



STADT DONAUESCHINGEN

Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes



Bearbeiter:
Dr. rer. pol. D. Acocella
Dipl.-Ing. A. Schnacke-Fürst

Lörrach, 25.08.2014

INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	3
2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG	3
2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung	5
2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung	8
2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL	10
2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzeptes	10
2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich	10
2.2.1.2 Sortimentsliste	11
2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene.....	12
2.2.2 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren.....	16
2.3 METHODISCHES VORGEHEN - BESTANDSAUFNAHME.....	17
3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE	20
4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE	24
4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME.....	24
4.2 RÄUMLICH-FUNKTIONALE STRUKTUR INNENSTADT DONAUESCHINGEN	26
4.3 ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT DONAUESCHINGEN	28
4.4 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH VON DONAUESCHINGEN	29
4.5 STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE	32
5. RÄUMLICHE EINZELHANDELSSTRUKTUR	39
6. KÜNFTIGE EINZELHANDELS- UND ZENTRENENTWICKLUNG	43
6.1 VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG DER EINZELHANDELSKONZEPTION.....	43
6.2 PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS	47
6.2.1 Methodisches Vorgehen - Prognose	47
6.2.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage.....	49
6.2.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite	51
6.2.2 Prognoseergebnisse.....	54
6.2.2.1 Verkaufsflächenpotenziale insgesamt.....	54
6.2.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums.....	58
6.2.3 Fazit Verkaufsflächenprognose	60
7. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG	61
7.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE	61
7.1.1 Kriterien	61
7.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Donaueschingen	63
7.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste.....	66



7.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG	69
7.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel	70
7.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel.....	72
7.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN	74
7.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)	74
7.3.2 Gewerbegebiete.....	78
8. VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG	80
8.1 ÖFFENTLICHE INFORMATION	80
8.2 FESTLEGEN EINER SORTIMENTSLISTE	80
8.3 FESTLEGEN VON GEBIETEN ZUR ZULÄSSIGKEIT VON EINZELHANDEL	81
8.4 BAULEITPLANERISCHE UMSETZUNG VON ZIELVORSTELLUNGEN	84
GLOSSAR	86
ANHANG	90

TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Einzelhandelsangebot der Stadt Donaueschingen 2012 und 1993 (HGZ)	20
Tab. 2:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Donaueschingen	21
Tab. 3:	Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich von Donaueschingen	30
Tab. 4:	Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick.	51
Tab. 5:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet.....	55
Tab. 6:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	57
Tab. 7:	Vorschlag für die "Donaueschinger Sortimentsliste"	68
Tab. 8:	bisherige "Donaueschinger Sortimentsliste" (2003).....	69
Tab. A - 1:	Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Donaueschingen insgesamt: Anzahl und Verkaufsfläche (VKF)	90
Tab. A - 2:	Betriebe im zentralen Versorgungsbereich nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsfläche (VKF).....	90
Tab. A - 3:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2025 in Mio. €.....	91
Tab. A - 4:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo-Prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	92
Tab. A - 5:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	93

ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Bindungsquoten in der Stadt Donaueschingen nach Sortimenten	23
Abb. 2:	"Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	31



Abb. 3:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttyp	41
Abb. 4:	Betriebsgrößenklassen nach Standorttyp	42
Abb. 5:	Einwohnerentwicklung in Donaueschingen 1990 bis 2013 (tatsächliche Entwicklung) und 2008 bis 2025 (Prognosewerte)	49
Abb. 6:	Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente.....	64
Abb. 7:	Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente	65

KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Donaueschingen und angrenzenden Bereichen.....	26
Karte 2:	Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Donaueschingen und angrenzenden Bereichen	27
Karte 3:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Donaueschingen entsprechend bisheriges Einzelhandelskonzept Donaueschingen.....	28
Karte 4:	Stärken des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Donaueschingen.	35
Karte 5:	Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Donaueschingen	38
Karte 6:	Bedeutende Einzelhandelsstandorte in Donaueschingen	39
Karte 7:	Perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.....	76
Karte 8:	städtebaulich-funktionale Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches	78

FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	Karlstraße - Blumenladen	32
Foto 2:	Karlstraße - Filialist.....	32
Foto 3:	Biedermann-Museum.....	33
Foto 4:	Käferstraße - Bürogebäude.....	33
Foto 5:	Fürstlich Fürstenbergische Sammlung	33
Foto 6:	Fürstenbergbrauerei - Postplatz	33
Foto 7:	Donauhallen.....	34
Foto 8:	Rathaus I.....	34
Foto 9:	Rathausplatz - Musikantenbrunnen	34
Foto 10:	Max-Rieple-Platz.....	34
Foto 11:	Karlstraße - Parken.....	35
Foto 12:	Karlstraße - Verkehr	35
Foto 13:	Platz am Hanselbrunnen.....	36
Foto 14:	Platz am Hanselbrunnen - Leerstand	36
Foto 15:	Käferstraße - öffentlicher Raum	37
Foto 16:	Fürstenbergstraße	37



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Große Kreisstadt Donaueschingen (21.027 Einwohner¹) liegt im Schwarzwald-Baar-Kreis in unmittelbarer Nachbarschaft zum Oberzentrum Villingen-Schwenningen. Donaueschingen ist Mittelzentrum mit einem Mittelbereich, der neben der Stadt Donaueschingen selbst die Kommunen Blumberg, Bräunlingen und Hüfingen umfasst.

Die Stadt Donaueschingen betreibt bereits seit vielen Jahren eine auf die Innenstadt ausgerichtete Stadtentwicklungspolitik, die u.a. in dem 1998 beschlossenen Einzelhandelskonzept², dem Impulspapier zum Innenstadtmarketing und nicht zuletzt auf der Homepage der Stadt Donaueschingen zum Ausdruck kommt.

Zum Thema Innenstadtentwicklung und Stadtmarketing hat die Stadt Donaueschingen das Büro Dr. Acocella mit der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung einer Zukunftswerkstatt beauftragt. Anlass für die Durchführung einer solchen Zukunftswerkstatt war die Neugestaltung des Platzes am Hanselbrunnen, dem zentralen Platzbereich der Innenstadt von Donaueschingen.

Die Zukunftswerkstatt fand im Frühjahr 2013 in den Donauhallen mit verschiedenen Akteuren der Stadt und Vertretern der Politik statt (siehe Zukunftswerkstatt Donaueschingen, Dokumentation Workshop 4. Mai 2013). Neben der Moderation der Zukunftswerkstatt begleitete das Büro Dr. Acocella die Veranstaltung auch inhaltlich durch einen Vortrag zu Erfolgsfaktoren der Innenstadtentwicklung allgemein und einem Vortrag zu Stärken und Schwächen der Donaueschinger Innenstadt aus Gutachtersicht.

Aufbauend auf der im Rahmen der Zukunftswerkstatt durchgeführten Stärken-Schwächen-Analyse und der Erhebung des Einzelhandelsangebotes in der Gesamtstadt wurde das Büro Dr. Acocella mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

¹ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand 30.06.2012

² Städtebauliche und bauplanungsrechtliche Marktuntersuchung für die Große Kreisstadt Donaueschingen, GMA-Untersuchung 1998.

Donaueschingen als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk, Fortschreibung der GMA-Untersuchung aus dem Jahr 1998, GMA-Untersuchung 2003.



Seit der Erarbeitung des Gutachtens von 1998 und der Fortschreibung aus dem Jahr 2003 hat es umfangreiche bau- und planungsrechtliche Änderungen (EAG Bau, BauGB 2007, z.B. §§ 34 (3) und 9 (2a) BauGB, sowie höchstrichterliche und obergerichtliche Rechtsprechung z.B. zu Großflächigkeit, zentralen Versorgungsbereichen) gegeben. Insbesondere vor diesem Hintergrund und den Veränderungen im Donaueschinger Einzelhandel galt es das bestehende Einzelhandelskonzept fortzuschreiben.

Die Erarbeitung des Gutachtens erfolgte durch ein interdisziplinär besetztes Team des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung aus den Bereichen Raum- und Stadtplanung, Betriebs-/ Volkswirtschaft und Geographie. Damit ließen sich die zahlreichen verschiedenen Themenkomplexe eines kommunalen Einzelhandelsgutachtens, zu deren inhaltlicher und methodischer Bewältigung sowohl übergreifende Kenntnisse als auch ein sehr spezifisches Wissen erforderlich sind, sachgerecht bearbeiten.



2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN

Einleitend werden vergangene und in der Tendenz absehbare Trends der Einzelhandelsentwicklung unter planerischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten näher beleuchtet.

Die Analyse der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung ist bedeutsam, da an ihr die Folgen einer Genehmigung von Einzelhandel am "falschen Standort" ablesbar sind. Übertragen auf die Untersuchungskommune bedeutet dies, dass es einen Teil der Handelsentwicklung gibt, der nicht durch planerische Konzepte steuerbar ist und sein soll, z.B. die Betriebstypenentwicklung. Der steuerbare Bereich der Einzelhandelsentwicklung betrifft die Größenentwicklung und Standortbereitstellung. Eine Minimierung der negativen Folgen der Einzelhandelsentwicklung ist möglich, wenn diese nur an den städtebaulich für richtig befundenen Standorten stattfindet.

Für diese - städtebaulich begründete - räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung gibt es rechtlich zentrale Voraussetzungen, die in Kap. 2.2 erörtert werden.

2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde, unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion, betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung, insbesondere mit Lebensmitteln³.

In einem Mittelzentrum erstreckt sich diese Aufgabe auf die Versorgung mit Angeboten, die nicht in jeder Gemeinde in tragfähigen Einrichtungen angeboten werden können, mithin neben der Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs auch auf die Versorgung mit Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs. In diesen Bedarfsbereichen sollen dabei neben der eigenen Bevölkerung auch Einwohner im Mittelbereich versorgt werden.

³ Nach den Grundsätzen der Landesplanung Baden-Württemberg, die bei raumbedeutsamen Planungen in der planerischen Abwägung, insbesondere bei der Bauleitplanung, zu berücksichtigen sind, ist "eine bedarfsgerechte Ausstattung mit Infrastruktureinrichtungen und eine wohnortnahe Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen anzustreben." Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plan-satz 1.2 (Grundsatz).



Neben dieser eigentlichen Aufgabe des Einzelhandels erzeugt jener in integrierten Lagen städtische Bedingungen wie Dichte, Frequenz und Mischung. Der Einzelhandel hat daher eine "stadtbildende Funktion": Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktionalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels, und hier insbesondere der Suburbanisierung, der Einzelhandelsstandorte - d.h. ihrer Verlagerung bzw. Neuschaffung an peripheren ("Grüne-Wiese-") Standorten - seit Mitte der siebziger Jahre wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

Veränderungen in der Betriebsstruktur (Betriebstypenentwicklung und Sortimentsstruktur) bewirkten eine Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im Naheinzugsbereich" oder "hohe Passantendichte". Auch in Folge der Genehmigungspolitik der Baugenehmigungsbehörden kam es schließlich zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte gerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Diese Entwicklungen wurden durch Veränderungen auf der Nachfrageseite (u.a. Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen, zunehmende Mobilität und Mobilitätsbereitschaft, Veränderungen der Konsumgewohnheiten) weiter bekräftigt.

Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen im Außenbereich der Städte entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung). Die wohnungsnah Grundversorgung ist dadurch nicht mehr garantiert - diese Entwicklung ist vor allem hinsichtlich der soziodemographischen Veränderungen in Bezug auf Altersstruktur und Haushaltsformen kritisch zu betrachten, die wiederum eine Veränderung im Kaufverhalten bewirken werden. Dieser Trend muss bei anstehenden Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden.

Um die stadtbildprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung (auch der weniger mobilen) zu sichern, bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung. Dieses Ziel deckt sich auch mit den Vorgaben des LEP Baden-Württemberg, in dem u.a. die Erhaltung der verbrauchernahen Versorgung und der Funktionsfähigkeit der



zentralen Orte als Ziele definiert sind; zudem wird die Steuerung des Einzelhandels mittels Entwicklungskonzepten ausdrücklich empfohlen⁴.

2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter als auch durch die Nachfrager/ Konsumenten bestimmt.

Bedeutung handelsendogener Faktoren

Veränderungen auf Anbieterseite (handelsendogene Faktoren) sind die Konzeption von Betriebstypen ("Tante-Emma-Laden", Supermarkt, Discounter, SB-Warenhaus etc.), die Standortdynamik oder die Sortimentspolitik der unterschiedlichen Anbieter:

- **Betriebstypenentwicklung:** Die Betriebstypenentwicklung als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne, Kostenstrukturen zu optimieren ist dabei verbunden mit einer Auffächerung des Niedrigpreisbereiches in Markendiscouter, Factory-Outlet-Center (FOC), Sonderpostenmärkte und traditionelle (Lebensmittel-) Discounter, einem Anstieg der Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme der Fachgeschäfte.

Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neuen Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen Funktionen und der Nutzungsvielfalt in den Zentren beitragen kann. Der aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen erfolgte Anstieg der Verkaufsfläche je Betrieb erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels abhandenkommen kann.

- **Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, sodass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen i.d.R. Randsortimente oder auf sog. Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den

⁴ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, u.a. Plansatz 1.2 (Grundsatz) und Plansatz 3.3.7.4 (Grundsatz) und Begründung.



entsprechenden Angeboten der Innenstädte und Ortszentren oder anderer zentraler Versorgungsbereiche (ZVBs).

- **Neue Betriebsformen:** Neben diesen Entwicklungen entstehen neue großdimensionierte Betriebstypen wie Factory Outlet Center und Urban Entertainment Center (UEC). Allerdings ist zu berücksichtigen, dass diese Betriebstypen angesichts der je erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.
- **Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führt - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - auch zu Neubewertungen von Standorten: Insbesondere werden autokundenorientierte Standorte und preisgünstige Grundstücke vorgezogen. Die Funktionsmischung großflächiger Einzelhandelsstandorte an der Peripherie führt zu einer Erhöhung ihrer Standortattraktivität, insbesondere im Verhältnis zu Ortszentren bzw. Innenstädten, sodass sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben kann. Weiterhin hat sich eine Funktionsteilung der Betriebstypen der unterschiedlichen Einzelhandelsnetze herausgebildet. Während höherwertige, service-intensive und damit vor allem von Fachgeschäften angebotene Waren vornehmlich in den Zentren sowie teilweise in den sonstigen zentralen Bereichen zu finden sind, werden preisgünstige Waren in peripheren Lagen angeboten.

Bedeutung handelsexogener Faktoren

Zu den handelsexogenen Faktoren gehören vor allem nachfragebedingte Faktoren wie Einkommen, Mobilität und Einkaufsverhalten sowie soziodemografische und rechtliche Rahmenbedingungen, welche die Einzelhandelsentwicklung entscheidend beeinflussen können:

- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Einwohnerzahl in Deutschland wird auf Grund der konstant niedrigen Geburtenrate trotz anhaltender Zuwanderungen aus dem Ausland langfristig abnehmen. Hinzu kommt, dass der Anteil der älteren Menschen kontinuierlich zunimmt. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und damit auch für die Zentren eine wichtige Bedeutung, z.B. in Bezug auf den Bedarf an Kinderbekleidung und Spielwaren, die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen für ältere Menschen oder auch das Angebot an gesundheitsfördernden Artikeln. Eng mit dem Wandel der Altersstruktur ist die Veränderung der Haushaltstypen verbunden. Die Anzahl der Haushalte steigt - auch im Verhältnis zur



Bevölkerungszahl - in Deutschland kontinuierlich an, die Haushaltsgröße nimmt gleichzeitig ab, was sich an der deutlichen Zunahme von Single-Haushalten zeigt. Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche u.a. zu einem veränderten Kaufverhalten führen, ist ein weiterer Trend, der bei anstehenden Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden muss.

- **Mobilität:** Zunehmende Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufiger wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen bis hin zum Wegfall der Nahversorgung.
- **Konsumgewohnheiten:** Ebenso führt die Veränderung der Konsumgewohnheiten in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung verschiedener Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das sog. One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Andererseits werden zentrale Bereiche häufig gezielt für den Einkauf ausgesuchter zentrenrelevanter Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts der deutlich steigenden Mobilitätskosten bei gleichzeitig steigenden Lebensmittelpreisen bei einer älter werdenden Gesellschaft so bleiben wird, darf bezweifelt werden.
- **Einkommen:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Wohn-/ Energiekosten) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Darüber hinaus erfolgt zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf).

Betrachtet man die Wechselbeziehungen von handelsendogenen und handelsexogenen Faktoren, ist festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.



2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung

Bei systematischer Betrachtung ist insbesondere auf die nachfolgend dargestellten typischen Probleme von Innenstädten und Ortszentren infolge der Einzelhandelsentwicklung hinzuweisen:

1. Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität stadt- bzw. gemeindezentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von Investitionen der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten bzw. Ortszentren (und weiteren zentralen Bereichen).
2. Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in allen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit der vorherrschenden eingeschossigen Bauweise die Integration der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte und Ortszentren. Die Multifunktionalität des Handels und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen abhanden zu kommen.
3. Die kommunale Verkehrssituation gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Innenstädte bzw. der Ortszentren (und der sonstigen zentralen Bereiche) als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte ÖPNV-Konzepte zu investieren. Es ist die Ausnahme, dass autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Gemeinden und Städte an öffentliche Verkehrsmittel angebunden werden (wollen). Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.
4. Die wohnungsnahе Grundversorgung ist nicht mehr garantiert. Als Folge der (durch die Genehmigungspolitik zugelassenen) Suburbanisierung ziehen sich der Handel und andere Infrastruktureinrichtungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten und dem ländlichen Raum zurück. Die durch den Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat zur Folge, dass für Anbieter die Notwendigkeit entsteht, mit diesen größeren Betriebseinheiten auch entsprechend höhere Umsätze zu erwirtschaften. Damit vergrößert sich der notwendige Einzugsbereich jedes Betriebes. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot



zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch relativ kleinflächige Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Diese Entwicklung verläuft entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt der kurzen Wege". Betroffen ist vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.

Nahezu unabhängig von der Einwohnerzahl einer Kommune sind gerade ältere Menschen in besonders hohem Maße von einer unzureichenden Nahversorgung betroffen. Zurückzuführen ist dies u.a. auf

- mangelnde finanzielle Möglichkeiten für den Besitz und die Nutzung eines Pkw für den Einkauf,
- den noch immer überdurchschnittlich hohen Anteil von Personen, insbesondere Frauen, ohne Führerschein in dieser Altersgruppe sowie
- auf die fehlenden gesundheitlichen/ körperlichen Voraussetzungen zum Führen eines Pkw.

5. Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den innerstädtischen bzw. innerörtlichen Einzelhandel immer häufiger. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes Innenstadt bzw. Ortszentrum von seiner Erreichbarkeit hin. Gleichzeitig muss sich der Handel der Konkurrenz optimal geplanter Shopping-Center mit guter Verkehrsanbindung, Flanierambiente, hochwertigen Anbietern und hohem Organisationsgrad (Werbung, Öffnungszeiten etc.) sowie mit Angeboten zur Freizeitgestaltung stellen. Dies erfordert wiederum an innerstädtischen Standorten bzw. Standorten im Ortszentrum eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, z.B. durch Fußgängerzonen, und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen "Erlebnisraum" in den Zentren zu schaffen bzw. auszubauen.



2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSTRUMENT

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine planerische räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist⁵. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregelmäßige Marktgeschehen verursacht - wie im vorangegangenen Kapitel 2.1 skizziert - negative Wirkungen auf raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungen, die der Markt selbst nicht korrigiert bzw. korrigieren kann. Marktwirtschaftliche Einwände werden zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile verworfen worden⁶. Die Tatsache, dass Einzelhandelsansiedlungen unangemessen sein können, ergibt sich auf Grund des immer noch aktuellen städtebaulichen Leitbildes der "Europäischen Stadt" und vor allem aus dem Recht - und der Pflicht - jeder Stadt/ Gemeinde, die städtebauliche Ordnung und Entwicklung zu sichern⁷.

2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzeptes

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes betreffen u.a.

