



Gutachten zum kommunalen Märktekonzept für die Stadt Ulm

Endbericht



Bearbeiter:
Dr. rer. pol. D. Acocella
Dipl.-Geograph Peter Helbig
Dipl.-Ing. A. Schnacke-Fürst
Dipl.-Geograph Anne Rühl

Lörrach, 14.10.2011



INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	5
2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	5
2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung.....	7
2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung	10
2.2 MÄRKTE-/ ZENTRENKONZEPT ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSTRUMENT FÜR DEN EINZELHANDEL	12
2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Märktekonzeptes	12
2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich	12
2.2.1.2 Sortimentsliste	14
2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene	14
2.2.2 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren.....	18
2.2.3 Fazit.....	20
3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE	21
3.1 METHODISCHES VORGEHEN DER EINZELHANDELSERHEBUNG	21
3.2 EINZELHANDELSSITUATION IN DER STADT ULM	22
3.2.1 Betriebsgrößenklassen im Einzelhandel	22
3.2.2 Vergleich der Entwicklung des Einzelhandels in Ulm mit bundesweiten Trends.....	23
3.2.3 Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Bindungsquoten	23
3.2.4 Einzugsgebiet.....	27
3.2.5 Fazit.....	29
4. ABGRENZUNG UND STRUKTUR ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE	30
4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME.....	30
4.2 RÄUMLICH-FUNKTIONALE GLIEDERUNG DER STADT	33
4.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ulm.....	33
4.2.1.1 Räumlich-funktionale Struktur des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm	33
4.2.1.2 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm .	35
4.2.1.3 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm	36
4.2.1.4 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm.....	40
4.2.2 Sonstige zentrale Versorgungsbereiche und bedeutsame Einzelhandelsstandorte	48
4.2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Böfingen.....	48
4.2.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Eselsberg/ Stifterweg.....	51
4.2.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Eselsberg/ Virchowstraße	53
4.2.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Jungingen	55
4.2.2.5 Zentraler Versorgungsbereich Mitte/ Willy-Brandt-Platz.....	57
4.2.2.6 Zentraler Versorgungsbereich Söflingen.....	59
4.2.2.7 Zentraler Versorgungsbereich Weststadt/ Magirusstraße.....	61



4.2.2.8	Zentraler Versorgungsbereich Weststadt/ Römerstraße.....	63
4.2.2.9	Zentraler Versorgungsbereich Wiblingen/ Pranger	65
4.2.2.10	Zentraler Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz	68
4.2.2.11	Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße	70
4.3	FAZIT	72
5.	RÄUMLICHE EINZELHANDELSSTRUKTUR	75
5.1	RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES.....	75
5.1.1	Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttypen	75
5.1.2	Verkaufsflächen der Standorttypen nach Bedarfsbereichen	77
5.1.3	Betriebsgrößenklassen nach Standorttypen	79
5.2	BEURTEILUNG DER VERSORGUNGSSITUATION IM SORTIMENT NAHRUNGS-/ GENUSSMITTEL	81
5.3	FAZIT	90
6.	ZENTRENHIERACHIE	91
7.	VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG	95
7.1	ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER VERSORGFUNKTION DER STADT ULM ALS OBERZENTRUM	95
7.2	ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT IM A- ZENTRUM INNENSTADT ULM SOWIE IN DEN SONSTIGEN ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHEN	96
7.3	ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES A-ZENTRUMS INNENSTADT ULM UND DER SONSTIGEN ZENTRALEN VERSORGFBEREICHE.....	97
7.4	ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")	97
7.5	ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGFSTRUKTUREN	98
7.6	SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT	99
7.7	SICHERUNG VON GEWERBEGBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE	99
8.	PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS	100
8.1	METHODISCHES VORGEHEN - PROGNOSE	100
8.1.1	Prognose der Bevölkerungsentwicklung	101
8.1.2	Perspektiven für den Einzelhandel.....	103
8.1.3	Nachfrage: Annahmen zur Entwicklung und Kaufkraftpotenzial	103
8.1.4	Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite.....	104
8.2	PROGNOSEERGEBNISSE	108
8.2.1	Verkaufsflächenpotenziale insgesamt.....	108
8.2.2	Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz	111
8.3	FAZIT	114
8.4	GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG	116
8.4.1	Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel	116
8.4.2	Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel.....	118
9.	INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG	121
9.1	VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLLISTE.....	122



9.1.1 Kriterien	122
9.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Ulm.....	123
9.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste	126
9.2 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG.....	127
9.2.1 Öffentliche Information	127
9.2.2 Festlegen einer Sortimentsliste	127
9.2.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig	128
9.2.4 Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen.....	131
<u>10. RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN</u>	<u>132</u>
10.1 ZENTRALER VERSORGBEREICH INNENSTADT ULM (PERSPEKTIVE)	133
10.2 SONSTIGE ZENTRALE VERSORGBEREICHE (PERSPEKTIVE).....	134
Zentraler Versorgungsbereich Weststadt/ Magirusstraße.....	136
10.3 MAßNAHMENVORSCHLÄGE ZUR NAHVERSORGUNG	138
10.4 GEWERBEGBIETE	144
<u>11. STÄDTEBAULICH-GESTALTERISCHE UND SONSTIGE MAßNAHMENVORSCHLÄGE</u>	<u>146</u>
11.1 STÄDTEBAULICH-GESTALTERISCHE MAßNAHMENVORSCHLÄGE.....	146
11.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ulm	146
11.1.2 Sonstige zentrale Versorgungsbereiche	147
11.2 MAßNAHMENVORSCHLÄGE FÜR HÄNDLER UND WEITERE AKTEURE	150
11.2.1 Flächenmanagement	151
11.2.2 Maßnahmenvorschläge für Gewerbetreibende.....	151
GLOSSAR	155
ANHANG	159



TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Vergleich des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Ulm mit den Ergebnissen der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) aus dem Jahre 1993.....	23
Tab. 2:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Ulm.....	24
Tab. 3:	Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm.....	37
Tab. 4:	Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick	104
Tab. 5:	Vorschlag für die "Ulmer Sortimentsliste"	126
Tab. A - 1:	Betriebe nach Größenklassen in Ulm: Anzahl und Verkaufsfläche.....	159
Tab. A - 2:	Einzelhandelssituation in der Stadt Ulm: Verkaufsfläche (in qm), Umsatz, Kaufkraft (je in Mio. €) und Bindungsquoten.....	160
Tab. A - 3:	Betriebe im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsflächen	161
Tab. A - 4:	Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm: Verkaufsfläche (in qm), Umsatz in der Innenstadt und Kaufkraft in der gesamten Stadt Ulm (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten".....	162
Tab. A - 5:	Einzelhandelsangebot in Ulm nach Standorttypen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet	163
Tab. A - 6:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2020 in Mio. €.....	164
Tab. A - 7:	Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Status-quo-Prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	165
Tab. A - 8:	Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	166
Tab. A - 9:	Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	167



ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe.....	22
Abb. 2:	Bindungsquoten in der Stadt Ulm nach Sortimenten.....	26
Abb. 3:	"Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ulm	39
Abb. 4:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttypen.....	77
Abb. 5:	Einzelhandelsstruktur in Ulm nach Standorttypen	78
Abb. 6:	Betriebsgrößenklassen nach Standorttypen	81
Abb. 7:	Betriebsgrößenklassen der Lebensmittelbetriebe nach Standorttypen	86
Abb. 8:	Betriebs-, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile der Lebensmittelbetriebe nach Standorttypen	87
Abb. 9:	Verkaufsflächen (in qm) der zentralen Versorgungsbereiche nach Bedarfsbereichen (ohne zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm) .	92
Abb. 10:	Anzahl Einzelhandelsbetriebe der zentralen Versorgungsbereiche (ohne zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm)	93
Abb. 11:	Einwohnerentwicklung in der Stadt Ulm im Zeitraum 1990 bis 2009 (tatsächliche Entwicklung) und bis zum Jahr 2020 (Prognosewert)	102
Abb. 12:	Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2010 - 2020 Gesamtpotenzial (in qm)	109
Abb. 13:	Potenzialkorridore in qm nach Zentrenrelevanz - nahversorgungsrelevante Sortimente.....	112
Abb. 14:	Potenzialkorridore in qm nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente	113
Abb. 15:	Potenzialkorridore in qm nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente	114
Abb. 16:	Verkaufsflächenverteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen.....	124
Abb. 17:	Verkaufsflächenverteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen	125



KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Tendenzielles Einzugsgebiet der Stadt Ulm	28
Karte 2:	Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Ulm und angrenzenden Bereichen	34
Karte 3:	Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Ulm und angrenzenden Bereichen	34
Karte 4:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm.....	35
Karte 5:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Böfingen	49
Karte 6:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Eselsberg/ Stifterweg	52
Karte 7:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Eselsberg/ Virchowstraße	54
Karte 8:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Jungingen	56
Karte 9:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Mitte/ Willy-Brandt-Platz	58
Karte 10:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Söflingen	59
Karte 11:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Weststadt/ Magirusstraße	62
Karte 12:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Weststadt/ Römerstraße	64
Karte 13:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Wiblingen/ Pranger.....	66
Karte 14:	Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Wiblingen/ Tannenplatz.....	68
Karte 15:	Verkaufsflächen und Angebotsstruktur der zentralen Versorgungsbereiche und des Einzelhandelsstandortes Blaubeurer Straße	73
Karte 16:	Bindungsquoten im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene.....	82
Karte 17:	Bindungsquoten integrierter Standorte im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene	83
Karte 18:	Räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe in der Stadt Ulm	88
Karte 19:	Nahversorgungsanteile auf Stadtteilebene.....	89
Karte 20:	Zentrenhierarchie in der Stadt Ulm.....	94
Karte 21:	Perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Weststadt/ Magirusstraße	137
Karte 22:	Einwohnerzahlen der nicht nahversorgten Siedlungsbereiche in der Stadt Ulm - Teilkarte Nord.....	142
Karte 23:	Einwohnerzahlen der nicht nahversorgten Siedlungsbereiche in der Stadt Ulm - Teilkarte Süd	143



FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	Hirschstraße	41
Foto 2:	Bahnhofstraße	41
Foto 3:	Hafengasse	42
Foto 4:	Herrenkellergasse	42
Foto 5:	Hafenbad	42
Foto 6:	Münsterplatz	42
Foto 7:	Münster	43
Foto 8:	Münstertor	43
Foto 9:	Marktplatz mit Stadtbibliothek und historischem Rathaus	44
Foto 10:	Hans- und Sophie-Scholl-Platz	44
Foto 11:	Fischerviertel	44
Foto 12:	Uferpromenade	44
Foto 13:	Bärogasse	45
Foto 14:	Webergasse	45
Foto 15:	Sedelhof-Areal - Wengengasse	46
Foto 16:	Bahnhofunterführung	46
Foto 17:	Friedrich-Ebert-Straße	47
Foto 18:	Bahnhofstraße	47
Foto 19:	Olgastraße/ Wengengasse	47
Foto 20:	Neue Straße	47
Foto 21:	Hafengasse	48
Foto 22:	Münsterplatz	48
Foto 23:	Moderner Supermarkt	51
Foto 24:	Spielhalle	51
Foto 25:	Modernes Café	53
Foto 26:	Platz ohne Aufenthaltsqualität	53
Foto 27:	Modernes Geschäfts- und Dienstleistungshaus	55
Foto 28:	Fehlende Sitzgelegenheiten	55
Foto 29:	Geschäftshaus Albstraße	57
Foto 30:	Platz mit Modernisierungsbedarf	57
Foto 31:	Aufenthaltsqualität - Gemeindeplatz	61
Foto 32:	Leerstand - Kapellengasse	61
Foto 33:	Magirusstraße - Discounter	63
Foto 34:	Söflinger Straße - Tagesklinik	63
Foto 35:	Römerstraße a	65
Foto 36:	Römerstraße b	65
Foto 37:	Attraktiv gestalteter Straßenraum	67
Foto 38:	Negative Warenpräsentation	67
Foto 39:	Tannenplatz	70
Foto 40:	Geschlossene Fensterfronten	70





1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die kreisfreie Stadt Ulm (rd. 122.000 Einwohner¹) liegt im Osten von Baden-Württemberg unmittelbar an der Grenze zu Bayern. Die Stadt befindet sich am südlichen Abhang der schwäbischen Alb im Mündungsgebiet von Iller und Blau in die Donau. Ulm ist nach dem Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg gemeinsam mit Neu-Ulm als Oberzentrum eingestuft und bildet somit ein länderübergreifendes Zentrum.

Die Stadt Ulm ist in 18 Stadtteile untergliedert. Die Kernstadt, bestehend aus den Stadtteilen Mitte, Oststadt, Weststadt und Eselsberg, umfasst gut die Hälfte der Einwohner von Ulm insgesamt. Von den weiteren Stadtteilen weisen Söflingen und Wiblingen Bevölkerungswerte von deutlich mehr als 10.000 Einwohnern auf, während die entsprechenden Werte von Donautal, Donaustetten, Eggingen, Ermingen Grimmelfingen, Mähringen und Unterweiler nur zwischen annähernd 300 und gut 1.500 Einwohnern liegen.

Verkehrlich ist Ulm an das überregionale Straßennetz mittels der Autobahnen A 7 und A 8 angebunden, zudem verlaufen mehrere Bundesstraßen (B 10, B 19, B 28, B 30, B 311) durch das Stadtgebiet. Weiterhin liegt Ulm an der ICE-Strecke Frankfurt/ Main - Mannheim - Stuttgart - München sowie an der Europamagistrale Paris-Budapest. Weiterhin besteht eine Bahnlinie nach Friedrichshafen.

(Ein) Anlass für die Fortschreibung des Märktekonzeptes der Stadt Ulm ist die innerstädtische Entwicklung des Sedelhof-Areals. Auf diesem an die Bahnhofstraße und damit die meist frequentierte Straße der Innenstadt von Ulm anschließende Grundstück soll ein - baulich nach außen geöffnetes - Einkaufszentrum entstehen. Hierfür wurde auf Basis der Ist-Situation eine sortimentsdifferenzierte Verkaufsflächenprognose erstellt, um mögliche und für diesen Standort wirtschaftlich und versorgungsstrukturell sinnvolle, wettbewerbsneutrale Verkaufsflächenspielräume zu ermitteln. Zudem wurde aufgezeigt, in welchen Sortimenten, die für ein derartiges innerstädtisches Einkaufszentrum unerlässlich sind, mit Auswirkungen auf den Bestand tendenziell zu rechnen ist.

¹ Einwohnerzahl nach Angabe des Statistischen Landesamtes, Stand 31.12.2009.



Darüber hinaus wird die Stadt Ulm immer wieder mit Anfragen von Betreibern, Investoren und Projektentwicklern für Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben konfrontiert. Ein großer Teil dieser Anfragen entfällt - wie in den meisten anderen Städten und Gemeinden auch - auf nahversorgungsrelevante Betriebe, insbesondere mit Sortimentsschwerpunkt Nahrungs-/ Genussmittel. Das vorliegende Gutachten bildet daher die Grundlage für die Fortschreibung des Märktekonzeptes der Stadt Ulm, wobei z.B. die Novellierungen des BauGB 2004 und 2007 - Stichwort Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche - berücksichtigt sind. Gemeinsam mit der lokalen Sortimentsliste ("Ulmer Sortimentsliste"), den Zielen und den Grundsätzen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels können Anfragen für Einzelhandelsneuansiedlungen auf Basis einer Fortschreibung des Märktekonzeptes der Stadt Ulm im Grundsatz rasch beantwortet werden.

Die wesentlichen Vorgaben zur gutachterlichen Bearbeitung ergeben sich vor allem aus dem § 1 (9) BauNVO,² denn die bauleitplanerisch gestützte und aktive räumliche Steuerung des Einzelhandels insgesamt ist vor allem mit den §§ 1 (5) und (9) BauNVO zu begründen. Allerdings verlangt lediglich der § 1 (9) BauNVO als weitergehende Vorschrift "besondere städtebauliche Gründe", d.h. eine besondere Darstellung der städtebaulichen Gründe.³ Andere einschlägige Vorschriften wie z.B. der § 9 (2a) BauGB tragen nur unter bestimmten Voraussetzungen - nämlich z.B. bei Vorliegen einer informellen Planung nach § 1 (6) Satz 11 BauGB - zur positiven bzw. negativen Steuerung bei.

Der im Zuge des EAGBau 2004 eingeführte § 34 (3) BauGB hat sich in der Praxis hingegen als Steuerungsinstrument als nahezu unwirksam gezeigt. Damit ist zwar auch diesbzüglich die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche erforderlich, jedoch nur von nachrangiger Bedeutung.

Angesichts der gesetzlichen Vorschriften und der relevanten Urteile muss sich das vorliegende Gutachten als Grundlage eines fortgeschriebenen Märktekonzeptes in

² Planungsrechtliche Steuerungsmöglichkeiten außer den Novellierungen ab 2004 zusammengestellt z.B. in Acocella, D.: Einzelhandelskonzepte im Praxistest, Dortmund 2004, S. 56ff.

³ BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.



einem ersten Schritt mit der Ist-Situation in der Gesamtstadt auseinandersetzen. Dabei stehen folgende Fragen im Vordergrund

- Welcher Einzelhandel ist in welchem Umfang in Ulm in den einzelnen Sortimenten/Branchen vorhanden?
- Wo in Ulm befinden sich neben dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich noch weitere zentrale Versorgungsbereiche und welcher Teil des Einzelhandels ist in diesen zentralen Versorgungsbereichen jeweils lokalisiert?⁴
- Welche Stärken und Schwächen weisen die zentralen Versorgungsbereiche auf und welche Handlungsnotwendigkeiten leiten sich daraus ab?⁵
- Welche sonstigen Einzelhandelsstandorte gibt es?
- etc.

Bestandteil ist - wie erwähnt - auch der Vorschlag für eine "Ulmer Sortimentsliste", in der nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente differenziert wird.⁶

Ein auf den o.g. Inhalten basierendes Märktekonzept erfüllt die Anforderungen an einen Fachbeitrag Einzelhandel zum Flächennutzungsplan, wie er im Einzelhandelserlass bei der Neuaufstellung und Fortschreibung von Flächennutzungsplänen gefordert wird⁷. Im Übrigen entspricht ein derartiges Märktekonzept, wenn es durch den Stadtrat beschlossen wird, auch einem in § 1 (6) Satz 11 BauGB angesprochenen städtebaulichen Entwicklungskonzept. Somit bestünde auch die Möglichkeit der Anwendung des § 9 (2a) BauGB.

⁴ Für die Abgrenzung der zentralen (Versorgungs-)Bereiche sind dabei neben dem Einzelhandel auch sonstige funktionale Angebote (Dienstleistungen, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen) sowie die städtebauliche Situation entscheidend. Dies stellt die Grundlage für die besonderen städtebaulichen Gründe dar.

⁵ Hieraus ergibt sich letztlich auch die Begründung für den Einsatz der vorgeschlagenen Instrumente.

⁶ Die im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg enthaltene Sortimentsliste kann nur Orientierungscharakter haben. Für jede Stadt ist eine eigene Sortimentsliste zu erarbeiten. Vgl. dazu VGH Baden-Württemberg, 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.

⁷ Vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, Kap. 4.1: "Bei der Aufstellung bzw. Änderung von Flächennutzungsplänen muss im Erläuterungsbericht eine Darlegung des Bestandes zentraler Einrichtungen einschließlich Einzelhandelsschwerpunkten und zu deren beabsichtigter Fortentwicklung erfolgen. (...) Im Erläuterungsbericht kann auf eine vorhandene Einzelhandelskonzeption Bezug genommen werden."



Für eine erfolgreiche Stadtentwicklung muss allerdings berücksichtigt werden, dass Politik und Verwaltung nur wenige Möglichkeiten haben, die Einzelhandelsentwicklung in Ulm allein zu beeinflussen. Sie können - wie bisher schon geschehen - Einfluss auf die Einzelhandelsentwicklung hinsichtlich Standort, Sortiment und Größe nehmen, dieses aber nur bei Um-/ Neuansiedlungen bzw. Umnutzungen. Darüber hinaus können Politik und Verwaltung städtebauliche und infrastrukturelle Angebote, wie z.B. Gestaltung der Innenstadt, Neugestaltung des Bahnhofs als attraktivem Stadteingang, etc., machen. Auch wenn diese rahmensetzenden Möglichkeiten eine wesentliche Grundlage für eine positive Einzelhandelsentwicklung und damit für eine positive städtebaulich-funktionale Entwicklung insbesondere der Innenstadt von Ulm bilden, werden für das Umsetzen zahlreicher Ziele und das Ausfüllen dieser Rahmenbedingungen andere Akteure gebraucht:

- Nur wenn es auch dem bestehenden Einzelhandel und anderen Akteuren - z.B. Dienstleistern, Gastronomen - in Ulm gelingt sich entsprechend zu positionieren, werden diese weiterhin Bestand haben.
- Insbesondere in der Innenstadt müssen andere Akteure, z.B. die Gastronomen, in ein Gesamtkonzept eingebunden werden, da gerade dieser Bereich in Ulm auf Grund des hohen/ in hohem Maße abgeschöpften touristischen Potenzials von einer städtebaulichen und funktionalen Vielfalt abhängig ist.
- Einzelne Bausteine von städtebaulich-funktionalen Konzepten, wie z.B. die Fassadengestaltung, müssen z.T. von den privaten Hauseigentümern umgesetzt werden.

Dementsprechend ist der Untersuchungsansatz so gewählt, dass mit den Ergebnissen auch die anderen relevanten Akteure angesprochen und eingebunden werden können. Zentrales Anliegen des Gutachtens sind jedoch die städtebaulichen Begründungen für eine räumliche Steuerung des Einzelhandels und als Grundlage für ein aktualisiertes Märktekonzept.



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 Ulm 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 Einzelhandelsentwicklung gibt es rechtlich zentrale Voraussetzungen, die im Anschluss daran erör-tert 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.⁸

In einem Oberzentrum erstreckt sich diese Aufgabe auf die Versorgung mit Angebo-ten, die nicht in jeder Stadt bzw. Gemeinde in tragfähigen Einrichtungen angeboten werden können. Ein Oberzentrum - als Standort mit großstädtischer Prägung - übernimmt neben der Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs auch die Versorgung mit Gütern des mittel- und langfristigen sowie des höheren speziali-

⁸ Nach den Grundsätzen der Landesplanung Baden-Württemberg, die bei raumbedeutsamen Planungen in der planerischen Abwägung, insbesondere bei der Bauleitplanung, zu berücksichtigen sind, ist "eine bedarfsgerechte Ausstattung mit Infrastruktureinrichtungen und eine wohnortnahe Ver-sorgung mit Gütern und Dienstleistungen anzustreben."; vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plan-satz 1.2 (Grundsatz).



sierten Bedarfs. Ulm übernimmt - gemeinsam mit Neu-Ulm - als Oberzentrum Versorgungsfunktion für die Region Donau-Iller.⁹

Neben dieser eigentlichen Aufgabe des Einzelhandels erzeugt dieser in integrierten Lagen städtische Bedingungen wie Dichte, Frequenz und Mischung. Der Einzelhandel hat daher eine "stadtbildende Funktion": Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktionalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte seit Mitte der siebziger Jahre wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

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

Um die stadtbildprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung (auch der weniger mobilen) zu sichern, bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung. Dieses Ziel deckt sich auch mit den Vorgaben des LEP Baden-Württemberg und des Entwurfs der Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller, in denen u.a. die Erhaltung der verbrauchernahen Versorgung und der Funktionsfähigkeit der zentralen Orte als Ziele definiert sind; zudem wird die Steuerung des Einzelhandels mittels Entwicklungskonzepten im LEP ausdrücklich empfohlen.¹⁰

⁹ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 6.2.5 (Ziel).

¹⁰ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7 (Ziel) und Begründung; vgl. Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller 2004 - Großflächiger Einzelhandel (Entwurf), Textteil.



2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung

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

Bedeutung handelsendogener Faktoren

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

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 traditionelle (Lebensmittel-)Discountern sowie mit einem Anstieg der Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme der Fachgeschäfte.

Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neuen Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener städtischer Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen städtischen Funktionen und der Nutzungsvielfalt 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.

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 Innenstädten, so dass sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben 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 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 jeweils erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.

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 Innenstädten 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 Konsumgewohnheiten sowie soziodemografische und rechtliche Rahmenbedingungen (z.B. Veränderungen des Ladenschlussgesetzes oder der Mehrwertsteuer), welche die Einzelhandelsentwicklung entscheidend beeinflussen können:

Einkommen: Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Wohn-/ Energiekosten, private Altersvorsorge) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Zudem findet zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf) statt. Dies stellt für Innenstädte - die sich meist durch eine hohe Multifunktionalität auszeichnen - eine Chance dar. Gleichzeitig wird hiermit die hohe Bedeutung die der Aufrechterhaltung der - diese Multifunktionalität ermöglichenden - Funktionsmischung zukommt unterstrichen.



Mobilität: Zunehmende Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufiger wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen bis hin zum Wegfall der Nahversorgung.

Konsumgewohnheiten: Ebenso führt die Veränderung der Konsumgewohnheiten in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung verschiedener Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das sog. One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Andererseits werden zentrale Bereiche häufig gezielt für den Einkauf ausgesuchter zentrenrelevanter Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts der deutlich steigenden Mobilitätskosten bei gleichzeitig steigenden Lebensmittelpreisen bei einer älter werdenden Gesellschaft so bleiben wird, darf bezweifelt werden.

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.

Bei der Betrachtung der Wechselbeziehungen von handelsendogenen und handels-exogenen Faktoren ist festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.



2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung

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).

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 der Innenstädte und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen abhanden zu kommen.

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.¹¹ Die Entwicklung verläuft entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt der kurzen Wege". Betroffen ist vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.

¹¹ Dies widerspricht dem im LEP festgelegten Leitbild der räumlichen Entwicklung; vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 1.2 (Grundsatz).

Die städtische Verkehrssituation gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die städtischen Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Innenstädte bzw. der Stadtbezirkszentren/ Stadtteilzentren (und der sonstigen zentralen Bereiche) als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte innerstädtische ÖPNV-Konzepte zu investieren. Es ist die Ausnahme, dass autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Städte an öffentliche Verkehrsmittel angebunden werden (wollen).¹² Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.

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.¹³

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

¹² Auch hier besteht ein Widerspruch zu den Grundsätzen des LEP, nach denen "Zentralörtliche Einrichtungen [...] in den Siedlungs- und Versorgungskernen mit günstiger Anbindung an den Nahverkehr gebündelt angeboten werden [sollen]", und "Neue Einzelhandelsgroßprojekte [...] nur an Standorten realisiert werden [sollen], wo sie zeitnah an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen werden können"; vgl. LEP 2002, Plansatz 2.5.3 (Grundsatz) und LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.3 (Grundsatz).

¹³ Hier besteht ein Zielkonflikt mit den Grundsätzen des LEP, nach denen die "Nutzung von Freiflächen für Siedlungen, Verkehrswege und Infrastruktureinrichtungen [...] auf das für die weitere Entwicklung notwendige Maß zu begrenzen, Beeinträchtigungen ökologischer Funktionen zu minimieren..." [sind]; vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 1.9 (Grundsatz).



2.2 MÄRKTE-/ ZENTRENKONZEPT ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL FÜR DEN EINZELHANDEL

Das in der Folge dargestellte Einzelhandelsgutachten mit seinen Steuerungselementen soll die Stadt Ulm in die Lage versetzen, die räumliche Einzelhandelssteuerung in der Stadt entsprechend der stadtentwicklungsplanerischen Zielsetzungen zu betreiben.

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandels- bzw. Zentrenkonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine planerische räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist.¹⁴ Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregelmäßige Marktgeschehen verursacht - wie im vorangegangenen Kapitel 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.¹⁵ 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.¹⁶

2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Märktekonzeptes

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Zentrenkonzeptes 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

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist die Abgrenzung sog. zentraler Versorgungsbereiche. Nur

¹⁴ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

¹⁵ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE.

¹⁶ 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.



wenn klar ist, welcher Bereich einer Stadt 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 Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen insgesamt erreichbar ist.¹⁷ Und nur auf diese Weise kann auch der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG) aus dem Jahre 2007 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.¹⁸ Für den Einsatz eines Zentren- und Einzelhandelskonzeptes ist es dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss.¹⁹

In einem weiteren Urteil des BVerwG aus dem Jahre 2009 wurde festgestellt, dass auch solchen Einkaufsbereichen eine Funktion als zentraler Versorgungsbereich zukommen kann, die ein im Wesentlichen fußläufig erreichbares Einzugsgebiet haben und der Nahversorgung dienen.²⁰ Damit wurde klargestellt, dass auch Stadt- und Ortsteilzentren die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen. Zudem hieß es im selben Urteil, dass ein zentraler Versorgungsbereich i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB eine integrierte Lage voraussetzt. Dieses Urteil bestätigt ein seitens des Büros Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung seit jeher angewendetes Abgrenzungskriterium zentraler Versorgungsbereiche bzw. Zentren.

Mit der EAGBau 2004 und der Baurechtsnovelle 2007 wurden die Begriffe und Bestimmungen zum zentralen Versorgungsbereich konkretisiert. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 Abs. 6 Nr. 4

¹⁷ Ebd.

¹⁸ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7/07.

¹⁹ "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).

²⁰ BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, Az.: 4 C 1/08.



BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben.

Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebot gemäß § 2 Abs. 2 BauGB nun ausdrücklich auf die 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.

2.2.1.2 Sortimentliste

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 stadtentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt zu schaffen.

Entsprechend ist für die Stadt Ulm abzuleiten, welche Sortimente zentrenrelevant sind. Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentliste (beispielsweise aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg) rechtlich nicht ohne Weiteres zulässig ist.²¹ Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella seit seinem Bestehen (1993) arbeitet.²²

"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ...".²³

Als Grundlage ist dafür die Einzelhandelsstruktur zu analysieren.

2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

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

²¹ 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.

²² Acocella, 2004, a.a.O.

²³ Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.



Durch die Aufstellung eines Flächennutzungsplanes werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen,²⁴ die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

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

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

Mit Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen.²⁵ 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 Stadt, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben

²⁴ Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2001), § 5 Abs. 2 Satz 1.

²⁵ Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



"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.

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. Hierdurch werden 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.²⁶

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 Auseinan-

²⁶ 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.



dersetzungen 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.²⁷ Eine Stadt kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab²⁸ die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 Abs. 3 zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegenstehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten²⁹ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind.³⁰ 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 Umfanges für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten nach § 6 BauNVO können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

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

"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2,4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zu-

²⁷ Kopf, H.: Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin, 2002.

²⁸ BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

²⁹ 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.

³⁰ Birk (1988), a.a.O., S. 284.



lässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt".³¹

"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".³²

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;³³ eine darüber hinausgehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich.³⁴ Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche³⁵ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und Produzierendes Gewerbe³⁶.

2.2.2 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird.³⁷

³¹ BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

³² BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.

³³ 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.

³⁴ Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

³⁵ 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.

³⁶ Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Lose Blattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

³⁷ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.



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

Nach § 9 Abs. 2a BauGB ist ein städtebauliches Entwicklungskonzept i.S. des § 1 Abs. 6 Nr. 11, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder eines Stadtteils enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine für die Aufstellung des Bebauungsplans unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten.³⁸

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 konkreten³⁹ Planvorhabens, erfolgen.

Zur Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung⁴⁰, 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.

³⁸ Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.

³⁹ 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.

⁴⁰ Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



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

In diesem Gutachten werden die entsprechenden Aussagen, bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten, getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die einerseits die Gegebenheiten in Ulm und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs berücksichtigt.

2.2.3 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 Ulm im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB substantiell und umfänglich darzustellen, so dass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Ulm, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Ulm selbst an ihr eigenes Märktekonzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.



3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE

In diesem Kapitel wird auf Grundlage der Ergebnisse der Einzelhandelserhebung die Versorgungssituation in der Stadt Ulm dargestellt und bewertet.

3.1 METHODISCHES VORGEHEN DER EINZELHANDELSERHEBUNG

Für das vorliegende Gutachten wurde das Einzelhandelsangebot in der Stadt Ulm im August 2009 von wissenschaftlichen Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella erfasst. Berücksichtigt wurde dabei nicht nur der Einzelhandel i.e.S., sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger); ferner wurden Tankstellenshops ebenfalls erhoben, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen.⁴¹ Die Erhebung wurde flächendeckend im gesamten Stadtgebiet durchgeführt: Jede einzelne Straße wurde hierfür begangen bzw. durchfahren.⁴²

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

Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden. Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich.

⁴¹ Nicht erfasst wurde hingegen der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.

⁴² Obwohl die Erhebung nach bestem Wissen und Gewissen erfolgte, ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsbetriebe dabei nicht aufgefunden werden konnten. Allerdings ist davon auszugehen, dass auf Grund des großen Einzelhandelsangebotes das Gesamtergebnis hiervon nicht wesentlich beeinflusst würde.



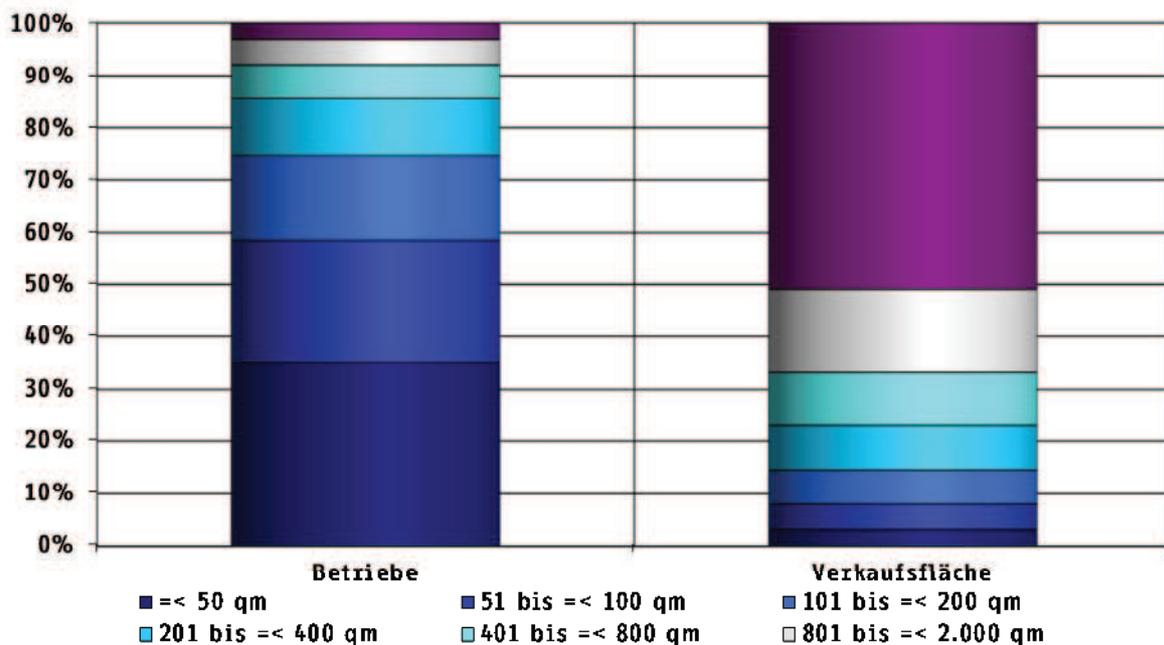
3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT ULM

Im Rahmen der Einzelhandelserhebung des Büros Dr. Acocella wurden in der Stadt Ulm insgesamt 931 Einzelhandelsbetriebe - inkl. Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellenshops erfasst. Auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 336.100 qm erzielten diese einen Umsatz von rd. 1.086,1 Mio. €. ⁴³

3.2.1 Betriebsgrößenklassen im Einzelhandel

Von den 931 Einzelhandelsbetrieben weisen deutlich mehr als die Hälfte (rd. 59%) eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm auf, drei Viertel der festgestellten Betriebe besitzen eine Verkaufsfläche von bis zu 200 qm. Demgegenüber sind rd. 8% der Betriebe in Ulm großflächig, d.h. sie verzeichnen eine Verkaufsfläche von mehr als 800 qm. Dieser auch in Vergleich zu anderen Städten vergleichsweise hohe Anteilswert spiegelt sich auch im Verkaufsflächenanteil wider: Rd. zwei Drittel der Verkaufsfläche entfallen auf großflächige Einzelhandelsbetriebe. Der entsprechende Anteil der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 200 qm, die häufig inhabergeführt sind und somit zu einer stadtspezifischen Vielfalt beitragen, beträgt rd. 15%.

Abb. 1: Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; eigene Berechnungen

⁴³ Der Umsatz wurde auf Grundlage sortiments-, betreiber- sowie betriebsformenspezifischer Flächenleistungen, z.B. des IfH oder EHI, unter Berücksichtigung örtlicher Korrekturfaktoren berechnet.



3.2.2 Vergleich der Entwicklung des Einzelhandels in Ulm mit bundesweiten Trends

Der Vergleich des aktuellen Einzelhandelsangebotes in der Stadt Ulm - ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen - mit demjenigen der letzten bundeseinheitlich durchgeführten Handels- und Gaststättenzählung aus dem Jahr 1993⁴⁴ zeigt im Vergleich zu anderen Städten/ Gemeinden ein typisches Bild (vgl. Tab. 1). Analog zum bundesweiten Trend sind die Verkaufsflächen im Verhältnis zu den Betriebszahlen und zum Umsatz in Ulm überproportional gewachsen. Diesbezüglich ist für Ulm ein sehr deutlicher Anstieg der Verkaufsfläche - nahezu eine Verdoppelung - zu verzeichnen. Die Ursache hierfür liegt u.a. in zahlreichen zwischenzeitlich erfolgten Ansiedlungen bzw. signifikanten Erweiterungen von großen Einzelhandelsbetrieben im Bereich der Blaubeurer Straße.

Tab. 1: Vergleich des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Ulm mit den Ergebnissen der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) aus dem Jahre 1993

	2010 ¹⁾	HGZ 1993	Änderung
Betriebe	799	627	27%
Verkaufsfläche in qm ²⁾	329.950	170.700	93%
Umsatz in Mio. €	1.041,3	719,9	45%

¹⁾: ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen

²⁾: Werte auf 25 qm gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Dem bundesweiten Trend ebenfalls entsprechend ist der Umsatz je qm Verkaufsfläche gesunken. Dieser Rückgang der durchschnittlichen Flächenleistung, der teilweise auch auf die Ansiedlung von großen Betrieben mit vergleichsweise geringen Flächenleistungen bedingt ist, drückt u.a. den erheblichen betriebswirtschaftlichen Druck im Handelsbereich aus.

3.2.3 Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Bindungsquoten

Das gesamte Einzelhandelsangebot sowie das Nachfragepotenzial in der Stadt Ulm - Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraft und Bindungsquoten - ist, nach Sortimenten differenziert, in Tab. 2 darstellt.

⁴⁴ Vgl. HGZ 1993: Aktuellste bundeseinheitlich durchgeführte Handels- und Gaststättenzählung.



Tab. 2: Einzelhandelsangebot in der Stadt Ulm

Sortimente	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	48.650	225,9	225,0	100%
Lebensmittelhandwerk	4.700	38,5	34,1	113%
Drogerie/ Parfümerie	11.725	38,1	30,6	124%
Apotheke	2.800	73,1	59,7	122%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	3.750	14,4	11,2	128%
Blumen/ Zoo	4.300	11,6	13,1	88%
kurzfristiger Bedarf	75.900	401,6	373,7	107%
Bekleidung und Zubehör	81.425	252,8	62,3	406%
Schuhe, Lederwaren	12.875	33,5	14,1	239%
Sport/ Freizeit	14.250	32,8	10,5	314%
Bücher	12.500	31,2	13,9	225%
Spielwaren, Babyausstattung	7.100	20,1	13,4	150%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	10.700	14,8	8,7	169%
Haus-/ Heimtextilien	7.150	16,2	8,5	189%
mittelfristiger Bedarf	146.000	401,3	131,4	305%
Uhren/ Schmuck	3.450	19,1	6,5	297%
Foto/ Optik und Zubehör	5.175	27,6	11,2	247%
Medien	9.025	64,9	36,7	177%
Elektro/ Leuchten	8.675	25,4	17,2	147%
Teppiche, Bodenbeläge	5.600	9,1	4,2	218%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	40.275	72,8	46,3	157%
Möbel/ Antiquitäten	36.750	32,8	35,3	93%
Sonstiges	5.250	31,5	24,6	128%
langfristiger Bedarf	114.200	283,3	181,8	156%
Summe	336.100	1.086,2	687,0	158%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 43%) entfällt auf den mittelfristigen Bedarfsbereich, wobei hier wiederum das größte Angebot auf das innenstadtprägende Sortiment Bekleidung und Zubehör entfällt. Rd. ein Drittel der Verkaufsfläche ist dem langfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen. Die größten Verkaufsflächen sind - bedingt v.a. durch große Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment - bei den bau-



markt- und gartencenterspezifischen Sortimenten und im Sortiment Möbel/ Antiquitäten zu verzeichnen. Der kurzfristige Bedarfsbereich umfasst gut ein Fünftel der Gesamtverkaufsfläche, wobei jedoch - bezogen auf alle Sortimente - auf das für die Nahversorgung besonders wesentliche Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel die zweitgrößte Verkaufsfläche entfällt.

Auf Grund der überdurchschnittlichen Produktivität des Sortiments Nahrungs-/ Genussmittel liegt dessen Anteil am Gesamtumsatz bei gut 20% und damit nur geringfügig hinter demjenigen des verkaufsflächenstärksten Sortiments Bekleidung und Zubehör. Vergleichsweise hohe absolute und relative Umsätze verzeichnen weiterhin die Sortimente Apotheke und Medien, die ebenfalls eine hohe Flächenproduktivität aufweisen, sowie die baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimente bei jedoch geringer Flächenleistung.

