Singener Innenstadt nicht auszuschließen sind.

In den Gewerbegebietslagen und sonstigen Lagen der Stadt Singen sowie in den umliegenden Städten und Gemeinden sind dagegen Betriebsgefährdungen und damit negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.

- Im Sortimentsbereich **Bekleidung** sind ebenfalls auch bei der reduzierten Verkaufsfläche stärkere Umsatzumverteilungseffekte zu erwarten, was vergleichbare Auswirkungen wie in Szenario 1 auslösen würde. So ist auch bei einer Verkaufsfläche von max. 7.200 m² für die Betriebe der Singener Innenstadt ein immer noch vergleichsweise hohes Umverteilungsvolumen von bis zu 17,0 Mio. € (rd. 22 % des derzeitigen Umsatzes) zu prognostizieren. Diese Wettbewerbsintensivierung betrifft sowohl kleinere, wenig profilierte Betriebe in Randlagen als auch strukturprägende Anbieter in der Innenstadt von Singen. Insgesamt kann auch bei einer Verkaufsflächenorientierung an der Untergrenze für Bekleidung durch das Einkaufszentrum in Singen ein Flächenaustausch innerhalb der Innenstadt eingeleitet werden,

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

der insbesondere zu Auswirkungen auf die Lagewertigkeit der Geschäftsnebenlagen (v. a. Ekkehardstraße) führen kann. Aber auch für die übrigen Geschäftslagen – insbesondere im Norden der Innenstadt mit C & A und New Yorker – sind Auswirkungen nicht auszuschließen.

Auch bei einer Verkaufsfläche von max. 7.200 m² wird der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt durch die Ansiedlung zusätzlicher Sortimentsangebote bei Bekleidung eine höhere Versorgungsbedeutung erzielen, wodurch ein Teil der Auswirkungen aufgefangen werden dürfte. Allerdings werden mit der vorgesehenen Schwerpunktsetzung am Planstandort (Standort Bahnhofstraße) die übrigen Einkaufslagen eine Erhöhung des Wettbewerbsdrucks erfahren.

Für die Gewerbegebietslagen und sonstigen Lagen im Stadtgebiet sowie für die Städte und Gemeinden in der Region liegen die voraussichtlichen Umverteilungen auf deutlich niedrigerem Niveau bzw. sind nur marginal, so dass hier betriebsgefährdende Auswirkungen grundsätzlich ausgeschlossen werden können.

- Bei **Schuhe / Lederwaren** dürfte eine reduzierte Verkaufsfläche von max. 1.200 m² dazu führen, dass die Umsatzumverteilungseffekte von den leistungsstarken Anbietern zu kompensieren sind.
- Auch im Sortimentsbereich **Sport- / Campingartikel** ist davon auszugehen, dass die Umsatzumverteilungseffekte, die von einer reduzierten Verkaufsfläche (max. 1.200 m²) ausgelöst werden, von den leistungsstarken Anbietern kompensiert werden können.
- Im Sortimentsbereich **Bücher, Zeitschriften, Papier-, Büro und Schreibwaren** ist eine Verkaufsfläche von rd. 850 m² geplant. Die Auswirkungen sind vergleichbar mit Szenario 1.
- Bei **Spielwaren** ist eine Verkaufsfläche von rd. 350 m² geplant. Es nicht davon auszugehen ist, dass die durch das Planvorhaben ausgelöste Wettbewerbsverschärfung Betriebsgefährdungen bei den Spielwarenanbietern auslöst.
- Bei zusätzlichen Angeboten von **Wohnaccessoires** auf einer reduzierten Verkaufsfläche von rd. 900 m² können negative Auswirkungen auf die Innenstadt von Singen oder sonstige Versorgungsstandorte in und außerhalb von Singen ausgeschlossen werden.
- Durch eine zusätzliche Verkaufsfläche von rd. 500 m² kommt es nur zu einer sehr überschaubaren Angebotserweiterung bei **Elektrowaren / Foto** in der Singener Innenstadt. Entsprechend wird diese Angebotsergänzung nicht dazu führen, dass sich die Innenstadt stärker gegenüber den Angeboten in den dezentralen Fachmarktangeboten mit Media Markt und HEM Expert positionieren kann. Versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen auf die Stadt Singen und umliegende Zentrale Orte lassen sich grundsätzlich ausschließen.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Abbildung 33: Umverteilungseffekte (Untergrenze)

	Drogerie, Parümerie			Bekleidung			Schuhe, Lederwaren			Sport- / Campingartikel			Bücher, Zeitschriften, PBS*		
	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung	derzeitiger Umsatz		Umverlagerung
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Zone I															
Singen, davon	24,7	7,1	29	80,3	17,1	21	13,6	2,6	19	13,5	2,3	17	5,0	1,7	33
Innenstadt	17,1	6,2	36	78,5	17,0	22	13,3	2,6	20	13,0	2,3	17	4,5	1,7	37
Gewerbegebietslage	3,5	0,5	15	1,3	0,1	8	0,3	---	2	0,5	---	---	0,4	---	3
sonstige Lagen	4,1	0,4	10	0,5	---	3	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Zone II															
Rielasingen-Worblingen	2,6	0,1	4	3,1	0,1	3	---	---	---	---	---	---	0,3	---	---
Steißlingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Volkertshausen	---	---	---	1,6	---	1	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Engen	1,6	0,1	4	1,5	---	1	0,7	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Aach	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlhausen-Ehingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Gottmadingen	4,7	0,2	4	2,9	0,1	2	2,1	0,1	3	---	---	---	0,5	---	---
Büsingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gailingen	2,3	0,1	4	2,5	0,1	2	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Hilzingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	0,2	---	---
Tengen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe Zone II	11,2	0,4	4	11,7	0,2	2	2,8	0,1	2	---	---	---	1,3	---	---
Zone III															
Konstanz A-Zentrum	13,9	0,3	2	72,2	3,9	5	18,6	0,8	5	11,9	0,7	6	10,4	0,6	5
Konstanz - sonstige Lagen	4,5	---	---	1,4	---	---	2,5	---	---	0,2	---	---	0,3	---	---
Radolfzell Innenstadt mit Seemaxx	5,4	0,2	4	21,1	1,1	5	6,0	0,2	4	3,9	0,2	5	2,0	0,1	4
Radolfzell (dezentral)	0,5	---	---	3,6	0,0	1	0,6	---	---	0,1	---	---	---	---	---
Stockach Innenstadt	4,5	0,2	3	12,4	0,5	4	3,2	0,1	3	0,9	---	---	1,0	---	2
Stockach (dezentral)	0,3	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Bodman-Ludwigshafen	1,6	---	3	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Eigeltingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlhingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Hohenfels	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Orsingen-Nenzingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gaienhofen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Moos	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Öhningen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Allensbach	---	---	---	1,8	---	---	0,6	---	---	1,2	---	---	0,1	---	---
Reichenau	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe Zone III	30,7	0,7	2	112,6	5,6	5	31,6	1,2	4	18,2	0,9	5	13,8	0,6	5
diffuse Umsätze	./.	1,3	./.	./.	1,5	./.	./.	0,2	./.	./.	0,2	./.	./.	0,3	./.
Gesamtumsatz	./.	9,5	./.	./.	24,4	./.	./.	4,0	./.	./.	3,4	./.	./.	2,7	./.