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und der Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist die Abgrenzung sogenannter zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Stadt oder Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Einzel-

⁵ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

⁶ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE.

⁷ Vgl. z.B. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 21.06.2001 Az. 1 C 11806/00.OVG; BayVGh: Urteil vom 25.04.2002 Az. 2 CS 02.121. Die Pflicht für die Kommunen könnte sich letztlich aus dem § 1 (3) BauGB ergeben.



handels in den zentralen Versorgungsbereichen insgesamt erreichbar ist⁸. Nur auf diese Weise kann auch der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichtes (BVerwG) in dieser Sache sind zentrale Versorgungsbereiche "*räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.*"⁹ Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss¹⁰. In einem weiteren Urteil ergänzte das BVerwG, dass "*auch solchen Einkaufsbereichen eine Funktion als zentraler Versorgungsbereich zukommen kann, die ein im Wesentlichen fußläufig erreichbares Einzugsgebiet haben und der Nahversorgung dienen*"¹¹.

Mit der EAGBau 2004 und der Baurechtsnovelle 2007 wurden die Begriffe und Bestimmungen zum zentralen Versorgungsbereich konkretisiert. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 (6) Nr. 4 BauGB (Baugesetzbuch) die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 (2) BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 (3) BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten.

2.2.1.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden

⁸ Ebd.

⁹ Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.

¹⁰ "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG, Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07).

¹¹ Vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, Az. C 1.08.



sollen, ist ein kommunalentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt, insbesondere im Stadtzentrum von Donaueschingen, zu schaffen.

Entsprechend ist für die Stadt Donaueschingen abzuleiten, welche Sortimente zentrenrelevant sind. Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste, beispielgebend aus dem Einzelhandelserlass Baden Württemberg, rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist¹². *„Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ...“*¹³. Als Grundlage ist dafür die Einzelhandelsstruktur zu analysieren.

2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes** werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen¹⁴, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien W und G sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines SO bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplanes** (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung, insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens, entfalten. Eine grundsätzliche, räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der

¹² Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.

¹³ Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.

¹⁴ Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 Abs. 2 Satz 1.



vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Baugesuchen** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen¹⁵. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Verhinderungswirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 Absätze 1, 2 und 3 BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 Abs. 1 BauGB vorliegt, aufgeführt.

Die **Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten** richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Kommune, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben "*nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt, die Erschließung gesichert ist*" und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" mit ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

¹⁵ Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 Abs. 2a BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB beschränkende Festsetzungen, namentlich zum Einzelhandel, zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Es werden hierdurch planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 Abs. 3 BauGB (s.o.) hinausgehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden"* gerichtet sein¹⁶.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 BauNVO (**großflächige Einzelhandelsbetriebe**) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory Outlet Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig¹⁷. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab¹⁸ die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im Flächennutzungsplan nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 Abs. 3 zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegenstehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt bzw. des Ortszentrums und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Bauge-

¹⁶ Vgl. Söfker, W.: Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrags im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin 2007.

¹⁷ Kopf, H.: Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin, 2002.

¹⁸ BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.



bieten¹⁹ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind²⁰. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten nach § 6 BauNVO können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO** geschaffen:

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2,4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt"*²¹.

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können"*²².

In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden²³; eine darüber hinausgehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich²⁴. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Ent-

¹⁹ Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

²⁰ Birk (1988), a.a.O., S. 284.

²¹ BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

²² BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.

²³ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 27.07.1998, Az 4 BN 31/98 BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az 4 BN 33/04 Rn 6.

²⁴ Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.



wicklung zentraler Versorgungsbereiche²⁵ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und Produzierendes Gewerbe²⁶.

2.2.2 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Gemeinde (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird²⁷.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welchen vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentraler Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 Abs. 2a BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 Abs. 6 Nr. 11, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Ortsteils enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine die Aufstellung des Bebauungsplans unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten²⁸.

Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzeptes bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen be-

²⁵ Vgl. z.B. Müller, M. Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

²⁶ Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Lose Blattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

²⁷ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.

²⁸ Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.



deuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen, oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne konkreten Anlass, z.B. einen Bauantrag oder auf Grund eines solchen konkreten²⁹ Planvorhabens, erfolgen.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung³⁰, die mit diesem Gutachten gegeben sein dürfte, die Sicherungsinstrumente wie z.B. Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindern, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

Maßgeblich für eine **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes. Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Gutachten die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die einerseits die Gegebenheiten in der Gemeinde und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der Zentren berücksichtigt.

2.3 METHODISCHES VORGEHEN - BESTANDSAUFNAHME

Für das vorliegende Gutachten wurde das Einzelhandelsangebot in der Stadt Donau- eschingen auf der Basis einer Begehung im Oktober/ November 2012 von wissenschaftlichen Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella erfasst. Berücksichtigt wurde dabei nicht nur der Einzelhandel i.e.S., sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger); ferner wurden Tankstellenshops ebenfalls miterhoben, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen.³¹

²⁹ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

³⁰ Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

³¹ Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



Die Erhebung wurde flächendeckend im gesamten Stadtgebiet durchgeführt: Jede einzelne Straße wurde hierfür begangen bzw. durchfahren³².

Die Erhebung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren).

Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden.

Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer ortspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich.

Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

Fazit

Abschließend ist festzuhalten, dass dieses Gutachten es ermöglicht, systematisch die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben entsprechend der städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzelhandel zulässig sein soll bzw. wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Gutachten auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Donaueschingen im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB substanziell und umfänglich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Donaueschingen, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. Voraussetzung ist

³² Obwohl die Erhebung nach bestem Wissen und Gewissen erfolgte, ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsbetriebe dabei nicht aufgefunden werden konnten. Allerdings kann es sich bei diesen allenfalls um kleinere Betriebe handeln, sodass das Gesamtergebnis hiervon nicht wesentlich beeinflusst würde.



allerdings, dass sich die Stadt Donaueschingen selbst an ihr eigenes Konzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.



3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE

In diesem Kapitel wird auf Grundlage der Ergebnisse der Erhebung des Einzelhandels die Versorgungssituation in der Stadt Donaueschingen dargestellt und bewertet.

Einzelhandelsangebot nach Betriebszahl, Verkaufsfläche und Umsatz

Im Rahmen der Erhebung des Büros Dr. Acocella im Oktober/ November 2012 wurden in Donaueschingen insgesamt 178 Einzelhandelsbetriebe, inklusive Lebensmittelhandwerk und Tankstellen, erfasst. Auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 50.975 qm erzielten diese einen Umsatz von rd. 135,1 Mio. €.

Im Vergleich zur letzten bundeseinheitlich durchgeführten Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) aus dem Jahr 1993 (vgl. Tab. 1) zeigt sich, dass neben dem Anstieg der Verkaufsfläche vor allem der Umsatz deutlich angestiegen ist. Dies ist auf die Ansiedlung überdurchschnittlich leistungsfähiger Angebote zurückzuführen. Bundesweit ist dagegen eher ein Rückgang der Flächenproduktivitäten festzustellen.

Tab. 1: Einzelhandelsangebot der Stadt Donaueschingen 2012 und 1993 (HGZ)

	2012 ¹⁾	HGZ 1993	Änderung
Betriebe	146	128	+ 14%
VKF (qm) ²⁾	50.300	45.200	+ 11%
Umsatz (Mio. €)	126,4	101,9	+ 24%

¹⁾ ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen

²⁾ aktueller Wert auf 25 qm, HGZ-Wert auf 100 qm gerundet
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statist. Landesamt Baden-Württemberg; Statist. Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Verkaufsfläche, Umsatz und Bindungsquoten

Das gesamte Einzelhandelsangebot von Donaueschingen ist in Tab. 2 bezogen auf Verkaufsflächen, Umsätze und Bindungsquoten sowie nach Sortimenten differenziert dargestellt.



Tab. 2: Einzelhandelsangebot in der Stadt Donaueschingen

Sortimente	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	10.250	33,3
Lebensmittelhandwerk	650	8,5
Drogerie/ Parfümerie	1.525	5,6
Apotheke	350	9,7
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	575	2,0
Blumen/ Zoo	1.450	2,9
kurzfristiger Bedarfsbereich	14.800	62,0
Bekleidung und Zubehör	5.975	13,6
Schuhe, Lederwaren	1.675	4,8
Sport/ Freizeit	1.125	2,9
Spielwaren	1.450	3,9
Bücher	275	0,8
GPK, Geschenke, Hausrat	2.000	1,6
Haus-/ Heimtextilien	1.150	1,7
mittelfristiger Bedarfsbereich	13.650	29,4
Uhren/ Schmuck	325	2,1
Foto/ Optik	625	3,0
Medien	775	4,8
Elektro/ Leuchten	1.875	6,1
Teppiche, Bodenbeläge	1.650	2,3
Baumarkt/ Gartencenter	9.175	11,2
Möbel, Antiquitäten	6.700	8,5
Sonstiges	1.400	5,8
langfristiger Bedarfsbereich	22.525	43,8
Summe	50.975	135,1

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet

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

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statist. Landesamt Baden-Württemberg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen



*Die Relation des erzielten Umsatzes zur in der Stadt Donaueschingen verfügbaren Kaufkraft je Einwohner (einem bundesdeutschen Durchschnittswert, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern³³ auf die gebietspezifische Situation angepasst wird) ergibt lokale **Bindungsquoten**: Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Donaueschingen, vermindert um die Abflüsse aus Donaueschingen) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass Kaufkraft per Saldo aus Donaueschingen abfließt.*

Die Gesamtbindungsquote der Stadt Donaueschingen beträgt 107%. In der Stadt sind somit per Saldo nur leichte Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Die relativ geringen Zuflüsse trotz der mittelzentralen Versorgungsfunktion sind vor allem auf die Konkurrenzsituation in der Umgebung (Villingen-Schwenningen, Bad Dürkheim) zurückzuführen.

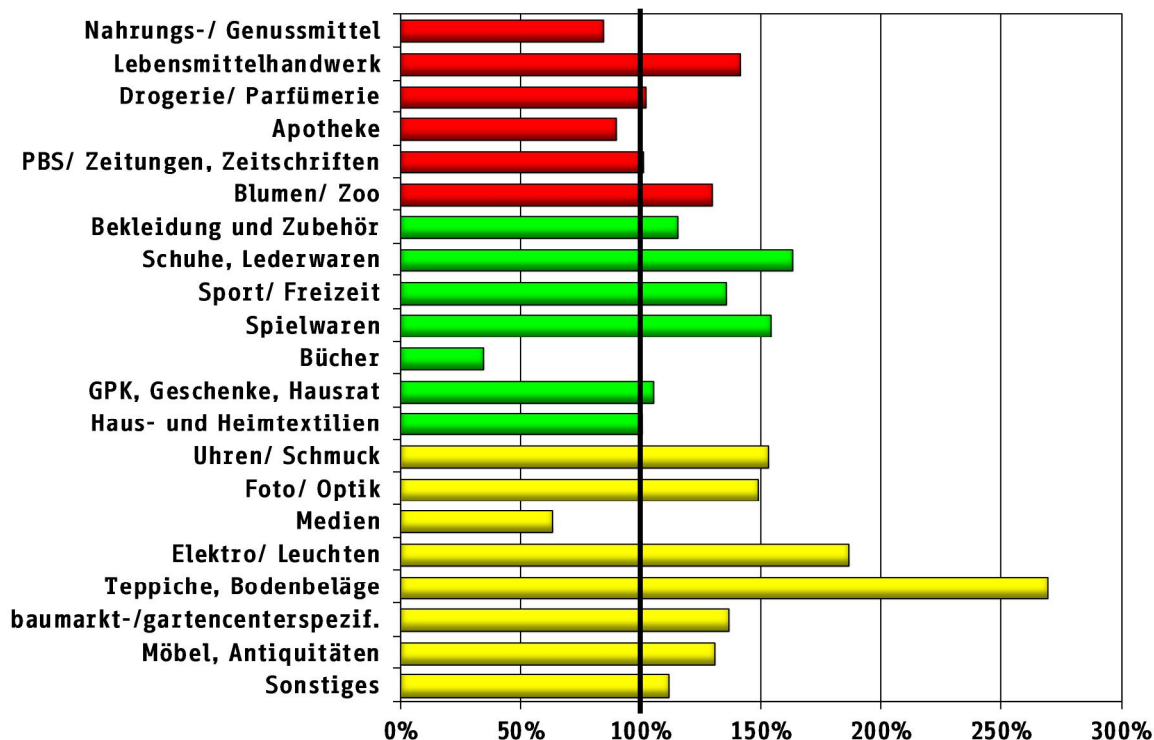
Der Vergleich zu 1998 und 2003 zeigt, dass sich die Versorgungssituation in Donaueschingen kaum verändert hat. Während die Bindungsquote (bei GMA als Zentralität bezeichnet) 1998 bei 109% lag, wurde im Rahmen der Fortschreibung 2003 eine Bindungsquote von 102% ermittelt³⁴.

Für die jeweiligen Bedarfsbereiche (kurz-, mittel-, und langfristig) ergibt sich für Donaueschingen ein differenziertes Bild:

³³ IFH, Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2012.

³⁴ GMA-Untersuchung 2003, S. 22.

Abb. 1: Bindungsquoten in der Stadt Donaueschingen nach Sortimenten



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2012); Statist. Landesamt Baden-Württemberg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung rot dargestellt) sollte jede Stadt eine möglichst vollständige rechnerische Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Mit einer Bindungsquote von 94% im kurzfristigen Bedarfsbereich gelingt der Stadt Donaueschingen dies nahezu vollständig, insbesondere im Bereich Lebensmittelhandwerk sind Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (grün dargestellt) sind mit einer Bindungsquote von 117% Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Mit Ausnahme des Sortiments Bücher (34%), wird in jedem der Sortimentsbereiche eine Bindungsquote von mehr als 100% erreicht.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** (gelb dargestellt) sind mit einer Bindungsquote von rd. 125% ebenfalls per Saldo Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Allein das Sortiment Teppiche/ Bodenbeläge erzielt mit 269% eine sehr hohe Bindungsquote. Lediglich im Sortimentsbereich Medien sind per Saldo Abflüsse festzustellen.



4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte und Ortszentren nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung mit mittlerweile über 25.000 Passanten in verschiedenen Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes **Motiv für den Besuch einer Innenstadt** bzw. eines Orts-/ Stadtteilzentrums genannt werden. Beides unterstreicht die Bedeutung des Einzelhandels für eine funktionsfähige Innenstadt bzw. ein funktionsfähiges Ortszentrum.

Eine attraktive Innenstadt bzw. ein attraktives Ortszentrum wird jedoch nicht allein durch das Einzelhandelsangebot, sondern auch durch die funktionale Mischung sowie die städtebaulichen und verkehrlichen Bedingungen geprägt und charakterisiert.

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit einer Innenstadt bzw. eines Ortszentrums mit entsprechender funktionaler Vielfalt und städtebaulichen Qualitäten stellt dabei die **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** dar, mit der verschiedene Aspekte des Bau- und Planungsrechtes zusammenhängen.

Dabei muss eindeutig geklärt sein, welche Bereiche einer Stadt als zentrale Versorgungsbereiche anzusehen sind, damit geprüft werden kann, in welcher Weise diese geschützt bzw. weiterentwickelt werden sollen und können. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG³⁵ (vgl. Kap. 2.2.1.1).

Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Ein unabdingbares Kriterium, das ein zentraler Versorgungsbereich aufweisen muss, ist eine städtebaulich **integrierte Lage**³⁶. Das bedeutet, dass dieser städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die

³⁵ Vgl. BVerwG, Urteil 10.11.2007, Az. 4C7/07.

³⁶ Vgl. Landesentwicklungsprogramm (LEP) IV 2008: Z 58, S. 96.



Nähe zur Wohnbebauung haben muss, sodass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - vorhanden ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere am Bestand der Einzelhandelsbetriebe. Obgleich der **Einzelhandel die Leitfunktion** für ein Zentrum wahrnimmt, ist für die Qualifizierung eines Gebietes als zentraler Versorgungsbereich neben der **Wohnfunktion** das Angebot weiterer Nutzungen von erheblicher Bedeutung. Das Vorhandensein von - in der Regel publikumsorientierten - **Dienstleistungsbetrieben** ist für eine funktionale Vielfalt im Zentrum von erheblicher Bedeutung. Darüber hinaus können öffentliche und kulturelle Nutzungen zur Qualitätssteigerung des Zentrums beitragen.

Ein zentraler Versorgungsbereich bedarf einer **räumlich-funktionalen Konzentration an Versorgungsangeboten** mit einer entsprechenden Dichte und Kompaktheit, die im Zusammenhang erkennbar ist.

Neben funktionalen Kriterien müssen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten berücksichtigt werden, um eine im Zusammenhang erkennbare Agglomeration mit den Funktionen: Versorgen, Einkaufen und Dienstleistungen zu identifizieren. Bei einer Ortsbegehung wurden daher folgende **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** berücksichtigt:

- verkehrliche Barrieren (z.B. Straßen, Bahnlinien),
- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer, Topographie, Grünzug),
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe),
- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur)

Um den Voraussetzungen nach Kompaktheit und Dichte Rechnung zu tragen, sind überdies **städtebauliche Qualitäten** aufzunehmen und zu beschreiben. Insbesondere die Gestaltung des öffentlichen Raums übernimmt je nach Qualität eine unterstützende Wirkung für das Aufsuchen eines Zentrums, das Verweilen und letztlich für eine entsprechende Passantenfrequenz, die für das Funktionieren der Einzelhandelslage eine unverzichtbare Voraussetzung darstellt.



Die städtebaulich-funktionale Situation der Innenstadt von Donaueschingen wird anhand einer **Stärken-Schwächen-Analyse** im Rahmen einer Fotodokumentation veranschaulicht (vgl. Kap. 4.5). Diese Stärken-Schwächen-Analyse bildet somit die wesentliche Basis für die Identifizierung räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel (vgl. Kap. 7.3).

Entsprechend der o.g. Kriterien lässt sich lediglich die Innenstadt von Donaueschingen als zentraler Versorgungsbereich identifizieren.

4.2 RÄUMLICH-FUNKTIONALE STRUKTUR INNENSTADT DONAUESCHINGEN

Im Folgenden wird die räumliche Verteilung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt von Donaueschingen sowie in deren unmittelbarem Umfeld dargestellt (vgl. Karte 1) und darüber hinaus hinsichtlich der Bestandsdichte erörtert.

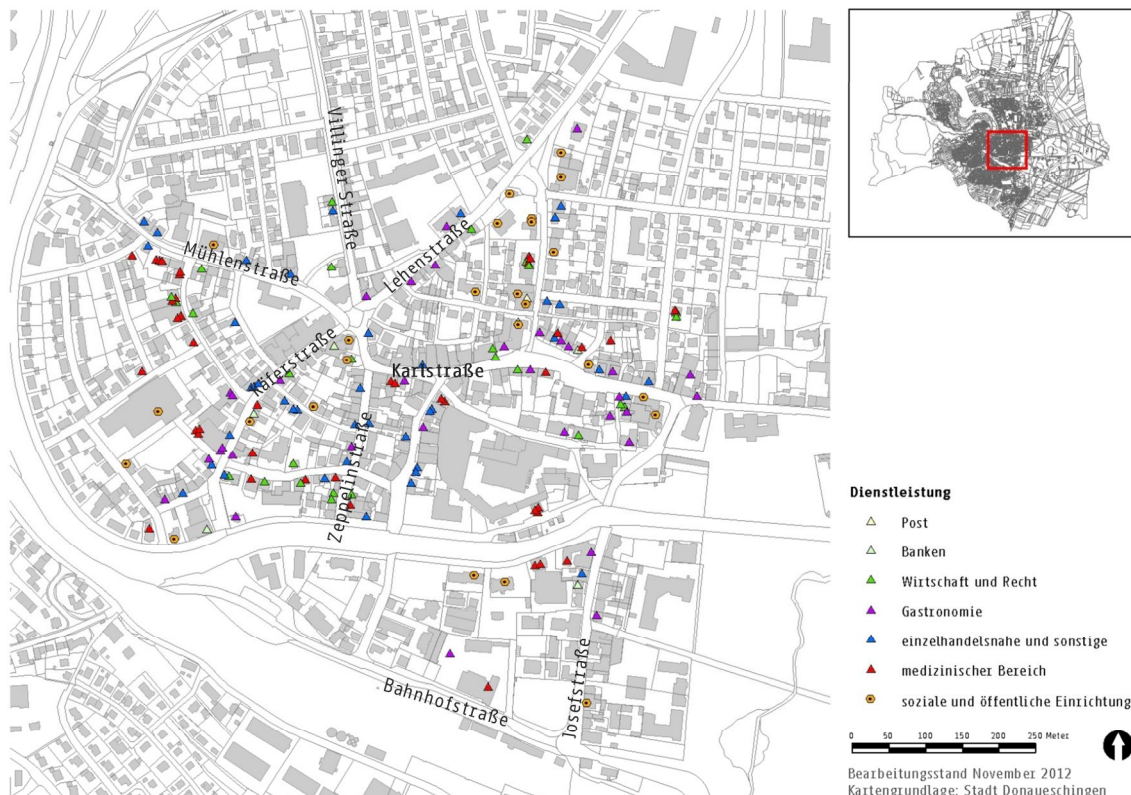
Karte 1: Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Donaueschingen und angrenzenden Bereichen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung Oktober/ November 2012, Kartengrundlage: Stadt Donaueschingen

Anhand Karte 1 wird deutlich, dass sich das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Donaueschingen vorwiegend auf die Karlstraße und deren Umfeld erstreckt. Es sind Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden; südlich der Karlstraße ist eine Häufung an Leerständen zu verorten.