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

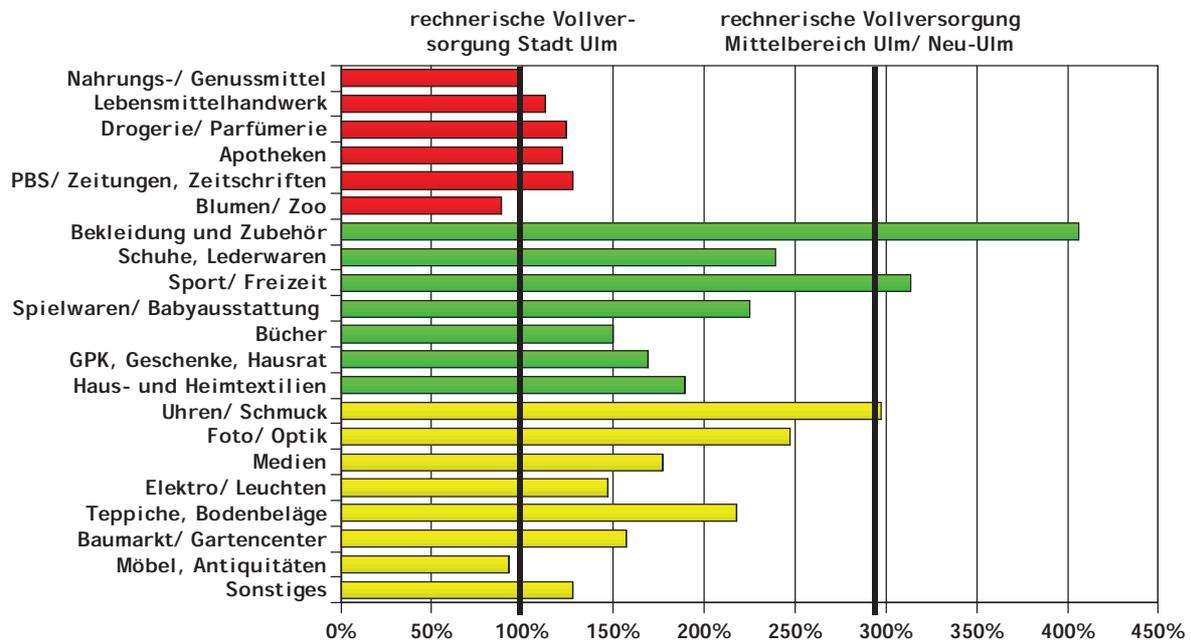
Die in Tab. 1 und in Abb. 2 dargestellten Bindungsquoten zeigen, dass der gesamtstädtische Einzelhandel eine (über-)regionale Versorgungsfunktion wahrnimmt. Die Gesamtbindungsquote des Ulmer Einzelhandels beträgt rd. 158%. D.h., dass rechnerisch über alle Sortimente hinweg betrachtet neben der Bevölkerung der Stadt Ulm selbst noch rd. 70.000 Einwohner aus dem Umland versorgt werden.

In den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (in Abb. 2 grün dargestellt) und in den meisten Sortimenten des langfristigen Bedarfsbereichs (in Abb. 2 gelb dargestellt) sind Bindungsquoten von 150% und (tlw. deutlich) mehr zu verzeichnen: Per Saldo liegt demnach ein erheblicher Kaufkraftzufluss vor. Der höchste Wert wird dabei im Sortiment Bekleidung und Zubehör, dem innerstädtischen Leitsegment, erzielt. In diesem Sortiment sowie in den Sortimenten Sport/ Freizeit



und Uhren/ Schmuck liegt der Umsatz des Ulmer Einzelhandels über bzw. im Bereich der Kaufkraft des Mittelbereichs Ulm/ Neu-Ulm⁴⁵.

Abb. 2: Bindungsquoten in der Stadt Ulm nach Sortimenten



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

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Per Saldo Kaufkraftabflüsse - jedoch in einem vergleichsweise geringen Umfang - sind in den Sortimenten Blumen/ Zoo und Möbel/ Antiquitäten zu konstatieren. Im Sortiment Blumen/ Zoo kann dies u.a. auf entsprechende Angebote von (Woche-)Märkten oder auch von Gärtnereien, die als landwirtschaftliche Produktionsbetriebe nicht berücksichtigt wurden, zurückgeführt werden. Im Sortiment Möbel/ Antiquitäten ist hingegen das sehr große Angebot im unmittelbaren Umfeld der Stadt Ulm zu berücksichtigen.

Eine rechnerische Vollversorgung, d.h. eine Bindungsquote von 100%, liegt weiterhin im für die Nahversorgung besonders wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel vor. In den weiteren Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs (in

⁴⁵ Die Einwohnerzahl des Mittelbereichs Ulm/ Neu-Ulm - vgl. auch LEP Baden-Württemberg 2002, Karte 2 und LEP Bayern 2006, Karte Mittelbereiche - beträgt in etwa knapp das Dreifache der Einwohnerzahl der Stadt Ulm selbst. Bei einer Bindungsquote von annähernd 300% in einem Sortiment entspricht damit der Umsatz des Ulmer Einzelhandels in diesem Sortiment der sortimentsbezogenen Kaufkraft des Mittelbereichs insgesamt, d.h. es liegt damit eine rechnerische Vollversorgung des Mittelbereichs durch den Ulmer Einzelhandel vor.



Abb. 2 grün dargestellt), in denen jede Kommune eine Eigenversorgung erzielen sollte, sind - mit Ausnahme von Blumen/ Zoo - Bindungsquoten von mehr als 100% zu verzeichnen.

3.2.4 Einzugsgebiet

Auf Grundlage von Expertengesprächen mit den Trägern öffentlicher Belange und den Geschäftsführern von in Ulm angesiedelten Schlüsselbetrieben wurde ein Einzugsgebiet für den gesamten Ulmer Einzelhandel abgesteckt. Zu berücksichtigen ist, dass sich in einzelnen Sortimenten/ Branchen das Einzugsgebiet anders darstellt:

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich erstreckt sich das Einzugsgebiet räumlich nur in einem vergleichsweise geringen Maße auf das Umland von Ulm. Die Sortimente, insbesondere Nahrungs-/ Genussmittel, aber auch Drogeriewaren, Blumen, etc. werden i.d.R. in der Wohnortkommune selbst oder in deren nächsten Umfeld gekauft.
- In den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs hängt das Einzugsgebiet einer Stadt neben dem eigenen Angebot - Größe und Struktur - in hohem Maße von dem in seinem Umfeld zu verzeichnenden Wettbewerbs-/ Konkurrenzangeboten ab. Bezüglich des Ulmer Einzelhandels ist für das Sortiment Möbel/ Antiquitäten ein großes Konkurrenzangebot im nahegelegenen Umland festzustellen, dass sich auch in einer niedrigen Bindungsquote von weniger als 100% widerspiegelt (vgl. Kap. 3.2.3) und sich auf das sortimentsbezogene Einzugsgebiet auswirkt.
- Des Weiteren ist davon auszugehen, dass das Einzugsgebiet in einzelnen Sortimenten/ Branchen auch vom Preisniveau abhängt. Insbesondere sehr hochpreisige Angebote sind in gewissem Umfang und räumlicher Konzentration nur in wenigen Städten Deutschlands vorzufinden. In Bezug auf Ulm sind dies v.a. München sowie Stuttgart. In Ulm selbst ist dieses Angebot - in Abhängigkeit des Sortiments - demgegenüber nur schwach ausgeprägt bzw. nicht vorhanden.

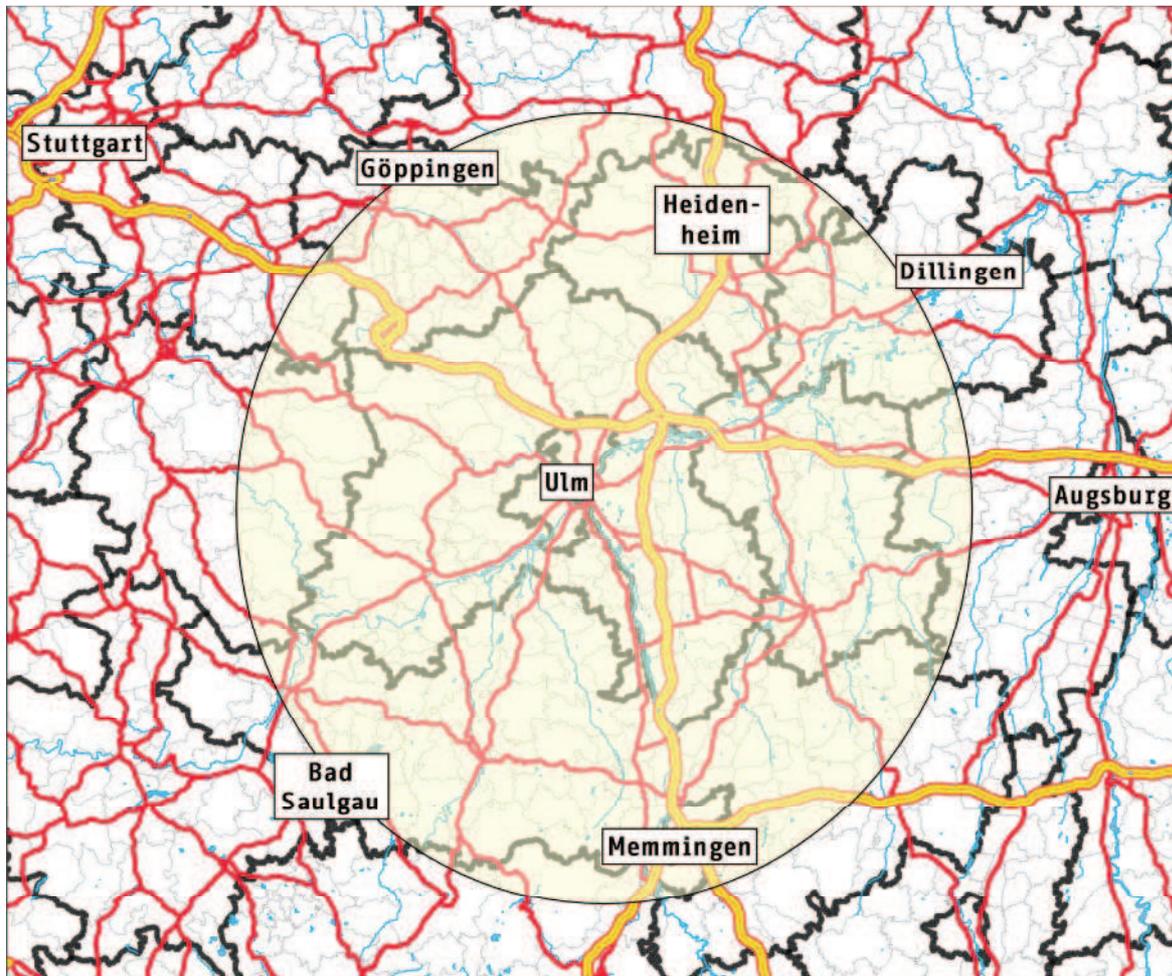
Das Einzugsgebiet des Ulmer Einzelhandels insgesamt erstreckt sich nach Norden in etwa bis Göppingen, Heidenheim und Dillingen. Im Süden endet es ca. im Bereich der beiden Städte Memmingen und Bad Saulgau. Mit Ulm vergleichbare bzw. größere Einkaufsstädte sind hier jeweils auch in deutlicher Entfernung nicht zu verzeichnen.



Demgegenüber befindet sich westlich von Ulm mit der Landeshauptstadt Stuttgart ein Einzelhandelsstandort mit erheblicher Konkurrenzsituation zu Ulm. Auf Grund der topographischen und infrastrukturellen Verhältnisse kann jedoch davon ausgegangen werden, dass das Einzugsgebiet des Ulmer Einzelhandels im Westen im Wesentlichen durch die räumliche/ zeitliche Entfernung nach Ulm bzw. Stuttgart bestimmt wird. Damit ist die Grenze des Ulmer Einzugsgebietes auf die Mitte der Distanz nach Stuttgart anzusetzen.

Nach Osten hin wird das Einzugsgebiet des Ulmer Einzelhandels v.a. durch das in jeder Hinsicht vielfältige Einzelhandelsangebot von München, der bayerischen Landeshauptstadt, sowie - jedoch in einem geringeren Maße - durch das Einzelhandelsangebot von Augsburg begrenzt.

Karte 1: Tendenzielles Einzugsgebiet der Stadt Ulm



Quelle: Expertengespräche mit TÖBs und Ulmer Schlüsselbetrieben August 2010; eigene Berechnungen



Insgesamt betrachtet stellt sich das Einzugsgebiet von Ulm ellipsenförmig dar. Dabei ist die Reichweite in Richtung Norden bzw. Süden auf Grund fehlender vergleichbarer Konkurrenzstandorte größer als nach Westen bzw. Osten, wo sich beiden Landeshauptstädte Stuttgart und München befinden.

3.2.5 Fazit

Die Stadt Ulm verfügt über ein vor allem nach Norden und Süden hin weit ausge dehntes Einzugsgebiet. Die vor allem in den zentrenprägenden Sortimenten Bekleidung und Zubehör, Schuhe, Lederwaren, Sport/ Freizeit sehr hohen Bindungsquoten belegen die oberzentrale Versorgungsfunktion des Ulmer Einzelhandels. Die ebenfalls sehr hohe Bindungsquote im Sortiment Uhren/ Schmuck unterstreicht diese Zentralität nochmals.

Auch in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind überwiegend per Saldo Kaufkraftzuflüsse - wenn auch in einem deutlich geringeren Maße - festzustellen. Im für die Nahversorgung besonderes bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt bei einer Bindungsquote von 100% eine rechnerische Vollversorgung vor.

Geprägt wird das Einzelhandelsangebot der Stadt Ulm in einem hohen Maße durch zahlreiche großflächige Einzelhandelsbetriebe, wenngleich - wie in anderen Städten auch - der deutlich überwiegende Anteil der Einzelhandelsbetriebe eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm aufweist. Der bestehende Mix aus i.d.R. filialisierten, größeren/ großen Einzelhandelsbetrieben mit entsprechender Frequenzbringer-/ Magnetbetriebsfunktion und oftmals inhabergeführten kleinen/ kleineren Geschäften mit einem teilweise individuellen Angebot trägt dabei zur hohen Einkaufsattraktivität der Gesamtstadt Ulm bei.



4. ABGRENZUNG UND STRUKTUR ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist durch die Baurechtsnovellen der vergangenen Jahre stärker in den Fokus der Stadtentwicklungsplanung gerückt und stellt einen wichtigen formalen Teil des Gutachtens zum Märktekonzept für die Stadt Ulm dar.⁴⁶ Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus den in Kap. 2.2.1.1 auszugsweise zitierten Urteilen des BVerwG aus den Jahren 2007 und 2009. Welche Bereiche im Allgemeinen und bezogen auf die Stadt Ulm unter die Kategorie zentrale Versorgungsbereiche 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 zentralen Versorgungsbereiche nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella mit mittlerweile über 25.000 befragten Passanten in verschiedenen Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes Motiv für den Besuch einer Innenstadt bzw. eines Orts-/Stadtteilzentrums genannt werden. Beides unterstreicht die Bedeutung des Einzelhandels für einen funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereich.

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches mit entsprechendem Funktionsmix und städtebaulichen Qualitäten stellt die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Stadt dar, mit der verschiedene Aspekte des Bau- und Planungsrechtes zusammenhängen. Es muss dabei eindeutig geklärt sein, welche Bereiche einer Stadt als zentrale Versorgungsbereiche anzusehen sind, damit geprüft werden kann, in welcher Weise diese geschützt bzw. weiterentwickelt werden sollen und können.

Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Wichtigstes Kriterium für einen zentralen Versorgungsbereich ist seine integrierte Lage. Die Notwendigkeit einer integrierten Lage wurde auch seitens des BVerwG in

⁴⁶ Vgl. insbesondere §§ 1 (6) 11, 9 (2a) und (3) BauGB.



einem Urteil aus dem Jahre 2009 festgestellt (vgl. Kap. 2.2.1.1). Integrierte Lage bedeutet in diesem Zusammenhang, dass ein zentraler Versorgungsbereich städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die Nähe zur Wohnbebauung aufweisen muss, so dass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - gegeben ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz, bestmöglich auch an ein Fahrradwegenetz, gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere am Bestand an Einzelhandelsbetrieben. Obgleich wie o.g. der Einzelhandel die Leitfunktion für einen zentralen Versorgungsbereich 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 zentralen Versorgungsbereich ebenfalls von erheblicher Bedeutung. Neben einzelhandelsnahen Ladendienstleistungsbetrieben (z.B. Reinigung, Frisör, Änderungsschneiderei, Reisebüro) gehören hierzu Bankdienstleistungen und Postagenturen/ -filialen, medizinische Dienstleistungen (z.B. Allgemein- und Fachärzte, Physiotherapeuten) und öffentliche Einrichtungen mit gleichsam publikumsorientierter Wirkung (v.a. Bildungs-, Verwaltungs- und Kultureinrichtungen). Relevant für die Vielfältigkeit und Lebendigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches sind zudem Gastronomie- und auch Beherbergungsbetriebe. Bürodienstleistungen (Anwälte, Steuerberater, Versicherungsagenturen etc.) und sonstige Dienstleistungsangebote sind auf Grund ihrer relativ geringen Publikumsorientierung weniger von Bedeutung, können aber die funktionale Vielfalt abrunden und sind bei entsprechender Anzahl und Vielfalt zudem i.d.R. Anzeichen für eine höhere zentralörtliche und/ oder spezielle (Versorgungs-)Funktion.

Eine weitere wesentliche Voraussetzung für einen zentralen Versorgungsbereich ist eine räumlich-funktionale Konzentration an Versorgungsangeboten, d.h. eine entsprechende Dichte und Kompaktheit, die im Zusammenhang erkennbar sein muss. Die räumliche Abgrenzung an den Rändern zentraler Versorgungsbereiche erfolgt dort, wo funktionale Brüche infolge anderer baulicher Nutzungen wie zusammenhän-



gender Wohnbebauung oder nicht publikumsorientierter Nutzungen (Büro/ Gewerbe/ Industrie) auftreten bzw. wo eine deutlich geringere funktionale Dichte an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben als im Kern des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches zu verzeichnen ist.

Neben funktionalen Kriterien müssen weiterhin zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten/ Zäsuren berücksichtigt werden, um eine im Zusammenhang erkennbare Agglomeration mit den Funktionen Versorgen, Einkaufen und Dienstleistungen zu identifizieren. Städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren sind:

- infrastrukturelle Barrieren (z.B. Straßen, Bahntrassen),
- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer, Topografie, Grünzüge),
- bauliche Barrieren (z.B. Mauern und Einfriedungen, Gebäude),
- 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 die Attraktivität und damit das Aufsuchen eines zentralen Versorgungsbereiches, aber auch für das Verweilen und letztlich für eine entsprechende Passantenfrequenz. Für das Funktionieren einer Einzelhandelslage stellt diese eine unverzichtbare Voraussetzung dar.

Die städtebaulich-funktionale Situation des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt von Ulm wird anhand einer Stärken-Schwächen-Analyse im Rahmen einer Fotodokumentation dargestellt (vgl. Kap. 4.2.1.4). Bei den weiteren in Ulm zu verzeichnenden zentralen Versorgungsbereichen werden diesbezüglich die wesentlichen Punkte aufgeführt (vgl. Kap. 4.2.2). Als Kriterien, insbesondere der Stärken-Schwächen-Analyse der Innenstadt, dienen dabei nicht nur die Belange des Einzelhandels und des Städtebaus. Es werden hier zudem die funktionsbezogene Aufenthaltsqualität sowie der zentrale Versorgungsbereich als Wohn-, Arbeits-, Tourismus- und Kulturstandort bewertet.

Die Stärken-Schwächen-Analyse der Innenstadt bzw. die Kurzdarstellung der wesentlichen diesbezüglichen Aspekte für die weiteren zentralen Versorgungsbereiche



bildet einen wichtigen Aspekt für die Identifizierung räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel (vgl. Kap. 10.1 f.).

4.2 RÄUMLICH-FUNKTIONALE GLIEDERUNG DER STADT

Vor dem Hintergrund der im vorangegangenen Kapitel benannten Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche müssen zunächst die Bereiche identifiziert werden, in denen eine entsprechende Besatzdichte an Einzelhandelsbetrieben vorherrscht.

Neben der Innenstadt Ulm⁴⁷ erfüllen weitere zehn Bereiche die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 4.2.2). Weiterhin ist der Standort Blaubeurer Straße als eine ausgeprägte Einzelhandelskonzentration, die u.a. das Blautalcenter umfasst, zu verzeichnen (vgl. Kap. 4.2.2.11).

4.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ulm

4.2.1.1 Räumlich-funktionale Struktur des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm

Als wesentliches Kriterium zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche wird in den folgenden Karten die räumliche Verteilung der ermittelten Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt von Ulm und deren Umfeld dargestellt und hinsichtlich der Besatzdichte erörtert.

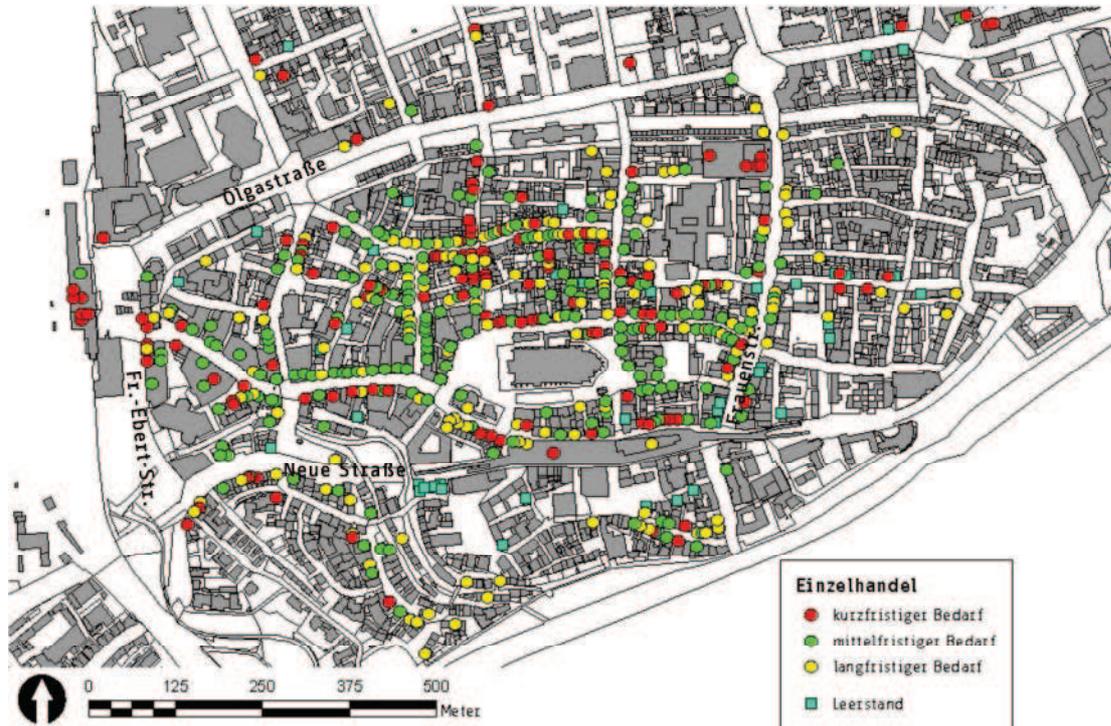
In Karte 2 wird eine Konzentration der Einzelhandelsbetriebe im Bereich um das Münster, in der Bahnhofstraße/ Hirschstraße, im Bereich Herrenkellergasse und in der Hafengasse sichtbar. Typisch für Innenstädte ist die Dominanz von Angeboten im mittelfristigen Bedarfsbereich (u.a. Bekleidung), die auch in der Ulmer Innenstadt ablesbar ist (grüne Punkte).

Im Unterschied zum Einzelhandelsangebot ist im Hinblick auf das Dienstleistungsangebot keine eindeutige Konzentration auf bestimmte Straßenzüge erkennbar. So sind auch östlich der Frauenstraße und südlich der Neue Straße relativ viele Dienstleistungsbetriebe zu finden, wogegen Einzelhandelsbetriebe hier nur noch vereinzelt auftreten.

⁴⁷ Im Folgenden werden die Begriffe "zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ulm" und "Innenstadt Ulm" synonym verwendet.

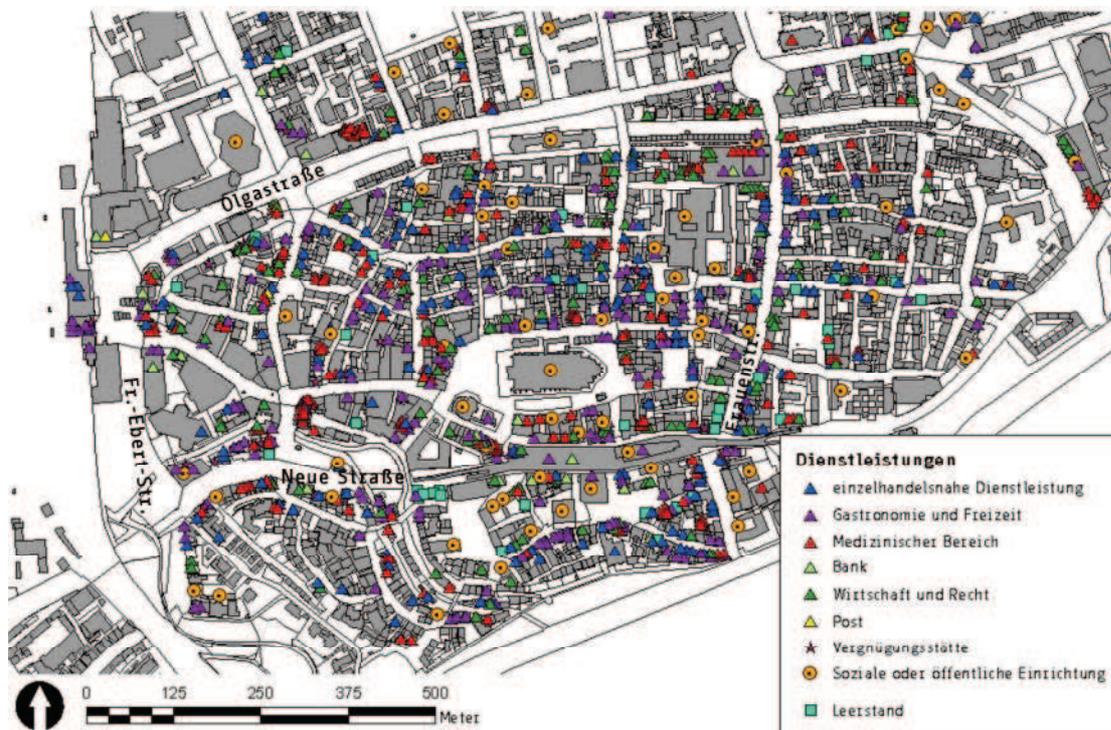


Karte 2: Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Ulm und angrenzenden Bereichen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Karte 3: Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Ulm und angrenzenden Bereichen

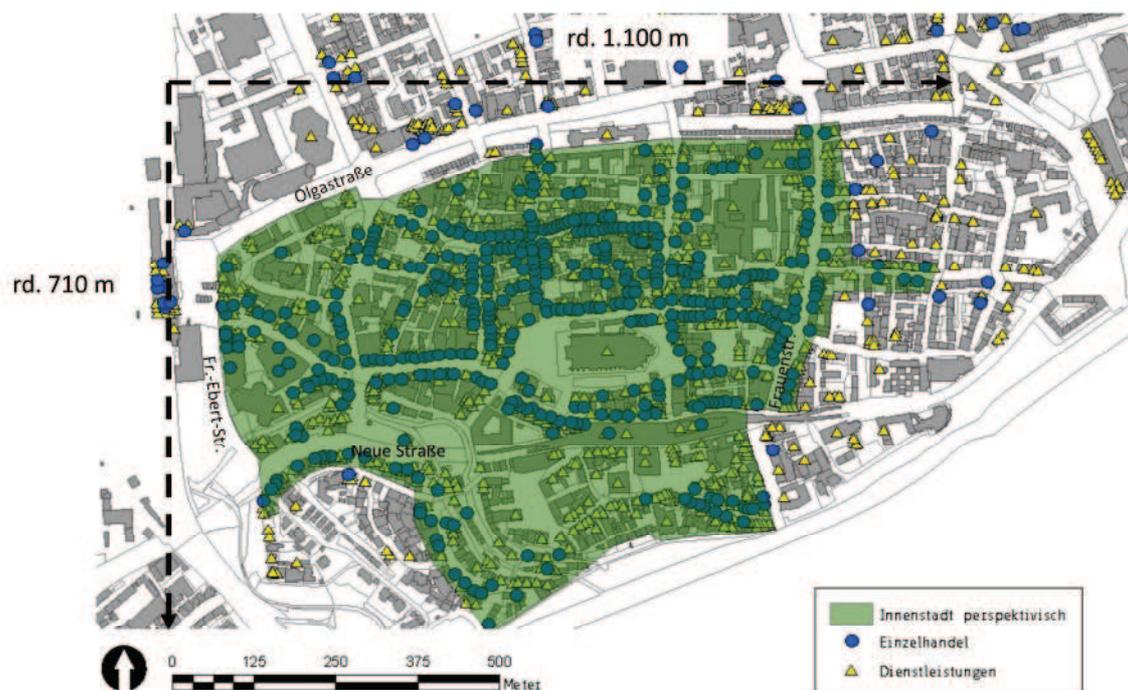


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010, Kartengrundlage: Stadt Ulm

4.2.1.2 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm

Anhand der in Kap. 4.1 dargelegten Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, insbesondere Dichte des Einzelhandelsbesatzes und städtebaulich-verkehrliche Zäsuren, wurde der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm abgegrenzt.

Karte 4: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Im Norden bilden die stark befahrene Olgastraße und die Stadtmauer die Grenze des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm.

Im Westen stellt die Friedrich-Ebert-Straße eine klare Zäsur dar und im Süden reicht der zentrale Versorgungsbereich bis an die historische Stadtmauer bzw. die Donau. Das Fischerviertel wird dabei vor allem auf Grund seiner touristischen, kulturellen und städtebaulichen Bedeutung in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Über die Schwörhausgasse und die Umgestaltung der Neuen Straße im Bereich Marktplatz bestehen attraktive Fußwegeverbindungen in diesen südlichen Innenstadtbereich.



Im Hinblick auf die geplante Umgestaltung der Neuen Straße wurde der südliche Teil der Neuen Straße zwischen Friedrich-Ebert-Straße und Gerbergasse trotz der gegenwärtig noch bestehenden erheblichen Trennwirkung des Straßenraumes dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.

D

Der östliche innerstädtische Bereich zwischen Frauenstraße und Münchner Straße ist überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt und wird deshalb nicht mehr dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm zugeordnet. Die Frauenstraße ist angesichts ihres beidseitigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches.

4.2.1.3 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm befinden sich 458 der insgesamt 931 Einzelhandelsbetriebe der Stadt Ulm. Während somit annähernd die Hälfte der Betriebe innerhalb der Innenstadt Ulm angesiedelt ist, beträgt der Verkaufsflächenanteil rd. 37%. Dieser unterdurchschnittliche Anteil ist darauf zurückzuführen, dass rd. zwei Drittel der Betriebe der Innenstadt Ulm eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm aufweisen (Gesamtstadt annähernd 60%), während nur rd. 4% der Betriebe großflächig sind (Gesamtstadt rd. 8%). Dennoch entfällt auch in der Innenstadt Ulm mit annähernd 60% der höchste Verkaufsflächenanteil auf großflächige Betriebe. Der deutlich überwiegende Teil der großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Innenstadt Ulm befindet sich im westlichen Bereich in der Bahnhof- bzw. der Hirschstraße, in den sonstigen Teilbereichen sind nur wenige derartige Betriebe zu verzeichnen. Der Angebotsschwerpunkt liegt meist im Sortiment Bekleidung und Zubehör, dem im Allgemeinen eine besondere Innenstadtrelevanz zukommt sowie in den Sortimenten Sport/ Freizeit, Bücher und Drogerie/ Parfümerie.

Der Umsatzanteil der Innenstadt Ulm liegt auf Grund der sortimentsbezogenen überdurchschnittlichen Produktivität bei rd. 39%. In Tab. 3 ist das Einzelhandelsangebot des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm- nach Sortimenten differenziert dargestellt.



Tab. 3: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm

Sortimente	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel,	5.750	27,0
Lebensmittelhandwerk	1.425	11,0
Drogerie/ Parfümerie	4.400	16,8
Apotheke	700	23,0
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	1.250	3,9
Blumen/ Zoo	575	1,8
kurzfristiger Bedarf	14.100	83,4
Bekleidung und Zubehör	58.900	190,9
Schuhe, Lederwaren	7.750	21,6
Sport/ Freizeit	7.275	16,9
Spielwaren, Babyausstattung	5.925	14,4
Bücher	5.275	15,3
GPK, Geschenke, Hausrat	6.025	8,0
Haus-/ Heimtextilien	2.025	4,6
mittelfristiger Bedarf	93.200	271,7
Uhren/ Schmuck	2.375	14,8
Foto/ Optik	3.250	19,0
Medien	3.300	20,2
Elektro/ Leuchten	875	3,0
Teppiche, Bodenbeläge	700	1,2
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	1.600	2,9
Möbel/ Antiquitäten	2.600	2,6
Sonstiges	1.350	5,0
langfristiger Bedarf	16.075	68,7
Summe	123.375	423,8

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

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Differenziert betrachtet überwiegt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm in hohem Maße das Angebot des mittelfristigen Bedarfsbereichs: Gut drei Viertel der Verkaufsfläche bzw. annähernd zwei Drittel des Umsatzes entfallen auf die entsprechenden Sortimente. Das mit Abstand höchste Angebot verzeichnet dabei das Sortiment Bekleidung und Zubehör. Aber auch in den meisten anderen Sortimenten ist bezogen auf die Verkaufsfläche jeweils ein Angebot zu konstatieren, welches sonst nur noch im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel erreicht wird.



Das Angebot in diesem Sortiment wird überwiegend durch Fachgeschäfte mit eher kleinen Verkaufsflächen vorgehalten, großflächig ist allein der im Warenhaus angesiedelte Lebensmittelbereich. Insgesamt beträgt der Verkaufsflächenanteil des kurzfristigen Bedarfsbereiches nur rd. 11%, der Umsatzanteil auf Grund der überdurchschnittlich hohen Produktivität z.B. des Lebensmittelhandwerks und der Apotheken rd. 20%.

Der Verkaufsflächenanteil des langfristigen Bedarfsbereiches liegt bei rd. 13%. Verkaufsflächen- und umsatzbezogen sind die größten Anteile bei den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik und Medien zu verzeichnen, während z.B. im Sortiment Elektro/ Leuchten auf Grund des Fehlens eines großen Elektrofachmarktes in der Innenstadt Ulm nur ein relativ geringes Angebot besteht.

"Unechte Bindungsquote"

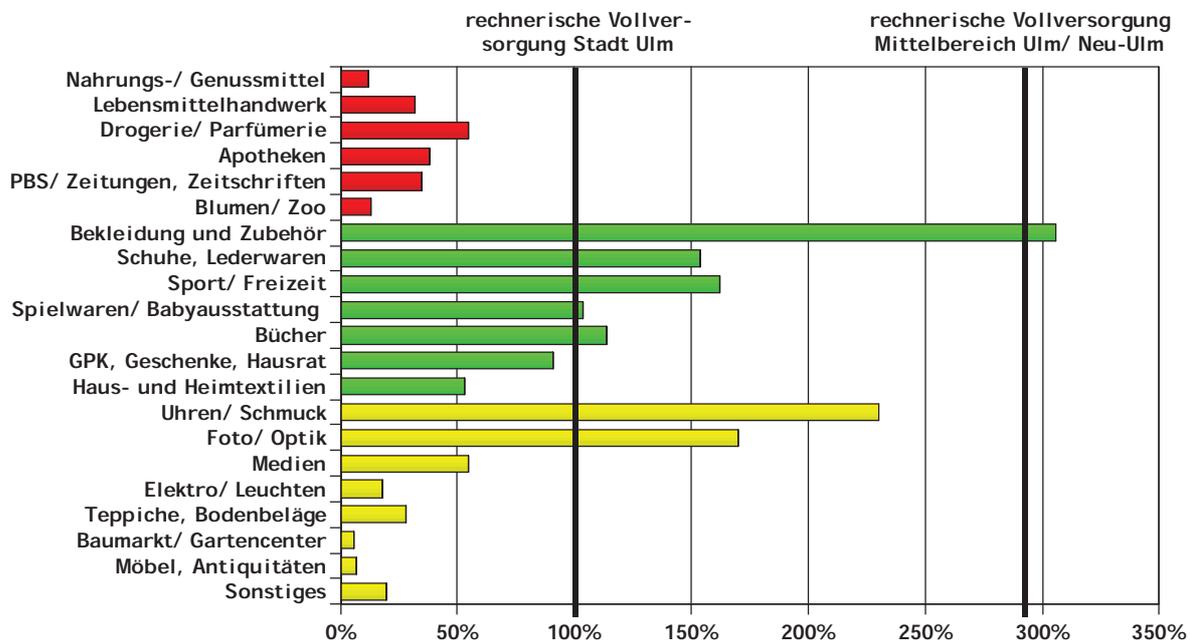
In Kap. 3.2.3 wurde bereits festgestellt, dass die Stadt Ulm bei einer Gesamtbindungsquote von rd. 158% per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse verzeichnet und ihre oberzentrale Funktion in nahezu allen Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches in einem hohen bis sehr hohen Umfang wahrnimmt. Die Beurteilung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm erfolgt mittels "unechter Bindungsquoten".

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

Im kurzfristigen Bedarfsbereich (rote Balken in der Abb. 3) sind die "unechten Bindungsquoten" wenig aussagekräftig: Hier kommt dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm keine gesamtstädtische Versorgungsfunktion zu, da die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches wohnungsnah und damit vor Ort in den einzelnen Wohnsiedlungsbereichen angeboten werden sollten. Demnach sollen insbesondere die Einwohner des Stadtteils Mitte mit den im zentralen Versorgungsbereich angesiedelten Angeboten des kurzfristigen Bedarfsbereiches versorgt werden. Da der Bevölkerungsanteil des Stadtteils Mitte bei rd. 12% und die unechte Bindungsquote in den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs rd. 12% (Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel) oder mehr beträgt, liegt bezogen auf die Stadtteilbevölkerung

eine rechnerische Vollversorgung bzw. in den meisten Sortimenten per Saldo ein meist erheblicher Kaufkraftzufluss vor.⁴⁸

Abb. 3: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ulm



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Bedeutsam für die Bewertung des zentralen Versorgungsbereiches sind jedoch die (üblicherweise) zentrenrelevanten Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches. Diesbezüglich ist festzustellen, dass mit Ausnahme der (üblicherweise) zentrenrelevanten Sortimente GPK/ Geschenke/ Hausrat, Haus- und Heimtextilien sowie Medien die Innenstadt Ulm unechte Bindungsquoten von mehr als 100% erzielt. Dies bedeutet, dass per Saldo der Innenstadt Kaufkraft von außerhalb der Stadt Ulm zufließt. Die Einzelhandelsbetriebe der Innenstadt Ulm besitzen somit rein rechnerisch eine Attraktivität und Ausstrahlung, die über das Stadtgebiet hinausreicht. In einem besonders hohen Maße wird die (oberzentrale) Versorgungsfunktion der Innenstadt Ulm im Sortiment Bekleidung und Zubehör wahrgenommen. Aber auch in den Sortimenten Schuhe, Lederwaren, Sport/ Freizeit, Uhren/ Schmuck und Foto/ Optik versorgt die Innenstadt von Ulm rechnerisch neben der eigenen Bevölkerung nochmals rd. 65.000 bis rd. 170.000 Einwohner aus dem Einzugsgebiet. Zu berücksichtigen ist dennoch, dass vor allem in den Sortimenten des mittelfristigen

⁴⁸ Dabei sei an dieser Stelle nochmals angemerkt, dass das Angebot des Stadtteils Mitte im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel überwiegend durch Fachgeschäfte besteht, die nicht oder nur bedingt für die Deckung des täglichen Bedarfs geeignet sind.



Bedarfsbereiches sowie im Sortiment Medien ein hoher bis sehr hoher Anteil der Bindungsquote an nicht integrierten Einzelhandelsstandorten, insbesondere durch den Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße, erzielt wird (vgl. Kap. 4.2.2.11).

Nur eine eingeschränkte Versorgung nimmt der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten Teppiche, Bodenbeläge, Möbel/ Antiquitäten sowie in den ebenfalls nicht zentrenrelevanten baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimenten wahr. Auf Grund der hohen Flächenansprüche von Betrieben mit entsprechendem Kernsortiment bei gleichzeitig geringer Produktivität und der teilweisen Erforderlichkeit eines Pkws zum Transport kommt der Innenstadt Ulm hier jedoch keine entsprechende Funktion zu. Demgegenüber ist, bezogen auf die Kernsortimente eines Elektrofachmarktes, Medien und Elektro/ Leuchten, eine sehr geringe Versorgungsfunktion durch die Innenstadt Ulm zu konstatieren - wobei das Teilsortiment Beleuchtungskörper/ Lampen des Sortiments Elektro/ Leuchten häufig nicht zentrenrelevant eingestuft wird.