* Papier-, Büro-, Schreibwaren; --- = Wert < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %

Quelle: BBE Erhebung / Berechnung 2015; ca. Werte gerundet

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Fortsetzung Abbildung 33: Umverteilungseffekte (Untergrenze)

	Spielwaren			Wohnaccessoires			Elektrowaren / Foto			Optik			Uhren / Schmuck		
	derzeitiger Umsatz	Umverlagerung		derzeitiger Umsatz	Umverlagerung		derzeitiger Umsatz	Umverlagerung		derzeitiger Umsatz	Umverlagerung		derzeitiger Umsatz	Umverlagerung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Zone I															
Singen, davon	4,3	0,5	11	15,2	1,3	8	42,5	2,8	6	6,7	0,6	9	6,0	0,6	10
Innenstadt	2,7	0,3	12	9,1	0,8	9	7,5	0,4	5	6,4	0,6	9	5,8	0,6	10
Gewerbegebietslage	1,6	0,1	8	5,9	0,5	8	35,0	2,4	7	0,3	---	3	0,1	---	---
sonstige Lagen	---	---	---	0,2	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Zone II															
Rielasingen-Worblingen	2,6	0,2	7	---	---	---	---	---	---	0,3	---	2	---	---	---
Steißlingen	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Volkertshausen	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Engen	0,1	---	---	0,3	---	---	0,1	---	---	0,4	---	2	0,4	---	---
Aach	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlhausen-Ehingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gottmadingen	0,9	0,1	6	0,1	---	---	0,7	---	---	0,3	---	2	0,1	---	---
Büsing	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gailingen	0,1	---	---	0,6	---	---	0,1	---	---	0,1	---	---	---	---	---
Hilzingen	---	---	---	---	---	---	0,2	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Tengen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Summe Zone II	3,7	0,2	6	1,1	---	---	1,2	---	---	1,1	---	2	0,8	---	---
Zone III															
Konstanz A-Zentrum	3,9	0,2	4	13,2	0,4	3	2,5	---	---	6,8	---	---	9,9	0,2	2
Konstanz - sonstige Lagen	1,4	---	---	1,9	---	---	14,3	0,1	1	---	---	---	---	---	---
Radolfzell Innenstadt mit Seemaxx	0,6	---	1	1,9	0,1	3	3,4	---	---	1,1	---	---	0,6	---	---
Radolfzell (dezentral)	---	---	---	0,5	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Stockach Innenstadt	0,7	---	1	1,0	---	3	1,4	---	---	2,5	---	---	0,2	---	---
Stockach (dezentral)	---	---	---	3,3	0,1	3	0,5	---	---	---	---	---	---	---	---
Bodman-Ludwigshafen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Eigeltingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Mühlingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Hohenfels	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Orsingen-Nenzingen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Gaienhofen	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Moos	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Öhningen	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---
Allensbach	0,1	---	---	---	---	---	0,1	---	---	0,3	---	---	---	---	---
Reichenau	---	---	---	0,1	---	---	---	---	---	---	---	---	0,1	---	---
Summe Zone III	6,7	0,2	3	22,0	0,6	3	22,3	0,1	1	10,7	---	---	10,8	0,2	2
diffuse Umsätze	./.	0,1	./.	./.	0,1	./.	./.	0,1	./.	./.	---	./.	./.	0,1	./.
Gesamtumsatz	./.	1,0	./.	./.	2,0	./.	./.	3,0	./.	./.	0,6	./.	./.	0,9	./.

* Papier-, Büro-, Schreibwaren; --- = Wert < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %

Quelle: BBE Erhebung / Berechnung 2015; ca. Werte gerundet

- In den Sortimentsbereichen **Optik** und **Uhren / Schmuck** sind im Rahmen von Szenario 2 Verkaufsflächen von jeweils rd. 100 m² geplant. Die zu erwartenden Auswirkungen werden sich auch in diesem Rahmen in erster Linie auf die direkten Wettbewerbsbetriebe in der Innenstadt von Singen beziehen. Für die innerstädtischen Fachgeschäfte sind bei den Optikern Wettbewerbswirkungen in Höhe von max. 9 % des derzeitigen Umsatzes und bei den Anbietern von Uhren und Schmuck von max. 10 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten. Betriebsgefährdungen sind aufgrund der Höhe der Umverteilungseffekte nicht zu erwarten.

7.3.3 Fazit der Umsatzumverteilungseffekte

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt von Singen durch die Ansiedlung eines Einkaufszentrums eine höhere Versorgungsbedeutung erzielen wird. Insbesondere durch die Ergänzung im Sortiment Elektrowaren / Foto und damit im langfristigen Bedarfsbereich bietet sich für die Innenstadt durch das Einkaufszentrum die Gelegenheit, sich stärker gegenüber den Angeboten in den dezentralen Fachmarktangeboten mit Media Markt und HEM Expert zu positionieren. Hierzu sollte allerdings die maximale sortimentsbezogene Verkaufsfläche von 3.000 m² ausgeschöpft werden.

Zu berücksichtigen ist jedoch ebenfalls, dass durch die Ansiedlung des Einkaufszentrums insbesondere bei der Ausschöpfung der Verkaufsflächenobergrenzen auch die klassischen Einkaufslagen einen deutlichen Wettbewerbsdruck erfahren werden. Somit sind einzelne Betriebsschließungen und Betriebsverlagerungen von bestehenden innerstädtischen Anbietern in das geplante Einkaufszentrum nicht auszuschließen. Da der Standort des Einkaufszentrums dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zuzuordnen ist, handelt es sich aber um strukturelle Veränderungen innerhalb der Innenstadt, die mit Blick auf die gesamte Innenstadt unter städtebaulichen Aspekten als verträglich zu bewerten sind.