Karte 2: Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Donaueschingen und angrenzenden Bereichen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung Oktober/ November 2012, Kartengrundlage: Stadt Donaueschingen

Die räumliche Verteilung des Dienstleistungsangebotes entspricht in weiten Teilen dem Einzelhandelsbesatz. Im nördlichen Teil der Innenstadt befinden sich u.a. die Agentur für Arbeit, die Feuerwehr sowie die Realschule. Die östliche Karlstraße zeichnet sich durch das Fürstlich Fürstenbergische Schloss und die dazugehörigen Sammlungen, die Stadtkirche sowie das Amt für Kultur, Tourismus und Marketing, die Musik- und Kunstschule, die VHS und die Stadtbibliothek aus; westlich sind das Rathaus I. und II., das Polizeirevier sowie das Amtsgericht und Notariat zu verorten.

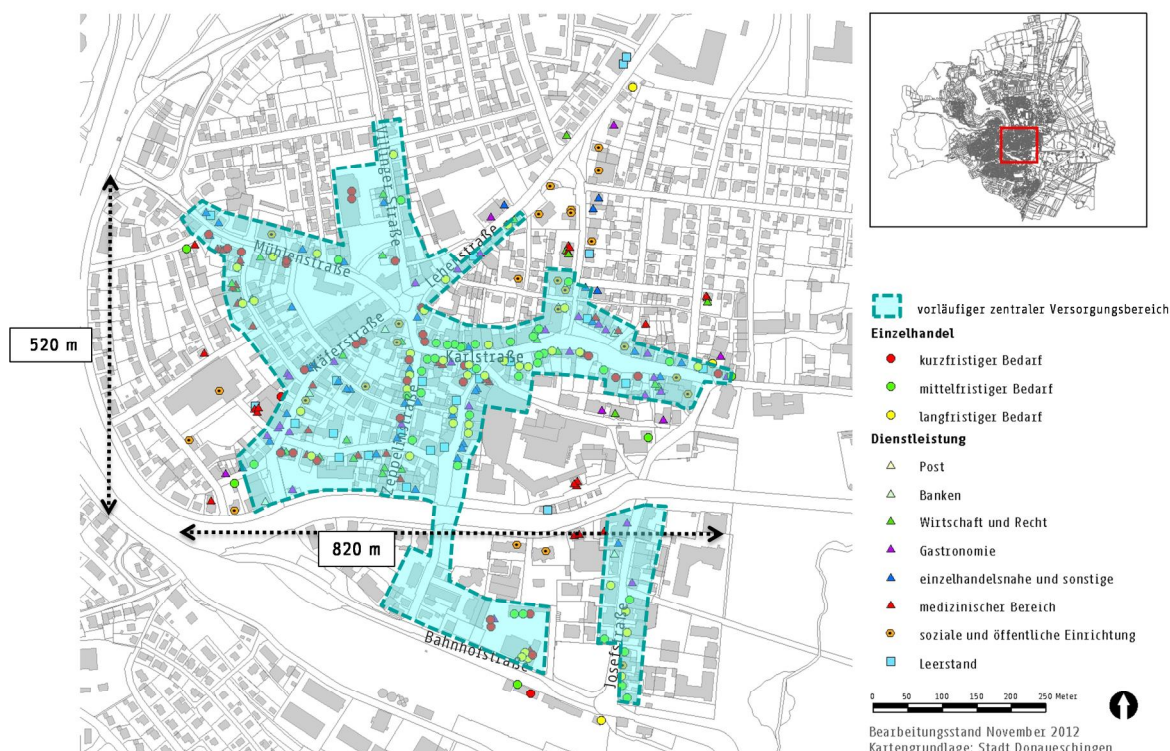


4.3 ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGBEREICH INNENSTADT DONAUESCHINGEN

Im Rahmen der Ist-Analyse wurde die Abgrenzung des bestehenden Einzelhandelskonzeptes von 2003 verwendet. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wird in Kap. 7.3 vor dem Hintergrund der Ziele und der Prognose geprüft.

Wie in Karte 3 dargestellt, befindet sich die größte Konzentration an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben in der Innenstadt von Donaueschingen im Bereich der Karlstraße sowie deren Nebenstraßen. Der Besatz verläuft nördlich weiter in der Villinger Straße und nordwestlich in der Mühlenstraße, wobei die Besatzdichte ab Höhe des Rathausplatzes abnimmt. In der Käfer-, Zeppelin- und Max-Egon-Straße reicht der Besatz bis zur Hermann-Fischer-Allee, hier ist jedoch ein Anstieg der dienstleistungsbezogenen Nutzungen zu verzeichnen. Ebenfalls zur Innenstadt gehört der Bereich Josefstraße/ Bahnhofstraße.

Karte 3: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Donaueschingen entsprechend bisheriges Einzelhandelskonzept Donaueschingen



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis eigener Erhebungen im Oktober/ November 2012 und Informationen der Stadtverwaltung, Kartengrundlage Stadt Donaueschingen



4.4 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH VON DONAUESCHINGEN

Im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Donaueschingen befanden sich zum Erhebungszeitpunkt 89 der insgesamt 178 Einzelhandelsbetriebe der Stadt Donaueschingen, welche eine Verkaufsfläche von rd. 12.500 qm vereinen. Dies bedeutet, dass 50% der ansässigen Betriebe bzw. rd. 25% der Gesamtverkaufsfläche innerhalb dieses zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt sind. Bezogen auf den Umsatz werden hier mit rd. 41,5 Mio. € rd. 30% des Umsatzes der Stadt insgesamt erzielt.

In der Tab. 3 ist das Einzelhandelsangebot des zentralen Versorgungsbereiches von Donaueschingen - soweit aus Datenschutzgründen möglich - nach Sortimenten differenziert dargestellt.

Im zentralen Versorgungsbereich von Donaueschingen sind Angebote aller Bedarfsbereiche vorhanden; verkaufsflächenbezogen ist ein Angebotsschwerpunkt in den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichen zu erkennen.



Tab. 3: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich von Donaueschingen

Sortimente	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	unechte Bindungs- quote
Nahrungs-/ Genussmittel	1.525	5,8	15%
Lebensmittelhandwerk	175	3,2	53%
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	850	8,5	52%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	200	0,6	32%
Blumen/ Zoo	225	0,5	21%
kurzfristiger Bedarf	2.950	18,6	28%
Bekleidung und Zubehör	2.850	7,1	60%
Schuhe, Lederwaren	650	1,7	57%
Sport/ Freizeit; Bücher	725	1,9	43%
Spielwaren	775	1,9	75%
GPK, Geschenke, Hausrat	650	0,4	28%
Haus- und Heimtextilien	300	0,4	23%
mittelfristiger Bedarf	5.950	13,5	54%
Uhren/ Schmuck	200	1,3	92%
Foto/ Optik	400	2,1	104%
Medien; Elektro/ Leuchten	250	1,3	12%
Bau/ Garten; Teppiche, Bodenbeläge	225	0,3	4%
Möbel, Antiquitäten	2.300	3,6	56%
Sonstiges	250	0,9	16%
langfristiger Bedarf	3.600	9,5	27%
Summe	12.500	41,5	33%

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet
aus Datenschutzgründen mussten Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst werden
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

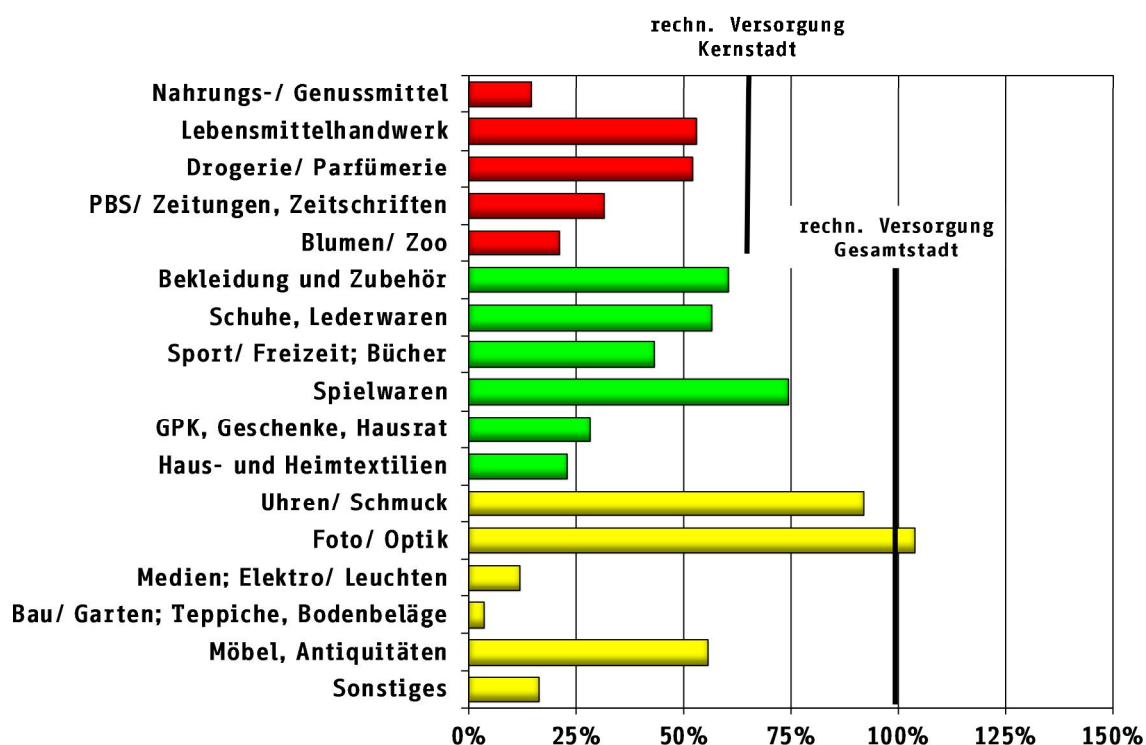
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012; www.handelsdaten.de; IFH (2012), IfH; EHI; Statist. Landesamt Baden-Württemberg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

"Unechte Bindungsquote"

In Kap. 3 wurde festgestellt, dass die Stadt Donaueschingen eine Gesamtbindungsquote von rd. 107% verzeichnet und in wenigen Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches per Saldo Kaufkraftabflüsse aufweist.

Die Beurteilung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt mittels "unechter Bindungsquoten": Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft der Stadt Donaueschingen gesetzt wird.

Abb. 2: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012; Stadt Donaueschingen; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2012); Statistisches Landesamt Baden Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rote Balken in der Abb. 2) sind die "unechten Bindungsquoten" wenig aussagekräftig: Hier kommt dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt keine Versorgungsfunktion für die gesamte Stadt zu, da die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches möglichst wohnungsnah angeboten werden sollten. Demnach sollen durch das entsprechende Angebot des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt lediglich die Einwohner in der Innenstadt und in deren näheren Umfeld mit den Angeboten im kurzfristigen Bedarfsbereich versorgt werden.

Bedeutsam für die Bewertung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind jedoch vor allem die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des **mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs**.

Im Sortimentsbereich Foto/ Optik sind per Saldo Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Hier gelingt den Einzelhandelsbetrieben der Innenstadt auch rechnerisch eine Ausstrahlung, die über die Stadt Donaueschingen hinausgeht. In den übrigen zentren-



relevanten Sortimenten des mittel- und des langfristigen Bedarfsbereiches wird nur ein Teil der gesamtstädtischen Versorgungsfunktion durch den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wahrgenommen.

4.5 STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE

Im Folgenden werden die Stärken und Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Donaueschingen sowohl unter funktionalen als auch unter städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt.

Die Stärken-Schwächen-Analyse bildet eine wesentliche Grundlage für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches von Donaueschingen (vgl. Kap. 7.3.1).

Stärken

- Der vorläufige zentrale Versorgungsbereich Innenstadt zeichnet sich funktional durch einen vielfältigen Branchen- und Sortimentsmix im kurz-, mittel- sowie langfristigen Bedarfsbereich aus.
- Neben Filialisten, die größtenteils gut ins Stadtbild eingebunden sind, ist die Innenstadt durch zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte gekennzeichnet, die durch eine ansprechende Warenpräsentation das Stadtbild positiv prägen.

Foto 1: Karlstraße - Blumenladen



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Foto 2: Karlstraße - Filialist



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

- Die Nahversorgung wird durch einen Lebensmittelmarkt in der Karlstraße, einen Discounter in der Villinger Straße sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks und verschiedene Fachgeschäfte wahrgenommen. Wichtige Nahversorgungsfunktion für

die Bewohner der Kernstadt hat zudem der Bereich Bahnhofstraße (ehemaliges Postareal).

- Öffentliche und kulturelle Einrichtungen mit z.T. regionaler Ausstrahlung, wie die Donauhallen, die ehemalige Fürstenbergbrauerei und das Museum Biedermann im Umfeld der Innenstadt nehmen bedeutende Identifikationsfunktion für Donauschlingen bzw. für die Innenstadt wahr.

Foto 3: Biedermann-Museum



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Foto 4: Käferstraße - Bürogebäude



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

- Der vielfältige Funktionsmix der Innenstadt wird u.a. durch die Stadtbibliothek, die Musik- und Kunstschule und die Volkshochschule ergänzt.

Foto 5: Fürstlich Fürstenbergische Sammlung



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Foto 6: Fürstenbergbrauerei - Postplatz



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

- Unter städtebaulichen Gesichtspunkten sind vor allem die barocken Gebäude im Residenzbereich und die Jugendstilarchitektur prägend für das Stadtbild von



Donaueschingen. In diesem Zusammenhang nehmen u.a. das Jugendstilrathaus, das historische Gebäude der Fürstenbergbrauerei und die Stadtkirche wichtige Identifikationsfunktion wahr. Gleichzeitig wird das Stadtbild auch durch moderne hochwertige Architektur ergänzt.

Foto 7: Donauhallen



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Foto 8: Rathaus I.



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

- Der öffentliche Raum weist im Bereich der Karlstraße eine hohe gestalterische Qualität auf. Diese wird auch am Rathausplatz, am Max-Rieple-Platz und auf dem Platz am Hanselbrunnen sichtbar.

Foto 9: Rathausplatz - Musikantenbrunnen



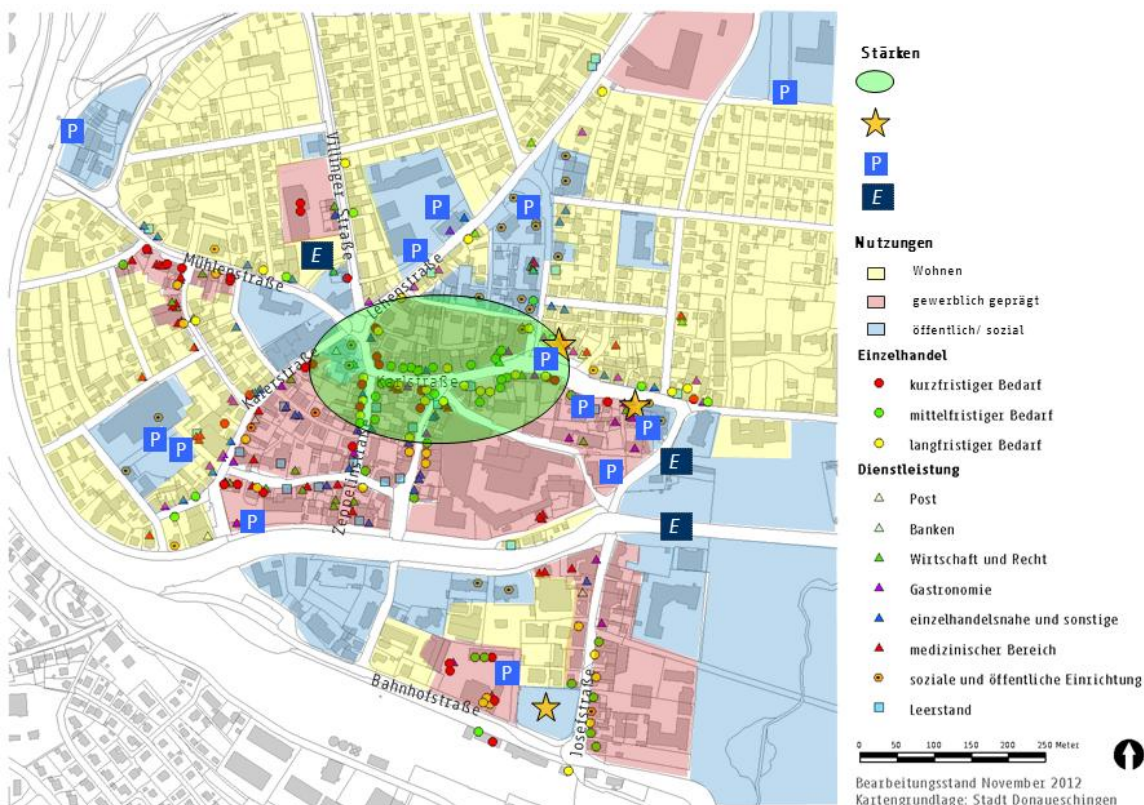
Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Foto 10: Max-Rieple-Platz



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Karte 4: Stärken des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Donaueschingen



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Donaueschingen

Schwächen

- In der Haupteinkaufsstraße von Donaueschingen befinden sich eher kleinteilige Geschäfte mit geringer Magnetwirkung. Die Aufenthaltsqualität wird zudem durch das Verkehrsaufkommen, parkende Fahrzeuge und die teilweise schmalen Gehwege eingeschränkt.

Foto 11: Karlstraße - Parken



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Foto 12: Karlstraße - Verkehr



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013



- Die Diskrepanz zwischen historischen Fassaden und 70er Jahre Bauten ist in der Karlstraße deutlich zu erkennen und stört das harmonische Stadtbild. Problematisch sind hier vor allem sanierungsbedürftige, unattraktive Arkaden.
- Auch die innerstädtischen Plätze bieten nur eingeschränkte Aufenthaltsqualität. Während der hochwertig gestaltete Max-Rieple-Platz kaum auffindbar ist, wird der Rathausplatz vor allem durch Verkehr geprägt. Lediglich der Platz am Hanselbrunnen besitzt einen gastronomischen Bereich, der durch die entsprechende Außengastronomie Aufenthaltsqualität bietet. Dennoch besteht auch hier ein eingeschränktes Platzerlebnis durch Verkehr und parkende Fahrzeuge sowie die z.T. wenig repräsentative Bebauung der Nachkriegszeit.

