

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Gemeinde Salem

Auftraggeber:
Gemeinde Salem

Projektbearbeitung:

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt

Claus Ciuraj M.A.

Köln, im Oktober 2011

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	5
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	5
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	6
1.3 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen und Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	7
2 Prognose der Einzelhandelsentwicklung	12
2.1 Konsumtrends in der Gesellschaft	12
2.2 Konsequenzen für den Einzelhandel	16
3 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Salem	17
3.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung	17
3.2 Regionale Wettbewerbssituation	19
3.2.1 Stadt Ravensburg	19
3.2.2 Stadt Friedrichshafen	20
3.2.3 Stadt Überlingen	21
3.2.4 Stadt Markdorf	22
3.2.5 Sonstige relevante Wettbewerbsstandorte	24
3.3 Siedlungsstruktur der Gemeinde Salem	25
3.4 Demographische Strukturen	28
3.5 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in Salem	30
4 Einzelhandelssituation in der Gemeinde Salem	34
4.1 Gesamtgemeindliche Strukturdaten	34
4.2 Relevante Einzelhandelsstandorte in der Gemeinde Salem	36
4.3 Einzelhandelszentralität	46
5 Zwischenfazit	52
6 Entwicklungsszenarien	55

6.1	Sicherung des Ortsteilzentrums Mimmenhausen (Bereich Bahnhof-/Bodenseestraße)	55
6.2	Alternative: Entwicklung des Gewerbegebiets „Bahnhofstraße“	56
6.3	Alternative: Entwicklung „Neue Mitte“	58
7	Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Gemeinde Salem	61
7.1	Leitziele und Standortkonzept	61
7.2	Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	69
7.3	Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	78
7.3.1	Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten	78
7.3.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	79
7.3.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	82
7.3.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	82
7.3.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	84
7.3.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	84
7.3.7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts durch die Bauleitplanung – Zusammenfassung der Empfehlungen	85

<u>Abbildungsverzeichnis:</u>	<u>Seite</u>
Abb. 1: Zentralörtliche Gliederung des Raumes und verkehrliche Erreichbarkeit	17
Abb. 2: Regionale Wettbewerbssituation	19
Abb. 3: Siedlungsstruktur Salem	26
Abb. 4: Flächenentwicklung der Gemeinde Salem	27
Abb. 5: Einwohnerentwicklung in Salem und Vergleichsräumen 1991-2010	28
Abb. 6: Altersstruktur der Bevölkerung in Salem in den Jahren 2010, 2020 und 2030 im Vergleich	29
Abb. 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Salem nach Warengruppen	31
Abb. 8: Einzelhandelsbesatz in der Gemeinde Salem	36
Abb. 9: Relevante Angebotsstandorte in der Gemeinde Salem	37
Abb. 10: Besatzstrukturen „Bodensee-/Bahnhofstraße“	38
Abb. 11: Besatzstrukturen „Gewerbegebiet Bahnhofstraße“	39
Abb. 12: Edeka Supermarkt	40
Abb. 13: Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturen „Neue Mitte/Schlosseecenter“	41
Abb. 14: Freizeitnutzungen/Sonstige Nutzungen „Neue Mitte/Schlosseecenter“ (1)	42
Abb. 15: Freizeitnutzungen/Sonstige Nutzungen „Neue Mitte/Schlosseecenter“ (2)	43
Abb. 16: Potenzialfläche Lebensmittelmarkt	44
Abb. 17: Relevante Angebotsstandorte in der Gemeinde Salem	45
Abb. 18: Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Warengruppen – überwiegend kurzfristiger Bedarf	47
Abb. 19: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend mittelfristiger Bedarf	48
Abb. 20: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend langfristiger Bedarf	50
Abb. 21: Hauptzentrum der Gemeinde Salem – Räumliche Abgrenzung der „Neuen Mitte“	64

Tabellenverzeichnis:

	<u>Seite</u>
Tabelle 1: Einwohner nach Gemarkungen	25
Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Salem nach Warengruppen	32
Tabelle 3: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Bedarfsstufen	35
Tabelle 4: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend kurzfristiger Bedarf	48
Tabelle 5: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend mittelfristiger Bedarf	49
Tabelle 6: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend langfristiger Bedarf	49
Tabelle 7: Rechnerische Verkaufsflächenspielräume in der Gemeinde Salem	53
Tabelle 8: Salemer Sortimentsliste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente	76

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Gemeinde Salem hat sich die Aufgabe gestellt, auch zukünftig ein umfassendes Nahversorgungsangebot im Gemeindegebiet zu erhalten. Hierfür bedarf es der Neuaufstellung des ortsansässigen Supermarktes, der als einziger Lebensmittelvollsortimenter im Gemeindegebiet – aktuell wie zukünftig – eine tragende Rolle in der Nahversorgungssituation der Salemer Bevölkerung übernimmt. Die potenziellen Neustandorte werden dabei – sowohl politisch als auch in der Öffentlichkeit – intensiv diskutiert, wobei sich in letzter Zeit zwei Standortalternativen herauskristallisiert haben: der Bereich des Schlosseecenters sowie der Standortbereich der beiden Lebensmitteldiscounter an der östlichen Bahnhofstraße in Mimmenhausen.

Mit der Diskussion um den Bereich des Schlosseecenters verbunden ist die Frage, die neue Gemeindemitte ggf. auch als zentralen Versorgungsbereich auszubauen. Das neben öffentlichen Einrichtungen (u.a. Schulen), Freizeitanlagen und Dienstleistungen gegenwärtig dort vorhandene Einzelhandelsangebot erfüllt die Anforderungen an einen Versorgungsmittelpunkt für die gesamte Gemeinde bisher noch nicht. Das Schlosseecenter wird geprägt von relativ wenigen, kleinteiligen Anbietern, während sich die meisten Ladenlokale, insbesondere größere der Nahversorgung dienende Betriebe an anderen Standorten in Salem befinden.

Im Zuge der diskutierten Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches könnte ein Lebensmittel-Supermarkt als Vollversorger und wesentlicher „Magnetbetrieb“ räumlich-funktional an die vorhandenen Nutzungen angebunden werden.

Im Rahmen des Leitbildprozesses 2020 wurden 2006 mit Beteiligung von Bürgerschaft und Gemeinderat bereits städtebauliche Grundlagen und Varianten für eine mögliche Entwicklung der Gemeindemitte diskutiert. Auch liegt mit dem 2009 fortgeschriebenen Einzelhandelsentwicklungskonzept (GMA) eine fachliche Grundlage vor, die allerdings in einigen Punkten zu ergänzen bzw. fortzuschreiben ist.

Auch die Darstellung im Regionalen Einzelhandelskonzept Bodensee-Oberschwaben würde insofern nicht mehr den aktuellen Überlegungen entsprechen und wäre ggf. anzupassen.

Das Gutachten soll zunächst den gegenwärtigen Zustand der Einzelhandelssituation in der Gemeinde Salem aufzeigen. Darauf basierend ist es Ziel der Analyse, grundsätzliche Empfehlungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung auszusprechen. Im Einzelnen wird es erforderlich, den (ggf. zu entwickelnden) zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Salem räumlich genau abzugrenzen und dabei auch diejenigen Standorte zu identifizieren, die unter städtebaulichen Gesichtspunkten für die Aufnahme weiterer großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet sind. Gleichzeitig ist

genau zu begründen, in welchen Teilbereichen des Gemeindegebiets auf die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auch unterhalb der Großflächigkeitsgrenze verzichtet werden sollte.

In Orientierung an die im Einzelhandelserlass fixierten Sortimentsvorgaben sind darüber hinaus auch diejenigen Sortimente zu bestimmen, die für die Funktionsfähigkeit des Salemer Zentrums von besonderer Bedeutung sind („Salemer Liste zentrenrelevanter Sortimente“).

Hierzu wurde die BBE Handelsberatung GmbH im Frühjahr 2011 beauftragt, ein entsprechendes Gutachten zu erstellen.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die vorliegende Analyse basiert im Einzelnen auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung

Im Juni/Juli 2011 wurde von der BBE Handelsberatung in der Gemeinde Salem eine Aktualisierung¹ des Einzelhandelsbestandes² durchgeführt. Die Verkaufsflächen aller Betriebe wurden nach 29 Warengruppen differenziert erhoben. Soweit einsehbar, wurden auch die leerstehenden Ladenlokale mit ihrer Verkaufsfläche erfasst. Anschließend wurde für alle Betriebe unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung sortimentspezifisch ermittelt.

Für Lebensmitteldiscounter wurde die vorhandene Verkaufsfläche für Aktionswarensortimente anhand von Leistungskennziffern der BBE-Marktforschung anteilig auf 29 Warengruppen aufgeteilt und entsprechend die Umsatzleistung ermittelt. So kann gewährleistet werden, dass alle Aktions-sortimente, die innerhalb eines Jahres häufig wechselnd angeboten werden, erfasst werden und nicht nur ein temporäres Sortiment zum Zeitpunkt der Erhebung abgebildet wird.

¹ Die ursprüngliche Bestandserhebung der BBE RETAIL EXPERTS GmbH & Co. KG stammt aus 08/2008 und wurde im Rahmen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für die Region Bodensee-Oberschwaben erhoben.

² Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Zu den Ladenhandwerksbetrieben gehören Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölherzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse verwendeten Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in Salem stammen von der BBE-Marktforschung³.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft stellt in transparenter und vergleichbarer Form das für alle einzelhandelsorientierten Wirtschaftszweige vorhandene verbraucherbezogene Nachfragepotenzial nach Gütern des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs dar. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht damit ausschließlich der nachfrageorientierte Teil des verfügbaren Einkommens (= Gesamtkaufkraft).

Um zu diesem Wert zu gelangen werden von der Gesamtkaufkraft die gebietsweise unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

Übrig bleibt nun jener Teil der Kaufkraft, der dem Einzelhandel für die Ausgaben in den folgenden Fachsparten/Sortimentsbereichen potenziell zur Verfügung steht.

Weitere Grundlagen

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten zurückgegriffen.

Vorliegende Planungsunterlagen der Gemeindeverwaltung wie Flächennutzungsplan, Katasterpläne, Bebauungspläne, Bauvoranfragen sowie sonstige vorhandene Gutachten wurden ebenfalls ausgewertet.

Alle Erhebungsprogramme wurden mit dem Auftraggeber abgestimmt, die Datenschutzbestimmungen sind bei dieser Untersuchung gewährleistet.

1.3 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen und Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

Die Entwicklung von Einzelhandelsstrukturen ist in Deutschland nicht allein den Marktkräften unterworfen. Vielmehr besteht ein öffentliches Interesse an der Durchsetzung einiger planerischer Ziele, die sich allein durch das freie Spiel von Angebot und Nachfrage voraussichtlich nicht durchsetzen ließen. So werden Eingriffe in den Markt grundsätzlich mit dem Ziel der Sicherung und Erhaltung

³ Die BBE-Marktforschung analysiert und dokumentiert die Entwicklungstendenzen im Bereich Einzelhandel. Es werden jährlich mehrere aktuelle Fachdokumentationen und Publikationen erstellt und publiziert.

funktionsfähiger Innenstädte und der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfes gerechtfertigt.

Die Grundlage zur landesplanerischen Steuerung des Einzelhandels in Baden-Württemberg findet sich im **Landesentwicklungsplan 2002 (LEP 2002)**, der die Sicherung einer ausgewogenen räumlichen Entwicklung durch Festigung und Weiterentwicklung der dezentralen Siedlungsstruktur des Landes fordert (1.3 (G) LEP). Die zentralörtliche Gliederung in Ober- und Mittelzentren mit Mittelbereichen sowie in den jeweiligen Regionalplänen festgelegte Unter- und Kleinzentren soll diese dezentrale Siedlungs- und Wirtschaftsstruktur festigen und die angestrebte Entwicklung unterstützen und koordinieren (2.5.1 (G) LEP). Hierbei werden den zentralen Orten unterschiedliche, hierarchisch absteigende Versorgungsfunktionen zugeordnet:

- „**Oberzentren** sollen als Standorte großstädtischer Prägung die Versorgung eines Verflechtungsbereichs von mehreren hunderttausend Einwohnern (in der Regel die Region) mit hoch qualifizierten und spezialisierten Einrichtungen und Arbeitsplätzen gewährleisten“ (2.5.8 (Z) LEP).
- „**Mittelzentren** sollen als Standorte eines vielfältigen Angebotes an höherwertigen Einrichtungen und Arbeitsplätzen so entwickelt werden, dass sie den gehobenen, spezialisierten Bedarf decken können. Mittelbereiche sollen im ländlichen Raum mindestens 35.000 Einwohner umfassen“ (2.5.9 (Z) LEP).
- „**Unterzentren** sollen als Standorte von Einrichtungen und Arbeitsplätzen so entwickelt werden, dass sie auch den qualifizierten, häufig wiederkehrenden Bedarf eines Verflechtungsbereichs der Grundversorgung decken können. Die Verflechtungsbereiche sollen im Ländlichen Raum mindestens 10.000 Einwohner umfassen“ (2.5.10 (Z) LEP).
- „**Kleinzentren** sollen als Standorte von zentralörtlichen Einrichtungen der Grundversorgung so entwickelt werden, dass sie den häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarf ihres Verflechtungsbereiches decken können. Die Verflechtungsbereiche sollen in der Regel mindestens 8.000 Einwohner umfassen“ (2.5.11 (Z) LEP).

Bezüglich der Einzelhandelsentwicklung ist dem Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002 zu entnehmen, dass sich Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (**Einzelhandelsgroßprojekte**) in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen sollen und prinzipiell nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet und erweitert werden dürfen. Dabei muss das Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der räumlichen-funktionell zugeordneten Versorgungsaufgabe der jeweiligen

Zentralitätsstufe entsprechen (**=Kongruenzgebot**). Dadurch soll sichergestellt werden, dass der Zentrale Ort lediglich die ihm zugewiesene Versorgungsfunktion übernimmt.

Abweichend kommen allerdings auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn „dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist“ oder „diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- und Unterzentren zusammengewachsen sind“ (3.3.7 (Z) LEP). Für Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels gilt, dass diese grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig sind. Der sog. Einzelhandelserlass⁴ des Landes Baden-Württemberg definiert eine Verletzung des Kongruenzgebotes, „wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i.d.R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereichs erzielt werden soll“ (Einzelhandelserlass, S. 13).

Des Weiteren darf ein Vorhaben das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt-/Ortskerns) sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen (**=Beeinträchtungsverbot**). Der Einzelhandelserlass führt diesbezüglich aus, dass ein im zentralörtlichen Versorgungskern (oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet) errichtetes oder erweitertes Einzelhandelsgroßprojekt prinzipiell keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde beinhaltet. Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtischen Randlagen (**=Integrationsgebot**).

Dabei kommen städtische Randlagen vor allem für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten und nicht-nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in Betracht, bei denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente allerdings nach Umfang und Zweckbestimmung so zu begrenzen sind, dass sie weder die verbrauchernahe Versorgung noch die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns wesentlich beeinträchtigen. Voraussetzung ist auch, dass dort keine Flächen zur Ansiedlung entsprechender Vorhaben zur Verfügung stehen. „Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht-zentrenrelevanten und nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment“ (Einzelhandelserlass, S. 14).

⁴

„Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsprojekten –Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben“ vom 21. Februar 2008; Az.: 6-2500.4/7

Der **Regionalplan Bodensee-Oberschwaben** nach der Verbindlicherklärung vom 4. April 1996 übernimmt und konkretisiert die Ziele der Raumordnung und Landesplanung für den Untersuchungsraum.

Entsprechend dem **Zentrale-Orte-Prinzip** werden die einzelnen Versorgungsfunktionen der Zentralen Orte präzisiert sowie die jeweiligen Verflechtungsbereiche (Mittelbereiche) definiert. So sollen die Mittelzentren über die Grundversorgung des eigenen Nahbereichs hinaus für ihren Mittelbereich den gehobenen und spezialisierten Bedarf an überörtlichen Versorgungsangeboten decken. Die Unterzentren sollen den über die Grundversorgung ihres eigenen Nahbereichs hinausgehenden, häufig wiederkehrenden Bedarfe ihres Verflechtungsbereichs decken, wohingegen in den Kleinzentren ausschließlich der häufig wiederkehrende überörtliche Bedarf gedeckt werden soll.

Im Plansatz 2.5.2 des Regionalplans werden außerdem die Ziele⁵ und Grundsätze⁶ bezüglich **großflächiger Einzelhandelsplanungen** konkretisiert. So sind diese nur an integrierten Standorten im Oberzentrum Friedrichshafen/Ravensburg/Weingarten sowie in den Mittel- und Unterzentren zuzulassen – entsprechend ist die Errichtung von Einzelhandelsgroßprojekten in Kleinzentren grundsätzlich ausgeschlossen. Zudem muss ein ausreichendes Parkangebot sowie eine gute Anbindung an das ÖPNV-Netz sichergestellt werden.

Ergänzt wird die Zielaussage durch den Grundsatz, dass der Einzugsbereich solcher Einzelhandelsplanungen den Verflechtungsbereich des jeweiligen zentralen Ortes nicht überschreiten sowie die örtliche Grundversorgung im Einzugsgebiet nicht beeinträchtigt werden soll (vgl. Regionalplan S. 32).

Gemäß Baugesetzbuch (BauGB) sind die kommunalen Bauleitplanungen (Flächennutzungsplan und Bebauungsplan) an die Ziele der Raumordnung und Landesplanung anzupassen.

Nach dem zuletzt 2004 novellierten § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich keine „schädlichen“ Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen – weder in der eigenen Gemeinde noch in anderen Gemeinden. Nicht abschließend geklärt ist allerdings, worin genau diese Auswirkungen bestehen und wie sie festzustellen sind.⁷ Klar scheint jedoch, dass sie tendenziell gravierender sein müssen, als die großflächigen Einzelhandelsbetrieben nach § 11 Abs. 3 BauNVO grundsätzlich unterstellten „negativen“ Auswirkungen.

⁵ Die Ziele „Z“ sind von den Behörden des Bundes und des Landes, von den Kreisen, den Nachbarschaftsverbänden, den Verwaltungsgemeinschaften, den Gemeinden und den sonstigen in § 4 Abs. 5 des Raumordnungsgesetzes (ROG) in der Fassung vom 28. April 1993 (BGBl. I S. 630) genannten öffentlichen Planungsträgern bei raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen zu beachten.

⁶ Die Grundsätze „G“ sind von den öffentlichen Planungsträgern im Rahmen des ihnen zustehenden Ermessens bei raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen gegeneinander und untereinander abzuwägen (§ 10 Abs. 1 Satz 2 i. V. m. § 6 Abs. 3 LplG).

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

Die Rechtsprechung hat zuletzt auch noch einmal klargestellt, dass „**Großflächigkeit**“ bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² gegeben ist.⁸ Allerdings sind bei der Berechnung auch die nicht vom Kunden zu betretenden Thekenbereiche, der Kassenvorraum und beispielsweise ein Windfang einzubeziehen.

Dabei ist auch von Bedeutung, unter welchen Umständen mehrere Betriebe in Nachbarschaft als „**Agglomeration**“ oder sogar „**Einkaufszentrum**“ einzustufen sind. Als Einkaufszentrum war zunächst nach dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg „nicht nur ein einheitlich geplanter, finanzierter, gebauter und verwalteter Gebäudekomplex zu betrachten, sondern auch eine im Laufe der Zeit ‚zusammengewachsene‘ Konzentration von mehreren Betrieben. Voraussetzung ist dabei jedoch, dass die einzelnen Betriebe aus Sicht der Kunden als aufeinander bezogen, als durch ein gemeinsames Konzept und durch Kooperation miteinander verbunden, in Erscheinung treten.“⁹ Demnach wären mehrere aufeinander bezogene Fachmärkte („**Fachmarktzentren**“) ebenfalls als Einkaufszentrum zu sehen. Diese Sichtweise wurde durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes deutlich relativiert: Demnach ist eine Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe eine Ausnahme, die nicht für „selbstständige“ Betriebe gilt. Selbstständig ist ein Betrieb meist schon, wenn er einen eigenen Eingang hat und unabhängig von den anderen Betrieben geöffnet werden kann. Nicht entscheidend ist, ob die Betreiber wirtschaftlich oder rechtlich verbunden sind.¹⁰ Die Verkaufsflächen baulich und funktionell eigenständiger Betriebe können danach grundsätzlich nicht unter dem Gesichtspunkt der Funktionseinheit zusammengerechnet werden (vgl. entsprechende Ergänzungen im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Zum 1. Januar 2007 ist schließlich das „Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte“ in Kraft getreten, das den neuen § 9 Abs. 2a in das BauGB einfügt. Unter anderem werden die Kommunen damit ermächtigt, im unbeplanten Innenbereich (nach § 34 BauGB) über einfache Bebauungspläne einzelne Nutzungen für unzulässig zu erklären, so beispielsweise Einzelhandel. Die städtebauliche Begründung ist dann nicht mehr im Einzelfall erforderlich, ein kommunales Einzelhandelskonzept würde voraussichtlich ausreichen.

Bei der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kommt den Gemeinden somit eine entscheidende Rolle zu. Mit der Aufstellung von gemeindlichen (**=kommunalen) Einzelhandelskonzepten** und der planungsrechtlichen Absicherung dieser Konzepte durch entsprechende Bauleitpläne können die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren unterstützen und eine ausgewogene Versorgung sichern. Der Einzelhandelserlass führt diesbezüglich auf Seite 17 aus:

⁸ Urteil des Bundesverwaltungsgerichts (24.11.2005), Az: BVerwG 4 C 10.04

⁹ Vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, 2.2.1

¹⁰ Urteil des Bundesverwaltungsgerichts (24.11.2005), Az: BVerwG 4 C 14.04

„In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel und die Standorte für die weitere Entwicklung des Einzelhandels fest.“

Dadurch schaffen sie „einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, wie auch andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für den Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.“

Darüber hinaus heißt es:

„Bei der Aufstellung beziehungsweise Änderung von Flächennutzungsplänen muss im Erläuterungsbericht eine Darlegung des Bestandes zentraler Einrichtungen einschließlich Einzelhandelsschwerpunkten und zu deren beabsichtigter Fortentwicklung erfolgen.[...]. Bei der Darlegung ist auch auf noch vorhandene ältere Bebauungspläne, denen eine frühere Fassung der Baunutzungsverordnung zugrunde liegt, nach der Einzelhandelsgroßprojekte in Gewerbegebieten und Industriegebieten zulässig sind, einzugehen. [...]. Ohne ausreichende Thematisierung der Steuerung der zentralen Einrichtungen, namentlich der Einzelhandelsgroßprojekte, ist dem Flächennutzungsplan die Genehmigung zu versagen [...].“

Bei der Entwicklung kommunaler Einzelhandelskonzepte sind bereits vorhandene **regionale Einzelhandelskonzepte** zu berücksichtigen (vgl. Einzelhandelserlass 4.1, S. 17).

Mit dem Plansatz 3.3.7.4 des LEP 2002 werden diese regionalen Zusatzvereinbarungen an Bedeutung gewinnen. So wird angestrebt, dass Standorte für regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in den Regionalplänen „vor allem auf Grund eines regionalen Entwicklungskonzepts“ festgelegt werden sollen, um auf der Grundlage solcher regional abgestimmten Einzelhandelskonzepte eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur zu erhalten bzw. anzustreben. Mit dem „**Regionalen Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben**“ liegt seit 2009 eine solche regionale Übereinkunft für die dem Regionalverband Bodensee-Oberschwaben angehörigen Städte und Kommunen vor.