Allerdings ist auch darauf hinzuweisen, dass durch die Ansiedlung des geplanten Einkaufszentrums mit max. 16.000 m² Verkaufsfläche, insbesondere unter Berücksichtigung der Verkaufsflächenobergrenzen (Szenario 1), deutliche absolute und prozentuale **absatzwirtschaftliche Auswirkungen** auf die Bestandsbetriebe der Singener Innenstadt ausgelöst werden, die sowohl Anbieter in den Nebenlagen und Randlagen (z. B. Ekkehardstraße, Scheffelstraße, Heinrich-Weber-Platz, Hadwigstraße, Hegaustraße) als auch die Magnetbetriebe in der Hauptgeschäftsstraße (August-Ruf-Straße) betreffen können. Als Folge sind innerhalb der Singener Innenstadt Verschiebungen in der Lagewertigkeit, v. a. in den zuvor genannten Nebenlagen zu erwarten. Bei Ansatz der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenuntergrenzen (Szenario 2) reduzieren sich diese Auswirkungen, wenngleich sie insbesondere beim zentrenprägenden Bekleidungsassortiment auf die Singener Innenstadt auch in diesem Szenario weiterhin ausgeprägt sind.

Zudem werden innerhalb der Stadt Singen Umsatzumverteilungen auch zu Lasten von Standorten außerhalb der Innenstadt eintreten. Hiervon sind weniger die gewachsenen Nahversorgungszentren als vielmehr die dezentralen Standortagglomerationen betroffen. Dies trifft besonders auf die Fachmarkttagglomerationen an der Georg-Fischer-Straße und der Industriestraße sowie das Ein-

kaufszentrum „Unter den Tannen“ zu. Die wohnungsnahe Versorgung der Stadt Singen wird in keinem der Szenarien beeinträchtigt.³⁷

Die Umsatzzumlenkungen gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen im weiteren Untersuchungsgebiet sind aufgrund der untergeordneten Wettbewerbsbedeutung der meisten Zentren selbst bei Ausschöpfung der sortimentsbezogenen Obergrenzen insgesamt eher moderat. Vergleichsweise hohe Umlenkungen sind allenfalls in Bezug auf die Innenstadt von Konstanz und hier in den Zentrenleitsortimenten Bekleidung / Schuhe / Sport zu erwarten. Substanzielle Beeinträchtigungen von einzelnen Betrieben können jedoch ausgeschlossen werden. Die Umverteilungseffekte bei Einzelbetrieben bewegen sich angesichts der geringen Umverteilungsvolumina unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Negative versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen auf die umliegenden Zentralen Orte lassen sich grundsätzlich ausschließen.

7.4 Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet werden. Diese Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Ansiedlung des Einkaufszentrums mit max. 16.000 m² Verkaufsfläche solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnahe Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können, d. h. die skizzierten absatzwirtschaftlichen Umverteilungseffekte in städtebauliche Auswirkungen umschlagen.

Nach der durchgeführten Analyse ist davon auszugehen, dass das geplante Einkaufszentrum in Singen das vorhandene Wettbewerbsgefüge in der Region zugunsten des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Singen verändern wird. Mit der Realisierung des Planvorhabens wird die Stadt Singen einen deutlichen Attraktivitätsschub erhalten, so dass der zentrale Versorgungsbereich seine Wettbewerbsposition vor allem gegenüber den nächstgelegenen großen Wettbewerbsstandorten in Konstanz, Radolfzell und Stockach stabilisieren dürfte.

Die gesteigerte Attraktivität wird sich neben einer per Saldo höheren innerstädtischen Umsatzleistung vor allem im Angebotsspektrum bemerkbar machen. So ist das Planvorhaben geeignet, die Versorgungsfunktionen insbesondere für die Bevölkerung der Stadt Singen und des Mittelbereiches von Singen bei verschiedenen Sortimenten zu verbessern. Es handelt sich hierbei vor allem um innenstadtrelevante Sortimente (u. a. Bücher, Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren, Einrichtungsbedarf). Im geplanten nahversorgungsbezogenen Angebot (Nahrungs- und Genussmittel,

³⁷ Die vermehrte Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben v. a. auch mit sog. zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen Standorten war Anlass für die Erarbeitung und den Beschluss des Singener Einzelhandelskonzeptes 1996, fortgeschrieben 2003. Viele Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen Standorten wurden also vor dem immer noch gültigen Einzelhandelskonzept angesiedelt. Die Ansiedlung beruht dabei größten Teils auf „altem“ Baurecht. Durch eine Überplanung dieser dezentralen Standorte konnten weitere Ansiedlungen an diesen Standorten verhindert werden. Die bestehenden Anbieter an den dezentralen Standorten genießen Bestandsschutz, nicht aber städtebaulichen Schutz.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Drogeriewaren) steht die Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung in der Kernstadt Singens im Vordergrund. Damit ist die Planung mit zentralen Zielen des städtischen Einzelhandelskonzeptes kompatibel.

Hinsichtlich der Standortstrukturen ist zu erwarten, dass durch das Planvorhaben innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches eine verstärkte Konzentration von Handelsnutzungen im südlichen Bereich der Singener Innenstadt erfolgen wird (z. B. südliche August-Ruf-Straße, Teilbereich der Hegaustraße). Dieser Lagebereich kann daher von dem geplanten Einkaufszentrum profitieren. Durch die geplante Neugestaltung wird der hier gelegene Haupteingangsbereich zur Innenstadt handelsseitig und auch städtebaulich attraktiviert. Allerdings ist in anderen Teilbereichen der Innenstadt und hier v. a. im nördlichen Innenstadtbereich (z. B. Heinrich-Weber-Platz) und auch in anderen Nebenlagen (z. B. Scheffelstraße, Erzbergerstraße) von Verschiebungen in der Lagewertigkeit auszugehen.

In den Segmenten Spielwaren, Elektrowaren / Foto und Wohnaccessoires stellt die Projektplanung auch bei Realisierung der Verkaufsflächenobergrenzen eine sinnvolle Ergänzung des Angebotes in der südlichen Innenstadt dar, ohne substanzielle Beeinträchtigungen anderer innerstädtischer Wettbewerber auszulösen.