Foto 13: Platz am Hanselbrunnen



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Foto 14: Platz am Hanselbrunnen - Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

- Der innerstädtische Bereich zwischen Karlstraße und Brigach ist teilweise durch eine geringe Besatzdichte an Einzelhandelsnutzungen, durch Leerstände und sanierungsbedürftige Gebäude geprägt. Die Gestaltung des öffentlichen Raumes fällt deutlich gegenüber der Karlstraße ab, so dass dieser Bereich nur eingeschränkt als Innenstadt lesbar ist und somit auch die Brigach als Fluss in der Innenstadt kaum in Erscheinung tritt.

Foto 15: Käferstraße - öffentlicher Raum



Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

Foto 16: Fürstenbergstraße

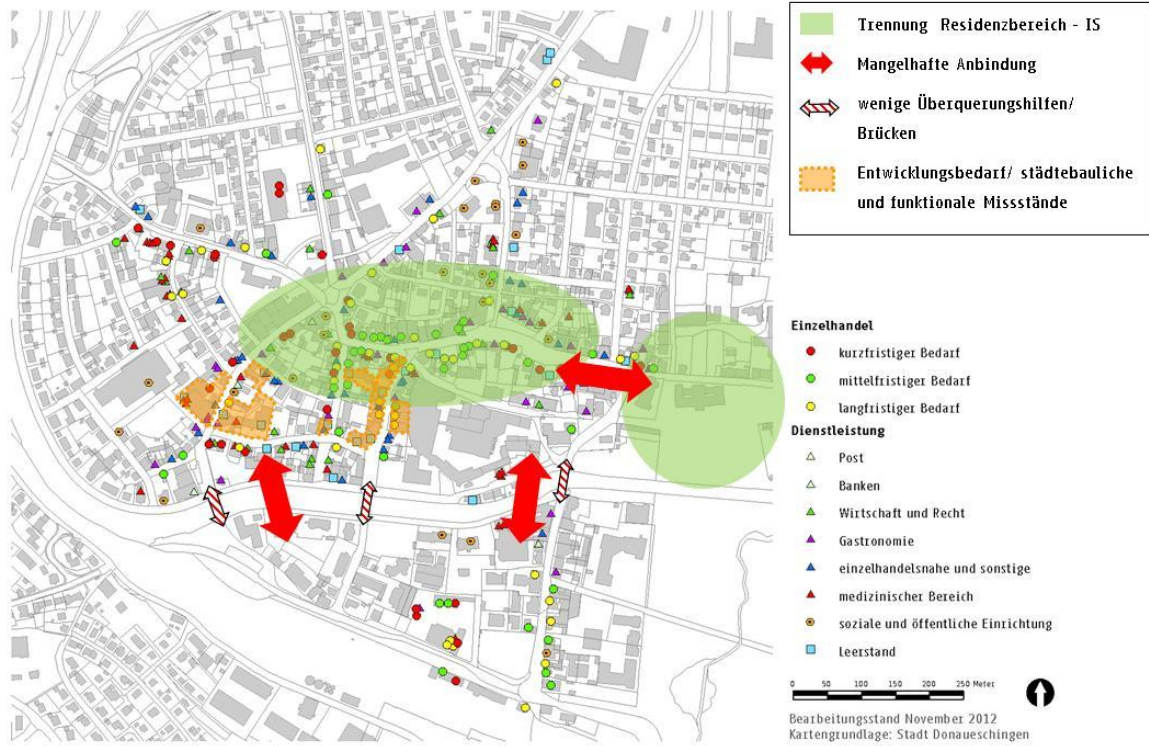


Quelle: eigenes Foto, Februar 2013

- Das Areal der Fürstenbergbrauerei zwischen Haldenstraße und Poststraße schränkt das zusammenhängende Innenstadterlebnis zusätzlich ein, wenngleich die Brauerei ein bedeutender Imagefaktor für Donauwörth ist.
- Der unmittelbar an die Innenstadt angrenzende Residenzbereich ist bisher nur eingeschränkt erreichbar, da die Straße An der Stadtkirche und die Fürstenbergstraße deutliche Trennwirkung ausüben. Mit der momentanen Umgestaltung der Straße An der Stadtkirche wird diese Situation derzeit verbessert.
- Auch der Bereich Bahnhofstraße (ehemaliges Postareal) kann seine Synergieeffekte für die Karlstraße nur bedingt entfalten, da hier eine vollständige städtebauliche und funktionale Anbindung fehlt bzw. die Entfernung entlang der Josefstraße zu groß ist.



Karte 5: Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Donaueschingen



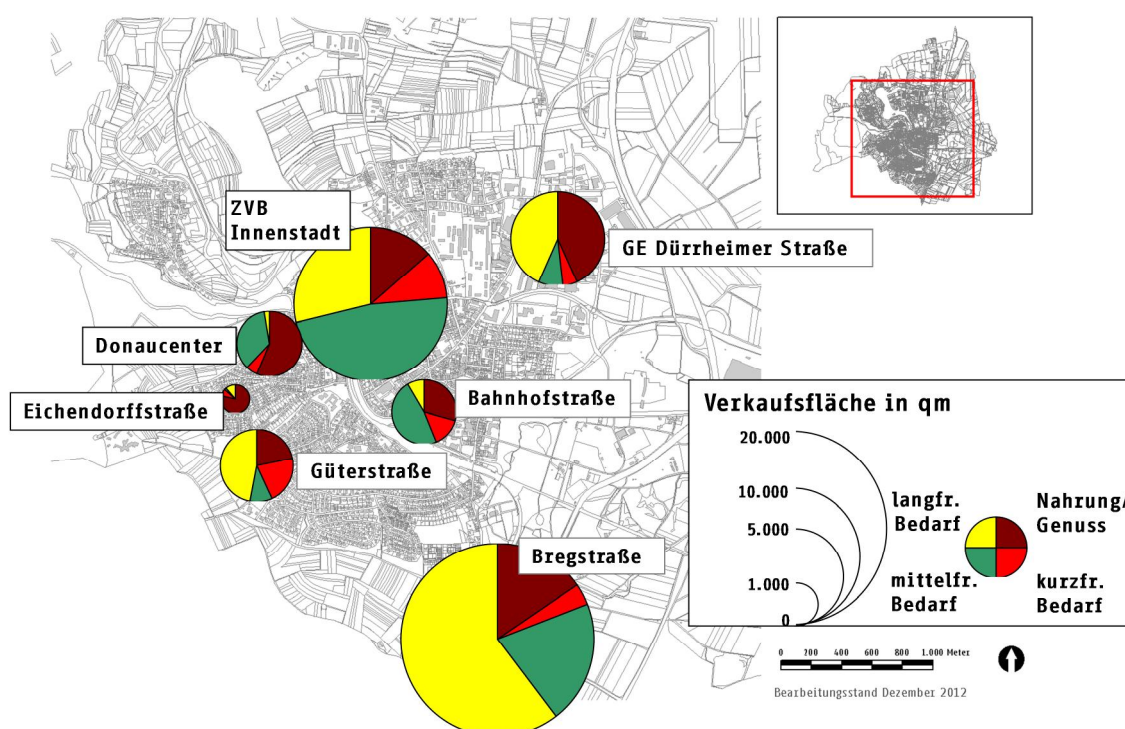
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Donaueschingen

5. RÄUMLICHE EINZELHANDELSSTRUKTUR

Nachdem in den vorangegangenen Ausführungen eine Betrachtung des Donaueschinger Einzelhandelsangebotes insgesamt und bezogen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt stattfand, wird nachfolgend die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes dargestellt und bewertet.

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gibt es in Donaueschingen noch weitere Einzelhandelsstandorte (vgl. Karte 6).

Karte 6: Bedeutende Einzelhandelsstandorte in Donaueschingen



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012, Kartengrundlage: Stadt Donaueschingen

Der bezogen auf die Verkaufsfläche größte Einzelhandelsstandort ist der am südlichen Siedlungsrand gelegene, nicht integrierte Standort **Bregstraße**. Insgesamt zehn Betriebe vereinen hier eine Verkaufsfläche von rd. 19.850 qm auf sich. Der Angebotsschwerpunkt liegt auf dem langfristigen Bedarfsbereich, was vor allem auf einen Möbel- und einen Baumarkt zurückzuführen ist.

Alle übrigen Standorte weisen eine deutlich geringere Gesamtverkaufsfläche als der Standort Bregstraße und der zentrale Versorgungsbereich auf.



Südlich des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt befinden sich **in der Bahnhofstraße (ehemaliges Posthofareal)** neun Betriebe, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.225 qm vereinen. Der integrierte Standort wird vor allem durch Angebote des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiches geprägt und nimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Kernstadtbewohner wahr.

Im Nordosten befindet sich das **Gewerbegebiet Dürrheimer Straße**, welches rd. 4.700 qm Verkaufsfläche auf sich vereint. An diesem nicht integrierten Standort sind Güter des langfristigen Bedarfs (Küchen, Beschläge, Eisenwaren, Unterhaltungselektronik) und Nahrungs- und Genussmittel angesiedelt.

Des Weiteren befinden sich im Westen der Stadt die Standorte Donaucenter (rd. 2.275 qm Gesamtverkaufsfläche), Eichendorffstraße (445 qm) sowie Güterstraße (rd. 2.825 qm):

- Der zwar integriert gelegene, aber dennoch z.T. autokundenorientierte Standort **Donaucenter** weist vor allem nahversorgungsrelevante und klassische zentrenrelevante Sortimente auf.
- Der Standort **Eichendorffstraße** hat trotz seiner geringen Verkaufsfläche als Nahversorgungsstandort für die umliegende Wohnbevölkerung hohe Bedeutung.
- Der sonstige integrierte Einzelhandelsstandort **Güterstraße** wird im Wesentlichen durch einen Raiffeisenmarkt geprägt.

In Abb. 3 ist das Donaueschinger Einzelhandelsangebot differenziert nach dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und sonstige integrierte Standorte bzw. nicht integrierte Standorte³⁷ abgebildet³⁸.

Etwa die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe von Donaueschingen befindet sich in der Innenstadt; diese erreichen jedoch nur einen Verkaufsflächenanteil von rd. 25% an der Gesamtverkaufsfläche. An nicht integrierten Standorten machen rd. 15% der

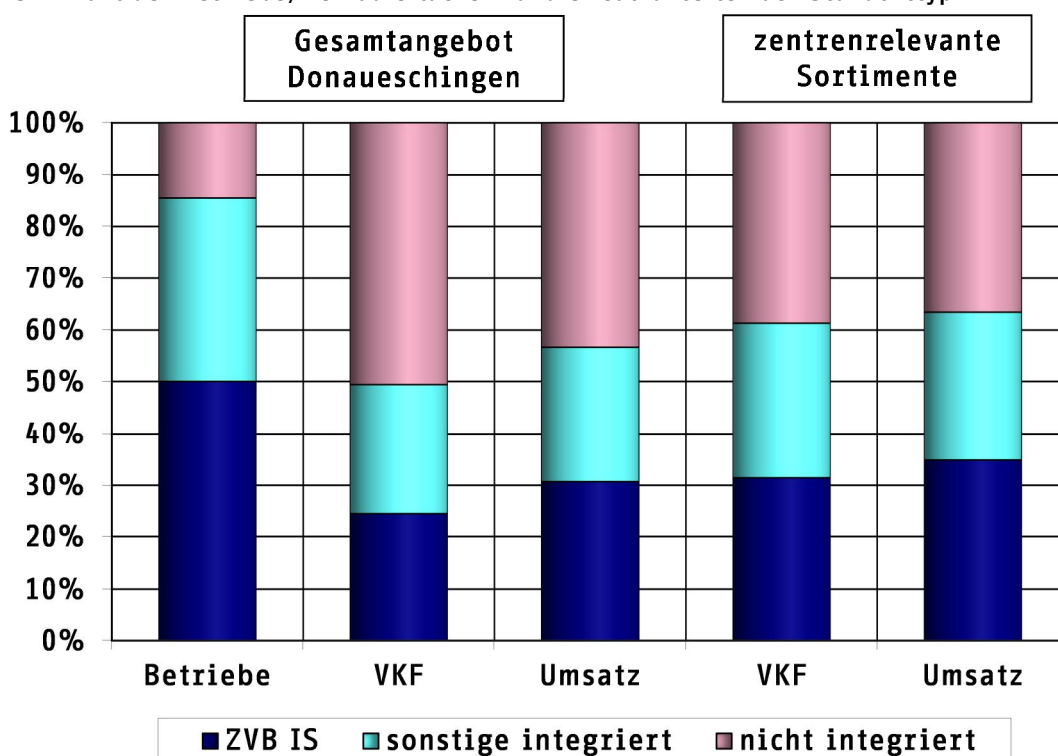
³⁷ Bei sonstigen integrierten Lagen handelt es sich um funktional und städtebaulich integrierte Betriebe im Zusammenhang mit Wohnbebauung, bei denen die Bestandsdichte für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs nicht ausreicht. Bei nicht integrierten Standorten fehlt ein städtebaulich-funktionaler Bezug zur Wohnbebauung.

³⁸ Die Definitionen dieser Begriffe sind im Glossar enthalten.

Betriebe etwa 50% der Gesamtverkaufsfläche aus und erzielen rd. 43% des örtlichen Einzelhandelsumsatzes.

Für die Bewertung der Angebotsverteilung ist die Verteilung des (üblicherweise) zentrenrelevanten Einzelhandelsangebotes nach Standorttypen entscheidend (vgl. Abb. 3, rechte Säulen). Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegt der Verkaufsflächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente bei gut 30% und ist damit sogar geringer als der entsprechende Anteil an nicht integrierten Standorten.

Abb. 3: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttyp



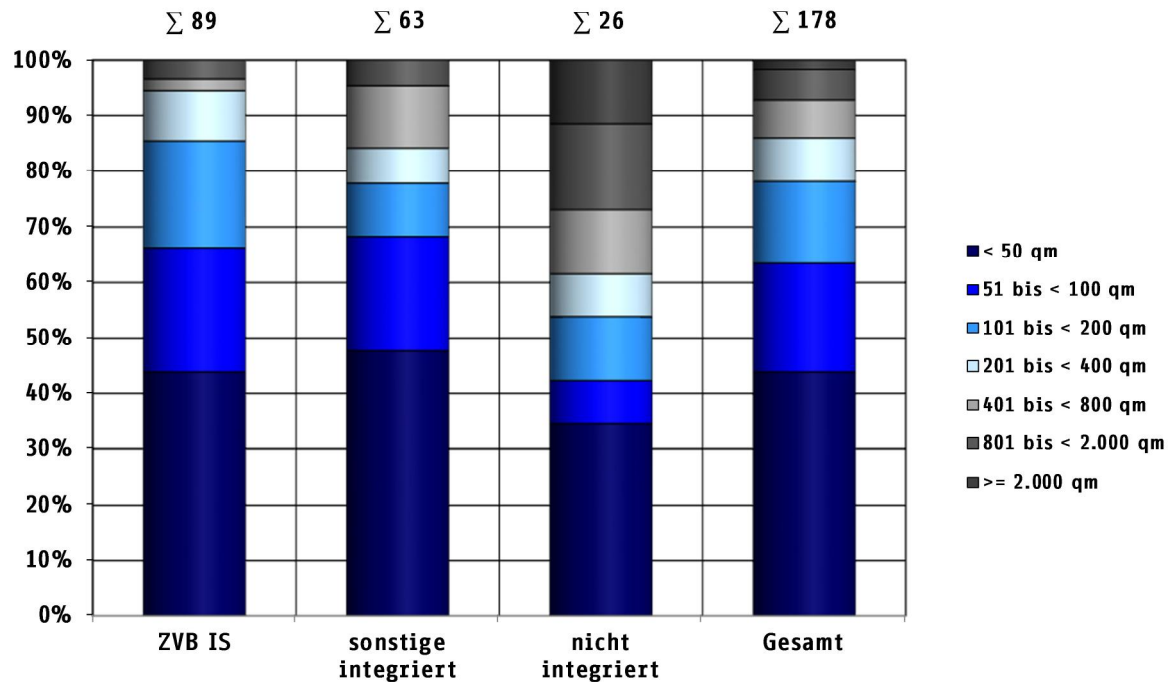
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statist. Landesamt Baden-Württemberg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Differenzierung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen verdeutlicht, dass es insgesamt nur wenige großflächige Betriebe gibt. Etwa zwei Drittel aller im zentralen Versorgungsbereich ansässigen Betriebe verfügen lediglich über eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm und nur rd. 3% überschreiten eine Verkaufsfläche von 800 qm (vgl. Tab. A - 2 im Anhang).



In der gesamten Stadt Donaueschingen sind zwar immerhin 7% aller Betriebe großflächig, dennoch überwiegen mit rd. 63% die Betriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 qm (vgl. Abb. 4).

Abb. 4: Betriebsgrößenklassen nach Standorttyp



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012

Ein kleinteilig strukturiertes Angebot verleiht dem Zentrum ein individuelles Flair und trägt zur Identität und Vielfalt einer Stadt bei. Gleichzeitig besteht jedoch auch die Gefahr, dass sich auf diesen Flächengrößen auf Dauer, insbesondere für Einzelhandelsbetriebe in Mietobjekten, keine betriebswirtschaftlich lukrativen Ergebnisse erwirtschaften lassen. Häufig sind gerade diese zumeist inhabergeführten Betriebe von Nachfolgeproblemen betroffen und dadurch langfristig in ihrer Existenz gefährdet. Zudem sind solche kleinen Betriebseinheiten meist auf größere bzw. großflächige Betriebe mit Magnetwirkung angewiesen.



6. KÜNFTIGE EINZELHANDELS- UND ZENTRENENTWICKLUNG

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt Donaueschingen darstellen. Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der Innenstadt hängt auch davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation, mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraums wurde deshalb eine Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 6.2) durchgeführt. Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 7.3 beschrieben.

Grundlage für das Einzelhandelskonzept stellen aber die Ziele dar, die mit einem solchen Konzept erreicht werden sollen.

6.1 VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG DER EINZELHANDELSKONZEPTION

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung die Einzelhandelsentwicklung in Donaueschingen auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern³⁹. Auch wenn der neue § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind Bebauungspläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Voraussetzung für das Konzept zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels bildet ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt Donaueschingen insgesamt sowie der Innenstadt. Dabei hat die Erfahrung mit der Erarbeitung zahlreicher Gutachten als Grundlage für Einzelhandelskonzepte für unterschiedliche Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind.

Im Folgenden ist ein Zielkatalog als Vorschlag dargestellt, auf dem die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Donaueschingen basieren sollte. Diese Zielvorschläge beziehen sich räumlich zum einen auf die Stadt insgesamt und zum anderen auf die

³⁹ Vgl. dazu zusammenfassend Acocella, D.: Einzelhandelskonzepte im Praxistest, Dortmund, 2004, S. 56ff.



Innenstadt. Diese Oberziele werden dem planungsrechtlichen Konzept zugrunde gelegt (vgl. Kap. 7.2).

Erhaltung und Stärkung der Versorgungsfunktion als Mittelzentrum

Ein Ziel des Einzelhandelskonzeptes sollte die Erhaltung und Stärkung der durch die Landes- und Regionalplanung zugewiesenen zentralörtlichen Funktion der Stadt Donaueschingen als Mittelzentrum sein. *"Mittelzentren sollen als Standorte eines vielfältigen Angebots an höherwertigen Einrichtungen ... so entwickelt werden, dass sie den gehobenen, spezialisierten Bedarf decken können."*⁴⁰

In Anbetracht der quantitativ ausbaufähigen Versorgungssituation in einigen Sortimentsbereichen erscheint, neben der Erhaltung der Versorgungsfunktion auch unter Berücksichtigung der Nähe zum Oberzentrum Villingen-Schwenningen, eine Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion in einzelnen Sortimentsbereichen möglich.

Stärkung der Einzelhandelszentralität der Innenstadt

Die europäische Stadttradition weist der Innenstadt weiterhin eine herausgehobene Funktion zu. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen auf die Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung der Innenstadt zukommen lässt. Auch in der Vergangenheit wurden in diesem Bereich bereits entsprechende Investitionen getätigt.