2 Prognose der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Konsumtrends in der Gesellschaft

Nicht nur die Bevölkerung, ihre soziodemographische Struktur und die Höhe der für Konsumzwecke verfügbaren Kaufkraft haben maßgeblichen Einfluss auf die weitere Entwicklung der Versorgungsstrukturen. Auch die Präferenzen und Gewohnheiten beim Einkauf werden die räumliche Verteilung, die Sortimentsgestaltung und damit letztlich die unterschiedlichen Vertriebsformen weiterhin

einem stetigen Wandel unterwerfen. So sollen zunächst die aus Sicht der BBE-Marktforschung wesentlichen Verbrauchertrends aufgezeigt werden.

Individualismus als Gegenentwurf zu Massenmode

Viele Verbraucher machen aus der Not eine Tugend: Lifestyle zeigt sich für sie nicht mehr durch regelmäßigen Kauf von modischer Kleidung, Schuhen oder persönlichen Accessoires. Stattdessen wird die Nachfrage immer mehr von einem Wunsch nach Individualität bestimmt. Stil ist gefragt, rastloser Konsum nicht. Markenprodukte können dank kundenindividueller Massenfertigung sogar nach eigenen Vorstellungen abgeändert oder gestaltet werden.

Gesundheitsorientierung

Gesundes Essen wird Vielen immer wichtiger. Gesundheit und Genuss sind längst kein Widerspruch mehr, immer mehr Menschen wollen ihr Wohlbefinden gezielt durch bewusstes Einkaufen steigern. So werden Bio-Lebensmittel zum Massenmarkt, Essen „mit Herkunft“ und regionale Produkte sind zunehmend gefragt. „Glokalisierung“ steht bei vielen für eine Neuorientierung und löst die manchem längst überdrüssige „Geiz-ist-geil“-Mentalität ab. Rauchen verliert an Bedeutung.

Wellness und neue Besinnlichkeit

Es wird immer erstrebenswerter, Arbeit und Freizeit ins Gleichgewicht bringen. Der Rückzug ins Private ersetzt hektischen Konsum, stattdessen wird Zeit mit der Familie oder dem Lebenspartner verbracht. Aus kulturellem Interesse – aber auch dank der „Billigflieger“ und günstiger Pauschalangebote - werden mehr Städtereisen durchgeführt, „sanfte“ Sportarten wie Nordic Walking oder Wandern sowie Musik, Lesen und kreative Tätigkeiten bieten Entspannung. Langsamkeit und Authentizität sind gefragt. Dabei ist durchaus Eitelkeit im Spiel: „Selbstoptimierung“ durch gesunde Ernährung, „Selbstmedikation“, Sport, Entspannung und falls nötig plastische Chirurgie spielen vor allem für kaufkraftstarke Haushalte eine zunehmende Rolle.

Online leben

Immer mehr Haushalte sind ans Internet angeschlossen, immer leistungsfähigere Technik ermöglicht schnellen Informationsaustausch, Mediengenuss und nicht zuletzt Preisvergleiche und Online-Einkauf. Mobile Geräte und die ständige Verbindung zum Netz bestimmen den Alltag und verändern die Kommunikations- und Freizeitgewohnheiten nicht nur junger Menschen. Medienkompetenz entscheidet über Zukunftschancen: Während gut Ausgebildete von den faszinierenden Möglichkeiten profitieren, fallen „Computeranphabeten“ und Kaufkraftschwache weiter zurück.

Neue Senioren

Es wird mehr ältere Menschen geben, ihr Einkaufsverhalten wird sich von dem früherer „Senioren“ unterscheiden: Sie wollen das Leben genießen, haben Ansprüche und stellen Sparen nicht mehr in den Mittelpunkt. Sie schätzen die Vielfalt, allerdings nur wenn sie mit persönlicher Ansprache durch das Personal einhergeht. Sie wollen, dass man sich Zeit für sie nimmt und erwarten Service. Viele sind bis ins hohe Alter mobil, an neuen Erfahrungen interessiert und kaufkraftstark. Auch als Singles wollen sie dabei nicht allein sein. So ist Wohnen in der Stadt zunehmend gefragt, dient Einkauf auch der Begegnung mit anderen Menschen und werden überschaubare Versorgungsstrukturen in Wohnortnähe bevorzugt.

„Smart-Shoppen“: Discount und Luxus sind kein Widerspruch mehr

Grundbedürfnisse sollen effizient und preisgünstig erfüllt werden, das gesparte Geld kann dann für Luxus ausgegeben werden. Aber auch da muss das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen. Traditionelle Verhaltensmuster verschwinden: Der Konsument schlüpft ständig in andere Identitäten - er sucht einerseits das ultimative Sonderangebot, andererseits Erlebnisse, Freundlichkeit und Bequemlichkeit. Für Marken wird nicht automatisch mehr ausgegeben. Hinzu kommt auch, dass nur rd. 40 % der Haushalte so kaufkraftstark sind, dass sie ihre Konsumwünsche weitgehend erfüllen können, der größere Rest der Bevölkerung muss sich zwangsläufig zurückhalten.

Dabei ist davon auszugehen, dass die **Polarisierung der Märkte** weiter anhält. Wie die Entwicklung der Umsatzanteile nach Preislagen im Deutschen Einzelhandel seit Mitte der 1990-er Jahre zeigt, ist eine kontinuierlich schrumpfende Mitte festzustellen. Gleichzeitig und kontinuierlich ist ein stabiler Sockel des gehobenen und des Luxuskonsums festzustellen, der jeweils unverändert bei 4 % bis 5 % des Gesamtkonsums liegt.

Das „Abschmelzen“ der Mitte, also Produkten mittlerer Qualitäts- bzw. Leistungsstufe auf einem mittleren Preisniveau geschieht zugunsten von Discount- und insbesondere „Pseudo-Discount“¹¹ - orientierten Angebotsformen. Deutlich zu beobachten ist diese Verschiebung innerhalb der Nachfragemuster der Bevölkerung im Rahmen der Kaufhauskrise, die sich seit dem Jahr 2007 in Deutschland deutlich abzeichnet.

Der am stärksten von einer Schrumpfung betroffene „mittlere“ Leistungsmix wird insbesondere von Kauf- und Warenhäusern vorgehalten. In vielen Fällen kann er sich einerseits gegen (saisonale)

¹¹ Pseudo-Discount-orientierte Angebotsformen setzen dabei auf umfangreiche Werbemaßnahmen, die dem Kunden ein besonders preiswertes Angebotsspektrum vermitteln. Die tatsächliche Preisführerschaft ist dabei allerdings nur bei ausgewählten einzelnen Produkten gegeben, über die umfangreiche Kommunikationspolitik wird dieses „Image“ jedoch auf das gesamte Warenangebot zu übertragen versucht, was zu einer hohen Marktabschöpfung beiträgt.

besonders preisaggressive Discountangebote sowie andererseits gegen Top- und Premium-Produkte, die einen entsprechenden „Mehrwert“ liefern, nicht behaupten.

Im Zuge dieser Angebotspolarisierung sind im Einzelhandel, insbesondere aus immobilienwirtschaftlicher Perspektive, weitere Trends zu erkennen bzw. abzuleiten. Einerseits ist eine, auch auf veränderten Wohnbedürfnissen gründende „Wiederentdeckung der Innenstadt“ festzustellen. Investoren in Einzelhandelsimmobilien suchen wieder in verstärktem Maß nach innerstädtischen Investitionsmöglichkeiten anstelle nicht-integrierter, insbesondere solitärer Fachmarktstandorte. Andererseits sind Teilsegmente des Einzelhandels durch ein anhaltendes Flächenwachstum gekennzeichnet. Dies trifft insbesondere auf preisorientierte Angebotsformen zu, die im Bereich von Qualitäts- und sonstigen Leistungsmerkmalen dem etablierten Wettbewerb (inhabergeführter Einzelhandel, Facheinzelhandel, Verbundgruppen) unterlegen sind.

2.2 Konsequenzen für den Einzelhandel

Die BBE Marktforschung geht unter Würdigung der skizzierten Trends bis zum Jahr 2020 von folgender **Entwicklung für die einzelnen Warengruppen** aus¹²:

- Nominal wird der Einzelhandelsumsatz geringfügig wachsen. Im Rahmen einer so langfristigen Betrachtung bewegt sich dieser Wert in der Mitte einer Prognose-Bandbreite von rd. 330 bis 420 Mrd. €, die bei Annahme verschiedener Szenarien aus heutiger Sicht denkbar erscheint. Dennoch gilt als gesichert, dass reale Zuwächse nur in begrenztem Maße zu erwarten sind.
- Der „Food“-Bereich – Nahrungs- und Genussmittel sowie sonstiger kurzfristiger Haushaltsbedarf (Tiernahrung, Reinigungsmittel, Blumen) kann - gemessen am Einzelhandelsdurchschnitt - trotz anhaltendem Preiswettbewerb leicht überdurchschnittlich wachsen. Die Konsumenten werden tendenziell gesünder/besser essen – Bio-Produkte und Convenience/ Out of Home bewirken vor allem ein qualitatives Wachstum, hingegen werden keine größeren Mengen nachgefragt.
- Die Entwicklung zeigt vor allem bei Bekleidung/Wäsche/Strickwaren und Schuhen nach unten. Dazu tragen ein rückläufiger Mengenverbrauch und der Trend zu preiswerter Bekleidung bei.
- Das Segment Einrichtung/Haushalt könnte bei steigendem Haushaltsbestand mit 10 % leicht überdurchschnittlich wachsen, vor allem bezogen auf Möbel/Einrichtung und auch Hausgeräte/Beleuchtung inkl. sanitäre Haustechnik. Impulse gehen dabei von neuen Technologien und vom Trend zum Rückzug ins eigene Heim aus. Hausrat/Eisenwaren und Heimtextilien legen dagegen nur unterdurchschnittlich zu.
- Allenfalls geringes Wachstum ist im Bereich Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf bei anhaltend hartem Wettbewerb der großen Filialisten im Handel zu erwarten. Impulse kommen aber aus dem Freizeitbereich, auch wirken zunehmende Haushaltszahlen begünstigend.
- „Consumer Electronics“ zählen trotz anhaltend ruinöser Preiskämpfe nach wie vor zu den Wachstumssegmenten. Im Einzelnen fallen darunter: klassische Unterhaltungselektronik, PC/Zubehör und Telekommunikation, bespielte Bild- und Tonträger, PC- und Videospiele/Software sowie aus dem Fotobereich Digitalkameras. Mit Blick auf die steigende Zahl von "Home Offices" wird voraussichtlich auch der Bürobedarf gute Zuwächse haben. Unterdurchschnittlich wird hingegen der Fotobereich -ohne Digitalkameras- zulegen.
- Bei den übrigen Sortimenten wird es nur leichtes Wachstum geben, vor allem beeinflusst von Körperpflege/Kosmetika und stark steigenden Ausgaben für Gesundheit. Auch Sport- und Spielwaren werden sich mit Blick auf das wachsende Freizeitsegment steigern können.

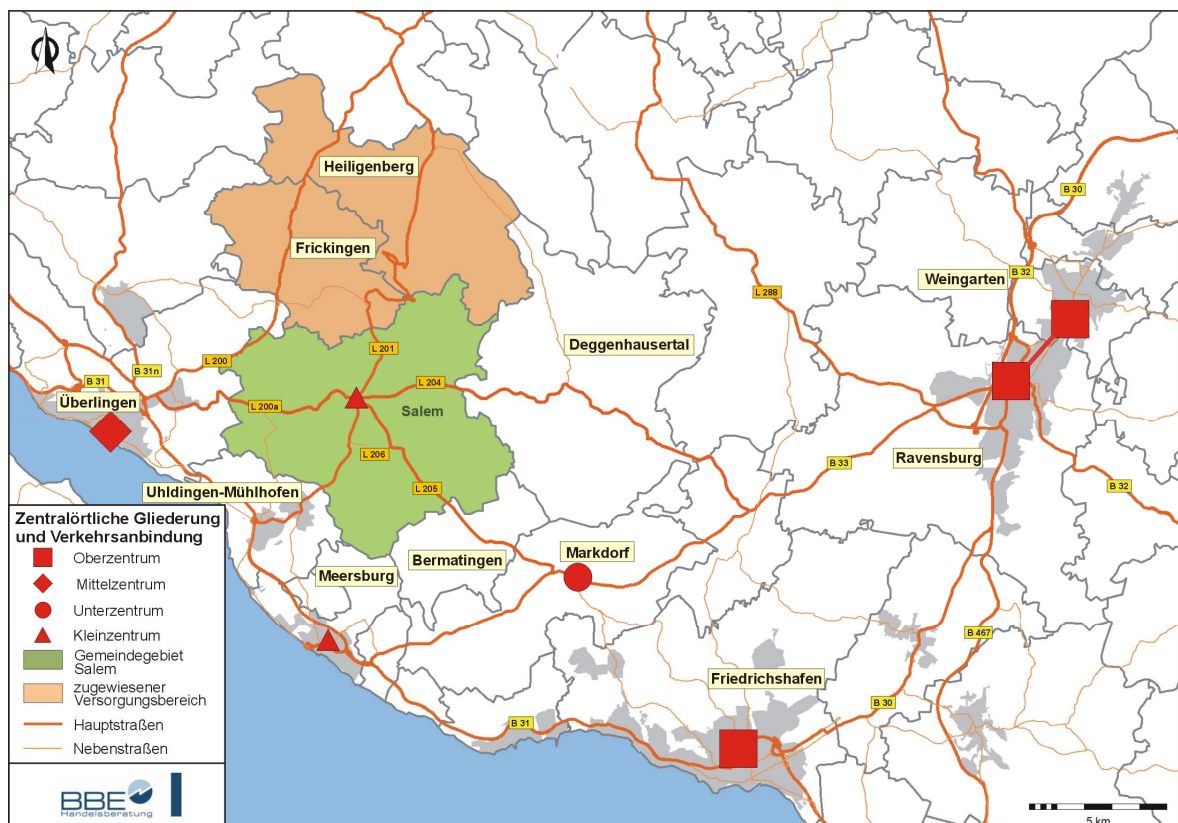
¹² Vgl. BBE-Zukunftsstudie „Quo Vadis, Konsum?“

3 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Salem

3.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

Die Gemeinde Salem liegt zentral im westlichen Teil des Landkreises Bodenseekreis, der zum dritten Quartal 2009 über eine Bevölkerungszahl von etwa 209.000 verfügt.¹³ Im Norden grenzt das Gemeindegebiet Salems an die Gemeinden Frickingen und Heiligenberg, östlich schließen sich die Gemeinden Deggenhausertal und Bermatingen an Salem an. Im Süden von Salem befinden sich die Stadt Meersburg und die Gemeinde Uhdingen-Mühlhofen, während sich westlich die Stadt Überlingen an das Gemeindegebiet anschließt.

Abb. 1: Zentralörtliche Gliederung des Raumes und verkehrliche Erreichbarkeit



Quelle: eigene Darstellung

Als im Regionalplan der Region Bodensee-Oberschwaben definiertes Kleinzentrum soll Salem maßgeblich den „häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarf“ innerhalb des zugewiesenen Ver-

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

flechtungsbereiches bedienen. Diesbezüglich ist der Gemeinde Salem ebenfalls die Versorgungsfunktion für die angrenzenden Gemeinden Frickingen und Heiligenberg zugewiesen. Durch die Lage im Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Überlingen ist zudem der Bedarf der Bevölkerung mit überörtlichen Versorgungsangeboten und Dienstleistungen sichergestellt.

Die Gemeinde Salem ist über ein dichtes Netz aus qualifizierten Landstraßen an die Umlandgemeinden angebunden. Während die L 201 das Gemeindegebiet in Nord-Süd-Richtung quert und damit sowohl eine Anbindung der nördlich gelegenen Gemeinden Heiligenberg und Frickingen als auch das südlich gelegene Uhdingen-Mühlhofen an die Gemeinde Salem darstellt, übernehmen die Landstraßen L 205 bzw. L 200a wichtige Erschließungsfunktion für die östlich gelegene Umlandkommune Bermatingen bzw. die Stadt Markdorf sowie das westlich gelegene Mittelzentrum Überlingen. Zudem ist über die L 204 die östlich gelegene Nachbargemeinde Deggenhausertal an Salem verkehrlich angeschlossen.

Somit verfügt die Gemeinde zwar weder über einen Autobahnanschluss noch eine das Gemeindegebiet querende Bundesstraße, nichtsdestotrotz kann die überregionale verkehrliche Erreichbarkeit als sehr gut bezeichnet werden.

Daneben stellt der im Ortsteil Mimmenhausen gelegene Bahnhof über die dort verkehrende „Bodenseegürtelbahn“ des Bodensee-Oberschwaben Verkehrsverbundes (kurz: bodo) einen Anschluss an den DB-Regionalverkehr dar. Hier verkehrt wochentags im Stundentakt die Linie 731 mit folgendem Verlauf:

- 731: Radolfzell – Ludwigshafen – Überlingen - Markdorf(Baden) - Friedrichshafen Stadt - Lindau

Einen Übergangspunkt zum überregionalen Schienenverkehr (IC, IRE) bildet dabei der Hauptbahnhof des Oberzentrums Friedrichshafen. Von hier aus können Ziele wie Ulm, Stuttgart oder Innsbruck direkt angefahren werden.

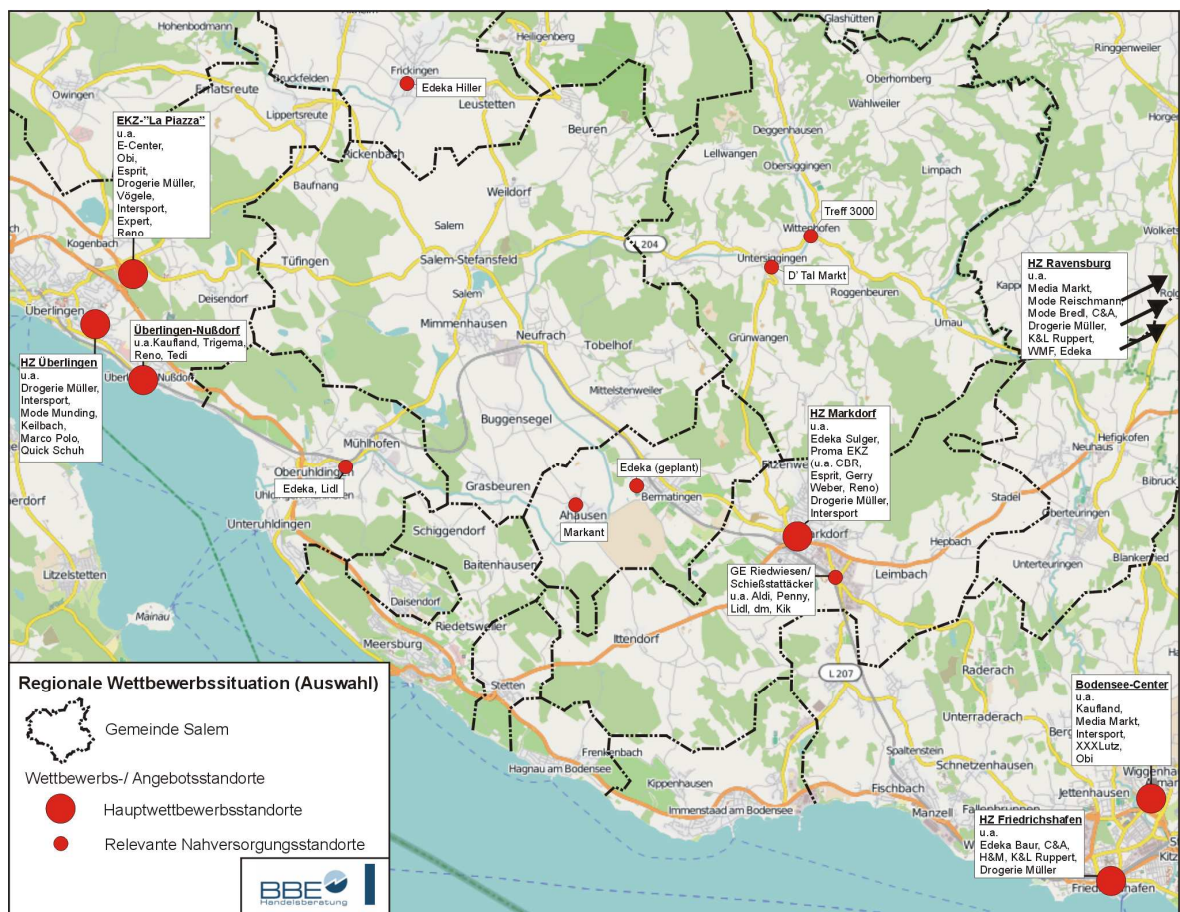
Der ÖPNV der Gemeinde ist darüber hinaus über ein dichtes Busliniennetz an die umliegenden Städte und Kommunen angebunden, die gleichzeitig auch wichtige Erschließungsfunktion zwischen den einzelnen Ortsteilen der Gemeinde Salmen darstellen. Im Einzelnen handelt es sich um folgende, ebenfalls durch den Verkehrsverbund Bodensee-Oberschwaben betriebenen Verbindungen:

- 7379: Überlingen - Owingen - Frickingen - Heiligenberg
- 7381: Überlingen - Salem - Deggenhausertal
- 7396: Immenstaad - Markdorf - Salem - Überlingen / Heiligenberg - Frickingen
- 7597: Heiligenberg / Frickingen - Salem – Überlingen / Meersburg

3.2 Regionale Wettbewerbssituation

Das Einzelhandelsangebot der Gemeinde Salem steht sowohl mit den vorgehaltenen Angeboten in den Umlandgemeinden Überlingen und Markdorf als auch den nahegelegenen Oberzentren Friedrichshafen und Ravensburg in Wettbewerbsbeziehungen. Die aus Sicht der BBE wesentlichen Wettbewerbsstandorte sollen im Folgenden kurz skizziert werden.

Abb. 2: Regionale Wettbewerbssituation



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: www.openstreetmaps.de

3.2.1 Stadt Ravensburg

Luftlinie rd. 24 km von der Gemeinde Salem entfernt, stellt das Oberzentrum Ravensburg neben Friedrichshafen einen der wichtigsten Einzelhandelsstandorte der Region dar. Der ansässige Einzelhandel verfügt über eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 158.000 qm, auf der ein Einzelhan-

delsumsatz in Höhe von rd. 510 Mio. EUR erwirtschaftet wird. Bei einer Kaufkraft von rd. 280 Mio. EUR lässt sich eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 180 % errechnen – deutliches Anzeichen für die Ausstrahlungskraft des dort ansässigen Einzelhandels.¹⁴

Neben dem Hauptzentrum in der Innenstadt befindet sich in der räumlich separierten Weststadt ein zusätzliches Stadtteilzentrum. Der Angebotsschwerpunkt liegt eindeutig in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten: Wichtigste Anbieter sind ein sehr attraktiver Feneberg Supermarkt (rd. 900 qm Verkaufsfläche) sowie ein Penny Discountmarkt mit rd. 400 qm. Des Weiteren befindet sich an der Bundesstraße B 33 ein solitär gelegener Edeka Verbrauchermarkt auf einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 qm, der gemeinsam mit weiteren Fachmarktnutzungen (u.a. Spielzeugfachmarkt Toys'R'us, Reitsport Loesdau) das „Fachmarktzentrum Weststadt“ bildet. Darüber hinaus existieren mehrere überörtlich bedeutsame Einzelhandelsstandorte, die vornehmlich an verkehrlich gut erreichbaren Standorten entlang der Bundesstraßen B 30 bzw. B 33 verstandortet sind. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um großflächige Angebotsformate von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (bspw. Möbel Rundel an der B 30; Bauhaus/Obi/Dehner Gartencenter im Gewerbegebiet Bleiche etc.).