Strukturelle Veränderungen im Innenstadtangebot sind dagegen vor allem bei Ausschöpfung der Verkaufsflächenobergrenzen in den Angebotsbereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- / Parfümeriewaren, Bekleidung / Schuhe / Sport, Bücher, Optik und Uhren / Schmuck zu erwarten. Ob hierdurch die Funktionsfähigkeit der Innenstadt gefährdet wird, wird im Folgenden thematisiert:

Bei **Nahrungs- und Genussmitteln** soll im Rahmen der Vorhabenrealisierung der am Planstandort ansässige Norma-Lebensmitteldiscountmarkt durch ein verbessertes Angebot mit max. 2.200 m² Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel ersetzt werden. Für die ebenfalls im südlichen Bereich der Singener Innenstadt ansässigen strukturprägenden Anbieter Perfetto und Sunnewirbel ist eine Betriebsaufgabe aufgrund der unterschiedlichen Betriebsausrichtung nicht zu erwarten. Dagegen ist für den Edeka Citymarkt Münchow eine vorhabenbedingte Betriebsaufgabe nicht auszuschließen. Allerdings hängen die tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen von der letztendlichen Belegung im geplanten Einkaufszentrum ab. Bei der Belegung mit einem anderen Betriebstyp (z. B. Lebensmitteldiscounter oder Spezialanbieter) ist eine Betriebsaufgabe nicht zwingend zu erwarten, da es dann nur zu einer partiellen Sortimentsüberschneidung kommen würde. Da eine vergleichbare Nachnutzung der Immobilie aufgrund der Standortrahmenbedingungen ausgeschlossen werden kann, würde sich hierdurch die Nahversorgungssituation in der gesamten nördlichen Innenstadt verschlechtern, da diese dann nur noch durch einen kleinflächigen Betrieb (Nahkauf) an der Uhlandstraße repräsentiert würde. Innerhalb des südlichen Bereichs der Innenstadt würde sich die Nahversorgung für die Bevölkerung durch das Planvorhaben unter Berücksichtigung der verbleibenden Betriebe jedoch deutlich verbessern. Durch die Ansiedlung eines Lebensmittelanbieters auf dem Kunsthallenareal (vgl. Kapitel 6), das sich im Nordosten der Innenstadt befindet, könnte die Nahversorgung in der Nordstadt allerdings auch wieder verbessert werden. Je nach Angebotsstruktur im geplanten Einkaufszentrum bestehen somit aus fachgutachterlicher Sicht weiterhin auch Entwicklungsoptionen im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels im Sinne eines komplementären Angebotes auf dem Kunsthallenareal.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Auch bei einer reduzierten Verkaufsfläche von max. 1.600 m² für Nahrungs- und Genussmittel (Szenario 2) wird ein modernes Lebensmittelangebot ein wesentlicher Bestandteil des projektierten Einkaufszentrums sein. Somit wird ein Supermarkt mit einer reduzierten Verkaufsfläche von max. 1.600 m² für Nahrungs- und Genussmittel ähnliche Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen nehmen, wie ein Supermarkt mit max. 2.200 m² Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel (Szenario 1).

Im **Drogerie- / Parfümeriesegment** wird es, unabhängig davon, ob rd. 1.900 oder rd. 2.300 m² Verkaufsfläche realisiert werden sollen, zu einer deutlichen Wettbewerbsintensivierung kommen. Betriebsschließungen und / oder Standortverlagerungen können im Zuge der Vorhabenrealisierung somit nicht ausgeschlossen werden. Dies gilt insbesondere für die vergleichsweise kleine Ladeneinheit des Drogeriekaufhauses Müller. Gleichwohl wird sich die Versorgungsfunktion der gesamten Singener Innenstadt durch das Planvorhaben nicht verschlechtern, da sich der Planstandort innerhalb der Singener Innenstadt befindet.

Bei **Büchern, Zeitschriften, Papier-, Büro und Schreibwaren** (PBS) verfügt die Singener Innenstadt über ein Angebot, das mit Blick auf eine qualifizierte Versorgung bei PBS im höherwertigen Genre größere Defizite erkennen lässt. Hingegen ist der „Standardbedarf“ in diesem Sortimentsbereich z. B. durch Abteilungen bei Müller und Karstadt abgedeckt. Demgemäß ist bei Realisierung von wettbewerbsgleichen Anbietern in dem geplanten Einkaufszentrums (wie z. B. Buchhandlung, Papeteriefachgeschäft) sowohl bei rd. 850 als auch 1.200 m² zusätzlicher Verkaufsfläche mit Umverteilungseffekten zu rechnen. Da sich der Planstandort im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt) der Stadt Singen befindet, ist selbst im Fall einzelner Betriebsaufgaben die Funktionsfähigkeit der Innenstadt nicht gefährdet.

Da bei den Sortimenten **Bekleidung, Schuhe und Sport** bereits heute umfangreiche Versorgungsangebote in der Singener Innenstadt gegeben sind, ist mit Realisierung des Planvorhabens in diesem Sortimentsbereich eine deutliche Erhöhung des Wettbewerbsdrucks vorhersehbar. Die zu erwartenden Umverteilungswirkungen werden sowohl zu Lasten der Bekleidungsanbieter in den Nebenlagen, wie z. B. in der Scheffelstraße (z. B. Sport Müller) oder dem Bereich rund um den Heinrich-Weber-Platz (New Yorker, C & A) als auch zu Lasten anderer innerstädtischer Ankerbetriebe wie Zinser, Heikorn, H & M, K & L, Intersport Schweizer und Deichmann gehen. Dabei sind Betriebsschließungen bzw. Betriebsverlagerungen auch einzelner Magnetbetriebe in Folge der Umsatzverluste durch das Einkaufszentrum nicht auszuschließen. Hierdurch können auch in den tradierten Einkaufslagen Leerstände entstehen.

Gleichzeitig ist damit zu rechnen, dass im Zuge der Planung neue, bisher nicht in der Stadt Singen ansässige Anbieter und Filialisten angesiedelt werden und vor allem das innerstädtische Bekleidungsangebot qualitativ und quantitativ aufwerten. Dies schließt auch mögliche Rückholeffekte aus dem Internet-Handel und von Kaufkraft, die heute nach außerhalb der Stadt Singen abfließt, ein. Insgesamt wird die Stadt Singen einen Bedeutungsgewinn im innerstädtischen Leitsortiment der Bekleidung erzielen.

Durch die geringere Verkaufsfläche bei Bekleidung (Szenario 2) reduzieren sich die Auswirkungen, wenngleich sie auf die Singener Innenstadt insbesondere beim Sortiment Bekleidung auch in diesem Szenario weiterhin ausgeprägt sind.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Generell ist bei diesen wichtigen Leitsortimenten davon auszugehen, dass die Auswirkungen umso geringer ausfallen werden desto größer der Anteil ergänzender Angebotsformen und Retail-Marken ist. Daher ist nicht nur die reine Quantität in den Blick zu nehmen, sondern auch eine qualitative Komponente.