Um die Innenstadt erhalten und stärken zu können, kommt der räumlichen Konzentration der künftigen Einzelhandelsentwicklung auf die Innenstadt eine besondere Bedeutung zu.

Das Ziel der Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität der Innenstadt kann aus der Bedeutung des Einzelhandels für die Entwicklung der Innenstadt abgeleitet werden.

Die Stärkung der Innenstadt hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion sollte ein Hauptziel der zukünftigen Entwicklung sein. Das Hauptaugenmerk der künftigen An-

⁴⁰ LEP: Plansatz 2.5.9 (Ziel); vgl. auch Regionalplan 2003: Plansatz 2.1.2 (nachrichtliche Übernahme).



siedlungspolitik sollte auf den nahversorgungs- und insbesondere sonstigen zentrenrelevanten Sortimentsbereichen liegen.

Erhaltung und Stärkung der Identität des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt)

Die unverwechselbare Identität einer Innenstadt wird durch verschiedene Faktoren (Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, Architektur etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden interkommunalen Wettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild (Städtebau/ Architektur) von Innenstädten gewinnt angesichts der zunehmenden, nicht aufzuhaltenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- und Geschäftspräsentation an Gewicht.

Die Verbesserung der Angebotsstruktur des Einzelhandels in der Innenstadt ist ein wichtiges Entwicklungsziel. Durch weitere, vor allem größere Einzelhandelsangebote, die eine Frequenzbringerfunktion übernehmen und auch Kopplungseffekte für die bestehenden Betriebe entwickeln können, soll die Attraktivität der Innenstadt gesteigert werden.

Gleichzeitig sollte der Bereich zwischen Karlstraße und Brigach städtebaulich und funktional aufgewertet werden. Dabei sollten insbesondere die bestehenden Platzbereiche als identitätsstiftende Orte weiterentwickelt werden.

Für eine nachhaltig attraktive Entwicklung der Innenstadt ist ein Zusammenspiel der Einzelhandelsentwicklung und der städtebaulichen Entwicklung notwendig.

Erhaltung und Stärkung der kurzen Wege ("Stadt der kurzen Wege")

Eine kompakte Innenstadt mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume.

Das Ziel der Stärkung der Innenstadt sollte demnach *innerhalb* der Innenstadt (perspektivische Abgrenzung) angestrebt werden. Erreicht werden kann dies insbesondere durch eine intensive Nutzung von Potenzial- und untergenutzten Flächen.



Bezogen auf die Stadt insgesamt kommt kurzen Wegen insbesondere im Hinblick auf die (fußläufige) Nahversorgung Bedeutung zu: Zum einen sind insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen (Stichwort: demografischer Wandel) kurze Wege innerhalb der Stadt Donaueschingen von wesentlicher Bedeutung, zum anderen wird dadurch überflüssiger Verkehr vermieden, womit die dadurch entstehenden Umweltbelastungen eingedämmt werden können.

Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsstruktur

Der Verkürzung der Wege dient auch eine (möglichst) flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (nahversorgungsrelevante Sortimente), insbesondere im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel.

Zukünftige Ansiedlungen und Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Angebote sollten vor dem Hintergrund des Ziels einer flächendeckenden Nahversorgung nur an integrierten Standorten realisiert werden und standortgerecht dimensioniert sein.

Größere Betriebe mit entsprechender Frequenzbringerfunktion können dabei - trotz gewissem Widerspruch zu diesem Ziel (eigentlich wohnortnah anzusiedeln) - in der (perspektivisch abgegrenzten) Innenstadt zu deren Stärkung realisiert werden - auch wenn dies eine Verbesserung der Nahversorgung erschwert.

Schaffen von Investitionssicherheit (nicht Renditesicherheit) insgesamt

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden: Für städtebaulich erwünschte Investitionen (auch z.B. Gebäudesanierung) soll Investitionssicherheit geschaffen werden, dafür ist ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit einem Einzelhandelskonzept ein Schutz der Innenstadt assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden soll. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.



Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Ein weiteres Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe vorzuhalten. Die Standortentscheidungen zur Erweiterung bestehender Betriebe bzw. zur Investition der bestehenden Betriebe hängen häufig auch von den Perspektiven flächenbezogener Entwicklungsoptionen ab. Für Neuansiedlungen ist es wichtig, möglichst zeitnah und kostengünstig Flächen erwerben zu können, die auch räumliche Entwicklungsoptionen bieten. Insofern ist der Bodenpreis ein Faktor, der dazu führen kann, dass physisch vorhandene Flächen aus Sicht der potenziellen Nutzer faktisch nicht vorhanden sind: Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels (wie auch anderer Nutzungen wie z.B. Spielhallen/Wettbüros) für Grund und Boden mithalten.

Auch wenn durch die wirtschaftliche Entwicklung kurz-/ mittelfristig Gewerbegebietsflächen von den Eigentümern nicht mehr als solche gebraucht werden und daher vorrangig aus Renditegründen in Einzelhandelsflächen umgewandelt werden, ist zu beachten, dass Gewerbegebietsflächen nicht beliebig vermehrbar sind. Darüber hinaus steigt auch der Anspruch gewerblicher Nachfrager an die Standortbedingungen und an das Standortumfeld. Dies kann bedeuten, dass quantitativ betrachtet zwar Gewerbeflächen verfügbar sind, diese aber den Anforderungen der Ansiedlungswilligen nicht entsprechen, faktisch also ein Gewerbeflächenmangel vorliegt.

6.2 PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS

6.2.1 Methodisches Vorgehen - Prognose

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale waren die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 2.1), der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern⁴¹.

⁴¹ Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.



Neben diesen nachfrageseitigen Determinanten sind allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie angebotsseitige Veränderungen zu berücksichtigen. Dafür ist entscheidend, ob und inwieweit die Position der Stadt Donaueschingen im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gestärkt werden kann. Diese Positionierung wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung in Donaueschingen abhängig.

Der Entwicklungsspielraum wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts (vgl. Kap. 6.1 und Kap. 7.2) und andererseits von den verfügbaren Flächen (vgl. Kap. 7.3) ab.

Der abgeleitete quantitative Entwicklungsspielraum ist einer räumlichen Steuerung zugänglich: Es ist eher die Ausnahme, dass in einer stagnierenden Situation Verbesserungen in der Handelsstruktur erreicht werden können, da der Bestand kaum zu lenken ist⁴².

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine eher kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2015, deren Ergebnisse weitgehend als aktueller Bedarf angesehen werden können, sowie eine mittel- bis langfristige Prognose bis zum Jahr 2025.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden eine obere und eine untere Variante erarbeitet, so dass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert. Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.

Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (Kap. 6.2.1.2).

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.⁴³.

⁴² Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.

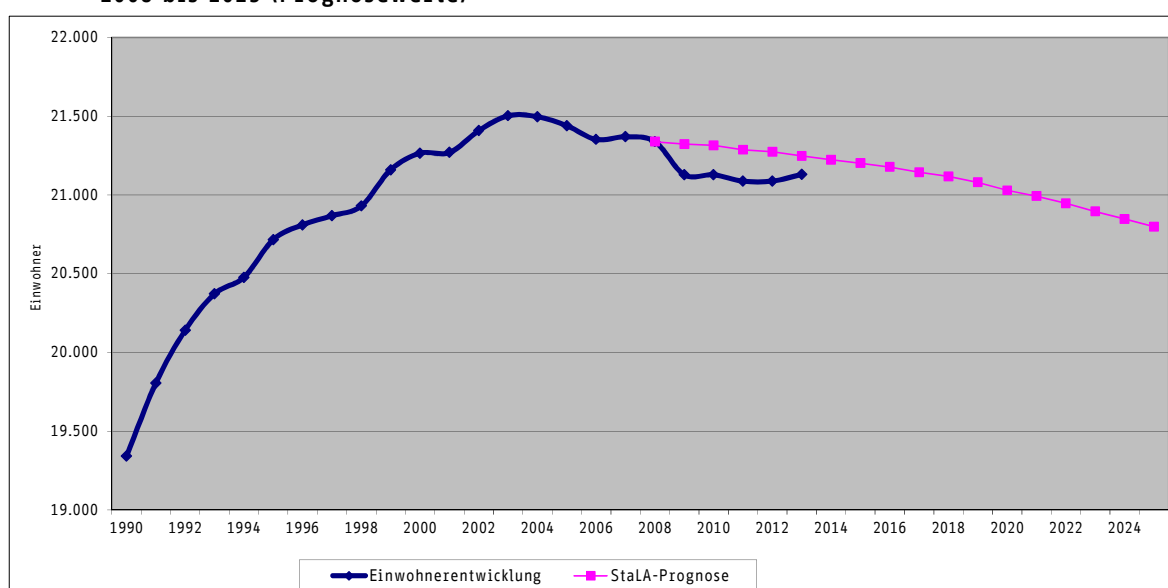
⁴³ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

Da die Ist-Situation für 2012 ermittelt wurde, nimmt die Prognose diese zur Grundlage.

6.2.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage

Für die Einwohnerentwicklung wurde auf die Vorausberechnung des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg (mit Wanderungen) zurückgeriffen. In der folgenden Abbildung ist die Entwicklung für den Zeitraum 1990 bis 2013⁴⁴ sowie die Prognose des Statistischen Landesamtes (Basis: 2008) dargestellt.

Abb. 5: Einwohnerentwicklung in Donaueschingen 1990 bis 2013 (tatsächliche Entwicklung) und 2008 bis 2025 (Prognosewerte)



Einwohnerdaten bis 2010: Fortschreibung VZ 1987; seit 2011: Fortschreibung Zensus

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Seit 2008 ist die tatsächliche Entwicklung etwas schlechter verlaufen als vorausberechnet; zwischenzeitlich hat sich die Entwicklung dem Trend wieder angenähert. Deshalb wurden die Werte aus der Vorausberechnung als Grundlage herangezogen. Um die Prognoseunsicherheiten, die mit zunehmender zeitlicher Distanz zunehmen, zu verdeutlichen, wurde für das Jahr 2015 eine Schwankungsbreite von +/- 50 und für das Jahr 2025 eine Schwankungsbreite von +/- 150 Einwohner unterstellt. Darüber hinaus wurden die Prognosewerte auf 25 gerundet, um die Prognosegenauigkeit zu verdeutlichen.

⁴⁴ Für 2013 wurde der Wert für den 30.06. angesetzt, während ansonsten die Jahresdaten jeweils den Stand am Jahresende angeben.



Für das Jahr 2015 ist in Donaueschingen somit von einer Einwohnerzahl zwischen 21.150 und 21.250 Einwohnern und 2025 mit 20.650 bis 20.950 Einwohnern und somit über den gesamten Betrachtungszeitraum gesehen von einem Bevölkerungsrückgang um rd. 1,8% in der unteren Variante bzw. rd. 0,4% in der oberen Variante auszugehen.

Auch im Hinblick auf die andauernde Euro-/ Staatsschuldenkrise und deren Auswirkungen ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel vom damaligen Aufschwung nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortwährendem gesamtwirtschaftlichem Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauchs kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen. Dabei muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen sind: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Für die Entwicklung der Verbrauchsausgaben im Einzelhandel je Einwohner wurde vor diesem Hintergrund bis 2015 von einer Stagnation (untere Variante) bis zu einem maximalen jährlichen Zuwachs um 0,5% (obere Variante) ausgegangen; für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2025 wurde ein jährlicher Zuwachs um 0,5% bis 1,0% unterstellt.

In Anbetracht der weitgehenden Stagnation im deutschen Einzelhandel seit 1993 ist insbesondere die obere Variante als Hoffnung anzusehen, dass dem Einzelhandel der "Ausbruch" aus dieser Entwicklung gelingen kann und er mithin an der konjunkturellen Entwicklung (wenn auch weiterhin unterdurchschnittlich) partizipieren kann.

Da übereinstimmend von allen Instituten eine weitere Abnahme des Anteils der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines deutlich über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.



Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Donaueschingen sind in Tab. 4 als Übersicht dargestellt.

Tab. 4: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2015	21.150	21.250
Einwohner 2025	20.650	20.950
Kaufkraftzuwachs 2012 - 2015	0,0% p.a.	0,5% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2015 - 2025	0,5% p.a.	1,0% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2012 - 2025 insgesamt	5,1%	12,1%
Kaufkraft/ Einw. (Donaueschingen) 2012 (ohne LM-HW/ Apotheken)	5.205 €	
Kaufkraft / Einw. (Donaueschingen) 2015	5.205 €	5.283 €
Kaufkraft / Einw. (Donaueschingen) 2025	5.471 €	5.836 €
Kaufkraftpotenzial Donaueschingen 2012	109,4 Mio. €	
Kaufkraftpotenzial Donaueschingen 2015	110,1 Mio. €	112,3 Mio. €
Änderung gegenüber 2012	0,6%	2,6%
Kaufkraftpotenzial Donaueschingen 2025	113 Mio. €	122 Mio. €
Änderung gegenüber 2012	3%	12%

Quelle: Statistische Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2012); eigene Berechnungen

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenzials nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (Tab. A - 3).

6.2.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben⁴⁵. Die Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden zwei Prognoseszenarien berechnet. Ferner wurde zum Vergleich eine

⁴⁵ Dies bedeutet, dass das ermittelte Flächenpotenzial aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig (z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte) zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann, sei hier bereits angemerkt.



Status-quo-Prognose berechnet, die auch die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Donaueschingen aufzeigen soll.

- Bei der **Status-quo-Prognose** werden die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Abb. 1, S. 23) fortgeschrieben: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung. Allerdings wird unterstellt, dass derzeit über 210% liegende Bindungsquoten⁴⁶ wegen zusätzlicher Konkurrenz der Nachbarorte auf diesen Wert zurückgehen. Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teils des Entwicklungsspielraums, der auf Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist⁴⁷.
- Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Donaueschingen in den Sortimentsbereichen gestärkt werden kann, in denen derzeit nur gering erscheinende Bindungsquoten erreicht werden. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebots auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden.
- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs sollte jede Gemeinde unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion in der Lage sein, die eigenen Einwohner selbst zu versorgen. Entsprechend sollte in Donaueschingen eine (rechnerische) Selbstversorgung erfolgen, d.h. eine Bindungsquote von 100% erreicht werden.
- Im mittel- und langfristigen Bedarf sind hingegen auch die zentralörtliche Funktion und die sich daraus ergebende Versorgungsaufgabe mit Bezug auf den Verflechtungsbereich zu berücksichtigen. Grundsätzlich wurde hier eine "Zielbindungsquote" von 125% (untere Variante) bis 150% (obere Variante) angenommen⁴⁸. Ausnahmen erschienen in den Sortimentsbereichen erforderlich, wo eine solche Steigerung als zu anspruchsvoll anzusehen wäre: Bei Büchern wurden 50 bis 60%, bei GPK/ Hausrat, Haus-/ Heimtextilien und bei Medien wurden jeweils 100 bis 125% unterstellt.

⁴⁶ Im Mittelbereich von Donaueschingen leben gut doppelt so viele Einwohner wie in der Stadt. Bei einer Bindungsquote von etwa 210% wird rechnerisch der gesamte Mittelbereich allein durch den Einzelhandel in der Stadt versorgt.

⁴⁷ Diese Variante ist in keinem Fall so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Donaueschingen erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.

⁴⁸ Dies bedeutet, dass knapp ein Viertel bzw. knapp die Hälfte der außerhalb der Stadt im Mittelbereich lebenden Einwohner durch den Einzelhandel in der Stadt versorgt werden; vgl. dazu Fußnote 46, S. 52.

Es wird angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen bis zum Jahr 2025 erreicht werden können; in den Sortimentsbereichen, in denen schon derzeit höhere Bindungsquoten erreicht werden, wird unterstellt, dass diese auch zukünftig gehalten werden können.

Damit würde die Bindungsquote insgesamt (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von derzeit rd. 107% auf rd. 117 bis 126% ansteigen.

- Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt ebenfalls eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, Änderungen in Nachbarstädten o.ä.). Dabei wird von einem Umsatzrückgang von 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

Bei allen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden⁴⁹. Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es dabei nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Quote zu erreichen. Vielmehr lautet die Leitfrage nach Ermittlung des Flächenspielraumes, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Steigerung der Attraktivität der Innenstadt sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung insbesondere zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 7.2).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit Donaueschingen und der Innenstadt, ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie eine insgesamt gute funktionale Mischung (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht bzw. diese gehalten wird. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit der Flächenpotenziale vom Handeln in der Stadt.

⁴⁹ Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden. Dieser Rückgang steht dabei nicht in Widerspruch zum in Donaueschingen festgestellten Anstieg der Flächenleistungen (Kap. 3, Tab. 1, S. 20).



6.2.2 Prognoseergebnisse

6.2.2.1 Verkaufsflächenpotenziale insgesamt

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für Donaueschingen prognostiziert.

Der **Verkaufsflächenspielraum** ergibt sich als Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche (Stand: 2012) und ist eine Netto-Größe⁵⁰. Infolge

- des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs,
 - des im Sortimentsbereich Teppiche/ Bodenbeläge angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
 - des bei der Wettbewerbsprognose in einigen Sortimentsbereichen angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
 - der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
 - der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen
- können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben. Hier wurde zunächst unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

Der auf diese Weise abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist vorrangig auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen der Fall - kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Eine Prüfung der einzelnen Werte auf ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit muss deshalb nicht erfolgen.

⁵⁰ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im Oktober/ November 2012, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Spielraum.



Die folgende Tabelle zeigt den sich aus der Prognose ergebenden Verkaufsflächenspielraum für Donaueschingen für die **Entwicklungsprognose**.

Tab. 5: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose
- Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		400	525	2.225	2.900
Drogerie/ Parfümerie		25	50	75	150
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	0	25	50
Blumen/ Zoo		0	0	25	125
kurzfristiger Bedarf		425	575	2.350	3.225
Bekleidung und Zubehör		225	575	775	2.600
Schuhe, Lederwaren		0	0	25	125
Sport/ Freizeit		25	75	50	250
Spielwaren		25	50	75	150
Bücher		25	50	125	250
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	50	25	400
Haus-/ Heimtextilien		0	75	25	400
mittelfristiger Bedarf		300	875	1.100	4.175
Uhren/ Schmuck		0	0	25	25
Foto/ Optik und Zubehör		0	25	25	75
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		100	175	475	900
Elektro/ Leuchten		0	25	50	175
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		50	350	300	1.825
Möbel, Antiquitäten		300	625	500	2.025
Sonstiges		50	125	225	650
langfristiger Bedarf		500	1.325	1.600	5.675
Summe		1.225	2.775	5.050	13.075

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2015 ein Verkaufsflächenspielraum von rd. 1.200 qm bis 2.800 qm. Bis 2025 erhöht sich dieser Entwicklungsspielraum auf rd. 5.000 bis 13.100 qm. Diese Ergebnisse entsprechen im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von knapp 50.000 qm einer Steigerung um rd. 10% bis 26% bis zum Jahr 2025. Auf das Jahr umgerechnet bedeutet dies einen Zuwachs um rd. 400 bis 1.000 qm.



Diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil - außerhalb des Einflussbereichs der Stadt liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Wird dies mit dem Spielraum bei der Status-quo-Prognose (Tab. A - 4 im Anhang) verglichen - rd. 1.800 bis 4.500 qm -, so zeigt sich, dass der Entwicklungsspielraum zu etwa zwei Dritteln auf die verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen ist.

Dies zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil - im Einflussbereich der Stadt (einschließlich der Einzelhändler) liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Sollte der Einzelhandelsumsatz wegen nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen um 10% einbrechen (**Wettbewerbs-Prognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenspielraum gegenüber der Entwicklungsprognose um knapp die Hälfte (obere Variante) bis gut zwei Drittel (untere Variante) auf rd. 1.600 bis 7.200 qm bis 2025 (vgl. folgende Tabelle)⁵¹. Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche stellt dies noch eine Steigerung um rd. 3 bis 14% dar.

Dies verdeutlicht die Abhängigkeit der Entwicklung in Donaueschingen von Faktoren, die nicht im Einflussbereich der Stadt selbst liegen.