Anteilmäßig kommt dem Einzelhandel innerhalb des hochverdichteten Kernstadtbereichs eine große Bedeutung zu. Rund 59.000 qm bzw. etwa ein Drittel der Verkaufsfläche entfällt auf den Innenstadtbereich, der mit seiner historisch geprägten Struktur bei gleichzeitig sehr attraktivem Einzelhandelsbesatz eine hohe Aufenthaltsqualität besitzt. Magnetbetriebe der Ravensburger Innenstadt sind die beiden großen Textilanbieter Reischmann und Bredl mit jeweils über 4.000 qm Verkaufsfläche sowie C&A, K&L Ruppert, Media-Markt, Drogerie Müller und Maurer Wohnen mit jeweils mehr als 2.000 qm Verkaufsfläche. Daneben verleiht eine Vielzahl an inhabergeführten Fachgeschäften der Ravensburger Innenstadt eine große Individualität, so dass hier von einer hohen Einkaufsattraktivität auszugehen ist. Insgesamt konzentrieren sich rd. 320 Einzelhandelsbetriebe auf das Ravensburger Zentrum, deren Angebotsschwerpunkt eindeutig in den zentrenrelevanten Sortimenten – allen voran Bekleidung, Sport und Unterhaltungselektronik – auszumachen ist.

Die Fahrzeit von Salem bis in die Innenstadt von Ravensburg beträgt rd. 35 Minuten.¹⁵

3.2.2 Stadt Friedrichshafen

Von Salem rund 20 km entfernt befindet sich das Oberzentrum Friedrichshafen mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 123.000 qm, auf der ein Umsatz von etwa 450 Mio. EUR erwirtschaftet wird.

¹⁴ Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben (2009)

¹⁵ Alle Fahrzeitangaben in diesem Kapitel sind mit Microsoft AutoRoute berechnet worden. Ausgangspunkt aller Berechnungen ist der Standortbereich der „Neuen Mitte“ in Mimmenhausen.

Bei einer Kaufkraft von rd. 330 Mio. EUR ergibt sich mit rd. 137 % eine Umsatz-Kaufkraft-Relation, die ebenfalls auf eine überdurchschnittliche Zentralität und überregionale Funktion des Einzelhandels der Stadt Friedrichshafen schließen lässt.

Rd. 24.000 qm des Gesamtverkaufsflächenbestandes befinden sich im unmittelbar am Bodensee-ufer gelegenen Hauptzentrum. Im Vergleich zur Innenstadt des benachbarten Oberzentrums Ravensburg ist der Einzelhandelsbesatz des Stadtkerns von Friedrichshafen deutlich kleinteiliger strukturiert, wenngleich mit dem neu eröffneten Edeka Verbrauchermarkt am Romanshorner Platz (3.800 qm)¹⁶ sowie den Textilfilialisten C&A (rd. 2.800 qm), K&L Ruppert (1.900 qm) und H&M (1.400 qm) auch größere Angebotsformate im Innenstadtbereich ansässig sind.

Zweiter bedeutender Einzelhandelsstandort neben der zentralen Innenstadt ist das 2003 eröffnete „Bodensee-Center“ im östlichen Stadtgebiet von Friedrichshafen. In der Nähe zum Kreuzungsbe- reich der Bundesstraßen B 30 und B 31, und somit überörtlich sehr gut erreichbar, befindet sich ein interessanter Betriebstypen- und Branchenmix auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 50.000 qm. Neben rd. 30.000 qm nicht-zentrenrelevanter Sortimente werden auf einer Fläche von rd. 15.000 qm zentrenrelevante Sortimente vorgehalten. Das Einzelhandelsangebot wird durch eine Vielzahl an unterschiedlichen Freizeit- und Gastronomieangeboten (Kino, Bowling, Fitness-Center) noch ergänzt. Die größten Betriebe im Bodensee-Center sind die Möbelhäuser XXXLutz und Möbe-lix, der Baumarkt Obi, ein Kaufland Verbrauchermarkt sowie ein großer Elektronikfachmarkt (Media Markt).

Aus Salem beträgt die Fahrzeit bis ins Friedrichshafener Hauptzentrum rd. 24 Minuten, das Boden-see-Center ist in etwa der selben Zeit zu erreichen.

3.2.3 Stadt Überlingen

Das Mittelzentrum Überlingen, rd. 10 km südwestlich der Gemeinde Salem gelegen, verfügt über eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 40.400 qm, auf denen ein Einzelhandelsumsatz von rd. 175 Mio. EUR getätigt wird. Bei einem vorhandenen Kaufkraftpotenzial von rd. 130 Mio. EUR entspricht dies einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 135 % und ist Zeichen der hohen Ausstrahlungskraft des Überlinger Einzelhandels in die Region.

In Überlingen sind drei wesentliche Angebotsstandorte auszumachen, die für die Salemer Bevölke- rung von besonderer Bedeutung sein dürften.

Zum einen handelt es sich um den gewachsenen Haupteinkaufsbereich in der historischen Stadt- mitte von Überlingen. Hier sind rd. 150 Einzelhandelsbetriebe vorhanden, die über eine Gesamtver-

¹⁶ Ehemaliges Marktkauf SB-Warenhaus

kaufsfläche von rd. 13.700 qm verfügen. Eindeutiger Angebotsschwerpunkt ist das Bekleidungs-/Schuhsegment, das mit rd. 5.500 qm rd. 40 % der vorgehaltenen Einzelhandelsflächen belegt. Magnetbetrieb ist u.a. der 2009 eröffnete Drogeriemarkt Müller, der auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.500 qm neben dem Kernsortiment Drogeriewaren/Parfümerie auch in den entsprechenden Fachabteilungen die Sortimente Multimedia/Elektronik, Spielwaren und Schreibwaren vorhält.

Daneben verfügt das Mittelzentrum Überlingen über das verkehrlich sehr gut zu erreichende, solitär gelegene Einkaufszentrum „La Piazza“ im nordöstlichen Stadtgebiet. Von Salem aus ist der Angebotsstandort über die L 200a in rd. 7 km bzw. einer Fahrzeit von rd. 11 Minuten zu erreichen. Wesentliche Anbieter sind ein Obi-Baumarkt, ein E-Center, Intersport sowie mehrerer Anbieter aus dem Mode- bzw. Schuhsegment (u.a. Charles Vögele, Mister+Lady, Reno). Darüber hinaus ist das Einkaufszentrum um den Elektronikanbieter Experts, eine Drogerie Müller sowie das Dänische Bettenlager ergänzt worden. Diese befinden sich in einem räumlich getrennten Gebäuderiegel entlang der Lippertsreuter Straße. Insgesamt dürfte sich der Gesamtverkaufsflächenbestand an diesem Angebotsstandort auf nun über 10.000 qm belaufen.

Dritter Wettbewerbsstandort in der Stadt Überlingen mit Bedeutung für die Gemeinde Salem sind die rd. 9 km bzw. rd. 12 PKW-Minuten entfernt liegenden Angebote in Überlingen-Nußdorf. In Standortunion mit dem dort ansässigen Kaufland SB-Warenhaus befinden sich zudem Angebote aus den Bereichen Elektronik (Bommer), (Sport-)Bekleidung (Trigema), Schuhe (Reno) und Haushaltswaren (Tedi).

3.2.4 Stadt Markdorf

Die Stadt Markdorf, knapp 9 km von Salem gelegen und über die L 205 in rd. 11 Minuten sehr gut verkehrlich zu erreichen, übernimmt in ihrer ausgewiesenen Funktion als Unterzentrum die Aufgabe, den häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarf an Gütern und Dienstleistungen zu decken. Zu ihrem Versorgungsbereich gehören neben dem eigenen Stadtgebiet die Gemeinden Bermatingen, Deggenhausertal und Oberteuringen.

Insgesamt verfügt die Stadt Markdorf über einen Einzelhandelsfläche von rd. 13.700 qm. Bedeutendste Einzelhandelslage im Stadtgebiet ist dabei die zentral gelegene Marktdorfer Stadtmitte. Wird die im „Regionalen Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben“ dargestellte Abgrenzung zu Grunde gelegt, befinden sich mit 81 Betrieben rd. 60 % der Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Marktdorfer Zentrums.

Die Marktdorfer Innenstadt wird zum einen von den für die Nahversorgung bedeutsamen Sortimenten „Nahrungs- und Genussmittel“ und Drogeriewaren und zum andern von dem zentrenrelevanten

Leitsortiment „Bekleidung“ stark geprägt. Mit rd. 2.700 qm Verkaufsfläche bzw. rd. 27 % des vorhandenen Verkaufsflächenbestand in der zentralen Stadtmitte entfallen jeweils gut ein Viertel auf die Segmente Lebensmittel/Drogeriewaren bzw. Bekleidung.

Der hohe Anteil im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren erklärt sich maßgeblich durch den dort ansässigen Edeka Supermarkt (Edeka Sulger) sowie die dort vorhandenen Drogeriemärkte (Drogerie Müller, Ihr Platz, Schlecker).

Im Bereich Bekleidung kann vor allem auf die entsprechenden Angebotsformate im ProMa-Einkaufszentrum (u.a. Gerry Weber, CBR, Esprit, Reno) verwiesen werden. Daneben sind allerdings noch zahlreiche, oftmals inhabergeführte Modegeschäfte im Innenstadtbereich ansässig, die das Textilsegment kompetent anbieten.

Zweiter bedeutender Einzelhandelsstandort neben der Stadtmitte sind die losen Besitzstrukturen entlang der L 207 (Zeppelinstraße) bzw. den angrenzenden Gewerbegebieten, die sich südöstlich an den Hauptsiedlungskörper anschließen. Hier haben sich einige, oftmals knapp unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit agierende Fachmärkte niedergelassen.

Im Kreuzungsbereich von Bundesstraße B 33 (Ravensburger Straße) und L 207 (Zeppelinstraße) befindet sich das sogenannte „Gehrenberg Zentrum“. Neben einem rd. 850 qm großen Edeka Supermarkt ist dort zudem der „B+K“-Küchenspezialist ansässig. Benachbart, aber aufgrund der Anfahrbarkeitssituation sowie jeweils eigener Stellplatzanlagen als separater Standort zu werten, befindet sich ein rd. 640 qm großer Norma Lebensmitteldiscountmarkt.

Über die „Daimlerstraße“ ist sowohl der Standortbereich von Norma als auch der des Gehrenberg-Zentrums an das westlich der Zeppelinstraße gelegene Gewerbegebiet „Schießstattäcker“ angebunden. Hier wurde im Bereich des Schießstattwegs seit dem Jahr 2000 ein solitäres Fachmarktzentrum entwickelt. Neben einem rd. 800 qm großen Lidl Lebensmitteldiscounter und einem rd. 550 qm großen dm-Drogeriemarkt befindet sich dort zudem eine rd. 480 qm große Filiale des Textilanbieters Kik. Darüber hinaus wurde im Frühjahr diesen Jahres die bislang leerstehende Einzelhandelsfläche zwischen Kik und dm durch einen Tierfachmarkt (Das Futterhaus) belegt.

Südlich der Fachmarkttagglomeration am Schießstattweg befindet sich darüber hinaus eine solitär gelegene Filiale des Lebensmitteldiscounters Aldi. Diese verfügt von der Zeppelinstraße aus über eine gute Werbesichtanbindung, ist allerdings nur mittelbar über die Rudolf-Diesel-Straße anfahrbar.

Östlich der Zeppelinstraße erstreckt sich das Gewerbegebiet „Riedwiesen“. Hier befindet sich der über die Planckstraße anfahrbare und gut wahrnehmbare Standortverbund von Penny Lebensmitteldiscounter und Gefako Getränkefachmarkt.

3.2.5 Sonstige relevante Wettbewerbsstandorte

Bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind neben den bereits erwähnten Angebotsstandorten in Überlingen-Nußdorf (Kaufland), dem „La Piazza“-Einkaufszentrum in Überlingen (E-Center, dm) bzw. den Angeboten in Markdorf auch weitere Versorgungsstrukturen von Relevanz.

Vor allem der 2009 eröffnete Verbundstandort von Edeka-Supermarkt und Lidl-Discountmarkt im benachbarten Oberuhldingen ist hierzu zu zählen. Von Salem aus ist dieser Angebotsstandort in rd. 6 Minuten zu erreichen.

Auch die nahversorgungsrelevanten Angebote in den Nachbargemeinden Deggenhausertal (Treff 3000, D'Talmarkt) und Frickingen (Edeka Hiller) sind insofern relevant, als dass durch diese Angebote die jeweils vorhandene gemeindliche Kaufkraft in hohem Maße am Ort gebunden wird und hohe Kaufkraftzuflüsse aus diesen Gemeinden somit nicht zu erwarten sind.

Gleiches gilt für die Nachbargemeinde Bermatingen, die im Ortsteil Ahhausen über einen kleinen Markt Lebensmittel laden verfügt. Zudem ist im Ortsteil Bermatingen die Ansiedlung eines nicht großflächigen Supermarktes geplant, der bereits im kommenden Jahr eröffnet werden soll.

Zwischenfazit:

Der Salemer Einzelhandel ist einem hohen regionalen Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Dies gilt sowohl für mittel- und langfristige Bedarfsgüter als auch für die des kurzfristigen Bedarfes (v.a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

Bedeutendste Angebotsstandorte im unmittelbaren Umfeld der Gemeinde Salem sind zum einen das Mittelzentrum Überlingen sowie das Unterzentrum Markdorf. Neben den beiden Innenstädten dürfte vor allem das Einkaufszentrum „La Piazza“ in Überlingen von der Salemer Bevölkerung aufgesucht werden. Mit Fahrzeiten von 10 bis 15 Minuten sind diese zudem vergleichsweise schnell zu erreichen.

Dominiert wird die Bodenseeregion allerdings von dem gemeinsamen Oberzentrum Friedrichshafen und Ravensburg/Weingarten mit ihren umfassenden Einzelhandelsangeboten.

Aufgrund der festgestellten Umlandstrukturen ist davon auszugehen, dass der Salemer Einzelhandel somit in erster Linie die eigene Bevölkerung ansprechen dürfte. Kaufkraftzuflüsse sind allenfalls noch von der nördlich gelegenen Gemeinde Heiligenberg zu erwarten, für die Salem der nächstgelegene und verkehrlich gut angeschlossene Einzelhandelsstandort darstellt, während die Gemeinden Frickingen und Uhldingen mehrheitlich auf die Stadt Überlingen sowie die Gemeinden Bermatingen und Deggenhausertal auf die Stadt Markdorf orientiert sein dürften.

3.3 Siedlungsstruktur der Gemeinde Salem

Die Gemeinde Salem setzt sich aus 11 Teilorten im Salemer Tal zusammen und weist somit eine dezentrale Siedlungsstruktur auf. Alle Teilorte sind durch siedlungsstrukturelle Zäsuren z.T. deutlich voneinander abgegrenzt. Zu den vier Siedlungsschwerpunkten der Gemeinde gehören Mimmenhausen (ca. 3.080 Ew.), Neufrach (ca. 2.200 Ew.), Beuren (ca. 1.730 Ew.) und Salem-Stefansfeld (ca. 1.110 Ew.). Die sieben weiteren Ortschaften sind überwiegend ländlich strukturiert und weisen Einwohnerzahlen zwischen 230 und 810 Personen auf. Insgesamt leben rund 11.200 Menschen in Salem.

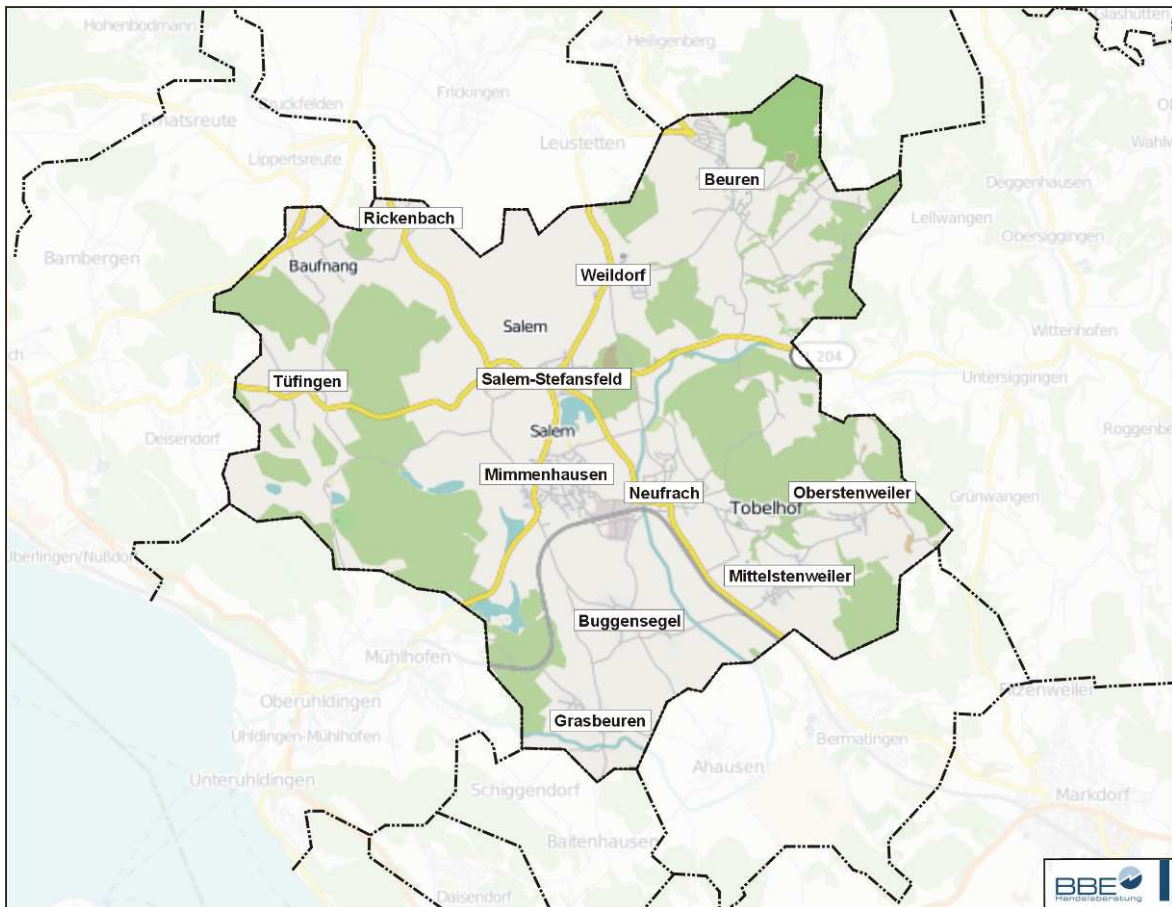
Zusammen mit den Gemeinden Frickingen und Heiligenberg umfasst der Verflechtungsbereich rund 17.000 Einwohner.

Die Bevölkerung verteilt sich dabei wie folgt:

Tabelle 1: Einwohner nach Gemarkungen

Ortsteil	Einwohner absolut	Einwohner in %
Mimmenhausen	3.084	28
Neufrach	2.195	20
Beuren	1.730	15
Salem-Stefansfeld	1.114	10
Weildorf	805	7
Mittelstenweiler	657	6
Grasbeuren	368	3
Oberstenweiler	361	3
Buggensegel	337	3
Tüfingen	310	3
Rickenbach	227	2
Gesamt	11.188	100

Quelle: Gemeinde Salem, Stand: 31.05.2011;
Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 3: Siedlungsstruktur Salem


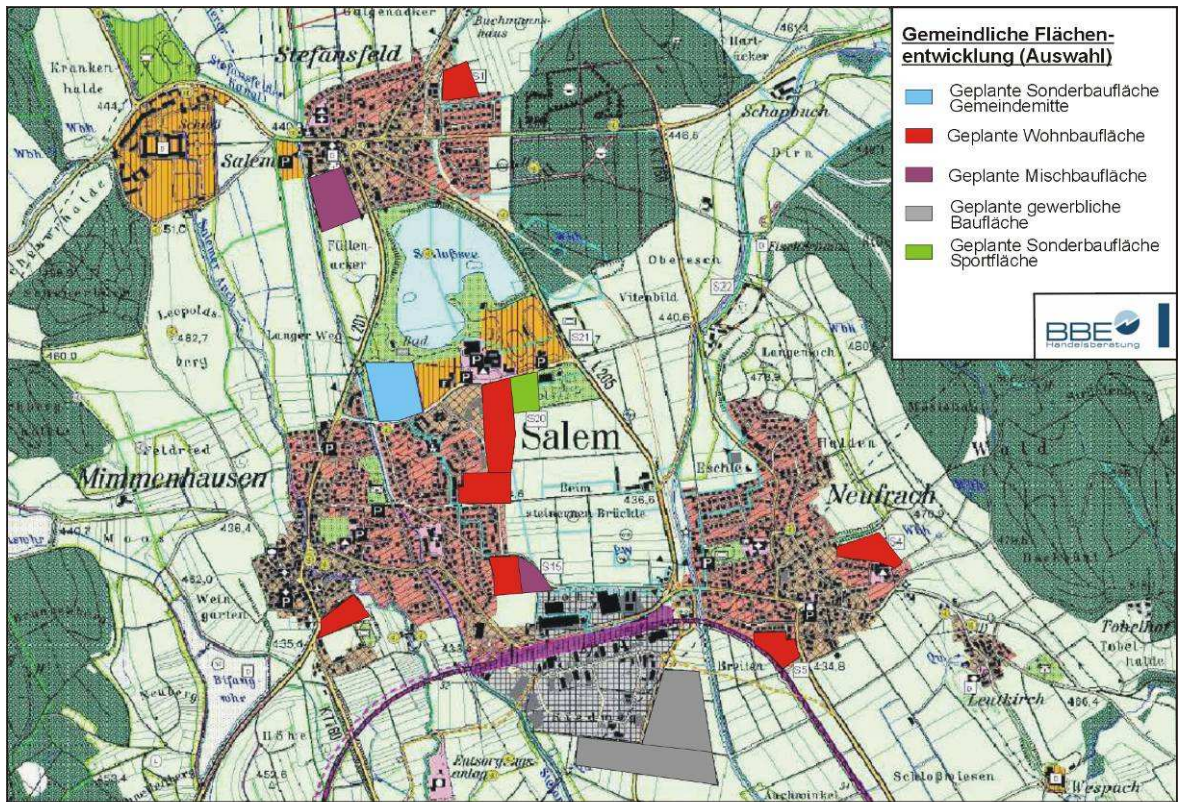
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: www.openstreetmaps.de

Zwischenfazit:

Kennzeichnend für die Siedlungsstruktur ist demnach eine starke Konzentration auf die den zentral gelegenen Schlossee umgebenden Teilorte Salem-Stefansfeld, Mimmenhausen und Neufrach. Diese können daher als Kernorte der Gemeinde bezeichnet werden. Hier leben rd. 58 % der Bevölkerung.

Auch die zukünftige Siedlungsentwicklung der Gemeinde Salem sieht eine weitere Konzentration auf diesen „Kernraum“ vor. Nahezu alle neu ausgewiesenen Bauflächen im aktuellen Flächennutzungsplan befinden sich in den drei zentral gelegenen Ortsteilen.