Bei den Sortimenten **Optik und Uhren / Schmuck** liegt bereits heute ein umfangreiches Versorgungsangebot in der Singener Innenstadt vor. Aufgrund der Höhe der Umsatzumverteilungen lässt sich bei einer zusätzlichen Verkaufsfläche von jeweils max. 400 m² die Schließung einzelner Betriebe oder Standortverlagerungen in das Einkaufszentrum nicht ausschließen. Die Funktionsfähigkeit der Innenstadt wird hierdurch jedoch nicht beeinträchtigt. Bei einer geringeren Verkaufsfläche von jeweils rd. 100 m² ist dagegen nicht von vorhabenbedingten Betriebsschließungen auszugehen.

Für die zusätzlichen Angebote bei **Spielwaren** und **Wohnaccessoires** sowie für den geplanten **Elektrofachmarkt** sind keine wesentlichen negativen Auswirkungen für den ansässigen Innenstadteinzelhandel zu erwarten. Bei dem geplanten Elektrofachmarkt handelt es sich um einen neuen Betriebstyp, der ein Angebotssegment aufweist, das in die Singener Innenstadt bislang nur unzulänglich abgedeckt wird.

Grundsätzlich sind insbesondere bei den im Szenario 1 unterstellten sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen in fast allen relevanten Branchen Standortverlagerungen in das geplante Einkaufszentrum vorstellbar, infolge dessen Geschäftsräume freigesetzt würden. Die Nachvermietung der leerfallenden Ladenlokale dürfte sich in Teilen der Einkaufslagen durch die Ansiedlung eines Einkaufszentrums schwierig gestalten. Allerdings wird es im Umfeld des Einkaufszentrums zu einer Aufwertung der Lagequalität kommen, was im Gegenzug auch zu einer verbesserten Vermarktungsfähigkeit von Einzelhandelsflächen führen dürfte.

Für das Warenhaus Karstadt ist insbesondere anzumerken, dass dieses aufgrund der unmittelbaren Nähe zum Planvorhaben und seines Nutzungskonzeptes in fast allen projektrelevanten Sortimentsbereichen von Wettbewerbswirkungen betroffen sein wird, allerdings auch nur dann, wenn alle Sortimente in größerem Umfang tatsächlich realisiert werden. Unter Berücksichtigung des derzeitigen Außenauftritts der Immobilie, der einen größeren Modernisierungsbedarf offenbart und der seit Jahren rückläufigen Marktbedeutung des Betriebstyps „Warenhaus“ im Allgemeinen, kann eine vorhabenbedingte Marktaufgabe einerseits prinzipiell nicht ausgeschlossen werden, andererseits ist aber durch die dargestellte Verbesserung des Handelsumfeldes auch auf positive Effekte, z. B. durch eine verstärkte Kundenzuführung hinzuweisen. Allerdings ist vor dem Hintergrund der derzeitigen unsicheren wirtschaftlichen Situation des Gesamtkonzerns Karstadt auch unabhängig vom Planvorhaben eine Betriebsaufgabe nicht grundsätzlich auszuschließen.

Für die Innenstadt von Singen lässt sich zusammenfassend festhalten, dass es sich bei dem Planstandort um einen Bestandteil des planerisch abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt handelt. Somit ist die Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsobjektes (Einkaufszentrums) als **städtebaulich verträglich** zu bewerten. Durch die Ansiedlung eines Einkaufszentrums wird insbesondere der südliche Bereich der Singener Innenstadt gestärkt, da durch das Planvorhaben eine Konzentration in diesem Bereich erfolgt. Allerdings sind aus fachgutachterlicher Sicht v. a. bei Ausschöpfung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen in anderen Teilbereichen der Innenstadt auch Bedeutungsverluste der bestehenden Einkaufslagen und hier

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

v. a. der Nebenlagen (z. B. nördlicher Bereich rund um den Heinrich-Weber-Platz, Scheffelstraße) nicht auszuschließen.

Die Wettbewerbsüberschneidungen des Planvorhabens mit den Nahversorgungszentren der Stadt Singen beschränken sich im Wesentlichen auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Eine wesentliche Schwächung der Versorgungsbedeutung und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche außerhalb der Innenstadt lässt sich jedoch nicht abzuleiten.

Die Modellrechnung zeigt auch für die zentralen Versorgungsbereiche der Region keine Umsatzumverteilungen, die substantielle Gefährdungen der für die Funktionsfähigkeit der Zentren bedeutsamen Magnetbetriebe verursachen. Ebenfalls sind aufgrund der breiten Streuung der Umsatzumverteilungseffekte sowie der Vielzahl an relevanten Betrieben auch im engeren Standortraum um das Planvorhaben nachweisbare Beeinträchtigungen der für die Nahversorgung bedeutsamen Einzelhandelsstandorte nicht auszumachen. Dies trifft sowohl auf die Bestandssituation als auch auf die Entwicklungsmöglichkeiten der Ortskerne bzw. Versorgungszentren zu.

Die größten Wettbewerbswirkungen sind für die Innenstädte von Konstanz, Radolfzell und Stockach - und hier in den Zentrenleitsortimenten - zu prognostizieren. Diese werden jedoch nicht einen Umfang erreichen, der bestehende Strukturen und Versorgungsfunktionen gefährden kann. Maßgebliche Leitbetriebe wie z. B. Karstadt, H & M, C & A, Karstadt Sport in Konstanz, das see-maxx-Outlet-Center, das Warenhaus Kratt und Höll-Sport in Radolfzell sowie AWG-Mode in Stockach werden allenfalls in einem vergleichsweise geringen Umfang tangiert.

Die BBE Handelsberatung kommt daher zu der Einschätzung, dass durch die Realisierung des Planvorhabens selbst unter der Annahme des (voraussichtlich nicht eintretenden) „Worst-Case“ keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auf die zentralen Versorgungsbereiche im weiteren Untersuchungsraum und die Nahversorgung der Bevölkerung zu erwarten sind. Die zweifellos zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden also insgesamt nicht in städtebauliche Auswirkungen umschlagen.

Zusammenfassend sind daher aus Gutachtersicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auf die Innenstadt **insgesamt** und die Nahversorgung der Stadt Singen sowie der benachbarten Versorgungszentren und die Nahversorgung im weiteren Untersuchungsraum zu erwarten.

