



Dr. Donato Acocella  
Stadt- und Regionalentwicklung

# Gutachten als Grundlage zur Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes (inkl. Nahversorgungskonzept) für das Mittelzentrum Lahr/ Schwarzwald



Dr. Donato Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung  
Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29  
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29  
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43  
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

**Bearbeiter:**

Dr. rer.pol. Donato Acocella

Dipl.-Ing. Antje Schnacke-Fürst

Marthe Bernhard, M.Sc. Raumplanung

**Lörrach, 09.03.2017**

# INHALTSVERZEICHNIS:

<b>1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG</b>	<b>1</b>
<b>2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN</b>	<b>3</b>
<b>2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG</b>	<b>3</b>
2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung.....	4
2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung .....	7
2.1.3 Onlinehandel .....	9
<b>2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL</b>	<b>11</b>
2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzeptes .....	11
2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich .....	11
2.2.1.2 Sortimentsliste .....	13
2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene .....	13
2.2.2 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels....	17
2.2.3 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren.....	18
2.2.4 Fazit	20
<b>3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE</b>	<b>21</b>
<b>3.1 METHODISCHES VORGEHEN</b>	<b>21</b>
3.1.1 Einzelhandelserhebung und Befragung der Händler.....	21
3.1.2 Herkunftserfassung .....	23
<b>3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT LAHR</b>	<b>24</b>
3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes .....	24
3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten .....	25
3.2.3 Umsatzherkunft, Kundenherkunft, Einzugsgebiet, Verbleibquote .....	28
3.2.4 Weitere Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung .....	30
3.2.5 Beurteilung der Einzelhandelsituation aus Händlersicht .....	33
<b>4. ZENTRALER VERSORGBEREICH INNENSTADT</b>	<b>37</b>
<b>4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME</b>	<b>37</b>
<b>4.2 ABGRENZUNG DES ZENTRALEN VERSORGBEREICHES INNENSTADT</b>	<b>39</b>
<b>4.3 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTS IM ZENTRALEN VERSORGBEREICH INNENSTADT</b>	<b>42</b>
<b>4.4 STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE</b>	<b>43</b>
<b>5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES</b>	<b>57</b>
<b>5.1 NAHVORSORGBEREICHE</b>	<b>58</b>
5.1.1 Nahversorgungsbereich Dinglingen Schwarzwaldstraße .....	59
5.1.2 Nahversorgungsbereich Sulz .....	60
5.1.3 Nahversorgungsbereich Kuhbach .....	61
5.1.4 Nahversorgungsbereich Reichenbach .....	62
<b>5.2 EINZELHANDELSCHWERPUNKTE IN SONSTIGER INTEGRIERTER UND NICHT INTEGRIERTER LAGE</b>	<b>63</b>



5.2.1 Einkaufszentrum Arena .....	63
5.2.2 Einzelhandelskonzentration Offenburger Straße .....	63
5.2.3 Fachmarktzentrum in Mietersheim .....	64
<b>5.3 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES .....</b>	<b>64</b>
<b>6. BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION .....</b>	<b>68</b>
<b>7. ÜBERPRÜFUNG DES ZIELKATALOGS .....</b>	<b>74</b>
<b>8. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS .....</b>	<b>78</b>
<b>8.1 METHODISCHES VORGEHEN.....</b>	<b>78</b>
8.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage.....	79
8.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite.....	82
<b>8.2 PROGNOSEERGEBNISSE .....</b>	<b>86</b>
8.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt .....	86
8.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums .....	90
8.2.3 Fazit Prognoseergebnis .....	93
<b>9. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG</b>	<b>95</b>
<b>9.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE.....</b>	<b>96</b>
9.1.1 Kriterien.....	96
9.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Lahr .....	97
9.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste .....	100
9.1.4 Exkurs Gebrauchsgüter.....	101
<b>9.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG .....</b>	<b>102</b>
9.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel .....	102
9.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel.....	105
<b>9.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN .....</b>	<b>107</b>
9.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive).....	107
9.3.2 Nahversorgungszentrum Dinglingen Schwarzwaldstraße (Perspektive) .....	114
9.3.3 Nahversorgungsbereich Kuhbach.....	115
9.3.4 Nahversorgungsbereich Reichenbach .....	116
9.3.5 Nahversorgungsbereich Sulz .....	116
9.3.6 Vorschläge zur Nahversorgung.....	116
9.3.7 Gewerbegebiete .....	120
<b>9.4 EMPFEHLUNGEN ZUR UMSETZUNG - ORGANISATORISCHES .....</b>	<b>121</b>
<b>9.5 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG .....</b>	<b>121</b>
9.5.1 Öffentliche Information.....	122
9.5.2 Festlegen einer Sortimentsliste.....	122
9.5.3 Festlegen von Gebieten mit Zulässigkeit von Einzelhandel .....	123
9.5.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen.....	126
<b>9.6 ZUSAMMENFASSENDE EMPFEHLUNG.....</b>	<b>127</b>
<b>GLOSSAR .....</b>	<b>128</b>
<b>ANHANG .....</b>	<b>132</b>



## TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Vergleich Einzelhandelsangebot Lahr 2016 zu 1993 (HGZ) .....	25
Tab. 2:	Vergleich Einzelhandelsangebot Lahr 2016 zu 2015, 2008 und 1997 .....	25
Tab. 3:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Lahr .....	26
Tab. 4:	Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick .....	82
Tab. 5:	Vorschlag für die "Sortimentsliste Lahr" .....	101
Tab. A - 1:	Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Lahr: Anzahl und Verkaufsfläche .....	132
Tab. A - 2:	Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Lahr: Anzahl und Verkaufsfläche .....	132
Tab. A - 3:	Einzelhandelssituation in der Stadt Lahr .....	133
Tab. A - 4:	Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (in m <sup>2</sup> ), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten" .....	134
Tab. A - 5:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Lahr nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	135
Tab. A - 6:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2025 in Mio. € .....	136
Tab. A - 7:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo- Prognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	137
Tab. A - 8:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	138
Tab. A - 9:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	139
Tab. A - 10:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Einzelhandelsangebot/ -auswahl .....	140
Tab. A - 11:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Struktur im Zentrum/ Innenstadtentwicklung .....	140
Tab. A - 12:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Verkehr/ Parken .....	140
Tab. A - 13:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität/ Sauberkeit .....	141
Tab. A - 14:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Kooperation der Einzelhändler untereinander und mit der Stadt .....	141
Tab. A - 15:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Sonstiges .....	141



## ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Einzelhändlerbefragung.....	23
Abb. 2:	Bindungsquoten in der Stadt Lahr nach Sortimenten (2016) .....	27
Abb. 3:	Umsatzherkunft Stadt Lahr (2016) .....	29
Abb. 4:	Eigentumsverhältnisse nach Betrieben und gewichtet nach Verkaufsf lächen (2016).....	31
Abb. 5:	Umsatzentwicklung in den letzten 3 Jahren nach Standorttypen .....	32
Abb. 6:	Onlinehandel .....	33
Abb. 7:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht 2016 (Gesamtstadt).....	34
Abb. 8:	"unechte" Bindungsquoten in der Innenstadt von Lahr nach Sortimenten (2016) .....	43
Abb. 9:	Betriebe, Verkaufsf lächen- und Umsatzanteile Lahr nach Lage .....	65
Abb. 10:	Einzelhandelsstruktur in Lahr nach Lage .....	67
Abb. 11:	Einwohnerentwicklung in der Stadt Lahr 1992 bis 2014 (tatsächliche Entwicklung) und 2014 bis 2030 (Prognosewerte) .....	80
Abb. 12:	Bindungsquoten in Lahr nach Sortimenten im Ist-Zustand und für 2025 angesetzte "Zielbindungsquoten" der oberen Variante der Entwicklungsprognose .....	85
Abb. 13:	Verkaufsf lächenentwicklungskorridor 2015 - 2025 Gesamtpotenzial in m <sup>2</sup> .....	87
Abb. 14:	Potenzialkorridore nach Zentrenrelevanz in m <sup>2</sup> - nahversorgungsrelevante Sortimente.....	91
Abb. 15:	Potenzialkorridore in m <sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente .....	92
Abb. 16:	Potenzialkorridore in m <sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente .....	93
Abb. 17:	Verkaufsf lächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Lahr .....	98
Abb. 18:	Verkaufsf lächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Lahr .....	99



## KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt - Analyse .....	40
Karte 2:	Haupteinkaufsbereich mit Magnetbetrieben im zentralen Versorgungsbereich .....	40
Karte 3:	Nutzungszonen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt .....	41
Karte 4:	Stärken zentraler Versorgungsbereich Innenstadt .....	44
Karte 5:	Potenzialflächen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt .....	48
Karte 6:	Lebensmittelangebot im und außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.....	50
Karte 7:	Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.....	51
Karte 8:	Innenstadteingänge.....	55
Karte 9:	Einzelhandelskonzentrationen in Lahr .....	57
Karte 10:	Nahversorgungsbereich Dinglingen Schwarzwaldstraße .....	59
Karte 11:	Nahversorgungsbereich Sulz .....	60
Karte 12:	Nahversorgungsbereich Kuhbach .....	61
Karte 13:	Nahversorgungsbereich Reichenbach .....	62
Karte 14:	(Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr.....	69
Karte 15:	(Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr (500m Radius).....	70
Karte 16:	(Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr (nicht nahversorgter Bevölkerungsanteil).....	71
Karte 17:	(Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr (Distanzen zu Fuß).....	72
Karte 18:	(Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr (Distanzen mit dem Fahrrad).....	73
Karte 19:	Räumliche Entwicklungsstrategie - perspektivische Abgrenzung .....	109
Karte 20:	Eingangsbereiche zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.....	111
Karte 21:	Maßnahmen Marktplatz .....	113
Karte 22:	Umnutzung von Leerständen in den Randbereichen.....	114
Karte 23:	Nahversorgungszentrum Dinglingen Schwarzwaldstraße (Perspektive) .	115
Karte 24:	Nahversorgungslücke Kuhbach .....	118
Karte 25:	Nahversorgungslücke Hugsweier.....	119
Karte 26:	Nahversorgungslücke Nordstadt .....	120



## FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	Fachgeschäft - Marktstraße.....	45
Foto 2:	Filialist - Marktstraße .....	45
Foto 3:	Magnetbetriebe - Schloßplatz .....	45
Foto 4:	Magnetbetrieb - Kaiserstraße.....	45
Foto 5:	Geldinstitut - Schillerstraße .....	46
Foto 6:	Freizeitangebot - Urteilsplatz .....	46
Foto 7:	bauliche Veränderungen - Lammstraße.....	46
Foto 8:	Markante Gebäude - Storchenturm .....	46
Foto 9:	Urteilsplatz .....	47
Foto 10:	Schloßplatz .....	47
Foto 11:	Wohnen - Bismarckstraße .....	47
Foto 12:	Wohnen - Alleestraße .....	47
Foto 13:	Potenzialfläche - Behördenparkplatz .....	48
Foto 14:	Potenzialfläche - Lammstraße .....	48
Foto 15:	Potenzialfläche - Marktplatz .....	49
Foto 16:	Potenzialfläche - Postgelände .....	49
Foto 17:	Nebenlage - Schillerstraße .....	50
Foto 18:	Nebenlage - Kaiserstraße .....	50
Foto 19:	Leerstand - östliche Innenstadt.....	52
Foto 20:	Leerstand - Kaiserstraße .....	52
Foto 21:	Warenpräsentation - Marktstraße .....	52
Foto 22:	Werbeanlagen - Kirchstraße .....	52
Foto 23:	Fassaden - Marktplatz.....	53
Foto 24:	Außengastronomie - Marktplatz.....	53
Foto 25:	Roßplatz .....	53
Foto 26:	Marktplatz 1 .....	53
Foto 27:	Marktplatz 2 .....	54
Foto 28:	Marktplatz 3 .....	54
Foto 29:	Wege.....	54
Foto 30:	Gassen .....	54
Foto 31:	schlechte Auffindbarkeit des Haupteinkaufsbereiches 1 .....	55
Foto 32:	schlechte Auffindbarkeit des Haupteinkaufsbereiches 2 .....	55
Foto 33:	abseitsgelegener Magnetbetrieb - Intersport.....	56
Foto 34:	abseitsgelegener Magnetbetrieb - Sport Service Lahr.....	56





## 1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Lahr (gut 44.900 Einwohner<sup>1</sup>), im Landesentwicklungsplan als Mittelzentrum in der Region Südlicher Oberrhein eingestuft, liegt im Ortenaukreis am Westrand des Schwarzwaldes. Neben der Kernstadt, die auch die eingegliederten Gemeinden Dinglingen und Burgheim umfasst, besteht Lahr aus den Stadtteilen Hugsweier, Langenwinkel, Kippenheimweiler, Mietersheim, Sulz, Kuhbach und Reichenbach.

Das ursprünglich im Jahr 1997 erstellte Einzelhandelskonzept für die Stadt Lahr wurde bereits im Jahr 2008 erstmalig fortgeschrieben.

Seitdem sind bereits wieder einige Jahre vergangen und es ist zu Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft von Lahr sowie der rechtlichen Vorgaben gekommen. Um die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Lahr weiterhin positiv begleiten zu können, hat sich die Stadt Lahr dazu entschieden, das Einzelhandelskonzept fortzuschreiben. Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde das Büro Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung aus Lörrach beauftragt.

Zur Fortschreibung wurden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Bestandserhebung sämtlicher Einzelhandelsflächen und zeitgleiche Befragung der Einzelhändler in der Gesamtstadt,
- Kundenherkunftserfassung,
- Bestandsaufnahme der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich und in den Nahversorgungsbereichen,
- Ermittlung des sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenzials in Lahr,
- Vergleich der Einzelhandelsentwicklung gegenüber 1997 und 2008
- Analyse und Bewertung der Nahversorgungsbetriebe
- Überprüfung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches,
- Prognose des Verkaufsflächenspielraums
- Überprüfung der Lahrer Sortimentsliste,
- Überprüfung und Aktualisierung des instrumentellen Handlungskonzeptes,

---

<sup>1</sup> Einwohnerangabe des Statistischen Landesamtes (Stand 31.12.2015). Die Einwohnerangabe der Stadt Lahr lag am 31.10.2016 bei rd. 46.400.



- Erarbeitung von städtebaulich-funktionalen Entwicklungsperspektiven für die Innenstadt und die sonstigen Zentren und
- Handlungskonzept für die künftige Entwicklung der Nahversorgung.

Das Einzelhandelskonzept entspricht, wenn es durch den Gemeinderat beschlossen wird, auf kommunaler Ebene auch einem städtebaulichen Entwicklungskonzept nach § 1 (6) Nr. 11 BauGB. Somit bestünde die Möglichkeit der Anwendung des § 9 (2a) BauGB.

### **Projektbegleitende Arbeitsgruppe**

Für die Erarbeitung des Gutachtens wurde eine projektbegleitende Arbeitsgruppe eingerichtet, die wichtige Akteure der Stadt und des Handels einband. Die Arbeitsgruppe setzte sich aus Vertretern der Stadtverwaltung Lahr, der Politik, des örtlichen Handels, der IHK, des Regierungspräsidiums, des Handelsverbandes, des Regionalverbandes und des Büros Dr. Acocella zusammen. Aufgabe der Arbeitsgruppe war es, die vorgestellten Zwischenergebnisse - ggf. nach einer Ergänzung oder Änderung - als Grundlage zur weiteren Bearbeitung zu bestimmen. Ein solches Vorgehen erhöht erfahrungsgemäß die Akzeptanz des Konzeptes und beschleunigt den gesamten Arbeitsprozess sowie die anschließende Umsetzung.

Insgesamt fanden zwei Sitzungen der projektbegleitenden Arbeitsgruppe statt:

- Im Rahmen einer Besprechung mit Vertretern der Stadt und des örtlichen Handels am 29. Februar 2016 wurden die wesentlichen Bausteine zur Gutachtenbearbeitung vorgestellt und die Fragebögen für die Händlerbefragung mit den Teilnehmern diskutiert.
- Am 14. Juni 2016 fand die erste Arbeitsgruppensitzung zur Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse der Ist-Analyse (insbesondere der Ergebnisse der Händlerbefragung) statt.
- Die Ergebnisse der Prognose und die konzeptionellen Empfehlungen waren Inhalt der zweiten Sitzung am 13. September 2016.



## **2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN**

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

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

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

### **2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG**

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevöl- kerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde (unabhängig von ihrer zentralört- lichen Funktion) betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung, insbeson- dere mit Lebensmitteln.

Mittelzentren verkörpern jene Funktionsstufe, die durch ein breites Spektrum von höherwertigen Einrichtungen im Bereich öffentlicher und privater Dienstleistungen einschließlich übergemeindlich fungierender Verwaltungsbehörden sowie durch ein reichhaltiges Arbeitsplatzangebot gekennzeichnet ist. Zu ihrer Ausstattung gehören z.B. vielseitige Einkaufsmöglichkeiten des gehobenen Bedarfs und Kaufhäuser<sup>2</sup>.

Ein lebendiges Ortszentrum bzw. eine lebendige Innenstadt mit einem vielfältigen Angebot ist ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte seit Mitte der siebziger Jahre, wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

---

<sup>2</sup> Vgl. Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg, Plansatz 2.5.9.



Auf Grund der Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im Naheinzugsbereich" oder "hohe Passantendichte" - auch als Folge der Genehmigspolitik der Baugenehmigungsbehörden - kam es zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte ausgerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen im Außenbereich der Gemeinden und Städte entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung).

Um die zentrenprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung (auch der weniger mobilen) zu sichern - bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.

### **2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung**

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

#### **Bedeutung handelsendogener Faktoren**

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

- **Betriebstypenentwicklung:** Die Betriebstypenentwicklung als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne, Kostenstrukturen zu optimieren ist dabei verbunden mit einer Auffächerung des Niedrigpreisbereiches in Markendiscountern, Factory-Outlet-Centern (FOC), Sonderpostenmärkten und traditionellen (Lebensmittel-)Discountern, einem Anstieg der Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme der Fachgeschäfte.

Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neuen Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen Funktionen und der Nutzungsvielfalt in den Zentren beitragen kann. Der aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen erfolgte Anstieg der



Verkaufsfläche je Betrieb erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels abhandenkommen kann.

- **Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, so dass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen i.d.R. Randsortimente oder auf sog. Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte und Ortszentren oder anderer zentraler Versorgungsbereiche.
- **Neue Betriebsformen:** Neben diesen Entwicklungen entstehen neue groß dimensionierte Betriebstypen wie Factory Outlet Center und Urban Entertainment Center (UEC). Allerdings ist zu berücksichtigen, dass diese Betriebstypen angesichts der je erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.
- **Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führt - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - auch zu Neubewertungen von Standorten: Insbesondere werden autokundenorientierte Standorte und preisgünstige Grundstücke vorgezogen. Die Funktionsmischung großflächiger Einzelhandelsstandorte an der Peripherie führt zu einer Erhöhung ihrer Standortattraktivität, insbesondere im Verhältnis zu Ortszentren bzw. Innenstädten, so dass sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben kann.

Weiterhin hat sich eine Funktionsteilung der Betriebstypen der unterschiedlichen Einzelhandelsnetze herausgebildet. Während höherwertige, service-intensive und damit vor allem von Fachgeschäften angebotene Waren vornehmlich in den Zentren sowie teilweise in den sonstigen zentralen Bereichen zu finden sind, werden preisgünstige Waren in peripheren Lagen angeboten.

### **Bedeutung handelsexogener Faktoren**

Zu den handelsexogenen Faktoren gehören vor allem nachfragebedingte Faktoren wie Einkommen, Mobilität und Einkaufsverhalten sowie soziodemografische und



rechtliche Rahmenbedingungen, welche die Einzelhandelsentwicklung entscheidend beeinflussen können:

- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Einwohnerzahl in Deutschland wird auf Grund der konstant niedrigen Geburtenrate trotz anhaltender Zuwanderungen aus dem Ausland langfristig abnehmen. Hinzu kommt, dass der Anteil der älteren Menschen kontinuierlich zunimmt. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und damit auch für die Zentren eine wichtige Bedeutung, z.B. in Bezug auf den Bedarf an Kinderbekleidung und Spielwaren, die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen für ältere Menschen oder auch das Angebot an gesundheitsfördernden Artikeln. Eng mit dem Wandel der Altersstruktur ist die Veränderung der Haushaltstypen verbunden. Die Anzahl der Haushalte steigt - auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl - in Deutschland kontinuierlich an, die Haushaltsgröße nimmt gleichzeitig ab, was sich an der deutlichen Zunahme von Single-Haushalten zeigt. Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche u.a. zu einem veränderten Kaufverhalten führen, ist ein weiterer Trend, der bei anstehenden Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden muss.
- **Mobilität:** Zunehmende Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufiger wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen bis hin zum Wegfall der Nahversorgung.
- **Konsumgewohnheiten:** Ebenso führt die Veränderung der Konsumgewohnheiten in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung verschiedener Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das sog. One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Andererseits werden zentrale Bereiche häufig gezielt für den Einkauf ausgesuchter zentrenrelevanter Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts hoher Mobilitätskosten bei gleichzeitig steigenden Lebensmittelpreisen, bei einer älter werdenden Gesellschaft so bleiben wird, darf bezweifelt werden.
- **Einkommen:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Wohn-/ Energiekosten) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandels-



bezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Darüber hinaus erfolgt zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf).

Es ist festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage (Kunden) reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.

### **2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung**

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

1. Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität stadt- bzw. gemeindezentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von Investitionen der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten bzw. Ortszentren (und weiteren zentralen Bereichen).
2. Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in allen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit der vorherrschenden eingeschossigen Bauweise die Integration der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte und Ortszentren. Die Multifunktionalität des Handels und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen abhanden zu kommen.
3. Die kommunale Verkehrssituation gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Innenstädte bzw. der Ortszentren (und der sonstigen zentralen Bereiche) als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte ÖPNV-Konzepte zu investieren. Es ist die Ausnahme, dass autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Gemeinden und Städte an öffentliche Verkehrsmittel angebunden werden (wollen). Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.



4. Die wohnungsnahе Grundversorgung ist nicht mehr garantiert. Als Folge der (durch die Genehmigungspolitik zugelassenen) Suburbanisierung ziehen sich der Handel und andere Infrastruktureinrichtungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten und dem ländlichen Raum zurück. Die durch den Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat zur Folge, dass für Anbieter die Notwendigkeit entsteht, mit diesen größeren Betriebseinheiten auch entsprechend höhere Umsätze zu erwirtschaften. Damit vergrößert sich der notwendige Einzugsbereich jedes Betriebes. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch relativ kleinflächige Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Die Entwicklung verläuft entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt/ Gemeinde der kurzen Wege". Betroffen ist vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.

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

- mangelnde finanzielle Möglichkeiten für den Besitz und die Nutzung eines Pkw für den Einkauf,
  - den noch immer überdurchschnittlich hohen Anteil von Personen, insbesondere Frauen, ohne Führerschein in dieser Altersgruppe sowie
  - auf die fehlenden gesundheitlichen/ körperlichen Voraussetzungen zum Führen eines Pkw.
5. Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den innerstädtischen bzw. innerörtlichen Einzelhandel immer häufiger. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes Innenstadt bzw. Ortszentrum von seiner Erreichbarkeit hin. Gleichzeitig muss sich der Handel der Konkurrenz optimal geplanter Shopping-Cen-





ter mit guter Verkehrsanbindung, Flanierambiente, hochwertigen Anbietern und hohem Organisationsgrad (Werbung, Öffnungszeiten etc.) sowie mit Angeboten zur Freizeitgestaltung stellen. Dies erfordert wiederum an innerstädtischen Standorten bzw. Standorten im Ortszentrum eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, z.B. durch Fußgängerzonen, und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen "Erlebnisraum" in den Zentren zu schaffen bzw. auszubauen.

### 2.1.3 Onlinehandel

Das Internet ist zu einem Teil der Handelslandschaft geworden, aber der Distanzhandel, zu dem auch der Internethandel gehört, ist schon seit jeher Teil der Handelsformen. Das Wachstum des Distanzhandels in Deutschland wird durch den Internethandel getragen. Der Umsatz im Internethandel wird bis 2020 auf rd. 60 Mrd. € geschätzt<sup>3</sup>, was nach heutigem Umsatzvolumen im Einzelhandel einem Anteil von rd. 15% entsprechen würde. Allerdings ist zu beachten, dass 1997 der Versandhandel (Kataloggeschäft) bereits einen Umsatz von rd. 21 Mrd. € erreichte, was etwa 6% des damaligen Einzelhandelsumsatzes entsprach<sup>4</sup>. Im langjährigen Vergleich hatte der Versandhandel immer schon einen Umsatzanteil am Einzelhandel im engeren Sinne im Rahmen von rd. 6%<sup>5</sup>. Insofern ist zu fragen, ob und welche Auswirkungen der Zuwachs im Onlinehandel auf die Entwicklung unserer Städte und Gemeinden haben könnte. Allerdings ist bei diesem Zuwachs ebenfalls zu beachten, dass der Distanzhandel neue Teilnehmer hat, die es vorher nicht gab: Der klassische Einzelhandel, der ebenfalls eine Distributionslinie "Onlinehandel" unterhält. Insofern trägt in diesem Kontext der Onlinehandel zum Erhalt des stationären Einzelhandels bei.

Das IfH Köln hat ermittelt, dass insbesondere die "Fashionmisser", also diejenigen, die Bekleidung in den Innenstädten vermissen besonders internetaffin seien<sup>6</sup>; durch eigene Passantenbefragungen in Städten verschiedenster Größen haben wir ermittelt, dass Bekleidung unabhängig vom tatsächlichen Angebot immer vermisst

---

<sup>3</sup> <http://de.statista.com/prognosen/400447/versand--und-internet-einzelhandel-in-deutschland-umsatzprognose>

<sup>4</sup> <http://www.handelsdaten.de/e-commerce-und-versandhandel/online-und-versandhandel-umsatzanteil-am-einzelhandel-zeitreihe>

<sup>5</sup> BAG: Vademecum des Einzelhandels 1994, S. 38f. und EHI: Handel aktuell, verschiedene Jahrgänge; z.B. 99, S. 55f.

<sup>6</sup> Vortrag beim ISB am 08.05.2015



wurde. Beide Erkenntnisse zusammen genommen werfen die Frage auf, ob diejenigen, die Bekleidung in den Innenstädten vermissen, nicht gleichzeitig die sind, die Bekleidung immer vermissen und daher zwangsläufig auch vermehrt das Internet zur Angebotsverbreiterung nutzen.

Dieser kurze Exkurs soll zeigen, dass häufig einfache Erklärungsmuster bzw. Wirkungszusammenhänge beim Onlinehandel nicht zwangsläufig greifen, wenn weiter analysiert wird. Auch die Zuwachsraten gehen von gleichen Rahmenbedingungen aus:

- Was ist aber, wenn die Transportkosten steigen und tatsächlich vollständig auf die Kunden abgewälzt werden?
- Was ist, wenn die Ware vor Erhalt bezahlt werden muss?
- Was ist, wenn Kommunen Zufahrtsbeschränkungen für Wohngebiete für 2,8t einführen würden?

Die Auswirkungen des Onlinehandels sind zunächst rein betriebswirtschaftliche Effekte, worauf der Handel zunächst auch selbst reagieren muss. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, warum zunehmend Internetportale wie Cyberport, ebay und Zalando stationäre Handelsangebote etablieren.

Städtebaulich betrachtet, ist der Umsatzverlust durch den Onlinehandel dem Umsatzentzug durch periphere stationäre Ansiedlungen gleichzusetzen, nur haben auf letzteres die Städte selbst Einfluss.

Schon im Jahr 2000 gab es eine Studie des DIFU zu den städtebaulichen Auswirkungen des Onlinehandels, aktuell läuft wieder eine Studie beim DIFU.

Die Frage der Wechselwirkungen zwischen Onlinehandel und Innenstadt ist seit 15 Jahren offen. Es gibt mehr oder weniger begründete Meinungen, aber kaum belastbare wissenschaftliche Erkenntnisse.



## **2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTEES ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL**

Das in der Folge dargestellte Gutachten als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept mit seinen Steuerungselementen soll die Stadt Lahr in die Lage versetzen, die räumliche Einzelhandelssteuerung in der Stadt entsprechend den planerischen Zielsetzungen zu betreiben.

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist<sup>7</sup>. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregelmäßige Marktgeschehen verursacht - wie im vorangegangenen Kapitel 2.1 skizziert - negative Wirkungen auf raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungen, die der Markt selbst nicht korrigiert bzw. korrigieren kann. Marktwirtschaftliche Einwände werden zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile verworfen worden<sup>8</sup>. Die Tatsache, dass Einzelhandelsansiedlungen unangemessen sein können, ergibt sich auf Grund des immer noch aktuellen städtebaulichen Leitbildes der "Europäischen Stadt" und vor allem aus dem Recht - und der Pflicht - jeder Stadt/ Gemeinde, die städtebauliche Ordnung und Entwicklung zu sichern<sup>9</sup>.

### **2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzeptes**

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

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

#### **2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich**

Die städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels ist seit langem möglich, wobei die (Einzelhandels-)Innenstadt bzw. das einzelhandelsbezogene Ortszentrum eine besondere Rolle spielte. Durch das EAGBau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" in den

---

<sup>7</sup> Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33.04.

<sup>8</sup> Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE.

<sup>9</sup> Vgl. z.B. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 21.06.2001 Az. 1 C 11806/00.OVG; BayVGH: Urteil vom 25.04.2002 Az. 2 CS 02.121. Die Pflicht für die Kommunen könnte sich letztlich aus dem § 1 (3) BauGB ergeben.



Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt worden. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebots gemäß § 2 Abs. 2 BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 Abs. 3 BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten.

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung sog. zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadt- bzw. Ortszentrums erreichbar ist<sup>10</sup>. Nur auf diese Weise kann der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG) in dieser Sache sind zentrale Versorgungsbereiche *"räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt."*<sup>11</sup> Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes von Bedeutung ist dabei, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss<sup>12</sup>.

---

<sup>10</sup> Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen, in: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.

<sup>11</sup> BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7.07.

<sup>12</sup> "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG, Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7.07).



### 2.2.1.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein kommunalentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt, insbesondere in der Innenstadt Lahrs, zu schaffen.

Entsprechend ist für die Stadt Lahr abzuleiten, welche Sortimente zentrenrelevant sind. Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (z.B. aus dem Einzelhandelserlass) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist<sup>13</sup>. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella (bis 31.07.03: AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet:

*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*<sup>14</sup>.

Als Grundlage dafür ist die Einzelhandelsstruktur analysiert worden (vgl. Kap. 3 bis 5) und eine Überprüfung der Lahrer Sortimentsliste in Kap. 9.1 erfolgt.

### 2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

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

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes** werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen<sup>15</sup>, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien Wohnbauflächen (W) und gewerbliche Bauflächen (G) sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines Sondergebietes (SO) bedürfen. Die konkre-

---

<sup>13</sup> Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.

<sup>14</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.

<sup>15</sup> Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 Abs. 2 Satz 1.



te planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

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

Mit **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Baugebieten** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen<sup>16</sup>. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Verhinderungswirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

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

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

---

<sup>16</sup> Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



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

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

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 Abs. 2a BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB beschränkende Festsetzungen namentlich zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Es werden hierdurch planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 Abs. 3 BauGB (s.o.) hinausgehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden"* gerichtet sein<sup>17</sup>.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 BauNVO (**großflächige Einzelhandelsbetriebe**) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory Outlet Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig<sup>18</sup>. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab<sup>19</sup> die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem

---

<sup>17</sup> Vgl. Söfker, W.: Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrags im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin 2007.

<sup>18</sup> Kopf, H.: Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin, 2002.

<sup>19</sup> BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.



Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im Flächennutzungsplan nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 Abs. 3 zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegen stehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt bzw. des Ortszentrums und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten<sup>20</sup> entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind<sup>21</sup>. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten nach § 6 BauNVO können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

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

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2,4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt"*<sup>22</sup>.

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können"*<sup>23</sup>.

---

<sup>20</sup> Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

<sup>21</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 284.

<sup>22</sup> BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

<sup>23</sup> BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.





In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden<sup>24</sup>; eine darüber hinaus gehende differenzierte sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich<sup>25</sup>. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>26</sup> oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und Produzierendes Gewerbe<sup>27</sup>.

### **2.2.2 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels**

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept unterliegt regional- und landesplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus der Regional- und Landesplanung Baden-Württembergs aufgeführt.

Der Landesentwicklungsplan (LEP) 2002 bildet die landesplanerische Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels in Baden-Württemberg. Entsprechend den Zielen des LEP sollen sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und dürfen i.d.R nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist, oder diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind<sup>28</sup>. Die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekten soll den Einzugsbereich des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches nicht wesentlich überschreiten, die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich

---

<sup>24</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 27.07.1998, Az 4 BN 31.98 BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az 4 BN 33.04 Rn 6.

<sup>25</sup> Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

<sup>26</sup> Vgl. z.B. Müller, M. Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

<sup>27</sup> Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Lose Blattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

<sup>28</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7 (Z).



und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte darf nicht wesentlich beeinträchtigt werden<sup>29</sup>.

"Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Sie sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden"<sup>30</sup>.

"Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden"<sup>31</sup>.

Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung werden im Regionalplan des Regionalverbandes Südlicher Oberrhein konkretisiert.

Zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte sind gemäß diesem nur noch in den zeichnerisch festgelegten Vorranggebieten zulässig<sup>32</sup>.

Neben diesem Rahmen regelt der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg raumordnungs- und bauplanungsrechtliche Zulässigkeiten von Vorhaben<sup>33</sup>.

### **2.2.3 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren**

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Gemeinde (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird<sup>34</sup>.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde

---

<sup>29</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.1 (Z).

<sup>30</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.2 (Z).

<sup>31</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.4 (G).

<sup>32</sup> Vgl. Teil Fortschreibung Einzelhandelsgroßprojekte des Regionalplans Südlicher Oberrhein 2011.

<sup>33</sup> Einzelhandelserlass Baden-Württemberg 2001 und Ergänzungen von 2006.

<sup>34</sup> Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.



Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentraler Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 Abs. 2a BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 Abs. 6 Nr. 11, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Ortsteils enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine die Aufstellung des Bebauungsplans unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten<sup>35</sup>.

Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzeptes bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen bedeuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen, oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne konkreten Anlass (z.B. einen Bauantrag oder auf Grund eines solchen konkreten<sup>36</sup> Planvorhabens) erfolgen.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung<sup>37</sup>, die mit diesem Gutachten gegeben sein dürfte, die Sicherungsinstrumente wie z.B. Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindern, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

---

<sup>35</sup> Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.

<sup>36</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99 und OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

<sup>37</sup> Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



Maßgeblich für eine **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes.

Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Gutachten die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die einerseits die Gegebenheiten in der Stadt Lahr und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der Zentren berücksichtigt.

#### **2.2.4 Fazit**

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

Im Außenverhältnis dient dieses Gutachten auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Lahr im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB substantiell und umfänglich darzustellen, so dass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Lahr (z.B. benachbarte Kommunen), die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. **Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Lahr selbst an ihr eigenes Konzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.**



### **3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE**

In diesem Kapitel wird auf der Grundlage der Ergebnisse der Händlerbefragung sowie der Kundenherkunftserfassung die Versorgungssituation in der Gesamtstadt Lahr dargestellt und bewertet (vgl. Kap. 3.2). In den anschließenden Kapiteln 4 und 5 wird auf die Innenstadt sowie weitere bedeutende Einzelhandelsstandorte in Lahr und die räumliche Verteilung des Einzelhandels eingegangen. Außerdem wird in Kap. 6 die Nahversorgungssituation in der Gesamtstadt analysiert und bewertet.

#### **3.1 METHODISCHES VORGEHEN**

##### **3.1.1 Einzelhandelserhebung und Befragung der Händler**

Alle wesentlichen Bausteine, insbesondere die Vor-Ort-Arbeiten, wurden durch wissenschaftliche MitarbeiterInnen des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung durchgeführt.

Das Einzelhandelsangebot in der Stadt Lahr wurde auf der Basis einer Begehung mit gleichzeitiger Einzelhändlerbefragung im März 2016 erfasst<sup>38</sup>. Dabei wurde nicht nur der Einzelhandel im engeren Sinne berücksichtigt, sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk; darüber hinaus wurden auch Tankstellenshops erhoben, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs- / Genussmittel - führten<sup>39</sup>.