4.2.1.4 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm

Die besondere Ausstrahlung der Ulmer Innenstadt ergibt sich vor allem aus dem Zusammenspiel von vielfältigen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Kulturangeboten mit z.T. herausragender Qualität, einem historisch geprägten und gut vernetzten städtebaulichen Gesamtensemble und architektonischen Highlights. Charakteristisch für die Ulmer Innenstadt sind die räumliche Nähe von Filialisten in der Hirschstraße und Fachgeschäften in der Herrenkellergasse, das Nebeneinander von Münster und modernem Stadthaus, historischem Rathaus und moderner Bibliothekspyramide, die Kunsthalle, die Lage an der Donau und das Fischerviertel.

Neben all den Qualitäten gibt es im zentralen Versorgungsbereich auch Teilbereiche (u.a. Sedelhof-Areal, Bahnhofsbereich), die einen Entwicklungsbedarf aufweisen. Als Basis für die gutachtlichen Empfehlungen zur künftigen räumlichen Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm werden nachfolgend die Stärken und Schwächen der Ulmer Innenstadt mit Fotos dokumentiert und unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet. Die Ausführungen beziehen sich auf die zum Zeitpunkt der Begehung im Januar 2011 vorgefundene Situation.

Stärken - funktional

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm weist ein umfassendes und vielfältiges Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen und Preissegmenten auf. Der Anteil hochwertiger Angebote ist vergleichsweise hoch.
- In der Hirschstraße/ Bahnhofstraße konzentrieren sich großflächige Betriebe mit wichtiger Magnetfunktion und eine Vielzahl an Filialisten.

Foto 1: Hirschstraße



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

Foto 2: Bahnhofstraße



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

- Auffällig für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm sind die vielen individuellen Fachgeschäfte in den Seitenstraßen, insbesondere in der Herrenkellergasse. Diese sind teilweise durch eine kreative und moderne Ladengestaltung bzw. Warenpräsentation geprägt und tragen wesentlich zum besonderen Einkaufserlebnis in der Innenstadt bei.
- Die Nahversorgungsfunktion wird durch zwei Lebensmitteldiscounter, einen kleinen Supermarkt, eine große Lebensmittelabteilung im Kaufhaus, einen modernen Bio-Supermarkt, Feinkost- und Biogeschäfte, kleine Lebensmittelgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks wahrgenommen.



Foto 3: Hafengasse



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

Foto 4: Herrenkellergasse



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

- Neben seiner Bedeutung für die Nahversorgung trägt der Wochenmarkt auf dem Münsterplatz als Treff- und Kommunikationspunkt zu einer lebendigen Atmosphäre bei. Die umfangreichen und besonderen Angebote erweitern die Angebotspalette der Innenstadt zusätzlich.
- Rund um den Münster- und den Marktplatz sowie im Fischerviertel gibt es eine Vielzahl an gastronomischen Betrieben mit überwiegend anspruchsvoller Außen-gastronomie.

Foto 5: Hafenbad



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 6: Münsterplatz



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

- Herausragende öffentliche und kulturelle Einrichtungen, u.a. Kunsthalle Weis-haupt, Stadtbibliothek, Stadthaus, Ulmer Museum, Rathaus, befinden sich eben-falls innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und tragen somit zum Funkti-onsmix bei.

- Typisch für den zentralen Versorgungsbereich sind die klar ablesbaren Nutzungsbereiche mit einer jeweils eigenen Identität, z.B. Fischerviertel, Herrenkeller-gasse, Münsterplatz, Bahnhofstraße/ Hirschstraße.

Stärken - städtebaulich

- Der zentrale Versorgungsbereich besitzt eine kompakte Struktur, die sich im Wesentlichen am historischen Stadtgrundriss orientiert. Die historische Stadtmauer und die großen Verkehrsachsen begrenzen den zentralen Versorgungsbereich deutlich.
- Der Münsterplatz mit dem Münster und dem Stadthaus ist die geographische, städtebauliche, architektonische und funktionale Mitte der Innenstadt von Ulm.

Foto 7: Münster



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 8: Münstertor



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

- Sowohl unter städtebaulichen als auch unter funktionalen Gesichtspunkten ist der Vernetzungsgrad innerhalb der Innenstadt sehr hoch. Die vielen kleinen Seitenstraßen mit den individuellen Geschäften weisen ein besonderes Ambiente auf.
- Charakteristisch für die Ulmer Innenstadt ist das Nebeneinander von historischen und modernen Gebäude mit insgesamt vielen hochwertigen Fassaden.
- Architekturhighlights wie das Stadthaus von Richard Meier, das Münster mit dem höchsten Kirchturm der Welt und die 35 m hohe gläserne Pyramide (Stadtbibliothek) neben dem historischen Rathaus sind die Markenzeichen von Ulm.



Foto 9: Marktplatz mit Stadtbibliothek und historischem Rathaus



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 10: Hans- und Sophie-Scholl-Platz



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

- Der zentrale Versorgungsbereich ist durch einen hochwertig gestalteten öffentlichen Raum geprägt. Neben hochwertigen Bodenbelägen, modernen Möblierungsgegenständen und Bäumen gestalten vor allem Kunstobjekte den Stadtraum.
- Das von den Wasserarmen der Blau durchzogene Fischerviertel mit den mittelalterlichen Fachwerkhäusern, den Brücken und der Außengastronomie ist neben seiner touristischen Bedeutung auch Aufenthalts- und Erholungsraum für Anwohner und Besucher der Innenstadt.

Foto 11: Fischerviertel



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 12: Uferpromenade



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

- Die Lage des zentralen Versorgungsbereiches an der Donau stellt eine weitere wichtige Stärke dar. Die Uferpromenade ist als Aufenthalts- und Erholungsbereich gestaltet.

Schwächen - funktional

- Der innerstädtische Teilbereich zwischen Frauenstraße und Hafenbad ist durch einen relativ lückenhaften Einzelhandelsbesatz und eine entsprechend geringere Passantenfrequenz geprägt. Es gibt hier kaum moderne größere Einzelhandelsbetriebe mit Magnetfunktion, des Weiteren gibt es eine geringere Dichte an hochwertigen Fachgeschäften als im Bereich Herrenkellergasse. Im Zentrum dieses innerstädtischen Teilbereiches befindet sich das Einstein-Haus mit der Ulmer Volkshochschule.

Foto 13: Bäregasse



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

Foto 14: Webergasse



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

- Im Bereich Bahnhofstraße fällt der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in den Seitengassen deutlich ab bzw. ist nicht vorhanden. Anders als im sonstigen zentralen Versorgungsbereich besteht hier keine Vernetzung mit angrenzenden Lagen.
- Das nördlich angrenzende Sedelhof-Areal (Wengengasse, Sedelhofgasse, Keltergasse) ist gegenwärtig durch funktionale und städtebauliche Missstände geprägt. In diesem innerstädtischen Bereich befinden sich Spielhallen, Leerstände, sanierungsbedürftige Wohnnutzungen und Brachflächen. Der Einzelhandelsbesatz ist dagegen sehr gering. Die Wengengasse ist als Innenstadteingang unmittelbar gegenüber des Ulmer Theaters nicht wahrnehmbar. Insbesondere der Bereich Sedelhofgasse ist als Rückseite und Anlieferzone wahrnehmbar.



Foto 15: Sedelhof-Areal - Wengengasse



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

Foto 16: Bahnhofunterführung



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

- Der Bahnhof ist durch eine relativ dunkle und sanierungsbedürftige unterirdische Einkaufspassage mit wenig attraktiven Geschäften an die Innenstadt angebunden.
- Die Neue Straße stellt zwischen Friedrich-Ebert-Straße und Glöcklerstraße eine erhebliche Zäsur dar. In diesem Bereich befinden sich kaum Geschäfte bzw. eher minderwertige Nutzungen (u.a. verwaarloster Autoabstellplatz).

Schwächen - städtebaulich

- Im Gegensatz zum insgesamt sehr attraktiven städtebaulichen Gesamtensemble der Ulmer Innenstadt weisen die Zugänge/ Eingänge zum zentralen Versorgungsbereich städtebauliche Defizite auf. Diese sind nur unzureichend ablesbar. Entwicklungsbedarf ist dabei vor allem am Bahnhof und im Bereich Wengengasse (gegenüber des Theaters) erkennbar.
- Der Bahnhof ist nicht nur durch die breite Trasse der Friedrich-Ebert-Straße vom zentralen Versorgungsbereich abgetrennt, sondern auch durch die baulichen Strukturen. Die dichte Bebauung bietet keine Blickbeziehung zur gegenüberliegenden Fußgängerzone. Der dunkle, schmale Durchgang in die Fußgängerzone wird atmosphärisch durch Fastfood- und Imbissgastronomie geprägt. Die Trennwirkung der stark befahrenen Friedrich-Ebert-Straße wird durch den zentralen ÖPNV-Haltepunkt und die mangelnde oberirdische Fußgängerverbindung verstärkt. Die modernisierungsbedürftige Bahnhofsunterführung stellt ebenfalls keinen adäquaten Eingang in die Hauptgeschäftszone dar.

Foto 17: Friedrich-Ebert-Straße



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

Foto 18: Bahnhofstraße



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

- Der nordwestliche Eingang in den zentralen Versorgungsbereich an der Wengengasse ist angesichts der städtebaulichen und funktionalen Misstände nicht zu erkennen. Das gegenüberliegende Ulmer Theater ist als wichtiger kultureller Bestandteil der Innenstadt durch das Sedelhof-Areal vom übrigen Innenstadtbereich abgetrennt. Der gesamte Bereich Wengengasse, Keltergasse und Sedelshofgasse ist durch sanierungsbedürftige Gebäude, untergenutzte Flächen, Gebäuderückseiten, etc. geprägt.

Foto 19: Olgastraße/ Wengengasse



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

Foto 20: Neue Straße



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

- Der Bereich Frauenstraße bietet angesichts des Verkehrsaufkommens nur wenig Aufenthaltsqualität und nimmt teilweise eine Nahversorgungsfunktion für die Anwohner wahr. Die Zugänge in den zentralen Versorgungsbereich sind eher unauffällig gestaltet.



- Die Warenpräsentation ist überwiegend positiv zu bewerten, dennoch gibt es einzelne Geschäfte, die eine unmoderne und/ oder unattraktive Schaufenstergestaltung/ Warenpräsentation aufweisen. Ungünstig auf die Erlebbarkeit des Straßenraumes wirken sich vor allem große Werbeschilder und ausladende Warenkörbe auf.

Foto 21: Hafengasse



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 22: Münsterplatz



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

4.2.2 Sonstige zentrale Versorgungsbereiche und bedeutsame Einzelhandelsstandorte

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm befinden sich - wie bereits angemerkt - zehn weitere zentrale Versorgungsbereiche sowie ein bedeutender Einzelhandelsstandort im gesamten Stadtgebiet von Ulm. Diese werden im Folgenden hinsichtlich ihrer Verkaufsflächendimension und Angebotsstrukturen sowie ihrer wesentlichen städtebaulichen Stärken und Schwächen kurz bewertet.

4.2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Böfingen

Der zentrale Versorgungsbereich Böfingen umfasst das Ladenzentrum sowie den Bereich südlich des Haslacher Weges (vgl. Karte 5).

Eine Konzentration von Einzelhandelsbetrieben befindet sich im westlichen Bereich des Zentrums, südlich des Haslacher Weges sind zudem drei neuere Betriebe angesiedelt. Östlich des Platzes sind nahezu ausschließlich Dienstleistungsangebote vorzufinden.

Angrenzend an das Ladenzentrum befinden sich im Osten die evangelische und im Süden die katholische Kirchengemeinde. Beide halten verschiedene Einrichtungen u.a. Kindergärten vor und ergänzen somit die im zentralen Versorgungsbereich vorhandenen Angebote.

Karte 5: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Böfingen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Böfingen umfasst elf Betriebe, die eine Verkaufsfläche von rd. 4.500 qm auf sich vereinen. Zwei Drittel des Angebotes entfallen auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel. Auf die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs entfallen lediglich rd. 575 qm Verkaufsfläche, es handelt sich also um einen Nahversorgungsstandort.

Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken

- Mit dem relativ neuen Discounter und Supermarkt südlich der Haslacher Straße sowie einem modernen Drogeriemarkt sind im zentralen Versorgungsbereich wichtige Magnetbetriebe vorhanden. Die Modernisierungen wirken sich positiv auf die Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches aus.



- Das Lebensmittelangebot ist umfassend: Hierzu zählen ein jeweils großflächiger Discounter und Supermarkt, ein Lebensmittel-SB-Markt mit einem teilweise spezialisierten Angebot sowie zwei Bäcker und ein Metzger.
- Im zentralen Versorgungsbereich sind Einzelhandelsangebote, private und öffentliche Dienstleistungsangebote (u.a. Stadtteilbibliothek und Bürgerbüro⁴⁹) sowie kirchliche Einrichtungen mit entsprechenden Angeboten gebündelt. Insgesamt entsteht dadurch ein gut frequentiertes Stadtteilzentrum.
- Das Ladenzentrum befindet sich in einem Stadtteil, der durch eine verdichtete Bauweise charakterisiert ist. Es ist durch zahlreiche Fuß- und Radwege gut angebunden. Die Anbindung der Betriebe südlich der Haslacher Straße an den älteren Bereich des Ladenzentrums ist über einen Fußgängersteg gut gelungen.
- Unmittelbar an das Ladenzentrum angrenzend bzw. im Untergeschoss befinden sich zahlreiche ebenerdige Parkplätze. An der Haslacher Straße, im zentralen Versorgungsbereich, ist eine Bushaltestelle. Es besteht somit eine gute Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches zu Fuß, per Rad, mit dem Pkw und dem ÖPNV.

Schwächen

- Der östliche Bereich des zentralen Versorgungsbereiches fällt hinsichtlich der Qualität der Nutzungen und auch der baulichen Substanz stark ab. Hier sind zudem einige Leerstände zu finden. Im Übergangsbereich zwischen Platz und östlichem Bereich befindet sich eine Spielhalle - ein Indikator für einen Trading-Down-Prozess.
- Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches sind kaum vorhanden.
- Das Ladenzentrum weist einen sehr hohen Sanierungsbedarf auf, dies betrifft insbesondere den östlichen Bereich.
- Die Aufenthaltsqualität im Ladenzentrum ist sehr gering. Es fehlen attraktiv gestaltete Schaufenster, ansprechend präsentierte Waren und Betriebe mit Außen- gastronomie. Zudem wirken die "Rückseiten" des Ladenzentrums überwiegend unattraktiv.
- Des Weiteren weist der kleine Platzbereich im Ladenzentrum keinerlei Qualitäten auf, es fehlen eine moderne Pflasterung, öffentliche Sitzgelegenheiten und zeitgemäßes Mobiliar.

⁴⁹ mit eingeschränkten Öffnungszeiten

Foto 23: Moderner Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 24: Spielhalle



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

4.2.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Eselsberg/ Stifterweg

Im Stadtteil Eselsberg konnten zwei zentrale Versorgungsbereiche identifiziert werden: Das Ladenzentrum am Stifterweg, das Ende der 1950er Jahre entstanden ist und der in jüngster Zeit entwickelte zentrale Versorgungsbereich an der Virchowstraße (vgl. Kap. 4.2.2.3).

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Eselsberg/ Stifterweg ergibt sich auf Grund des geplanten Zentrums eindeutig aus der baulichen und funktionalen Struktur. Im Westen wird der zentrale Versorgungsbereich durch den Trollingerweg begrenzt, im Süden durch den Stifterweg, im Norden und Osten stellt die angrenzende Wohnbebauung einen klaren funktionalen Bruch dar.

Das Zentrum ist eingebunden in ein Wohngebiet, das z.T. durch eine hoch verdichtete Bauweise aber auch durch Reihen- und Mehrfamilienhäuser geprägt ist. Einzelhandelsangebote sind verstärkt im westlichen Bereich des Ladenzentrums zu finden. Hier ist als jüngere Erweiterung des Zentrums ein moderner Supermarkt zu finden.

Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Eselsberg/ Stifterweg umfasst acht Betriebe, mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.375 qm. Der Großteil der Verkaufsfläche entfällt auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel (rd. 85%). Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind nahezu keine Angebote vorhanden, der zentrale Versorgungsbereich Eselsberg/ Stifterweg übernimmt somit ausschließlich eine Nahversorgungsfunktion.



Karte 6: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Eselsberg/ Stifterweg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken

- Der im nordwestlichen Bereich des Ladenzentrums ergänzte moderne Supermarkt erfüllt eine wichtige Frequenzbringerfunktion für den zentralen Versorgungsbereich, die Frequenz ist in diesem Bereich gut.
- Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie verschiedene private Dienstleistungsbetriebe (u.a. zwei Geldinstitute, Änderungsschneiderei) und öffentliche Dienstleistungen (u.a. Stadtteilbibliothek) ergänzen dieses Angebot, so dass insgesamt eine gute Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs gegeben ist.
- Im zentralen Versorgungsbereich sind grundsätzlich Plätze vorhanden, die als Treff- und Kommunikationsräume dienen könnten.
- Über Fußwege und Treppen ist der zentrale Versorgungsbereich von den umgebenden, bevölkerungsreichen Wohngebieten gut erreichbar. Darüber hinaus befindet sich an dem zentralen Versorgungsbereich angrenzend am Stifterweg eine Bushaltestelle.

Schwächen

- An den Plätzen fehlen publikumsintensive Nutzungen und insbesondere Betriebe mit Außengastronomie, die zur Belebung der Plätze beitragen könnten. Dies trifft insbesondere auf den östlichen Platz zu. Hier finden sich neben einer Bäckerei und der Stadtbücherei (eingeschränkte Öffnungszeiten) nur wenige andere Dienstleistungsangebote; Einzelhandel ist hier - mit Ausnahme der Bäckerei - nicht zu finden.
- Im zentralen Versorgungsbereich sind z.T. Leerstände vorhanden. Die geringe Qualität der Nutzungen und die Leerstände deuten Erosionserscheinungen an.
- Im zentralen Versorgungsbereich ist der Modernisierungsbedarf enorm - insbesondere im östlichen Teilbereich des Einkaufszentrums.
- Es ist keinerlei Aufenthaltsqualität vorhanden. Im öffentlichen Raum fehlt eine ansprechende, moderne Gestaltung (u.a. Pflasterung, Sitzgelegenheiten, Begrünung). Kaum ein Geschäft kann mit einer attraktiven Warenpräsentation überzeugen. Die Fassaden des Einkaufszentrums weisen einen hohen Sanierungsbedarf auf und wirken sich negativ auf die Aufenthaltsqualität im zentralen Versorgungsbereich Eselsberg/ Stifterweg aus.

Foto 25: Modernes Café



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 26: Platz ohne Aufenthaltsqualität



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

4.2.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Eselsberg/ Virchowstraße

Bei dem zentralen Versorgungsbereich Eselsberg/ Virchowstraße handelt es sich um ein relativ neues Stadtteilzentrum. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst das Geschäfts- und Dienstleistungshaus westlich der Virchowstraße sowie das Gemeindezentrum zwischen Virchowstraße und Heilmeyersteige (vgl. Karte 7). Eine



besondere Bedeutung kommt den zahlreichen Dienstleistungsbetrieben zu, die insbesondere im Geschäfts- und Dienstleistungshaus angesiedelt sind.

Karte 7: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Eselsberg/ Virchowstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Virchowstraße ist mit vier Betrieben und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.300 qm relativ gering. Es werden ausschließlich Sortimente des kurzfristigen Bedarfs angeboten, somit handelt es sich um einen Nahversorgungsstandort.

Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken

- Der Supermarkt, der in das Gemeindezentrum integriert ist, übernimmt eine wichtige Funktion als Frequenzbringer. Darüber hinaus sind im zentralen Versorgungsbereich ergänzende Einzelhandelsangebote (u.a. Bäcker, Apotheke) vorhanden.
- Wichtige Ergänzungen stellen die zahlreichen privaten Dienstleistungsangebote (u.a. Bank, medizinische Dienstleistungen, Fahrschule, Sportstudio, Sonnenstudio, Pizzeria) sowie die kirchlichen und öffentlichen Einrichtungen (Bürgerzentrum

Eselsberg, evangelisches Gemeindezentrum Arche, katholisches Gemeindezentrum St. Klara) dar.

- Das Stadtteilzentrum ist durch eine moderne, attraktive Gestaltung charakterisiert und verfügt über mehrere Plätze.
- Der zentrale Versorgungsbereich ist gut angebunden: Durch Fußwege an die angrenzenden Wohngebiete und durch eine Bushaltestelle in unmittelbarer Nähe an das übrige Stadtgebiet. Auf Grund der Hanglage verfügt der Komplex des Gemeindezentrums über drei Ebenen, die über Treppen und einen Aufzug gut miteinander verbunden sind.

Schwächen

- Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt relativ gering, es sind kaum Angebote in Konkurrenzsituation vorhanden, zudem beschränken sich die Angebote auf den kurzfristigen Bedarf.
- Der obere und mittlere Platz des Gemeindezentrums weisen eine geringe Frequenz auf; Außengastronomie und öffentliche Sitzgelegenheiten fehlen.
- Öffentliche und kommerzielle Sitzgelegenheiten die zum Verweilen einladen fehlen im zentralen Versorgungsbereich insgesamt.

Foto 27: Modernes Geschäfts- und Dienstleistungshaus



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 28: Fehlende Sitzgelegenheiten



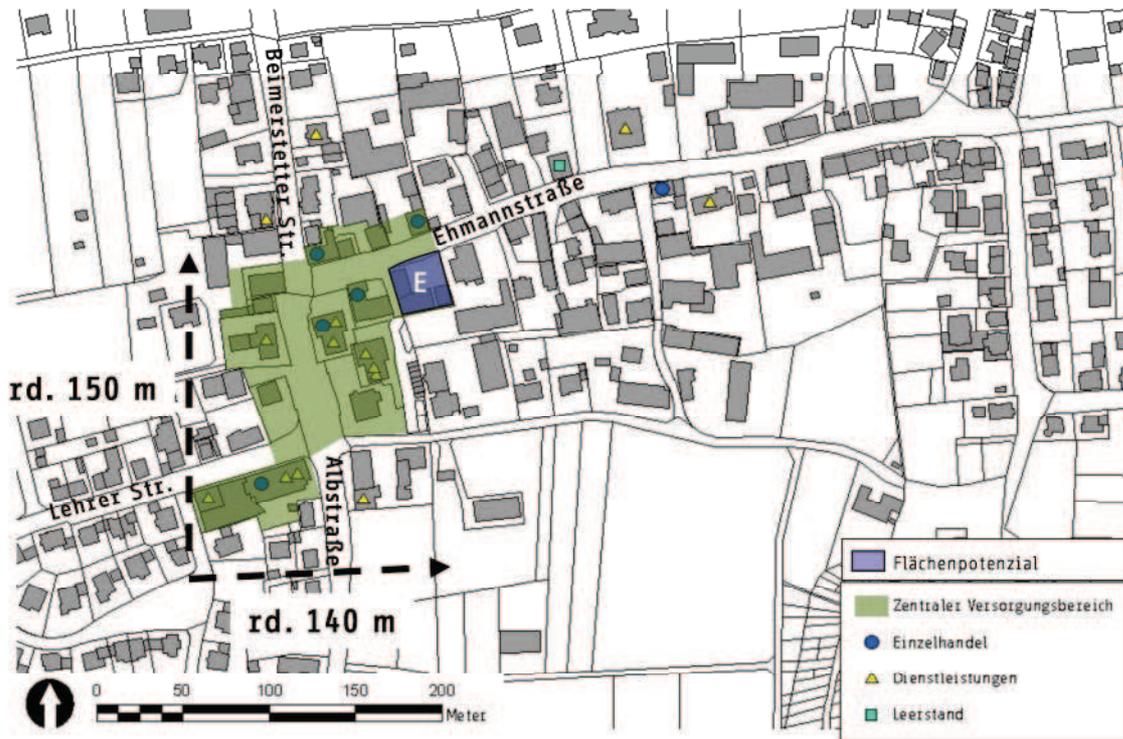
Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

4.2.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Jungingen

Der zentrale Versorgungsbereich Jungingen liegt im Bereich Ehmannstraße/ Beimertetter Straße/ Albstraße/ Lehrer Straße (vgl. Karte 8).



Karte 8: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Jungingen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Im zentralen Versorgungsbereich Jungingen sind fünf Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 875 qm angesiedelt.

Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken

- Eine wichtige Magnet- und Nahversorgungsfunktion übernimmt der Supermarkt. Betriebe des Lebensmittelhandwerks und eine Apotheke ergänzen das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich. Der Supermarkt ist durch eine Ampelanlage an das Geschäftshaus an der Albstraße und den dortigen Platz angebunden.
- Darüber hinaus befindet sich im zentralen Versorgungsbereich Jungingen ein attraktives Geschäft für Unterhaltungselektronik.
- Ergänzt werden die Einzelhandelsangebote durch verschiedene private Dienstleistungsbetriebe (u.a. Arzt, Café, Restaurant, Versicherungsbüro) und öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Feuerwehr, Museum).
- An der Albstraße liegt zwischen dem Geschäftshaus und der Feuerwehr ein Platz mit attraktiver Außengastronomie.

- Eine Potenzialfläche die ggf. zur Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches genutzt werden könnte, befindet sich südlich der Ehmannstraße, neben der Bäckerei (Ehmannstraße 12).

Schwächen

- Der Platz und das Rathausgebäude sind teilweise sanierungsbedürftig.
- Die Lehrer Straße und die Albstraße sind durch ein hohes Verkehrsaufkommen charakterisiert.
- Auf Grund vieler einzelnstehender Gebäude ist die städtebauliche Dichte im zentralen Versorgungsbereich relativ gering, darüber hinaus ist auch die funktionale Dichte niedrig, was insgesamt zu einer geringen Passantenfrequenz führt.
- Die Aufenthaltsqualität ist im zentralen Versorgungsbereich Jungingen angesichts des Verkehrsaufkommens sowie der städtebaulichen und funktionalen Defizite kaum vorhanden.

Foto 29: Geschäftshaus Albstraße



Quelle: eigenes Foto, Januar 2011

Foto 30: Platz mit Modernisierungsbedarf



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

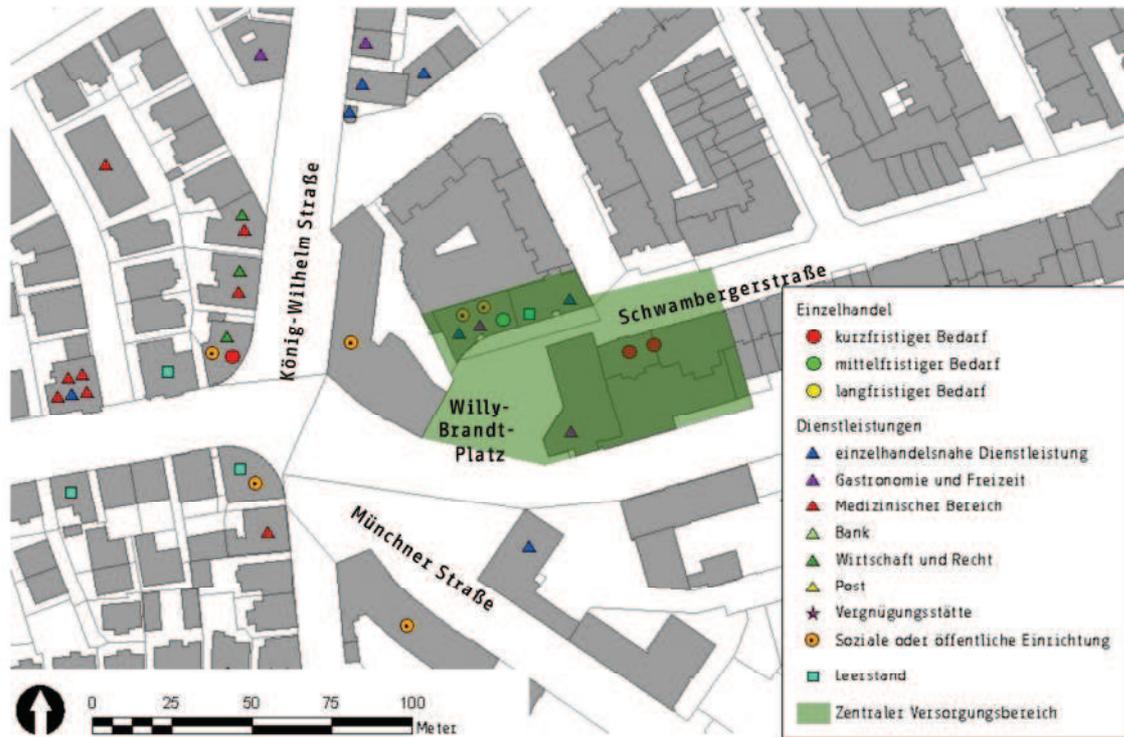
4.2.2.5 Zentraler Versorgungsbereich Mitte/ Willy-Brandt-Platz

Der nahe der Ulmer Innenstadt gelegene zentrale Versorgungsbereich Mitte/ Willy-Brandt-Platz beschränkt sich auf den Willy-Brandt-Platz und die angrenzende westliche Schwambergerstraße. Im Umfeld befinden sich verschiedene Verwaltungsgebäude und Wohnnutzungen.

Mit lediglich drei Einzelhandelsbetrieben und einer Verkaufsfläche von rd.1.075 qm gehört der zentrale Versorgungsbereich zu den kleinsten zentralen Versorgungsbereichen in Ulm.



Karte 9: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Mitte/ Willy-Brandt-Platz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Stärken

- Das Einzelhandelsangebot besteht im Wesentlichen aus einem Supermarkt mit Bäckerei und einem kleinen Spielwarengeschäft. Der Supermarkt nimmt wichtige Magnet- und Versorgungsfunktion wahr.
- Als ergänzende publikumsorientierte Dienstleister gibt es u.a. ein Café, ein Friseurgeschäft, ein Imbiss und ein Reisebüro.
- Als kleines Zentrum wird der Bereich vor allem auf Grund seiner städtebaulichen Qualitäten wahrgenommen. Die wenigen Nutzungen konzentrieren sich um den modern gestalteten Willy-Brandt-Platz, der insbesondere durch die Außengastronomie gute Aufenthaltsqualität und eine lebendige Atmosphäre besitzt.
- Die angrenzende Schwambergerstraße mit dem Supermarkt und der Bäckerei ist als Fußgängerzone gestaltet.
- Der Standort verfügt über eine sehr gute ÖPNV-Verbindung (Straßenbahnhaltestelle).

Schwächen

- Das Angebot ist insgesamt sehr gering und bietet keinerlei Vielfalt.
- Auch für einen Nahversorgungsstandort ist der Willy-Brandt-Platz sehr schwach ausgestattet; es fehlen vor allem ergänzende Nahversorgungsangebote (z.B. Drogerie, Apotheke).

4.2.2.6 Zentraler Versorgungsbereich Söflingen

Der zentrale Versorgungsbereich Söflingen umfasst im Wesentlichen die Bereiche Schlösslesgasse, Kapellengasse, Neue Gasse (bis Pfarrer-Weiss-Weg) und Uhrenmachergasse (vgl. Karte 10).

Karte 10: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Söflingen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Das Einzelhandelsangebot umfasst 44 Betriebe, die eine Verkaufsfläche von rd. 4.300 qm auf sich vereinen. Damit ist der zentrale Versorgungsbereich Söflingen gemessen an der Zahl der Betriebe, nach der Innenstadt Ulm, der zweitgrößte und auch vielfältigste zentrale Versorgungsbereich.



Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken

- Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Söflingen ist breit und umfasst alle Bedarfsbereiche. Die Angebote des mittelfristigen (rd. 1.375 qm) und des langfristigen (rd. 1.300 qm) Bedarfs machen einen vergleichsweise hohen Anteil aus. Dies ist u.a. auf ein Bettwarengeschäft, ein Elektrofachgeschäft und ein Fahrradgeschäft zurückzuführen. Prägend sind darüber hinaus verschiedene kleinere Fachgeschäfte (u.a. zwei Buchhandlungen, ein Gardinengeschäft, Weinhandlungen, Optiker, Schmuckgeschäfte). Nahversorgungsfunktion übernehmen neben einem größeren Biomarkt, mehrere Bäckereien und Metzger, ein Drogeriemarkt, ein Reformhaus sowie ein Getränkemarkt.
- Eine Konzentration von Einzelhandelsbetrieben liegt im Bereich Gemeindeplatz und Neue Gasse/ Pfarrer-Weiss-Weg bis Uhrenmachergasse vor.
- Die Anbindung an den ÖPNV ist durch die Straßenbahnhaltestelle Neue Gasse gegeben, gleichzeitig erzeugt diese Frequenz.
- Angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich Söflingen befindet sich der Klosterhof, dieser ist geprägt durch eine Nutzungsmischung aus Gastronomie, öffentlichen und kirchlichen Einrichtungen (u.a. Schulen, Rathaus) sowie sehr attraktivem Wohnen. Auf dem Klosterhof findet freitags der Wochenmarkt statt. Durch die attraktive (Außen-) Gastronomie, die historische Bausubstanz und einen attraktiv gestalteten öffentlichen Raum (Plätze und Wege mit Kopfsteinpflaster gestaltet, Blaukanal, Wasserrad, etc.) bietet dieser Bereich eine hohe Aufenthaltsqualität. Auf Grund der geringen Einzelhandelsnutzung wird dieser Bereich nicht dem zentralen Versorgungsbereich zugerechnet. Es besteht eine gute Anbindung des Klosterhofes an den Gemeindeplatz.
- Der öffentliche Raum ist überwiegend attraktiv gestaltet (u.a. moderne, gepflasterte Gehwege, Plätze mit hoher Aufenthaltsqualität).
- Viele historische Gebäude und eine teilweise ansprechende Warenpräsentation tragen zur Aufenthaltsqualität bei.
- Das Wohnen im Zentrum ist sehr attraktiv - auch dies ist ein besonderes Merkmal des zentralen Versorgungsbereiches Söflingen.

Schwächen

- Der Einzelhandel ist sehr kleinteilig: Es gibt keinen großflächigen Betrieb, rd. zwei Drittel der Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von weniger als 100 qm auf.
- Der Biomarkt ist der einzige Lebensmittelmarkt, ein großflächiger Lebensmittelbetrieb mit einem umfassenden Nahversorgungsangebot ist nicht vorhanden.
- Negativ wirkt sich das hohe Verkehrsaufkommen (insbesondere Neue Gasse) auf die Aufenthaltsqualität aus. Die Gehwege werden teilweise durch parkende Autos eingeengt.
- Der Bereich zwischen Neue Gasse bzw. Uhrenmachergasse und Kapellengasse stellt einen funktionalen und städtebaulichen Bruch dar: Hier sind kaum Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetriebe angesiedelt.
- Die vorhandenen Leerstände sind überwiegend nicht kaschiert und befinden sich z.T. an exponierten Lagen (z.B.: Neue Gasse/ Schlossergasse; Kapellengasse), was sich insgesamt negativ auf den zentralen Versorgungsbereich auswirkt.
- Die Beschilderung ist überwiegend nicht mehr zeitgemäß, dies betrifft auch die zahlreichen Werbeaufsteller der Geschäfte.

Foto 31: Aufenthaltsqualität - Gemeindeplatz



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 32: Leerstand - Kapellengasse



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

4.2.2.7 Zentraler Versorgungsbereich Weststadt/ Magirusstraße

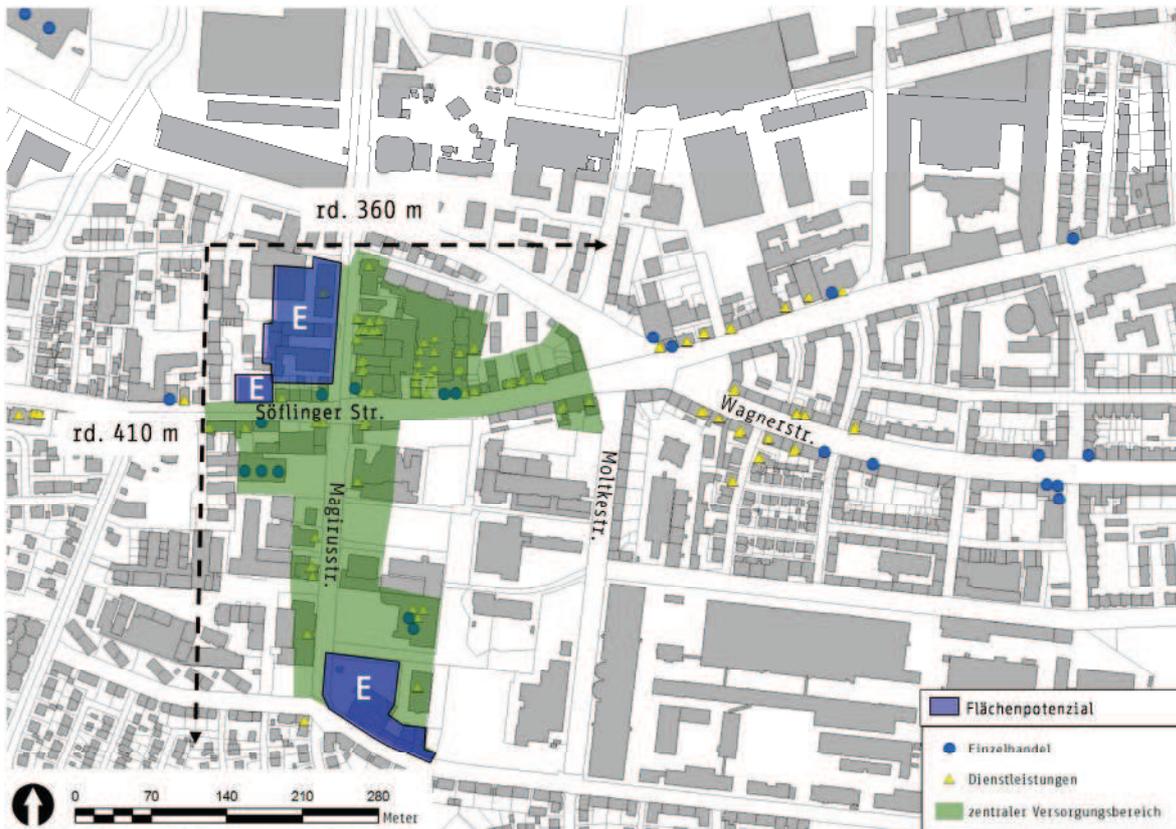
Der zentrale Versorgungsbereich Weststadt/ Magirusstraße liegt - bezogen auf die in Karte 11 dargestellte Ist-Abgrenzung - im Kreuzungsbereich Magirusstraße/ Söflinger Straße (in Kap. 10.2 wird eine perspektivische Abgrenzung aufgezeigt). Der gesamte Bereich unterliegt momentan sowohl baulich als auch funktional/ in-



haltlich einer erheblichen Entwicklung hin zu einem Kompetenzstandort für altersgerechtes Wohnen, Altenpflege und medizinische Betreuung.

Im zentralen Versorgungsbereich befinden sich gegenwärtig zehn Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.300 qm.

Karte 11: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Weststadt/ Magirusstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Stärken

- Mit einem Supermarkt, einem Discounter, einem Getränkemarkt, zwei Bäckereien und zwei Apotheken nimmt der zentrale Versorgungsbereich vor allem Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung wahr. Im mittelfristigen Bedarfsbereich gibt es zudem ein Schuhgeschäft.
- Prägend für den zentralen Versorgungsbereich ist die medizinische Kompetenz, die u.a. durch die Tagesklinik, das Ärztehaus und das Gesundheitszentrum zum Ausdruck kommt. In Ergänzung hierzu gibt es Alten- und Pflegeheime sowie al-

tersgerechte Wohnungen im zentralen Versorgungsbereich bzw. in dessen Umgebung.

- Neben den medizinischen Dienstleistern gibt es u.a. zwei Friseurgeschäfte, eine Reinigung, eine Fahrschule und eine Gaststätte.
- Innerhalb des Zentrums gibt es Flächenpotenziale (z.B. Magirusstraße nördlich der Söflinger Straße), die Entwicklungsmöglichkeiten bieten.
- Der Standort ist mit Straßenbahn und Bus hervorragend an das ÖPNV-Netz der Stadt Ulm angebunden.

Schwächen

- Das Angebot ist wenig vielfältig und beschränkt sich nahezu ausschließlich auf die Nahversorgung. Discounter und Getränkemarkt sind in einem baulich minderwertigen Flachbau mit vorgelagertem Parkplatz untergebracht.
- Die Aufenthaltsqualität ist angesichts des Verkehrsaufkommens und der mangelnden städtebaulichen Qualitäten gering. Es fehlen Platzbereiche/ Aufenthaltsräume und gastronomische Betriebe als Treff- und Kommunikationsmöglichkeiten.
- Der gesamte Bereich ist bisher nur sehr eingeschränkt als zusammenhängendes Zentrum ablesbar. Der südliche Bereich (Gebäudekomplex mit Supermarkt) der Magirusstraße ist nur sehr eingeschränkt an die übrigen Nutzungen angebunden.

Foto 33: Magirusstraße - Discounter



Quelle: eigenes Foto, Mai 2011

Foto 34: Söflinger Straße - Tagesklinik



Quelle: eigenes Foto, Mai 2011

4.2.2.8 Zentraler Versorgungsbereich Weststadt/ Römerstraße

Der zentrale Versorgungsbereich Weststadt/ Römerstraße liegt im Bereich Römerstraße/ Resi-Weglein-Gasse. Es handelt sich hierbei um einen modernen Gebäudekomplex am Rande eines Neubaugebietes.



Im zentralen Versorgungsbereich gibt es sieben Geschäfte mit einer Gesamtverkaufsfläche von 3.450 qm. Die durchschnittliche Betriebsgröße ist damit im Vergleich zu den anderen zentralen Versorgungsbereichen relativ hoch.