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Berechnungen zu den absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sollten allerdings die Chancen und Risiken, die mit der Ansiedlung eines Einkaufszentrums in der angestrebten Größenordnung insbesondere im Sortimentsbereich Bekleidung einhergehen würden, sorgfältig von der Stadt Singen abgewogen werden.

7.5 Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung in Baden-Württemberg

Wie bereits im Kapitel zur Rechtlichen Beurteilungsgrundlage festgehalten, sind bei der Beurteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe / -vorhaben neben den Regelungen des BauGB und der BauNVO auch die landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen zu berücksichtigen. Auf der Ebene der Landes- und Regionalplanung sind dabei neben den Zielen und Grundsätzen der Landesplanung in Baden-Württemberg auch die Ziele und Grundsätze der Regionalplanung in der Region Hochrhein-Bodensee einzubeziehen.

7.5.1 Konzentrationsgebot

In der Landesplanung Baden-Württemberg wird ausgeführt, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen sollen. So dürften Einzelhandelsgroßprojekte i. d. R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

Die Stadt Singen ist in der Landesplanung Baden-Württemberg als Mittelzentrum ausgewiesen und kommt daher grundsätzlich als Standort für ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben wie der Ansiedlung eines Einkaufszentrums als Standort in Betracht.

7.5.2 Kongruenzgebot

Gemäß LEP Baden-Württemberg soll die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekten so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich (= Mittelbereich) nicht wesentlich überschreitet. Der **Verflechtungsbereich bzw. Mittelbereich des Mittelzentrums Singen** umfasst laut LEP neben dem Stadtgebiet Singen die Gemeinden Rielasingen-Worblingen, Steißlingen, Volkertshausen, Engen, Aach, Mühlhausen-Ehingen, Gottmadingen, Büsingen, Gailingen, Hilzingen und Tengen. Der Mittelbereich des Mittelzentrums Singen weist ein Einwohnerpotenzial von insgesamt rd. 108.840 Einwohnern auf.

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg präzisiert diese Regelung und besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren errichtet werden dürfen und sich in ihrer Versorgungsfunktion am regionalplanerisch abgegrenzten Ober-, Mittel- bzw. Nahbereich orientieren sollen. Das **Kongruenzgebot** ist in der Regel verletzt, wenn mehr als 30 % des Umsatzes eines anzusiedelnden Einzelhandelsgroßbetriebs aus Räumen generiert werden, die außerhalb des regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereiches (= Mittelbereich) liegen; in diesem Fall ist von einer wesentlichen Überschreitung des zentralörtlichen Verflechtungsbereichs auszugehen.

Die Formulierung im Einzelhandelserlass deutet aber auch darauf hin, dass auch bei einer Überschreitung des 30 %-Wertes in begründeten Ausnahmefällen, das Kongruenzgebot nicht verletzt wird.

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

In den an den Mittelbereich Singen angrenzenden Schweizer Kantonen Schaffhausen und Thurgau gibt es offenbar keine der baden-württembergischen Landesplanung vergleichbaren Regelungen zum Einzelhandel. In den „kantonalen Richtplänen“ finden sich insbesondere keine Vorgaben zur „Rücksichtnahme“ auf das Nachbarland. Insofern wird im Folgenden davon ausgegangen, dass auch von deutscher Seite eine Berücksichtigung der raumordnerischen Belange der Schweiz für ein Einzelhandelsvorhaben nicht erwartet wird.

Die aufgrund der Grenznähe aus der Schweiz zufließende Kaufkraft wurde bei der Prognoserechnung im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse dennoch berücksichtigt. Der höchste Umsatzanteil mit Schweizer Kunden kann bei einigen Sortimenten voraussichtlich Werte über 20 % erreichen - so etwa bei Bekleidung (max. 24 %) und bei Sport/Camping (max. 19 %).

Wie in Kap. 7.2 ausführlich dargestellt, werden bei Ausschöpfung der unterstellten sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen bei den Sortimenten Bekleidung, Sport- / Campingartikel sowie Uhren und Schmuck zwar mehr als 30 % des Umsatzes von „außerhalb“ des Mittelbereiches Singen generiert, jedoch stammt ein erheblicher Teil davon aus der Schweiz (vgl. Abb. 19 bis 29).

Beispielsweise wird nach der Prognose für Bekleidung ein Gesamtumsatz von max. 28,9 Mio. € generiert, wovon rd. 24 % aus der Schweiz zufließen sowie rd. 25 % von außerhalb des Mittelbereiches Singen gelegenen deutschen Gebieten (vgl. Abb. 21).

Für die raumordnerische Beurteilung wird von einem „**Worst-Case**“-Ansatz ausgegangen. Grundsätzlich gilt dabei die Annahme, dass das Planvorhaben bei Realisierung der maximal möglichen Umsatzleistung auch zu höheren Umverteilungswirkungen gegenüber betroffenen Wettbewerbsstandorten führen würde. In der Regel geht höherer Umsatz auch mit einem größeren Einzugsgebiet und damit einem höheren Umsatzanteil mit Kunden von außerhalb des zugewiesenen Verflechtungsbereiches einher. Dies gilt allerdings nicht für alle Sortimente gleichermaßen. So wird beispielsweise für Nahrungs- und Genussmittel eine relativ hohe Flächenproduktivität und damit Umsatzleistung erwartet³⁸, jedoch nur ein geringer Auswärtigenanteil³⁹.

Der erwartete Umsatzanteil mit auswärtigen Kunden variiert zudem innerhalb der einzelnen Sortimente erheblich. Bei der Beurteilung der Einhaltung des Kongruenzgebotes wird daher als „Worst-Case“ die Sortimentszusammensetzung mit dem insgesamt höchsten Auswärtigenanteil unterstellt, der sich von der Variante mit dem maximal möglichen Umsatz unterscheidet.

Infolge der Gesamtbegrenzung auf 16.000 m² Verkaufsfläche kann dabei nicht in allen Sortimenten zugleich die jeweilige Obergrenze realisiert werden.

Wird unterstellt, dass die Sortimente mit dem höchsten Umsatzanteil mit auswärtigen Kunden bevorzugt realisiert werden⁴⁰, könnte ein **maximaler Umsatz von rd. 65 Mio. €** erzielt werden.