In jedem Einzelhandelsbetrieb erfolgte eine mündliche Befragung anhand eines Fragebogens. Die Befragung bezog sich auf folgende Aspekte:

- Sortimente,
- Verkaufsfläche insgesamt und je Sortiment,
- Eigentumsverhältnisse,
- Anzahl der Beschäftigten,
- Umsatz im Jahr 2015,
- Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren,
- Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil,

---

<sup>38</sup> Das Fachmarktzentrum Mietersheim wurde nach der Eröffnung im März in der Bestandsaufnahme berücksichtigt.

<sup>39</sup> Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



- mögliche Änderungsabsichten,
- Onlineauftritt (eigene Homepage, Online-Shop, Sonstiges),
- Einschätzung der Einzelhandelssituation in der Stadt Lahr in Form einer offenen Frage (Was finden Sie gut?/ Was finden Sie schlecht?).

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

Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden. Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer stadtspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich. Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich zusammengefasst dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

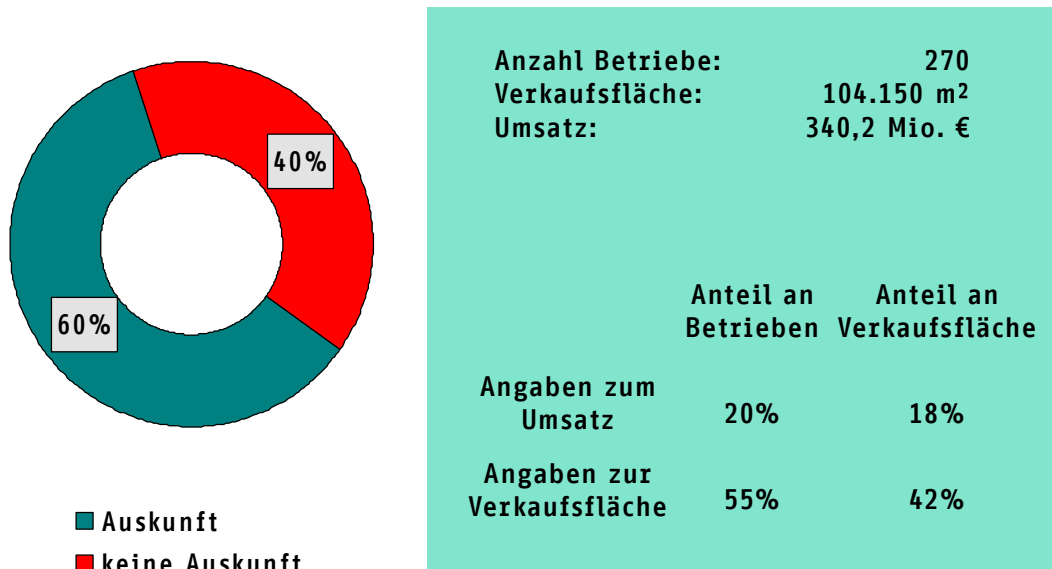
Eine derartige Einzelhändlerbefragung liefert zum einen verlässlichere Daten über die derzeitige Situation als eine reine Bestandserhebung und führt so erfahrungsgemäß zu einer hohen Akzeptanz der erhobenen Daten. Zum anderen ermöglicht die Befragung der Händler auch, Informationen über die derzeitigen Kaufkraftströme in die Stadt Lahr zu erhalten. Weiterhin kann auf diese Weise auch die Stimmungslage in der Händlerschaft erfasst werden. Dabei ergeben sich i.d.R. auch "weiche" Erkenntnisse, die in der weiteren Arbeit von Bedeutung sein können. Letztendlich ist eine frühe Einbindung der örtlichen Einzelhändler auch als vertrauensbildende Maßnahme zu verstehen, die spätere Diskussionen bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen erleichtert.

### **Übersicht über die Beteiligung an der Einzelhändlerbefragung**

An der Befragung beteiligten sich rd. 60% aller Einzelhändler in Lahr (vgl. Abb. 1). Sofern die Händler keine Angaben zur Verkaufsfläche machten bzw. diese ihnen

nicht bekannt war, wurden die Verkaufsflächen von Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella selbst ermittelt. Somit wurde sichergestellt, dass alle Einzelhandelsbetriebe in Lahr in der quantitativen Betrachtung enthalten sind.

Abb. 1: Einzelhändlerbefragung



Quelle: eigene Befragung März 2016

Angaben zum Umsatz 2015 machten rd. 20% der Händler. Im Vergleich zu Befragungen in anderen Städten stellt dieses Ergebnis einen durchschnittlichen Wert dar. Für die Betriebe ohne Umsatzangabe wurde der Umsatz auf Grundlage vorliegender Daten zur sortiments- und betreiberbezogenen Leistungsfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben rechnerisch ermittelt.

### 3.1.2 Herkunftserfassung

Neben der Einzelhändlerbefragung (Frage nach der Umsatzherkunft) wurde eine Kundenherkunftserfassung in den Einzelhandelsgeschäften zur Ermittlung des Einzugsgebietes des Einzelhandels der Stadt Lahr durchgeführt.

Die Erfassung erfolgte über Listen, in die sich jeder Kunde eintragen konnte. Die Listen wurden mit dem Einverständnis des jeweiligen Einzelhändlers im Rahmen der Einzelhändlerbefragung in den ortsansässigen Geschäften an der Kasse (am "Point of Sale") ausgelegt.



Die Erfassung erfolgte im April 2016. Insgesamt wurden von elf Betrieben Listen zurückgesandt, in die sich insgesamt rd. 7.700 Kunden eingetragen haben. Die teilnehmenden Betriebe befanden sich sowohl in der Innenstadt (fünf Betriebe) als auch an integrierten und nicht integrierten Standorten (fünf Betriebe bzw. ein Betrieb).

Anhand der Ergebnisse der Kundenherkunftserfassung kann das Einzugsgebiet des Lahrer Einzelhandels zumindest tendenziell abgeleitet werden: Zwar sind keine Aussagen über die absolute Herkunftsverteilung möglich, jedoch lässt sich näherungsweise bestimmen, wie sich die Kundschaft nach regionaler Herkunft zusammensetzt.

### **3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT LAHR**

Insgesamt wurde in Lahr von den 270 ermittelten Betrieben (einschließlich Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Tankstellen) auf einer Verkaufsfläche von rd. 104.150 m<sup>2</sup> ein Umsatz von rd. 340,2 Mio. € erzielt.

#### **3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes**

Die Entwicklung seit 2008 zeigt eine Stagnation der Verkaufsfläche (vgl. Tab. 2). Über den Gesamtzeitraum seit der bundesweiten Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) 1993<sup>40</sup> bis 2016 ist jedoch ein deutlicher Anstieg der Verkaufsfläche festzustellen (vgl. Tab. 1). In beiden Betrachtungszeiträumen ist es zu einem Rückgang der Betriebszahlen sowie zu einem Anstieg des Umsatzes und der Flächenproduktivität gekommen, wobei der Anstieg der Flächenproduktivität gegenüber 2015 und 2008 sehr gering ausfällt. Die Unterschiede zu 2015 sind möglicherweise auch auf methodische Unterschiede bei der Erhebung zwischen der GMA und dem Büro Dr. Acocella zurückzuführen.

Die Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Lahr entspricht damit der Entwicklung in den meisten durch das Büro Dr. Acocella untersuchten Städten. Typisch sind vor allem eine Stagnation der Verkaufsflächenentwicklung und ein Rückgang der Betriebszahlen in den vergangenen acht bis zehn Jahren. Dabei sind die

---

<sup>40</sup> Zu berücksichtigen ist, dass bei der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) 1993 das Lebensmittelhandwerk sowie Tankstellenshops nicht erfasst wurden. Diese sind für den Vergleich auch aus den Bestandsdaten von 2016 herausgerechnet.





rückläufigen Betriebszahlen vor allem Ausdruck der in den vergangenen Jahren stetig ansteigenden Verkaufsflächen pro Betriebseinheit.

**Tab. 1: Vergleich Einzelhandelsangebot Lahr 2016 zu 1993 (HGZ)**

	2016 <sup>1)</sup>	HGZ 1993	Änderung (1993 zu 2016)
Betriebe	230	244	-6%
Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) <sup>2)</sup>	102.225	76.400	+34%
Umsatz (Mio. €)	323,6	192,3	+68%
Flächenproduktivität	3.166	2.518	+26%

<sup>1)</sup>: ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen

<sup>2)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Befragung März 2016; Handels- und Gaststättenzählung 1993; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

**Tab. 2: Vergleich Einzelhandelsangebot Lahr 2016 zu 2015, 2008 und 1997**

	2016	GMA			Änderung		
		2015	2008	1997	2015 zu 2016	2008 zu 2016	1997 zu 2016
Betriebe	270	299	349	374	-10%	-23%	-28%
Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) <sup>1)</sup>	104.150	105.150	105.450	104.400	-1%	-1%	0%
Umsatz (Mio. €)	340,2	340,3	332	---	0%	+2%	---
Flächenproduktivität	3.267	3.236	3.148	---	+1%	+4%	---

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Befragung März 2016; GMA; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

### 3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten

In Tab. 3 ist das Einzelhandelsangebot in der Stadt Lahr dargestellt. Verkaufsflächen- und umsatzbezogen weist das für die Grund-/ Nahversorgung in besonderem Maße bedeutsame Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel die höchsten Werte auf.



**Tab. 3: Einzelhandelsangebot in der Stadt Lahr**

Sortimente	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	20.725	101,7	87,6	116%
Lebensmittelhandwerk	1.250	14,3	12,3	116%
Drogerie/ Parfümerie	3.525	16,6	11,0	151%
Apotheke	625	29,1	29,8	97%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	800	3,7	3,4	109%
Blumen/ Zoo	1.925	3,6	4,9	74%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>28.850</b>	<b>168,9</b>	<b>149,0</b>	<b>113%</b>
Bekleidung und Zubehör	15.625	42,2	24,4	173%
Schuhe, Lederwaren	2.300	7,2	6,1	119%
Sport/ Freizeit	4.550	10,3	4,5	228%
Spielwaren	2.400	5,4	5,6	96%
Bücher	1.050	5,1	4,1	126%
GPK, Geschenke, Hausrat	5.375	5,8	3,0	196%
Haus-/ Heimtextilien	1.475	2,1	3,3	65%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>32.800</b>	<b>78,3</b>	<b>50,9</b>	<b>154%</b>
Uhren/ Schmuck	350	2,0	3,1	64%
Foto/ Optik	1.000	5,4	3,6	148%
Medien	2.750	20,6	14,8	139%
Elektro/ Leuchten	3.650	11,9	7,3	164%
Teppiche, Bodenbeläge	1.700	2,0	1,5	136%
baumarkt-/gartencenterspezif.	13.400	15,5	17,6	88%
Möbel	17.200	19,4	12,9	151%
Sonstiges insgesamt	2.450	15,9	9,6	166%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>42.500</b>	<b>92,7</b>	<b>70,3</b>	<b>132%</b>
<b>Summe</b>	<b>104.150</b>	<b>340,0</b>	<b>270,3</b>	<b>126%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Befragung März 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-  
 Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

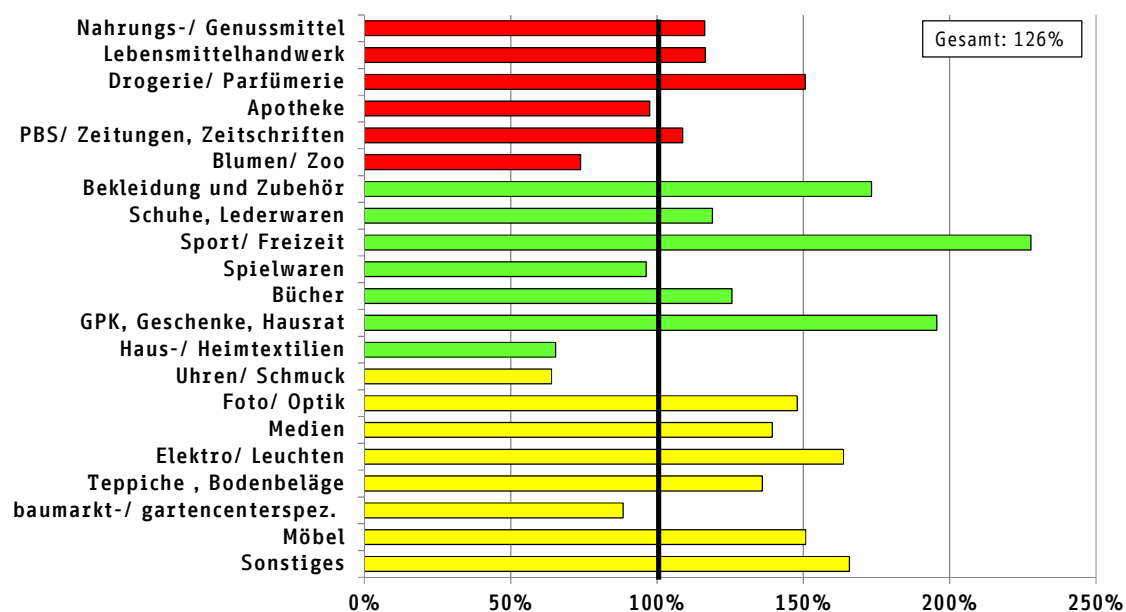
Eine erste Bewertung des Einzelhandelsangebotes kann vor dem Hintergrund der Nachfrage vorgenommen werden.

Die Relation des in Lahr erzielten Umsatzes zu der in Lahr verfügbaren Kaufkraft<sup>41</sup> ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch Einzelhandelszentralität genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Lahr, vermindert um die Abflüsse aus Lahr) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Lahr abfließt.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Lahr ist mit 94,7 die niedrigste im Ortenaukreis bei Gemeinden mit mehr als 5.000 Einwohnern. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Offenburg liegt z.B. bei 99,6, die der Gemeinde Friesenheim bei 101,1 und die der Gemeinde Kippenheim bei 102,9<sup>42</sup>.

Die Gesamtbindungsquote in der Stadt Lahr beträgt rd. 126%; per Saldo sind somit Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen (vgl. Abb. 2).

Abb. 2: Bindungsquoten in der Stadt Lahr nach Sortimenten (2016)



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

Quelle: eigene Befragung März 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

<sup>41</sup> Die gesamtstädtische Kaufkraft ergibt sich aus der Kaufkraft je Einwohner und der Einwohnerzahl, wobei es sich bei der Kaufkraft je Einwohner um einen bundesdeutschen Durchschnittswert handelt, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern auf die gebietsspezifische Situation angepasst wird (vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2016).

<sup>42</sup> vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2016



Bezogen auf die jeweiligen Bedarfsbereiche (kurz-, mittel-, und langfristig) ergibt sich für die Stadt Lahr folgendes Bild:

- Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung rot dargestellt) sollte jede Kommune eine rechnerische Vollversorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Das bedeutet, dass im kurzfristigen Bedarfsbereich Bindungsquoten von 100% erreicht werden sollten. In Lahr liegt die Bindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich insgesamt bei rd. 114%. Dabei ist in allen Sortimenten per Saldo ein Kaufkraftzufluss zu verzeichnen mit Ausnahme der Sortimente Apotheke und Blumen/ Zoo. Der per Saldo deutlichste Zufluss ist für das Sortiment Drogerie/ Parfümerie festzustellen (rd. 151%).
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung grün dargestellt) beträgt die Bindungsquote insgesamt rd. 154%; es fließt demnach in deutlichem Umfang per Saldo Kaufkraft zu. Lediglich die Sortimente Spielwaren sowie Haus- und Heimtextilien weisen Bindungsquoten von unter 100% und somit per Saldo Kaufkraftabflüsse auf. Die höchste Bindungsquote - auch über alle Bedarfsbereiche hinweg - verzeichnet das Sortiment Sport/ Freizeit mit rd. 228%.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung gelb dargestellt) liegt die Bindungsquote bei rd. 132%, sodass auch hier ein deutlicher Kaufkraftzufluss per Saldo vorliegt. Auch in den meisten Sortimenten sind per Saldo Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Ausnahmen stellen das Sortiment Uhren/ Schmuck und die bau- und gartenmarktspezifischen Sortimente dar.

Bezogen auf die Mehrheit der Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches ist festzustellen, dass Lahr neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung seine mittelzentrale Versorgungsfunktion für das Umland wahrnimmt.

### **3.2.3 Umsatzherkunft, Kundenherkunft, Einzugsgebiet, Verbleibquote**

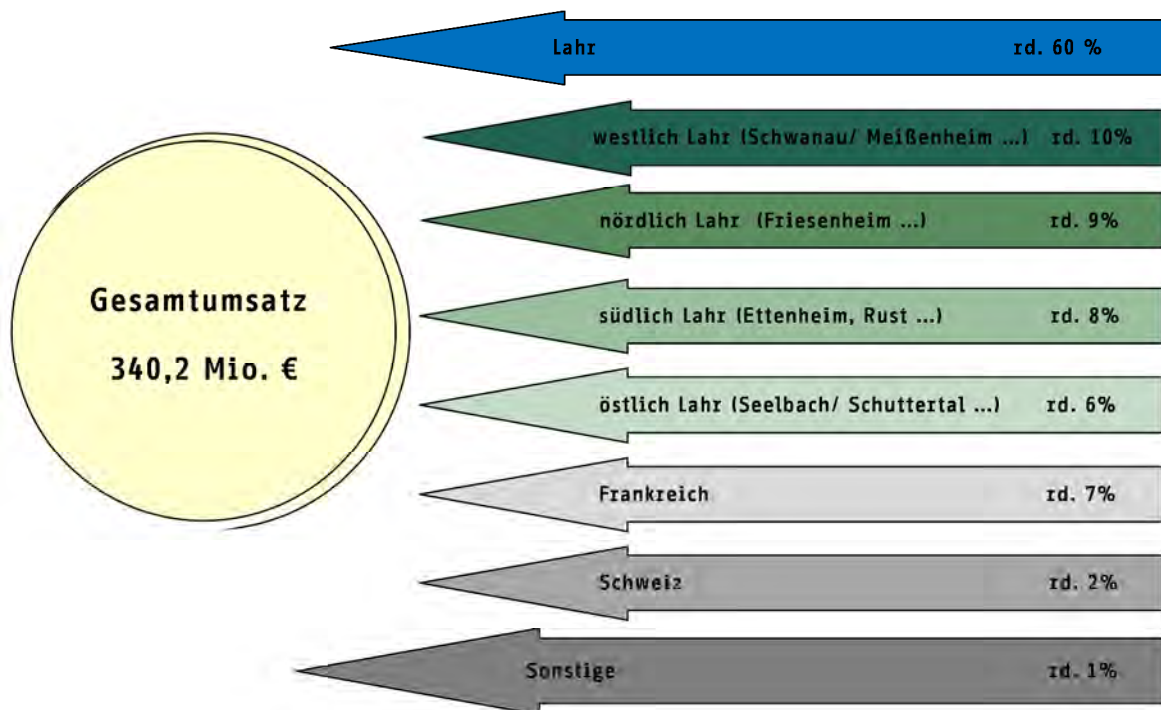
Zur Vermeidung stadtentwicklungsplanerischer Fehleinschätzungen sowie zur Abschätzung von Risiken für den Einzelhandel sind Informationen über Kaufkraftströme in Lahr wichtig. Zur Ermittlung des Einzugsgebietes konnte im Rahmen dieser Untersuchung auf die Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung und die Kundenherkunftserfassung zurückgegriffen werden.

## Umsatzherkunft/ Kundenherkunft

Eine zuverlässige Möglichkeit zur Ermittlung von Kaufkraftströmen stellt die Befragung der Einzelhändler nach der Umsatzherkunft dar. Zwar handelt es sich i.d.R. um geschätzte Werte, dennoch lässt sich näherungsweise eine Tendenz ermitteln, aus der sich Bandbreiten für die Umsatzherkunft und damit für den Einzugsbereich ermitteln lassen (vgl. Abb. 3).

Rd. 60% des Umsatzes werden nach Angaben der Händler mit Kunden aus Lahr selbst erzielt, etwa ein Drittel mit Kunden aus benachbarten, insbesondere nördlich und westlich gelegenen Städten und Gemeinden. Weiterhin stammen nach den Händlerangaben rd. 7% des Umsatzes aus Frankreich und rd. 2% aus der Schweiz.

Abb. 3: Umsatzherkunft Stadt Lahr (2016)



Quelle: eigene Befragung März 2016; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Neben der Einzelhändlerbefragung (Frage nach der Umsatzherkunft) liegen zum Einzugsgebiet Daten aus der Kundenherkunftserfassung vor. Angesichts der geringen Beteiligung von lediglich 11 Geschäften sind diese Ergebnisse jedoch eher ergänzend zu berücksichtigen.

Die Kundenherkunftserfassung zeigt mit rd. 87% einen deutlich höheren Anteil an Kunden aus Lahr selbst. Dies ist u.a. darauf zurückzuführen, dass ein erheblicher Anteil der teilnehmende Kunden (85%) in Betrieben mit nahversorgungsrelevanten



Sortimenten erfasst wurde, in denen i.d.R. eine wohnortnahe Versorgung erfolgt. Sofern nur die teilnehmenden Betriebe mit mittel- oder langfristigem Kernsortiment betrachtet werden (sieben Betriebe), beträgt der Anteil der Kunden aus Lahr rd. 53% (Vergleichswert der teilnehmenden Betriebe mit kurzfristigem Kernsortiment (vier Betriebe): 93%). Zudem liegt i.d.R. der Kundenanteil der Einwohner über dem Umsatzanteil, da diese häufiger die Geschäfte vor Ort aufsuchen und pro Einkauf weniger ausgeben als Auswärtige.

### **Verbleibquote**

Aus den Händlerangaben zur Kundenherkunft lässt sich zusätzlich die Verbleibquote ableiten.

*Die **Verbleibquote** errechnet sich, indem der aus Lahr stammende Umsatz in Relation zur Kaufkraft in Lahr gesetzt wird. Die Verbleibquote gibt damit den Teil der örtlichen Kaufkraft an, der durch den Einzelhandel in der Stadt Lahr gebunden werden kann.*

In Lahr können rd. 75% der in Lahr vorhandenen Kaufkraft durch den örtlichen Handel - d.h. etwa 205 Mio. von rd. 270 Mio. € Kaufkraft - gebunden werden.

Rd. 25% der örtlichen Kaufkraft fließt in andere Gebiete ab. Dies entspricht in der Summe einem Abfluss der ortsansässigen Kaufkraft in Höhe von etwa. 65 Mio. €. Im Vergleich zu anderen Städten weist Lahr damit eine durchschnittliche bis leicht überdurchschnittliche Verbleibquote auf, die kaum steigerungsfähig ist. Ein Abfluss von ca. 25% entsteht insbesondere durch (Erlebnis-)Einkäufe am Wochenende in größeren Städten, im Urlaub oder am Arbeitsort bzw. beim Pendeln.

### **3.2.4 Weitere Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung**

Neben Angaben zur Einzelhandelssituation, Umsätzen und Kundenherkunft konnten im Rahmen der Einzelhändlerbefragung noch weitere Informationen gesammelt werden. Dazu zählen mögliche Änderungsabsichten, Angaben zu Eigentumsverhältnissen, Umsatzentwicklung und zum Onlinehandel.

#### **Änderungsabsichten**

Insgesamt wurde nur von wenigen Einzelhändlern eine Änderungsabsicht artikuliert: Von 115 antwortenden Händlern beabsichtigen fünf Händler - zumindest eventuell -



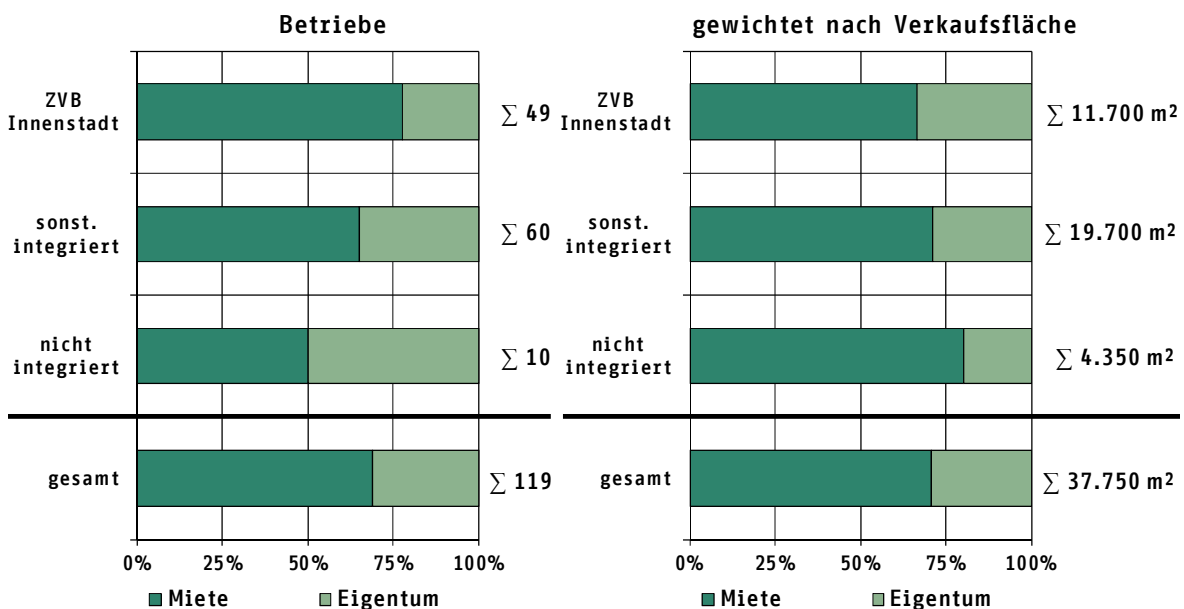
eine Erweiterung, zum Teil in Verbindung mit einem Umzug. Je zwei bis drei Einzelhändler beabsichtigen eine Schließung, eine Umstrukturierung oder eine Modernisierung bzw. Renovierung.

Die durch die o.g. Änderungsabsichten resultierenden Verkaufsflächenänderungen sind gering: Einer Zunahme von rd. 170 m<sup>2</sup> durch Erweiterungen steht eine Abnahme von 130 m<sup>2</sup> durch Geschäftsschließungen gegenüber (jeweils geplante wie auch evtl. beabsichtigte Änderungen).

### Eigentumsverhältnisse

Mögliche Änderungswünsche, die von der kommunalen Politik und der Verwaltung an den Handel herangetragen werden, werden oft durch die Eigentumsverhältnisse blockiert. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, neben den Händlern auch die Immobilieneigentümer als Akteure im Blick zu haben, zumal sowohl bezogen nach der Anzahl der Betriebe als auch gewichtet nach Verkaufsflächen der überwiegende Anteil der auf diese Frage antwortenden Einzelhändler (119 Händler) Mieter sind.

Abb. 4: Eigentumsverhältnisse nach Betrieben und gewichtet nach Verkaufsflächen (2016)



Quelle: eigene Befragung März 2016, eigene Berechnungen

Bezogen auf die Anzahl der Betriebe ist ein deutlich überdurchschnittlicher Anteil an Mietern für den Bereich der Innenstadt (rd. 78%) zu konstatieren, während ver-



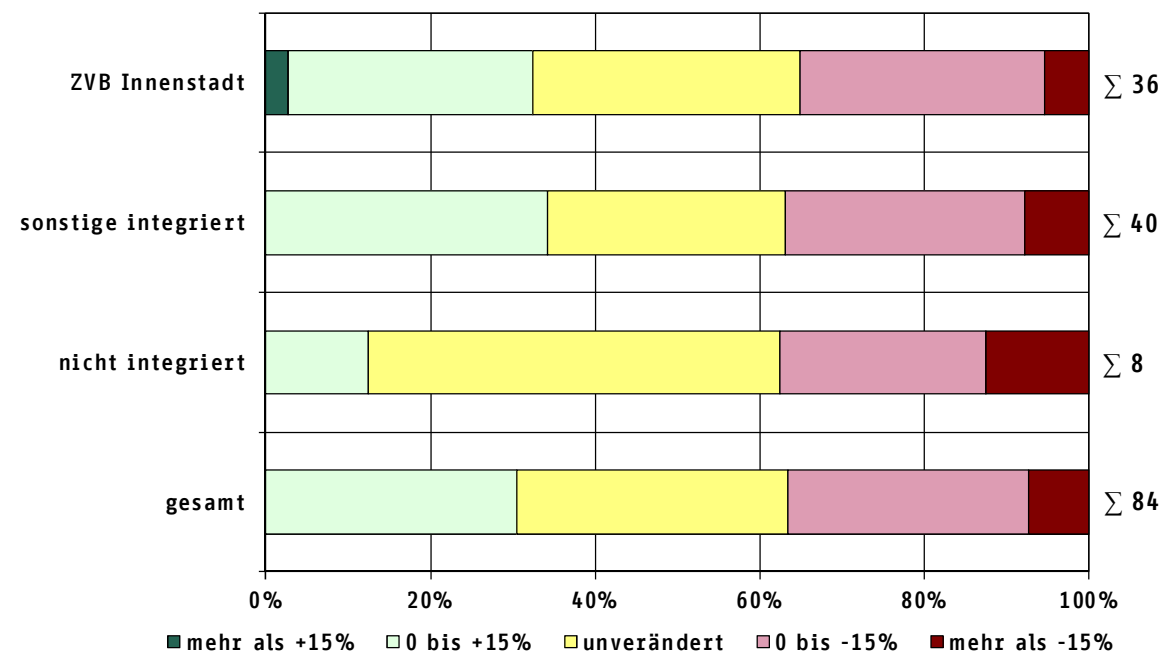
kaufsflächenbezogen der Anteil an Mietern an nicht integrierten Standorten (rd. 80%) am höchsten ist.

### Umsatzentwicklung

Die Abb. 5 zeigt die Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren. Nahezu ein Drittel der 84 auf diese Frage antwortenden Einzelhändler verzeichnete einen Umsatzanstieg, ein weiteres knappes Drittel vermeldete eine Umsatzstagnation. Ein etwas größerer Anteil - rd. 35% - der Händler gab einen Umsatzrückgang an, wobei dieser überwiegend bei bis zu -15% lag.

Nach Standorttypen differenziert sind hinsichtlich des Anteils an Betrieben mit Umsatzrückgang keine signifikanten Unterschiede feststellbar. Jedoch gab von den - vergleichsweise wenigen auf die Frage Antwortenden - an nicht integrierten Standorten gelegenen Betrieben die Hälfte eine Umsatzstagnation an, während der entsprechende Anteilswert der an sonstigen integrierten Standorten ansässigen Betrieben bei weniger als 30% lag.

Abb. 5: Umsatzentwicklung in den letzten 3 Jahren nach Standorttypen



Quelle eigene Befragung März 2016, eigene Berechnungen

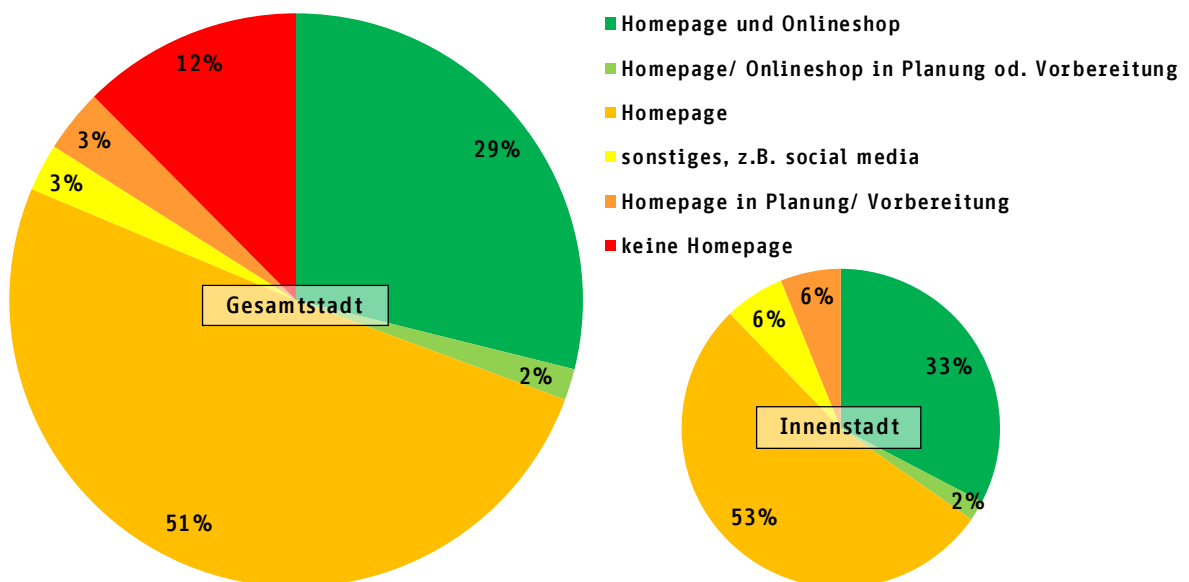


## Onlinehandel

Mehr als 80% der auf diese Frage antwortenden 112 Einzelhändler in Lahr verfügen über eine eigene Homepage, rd. ein Drittel davon sogar über einen eigenen Onlineshop. Demgegenüber haben rd. 12% der Einzelhändler keine Homepage, wobei knapp 4% eine Homepage - tlw. mit Onlineshop - planen und weitere knapp 3% sonstige Internetplattformen - z.B. social media - nutzen.

In der Innenstadt verfügen sogar rd. 86% der 49 antwortenden Einzelhändler über eine Homepage bzw. eine Homepage mit Onlineshop. Je rd. 6% planen eine eigene Homepage bzw. bereiten diese derzeit vor bzw. nutzen sonstige Internetplattformen (z.B. social media).

Abb. 6: Onlinehandel



Quelle: eigene Befragung März 2016, eigene Berechnungen

### 3.2.5 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht

Die Befragung sollte neben der Erfassung wichtiger Einzelhandelsdaten den Händlern die Gelegenheit geben, ihre persönliche Meinung und Stimmungslage in die Analyse einzubringen. Diese Aussagen sind von großer Bedeutung für eine umfassende Darstellung der Einzelhandelssituation in Lahr.

Die Einzelhändler wurden daher im Zuge der Befragung gebeten, sich in einer offenen Frage<sup>43</sup> (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeit) zu positiven und negati-

<sup>43</sup> "Was finden Sie an der Einzelhandelssituation in Lahr gut bzw. schlecht?"

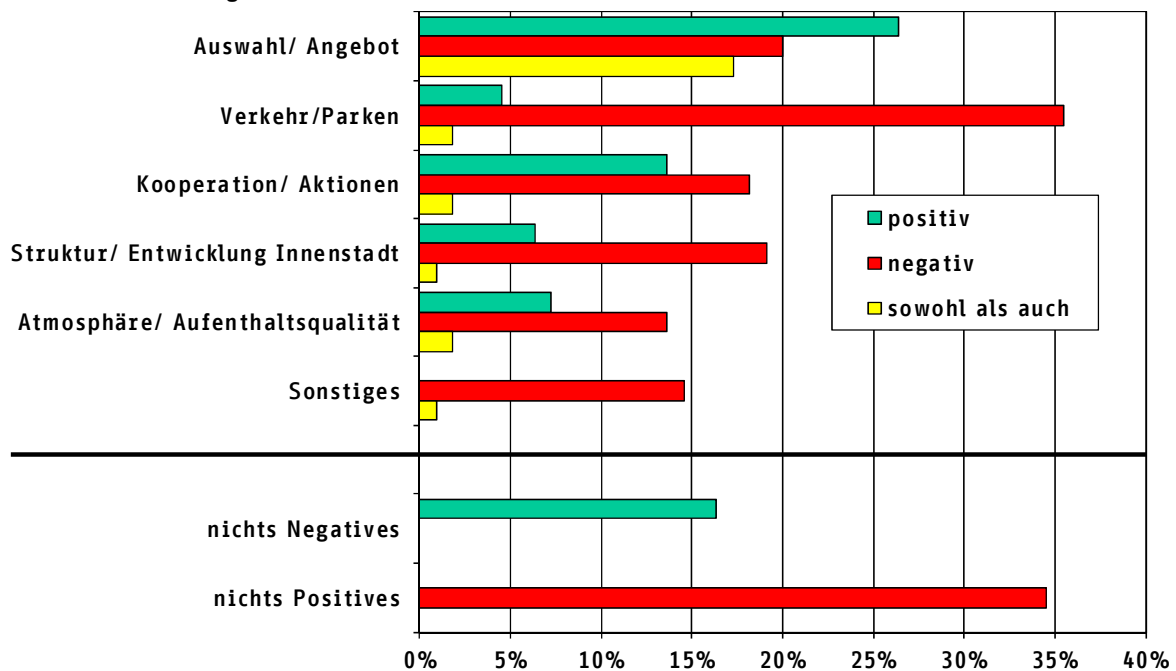


ven Aspekten im Hinblick auf die Einzelhandelssituation in der Stadt Lahr zu äußern. Die Auskünfte der Einzelhändler wurden zu den in Abb. 7 dargestellten Themenbereichen zusammengefasst. Die Abbildung spiegelt die allgemeine Stimmungslage der Händler zum Befragungszeitpunkt wieder und verschafft gleichzeitig einen Überblick über aktuelle Themenschwerpunkte bei den Einzelhändlern in Lahr. Insgesamt antworteten rd. 68% der grundsätzlich auskunftsbereiten 161 Händler auf die offene Frage.