Karte 12: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Weststadt/ Römerstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Stärken

- Das Angebot wird vor allem durch einen großflächigen Supermarkt und einen Drogeriemarkt geprägt. Ergänzende Nahversorgungsfunktion nehmen eine Apotheke, ein Zeitschriften- und Tabakwarengeschäft sowie eine Bäckerei wahr.
- Darüber hinaus gibt es ein vergleichsweise umfangreiches Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich; allerdings im Niedrigpreissegment.
- Das Dienstleistungsangebot beschränkt sich auf ein Friseurgeschäft und zwei gastronomische Betriebe (Café und Imbiss) mit Außengastronomie.
- Das Nahversorgungszentrum ist trotz eingeschränkter städtebaulicher Qualitäten Treff- und Kommunikationspunkt für die Bewohner der Umgebung.

- Die Geschäfte besitzen jeweils einen separaten, von außen zugänglichen Eingang (keine Einkaufsmall).

Schwächen

- Das Dienstleistungsangebot ist relativ schwach ausgeprägt.
- Der zentrale Versorgungsbereich beschränkt sich auf einen zur Römerstraße hin eingeschossigen Gebäudekomplex mit vorgelagertem Parkplatz.
- Der Gebäudekomplex weist keine architektonische Qualität auf und ist durch einen öffentlichen Durchgang/ Treppe in zwei Teilbereiche untergliedert. Dieser Durchgang und der rückwertige Zugang zu den Geschäften ist relativ dunkel und unattraktiv (nicht barrierefrei/ lediglich Lift vorhanden).
- Das Umfeld weist keine städtebauliche Gestaltung mit Aufenthaltsbereichen auf.

Foto 35: Römerstraße a



Quelle: eigenes Foto, Mai 2011

Foto 36: Römerstraße b



Quelle: eigenes Foto, Mai 2011

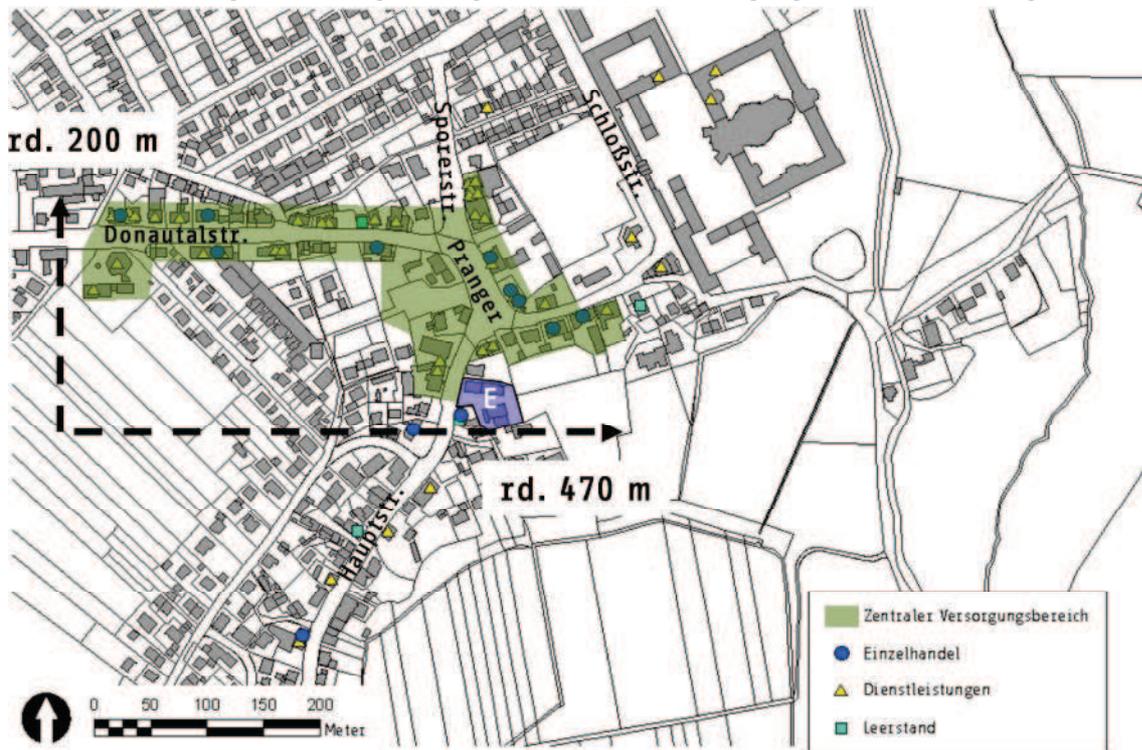
4.2.2.9 Zentraler Versorgungsbereich Wiblingen/ Pranger

Der zentrale Versorgungsbereich Wiblingen/ Pranger erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Donautalstraße und umfasst darüber hinaus die Straße Pranger sowie Teile der Hauptstraße und der Sporerstraße (vgl. Karte 13).

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 725 qm und neun Betrieben ist der Einzelhandelsbesatz gering. Gemessen an der Verkaufsfläche handelt es sich um den kleinsten zentralen Versorgungsbereich in Ulm.



Karte 13: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Wiblingen/ Pranger



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken

- Im zentralen Versorgungsbereich Wiblingen/ Pranger sind verschiedene Geschäfte des kurzfristigen Bedarfs angesiedelt (u.a. ein Lebensmittel-SB-Geschäft, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Drogeriemarkt, Schreibwarengeschäft, Blumengeschäft, Apotheke).
- Charakteristisch sind zudem die vielfältigen und z.T. hochwertigen gastronomischen Nutzungen. Ergänzt wird das Angebot durch verschiedene private Dienstleistungsbetriebe (u.a. Ärzte, Geldinstitute, Friseur).
- Geprägt wird der Stadtteil durch das ehemalige Benediktinerkloster, der Klostergarten befindet sich in unmittelbarer Nähe zum zentralen Versorgungsbereich Wiblingen/ Pranger und bietet eine besondere Aufenthaltsqualität.
- Der Straßenraum im Bereich Pranger ist attraktiv gestaltet (u.a. gepflasterte Gehwege, platzartige Aufweitung des Straßenraums, gepflasterter Mittelstreifen). Eine große Linde mit Sitzgelegenheiten trägt zur Aufenthaltsqualität am Pranger bei.

- Durch Zebrastreifen und Aufpflasterungen sind gute Querungsmöglichkeiten gegeben. Das trägt dazu bei, dass die beiden Teilbereiche des zentralen Versorgungsbereiches Wiblingen/ Pranger (Donautalstraße und Pranger) im Zusammenhang erlebbar sind.
- Die Anbindung an den ÖPNV ist durch zwei Bushaltestelle (Pranger und Donautalstraße) gegeben.

Schwächen

- Ein wesentliches funktionales Defizit stellt das Fehlen eines Magnetbetriebes/ Lebensmittelmarktes dar.
- In der Donautalstraße ist eine geringe Nutzungsdichte festzustellen, der funktionale Besatz wird an mehreren Stellen unterbrochen. Auch die städtebauliche Dichte ist in vielen Teilbereichen sehr gering (viele einzelstehende Gebäude, Baulücken, etc.).
- Sanierungsbedürftige Gebäude wirken sich negativ auf das Gesamterscheinungsbild und die Aufenthaltsqualität aus. Darüber hinaus verfügt die Donautalstraße nur über wenige markante Gebäude, insgesamt ist die Bebauung dort sehr heterogen.
- Der Zugang zum benachbarten Kloster ist nicht inszeniert, damit bleibt ein nahe liegendes Potenzial ungenutzt.
- Die Warenpräsentation ist teilweise unattraktiv.
- Die Aufenthaltsqualität wird darüber hinaus durch den Verkehr z.T. vermindert.

Foto 37: Attraktiv gestalteter Straßenraum



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 38: Negative Warenpräsentation



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

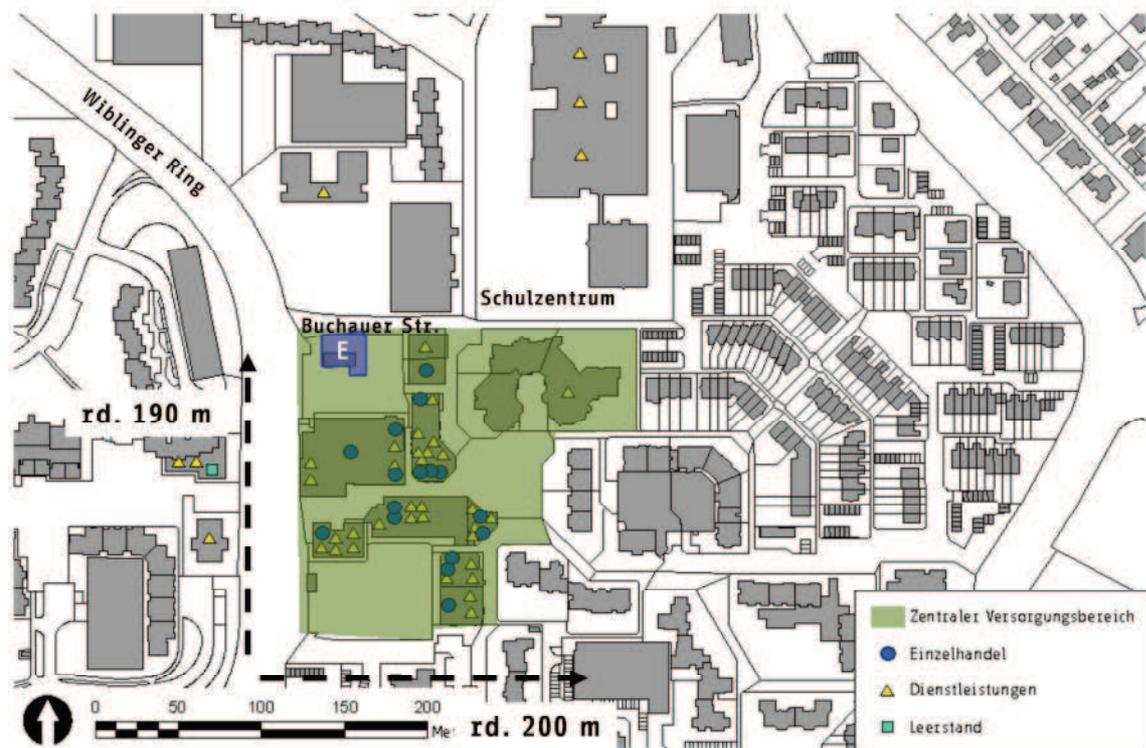


4.2.2.10 Zentraler Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz

Im Bereich des Wiblinger Rings befindet sich der zentrale Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz. Die Umgebungsbebauung ist überwiegend durch eine hochverdichtete Bauweise gekennzeichnet.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Wiblingen/ Tannenplatz ergibt sich eindeutig aus dem funktionalen Besatz und der städtebaulichen Struktur. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst die Geschäftshäuser, das Gemeindezentrum und den Tannenplatz (vgl. Karte 14), im Norden grenzt das Schulzentrum an.

Karte 14: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Wiblingen/ Tannenplatz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Im zentralen Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz sind 16 Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Gemessen an der Verkaufsfläche (rd. 4.425 qm) handelt es sich um das zweitgrößte Stadtteilzentrum in Ulm.



Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Stärken

- Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz ist verhältnismäßig breit, es umfasst auch Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches.
- Eine wichtige Magnetfunktion erfüllen die beiden großflächigen Supermärkte. Ergänzt werden diese Angebote u.a. durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks, zwei Apotheken, einen Drogeriefachmarkt, einen Getränkemarkt, ein Schreibwarengeschäft. Mit einem Juwelier, einem Optiker und einem Geschäft für Hörgeräte werden zudem üblicherweise zentrenrelevante Sortimente des langfristigen Bedarfs angeboten.
- Neben den Einzelhandelsangeboten zeichnet sich der zentrale Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz durch ein breites Angebot an Dienstleistungen aus. Hierzu zählen u.a. ein Ärztezentrum, eine Postfiliale, verschiedene Gastronomiebetriebe, Banken, Reinigung und Fahrschule. Im sozialen Zentrum, das sich nördlich des Tannenplatzes befindet, sind zudem die Kirchengemeinden sowie eine Außenstelle der Ulmer Stadtverwaltung untergebracht.
- Zwischen dem Gemeindezentrum und den Geschäftshäusern liegt der Tannenplatz, der gut angenommen wird.
- Auf Grund der zahlreichen Angebote und durch die Lage in einem Stadtteil mit einer hohen Bevölkerungsdichte, ist die Frequenz im zentralen Versorgungsbereich insgesamt sehr gut.
- Die Anbindung ist sehr gut: Das Wohngebiet westlich des Wiblinger Rings ist durch eine Fußgängerbrücke angebunden, darüber hinaus sind die umliegenden Wohngebiete über zahlreiche Fußwege angebunden. In unmittelbarer Nähe des zentralen Versorgungsbereiches befindet sich zudem eine Haltestelle des ÖPNV.
- Parkplätze sind zahlreich vorhanden.

Schwächen

- Der Tannenplatz wirkt etwas überdimensioniert. Es fehlen Betriebe mit Außen gastronomie und weitere Gestaltungselemente (Begrünung, Wasserspiel o.ä.)
- Das Gelände der ehemaligen Tankstelle, das an den nördlichen Parkplatz angrenzt, passt hinsichtlich Nutzung und Gestaltung nicht in die Umgebung.



- Die Warenpräsentation ist von eher geringer Qualität (u.a. mobiler Verkaufsstand auf dem Parkplatz, wenig gestaltete Schaufenster, wenig attraktive und einfallreiche Präsentation vor den Geschäften).
- In einigen Bereichen sind lange und geschlossen wirkenden Fronten zu finden.
- Insgesamt ist die Aufenthaltsqualität im zentralen Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz mäßig.

Foto 39: Tannenplatz



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

Foto 40: Geschlossene Fensterfronten



Quelle: eigenes Foto, Oktober 2010

4.2.2.11 Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße

Neben den zuvor beschriebenen zentralen Versorgungsbereichen existiert mit dem Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße eine räumliche Konzentration von Einzelhandelsbetrieben, die eine bedeutende Versorgungsfunktion innerhalb des Einzugsgebietes der Stadt Ulm aufweist. Das Kernstück des Einzelhandelsstandortes Blaubeurer Straße bildet das Blautal-Center, zudem werden dem Standort die sonstigen zwischen der Blautalbrücke und der Wallstraßenbrücke entlang der Blaubeurer Straße angesiedelten Einzelhandelsbetriebe zugeordnet.

Auf Grund der deutlich überwiegend gewerblichen Nutzungen innerhalb des Gebietes, fehlender zusammenhängender Wohnsiedlungsbereiche und der nördlich angrenzenden Gleisanlagen ist der Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße als nicht integriert einzustufen. Diese gutachterliche Einstufung entspricht im Übrigen auch derjenigen des Entwurfs zur Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller: In der Karte der Abgrenzungen der Einzelhandelslagen in Ulm wurde der Standort

Blaubeurer Straße als dezentraler Standort eingestuft.⁵⁰ An derartigen Standorten sind nur Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment und einem Anteil zentrenrelevanter Sortimente von maximal 10% der Gesamtverkaufsfläche bei einer absoluten Obergrenze von 700 qm zulässig.⁵¹

Die Gesamtverkaufsfläche des Einzelhandelsstandortes Blaubeurer Straße liegt mit rd. 126.250 qm etwas über derjenigen des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ulm, jedoch sind teilweise deutliche Unterschiede in der Angebotsstruktur zu erkennen:

- Die Verkaufsfläche des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegt im Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße mit rd. 20.675 qm deutlich höher als die des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ulm (rd. 14.100 qm). Zurückzuführen ist dies insbesondere auf das große Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel des Standortes Blaubeurer Straße, das wiederum im Wesentlichen auf das entsprechende Angebot zweier SB-Warenhäuser sowie eines großen Supermarktes zurückgeführt werden kann. Diesbezüglich ist anzumerken, dass der Standort Blaubeurer Straße keine Nahversorgung im eigentlichen Sinne gewährleistet.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich beträgt die Verkaufsfläche des Einzelhandelsstandortes Blaubeurer Straße mit rd. 42.475 qm zwar weniger als die Hälfte der entsprechenden Verkaufsfläche der Innenstadt Ulm (rd. 93.200 qm). Im Sortiment Haus-/ Heimtextilien verzeichnet der Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße jedoch rd. die doppelte Verkaufsfläche der Innenstadt Ulm, im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt die Verkaufsfläche nur gut 10% unter derjenigen des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ulm.

Bezogen auf die Gesamtstadt sind an diesem nicht integrierten Standort annähernd 35% der Verkaufsfläche des mittelfristigen Angebotes ansässig, die Verkaufsfläche im Sortiment Bekleidung und Zubehör liegt bei rd. 19.625 qm. Dies ist v.a. auf einige großflächige Betriebe mit entsprechendem Sortimentsschwerpunkt zurückzuführen.

⁵⁰ Vgl. Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller 2004 - Großflächiger Einzelhandel (Entwurf), Karte Abgrenzung der Einzelhandelslagen in Ulm.

⁵¹ Vgl. Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller 2004 - Großflächiger Einzelhandel (Entwurf), Textteil. Die Obergrenze von 700 qm für zentrenrelevante Randsortimente ist u.E. auf die ehemalige Großflächigkeitsschwelle von 700 qm zurückzuführen.



Auf Grund des sehr großen Angebotes in den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs - mit Ausnahme des Sortiments Bücher - betragen die unechten Bindungsquoten des Standortes Blaubeurer Straße (Standort-Umsatz in Relation zum gesamtstädtischen Kaufkraftpotenzial) rd. 62% bis 103%. D.h., dass der dezentrale Standort allein rein rechnerisch annähernd zwei Drittel bis 100% der Bevölkerung von Ulm versorgt.

- Im langfristigen Bedarfsbereich beträgt die Verkaufsfläche des Einzelhandelsstandortes Blaubeurer Straße mit rd. 63.100 qm ein Vielfaches der Verkaufsfläche des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (rd. 16.075 qm). Dabei ist in den zentrenrelevanten Sortimenten Uhren/ Schmuck und Foto/ Optik am Standort Blaubeurer Straße ein geringeres Angebot als im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm zu konstatieren. Im ebenfalls zentrenrelevanten Sortiment Medien und besonders im Sortiment Elektro/ Leuchten verzeichnet der Standort Blaubeurer Straße hingegen ein größeres Angebot, was zu einem hohen Anteil auf einen sehr großen dort angesiedelten Elektrofachmarkt zurückzuführen ist.

Weiterhin verzeichnet der Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße in den typischen nicht zentrenrelevanten Sortimenten - baumarkt- und gartencenterspezifische Sortimente und Möbel/ Antiquitäten - mit insgesamt rd. 44.575 qm Verkaufsfläche wegen der nicht integrierten Lage erwartungsgemäß ein sehr großes Angebot (Innenstadt Ulm rd. 4.200 qm).

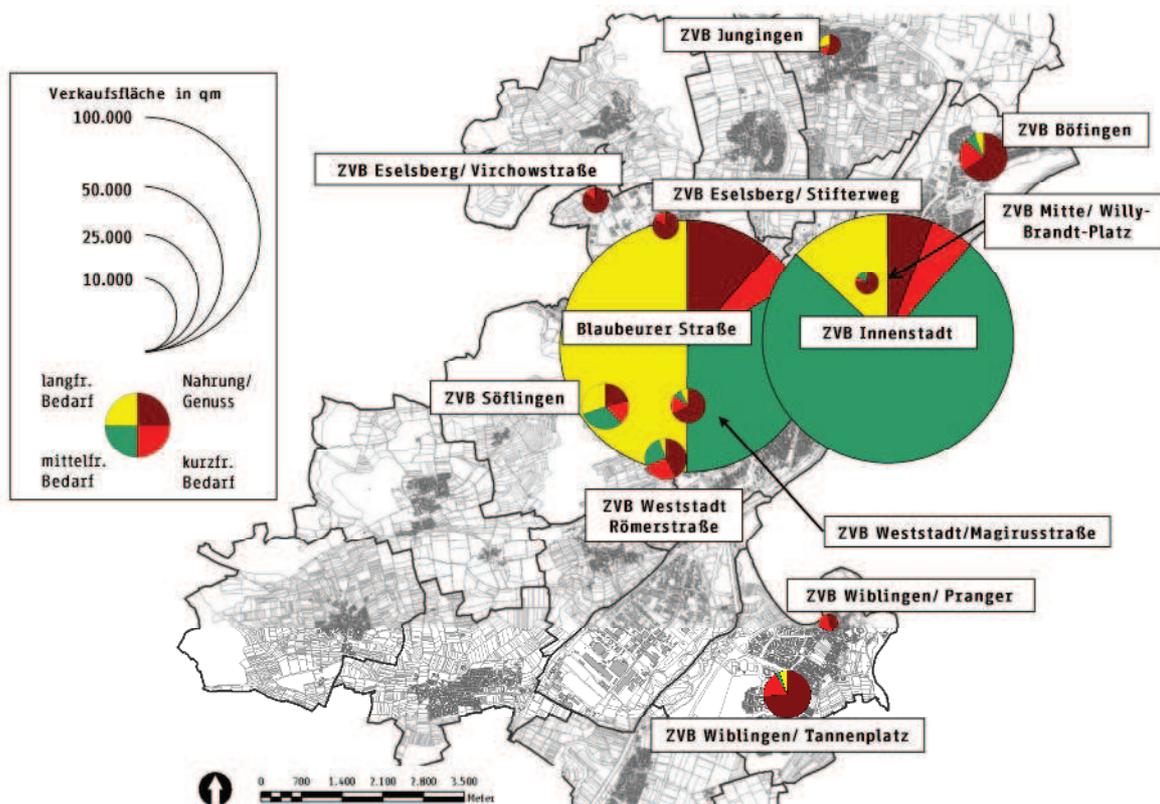
4.3 FAZIT

Auf Grundlage einer ausführlichen räumlichen, städtebaulichen und funktionalen Bewertung der Einzelhandelsstruktur der Stadt Ulm konnten - inklusive des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ulm - elf zentrale Versorgungsbereiche sowie ein bedeutender Einzelhandelsstandort ermittelt werden. Typisch für die Stadt Ulm ist die Dominanz der hochattraktiven Innenstadt mit regionaler bis überregionaler Ausstrahlung gegenüber den eher durch Nahversorgung geprägten übrigen zentralen Versorgungsbereichen (Stadtteilzentren).

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm weist ein sehr vielfältiges Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in allen Bedarfsbereichen auf und wird damit seiner oberzentralen Versorgungsfunktion in hohem Maße gerecht. Neben zahlreichen großflächigen Betrieben mit wichtiger Frequenzbringer- und Magnetbetriebs-

funktion befinden sich viele kleine, häufig inhabergeführte Fachgeschäfte im zentralen Versorgungsbereich.

Karte 15: Verkaufsflächen und Angebotsstruktur der zentralen Versorgungsbereiche und des Einzelhandelsstandortes Blaubeurer Straße



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010, Kartengrundlage: Stadt Ulm

Der städtebaulich nicht integrierte, dezentrale⁵² Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße ist hinsichtlich der Gesamtverkaufsfläche mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm vergleichbar. Die Angebotsstruktur der beiden Standorte unterscheidet sich zwar, insbesondere verzeichnet der Standort Blaubeurer Straße ein v.a. deutlich größeres Angebot in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Dennoch stellt der Bereich Blaubeurer Straße auf Grund des großen zentrenrelevanten Angebotes einen deutlichen Wettbewerbsstandort zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm dar.

Die weiteren innerhalb des Stadtgebietes von Ulm festgestellten zentralen Versorgungsbereiche weisen gegenüber den beiden o.g. Einzelhandelsstandorten Innen-

⁵² Vgl. Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller 2004 - Großflächiger Einzelhandel (Entwurf), Karte Abgrenzung der Einzelhandelslagen in Ulm.



stadt Ulm und Blaubeurer Straße ein deutlich geringeres Angebot in allen Bedarfsbereichen auf. Auf Grund ihres - wenn auch unterschiedlich ausgeprägten - Angebotes im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, insbesondere in Form eines Lebensmittelbetriebs mit hinreichendem Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel⁵³, und ergänzender Einzelhandels- und auch Dienstleistungsangebote bilden sie jedoch die wesentliche Grundlage für die wohnungsnahe Grundversorgung der Bevölkerung von Ulm.

Darüber hinaus befinden sich im Verbandsgemeindegebiet nur vereinzelte Einzelhandelsbetriebe, die weder einen zentralen Versorgungsbereich noch eine sonstige Einzelhandelskonzentration bilden. Sofern es sich dabei jedoch um Lebensmittelbetriebe mit einem hinreichenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, und an einem städtebaulich integrierten Standort gelegen, handelt, tragen diese mit zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung von Ulm bei.⁵⁴

⁵³ Im Allgemeinen wird davon ausgegangen, dass ein Lebensmittelbetrieb (Lebensmittel-SB-Markt, Discounter, Supermarkt/ Vollsortimenter, SB-Warenhaus, Biomarkt) mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 qm ein für die Grundversorgung hinreichendes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel aufweist. Jedoch können auch kleinere Betriebe, sogenannte Lebensmittel-SB-Geschäfte, einen wesentlichen Beitrag zur fußläufigen/ wohnungsnahen Versorgung insbesondere eingeschränkt mobiler Menschen gewährleisten.

⁵⁴ Dabei sei bereits an dieser Stelle angemerkt, dass hinsichtlich Neuansiedlungen und signifikanter Erweiterungen derartiger Betriebe die standortgerechte Dimensionierung, d.h. das Verhältnis von Verkaufsfläche/ Umsatz zu Einwohnerzahl/ Kaufkraftpotenzial im unmittelbaren Umfeld zu berücksichtigen ist (vgl. auch Kap. 10.3).



5. RÄUMLICHE EINZELHANDELSSTRUKTUR

5.1 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Im Folgenden wird die Einzelhandelsstruktur in Ulm differenziert nach Standorttypen aufgezeigt. Unterschieden werden in diesem Kontext der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm, die Gesamtheit der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche, die Gesamtheit der sonstigen integrierten Standorte, der nicht integrierte Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße sowie die Gesamtheit der sonstigen nicht integrierten Standorte.⁵⁵

5.1.1 Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttypen

In Abb. 4 sind für die Gesamtstadt die Zahl der Betriebe, die Verkaufsfläche und der Umsatz, differenziert nach den o.g. Lagekategorien, dargestellt.

- Die Verteilung der Betriebe nach ihrer Anzahl unterstreicht die besondere Bedeutung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ulm. Hier befindet sich annähernd die Hälfte der in Ulm ansässigen Einzelhandelsbetriebe. Auf Grund der Betriebsgrößenstruktur der verschiedenen Standorttypen entfallen jedoch nur rd. 37% der Verkaufsfläche und rd. 39% des Umsatzes auf diesen Bereich - wobei, wie in Kap. 4.2.1.3 dargestellt, insbesondere im westlichen Teilbereich der Innenstadt Ulm (Bahnhofstraße, Hirschstraße) zahlreiche große Einzelhandelsbetriebe mit hoher Frequenzbringer- und wichtiger Magnetbetriebsfunktion zu verzeichnen sind.
- Die Gesamtheit der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche weist demgegenüber deutlich geringere Anteilswerte von rd. 7% (Verkaufsflächenanteil) bis rd. 13% (Anteil an Betriebszahl) auf. Dennoch kommt diesen Standorten wie erwähnt eine wichtige Nahversorgungsfunktion im eigentlichen Sinne zu.
- Die Gesamtheit der sonstigen integrierten Standorte verzeichnet hinsichtlich der Betriebszahl einen vergleichsweise hohen Anteilswert von rd. 20%. Bezogen auf die Verkaufsfläche und den Umsatz sind jedoch deutlich geringere Anteilswerte festzustellen, wobei der Angebotsschwerpunkt insgesamt - wie auch bei der

⁵⁵ Bei sonstigen integrierten Lagen handelt es sich um funktional und städtebaulich integrierte Betriebe im Zusammenhang mit Wohnbebauung, bei denen die Bestandsdichte für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs nicht ausreicht. Bei nicht integrierten Standorten fehlt ein städtebaulich-funktionaler Bezug zur Wohnbebauung. Beispiel hierfür ist der Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße.



Summe der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche - im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel - liegt.

- Der Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße fällt gemessen an der Betriebszahl deutlich hinter den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm zurück. Der Verkaufsflächenanteil fällt jedoch etwas höher aus (vgl. auch Kap. 4.2.2.11), während der Umsatzanteil auf Grund einiger relativ stark vertretener Sortimente mit eher geringer Flächenleistung, v.a. baumarkt- und gartencenterspezifische Sortimente und Möbel/ Antiquitäten, unter demjenigen der Innenstadt Ulm liegt.
- Die Gesamtheit der sonstigen nicht integrierten Einzelhandelsstandorte spielt eine eher untergeordnete Rolle innerhalb der Stadt Ulm. Der höchste Anteilswert wird hinsichtlich der Verkaufsfläche erzielt, was insbesondere auf einige große Betriebe mit Sortimentsschwerpunkt Möbel/ Antiquitäten oder mit baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimenten zurückzuführen ist.

unter Versorgungsstrukturellen Aspekten muss/ soll nicht jeglicher Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm bzw. in den sonstigen innerhalb des Stadtgebietes festgestellten zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt sein. Entsprechend wurde auch eine Auswertung der üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente vorgenommen (vgl. Abb. 4, rechter Bereich)⁵⁶.

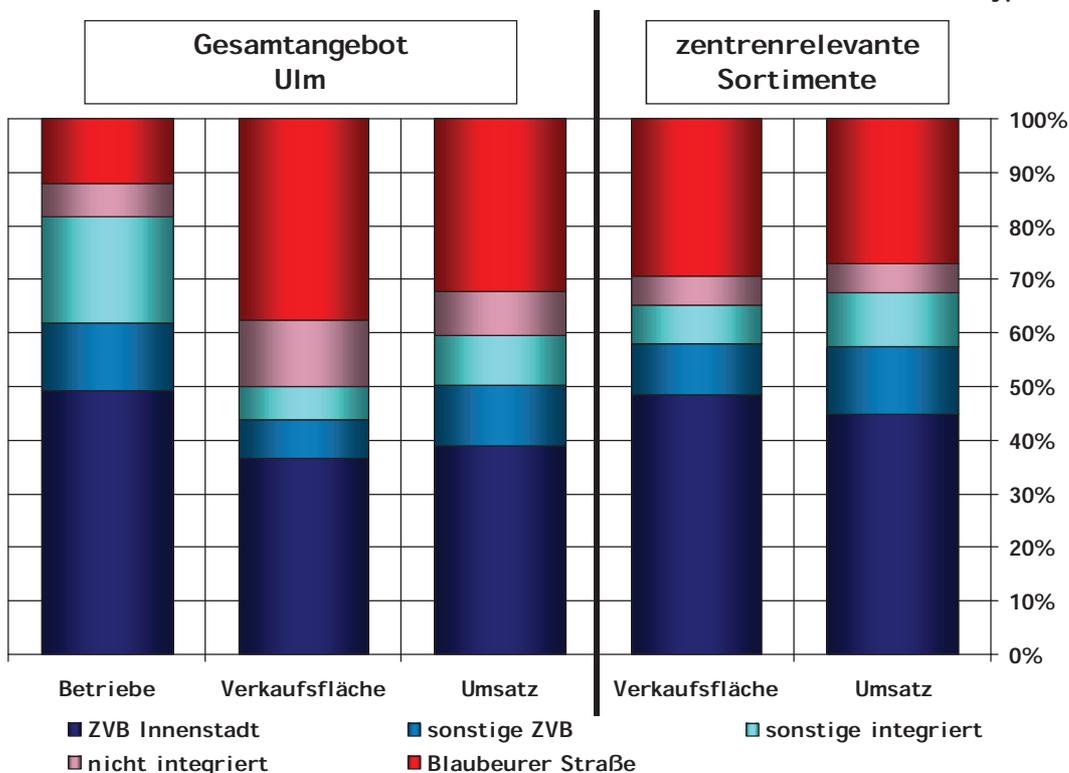
- Dabei ist festzustellen, dass der mit Abstand höchste Verkaufsflächen- und Umsatzanteil auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm entfällt.
- Ebenfalls hohe Anteilswerte sind jedoch für den nicht integrierten Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße zu konstatieren. Dieser ist insbesondere unter dem Aspekt einer relativ geringen quantitativen, wettbewerbsneutralen Weiterentwicklung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.2) als deutlicher Konkurrenz-/ Wettbewerbsstandort zur Innenstadt Ulm zu sehen.
- Die Gesamtheit der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche spielt hinter den beiden zuvor dargestellten Standorten eine untergeordnete Rolle, wenngleich sie - wie mehrmals erwähnt - die wesentliche Basis für die wohnungsnah Grundversorgung der Bevölkerung von Ulm bilden.

⁵⁶ Neben den Sortimenten des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs wurden hierzu die Sortimente Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik und Medien gezählt. Als nicht zentrenrelevant wurde hingegen (u.a.) das Sortiment Elektro/ Leuchten eingestuft, da das Teilsortiment Leuchten, das i.d.R. einen signifikanten Teil des Gesamtsortiments ausmacht, in örtlichen Sortimentslisten häufig als nicht zentrenrelevant eingestuft wird.



- Die Gesamtheit der sonstigen integrierten und insbesondere der sonstigen nicht integrierten Standorte verzeichnet nochmals geringere Verkaufsflächen- und Umsatzanteile zentrenrelevanter Sortimente, wobei der überwiegende Teil bzw. rd. die Hälfte jeweils auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel entfallen. Während dies bei den sonstigen integrierten Standorten hinsichtlich einer wohnungsnahen Grundversorgung bei standortgerechter Dimensionierung durchaus funktionsadäquat sein kann, ist dieses Angebot an nicht integrierten Standorten i.d.R. kritisch zu beurteilen.

Abb. 4: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttypen



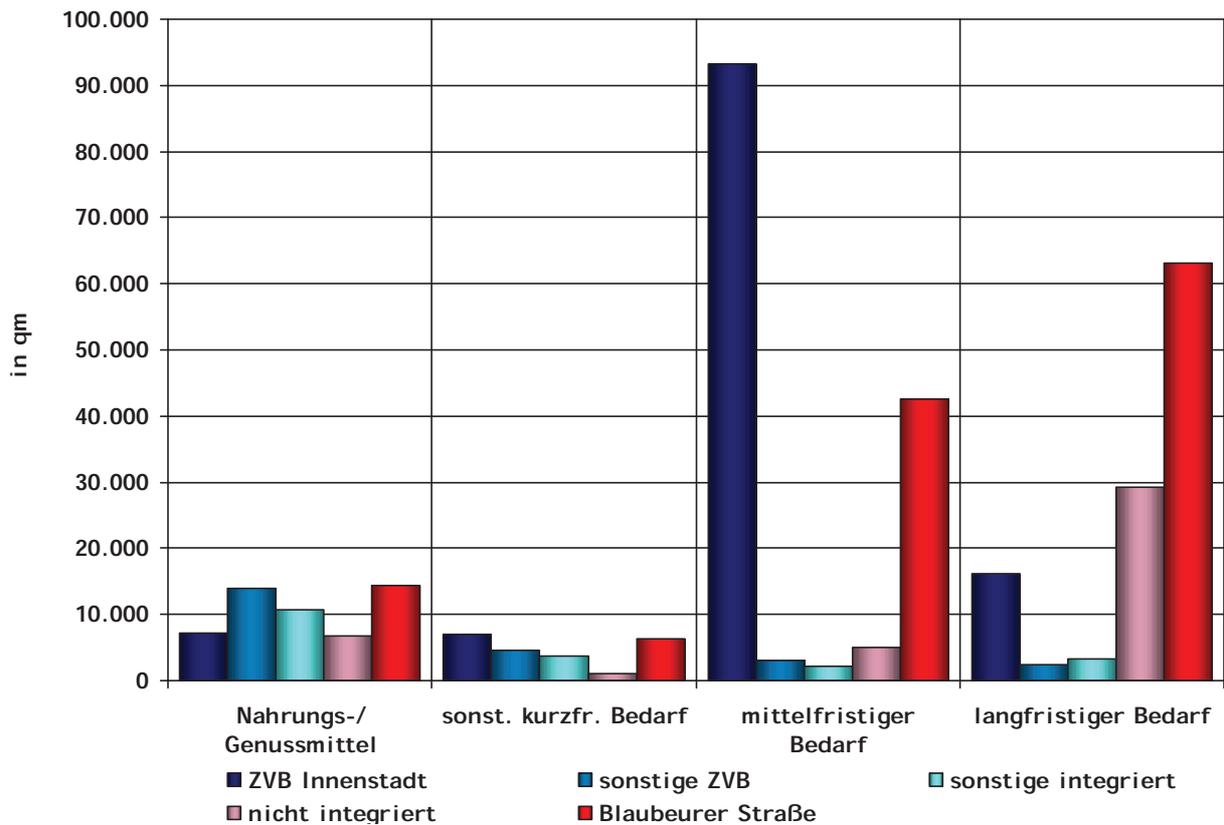
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; BBE Köln (2009); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

5.1.2 Verkaufsflächen der Standorttypen nach Bedarfsbereichen

Wird die Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Ulm differenzierter betrachtet, ergibt sich die in der folgenden Abbildung dargestellte Einzelhandelsstruktur.



Abb. 5: Einzelhandelsstruktur in Ulm nach Standorttypen



Quelle: Einzelhandelserhebung August 2010, eigene Berechnungen

Das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird an allen Standorttypen in gewissem Umfang angeboten, wobei

- die Gesamtheit der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche - insbesondere auf Grund der in der Summe zahlreichen Lebensmittelbetriebe mit hinreichendem Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel - und
- der Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße insbesondere wegen einiger großer Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment und sehr großer Verkaufsfläche
- die höchsten Absolutwerte verzeichnen.

Demgegenüber handelt es sich hinsichtlich der im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm zu verzeichnenden Verkaufsfläche überwiegend um das Angebot von Fachgeschäften.

Die Sortimente des sonstigen kurzfristigen Bedarfsbereichs werden vor allem an integrierten Standorten, insbesondere im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm, angeboten und leisten hier einen wichtigen Nahversorgungsbeitrag. Ein hoher



Verkaufsflächenanteil dieser nahversorgungsrelevanten Sortimente entfällt jedoch auch auf den nicht integrierten Standort Blaubeurer Straße.

Der deutlich überwiegende Verkaufsflächenanteil des mittelfristigen Bedarfsbereichs, der ausschließlich üblicherweise zentrenrelevante Sortimente und dabei u.a. das besonders innenstadtprägende Sortiment Bekleidung und Zubehör umfasst, befindet sich - der oberzentralen Versorgungsfunktion entsprechend - im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm. Ein großer Teil der Verkaufsfläche des mittelfristigen Bedarfsbereichs ist jedoch am nicht integrierten Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße angesiedelt und steht damit in Wettbewerbssituation zum Standort Innenstadt Ulm.

Die Verkaufsflächen des langfristigen Bedarfsbereichs werden in Ulm überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten. Dabei handelt es sich hinsichtlich des Einzelhandelsstandorts Blaubeurer Straße jedoch zu einem Anteil von etwa 10% um üblicherweise zentrenrelevante Sortimente. Das Angebot der sonstigen nicht integrierten Standorte im langfristigen Bedarfsbereich besteht hingegen nahezu ausschließlich aus üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

5.1.3 Betriebsgrößenklassen nach Standorttypen

Die Differenzierung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen und Standorttypen verdeutlicht, dass insbesondere an nicht integrierten Standorten großflächige Betriebe angesiedelt sind. Insgesamt sind rd. 55% der in Ulm ansässigen Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm an nicht integrierten Standorten zu verzeichnen, wobei sich davon etwa drei Viertel am Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße befinden. Der Anteil großflächiger Betriebe am Standort Blaubeurer Straße beträgt rd. 27%, derjenige der sonstigen nicht integrierten Standorte insgesamt rd. 18%. Da großflächige Einzelhandelsbetriebe i.d.R. eine vergleichsweise hohe Ausstrahlung besitzen, verdeutlichen die o.g. Werte die hohe Anziehungskraft und damit auf Grund der Angebotsstrukturen einmal mehr die deutliche Konkurrenzsituation zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm weist einen relativ geringen Anteil (rd. 4%) großflächiger Einzelhandelsbetriebe auf. Zu berücksichtigen ist dabei die



hohe Gesamtzahl an Einzelhandelsbetrieben des zentralen Versorgungsbereichs. Absolut betrachtet befinden sich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm zwanzig Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 800 qm oder mehr (gegenüber 31 Betrieben am Standort Blaubeurer Straße). Diese Betriebe, die sich wie mehrfach erwähnt überwiegend auf den westlichen Teil des zentralen Versorgungsbereichs konzentrieren, tragen in einem hohen Maße zur Einkaufsattraktivität der Innenstadt Ulm bei.