⁵¹ Käme es - entgegen den bisher getroffenen Annahmen - bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials nicht nur zu einem Rückgang der Flächenleistung, sondern nur zur Hälfte zu einem solchen Rückgang, zur anderen Hälfte hingegen zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche, würde sich dieser Spielraum insbesondere in der unteren Variante auf dann nur noch knapp 400 qm reduzieren (vgl. Tab. A - 5 im Anhang).



Tab. 6: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose
- Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		125	225	975	1.600
Drogerie/ Parfümerie		0	0	---	---
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	0	---	0
Blumen/ Zoo		---	---	---	---
kurzfristiger Bedarf		125	225	975	1.600
Bekleidung und Zubehör		50	400	100	1.725
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		0	50	---	125
Spielwaren		0	25	---	0
Bücher		25	50	100	200
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	25	---	225
Haus-/ Heimtextilien		---	50	---	250
mittelfristiger Bedarf		75	600	200	2.525
Uhren/ Schmuck		0	0	---	0
Foto/ Optik und Zubehör		0	0	---	0
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		75	150	350	725
Elektro/ Leuchten		---	---	---	---
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		---	125	---	725
Möbel, Antiquitäten		150	425	---	1.150
Sonstiges		0	100	50	450
langfristiger Bedarf		225	800	400	3.050
Summe		425	1.625	1.575	7.175

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik
---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Verkaufsflächenspielraum hinaus ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in Donaueschingen derart erhöht, dass über die hier angenommenen künftigen Bindungsquoten hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt gezogen bzw. die örtliche Kaufkraft stärker an die Stadt gebunden werden kann.

Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose (eigentliche Prognose) von einem Entwicklungsspielraum von rd. 400 bis 1.000 qm pro Jahr auszugehen ist.



Sofern eine Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose erfolgen sollte, reduziert sich der jährliche Spielraum selbst bei Ergreifen von Maßnahmen zur Steigerung der Kaufkraftbindung auf nur noch rd. 120 bis 550 qm.

Dies unterstreicht die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung konsequent an den Zielen auszurichten.

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich ein **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die unterstellte Steigerung der Bindungsquoten bei der Entwicklungs- aber auch der Wettbewerbsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen und erfolgt in einem längerfristigen Prozess.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Spielraum im Laufe von mehr als einem Jahrzehnt entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die damit zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Donaueschingen steigen. Entsprechend kann bei der Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Flächenspielraum abgezogen werden.

6.2.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums

Die voranstehend dargestellten gesamten Prognosewerte sind nur bedingt von Interesse, von wesentlich größerer Bedeutung ist die Frage, wo die Realisierung dieses potenziellen Entwicklungsspielraums räumlich erfolgen sollte (vgl. Kap. 7.3).

Bei der räumlichen Verteilung des für Donaueschingen insgesamt ermittelten Flächenspielraumes sind die Zielsetzungen einer Funktionsstärkung der Innenstadt und der Erhaltung und Stärkung der Nahversorgung zu berücksichtigen (vgl. Kap. 6.1). Entsprechend diesen Zielen sollte an nicht integrierten Standorten künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 7.1.3) mehr zugelassen werden (vgl. Kap. 7.2).



Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Flächenspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der rechnerische Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger und Teile des langfristigen Bedarfs) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt. Dabei wird lediglich auf die Ergebnisse der Entwicklungsprognose eingegangen (vgl. auch Tab. 5, S. 55).

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollten Entwicklungsspielräume zunächst für möglichst wohnortnahe Ansiedlungen genutzt werden; entsprechende Ansiedlungen können aber auch in der Innenstadt erfolgen, so dass diese gestärkt wird (vgl. Kap. 0). Aus der Prognose ergibt sich bis 2015 ein Entwicklungsspielraum von maximal rd. 600 qm. Dieser erhöht sich über den gesamten Prognosezeitraum auf rd. 2.350 bis 3.200 qm, wovon rd. 2.200 bis 2.900 qm auf den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel entfallen.

Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgung ergibt sich mithin v.a. in einer mittelfristigen Perspektive; unter Berücksichtigung der Standortanforderungen der Betreiber von Discountern bzw. Supermärkten hinsichtlich (Mindest-)Verkaufsflächen bei Neuansiedlungen könnten zwei bis drei zusätzliche Lebensmittelbetriebe angesiedelt werden⁵². Für einen zusätzlichen Drogeriemarkt ergibt sich hingegen nachfrageseitig kein Ansiedlungspotenzial: Der ermittelte Entwicklungsspielraum könnte allein durch die zusätzlichen Lebensmittelbetriebe realisiert werden.

Sonstige zentrenrelevante Sortimente

Im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente ergibt die Entwicklungsprognose bis 2025 einen Entwicklungsspielraum von rd. 1.600 bis 5.200 qm. Entsprechende Angebote sollten vorrangig in der Innenstadt untergebracht werden (vgl. Kap. 7.2).

Wird dieser Entwicklungsspielraum mit der derzeitigen Verkaufsfläche der Innenstadt (rd. 12.500 qm) verglichen, so würde die ausschließliche Realisierung des gesamten entsprechenden Spielraums in der Innenstadt insbesondere bei einer Ent-

⁵² Selbst bei einem Umsatzeinbruch entsprechend der Wettbewerbsprognose wäre bei einer Entwicklung entsprechend der unteren Variante (Entwicklungsspielraum: knapp 1.000 qm; vgl. Tab. 6, S. 57) noch ein zusätzlicher Lebensmittler abgedeckt.



wicklung entsprechend der oberen Variante das dortige Angebot erheblich ausweiten.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente (v.a. Möbel und bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente) entsteht bis 2025 ein Entwicklungsspielraum von rd. 1.100 bis 4.700 qm⁵³.

Bei diesem Teil des Entwicklungsspielraums ist die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung, allerdings ist bei einer Ansiedlung außerhalb der Innenstadt auf die üblicherweise angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 7.2.2).

6.2.3 Fazit Verkaufsflächenprognose

Es hat sich gezeigt, dass - selbst bei einem Umsatzeinbruch (Wettbewerbsprognose) - Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgungssituation vorhanden ist. Insbesondere in den Bereichen Bekleidung und Unterhaltungselektronik/ Neue Medien besteht Entwicklungsspielraum und somit Potenzial zur Stärkung der Innenstadt - selbst bei einem Umsatzeinbruch (Wettbewerbsprognose), allerdings dann vorrangig bei einer ansonsten positiven Entwicklung der Rahmenbedingungen.

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- Umsatzumverteilungen bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche möglich sind,
- Ansiedlungen nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten bis zum Jahr 2025 ermittelten Verkaufsflächenspielraums vermieden werden sollte.

⁵³ Bei einem Umsatzeinbruch entsprechend der Wettbewerbsprognose wäre bei einer Entwicklung entsprechend der unteren Variante kaum noch ein Entwicklungsspielraum vorhanden (vgl. Tab. 6, S. 57). Käme es entgegen den bisher getroffenen Annahmen bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials nicht nur zu einem Rückgang der Flächenleistung, sondern nur zur Hälfte zu einem solchen Rückgang, zur anderen Hälfte hingegen zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche, bestünde die Gefahr des Abschmelzens bestehender Verkaufsflächen - mit entsprechenden Gefahren hinsichtlich - möglicherweise zentrenrelevanten - Nachfolgenutzungen.



7. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

In diesem Arbeitsschritt wird ein entsprechendes planerisches Konzept erarbeitet durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht - und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert - werden kann.

Wichtiger Bestandteil dieses Konzeptes ist die **Sortimentsliste**, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet. Die bisherige Sortimentsliste wurde auf Grundlage der Bestandserfassung überprüft, wobei auch allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen wurden.

Auf Grundlage der Ist-Situation sowie vor dem Hintergrund der Ziele (vgl. Kap. 6.1), des quantitativen Entwicklungspotenzials (vgl. Kap. 6.2) und der auf den Zielen basierenden **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kap. 7.2) werden **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt abgeleitet (vgl. Kap. 7.3.1). Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen.

Abschließend wird ein **Verfahrensvorschlag** unterbreitet, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzeptes ermöglicht. Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in Bebauungsplänen vorgeschlagen (Kap. 8).

7.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet. In Donaueschingen gilt es die bestehende Sortimentsliste zu überprüfen.

7.1.1 Kriterien

Auf Grund zahlreicher Erfahrungen hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet:

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden - kurzfristiger Bedarf;
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;



- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten wird weiterhin nach nahversorgungsrelevanten Sortimenten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten differenziert. Dies geschieht, um hinsichtlich der nahversorgungsrelevanten Sortimente eine gesonderte räumliche Steuerung zu ermöglichen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind auch in Teilbereichen von Donaueschingen ohne zentralen Versorgungsbereich für die Versorgung der Wohnbevölkerung von Bedeutung.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- sind zentrenrelevante Sortimente, die täglich bzw. häufig und periodisch nachgefragt werden;
- dienen der fußläufigen, wohnungsnahen Grundversorgung; eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs - aber innerhalb von Wohnlagen - kann daher sinnvoll sein;
- sind immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente sind hingegen nicht nahversorgungsrelevant.

Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transports überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird auch die momentane räumliche Verteilung des Angebots in der Stadt herangezogen. Damit ergibt sich, dass städtebaulich begründet auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden dürfen, die heute noch/ nicht mehr in dem zentralen Versorgungsbereich zu

finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität des Stadtzentrums zuzuführen⁵⁴.

7.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Donaueschingen

Auf Grund der Bedeutung einer stadtspezifischen Sortimentsliste wird nachfolgend die derzeitige räumliche Verteilung der in der Stadt Donaueschingen vorhandenen Sortimente dargestellt.

Verteilung zentrenrelevanter Sortimente nach bestehender Sortimentsliste

Die Abb. 6 illustriert dabei die Verteilung zentrenrelevanter Sortimente⁵⁵ nach Standorttypen in der Stadt Donaueschingen. Dabei zeigt sich, dass der Großteil der zentrenrelevanten Sortimente funktionsadäquat überwiegend an städtebaulich integrierten Standorten bzw. im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt ist.

Das Sortiment (Schnitt-)Blumen ist in Donaueschingen überwiegend an nicht integrierten Standorten angesiedelt. Da dieses Sortiment jedoch i.d.R. in kleinen Blumengeschäften angeboten wird und zudem auch bisher in Donaueschingen den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet ist, sollte diese Zuordnung auch beibehalten werden.

Die Sortimente Drogeriewaren und Nahrungs-/ Genussmittel sind rechnerisch nicht eindeutig zuzuordnen. Da es sich hierbei jedoch um bedeutende nahversorgungsrelevante Sortimente handelt, sollten diese Sortimente auch weiterhin den zentrenrelevanten Sortimenten (Untergruppe nahversorgungsrelevante Sortimente) zugeordnet werden.

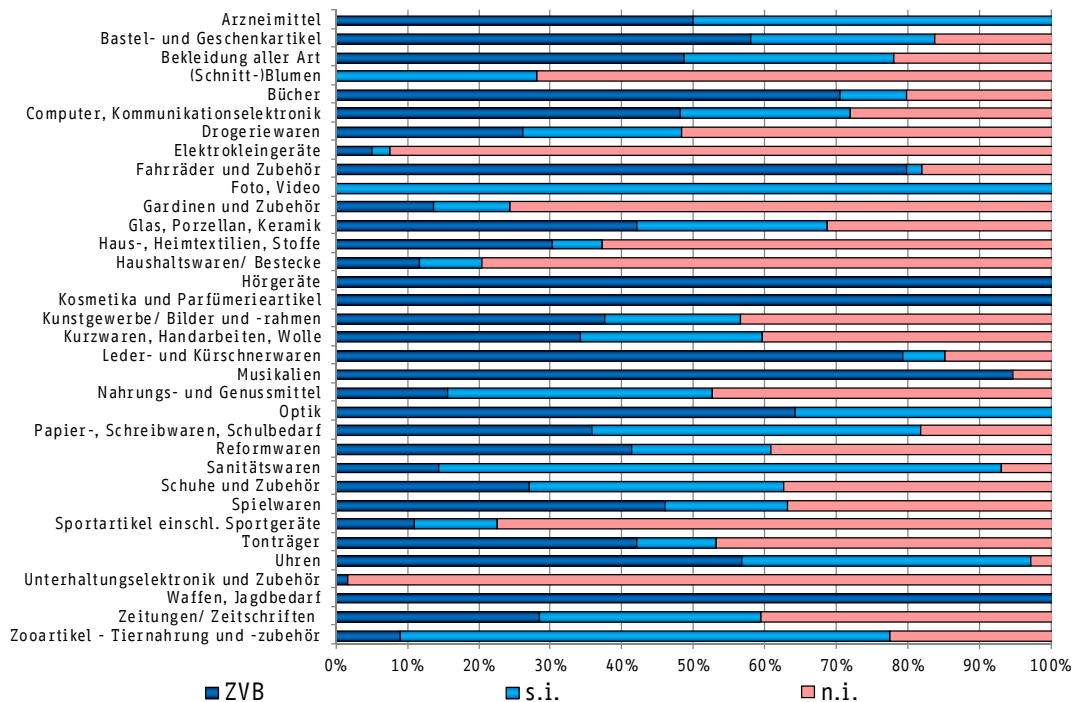
Die Sortimente Elektrokleingeräte und Unterhaltungselektronik sind in Donaueschingen nahezu ausschließlich an nicht integrierten Standorten vertreten. Sofern die Stadt Donaueschingen zur Stärkung der Innenstadt Elektrokleingeräte und Unterhaltungselektronik in den zentralen Versorgungsbereich lenken möchte, sollten diese Sortimente künftig weiterhin den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

⁵⁴ BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.

⁵⁵ Grundlage war die bestehende Sortimentsliste.



Abb. 6: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente



Quelle: eigene Erhebung Oktober/ November 2012

Die Sortimente Gardinen und Zubehör, Haus-Heimtextilien, Stoffe und Haushaltswaren/ Bestecke sollten weiterhin den zentralenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, wenngleich diese bereits überwiegend an nicht integrierten Standorten angesiedelt sind. Diese Sortimente sind insbesondere für ein vielfältiges Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich des Mittelzentrums von Bedeutung.

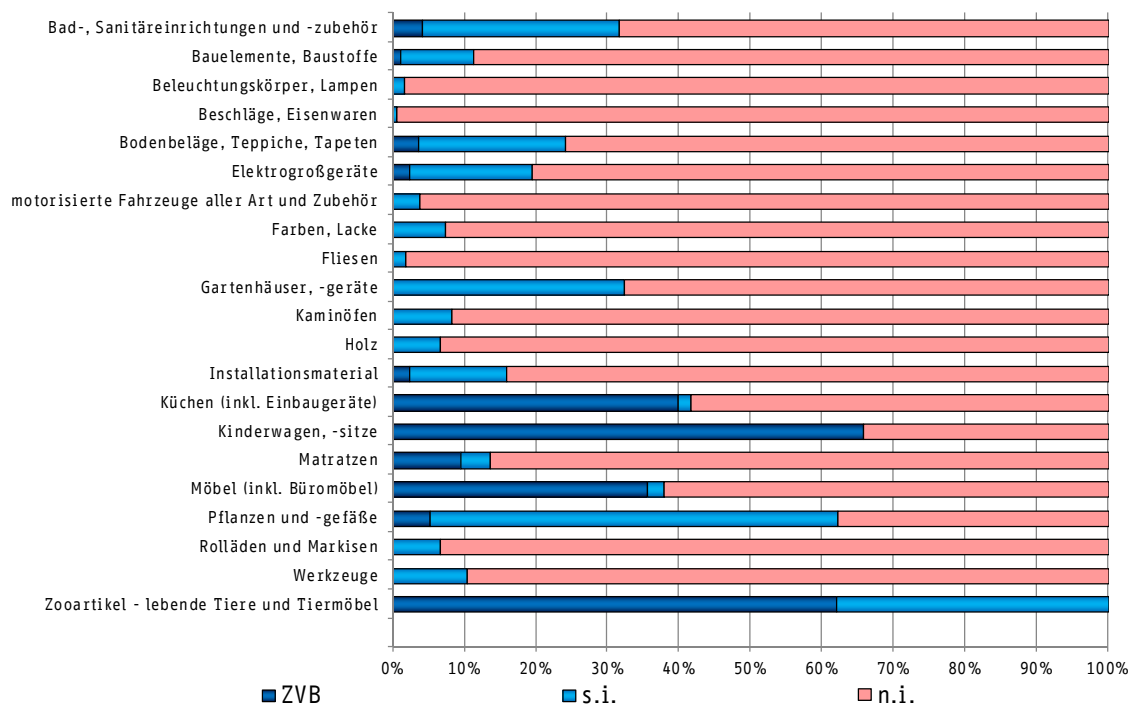
Auf Grund der branchenspezifischen Entwicklung werden in Sportgeschäften häufig Bekleidungsartikel angeboten, die eindeutig zentrenrelevant sind. Deshalb werden Sportartikel einschließlich Sportgeräte als zentrenrelevant eingestuft. Da auch Campingartikel i.d.R. in Sportgeschäften angeboten werden, sind diese ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach bestehender Sortimentsliste

Die nicht zentrenrelevanten Sortimente sind in der Stadt Donaueschingen überwiegend an städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt.

Es gibt jedoch einige Sortimente, die vorwiegend in städtebaulich integrierter Lage bzw. im zentralen Versorgungsbereich vorzufinden sind und somit rein rechnerisch den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen wären.

Abb. 7: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente



Quelle: eigene Erhebung Oktober/ November 2012

Das Sortiment Kinderwagen, -sitze ist in der bestehenden Liste nicht aufgeführt. Da es sich hier um ein typisches nicht zentrenrelevantes Sortiment handelt, sollte dieses trotz seiner räumlichen Verteilung (rechnerisch überwiegend im zentralen Versorgungsbereich) den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Das Sortiment Pflanzen und -gefäße ist rechnerisch nicht eindeutig zuzuordnen. Da das Sortiment in Donaueschingen bisher als nicht zentrenrelevant eingestuft war, sollte diese Zuordnung auch beibehalten werden.

Zooartikel -lebende Tiere und Tiermöbel gehörte bisher gemeinsam mit Tiernahrung zu den zentrenrelevanten Sortimenten. Da dieses Sortiment oftmals in Fachmärkten vorkommt, wäre auch eine Zuordnung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten begründbar.



Das Sortiment Tiernahrung, das i.d.R. in Lebensmittel- und Drogeriemärkten angeboten wird, sollte dagegen den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, da besonders für ältere Menschen Haustiere einen sozialen Faktor darstellen ("Ansprechpartner") und die Versorgung derer für ihre Besitzer von großer Bedeutung ist.

7.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nachfolgend wird ein Vorschlag für die Sortimentsliste für die Stadt Donaueschingen ("Donaueschinger Sortimentsliste") dargestellt. Diese wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in der Stadt und der o.g. allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit ortsspezifisch.

Im Unterschied zur bisherigen Sortimentsliste werden in Anlehnung an den Einzelhandelserlass Baden-Württemberg die zentrenrelevanten Sortimente in nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente untergliedert.

Darüber hinaus ergeben sich durch veränderte Sortimentsbezeichnungen und Zuordnungen **Veränderungen gegenüber der Liste von 2003**. Die wesentlichen Veränderungen sind nachfolgend dargestellt und erläutert:

- Die Sortimentsgruppe "Tiere, Zooartikel, Tierpflegeartikel, Tiernahrung" wird in "Tiernahrung und -zubehör" sowie "lebende Tiere und Tiermöbel" untergliedert. Das Sortiment Tiernahrung und -zubehör kann als nachversorgungsrelevant eingestuft werden, da dieses häufig auch von Lebensmittelbetrieben als Randsortiment angeboten wird. Lebende Tier und Tiermöbel werden häufig in Zoofachmärkten angeboten und werden deshalb als nicht zentrenrelevant eingestuft.
- "Fahrräder" werden gemeinsam mit Sportgroßgeräten und Surfboards in der Liste 2003 als nicht zentrenrelevant aufgeführt. Entsprechend der räumlichen Verteilung sind "Fahrräder und Zubehör" jedoch zentrenprägend in Donaueschingen und werden künftig den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Da sie i.d.R. in Fahrradgeschäften angeboten werden, werden sie auch als eigenständiges Sortiment aufgeführt.
- "Sportgroßgeräte und Surfboards", "Sportartikel" "Campingartikel" werden künftig unter der Kategorie "Sportartikel einschl. Sportgeräte" zusammengefasst und den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Erfahrungsgemäß



gibt es keine Geschäfte, die ausschließlich Sportgroßgeräte anbieten. Außerdem haben sich in den letzten Jahren Sportgeschäfte immer mehr zu Bekleidungsgeschäften entwickelt, so dass sich ihre Bedeutung für die Zentren erhöht hat.