Für die Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass bei derartigen, offen gestellten Fragen i.d.R. negative Aussagen überwiegen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass positive Sachverhalte häufig als selbstverständlich aufgefasst werden, während negative Aspekte präsenter sind und daher spontaner geäußert werden. Folgerichtig ist den positiven Angaben ein größeres Gewicht beizumessen.

Rd. 35% der Händler, die sich zu dieser Frage äußerten, fiel nichts Positives zur Einzelhandelssituation in Lahr ein. Demgegenüber steht ein Anteil von rd. 16%, die keine Defizite sehen.

Abb. 7: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht 2016 (Gesamtstadt)



Quelle: eigene Befragung März 2016, eigene Berechnungen



Aus der Befragung konnten insgesamt sechs Themenbereiche abgeleitet werden, die nachfolgend differenziert aufgeführt werden. Bis auf "Auswahl/ Angebot" werden alle Themenbereiche überwiegend negativ beurteilt. Am stärksten kritisiert wird das Thema "Verkehr/ Parken".

- In dem am häufigsten thematisierten Bereich "**Auswahl/ Angebot**" überwiegen die positiven Äußerungen gegenüber den negativen Aussagen. Insbesondere wurde das allgemein gute Einzelhandelsangebot in Lahr gelobt, weiterhin die Vielfalt bzw. der Branchenmix. Beklagt wurde hingegen das geringe Angebot bei einzelnen Sortimenten, z.B. (Kinder-)Bekleidung und Schuhe.
- Wie auch in den meisten anderen Städten und Gemeinden, in denen eine derartige Befragung durchgeführt wurde, wird das Thema "**Verkehr/ Parken**" überwiegend negativ beurteilt. Als negativ wurden insbesondere die allgemeine Parksituation und die Parkgebühren bzw. die Parkraumbewirtschaftung bezeichnet.
- Beim Thema "**Kooperation/ Aktionen**" überwiegen die negativen Nennungen. Hier werden insbesondere die mangelhafte Kooperation der Einzelhändler untereinander, zwischen Stadt und Einzelhändlern und die uneinheitlichen Öffnungszeiten kritisiert. Positiv hervorgehoben wurden die Veranstaltungen und Aktionen in der Innenstadt.
- Der Punkt "**Struktur/ Entwicklung Innenstadt**" gehört mit zu dem am stärksten negativ bewerteten Themen. Kritisiert werden insbesondere die Angebotsstruktur, die Vielzahl an Leerständen und die schwachen Randbereiche.
- Auch das Thema "**Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität**" wird von den Händlern zu meist negativ bewertet, wobei insbesondere die (geringe) Kundenfrequenz genannt wird. Demgegenüber wird positiv hervorgehoben, dass Lahr eine attraktive Innenstadt aufweist.
- Unter der Rubrik "**Sonstiges**" sind einige wenige Äußerungen zusammengefasst, die auf Grund der geringen Anzahl der Nennungen keinen eigenständigen Themenbereich bilden. Hier überwiegen die negativen Äußerungen, wobei u.a. zu hohe Mieten genannt werden.

Die Aussagen von den Einzelhändlern in der Innenstadt decken sich in etwa mit dem oben dargestellten Gesamtbild. Auffällig ist, dass ein höherer Anteil der Innenstadthändler die Themenfelder "Verkehr/ Parken", "Kooperation/ Aktionen" und "Struktur/ Entwicklung Innenstadt" negativ bewertet. Auch liegt der Anteil der



Händler, denen nichts Positives zur Einzelhandelssituation in Lahr einfällt, in der Innenstadt höher, während der Anteil derjenigen, die keine negativen Aspekte sehen, bei den Innenstadthändlern geringer ausfällt. Insgesamt betrachtet sehen die Innenstadthändler die Einzelhandelssituation in Lahr kritischer als die Gesamtzahl der Händler.



## 4. ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ist durch die Baurechtsnovellen der vergangenen Jahre stärker in den Fokus der Stadtentwicklungsplanung gerückt und stellt einen wichtigen formalen Teil des Gutachtens zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Lahr dar<sup>44</sup>. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG<sup>45</sup>.

Welche Bereiche unter diese Kategorie fallen und welche Kriterien diese erfüllen müssen, wird im Folgenden erläutert.

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

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte und Stadtteilzentren nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung mit mittlerweile über 40.000 Passanten in verschiedenen Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes **Motiv für den Besuch einer Innenstadt** bzw. eines Stadtteilzentrums genannt werden. Dies unterstreicht die Bedeutung des Einzelhandels für eine funktionsfähige Innenstadt bzw. ein funktionsfähiges Stadtteilzentrum.

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

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

---

<sup>44</sup> Vgl. insbesondere §§ 1 (6) Nr. 11, 9 (2a) und (3) BauGB.

<sup>45</sup> Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG<sup>46</sup> (vgl. Kap. 2.2.1.1).

### **Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche**

Ein unabdingbares Kriterium, das ein zentraler Versorgungsbereich aufweisen muss, ist eine städtebaulich **integrierte Lage**. Das bedeutet, dass dieser städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die Nähe zur Wohnbebauung haben muss, so dass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - vorhanden ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere am Bestand der Einzelhandelsbetriebe. Obgleich der **Einzelhandel die Leitfunktion** für ein Zentrum wahrnimmt, ist für die Qualifizierung eines Gebietes als zentraler Versorgungsbereich neben der **Wohnfunktion** das Angebot weiterer Nutzungen von erheblicher Bedeutung. Das Vorhandensein von - i.d.R. publikumsorientierten - **Dienstleistungsbetrieben** ist für eine funktionale Vielfalt im Zentrum von erheblicher Bedeutung.

Ein zentraler Versorgungsbereich bedarf einer **räumlich-funktionalen Konzentration an Versorgungsangeboten** mit einer entsprechenden Dichte und Kompaktheit, die im Zusammenhang erkennbar ist. Die räumliche Abgrenzung der Ränder derartiger Bereiche erfolgt dort, wo funktionale Brüche infolge anderer baulicher Nutzungen wie zusammenhängender Wohnbebauung oder Büro/ Gewerbe/ Industrie auftreten.

Neben funktionalen Kriterien müssen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten berücksichtigt werden. Bei einer Ortsbegehung wurden daher folgende **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** berücksichtigt:

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

---

<sup>46</sup> Vgl. BVerwG, Urteil 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur).

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

Die Innenstadt von Lahr stellt im Sinne der o.g. Kriterien und vor dem Hintergrund der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen (vgl. Kap. 2.2.1) einen zentralen Versorgungsbereich dar. Weitere zentrale Versorgungsbereiche sind vor dem Hintergrund der Ist-Situation in der Stadt Lahr nicht vorhanden.

Die städtebaulich-funktionale Situation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird anhand einer Stärken-Schwächen-Analyse im Rahmen einer Fotodokumentation veranschaulicht (vgl. Kap. 4.4).

## **4.2 ABGRENZUNG DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES INNENSTADT**

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt wurde unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten Kriterien im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Konzept von 2008 nicht verändert (vgl. Karte 1).

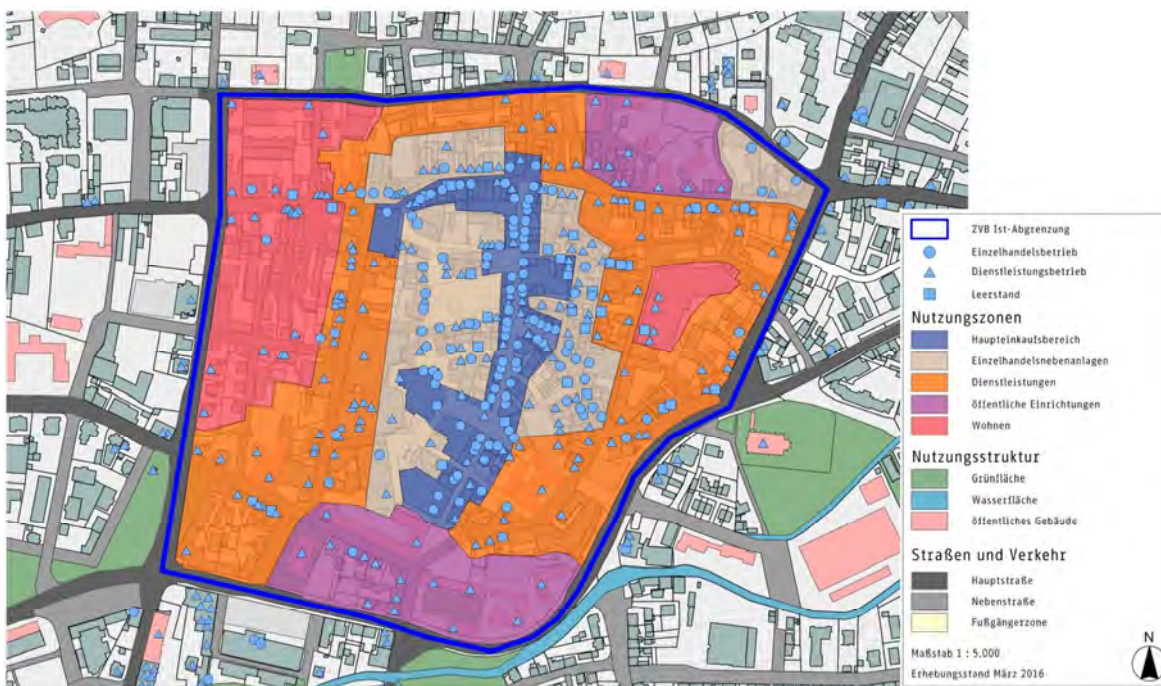
Die Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches erstreckt sich somit weiterhin in den Grenzen des "Straßen-Rings" Tiergartenstraße, Gärtnerstraße, Turmstraße und Goethestraße.





Wie in Karte 2 zu sehen, sind die Einzelhandelsnutzungen in der Innenstadt von Lahr insbesondere entlang der Marktstraße, auf dem Schloßplatz und dem Sonnenplatz sowie entlang eines Teilstücks der Kaiserstraße zu finden. In diesen Bereichen ist auch die Mehrzahl der vorhandenen Magnetbetriebe angesiedelt.

**Karte 3: Nutzungszonen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Begehung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr

Karte 3 verdeutlicht, dass sich der zentrale Versorgungsbereich neben diesem beschriebenen Haupteinkaufsbereich noch in vier weitere "Nutzungszonen" einteilen lässt:

- Die Einzelhandelsnebenlagen, welche sich um den Haupteinkaufsbereich erstrecken und in denen die Einzelhandelsdichte im Vergleich zum Haupteinkaufsbereich deutlich geringer ist (z.B. der Marktplatz),
- die Dienstleistungszone, deren Bereiche sich im Norden, Osten und Westen um die Einzelhandelsnebenlagen herum erstrecken und verstärkt durch Dienstleistungsnutzungen und Gastronomie geprägt sind und nur vereinzelte Einzelhandelsbetriebe aufweisen,
- Bereiche, die stark durch öffentliche Nutzungen geprägt sind, im Süden der Rathausbereich und im Norden das Finanzamt/ Polizei
- sowie Bereiche, die nahezu ausschließlich durch Wohnnutzungen geprägt sind.



Diese differenzierte Nutzungsbetrachtung verdeutlicht bereits die Problematik der Auffindbarkeit des Haupteinkaufsbereiches der Lahrer Innenstadt (vgl. Kap. 4.4).

#### **4.3 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTS IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT**

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befinden sich rd. 45% aller Lahrer Einzelhandelsbetriebe mit rd. 25% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Der Umsatzanteil der innerstädtischen Betriebe beträgt rd. 28% (vgl. Abb. 9, S. 65).

**Angebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** (vgl. Tab. A - 4 im Anhang)

- 122 Betriebe,
- rd. 25.625 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche,
- rd. 95,3 Mio. € Umsatz.

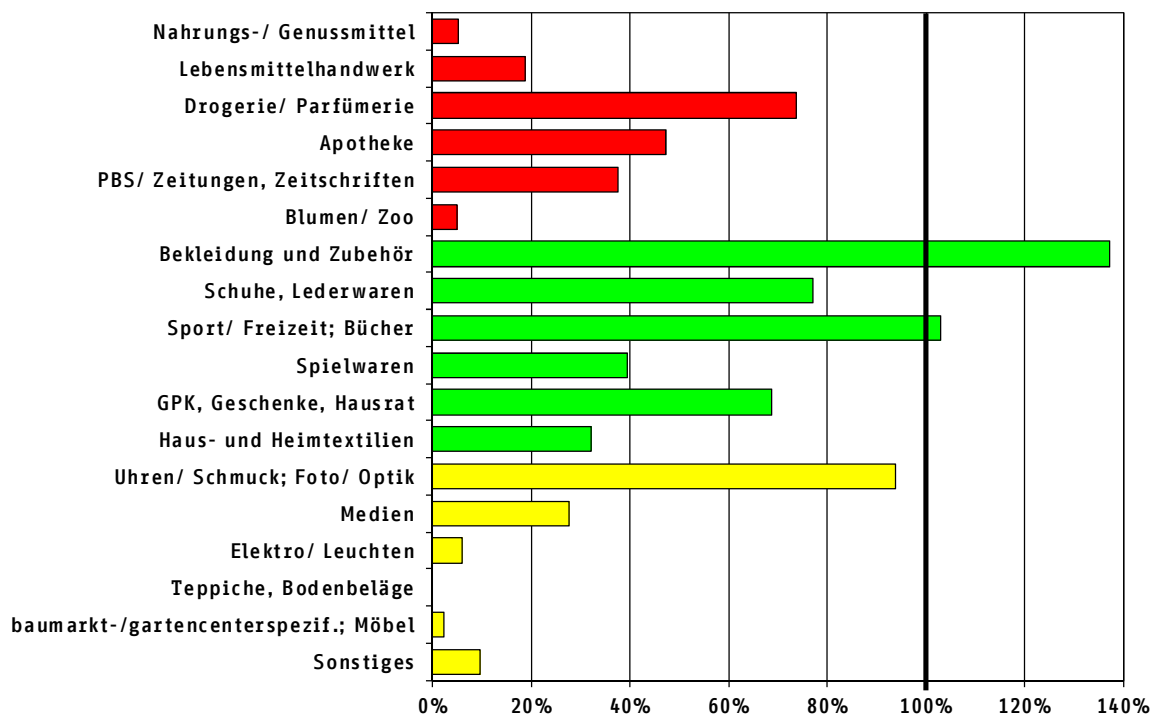
##### **"Unechte Bindungsquote"**

In Kap. 3.2.2 wurde bereits festgestellt, dass die Stadt Lahr mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 126% per Saldo Kaufkraftzuflüsse verzeichnet. Die Beurteilung der gesamtstädtischen und überörtlichen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt mittels "unechter Bindungsquoten".

*Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft der gesamten Stadt Lahr gesetzt wird.*

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rote Balken in der Abb. 8) sind die "unechten Bindungsquoten" wenig aussagekräftig: Hier kommt dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt weder gesamtstädtische noch überörtliche Versorgungsfunktionen zu, da die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches wohnortnah angeboten werden sollten. Demnach sollen lediglich die Einwohner in der Innenstadt und deren Umfeld mit den Angeboten im kurzfristigen Bedarfsbereich versorgt werden (vgl. Kap. 6).

Abb. 8: "unechte" Bindungsquoten in der Innenstadt von Lahr nach Sortimenten (2016)



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

Quelle: eigene Befragung März 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Bedeutsam für die Bewertung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind dagegen die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des **mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches**.

- Es ist zu sehen, dass die Sortimente Bekleidung und Zubehör sowie Sport/ Freizeit; Bücher eine unechte Bindungsquote von über 100% erreichen. Die Versorgungsfunktion der Innenstadt geht in diesem Bereich über die Gesamtstadt Lahr hinaus.
- Der Vergleich mit den gesamtstädtischen Bindungsquoten (vgl. Kap. 3.2.2) zeigt, dass in einigen zentrenrelevanten Sortimenten ein erheblicher Teil der Kaufkraft außerhalb der Innenstadt gebunden wird. Dies betrifft besonders die Sortimente Glas/ Porzellan/ Keramik und Medien.

#### 4.4 STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE

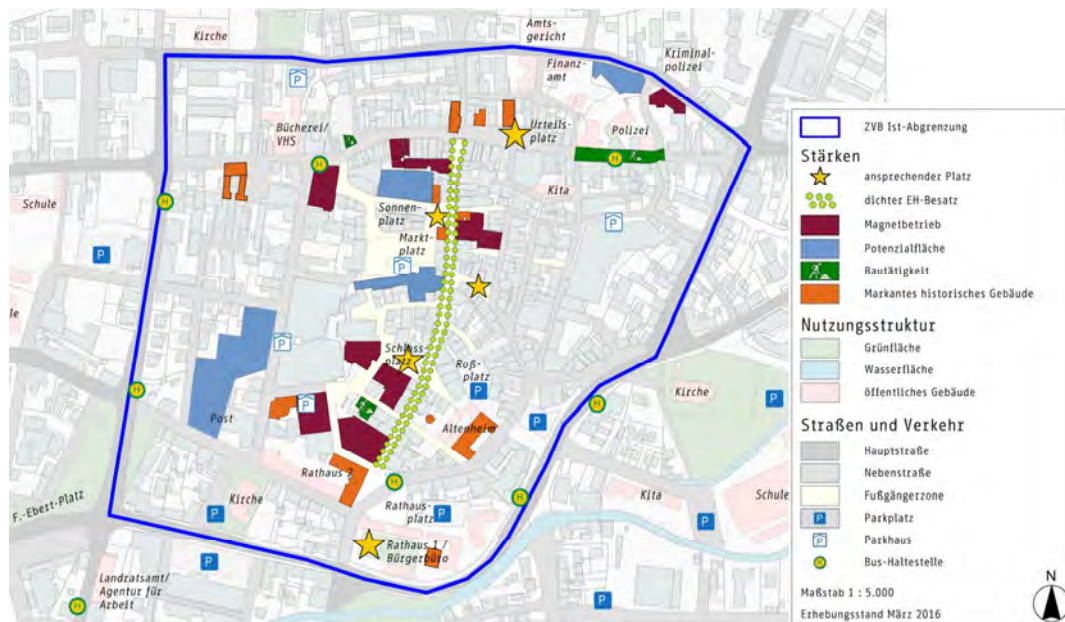
Die Stärken-Schwächen-Analyse bildet eine wesentliche Grundlage für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (vgl. Kap. 9.3.1).



Die Innenstadt von Lahr ist deutlich geprägt durch die Struktur des historischen Stadtkerns. Der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz erstreckt sich - wie bereits beschrieben - im Wesentlichen entlang der Marktstraße, auf dem Sonnen- und Schloßplatz sowie auf Teilen der Kaiserstraße. Diese Bereiche weisen historische Bausubstanz auf, die durch moderne Elemente unterbrochen ist.

## Stärken

Karte 4: Stärken zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Begehung März 2016, Kartengrundlage: Stadt Lahr

### *funktional*

- Innerhalb der Innenstadt von Lahr ist ein großes Angebot an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereiches zu finden. Dazu zählen z.B. die typischen zentrenprägenden Sortimente wie Bekleidung, Schuhe und Bücher.
- Zusätzlich ist ein großes Angebot im Sortiment Drogerie und Parfümerie vorhanden.
- In der Innenstadt findet dreimal wöchentlich ein Wochenmarkt statt, auf dem sich die Bewohner mit Lebensmitteln versorgen können.
- Entlang der Marktstraße besteht ein sehr dichter Einzelhandelsbesatz.

Foto 1: Fachgeschäft - Marktstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

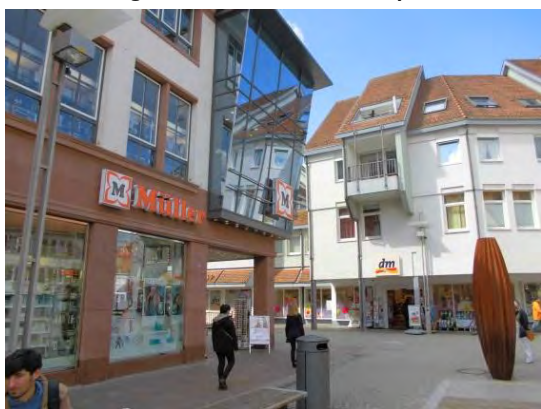
Foto 2: Filialist - Marktstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

- Die Marktstraße zeichnet sich zudem durch einen Mix aus Filialisten (H&M, New Yorker, Cecil, C&A usw.) und inhabergeführten Fachgeschäften (Wäsche, Bücher, Bekleidung usw.) aus.
- Insbesondere am Urteilsplatz, aber auch in weiteren Bereichen der Innenstadt sind Angebote im Bereich Gastronomie und Freizeit (z.B. Kino) vorhanden.

Foto 3: Magnetbetriebe - Schloßplatz



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 4: Magnetbetrieb - Kaiserstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

- Besonders innerhalb des Haupteinkaufsbereiches sind Magnetbetriebe (z.B. Feldmüller Fank, H&M, Müller, Zinser) vorhanden, welche über eine große Anziehungskraft verfügen und somit erheblich zur Passantenfrequenz beitragen.
- Das Einzelhandelsangebot wird zudem durch publikumsorientierte Dienstleistungsangebote (Banken, Post, Frisör, Kosmetik etc.) ergänzt.
- Innerhalb der Innenstadt ist eine Vielzahl an öffentlichen und verwaltungstechnischen Einrichtungen zu finden.



Foto 5: Geldinstitut - Schillerstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 6: Freizeitangebot - Urteilsplatz



Quelle: eigenes Foto, April 2016

### *städtebaulich*

- Der Charakter der Innenstadt von Lahr wird durch den historischen Gebäudebestand und die verschiedenen Plätze entlang der Marktstraße geprägt. Eine Vielzahl der historischen Gebäude ist sehr gut erhalten und gepflegt.
- Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind bauliche Investitionen und Veränderungen zu erkennen. Der Umbau und die Aufwertung bestehender Strukturen zeigen eine bauliche Entwicklung.

Foto 7: bauliche Veränderungen - Lammstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 8: Markante Gebäude - Storchenturm



Quelle: eigenes Foto, April 2016

- Deutlich sind auch Investitionen in den öffentlichen Raum zu erkennen. Dies betrifft insbesondere den Schlossplatz, den Urteilsplatz und den Rathausplatz. Die Plätze und platzartigen Aufweitungen entlang der Marktstraße stellen wichtige Trittsteine innerhalb des Einkaufsbereiches dar.

- Vor allem der Sonnenplatz und der Urteilsplatz verfügen über eine hohe städtebauliche Qualität und bieten in Verbindung mit der bestehenden Außengastronomie eine sehr gute Aufenthaltsqualität.

Foto 9: Urteilsplatz



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 10: Schloßplatz



Quelle: eigenes Foto, April 2016

- Investiert wurde auch in innerstädtisches Wohnen. Positive Beispiele sind im Umfeld des Rathauses an der Bismarckstraße und im östlichen Innenstadtbereich zu finden.

Foto 11: Wohnen - Bismarckstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 12: Wohnen - Alleestraße



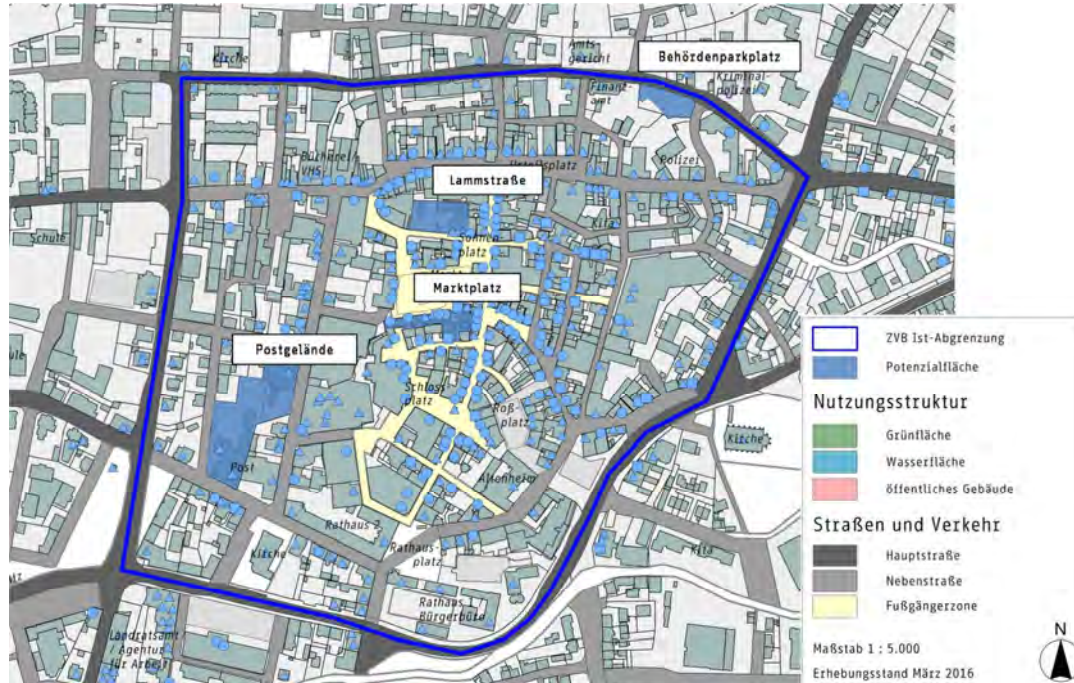
Quelle: eigenes Foto, April 2016

- Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt konnten vier größere Potenzialflächen identifiziert werden. Diese sind in Karte 5 dargestellt. Dabei handelt es sich um den am nördlichen Rand der Abgrenzung gelegenen Behörden-



parkplatz im Umfeld des Finanzamtes, um eine Brachfläche an der Lammstraße, um die Gebäude, welche den Marktplatz im Süden begrenzen und um das Postgelände.

**Karte 5: Potenzialflächen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Begehung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr

**Foto 13: Potenzialfläche - Behördensparkplatz**



Quelle: Foto Stadt Lahr 2016

**Foto 14: Potenzialfläche - Lammstraße**



Quelle: eigenes Foto, April 2016



Foto 15: Potenzialfläche - Marktplatz



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 16: Potenzialfläche - Postgelände



Quelle: Foto Stadt Lahr 2016

### *Verkehr/ Sonstiges*

- Auch wenn die Befragung ergeben hat, dass Parkplätze von den Händlern als problematisch betrachtet werden, sind innerhalb der Innenstadt von Lahr in Summe jedoch eine Vielzahl von öffentlichen Parkplätzen und Tiefgaragen vorhanden.
- Des Weiteren ist die Innenstadt mittels mehrerer Buslinien an den öffentlichen Personennahverkehr angebunden.

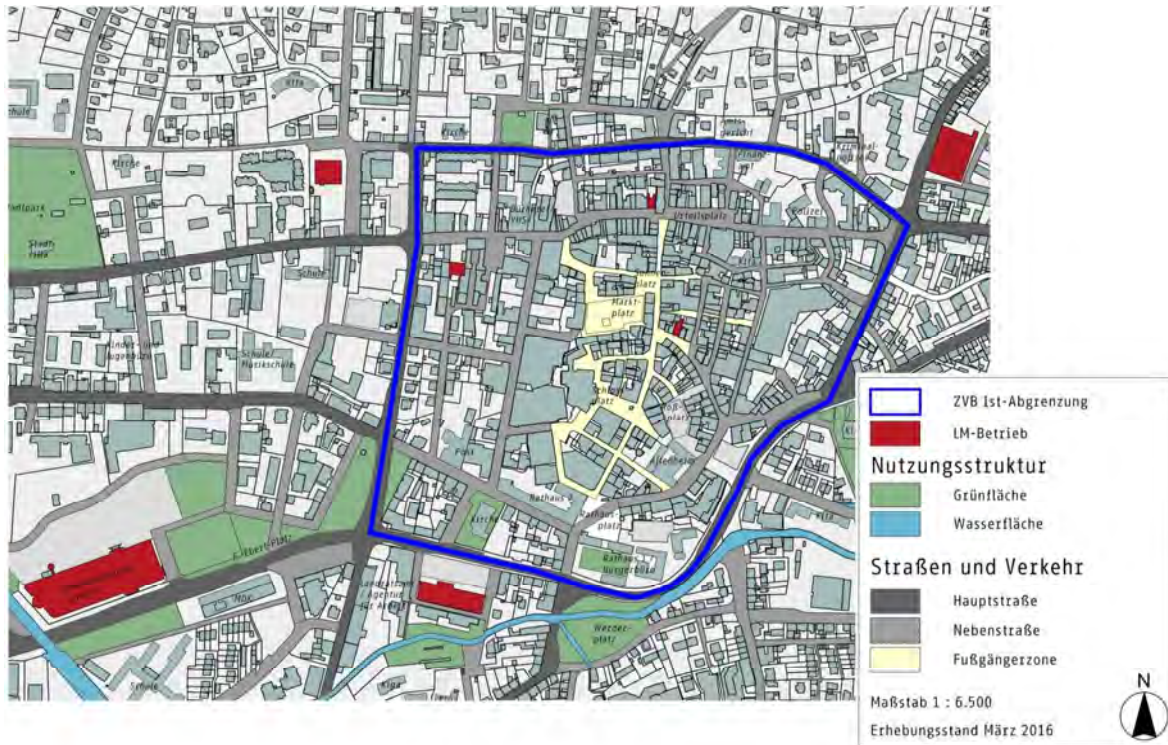
### **Schwächen**

#### *funktional*

- Auffällig ist, dass innerhalb der Innenstadt kaum Lebensmittelangebote vorhanden sind. Großflächige Lebensmittelbetriebe, welche häufig innerhalb von Innenstädten insbesondere bei Mittelzentren als Magneten fungieren, befinden sich in Lahr außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Mit dem Edeka-Center in der Arena, dem Rewe Supermarkt südlich der Innenstadt sowie jeweils einem Discounter östlich und westlich (welcher sich zum Zeitpunkt der Begehung gerade im Umbau befand) sind in allen Himmelsrichtungen größere Lebensmittelbetriebe (vgl. Karte 6) zu finden. In der Innenstadt sind nur einzelne kleine Betriebe vorhanden (u.a. Bioladen, Reformhaus, Lebensmittelgeschäft).



**Karte 6: Lebensmittelangebot im und außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Begehung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr

- Generell ist festzustellen, dass jenseits des Haupteinkaufsbereiches der Innenstadt (Marktstraße, Schloßplatz, Sonnenplatz, Kaiserstraße) ein eher geringer Einzelhandelsbesatz vorzufinden ist. Hier dominieren Dienstleistungsnutzungen und vor allem Wohnnutzungen, die den Haupteinkaufsbereich ringartig umschließen (vgl. Karte 3).

**Foto 17: Nebenlage - Schillerstraße**



Quelle: eigenes Foto, April 2016

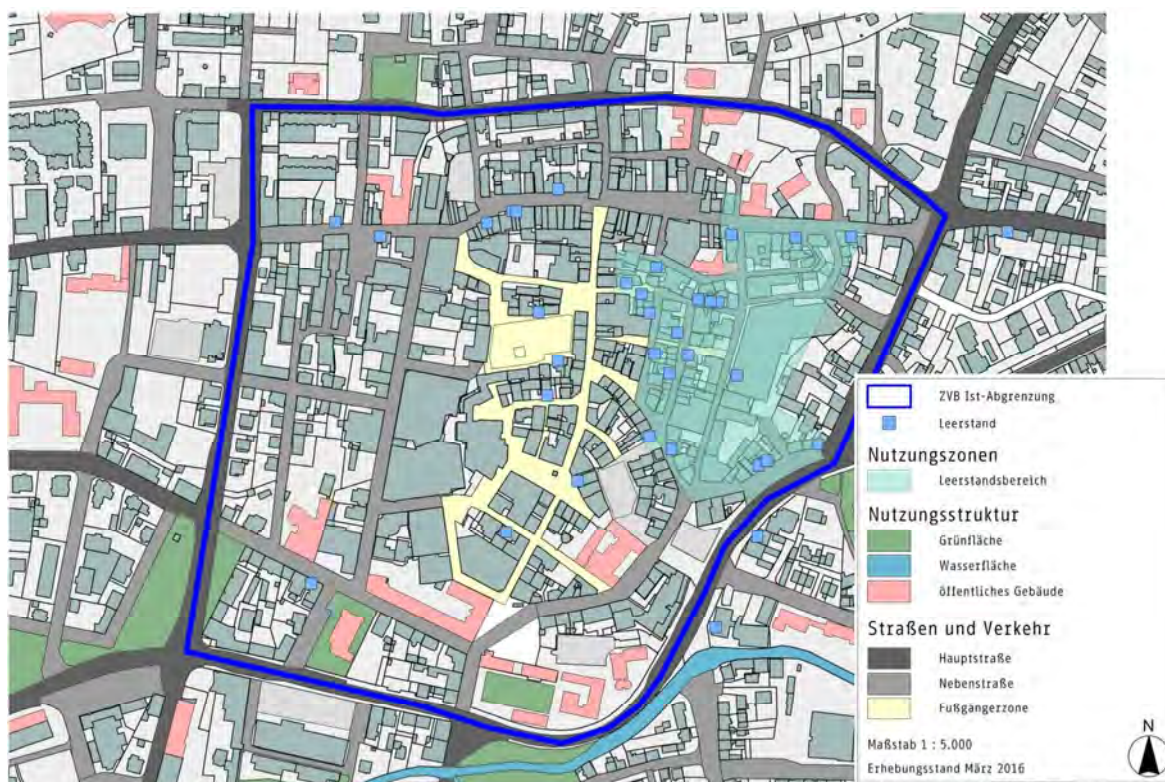
**Foto 18: Nebenlage - Kaiserstraße**



Quelle: eigenes Foto, April 2016

- Dieser Wohn- und Dienstleistungsring um die Marktstraße stellt eine wichtige Ursache für die eingeschränkte Auffindbarkeit dieser dar. Es fehlen zudem Blickbeziehungen und attraktive, erkennbare Eingangsbereiche in die Innenstadt.
- In den Nebenlagen der Innenstadt gibt es relativ viele Leerstände, insbesondere im östlichen Bereich (vgl. Karte 7). Dieser ist durch kleine, verwinkelte Gassen und kleinteilige, modernisierungsbedürftige Gebäudestrukturen (z.T. Stufen vor den Eingängen) geprägt.

**Karte 7: Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Beghung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr



Foto 19: Leerstand - östliche Innenstadt



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 20: Leerstand - Kaiserstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

- In den Nebenlagen wird überwiegend gewohnt, so dass die Passantenfrequenz gering ist. Nach Aussagen der Einzelhändler ist die Passantenfrequenz im gesamten Innenstadtbereich im Vergleich zu Städten ähnlicher Größenordnung relativ gering.
- Einige Einzelhandels-, aber auch Dienstleistungsbetriebe weisen eine schlechte Warenpräsentation und z.T. auffällige Werbeanlagen auf, welche das Erscheinungsbild der Einkaufsstraßen negativ beeinflussen.