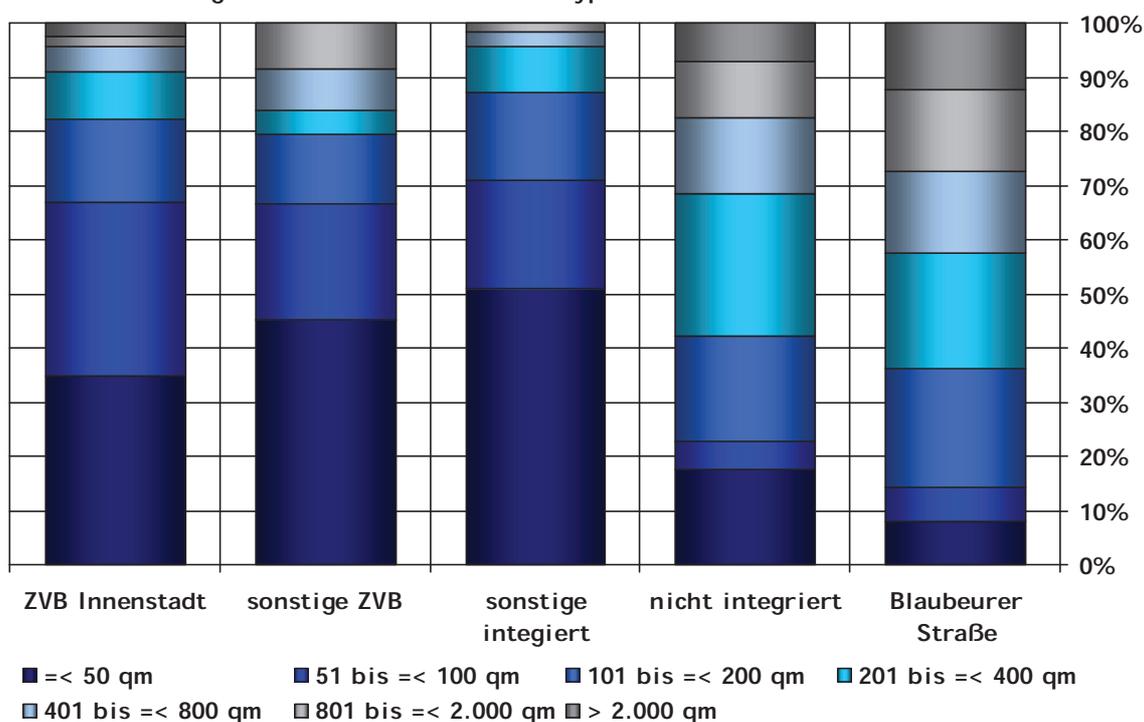
Zudem ist im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm ein hoher Prozentsatz von Betrieben mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 qm zu konstatieren. Ein derartiges kleinteilig strukturiertes Angebot verleiht Zentren ein individuelles Flair und trägt zur Identität und Vielfalt einer Gemeinde bei. Gleichzeitig besteht jedoch auch die Gefahr, dass sich auf diesen Flächengrößen auf Dauer, insbesondere für Einzelhandelsbetriebe in Mietobjekten und in weniger stark frequentierten Randlagen, (in Abhängigkeit des Kernsortiments) keine betriebswirtschaftlich rentablen Ergebnisse erwirtschaften lassen. Überdurchschnittlich oft sind gerade diese häufig inhabergeführten Betriebe von Nachfolgeproblemen betroffen und dadurch ggf. langfristig tendenziell in ihrer Existenz gefährdet.

Einen besonders hohen Anteil von Einzelhandelsbetrieben mit Verkaufsflächen von bis zu 50 qm ist bei der Gesamtheit der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche zu verzeichnen. Diesbezüglich ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich darunter ein vergleichsweise großer Anteil an Betrieben befindet, die selbst bei kleinen Verkaufsflächen vergleichsweise hohe absolute Umsätze erzielen und/ oder - auch auf Grund eines gegenüber der Innenstadt Ulm i.d.R. deutlich geringeren Mietniveaus betriebswirtschaftlich rentabel geführt werden können (z.B. Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Apotheken). Auffällig ist jedoch auch der relativ hohe Anteil von Betrieben mit Verkaufsflächen zwischen 800 und 2.000 qm. Dabei handelt es sich nahezu ausschließlich um Lebensmittelbetriebe (Supermarkt, Discounter), die sowohl wichtige Nahversorgungsfunktion im eigentlichen Sinne für die Bevölkerung im engeren Umfeld als auch Frequenzbringerfunktion für andere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe wahrnehmen.



Bei den an sonstigen integrierten Standorten ansässigen Einzelhandelsbetrieben handelt es sich zu einem sehr hohen Anteil um kleine bzw. kleinere Betriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 200 qm. Großflächige Betriebe stellen demgegenüber eine Ausnahme dar.

Abb. 6: Betriebsgrößenklassen nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010, eigene Berechnungen

5.2 BEURTEILUNG DER VERSORGUNGSSITUATION IM SORTIMENT NAHRUNGS-/GENUSSMITTEL

In Kap. 3.2.3 wurde bereits festgestellt, dass in den meisten Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs per Saldo ein Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadt Ulm zu verzeichnen ist. Im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt bei einer Bindungsquote von rd. 100% eine rechnerische Vollversorgung für die Bevölkerung der Stadt vor, etwaige Kaufkraftzu- und -abflüsse heben sich auf.

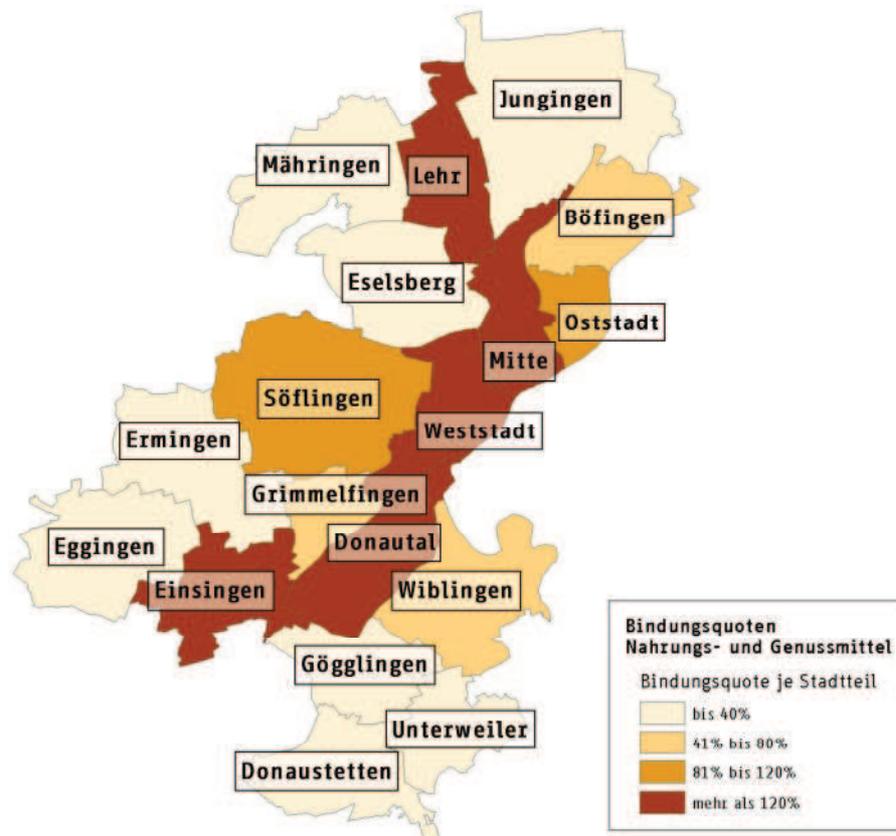
Die nachfolgende Karte 16 zeigt klassifizierte Bindungsquoten im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteileebene, wobei bereits deutliche räumliche Unterschiede in der quantitativen Ausstattung sichtbar werden. Per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse sind dabei bei Bindungsquoten von mehr als 120% in fünf der 18



Stadtteile von Ulm zu verzeichnen (Stadtteile Donautal, Einsingen, Lehr, Mitte und Weststadt). In zwei weiteren Stadtteilen (Oststadt und Söflingen) liegt in etwa eine rechnerische Vollversorgung der Stadtteilbevölkerung dar.

In acht Stadtteilen (Stadtteile Donaustetten, Eggingen, Eselsberg, Ermingen, Göggingen, Jungingen, Mähringen, Unterweiler) sind hingegen sehr geringe sortimentsbezogene Bindungsquoten von bis zu 40% festzustellen. Somit handelt es sich überwiegend um Stadtteile, die eine Randlage innerhalb des Stadtgebietes von Ulm sowie eine geringe Einwohnerzahl (bis rd. 1.500 Einwohner) aufweisen. Diesbezüglich sei angemerkt, dass ein Lebensmittelbetrieb (Supermarkt, Discounter) mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 qm, d.h. an der Schwelle zur Großflächigkeit, rein rechnerisch etwa 2.500 Einwohner versorgt.

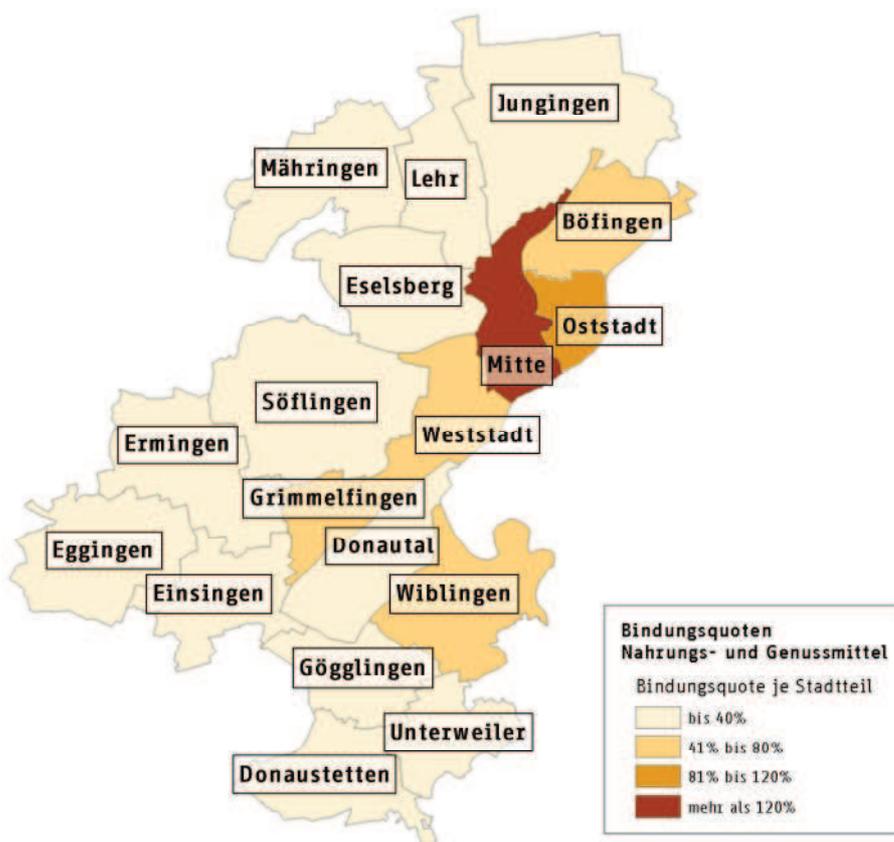
Karte 16: Bindungsquoten im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; BBE Köln (2009); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: Stadt Ulm

Gesamtstädtisch werden rd. 55% des Umsatzes im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel an integrierten Standorten erzielt, rd. 45% entfallen auf nicht integrierte Standorte. In Karte 17 wird - wiederum auf Stadtteilebene - nur das an integrierten Standorten angesiedelte Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel berücksichtigt: Dieses trägt - im Gegensatz zum nicht integrierten Angebot - auf Grund des unmittelbaren Wohnbezugs in hohem Umfang zur Nahversorgung im eigentlichen Sinne, d.h. zur fußläufigen Nahversorgung, bei.

Karte 17: Bindungsquoten integrierter Standorte im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; BBE Köln (2009); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: Stadt Ulm

Eine Bindungsquote von mehr als 120% und somit ein (deutlicher) Kaufkraftzufluss ist nur noch im Stadtteil Mitte zu konstatieren. Weiterhin ist im Stadtteil Oststadt bei einer Bindungsquote von rd. 87% eine annähernde rechnerische Vollversorgung zu verzeichnen. In beiden Stadtteilen befindet sich das Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ausschließlich an integrierten Standorten. Demgegenüber sind in den weiteren Stadtteilen, die in Karte 16 noch eine rechnerische Vollversorgung



bzw. einen deutlichen Kaukraftzufluss aufweisen, bei Berücksichtigung allein integrierter Angebotsstandorte i.d.R. noch nur geringe Bindungsquoten von bis zu 40% festzustellen: Das Angebot befindet sich hier zu einem großen Anteil bzw. ausschließlich an nicht integrierten Standorten und trägt allenfalls in einem geringen Umfang zur fußläufigen Nahversorgung bei.

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des Angebotes im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel in hohem Maße dessen räumliche Verteilung von Bedeutung. Nach dem Landesentwicklungsplan ist dabei auf eine wohnortnahe Grundversorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen und häufig wiederkehrenden Bedarfs [...] hinzuwirken.⁵⁷ Nach der Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller aus dem Jahre 2004 ist die flächendeckende, wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs eines von zwei wesentlichen Zielen der Entwicklungsplanung der Region Donau-Iller.⁵⁸

Wesentlich für die Versorgung der Bevölkerung mit Nahrungs-/ Genussmitteln sind Betriebe mit einem hinreichenden Lebensmittelangebot. I.d.R. wird davon ausgegangen, dass Lebensmittelbetriebe (Lebensmittel-SB-Markt, Discounter, Supermarkt/ Vollsortimenter, SB-Warenhaus, Biomarkt) mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 qm ein für die Grundversorgung hinreichendes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel aufweisen. Jedoch können auch kleinere Betriebe, sogenannte Lebensmittel-SB-Geschäfte, einen wesentlichen Beitrag zur fußläufigen/ wohnungsnahen Versorgung, insbesondere eingeschränkt mobiler Menschen, gewährleisten.

Sofern die in Ulm ansässigen Lebensmittel-SB-Geschäfte mit berücksichtigt werden, sind insgesamt 47 in der Gesamtstadt zu verzeichnen. Dies sind

- sechs Lebensmittel-SB-Geschäfte (Verkaufsfläche bis 200 qm),
- sechs Lebensmittel-SB-Märkte (Verkaufsfläche 200 bis 400 qm),
- 13 Supermärkte (Verkaufsfläche 400 bis 2.500 qm),
- zwei große Supermärkte (Verkaufsfläche 2.500 bis 5.000 qm),

⁵⁷ Vgl. Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002, Plansatz 2.4.3.4 (G);

⁵⁸ Vgl. Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller 2004 - Großflächiger Einzelhandel (Entwurf), Textteil.



- zwei SB-Warenhäuser (Verkaufsfläche größer als 5.000 qm),
- ein Warenhaus mit Lebensmittelabteilung,
- vier Biomärkte mit einer Verkaufsfläche von bis zu 200 qm,
- zwei Biomärkte mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 qm sowie
- elf Discounter mit Verkaufsflächen von annähernd 400 bis gut 1.400 qm.

Zwanzig Lebensmittelbetriebe (rd. 43%) weisen eine Verkaufsfläche von mehr als 800 qm auf und sind damit großflächig. Lebensmittelbetriebe in dieser Größenordnung sind i.d.R. wirtschaftlich stabil, wenngleich die Anforderungen insbesondere von Supermarktbetreibern deutlich höher liegen. Im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung ist jedoch zu berücksichtigen, dass ein Betrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 qm - wie bereits dargestellt - rechnerisch rd. 2.500 Einwohner im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel vollständig versorgt. Durch Doppelstandorte mit je einem Supermarkt und Discounter in einer Größenordnung entsprechend der Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber werden rd. 9.000 bis 10.000 Einwohner vollständig mit Nahrungs-/ Genussmitteln versorgt.

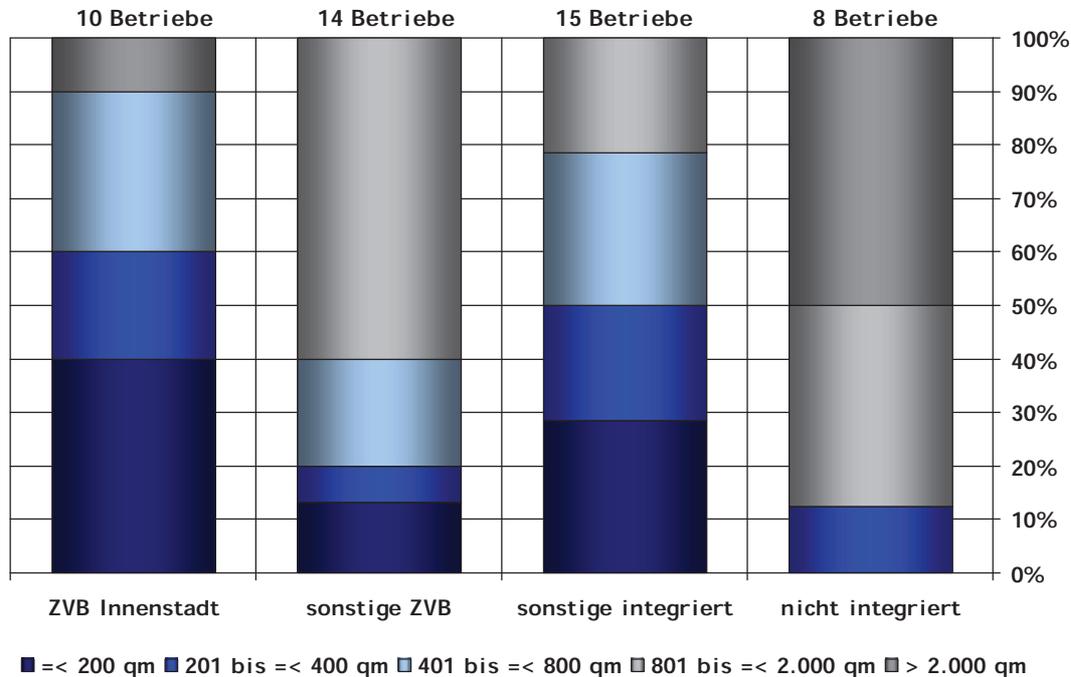
27 Lebensmittelbetriebe verzeichnen eine Verkaufsfläche von bis zu 800 qm, die Verkaufsfläche von 17 dieser Betriebe liegt bei nur bis zu 400 qm. Nahezu alle dieser nicht großflächigen Lebensmittelbetriebe befinden sich an integrierten Standorten und tragen somit in einem hohen Maße zur Nahversorgung im eigentlichen Sinne bei. Allerdings sind die Betreiber/ Inhaber dieser Lebensmittelbetriebe meist sensibel gegenüber Neuansiedlungen und signifikanten Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben im näheren Umfeld.

Abb. 7 zeigt die Größenklassen der Lebensmittelbetriebe differenziert nach Standorttypen. Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm dominieren eindeutig die nicht großflächigen Lebensmittelbetriebe; einzig das Warenhaus mit Lebensmittelabteilung verzeichnet insgesamt eine Verkaufsfläche von (deutlich) mehr als 800 qm. Demgegenüber weist die Mehrzahl der in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen angesiedelten Lebensmittelbetriebe eine Verkaufsfläche von mehr als 800 qm auf. An nicht integrierten Standorten sind nahezu nur großflächige Lebensmittelbetriebe angesiedelt, darunter auch die zwei innerhalb des Stadtgebietes von Ulm ansässigen SB-Warenhäuser - beide im Bereich des Einzelhandels-



standortes Blaubeurer Straße gelegen - und die beiden in Ulm befindlichen großen Supermärkte.

Abb. 7: Betriebsgrößenklassen der Lebensmittelbetriebe nach Standorttypen

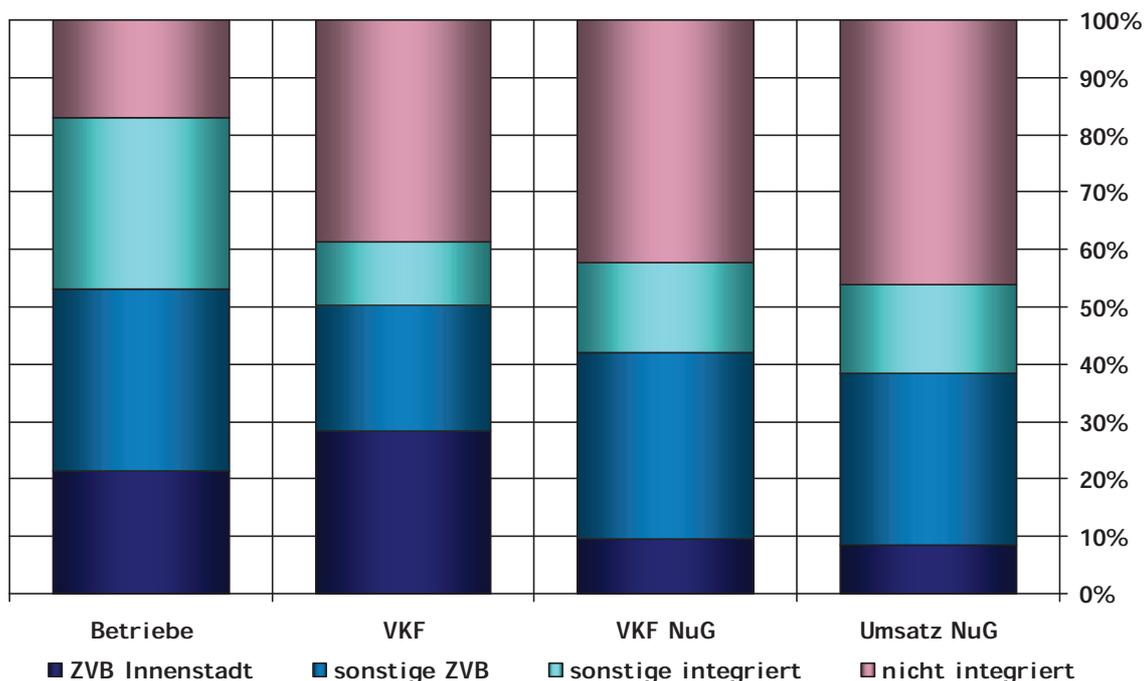


Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010, eigene Berechnungen

Abb. 8 zeigt die Verteilung der Lebensmittelbetriebe, ihrer Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen. 39 der 47 im Stadtgebiet von Ulm ansässigen Lebensmittelbetriebe (rd. 83%) befinden sich an integrierten Standorten und tragen somit in hohem Maße zur Nahversorgung im eigentlichen Sinne bei. Der Anteil der nicht integrierten Betriebe beträgt entsprechend rd. 17%. Auf Grund der insgesamt betrachtet deutlich überdurchschnittlichen Verkaufsfläche dieser Betriebe verzeichnen diese einen Anteilswert an der Gesamtfläche aller Lebensmittelbetriebe von rd. 39%. Bezogen allein auf die Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel beträgt der Anteilswert der nicht integrierten Betriebe rd. 42% - hier wirkt sich insbesondere der hohe Verkaufsflächenanteil anderer Sortimente des in der Innenstadt Ulm angesiedelten Warenhauses mit Lebensmittelabteilung aus. Der Umsatzanteil der an nicht integrierten Standorten angesiedelten Lebensmittelbetriebe - wiederum bezogen allein auf das Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel - beträgt sogar rd. 46%. Insgesamt betrachtet wird somit ein vergleichsweise großer Teil der Kaufkraft im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel durch Lebensmittelbetriebe gebunden, die keine Nahversorgung im eigentlichen Sinne wahrnehmen.



Abb. 8: Betriebs-, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile der Lebensmittelbetriebe nach Standorttypen



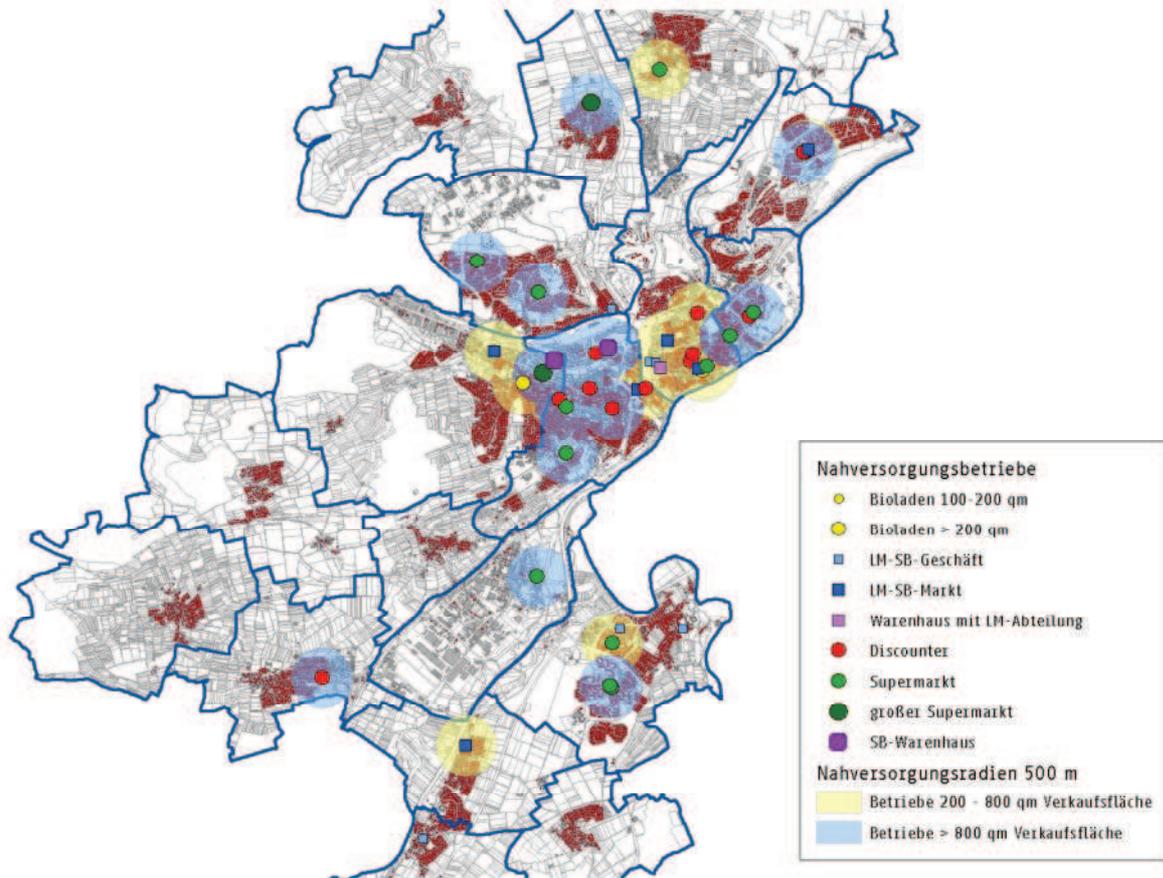
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; BBE Köln (2009); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind in Karte 18 die o.g. 47 Lebensmittelbetriebe dargestellt. Zudem wurde in Karte 18 um jeden Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von mindestens 200 qm⁵⁹ ein Kreis mit einem 500 Meter-Radius gezogen: Im Allgemeinen wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern Luftlinie zu mindestens einem Lebensmittelbetrieb wohnt, fußläufig nahversorgt ist. Karte 18 zeigt, dass v.a. im Bereich der Kernstadt von Ulm zahlreiche Lebensmittelbetriebe mit sich teilweise überlagernden Nahversorgungsumkreisen existieren, während in einigen Stadtteilen mit geringer Bevölkerungszahl - Eggingen, Ermingen, Grimmelfingen, Mähringen, Unterweiler - kein Lebensmittelbetrieb zu verzeichnen ist.

⁵⁹ Von einem hinreichenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel kann -wie bereits erwähnt - i.d.R. erst ab einer Verkaufsfläche von 200 qm ausgegangen werden, wenngleich auch kleinere Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion für eingeschränkt mobile Menschen wahrnehmen können.



Karte 18: Räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe in der Stadt Ulm



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung im August 2010; Kartengrundlage: Stadt Ulm

Die folgende Karte 19 zeigt für jeden Stadtteil denjenigen Anteil der Bevölkerung, der durch einen Lebensmittelbetrieb - auch mit einer Verkaufsfläche von weniger als 100 qm - nahversorgt ist. Für die Gesamtstadt ergibt sich diesbezüglich ein Nahversorgungsanteil von rd. 69%. Sofern nur die Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 200 qm und mehr berücksichtigt werden, die definitionsgemäß ein hinreichendes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel aufweisen, beträgt der Nahversorgungsanteil rd. 64%.

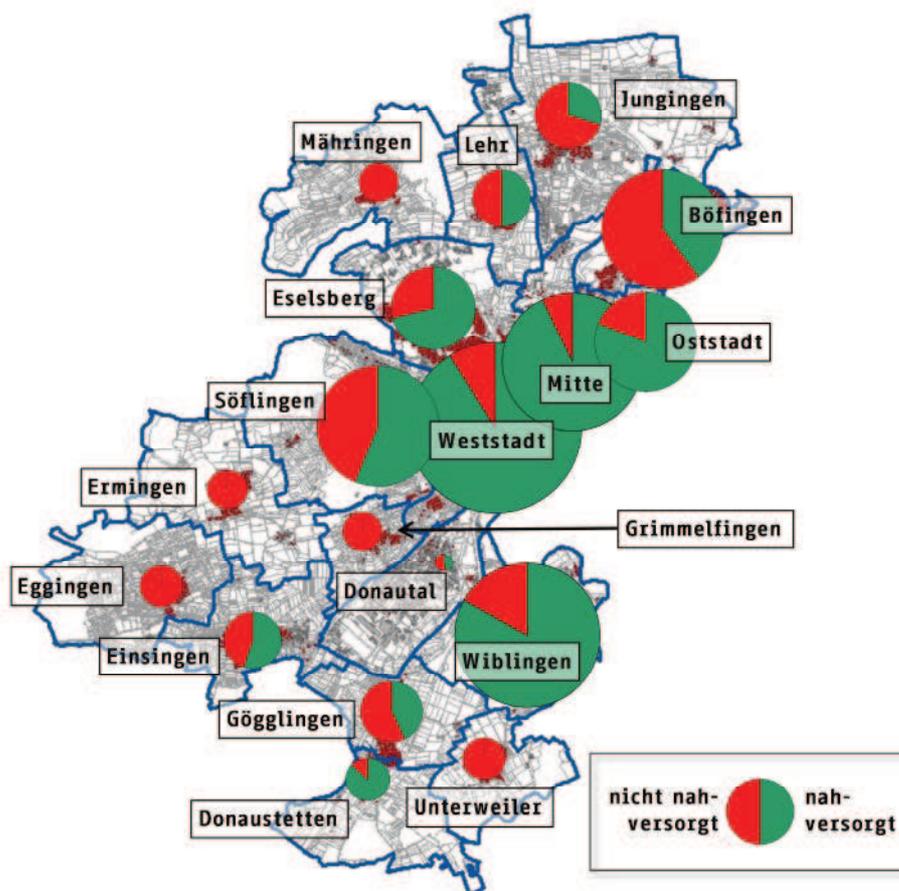
Im Vergleich zu anderen Städten verzeichnet Ulm einen geringen Nahversorgungsanteil.⁶⁰ Dabei sind jedoch auch die siedlungsstrukturellen Gegebenheiten zu berücksichtigen: Sieben Stadtteile verzeichnen sehr geringe Bevölkerungswerte von bis zu rd. 1.500 Einwohnern, weitere vier Stadtteile weisen relativ geringe Ein-

⁶⁰ I.d.R. betragen die Nahversorgungsanteile größerer Städte um die 80%.

wohnerzahlen von annähernd 2.500 bis knapp 3.250 Einwohnern auf.⁶¹ Weiterhin ist vielerorts eine vergleichsweise lockere, durch Einfamilienhäuser geprägte Wohnbebauung festzustellen. Zudem sind innerhalb einiger nicht nahversorgter Bereiche deutliche topographische Unterschiede zu verzeichnen.

Das in Karte 19 dargestellte Ergebnis ähnelt dennoch demjenigen anderer Städte: Während im Bereich der Kernstadt vergleichsweise hohe Nahversorgungsanteile vorliegen, weist der überwiegende Teil der an den Rändern des Stadtgebietes gelegenen Stadtteile einen niedrigen Nahversorgungsanteil auf. Zurückzuführen ist dies - wie oben erwähnt - in einem hohen Maße auf siedlungsstrukturelle und/ oder topographische Aspekte.

Karte 19: Nahversorgungsanteile auf Stadtteilebene



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; Kartengrundlage: Stadt Ulm

⁶¹ Zum Vergleich: Ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 qm versorgt - wie bereits dargestellt - bezogen auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel etwa 2.500 Einwohner.



5.3 FAZIT

Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Ulm ist gekennzeichnet durch den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm und den dezentralen Einzelhandelsstandort(bereich) Blaubeurer Straße. Die Sortimentsstruktur des nicht integrierten Standortes Blaubeurer Straße ist im Hinblick auf die Ziele der Teilfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller bezüglich großflächigen Einzelhandels als nicht funktionsadäquat zu bezeichnen. Trotz der Konkurrenzsituation dieser beiden Standorte nimmt der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm bei den zentrenrelevanten Sortimenten eine deutliche (über-)regionale Versorgungsfunktion wahr - die es zukünftig zu erhalten gilt. Die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche, von denen zehn im gesamten Stadtgebiet von Ulm festgestellt werden konnten, tragen hingegen in hohem Maße zur Nahversorgung der Bevölkerung im eigentlichen Sinne bei und sollten diesbezüglich erhalten bzw. gestärkt werden.

Bezüglich der Versorgung im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel sind hohe Verkaufsflächen- und Umsatzanteile für die nicht integrierten Standorte zu konstatieren, die allenfalls in einem geringen Umfang Nahversorgung im eigentlichen Sinne gewährleisten. Die durch derartige Betriebe bedingten Kaufkraftflüsse erschweren erfahrungsgemäß die Weiterentwicklung bzw. Stärkung integrierter Lebensmittelstandorte; das Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel an nicht integrierten Standorten sollte daher nicht weiter ausgebaut werden.

Der relativ niedrige Nahversorgungsanteil in der Stadt Ulm ist jedoch auch auf siedlungsstrukturelle und topographische Gegebenheiten zurückzuführen. Dies verdeutlichen insbesondere die stark differierenden Nahversorgungsanteile der Kernstadt einerseits und zahlreicher an den Rändern des Stadtgebietes von Ulm gelegenen Stadtteilen andererseits.

6. ZENTRENHIERACHIE

Auf Basis der in den voranstehenden Kapiteln erarbeiteten quantitativen und qualitativen Ergebnisse der Ist-Situation werden im Folgenden die in der Stadt Ulm festgestellten zentralen Versorgungsbereiche einer Hierarchisierung unterzogen. Diese Hierarchisierung stellt einen wichtigen Bewertungshintergrund für die zukünftige räumliche Einzelhandelsentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche dar, da deren Weiterentwicklung von ihrer aktuellen und perspektivischen Versorgungsfunktion abhängt.

Die Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche wurde (u.a.) in Kap. 5.1.1 dargestellt: Rd. 61% aller in Ulm ansässigen Einzelhandelsbetriebe sind dort angesiedelt; ihr Anteil an der Gesamtverkaufsfläche beträgt rd. 44%, bezogen auf die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente rd. 58%. Eine herausragende Bedeutung verzeichnet diesbezüglich der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm, der allein rd. 49% der Betriebe, rd. 37% der Gesamtverkaufsfläche und rd. 49% der Verkaufsfläche üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente auf sich vereinigt. Absolut betrachtet liegt die Verkaufsfläche des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ulm bei rd. 123.375 qm, die der größten sonstigen zentralen Versorgungsbereiche - zentrale Versorgungsbereiche Böfingen, Söfingen und Wiblingen/ Tannenplatz hingegen bei weniger als 4.500 qm.

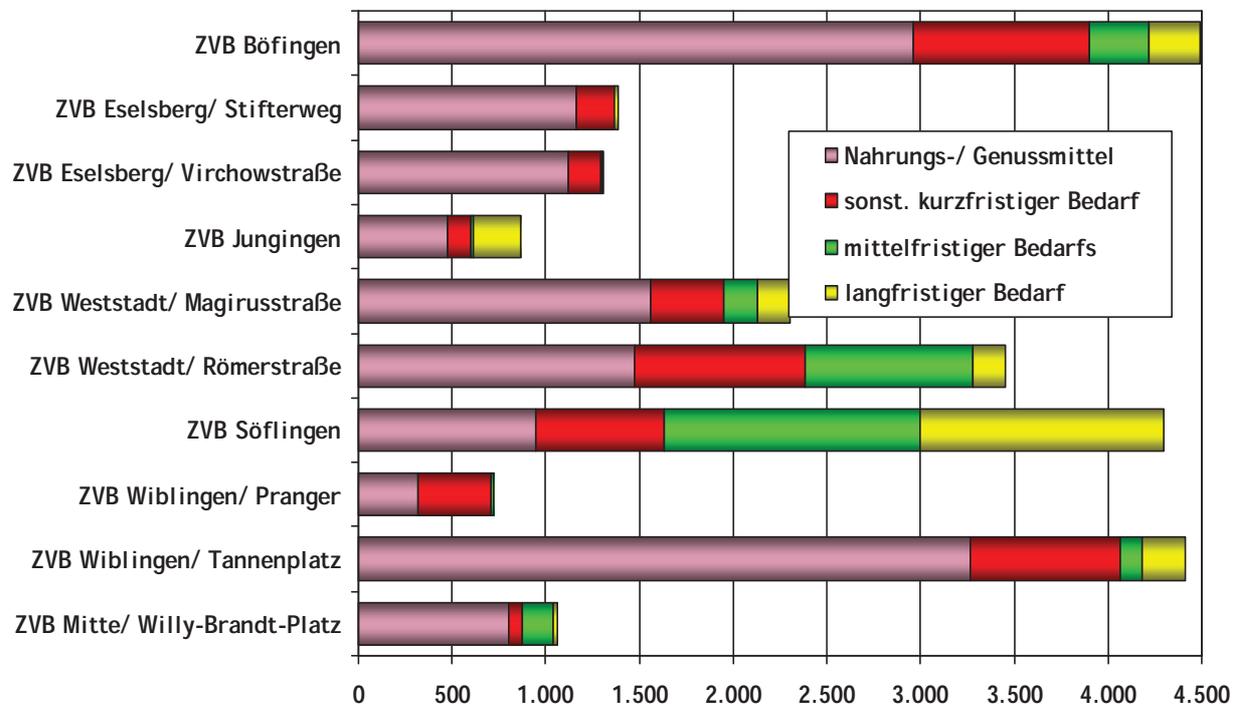
Diese extremen Unterschiede verdeutlichen, dass es in Ulm keinen unmittelbar der Innenstadt Ulm, dem A-Zentrum, nachgeordneten zentralen Versorgungsbereichs im Sinne eines B-Zentrums gibt. Nachfolgend wird dargestellt, inwieweit die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche einzelnen Gruppen zuzuordnen sind und wie sich dieses Gruppen voneinander unterscheiden.

Abb. 9 zeigt die Verkaufsflächen der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche differenziert nach Bedarfsbereichen. Hinsichtlich der Gesamtverkaufsfläche verzeichnen die drei zentralen Versorgungsbereiche Böfingen, Söfingen und Wiblingen/ Tannenplatz mit rd. 4.300 bis 4.500 qm die mit Abstand größten Verkaufsflächen. Vergleichsweise große Verkaufsflächen verzeichnen noch die beiden zentralen Versorgungsbereiche Weststadt/ Römerstraße und Weststadt/ Magirusstraße mit rd. 3.450 bzw. 2.300 qm.



Deutlich zu erkennen ist in Abb. 9 weiterhin ein in allen zentralen Versorgungsbereichen dominierendes Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich (Nahrungs-/ Genussmittel und sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich). Der Anteil an der jeweiligen Gesamtverkaufsfläche liegt bei knapp 70% (zentrale Versorgungsbereiche Jungingen und Weststadt/ Römerstraße) bis nahezu 100% (zentrale Versorgungsbereiche Eselsberg/ Stifterweg, Eselsberg/ Virchowstraße und Wiblingen/ Pranger). Eine Ausnahme stellt der zentrale Versorgungsbereich Söflingen dar. Hier weist die Gesamtheit der Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs einen Verkaufsflächenanteil von mehr als 60% auf. Das Angebot reicht somit relativ betrachtet in deutlichem Umfang über nahversorgungsrelevante Sortimente hinaus.

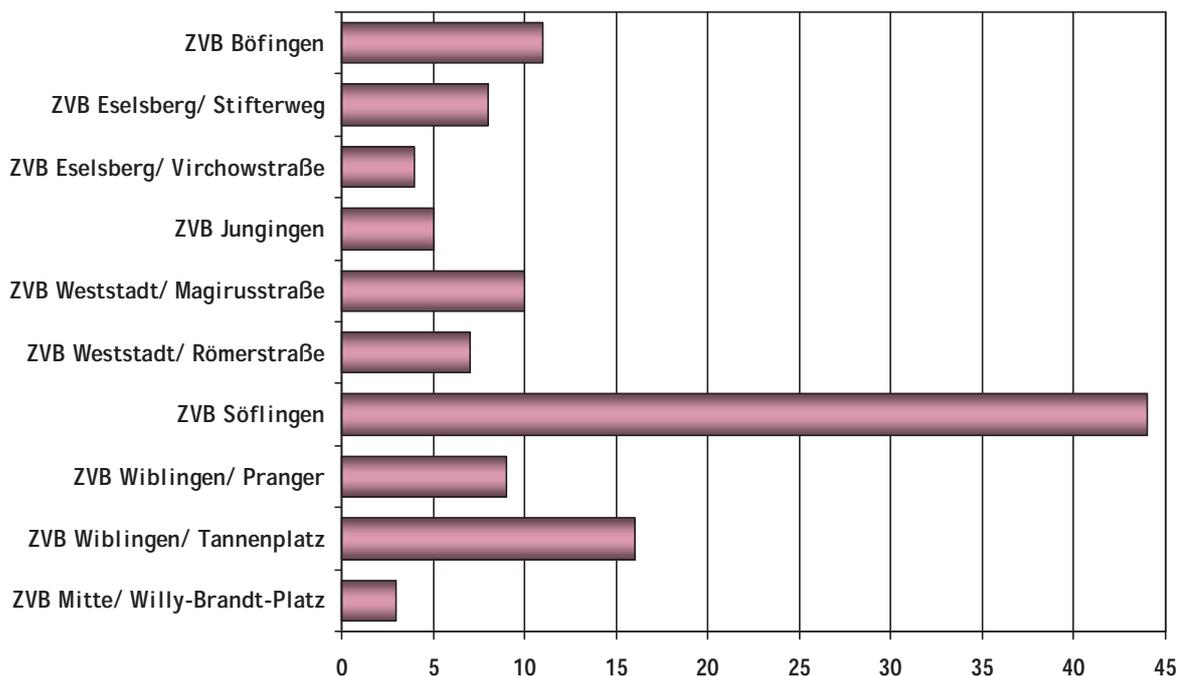
Abb. 9: Verkaufsflächen (in qm) der zentralen Versorgungsbereiche nach Bedarfsbereichen (ohne zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm)



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; eigene Berechnungen

Der zentrale Versorgungsbereich Söflingen unterscheidet sich auch hinsichtlich der Betriebszahl deutlich von den weiteren sonstigen zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Abb. 10). Mit 44 Einzelhandelsbetrieben weist der zentrale Versorgungsbereich Söflingen ein Mehrfaches der Betriebszahl der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche auf; die entsprechenden Werte liegen bei drei bis 16 Betrieben.