Abb. 4: Flächenentwicklung der Gemeinde Salem



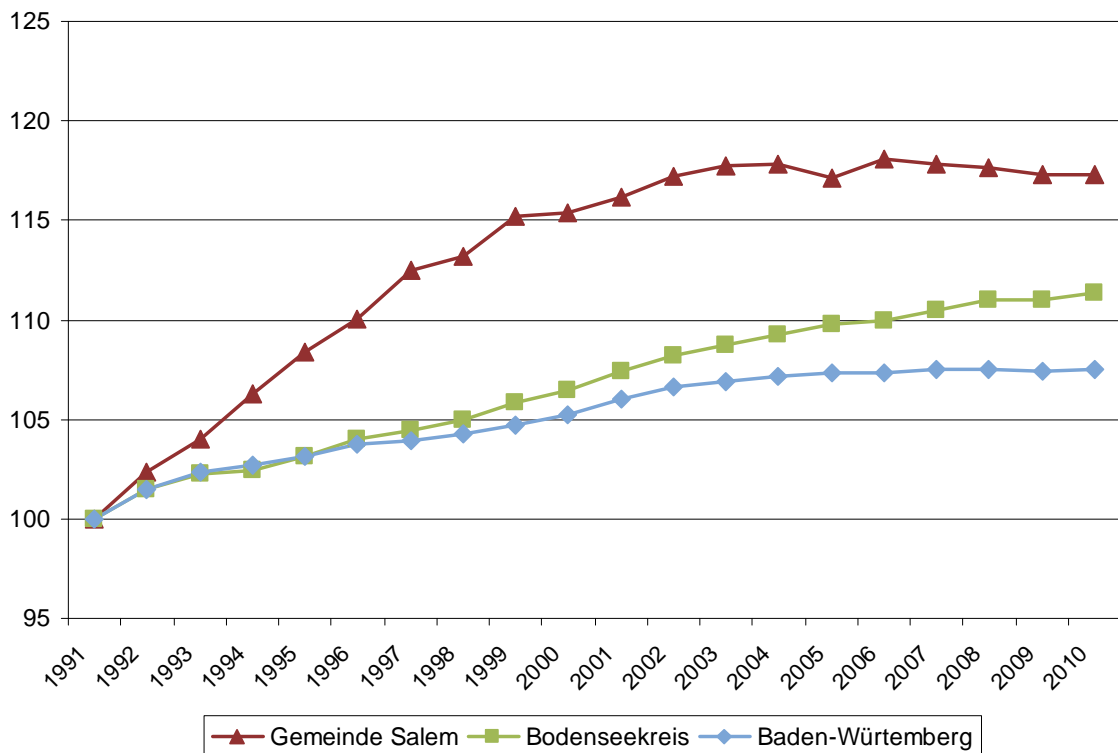
Quelle: Flächennutzungsplan der Gemeinde Salem

3.4 Demographische Strukturen

Zum 31.05.2011 weist die Gemeinde eine Bevölkerung von rd. 11.190 Einwohnern auf. Seit 1991 kann dabei eine stabile Bevölkerungszunahme verzeichnet werden, die deutlich über der fast ausnahmslos positiven Entwicklung auf Landkreis- und Bundeslandebene liegt. Allein im Zeitraum zwischen 1991 und 2010 konnte im Kleinzentrum Salem ein Bevölkerungswachstum um mehr als 15 % festgestellt werden.

Allerdings ist klar erkennbar, dass der Großteil der Bevölkerungszunahme bereits in den 1990er Jahren stattgefunden hat. Seit 2002 ist die Bevölkerungszahl der Gemeinde dagegen nahezu stabil.

Abb. 5: Einwohnerentwicklung in Salem und Vergleichsräumen 1991-2010 (1991 = 100 %)

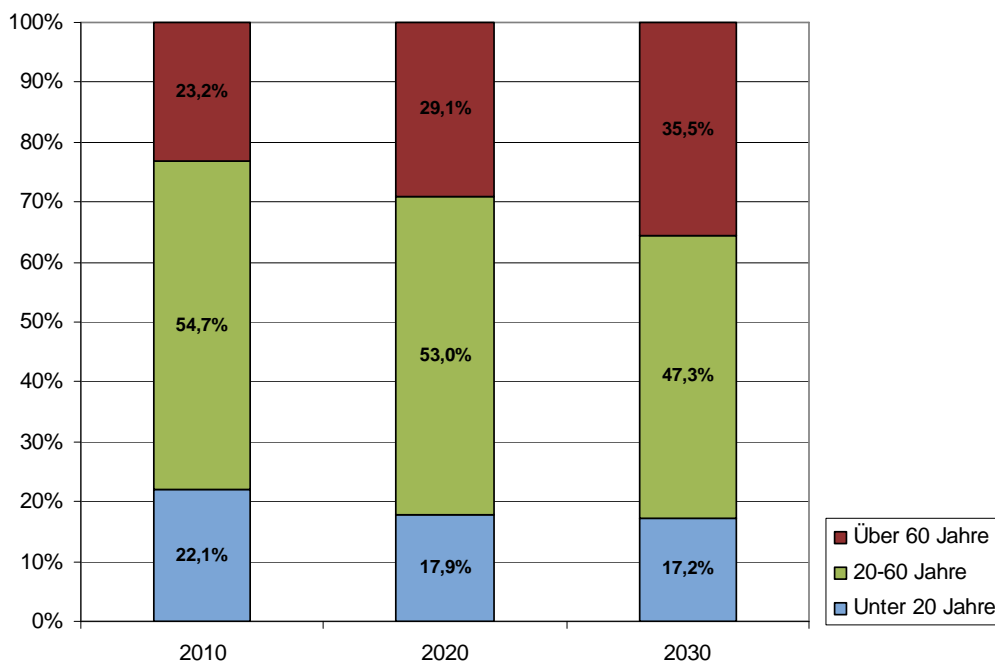


Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand 17.05.2010

Das Statistische Landesamt Baden-Württemberg prognostiziert für die zukünftige Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Salem bis zum Jahr 2030 (mit Wanderungen) einen Bevölkerungsrückgang um rd. 5 %. Unter Berücksichtigung der neu ausgewiesenen Wohnbauflächen in der Gemeinde Salem kann zukünftig somit bestenfalls von einer stabilen Einwohnerzahl ausgegangen werden; wahrscheinlich ist aber von einer leicht rückläufigen Bevölkerungszahl auszugehen.

Neben der quantitativen Entwicklung der Bevölkerungszahl werden sich in Folge des demographischen Wandels darüber hinaus deutliche Verschiebungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung vollziehen. Dabei wird der Anteil der Personen unter 20 Jahren von 22,1 % auf 17,9 % im Jahr 2020 bzw. 17,2 % im Jahr 2030 sinken. Deutlicher wird dagegen langfristig die prozentuale Abnahme des Anteils von Personen im erwerbsfähigen Alter ausfallen. Hier prognostiziert das Landesamt ausgehend von rd. 54,7 % im Jahr 2010 eine Reduktion um zunächst 1,7 Prozentpunkte bis 2020 bzw. um weitere 5,7 Prozentpunkte bis 2030 auf dann nur noch 47,3 %. Insgesamt wird somit der Anteil der über 60-Jährigen von rd. 23,2 % im Jahr 2010 auf über 35 % im Jahr 2030 stark anwachsen, während jüngere Bevölkerungsgruppen anteilmäßig an Bedeutung verlieren.

Abb. 6: Altersstruktur der Bevölkerung in Salem in den Jahren 2010, 2020 und 2030 im Vergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Zwischenfazit:

Unter Zugrundelage der Prognosen des Statistischen Landesamtes kann bis zum Jahr 2030 bestenfalls von einer stabilen Bevölkerungszahl ausgegangen werden.

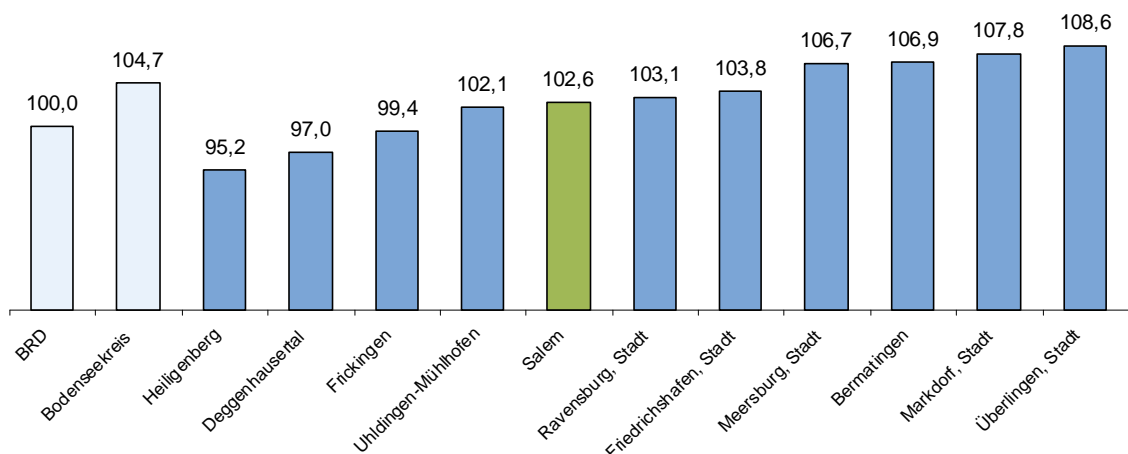
Wesentliche Veränderungen sind allerdings bei der Alterszusammensetzung zu erwarten. So wird der Anteil der älteren Bevölkerungsgruppen deutlich zunehmen - maßgeblich zu Lasten jüngerer Bevölkerungsgruppen.

3.5 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in Salem

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 5.664 EUR einzelhandelsrelevant.¹⁷

Die BBE!CIMA!MBR!-Marktforschung weist für die Gemeinde Salem aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 102,6 % aus. Dieses liegt somit ca. 3 %-Punkte über dem Bundesdurchschnitt. Im regionalen Vergleich verfügt die Gemeinde Salem dagegen über ein durchschnittliches Kaufkraftniveau. Mit Heiligenberg (rd. 95 %) und Überlingen (rd. 109 %) sind im unmittelbaren regionalen Umfeld sowohl Kommunen mit deutlich niedrigerem (Heiligenberg) als auch höherem (Überlingen) Kaufkraftniveau vorhanden (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Gemeinde Salem und in Vergleichsräumen



Quelle: BBE!CIMA!MBR-Kaufkraftkennziffern

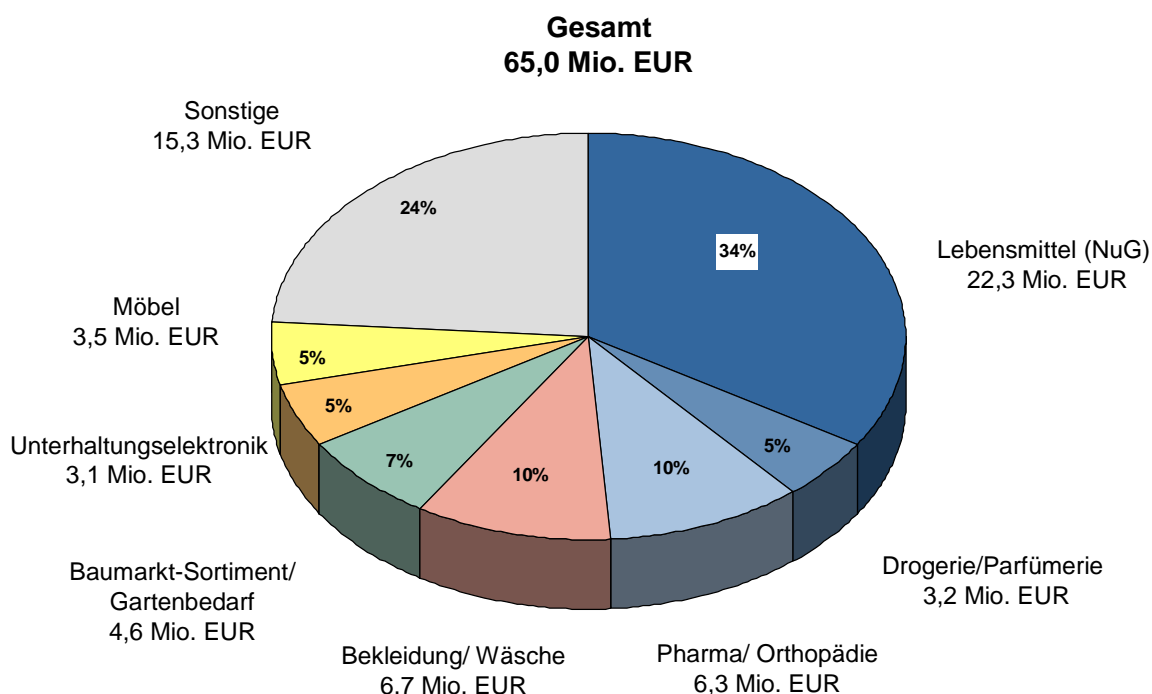
Auf der Grundlage der BBE-Kennzahlen ergeben sich für die Gemeinde Salem jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.812 EUR. Multipliziert mit der Einwohnerzahl, lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt 65 Mio. EUR für das Jahr 2011 errechnen.

¹⁷

Jährliche Pro-Kopf-Ausgaben, die dem Einzelhandel zufließen. Unberücksichtigt bleiben die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

Anhand der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lassen sich darüber hinaus auch Aussagen über das Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet nach Warengruppen bzw. Sortimentsbereichen treffen. Bei der Betrachtung des Kaufkraftpotenzials nach Warengruppen lässt sich für die Gemeinde Salem feststellen, dass mit rd. 34 % bzw. rd. 22,3 Mio. EUR das mit deutlichem Abstand größte Kaufkraftpotenzial in der Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel vorhanden ist. Rechnet man Drogeriewaren und pharmazeutische Artikel hinzu, zeigt sich, dass fast genau die Hälfte des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Warengruppen entfällt.

Abb. 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Salem nach Warengruppen



Quelle: BBE/CIMA/IMBR-Kaufkraftkennziffern; Rundungsdifferenzen möglich

Für die zentrenrelevanten Leitbranchen Bekleidung und Unterhaltungselektronik lassen sich für das Gemeindegebiet 6,7 Mio. EUR bzw. 3,1 Mio. EUR ermitteln. Das kumulierte jährliche Kaufkraftpotenzial im Bau- und Gartenmarktsortiment und im Segment Möbel beläuft sich zusammen auf rd. 8,1 Mio. EUR. Die sonstigen Warengruppen vereinen ein Kaufkraftpotenzial von etwa 15,3 Mio. EUR oder rd. 24 % des Gesamtvolumens.

Einen Überblick über das vorhandene Kaufkraftpotenzial im Gemeindegebiet nach einzelnen Warengruppen gibt die nachfolgende Tabelle 2 wieder.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Salem nach Warengruppen

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben Deutschland	Kaufkraft-niveau Salem	Pro-Kopf-Ausgaben Salem	Kaufkraft-potenzial Salem
	in EUR	in %	in EUR	in Mio. EUR
Nahrungs- u. Genussmittel/ Bäcker/Metzger	2.000	99,6	1.993	22,3
Schnittblumen	56	109,1	61	0,7
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	47	109,1	51	0,6
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	289	99,6	288	3,2
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	567	99,1	562	6,3
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	191	102,4	196	2,2
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.150	100,0	3.150	35,2
Bekleidung/Wäsche	593	100,9	598	6,7
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	130	106,6	139	1,6
Baummarktsortiment	271	109,1	295	3,3
Kfz-Zubehör	96	116,3	111	1,2
Pflanzen/Gartenbedarf (o. G-Möbel)	109	109,1	119	1,3
GPK**/Haushaltsgegenstände	80	106,4	86	1,0
Spielwaren/Babyausstattung/Hobby/ Basteln/Musikinstrumente	115	106,4	123	1,4
Sportartikel (inkl. Camping)	88	115,8	102	1,1
Fahrräder	55	114,0	62	0,7
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.537	106,4	1.635	18,3
Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz	14	104,3	15	0,2
Teppiche	31	104,3	33	0,4
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	21	104,3	22	0,2
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten)	30	104,3	31	0,3
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	294	105,2	309	3,5
Lampen und Leuchten	52	104,3	54	0,6
Elektrokleingeräte	40	101,3	40	0,5
Elektrogroßgeräte	80	101,3	81	0,9
UE/CD/Video/PC/Drucker/Kommunikation	259	107,0	278	3,1
Foto/Optik/Akustik	101	104,4	106	1,2
Uhren/Schmuck	56	107,9	60	0,7
Überwiegend langfristiger Bedarf	977	105,1	1.028	11,5
Gesamt	5.664	102,6	5.812	65,0

Quelle: BBE/CIMA/IMBR-Kaufkraftkennziffern; Rundungsdifferenzen möglich

* Papier-, Büro-, Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

Zwischenfazit:

Im regionalen Vergleich verfügt die Gemeinde Salem über ein durchschnittliches Kaufkraftniveau.

Insgesamt verfügt die Salemer Bevölkerung über ein Kaufkraftpotenzial von rd. 65 Mio. EUR. Mit rd. 38 % bzw. rd. 25,5 Mio. EUR entfällt der Großteil auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren.

4 Einzelhandelssituation in der Gemeinde Salem

4.1 Gesamtgemeindliche Strukturdaten

Im Rahmen der Betriebsstättenerhebung wurden die Verkaufsflächen (VKF) aller im Gemeindegebiet Salem ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe¹⁸ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops¹⁹, differenziert nach Warengruppen, erfasst.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen detailliert aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden.

Im Gemeindegebiet Salem gibt es derzeit insgesamt

- 59 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von rd. 8.250 qm verfügen und einen
- Gesamtumsatz von ca. 32,5 Mio. EUR erwirtschaften.

Zusätzlich waren zum Erhebungszeitpunkt 5 leerstehende Ladenlokale mit einer Verkaufsfläche von rd. 250 qm²⁰ vorhanden.

Mit Hinblick auf das vorgehaltene Sortiment kann zunächst festgestellt werden, dass 37 der 59 Einzelhandelsbetriebe bzw. rd. 63 % vornehmlich kurzfristige Bedarfsgüter vorhalten. Der Großteil (25 Betriebe) hiervon weist das Leitsortiment „Nahrungs- und Genussmittel“ auf – dies entspricht einem Anteil von rd. 42 %. Demgegenüber stehen nur rd. 10 % der Einzelhandelsbetriebe mit langfristigem Kernsortiment. Die verbleibenden 16 Betriebe sind folglich den mittelfristigen Bedarfsgütern zuzuordnen.

Auch hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile zeichnet sich ein ähnliches Bild ab: Der Großteil der vorgefundenen Besitzstrukturen lässt sich den kurzfristigen Warengruppen zuordnen – auf sie entfällt an Verkaufsflächenanteil von rd. 47 %. Auf die Warengruppe der Nahrungs- und Genuss-

¹⁸ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen (s.u.)) und ähnlichen Waren.

¹⁹ Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

²⁰ Soweit einsehbar sind die Leerstandsflächen von außen geschätzt worden. Als Leerstand erhoben wurde jedes leerstehende Ladenlokal, das grundsätzlich durch einen Einzelhandelsbetrieb genutzt werden könnte, unabhängig von der ehemaligen Nutzungsart.

mittel entfällt dabei ein Anteil von rd. 35 % der Gesamtverkaufsfläche. Mit rd. 44 % Verkaufsflächenanteil folgen die mittelfristigen Warengruppen – hier fällt u.a. der flächenextensive Bau-/Gartenmarkt (Raiffeisen) ins Gewicht. Die langfristigen Warengruppen können dagegen lediglich einen Anteil von rd. 10 % des Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen.

Auf die kurzfristigen Warengruppen entfällt mit rd. 19,9 Mio. EUR bzw. rd. 61 % auch der überwiegende Teil des insgesamt in der Gemeinde Salem erwirtschafteten Einzelhandelsumsatzes. Vor allem die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel ist mit rd. 13,4 Mio. EUR bzw. 41 % von besonderer Bedeutung für den Salemer Einzelhandel. In den mittelfristigen Warengruppen wird ein Umsatz in Höhe von rd. 8,6 Mio. EUR bzw. rd. 26 % erwirtschaftet, während sich der Umsatzanteil der langfristigen Bedarfsgüter auf rd. 12 % beläuft.

Tabelle 3: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Bedarfsstufen

Leitsortiment	Betriebe	VKF	Umsatz
Kurzfristiger Bedarf, davon	37	3.860	19,9
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	25	2.890	13,4
Mittelfristiger Bedarf, davon	16	3.610	8,6
<i>Bekleidung</i>	4	675	2,6
Langfristiger Bedarf	6	790	3,9
Gesamt	59	8.250	32,5

Quelle: Eigene Erhebungen & Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich

Zwischenfazit:

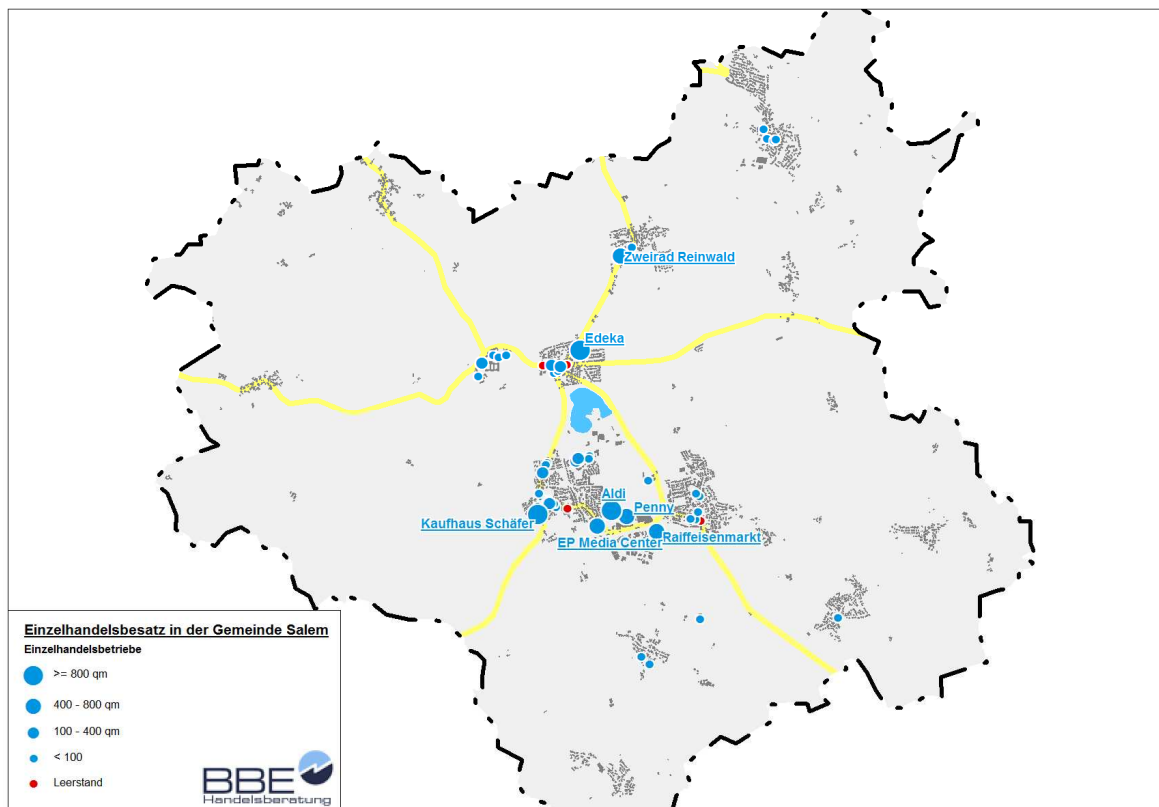
Das Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Salem wird maßgeblich von den kurzfristigen Warengruppen (u.a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Apotheke) geprägt.

Von besonderer Bedeutung ist die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel, die auf rd. 2.900 qm vorgehalten wird und in der mit rd. 13 Mio. EUR mehr als 40 % des insgesamt in der Gemeinde Salem erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz getätigt werden.

4.2 Relevante Einzelhandelsstandorte in der Gemeinde Salem

Wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist, konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz entsprechend dem vorhandenen Siedlungsgefüge vor allem auf die siedlungsstarken Ortslagen um den Schlossee herum, während im sonstigen Gemeindegebiet kaum Einzelhandelsangebote vorzufinden sind.