³⁸ Vgl. Abbildung 18: Umsatzprognose für die sortimentsbezogenen Unter- und Obergrenzen

³⁹ Vgl. Abbildung 19: Marktanteile bei Nahrungs- und Genussmitteln

⁴⁰ entsprechend Kap. 7.2 Marktbedeutung des Vorhabens sind dies Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sport/Campingartikel, Elektrowaren/Foto, Optik, Uhren/Schmuck sowie Drogerie- und Parfümeriewaren

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

Das Vorhaben insgesamt würde im Mittel der dann realisierten Sortimente einen Anteil von rd. 26 Mio. € (rd. 40 %) mit Kunden von außerhalb des Mittelbereiches Singen erreichen. Davon wären rd. 14 Mio. € (rd. 22 %) aus deutschen Gebieten außerhalb des Mittelbereiches Singen sowie rd. 12 Mio. € (rd. 18 %) aus der Schweiz. Das Kongruenzgebot wäre demnach bei strikter Zugrundelegung der 70 : 30-Regel aus dem Einzelhandelserlass rechnerisch bei voller Einbeziehung der Schweizer Umsätze für das gesamte Einkaufszentrum nicht eingehalten.

Blendet man hingegen sämtliche aus der Schweiz, die nicht dem deutschen Raumordnungsrecht unterfällt, stammende Umsätze (einschließlich derer aus den noch dem Verflechtungsbereich Singen zuzuordnenden Schweizer Grenzgemeinden) aus der Betrachtung aus, ergibt sich bezogen auf einen Gesamtumsatz von dann rd. 53 Mio. € ein Zufluss aus den deutschen Gebieten außerhalb des Mittelbereichs Singens in Höhe von rd. 14 Mio. € (rd. 27 %). Bezogen auf das gesamte Einkaufszentrum wäre das Kongruenzgebot bei dieser Betrachtungsweise eingehalten. Lediglich bei einzelnen Sortimenten ergäbe sich bei dieser Betrachtungsweise ein Zufluss aus den deutschen Gebieten außerhalb des Verflechtungsbereichs von Singen von über 30 %, nämlich für Bekleidung (rd. 33 %), Sport- und Campingartikel (rd. 31 %) sowie Uhren / Schmuck (rd. 38 %). Das Kongruenzgebot ist demnach für das Planvorhaben insgesamt dann formal eingehalten, wenn die Umsatzanteile mit Kunden aus der Schweiz bei der Berechnung der Umsatzzuflüsse von außerhalb des Verflechtungsbereichs Singen nicht zu berücksichtigen sind.

Für alle anderen Sortimente liegen die Prognosewerte so deutlich unterhalb des Schwellenwertes, dass auch für sie eine Erfüllung des Kongruenzgebotes anzunehmen ist.

Zusammenfassend ist damit festzustellen:

- Das Planvorhaben wird einen Umsatzanteil mit Kunden von außerhalb des Mittelbereiches Singen erreichen, der insgesamt zwar deutlich über dem Schwellenwert der Landesplanung (30 %) liegt, jedoch haben die Schweizer Kunden daran einen erheblichen Anteil.
- Der Umsatzanteil mit Kunden aus deutschen Gebieten außerhalb des Mittelbereiches Singen beträgt für das Planvorhaben insgesamt rd. 27 %. In einigen Branchen ergeben sich dabei Werte von über 30 %. Diese Betrachtungsweise bezieht sich lediglich auf den Umsatz mit deutschen Kunden in Höhe von rd. 53 Mio. €.
- **Ohne Berücksichtigung der Umsätze mit Schweizer Kunden ist das Kongruenzgebot damit für das Planvorhaben insgesamt eingehalten.**

Der Gutachter empfiehlt, da auf der deutschen Seite keine wesentlichen Beeinträchtigungen anderer Versorgungsstrukturen eintreten werden und weniger als 30 % des Umsatzes aus deutschen Gebieten außerhalb des Verflechtungsbereichs kommen, das Kongruenzgebot als eingehalten anzusehen.

7.5.3 Beeinträchtungsverbot

Gemäß Beeinträchtungsverbot darf das Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit von zentralörtlichen Versorgungskernen sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen.

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg liegt eine wesentliche Beeinträchtigung von zentralörtlichen Versorgungskernen (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich dann vor, wenn dort auf Grund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen:

Die Ergebnisse dieser Auswirkungsanalyse belegen, dass städtebauliche Auswirkungen auf die relevanten zentralen Versorgungsbereiche und sonstige für die Versorgung der Bevölkerung wichtige Angebotsstandorte in der Stadt Singen sowie im weiteren Untersuchungsgebiet das Planvorhabens auszuschließen sind. Größere Umverteilungseffekte, oberhalb der Anhaltswerte, sind allerdings in der Innenstadt von Singen bei einzelnen Sortimenten möglich, so dass hier insbesondere beim betrachteten Worst-Case-Szenario absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Bestandsbetriebe ausgelöst werden, bei denen Betriebsschließungen bzw. Betriebsverlagerungen nicht auszuschließen sind. Da sich allerdings auch das Planvorhaben innerhalb der Singener Innenstadt befindet, lässt sich hieraus keine Beeinträchtigung des städtebaulichen Gefüges und der Funktionsfähigkeit der Innenstadt ableiten.

7.5.4 Integrationsgebot

Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist. „Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.“ (vgl. Nr. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Aufgrund seiner Lage innerhalb der Singener Innenstadt ist dieser Projektstandort für die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten geeignet.

Das Planvorhaben ist dazu geeignet, die Innenstadt der Stadt Singen in ihrem Einzelhandelsbestand zu stärken. Dies erfolgt auch dadurch, dass Umsatz aus nicht-integrierten Lagen der Stadt Singen in die Innenstadt verlagert wird. Mit der Schaffung zusätzlicher Einzelhandelsflächen im direkten Umfeld des vorhandenen Hauptgeschäftsbereiches sind Verbundeffekte für den örtlichen Einzelhandel zu erwarten.