Abb. 10: Anzahl Einzelhandelsbetriebe der zentralen Versorgungsbereiche (ohne zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm)



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; eigene Berechnungen

Der zentrale Versorgungsbereich Söflingen hebt sich demnach deutlich von den weiteren sonstigen zentralen Versorgungsbereichen ab. Insbesondere auf Grund seiner Angebotsvielfalt, welche sich sowohl in der Betriebszahl als auch hinsichtlich der Angebotsstruktur ausdrückt, wird er als C-Zentrum eingestuft.

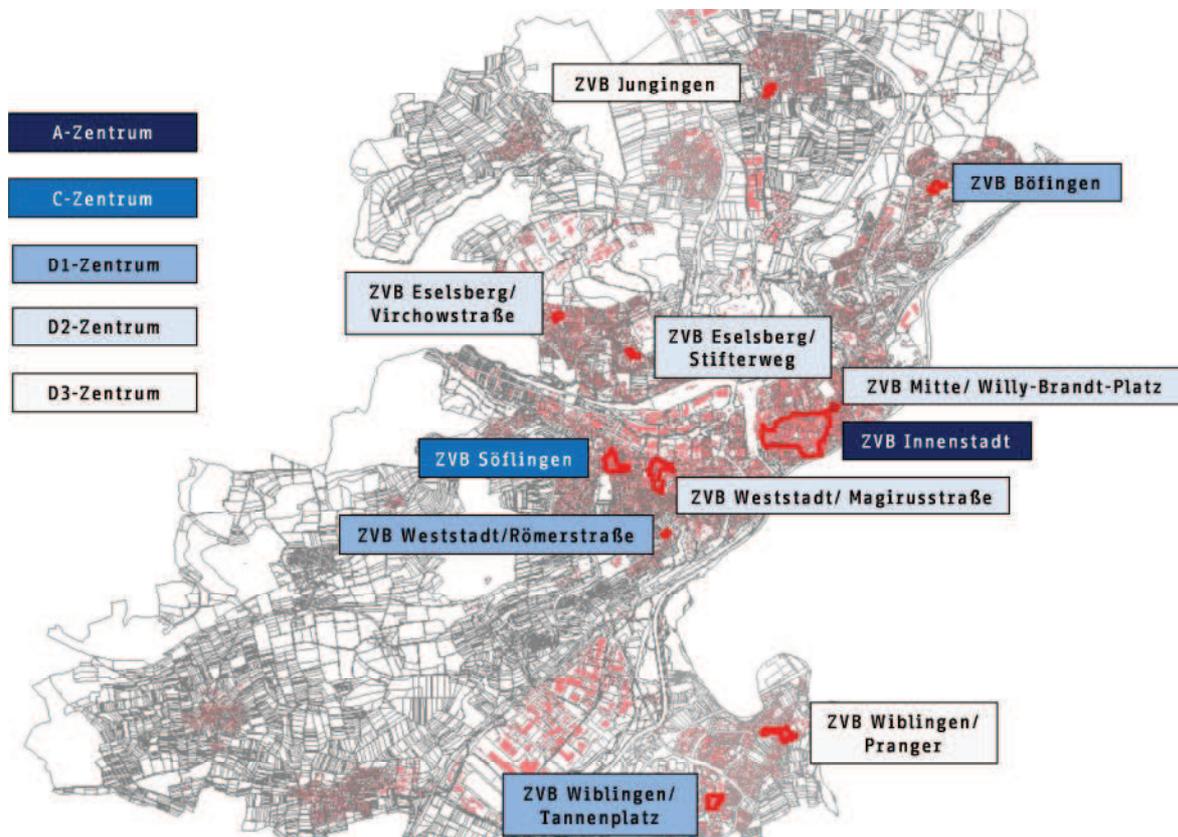
Die weiteren sonstigen zentralen Versorgungsbereiche werden hingegen wegen ihres deutlich überwiegenden nahversorgungsrelevanten Angebotes als D-Zentren bezeichnet. Innerhalb dieser Gruppe wird eine weitere Differenzierung vorgenommen, da sich die Gesamtverkaufsflächen als auch die Größen der Lebensmittelbetriebe - und damit ihre Nahversorgungsfunktion bzw. -reichweite sowie ihre Sensibilität gegenüber Entwicklungen im Umfeld - deutlich voneinander unterscheiden:

- Die zentralen Versorgungsbereiche Böfingen, Weststadt/ Römerstraße und Wiblingen/ Tannenplatz weisen vergleichsweise große Gesamtverkaufsflächen von rd. 3.450 bis 4.500 qm auf. Zudem verzeichnen sie je zwei Lebensmittelbetriebe mit Verkaufsflächen von deutlich mehr als 800 qm (zentrale Versorgungsbereiche Böfingen und Wiblingen/ Tannenplatz) bzw. einen derartigen Lebensmittelbetrieb und einen annähernd großflächigen Drogeriemarkt (zentraler Versorgungsbereich Weststadt/ Römerstraße). Diese drei zentralen Versorgungsbereiche werden somit als D1-Zentren mit hoher Nahversorgungsfunktion eingestuft.



- Die zentralen Versorgungsbereiche Eselsberg/ Stifterweg, Eselsberg/ Virchowstraße, Mitte/ Willy-Brandt-Platz und Weststadt/ Magirusstraße verzeichnen zwar unterschiedliche Gesamtverkaufsflächen von rd. 1.075 bis 2.300 qm. Jedoch ist in jeden dieser Bereiche ein großflächiger Lebensmittelbetrieb festzustellen, der hohe Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsgebiete wahrnimmt. Die zentralen Versorgungsbereiche werden somit als D2-Zentren eingeordnet.
- Die beiden zentralen Versorgungsbereiche Jungingen und Wiblingen/ Pranger weisen mit rd. 875 qm bzw. 725 qm geringe Gesamtverkaufsflächen auf. Zudem wird die Nahversorgung im Wesentlichen durch einen kleinen Supermarkt mit einer Verkaufsfläche deutlich unterhalb der Großflächigkeitsschwelle (zentraler Versorgungsbereich Jungingen) bzw. durch ein Lebensmittel-SB-Geschäft und einen Drogeriemarkt mit Verkaufsflächen von jeweils weniger als 200 qm (zentraler Versorgungsbereich Wiblingen/ Pranger) gewährleistet. Daher werden diese beiden zentralen Versorgungsbereiche als D3-Zentren eingestuft, die trotz der eher geringen quantitativen Ausstattung wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung des Stadtteils bzw. der umliegenden Wohngebiete wahrnehmen.

Karte 20: Zentrenhierarchie in der Stadt Ulm



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; Kartengrundlage: Stadt Ulm



7. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung die Einzelhandelsentwicklung in Ulm auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern.⁶² Auch wenn § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind B-Pläne und die entsprechenden Festsetzungen erforderlich.

Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels bildet ein Zielsystem für die funktionale (Einzelhandels-)Entwicklung der Stadt Ulm. Dabei hat die Erfahrung bei der Erarbeitung zahlreicher Gutachten als Grundlage für Einzelhandelskonzepte bzw. Märkte- und Zentrenkonzepte für Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind.

Nachfolgend wird ein Vorschlag für einen Zielkatalog dargestellt, auf dem die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Ulm basieren sollte. Diese Zielvorschläge beziehen sich räumlich zum einen auf die Gesamtstadt Ulm und zum anderen auf die zentralen Versorgungsbereiche. Wesentliches Ziel ist dabei die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt im A-Zentrum Innenstadt Ulm sowie in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen.

Die nachfolgenden Oberziele sind dem planungsrechtlichen Kontext zugrunde gelegt (vgl. Kap. 8.4).

7.1 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER VERSORGENGFUNKTION DER STADT ULM ALS OBERZENTRUM

Ein wichtiges Ziel ist die Erhaltung und Stärkung der durch die Landesplanung Baden-Württemberg zugewiesenen zentralörtlichen Funktion der Stadt Ulm als Oberzentrum. "Oberzentren sollen als Standorte großstädtischer Prägung die Versorgung eines Verflechtungsbereichs von mehreren hunderttausend Einwohnern (in der Regel

⁶² Vgl. dazu zusammenfassend Acocella, 2004, a.a.O., S. 56ff.



die Region) mit hochqualifizierten und spezialisierten Einrichtungen und Arbeitsplätzen gewährleisten.“⁶³

Wie in Kap. 3.2.3 aufgezeigt wurde, sind - abgesehen vom Sortiment Möbel/Antiquitäten - bei den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs, bei denen Ulm eine oberzentrale Funktion zukommt, deutliche bis sehr hohe Kaufkraftzuflüsse nach Ulm zu verzeichnen, die nicht bzw. allenfalls in einem sehr geringen Umfang gesteigert werden können. Der Schwerpunkt liegt somit auf der Erhaltung der Versorgungsfunktion der Stadt Ulm.

7.2 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT IM A-ZENTRUM INNENSTADT ULM SOWIE IN DEN SONSTIGEN ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHEN

Die oberzentrale Versorgungsfunktion von Ulm wird nur z.T. vom zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm, dem A-Zentrum, übernommen. Ein erheblicher Teil der Kaufkraft der zentrenrelevanten Sortimente wird am nicht integrierten Standort Blaubeurer Straße gebunden (vgl. Kap. 5.1). Hinsichtlich der Erhaltung bzw. der Weiterentwicklung der oberzentralen Versorgungsfunktion sollte die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente innerhalb der Innenstadt Ulm zu deren Stärkung - bzw. zu Stärkung einzelner Teilbereiche dieser - erfolgen.

Neben der Zentralität - einer vorrangig quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen, die im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm bestehende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen erhalten und gestärkt werden. Das für die Ulmer Innenstadt so typische vielfältige Einzelhandelsangebot, die Mischung aus Filialisten und individuellen Fachgeschäften, sollte unbedingt erhalten werden.

In den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Ulm ist das bestehende Angebot an Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und z.T. auch Kultureinrichtungen im Hinblick auf eine dezentrale und umfassende Nah- und Grundversorgung zu erhalten und zu stärken.

⁶³ Vgl. LEP Baden-Württemberg (2002), S. 20 (Ziel 2.5.8)



Das Ziel "Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt der zentralen Versorgungsbereiche" erfordert ein konzeptionelles Vorgehen anstatt einzelfallbezogener Entscheidungen.

7.3 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES A-ZENTRUMS INNENSTADT ULM UND DER SONSTIGEN ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE

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

Das besondere Flair der Innenstadt von Ulm wird u.a. durch die herausgehobene Architektur bestimmt. Das Nebeneinander von modernen und historischen Bauten ist fast schon ein Markenzeichen der baulichen Entwicklung der Ulmer Innenstadt geworden (Münster/ Stadthaus und Rathaus/ Stadtbibliothek). Dieser insgesamt hohe Anspruch an Architektur und Städtebau und der Mut neue Wege zu gehen sollte deshalb auch die künftige Innenstadtentwicklung prägen.

7.4 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")

Ein kompakter zentraler Versorgungsbereich mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume. Insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen ist eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Zudem wird dadurch überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die dadurch entstehenden Umweltbelastungen eingedämmt.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm erfüllt das Ziel einer funktionalen und städtebaulichen Kompaktheit nur bedingt, u.a. auf Grund der Ausdehnung von rd. 1.100 Meter in Ost-West- und rd. 700 Meter in Nord-Süd-Ausrichtung.



Weiterhin dünnt in den östlichen Teilbereichen die Angebotsdichte aus, zudem sind im Vergleich zu anderen Teilbereichen der Innenstadt keine äquivalenten städtebaulichen - und damit auch touristischen - Highlights zu verzeichnen. Demgegenüber weist der östliche Teilbereich, insbesondere entlang Bahnhof- und Hirschstraße, eine sehr hohe Angebotsdichte bei großer Vielfalt auf. Derzeit ist dieser Bereich jedoch durch eine gewisse Linearität geprägt, welche jedoch durch das Planvorhaben Sedelhof-Areal aufgebrochen werden soll. Die vielen Gassen nördlich des Münsters, die eine hohe, wenn auch eher kleinteilige Angebotsstruktur verzeichnen, tragen zu einer guten Vernetzung innerhalb dieses Bereichs bei. Das gleiche gilt - bei geringer v.a. einzelhandelbezogener Funktionsvielfalt - auch für den südlich des Münsters gelegenen Bereich der Innenstadt Ulm. Um die Kompaktheit der Strukturen zu erhalten und in Teilbereichen zu stärken ist eine Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches über die perspektivische Abgrenzung hinaus in jedem Fall zu vermeiden.

7.5 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUREN

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

Insgesamt betrachtet ist die Stadt Ulm rein quantitativ gut bis sehr mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ausgestattet. In dem für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt bei einer Bindungsquote von rd. 100% per Saldo eine rechnerische Vollversorgung vor (vgl. Kap. 5.2).

Von wesentlicher Bedeutung ist daher das Ziel einer wohnungsnahen Nahversorgung für möglichst große Teile der Bevölkerung. Hierzu tragen insbesondere die festgestellten C- und D-Zentren bei, deren Nahversorgungsfunktion zu erhalten und teilweise zu stärken ist. Zu achten ist bei etwaigen Angebotsvergrößerungen in den Zentren - wie insbesondere auch bei Ansiedlungen neuer oder signifikanten Erweiterungen bestehender Lebensmittelbetriebe an sonstigen integrierten Standorten - auf eine standortgerechte Dimensionierung. Dies bedeutet ein ausgewogenes Verhältnis von Verkaufsfläche/ Umsatz zu Einwohnerzahl/ Kaufkraftpotenzial im be-



nachbarten Umfeld eines C- oder D-Zentrums bzw. eines sonstigen integrierten Lebensmittelstandortes.

7.6 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 einem Märktekonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein. Eng damit verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

7.7 SICHERUNG VON GEWERBEGEBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe, vorzuhalten. Die Standortentscheidungen zur Erweiterung bestehender Betriebe bzw. zur Investition der bestehenden Betriebe hängen häufig auch von den Perspektiven flächenbezogener Entwicklungsoptionen ab. Für Neuansiedlungen ist es oftmals entscheidend, möglichst zeitnah und kostengünstig Flächen zu bekommen, die auch räumliche Entwicklungsoptionen enthalten. Insofern ist der Bodenpreis ein Faktor, der dazu führen kann, dass physisch vorhandene Flächen aus Sicht der potenziellen Nutzer des Handwerks bzw. des produzierenden Gewerbes faktisch nicht vorhanden sind. Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.



8. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende Märktekonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in Ulm darstellen. Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche hängt auch davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde deshalb eine Verkaufsflächenprognose durchgeführt. Die räumlichen Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 10.1f. beschrieben.

8.1 METHODISCHES VORGEHEN - PROGNOSE

In diesem Kapitel wird die Methodik der Verkaufsflächenprognose dargelegt. Darüber hinaus beinhaltet es auch die auf die Stadt Ulm bezogenen grundlegenden Annahmen, die dieser Prognose zugrunde liegen.

Grundlegende Berechnungsbasis bei der Verkaufsflächenprognose stellen die Bevölkerungs- und die Kaufkraftentwicklung dar. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale sind die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 2.1), der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern.⁶⁴

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

Der Verkaufsflächenentwicklungsspielraum wurde aus zuvor ausgewählten ökonomischen Parametern abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche

⁶⁴ Vgl. z.B. EHI: Handel aktuell 2009/ 2010, Köln, S. 48.



Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Zentrenkonzepts und andererseits von den verfügbaren Flächen ab.

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine kurz- bis mittelfristige Perspektive bis zum Jahr 2015 sowie eine mittel- bis langfristige Prognose bis zum Jahr 2020.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden verschiedene Szenarien erarbeitet, so dass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 8.2).

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.⁶⁵

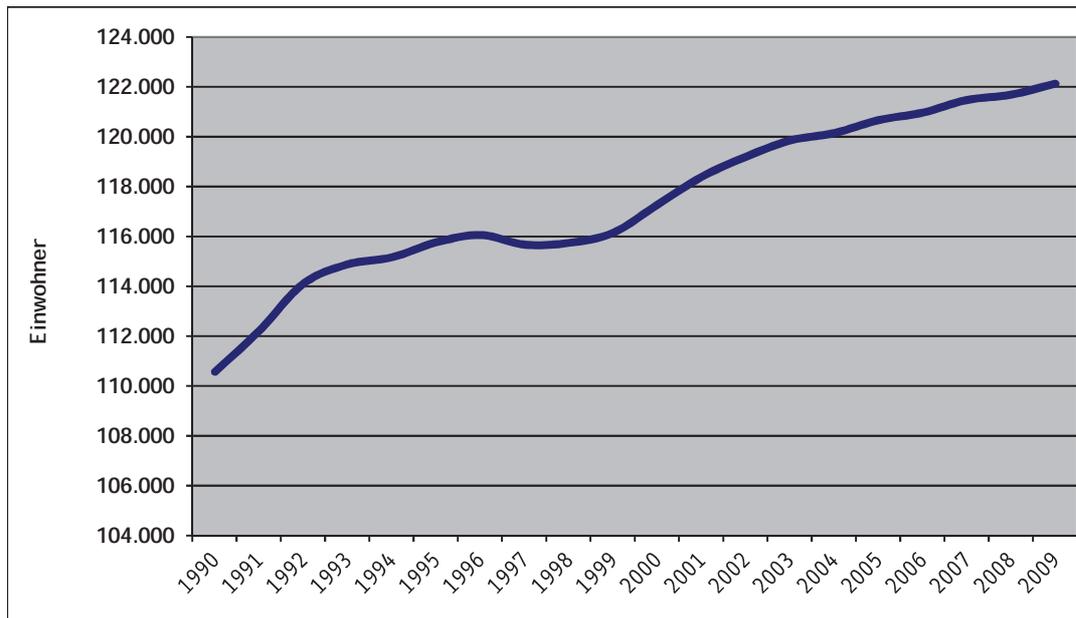
8.1.1 Prognose der Bevölkerungsentwicklung

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die Einwohnerentwicklung seit 1990 von Bedeutung (vgl. Abb. 11). Abgesehen von einem Bevölkerungsrückgang in den Jahren 1996 bis 1998 ist die Einwohnerzahl jährlich angestiegen. Deutliche relative Zunahmen waren dabei insbesondere von 1991 bis 1992 und für den Zeitraum von 1999 bis 2002 zu verzeichnen.

⁶⁵ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



Abb. 11: Einwohnerentwicklung in der Stadt Ulm im Zeitraum 1990 bis 2009 (tatsächliche Entwicklung) und bis zum Jahr 2020 (Prognosewert)



Quelle: Stadt Ulm.

Hinsichtlich der weiteren Bevölkerungsentwicklung wird bis zum Jahr 2015 ein deutlicher Anstieg der Bevölkerung von rd. 4.075 Einwohnern prognostiziert. Bis zum Jahr 2020 soll die Einwohnerzahl gegenüber dem Ausgangswert um rd. 4.550 Einwohnern und damit nur noch in einem relativ geringen Maße ansteigen.

Um die Prognoseunsicherheiten, die mit zunehmender zeitlicher Distanz zunehmen, zu verdeutlichen, wurde für das Jahr 2015 eine Schwankungsbreite von +/- 0,5% und für das Jahr 2020 eine Schwankungsbreite von +/- 1,0% unterstellt. Darüber hinaus wurden die Prognosewerte auf 25 Einwohner gerundet, um die Prognosegenauigkeit zu verdeutlichen.

Absolut betrachtet wird von einem Einwohnerplus für das Jahr 2015 von rd. 3.475 bis 4.675 Einwohnern und für das Jahr 2020 von rd. 3.350 bis 5.750 Einwohnern (jeweils untere bzw. obere Variante) ausgegangen. Während in der oberen Variante über den gesamten Prognosezeitraum somit ein Bevölkerungszuwachs erwartet wird, wird in der unteren Variante nach einem Anstieg der Einwohnerzahl bis zum Jahr 2015 ein geringfügiger Bevölkerungsrückgang angenommen.



8.1.2 Perspektiven für den Einzelhandel

Im Hinblick auf die - in Teilbereichen Europas deutlich wahrzunehmende - Finanz- und Wirtschaftskrise ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Gleichzeitig sollte jedoch berücksichtigt werden, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel vom damaligen Aufschwung nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei einer weiteren Konjunkturbelebung in Deutschland und einer damit verbundenen Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauchs kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben bedingt durch vermehrte Ausgaben in anderen Bereichen - z.B. steigende Energie-, Mobilitäts- und perspektivisch auch Gesundheitskosten - weiter zurückgehen.

Trotz dieser insgesamt wenig positiven Vorzeichen darf nicht übersehen werden, dass die einzelnen Branchen und Sortimente von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: Teilweise waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zumindest in einigen Branchen bzw. Sortimenten zu verzeichnen.

8.1.3 Nachfrage: Annahmen zur Entwicklung und Kaufkraftpotenzial

Bezüglich der Kaufkraftentwicklung wird für den Zeitraum 2010 bis 2012 ein jährlicher Rückgang bzw. Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um -0,5% bzw. 0,5% und für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2020 ein Zuwachs um 0,5% bzw. 1,0% (jeweils untere bzw. obere Variante) angenommen. In Anbetracht der weitgehenden Stagnation im deutschen Einzelhandel seit 1993 ist insbesondere die obere Variante als Hoffnung anzusehen, dass dem Einzelhandel der "Ausbruch" aus dieser Entwicklung gelingen kann und er mithin an einer eventuellen Konjunkturbelebung (wenn auch weiterhin unterdurchschnittlich) partizipieren kann.

Da übereinstimmend von allen Instituten eine weitere Abnahme des Anteils der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird (s.o.), sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleich-



bedeutend mit der Unterstellung eines über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

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

Tab. 4: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohnerdifferenz Ist zu 2015	3.475	4.675
Einwohnerdifferenz Ist zu 2020	3.350	5.750
Kaufkraftzuwachs 2010 - 2012 (p.a.)	-0,5%	0,5%
Kaufkraftzuwachs 2012 - 2020 (p.a.)	0,5%	1,0%
Kaufkraftzuwachs 2010 - 2020 insgesamt	3,0%	9,4%
Kaufkraft/ Einw. (Ulm) 2010	4.859 €	
Kaufkraft / Einw. (Ulm) 2015	4.883 €	5.056 €
Kaufkraft / Einw. (Ulm) 2020	5.006 €	5.314 €
Kaufkraftpotenzial Ulm 2010 in Mio. €	593,2	
Kaufkraftpotenzial Ulm 2015 in Mio. €	611,7	639,7
Änderung gegenüber 2010	3,1%	7,8%
Kaufkraftpotenzial Ulm 2020 in Mio. €	627	678
Änderung gegenüber 2010	6%	14%

Quelle: Stadt Ulm; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; BBE Köln; eigene Berechnungen

Das Kaufkraftpotenzial liegt in der Stadt Ulm demnach im Jahr 2020 zwischen 627 und 678 Mio. € und damit rd. 6% bis 14% über dem heutigen Wert.

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenzials nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Das im Jahr 2015 bzw. im Jahr 2020 zu verzeichnende Kaufkraftpotenzial ist nach Sortimenten differenziert tabellarisch im Anhang dargestellt.

8.1.4 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf den Verkaufs-



flächenzuwachs haben.⁶⁶ Der Zuwachs ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung des aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenspielraums wurden zwei Prognosevarianten berechnet, die vorrangig die Abhängigkeit der Einzelhandelsentwicklung von externen Faktoren (sowie von städtischen Anstrengungen) verdeutlichen sollen. Ferner wurde zum Vergleich eine Status-quo-Prognose berechnet, die auch die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Ulm aufzeigen soll.

Status-quo-Prognose

Die Status-quo-Prognose beschreibt eine Entwicklung anhand demographischer und wirtschaftlicher Faktoren, während die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Abb. 2) fortgeschrieben werden. Damit folgt die Umsatzentwicklung der Nachfrageentwicklung. Diese Prognosevariante dient ausschließlich der Identifikation desjenigen Teils des Verkaufsflächenbedarfs, der auf die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist. Diese Variante ist allerdings keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung "automatisch", d.h. ohne eigene Anstrengungen in Ulm, erreicht würde: Nichtstun führt zu einem relativen Zurückfallen, da andere etwas tun werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen - insbesondere vor dem Hintergrund der in den meisten Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs hohen bis sehr hohen Bindungsquoten in Ulm.

Entwicklungsprognose - Entwicklungsspielräume vor dem Hintergrund der Ist-Situation

In der Entwicklungsprognose wird neben den demographischen und wirtschaftlichen Faktoren teilweise eine Steigerung der Bindungsquoten, u.a. resultierend aus gezielten Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Ulm, angenommen. Die Steige-

⁶⁶ Dies bedeutet, dass das ermittelte Flächenpotenzial aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Allerdings sei an dieser Stelle lediglich angemerkt, dass daneben auch angebotsseitig (z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereichs) weiterer Flächenzuwachs entstehen kann.



zung der Zielbindungsquoten bedeutet, dass Reaktionen des Angebotes auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich sollte jede Stadt in der Lage sein, ihre Einwohner selbst zu versorgen; dem würde eine Bindungsquote von 100% entsprechen.

Für das Sortiment Blumen/ Zoo, das derzeit eine Bindungsquote von weniger als 100% aufweist, wird in beiden Varianten bis 2020 eine Steigerung der Bindungsquote auf den Selbstversorgungswert von 100% angenommen.

In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs, die derzeit schon eine Bindungsquote von 100% oder mehr aufweisen, wird diese fortgeschrieben.

- In den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs werden vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Funktion der Stadt Ulm als Oberzentrum, der Einwohnergröße der Stadt und des zugeordneten Mittelbereichs, der Wettbewerbssituation sowie der aktuellen Angebotssituation "Zielbindungsquoten" angesetzt.

Prinzipiell wird für die Sortimente dieser Bedarfsbereiche eine Bindungsquotenobergrenze von 300% angesetzt: Diese entspricht in etwa einer rechnerischen Vollversorgung des Mittelbereichs Ulm/ Neu-Ulm (vgl. Kap. 3.2.3)⁶⁷. Das langfristige Halten der aktuell extrem hohen Bindungsquoten erscheint bereits auf Grund der bekannten Entwicklungen im Umland der Stadt Ulm kaum möglich. Betroffen hiervon sind die Sortimente Bekleidung und Zubehör sowie Sport/ Freizeit, deren Bindungsquoten derzeit über diesem Wert liegen.

Weiterhin werden in den Sortimenten, deren Bindungsquoten aktuell zwischen 200% und 300% liegen (Schuhe, Lederwaren, Spielwaren, Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik, und Teppiche, Bodenbeläge), diese fortgeschrieben. Eine Steigerung der Versorgungsfunktion der Stadt Ulm ist nicht anzunehmen, bereits das Halten der derzeitigen Bindungsquoten stellt hohe Herausforderung dar. Dies gilt im Übrigen auch für die Bindungsquote im Sortiment Bücher, die bei rd. 150% liegt: Im Vergleich zu anderen Städten mit in etwa vergleichbarer oder größerer Einwohnerzahl stellt dies bereits einen sehr hohen Wert dar.

⁶⁷ Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Karte 2 und LEP Bayern 2006, Karte Mittelbereiche.

In den weiteren Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs wird eine geringfügige Steigerung der aktuellen Bindungsquoten von bis zu drei Prozentpunkten in der unteren Variante bzw. von fünf bis acht Prozentpunkten in der oberen Variante angesetzt. Im Sortiment Möbel/ Antiquitäten wird auf Grund der derzeit unter 100% liegenden Bindungsquote eine etwas höhere Steigerung um sieben bzw. 17 Prozentpunkte veranschlagt - auch wenn im näheren Umland von Ulm diesbezüglich ein sehr großes Angebot besteht. Letztendlich werden hier langfristig eine rechnerische Vollversorgung bzw. per Saldo ein leichter Kaufkraftzufluss (untere bzw. obere Variante) angenommen.

Wettbewerbsprognose

Die Wettbewerbsprognose beschreibt ebenfalls eine Entwicklung anhand demographischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Berücksichtigung von Anstrengungen zur Steigerung der Kaufkraftbindung (u.a. gezielte Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Ulm) gleich der Entwicklungsprognose. Allerdings werden zusätzlich ungünstige, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, Änderungen in Nachbarstädten o.ä.) angenommen. Dabei wird von einem Rückgang der Kaufkraftbindung von 10% gegenüber der Entwicklungsprognose ausgegangen.

Bei den voranstehend beschriebenen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden.⁶⁸ Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es nicht ausschließliches Ziel sein, eine bestimmte Steigerung der Kaufkraftbindung zu erreichen bzw. zu halten. Vielmehr wird die Leitfrage hinsichtlich des Flächenspielraumes lauten, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 8.4).

⁶⁸ Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



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

8.2 PROGNOSEERGBNISSE

8.2.1 Verkaufsflächenpotenziale insgesamt

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

Der Verkaufsflächenspielraum ergibt sich als Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe.⁶⁹ Infolge

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

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

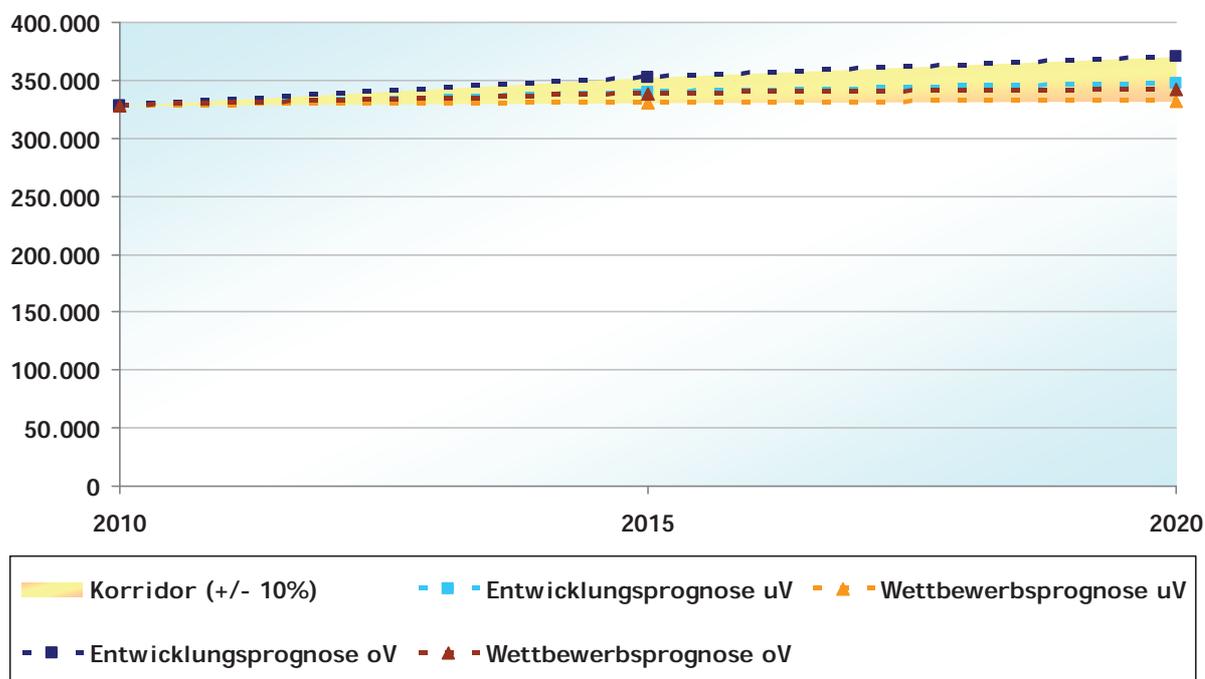
⁶⁹ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im August 2010 auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-) Verkaufsflächenspielraum.



Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist, und dies ist in allen Sortimenten in der Stadt Ulm der Fall, kann dieser Zuwachs auch durch Geschäftserweiterungen gedeckt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.

Abb. 12 zeigt die sich aus der Prognose ergebende mögliche Verkaufsflächenentwicklung (Verkaufsflächenpotenzial) für die Stadt Ulm. Unterschieden wird hier zwischen der Entwicklungs- und Wettbewerbsprognose, für die jeweils die untere (pessimistischere) und die obere (optimistischere) Variante dargestellt sind.

Abb. 12: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2010 - 2020 Gesamtpotenzial (in qm)



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

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2015 für die Stadt Ulm ein Verkaufsflächenspielraum von 2.175 qm (in der unteren Variante der Wettbewerbsprognose) bis zu rd. 23.400 qm (in der oberen Variante der Entwicklungsprognose). Bis zum Jahr 2020 erhöht sich dieser Spielraum der oberen Variante der Entwicklungsprognose auf bis zu rd. 41.925 qm, wobei in der unteren Variante der Wettbewerbsprognose der Entwicklungsspielraum mit 2.625 qm erheblich geringer ist. Diese Ergebnisse entsprechen im Vergleich zur derzeitigen Verkaufs-



fläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von rd. 328.600 qm einer Steigerung um rd. 1% bis 7% bis zum Jahr 2015 bzw. rd. 1% bis 13% bis zum Jahr 2020.

Diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - zumindest zum Teil - im Einflussbereich der Stadt Ulm (einschließlich der Einzelhändler und sonstiger zum Gelingen des Einzelhandels beitragender Akteure) liegenden Entwicklungen auf den potenziellen Flächenzuwachs haben.

Der Vergleich der rechnerischen Ergebnisse der Entwicklungsprognose mit den entsprechenden Flächenpotenzialen der Status-quo-Prognose (vgl. Anhang) zeigt, dass das Flächenpotenzial zu einem sehr hohen Anteil aus der prognostizierten Kaufkraft- und Bevölkerungsentwicklung resultiert: Auf diese sind, in Abhängigkeit der Variante, etwa 70% bis 80% des ermittelten Flächenpotenzials zurückzuführen. Nur ein geringer Teil des Verkaufsflächenspielraums ist somit durch eine gesteigerte Kaufkraftbindung bedingt.

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Verkaufsflächenzuwachs hinaus ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Ulm derart erhöht, dass über die hier angenommenen künftigen Bindungsquoten hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt gezogen werden kann. Auf Grund der per Saldo in den meisten Sortimenten zu verzeichnenden hohen bis sehr hohen Bindungsquoten kann dies jedoch als unwahrscheinlich angesehen werden.

Zu Beginn dieses Kapitels wurde angemerkt, dass Flächenabgänge den in der Prognose errechneten Brutto-Zuwachs an Verkaufsflächen erhöhen. Desgleichen vermindern Verkaufsflächenzuwächse, wie sie z.B. durch das am Sedelhof-Areal geplante (Einzelhandels-)Vorhaben zu erwarten sind, den rechnerischen Entwicklungsspielraum.

Weiterhin ist das Ergebnis der Prognose lediglich ein Orientierungswert für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die unterstellte Steigerung der Bindungsquoten bei der Entwicklungs-, aber



auch der Wettbewerbsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen und stellt einen längerfristigen Prozess dar.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Zuwachs im Laufe von einem Jahrzehnt entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt wettbewerbsneutral 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 ab einer bestimmten Größe auch eine angebotsseitige Änderung: Durch die zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Ulm steigen. Entsprechend kann bei Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Flächenzuwachs abgezogen werden. Einschränkend sei jedoch nochmals angemerkt, dass eine weitere Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse in zahlreichen Sortimenten angesichts der aktuell sehr hohen Bindungsquoten als unwahrscheinlich anzusehen ist.

8.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz

Die zuvor dargestellten Gesamt-Prognosewerte sind nur bedingt von Interesse. Von größerer Bedeutung ist die Frage, wo die Umsetzung dieses potenziellen Flächenzuwachses geschehen sollte. Hierbei sind die Ziele (vgl. Kap. 7) und Grundsätze (vgl. Kap. 8.4) zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Ulm zu berücksichtigen.

Um aufzuzeigen für welche Standortbereiche der prognostizierte Flächenspielraum entsteht, wird im Folgenden dargestellt, wie sich die prognostizierte Verkaufsfläche überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente und die üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt.

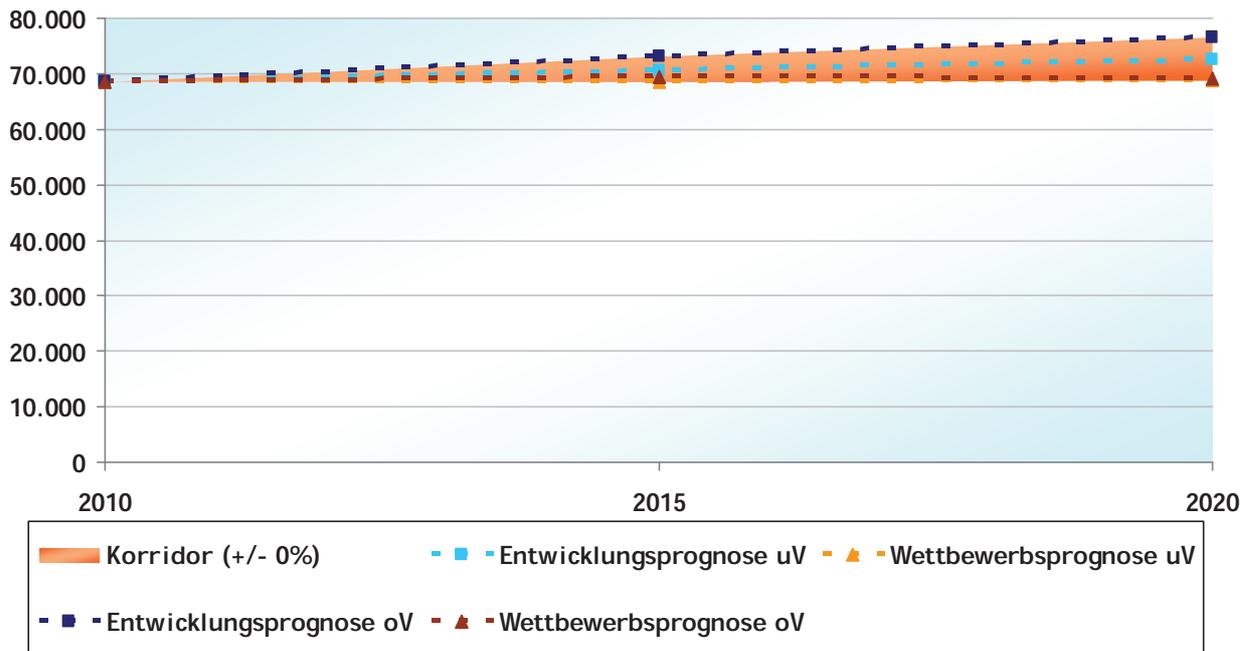
Nahversorgungsrelevante Sortimente

Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente entsteht bis zum Jahr 2020 ein Verkaufsflächenspielraum von rd. 275 qm bis rd. 8.125 qm. Dies entspricht gegen-



über der derzeitigen Verkaufsfläche von rd. 68.425 qm einer Steigerung von bis zu 12%. Vor dem Hintergrund dieses insbesondere in der Wettbewerbsprognose begrenzten Verkaufsflächenspielraums ist die Wahl eines städtebaulich richtigen, d.h. wohnortnahen Standortes von entscheidender Bedeutung, um die derzeitige Nahversorgungssituation zu erhalten bzw. zu stärken (vgl. Kap. 7.5).

Abb. 13: Potenzialkorridore in qm nach Zentrenrelevanz - nahversorgungsrelevante Sortimente



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

Von dem Entwicklungsspielraum nahversorgungsrelevanter Sortimente insgesamt entfallen bezogen auf den Prognosehorizont 2020 bis zu rd. 5.150 qm auf den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel. Der maximal errechnete Spielraum wäre ausgeschöpft, wenn bis 2020 in jedem Jahr rd. 500 qm zusätzliche Verkaufsfläche in diesem Sortiment realisiert würden. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass bei der Wettbewerbsprognose, also z.B. bei vermehrten Anstrengungen zur Eigenversorgung im Umland, kein wettbewerbsneutraler Spielraum zu erwarten ist.