Abb. 8: Einzelhandelsbesatz in der Gemeinde Salem



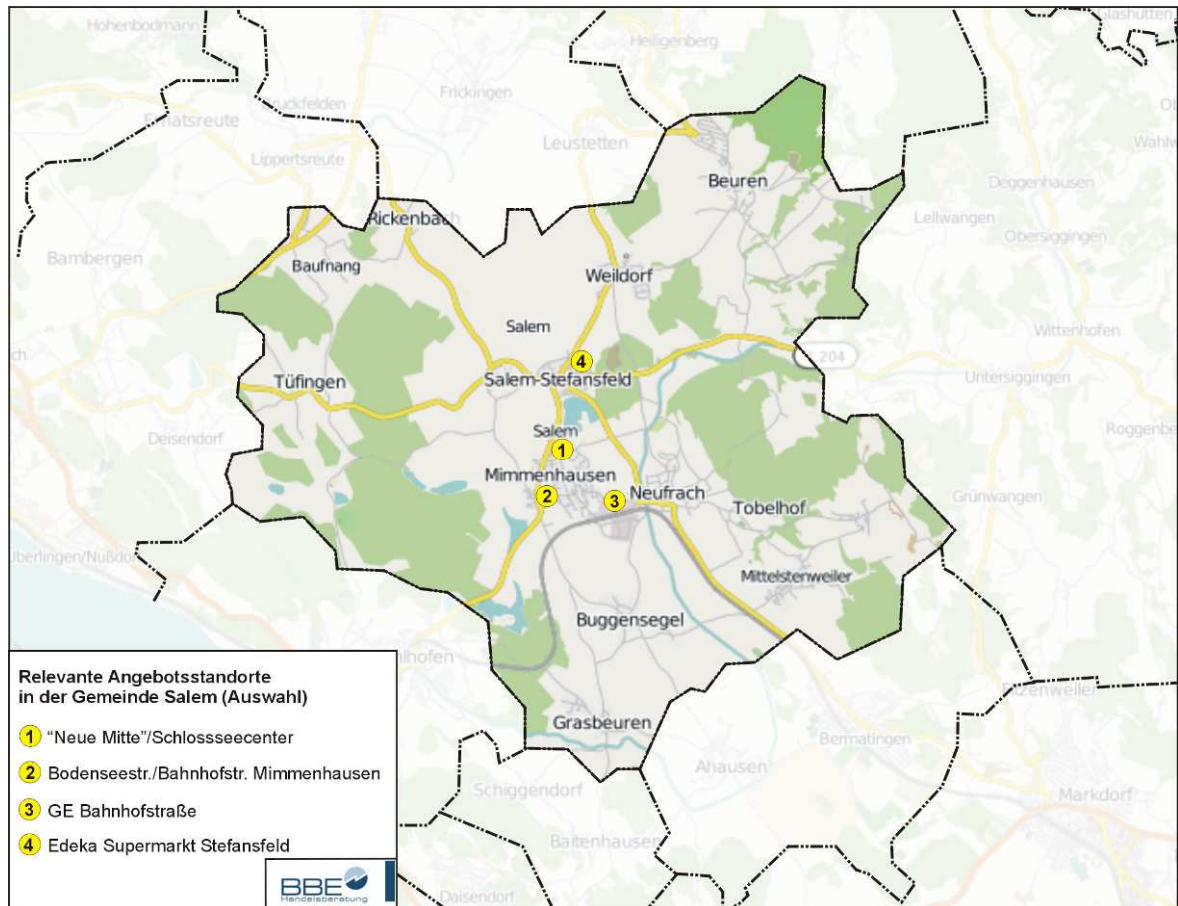
Quelle: eigene Abbildung

Dabei weist die Gemeinde Salem kein Handelszentrum auf, an dem die vorhandenen Versorgungsangebote gebündelt vorgehalten werden. Vielmehr verteilen sich die maßgeblichen Einzelhandelsangebote auf mehrere, für die Versorgung der Salemer Bevölkerung bedeutsame Einzelhandels-Standortbereiche.

Neben dem im Regionalen Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben als zentralen Versorgungsbereich klassifizierten Standortbereich um Bodenseestraße und Bahnhofstraße im Südwesten des Ortsteils Mimmenhausen, handelt es sich hierbei um den im Norden von Mimmenhausen gelegenen Bereich der „Neuen Mitte“ um das Schlosseecenter, die diffusen Be-

satzstrukturen in dem zwischen Mimmenhausen und Neufrach gelegenen Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“ sowie den solitär gelegenen Edeka Supermarkt im Ortsteil Stefansfeld.

Abb. 9: Relevante Angebotsstandorte in der Gemeinde Salem



Quelle: eigene Abbildung; Kartengrundlage: www.openstreetmaps.de

Dabei handelt es sich zum einen um den gewachsenen Standortbereich von **Bodensee-/ Bahnhofstraße** im Ortsteil Mimmenhausen. Neben dem Kaufhaus Schäfer, das auf einer Verkaufsfläche von rd. 800 qm vor allem die Sortimente Glas/Porzellan/Haushaltswaren/, Spielzeug/Spielwaren sowie Bau- und Gartenmarktartikel vorhält, sind hier gleich mehrere, ausschließlich kleinteilige Fachgeschäfte ansässig (u.a. Schuhhaus Bickers, Textilhaus Koch, Büro-/Schreibwarenbedarf Degen, Raumausstattung Schafheutle, Bäcker, Metzger, Apotheke). Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch zwei Bankfilialen, Arzt-/Physiotherapiepraxen sowie gastronomische Angebote. Auch eine Grundschule sowie ein Kindergarten sind hier vorzufinden. Allerdings sind auch immer wieder reine Wohnnutzungen vorhanden, die die Besitzstrukturen – v.a. entlang der Bahnhofstraße – unterbrechen.

Abb. 10: Besatzstrukturen „Bodensee-/Bahnhofstraße“



Quelle: Eigene Fotos

So wird dem Standortbereich im Regionalen Einzelhandelskonzept für die Region Bodensee-Oberschwaben auch nur ein „verhältnismäßig geringer Geschäftsbesatz“ attestiert, der zudem über lediglich eine geringe Verkaufsflächenausstattung in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten verfügt.

Größere Lebensmittelbetriebe sind hier somit nicht ansässig.

Diese sind mit den beiden Lebensmitteldiscountern von Aldi und Penny im rd. 700 Meter entfernt liegenden, städtebaulich nicht integrierten und überwiegend auf PKW-Kunden ausgerichteten **Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“** vorzufinden.

Abb. 11: Besatzstrukturen „Gewerbegebiet Bahnhofstraße“



Quelle: Eigene Fotos

Die Filialen der beiden einzigen in Salem vorhandenen Lebensmitteldiscounter verfügen über Verkaufsflächen von rd. 800 qm und entsprechen somit den derzeitigen Standards.

Ebenfalls in der Gewerbegebietslage ansässig ist das Euronics „Media Center Salem“ an der Bahnhofstraße, in dem sowohl Klein- als auch Großelektronikgeräte vorgehalten werden. Besondere Angebotskompetenzen sind dabei im TV und Hifi-Segment auszumachen.

Mit rd. 500 qm gehört das Media Center zu den größeren Einzelhandelsbetrieben in Salem.

Aktuellen Zeitungsberichten ist zu entnehmen, dass das Media Center plant, in einen bislang leerstehenden Gebäudeteil umzuziehen.

Im Gegenzug soll die bisher durch den Elektronikfachmarkt belegte Einzelhandelsfläche durch einen rd. 500 qm großen Intersport genutzt werden.²¹

Somit bleibt zunächst festzuhalten, dass an diesem nahezu ausschließlich auf PKW-Kunden ausgerichteten Standortbereich gleich drei von sieben Betrieben der in der Gemeinde Salem vorhandenen Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 500 qm Verkaufsfläche – mit den beiden Lebensmitteldiscountern Aldi und Penny auch Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente – ansässig sind und somit ein für die Versorgung der Salemer Bevölkerung bedeutsamer Einzelhandelsstandort in städtebaulich nicht integrierter Lage geschaffen wurde.

Mit der viel diskutierten und bevorstehenden Ansiedlung des Intersport Fachmarktes am Standort des Media Centers wird dieser Standortbereich zusätzlich an Bedeutung gewinnen.

Ein weiterer Einzelhandelsstandort mit besonderer Bedeutung für die Salemer Bevölkerung ist der solitär gelegene **Edeka Supermarkt** im Ortsteil **Stefansfeld**, der als einziger Vollsortimentsbetrieb im Gemeindegebiet bereits heute hinsichtlich Verkaufsflächendimensionierung, Warenpräsentation, Gangbreiten, Parkraumsituation, Einseh- und Werbewirksamkeit nicht länger den (Kunden-) Ansprüchen an moderne Vollsortimenter gerecht wird.

Abb. 12: Edeka Supermarkt



Quelle: Eigene Fotos

²¹ Vgl. u.a. Südkurier online vom 03.08.2011 „Intersport zieht ins Media-Center“

Vor dem Hintergrund der herausragenden Versorgungsfunktion des einzigen Lebensmittelvollsortiments in der Gemeinde Salem sowie der defizitären, derzeitigen Standortsituation (s.o.) muss es Ziel der zukünftigen Gemeindeentwicklung sein, einen zukunftsfähigen und modernen Lebensmittelsupermarkt in städtebaulich integrierter Lage zu errichten.

Abb. 13: Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturen „Neue Mitte/Schlossseecenter“



Quelle: Eigene Fotos

Als Neustandort wird u.a. eine derzeit mindergenutzte Freifläche im Bereich um das **Schlossee-center** diskutiert. Hier ist neben mehreren kleinteiligen Fachgeschäften (u.a. Sport Spichler, Buchhandlung Papyri, Wolle und Geschenke, Bäckerei Baader) zudem der – inzwischen – einzige Drogeriemarkt der Gemeinde ansässig. Dabei handelt es sich um eine rd. 220 qm große Filiale der Drogeriemarktkette „Schlecker“.

Im Bereich von Schlosseeallee, Kurt-Hahn-Straße und Abt-Thomas-Straße sind zudem mehrere Gastronomie- und sonstige Dienstleistungsbetriebe vorhanden (ital. Restaurant, mehrere Arztpraxen, Postshop etc.). Zudem ist die Sparkasse Salem-Heiligenberg mit ihrer Hauptstelle im Standortbereich des Schlosseecenters vertreten.

Gleichzeitig weist der Standortbereich, maßgeblich aufgrund des unentgeltlich nutzbaren, öffentlichen Schlossee-Freibads sowie diversen Sporteinrichtungen (Sporthalle Salem, Sport-/Fußballplätze, Tennissportanlage), eine hohe Freizeitqualität auf.

Abb. 14: Freizeitnutzungen/Sonstige Nutzungen „Neue Mitte/Schlosseecenter“ (1)



Quelle: Eigene Fotos

Auch das Bildungszentrum²² – eine Kombination von Werkrealschule und Realschule mit rd. 900 Schülern – sowie das Seniorenheim „Wohnresidenz am Schloßsee“ mit aktuell rd. 80 Wohneinheiten ist hier ansässig. Bei letzterem ist eine Erweiterung um weitere rd. 100 Wohneinheiten angedacht.

Zudem befindet sich das 2007 erweiterte Gerätehaus der freiwilligen Feuerwehr – neben Salem auch zuständig für die Gemeinden Frickingen und Heiligenberg – in dem Standortbereich.

Abb. 15: Freizeitnutzungen/Sonstige Nutzungen „Neue Mitte/Schlosseecenter“ (2)



Quelle: Eigene Fotos

Dieser, durch Einzelhandel bereits vorgeprägte Bereich mit einer Vielzahl an zentralen Einrichtungen (Post, Sparkasse, Bildungszentrum, Schlossee-Freibad, Sportzentrum, Feuerwehr), wird als Standort eines modernen, großflächigen Lebensmittelsupermarktes diskutiert.

Hierfür vorgesehen ist die derzeitig als Parkplatz genutzte Freifläche westlich des Feuerwehrhauses.

²² Zum Schulbezirk gehören neben der Gemeinde Salem noch die Gemeinden Frickingen und Heiligenberg sowie, ab dem Schuljahr 2008/2009, zusätzlich die Gemeinde Uhldingen-Mühlhofen.

Abb. 16: Potenzialfläche Lebensmittelmarkt

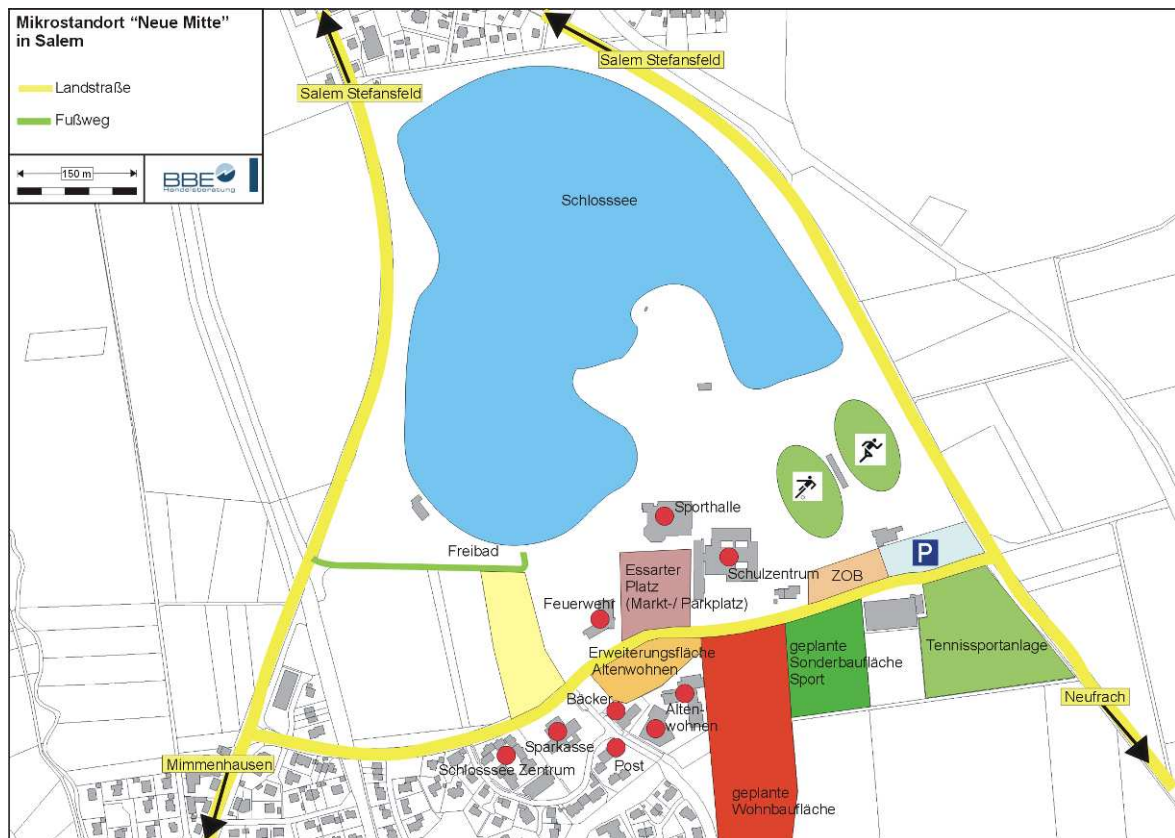
Quelle: Eigene Fotos

Die Entwicklung zur „Neuen Mitte“ der Gemeinde Salem wird darüber hinaus durch eine Reihe weiterer, den Standortbereich des Schlosseecenters betreffende Maßnahmen flankiert, die letztlich zu einer weiteren Verdichtung der Nutzungsstrukturen entlang der Schlosseeallee führen soll. Hierzu zählen sowohl die Erweiterung des Altenwohnheims als auch die bereits im Flächennutzungsplan der Gemeinde Salem ausgewiesenen Sonderbauflächen für Wohn- und Sportflächen entlang der Schlosseeallee.

Langfristig ist auch eine Verlagerung des derzeit in Salem-Neufrach ansässigen Rathauses in den Bereich um den Schlossee angedacht.

Einen Überblick über die Standortsituation gibt die folgende Karte.

Abb. 17: Relevante Angebotsstandorte in der Gemeinde Salem



Quelle: eigene Abbildung; Kartengrundlage: www.openstreetmaps.de

Zwischenfazit:

Das Einzelhandelsangebot in Salem verteilt sich derzeit vor allem auf vier Standorte innerhalb des Gemeindegebietes. Somit weist Salem bislang kein Handelszentrum auf, an dem Versorgungsangebote gebündelt vorgehalten werden.

Perspektivisch soll dieses Zentrum mit der „Neuen Mitte“ im Bereich des Schlossees bzw. des Schlosseecenters entstehen. Als Kundenmagnet bzw. Frequenzbringer soll ein moderner, zukunftsfähiger Lebensmittelsupermarkt fungieren, der den bisherigen, klein dimensionierten Supermarkt in Salem-Stefansfeld ersetzen soll.

4.3 Einzelhandelszentralität

Die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Salem bzw. in wie weit der vorhandene Einzelhandelsbesatz es schafft, die vorhandene Kaufkraft in der Gemeinde Salem zu binden, wird durch die Umsatz-Kaufkraft-Relation abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach einzelnen Sortimenten lassen folglich auch Rückschlüsse auf Stärken und Schwächen des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes in der Gemeinde Salem zu.

Für die Gemeinde Salem kann über alle Warengruppen hinweg eine Kennzahl von gerade einmal rd. 50 % bestimmt werden. Das bedeutet, dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz per Saldo bei knapp der Hälfte des insgesamt vorhandenen Kaufkraftpotenzials liegt und somit in der Summe Kaufkraft in Höhe von rd. 32,5 Mio. EUR aus dem Gemeindegebiet fließt. Der – per Saldo – vergleichsweise hohe Kaufkraftverlust ist dabei vor allem auf das oftmals stark begrenzte Kaufkraftpotenzial in den einzelnen Warengruppen sowie den starken Wettbewerb in den Umlandskommunen – allen voran die Städte Überlingen, Markdorf bzw. Ravensburg und Friedrichshafen – zurückzuführen, wodurch entsprechende Angebote in der Gemeinde Salem oftmals wirtschaftlich nicht rentabel betrieben werden können.

Die (prozentualen) Bindungsquoten weisen dabei recht hohe Schwankungsbreiten auf. Während in den kurzfristigen Sortimenten eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 56 % und damit rd. 6 Prozentpunkte über dem Durchschnittswert festzustellen ist, unterscheiden sich die Umsatz-Kaufkraft-Relationen in den Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsgüter z.T. sehr stark. Die einzige Sortimentsgruppe, die dabei eine positive Abweichung über den Basiswert aufweist, sind Fahrräder.

Betrachtet man die Umsatz-Kaufkraft-Relation (UKR) differenziert nach überwiegend kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Bedarfen, so stellt sich das Bild wie folgt dar.

**Abb. 18: Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Warengruppen –
überwiegend kurzfristiger Bedarf**

Nahrungs- u. Genussmittel/Bäcker/Metzger	62%
Schnittblumen	47%
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	43%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	43%
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	45%
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	57%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf gesamt	56%
Sortimente gesamt	50%

Quelle: Eigene Berechnungen

Wie in Tabelle 4 dargestellt, ergibt sich beim **überwiegend kurzfristigen Bedarf** ein negatives Kaufkraftsaldo von insgesamt rd. 15,3 Mio. EUR. Dabei entfällt mit rd. 8,4 Mio. EUR der Großteil der (absoluten) Kaufkraftabflüsse auf die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel. Auch in der Warengruppe der Drogeriewaren und der pharmazeutischen Artikel sind per Saldo hohe Kaufkraftabflüsse in Höhe von rd. 1,8 Mio. EUR (Drogeriewaren) bzw. 3,4 Mio. EUR (pharmaz. Produkte) festzustellen. Da mit dem rd. 220 qm großen Schlecker Drogeriemarkt im Schlosseececenter aber nur (noch) ein entsprechender Anbieter von Drogeriewaren in Salem ansässig ist, sind hohe Kaufkraftabflüsse im Drogeriewarensegment ebenso wenig verwunderlich wie im Bereich der Apotheken, wo mit der Apotheke an der Bahnhofstraße bzw. im Schloss Salem zwei entsprechende Anbieter im Gemeindegebiet existieren.

Auch in den sonstigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfes (Schnittblumen, Tierfutter/ Heimtierzubehör/ leb. Tiere sowie PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften/ Bücher) kann der vorhandene Einzelhandelsbesatz die vorhandene Kaufkraft nur teilweise im Gemeindegebiet binden und verliert per Saldo zwischen rd. 0,3 Mio. EUR (Tierfutter) und 1,0 Mio. EUR (PBS/ Zeitschriften/ Bücher) an umliegende Städte und Gemeinden.

Per Saldo fließen in den überwiegend kurzfristigen Bedarfsgütern somit rd. 15 Mio. EUR aus dem Gemeindegebiet, so dass sich bei einem vorhandenem Kaufkraftpotenzial von etwa 35 Mio. EUR eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 56 % errechnen lässt. Diese liegt somit leicht über dem gesamtstädtischen Mittelwert, der sich auf etwa 50 % beläuft.

Auch beim **überwiegend mittelfristigen Bedarf** sind in nahezu allen Warengruppen negative Kaufkraftsalde festzustellen.

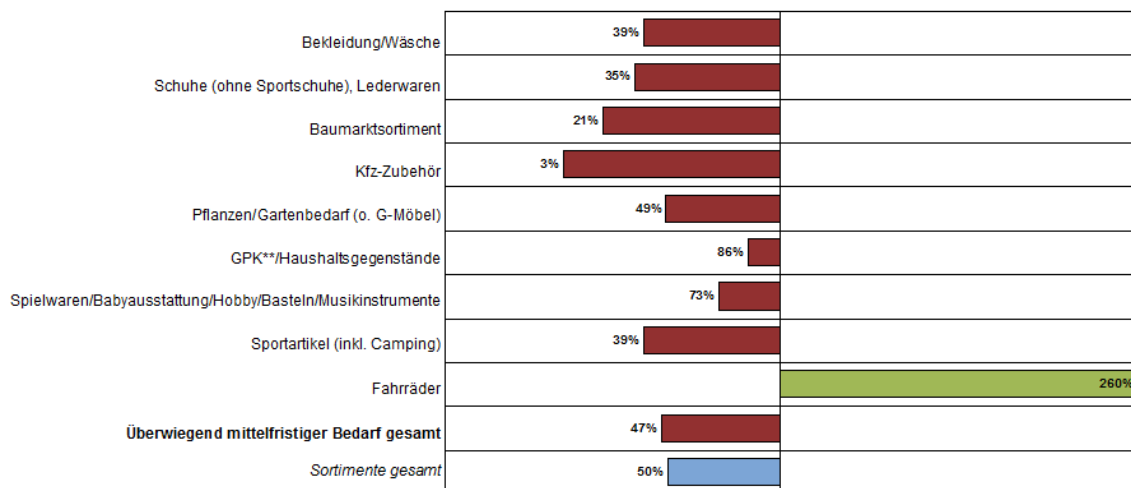
Tabelle 4: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend kurzfristiger Bedarf

Sortimente	Kaufkraft-potenzial	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	Kaufkraft-Saldo
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR
Nahrungs- u. Genussmittel/Bäcker/Metzger	22,3	13,9	62	-8,4
Schnittblumen	0,7	0,3	47	-0,4
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	0,6	0,2	43	-0,3
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	3,2	1,4	43	-1,8
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	6,3	2,8	45	-3,4
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	2,2	1,2	57	-1,0
Überwiegend kurzfristiger der Bedarf	35,2	19,9	56	-15,3
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>65,0</i>	<i>32,5</i>	<i>50</i>	<i>-32,5</i>

Quelle: Eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich
* Papier-/Büro-/Schreibwaren

Stellt man das entsprechende Kaufkraftpotenzial den erzielten Umsätzen gegenüber, so lässt sich eine UKR von rd. 47 % errechnen. Ein Wert, der leicht unterhalb des Gesamtdurchschnitts des Einzelhandels in Salem liegt und mit einem Kaufkraftabfluss von rd. 10 Mio. EUR korrespondiert.