Foto 21: Warenpräsentation - Marktstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 22: Werbeanlagen - Kirchstraße



Quelle: eigenes Foto, April 2016

- Auch die Außenbereiche der vorhandenen gastronomischen Angebote sind teilweise nicht ansprechend gestaltet und laden die Besucher nicht zu einem längeren Aufenthalt in der Innenstadt ein.

- Insgesamt beeinflusst die hohe Konkurrenz an Angeboten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches die Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der Innenstadt und zieht Frequenz und somit Kaufkraft aus der Innenstadt ab.

Foto 23: Fassaden - Marktplatz



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 24: Außengastronomie - Marktplatz



Quelle: eigenes Foto, April 2016

### *städtebaulich*

- Der Marktplatz weist städtebauliche und funktionale Defizite auf. Problematisch sind insbesondere die Tiefgaranzufahrt, die sanierungsbedürftigen Gebäude und Leerstände sowie die insgesamt modernisierungsbedürftige Platzgestaltung. Die angrenzenden Nutzungen besitzen ein eher mittleres bis niedriges Qualitätsniveau. Der Platz wird weder seiner Funktion als Eingangsbereich noch als Aufenthaltsbereich gerecht.

Foto 25: Roßplatz



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 26: Marktplatz 1



Quelle: eigenes Foto, April 2016



Foto 27: Marktplatz 2



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 28: Marktplatz 3



Quelle: eigenes Foto, April 2016

- Die Randbereiche und Nebenlagen der Innenstadt sind von verwinkelten Gassen und Wegen ohne Verbindungsfunktionen geprägt. Es bestehen nur an wenigen Punkten Sichtbeziehungen zum Haupteinkaufsbereich, sodass Besucher der Innenstadt sich kaum einen Überblick verschaffen können und attraktive Anziehungspunkte gar nicht oder nur schwer gefunden werden können.
- Diese städtebauliche Struktur und die bereits erwähnte Nutzungsstruktur (Wohn- und Dienstleistungsring) schränken das Innenstadterlebnis ein und erschweren die Orientierung und Auffindbarkeit. Darüber hinaus sind die Eingangsbereiche zur Innenstadt nicht bzw. nur unzureichend gekennzeichnet.

Foto 29: Wege



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 30: Gassen



Quelle: Foto Stadt Lahr

Foto 31: schlechte Auffindbarkeit des Haupteinkaufsbereiches 1



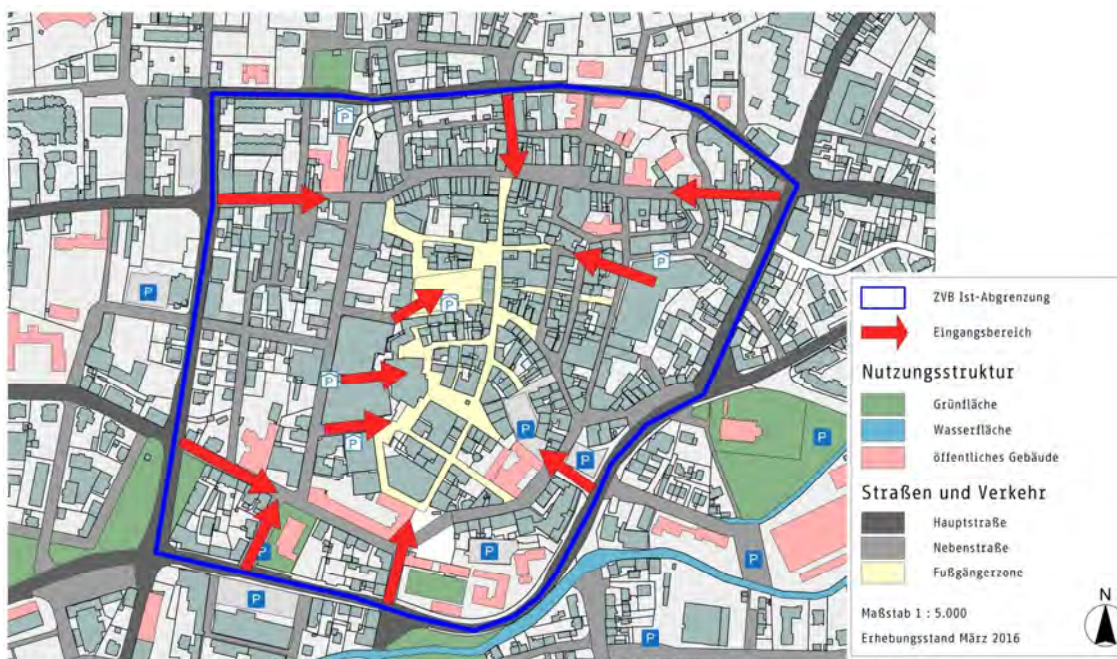
Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 32: schlechte Auffindbarkeit des Haupteinkaufsbereiches 2



Quelle: Foto Stadt Lahr

Karte 8: Innenstadtengänge



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Beghngung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr

- Wichtige Magnetbetriebe wie Intersport und Sport Service Lahr liegen abseits des Haupteinkaufsbereiches.



Foto 33: abseitsgelegener Magnetbetrieb - Intersport



Quelle: eigenes Foto, April 2016

Foto 34: abseitsgelegener Magnetbetrieb - Sport Service Lahr



Quelle: Foto Stadt Lahr

### *Verkehr/ Sonstiges*

- Der Bahnhof von Lahr befindet sich einige Kilometer westlich von der Innenstadt. Zwischen Bahnhof und Innenstadt besteht eine Busverbindung.
- Die Verkehrsregelung ist in der Haupteinkaufszone nicht einheitlich geregelt. So stellt der Urteilsplatz z.B. nur einen verkehrsberuhigten Bereich dar und ist damit nicht vollständig für den Verkehr gesperrt.
- Eine Vielzahl an Einbahnstraßen und Baustellen erschweren die Erreichbarkeit der Innenstadt.
- Obwohl grundsätzlich viele Parkplätze in der Innenstadt vorhanden sind, sind diese nur eingeschränkt auffindbar. Es bestehen Mängel bei der Ausschilderung des Parkplatzangebotes.

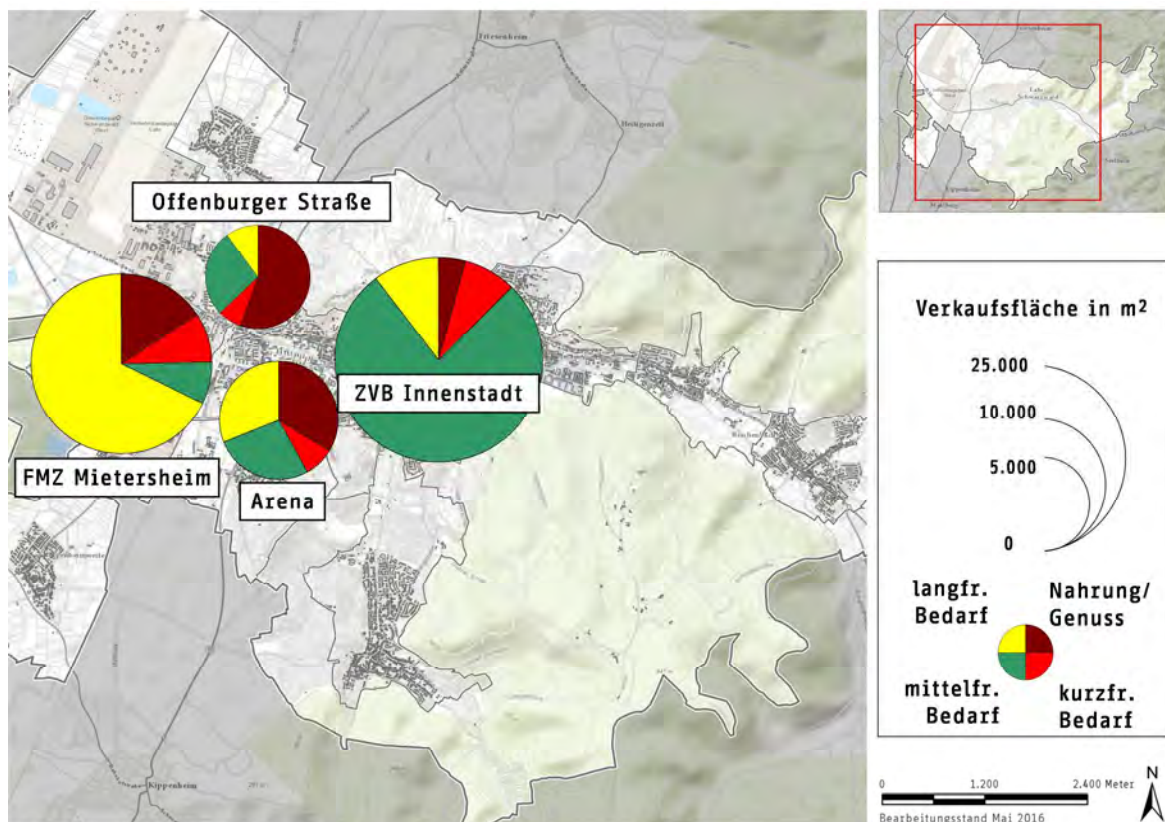


## 5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Während sich das Kap. 4 mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt beschäftigt, wird in Kap. 5 die räumliche Verteilung des Lahrer Einzelhandelsangebotes dargestellt. In Kap. 6 wird auf Grund der besonderen Bedeutung der Nahversorgung für die Bevölkerung die räumliche Verteilung des Lebensmittelangebotes gesondert betrachtet.

Karte 9 zeigt, dass es neben der Innenstadt drei - quantitativ bedeutsame - Einzelhandelsstandorte in Lahr gibt. Hierbei handelt es sich um das Fachmarktzentrum in Mietersheim, den Einzelhandelsstandort Offenburger Straße (Real) und das Einkaufszentrum Arena.

**Karte 9: Einzelhandelskonzentrationen in Lahr**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community



Die Lahrer Innenstadt stellt mit rd. 25.625 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche flächenmäßig die größte Einzelhandelskonzentration dar, dicht gefolgt jedoch vom Fachmarktzentrum in Mietersheim mit rd. 20.725 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die Summe der Verkaufsflächen der drei Standorte Fachmarktzentrum, Arena und Offenburger Straße übersteigt mit rd. 35.625 m<sup>2</sup> die Verkaufsfläche der Innenstadt deutlich (vgl. auch Kap. 5.2).

Neben der Innenstadt besteht in Lahr kein weiterer zentraler Versorgungsbereich, wie z.B. ein Stadtteil- oder Nahversorgungszentrum. Lediglich kleinere, quantitativ unbedeutendere Nahversorgungsbereiche sind in einzelnen Stadtteilen zu verzeichnen (vgl. Kap. 5.1).

## **5.1 NAHVERSORGUNGSBEREICHE**

In Lahr sind vier Nahversorgungsbereiche zu finden, welche auf Grund ihrer Ausstattung und städtebaulichen Struktur gemäß den Kriterien (vgl. Kap. 2.2.1.1 und Kap. 4.1) nicht als zentrale Versorgungsbereiche bezeichnet werden können, jedoch zur Versorgung der Stadtteile beitragen. Sie stellen z.T. historisch gewachsene Zentren dar und verfügen über Nahversorgungs- und Identifikationsfunktion für die Bewohner des jeweiligen Stadtteils bzw. Umfeldes.

### 5.1.1 Nahversorgungsbereich Dinglingen Schwarzwaldstraße

Der Nahversorgungsbereich Dinglingen Schwarzwaldstraße befindet sich am Bahnhof der Stadt Lahr. Das Einzelhandelsangebot ist dort vor allem durch einen Lebensmitteldiscounter geprägt. Zudem gibt es einen LM-SB-Markt, eine Bäckerei (am Bahnhof) und ein Küchenfachgeschäft. Ergänzt wird das Angebot durch Dienstleistungseinrichtungen wie eine Sparkasse, ein Hotel und gastronomische Betriebe.

Der Nahversorgungsbereich liegt in einem typischen 70er-Jahre Wohngebiet (mehrgeschossige Zeilenbauten und Hochhäuser) und erstreckt sich über mehrere ein- bis zweigeschossige Flachbauten, die z.T. Sanierungsbedarf aufweisen. Der Nutzungsbesatz ist durch Wohngebäude, Parkplatzflächen und den breiten Straßenraum der Schwarzwaldstraße unterbrochen.

**Karte 10: Nahversorgungsbereich Dinglingen Schwarzwaldstraße**



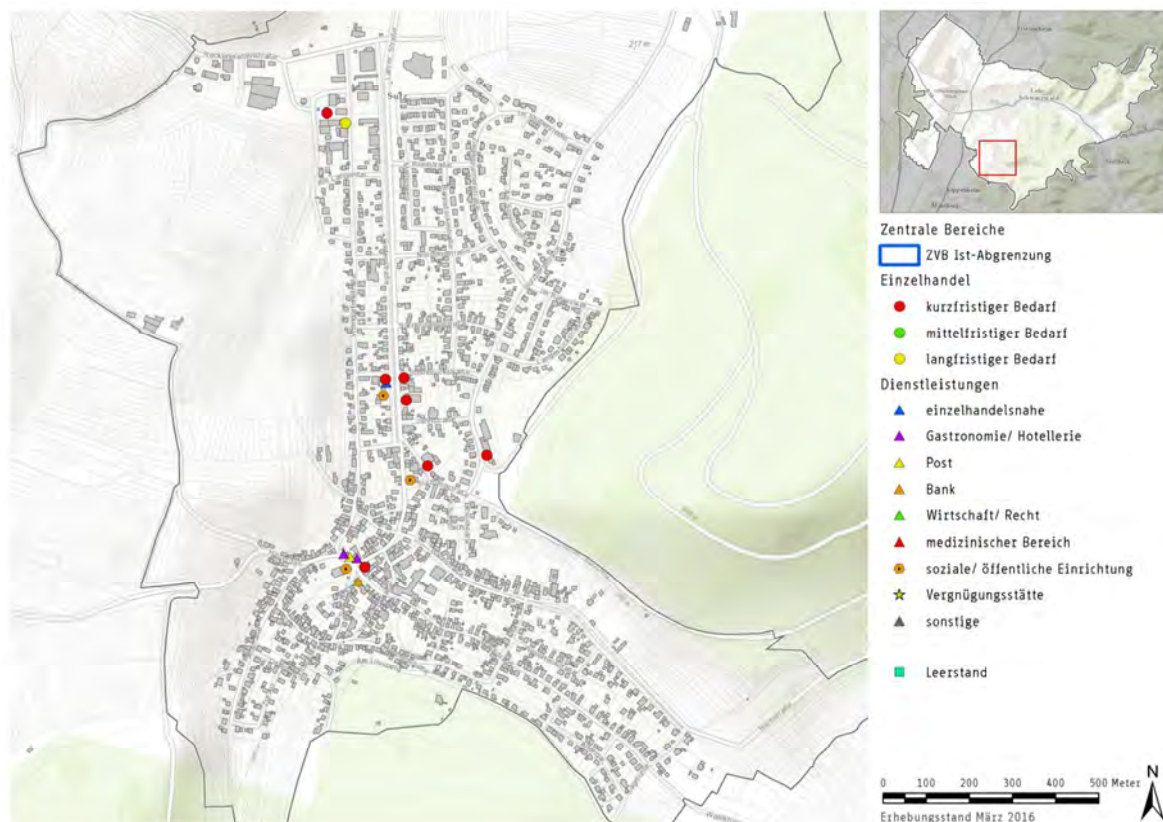
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community



### 5.1.2 Nahversorgungsbereich Sulz

Der Nahversorgungsbereich Sulz befindet sich innerhalb des gleichnamigen Stadtteils im Süden der Stadt Lahr. Das Einzelhandelsangebot besteht überwiegend aus einem Discounter, Betrieben des Lebensmittelhandwerks und einer Apotheke. Die Nutzungen befinden sich im Bereich Lahrer Straße/ Steinbruckstraße und im südlich davon gelegenen Bereich Lahrer Straße/ Waldstraße. Die Versorgungsfunktion der wenigen verteilt gelegenen Betriebe geht nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinaus, sodass kein zentraler Versorgungsbereich besteht.

Karte 11: Nahversorgungsbereich Sulz

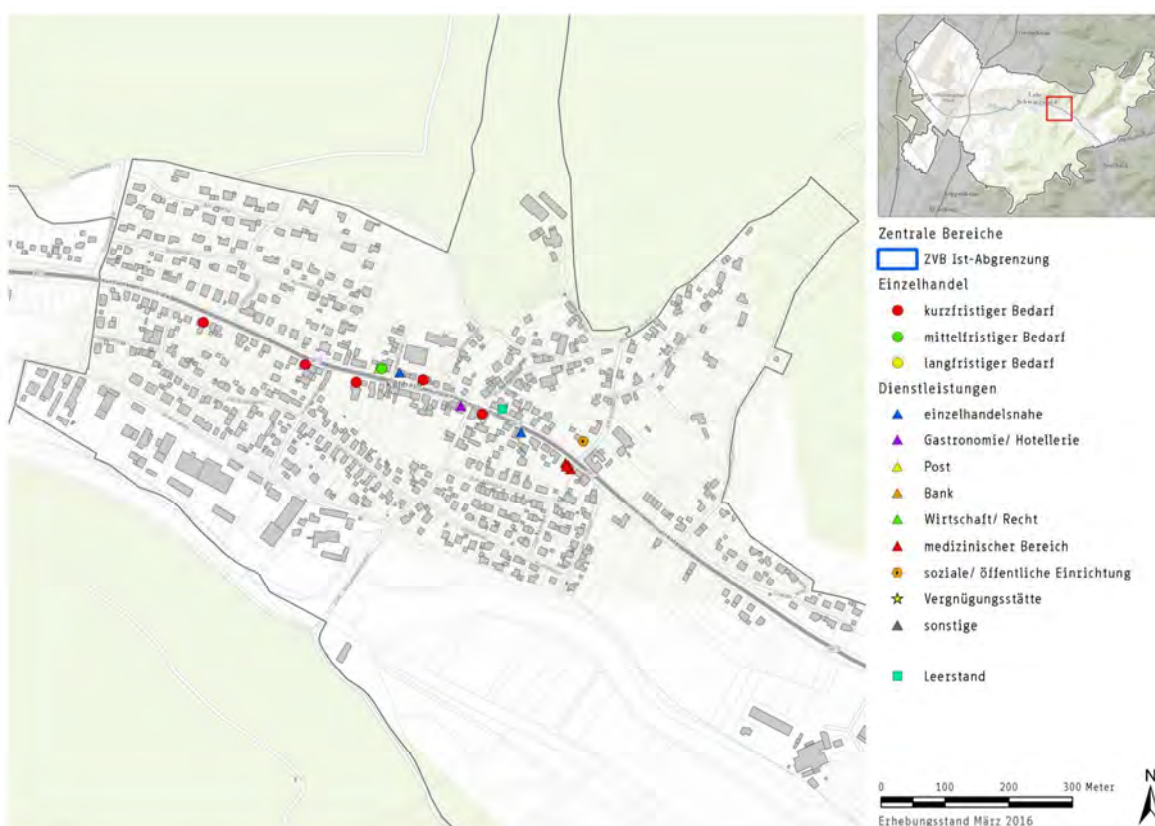


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

### 5.1.3 Nahversorgungsbereich Kuhbach

Kuhbach grenzt unmittelbar östlich an die Kernstadt von Lahr. Die wenigen Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen erstrecken sich in geringer Dichte entlang der Kuhbacher Hauptstraße (B415), die durch ein hohes Verkehrsaufkommen gekennzeichnet ist. Die Nahversorgung wird lediglich durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks wahrgenommen. Ein klassischer Lebensmittelmarkt ist nicht vorhanden. Angesichts der geringen Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen und der wenigen Nutzungen insgesamt, besteht kein zentraler Versorgungsbereich.

Karte 12: Nahversorgungsbereich Kuhbach



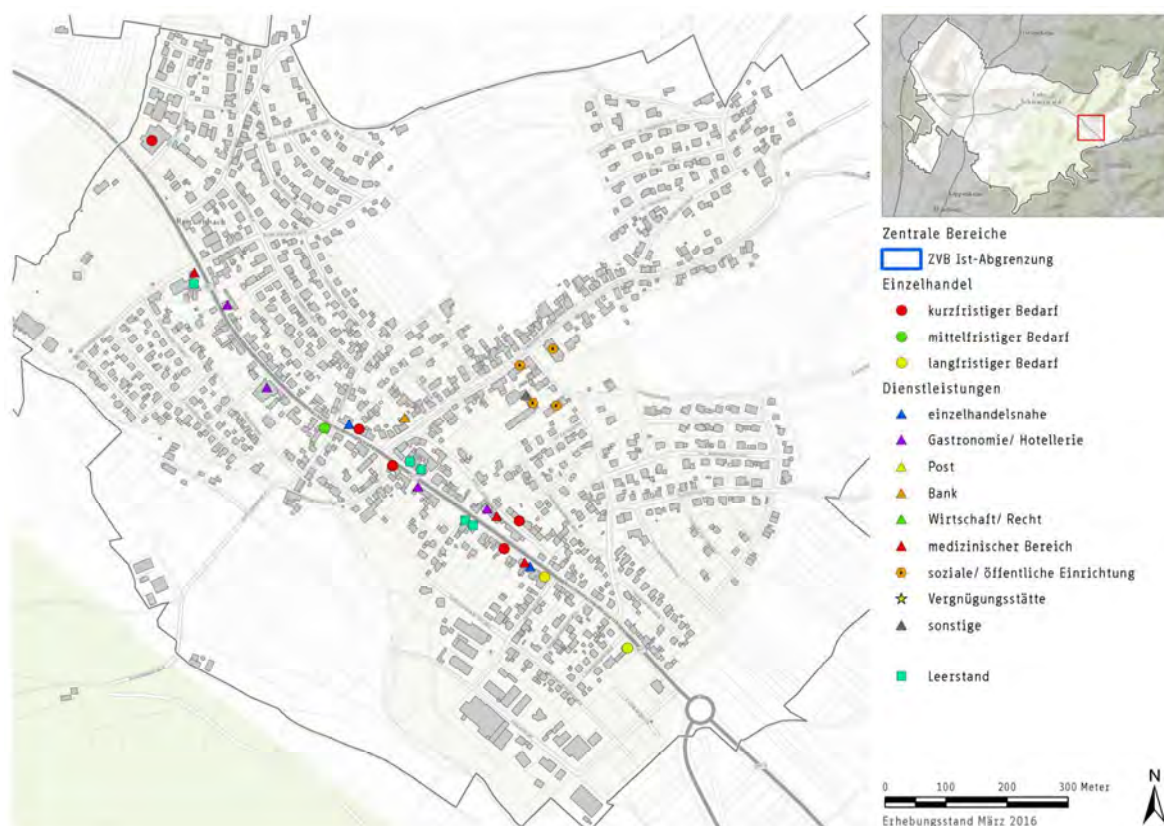
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community



### 5.1.4 Nahversorgungsbereich Reichenbach

Der Stadtteil Reichenbach befindet sich im Osten der Stadt Lahr, östlich von Kuhbach. Die wenigen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote liegen verteilt an der verkehrsreichen Reichenbacher Hauptstraße (B 415). Ein Lebensmitteldiscounter mit wichtiger Nahversorgungsfunktion befindet sich am westlichen Siedlungsrand des Stadtteils. Darüber hinaus gibt es u.a. Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Angesichts der mangelnden räumlichen Konzentration des Angebotes kann kein zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden.

Karte 13: Nahversorgungsbereich Reichenbach



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community



## **5.2 EINZELHANDELSCHWERPUNKTE IN SONSTIGER INTEGRIERTER UND NICHT INTEGRIERTER LAGE**

### **5.2.1 Einkaufszentrum Arena**

Das an einem sonstigen integrierten Standort angesiedelte Einkaufszentrum Arena befindet sich in geringer Entfernung zur Lahrer Innenstadt:

- An diesem Standort befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung 14 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 8.825 m<sup>2</sup>.
- Die Verkaufsfläche an diesem Standort beträgt rd. 8% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich, insbesondere beim Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel. Aber auch ein breites Angebot an zentrenprägenden Sortimenten wie Bekleidung, Schuhe, Bücher, Medien und auch Schmuck sind dort zu finden.
- Ergänzend sind einige Dienstleistungsangebote an diesem Standort vorhanden.
- Das Einkaufszentrum erstreckt sich über zwei Etagen und stellt einen introvertiert gestalteten Baukörper dar.
- Obwohl es sich um einen Standort in sonstiger integrierter Lage handelt, ist dieser auf Grund der Lage an der wichtigen Verkehrsachse, des großen Parkplatzes, der Umfeldgestaltung und der unattraktiven fußläufigen Anbindung an die Innenstadt tendenziell autokundenorientiert.

### **5.2.2 Einzelhandelskonzentration Offenburger Straße**

Die westlich der Innenstadt gelegene Einzelhandelskonzentration Offenburger Straße befindet sich in integrierter Lage, innerhalb von Dinglingen.

- Zum Zeitpunkt der Befragung befanden sich an diesem Standort sieben Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.525 m<sup>2</sup>. Dies entspricht rd. 6% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- Der Angebotsschwerpunkt liegt mit einem großen Supermarkt und einem Lebensmitteldiscounter, die den Standort prägen, im kurzfristigen Bedarfsbereich.
- Durch einen Bekleidungsfachmarkt und das umfangreiche Rand- und Ergänzungssortiment des o.g. großen Supermarktes sind jedoch auch Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches in größerem Umfang vertreten.



- Der Standort befindet sich in unmittelbarer Nähe zur Wohnbebauung und stellt damit einen integrierten Standort dar, welcher jedoch auf Grund seiner städtebaulichen Gestaltung (u.a. große Parkplätze) tendenziell als autokundenorientiert zu bezeichnen ist.

### **5.2.3 Fachmarktzentrum in Mietersheim**

Das Fachmarktzentrum befindet sich an einem nicht integrierten Standort innerhalb des Stadtteils Mietersheim im westlichen Stadtgebiet.

- Innerhalb des Fachmarktzentruns befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung 15 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 20.275 m<sup>2</sup>. Dies entspricht rd. 21% der Verkaufsfläche der Gesamtstadt Lahr.
- Der Angebotsschwerpunkt dieses Standortes liegt auf Grund eines Baumarktes und eines Gartenfachmarktes im langfristigen Bedarfsbereich.
- Ein Viertel der Verkaufsfläche entfällt auf Grund eines Supermarktes, zweier Lebensmitteldiscounter, eines Drogeriemarktes und eines Zoofachmarktes auf Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches.
- Zudem sind zwei größere Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches - ein Schuhfachmarkt und ein Elektrofachmarkt - zu verzeichnen.

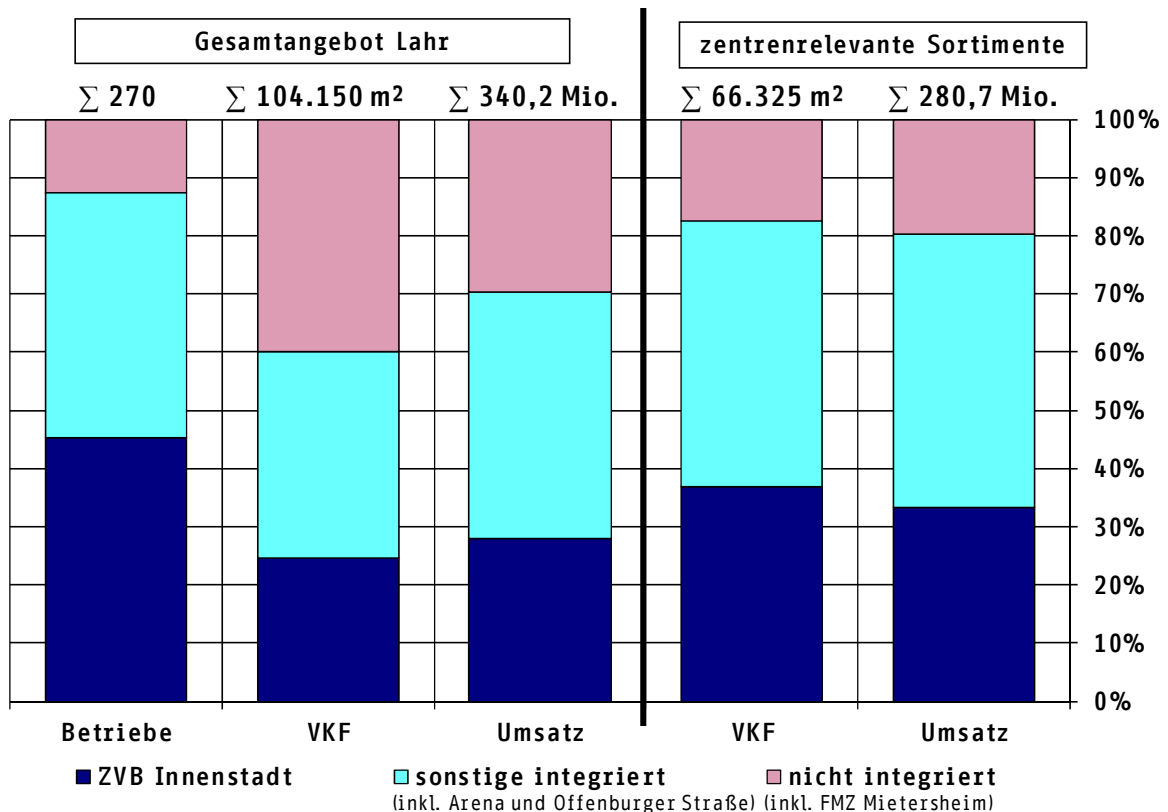
## **5.3 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES**

Im Folgenden werden die bisher dargestellten Ergebnisse zur Einzelhandelssituation differenziert nach dem Standorttyp der Betriebe aufgezeigt. Es wird differenziert nach zentralem Versorgungsbereich Innenstadt (ZVB Innenstadt), sonstigen integrierten Lagen (inkl. Nahversorgungsbereiche, Arena und Offenburger Straße) und nicht integrierten Lagen (inkl. Fachmarktzentrum) (Begriffsdefinitionen siehe Glossar).





Abb. 9: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile Lahr nach Lage



Quelle: eigene Befragung März 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttyp (vgl. Abb. 9) zeigt:

- Gemessen an der Zahl der Betriebe sind diese zu etwa gleichen Teilen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (rd. 45%) und an sonstigen integrierten Standorten (rd. 42%) zu finden. Rd. 13% der Betriebe befinden sich an nicht integrierten Standorten.
- In Bezug auf die Verkaufsfläche dominieren die nicht integrierten und die sonstigen integrierten Standorte (rd. 40% bzw. 35%). Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind nur rd. 25% der Verkaufsfläche angesiedelt.
- Auch der Umsatzanteil, der auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt entfällt, liegt mit 28% deutlich unter demjenigen der sonstigen integrierten Standorte von rd. 42%, während die nicht integrierten Standorte insgesamt mit rd. 30% einen vergleichbaren Wert aufweisen.
- Bei Betrachtung nur der zentrenrelevanten Sortimente, die i.d.R. eine Innenstadt prägen und überwiegend dort angesiedelt sein sollten, weisen die sonstigen integrierten Standorte verkaufsflächen- und umsatzbezogen mit rd. 46% bzw. 47%



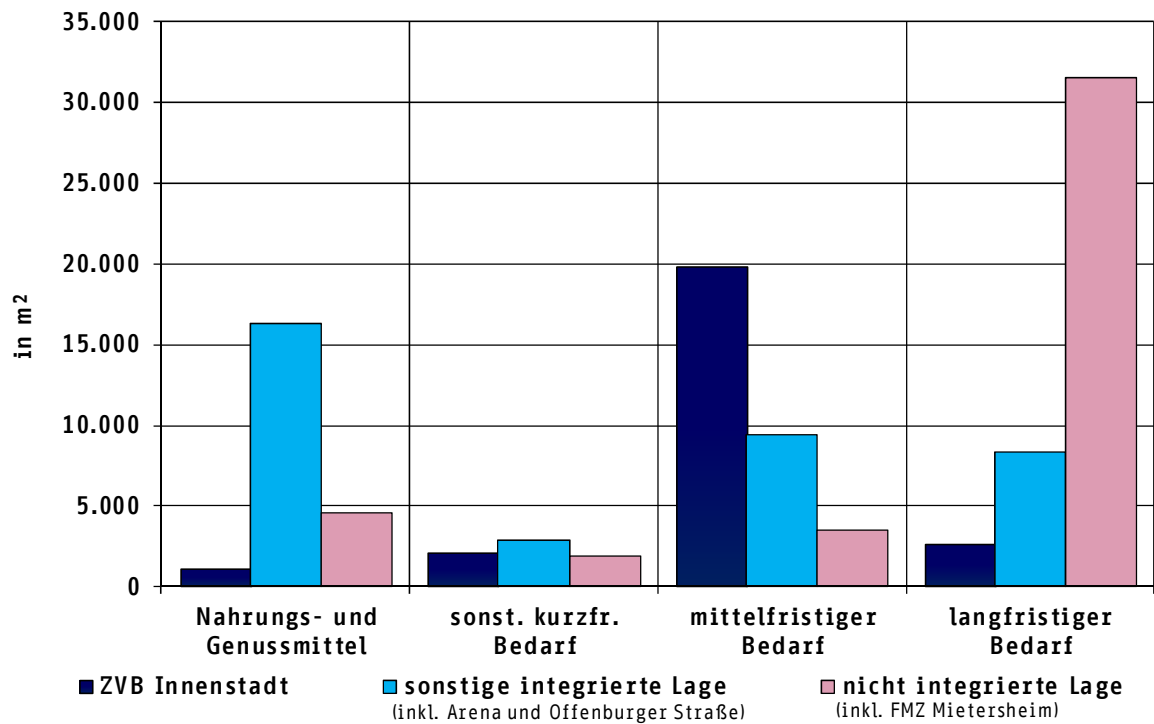
ebenfalls die höchsten Anteilswerte auf. Die Anteilswerte des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt liegen mit rd. 37% bzw. 34% deutlich darunter.

Bei Betrachtung der Abb. 10 wird Folgendes deutlich:

- Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt werden kaum Nahrungs-/ Genussmittel und nur in einem relativ geringen Umfang sonstige Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches angeboten.
- Nahrungs-/ Genussmittel sind zu einem sehr großen Teil an sonstigen integrierten Standorten ansässig, wobei die größten Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment - je ein großer Supermarkt - an den Standorten Einkaufszentrum Arena (vgl. Kap. 5.2.1) bzw. Offenburger Straße (vgl. Kap. 5.2.2) angesiedelt sind;
- Auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt entfällt der überwiegende Anteil der Verkaufsfläche an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs, worunter sich u.a. innenstadtprägende Sortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sport/ Freizeit befinden. Der relativ große Anteil an Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs an sonstigen integrierten Standorten ist in hohem Maße auf das entsprechende Angebot an den beiden Standorten Einkaufszentrum Arena und Offenburger Straße zurückzuführen.
- Sortimente des langfristigen Bedarfs werden überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten. Dabei handelt es sich funktionsadäquat nahezu ausschließlich um nicht zentrenrelevante Sortimente.



Abb. 10: Einzelhandelsstruktur in Lahr nach Lage



Quelle: eigene Befragung März 2016; eigene Berechnungen



## 6. BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

Es wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der Einzelhandel der Stadt Lahr bei einer Bindungsquote von 116% mehr als eine rechnerische Vollversorgung der eigenen Bevölkerung erreicht (vgl. Kap. 3.2.2).

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung der Nahversorgung vor allem die Frage der räumlichen Verteilung des Lebensmittelangebotes von Bedeutung.