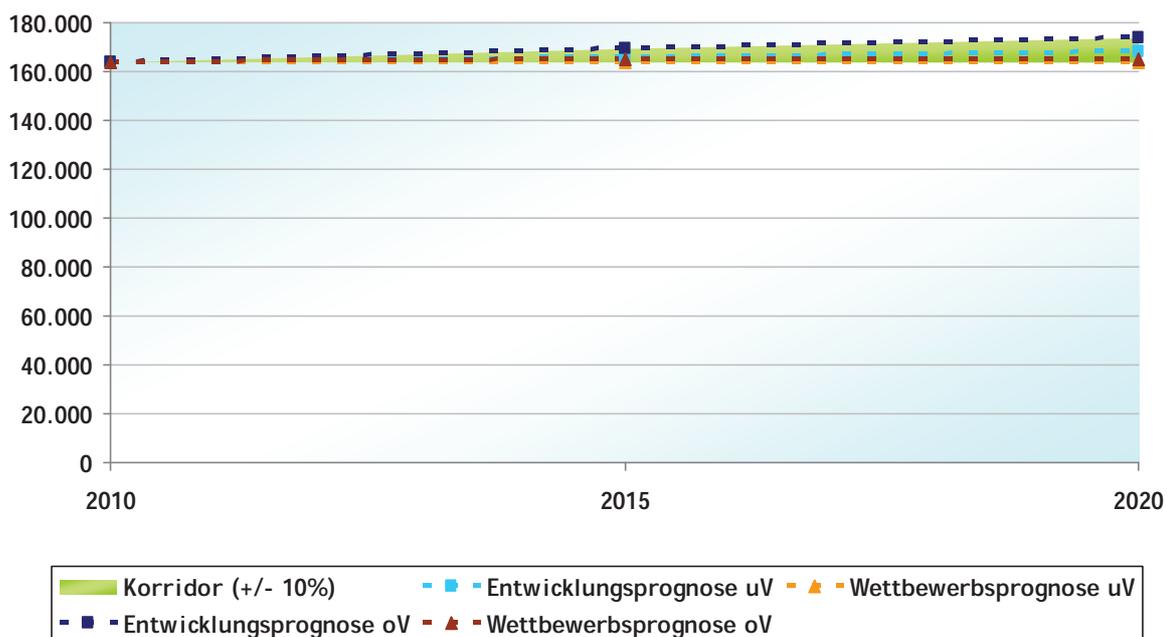
Sonstige zentrenrelevante Sortimente

Im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente entsteht bis zum Jahr 2020 ein Verkaufsflächenspielraum von rd. 0 qm (untere Variante der Wettbewerbsprognose) bis zu rd. 10.300 qm (obere Variante der Entwicklungsprognose). Dies entspricht gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche von rd. 163.625 qm einem Zuwachs von nur rd. 0% bis 6%.

Dabei ist in dem besonders innenstadtprägenden Sortiment Bekleidung und Zubehör kein wettbewerbsneutraler Entwicklungsspielraum zu verzeichnen. Bei den meisten weiteren üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten betragen die festgestellten Entwicklungsspielräume in der oberen Variante der Entwicklungsprognose annähernd 1.000 bis gut 1.700 qm. Schon bei einer weniger positiven Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung vermindert sich der entsprechende Spielraum je nach Sortiment auf die Hälfte bis ein Drittel.

Eine Realisierung dieses relativ geringen Verkaufsflächenspielraums sollte vor dem Hintergrund des Ziels der Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 7.2) und den Grundsätzen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.4) vor allem im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm erfolgen.

Abb. 14: Potenzialkorridore in qm nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente



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

Nicht zentrenrelevante Sortimente

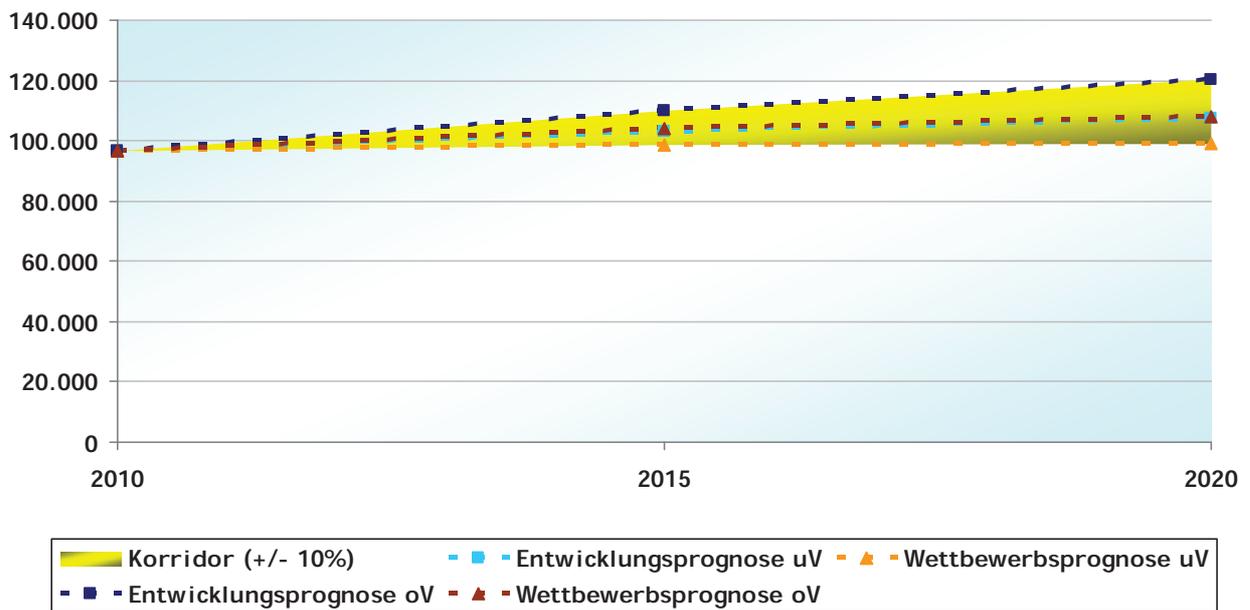
Im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente ist bis zum Jahr 2020 ein Verkaufsflächenpotenzial von rd. 2.350 qm (unter Variante Wettbewerbsprognose) bis rd. 23.500 qm (obere Variante Entwicklungsprognose) zu erwarten. Dies entspricht gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche einem Zuwachs von rd. 2% bis



24%. Bei diesem Teil des Verkaufsflächenspielraums ist die räumliche Komponente von nachrangiger Bedeutung.

Je nach Prognosevariante entfällt der überwiegende Teil bzw. der gesamte Spielraum auf das Sortiment Möbel/ Antiquitäten: Bei diesem wurde auf Grund des per Saldo zu verzeichnenden Kaufkraftabflusses in der Entwicklungsprognose eine relativ hohe Steigerung der Bindungsquote bis zum Jahr 2020 veranschlagt (vgl. Kap. 8.1.4).

Abb. 15: Potenzialkorridore in qm nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente



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

8.3 FAZIT

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der für die Stadt Ulm ermittelte wettbewerbsneutrale Verkaufsflächenspielraum in den nächsten zehn Jahren, sowohl absolut als auch relativ betrachtet, weitere - wenngleich in den meisten Sortimenten deutlich begrenzte - Entwicklungsmöglichkeiten eröffnet. Diese werden jedoch voraussichtlich durch das (Einzelhandels-)Vorhaben am Sedelhof-Areal "aufgebraucht". Zudem ist zu berücksichtigen, dass - sofern im Umland in einem höheren Maße als bisher Anstrengungen zur Eigenversorgung unternommen werden - in den meisten Sortimenten (nahezu) kein Verkaufsflächenspielraum zu konstatieren ist. Außerdem basiert der prognostizierte Verkaufsflächenspielraum hauptsächlich auf der Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung, während eine weitere Steigerung der Kaufkraft-



bindung nur in geringfügigem Maße und in einzelnen Sortimenten möglich ist. Der Erhalt der derzeitigen regionalen Versorgungsfunktion stellt bereits eine große Aufgabe und Herausforderung dar.

Ein deutlicher Teil des Verkaufsflächenspielraums der Entwicklungsprognose und der größte Teil des entsprechenden Spielraums der Wettbewerbsprognose entfällt auf das üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortiment Möbel/ Antiquitäten. In diesem ist derzeit per Saldo ein Kaufkraftabfluss zu verzeichnen, der auf das in diesem Sortiment bestehende große Angebot im näheren Umland der Stadt zurückzuführen ist.

Weiterhin sind in der Entwicklungsprognose größere wettbewerbsneutrale Verkaufsflächenpotenziale bei den ebenfalls nicht zentrenrelevanten baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimenten zu verzeichnen, wobei selbst der in der oberen Variante festgestellte Spielraum nur annähernd einem zusätzlichen größeren Baumarkt entspricht. Zudem liegt im für die Nahversorgung besonders wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ein vergleichbarer absoluter Verkaufsflächenspielraum vor, wobei selbst der in der oberen Variante ermittelte Spielraum nur etwa drei bis fünf zusätzliche Lebensmittelbetriebe in den nächsten zehn Jahren entspricht. Der in der unteren Variante ermittelte Spielraum genügt nur rd. ein bis zwei zusätzlichen Lebensmittelbetrieben.

Bei der Realisierung des Verkaufsflächenpotenzials ist zu berücksichtigen, dass

- die Prognosewerte Orientierungswerte darstellen,
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben nur an hierfür städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollen, denn die negativen Folgen einer nicht konzeptkonformen Standortentscheidung sind dauerhaft nicht mehr ausgleichbar ("Verdrängungswettbewerb"),
- die sofortige Realisierung des Verkaufsflächenbedarfs bis 2020 zu vermeiden ist,
- im Falle einer Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche Umsatzverteilungen zu erwarten sind.



8.4 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

Für die Stadt Ulm ergibt sich bis zum Jahr 2020 entsprechend der Entwicklungsprognose ein rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial von rd. 2.625 qm bis zu rd. 41.925 qm (vgl. Kap. 8.2). Auf die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente (inkl. nahversorgungsrelevante Sortimente) entfallen davon rd. 275 qm bis zu rd. 18.425 qm.

Die räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen ist hierbei insbesondere unter Berücksichtigung des in Kap. 7.2 formulierten Ziels zur Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt im A-Zentrum Innenstadt Ulm sowie in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen von zentraler Bedeutung. Zur Umsetzung dieses Ziels sollten grundsätzliche Strategien - statt Einzelfallentscheidungen - verfolgt werden. Dementsprechend werden nachfolgend Grundsätze zu einer konzeptionellen räumlichen Einzelhandelsentwicklung vorgeschlagen.

8.4.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze:

Zentrenrelevante Sortimente vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen:

- Großflächig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm (A-Zentrum) zulässig.
- Unterhalb der Großflächigkeit auch in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen (C- und D-Zentren) zulässig. Mögliche Ausnahme: Lebensmittelbetriebe auch großflächig bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig.
- Mögliche Ausnahme für sonstige integrierte Standorte: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig, Lebensmittelbetriebe im Einzelfall auch großflächig.
- Ausnahme für nicht integrierte Standorte: Zentrenrelevante Sortimente ausnahmsweise als Randsortimente in einer Größenordnung von maximal 10% der Verkaufsfläche, absolut jedoch maximal 800 qm zulässig, sofern ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden (z.B. nicht Lebensmittel im Baumarkt).



Zentrenrelevante Sortimente (vgl. Tab. 5) sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben künftig vorrangig in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Dies wird auch für Betriebe unterhalb der Großflächigkeit⁷⁰ vorgeschlagen. Damit sollen die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktion gestärkt und Ansiedlungen insbesondere an nicht integrierten Standorten verhindert werden.

Die in der Stadt Ulm festgestellten C- und D-Zentren dienen der Sicherstellung der wohnungs-/ wohnortnahen Grundversorgung der in ihrem Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. Daher soll in diesen zentralen Versorgungsbereichen zentrenrelevanter Einzelhandel grundsätzlich nur unterhalb der Großflächigkeit zulässig sein. Eine Ausnahme kann für die Ansiedlung bzw. die Erweiterung großflächiger Lebensmittelbetriebe gemacht werden, sofern der Betrieb der Nahversorgung der Bevölkerung dient und vor dem Hintergrund der im Nahbereich lebenden Einwohner entsprechend dimensioniert ist (vgl. Kap. 10.3).

Auch wenn in Ulm zahlreiche zentrale Versorgungsbereiche festgestellt werden konnten (vgl. beispielsweise Kap. 6), gibt es ausdehnte Wohnbereiche, in deren näheren Umfeld sich kein derartiger Bereich befindet. Im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung sollen an sonstigen integrierten Standorten Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment unterhalb der Großflächigkeit zulässig sein. Voraussetzung ist, dass der Betrieb der Nahversorgung der Bevölkerung dient und hinsichtlich der im Nahbereich lebenden Einwohner entsprechend dimensioniert ist. Dabei ist besondere Rücksicht auf im Umfeld liegende zentrale Versorgungsbereiche und auf deren räumliche Versorgungsfunktion zu nehmen. Die ausnahmsweise mögliche Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebs oberhalb der Großflächigkeit an einem sonstigen integrierten Standort ist im Einzelfall zu prüfen, da in jedem Fall eine Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. bereits bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, zu vermeiden ist (Schutz zentraler Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung, vgl. auch Kap. 10.3).

⁷⁰ Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. Vgl. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05.



In nicht integrierten Lagen sollen zentrenrelevante Sortimente im Hinblick auf den Zielkatalog - und hier insbesondere vor dem Hintergrund des Ziels der Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Ulm (vgl. Kap. 7.2) - grundsätzlich nicht angesiedelt werden; dies gilt auch für das Gebiet des Einzelhandelsstandortes Blaubeurer Straße (vgl. Kap. 4.2.2.11). Ausnahmsweise sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment zulässig sein. Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten muss in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment in einer Größenordnung von maximal 10% der Verkaufsfläche insgesamt jedoch maximal 800 qm zulässig sein, sofern ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (vgl. Kap. 8.4.2).

8.4.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsatz:

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen und außerhalb.

- Dennoch sollen auch Flächen (ausschließlich) für Handwerk/ Gewerbe vorgehalten werden.
- 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 Einzelhandelsflächen in Gewerbegebieten umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt, bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob die Stadt Ulm es sich leisten kann/will, gewerbliche Flächen dem Einzelhandel zur Verfügung zu stellen. 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.



Vermeidung "Leerstandsdomino"

Auch wenn die Konkurrenz am Standort gefördert werden soll, kann es städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren. Dies ist dann der Fall, wenn ersichtlich ist, dass dadurch keine zusätzliche Zentralitätssteigerung entsteht, sondern lediglich die Position traditioneller Einzelhandelslagen, insbesondere der Innenstädte, aber auch bestehender nicht integrierter Standorte (z.B. Gewerbegebiete) geschwächt wird. In diesem Zusammenhang sind auch die möglichen Auswirkungen von zentrenrelevanten Randsortimenten auf das bestehende Angebot, insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen, zu beachten.⁷¹ Neuansiedlungen sollten an bestehenden Einzelhandelsstandorten erfolgen, wobei diesbezüglich in Ulm der Standortbereich Blaubeurer Straße auf Grund seines sehr großen Einzelhandelsangebots und seiner sich daraus ergebenden (über-)regionalen Versorgungsfunktion vorrangig zu berücksichtigen ist (vgl. Kap. 10.4).

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

Ausnahme: Randsortimente an nicht integrierten Standorten

Problematisch bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (z.B. an nicht integrierten Standorten) ist das - inzwischen übliche - Angebot von

⁷¹ Die Betrachtung der räumlichen Sortimentsverteilung hat für einige der (üblicherweise) zentrenrelevanten Sortimente eine Dominanz an überwiegend nicht integrierten Standorten ergeben (vgl. beispielsweise Kap. 9.1.2). Diese funktionale Fehlverteilung ist auch zum Teil auf Randsortimente zurückzuführen.



zentrenrelevanten Randsortimenten in diesen Betrieben (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften). Dadurch sind Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich.

Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen eines Zentrenkonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich dieser Angebotstyp bereits in vielen Branchen etabliert hat. Zentrenrelevante Randsortimente sollten an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. nicht Lebensmittel im Baumarkt), zulässig sein (vgl. Kap. 8.4.1).

Bisher hat sich eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf - in der Summe - rd. 10% der gesamten Verkaufsfläche als praktikabel erwiesen. Darüber hinaus ist aber eine absolute Obergrenze für die Gesamtheit der zentrenrelevanten Randsortimente festzulegen; für Ulm werden 800 qm Verkaufsfläche (als Grenze zur Großflächigkeit⁷²) als Obergrenze vorgeschlagen.

⁷² Abgeleitet aus dem Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (Landesentwicklungsplan 2002, Plan-satz 3.3.7.2 , Ziel).



9. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

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

Für die planerische Umsetzung des Konzeptes werden die Steuerungsinstrumente dargestellt. Wichtiger Bestandteil dieses Konzeptes ist eine auf die Stadt Ulm abgestimmte Sortimentsliste, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet (vgl. Kap. 9.1.3). Diese wurde auf Grundlage der Bestandserhebung und unter Berücksichtigung allgemeiner Kriterien zur Einstufung von Sortimenten erstellt.

Auf Grundlage der dargestellten allgemeinen Trends der betrieblichen und räumlichen Einzelhandelsentwicklung, der Ist-Situation sowie vor dem Hintergrund der Ziele, des abgeleiteten quantitativen Entwicklungsspielraums und der auf den Zielen basierenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 8.4) werden räumliche Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche abgeleitet. Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen. Zudem werden die Möglichkeiten einer Verbesserung der Nahversorgungssituation dargestellt.

Wenn nachgewiesen ist, dass räumliche Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen von Ulm existieren, ist eine wesentliche Voraussetzung für das Verfolgen eines Märktekonzeptes gegeben. Anhand der aufgezeigten räumlichen Entwicklungspotenziale wird eine perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ulm sowie einzelner weiterer zentraler Versorgungsbereiche vorgeschlagen.

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



9.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE

Im Rahmen der Grundsätze für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 8.4) sind die Kategorien "nahversorgungsrelevante", "zentrenrelevante" und "nicht zentrenrelevante" Sortimente bedeutsam.

9.1.1 Kriterien

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach nahversorgungs-/ zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet.⁷³ Die Darstellung der nahversorgungsrelevanten Sortimente wurde bereits im Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg 2001⁷⁴ vorgenommen. Diese Einteilung soll auch in der Stadt Ulm umgesetzt werden. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant, zentrenrelevante Sortimente hingegen sind nicht zwangsläufig nahversorgungsrelevant.

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

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden - kurzfristiger Bedarf (= nahversorgungsrelevant);
- 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;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.

Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;

⁷³ Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.06, AZ 3 S 1259/05; ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.

⁷⁴ Vgl. Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001, Az; 6-2500.4/7, S. 31



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

9.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Ulm

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird auch die momentane räumliche Verteilung des Angebots in Ulm herangezogen. Es reicht nicht aus, die entsprechende Liste aus dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg zu übernehmen. Damit ergibt sich, dass städtebaulich begründet auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden dürfen, die heute nicht mehr/ noch nicht in den zentralen Versorgungsbereichen zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, wenn dies mit dem Ziel einer Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche begründet werden kann.⁷⁵

Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente

Abb. 16 zeigt die Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente⁷⁶ nach Standorttypen in Ulm. Dabei zeigt sich, dass der Großteil der üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente funktionsadäquat überwiegend an städtebaulich integrierten Standorten angesiedelt ist.

Das Sortiment Babyausstattung wird in Ulm überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten. Allerdings weist dieses Sortiment insgesamt nur eine vergleichsweise geringe Verkaufsfläche auf. Da bei Familien (und auch Alleinerziehenden) oftmals ein Auto für den Einkauf nicht oder - da zum Pendeln zum Arbeitsort genutzt - nur zeitlich eingeschränkt zur Verfügung steht, sollte dieses Sortiment als zentrenrelevant eingestuft werden.

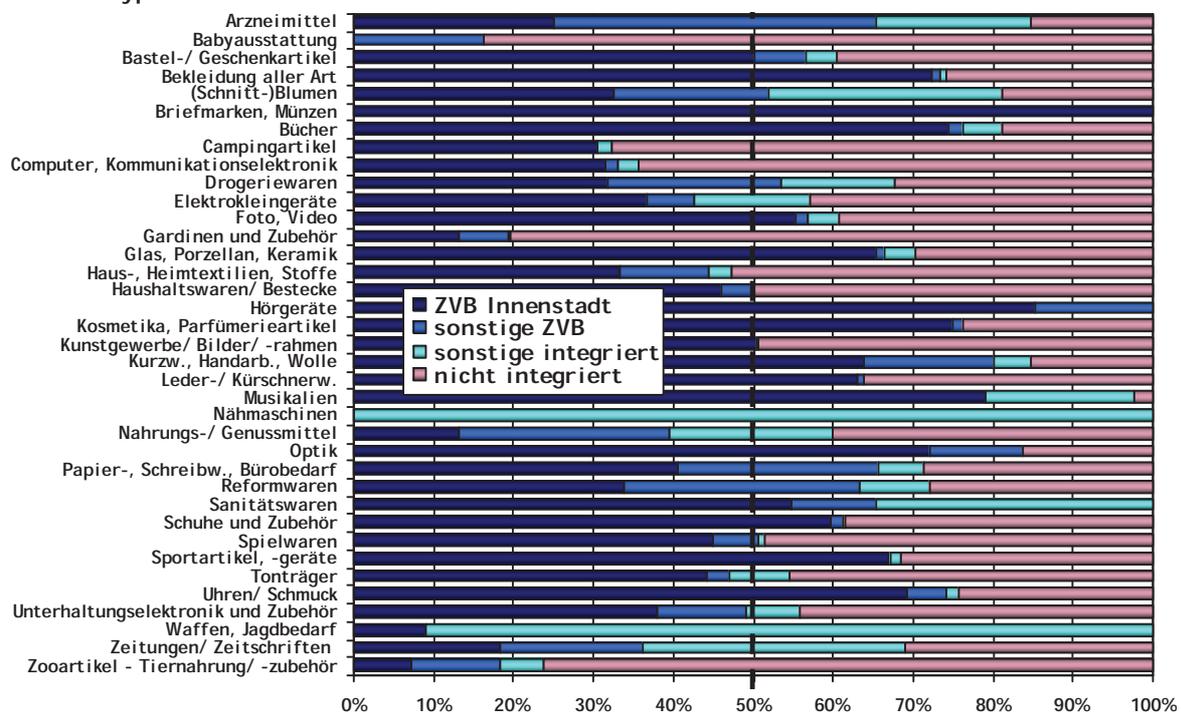
⁷⁵ Vgl. BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.

⁷⁶ Die Kategorisierung in üblicherweise zentrenrelevante und üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente wird vom Büro Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung aus Gründen der Vergleichbarkeit unabhängig der landesspezifischen Sortimentsliste vorgenommen.



Das Sortiment Computer, Kommunikationselektronik wird in Ulm überwiegend an städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten und wäre rechnerisch nicht zentrenrelevant. Allerdings werden Computer und Kommunikationselektronik, insbesondere von größeren/ großen Elektromärkten, häufig zusammen mit Unterhaltungselektronik und Tonträgern angeboten, die auch auf Grund ihrer Verteilung nach Standorttypen als zentrenrelevante Sortimente einzustufen sind. Zudem erfüllt der überwiegende Teil des Bereichs Computer, Kommunikationselektronik die allgemeinen Kriterien zentrenrelevanter Sortimente (u.a. "Handtaschensortiment").

Abb. 16: Verkaufsflächenverteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010

Die Sortimente Gardinen und Zubehör, Haus-/ Heimtextilien und Haushaltswaren/ Bestecke werden in Ulm überwiegend bzw. zur Hälfte an nicht integrierten Standorten angeboten. Dabei handelt es sich jedoch um Sortimente, die zum typischen Angebotsmix einer Innenstadt gehören bzw. diesen abrunden. In Ulm werden diese Sortimente u.a. durch das dort ansässige Warenhaus angeboten, welches in hohem Maße zur Einkaufsattraktivität dieser beiträgt.

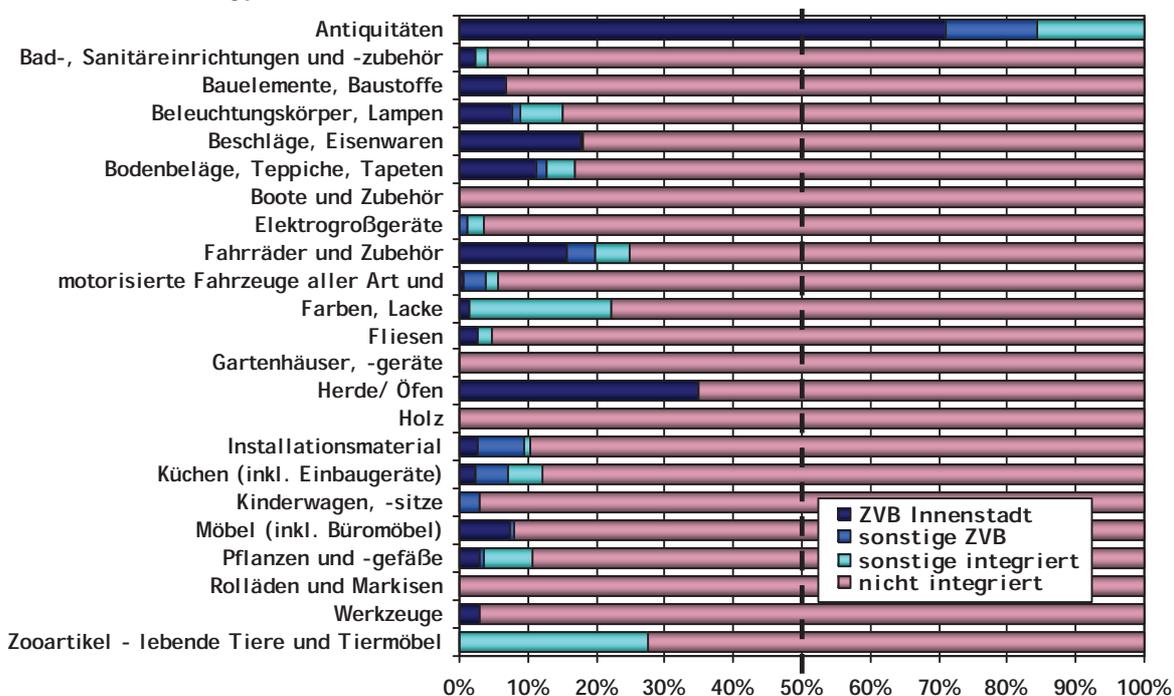
Die Zuordnung des Sortiments Kunstgewerbe/ Bilder und -rahmen ist rechnerisch unklar, allerdings ist dieses als ein zentrenprägendes Sortiment, das häufig in Galerien angeboten wird, als zentrenrelevant einzustufen.

Das Sortiment Zooartikel/ Tiernahrung und -zubehör ist trotz der in Ulm zu verzeichnenden räumlichen Verteilung als nahversorgungsrelevant einzustufen, da Haustiere oftmals für ältere und damit überproportional häufig eingeschränkt mobile Menschen eine wichtige soziale "Kommunikations-"Funktion besitzen.

Verteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente

Die üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimente sind in Ulm mehrheitlich an städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt. Einzige Ausnahme bildet das Sortiment Antiquitäten, welches in Ulm ausschließlich zu mehr als 70% im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm angeboten und in Teilbereichen dieser einen bedeutenden Angebotsteil darstellt.

Abb. 17: Verkaufsflächenverteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010

Das Sortiment Elektro Großgeräte wäre auf Grund seiner Verteilung nach Standorttypen rechnerisch nicht zentrenrelevant. Allerdings wird es von kleinen/ kleineren Fachbetrieben regelmäßig mit dem zentrenrelevanten Sortiment Elektrokleingeräte angeboten, bei großen Elektromärkten darüber hinaus mit dem Sortimentsbereich Medien. Daher wird dieses Sortiment als zentrenrelevant eingestuft.



9.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nachfolgend wird ein gutachterlicher Vorschlag für die "Ulmer Liste" dargestellt. Sofern Abweichungen von dieser Liste durch die Stadt Ulm vorgenommen werden, sind diese zu begründen.

Tab. 5: Vorschlag für die "Ulmer Sortimentsliste"

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

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung August 2011



9.2 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen

- die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 4.2.1.2 und Kap. 4.2.2.1ff),
- die Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 9.1.3),
- die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 8.4),
- die räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 10) sowie
- die Ergebnisse der Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 8.2).

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

9.2.1 Öffentliche Information

Damit das Zentrenkonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft z.B. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist -, ist u.E. eine öffentliche Information/ Beteiligung bzw. Offenlegung in Anlehnung an § 3 BauGB erforderlich. Empfohlen wird auch eine Einbindung der Träger öffentlicher Belange in Anlehnung an § 4 BauGB.

Dafür sollte eine Auslegung des aus dem Gutachten abgeleiteten Entwurfs des Märktekonzeptes (vgl. Kap. 9.2.2 und Kap. 9.2.3) sowie des vorliegenden Gutachtens selbst (als Begründung) erfolgen. Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen werden und im Hinblick auf die daraus abzuleitenden Konsequenzen gewertet werden.

Das endgültige Märktekonzept wird vom Stadtrat beschlossen, wobei die Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung in die Abwägung eingehen.

Für die Umsetzung ergibt sich die im Weiteren dargestellte Vorgehensweise.

9.2.2 Festlegen einer Sortimentsliste

Die in Kap. 9.1.3 beschriebene örtliche Sortimentsliste, die eine Unterscheidung der Sortimente in nahversorgungsrelevant, (sonstige) zentrenrelevant bzw. nicht



zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der u.E. der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.

Der Stadtrat sollte letztendlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeit 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 solchen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert signalisiert.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Ulm, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden soll. Allerdings muss das Konzept auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

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

9.2.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig

In Verbindung mit der stadtspezifischen Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür wurde im vorliegenden Gutachten ein Vorschlag für die planerische Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Ulm unterbreitet, diese entspricht dem zentralen Versorgungsbereich gemäß BauGB und ist seitens der Stadt nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen.⁷⁷

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

Für die Öffentlichkeitsbeteiligung sind die Abgrenzung sowie evtl. vorgesehene Komplettausschlüsse von Einzelhandel in bestimmten Gebieten und die Festset-

⁷⁷ BVerwG: Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07.



zungstypen zunächst im Entwurf zu erstellen. Auch die Abgrenzung, die Entscheidung über einen vollständigen/ teilweisen Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen und die Typen sind letztlich vom Gemeinderat zu beschließen.

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

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.4) beziehen sich im Wesentlichen auf die zentralen Versorgungsbereiche und auf 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 (Lkw, Pkw, Motorräder), Kraftfahrzeugzubehör 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 Randsortimente⁷⁸ bis 10% der Fläche zulässig, mit maximal xxx qm Verkaufsfläche.
4. Festsetzungstyp Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Wa-

⁷⁸ Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.



ren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx qm zulässig (Handwerkerprivileg)⁷⁹. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).

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

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

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

In Ulm erscheint beispielsweise ein Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten sinnvoll, wenn das Angebot über den nahversorgungsrelevanten Bedarf hinausgeht oder die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche gefährdet bzw. beeinträchtigt wird.

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 Zentrenkonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstel-

⁷⁹ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die qm-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



lung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

9.2.4 Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in Ulm durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, § 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Zentrenkonzeptes 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 Bebauungsplanes oder die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht zu steuernde 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 Zentrenkonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche Bezug nehmen.



10. RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Nach dieser grundsätzlichen räumlichen Festlegung zur Ansiedlung von Einzelhandel innerhalb der Stadt Ulm wird nachfolgend dargestellt, an welchen konkreten Standorten eine räumliche Entwicklung sinnvoll möglich ist.

Die Prognose des Verkaufsflächenspielraums ergab für die zentrenrelevanten - inklusive nahversorgungsrelevanten - Sortimente bis zum Jahr 2020 ein Potenzial von bis zu rd. 18.425 qm. Bezogen auf die nicht nahversorgungs-, aber zentrenrelevanten Sortimente beträgt der Spielraum bis zum Jahr 2020 rd. 10.300 qm.

Damit sind durchaus quantitative Entwicklungsspielräume vorhanden, wobei jedoch allein das im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gelegene Projekt am Sedelhof-Areal eine Verkaufsfläche in etwa in der Größenordnung des o.g. Spielraums zentrenrelevanter - inklusive nahversorgungsrelevanter - Sortimente verzeichnet. Auf Grund der letztendlich geringen wettbewerbsneutralen Entwicklungsspielräume sowie der stadtentwicklungsplanerischen Zielsetzungen (vgl. Kap. 7) und unter Berücksichtigung der Grundsätze zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.4) sollte sich die räumliche Einzelhandelsentwicklung bezogen auf

- nahversorgungsrelevante Sortimente auf die zentralen Versorgungsbereiche
 - sonstige zentrenrelevante Sortimente auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm
 - nicht zentrenrelevante Sortimente auf den Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße
- konzentrieren.

Auf Grund von Planungen der Stadt Ulm zur weiteren städtebaulichen und funktionalen Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist es notwendig, die Ist-Abgrenzungen einzelner zentralen Versorgungsbereiche zu überprüfen. Dies betrifft insbesondere den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm sowie den zentralen Versorgungsbereich Magirusstraße.

Nachfolgend werden die gutachterlichen Vorschläge zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche dargestellt.

10.1 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT ULM (PERSPEKTIVE)

Im Unterschied zu vielen anderen Innenstädten bietet der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Ulm mit dem Sedelhof-Areal beträchtliche Flächenpotenziale zur Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe bzw. zur Unterbringung des prognostizierten Verkaufsflächenspielraums.

Eine weitere räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist somit nicht erforderlich und sollte im Sinne einer lebendigen, funktionierenden Innenstadt auch vermieden werden. Die perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm entspricht damit der in Kap. 4.2.1.2 beschriebenen Ist-Abgrenzung.

Das Sedelhof-Areal liegt innerhalb des Ulmer Stadtrings und grenzt im Süden unmittelbar an die Fußgängerzone Bahnhofstraße und im Norden an das Ulmer Theater. Für eine Einbindung in das bestehende innerstädtische Gefüge bestehen damit beste Voraussetzungen. Im Hinblick auf die Architektur und Gestaltung des Umfeldes ist bei der künftigen Bebauung auf eine möglichst hohe Vernetzung zu achten (u.a. Orientierung von Eingängen, Wegeverbindungen).

Die geplante funktionale Schwerpunktsetzung auf dem Sedelhof-Areal kann - wenn gleich zunächst Angebotslücken ausgeglichen werden sollen - zu Verschiebungen der bisherigen Strukturen führen. Insbesondere im eher kleinteilig geprägten östlichen Teil der Innenstadt (Frauenstraße und der Hafengasse) könnten Frequenzverschiebungen spürbar werden. Für diese Bereiche ist es daher von wesentlicher Bedeutung das eigene Profil noch stärker herauszuarbeiten.

In der Frauenstraße sollte beispielsweise die Nahversorgungs- und Eingangsfunktion gefördert werden. Wünschenswert wäre hier die Ansiedlung eines modernen Supermarktes innerhalb des Bestandes. Durch die Zusammenlegung von Verkaufsflächen und Nutzung von Brachflächen bzw. untergenutzten Flächen können größere zusammenhängende Verkaufsflächen geschaffen werden.

Erfahrungsgemäß ergeben sich in einer Innenstadt immer wieder Umstrukturierungen, so dass auch innerhalb des Bestandes eine räumliche Einzelhandelsentwicklung stattfinden kann:

- Nutzung von Leerständen



- Umnutzung von bisherigen Dienstleistungsbetrieben
- Entwicklung von Hinterhofbereichen
- Zusammenlegung von Flächen
- Sanierung bzw. Abriss und Neubau von Gebäuden

Somit wird auch neben der Entwicklung des Sedelhof-Areals eine räumliche Einzelhandelsentwicklung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Ulm stattfinden.

10.2 SONSTIGE ZENTRALE VERSORUNGSBEREICHE (PERSPEKTIVE)

Der zentrale Versorgungsbereich Böfingen (vgl. Karte 5, S. 49) ist in seiner Nahversorgungsfunktion zu erhalten und zu stärken. Hierzu sind weitere Modernisierungsmaßnahmen der bestehenden Ladenlokale und die Schaffung größerer Verkaufsflächeneinheiten notwendig. Die vorhandenen Leerstände sind kurzfristig zu kaschieren und mittelfristig zu aktivieren. Die Ansiedlung weiterer unverträglicher Nutzungen (Spielhalle) sollte zukünftig vermieden werden. Es ist darüber nachzudenken, den östlichen Teilbereich zukünftig für Einzelhandelsnutzungen aufzugeben und ihm eine neue Nutzung zuzuführen.

Der zentrale Versorgungsbereich Eselsberg/ Stifterweg (vgl. Karte 6, S. 52) ist als Nahversorgungsstandort durch die Ansiedlung weiterer moderner Einzelhandelsbetriebe im bestehenden Ladenzentrum zu stärken. Das Ladenzentrum bedarf einer grundlegenden Modernisierung, in diesem Zuge sollten (u.a. durch Flächenzusammenlegungen) moderne Ladenlokale für den Einzelhandel geschaffen werden. Der östliche Bereich des Ladenzentrums ist grundsätzlich zu überdenken, es wäre auch ein Abriss dieses Bereiches denkbar. Die vorhandenen Leerstände sollten kurzfristig kaschiert oder zwischengenutzt werden, mittelfristig ist ihre Aktivierung anzustreben. Auch der öffentliche Raum sollte aufgewertet werden (vgl. Kap. 11.1).

Der zentrale Versorgungsbereich Eselsberg/ Virchowstraße (vgl. Karte 7, S. 54) weist auf Grund der angrenzenden Wohnbebauung und der Schule nur wenig räumliche Entwicklungsmöglichkeiten auf. Weitere Ansiedlungen von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben als Ergänzung zum bestehenden Angebot sind dennoch denkbar und anzustreben.



Der zentrale Versorgungsbereich Jungingen (vgl. Karte 8, S. 56) ist in seiner Nahversorgungsfunktion zu erhalten und zu stärken. Es wurden baufällige und leerstehende Gebäude identifiziert, diese sollten abgerissen werden, um Flächen für eine weitere Einzelhandelsentwicklung im zentralen Versorgungsbereich zu schaffen.

Der zentrale Versorgungsbereich Mitte/ Willy-Brandt-Platz (vgl. Karte 9, S. 58) ist angesichts der geringen Ausstattung mit Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten vor allem funktional zu stärken. Die kleinen Ladenflächen könnten möglicherweise durch Zusammenlegung für größere, moderne Betriebe interessant werden. Zur Sicherstellung einer Belegung der Geschäfte am Willy-Brandt-Platz wäre ein "Kümmerer" sinnvoll. Eine räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches wäre allenfalls mittel- bis langfristig bei einer Umnutzung des angrenzenden Verwaltungs- und Bürogebäudes möglich.

Der zentrale Versorgungsbereich Söflingen (vgl. Karte 10, S. 59) ist als Zentrum mit hoher Identifikationsfunktion funktional und städtebaulich zu erhalten und zu stärken. Die kleinteiligen Strukturen sind durch größere Betriebe zu ergänzen (Innenentwicklung). Zur Verbesserung der Nahversorgung und als Frequenzbringer für das Zentrum wäre die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes (z.B. Supermarkt oder Discounter) wünschenswert, wenngleich die Realisierung eines entsprechend großen Betriebes auf Grund der historischen und vielfach kleinteiligen Struktur im Zentrum schwierig ist. Durch die Zusammenlegung von Verkaufsflächen oder den Abriss von sanierungsbedürftigen Gebäuden könnten mittel- bis langfristig entsprechende Flächen im Zentrum geschaffen werden. Neben der Nahversorgung sollten auch die Angebote im mittelfristigen Bedarf gestärkt werden - die Sortimente dieses Bedarfsbereiches (u.a. Bekleidung, Schuhe, Geschenkartikel, etc.) sind besonders zentrenprägend. Die Leerstände, insbesondere an exponierten Standorten, sollten kurzfristig gestaltet/ kaschiert und mittelfristig umgenutzt werden. Wochenmärkten kommt eine wichtige ergänzende Nahversorgungsfunktion zu, daher ist der Wochenmarkt in Söflingen weiter zu stärken.

Der zentrale Versorgungsbereich Weststadt/ Römerstraße (vgl. Karte 12, S. 64) ist ein neuer Versorgungsbereich, der vor allem im Hinblick auf die Architektur und Umfeldgestaltung weiter zu entwickeln ist. Der öffentliche Durchgang in der Mitte



des Gebäudekomplexes und der gesamte rückwärtige Bereich sind aufzuwerten. Räumliche Entwicklungsmöglichkeiten könnten sich perspektivisch möglicherweise durch eine Überbauung des vorgelagerten Parkplatzbereiches ergeben (im Gebäude gibt es eine Parkgarage). Mit einer derartigen Entwicklung könnte man den Bereich städtebaulich und architektonisch aufwerten.

Der zentrale Versorgungsbereich Wiblingen/ Pranger (vgl. Karte 13, S. 66) ist funktional zu stärken und die Angebote sind räumlich zu konzentrieren. Es sollte versucht werden, einen modernen Lebensmittelmarkt als Nahversorger und Frequenzbringer anzusiedeln. Eine mögliche Potenzialfläche für eine solche Ansiedlung wurde angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich Wiblingen/ Pranger östlich der Hauptstraße identifiziert (vgl. auch Karte 13). Die bestehenden baulichen und funktionalen Lücken sollten möglichst gefüllt werden. Insbesondere der Kreuzungsbereich Pranger/ Donautalstraße ist baulich und funktional zu entwickeln.

Im zentralen Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz (vgl. Karte 14, S. 68) wurde angrenzend an den nördlichen Parkplatz ein kleines räumliches Entwicklungspotenzial (ehemalige Tankstelle) identifiziert, dieses sollte für eine Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches genutzt werden. Darüber hinaus sind städtebaulich-gestalterische Maßnahmen (vgl. Kap. 11.1) und Verbesserungen der Warenpräsentation (vgl. Kap. 11.2) notwendig, um die Aufenthaltsqualität zu verbessern.