Abb. 19: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend mittelfristiger Bedarf



Quelle: Eigene Berechnungen

Allein im Fahrrad Einzelhandel ist ein positiver Kaufkraftsaldo festzustellen. Die entsprechende Umsatz-Kaufkraft-Relation liegt bei rd. 260 % und ist deutliches Zeichen für das attraktive Einzelhandelsangebot in diesem Segment. Mit einem positiven Kaufkraftsaldo von rd. 1,1 Mio. EUR kann hier folglich auch Kaufkraft von außerhalb in Salem gebunden werden. Dieser Sachverhalt ist vor allem auf die beiden Fahrradspezialisten „Fahrrad Martin“ und „Zweirad Reinwald“ zurückzuführen.

Tabelle 5: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend mittelfristiger Bedarf

Sortimente	Kaufkraft-potenzial	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	Kaufkraft-Saldo
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR
Bekleidung/Wäsche	6,7	2,6	39	-4,1
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1,6	0,5	35	-1,0
Baummarktsortiment	3,3	0,7	21	-2,6
Kfz-Zubehör	1,2	0,0	3	-1,2
Pflanzen/Gartenbedarf (o. G-Möbel)	1,3	0,7	49	-0,7
GPK**/Haushaltsgegenstände	1,0	0,8	86	-0,1
Spielwaren/Babyausstattung/Hobby/ Basteln/Musikinstrumente	1,4	1,0	73	-0,4
Sportartikel	1,1	0,4	39	-0,7
Fahrräder	0,7	1,8	260	1,1
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	18,3	8,6	47	-9,6
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>65,0</i>	<i>32,5</i>	<i>50</i>	<i>-32,5</i>

Quelle: Eigene Berechnungen

In den Warengruppen des **überwiegend langfristigen Bedarfs** sind dagegen wieder ausschließlich negative Umsatz-Kaufkraft-Relationen festzustellen.

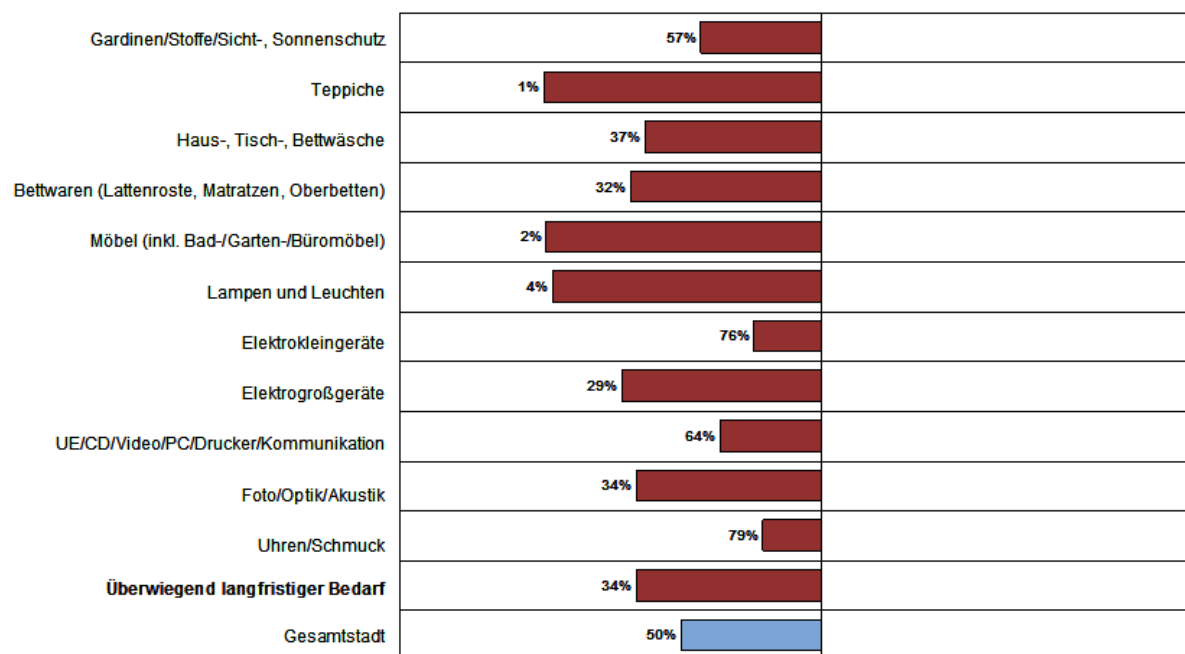
Tabelle 6: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend langfristiger Bedarf

Sortimente	Kaufkraft-potenzial	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	Kaufkraft-Saldo
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR
Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz	0,2	0,1	57%	-0,1
Teppiche	0,4	0,0	1%	-0,4
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	0,2	0,1	37%	-0,2
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten)	0,3	0,1	32%	-0,2
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	3,5	0,1	2%	-3,4
Lampen und Leuchten	0,6	0,0	4%	-0,6
Elektrokleingeräte	0,5	0,3	76%	-0,1
Elektrogroßgeräte	0,9	0,3	29%	-0,6
UE/CD/Video/PC/Drucker/Kommunikation	3,1	2,0	64%	-1,1
Foto/Optik/Akustik	1,2	0,4	34%	-0,8
Uhren/Schmuck	0,7	0,5	79%	-0,1
Überwiegend langfristiger Bedarf	11,5	3,9	34%	-7,6
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>65,0</i>	<i>32,5</i>	<i>50</i>	<i>-32,5</i>

Quelle: Eigene Berechnungen

Vor allem bei den Warengruppen Möbel (-2,3 Mio. EUR) sowie im Bereich der Unterhaltungselektronik (-2,1 Mio. EUR) bzw. der Elektrogroßgeräte (-0,8 Mio. EUR) zeigen sich zum Teil deutliche Kaufkraftabflüsse. Hier kann die vorhandene Kaufkraft folglich bei weitem nicht im Gemeindegebiet gehalten werden. Demnach werden sowohl im Bereich Möbel als auch im Bereich der (Unterhaltungs-) Elektronik bevorzugt Angebotsstandorte außerhalb des Gemeindegebietes aufgesucht. Insgesamt beläuft sich das Kaufkraftdefizit in den überwiegend langfristigen Bedarfsgruppen auf rd. 7,6 Mio. EUR.

Abb. 20: Umsatz-Kaufkraft-Relation – überwiegend langfristiger Bedarf



Quelle: Eigene Berechnungen

Zwischenfazit:

Das Kleinzentrum Salem weist – mit Ausnahme des Fahrradsegmentes – ausschließlich negative Umsatz-Kaufkraft-Relationen auf.

Per Saldo werden, über alle Warengruppen hinweg, rd. 33 Mio. EUR des vorhandenen Kaufkraftpotenzials an außerhalb der Gemeinde Salem liegenden Angebotsstandorten ausgegeben.

Die größten absoluten Kaufkraftabflüsse sind dabei im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel vorzufinden. Hier fließen in der Summe über 8 Mio. EUR aus dem Gemeindegebiet. Auch im Drogeriewarensegment können bei einer UKR von rd. 43 % per Saldo etwa 2 Mio. EUR nicht in Salem gebunden werden.

Aufgrund des teilweise stark begrenzten Kaufkraftpotenzials in einzelnen Warengruppen sowie des starken Wettbewerbs in den Umlandkommunen können entsprechende Angebote oftmals wirtschaftlich nicht rentabel betrieben werden und werden lediglich im Rahmen der wöchentlich wechselnden Aktionswaren der beiden ortsansässigen Lebensmitteldiscounter im Gemeindegebiet vorgehalten (z.B. Kfz-Zubehör, Möbel).

5 Zwischenfazit

Als Fazit der bisherigen Analyse kann festgehalten werden, dass, in Kombination mit der ihr zugeordneten zentralörtlichen Funktion, dem überörtlich stark ausgeprägten Wettbewerb sowie dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial als zusätzlich limitierenden Faktor, der **zukünftigen Einzelhandelsentwicklung** in der Gemeinde Salem **enge Grenzen** gesetzt sind.

Umso bedeutender ist es, perspektivische Einzelhandelsansiedlungen an wenige, dafür „richtige“ Standorte zu lenken und dort zu konzentrieren.

Wie stark begrenzt der Entwicklungsspielraum des Einzelhandels in der Gemeinde Salem ist, soll folgende Aufstellung zeigen.

Wird das vorhandene Kaufkraftpotenzial mit durchschnittlichen, im Einzelhandel zu erzielenden Flächenproduktivitäten – ausgedrückt in EUR je qm Verkaufsfläche – nach Warengruppen belegt, ergeben sich rechnerische Verkaufsflächen(ober)grenzen.

Da diese allerdings nichts über die jeweilige Lagequalität und somit die tatsächliche versorgungsstrukturelle Bedeutung für die Bevölkerung aussagen, können sie ausschließlich als Richtwert bzw. Hilfsgröße herangezogen werden. Keinesfalls sind hierdurch „Ansiedlungspotenziale“ rechnerisch zu bestimmen und an städtebaulich nicht gewünschten Standorten zu rechtfertigen.

Zudem beziehen sich die errechneten Verkaufsflächenspielräume auf die insgesamt vorhandene Kaufkraft, was gleichbedeutend mit einer Kaufkraftbindung von 100 % wäre.

Diese kann und soll in der Gemeinde Salem allerdings nur in wenigen Ausnahmefällen tatsächlich erreicht werden, so dass die Flächendimensionen in der Realität deutlich unterhalb der errechneten Größenordnungen liegen werden.

Unter Zugrundelegung der vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie veröffentlichten “Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2010”²³ ergeben sich für einzelne Warengruppen folgende Verkaufsflächenspielräume:

²³ BBE Handelsberatung GmbH; 25.02.2011

Tabelle 7: Rechnerische Verkaufsflächenspielräume in der Gemeinde Salem

Sortimente	Flächenproduktivitäten [EUR/qm]			Verkaufsflächen [bezogen auf die unterschiedlichen Flächenleistungen]			VKF IST	Differenz*
	Min.	ø	Max.	Min.	ø	Max.	in qm	in qm
Nahrungs- u. Genussmittel/Bäcker/Metzger	3.200	4.450	5.700	6.970	5.010	3.910	2.894	2.116
Schnittblumen	3.000	3.500	4.000	230	200	170	95	105
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1.100	2.100	3.100	520	270	180	92	178
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	2.800	3.500	4.200	1.150	920	770	365	555
Bekleidung/Wäsche	1.000	2.450	3.900	6.690	2.730	1.710	675	2.055
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.900	2.850	3.800	820	550	410	154	396
Baummarktsortiment	1.100	1.500	1.900	3.000	2.200	1.740	368	1.832
Kfz-Zubehör	2.900	3.400	3.900	430	370	320	8	362
Pflanzen/Gartenbedarf (o. G-Möbel)	900	1.200	1.500	1480	1.110	890	451	659
GPK/Haushaltsgegenstände	1.600	2.200	2.800	600	430	340	463	-33
Spielwaren/ Babyausstattung/Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	1.800	2.550	3.300	760	540	420	465	75
Sportartikel	1.500	2.350	3.200	760	480	360	168	312
Fahrräder	1.900	2.600	3.300	370	270	210	856	-586
Elektro/Lampen/Leuchten	4.000	4.500	5.000	490	440	390	120	320
UE/CD/Video/PC/Drucker/Kommunikation	4.300	5.300	6.300	720	590	490	419	171
Möbel/Bettwaren	600	950	1.300	6.330	4.000	2.930	52	3.948
Uhren/Schmuck	7.000	11.000	15.000	100	60	40	51	9

Quelle: Eigene Berechnungen;

Rundungsdifferenzen möglich

* bezogen auf die durchschnittliche Flächenproduktivität

Dabei lassen sich vor allem in den mittel- und langfristigen Sortimenten ein Großteil der „Verkaufsflächenspielräume“ von vornherein ausschließen. Die entsprechenden „gehobenen und spezialisierte“²⁴ Bedarfe sollen nämlich landes- und regionalplanerisch in den umliegenden Mittel- und Oberzentren gedeckt werden. Vor diesem Hintergrund sind beispielsweise die rd. 4.000 qm „Ansiedlungspotenzial“ im Bereich Möbel zwar rechnerisch vorhanden, aber weder unter betriebswirtschaftlichen noch regionalplanerischen Aspekten als realistische Plangröße einzuordnen.²⁵

Ähnliches gilt für das Bekleidungssegment. Zwar sollen im Unterzentrum Salem Einzelhandelsangebote des „häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarfs“ für die Gemeinde sowie den zugeordneten Verflechtungsbereich vorgehalten werden, keinesfalls soll aber die gesamte Bedarfsdeckung

²⁴ Vgl. Regionalplan Bodensee-Oberschwaben 1996, Textteil S. 10

²⁵ Bereits SB-Möbelmitnahmемärkte weisen Einstiegsgrößen von rd. 6.000 qm VKF auf. Die Verkaufsflächen von Möbelkaufhäusern betragen ein Vielfaches davon.

in Salem stattfinden. Auch hier sollen die umliegenden, zentralörtlich höher eingestuften Zentrale Orte Versorgungsfunktion für die Salemer Bevölkerung (mit)übernehmen.

Somit sind zwar grundsätzlich Entwicklungsoptionen im Bekleidungseinzelhandel in der Gemeinde Salem vorhanden, die errechneten (zusätzlichen) rd. 2.000 qm sind dabei aber keinesfalls als Zielgröße anzusehen.

Anders ist das „Verkaufsflächenpotenzial“ in den kurzfristigen – allen voran den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren – zu bewerten. Hier darf und soll die Gemeinde Salem ein ausreichendes Angebot für die eigene Bevölkerung sowie die des Verflechtungsbereichs vorhalten. Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt zudem der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Dem zu Folge sind bei Angeboten der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei den des langfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Möbelsortiment), so dass hier seitens der Gemeinde Salem durchaus eine lokale Bedarfsdeckung angestrebt werden sollte.

Mit (zusätzlichen) Verkaufsflächen von maximal rd. 2.100 qm (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 560 qm (Drogeriewaren) sind zudem Flächendimensionen erreicht, die Ansiedlungsspielräume erkennen lassen.

Trotz aller Einschränkungen, die mit den errechneten Verkaufsflächenspielflächen einhergehen, zeigt sich somit sehr deutlich, dass die **Flächendimensionierungen in den einzelnen Warengruppen sehr stark voneinander abweichen** und dabei – bezogen auf aktuelle Betriebsformen bzw. Verkaufsflächenausstattungen in den jeweiligen Warengruppen – aber **regelmäßig nur vergleichsweise geringe Werte aufweisen**.

Diese lassen – und das ist die entscheidende Erkenntnis – somit nur **wenige, tatsächlich realistische Entwicklungschancen** erkennen. Gleichzeitig lässt sich ebenfalls daraus schlussfolgern, dass – gerade wegen der geringen Entwicklungsspielräume – einzelne Sortimente nicht „doppelt“ (neu) belegt werden können. In der Folge bedeutet dies, dass die Neuansiedlung von (Fach-) Einzelhandel an einer Stelle einer weiteren Entwicklung in diesem Sortiment an anderer Stelle innerhalb der Gemeinde entgegensteht.

Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, die Standortwahl neuer Einzelhandelsbetriebe kritisch zu hinterfragen und städtebaulich an die (kommunalpolitisch) gewollten Standorte zu lenken.

6 Entwicklungsszenarien

6.1 Sicherung des Ortsteilzentrums Mimmenhausen (Bereich Bahnhof-/Bodenseestraße)

Unabhängig von der weiteren Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Salem steht der Standortbereich des im Regionalen Einzelhandelskonzept Bodensee-Oberschwaben als zentraler Versorgungsbereich festgelegte Bereich der Bahnhof-/Bodenseestraße im Salemer Ortsteil Mimmenhausen vor größeren Herausforderungen. Spätestens mit der Nachfolgeproblematik wird sich für einen Teil der ansässigen Einzelhändler der Fortbestand zumindest als fraglich darstellen. So ist beispielsweise das Orthopädiehaus an der Bahnhofstraße bereits vor Jahren aus diesem Grund geschlossen worden und steht seitdem leer.

Aufgrund der vorgehaltenen Sortimentsstruktur (u.a. Bekleidung, Schuhe, Büro-Schreibwaren, Spielwaren, Hausrat) ist darüber hinaus nicht davon auszugehen, dass sich die übergemeindliche Wettbewerbssituation, allen voran mit den modernen Angebotsstrukturen in den umliegenden Städten Überlingen und Markdorf, zukünftig entspannen wird. Vielmehr muss hier mit einer Intensivierung des Wettbewerbs gerechnet werden.

Gleichwohl stellt dieser Bereich aber den „gewachsenen“ und auch wohl von der Bevölkerung „gefühlten“ Schwerpunkt zumindest des Ortsteiles Mimmenhausen dar und trägt entscheidend zur Identität der Gemeinde Salem bei. Die Sicherung dieser Funktion als bestehendes Ortsteilzentrum sollte daher ein wesentliches Ziel der Gemeindeentwicklung bleiben.

Es liegt zunächst nahe, diese Sicherung mit der Ansiedlung eines zusätzlichen größeren „Magnetbetriebes“ (z.B. Lebensmittel-Supermarkt, Drogeriemarkt) zu erreichen, dessen Ausstrahlung über Mimmenhausen hinaus zu erhöhter Kundenfrequenz und in der Folge auch zu Koppelungskäufen bei den vorhandenen Betrieben führen könnte.

Einem solchen Magnetbetrieb stehen allerdings vor allem die beengten städtebaulichen Verhältnisse und die kleinteiligen Strukturen entlang der Bahnhofs- und Bodenseestraße entgegen. Die einzige ausreichend große Potenzialfläche - eine rd. 8.000 qm große Obstwiese neben der Grundschule - lässt, maßgeblich aufgrund der „Hinterhoflage“ und der sich daraus ergebenden Anlieferungs- und Abstandsflächenproblematik, keine großflächigen Einzelhandelsentwicklungen zu.

Hieraus ergibt sich zunächst die Notwendigkeit, sich – vor allem für den Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich – nach Standortalternativen umzuschauen. Denn hier konnten im Vorangegangenen sowohl Defizite in der derzeitigen Versorgungssituation als auch realistische (Ansiedlungs-) Potenziale aufgezeigt werden. Grundsätzlich kommen hierfür sowohl der Gewerbegebietsstandort „Bahnhofstraße“ als auch der Standortbereich der „Neuen Mitte“ südlich des Schlosssees in Be-

tracht. Für beide Standortbereiche soll im Folgenden die jeweilige Entwicklungsperspektive skizziert werden.

Zugleich stellt sich aber auch die Frage, welche Maßnahmen zur Stabilisierung und dauerhaften Sicherung der Ortsmitte Mimmenhausen ergriffen werden können.

6.2 Alternative: Entwicklung des Gewerbegebiets „Bahnhofstraße“

In dieser Alternative wird davon ausgegangen, dass weitere Einzelhandelsnutzungen in der Gewerbegebietslage in räumlicher Nähe zu Aldi, Penny und Euronics angesiedelt werden.

Mit einem (gewollten) Verbundstandort von Lebensmittelsupermarkt und Drogeriemarkt würde, in Kombination mit den bereits bestehenden Angeboten (Aldi, Penny, Euronics) ein, die Salemer Einzelhandelslandschaft dominierender, Standort entstehen.

Das hierdurch entstehende Kundenaufkommen würde einen Anreiz für weitere Anbieter an diesem Standort darstellen²⁶ – auch Verlagerungen bereits in Salem ansässiger Betriebe wären nicht auszuschließen.

Die Folge wäre, dass der Großteil des Einzelhandelsgeschehens, vor allem aber die Nahversorgung, ausschließlich an diesem autokundenorientierten Standort stattfinden würde.

Aufgrund der insgesamt geringen Entwicklungsspielräume (s.o) wäre darüber hinaus perspektivisch kein zusätzlicher Angebotsstandort mit (über-)gemeindlicher Versorgungsfunktion in Salem zu erwarten.

Mit der Öffnung des Gewerbegebiets für weiteren zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Einzelhandel würde sich die Gemeinde Salem somit langfristig auf den nicht-intergrierten Standortbereich an der Bahnhofsstraße als faktischen Versorgungs- und Einzelhandelsschwerpunkt festlegen.²⁷

Hierzu ist zunächst festzustellen, dass das aktuelle Baurecht an diesem Standort jedwede kleinflächige, d.h. mit Verkaufsflächen bis 800 qm, Einzelhandelsnutzung zulässt.

Mit der Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittlers würde das direkt Umfeld zudem „vorgeprägt“, so dass die bereits vorhandenen Einzelhandelsnutzungen ebenfalls Anspruch auf die Groß-

²⁶ Das Interesse, an diesem Standort ein Intersport zu eröffnen wird u.a. bereits auf die durch die Lebensmitteldiscounter generierten Kundenfrequenzen zurückzuführen sein.

²⁷ Vor diesem Hintergrund ist auch die Ansiedlung des Intersport Fachmarktes an diesem Standortbereich kritisch zu sehen. Mit der Eröffnung an dem dezentralen Standort wird das Sportangebot in der Gemeinde Salem mittel-/langfristig belegt sein und steht an anderer Stelle somit nicht länger als Nutzungsoption zur Verfügung.

flächigkeit anmelden können – sofern keine rechtsgültigen/-sichere Bebauungspläne vorliegen, die dies ausschließen.

Schlimmstenfalls – weil bauplanungsrechtlich kaum mehr einzufangen – entstünde eine Standortbereich, an dem alle Sortimente mit ihrer landes-/regionalplanerisch zulässigen Höchstgrenze realisiert werden könnten, ohne dass Politik und Verwaltung steuernd eingreifen könnten.

6.3 Alternative: Entwicklung „Neue Mitte“

In der Alternativbetrachtung soll die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes, ggf. ergänzt um einen modernen Drogeriemarkt und weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen, im Bereich des Schlossees/Schlosseecenters thematisiert werden.

Hierfür bestehen an dem Standortbereich der „Neuen Mitte“ vielfältige Anknüpfungspunkte. Wie bereits in Kapitel 4.2 aufgezeigt werden konnte, wird der Bereich um das Schlosseecenter bereits durch Einzelhandelsnutzungen geprägt. So sind neben dem einzigen Drogeriemarkt der Gemeinde²⁸ noch weitere, kleinteilige Einzelhandelsbetriebe (u.a. der bislang einzige Anbieter von Sportbedarf und –kleidung sowie die einzige Buchhandlung) ansässig.

Darüber hinaus sind mit dem Postshop im Kreuzungsbereich von Abt-Thomas-Straße und Kurt-Hahn-Straße, der Hauptstelle der Sparkasse Salem-Heiligenberg, diversen Arztpraxen sowie weiteren einzelhandelsnahen Dienstleistungsbetrieben (u.a. Kosmetik & Frisör, Gastronomie) ebenfalls eine Vielzahl an Dienstleistungs- und Verwaltungseinrichtungen vorhanden.

Vor allem kann der Standortbereich aber aufgrund seines hohen Freizeitwerts – allen voran des Schlossees mit seinem Freibad sowie den unterschiedlichen Sporteinrichtungen - bereits heute eine hohen Frequenz aufweisen. Mit einem adäquaten Einzelhandelsangebot könnte ein großer Teil der notwendigen Versorgungseinkäufe zukünftig unmittelbar vor Ort getätigt werden.

Auch das Bildungszentrum würde in vergleichbarer Weise als Frequenzbringer fungieren. Neben den rd. 900 Schülern sowie dem Lehr- und Angestelltenpersonal, die als zusätzliche Kunden angesprochen werden können, sind Erledigungen beispielsweise mit dem Abholen von Schülern zu verbinden.