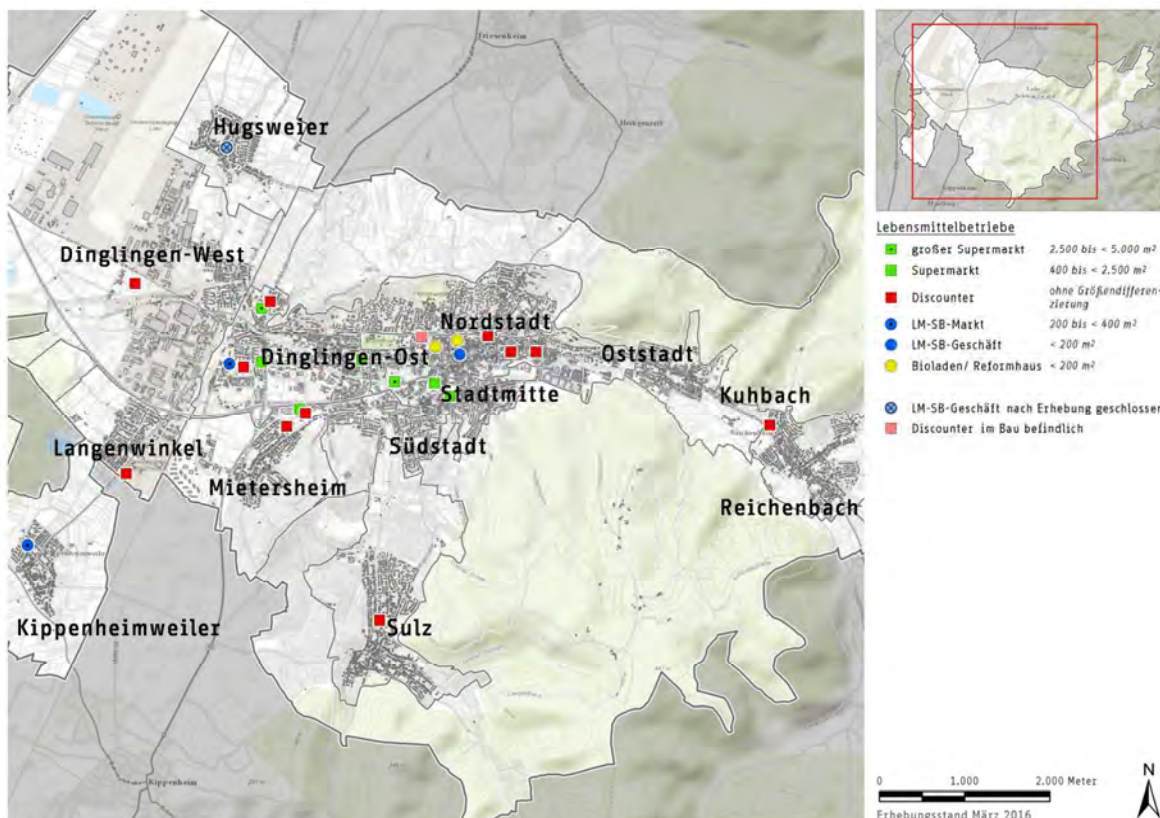
Im Folgenden wird daher der Frage nachgegangen, welche Bereiche des Siedlungsgebietes der Stadt Lahr sich in fußläufiger Lage zu einem Lebensmittelbetrieb mit einem hinreichend vielfältigen Lebensmittelangebot befinden bzw. in welcher zeitlichen Distanz ein derartiger Betrieb per Fahrrad zu erreichen ist.

In Karte 14 sind die Lebensmittelbetriebe in der Gesamtstadt Lahr dargestellt. Zum Zeitpunkt der Befragung im März 2016 befanden sich über das gesamte Stadtgebiet verteilt 20 Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von über 200 m<sup>2</sup><sup>47</sup>. Hierbei handelt es sich um zwei Lebensmittel-SB-Märkte, fünf Supermärkte, zwei große Supermärkte und elf Lebensmitteldiscounter. Zusätzlich befanden sich in Lahr zum o.g. Zeitpunkt je ein Bioladen bzw. Reformhaus sowie zwei Lebensmittel-SB-Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von jeweils weniger als 200 m<sup>2</sup>. Weiterhin befand sich im März 2016 ein Discounter in der Friedhofstraße westlich der Innenstadt im Umbau, zudem wurde nach der Erhebung im Stadtteil Hugsweier ein Lebensmittel-SB-Geschäft geschlossen.

---

<sup>47</sup> In der Regel kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> davon ausgegangen werden, dass das vorhandene Angebot die nahversorgungsspezifischen Bedarfe ausreichend abdeckt. Es ist jedoch nicht generell auszuschließen, dass auch kleinere Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion für (zumindest temporär) immobile Menschen besitzen.

Karte 14: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr

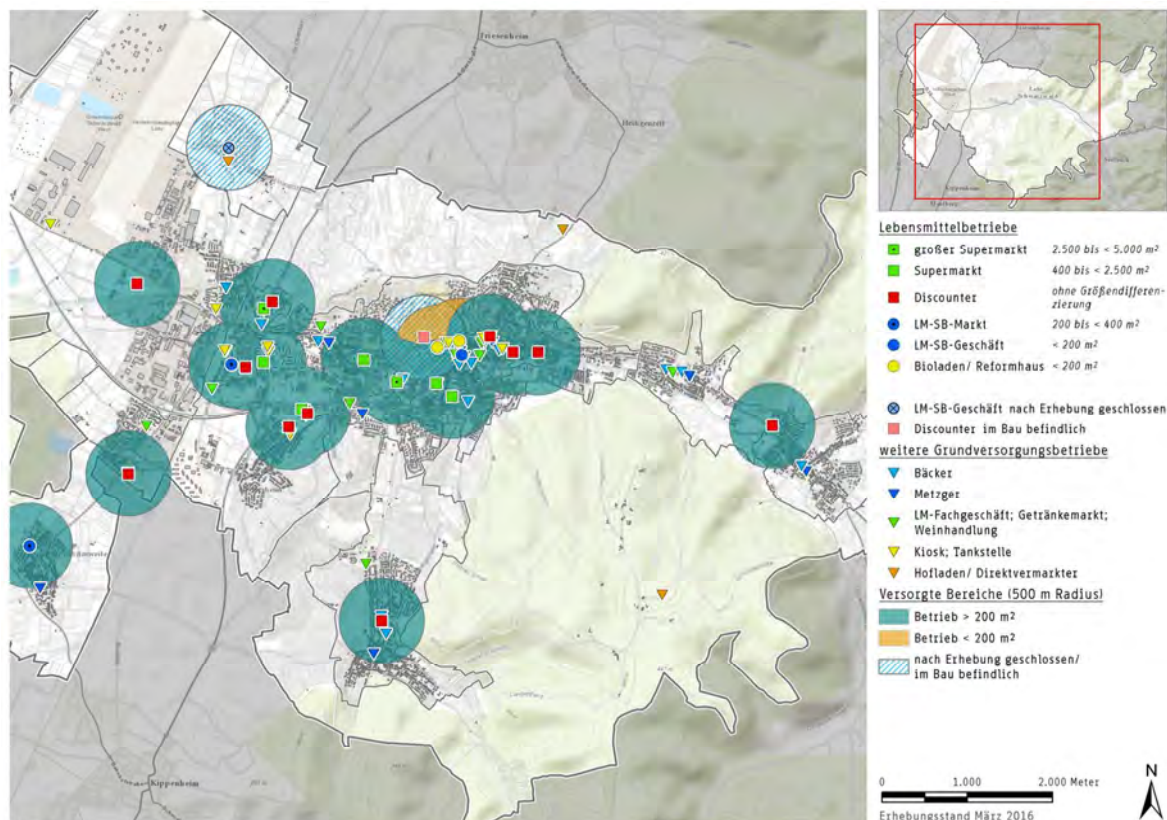


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

Um die Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 m<sup>2</sup> wurde ein blauer Kreis mit einem Radius von 500 Metern gezogen, bei Betrieben mit weniger als 200 m<sup>2</sup> ein orangefarbener Kreis (vgl. Karte 15): Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern (Luftlinie) zu einem solchen Einzelhandelsbetrieb wohnt, diesen fußläufig erreichen kann. Im konkreten Fall beeinflussen jedoch topographische, infrastrukturelle und andere räumliche Aspekte die tatsächliche Zugänglichkeit.



Karte 15: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr (500m Radius)



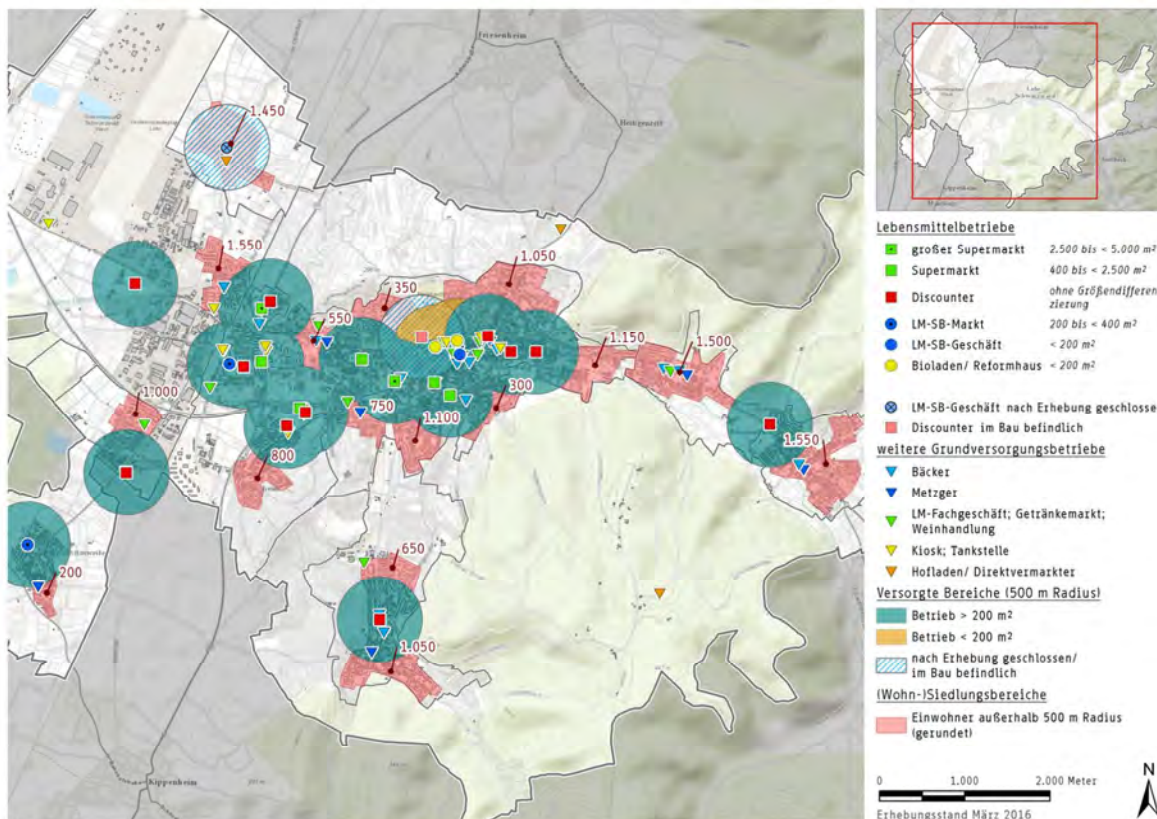
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

Karte 16 macht deutlich, dass sich die Bewohner einzelner Siedlungsbereiche in Lahr nicht fußläufig nahversorgen können, da diese nicht in einer Entfernung von bis zu 500 Metern zu mindestens einem Lebensmittelbetrieb gelegen sind. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um folgende Siedlungsbereiche:

- Stadtteil Hugsweier mit rd. 1.450 Einwohnern, da das dortige zum Zeitpunkt der Erhebung ansässige Lebensmittel-SB-Geschäft zwischenzeitlich geschlossen wurde,
- Stadtteil Kuhbach mit rd. 1.500 Einwohnern sowie der daran angrenzende Teil der östlichen Kernstadt mit rd. 1.150 Einwohnern,
- außerdem weitere Randbereiche der Kernstadt,
- der östliche Teil des Stadtteils Reichenbach mit rd. 1.550 Einwohnern,
- der südliche und der nördliche Teil des Stadtteils Sulz mit rd. 650 und rd. 1.050 Einwohnern
- sowie Teile des Stadtteils Mietersheim mit rd. 1.000 Einwohnern.

Rund 34%<sup>48</sup> der Einwohner von Lahr sind im räumlichen Sinne nicht nahversorgt, da sich kein Lebensmittelbetrieb im Umkreis von rd. 500 Meter zu ihrem Wohnort befindet.

**Karte 16: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr (nicht nahversorgter Bevölkerungsanteil)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

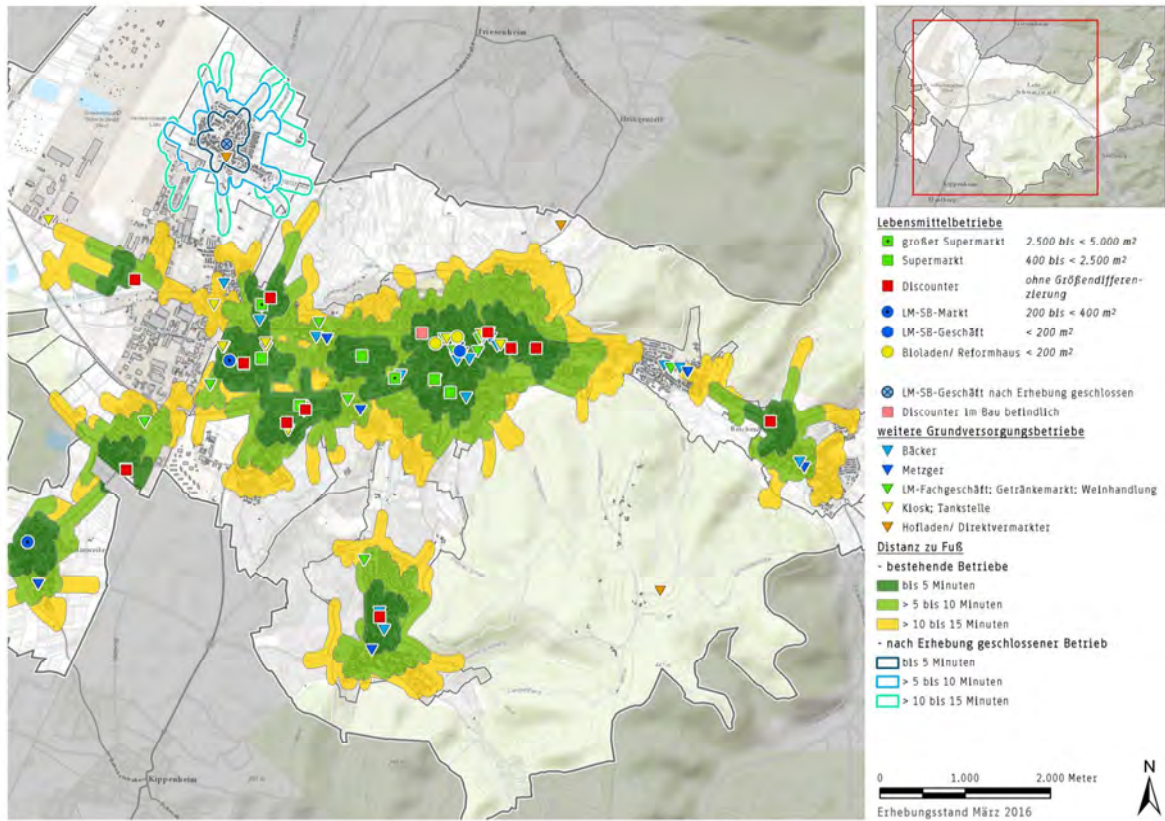
In Karte 17 und Karte 18 sind die tatsächlichen Distanzen zu Fuß und mit dem Fahrrad dargestellt. Diese orientieren sich an den vorhandenen Fußwegen und Straßen in Lahr. Daraus ist zu erkennen, dass

- ein Großteil der Bevölkerung in Lahr innerhalb von zehn Minuten zu Fuß oder in fünf Minuten mit dem Fahrrad einen Lebensmittelbetrieb erreichen kann,
- nahezu alle Bewohner der Stadt Lahr mittels Fahrrad einen Lebensmittelbetrieb in maximal zehn Minuten Fahrzeit erreichen können. Lediglich die Bewohner des Stadtteils Hugsweier liegen außerhalb der Zehn-Minuten-Fahrradzone.

<sup>48</sup> Inkl. des zum Zeitpunkt der Befragung im Bau befindlichen Discounters an der Friedhofstraße



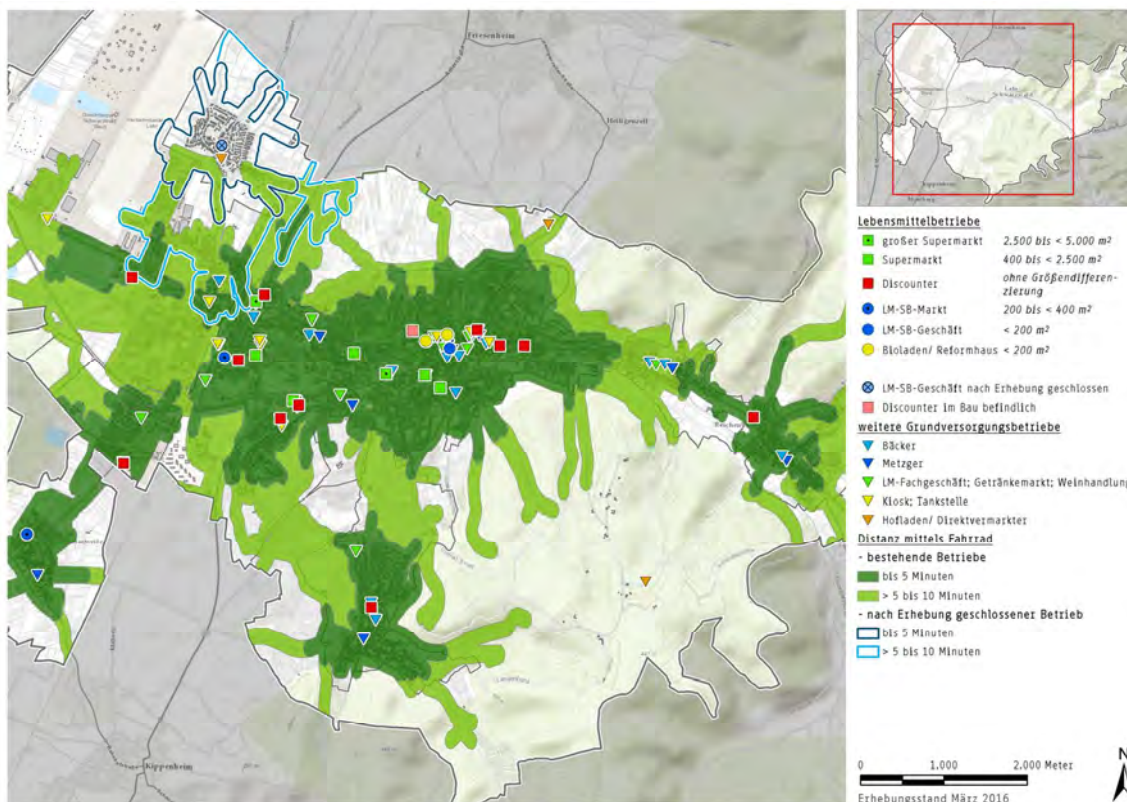
Karte 17: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr (Distanzen zu Fuß)



Quelle eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community



**Karte 18: (Lebensmittel-) Nahversorgungsangebot in Lahr (Distanzen mit dem Fahrrad)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung März 2016; Kartengrundlage: Stadt Lahr, Esri, HERE, DeLorme, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan (Hong Kong), METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

### **Bewertung:**

Grundsätzlich besteht in Lahr eine gute räumliche Nahversorgungssituation. In fast allen Stadtteilen sind Nahversorgungsangebote vorhanden. Angesichts der Standortanforderungen der Betreiber von Lebensmittelbetrieben - insbesondere hinsichtlich der Mantelbevölkerung im Standortumfeld und der Mindestverkaufsfläche - und der Siedlungsstrukturen - vor allem der überwiegend geringen Einwohnerzahlen der Stadtteile - ist eine flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln problematisch<sup>49</sup>. Die bestehenden Nahversorgungslücken in der Stadt Lahr stellen i.d.R. Siedlungsbereiche mit geringer Einwohnerzahl und Einwohnerdichte dar.

<sup>49</sup> Siedlungsbereiche mit weniger als 3.000 Einwohnern sind oftmals auf alternative Nahversorgungsangebote (wie z.B. kleinflächige Lebensmittelbetriebe/ Nachbarschaftsläden, Lieferservice etc.) angewiesen.



## **7. ÜBERPRÜFUNG DES ZIELKATALOGS**

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

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

Dementsprechend wird im Folgenden der Vorschlag für einen Zielkatalog vorgestellt, welcher der künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lahr zugrunde gelegt werden sollte. Gleichzeitig dienen diese Zielvorschläge als Grundlage für das planungsrechtliche Konzept.

### **ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER MITTELZENTRALEN VERSORGENGSFUNKTION**

Ein wichtiges Ziel liegt in der Erhaltung der durch den Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt. Lahr nimmt seine Funktion als Mittelzentrum im Bereich des Einzelhandels derzeit wahr. Wie in Kap. 3.2.2 gezeigt wurde, fließt per Saldo Kaufkraft nach Lahr (Gesamtbindungsquote rd. 126%).

Der Schwerpunkt sollte somit auf dem Erhalt der Versorgungsfunktion der Stadt Lahr als Mittelzentrum liegen.

### **STÄRKUNG DER EINZELHANDELSZENTRALITÄT DER INNENSTADT**

Die Tradition der europäischen Stadt weist der Innenstadt eine herausgehobene Funktion zu. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen auf die Innenstadt von Lahr zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Ent-



wicklung der Innenstadt und damit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Die einzelhandelsbezogene Versorgungsfunktion von Lahr wird nur z.T. vom zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wahrgenommen; hier sollte der Innenstadt künftig eine herausragende Bedeutung zukommen.

Die Ansiedlung sonstiger zentrenrelevanter Sortimente sollte zukünftig nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu dessen Stärkung und Erhaltung erfolgen.

#### **ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT IN DER INNENSTADT**

Neben der Zentralität - einer quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die im zentralen Versorgungsbereich bestehende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen erhalten und weiter gestärkt werden. Erfahrungsgemäß tragen insbesondere öffentliche Nutzungen (u.a. Schulen, Verwaltungen) und medizinische Einrichtungen (u.a. Ärzte, Therapeuten) erheblich zur Frequenz und Attraktivität einer Innenstadt bei.

Daneben sollte der Einzelhandel weiterhin von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität des zentralen Versorgungsbereichs formen.

Dazu sollten z.B. Entwicklungsflächen geschaffen und die Standortqualität durch eine Qualifizierung der öffentlichen Räume erhöht werden.

#### **ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER IDENTITÄT DER INNENSTADT**

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

Die Lahrer Innenstadt weist ein solches klares Profil auf. Das Zusammenspiel von historischen und modernen Gebäuden, Plätzen und Strukturen, vielfältigen Einzel-



handelsangeboten sowie Angeboten des Gastronomie- und Kulturbereiches prägen die Innenstadt. Die Herausforderung wird darin bestehen, dies zu erhalten und punktuell zu ergänzen.

#### **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUR**

Eine flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfes (Nahversorgung), insbesondere im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel, dient der Verkürzung der zurückzulegenden Wege: Es soll eine wohnungsnah Versorgung ermöglicht werden. Sowohl für die Bewohner der Lahrer Kernstadt als auch die Bewohner der Stadtteile sollten vorhandene Nahversorgungsangebote erhalten und gestärkt werden. In Siedlungsbereichen ohne Nahversorgung sollte eine Verbesserung der bestehenden Situation angestrebt werden.

#### **SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT**

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der jeweiligen Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz des zentralen Versorgungsbereichs assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass dieser vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.

#### **SICHERUNG VON GEWERBEGEBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE**

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem Produzierenden Gewerbe, zur Verfügung zu stellen. Die Standortentscheidungen zur Erweiterung bestehender Betriebe bzw. zur Investition der bestehenden Betriebe hängen häufig auch von den Perspektiven flächenbezogener Entwicklungsoptionen ab. Für Neuansiedlungen ist es wichtig, möglichst zeitnah und kostengünstig an Flächen zu gelangen, die auch räumliche Entwicklungsoptionen enthalten. Insofern ist



der Bodenpreis ein Faktor, der dazu führen kann, dass physisch vorhandene Flächen aus Sicht der potenziellen Nutzer faktisch nicht vorhanden sind. Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.



## 8. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS

Die auf dem vorliegenden Gutachten basierende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt Lahr darstellen: Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit insbesondere des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und auch der Nahversorgungsbereiche hängt u.a. davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation, mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde daher eine Verkaufsflächenprognose berechnet. Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 9.3 beschrieben.

### 8.1 METHODISCHES VORGEHEN

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchen-spezifischen Potenziale wurden die allgemeinen branchenbezogenen Trends im Einzelhandel berücksichtigt. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung, der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern<sup>50</sup>.

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

Der Entwicklungsspielraum wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kap. 7 und Kap. 9.2) und andererseits von der Verfügbarkeit von Flächen (vgl. Kap. 9.3) ab. Der abgeleitete quantitative

---

<sup>50</sup> Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.



Entwicklungsspielraum ist einer räumlichen Steuerung zugänglich (während der Bestand kaum zu lenken ist<sup>51</sup>).

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2020, deren Ergebnisse weitgehend als aktueller Bedarf angesehen werden können, sowie eine mittel- bis längerfristige Prognose bis zum Jahr 2025.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden eine obere und eine untere Variante erarbeitet, sodass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 8.2). Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage. Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden zudem verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (Kap. 8.1.2).

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.<sup>52</sup>.

### **8.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage**

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die bisherige Einwohnerentwicklung von Bedeutung. Diese war im Zeitraum von 1992 bis 1995 durch deutliche und im Folgezeitraum bis 2010 i.d.R. durch geringere Zuwächse geprägt. Der Rückgang im Jahr 2011 ist auf den Übergang von der Fortschreibung der Volkszählungsdaten auf die Fortschreibung der Zensusdaten zurückzuführen. Seit 2010 sind jährliche Zuwächse von 1 bis 2% zu verzeichnen.

Als Grundlage für die künftige Einwohnerentwicklung wurde die Vorausberechnung des Statistischen Landesamtes (mit Wanderungen und Entwicklungskorridor, Basisjahr 2014) herangezogen. Nach der Hauptvariante ist für die Stadt Lahr bis etwa zum Jahr 2021 ein signifikanter jährlicher Anstieg der Bevölkerungszahl und an-

---

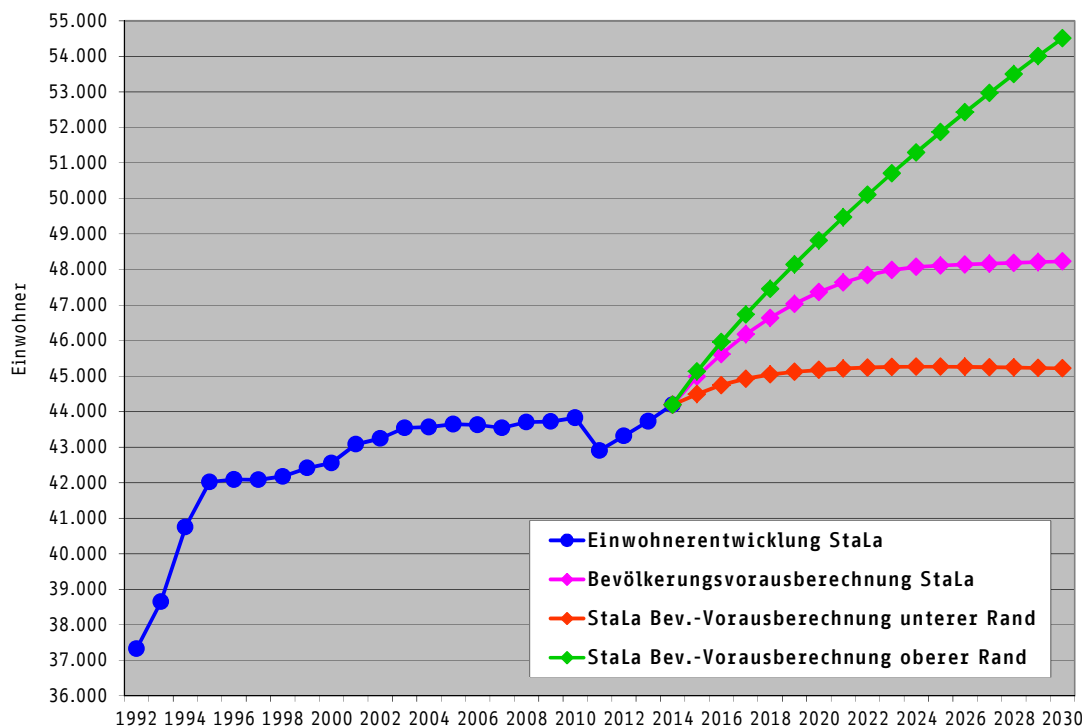
<sup>51</sup> Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.

<sup>52</sup> D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



schließlich bis zum Jahr 2030 per Saldo eine annähernde Stagnation zu erwarten. Die Einwohnerzahl im Jahr 2025 soll demnach gut 48.100 Einwohner betragen. Die Bevölkerungsvorausberechnung des statistischen Landesamtes beinhaltet zusätzlich einen oberen und einen unteren Rand. Beim oberen Rand wird bis zum Jahr 2025 von einem sehr deutlichen Bevölkerungszuwachs auf gut rd. 51.875 Einwohner ausgegangen, beim unteren Rand von einem insgesamt nur leichten Bevölkerungsrückgang auf einen Wert von rd. 45.275 Einwohnern.

**Abb. 11: Einwohnerentwicklung in der Stadt Lahr 1992 bis 2014 (tatsächliche Entwicklung) und 2014 bis 2030 (Prognosewerte)**



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Abb. 11 verdeutlicht, dass mit zunehmender zeitlicher Entfernung die Unsicherheiten von Prognosen steigen: Beträgt die Schwankungsbreite der Varianten der Prognose des statistischen Landesamtes im Jahr 2020 noch rd. 3.650 Einwohner, so erhöht sich diese bis zum Jahr 2025 bereits auf mehr als 6.600 Einwohner. Vor diesem Hintergrund werden die obere und untere Variante für die Verkaufsflächenprognose nicht herangezogen, sondern ein Korridor um die Hauptvariante mit einer Schwankungsbreite von +/-1,0% für das Jahr 2020 und von +/-2,0% für das Jahr 2025 gebildet.





Um die Prognosegenauigkeit weiter zu verdeutlichen, wurden die Prognosewerte auf 25 Einwohner gerundet.

Im Ergebnis wird im Jahr 2020 in Lahr von 46.900 bis 47.850 Einwohnern und im Jahr 2025 von 47.150 bis 49.075 Einwohnern ausgegangen; dies entspricht gegenüber dem Bevölkerungsstand von 2015 einem Bevölkerungszuwachs bis zum Jahr 2025 in der unteren Variante von 5,6% und in der oberen Variante von rd. 9,9%.

Im Hinblick auf die andauernde Staatsschuldenkrise in Europa und die anstehende Integration von Flüchtlingen und deren jeweilige Auswirkung ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Zu berücksichtigen ist dabei, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel von gesamtwirtschaftlichen Zuwächsen nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortdauerndem gesamtwirtschaftlichem Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauches kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen. Dabei muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor diesem Hintergrund bis 2025 in der unteren Variante von einer Stagnation und in der oberen Variante von einem maximalen jährlichen Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 0,5% ausgegangen. Die Stadt Lahr strebt durch die Ansiedlung von Arbeitsplätzen und eine entsprechende Wohnbauentwicklung eine Steigerung der Kaufkraft an. Explizit ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Werten um die Entwicklung des stationären Einzelhandels handelt; die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels ist damit bereits berücksichtigt.

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



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

**Tab. 4: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick**

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2020	46.900	47.850
Einwohner 2025	47.150	49.075
Kaufkraftzuwachs 2015 - 2025	0,0% p.a.	0,5% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2015 - 2025 insgesamt	0,0%	5,1%
Kaufkraft/ Einwohner (Lahr) 2015	5.110 €	
Kaufkraft/ Einwohner (Lahr) 2020	5.110 €	5.239 €
Kaufkraft/ Einwohner (Lahr) 2025	5.110 €	5.371 €
Kaufkraftpotenzial Lahr 2015	228,2 Mio. €	
Kaufkraftpotenzial Lahr 2020	239,6 Mio. €	250,7 Mio. €
Änderung gegenüber 2015	5,0%	9,8%
Kaufkraftpotenzial Lahr 2025	241 Mio. €	264 Mio. €
Änderung gegenüber 2015	6%	15%

Quelle: statistisches Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2015); BBE; eigene Berechnungen

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenziales nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (vgl. Tab. A - 6).

### 8.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben<sup>53</sup>. Die Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden zwei Prognoseszenarien - Entwicklungsprognose und Wettbewerbs-

<sup>53</sup> Dies bedeutet, dass die ermittelte Entwicklung aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann - z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte - sei hier lediglich angemerkt.



prognose - sowie zum Vergleich eine Status-quo-Prognose berechnet; letztgenannte dient dem Aufzeigen der Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in der Stadt Lahr.

Die **Status-quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Kap. 3.2.2): Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung im gleichen Ausmaß. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teiles des Entwicklungsspielraumes, der auf die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist<sup>54</sup>.

1. Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Lahr in den Sortimentsbereichen gestärkt werden kann, in denen derzeit nur gering erscheinende Bindungsquoten erreicht werden. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebots auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden.

- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs sollte jede Gemeinde unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion in der Lage sein, die eigenen Einwohner selbst zu versorgen. Vor diesem Hintergrund wurde für alle Sortimente dieses Bedarfsbereichs in der unteren und in der oberen Variante eine Zielbindungsquote von 100% angesetzt.
- Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs wurde vor dem Hintergrund der Bestandsbindungsquoten der beiden Bedarfsbereiche eine Zielbindungsquote in der unteren Variante von 150% und in der oberen Variante von 175% veranschlagt. Ausnahmen wurden auf Grund des erheblichen Einflusses des Onlinehandels und der unterdurchschnittlichen Bestandsbindungsquoten bei den Sortimenten Spielwaren und Bücher gemacht:

---

<sup>54</sup> Dabei ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Lahr erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.



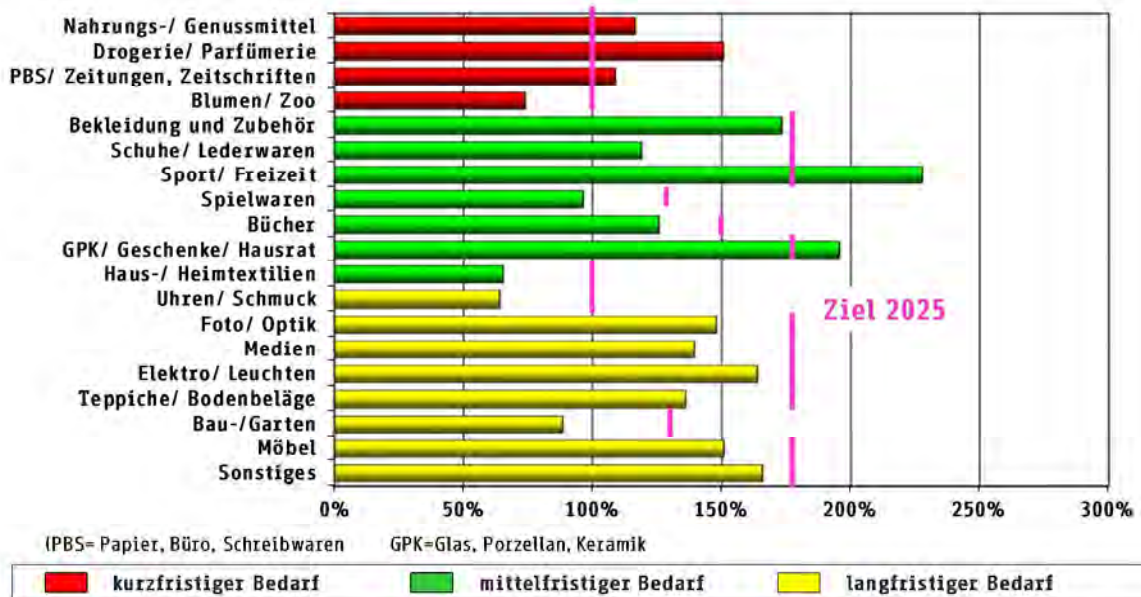
- Im Sortiment Spielwaren wurde eine Zielbindungsquote von 120% in der unteren und von 130% in der oberen Variante angesetzt.
- Im Sortimente Bücher wurde eine Zielbindungsquote von 140% in der unteren und von 150% in der oberen Variante veranschlagt.