8 Fazit

- Auf einem Areal in der Singener Innenstadt unmittelbar am Bahnhofsvorplatz ist die Realisierung eines innerstädtischen Einkaufszentrums mit einer einzelhandelsbezogenen Verkaufsfläche von max. 16.000 m² geplant. Hervorzuheben ist, dass mit der in vorliegendem Gutachten zugrunde gelegten Planung lediglich der Rahmen gesetzt werden soll, in dem sich ein mögliches Einkaufszentrum in der Singener Innenstadt bewegen kann. Weder liegen dem Gutachten konkrete sortimentsbezogene Verkaufsflächen zugrunde, noch bestehen Angaben zu konkreten Betreibern oder Vertriebskonzepten. Insofern kann also der konkrete Branchenmix sowohl was die Ansiedlung einzelner Sortimente generell als auch was die Ausschöpfung der angegebenen Unter- und Obergrenzen angeht bei einer möglichen Realisierung, innerhalb der definierten Ober- und Untergrenzen, hinsichtlich Größe der Verkaufsfläche und Qualität erheblich differieren.
- Das Projektareal liegt innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt des Mittelzentrums Singen und ist damit als städtebaulich integriert zu bewerten (Konzentrations- und Integrationsgebot). Die auf dem Planareal befindlichen Gebäude werden im Zuge der Entwicklungsmaßnahme abgebrochen und durch einen Neubau ersetzt.
- Mit dem Planvorhaben wird das Ziel verfolgt, die Innenstadt der Stadt Singen in ihrem Einzelhandelsbestand zu stärken und eine zukunftsfähige Entwicklung des Zentrums zu ermöglichen. Mit der Schaffung zusätzlicher Einzelhandelsflächen im direkten Umfeld des vorhandenen Hauptgeschäftsbereiches sind Verbundeffekte für den örtlichen Einzelhandel zu erwarten.
- Die Einkaufsstadt Singen weist zwar vor allem mit dem innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich bereits heute eine hohe regionale Ausstrahlungskraft auf, die Größe des Planareals lässt die Ansiedlung von weiteren größeren Betriebseinheiten zu, die angesichts der Angebotsstrukturen in Singen und der allgemeinen Einzelhandelsentwicklungstrends (u. a. Bedeutungsverlust des inhabergeführten Fachgeschäftes, Zunahme des Internet- / Multichannel-Einkaufs) zur Weiterentwicklung der Singener Innenstadt benötigt werden.
- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens umfasst die Stadt Singen (Zone I) und als erweitertes Naheinzugsgebiet (Zone II) den Mittelbereich Singen. Darüber hinaus werden dem Ferneinzugsgebiet (Zone III) die Mittelbereiche Stockach, Radolfzell und Konstanz sowie die grenznahen Bereiche der Schweiz hinzugezählt. Das Einzugsgebiet weist ein Einwohnerpotenzial von rd. 368.700 Personen auf. Das projektrelevante Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) im Einzugsgebiet beträgt rd. 1.110,3 Mio. €.
- Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Umsatzumlenkungen erfolgte die Berechnung in zwei Szenarien nach den sortimentsbezogenen Verkaufsflächenober- und -untergrenzen. Für beide Szenarien wurden jeweils gleich hohe Flächenproduktivitäten und damit auch Umsatzleistungen im Sinne eines Worst-Case unterstellt. Die aufgeführten Umsätze sind aus diesem Grunde als Maximalwerte zu verstehen.
- Das Planvorhaben wird einen Umsatzanteil mit Kunden von außerhalb des Mittelbereiches Singen erreichen, der insgesamt zwar deutlich über dem Schwellenwert der Landesplanung (30 %) liegt, jedoch haben die Schweizer Kunden daran einen erheblichen Anteil. Ohne Be-

Auswirkungsanalyse ■ Einkaufszentrum ■ Singen / Hohentwiel

rücksichtigung der Umsätze mit Schweizer Kunden ist das Kongruenzgebot damit für das Planvorhaben insgesamt eingehalten.

- Durch das Planvorhaben wird sich innerhalb der tradierten Geschäftslage ein weiterer Einzelhandelsschwerpunkt entwickeln, wodurch eine verstärkte Konzentration auf die südlichen Bereiche der Einkaufsinnenstadt bewirkt wird.
- Die Ansiedlung des Einkaufszentrums wird jedoch auch – insbesondere bei der Ausschöpfung der Verkaufsflächenobergrenzen – den Wettbewerbsdruck auf die klassischen Einkaufslagen erhöhen. Hierdurch sind innerhalb der Innenstadt Standortverlagerungen sowie betriebsbeeinträchtigende Wirkungen bei einzelnen Betrieben nicht auszuschließen.
- Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden sowohl Anbieter in den Randlagen als auch die Magnetbetriebe in der Hauptgeschäftsstraße (August-Ruf-Straße) betreffen, wodurch innerhalb der Singener Innenstadt Verschiebungen der Lagewertigkeit nicht auszuschließen sind. Unter der Annahme der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenuntergrenzen reduzieren sich die Auswirkungen, wenngleich sie insbesondere beim zentrenprägenden Bekleidungs Sortiment auf die Singener Innenstadt auch in diesem Szenario weiterhin ausgeprägt sind.
- Andere Zentrale Orte in der Region sowie deren Entwicklungsmöglichkeiten werden aufgrund der Entfernung und / oder untergeordneten Wettbewerbsbedeutung nicht beeinträchtigt. Die erwarteten Umsatzumlenkungen würden selbst im „Worst-Case“ insgesamt als vergleichsweise gering zu bewerten sein und sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen - ohne städtebauliche Relevanz - bewegen. Dies trifft aufgrund ihrer Attraktivität und (regionalen) Bedeutung auch für die wichtigen Wettbewerbsstandorte Konstanz, Radolfzell und Stockach zu.

Köln, im Mai 2015

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte
(Projektleitung)



i. V. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

Anhang

Abbildung 34: Abgleich der Sortimentsbezeichnungen

	Branche / Sortiment im geplanten Einkaufszentrum	Bezeichnung nach Märktekonzept Singen "Singerer Liste"
1	Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren)
2	Drogerie-, Parfümeriewaren	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika
3	Bekleidung	Oberbekleidung, Wäsche, Kurzwaren, Wolle, Kurzwaren/Handarbeiten, Stoffe (sonstige Textilien)
4	Schuhe / Lederwaren	Schuhe, Lederbekleidung, Leder- und Galanteriewaren, Modewaren inkl. Hüte und Schirme, Orthopädiwaren
5	Sport-/ Campingartikel	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)
6	Bücher, Zeitschriften / Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften, Bücher, Briefmarken
7	Spielwaren	Spielwaren und Bastelartikel
8	Wohnaccessoires (GPK, Heimtex)	Geschenkartikel, Hohl- und Stahlwaren, Haus- und Heimtextilien
9	Elektrowaren / Foto	Elektrowaren / Foto*
10	Optik	optische und feinmechanische Erzeugnisse
11	Uhren und Schmuck	Uhren, Schmuck, Silberwaren

* entspricht: Fotogeräte, Videogeräte, Fotowaren und Zubehör, Musikalien und Bild- und Tonträger, Elektrowarenkleingeräte, Telekommunikationsgeräte und Zubehör, (Ergänzung BBE: Computer und Zubehör)