In beiden Fällen würde darüber hinaus zugleich zusätzliches Verkehrsaufkommen entfallen, da keine weiteren Standorte mehr aufgesucht werden müssten.

Auch das – demnächst vergrößerte - Altenwohnheim bietet vielfältige Anknüpfungspunkte, vor allem hinsichtlich der dort bestehenden medizinischen, pharmazeutischen und orthopädischen Bedarfe. Darüber hinaus wäre mit der Attraktivitätssteigerung der „Neuen Mitte“ zukünftig auch eine fußläufige Versorgung verbunden, gleichbedeutend mit einem deutlichen Anstieg der Lebensqualität für die Bewohner des Altenwohnheims.

²⁸ Der mit einer Verkaufsfläche von knapp über 200 qm aber vergleichsweise klein dimensioniert ist.

Somit erfährt der Standortbereich der „Neuen Mitte“, maßgeblich aufgrund der dort vorhandenen Freizeit-, Weiterbildungs-, Verwaltungs-, Einzelhandels- und sonstigen Dienstleistungsangeboten, bereits heute eine konstante Kundenfrequenz.

Mit der Ansiedlung des – dann einzigen – Lebensmittelvollsortimenters in der Gemeinde, der ggf. noch um einen Drogeriemarkt in marktgängiger Größe ergänzt werden könnte, wäre mit einer nochmals deutlichen Zunahme der Kundenanzahl zu rechnen.

Aufgrund der regelmäßigen und kurzfristig wiederkehrenden Bedarfsdeckung in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten – sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarensegment – werden solche Angebotsstandorte entsprechend häufig aufgesucht und dienen somit als Frequenzbringer für umliegende Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote.²⁹

In diesem Fall würden die bereits im Bereich um das Schlosseecenter ansässigen kleinteiligen Einzelhandelsbetriebe, aber auch die vorhandenen Dienstleistungsbetriebe in hohem Maße davon profitieren.

Durch die Verbundwirkung der vorgehaltenen Angebote aus Einzelhandel, Dienstleistung und Freizeit würde ein urbaner Raum geschaffen, der darüber hinaus hohe Potenziale für die Ansiedlung weiterer Nutzungen aufweist. Denn dann könnten zusätzliche Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote auf die bereits vorhandenen Kundenfrequenzen zurückgreifen und diese ansprechen – somit entstünden positive Synergien, die sich gegenseitig verstärken würden.

Auch für die Kunden wäre dies von Vorteil, denn sie könnten den Großteil ihrer Erledigungen an lediglich einem Standort tätigen und somit ebenfalls von den entstehenden Verbundwirkungen profitieren.

Vor diesem Hintergrund und um den Standortbereich nicht nur auf einen Angebotsstandort für die Nahversorgung – durch den geplanten Supermarkt sowie evtl. einen ergänzenden Drogeriemarkt – zu beschränken, sollten auch entsprechende Flächen für kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote vorgehalten werden.

Wie oben bereits dargelegt, würden sich aufgrund der räumlichen Nähe zum bestehenden Altenwohnheim sowie der Existenz mehrerer Arztpraxen beispielsweise eine Apotheke bzw. ein Sanitätshaus als zusätzliche Nutzungsoptionen anbieten.

Vor dem Hintergrund der oben skizzierten Entwicklungsperspektiven, die sich aus einer Konzentration von Einzelhandels- bzw. Dienstleistungsangeboten im Bereich der „Neuen Mitte“ ergeben, sollten Einzelhandelsentwicklungen zunächst auf den Standortbereich der „Neuen Mitte“ gelenkt werden.

Entwicklungen an anderer Stelle im Gemeindegebiet würden aufgrund der insgesamt nur geringen

²⁹

So profitieren beispielsweise die in der Innenstadt von Markdorf vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote wesentlich von der durch den dort ansässigen Edeka Supermarkt generierten Kundenfrequenz.

Entwicklungsspielräume anderweitig zu Standortkonkurrenzen führen, durch die eine (zusätzliche) Realisierung am Standort der „Neuen Mitte“ nahezu ausgeschlossen werden kann.
Lediglich Einzelhandelsanbieter mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (vgl. Ausführungen in Kapitel 7.2), die aufgrund ihres jeweiligen Flächenbedarfes nicht in den Standortbereich der „Neuen Mitte“ zu integrieren sind, sollten hiervon ausgeschlossen werden.

7 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Gemeinde Salem

Ziel der vorliegenden Analyse ist es, ein Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Salem zu entwickeln, das als Leitlinie für die künftige Gemeindeentwicklungsplanung dient. Beschließt der Rat der Gemeinde Salem das Konzept als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, wäre es künftig bei der Aufstellung einzelhandelsrelevanter Bauleitpläne zu berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund werden im vorliegenden Standortkonzept folgende Aussagen getroffen:

- Genaue Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, auf den sich der zentren- und nahversorgungsrelevante Einzelhandel konzentrieren sollte
- Vorschläge zur Sicherung der Ortsmitte Mimmenhausen
- Vorschläge zu geeigneten Entwicklungsstandorten für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten
- Identifizierung und Begründung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Beachtung der ortsspezifischen Besonderheiten

7.1 Leitziele und Standortkonzept

Die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landes- und Regionalplanung bilden den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Salem, das sich aus Sicht der Gutachter an folgenden Leitzielen ausrichten sollte:

- Die Bildung und „Vitalisierung“ einer zentralen „Neuen Mitte“ stellt das wesentliche Ziel der künftigen Gemeindeentwicklung Salems dar. Denn nur so wird langfristig ein adäquates Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Salem gesichert werden können.
- „Frequenzbringer“ für kleinteilige Anbieter unterschiedlicher Branchen können marktseitig nur Lebensmittel-Supermärkte, –Discounter und Drogeriemärkte sein. Da mit Aldi und Penny bereits zwei Lebensmitteldiscounter im Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“ ansässig sind und sich auch keine weiteren Ansiedlungspotenziale für diesen Betriebstyp erkennen lassen, kommt als Magnetbetrieb für die „Neue Mitte“ somit vor allem ein Lebensmittelsupermarkt in Betracht.
- Die neue Ortsmitte soll damit zugleich Schwerpunkt der wohnungsnahen Versorgung für die eigene Bevölkerung werden. Nur dort sollen großflächige Betriebe mit nahversorgungs-/zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt entstehen dürfen.

- Das Ortsteilzentrum Mimmenhausen soll hingegen einen abwechslungsreichen Branchenmix für einfache und leicht gehobene Ansprüche bieten, dessen kompakte Struktur und attraktives städtebauliches Umfeld das Fehlen großflächiger „Magnetbetriebe“ kompensieren. Auch wenn die Ortsmitte nicht die Voraussetzungen für eine Einstufung als Zentraler Versorgungsbereich erfüllt, sollte sie als schutzwürdige städtebauliche Struktur mit einem gewachsenen und funktionierenden Einzelhandelsangebot erhalten und nach Möglichkeit gestärkt werden.
- Während kleinflächige und tendenziell inhabergeführte, serviceorientierte Fachgeschäfte und Dienstleistungsbetriebe je nach Verfügbarkeit von Ladenlokalen gleichrangig im Ortsteilzentrum Mimmenhausen und im Schlossee-Zentrum konzentriert werden sollen, sollten ggf. ergänzende größere Ladeneinheiten mit zentren-/nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (z.B. Drogeriemarkt) vorzugsweise im noch zu entwickelnden Bereich der „Neuen Mitte“ angesiedelt werden.
- Außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches „Neue Mitte“ und des Ortsteilzentrums Mimmenhausen sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausnahmsweise nur dann zugelassen werden, wenn deren Ansiedlung eine Entwicklung innerhalb der beiden Zentren nachweislich nicht gefährdet – was aufgrund der begrenzten Entwicklungsmöglichkeiten in Salem allerdings regelmäßig nicht der Fall sein dürfte.

Zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum „Neue Mitte“)

Vor dem Hintergrund der bisherigen Ausführungen wird die Funktion des **Hauptzentrums** dem Standortbereich der „**Neuen Mitte**“ zugewiesen. Damit wird das zukünftige Gemeindezentrum als einziger Standortbereich im Stadtgebiet dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche und zentrenrelevanten/nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (zur Definition siehe Kap. 7.2) aufzunehmen, deren Versorgungsfunktionen sich auf die Gemeinde Salem bzw. dem ihr zugewiesenen Verflechtungsbereich (Gemeinden Heiligenberg und Frickingen) beziehen.

Auch kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren-/nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten und Versorgungsfunktionen, die sich nicht nur auf das fußläufige Umfeld sondern auf die Gesamtgemeinde bzw. den Verflechtungsbereich beziehen, sollten nach Ansicht der Gutachter somit hier konzentriert werden. Darüber hinaus sollte die Gemeinde Salem eine stärkere Durchmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben anstreben, um der Bevölkerung ein möglichst kompaktes und umfangreiches Versorgungsangebot bereit zu stellen.

Weitere zentrale Versorgungsbereiche sollten im Gemeindegebiet nicht ausgewiesen werden, um städtebaulich unverträgliche Standortkonkurrenzen zu vermeiden.

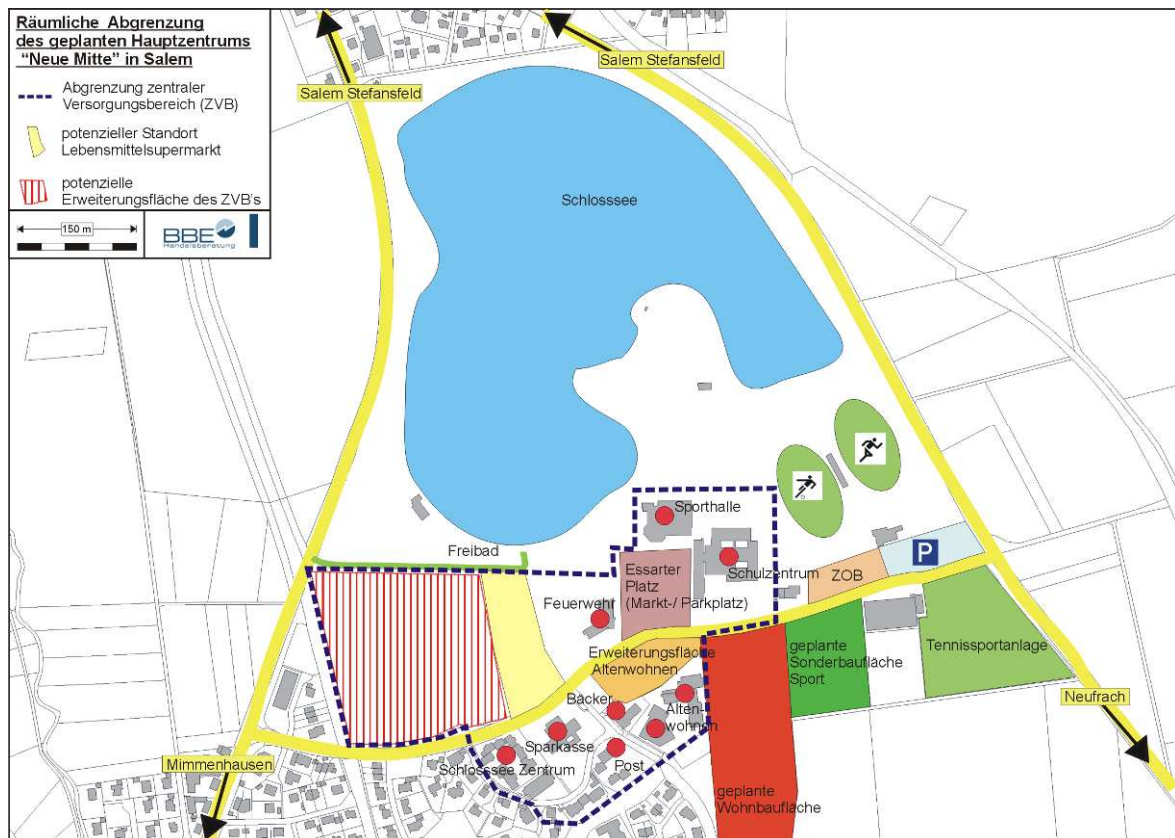
In diesem Zusammenhang ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass diese Funktionszuweisung nicht dazu führen würde, die ortsbezogene Versorgung in den übrigen Ortschaften künftig zu behindern. Denn in allen Ortschaften blieben kleinflächige Einzelhandelsbetriebe für die lokale Versorgung selbstverständlich weiterhin zulässig.

Räumliche Festlegung des Hauptzentrums „Neue Mitte“

Die räumliche Festlegung des Hauptzentrums ist in Salem bislang nur insofern erfolgt, als dass sich im „Regionalen Einzelhandelskonzept (REHK) für die Region Bodensee-Oberschwaben“ aus dem Jahr 2009 eine zeichnerische Darstellung findet, die von den kooperierenden Kommunen der Region grundsätzlich als Standort für Planvorhaben mit großflächigem Einzelhandel akzeptiert wird. Dieser, zum damaligen Zeitpunkt ausschließlich aufgrund der vorgefundenen Bestandsstrukturen abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich, ist im REHK allerdings im Bereich der Bahnhof-/Bodenseestraße lokalisiert worden.

Aufgrund der Planungsabsicht der Gemeinde Salem, auch langfristig ein adäquates Einzelhandelsangebot in der Gemeinde zu sichern, muss hier eine Neuabgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgen. Denn die gewachsenen Besitzstrukturen entlang Bodensee- und Bahnhofstraße verfügen - maßgeblich aufgrund der dort vorzufindenden, städtebaulichen Verhältnisse - über keine entsprechenden Flächenpotenziale, die hierfür benötigten Magnetbetriebe adäquat aufzunehmen.

Diese Neuabgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wäre, als teilnehmende Gemeinde am Regionalen Einzelhandelskonzept, interkommunal mit den restlichen Mitgliedern des REHK's abzustimmen.

Abb. 21: Hauptzentrum der Gemeinde Salem – Räumliche Abgrenzung der „Neuen Mitte“


Quelle: Eigene Berechnungen

Das neue abgegrenzte Hauptzentrum der Gemeinde Salem erstreckt sich somit maßgeblich in ost-westlicher Richtung entlang der Schlosseeallee. Dem zentralen Versorgungsbereich sind dabei sowohl die an den als Marktplatz genutzten Essarter Platz angrenzenden Grundstücke von Bildungszentrum, Sporthalle und Feuerwehr als auch die sich westlich anschließenden, bislang landwirtschaftlich bzw. mindergenutzten (Frei-) Flächen zuzuordnen. In diesem Bereich sollen sowohl der Lebensmittelsupermarkt als auch alle sonstigen, evtl. folgenden Nutzungen angesiedelt werden. Dabei ist darauf zu achten, dass prioritär die östlichen Flächen mit Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen zu belegen sind. Der westliche, rd. 100 Meter vom Schlosseecenter entfernte Randbereich wäre demnach erst dann zu entwickeln, wenn im östlichen Teilbereich keine Flächenpotenziale mehr vorhanden sind. Eine umgekehrte Reihenfolge in der Flächenentwicklung hätte eine geringere Kompaktheit und somit geringere Synergieeffekte zur Folge. Da gerade diese Kopplungsvorteile allerdings eine wesentliche Einflussgröße auf die Entwicklungsfähigkeit der „Neuen Mitte“ darstellen, ist auf die Reihenfolge, in der die vorhandenen Flächen belegt werden, besonders zu achten.

Südlich der Schlosseeallee ist das Karree um Schlosseeallee, Abt-Thomas-Straße sowie Kurt-Hahn-Straße als Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs anzusehen. Damit sind sowohl das Schlosseecenter als auch die Standorte von Sparkasse und Postshop dem Standortbereich

des Hauptzentrums zugeordnet. Östlich stellt die geplante Wohnbaufläche die Grenze des zentralen Versorgungsbereiches dar, so dass der Standortbereich des Altenwohnheims ebenfalls Bestandteil des neuen Hauptzentrums ist.

Ortsteilzentrum Mimmenhausen

Mit der Definition eines Ortsteilzentrums soll den siedlungsstrukturellen Gegebenheiten der Gemeinde Salem und den vorhandenen städtebaulich integrierten Einzelhandelsangeboten im Bereich Bahnhof-/Bodenseestraße Rechnung getragen werden.

Wie bereits zuvor erläutert, ergibt sich allerdings wegen fehlender Voraussetzungen zur Begründung eines Zentralen Versorgungsbereiches keine Möglichkeit, den angestrebten Schutz vor funktionaler Beeinträchtigung - etwa durch die Ansiedlung von zusätzlichen branchengleichen Einzelhandelsbetrieben an anderen Standorten – verbindlich festzulegen. Schließlich dient die kommunale Bauleitplanung nicht dem Schutz von Fachgeschäften vor Wettbewerb, sondern der Sicherung und Stärkung der Haupt- und Nebenzentren (als Zentrale Versorgungsbereiche) und der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs.

Dennoch kann durch die hier vorgeschlagene relativ restriktive Bauleitplanung den im Ortsteilzentrum vorhandenen Anbietern eine faire Chance eingeräumt werden, am vorhandenen Standort einen wirtschaftlich tragfähigen Betrieb zu führen.

Entscheidend für die dauerhafte Sicherung des Standortbereiches wird aber neben der Investitionsbereitschaft der einzelnen Betriebe auch die verstärkte Kooperation bei allen Marketingaktivitäten sein. Die kürzlich erfolgte Gründung der Interessengemeinschaft „Salem aktiv“ ist ein Schritt in die richtige Richtung.

Wohnungsnaher Versorgung

Dem vorgeschlagenen Standortkonzept folgend, sollen (großflächige) Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und gesamtgemeindlicher Ausstrahlung zukünftig ausschließlich an geeigneter Stelle innerhalb der „Neuen Mitte“ erfolgen, um in zentraler Lage innerhalb des Gemeindegebiets ein attraktives und gebündeltes Einzelhandelsangebot zu etablieren und Ansiedlungsanreize für weitere Betriebe (Einzelhandel, Gastronomie, sonstige Dienstleistungen) zu schaffen.

Ebenfalls auf die „Neue Mitte“ konzentriert werden sollen die Betriebe mit den für die Gemeinde Salem besonders bedeutsamen nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Das aktuell bestehende Lebensmittelangebot – bestehend aus Anbietern des Lebensmitteldiscount- sowie Vollsortimentssegments - ist perspektivisch allerdings gefährdet, da sich das entsprechende

Angebot im Lebensmittelvollsortimentsbereich lediglich auf einen einzigen Anbieter beschränkt und dieser aus betrieblichen Gründen nur noch eingeschränkt wettbewerbsfähig ist.

Hierfür spricht vor allem, dass die aktuelle Verkaufsfläche des Edeka-Supermarktes weit unter den heute üblichen Standards liegt. Dies macht sich sowohl in einer sehr beengten Warenpräsentation als auch vergleichsweise engen Kundengängen bemerkbar.

Hinzu kommt, dass der Markt an seinem jetzigen Standort nicht erweitern kann.

Um die Versorgungsfunktion des Grundzentrums im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels langfristig zu sichern, wird es somit erforderlich, ein Alternativareal für einen großflächigen Lebensmittelvollsortimentsbetrieb zu entwickeln.³⁰

Entsprechend den obigen Ausführungen wird hierfür das Areal westlich der Feuerwehr diskutiert.

Der Standort des neuen Supermarktes würde dabei eine „Doppelfunktion“ übernehmen, da er zum einen langfristig ein entsprechendes Lebensmittelvollsortiment in zentraler Lage innerhalb des Gemeindegebietes sowie städtebaulich integriert als Bestandteil des neu zu entwickelnden Hauptzentrums der „Neuen Mitte“ vorhalten würde, gleichzeitig aber auch als Magnetbetrieb für die sonstigen Angebote im Hauptzentrum fungiert.

Da auch das Drogeriewarenssegment seit der Schließung der Schlecker-Filiale in Salem-Neufrach nur noch durch einen, mit rd. 220 qm ebenfalls gering dimensionierten Drogeriemarkt vorgehalten wird, besteht auch hier perspektivisch ein gewisser Handlungsdruck. Gutachterlicherseits wird auch hier die Ansiedlung innerhalb des zu entwickelnden Hauptzentrums empfohlen, so dass mit Lebensmittel-supermarkt und Drogeriemarkt ein attraktiver Nahversorgungsstandort in integrierter Lage entstünde.

Gerade für die dort bereits ansässigen bzw. sich zukünftig dort ansiedelnden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe in der „Neuen Mitte“ wird es von großer Bedeutung, dauerhaft ein attraktives und umfassendes Nahversorgungsangebot innerhalb des neuen Hauptzentrums der Gemeinde vorzufinden: Denn sie profitieren in besonderem Maße von den hohen Frequenzen des Lebensmittelanbieters/ggf. des Verbundstandortes bzw. den kurzen Wegen innerhalb der „Neuen Mitte“. Vor diesem Hintergrund ist dieser Standort als städtebaulich besonders schützenswert einzustufen.

Demgegenüber übernehmen die in dem Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“ ansässigen Lebensmittel-discounter keine wohnortnahe Versorgung: Sie sind fußläufig gar nicht bzw. nur sehr schlecht zu erreichen und sprechen fast ausschließlich autoorientierte Kunden an.

Diesem Standort wird folglich keine Nahversorgungsfunktion zugewiesen, so dass aus Sicht der

³⁰ Moderne Supermarktkonzepte bewegen sich in Flächendimensionen von rd. 1.500 – 2.000 qm Verkaufsfläche.

Gutachter kein städtebaulich begründeter Schutzanspruch der dort ansässigen Lebensmittelanbieter besteht.

Daraus ergibt sich die grundlegende Handlungsempfehlung, zum Schutz des für die wohnortnahe Versorgung (zukünftig) bedeutsamen Angebotsstandortes in der „Neuen Mitte“ keine zusätzlichen größeren Nahversorgungsbetriebe (z.B. Lebensmitteldiscounter, Super-/ Verbrauchermarkt aber auch Drogeriemärkte) innerhalb des Gemeindegebietes zuzulassen. Vor diesem Hintergrund sind auch Verkaufsflächenerweiterungen - die gleichzeitig immer mit Attraktivitätsgewinnen verbunden sind - der nicht-integrierten Nahversorgungsbetriebe grundsätzlich auszuschließen.

Allenfalls kleinflächige „Läden zur Gebietsversorgung“ oder „Hofläden“ in integrierter Wohngebietslage bzw. den kleineren Ortschaften, die ausschließlich der Versorgung einzelner Wohngebiete bzw. Ortslagen dienen und deshalb auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 BauNVO zulässig wären, sollten auch weiterhin möglich sein (Verkaufsfläche jeweils max. rd. 200 qm).

Ergänzungsstandort für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel

Im Hinblick auf die Ansiedlung von zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist aus Gutachtersicht ebenfalls die Konzentration potenzieller Vorhaben auf lediglich einen Standortbereich zu empfehlen. Vor allem der geringere Flächenverbrauch sowie verkehrstechnische Aspekte spielen hier eine Rolle. Da von einem großflächigen Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment keine zentrenprägenden, erst recht keine –bildenden Funktionen zu erwarten sind, ist hier die Bündelung von Einkaufsmöglichkeiten prinzipiell anders zu werten, als es beispielsweise bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten der Fall wäre.

Als Ergänzungsstandort für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel wird das Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“ vorgeschlagen.

Der mit diesem Konzept vorgeschlagene Ergänzungsstandort für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel ist aus Sicht der Gutachter unter standortseitigen Gesichtspunkten - sowohl hinsichtlich der vorhandenen Verkehrsanbindung des Standorts als auch der generell günstigen Lage innerhalb des Gemeindegebietes mit räumlichen Bezug zum Kernort- und der Flächendimensionierung grundsätzlich dazu geeignet, entsprechende Fachmarktnutzungen mit **nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** (bspw. Garten- oder Baumarktsortiment) aufzunehmen.