Weiterhin wurde in den Sortimenten Haus-/ Heimtextilien und Uhren/ Schmuck auf Grund der geringen Bestandsbindungsquoten eine Zielbindungsquote von 90% in der unteren Variante und von 100% in der oberen Variante festgelegt.

Hinsichtlich der "Zielbindungsquoten" wurde angenommen, dass diese bis zum Jahr 2025 erreicht werden können. In denjenigen Sortimentsbereichen, in denen derzeit bereits höhere Bindungsquoten erreicht werden, wurde unterstellt, dass diese auch zukünftig gehalten werden.

Für die im Jahr 2025 zu erwartende Bindungsquote bedeuten die Änderungen, dass diese insgesamt von derzeit rd. 130% (ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk) auf dann rd. 136% in der unteren Variante bzw. auf rd. 143% in der oberen Variante ansteigen wird. Abb. 12 zeigt die aktuell erreichten und die für das Jahr 2025 angesetzten Bindungsquoten bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose.

Abb. 12: Bindungsquoten in Jahr nach Sortimenten im Ist-Zustand und für 2025 angesetzte "Zielbindungsquoten" der oberen Variante der Entwicklungsprognose



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

Quelle: eigene Erhebung/ Befragung März 2016; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2015); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

2. Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, stärkerer Bedeutungszuwachs des Internet als unterstellt, erhöhter Wettbewerb mit den Nachbargemeinden o.ä.). Dabei wurde in jedem Sortimentsbereich ein Umsatzeinbruch um 10% - im Vergleich zur Entwicklungsprognose - unterstellt.

Bei sämtlichen voranstehend beschriebenen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen lediglich bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden<sup>55</sup>. Bei der unteren Variante wurde hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen veranschlagt.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es dabei nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Quote zu erreichen. Vielmehr lautet die Leitfrage nach Ermittlung des Entwicklungsspielraumes, wo vor dem

<sup>55</sup> Nach einem allgemeinen Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren - zumindest in einigen Sortimenten - ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität der Innenstadt und der weiteren zentralen Versorgungsbereiche sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung insbesondere zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 9.2f.).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit Lahr und insbesondere mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie - insbesondere im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt - eine gute funktionale Mischung (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht bzw. gehalten werden. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Entwicklungsspielraumes vom Handeln in der Stadt.

## 8.2 PROGNOSEERGEBNISSE

### 8.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt

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

Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe<sup>56</sup>. Infolge

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

---

<sup>56</sup> In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung/ Befragung im März 2016, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind, ergeben einen zusätzlichen (Brutto-)Entwicklungsspielraum.

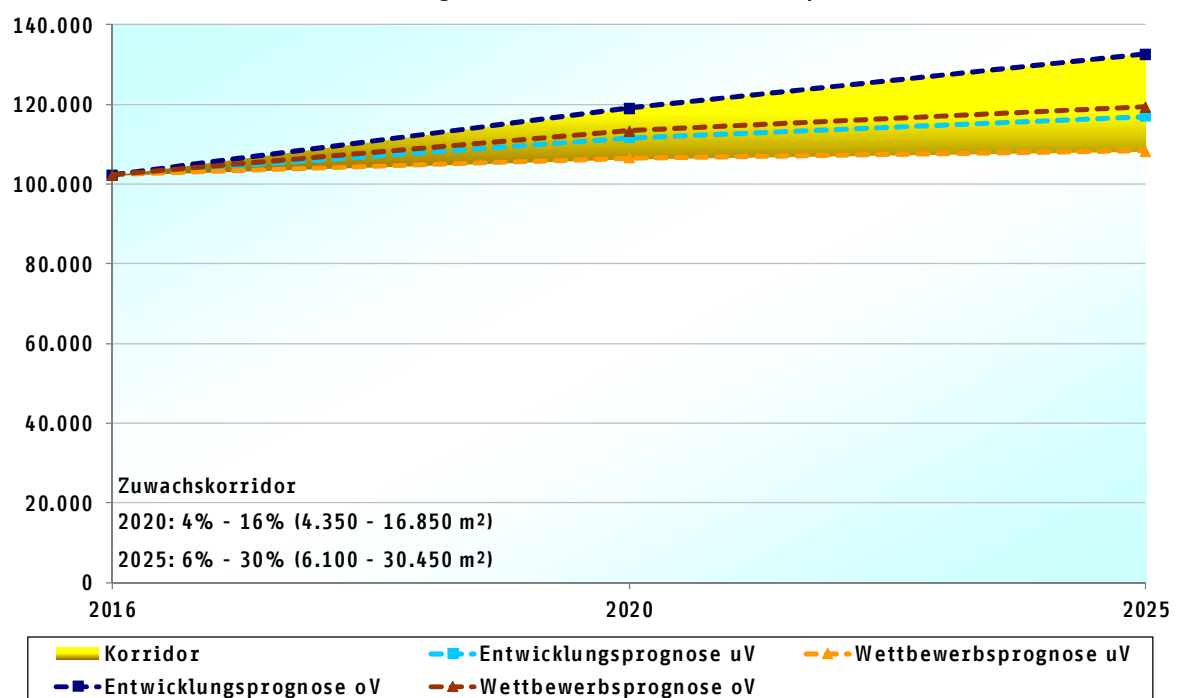


Der auf diese Weise abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist vorrangig auf **nachfrageseitige**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

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen in Lahr der Fall - kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.

Die Ergebnisse der Entwicklungs- und der Wettbewerbsprognose sind in Abb. 13 zusammengefasst dargestellt.

Abb. 13: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2015 - 2025 Gesamtpotenzial in m<sup>2</sup>



Quelle: eigene Berechnung; Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt bei der Entwicklungsprognose bis 2020 ein Entwicklungsspielraum von rd. 9.400 m<sup>2</sup> (untere Variante) bis 16.850 m<sup>2</sup> (obere Variante) (vgl. Tab. A - 8 im Anhang). Bis zum Jahr 2025 steigt dieser Verkaufsflächenspielraum auf rd. 14.800 m<sup>2</sup> (untere Variante) bis 30.450 m<sup>2</sup> (obere Va-



riante). Dies entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von rd. 102.250 m<sup>2</sup> einer Steigerung um rd. 14% bis 30%. Das jährliche Verkaufsflächenpotenzial beträgt - über alle Sortimente hinweg betrachtet - rd. 1.500 m<sup>2</sup> (untere Variante) bzw. rd. 3.000 m<sup>2</sup> (obere Variante).

Wird dieses Ergebnis mit der Status-quo-Prognose verglichen (rd. 5.700 m<sup>2</sup> bis 9.550 m<sup>2</sup> bis 2020 bzw. rd. 6.350 m<sup>2</sup> bis 13.600 m<sup>2</sup> bis 2025; vgl. Tab. A - 7 im Anhang), so zeigt sich, dass der Entwicklungsspielraum etwa zur Hälfte auf eine verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen ist. Dies ist dadurch zu erklären, dass in mehreren Sortimenten in den Zielbindungsquoten eine höhere Kaufkraftbindung veranschlagt wurde.

Sollte der Einzelhandelsumsatz wegen nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen um 10% einbrechen (**Wettbewerbsprognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenspielraum gegenüber der Entwicklungsprognose - bezogen wiederum auf das Jahr 2025 - um nahezu rd. 60% (untere Variante) bzw. etwa 45% (obere Variante) auf rd. 6.100 m<sup>2</sup> bis 17.150 m<sup>2</sup> (vgl. Tab. A - 9 im Anhang). Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) stellt dies eine Steigerung, um rd. 6% bis 17% dar.

Der Vergleich der Verkaufsflächenspielräume von Entwicklungsprognose und Wettbewerbsprognose verdeutlicht die Abhängigkeit des Einzelhandels in Lahr von Faktoren, die nicht im Einflussbereich der Stadt und ihrer Akteure liegen.

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Entwicklungsspielraum hinaus ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn durch zusätzlichen Einzelhandel die Attraktivität des Einzelhandels in Lahr derart erhöht wird, dass über die hier angenommenen künftigen Bindungsquoten hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt gezogen bzw. die örtliche Kaufkraft noch stärker als in den Zielbindungsquoten angenommen durch den städtischen Einzelhandel gebunden werden kann.





Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose (vorrangiges Prognoseszenario) über alle Sortimente hinweg betrachtet von einem Entwicklungsspielraum von max. rd. 3.000 m<sup>2</sup> pro Jahr auszugehen ist.

Sofern eine Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose erfolgen sollte, reduziert sich der jährliche Spielraum auf rd. 600 m<sup>2</sup> bis 1.700 m<sup>2</sup> - wobei angenommen wurde, dass es bei einem rechnerischen Verkaufsflächenrückgang in einzelnen Sortimenten nicht zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche kommt.

**Auch wenn insbesondere in der oberen Variante der Entwicklungsprognose ein erhebliches Verkaufsflächenpotenzial besteht, ist vor dem Hintergrund der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 7) bei Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben auf den "richtigen" Standort zu achten.**

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich ein **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Dies gilt insbesondere in Anbetracht des in einigen Sortimentsbereichen unterstellten Rückgangs der Kaufkraftbindung.

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

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes häufig - ab einer bestimmten Größe - auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die damit zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse in einen Ort gesteigert werden. Entsprechend kann bei der Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Entwicklungsspielraum abgezogen werden.



### 8.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums

Für die künftige Einzelhandelsentwicklung ist von wesentlicher Bedeutung, an welchen Standorten die räumliche Realisierung des ermittelten Entwicklungsspielraumes erfolgen sollte (vgl. Kap. 9.2f.).

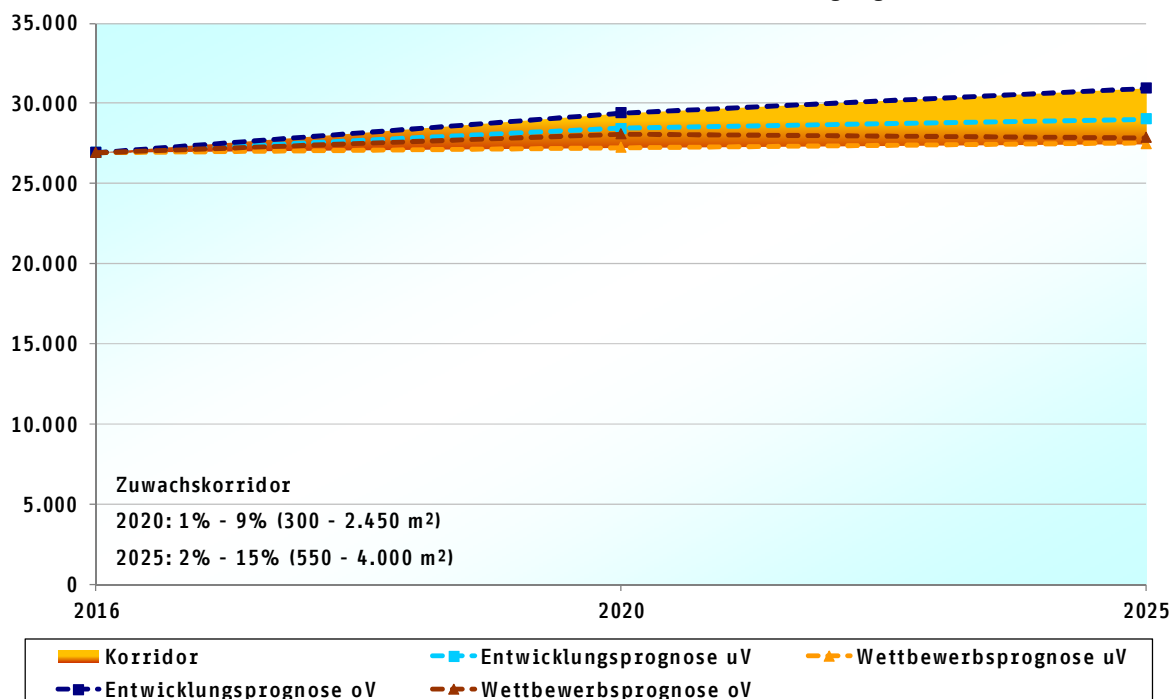
Bei der räumlichen Verteilung des insgesamt ermittelten Entwicklungsspielraumes sind insbesondere die Zielsetzungen einer Funktionserhaltung und -stärkung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches und auch der Nahversorgungsbereiche sowie der Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsstrukturen zu berücksichtigen (vgl. Kap. 7). Entsprechend diesen Zielen sollte an nicht integrierten Standorten auch künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 9.1.3) zugelassen werden (vgl. Kap. 9.2).

Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Flächenspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der prognostizierte Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger Bedarf und Teile des langfristigen Bedarfes) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt.

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ergibt sich bis 2025 ein Entwicklungsspielraum von bis zu rd. 4.000 m<sup>2</sup> (obere Variante der Entwicklungsprognose), wovon rd. 2.400 m<sup>2</sup> auf den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel entfallen. Dies entspricht der Realisierung von bis zu zwei zusätzlichen Lebensmittelbetrieben (oder Erweiterungen im Bestand in entsprechender Größenordnung). In der unteren Variante ist der Entwicklungsspielraum hingegen nur für einen kleineren Lebensmittelbetrieb hinreichend.



Abb. 14: Potenzialkorridore nach Zentrenrelevanz in m<sup>2</sup>- nahversorgungsrelevante Sortimente



Quelle: eigene Berechnung; Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

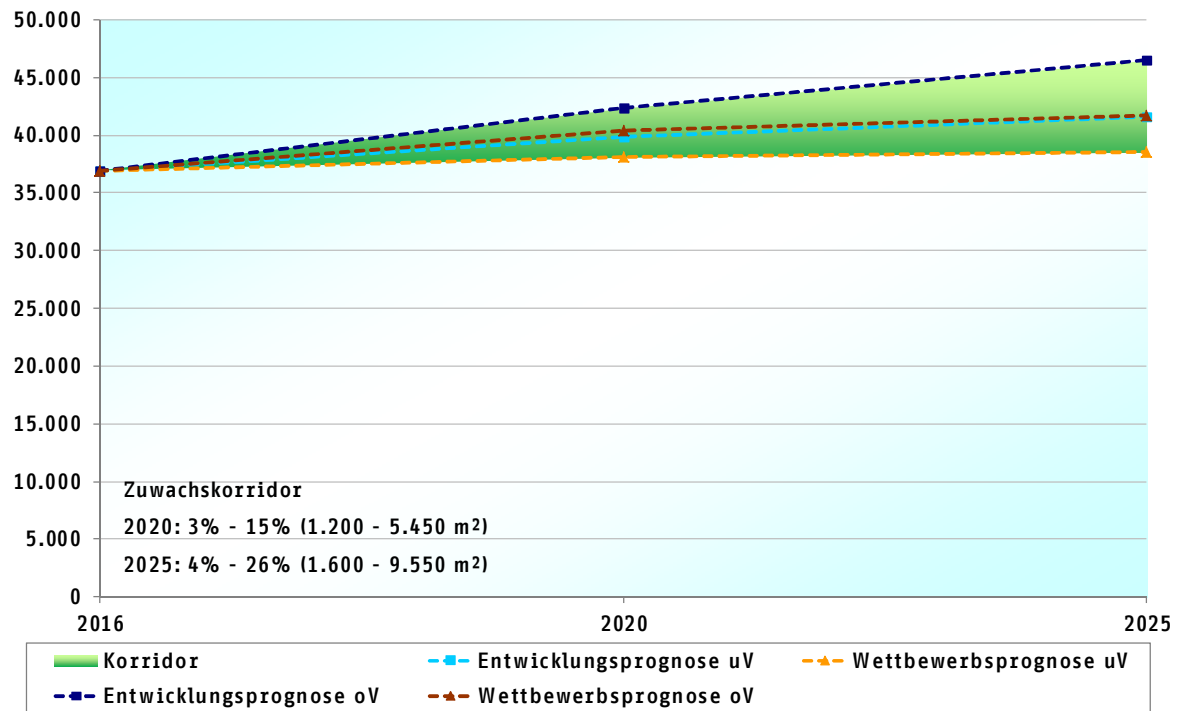
Der maximale Entwicklungsspielraum der nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Wettbewerbsprognose bis zum Jahr 2025 beträgt rd. 900 m<sup>2</sup>. Wenn es zu einem unerwarteten Umsatzeinbruch kommt, bestehen somit nahezu keine Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgungssituation in Lahr.

Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** entsteht bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsspielraum von maximal rd. 9.550 m<sup>2</sup> (obere Variante der Entwicklungsprognose; vgl. Abb. 15). Entsprechende Angebote sollten vorrangig in im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt untergebracht werden (vgl. Kap. 9.2), wobei entsprechende räumliche Entwicklungsmöglichkeiten zu identifizieren sind: Der maximale Entwicklungsspielraum macht rd. mehr als ein Drittel der derzeitigen Verkaufsfläche des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (rd. 25.625 m<sup>2</sup>) aus.

Die Wettbewerbsprognose ergibt bis 2025 einen Entwicklungsspielraum von rd. 1.600 m<sup>2</sup> bis 4.850 m<sup>2</sup>; somit besteht zumindest nach der unteren Variante nur ein geringes Potenzial zur Stärkung der Innenstadt.



Abb. 15: Potenzialkorridore in m<sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente



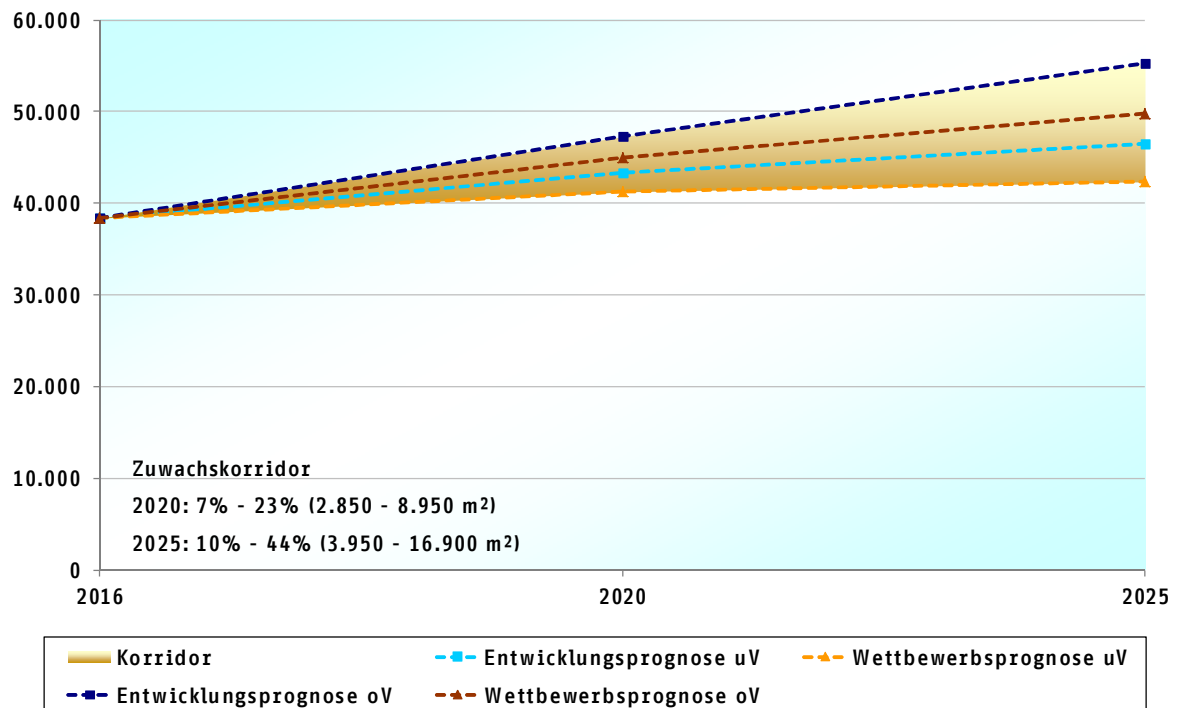
Quelle: eigene Berechnung; Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (v.a. Möbel/ Bau- und Gartenmarkt) ergibt sich bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsspielraum von bis zu 16.900 m<sup>2</sup> (obere Variante der Entwicklungsprognose).

Bei diesem Teil des Entwicklungsspielraumes ist die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung, allerdings ist bei einer Ansiedlung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche insbesondere an nicht integrierten Standorten auf die üblicherweise angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 9.2.2).



Abb. 16: Potenzialkorridore in m<sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente



Quelle: eigene Berechnung; Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

### 8.2.3 Fazit Prognoseergebnis

Es zeigt sich, dass nur bei einer positiveren Entwicklung der Rahmenbedingungen (obere Variante) und bei Anstrengungen zum Erhalt bzw. zur Verbesserung der Kaufkraftbindung (Entwicklungsprognose) ein deutliches Potenzial zu Verbesserung der **Nahversorgungssituation** vorhanden ist. Bei einer zurückhaltenden Entwicklung der Rahmenbedingungen und/ oder eines Umsatzrückganges auf Grund externer Faktoren besteht nur ein geringes bzw. nahezu kein Verkaufsflächenpotenzial.

Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten ist ein deutliches Verkaufsflächenpotenzial zur **Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt** auch dann zu verzeichnen, wenn entweder eine positivere Entwicklung der Rahmenbedingungen eintritt oder eine verbesserte Kaufkraftbindung erreicht werden kann. Die räumliche Unterbringung entsprechender Angebote muss geklärt werden.

Bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist bei einer Ansiedlung außerhalb der Zentren auf die **zentrenrelevanten Randsortimente** zu achten.



Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte - wie bereits dargestellt - berücksichtigt werden, dass

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



## 9. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

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

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

Auf der Grundlage der Ist-Situation sowie vor dem Hintergrund der Ziele (vgl. Kap. 7), des quantitativen Entwicklungspotenzials (vgl. Kap. 8) und der auf den Zielen basierenden **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kap. 9.2) werden **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt abgeleitet (vgl. Kap. 9.3). Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen.

Neben diesen Entwicklungsmöglichkeiten werden die Möglichkeiten zur **Verbesserung der Nahversorgungssituation** dargestellt (vgl. Kap. 9.3.6).

Wenn nachgewiesen ist, dass es räumliche Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gibt, dann ist eine wesentliche Voraussetzung für das Verfolgen eines Einzelhandelskonzeptes gegeben.

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



## 9.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach nahversorgungsrelevanten<sup>57</sup>, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet<sup>58</sup>. In Lahr wurde die bereits bestehende Liste überprüft und aktualisiert.

### 9.1.1 Kriterien

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

**Sonstige zentrenrelevante** sind Sortimente, die

- wöchentlich nachgefragt werden;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- im zentralen Versorgungsbereich am stärksten vertreten sind.

**Nahversorgungsrelevante** Sortimente

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

---

<sup>57</sup> Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant.

<sup>58</sup> Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.





**Nicht zentrenrelevant** dagegen sind vor allem Sortimente, die

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

### 9.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Lahr

Neben der funktionalen Bedeutung einzelner Sortimente wird *auch* die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Lahr zur Einstufung der Sortimente herangezogen. Dabei dürfen, städtebaulich begründet, auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die heute nicht mehr/ noch nicht im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu finden sind. Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen<sup>59</sup>.

#### Verteilung zentrenrelevanter Sortimente

In Abb. 17 wird die Verteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Lahr illustriert. Dabei zeigt sich, dass mit Ausnahme des Sortiments zoologischer Bedarf alle als zentrenrelevant eingestuften Sortimente überwiegend innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und der sonstigen integrierten Lagen angeboten werden und somit der Zuteilung in der bestehenden Sortimentsliste entsprechen.

Das Sortiment **zoologischer Bedarf** lässt sich in **Tiernahrung und Zubehör** sowie **Tiermöbel und lebende Tiere** untergliedern. Das Sortiment Tiernahrung und Zubehör wird häufig als Randsortiment in Lebensmittelbetrieben angeboten und täglich bzw. wöchentlich nachgefragt. Aus diesem Grund sollte es auch weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden. Im Gegensatz dazu sollte das Sortiment Tiermöbel und lebende Tiere als nicht zentrenrelevant eingestuft werden. Gründe hierfür sind neben der Flächenintensität des Sortiments der häufig benötigte Pkw-Transport.

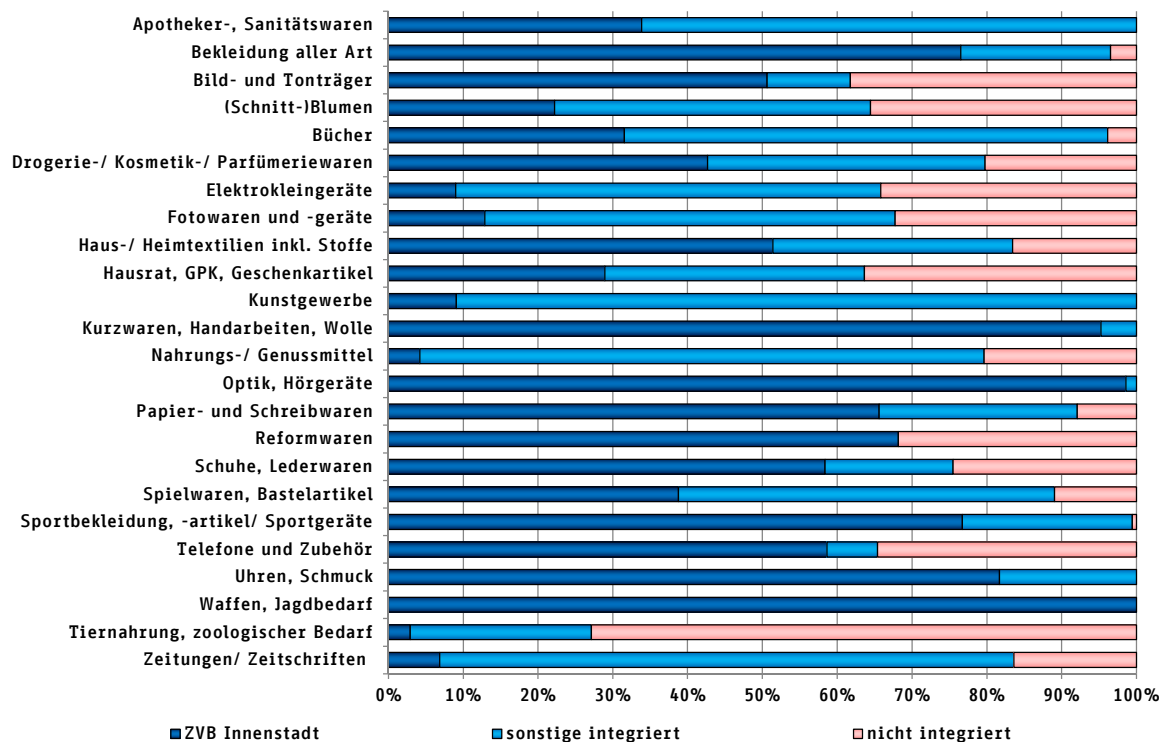
---

<sup>59</sup> Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33.04.



Die Sortimente **Sportbekleidung, Sportartikel und Sportgroßgeräte** werden i.d.R. nicht getrennt angeboten und sollten deshalb auch künftig als eine Sortimentsgruppe betrachtet werden. Sportgeschäfte bieten immer stärker auch Freizeitbekleidung an, so dass ihre Bedeutung für die Zentren zugenommen hat. In Lahr sind diese Sortimente überwiegend in der Innenstadt angesiedelt und somit eindeutig innenstadtprägend.

**Abb. 17: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Lahr**

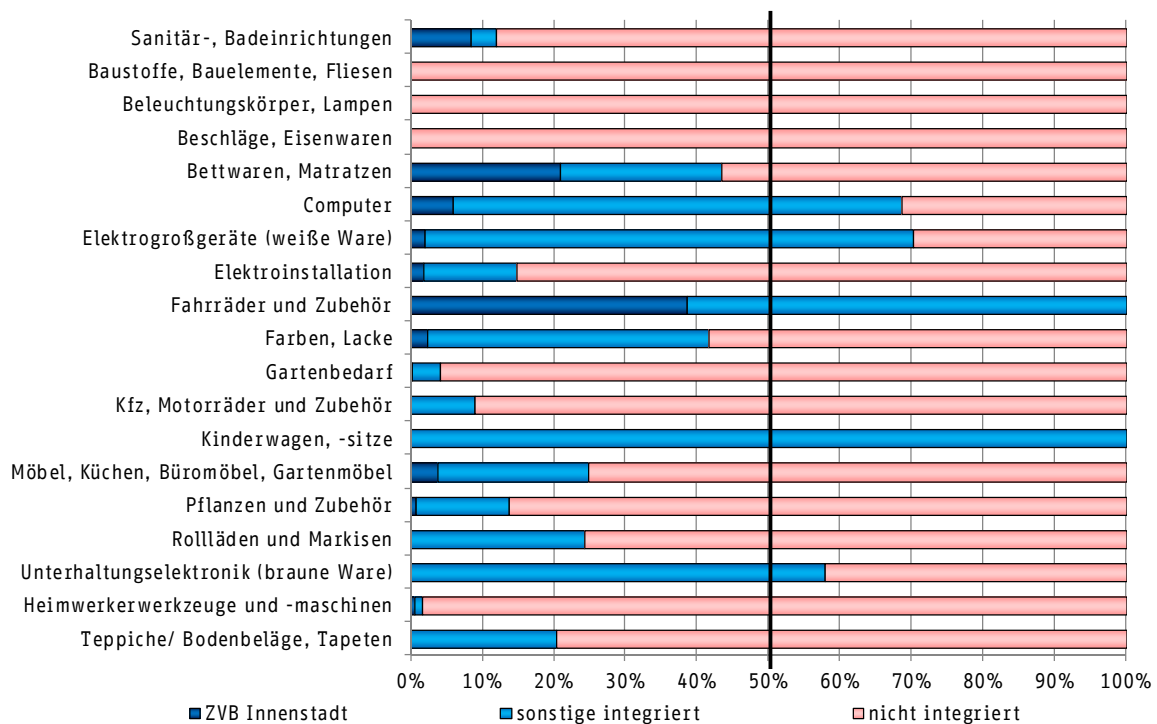


Quelle: eigene Befragung März 2016; Legendenerläuterung: ZVB (zentraler Versorgungsbereich), GPK = Glas, Porzellan, Keramik

### Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente

Abb. 18 zeigt die Verteilung der nicht zentrenrelevanten Sortimente nach der bisherigen Sortimentsliste. Dabei ist festzustellen, dass der Großteil der in Lahr vorhandenen nicht zentrenrelevanten Sortimente funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten angesiedelt ist.

**Abb. 18: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Lahr**



Quelle: eigene Befragung März 2016; Legendenklärung: ZVB (zentraler Versorgungsbereich)

Die Sortimente **Computer, Elektro Großgeräte, Fahrräder und Zubehör, Kinderwagen, -sitze** sowie **Unterhaltungselektronik** werden überwiegend an sonstigen integrierten Standorten oder innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten. Während Elektro Großgeräte und Kinderwagen, -sitze klassische nicht zentrenrelevante Sortimente darstellen, kann das Sortiment Fahrräder und Zubehör hinsichtlich seiner Einstufung unterschiedlich beurteilt werden.

Nach dem oben genannten Kriterienkatalog gehört das Sortiment Fahrräder und Zubehör eher nicht zu den zentrenrelevanten Sortimenten (es wird z.B. nicht wöchentlich nachgefragt oder ist auch kein "Handtaschensortiment"). Dabei ist jedoch zu beachten, dass für Fahrradgeschäfte i.d.R. kleinere Verkaufsflächengrößen ausreichend sind und Fahrräder problemlos im Zentrum angeboten werden können. Außerdem werden oft große Umsatzanteile durch Fahrradzubehör oder Werkstattdienstleistungen erzielt, die ebenfalls einen geringeren Flächenbedarf haben und auch regelmäßiger nachgefragt werden. Fahrradgeschäfte können auch einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt im Zentrum leisten und so zur Stärkung des Zentrums insgesamt



beitragen. Das Sortiment Fahrräder und Zubehör sollte daher entgegen der bisherigen Sortimentsliste zukünftig als zentrenrelevant eingestuft werden.

Die Sortimente Computer und Unterhaltungselektronik können rechnerisch nicht eindeutig als zentren- bzw. nicht zentrenrelevante Sortimente eingestuft werden. Da es sich bei diesen jedoch um klassische zentrenrelevante Sortimente handelt, sollten auch sie entgegen der bisherigen Sortimentsliste als zentrenrelevant eingestuft werden.

### **9.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste**

Nachfolgend wird der gutachterliche Vorschlag für die Sortimentsliste für die Stadt Lahr (vgl. Tab. 5) dargestellt. Diese wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in Lahr und der o.g. allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit ortsspezifisch. Dieser Vorschlag ist zudem das Diskussionsergebnis der projektbegleitenden Arbeitsgruppe.

Im Gegensatz zur bisherigen Lahrer Sortimentsliste werden die zentrenrelevanten Sortimente in sonstige zentrenrelevante Sortimente und nahversorgungsrelevante Sortimente untergliedert. Diese Untergliederung entspricht dem Einzelhandelserlass und ermöglicht eine differenziertere Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Die Sortimente Fahrräder und Zubehör, Computer, Elektrokleingeräte und Unterhaltungselektronik werden auf Grund ihrer aktuellen Verteilung und ihrer Bedeutung für die Innenstadt den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Die Sortimente Sportbekleidung/ Sportartikel und Sportgroßgeräte werden zum Sortiment Sportartikel einschließlich Sportgroßgeräte zusammengefasst.

Die Sortimentsliste stellt einen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt des Gemeinderates; eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag ist prinzipiell möglich, jedoch (inhaltlich) zu begründen.



Tab. 5: Vorschlag für die "Sortimentsliste Lehr"

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<p style="text-align: center;"><b>sonstige zentrenrelevante Sortimente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekleidung (incl. Sportbekleidung)</li> <li>• Bild- und Tonträger, Telefone und Zubehör</li> <li>• Bücher</li> <li>• Computer</li> <li>• Elektrokleingeräte</li> <li>• Fahrräder und Zubehör</li> <li>• Fotowaren und -geräte</li> <li>• Haus-/ Heimtextilien</li> <li>• Hausrat, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenkartikel</li> <li>• Kunstgewerbe/ Bilder und -rahmen</li> <li>• Kurzwaren, Handarbeit, Wolle</li> <li>• Musikinstrumente, Musikalien</li> <li>• Optik, Hörgeräte</li> <li>• Schuhe, Lederwaren</li> <li>• Spielwaren, Bastelartikel</li> <li>• Sportartikel einschl. Sportgroßgeräte</li> <li>• Uhren/ Schmuck</li> <li>• Unterhaltungselektronik (braune Ware)</li> <li>• Waffen, Jagdbedarf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baustoffe, Bauelemente, Heimwerkerbedarf</li> <li>• Fliesen</li> <li>• Beleuchtungskörper, Lampen</li> <li>• Beschläge, Eisenwaren</li> <li>• Bettwaren, Matratzen</li> <li>• Brennstoffe/ Mineralölerzeugnisse</li> <li>• Büromaschinen</li> <li>• Elektrogroßgeräte (weiße Ware)</li> <li>• Elektroinstallation</li> <li>• Farben und Lacke</li> <li>• Gartenwerkzeuge, Gartenbaustoffe, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde. Pflanzgefäße, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer</li> <li>• Kamine, (Kachel-) Öfen</li> <li>• Kfz/ Motorräder</li> <li>• Kinderwagen, -sitze</li> <li>• Maschinen und Werkzeuge</li> <li>• Möbel/ Küchen/ Büromöbel/ Gartenmöbel/ Sanitär-/ Badeeinrichtung</li> <li>• Pflanzen und Zubehör</li> <li>• Rollläden und Markisen</li> <li>• Teppiche/ Bodenbeläge, Tapeten</li> <li>• Zooartikel- Tiermöbel und lebende Tiere</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apotheker-, Sanitätswaren</li> <li>• (Schnitt-)Blumen</li> <li>• Drogerie-/ Kosmetik/ Parfümeriewaren</li> <li>• Nahrungs-/ Genussmittel</li> <li>• Reformwaren</li> <li>• Zeitungen/ Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren</li> <li>• Zooartikel - Tiernahrung und Zubehör</li> </ul>	

Quelle: gutachterlicher Vorschlag

#### 9.1.4 Exkurs Gebrauchtwaren

Grundsätzlich sind Gebrauchtwaren bzw. Second-Hand-Waren ebenso wie Neuwaren zu behandeln. Eine Bekleidungsboutique oder ein Spielwarengeschäft sind entsprechend der im vorliegenden Gutachten vorgeschlagenen Sortimentsliste Betriebe mit eindeutig zentrenrelevanten Sortimenten. Gemäß der Steuerungsstrategie sind diese Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt anzusiedeln (vgl. Kap. 9.2). Ein Geschäft mit Gebraucht Möbeln, die eindeutig nicht zentrenrelevant sind, kann dagegen auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden, d.h. auch an nicht integrierten Standorten. Hier gilt dann ebenfalls die Regelung zu zentrenrelevanten Randsortimenten, d.h. bis zu 10% der Gesamtverkaufs-



fläche können mit zentrenrelevanten Sortimenten belegt werden, sofern diese einen Bezug zum Hauptsortiment haben.