- "Heimcomputer" werden künftig zur Sortimentsgruppe "Computer, Telekommunikation" zusammengefasst und den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Zum Einen entspricht dies der räumlichen Verteilung in Donaueschingen, zum Anderen ist eine Abgrenzung zu Spielwaren und Unterhaltungselektronik in der Praxis kaum möglich.
- Das Sortiment "Antennen/ Satellitenanlagen" entfällt künftig als eigenständiges Sortiment und wird unter "Unterhaltungselektronik und Zubehör" subsumiert.
- Das Sortiment "Reformwaren" entfällt, da dieser Begriff ähnlich wie Bio-Produkte nur eine bestimmte Art von Lebensmitteln bzw. Drogeriewaren meint.
- "Kinderwagen, -sitze" und "Matratzen" werden als neue Kategorie bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten eingeführt.
- "Bücher" werden ebenso wie "Kosmetika und Parfümerieartikel" als eigenständiges Sortiment aufgeführt und den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet, während "Papier, Schreibaren, Schulbedarf" und "Drogeriewaren" den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.
- "Wäsche ..." wird dem Sortiment "Bekleidung aller Art" zugeordnet.
- "Bettwaren" wird dem Sortiment "Haus-, Heimtextilien, Stoffe"
- "Orthopädie" heißt künftig Sanitätswaren und wird als eigenständiges Sortiment aufgeführt.

Die Sortimentsliste stellt einen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt der Stadt Donaueschingen; allerdings ist eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag zu begründen.

Dabei sind "Umstufungen" von als nicht zentrenrelevant vorgeschlagenen Sortimenten in die Kategorie zentrenrelevante Sortimente relativ unproblematisch.



Tab. 7: Vorschlag für die "Donaueschinger Sortimentsliste"

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
sonstige zentrenrelevante Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> • Bastel- und Geschenkartikel • Bekleidung aller Art • Bücher • Computer, Kommunikationselektronik • Elektrokleingeräte • Foto, Video • Gardinen und Zubehör • Glas, Porzellan, Keramik • Fahrräder und Zubehör • Haus-, Heimtextilien, Stoffe • Haushaltswaren/ Bestecke • Hörgeräte • Kosmetika und Parfümerieartikel • Kunstgewerbe/ Bilder und -rahmen • Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle • Leder- und Kürschnerwaren • Musikalien • Nähmaschinen • Optik • Sanitärwaren • Schuhe und Zubehör • Spielwaren • Sportartikel einschl. Sportgeräte • Tonträger • Uhren/ Schmuck • Unterhaltungselektronik und Zubehör • Waffen, Jagdbedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör • Bauelemente, Baustoffe • Beschläge, Eisenwaren • Beleuchtungskörper, Lampen • Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten • Boote und Zubehör • Büromaschinen (ohne Computer) • motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör • Elektrogroßgeräte • Farben, Lacke • Fliesen • Gartenhäuser, -geräte • Herde/ Öfen • Holz • Installationsmaterial • Küchen (inkl. Einbaugeräte) • Kinderwagen, -sitze • Matratzen • Möbel (inkl. Büromöbel) • Pflanzen und -gefäße • Rollläden und Markisen • Werkzeuge • Zooartikel - Tiermöbel/ lebende Tiere
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> • Arzneimittel • (Schnitt-)Blumen • Drogeriewaren • Nahrungs- und Genussmittel • Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf • Zeitungen/ Zeitschriften • Zooartikel - Tiernahrung 	

Quelle: eigene Darstellung

Tab. 8: bisherige "Donaueschinger Sortimentsliste" (2003)

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • Nahrungs- und Genussmittel incl. Lebensmittelhandwerk • Reformwaren • Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften, Bücher, Briefmarken • Drogeriewaren (incl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika, Pharmazie • Schnittblumen • Tiere, Zooartikel, Tierpflegeartikel, Tiernahrung • Oberbekleidung, Wäsche, Kürschnerwaren, Wolle, Kurzwaren/Handarbeiten, Stoffe, sonstige Textilien • Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren • Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren incl. Hüte, Accessoires und Schirme, Orthopädie • Spielwaren und Bastelartikel • Sportartikel (incl. Bekleidung), außer Sportgroßgeräte, wie z.B. Surfboards, Fahrräder • Nähmaschinen und Zubehör u.ä. • Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel • Uhren, Schmuck, Silberwaren • Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren u.a. • Musikalienhandel, Tonträger • optische und feinmechanische Erzeugnisse • Unterhaltungs- und Haushaltselektronik, Klein elektrogeräte (weißes und braunes Sortiment) sowie Geräte der Telekommunikation • Waffen und jagdbedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär/Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen • Möbel/Küchen/Büromöbel • Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf • Teppiche/Bodenbeläge • Elektrogroßgeräte (z.B. Haushaltsgeräte), Herde, Öfen • Heimcomputer • Holz, Bauelemente wie z.B. Fenster, Türen • Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel, Torf und erde, Pflanzgefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer u.ä. • Campingartikel • Brennstoffe/Mineralölerzeugnisse • Kfz/Motorräder/Mopeds/, Kfz-zubehör/Rasenmäher, Motorrad- und Fahrradzubehör • Sportgroßgeräte, Surfboards, Fahrräder • Antennen/Satellitenanlagen

Quelle: eigene Darstellung entsprechend GMA-Untersuchung 2003, S. 32

7.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

Für die Stadt Donaueschingen ergibt sich bis zum Jahr 2025 entsprechend der Entwicklungsprognose ein rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial von rd. 5.000 qm bis zu rd. 13.000 qm (vgl. Kap. 7). Bei den zentrenrelevanten Sortimenten (inkl. nahversorgungsrelevanten Sortimenten) ergibt sich bis zum Jahr 2025 ein Verkaufsflächenpotenzial von rd. 4.000 qm bis zu rd. 8.400 qm.

Um die in Kap. 6.1 aufgeführten Ziele zu erreichen, werden als Strategie zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung vorgeschlagen.



7.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze

zentrenrelevanter Einzelhandel nur im zentralen Versorgungsbereich

Ausnahme für sonstige integrierte Lagen:

- nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig
- Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise auch großflächig zulässig

Ausnahme für nicht integrierte Lagen:

- zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 10% der Gesamtverkaufsfläche ausnahmsweise zulässig, höchstens jedoch 800 qm

Zentrenrelevante Sortimente (vgl. Tab. 7) sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben künftig vorrangig im abgegrenzten **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** in der Stadt Donaueschingen angesiedelt werden (vgl. Kap. 7.3.1). Damit wird dem Ziel der Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Rechnung getragen.

Die perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und entsprechender räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten werden ausführlich in Kap. 7.3.1 aufgezeigt.

In **nicht integrierten Lagen** sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden; ausnahmsweise als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment. Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten muss in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Darüber hinaus sind diese auf 10% der Verkaufsfläche zu beschränken. Zusätzlich ist die Festlegung einer absoluten Obergrenze zu empfehlen.

Großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel nur im zentralen Versorgungsbereich



Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentren-/ nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten - d.h. auf einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm⁵⁶ - sollte zukünftig nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zulässig sein.

Mögliche Ausnahmen für großflächige Lebensmittelbetriebe in integrierter Lage (standortgerechte Dimensionierung)

Die Ansiedlung bzw. die Erweiterung **großflächiger Lebensmittelbetriebe** kann bei nachgewiesener standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zugelassen werden, sofern es sich um

- integrierte Standorte mit Nahversorgungslücken handelt und
- der Betrieb der Nahversorgung der Bevölkerung dient und entsprechend dem Standort dimensioniert ist.

Dies ist jedoch im Einzelfall zu prüfen, da in jedem Fall eine Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches bzw. bereits bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, zu vermeiden ist.

Eine Sortimentsbeschränkung - auf in diesem Fall nahversorgungsrelevante Sortimente - sollte dem § 1 Abs. 9 BauNVO entsprechend erfolgen.

Mögliche Ausnahme bei zentrenrelevantem Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit in städtebaulich integrierten Lagen sofern nahversorgungsrelevant

Hierbei ist zu prüfen, ob eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sinnvollerweise planungsrechtlich unterbunden werden sollte bzw. nur ausnahmsweise zuzulassen ist. Die Ausnahmen betreffen dabei Betriebe mit einem kurzfristigen Angebotsschwerpunkt, die der Nahversorgung dienen, oder z.B. Erweiterungsvorhaben von Fachgeschäften im Eigentum zur Sicherung der wirtschaftlichen Rentabilität und Fortbestehen des Betriebes. Auch hier ist auf eine standortgerechte Dimensionierung zu achten.

⁵⁶ Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05.



Ausnahme: bei zentrenrelevanten Randsortimenten an nicht integrierten Standorten

Problematisch bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (z.B. an nicht integrierten Standorten) ist, das inzwischen übliche Angebot von zentrenrelevanten Randsortimenten in solchen Betrieben (z.B. Haushalts- oder Textilwaren in Möbelgeschäften).

Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen des Einzelhandelkonzeptes auf Grund der in der Summe aller Angebote möglichen schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich entgegensteht, wäre ein völliger Ausschluss dieses Angebotstyps unrealistisch, da er sich bereits in vielen Branchen durchgesetzt hat. Jedoch sollten diese zentrenrelevanten Randsortimente nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. nicht Lebensmittel im Baumarkt), zulässig sein.

Bisher hat sich eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf rd. 10% der gesamten Verkaufsfläche als praktikabel erwiesen. Darüber hinaus ist die Festlegung einer absoluten Obergrenze zu empfehlen; für die Stadt Donaueschingen werden 800 qm Verkaufsfläche (als Grenze zur Großflächigkeit) als Obergrenze vorgeschlagen.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

7.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich und außerhalb



- Ansiedlung nur an bereits einzelhandelsgeprägten Standorten
- sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, in dem Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden.

Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für Einzelhandelsflächen in Gewerbegebieten umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob die Stadt Donaueschingen es sich leisten kann/ will gewerbliche Flächen dem Einzelhandel zur Verfügung zu stellen, bzw. den Einzelhandel im Gewerbegebiet zu fördern.

In Zukunft sollten Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - auch im Hinblick auf ihre zentralitätssteigernde Wirkung bewertet werden, wobei die Ergebnisse der Verkaufsflächenprognose mit heranzuziehen sind. Gleichzeitig sollten Neuansiedlungen von Einzelhandel vorzugsweise an bereits bestehenden Einzelhandelsstandorten stattfinden. Ohne Einzelhandelsprägung versehene Standorte in nicht integrierten Lagen sollen auch weiterhin von Einzelhandel, d.h. auch von nicht zentrenrelevantem Einzelhandel, freigehalten werden.

Ausnahme "Leerstandsdomino"

Für nicht zentrenrelevante Sortimente sollte sich die Flächenbereitstellung am ermittelten quantitativen Entwicklungsspielraum orientieren und insgesamt eher zurückhaltend erfolgen. Auch wenn die Konkurrenz am Standort gefördert werden soll, kann es daher städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn zu erwarten ist, dass dadurch keine zusätzliche Zentralitätssteigerung entsteht, sondern lediglich die Position traditioneller Einzelhandelslagen, insbesondere in der Innenstadt, aber auch an bestehenden nicht integrierten Standorten (z.B. Gewerbegebiete), geschwächt wird.

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur



eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierten Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck durch zentrenrelevante Sortimente, denen zwar planerisch begegnet werden kann, die aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen können.

7.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Nach dieser grundsätzlichen räumlichen Festlegung zur Ansiedlung von Einzelhandel innerhalb der Stadt Donaueschingen wird nachfolgend dargestellt, an welchen konkreten Standorten in Donaueschingen eine räumliche Entwicklung sinnvoll möglich ist. Dabei werden die bestehenden Einzelhandelsstandorte innerhalb des Stadtgebietes hinsichtlich ihrer räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten bewertet und Vorschläge zur Verbesserung der Nahversorgung aufgezeigt.

7.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)

Die Attraktivität eines Zentrums ist neben städtebaulichen Qualitäten in erheblichem Umfang abhängig von einer bestimmten Nutzungsdichte, von Frequenz und einer insgesamt lebendigen Atmosphäre. Sie wird darüber hinaus auch durch die Entfernungen, die innerhalb eines Zentrums zurückzulegen sind, bestimmt. Erfahrungsgemäß ist die Wahrnehmung von Entfernungen abhängig von der Stadtgröße: Mit abnehmender Stadtgröße nimmt die Bereitschaft ab, Distanzen zu überwinden.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Donaueschingen sollte deshalb nicht wesentlich ausgedehnt werden. Vielmehr sollte die künftige Entwicklung innerhalb der in Karte 7 dargestellten Abgrenzung stattfinden.

Gegenüber der bestehenden Abgrenzung wurden Anpassungen auf der Grundlage der aktuellen Rechtsprechung (vgl. Kap. 2.2.1.1), der dargestellten Kriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 4.1) und der veränderten Bestandssituation vorgenommen (vgl. Karte 7 und Kap. 4.2):



- Verkleinerung der Abgrenzung angesichts mangelnder Betriebsdichte im Kreuzungsbereich Villinger Straße/ Linsenöschstraße/ Augustastraße, an der Lehenstraße, an der Unteren Karlstraße und der Unteren Max-Egon-Straße.
- Erweiterung der Abgrenzung im Bereich Kronenstraße im Sinne einer kompakteren Innenstadtentwicklung
- Erweiterung im Bereich Ecke Mühlenstraße/ Eilestraße und Wöhrdenstraße/ Hermann-Fischer-Allee auf Grund der bestehenden Nutzungen.
- Berücksichtigung von angrenzenden Kultureinrichtungen mit Zentrumsfunktion (Donauhalle, Kulturzentrum Max-Rieple-Platz, Haldenstraße mit FF-Archiv und Kinder- und Jugendmuseum).

Grundsätzlich wird im Sinne einer lebendigen Innenstadt mit kurzen Wegen eine kompaktere Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt empfohlen. Dies ist letztlich die auf der Ebene des Einzelhandelskonzeptes erforderliche Umsetzung der im Rahmen der Zukunftswerkstatt formulierten Erkenntnisse.

Wesentlicher Unterschied ist die gesonderte Bezeichnung des **Standortes Bahnhofstraße (ehemaliges Postareal) als Nahversorgungsstandort**. Dieser Bereich nimmt wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner der Kernstadt und Entlastungsfunktion für die Innenstadt wahr.

Angesichts seiner Distanz zur Haupteinkaufszone Karlstraße und der Trennwirkung durch die Brigach besteht jedoch nur eine eingeschränkte Anbindung zum zentralen Versorgungsbereich. Ziel ist es deshalb den Standort als Nahversorgungsstandort zu sichern, d.h. die Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu ermöglichen. Dies bedeutet, dass in Zukunft z.B. die Umnutzung des Drogeriemarktes in einen Bekleidungsmarkt nicht möglich wäre, die Umnutzung in einen Biomarkt aber durchaus möglich wäre. Für die vorhandenen Nutzungen (u.a. Schuhfachmarkt und Bekleidungsmarkt) besteht Bestandsschutz.

Eine ungesteuerte Ansiedlung sämtlicher zentrenrelevanter Sortimente wie im zentralen Versorgungsbereich ist nicht zu empfehlen bzw. würde aus Gutachtersicht zu einer Überdehnung des zentralen Versorgungsbereiches führen. Dies würde zudem den im Rahmen der Zukunftswerkstatt 2013 gemeinsam erarbeiteten Zielvorstellungen zur Innenstadtentwicklung entgegenstehen, die eine kompakte,



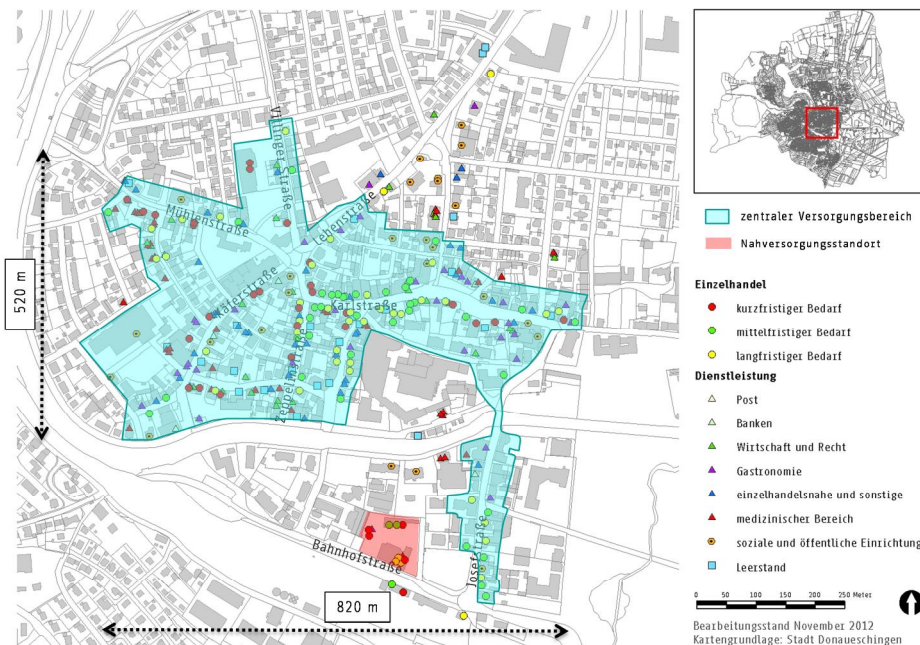
vernetzte Innenstadt mit einen "Rundlauf" zwischen Karlstraße und Brigach anstreben⁵⁷.

Unabhängig von der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sollte das ehemalige Postareal künftig besser an den zentralen Versorgungsbereich angebunden werden, um positive Synergieeffekte besser nutzen zu können. Im Mittelpunkt sollte dabei eine attraktive Wegebeziehung stehen.

Der durch Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe geprägte Bereich Josephstraße ist als wichtige Verbindungsachse zwischen Haupteinkaufsbereich/ Residenzbereich und Bahnhof Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches.

Mit der aktuellen Umgestaltung der Straße An der Stadtkirche wird die Anbindung zudem deutlich verbessert. Außerdem ist die Josephstraße mit den vielen denkmalgeschützten Gebäuden auch unter städtebaulichen Gesichtspunkten Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches.

Karte 7: Perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Erhebung im Oktober/ November 2012; Kartengrundlage: Stadt Donaueschingen

⁵⁷ Zukunftswerkstatt Donaueschingen, Dokumentation des Workshops 4.Mai 2013.



Nutzung von Leerständen und Brachflächen

Oftmals ergeben sich - wie viele Beispiele auch in anderen Städten gezeigt haben - durch gegenwärtig noch nicht absehbare Entwicklungen Chancen für die Umgestaltung bzw. Umnutzung innerhalb des Bestandes in einem zentralen Versorgungsbereich:

- Bestehende Leerstände sollten bei der künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden. Möglicherweise ergibt sich durch die Sanierung bzw. den Umbau bestehender Ladeneinheiten die Möglichkeit der Realisierung moderner wirtschaftlich stabilerer Geschäftseinheiten. Dies betrifft insbesondere den Bereich zwischen Karlstraße und Brigach.
- Durch Zusammenlegung von Geschäftsflächen, z.T. auch über mehrere Gebäude, können auch in bestehenden Strukturen größere zusammenhängende Verkaufsflächen geschaffen werden.