Da es sich bei dem Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“ aber letztlich um einen Konkurrenzstandort zum gewollten Hauptzentrum der „Neuen Mitte“ handelt, ist die Ansiedlung von zusätzlichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an diesem Standort grundsätzlich auszuschließen, um entsprechende Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der Gemeindemitte nicht zu gefährden. Allenfalls unwesentliche Randsortimente (max. 10 %) sind zuzulassen, wenn ihre Verträglichkeit im

Einzelfall nachgewiesen werden kann.

Bei einem Ausbau vorhandener Standorte sollen zentren-/nahversorgungsrelevante Randsortimente über den Bestand hinaus ebenfalls nur noch unter Zugrundelage der obigen Obergrenzen zugelassen werden.

Auch nicht-großflächige Fachmarktkonzepte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollten - aufgrund der geringen Flächenpotenziale innerhalb der „Neuen Mitte“ und um eine diffuse Verteilung über das Gemeindegebiet zu vermeiden – auf dieses Areal konzentriert werden. In diesem Sinne sollten weitere Einzelhandelsansiedlungen in den übrigen Gewerbegebieten zukünftig unterbleiben und bauleitplanerisch grundsätzlich ausgeschlossen werden. Gleichzeitig sind die bereits in den Gewerbegebietslagen ansässigen Einzelhandelsbetriebe mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auf ihren Bestand festzuschreiben.

Im Falle konkreter Ansiedlungersuche sollte die Gemeinde Salem mittels geeigneter Bauungspläne aber sicher stellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Randsortimenten (max. 10 % der Verkaufsfläche) realisiert werden können.

Auch der kleinflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll auf den Standortbereich „Gewerbegebiet Bahnhofstraße“ konzentriert werden.

7.2 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei **zentrenrelevanten Sortimenten** sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese weitgehend in den zentralen Versorgungsbereich des ausgewiesenen Hauptzentrums einzu binden. Die resultierende Kundenfrequenz soll der Belebung der „Neuen Mitte“ dienen und diese weiter stärken.

Kleinflächige und tendenziell inhabergeführte, serviceorientierte Fachgeschäfte mit zentrenrelevan tem Kernsortiment sind - je nach Verfügbarkeit von Ladenlokalen – darüber hinaus gleichrangig im Ortsteilzentrum Mimmehausen zu konzentrieren, um hier die vorgefundenen Besatzstrukturen perspektivisch zu erhalten und zu stützen.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzel handelsangebot von Innenstädten (Haupt- und Nebenzentren) prägend und funktional von Bedeu tung sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in der Innenstadt führen kann.

Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einer In nenstadt angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstar ken Innenstadt anzusehen sind.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten
- eine hohe Beratungsintensität
- eine hohe Flächenproduktivität
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind)

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind **und** für das innerstädtische Angebotspekt rum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortan forderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

Eine Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente stellen die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Grundbedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Eine Beschränkung solcher Angebote ausschließlich auf die größeren Zentren würde die verbrauchernahe Versorgung mit Waren des Grundbedarfs einschränken. Insofern können bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen nahversorgungsrelevante Sortimente auch an Standorten zugelassen werden, die zwar außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen liegen, aber einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen.

Gleichwohl weisen nahversorgungsrelevante Warenangebote auch eine wichtige Bedeutung für Versorgungszentren auf. Insbesondere in den Zentren von Klein- und Mittelstädten übernehmen kundenfrequenzstarke Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment regelmäßig die wichtige Funktion von Frequenzbringern. Auch in der Gemeinde Salem ist hiervon auszugehen. Denn neben den positiven gesamtgemeindlichen Effekten des geplanten Vollsortimenters wird primär der Standortbereich der „Neuen Mitte“ von dem dort anzusiedelnden Supermarkt (ggf. ergänzt von einem Drogeriemarkt) profitieren.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente auf Basis grundsätzlicher Überlegungen definiert wurden (u. a. „Kölner Liste“).

Eine allgemeingültige Aufstellung genügt jedoch der aktuellen Rechtsprechung zufolge nicht den Anforderungen, die etwa an textliche Festsetzungen im Rahmen der Bauleitplanung zu stellen sind. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht-integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es beispielsweise nach Ansicht des OVG Münster ausdrücklich einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Dabei gibt es erfreulicherweise keine grundsätzlichen Zweifel daran, dass das Ziel der Erhaltung der Attraktivität und der Einzelhandelsfunktion einer Innenstadt zur städtebaulichen Rechtfertigung des Ausschlusses von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten herangezogen werden darf³¹.

³¹ Vgl. Schmitz / Federwisch (Hrsg.): Einzelhandel und Planungsrecht (2005), S. 165

In diesem Sinne werden im sogenannten Einzelhandelserlass des Landes Baden-Württemberg³² einzelne Sortimente bzw. Sortimentsgruppen ausgewiesen, die **in der Regel** zentren- und nahversorgungsrelevant sind. Auf Seite 6 des Einzelhandelserlasses wird aber ausdrücklich darauf hingewiesen, dass bei der Definition der zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente die örtlichen Gegebenheiten zu berücksichtigen sind.

Demzufolge gelten folgende Sortimente grundsätzlich erst einmal als zentrenrelevant:

- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroorganisation
- Kunst, Antiquitäten
- Baby-, Kinderartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren
- Foto, Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Musikalienhandel
- Uhren, Schmuck
- Spielwaren, Sportartikel

Für einen großen Teil des gesamten Sortimentspektrums ist die Zentrenrelevanz unter Würdigung der oben skizzierten Kriterien demnach unstrittig. Weiter gehende Festlegungen können und sollten unter Würdigung der ortsspezifischen Gegebenheiten getroffen werden.

Als nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß den Vorgaben des Einzelhandelserlasses einzuordnen sind:

- Lebensmittel, Getränke
- Drogerie, Kosmetik, Haushaltswaren

Für einzelne Sortimentsbereiche eröffnet der Einzelhandelserlass darüber hinaus explizit die Möglichkeit, dass die Gemeinden anhand der Prüfung der ortsspezifischen Gegebenheiten in einer Ein-

³²

„Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001, Az.: 6-2500.4/7“

zelfallbetrachtung einzelne Teilsortimente ggf. als nicht-zentrenrelevant bewerten können. Im Einzelnen betrifft dies die Warengruppen:

- Teppiche (ohne Teppichböden)
- Blumen
- Tiere und Tiernahrung, Zooartikel

Von den Vorschlägen der Landesplanung ausgehend, wird auch für die Gemeinde Salem eine differenzierte Sortimentsliste vorgeschlagen. Für die Gemeinde Salem ist die Sortimentszuordnung wie folgt zu beurteilen:

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Die Kriterien für die Nahversorgungsrelevanz von **Nahrungs- und Genussmitteln** sowie **Drogeriewaren** werden auch in Salem erfüllt. Sie decken den Grundbedarf jedes Haushaltes ab und werden häufig eingekauft.

Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ zunächst als nahversorgungsrelevant einzustufen. Im Falle der Vertriebsform des Getränkefachmarktes ist jedoch eine differenzierte Betrachtung sinnvoll. Denn diese Betriebe bieten überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen an. Dies bedeutet, dass die Märkte fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden und deshalb über Standorte mit guter Anfahbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten verfügen müssen. Darüber hinaus ergibt sich bei den großen Volumina der Waren ein großer Flächenbedarf.

Vor diesem Hintergrund ist die Integration von Getränkefachmärkten in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohngebietslagen nicht grundsätzlich zu fordern und eine Ansiedlung z.B. in einer Gewerbegebietslage ggf. im Einzelfall genau zu betrachten.

Zentrenrelevante Sortimente

Der überwiegende Teil der im Handelserlass als grundsätzlich zentrenrelevant dargestellten Sortimente erfüllen auch in Salem die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Für die folgenden Sortimente ist die **Zentrenrelevanz** in Salem deshalb unstrittig:

- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Baby-, Kinderartikel
- Uhren, Schmuck

- Foto, Optik
- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroorganisation
- Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Kunst, Antiquitäten

Waren der **Unterhaltungselektronik, Computer, Computerzubehör** und auch **Telekommunikationsgeräte** sind ebenfalls **grundsätzlich** als **zentrenrelevant** zu betrachten.

Im Bereich der **Elektrohaushaltswaren** ist dagegen zwischen Elektrogroßgeräten und sonstigen elektrischen Haushaltsgeräten zu unterscheiden. Während **Elektrogroßgeräte** (nur Großgeräte wie Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen; sog. „Weiße Ware“) mit Möbeln vergleichbare Standortanforderungen stellen und deshalb je nach spezifischer Gegebenheit ebenfalls als nicht-zentrenrelevant angesehen werden können, sind **Elektrokleingeräte** generell den **zentrenrelevanten** Sortimenten zuzuweisen. Zwar wird das Sortiment der Elektrogroßgeräte aktuell maßgeblich von dem im Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“ ansässigen Euronics „Media Center Salem“ vorgehalten, da es aber oftmals in Kombination mit zentrenrelevanten Elektrokleingeräten angeboten wird und zugleich – maßgeblich aufgrund des geringen Marktpotenzials - kein großflächiger Großelektronikfachmarkt in der Gemeinde Salem zu erwarten ist, wird seitens der Gutachter empfohlen, neben den Elektrokleingeräten auch die **Elektrogroßgeräte** als **zentrenrelevant** einzustufen.

Das Segment **Lampen/Leuchten** wird in der Gemeinde Salem bislang lediglich im Rahmen der wöchentlich wechselnden Aktionswaren der beiden nicht-integrierten Lebensmitteldiscounter angeboten.

Ogleich die Ansiedlung eines Lampen- und Leuchtengeschäftes in der Gemeinde Salem als nicht realistisch – weil wirtschaftlich höchstwahrscheinlich nicht rentabel zu betreiben – einzustufen ist, würde es wesentlich zu einer Attraktivitätssteigerung des Hauptzentrums beitragen. Folglich sollen Lampen und Leuchten – im Sinne einer planerischen Zielsetzung – den **zentrenrelevanten** Sortimenten zugeordnet werden.

Spielwaren sowie **Sportbekleidung, Sportschuhe** und die meisten **Sportartikel** sind ebenfalls **grundsätzlich** als **zentrenrelevante** Leitsortimente zu bewerten. Für einzelne Sortimente innerhalb der Warengruppe Sportartikel ist jedoch eine differenzierte Betrachtung erforderlich:

- **Sport- und Freizeitboote:** Anbieter von Sport- und Freizeitbooten sind hinsichtlich ihrer Standortanforderungen dem Kfz-Handel gleichzusetzen und deshalb als **nicht zentrenrelevant** zu bewerten.
- **Campingartikel:** Aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - werden diese Waren nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädti-

schen Einzelhandel geführt. Dieses Sortiment wird vielfach als Randsortiment in erster Linie von Bau- und Gartenmärkten – in den meisten Fällen jedoch außerhalb der Zentren – oder bei den meisten Lebensmittel-Discountmärkten in Form von wöchentlich wechselnden Aktionswaren angeboten.

Im Sinne einer planerischen Zielsetzung sollte es dennoch als **zentrenrelevant** eingestuft werden, da es durchaus auch Verbundwirkungen mit weiteren Sortimenten – vor allem der zentrenrelevanten Sportartikel – aufweist und das Vorhandensein innerhalb des Hauptzentrums das vorgehaltene Angebotsspektrum erweitern und attraktiver gestalten würde.

Im Marktsegment **Fahrrad und Fahrradzubehör** ist in Deutschland eine zunehmende Polarisierung zu verzeichnen. Ähnlich wie in anderen Sortimenten, etablieren sich zunehmend großflächige Fachmärkte, die gemeinsam mit den Fachabteilungen der Baumärkte und SB-Warenhäuser den niedrig- bis mittelpreisigen Bereich abdecken.

Der Facheinzelhandel spezialisiert sich dagegen verstärkt auf höherpreisige Waren und versucht, sich durch eine intensive fachliche Kundenberatung und den Service nach dem Kauf von discountorientierten Fachmärkten abzusetzen.

Vor dem Hintergrund der absehbaren Marktentwicklungen sowie der Tatsache, dass bereits heute die beiden Anbieter von Fahrrädern („Zweirad Reinwald“ und „Fahrrad Martin“) außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ansässig sind, wird vorgeschlagen, die Warengruppe Fahrräder und Fahrradzubehör als **nicht-zentrenrelevant** zu bestimmen.

Im Bereich **Musikalienhandel** werden bislang keine entsprechenden Angebote in Salem vorgehalten. Dennoch sollte aus Sicht der Gutachter das Sortiment als **zentrenrelevant** eingeordnet werden, da eine Ansiedlung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches das vorgehaltene Angebotsspektrum erweitern und attraktiver gestalten würde.

Gemäß den Ausführungen des Einzelhandelserlasses gilt das Sortiment **„Einrichtungszubehör (ohne Möbel)“** ebenfalls grundsätzlich als zentrenrelevant. In diesem Falle wird seitens der Gutachter allerdings eine differenzierte Einordnung vorgeschlagen:

Die Warengruppe **Bettwaren** umfasst u. a. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken. Während das Teilsortiment Ober- und Unterdecken durch ein hohes Maß an Flächenintensität und Verbundwirkung mit anderen Branchen gekennzeichnet ist, sind z.B. Matratzen und Lattenroste sehr sperrig und weisen einen großen Flächenbedarf auf. Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, eine Aufteilung des Sortimentes Bettwaren vorzunehmen:

- Die Gruppe **Ober- und Unterbetten** wird der **zentrenrelevanten** Warengruppe Haushalts-/Heimtextilien zugeordnet.
- **Matratzen und Lattenroste** werden dagegen den **nicht-zentrenrelevanten** Sortimenten zugeordnet.

Auch die Warengruppe **Teppiche** ist angesichts einer überwiegend geringen Handlichkeit und der hierdurch bedingten Notwendigkeit, dass Teppiche fast nur mit dem Pkw transportierbar sind, als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen. Bereits heute wird das Sortiment de facto ausschließlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorgehalten. Gleiches gilt auch für die Warengruppe **Tapeeten**, so dass aus Sicht der Gutachter vorgeschlagen wird, diese ebenfalls den **nicht-zentrenrelevanten** Sortimenten zuzuordnen.

Bei der Warengruppe „**Blumen**“ wird empfohlen, eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorzunehmen.

Während **Schnittblumen** zumeist über Fachgeschäfte verkauft werden und daher als **zentrenrelevantes Sortiment** anzusehen sind, werden Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße vor allem über Gartenmärkte verkauft, die aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Diese Verteilung ist auch in Salem vorzufinden (Bsp. „Raiffeisenmarkt“ am Riedweg), so dass gartenmarktspezifische Sortimente daher als **nicht zentrenrelevant** eingestuft werden.

Das Sortiment **Zoologischer Bedarf und lebende Tiere** hat für die Funktionsfähigkeit von Zentren nur eine geringe Bedeutung und sollte auch in der Gemeinde Salem als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden. Obwohl das Teilsortiment Tierfutter neben spezialisierten Fachmarktkonzepten regelmäßig im Randsortiment der Lebensmittel- und Drogeriewarenanbieter vorgehalten wird, lässt sich hieraus keine grundsätzliche Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz ableiten. Das Sortiment sollte deshalb auch den **nicht-zentrenrelevanten** Sortimenten zugeordnet werden.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Das **Möbelsortiment** zeichnet sich im Allgemeinen durch einen hohen Flächenbedarf und Sperrigkeit aus, so dass sich die Standortanforderungen von Möbelanbietern in Innenstadtlagen kaum realisieren lassen. Angesichts dessen wird empfohlen, das Möbelsortiment als **nicht-zentrenrelevant** einzustufen.

Die Anbieter von **Baumarktsortimenten** weisen in der Regel einen großen Flächenbedarf und eine starke Pkw-Orientierung auf, weshalb sie im Allgemeinen nicht in innerstädtische Gefüge integrier-

bar sind. Angesichts dieser Aspekte sind Baumarktsortimente auch in der Gemeinde Salem als **nicht-zentrenrelevant** einzustufen.

Anbieter für **Autozubehör** sind in der Regel nicht in Innenstädten vorzufinden, da ihre spezifischen Standortanforderungen einen Betrieb in zentralen Lagen nur in Ausnahmefällen ermöglichen. In Salem ist derzeit kein auf Kfz-Zubehör spezialisierter Fachmarktanbieter vorzufinden, im Falle eines Ansiedlungersuches sollte er auf den vorgeschlagenen Ergänzungsstandort „Gewerbegebiet Bahnhofstraße“ gelenkt werden. Deshalb ist diese Warengruppe in Salem ebenfalls als **nicht-zentrenrelevant** einzustufen.

In der nachstehenden „Salemer–Liste“ ist die Zuordnung der einzelnen Warengruppen nach zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten für die Gemeinde Salem detailliert aufgeführt. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Tabelle 8: Salemer Sortimentsliste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortiment			
47.11.1	Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.11.2	Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
zentrenrelevante Sortimente		nicht-zentrenrelevante Sortimente	
		45.32.0	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Schrauben und -zubehör, Kleineisenwaren, Bauartikel, Dübel, Beschläge, Schlösser und Schlüssel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Bauelemente aus Eisen, Metall und Kunststoff,

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
			Werkzeuge aller Art; Werkstatteinrichtungen, Leitern, Lager- und Transportbehälter, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Drahtwaren, Rasenmäher)
aus 47.53	Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken), Tapeten	aus 47.53	Bodenbeläge, Teppiche
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Groß- und Kleingeräte)		
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohhwaren, Kinderwagen)
aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel	aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für dem Garten, Gartenmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
zentrenrelevante Sortimente - Fortsetzung		nicht-zentrenrelevante Sortimente - Fortsetzung	
47.63	bespielte Ton- und Bildträger		
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Sportartikel (Sportbekleidung, Sportschuhe, Sport-Kleingeräte), Campingartikel und Campingmöbel	aus 47.64.2	Sport-Großgeräte, Boote
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.73	Apotheken		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
aus 47.76.1	Schnittblumen	47.76.1	Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
		aus 47.78.9	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte
47.79	Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgüter		

Quelle: eigene Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008)

7.3 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

7.3.1 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels auf die „Neue Mitte“ bzw. das Ortsteilzentrum Mimmenhausen zu erreichen, wird der Gemeinde Salem mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb der beiden vorgenannten Versorgungsstrukturen zu treffen.

Dazu sind der Gemeinde Salem weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe³³ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

³³ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 7.3.2

7.3.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Der Einzelhandelserlass hat in diesem Sinne mit dem Kongruenzge- bzw. dem Beeinträchtigungsverbot entsprechende raumordnerische Mindestanforderungen für großflächige Einzelhandelsprojekte formuliert.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat sich das Bundesverwaltungsgericht zur Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich geäußert. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d.h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

- einen eigenen Eingang,
- eine eigene Anlieferung und
- eigene Personalräume haben sowie
- unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

- Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z.B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 qm überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 qm Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 qm Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig dafür, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 qm Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z.B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 qm Geschossfläche unter 800 qm liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z.B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich ho-

hen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB –also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes– kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z.B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ wird im Einzelhandelserlass im Kap. 4.2.3.2 ausgeführt, dass

für Sondergebiete die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden muss. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d.h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Danach sind insbesondere die Verkaufsflächen, das Sortiment sowie die Begrenzung des Randsortiments nach Art und Umfang festzusetzen. Wenn sich aus einer entsprechenden Begründung das städtebauliche Erfordernis ergibt, kann die höchstzulässige Verkaufsfläche als Gesamtverkaufsfläche des Sondergebietes oder Verkaufsfläche einzelner Handelsbetriebe oder Branchen ohne Bindung an vorgegebene Anlagentypen festgesetzt werden.

Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen für ein Sondergebiet ist vom Bundesverwaltungsgericht allerdings für unwirksam erklärt worden, da sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist.

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen (BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07).

7.3.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'vertraglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren.

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich vertragliche Obergrenze für zentrenrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie auch von der örtlichen Situation ab.

7.3.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Gemeinde Salem nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.³⁴

In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Vor diesem Hintergrund wird der Gemeinde Salem empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten grundsätzlich durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. ein Kiosk).

³⁴ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben als „Annexhandel“ zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist
- und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Dabei ist den bestehenden Einzelhandelsbetrieben Bestandsschutz einzuräumen.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

Darüber hinaus sollen ausschließlich im zentral gelegenen Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“ auch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment³⁵ neu angesiedelt werden dürfen.

Zentrenrelevante und/oder nahversorgungsrelevante Sortimente sind dagegen auch zukünftig nur als Randsortimente zuzulassen, sofern sie dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

³⁵ gemäß „Salemer Liste“

7.3.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes kann es unter Umständen erforderlich werden, auch in Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen eines Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes beruhen können.

Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass jeweils der Gebietscharakter gewahrt bleibt, was einem generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen wohl entgegenstehen dürfte.

7.3.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die Anwendung des neuen Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen auch von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)³⁶.

³⁶ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

7.3.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts durch die Bauleitplanung – Zusammenfassung der Empfehlungen

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzepts werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- (1) Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur noch im zu entwickelnden Zentralen Versorgungsbereich zuzulassen. Hierbei werden großflächige Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten ausschließlich auf das Hauptzentrum der „Neuen Mitte“ Salem verwiesen.
- (2) Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches durch Bebauungspläne mit Kerngebiets- oder ggf. Sondergebietsfestsetzungen gemäß § 7 BauNVO oder über Festsetzungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- (3) Grundsätzlich ist auch der kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandel auf den Zentralen Versorgungsbereich und das Ortsteilzentrum Mimmenhausen zu konzentrieren. Außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausnahmsweise nur dann zugelassen werden, wenn deren Ansiedlung eine Entwicklung innerhalb des Zentrums nachweislich nicht gefährdet.
- (4) Zum Schutz der wohnortnahen Versorgung sind großflächige nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe zukünftig nur noch im Hauptzentrum der „Neuen Mitte“ zuzulassen. Auch die Entwicklung kleinflächiger Angebotsformate mit weiträumiger Ausstrahlung (z.B. Drogeriemärkte) ist auf diesen Standortbereich zu konzentrieren.
Gleichzeitig sind die außerhalb, in den Gewerbegebieten verstandortete Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auf ihren Bestand festzuschreiben.
- (5) Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist auch außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches an städtebaulich geeigneten Standorten grundsätzlich zuzulassen. Hierzu wird seitens der Gutachter eine Konzentration auf das Gewerbegebiet „Bahnhofstraße“ vorgeschlagen. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind. Dabei ist der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken. Bei einem Ausbau vorhandener Standorte dürfen zentrenrelevante Randsortimente über den Bestand hinaus nur noch in einem eng begrenzten Umfang zugelassen werden. Darüber hinaus wird der Gemeinde Salem empfohlen, auch kleinflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf den Standortbereich „Gewerbegebiet Bahnhofstraße“ zu konzentrieren.

(6) Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher sind in den sonstigen Gewerbegebieten auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt – vorhandene Betriebe sind auf den jetzigen Bestand festzuschreiben.

(7) Vorhandene Bebauungspläne sind daraufhin zu überprüfen, ob der angestrebte Schutz des Zentralen Versorgungsbereichs den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Sortiment bis auf eng begrenzte Ausnahmen gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen.

(8) Für den unbeplanten Innenbereich sind Bebauungspläne aufzustellen, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten. Dabei ist auch zu prüfen, ob als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB Anwendung finden können. Danach ist es möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen zu treffen, um den zentralen Versorgungsbereich zu erhalten und zu entwickeln.

- - -

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE Handelsberatung GmbH erlaubt.

- - -