## 9.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

Um die in Kap. 7 aufgeführten Ziele zu erreichen, werden als Strategie zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung mit jeweils folgenden Erläuterungen vorgeschlagen.

Zu den baurechtlichen Regelungen, insb. § 11 (3) BauNVO, vgl. auch Kap. 2.2.1.3, sowie zu den landesplanerischen Vorgaben in Bezug auf Darstellung und Festsetzung von Kern- oder Sondergebieten im Sinne § 11 (3) BauNVO vgl. Kap. 2.2.2.

### 9.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

#### **Grundsätze:**

#### **Zentrenrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**

**a.** Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) regelmäßig zulässig

**b.** Nahversorgungszentrum Dinglingen Schwarzwaldstraße (Perspektive):

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

**c.** Ausnahme für sonstige integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungsbereiche):

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

**d.** Ausnahme für nicht integrierte Lagen: zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 10% der Verkaufsfläche ausnahmsweise zulässig (max. 800 m<sup>2</sup>)

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimenten - d.h. auf einer Verkaufsfläche von



mehr als 800 m<sup>2</sup><sup>60</sup> - sollte lediglich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erhalten und gestärkt werden. Zudem versorgt beispielsweise ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> - und damit einer Verkaufsfläche an der Schwelle zur Großflächigkeit - und Hauptsortiment Schuhe oder Spielwaren rechnerisch rd. 20.000 Einwohner, für das Hauptsortiment Sport ist sogar ein rechnerischer Versorgungswert von rd. 24.000 Einwohnern festzustellen.

Im Nahversorgungszentrum Dinglingen Schwarzwaldstraße (Perspektive), in den Nahversorgungsbereichen, an sonstigen integrierten Standorten sowie an nicht integrierten Standorten sollten keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden<sup>61</sup>. Ausnahmsweise können - im Sinne einer möglichst flächendeckenden Grund-/ Nahversorgung - in den Nahversorgungsbereichen und an sonstigen integrierten Standorten Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden, jedoch nur, sofern eine Nahversorgungslücke besteht (standortgerechte Dimensionierung). Im Nahversorgungszentrum Dinglingen Schwarzwaldstraße (Perspektive) sind diese nicht nur ausnahmsweise, sondern regelmäßig bei standortgerechter Dimensionierung zulässig

Weiterhin können im Nahversorgungszentrum Dinglingen Schwarzwaldstraße (Perspektive), in den Nahversorgungsbereichen und an sonstigen integrierten Standorten ausnahmsweise auch **großflächige Lebensmittelbetriebe** angesiedelt werden, sofern diese standortgerecht dimensioniert sind und der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation dienen<sup>62</sup>. Dabei ist bei den Stadtteilen außerhalb der Kernstadt auf die jeweilige Einwohnerzahl abzustellen, im Bereich der

---

<sup>60</sup> Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05.

<sup>61</sup> Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.

<sup>62</sup> Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass derartige Betriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und ergänzenden nahversorgungsrelevanten Randsortimenten häufig nur noch mit Verkaufsflächen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber realisiert werden.



Kernstadt auf die im unmittelbaren Umfeld (500 Meter-Radius) zu verzeichnende Einwohnerzahl unter Berücksichtigung des Bestands an integrierten Standorten<sup>63</sup>. Die Ansiedlung ist im Einzelfall zu prüfen. Eine Gefährdung bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, ist zu vermeiden (Schutz der verbrauchernahen Versorgung). Dies betrifft auch die Erweiterung von bestehenden Lebensmittelbetrieben.

An nicht integrierten Standorten sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden. Ein vollständiger Ausschluss von zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimenten in Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten erscheint jedoch nicht möglich: Bei einigen Branchen gehört ein derartiges Angebot in gewissem Umfang mittlerweile zum Betriebskonzept (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Es muss jedoch in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Darüber hinaus sind die nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimente in der Summe auf 10% der Verkaufsfläche bei insgesamt maximal 800 m<sup>2</sup> zu beschränken.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Rand- und Ergänzungssortimente eines Betriebs mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich eine maximale Verkaufsflächenobergrenze für jedes zentrenrelevante Rand-/ Ergänzungssortiment zu definieren ist. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems entsprechend eines Einkaufszentrums genutzt wird.

---

<sup>63</sup> Diesbezüglich sei angemerkt, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> rechnerisch rd. 2.500 Einwohner versorgt (rechnerisch bedeutet: sofern diese 2.500 Einwohner Lebensmittel ausschließlich in diesem einen Markt einkaufen).





## 9.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

### Grundsätze:

**Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten (sofern nicht durch Bauleitplanung ausgeschlossen)**

**Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig an etablierten nicht integrierten (Einzelhandels-)Standorten**

- Sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden.

**Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel** kann grundsätzlich **im gesamten Stadtgebiet**, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden. Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für den Einzelhandel in Gewerbegebieten umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinken könnte bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden könnten. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob es sich die Stadt Lahr leisten kann/ will dem Einzelhandel gewerbliche Flächen zur Verfügung zu stellen bzw. den Einzelhandel in Gewerbegebieten zu fördern. Daher wird empfohlen, auch die Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten planerisch zu steuern. Neuansiedlungen sollten im Hinblick auf die Zielsetzungen und Entwicklungspotenziale für den jeweiligen Planstandort überprüft werden (vgl. Kap. 9.3.7).

Für nicht zentrenrelevante Sortimente sollte sich die Flächenbereitstellung am ermittelten quantitativen Entwicklungsspielraum orientieren und insgesamt eher zurückhaltend erfolgen.

Auch wenn die Konkurrenz am Standort gefördert werden soll, kann es daher städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass dadurch keine zusätzliche Zentralitätssteigerung erfolgt, sondern lediglich die Position traditioneller Einzelhandelslagen, insbesondere in der Innenstadt von Lahr, aber auch an bestehenden nicht integrierten Standorten (z.B. Gewerbegebiete), geschwächt wird.



### **Ausnahme: "Leerstandsdomino"**

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei städtebaulicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierenden Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck durch zentrenrelevante Sortimente, dem zwar planerisch begegnet werden kann, der aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslöst.



### 9.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Während in den vorangegangenen Kapiteln 9.1 und 9.2 die Sortimentsliste und die Steuerungsstrategie für die künftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Lahr dargestellt wurden, folgt nun eine Konkretisierung in Bezug auf die jeweiligen Standorte in der Stadt. Dabei wird zunächst der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt im Hinblick auf seine künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung bewertet, anschließend die Nahversorgungsbereiche Dinglingen Schwarzwaldstraße, Kuhbach, Reichenbach und Sulz. Darauffolgend werden Empfehlungen zum Thema Nahversorgung und zum Umgang mit der Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten dargelegt.

Die Darstellung von räumlich-funktionalen Entwicklungsoptionen ist zentraler Bestandteil von Einzelhandelskonzepten, denn diese müssen den Nachweis erbringen, dass eine räumliche Steuerung zu Gunsten der städtebaulich bevorzugten Standorte auch zukünftig möglich ist. Gelingt dies nicht, stellt sich die Frage, ob das Konzept überhaupt umsetzbar ist. Sollte die Umsetzbarkeit nicht nachgewiesen werden, verliert das Konzept an Gewicht im Sinne des § 1 (6) BauNVO, ist also für die Bauleitplanung nahezu "wertlos".

Die städtebaulich-funktionalen Maßnahmenvorschläge stellen auch gleichzeitig einen planungsrechtlich relevanten Teil des Sicherungs- bzw. Steuerungszwecks dar. Mit der räumlichen Steuerung des Einzelhandels muss auch der Zweck nachvollziehbar dargestellt werden. Es geht demnach nicht nur um die Erhaltung des Erreichten, sondern auch um die Sicherung der Entwicklungsfähigkeit im Sinne der vorgeschlagenen Maßnahmen.

Bis zum Jahr 2025 ergibt sich für die Stadt Lahr ein Entwicklungsspielraum von bis zu rd. 30.450 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Dies ist für einen Zeitraum von knapp 10 Jahren ein relativ begrenzter Entwicklungsspielraum, sodass der im Sinne der Ziele und Grundsätze "richtigen" räumlichen Einzelhandelsentwicklung eine besondere Bedeutung zukommt.

#### 9.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)

Wie die Analyse gezeigt hat, konkurriert der Einzelhandelsstandort Innenstadt mit anderen bedeutenden Einzelhandelsstandorten innerhalb der Stadt Lahr. Im Mittel-



punkt der künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Lahr sollte deshalb in besonderem Maße die Innenstadt stehen. Angesichts der begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume sowie der formulierten Ziele und Grundsätze (vgl. Kap. 7 und 9.2) sind Betriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten künftig nur noch in der Innenstadt anzusiedeln.

### **Bisherige Abgrenzung beibehalten!**

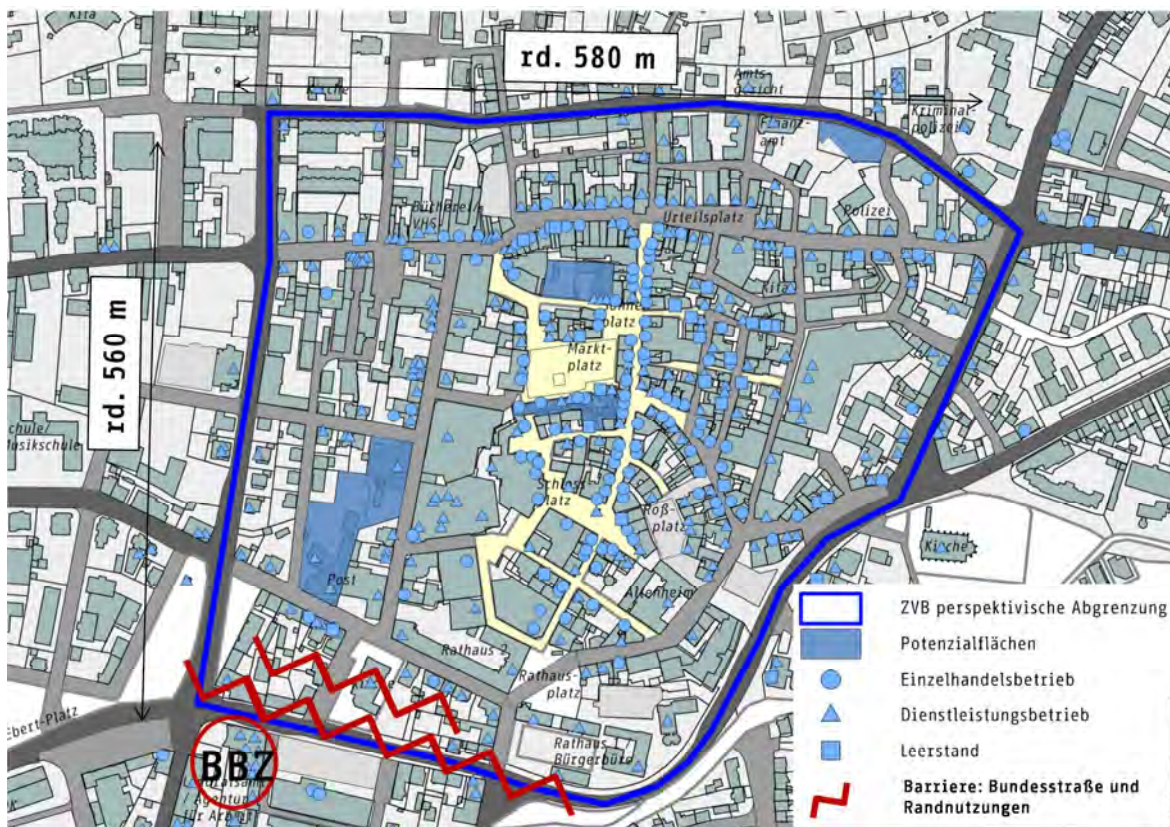
Die bisherige Abgrenzung der Innenstadt von Lahr entlang der Tiergartenstraße, Gärtnerstraße, Turmstraße und Goethestraße sollte beibehalten werden, da die bestehende Ausdehnung mit knapp 600 Metern nahezu idealtypisch ist. Diese Ausdehnung entspricht historischen Innenstadtgrundrissen und ist in vielen Städten der fußläufig erlebbare Einkaufsbereich, d.h. der Bereich mit der höchsten Geschäfts- und Passantendichte. Selbst in größeren Städten funktionieren Einkaufsbereiche auf einer Länge von mehr als 600 Metern nur noch sehr eingeschränkt.

In der Ist-Analyse wurde bereits aufgezeigt, dass die Innenstadt von Lahr in den Randbereichen von Wohn- und Dienstleistungsnutzungen dominiert wird. Der Haupteinkaufsbereich ist auf den Bereich der Marktstraße zwischen Rathausplatz und Urteilsplatz beschränkt. Darüber hinaus sind mit dem Postgelände und den Flächen um den Marktplatz räumliche Entwicklungsmöglichkeiten vorhanden.

Das südlich der Tiergartenstraße gelegene BBZ-Areal sollte im Sinne einer lebendigen und kompakten Innenstadt nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen werden. Wesentliche Gründe dafür sind:

- Trennwirkung der verkehrsreichen Tiergartenstraße (Bundesstraße),
- mangelnde funktionale und städtebauliche Anbindung an den Haupteinkaufsbereich Marktstraße (Wohnnutzungen, Kirche, keine Blickbeziehung),
- Flächenpotenziale im Innenstadtbereich und
- Gefahr der Überdehnung des bestehenden Innenstadtbereiches.

Karte 19: Räumliche Entwicklungsstrategie - perspektivische Abgrenzung



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Lahr

### Innenentwicklung fortsetzen

Wesentliches Ziel der einzelhandelsbezogenen Innenentwicklung sollte die Ergänzung durch möglichst größere zusammenhängende Verkaufsflächen sein, um weitere moderne Handelsformate in der Innenstadt zu ermöglichen. Insbesondere in den Randbereichen der Innenstadt (z.B. Postareal) sollten entsprechende Impulse im Sinne einer stärkeren Vernetzung der Innenstadt und einer Polbildung gesetzt werden.

Mit dem Postareal und den Flächen am Markt- und Rathausplatz bestehen in der Innenstadt von Lahr hervorragende Voraussetzungen für eine räumliche Innenentwicklung. Die Flächen sind ausreichend groß, um moderne Betriebsgrößen zu realisieren und damit die Innenstadt funktional tatsächlich weiterzuentwickeln. Gleichzeitig bieten die Flächen das Potenzial, die Defizite bezüglich der Eingangsbereiche zur Lahrer Innenstadt zu verbessern und städtebauliche Defizite zu beseitigen.



#### Bedingungen Entwicklung Potenzialfläche Postgelände rd. 6.300 m<sup>2</sup>

- Ansiedlung Magnetbetrieb
- möglichst große zusammenhängende Verkaufsfläche schaffen
- Anbindung an die Schillerstraße
- Funktion eines Eingangsbereiches für die Innenstadt/ Stellplatzangebot schaffen
- anspruchsvolle Architektur/ städtebauliche Einbindung
- Einbeziehung angrenzender Grundstücke prüfen

#### Bedingungen Entwicklung Potenzialfläche südlicher Marktplatz rd. 1.650 m<sup>2</sup>

- möglichst große zusammenhängende Verkaufsflächen schaffen und/ oder Möglichkeiten für Gastronomie/ Außengastronomie am Marktplatz
- anspruchsvolle Architektur und Berücksichtigung Marktplatz
- Abstimmung mit Marktplatzgestaltung und Vernetzung mit Umfeld

#### Bedingungen Entwicklung Potenzialfläche Lammstraße rd. 1.800 m<sup>2</sup>

- möglichst große zusammenhängende Verkaufsflächen schaffen
- anspruchsvolle Architektur/ Vernetzung mit Umfeld
- Anbindung zum Marktplatz

#### Bedingungen Entwicklung Potenzialfläche Behördenparkplatz rd. 1.100 m<sup>2</sup>

- als Eingangsbereich zur Innenstadt gestalten
- eher geeignet für Büro- und Dienstleistungsnutzungen oder als Parkplatzfläche
- keine Anbindung an bestehende Einzelhandelsnutzungen
- keine Synergieeffekte mit dem Haupteinkaufsbereich
- geringe Flächengröße

#### **Entwicklung der Eingangsbereiche**

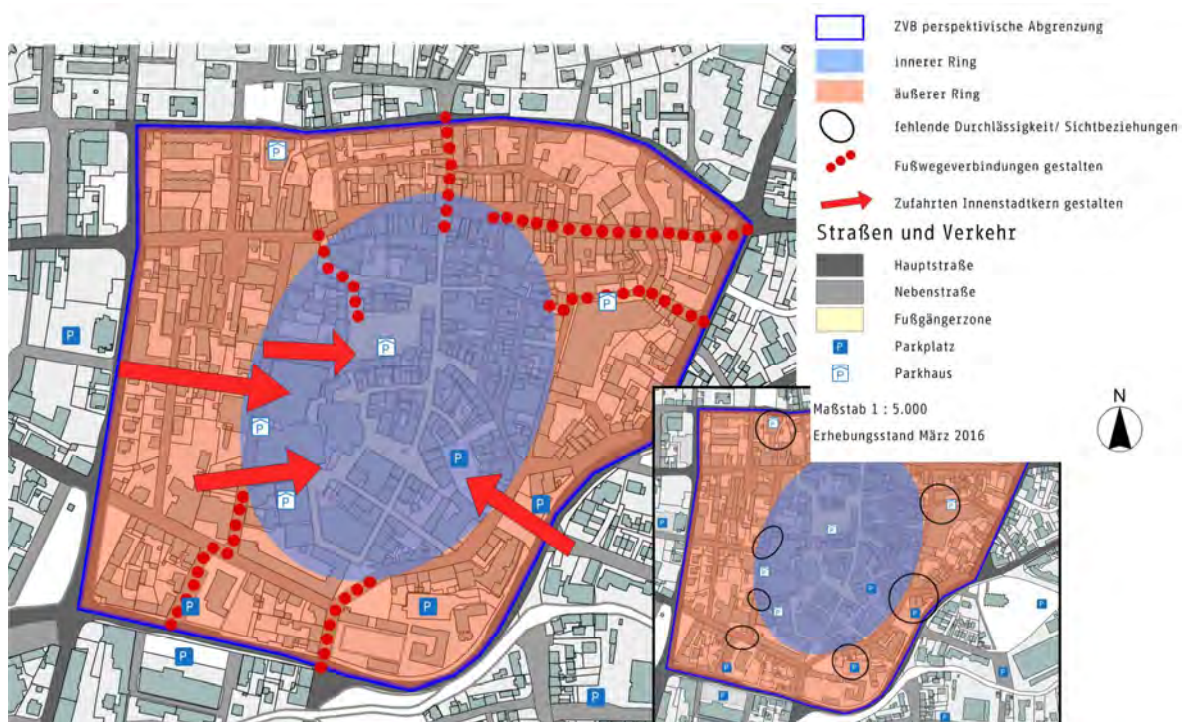
Die schönen Plätze und lebendigen Einkaufsbereiche der Lahrer Innenstadt muss man als Besucher suchen. Blickbeziehungen zum Einkaufsbereich sind kaum vorhanden. Die Einkaufsbereiche und Wegebeziehungen zum Haupteinkaufsbereich sind nur eingeschränkt lesbar.

Die Eingangsbereiche zur Innenstadt von Lahr sollten gut erkennbar gestaltet werden, d.h. durch eine Gestaltung im öffentlichen Raum und durch ein entsprechendes

Parkleitsystem. In diesem Zusammenhang sind auch die Wegebeziehungen zur Innenstadt und innerhalb der Innenstadt lesbar zu gestalten. Bei der weiteren Entwicklung der Innenstadt sollten Blickbeziehungen und Durchgänge geschaffen werden.

Mit einem gut ausgeschilderten Parkhaus am Postgelände sowie einer lesbar gestalteten Wegebeziehung könnte dieser Bereich als attraktiver Eingangsbereich fungieren.

**Karte 20: Eingangsbereiche zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Lahr

### Marktplatz neu denken

Der Marktplatz wird sowohl baulich-gestalterisch als auch funktional seiner Bedeutung und Lage innerhalb der Innenstadt nicht gerecht. Ziel sollte es sein, den Marktplatz als wichtigen Eingangs- und Aufenthaltsbereich der Innenstadt zu modernisieren und zu gestalten. Gerade auf Grund seiner Lage westlich der Marktstraße ist der Marktplatz als wichtiger Trittstein für ein abwechslungsreiches und spannendes Innenstadtgefüge von Bedeutung.



### Funktionale Aufwertung Marktplatz

- Erweiterung des Einzelhandelsangebotes am Marktplatz (Nutzung der Potenzialflächen)
- Schaffung von attraktiven Einzelhandelsflächen
- Potenzialfläche südlich zur Ansiedlung eines Magnetbetriebes geeignet (Ladenlokale mit mittlerer Verkaufsflächengröße schaffen)
- Potenzialfläche an der Lammstraße "zweite Reihe" zur Ansiedlung eines Magnetbetriebes mit Anbindung an den Marktplatz nutzen
- Ausrichtung der östlich gelegenen Einzelhandelsbetriebe hin zum Marktplatz
- bestehende Betriebe an der östlichen Grenze stärker zum Marktplatz hin öffnen (derzeit eher als Hintereingänge genutzt)
- Stärkung/ Ausbau des gastronomischen Angebotes (besonders Außengastronomie)
- Verbindung zur Marktstraße (kleine Passage)

### Bauliche Aufwertung

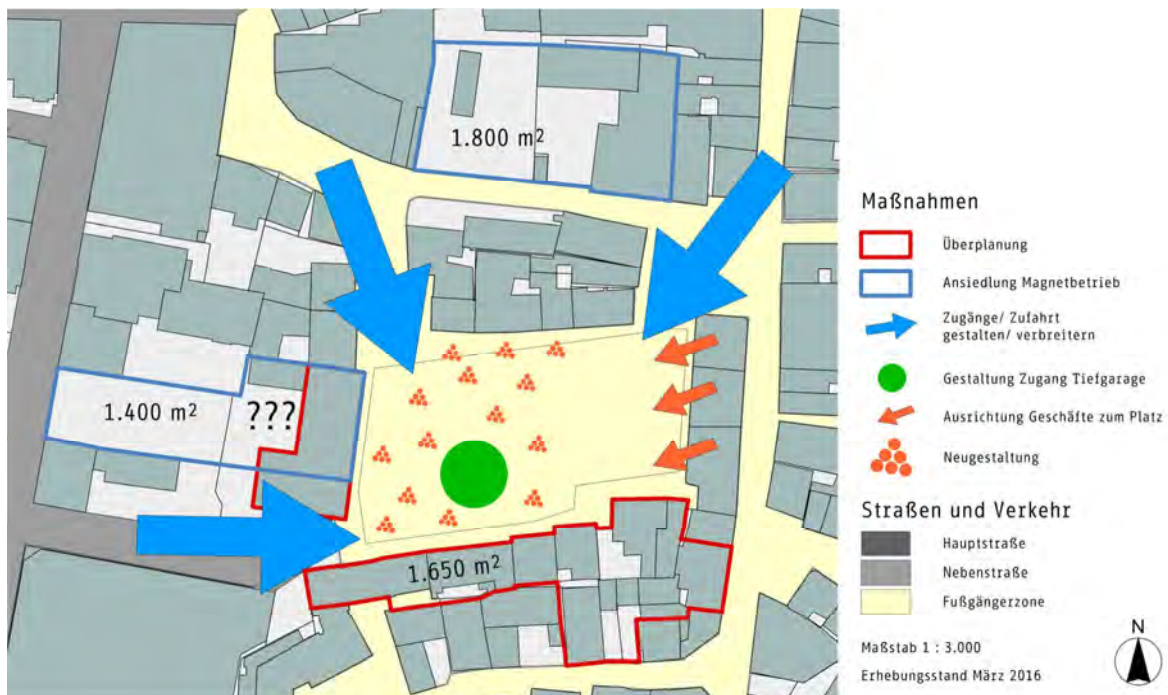
- Neugestaltung/ Aufwertung der Fassaden
- Abbruch und Neubau von Gebäuden am südlichen und westlichen Rand des Platzes
- Schaffung von größeren Verkaufsflächen
- Öffnung/ Erweiterung des Zugangs/ der Zufahrt zur Metzgerstraße als attraktiven Eingang in die Innenstadt

### Gestalterische Aufwertung

- Aufwertung des Platzes
- Spielplatz überdenken
- moderne Gestaltungselemente
- Neugestaltung Pavillon (Zugang Tiefgarage)
- gestalterische Öffnung zur übrigen Innenstadt
- Anbindung an die Lammstraße (Potenzialfläche)



Karte 21: Maßnahmen Marktplatz



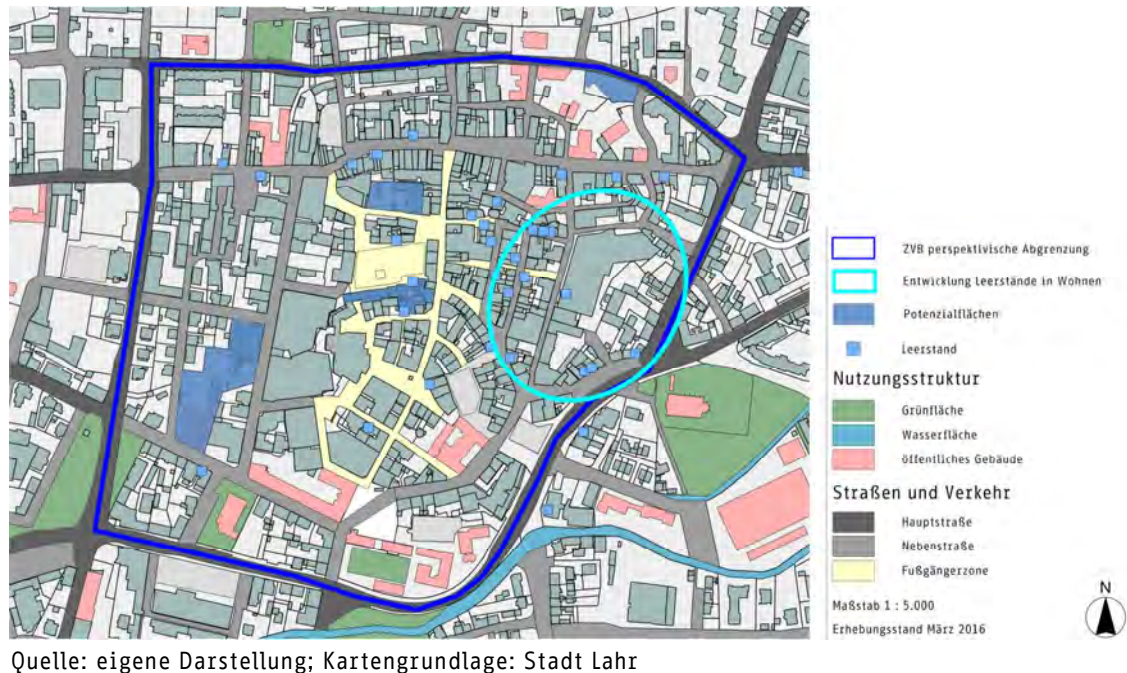
### Umnutzung von Leerständen in den Randbereichen

Die Analyse hat eine Häufung von leerstehenden kleinflächigen Ladenlokalen im östlichen Innenstadtbereich gezeigt. Die Leerstände wirken sich teilweise negativ auf das Umfeld auf, da sie z.T. verdreckt sind und verklebte Scheiben aufweisen.

Eine Wiederbelegung der kleinflächigen modernisierungsbedürftigen Ladenlokale in dem durch Wohnen geprägten Umfeld erscheint schwierig. Zumindest in dem durch Wohnnutzungen dominierten Bereich sollte eher eine Umnutzung bzw. ein Umbau der Ladenlokale zu Wohnungen angestrebt werden.



Karte 22: Umnutzung von Leerständen in den Randbereichen



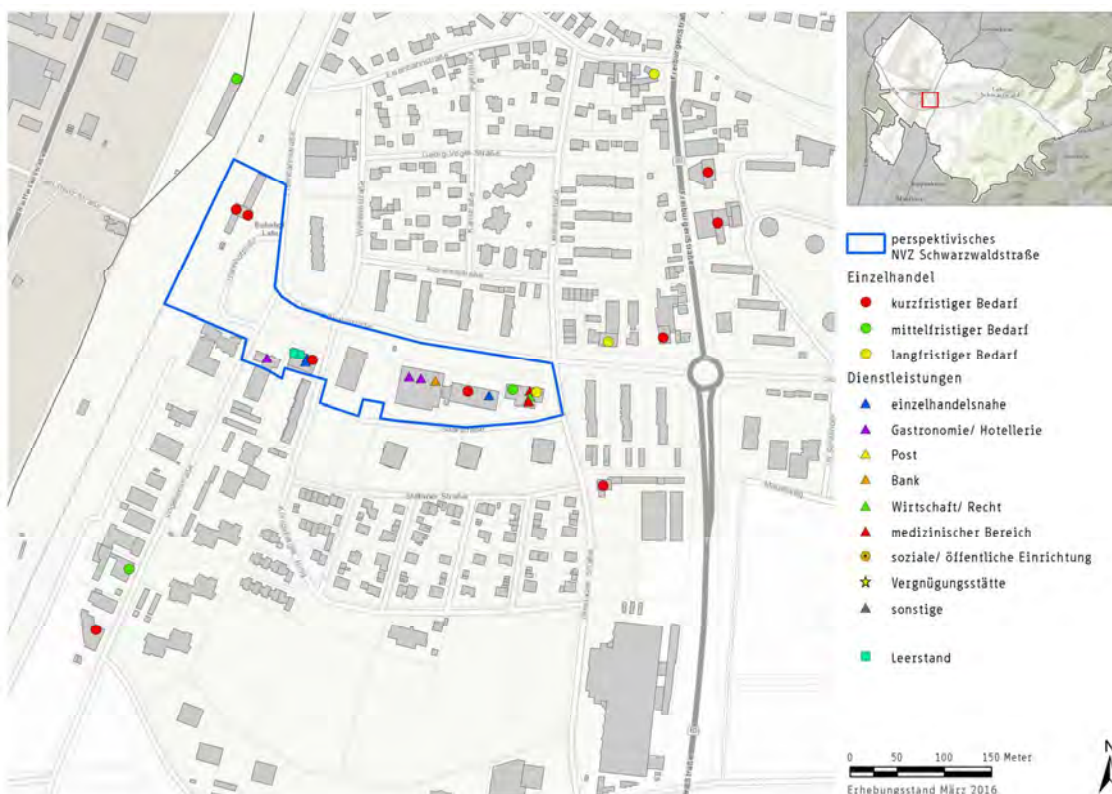
### 9.3.2 Nahversorgungszentrum Dinglingen Schwarzwaldstraße (Perspektive)

Angesichts des Einwohnerpotenzials im Umfeld (hohe Einwohnerdichte durch mehrgeschossigen Wohnungsbau), der deutlichen Entfernung zur Innenstadt, der Bahnhofsnähe und der baulichen Strukturen ist die Entwicklung des Nahversorgungsgebietes Dinglingen Schwarzwaldstraße zu einem Nahversorgungszentrum im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches grundsätzlich möglich. Im Hinblick auf die Identifikation der Anwohner mit ihrem Wohnumfeld und die Sicherung der Nahversorgung sollte aus Gutachtersicht eine solche Entwicklung sogar angestrebt werden. Zudem könnte der Eingangsbereich Bahnhof von der städtebaulichen und funktionalen Aufwertung des aktuellen Nahversorgungsgebietes profitieren.

#### Bedingungen für eine Entwicklung zum zentralen Versorgungsbereich

- städtebauliche und funktionale Aufwertung
- Modernisierung/ Umbau/ Erweiterung bestehender Betriebe
- Wiederbelegung der Leerstände
- weitere Nahversorgungsangebote zur Entwicklung NVZ
- Aufwertung Umfeld/ Gestaltung öffentlicher Raum/ Lesbarkeit Zentrum verbessern

Karte 23: Nahversorgungszentrum Dinglingen Schwarzwaldstraße (Perspektive)



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Lahr

### 9.3.3 Nahversorgungsbereich Kuhbach

Der zwischen der Kernstadt und dem Stadtteil Reichenbach gelegene Stadtteil Kuhbach weist nur eine geringe Versorgungsfunktion auf. Angesichts der nahe gelegenen Lebensmittelmärkte in der westlich angrenzenden Kernstadt und des Lebensmittelmarktes im östlich gelegenen Reichenbach besteht kein ausreichendes Potenzial für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Kuhbach. Die Bewohner sind auf die Lebensmittelmärkte im Umfeld angewiesen, die zumindest mit dem Fahrrad innerhalb von fünf bis zehn Minuten erreichbar sind (vgl. Karte 18, S. 73). Die im Stadtteil vorhandenen Betriebe des Lebensmittelhandwerks sind wichtig für die Nahversorgung und dienen zudem als Treff- und Kommunikationsorte.

#### Empfehlungen

- Erhaltung und Stärkung der Betriebe des Lebensmittelhandwerks
- Verbesserung der Querungsmöglichkeiten der Kuhbacher Hauptstraße
- attraktive Radwegeverbindungen zu den umliegenden Lebensmittelmärkten



#### **9.3.4 Nahversorgungsbereich Reichenbach**

Im Stadtteil Reichenbach besteht mit dem Lebensmittelmarkt am westlichen Ortsrand eine vollständige Nahversorgung für die Stadtteilbewohner. Ein zentraler Versorgungsbereich ist dennoch nicht vorhanden, da die wenigen Nutzungen entlang der Reichenbacher Hauptstraße verteilt sind. Ziel sollte es sein, das bestehende Angebot zu erhalten.

##### **Empfehlungen**

- Erhaltung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe und Sicherung der Nahversorgungsfunktion
- Verbesserung der Querungsmöglichkeiten der Reichenbacher Hauptstraße
- Schaffung attraktiver Fußwegeverbindungen zum bestehenden Lebensmittelmarkt (u.a. Beleuchtung, Querungsmöglichkeiten, Gehwegbreiten)

#### **9.3.5 Nahversorgungsbereich Sulz**

Der südlich der Kernstadt gelegene Stadtteil Sulz verfügt mit einem Lebensmittelmarkt und weiteren Nahversorgungsangeboten über eine gute Nahversorgungssituation. Da die Versorgungsfunktion jedoch nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinaus geht und die Angebote räumlich verteilt im Stadtteil gelegen sind, liegt kein zentraler Versorgungsbereich vor.

Ziel der künftigen Entwicklung des Stadtteils sollte die Erhaltung und ggf. Stärkung der Nahversorgungsfunktion sein.

##### **Empfehlungen**

- Erhaltung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe und Sicherung der Nahversorgungsfunktion
- Verbesserung der Querungsmöglichkeiten der Lahrer Straße
- Schaffung attraktiver Fuß- und Radwegeverbindungen innerhalb des Stadtteils

#### **9.3.6 Vorschläge zur Nahversorgung**

Die Stadt Lahr weist insgesamt eine gute räumliche Nahversorgungssituation auf. Eine flächendeckende Nahversorgung ist angesichts der Betriebsgrößen im Lebens-



mitteleinzelhandel - insbesondere in weniger dicht besiedelten Stadtbereichen - nicht möglich.