Städtebaulich-funktionale Weiterentwicklung des Bereiches zwischen Karlstraße und Brigach

- Schaffung einer lesbaren Wegebeziehung zwischen Karlstraße und Brigach, die einen "Rundlauf" ermöglicht.
- Der Bereich an der Brigach sollte durchgängig als Aufenthalts- und Erlebnisbereich gestaltet werden.
- Die Anbindung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Nahversorgungsstandort Bahnhofstraße sollte durch eine attraktive Wegebeziehung aufgewertet werden.
- Der gesamte Bereich zwischen Karlstraße und Brigach sollte durch eine entsprechende Gestaltung des öffentlichen Raumes als Teil des zentralen Versorgungsbereiches lesbar sein.
- Die bestehenden baulichen und funktionalen Defizite sollten beseitigt werden.



Karte 8: städtebaulich-funktionale Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches



Quelle: eigene Erhebung im Oktober/ November 2012; Kartengrundlage: Stadt Donaueschingen

7.3.2 Gewerbegebiete

Neben den bereits bestehenden Gewerbegebieten sollten für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden. Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen (vgl. Kap. 7.2.2) und auf eine möglichst effiziente Verwertung der verfügbaren Flächen geachtet werden. Die bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe sollten weitgehend auf ihren Bestand festgeschrieben werden. Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen an gewerblichen/ nicht integrierten Standorten entsprechend der Ziele und Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 7.2) nicht zugelassen werden. Ansiedlungen von Einzelhandelsunternehmen mit zentrenrelevantem Hauptsortiment an nicht integrierten Standorten würden den Bestand bzw. die Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt im hohen Maße gefährden.



An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist. Generell sollten die Gewerbeflächen der gewerblichen Nutzung⁵⁸ zur Verfügung gestellt werden.

Für Donaueschingen bedeutet dies konkret, dass beispielsweise im ohnehin schon durch Einzelhandel geprägten Gewerbegebiet Dotterbind (gemeinsames GE mit Hüfingen) nicht zentrenrelevante Sortimente mit der entsprechenden Regelung zu zentrenrelevanten Randsortimenten zulässig sind.

Im Anhang befindet sich eine Liste sämtlicher Donaueschinger Bebauungspläne mit einem Gewerbegebiet bzw. mit einem Sondergebiet. Nach entsprechender Prüfung vor dem Hintergrund der hier dargestellten Grundsätze zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels, sind die Bebauungspläne mit Handlungsbedarf benannt und kurz erläutert.

⁵⁸D.h. für produzierendes Gewerbe und Handwerk sowie (nicht) publikumsorientierte Dienstleistungen, Logistik- und Transportgewerbe und Großhandel.



8. VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen die dargestellten Arbeitsschritte

- zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 4.3),
- zur Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 7.1),
- zur Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 6.2) und
- zu den räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 7.3).

Im Folgenden sind die Vorgehensweise für Verwaltung/ Politik für die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

8.1 ÖFFENTLICHE INFORMATION

Damit das Einzelhandelskonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft z.B. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist -, ist u.E. eine öffentliche Information in Anlehnung an § 3 BauGB erforderlich.

Dafür sollte eine Auslegung des aus dem Gutachten abgeleiteten *Entwurfs eines Einzelhandelskonzeptes* sowie des vorliegenden Gutachtens selbst erfolgen. Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen werden und im Hinblick auf die daraus abgeleiteten Konsequenzen gewertet werden.

Das *endgültige Einzelhandelskonzept* kann dann vom Stadtrat beschlossen werden, wobei die Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung in die Abwägung eingehen.

Unabhängig von dieser Frage ergibt sich für die Umsetzung die im Weiteren dargestellte Vorgehensweise.

8.2 FESTLEGEN EINER SORTIMENTSLISTE

Die in Kap. 7.1 beschriebene städtische Sortimentsliste, die eine Unterscheidung der Sortimente in zentren-/ nahversorgungs- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der u.E. der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.



Der Stadtrat sollte letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderten - Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird. Mit einem solchen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert signalisiert. Mit diesen Einstufungen - und besonders mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Donaueschingen, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt werden soll. Allerdings muss das Konzept auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Die genannte "Donaueschinger Sortimentsliste" muss zukünftig Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.

8.3 FESTLEGEN VON GEBIETEN ZUR ZULÄSSIGKEIT VON EINZELHANDEL

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür wurde im vorliegenden Gutachten ein Vorschlag für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Donaueschingen unterbreitet, dieser entspricht dem zentralen Versorgungsbereich gemäß BauGB und ist seitens der Stadt nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen.⁵⁹

Darüber hinaus bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln (vgl. für gewerblich geprägte Standorte Vorschläge unten).

Da die Stad Donaueschingen bereits seit 1998 ein Einzelhandelskonzept verfolgt, hat dieser Arbeitsschritt bereits stattgefunden, so dass es hier letztlich nur um eine Aktualisierung unter Berücksichtigung der geänderten Sortimentsliste und der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt geht.

⁵⁹ BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



Sofern die u.E. erforderliche Öffentlichkeitsbeteiligung durchgeführt wird, sind die Abgrenzung sowie evtl. vorgesehene Komplettausschlüsse von Einzelhandel in bestimmten Gebieten und die Festsetzungstypen zunächst im Entwurf zu erstellen.

Auch die Abgrenzung, die Entscheidung über einen vollständigen/ teilweisen Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen und die Typen sind letztlich vom Stadtrat zu beschließen.

Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden: grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden, sodass dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln dient.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 7.2) beziehen sich im Wesentlichen auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Donaueschingen und auf die Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

- 1. Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*
- 2. Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)*
- 3. Festsetzungstyp** *Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente⁶⁰ bis 10% der Fläche zulässig.*

⁶⁰ Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 qm, der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.

4. **Festsetzungstyp** *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx qm zulässig (Handwerkerprivileg)⁶¹. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).*
5. **Festsetzungstyp** *Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.*

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete sollte überprüft werden, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

In Donaueschingen erscheint beispielsweise dann ein Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten sinnvoll, wenn die Gefahr besteht, dass mögliche Ansiedlungen von Betrieben über die Nahversorgung eines Gebietes hinausgehen und/ oder die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches beeinträchtigen.

⁶¹ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die qm-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



Für Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO), allgemeine sowie besondere Wohngebiete (§ 4 bzw. 4a BauNVO) und Dorfgebiete (§ 5 BauNVO) gilt dies ebenfalls.

Mit dem Beschluss des Stadtrates wird das Einzelhandelskonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

8.4 BAULEITPLANERISCHE UMSETZUNG VON ZIELVORSTELLUNGEN

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in der Stadt Donauwörth durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, § 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes gefährdet sind. Die entsprechenden Regelungen sind sodann entsprechend anzupassen. Bei bestehenden Bebauungsplänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes Bebauungsplanverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines Bebauungsplans oder die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfs stehen nach einem Aufstellungs-/ Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den Bebauungsplänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelskonzept und insbeson-



dere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung des Stadtzentrums von Donaueschingen Bezug nehmen.

Die Stadt Donaueschingen hat bereits sämtliche Bebauungspläne mit einem Sondergebiet und einem Gewerbegebiet vor dem Hintergrund des vorliegenden Gutachtens geprüft. Für die meisten Bereiche konnte ein akuter Handlungsbedarf derzeit ausgeschlossen werden, da entweder Einzelhandel dort bereits ausgeschlossen ist oder die Bereiche sehr großräumigen und monostrukturellen Charakter haben (i.d.R. einzelne Großbetriebe), sodass keine kurzfristige Änderung zu erwarten ist.

Im Anhang des Gutachtens sind diese Bebauungspläne tabellarisch aufgeführt und die Bebauungspläne benannt, für die akuter Handlungsbedarf besteht.



Glossar

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet (auch Zentralität genannt). Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%). (siehe auch Kaufkraftverbleib). Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (hier im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Stadt Donaueschingen) bezeichnet.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apotheken, den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

Fachdiscounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltwarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in ge-



wachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend zentrale Lagen im Stadtzentrum gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für Innenstadt/ Ortszentrum/ zentrale Versorgungsbereiche und sonstige integrierte Lagen dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als sonstigen zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der Innenstadt/ des Ortszentrums/ zentralen Versorgungsbereiches.

Als **Innenstadt/ Ortszentrum** ist das Gebiet einer Stadt zu verstehen, in dem sich die bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt/ des Ortszentrums heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Stadt.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt (s.a. Nachfrage).



Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die IFH, ehemals BBE Köln, prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der in diesem ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der außerhalb dieses Gebietes ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus anderen Gebieten dem betrachteten Gebiet zufließen.

Die **Verbleibquote** ergibt sich dadurch, dass der Verbleib in Relation zur Kaufkraft in dem Gebiet gesetzt wird, in dem sie verbleibt.

Der Umsatz in einem Gebiet (U) ergibt sich aus der Kaufkraft in diesem Gebiet (KK), vermindert um Abflüsse in andere Regionen (A), vermehrt um Zuflüsse von außerhalb (Z): $U = KK - A + Z$.

Die am Ort verbleibende Kaufkraft (V) ist die Differenz zwischen vorhandener Kaufkraft und Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete: $V = KK - A$.

Entsprechend ergibt sich der Umsatz auch als Summe aus am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb: $U = V + Z$.

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)

Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Lebensmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, nach internationalen Panelinstituten von 800 qm und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts von 1.500 qm.

Verbleibquote (s. Kaufkraftverbleib)



Zentraler Versorgungsbereich (s. Innenstadt / Ortszentrum).

Der Begriff des **zentralen Versorgungsbereiches** z.B. im Sinne der §§ 9 (2a) und 34 BauGB *kann mehr* als der Begriff des (einzelhandelsbezogenen) zentralen Bereichs umfassen: Wenn nämlich zentrale Einrichtungen außerhalb des zentralen Bereichs, aber angrenzend an diesen zu finden sind.

In keinem Fall aber kann ein zentraler Versorgungsbereich weniger als den unter Einzelhandelsaspekten abgegrenzten zentralen Bereich umfassen.

Umgekehrt *muss nicht* jeder zentrale Bereich einen zentralen Versorgungsbereich darstellen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion nicht (umfassend) erfüllt ist.

Auch bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen kommt dem Einzelhandel (als einer zentralen Einrichtung) herausgehobene Bedeutung zu - aber allein die Tatsache einer Konzentration von Einzelhandel reicht nicht aus, einen zentralen Versorgungsbereich zu begründen⁶².

⁶² Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



Anhang

**Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Donaueschingen insgesamt:
Anzahl und Verkaufsfläche (VKF)**

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm ¹⁾	Anteil
< 50 qm	78	44%	2.025	4%
50 bis < 100 qm	35	20%	2.525	5%
100 bis < 200 qm	26	15%	3.625	7%
200 bis < 400 qm	14	8%	4.250	8%
400 bis < 800 qm	12	7%	7.475	15%
800 bis < 2.000 qm	10	6%	14.075	28%
<= 2.000 qm	3	2%	16.975	33%
Summe	178	100%	50.975	100%

¹⁾ Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung Oktober/ November 2012

**Tab. A - 2: Betriebe im zentralen Versorgungsbereich nach Größenklassen:
Anzahl und Verkaufsfläche (VKF)**

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm ¹⁾	Anteil
< 50 qm	39	44%	950	8%
50 bis < 100 qm	20	22%	1.550	12%
100 bis < 200 qm	17	19%	2.325	19%
200 bis < 400 qm	8	9%	2.400	19%
400 bis < 800 qm	2	2%	1.050	8%
800 und mehr	3	3%	4.225	34%
Summe	89	100%	12.500	100%

¹⁾ Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober/ November 2012



Tab. A - 3: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2025 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		39,5	40,3	41	44
Drogerie/ Parfümerie		5,5	5,7	6	6
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		2,0	2,0	2	2
Blumen/ Zoo		2,2	2,3	2	2
kurzfristiger Bedarf		49,3	50,2	51	55
Bekleidung und Zubehör		12,0	12,2	12	13
Schuhe, Lederwaren		3,0	3,0	3	3
Sport/ Freizeit		2,2	2,2	2	2
Spielwaren		2,6	2,7	3	3
Bücher		2,4	2,4	2	3
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		1,5	1,5	2	2
Haus-/ Heimtextilien		1,7	1,8	2	2
mittelfristiger Bedarf		25,3	25,8	26	28
Uhren/ Schmuck		1,4	1,4	1	2
Foto/ Optik und Zubehör		2,1	2,1	2	2
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		7,6	7,7	8	8
Elektro/ Leuchten		3,3	3,3	3	4
Teppiche/ Bodenbeläge		0,8	0,8	1	1
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		8,3	8,4	8	9
Möbel, Antiquitäten		6,8	7,0	7	8
Sonstiges		5,2	5,3	5	6
langfristiger Bedarf		35,5	36,2	36	39
Summe		110,1	112,3	113	122

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

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2012); eigene Berechnungen



Tab. A - 4: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo-Prognose
 - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	75	225	825
Drogerie/ Parfümerie		25	50	75	150
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	0	25	50
Blumen/ Zoo		0	0	25	125
kurzfristiger Bedarf		25	125	350	1.150
Bekleidung und Zubehör		100	150	250	600
Schuhe, Lederwaren		0	0	25	125
Sport/ Freizeit		25	50	50	125
Spielwaren		25	50	75	150
Bücher		0	0	0	25
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	0	25	100
Haus-/ Heimtextilien		0	0	25	100
mittelfristiger Bedarf		150	250	450	1.225
Uhren/ Schmuck		0	0	25	25
Foto/ Optik und Zubehör		0	25	25	50
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		0	0	25	50
Elektro/ Leuchten		0	25	50	175
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		50	150	300	825
Möbel, Antiquitäten		300	375	500	900
Sonstiges		0	25	50	125
langfristiger Bedarf		350	600	975	2.150
Summe		525	975	1.775	4.525

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik
 ---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 5: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		125	225	975	1.600
Drogerie/ Parfümerie		0	0	-50	0
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	0	-25	0
Blumen/ Zoo		-25	-25	-50	-25
kurzfristiger Bedarf		100	200	850	1.575
Bekleidung und Zubehör		50	400	100	1.725
Schuhe, Lederwaren		-25	-25	-75	-25
Sport/ Freizeit		0	50	-25	125
Spielwaren		0	25	-50	0
Bücher		25	50	100	200
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		-25	25	-75	225
Haus-/ Heimtextilien		-25	50	-50	250
mittelfristiger Bedarf		0	575	-75	2.500
Uhren/ Schmuck		0	0	0	0
Foto/ Optik und Zubehör		0	0	-25	0
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		75	150	350	725
Elektro/ Leuchten		-25	0	-75	-25
Teppiche/ Bodenbeläge		-75	-50	-250	-200
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		-75	125	-325	725
Möbel, Antiquitäten		150	425	-125	1.150
Sonstiges		0	100	50	450
langfristiger Bedarf		50	750	-400	2.825
Summe		150	1.525	375	6.900

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



Bebauungspläne Donaueschingen mit Gewerbegebieten und Sondergebieten

Bebauungspläne Donaueschingen (Angaben der Stadt Donaueschingen)

Nr.	Donaueschingen	rechtskräftig	Baugebiete	Einzelhandel	Handlungsbedarf
1	Auf dem Frohnhof II	25.11.1977	WA, GE, Gemeinb.	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
2	Äußere Röte	23.04.1982	WR, WA, MI, GE, GEmE, Gemeinb.	EZH nicht ausgeschlossen	akut
	Äußere Röte, vereinfachte Änderung	04.03.1988	WR, WA, MI, GE, GEmE, Gemeinb.	EZH nicht ausgeschlossen	akut
3	Breitelen Strangen / Neuaufstellung	30.06.2006	GI, GE	EZH ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
	Breitelen Strangen / Neuaufstellung, 1. Änderung	14.05.2010	GI, GE	EZH ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
4	Bühlstraße	13.12.2002	WA, MI, GEE	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
5	Dotterbind	04.06.1982	GE, WA, SO, GEmE	siehe IV. Änderung	kein Handlungsbedarf
	Dotterbind vereinfachte Änderung	05.10.1984	GE, WA, SO, GEmE	siehe IV. Änderung	kein Handlungsbedarf
	Dotterbind Änderung	16.12.1994	GE, WA, SO, GEmE	siehe IV. Änderung	kein Handlungsbedarf
	Dotterbind IV. Änderung	11.05.2001	GE, WA, SO, GEmE	EZH ausgeschlossen; Teilfläche zulässig (Real)	akut
6	Dotterbind VEP (Bauhaus)	30.04.1998	SO	EZH geregelt (Baumarkt)	kein Handlungsbedarf
7	Flugplatz	14.04.1989	GI	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
8	Im Winkel	26.09.1972	GE	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
	Im Winkel, 1. Änderung, Teilfläche	22.11.2013	GE, GI	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
9	Kammgarnspinnerei	19.03.2010	WA, GE	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
10	Links der Industriestraße	11.05.2001	GE	EZH ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
11	Posthof	14.01.2005	SO	EZH zulässig	akut
	Posthof, 1. Änderung	15.07.2011	SO	EZH zulässig	akut
12	Proviantamt	26.06.1987	SO, GE	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
	Proviantamt, 1. Änderung	31.05.2013	SO	EZH geregelt	kein Handlungsbedarf
13	Rathausplatz	20.10.2006	SO, MI	EZH zulässig	kein Handlungsbedarf
14	ZG Raiffeisen	25.02.2005	GE	EZH geregelt (ZG-Raiffeisenmarkt)	kein Handlungsbedarf

Bebauungspläne in den Ortsteilen (Angaben der Stadt Donaueschingen)

Nr.	Aasen	rechtskräftig	Baugebiete	Einzelhandel	Handlungsbedarf
15	Obere Wiesen (Rossbühl)	13.09.1985	GE	EZH nicht ausgeschlossen	nicht dringlich
16	Obere Wiesen 2 Erweiterungen	1.01.1997 / 04.08.200	GE	EZH nicht ausgeschlossen	nicht dringlich

Nr.	Pfohren	rechtskräftig	Baugebiete	Einzelhandel	Handlungsbedarf
17	Im Oberen Öschle I. BA	26.02.1988	GI, GE	EZH nicht ausgeschlossen	nicht dringlich

Nr.	Wolterdingen	rechtskräftig	Baugebiete	Einzelhandel	Handlungsbedarf
18	Längefeld I	28.12.1970	GE, MI	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
	Längefeld I vereinfachte Änderung	30.04.1982	GE	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
19	Längefeld II	05.09.1980	GE	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf
	Längefeld II vereinfachte Änderung	05.06.1987	GE	EZH nicht ausgeschlossen	kein Handlungsbedarf

Für die nachfolgend aufgeführten Bebauungspläne besteht vor dem Hintergrund des vorliegenden Gutachtens akuter Handlungsbedarf:

- Der B-Plan Äußere Röte weist zahlreiche kleinteilige Gewerbeflächen aus. Hier besteht insbesondere die Gefahr der Ansiedlung von kleinteiligem Einzelhandel und deshalb Handlungsbedarf.
- Im Dotterbind ist seitens der Stadt Donaueschingen geplant, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel in einem kleineren Bereich zuzulassen. Der Standort ist bereits von Einzelhandel (zentren und nicht zentrenrelevant) geprägt und somit deutlich besser geeignet als Gebiete, in denen noch kein Einzelhandels ist.



Grundsätzlich ist der Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen nur möglich, wenn gleichzeitig Ansiedlungsmöglichkeiten an anderen Standorten ausgewiesen werden.

- Der Posthof ist nach der Abgrenzung des hier vorliegenden Gutachtens nicht mehr Teil des zentralen Versorgungsbereiches. Er soll zukünftig als Ergänzungsstandort für die Innenstadt dienen. Nutzungsschwerpunkt sind nahversorgungsrelevante Sortimente und Dienstleistungen.
- In den Gewerbegebieten der Ortsteile Aasen und Pfohren besteht auf Grund der Lage und der zur Verfügung stehenden Flächen, durchaus die Gefahr, dass sich Einzelhandel ansiedeln könnte. Die Anpassung hat jedoch derzeit keinen Vorrang.