Die vorhandenen Nahversorgungslücken weisen relativ geringe Einwohnerzahlen auf (vgl. Karte 16, S.71), die angesichts der Betriebsgrößen im Lebensmitteleinzelhandel für die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes zu gering sind. Darüber hinaus bestehen angesichts der bereits bestehenden umfangreichen Angebote im Lebensmittelbereich nur sehr geringe quantitative Entwicklungsspielräume (vgl. Kap. 8). Aus Gutachtersicht sollte deshalb die Erhaltung der bestehenden Nahversorgungsangebote im Mittelpunkt der künftigen Entwicklungsstrategie der Stadt Lahr stehen.

### **Empfehlungen für die künftige Entwicklung der Nahversorgung**

- bestehende Nahversorgungsangebote stärken/ erhalten
- auf Grund der niedrigen Einwohnerzahlen in den Stadtteilen alternative Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgung prüfen (z.B. kleinflächige Lebensmittelbetriebe, Direktvermarkter/ Hofläden, Liefer-/ Bringservice, Verkaufswägen, Bäcker/ Metzger mit Lebensmittelangebot)
- keine flächendeckende Nahversorgung möglich auf Grund des eingeschränkten Entwicklungsspielraums und der Verteilung im Bestand (Doppelstandorte)
- aktuell keine Neuansiedlungen, die zu einer Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation führen, möglich

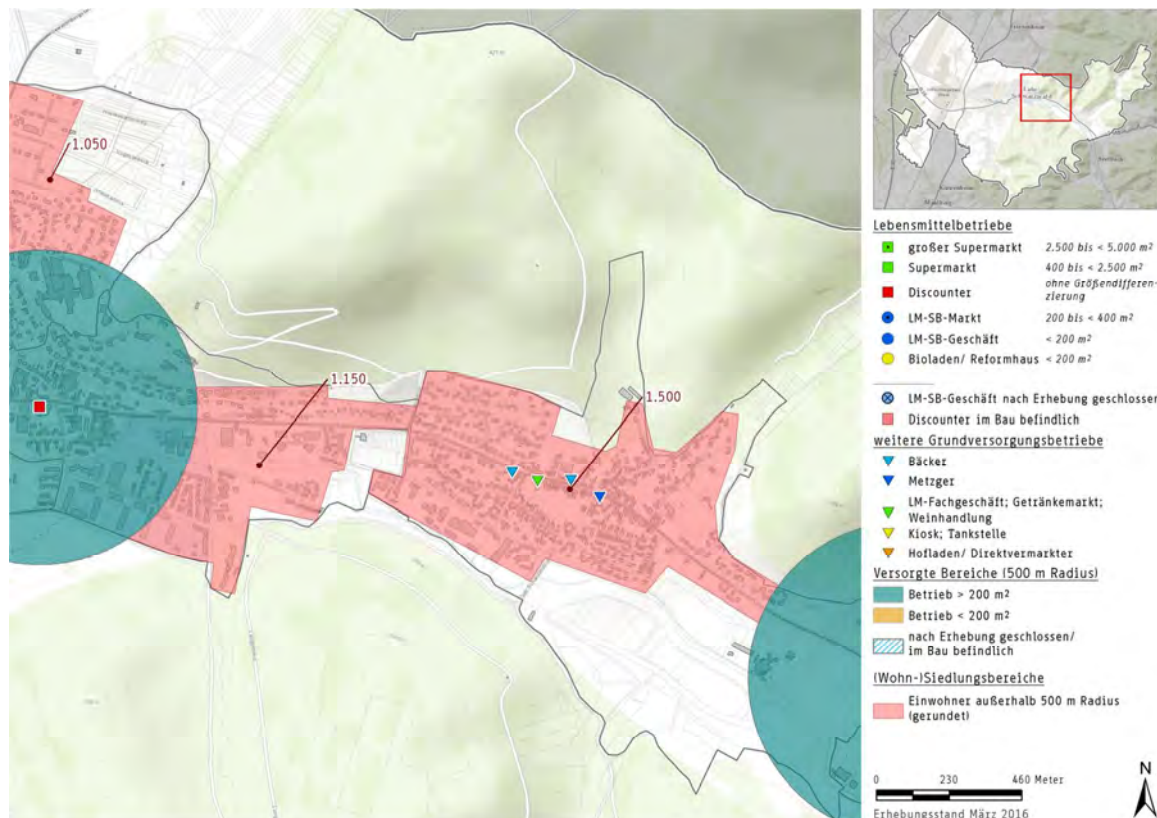
### **Empfehlungen zur Nahversorgungslücke Kuhbach**

Wie bereits in Kap. 9.3.3 dargestellt, sind die Entwicklungsmöglichkeiten für einen Lebensmittelmarkt im Stadtteil Kuhbach insbesondere auf Grund der umfangreichen Angebote im Umfeld eingeschränkt:

- Die Nahversorgungslücke mit rd. 2.650 Einwohnern bietet kein ausreichendes Einwohnerpotenzial für einen modernen Nahversorgungsbetrieb.
- Lebensmittelmärkte sind sowohl in der in angrenzender Kernstadt als auch im benachbarten Stadtteil Reichenbach vorhanden.
- Die Lebensmittelmärkte im Umfeld sind mit dem Fahrrad in fünf bis 10 Minuten erreichbar (vgl. Karte 18, S. 73).



Karte 24: Nahversorgungslücke Kuhbach



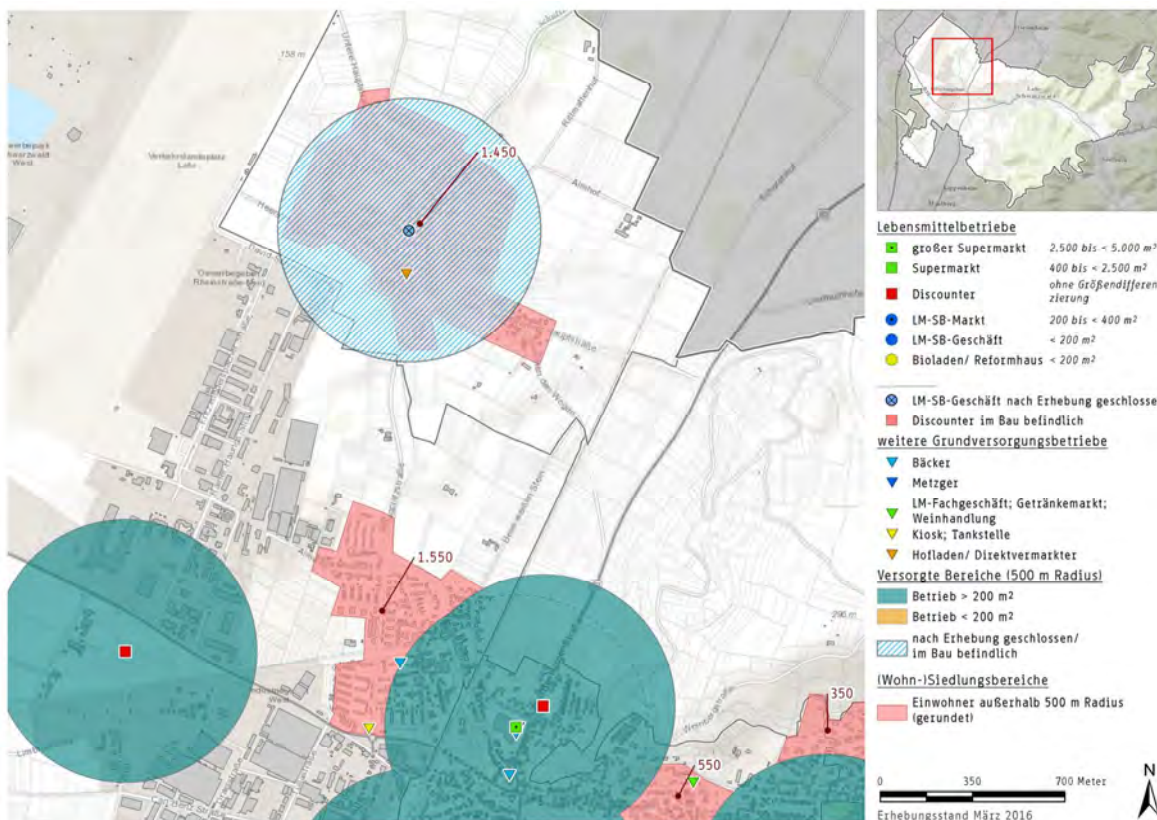
Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Lahr

### Empfehlungen zur Nahversorgungslücke Hugsweier

Der Stadtteil Hugsweier liegt einige Kilometer nördlich des Stadtteils Dinglingen und weist nach Schließung des kleinen Lebensmittelgeschäftes lediglich noch einen Hofladen für die Nahversorgung der Wohnbevölkerung auf:

- Mit rd. 1.450 Einwohnern besteht kein ausreichendes Einwohnerpotenzial für einen modernen Nahversorgungsbetrieb.
- Lebensmittelbetriebe im Umfeld sind angesichts der Lage des Stadtteils weder zu Fuß noch mit dem Fahrrad gut zu erreichen.
- Aus Gutachtersicht sollten für die Versorgung der weniger mobilen Bevölkerung alternative Nahversorgungsmöglichkeiten genutzt werden, u.a. Lieferservice, Fahrgemeinschaften.
- Der bestehende Dorfladen sollte nach Möglichkeit sein Angebot ausbauen.
- Die Initiative DORV, die sich für ein Ortszentrum und die Nahversorgung in Hugsweier einsetzt, sollte weiterhin unterstützt werden.

Karte 25: Nahversorgungslücke Hugsweier



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Lahr

### Empfehlungen zur Nahversorgungslücke Nordstadt

Am nördlichen Siedlungsrand der Kernstadt befindet sich ein Wohngebiet mit ca. 1.050 Einwohnern, die mehr als 500 Meter vom nächsten Lebensmittelbetrieb entfernt wohnen. Angesichts der Siedlungsrandlage, der geringen Einwohnerdichte und der Hanglage des Wohngebietes ist eine Schließung dieser Nahversorgungslücke kaum möglich und erscheint auch angesichts der vielfältigen Angebote im weiteren Umfeld nicht sinnvoll:

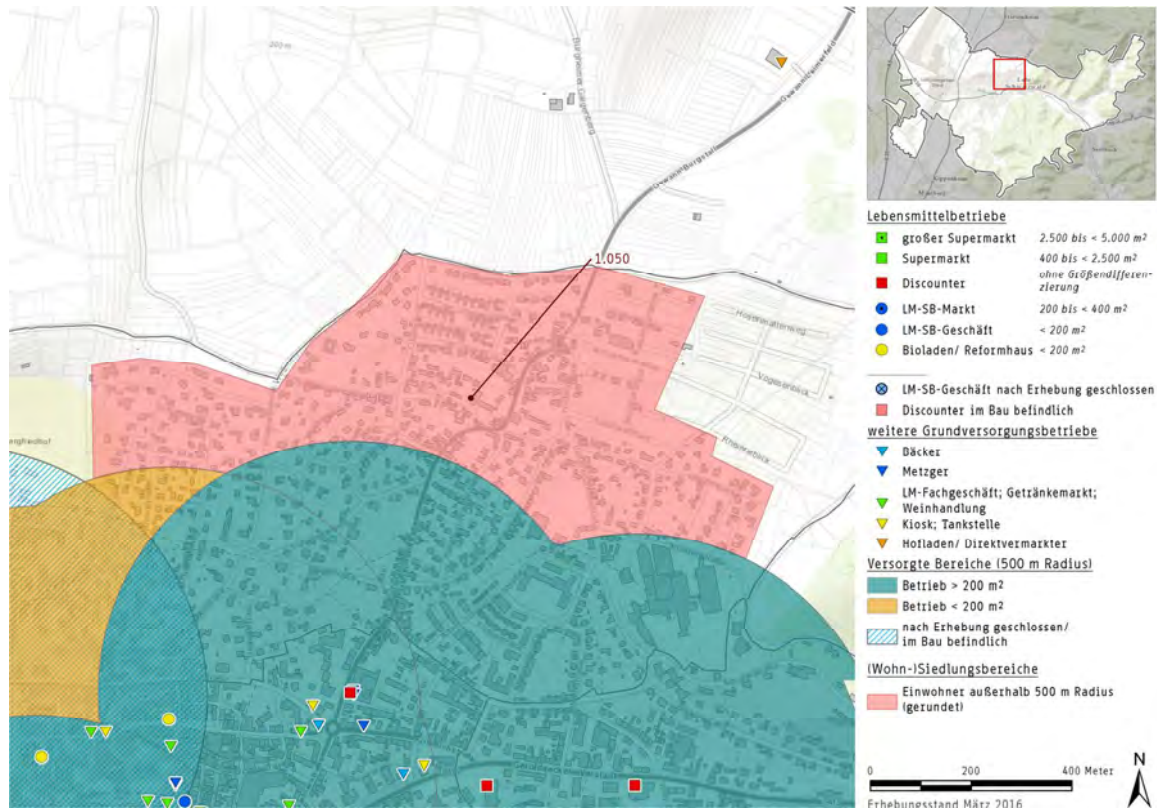
- Vielzahl an Nahversorgungsbetrieben im weiteren Umfeld (Innenstadt, Oststadt etc.) vorhanden
- mit dem Fahrrad und größtenteils auch zu Fuß sind in fünf bis 10 Minuten Lebensmittelbetriebe im Umfeld erreichbar (vgl. Karte 17 und Karte 18 S. 73)

Auch die Entwicklung des nordöstlich angrenzenden Baugebietes Hosenmatten mit etwa 1.000 zusätzlichen Einwohnern in den nächsten fünf Jahren ändert daran nichts.



Der Kiosk im Krankenhaus stellt aus Gutachtersicht keine Nahversorgungsalternative dar. Jedoch wäre eine Bäckerei und/ oder ein Kiosk am zukünftigen zentralen Platz im Neubaugebiet Hosenmatten im Sinne einer verbesserten Nahversorgung sinnvoll.

Karte 26: Nahversorgungslücke Nordstadt



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Lehr

### 9.3.7 Gewerbegebiete

Neben den bereits bestehenden Gewerbegebieten sollten für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden. Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen (vgl. Kap. 9.2.1) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche geachtet werden.

Bei den bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben sollten sich Erweiterungen möglichst nur im Rahmen des Bestandsschutzes bewegen (üblicherweise bis max. 10% der bestehenden Verkaufsfläche).





An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist.

#### **9.4 EMPFEHLUNGEN ZUR UMSETZUNG - ORGANISATORISCHES**

Die in den vorangegangenen Kapiteln aufgezeigten Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung dienen als Rahmen für eine positive Entwicklung der Stadt Lahr und insbesondere der Innenstadt. Dieses Steuerungskonzept allein ist jedoch nicht ausreichend für eine erfolgreiche Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Lahr. Die inhaltliche Umsetzung kann nur in Zusammenarbeit mit den örtlichen Akteuren wie z.B. Einzelhändlern, Gastronomen, Dienstleistern und Immobilieneigentümern erfolgen. Voraussetzung hierfür ist der Austausch der verschiedenen Akteure untereinander. In anderen Städten haben sich beispielsweise regelmäßige Treffen zwischen Stadtverwaltung, Immobilieneigentümern, Händlern und sonstigen örtlichen Akteuren bewährt. Die Treffen sollten einerseits zum Informationsaustausch dienen und andererseits zur Bündelung von Ideen und Maßnahmen, die dann möglichst zeitnah gemeinsam umgesetzt werden können.

#### **9.5 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG**

Die Stadt Lahr hat seit 1997 umfangreiche Erfahrungen mit der Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes gesammelt. Bei dem vorliegenden Gutachten handelt es sich um die zweite Fortschreibung und damit vor allem um eine Überprüfung der bisherigen Strategie vor dem Hintergrund der aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen und der Einzelhandelsentwicklung.

Als Grundlagen für die Überprüfung des Konzeptes zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen die dargestellten Arbeitsschritte:

- zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 4),
- zur Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 9.1),
- zur Steuerungsstrategie (vgl. Kap. 9.2)
- zu den räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 9.3) und
- zur Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 8.2)



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

### **9.5.1 Öffentliche Information**

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

Dafür sollte eine Auslegung des vorliegenden Gutachtens selbst erfolgen (z.B. Homepage der Stadt, Papierexemplar im Rathaus). Zu empfehlen ist auch eine öffentliche Informationsveranstaltung bei der die wesentlichen Inhalte des Gutachtens vorgestellt werden. Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen und im Hinblick auf die daraus abgeleiteten Konsequenzen gewertet werden.

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

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

### **9.5.2 Festlegen einer Sortimentsliste**

Die bestehende Sortimentsliste wurde im Rahmen der Fortschreibung überprüft und teilweise angepasst. Wenngleich die Stadt Lahr über Erfahrungen aus der vorangegangenen Fortschreibung verfügt, so wird dennoch im Folgenden das Vorgehen zur Festlegung der aktuellen Sortimentsliste erläutert.

Die in Kap. 9.1.3 beschriebene örtliche Sortimentsliste, die im Unterschied zu 2008 eine Unterscheidung der Sortimente in zentren-/ nahversorgungs- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.



Der Gemeinderat sollte letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderte - Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird. Mit einem aktuellen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert bestätigt.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Lahr, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt werden soll. Das aktualisierte Konzept muss auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Diese aktualisierte Sortimentsliste muss Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.

### **9.5.3 Festlegen von Gebieten mit Zulässigkeit von Einzelhandel**

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel zulässig sein wird. Dafür wurde im vorliegenden Gutachten die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches überprüft.<sup>64</sup>

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

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

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

---

<sup>64</sup> BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



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

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 9.2) beziehen sich im Wesentlichen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und auf die Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

- 1. Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*
- 2. Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern, der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)*
- 3. Festsetzungstyp** *Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente<sup>65</sup> bis maximal 10% der Verkaufsfläche und maximal 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche insgesamt zulässig.*  
Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 m<sup>2</sup>, der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.
- 4. Festsetzungstyp** *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx m<sup>2</sup> zulässig (Handwerkerpri-*

---

<sup>65</sup> Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.



vileg)<sup>66</sup>. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).

- 5. Festsetzungstyp** Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.

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

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

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

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

---

<sup>66</sup> Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die m<sup>2</sup>-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



#### 9.5.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen

Nachfolgend ist das grundsätzliche Vorgehen für die bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes dargestellt, wengleich die Stadt Lahr hier bereits seit 1997 über entsprechende Erfahrungen verfügt.

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

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

Die Begründung in den Bebauungsplänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelskonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Bezug nehmen.



## 9.6 ZUSAMMENFASSENDE EMPFEHLUNG

Durch das Einzelhandelskonzept setzt die Stadt Lahr planerisch und politisch den Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung. Im vorliegenden Gutachten wurde herausgearbeitet, dass die Schwerpunkte der künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Lahr insbesondere auf der Stärkung der Innenstadt und der Sicherung der Nahversorgung liegen sollten. Wesentliche Voraussetzung dafür ist eine konsequent auf die Innenstadt ausgerichtete Ansiedlungspolitik, dazu gehört auch ein "Aushalten" von Leerständen an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.

Mit der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Sortimentsliste kann in der Stadt Lahr flächendeckend jede Anfrage zur Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel bewertet werden: Es ist feststellbar, an welchen Standorten zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft zulässig und an welchen Standorten er unzulässig sein wird.

Wenngleich für eine erfolgreiche Innenstadtentwicklung das engagierte Zusammenwirken aller Akteure (u.a. Verwaltung, Händler, Immobilieneigentümer, Gastronomen) wichtig ist, so stellt das Einzelhandelskonzept das Kernelement für die Attraktivierung der Innenstadt dar. Ohne ein solches Konzept, **an das sich zunächst vor allem die Politik halten muss**, sind sonstige Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt nicht bzw. nur eingeschränkt zielführend; das Fehlen eines solchen Konzeptes führt dazu, dass öffentliche und private Investitionen ad absurdum geführt werden.

Die Wirkungen eines umgesetzten Einzelhandelskonzeptes sind teilweise erst nach Jahren zu erkennen: Die Schaffung von Vertrauen, dass sich die Stadt Lahr an ein Einzelhandelskonzept halten wird, erfordert aber kontinuierliche Verlässlichkeit unabhängig von zeitnahen Erfolgsmeldungen.

**Aus diesem Grund ist es wichtig, dass sich der Gemeinderat konsequent an dieses Konzept hält, wenn er es beschließt.** Dies schließt auch ein Überprüfungserfordernis der Wirkungen des Konzeptes nach erfahrungsgemäß rd. 5 Jahren ein.



## GLOSSAR

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

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

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

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

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

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





überwiegend zentrale Lagen in der Innenstadt gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

**Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m<sup>2</sup> Lebensmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup>, nach internationalen Panelinstituten von 800 m<sup>2</sup> und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts von 1.500 m<sup>2</sup>.

**Verbleibquote** (s. Kaufkraftverbleib)



**Zentraler Versorgungsbereich** (s. Innenstadt / Ortszentrum).

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

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

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

Auch bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen kommt dem Einzelhandel (als einer zentralen Einrichtung) herausgehobene Bedeutung zu - aber allein die Tatsache einer Konzentration von Einzelhandel reicht nicht aus, einen zentralen Versorgungsbereich zu begründen<sup>67</sup>.

---

<sup>67</sup> Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



## ANHANG

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Lahr: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in m <sup>2</sup>	Anzahl	Anteil	VKF in m <sup>2</sup> <sup>1)</sup>	Anteil
bis 50 m <sup>2</sup>	64	24%	2.075	2%
51 bis 100 m <sup>2</sup>	87	32%	5.800	6%
101 bis 200 m <sup>2</sup>	48	18%	6.250	6%
201 bis 400 m <sup>2</sup>	10	4%	2.650	3%
401 bis 800 m <sup>2</sup>	30	11%	16.500	16%
801 bis 2.000 m <sup>2</sup>	23	9%	28.900	28%
> 2.000 m <sup>2</sup>	8	3%	41.975	40%
<b>Gesamt</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>	<b>104.150</b>	<b>100%</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Befragung/ Erhebung März 2016; eigene Berechnungen

Tab. A - 2: Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Lahr: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in m <sup>2</sup>	Anzahl	Anteil	VKF in m <sup>2</sup> <sup>1)</sup>	Anteil
bis 50 m <sup>2</sup>	26	21%	875	3%
51 bis 100 m <sup>2</sup>	46	38%	3.000	12%
101 bis 200 m <sup>2</sup>	33	27%	4.400	17%
201 bis 400 m <sup>2</sup>	4	3%	975	4%
401 bis 800 m <sup>2</sup>	4	3%	2.200	9%
> 801 m <sup>2</sup>	9	7%	14.200	55%
<b>Gesamt</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>	<b>25.625</b>	<b>100%</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

aus Datenschutzgründen können die Betriebe mit 801 bis 2.000 m<sup>2</sup> nicht differenziert ausgewiesen werden

Quelle: eigene Befragung/ Erhebung März 2016; eigene Berechnungen



Tab. A - 3: Einzelhandelssituation in der Stadt Lahr

Sortimente	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	20.725	101,9	87,6	116%
Lebensmittelhandwerk	1.250	14,3	12,3	116%
Drogerie/ Parfümerie	3.525	16,6	11,0	151%
Apotheke	625	29,1	29,8	97%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	800	3,7	3,4	109%
Blumen/ Zoo	1.925	3,6	4,9	74%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>28.850</b>	<b>169,2</b>	<b>149,0</b>	<b>114%</b>
Bekleidung und Zubehör	15.625	42,2	24,4	173%
Schuhe, Lederwaren	2.300	7,2	6,1	119%
Sport/ Freizeit	4.550	10,3	4,5	228%
Spielwaren	2.400	5,4	5,6	96%
Bücher	1.050	5,1	4,1	126%
GPK, Geschenke, Hausrat	5.375	5,8	3,0	196%
Haus-/ Heimtextilien	1.475	2,1	3,3	65%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>32.800</b>	<b>78,3</b>	<b>50,9</b>	<b>154%</b>
Uhren/ Schmuck	350	2,0	3,1	64%
Foto/ Optik	1.000	5,4	3,6	148%
Medien	2.750	20,6	14,8	139%
Elektro/ Leuchten	3.650	11,9	7,3	164%
Teppiche, Bodenbeläge	1.700	2,0	1,5	136%
baumarkt-/gartencenterspezif.	13.400	15,5	17,6	88%
Möbel	17.200	19,4	12,9	151%
Sonstiges insgesamt	2.450	15,9	9,6	166%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>42.500</b>	<b>92,7</b>	<b>70,3</b>	<b>132%</b>
<b>Summe</b>	<b>104.150</b>	<b>340,2</b>	<b>270,3</b>	<b>126%</b>

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

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Befragung/ Erhebung März 2016; ; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



**Tab. A - 4: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (in m<sup>2</sup>), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"**

Sortimente	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	"unechte" Bin- dungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	875	4,5	87,6	5%
Lebensmittelhandwerk	200	2,3	12,3	19%
Drogerie/ Parfümerie	1.500	8,1	11,0	74%
Apotheke	225	14,1	29,8	47%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	325	1,3	3,4	37%
Blumen/ Zoo	100	0,2	4,9	5%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.225</b>	<b>30,5</b>	<b>149,0</b>	<b>20%</b>
Bekleidung und Zubehör	12.000	33,4	24,4	137%
Schuhe, Lederwaren	1.350	4,7	6,1	77%
Sport/ Freizeit; Bücher	3.475	8,9	8,6	103%
Spielwaren	700	2,2	5,6	39%
GPK, Geschenke, Hausrat	1.550	2,0	3,0	69%
Haus-/ Heimtextilien	750	1,0	3,3	32%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>19.825</b>	<b>52,3</b>	<b>50,9</b>	<b>103%</b>
Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik	1.025	6,3	6,8	94%
Medien	500	4,1	14,8	28%
Elektro/ Leuchten	125	0,4	7,3	6%
Teppiche, Bodenbeläge	0	0,0	1,5	0%
baumarkt-/ gartencenterspezif. Sortimente; Möbel	750	0,7	30,4	2%
Sonstiges insgesamt	175	0,9	9,6	10%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>2.600</b>	<b>12,5</b>	<b>70,3</b>	<b>18%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>25.625</b>	<b>95,3</b>	<b>270,3</b>	<b>35%</b>

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

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst

Quelle: eigene Befragung/ Erhebung März 2016; ; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



**Tab. A - 5: Einzelhandelsangebot in der Stadt Lahr nach Lage:  
Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

Sortimente	ZVB Innenstadt	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	875	15.325	4.525	20.725
Lebensmittelhandwerk	200	950	100	1.250
Drogerie/ Parfümerie	1.500	1.300	700	3.525
Apotheke	225	425	0	625
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	325	400	100	800
Blumen/ Zoo	100	725	1.100	1.925
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.225</b>	<b>19.125</b>	<b>6.525</b>	<b>28.850</b>
Bekleidung und Zubehör	12.000	3.100	525	15.625
Schuhe, Lederwaren	1.350	***	***	2.300
Sport/ Freizeit; Bücher	3.475	***	***	5.600
Spielwaren	700	1.525	200	2.400
GPK, Geschenke, Hausrat	1.550	1.875	1.950	5.375
Haus-/ Heimtextilien	750	***	***	1.475
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>19.825</b>	<b>9.425</b>	<b>3.550</b>	<b>32.800</b>
Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik	1.025	***	***	1.350
Medien	500	***	***	2.750
Elektro/ Leuchten	125	1.325	2.175	3.650
Teppiche, Bodenbeläge	0	350	1.375	1.700
baumarkt-/ gartencenterspezif. Sortimente; Möbel	775	4.225	25.600	30.600
Sonstiges	175	1.025	1.250	2.450
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>2.600</b>	<b>8.325</b>	<b>31.550</b>	<b>42.500</b>
<b>Summe</b>	<b>25.625</b>	<b>36.875</b>	<b>41.650</b>	<b>104.150</b>

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

aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst

\*\*\* aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Befragung/ Erhebung März 2016; eigene Berechnungen



Tab. A - 6: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2025 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		91,2	95,4	92	100
Drogerie/ Parfümerie		11,7	12,2	12	13
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		3,6	3,8	4	4
Blumen/ Zoo		5,1	5,3	5	6
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>111,6</b>	<b>116,7</b>	<b>112</b>	<b>123</b>
Bekleidung und Zubehör		25,9	27,0	26	28
Schuhe/ Lederwaren		6,3	6,6	6	7
Sport/ Freizeit		4,9	5,1	5	5
Spielwaren		6,0	6,3	6	7
Bücher		4,3	4,5	4	5
GPK/ Geschenke/ Hausrat		3,0	3,2	3	3
Haus-/ Heimtextilien		3,4	3,5	3	4
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>53,8</b>	<b>56,3</b>	<b>54</b>	<b>59</b>
Uhren/ Schmuck		3,3	3,5	3	4
Foto/ Optik und Zubehör		3,9	4,0	4	4
Medien		15,4	16,1	15	17
Elektro/ Leuchten		7,6	8,0	8	8
Teppiche/ Bodenbeläge		1,5	1,6	2	2
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		18,5	19,3	19	20
Möbel		14,0	14,7	14	15
Sonstiges		10,1	10,5	10	11
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>74,3</b>	<b>77,7</b>	<b>75</b>	<b>82</b>
<b>Summe</b>		<b>239,6</b>	<b>250,7</b>	<b>241</b>	<b>264</b>

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

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2016); BBE; eigene Berechnungen





**Tab. A - 7: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo-Prognose**  
 - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		850	1.600	950	2.400
Drogerie/ Parfümerie		200	350	250	500
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		50	50	50	100
Blumen/ Zoo		100	150	100	200
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>1.200</b>	<b>2.150</b>	<b>1.350</b>	<b>3.200</b>
Bekleidung und Zubehör		950	1.550	1.050	2.150
Schuhe/ Lederwaren		100	200	100	250
Sport/ Freizeit		300	500	350	700
Spielwaren		150	250	200	350
Bücher		50	100	50	150
GPK/ Geschenke/ Hausrat		150	350	200	550
Haus-/ Heimtextilien		50	100	50	150
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>1.750</b>	<b>3.050</b>	<b>2.000</b>	<b>4.300</b>
Uhren/ Schmuck		0	50	0	50
Foto/ Optik und Zubehör		50	100	50	150
Medien		100	200	100	300
Elektro/ Leuchten		200	300	200	450
Teppiche/ Bodenbeläge		50	100	50	200
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		650	1.150	750	1.700
Möbel		1.600	2.250	1.700	2.950
Sonstiges		100	200	150	300
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>2.750</b>	<b>4.350</b>	<b>3.000</b>	<b>6.100</b>
<b>Summe</b>		<b>5.700</b>	<b>9.550</b>	<b>6.350</b>	<b>13.600</b>

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

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 8: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose  
- Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		850	1.600	950	2.400
Drogerie/ Parfümerie		200	350	250	500
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		50	50	50	100
Blumen/ Zoo		400	450	800	1.000
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>1.500</b>	<b>2.450</b>	<b>2.050</b>	<b>4.000</b>
Bekleidung und Zubehör		950	1.600	1.050	2.350
Schuhe/ Lederwaren		350	700	750	1.500
Sport/ Freizeit		300	500	350	700
Spielwaren		450	700	800	1.300
Bücher		100	200	200	350
GPK/ Geschenke/ Hausrat		150	350	200	550
Haus-/ Heimtextilien		300	500	650	1.050
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>2.600</b>	<b>4.550</b>	<b>4.000</b>	<b>7.800</b>
Uhren/ Schmuck		100	150	200	300
Foto/ Optik und Zubehör		50	200	100	350
Medien		200	550	350	1.100
Elektro/ Leuchten		200	450	200	750
Teppiche/ Bodenbeläge		150	350	250	700
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		2.900	4.200	5.800	8.800
Möbel		1.600	3.650	1.700	6.200
Sonstiges		100	300	150	450
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>5.300</b>	<b>9.850</b>	<b>8.750</b>	<b>18.650</b>
<b>Summe</b>		<b>9.400</b>	<b>16.850</b>	<b>14.800</b>	<b>30.450</b>

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

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 9: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose**  
 - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	600	---	100
Drogerie/ Parfümerie		50	150	---	100
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		0	50	---	0
Blumen/ Zoo		250	350	550	700
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>300</b>	<b>1.150</b>	<b>550</b>	<b>900</b>
Bekleidung und Zubehör		200	850	---	550
Schuhe/ Lederwaren		250	550	450	1.100
Sport/ Freizeit		100	250	---	150
Spielwaren		300	500	500	950
Bücher		50	150	50	200
GPK/ Geschenke/ Hausrat		---	100	---	---
Haus-/ Heimtextilien		200	400	450	800
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>1.100</b>	<b>2.800</b>	<b>1.450</b>	<b>3.750</b>
Uhren/ Schmuck		50	100	100	200
Foto/ Optik und Zubehör		0	150	---	200
Medien		50	400	50	700
Elektro/ Leuchten		0	250	---	300
Teppiche/ Bodenbeläge		50	250	50	500
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		2.050	3.250	3.900	6.600
Möbel		750	2.650	---	3.850
Sonstiges		0	150	---	150
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>2.950</b>	<b>7.200</b>	<b>4.100</b>	<b>12.500</b>
<b>Summe</b>		<b>4.350</b>	<b>11.150</b>	<b>6.100</b>	<b>17.150</b>

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

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 10: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Einzelhandelsangebot/ -auswahl**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
allgemein	24	11	<b>35</b>
Vielfalt/ Branchenmix	10	1	<b>11</b>
Fachgeschäfte	6	7	<b>13</b>
Filialisierung	1	6	<b>7</b>
Angebot (in bestimmten Sortimentsbereichen)	7	15	<b>22</b>
sonstiges	5	6	<b>11</b>
Summe	53	46	<b>99</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung März 2016

**Tab. A - 11: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Struktur im Zentrum/ Innenstadtentwicklung**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Stärkung der Innenstadt	3	0	<b>3</b>
eigener Standort	2	1	<b>3</b>
Angebotsstruktur	1	6	<b>7</b>
Einbeziehung der Randlagen	0	4	<b>4</b>
Leerstände	0	4	<b>4</b>
sonstiges	3	7	<b>10</b>
Summe	9	22	<b>31</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung März 2016

**Tab. A - 12: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Verkehr/ Parken**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Anzahl Kurzzeitparkplätze	0	6	<b>6</b>
Parksituation allgemein	5	12	<b>17</b>
Anzahl	0	9	<b>9</b>
Verkehrssituation	0	5	<b>5</b>
kostenpflichtige Parkplätze	0	11	<b>11</b>
sonstiges	2	3	<b>5</b>
Summe	7	46	<b>53</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung März 2016



**Tab. A - 13: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität/ Sauberkeit**

<b>Kategorie</b>	<b>positiv</b>	<b>negativ</b>	<b>Summe</b>
attraktive Innenstadt	9	0	<b>9</b>
Aufenthaltsqualität	2	2	<b>4</b>
Baustellen	0	3	<b>3</b>
Kundenfrequenz	0	10	<b>10</b>
sonstiges	1	2	<b>3</b>
<b>Summe</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>29</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung März 2016

**Tab. A - 14: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Kooperation der Einzelhändler untereinander und mit der Stadt**

<b>Kategorie</b>	<b>positiv</b>	<b>negativ</b>	<b>Summe</b>
Aktionen der Werbegemeinschaft	5	6	<b>11</b>
Zusammenarbeit	7	12	<b>19</b>
Überschneidung verkaufsoffener Sonntage (mit Städten in Umgebung)	0	3	<b>3</b>
unterschiedliche Öffnungszeiten	0	7	<b>7</b>
Stammkunden	3	0	<b>3</b>
sonstiges	4	6	<b>10</b>
<b>Summe</b>	<b>19</b>	<b>34</b>	<b>53</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung März 2016

**Tab. A - 15: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Lahr aus Händlersicht - Sonstiges**

<b>Kategorie</b>	<b>positiv</b>	<b>negativ</b>	<b>Summe</b>
Miethöhe	0	3	<b>3</b>
Angebot im Gewerbegebiet	1	0	<b>1</b>
<b>Summe</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung März 2016