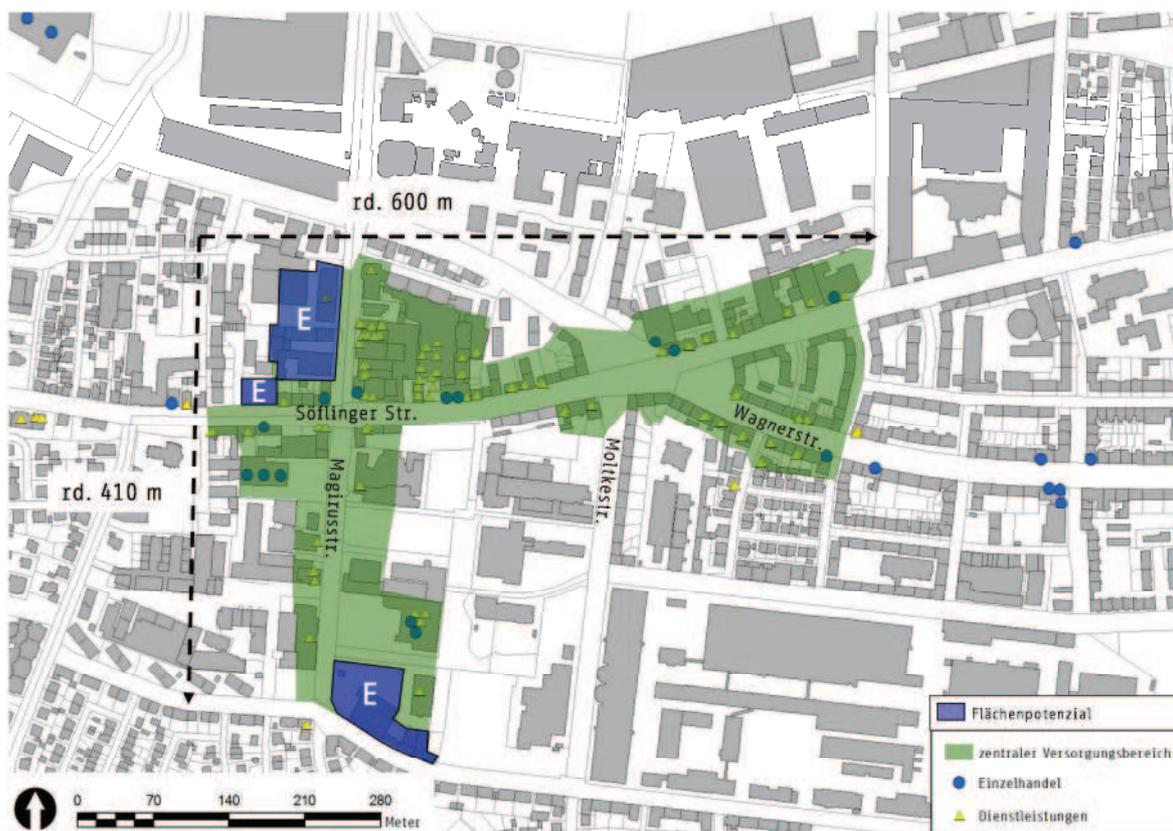
Zentraler Versorgungsbereich Weststadt/ Magirusstraße

Wie in Kap. 4.2.2.7 bereits dargestellt unterliegt der zentrale Versorgungsbereich Weststadt/ Magirusstraße momentan einem räumlichen, funktionalen und städtebaulichen Entwicklungsprozess hin zu einem Kompetenzzentrum für Gesundheit und Altenpflege. Neben Brachflächen und untergenutzten Flächen gibt es bereits moderne, architektonisch anspruchsvolle Gebäudekomplexe (Tagesklinik, Ärztehaus, Gesundheitszentrum, Alten- und Pflegeheim).

Die Stadt Ulm beabsichtigt einen städtebaulichen, funktionalen und räumlichen Ausbau des zentralen Versorgungsbereiches Weststadt/ Magirusstraße. Geplant ist die Umgestaltung des Westplatzes und der Söflinger Straße bis zum bestehenden Dis-

counter (Yorckstraße). Der künftige zentrale Versorgungsbereich soll entsprechend in Richtung Osten bis zur Yorckstraße ausgedehnt werden.

Karte 21: Perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Weststadt/ Magirusstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010 und mehrerer Vor-Ort-Begehungen; Kartengrundlage: Stadt Ulm

Darüber hinaus gibt es im Süden des zentralen Versorgungsbereiches im Bereich Magirusstraße/ Sedanstraße und an der Magirusstraße, nördlich der Söflinger Straße erhebliche räumliche Entwicklungspotenziale. Die Entwicklungsflächen nördlich der Söflinger Straße grenzen unmittelbar an den Bestand und könnten bei einer entsprechenden Entwicklung zu einer Verdichtung und besseren Ablesbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches beitragen. Die Flächen sind ausreichend groß, um hier großflächige Einzelhandelsbetriebe zu realisieren. Auch der bisherige Bereich mit dem Discounter, Getränkemarkt und Bäcker sollte überplant werden.

Aus Gutachtersicht sollte die räumliche und funktionale Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches schrittweise und ausgehend vom bisherigen Versorgungskern (Kreuzungsbereich Magirusstraße/ Söflinger Straße) erfolgen. Im Hinblick auf die besondere Kompetenz des Standortes im medizinischen Bereich und in der Pflege



sollten bei der Entwicklung der Flächen neben Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen auch derartige Nutzungen berücksichtigt werden. Sinnvoll wäre eine Ergänzung durch Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe (z.B. Sanitätshaus, Optiker, Fachärzte, Drogerie, Orthopädiefachgeschäft, Akustikfachgeschäft, Dienstleistungen im medizinischen Bereich, Café). Die weitere funktionale, städtebauliche und architektonische Entwicklung des Standortes sollte zielgruppenorientiert (ältere und kranke Menschen) erfolgen.

10.3 MAßNAHMENVORSCHLÄGE ZUR NAHVERSORGUNG

Der Themenbereich Nahversorgung wird im Zusammenhang mit der langfristigen demographischen Entwicklung sowie mit steigenden Energiepreisen und damit einhergehenden wachsenden Mobilitätskosten immer bedeutsamer. Die Nahversorgung im planerischen Sinne, insbesondere mit Lebensmitteln, aber auch mit nahversorgungsrelevanten Dienstleistungen wie Post, Bank und medizinischen Einrichtungen, wird zunehmend zur Herausforderung. Dies betrifft

- sowohl einwohnerarme Stadt- und Ortsteile, deren (Mantel-)Bevölkerung den Standortanforderungen der Betreiber von Supermärkten und Discountern nicht genügt,
- als auch Siedlungsbereiche in kernstädtischen Bereichen, die sich in (relativer) Nähe zu größeren/ großen nicht integrierten Nahversorgungsangeboten befinden und/ oder auf Grund aufgelockerter Bebauung eine geringe Einwohnerdichte und/ oder schwierige topographische/ verkehrliche Verhältnisse aufweisen.

In der Stadt Ulm wird eine Bindungsquote im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von 100% erreicht, so dass rein rechnerisch eine Vollversorgung vorliegt (vgl. Kap. 3.2.3). Jedoch wird ein großer Anteil des sortimentsbezogenen Umsatzes - rd. 45% - an nicht integrierten Standorten, die keinen bzw. allenfalls einen geringen Beitrag zur fußläufigen Nahversorgung leisten, erzielt (vgl. - auch im Folgenden - Kap. 5.2). Auch bezüglich der Verkaufsflächen im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der insgesamt 47 in Ulm festgestellten Lebensmittelbetriebe ist für die nicht integrierten Betriebe ein hoher Anteil von rd. 42% festzustellen. Der Nahversorgungsanteil, d.h. der Anteil der Einwohner, die in einer Entfernung von bis zu 500 Meter (Luftlinie) zu mindestens einem Lebensmittelbetrieb wohnen, beträgt bei rd. 69%. Sofern nur Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 200 qm und mehr berücksichtigt werden, die definitionsgemäß ein hinreichendes Angebot im Sortiment Nahrungs-/



Genussmittel aufweisen, liegt der Nahversorgungsanteil mit rd. 64% deutlich unter denjenigen anderer Städte.

In Karte 22 und Karte 23 sind diejenigen Siedlungsbereiche in der Stadt Ulm mit Einwohnerzahlen dargestellt, die nicht nahversorgt sind. Dabei wird deutlich, dass die Einwohnerzahlen dieser Bereiche unter den Mindestanforderungen der Betreiber von Supermärkten bzw. Lebensmitteldiscountern liegen. Diese benötigen nach eigenen Aussagen - sofern ein Standort nicht an einer besonders stark frequentierten Straße liegt - i.d.R. eine Mantelbevölkerung im näheren Umfeld von rd. 5.000 Einwohnern und mehr.

Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 qm, d.h. an der Schwelle zur Großflächigkeit, rein rechnerisch bereits rd. 2.500 Einwohner vollständig mit Nahrungs-/ Genussmitteln versorgt. Die Ansiedlung eines derartigen Betriebs, der die Größenanforderungen der meisten Betreiber von Supermärkten und Discountern nicht erfüllt,⁸⁰ hätte bei der Mehrheit der nicht nahversorgten Teilbereiche der Stadt Ulm somit in jedem Fall Auswirkungen auf bestehende Nahversorgungsstrukturen. Diese werden in der Stadt Ulm jedoch in hohem Maße durch die zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere die zehn festgestellten C- und D-Zentren (vgl. Kap. 4.2.2.1ff.), geprägt. Diese Zentren sind wiederum für eine umfassende Nahversorgung der Bevölkerung, z.B. auch im Bereich nahversorgungsrelevanter Dienstleistungen, von großer Bedeutung. Daher ist ein wesentliches Ziel die Erhaltung und die Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt dieser Zentren wie auch des A-Zentrums Innenstadt Ulm (vgl. Kap. 7.2).

Somit ist bei Neuansiedlungen und Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben auf eine standortgerechte Dimensionierung zu achten: Der Umsatz eines Lebensmittelbetriebs im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel sollte nicht das entsprechende Kaufkraftvolumen der im Umfeld wohnenden Bevölkerung übersteigen.⁸¹ Als Umfeld bei

⁸⁰ In zahlreichen Gesprächen mit Betreibern von Lebensmittelbetrieben wurde seitens dieser für Neuansiedlungen von Supermärkten eine Verkaufsfläche rd. 1.600 qm und von Discountern von rd. 1.000 qm - in einzelnen Fällen von rd. 800 qm - genannt.

⁸¹ Überschlüssig kann davon ausgegangen werden, dass durch einen qm Verkaufsfläche eines Lebensmittelbetriebs rd. drei Einwohner rechnerisch im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel versorgt werden. Jedoch sind z.B. auf Grund unterschiedlicher Flächenleistungen der Betreiber hier deutliche Abweichungen möglich.



kleineren, peripher gelegenen Stadtteilen ist das dort bestehende Kaufkraftvolumen heranziehen, bei Standorten in verdichteten/ kernstädtischen Bereichen die Einwohnerzahl innerhalb eines 500 Meter-Radius. Zu berücksichtigen ist dabei noch der Bestand an städtebaulich integrierten Lebensmittelbetrieben im Umfeld eines Standortes, insbesondere wenn es sich um innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ansässige Betriebe handelt.

Hinsichtlich der in Karte 22 und Karte 23 dargestellten, nicht nahversorgten Siedlungsbereiche mit bis zu etwa 2.000 Einwohnern lässt sich feststellen, dass

- es sich um zahlreiche abseits der Kernstadt gelegene Stadtteile handelt, die bei geringen Einwohnerzahlen keine besonders stark frequentierte Durchgangsstraße und (somit) keinen Lebensmittelbetrieb aufweisen (Eggingen, Ermingen, Grimmelfingen, Mähringen und Unterweiler),
- dies Teilbereiche von ebenfalls peripher gelegenen Stadtteilen mit Einwohnerzahlen von gut 2.500 bis annähernd 3.500 Einwohnern sind, die über einen Lebensmittelbetrieb in Randlage zum jeweiligen Siedlungskörper verfügen (Einsingen, Gögglingen, Jungingen und Lehr)
- dies (Siedlungs-)Randbereiche von größeren Stadtteilen (Eselsberg, Wiblingen) bzw. der Kernstadt betrifft.

Hinsichtlich der beiden letztgenannten Kategorien nicht nahversorgter Teilbereiche sind Neuansiedlungen oder Verlagerungen von Lebensmittelbetrieben unter Berücksichtigung einer standortgerechten Dimensionierung dann sinnvoll, wenn die räumliche Nahversorgung sich dadurch erheblich verbessert und gleichzeitig keine nahegelegenen zentralen Versorgungsbereiche zu verzeichnen sind. Letztlich treffen diese Aspekte nur auf die peripher gelegenen Stadtteile Einsingen, Gögglingen und Lehr zu, wobei

- in Gögglingen bereits ein großflächiger Lebensmittelbetrieb am östlichen Siedlungsrand - mit geringer Nahversorgungsfunktion im eigentlichen Sinne - zum Zeitpunkt der Erhebung realisiert und mittlerweile eröffnet wurde,
- in Lehr ein großer Supermarkt in Randlage besteht, so dass keine wirtschaftlich rentable Situation für einen Lebensmittelbetrieb in zentraler Ortslage - selbst bei Vorliegen eines entsprechenden Standortes - vorläge,
- in Einsingen der bestehende Lebensmittelbetrieb faktisch Nahversorgungsfunktion für den gesamten Stadtteil übernimmt.



Bezüglich der einwohnerarmen, nicht nahversorgten Stadtteile Eggingen, Ermingen, Grimmelfingen, Mähringen und Unterweiler ist zu konstatieren, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche an der Schwelle zur Großflächigkeit keine standortgerechte Dimensionierung aufweisen würde. Eine Verbesserung der Nahversorgung sollte hier mittels alternativer Nahversorgungsmöglichkeiten angestrebt werden.

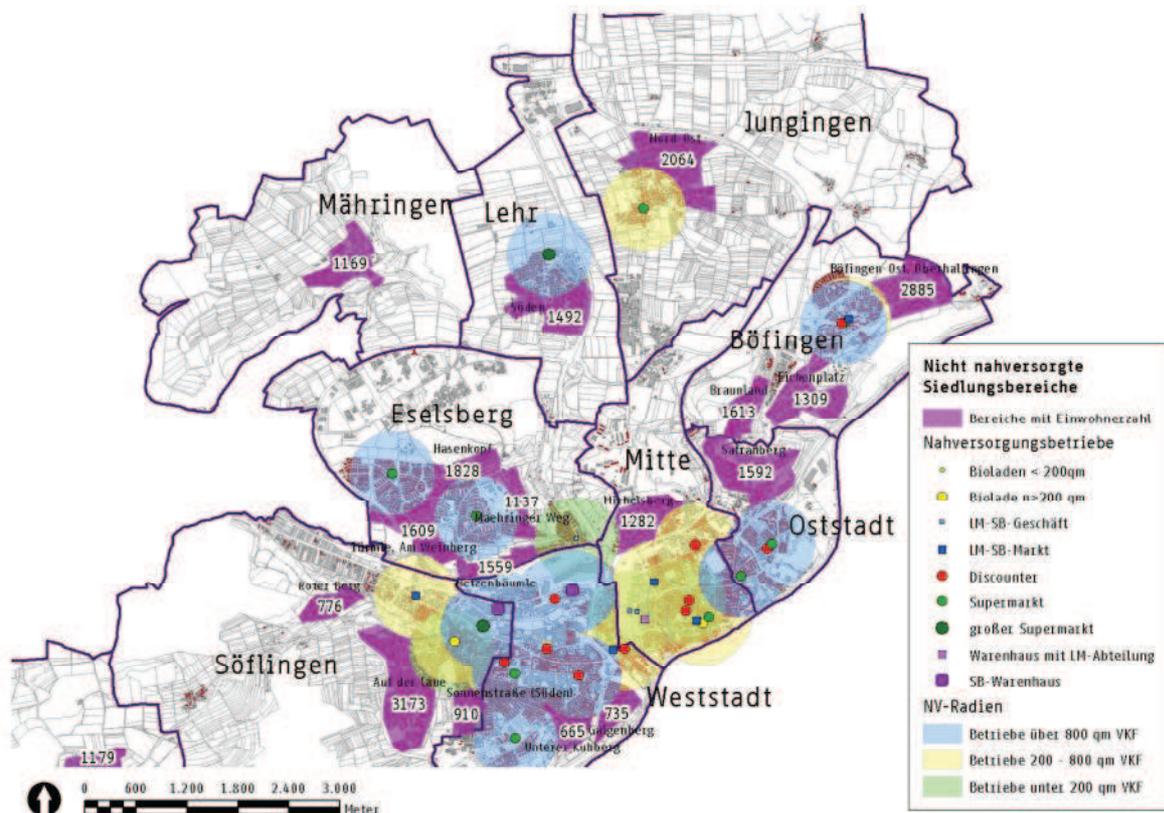
- Dies sind z.B. kleinflächige Lebensmittelbetriebe (Lebensmittel-SB-Geschäfte und -Märkte), wie sie in mehreren Stadtteilen der Stadt Ulm zu verzeichnen sind. Zur Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit bieten diese oftmals nahversorgungsrelevante Dienstleistungen (z.B. Postagentur, Reinigungsannahme, Toto-/ Lotto-Annahme) an.
- Weiterhin kann ein Bäcker oder auch ein Metzger mit einem deutlich erweiterten Lebensmittelangebot in gewissem Maße Nahversorgungsfunktion übernehmen.
- Zudem können Direktvermarkter bzw. Hofläden eine Alternative bzw. eine teilweise Nahversorgung gewährleisten, zumal in den letzten Jahren unterschiedliche derartige Betriebe mit z.T. auch umfassendem, wenngleich meist deutlich saisonal differierenden Angebot entstanden sind.
- Verkaufswagen stellen mittlerweile eine traditionelle Form der Nahversorgung dar, die meist eine Ergänzungsfunktion wahrnimmt (z.B. durch Frischeangebote wie Obst und Gemüse). In ländlich strukturierten Gebieten dienen Verkaufswagen jedoch schon seit längerer Zeit der - i.d.R. teilweisen - Kompensation von grundsätzlichen Versorgungsdefiziten.
- Der Liefer-/ Bringservice tritt im ländlichen Raum wieder verstärkt auf bzw. besteht mancherorts seit Jahrzehnten ohne größere Beachtung von "außen". Für "kleine" Einzelhändler bietet dieser Service eine wichtige Möglichkeit, sich von den werbe- und preisaggressiven Discountern und Supermärkten abzuheben und sich ein gewisses Stammkundenpotenzial zu sichern.
- Alternativ zum Bringservice können auch privat organisierte Fahrgemeinschaften gebildet werden. Im Gegensatz zum Bringservice besteht dabei die Möglichkeit des individuellen erlebnisorientierten Einkaufs. Zudem bleibt der Einkaufsort bzw. die Einkaufsfahrt als wichtige Treff- und Kommunikationsmöglichkeit - gerade für ältere Menschen - erhalten.



Nicht nahversorgte Siedlungsbereiche mit Einwohnerzahlen, die rein rechnerisch einen Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche an der Schwelle zur Großflächigkeit ermöglichen würden, sind in Ulm an drei Stellen zu konstatieren:

- Der nordöstliche Teilbereich des Stadtteils Böfingen sowie auch der Bereich Auf der Laue im Stadtteil Söflingen weisen jedoch eine sehr aufgelockerte Bebauung sowie schwierige topographische Verhältnisse auf. Da sich zudem bei beiden Teilbereichen ein bzw. zwei zentrale(r) Versorgungsbereich(e) im näheren Umfeld befinden, sind allenfalls alternative Nahversorgungsmöglichkeiten zur Verbesserung der diesbezüglichen Situation sinnvoll.

Karte 22: Einwohnerzahlen der nicht nahversorgten Siedlungsbereiche in der Stadt Ulm - Teilkarte Nord

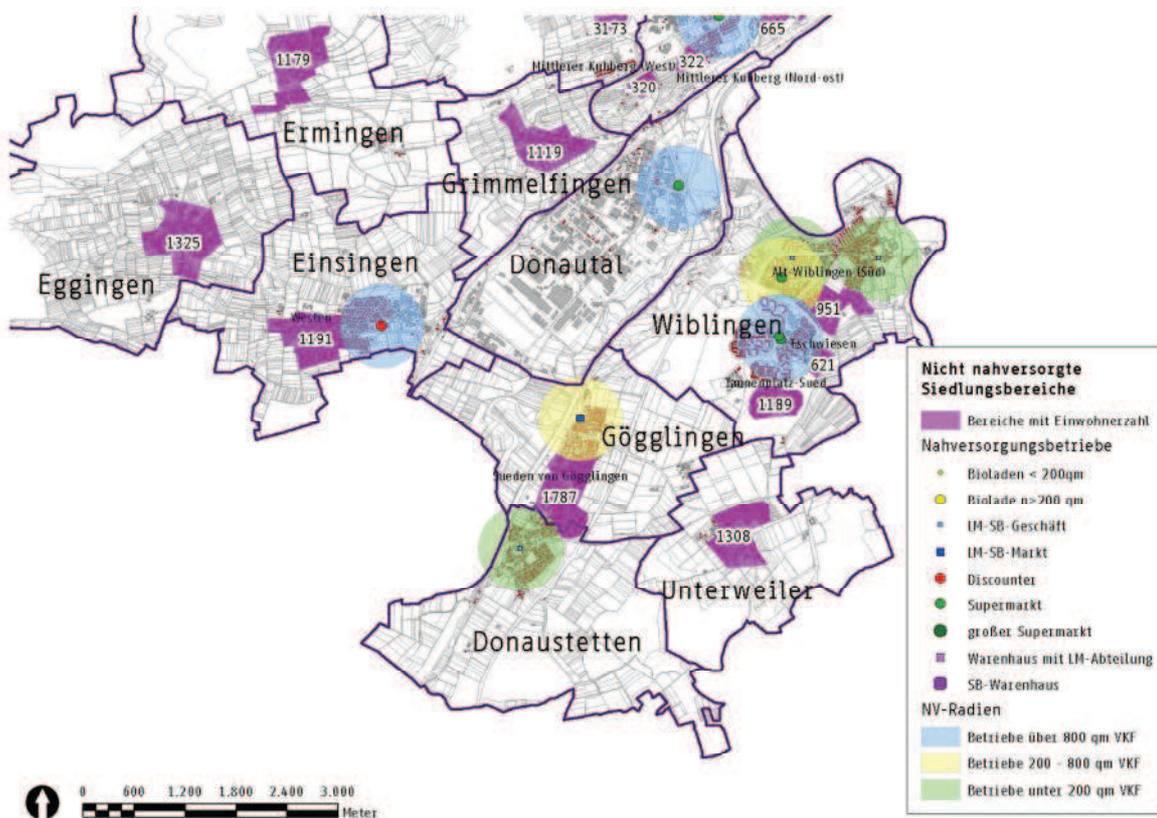


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010; Kartengrundlage: Stadt Ulm

- Die drei Siedlungsbereiche Safranberg (Stadtteil Oststadt), Braunland und Eichenplatz (Stadtteil Böfingen) liegen in Nachbarschaft zueinander und weisen insgesamt rd. 4.500 nicht nahversorgte Einwohner auf. Auf Grund der topographischen Verhältnisse, der teilweise aufgelockerten Siedlungsstrukturen und der deutlichen Trennlinien (Grünzäsuren, ausgebaute, stark frequentierte Straße) ist die Möglichkeit einer Nahversorgung im eigentlichen Sinne durch einen Standort eines

Lebensmittelbetriebs nicht gegeben. Zudem befindet sich insbesondere der Bereich Eichenplatz in relativ geringer Entfernung zum zentralen Versorgungsbereich Böfingen, während für die Bevölkerung des Bereichs Safranberg insbesondere der Doppelstandort eines Supermarktes und eines Discounters an der Wie-landstraße faktisch Nahversorgungsfunktion übernehmen dürfte.

Karte 23: Einwohnerzahlen der nicht nahversorgten Siedlungsbereiche in der Stadt Ulm - Teilkarte Süd



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung August 2010; Kartengrundlage: Stadt Ulm

Auf Grundlage der in Kap. 5.2 dargestellten Ergebnisse zur Nahversorgungssituation, der voranstehenden detaillierten Ausführungen zur Sinnhaftigkeit einer Verbesserung der Nahversorgung in einzelnen Teilbereichen der Stadt Ulm sowie unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels (Kap. 7 bzw. Kap. 8.4) lassen sich folgende Maßnahmen ableiten:

- Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt würde die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelbetriebs zur Verbesserung der Nahversorgung der dort wohnenden Bevölkerung und zur Stärkung der Funktionsvielfalt beitragen.
- In den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen ist die Nahversorgungsfunktion



in denjenigen Zentren, in denen bereits mindestens ein großflächiger Lebensmittelbetrieb angesiedelt ist, zu erhalten. Ggf. sollte - sofern überhaupt möglich - der Bestand durch maßvolle Erweiterungen gesichert werden. In den Zentren ohne großflächigen Lebensmittelbetrieb sollte die Nahversorgungsfunktion - sofern möglich - durch eine entsprechende Ansiedlung oder Erweiterung (und ggf. Verlagerung) eines bestehenden Lebensmittelbetriebs gestärkt werden. Auf eine standortgerechte Dimensionierung ist jeweils zu achten.

- An sonstigen integrierten Standorten ist bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben in hohem Maße auf eine standortgerechte Dimensionierung sowie auf die Nichtbeeinträchtigung im Umfeld gelegener zentraler Versorgungsbereiche zu achten. Ansiedlungen sollten zudem in der Nähe bestehender sonstiger Nahversorgungsangebote - sowohl des Einzelhandels als auch des Dienstleistungsbereichs - erfolgen, um Kopplungsmöglichkeiten zu erreichen.
- Doppel- und Mehrfachstandorte von Lebensmittelbetrieben sollten allenfalls in zentralen Versorgungsbereichen zugelassen werden, jedoch auch hier nur bei Vorliegen einer insgesamt standortgerechten Dimensionierung.
- An (Wohn-)Siedlungsrändern sollten i.d.R. keine Ansiedlungen von Lebensmittelbetrieben erfolgen, da diese nur in einem geringen Maße Nahversorgungsfunktion im eigentlichen Sinne übernehmen.
- An nicht integrierten Standorten sind Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben grundsätzlich nicht zulässig. An derartigen Standorten sind bestehende Lebensmittelbetriebe in ihrem Bestand zu sichern.

Einen wesentlichen Beitrag zur Erhaltung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen leistet letztendlich die Verfolgung bzw. stringente und strikte Umsetzung des Märktekonzeptes.

10.4 GEWERBEGEBIETE

Eine Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sollte in Ulm - bezogen auf gewerbliche Standorte - nur noch am Einzelhandelsstandort Blaubeurer Straße stattfinden. In den sonstigen bestehenden Gewerbegebieten bzw. gewerblich geprägten Bereichen sollten auch für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden. Der Standort Blaubeurer Straße hat sich als Einzelhandelsstandort in Ulm und der Re-



gion in hohem Maße etabliert und sollte diese Funktion auch weiterhin erfüllen - wenn auch perspektivisch verstärkt im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Zwar erhöhen zusätzliche Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment die Gesamtattraktivität dieses Standortes, auch zu Lasten der Innenstadt Ulm. Die Freigabe weiterer nicht integrierter Bereiche für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel birgt (u.a.) jedoch die Gefahr eines "Leerstanddominos" (vgl. Kap. 8.4.2) in sich, wodurch letztendlich neue Einzelhandelsstandorte mit einer gewissen Konkurrenzfunktion zur Innenstadt Ulm - oder zu den weiteren zentralen Versorgungsbereichen - entstehen könnten.

An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist. Generell sollten die Gewerbeflächen den gewerblichen Nutzern, d.h. vorrangig dem produzierenden Gewerbe und Handwerksbetrieben, zur Verfügung gestellt werden.

Weiterhin ist bei der Neuansiedlung von Betrieben am Standort Blaubeurer Straße, ggf. auch an anderen bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten, die Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente zu berücksichtigen (vgl. Kap. 8.4.2) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche zu achten.

Die bestehenden Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder sonstigem zentrenrelevanten Kernsortiment sollten auf ihren Bestand festgeschrieben werden.



11. STÄDTEBAULICH-GESTALTERISCHE UND SONSTIGE MAßNAHMENVORSCHLÄGE

11.1 STÄDTEBAULICH-GESTALTERISCHE MAßNAHMENVORSCHLÄGE

Nachfolgend sind für alle zentralen Versorgungsbereiche städtebauliche Handlungsempfehlungen - aus der Stärken-Schwächen-Analyse abgeleitet - dargestellt. Sofern hierfür seitens der Stadt Ulm schon Planungen bestehen, sind die gutachterlichen Vorschläge unterstützend bzw. ergänzend zu verstehen.

11.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ulm

Eingänge ablesbar gestalten

- Ein wesentlicher Aspekt für die künftige städtebauliche Entwicklung der Ulmer Innenstadt ist die Aufwertung bzw. Kennzeichnung der Eingangsbereiche. In Kap. 4.2.1.4 wurde bereits dargelegt, dass Handlungsbedarf vor allem im Bereich Bahnhof, im Bereich Frauenstraße und im Bereich Wengengasse/ Sedelhof-Areal besteht.
- **Bahnhofsbereich entwickeln:** Aus Gutachtersicht wäre hinsichtlich der Schaffung einer Blickbeziehung eine bauliche Öffnung der Bahnhofstraße zu empfehlen, d.h. Abriss von Gebäuden und Gestaltung einer attraktiven Eingangssituation. Gleichzeitig sollten eine Umgestaltung/ Verlegung des ÖPNV-Haltepunktes und ein attraktiver, oberirdischer Fußgängerüberweg zwischen Bahnhofsbauwerk und Fußgängerzone angestrebt werden. Der Bahnhofsvorplatz ist neu zu gestalten.
- **Frauenstraße:** Im Bereich Frauenstraße/ Bockgasse ist ein attraktiver Fußgängerüberweg zu gestalten. Die in Richtung Münsterplatz führenden Seitengassen sollten im Straßenraum der Frauenstraße klar erkennbar sein (z.B. Kunstobjekte, Bodenbelag).
- **Bereich Wengengasse:** Wenngleich bereits Planungen für die Umgestaltung des Sedelhof-Areals bestehen, wird hier aus Sicht des Einzelhandelsgutachtens auf die Bedeutung dieses Eingangsbereiches hingewiesen. Mit einer entsprechenden Umgestaltung der Wengengasse kann hier ein wichtiger neuer Eingangsbereich zur Ulmer Innenstadt geschaffen werden, der auch eine bessere Einbindung des Theaters in das Ulmer Innenstadtgefüge ermöglicht.

Sedelhof-Areal als Innenstadtquartier entwickeln

- Bei der Entwicklung des Sedelhof-Areals sollte vor allem eine Vernetzung mit den



übrigen Innenstadtbereichen angestrebt werden. Positive Beispiele hierfür sind die Kamp-Promenade in Osnabrück und die Münster Arkaden in Münster.

- In Anlehnung an die bestehenden städtebaulichen Strukturen der Ulmer Innenstadt und den für Ulm so kennzeichnenden hohen Anspruch an Architektur und Stadtgestaltung sollte die Neubebauung und Umgestaltung des Sedelhof-Areals erfolgen.
- Die bisher bestehenden Rückseiten und Hinterhofbereiche sollten nach Möglichkeit beseitigt werden.
- Die Entwicklung bietet die Chance den Eingang Wengengasse als attraktiven Auftakt und Eingang in das neue Innenstadtquartier zu gestalten.

11.1.2 Sonstige zentrale Versorgungsbereiche

Böfingen

- Die städtebauliche Aufwertung des deutlich in die Jahre gekommen Ladenzentrums ist die wichtigste Maßnahme im zentralen Versorgungsbereich Böfingen. Hierzu zählen die Sanierung der Gebäude und die Aufwertung des öffentlichen Raumes (u.a. attraktiver Bodenbelag sowie Installation moderner Schaukästen und Sitzgelegenheiten etc.).
- Eine funktionale Aufwertung des östlichen Teilbereiches setzt eine grundlegende Modernisierung der Gebäude oder ggf. einen Neubau voraus.

Eselsberg/ Stifterweg

- Der östliche Bereich des Ladenzentrums sollte grundsätzlich überdacht werden, derzeit sind dort nur wenige Nutzungen angesiedelt, die Gebäude sind sanierungsbedürftig, der Platz bietet keinerlei Aufenthaltsqualität und ist unbelebt. Hier könnte über einen Abriss dieses Bereiches nachgedacht werden. Kommt dies nicht in Frage, so müsste eine grundlegende Modernisierung der Gebäude vorgenommen werden.
- Auch der öffentliche Raum sollte aufgewertet werden, es gilt Aufenthaltsqualität zu schaffen. Hierzu würden u.a. eine moderne Pflasterung der Plätze, attraktive Wegeverbindungen, die Installation von modernem Mobiliar (u.a. Bänke, Laternen, Mülleimer etc.) und weiteren Gestaltungselementen (z.B. Spielgeräte, Wasserspiel) sowie eine attraktive Begrünung beitragen.
- Daneben sind zur Belebung auch publikumsintensive Dienstleistungsbetriebe wichtig. Eine besondere Bedeutung kommt dabei Gastronomiebetrieben mit



Außengastronomie zu - sie steigern generell die Aufenthaltsdauer in einem Zentrum und tragen wesentlich zur Belebung bei.

Eselsberg/ Virchowstraße

- Zur weiteren Belebung des zentralen Versorgungsbereiches könnten die Ansiedlung von Gastronomiebetrieben mit entsprechender Außenbewirtung sowie eine stärkere Möblierung der Platzbereiche beitragen.

Jungingen

- Das Rathausgebäude ist zu sanieren, es könnte zukünftig evtl. als Stadtteiltreff oder als Ladengeschäft genutzt werden.
- Der Platzbereich gegenüber vom Rathaus ist zu sanieren, eine stärkere Nutzung durch Außengastronomie würde zur Belebung beitragen.
- Im Bereich der Albstraße ist der Straßenraum aufzuwerten, dabei sind die Querungsmöglichkeiten stärker zu gestalten, um das Zentrum stärker im Zusammenhang erlebbar zu machen.

Mitte/ Willy-Brandt-Platz

- Der zentrale Versorgungsbereich Mitte/ Willy-Brandt-Platz ist autofrei und sowohl hinsichtlich Bebauung als auch Gestaltung des öffentlichen Raumes modern und qualitativ anspruchsvoll gestaltet.
- Gegenwärtig ist ein städtebaulicher Entwicklungsbedarf nicht erkennbar.

Söflingen

- Der zentrale Versorgungsbereich Söflingen weist eine hohe Identifikationsfunktion auf, diese gilt es auch städtebaulich zu erhalten und zu stärken. Dazu sollten das qualitativ hochwertige Wohnen im Zentrum und der Klosterhof als attraktiver Gastronomiestandort weiterentwickelt werden.
- Im westlichen Bereich der Straße Neue Gasse gilt es den Straßenraum aufzuwerten (u.a. breitere Gehwege, Querungsmöglichkeiten).
- Es ist eine stärkere Vernetzung innerhalb des Zentrums anzustreben (Neue Gasse und Kapellengasse/ Schloßlesgasse), dazu ist eine deutlich ablesbare Wegeführung erforderlich. Des Weiteren sollte auch der Zugang zum Klosterhof aufgewertet werden, um dieses Potenzial besser nutzen zu können.



- Eine verbesserte Warenpräsentation (vgl. Kap. 11.2) würde ebenfalls die Attraktivität des Zentrums steigern.

Weststadt/ Magirusstraße

- Der zentrale Versorgungsbereich Weststadt/ Magirusstraße sollte künftig durch eine entsprechende Gestaltung im öffentlichen Raum (u.a. Möblierung, Fußgängerüberwege, Bodenbelag) als zusammenhängender Bereich erlebbar sein.
- Der Kreuzungsbereich Magirusstraße/ Söflinger Straße sollte weg vom reinen Verkehrsknotenpunkt hin zu einem zentralen Versorgungs- und Aufenthaltsbereich gestaltet werden (u.a. gestaltete Fußgängerüberwege, Fußwegegestaltung). Die Entwicklung der angrenzenden Potenzialflächen könnte hierzu einen wichtigen Beitrag leisten.
- Der an den Kreuzungsbereich angrenzende Discounterkomplex (südlich Söflinger Straße) sollte abgerissen und mit einem mehrgeschossigen Gebäudekomplex neu bebaut werden. Der vorgelagerte Parkplatz sollte zu einem Platzbereich mit Außengastronomie umgestaltet werden.
- Grundsätzlich sollte bei der Entwicklung der Potenzialflächen eine anspruchsvolle Architektur und Gestaltung des öffentlichen Raumes angestrebt werden.
- Hinsichtlich Bebauung/ Architektur und Gestaltung des öffentlichen Raumes sind die besonderen Zielgruppen (ältere und kranke Menschen) des Kompetenzstandortes für Gesundheit und Pflege zu berücksichtigen. Dabei ist die Barrierefreiheit im weitesten Sinne (neben breiten Türen und Rampen auch akustische Ampelanlagen) von wesentlicher Bedeutung. Viele Sitzmöglichkeiten im öffentlichen Raum, begrünte Platzbereiche mit Aufenthaltsqualität, Treffpunkte, eine Kneippanlage, etc. könnten den Kompetenzstandort auch im öffentlichen Raum wahrnehmbar machen.
- Die Geschäfte sollten bestimmte Serviceleistungen wie Bring- und Begleitdienst und kleinere Verpackungen anbieten.

Weststadt/ Römerstraße

- Der zentrale Versorgungsbereich Weststadt/ Römerstraße sollte hinsichtlich Architektur und Umfeldgestaltung aufgewertet werden, um neben seiner Versorgungsfunktion auch als Identifikations- und Treffpunkt wahrgenommen zu werden.
- Wünschenswert wäre ein breiter, heller, attraktiv gestalteter (u.a. durch Kunstobjekte, Beleuchtung) Durchgang vom vorgelagerten Parkplatz zur Rückseite des Ge-



bäudes bzw. zu den rückseitig gelegenen Geschäften.

- Der vorgelagerte Parkplatz sollte nach Möglichkeit zu Gunsten eines attraktiv gestalteten Aufenthaltsbereiches (u.a. Bänke, Bäume, Brunnen, Kunstobjekte) mit mehr Möglichkeiten für Außengastronomie verkleinert werden. Da sich innerhalb des Gebäudes eine Parkgarage befindet sind ausreichend Parkplätze vorhanden.
- Sinnvoll wären ebenfalls eine Gestaltung des rückwärtigen bisher ungenutzten Bereiches und eine Öffnung des Gebäudekomplexes.

Wiblingen/ Pranger

- Wichtige städtebauliche Maßnahmen bestehen in der Sanierung bzw. dem Abriss sanierungsbedürftiger Gebäude und der Erhöhung der städtebaulichen Dichte.
- Der Zugang zum Kloster und zum Klostergarten sollte stärker inszeniert und somit erlebbar gemacht werden.
- Architektonische Akzente würden zu einer stärkeren Identität des zentralen Versorgungsbereiches Wiblingen/ Pranger beitragen, dies betrifft insbesondere den Kreuzungsbereich Pranger/ Donautalstraße und die Donautalstraße, welche sich bisher durch eine heterogene, eher ausdruckslose Bebauung auszeichnet.

Wiblingen/ Tannenplatz

- Die Schaffung von Aufenthaltsqualität ist die wesentliche Herausforderung im zentralen Versorgungsbereich Wiblingen/ Tannenplatz. Die Ansiedlung von Gastronomiebetrieben mit Außenbewirtung am Tannenplatz würde hierzu einen wichtigen Beitrag leisten beitragen.
- Den Tannenplatz gilt es stärker zu gliedern und zu fassen, so dass er weniger überdimensioniert wirkt. Hierzu könnten verschiedene Gestaltungselemente wie moderne Bepflanzung, Möblierung, Spielgeräte oder Wasserspiele beitragen.

11.2 MAßNAHMENVORSCHLÄGE FÜR HÄNDLER UND WEITERE AKTEURE

Zusätzlich zu den städtebaulich-gestalterischen Maßnahmen sowie den unterschiedlichen Maßnahmenvorschlägen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung gibt es innerhalb eines Entwicklungsprozesses der Stadt zahlreiche weiche Faktoren, die für eine positive Weiterentwicklung der Innenstadt und der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche von großer Bedeutung sind.



Sofern hierfür seitens der Stadt Ulm schon Planungen bestehen oder einzelne Maßnahmen bereits ergriffen wurden sind die gutachterlichen Vorschläge unterstützend bzw. ergänzend zu verstehen.

11.2.1 Flächenmanagement

Die Einrichtung eines Flächenmanagements könnte sich für die Stadt Ulm als eine sinnvolle Maßnahme erweisen, um die Innenbereiche der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere Innenstadt und Söflingen) langfristig zu entwickeln und die verfügbaren Flächen zu evaluieren. Das Ziel des Flächenmanagements sollte die Entwicklung untergenutzter Flächen und das Einrichten eines Leerstandsmanagements sein sowie die Weiterentwicklung bestehender Flächen.

Die potenziellen Flächen sollten in allen zentralen Versorgungsbereichen zunächst flächendeckend aufgenommen und katalogisiert sowie auf ihre Verfügbarkeit hin überprüft werden. Die Kontaktaufnahme mit den Immobilien- und Grundstückseigentümern seitens der Stadt wäre einer der ersten Arbeitsschritte. Auch wenn die Flächen derzeit (noch) nicht zur Verfügung stehen, ergeben sich oftmals, wie viele Beispiele auch in anderen Städten gezeigt haben, durch gegenwärtig noch nicht absehbare Entwicklungen Chancen für die Umgestaltung bzw. Umnutzung bestimmter Bereiche.

Durch die Zusammenlegung von Geschäftsflächen, z.T. auch über mehrere Gebäude, können bei einer geschlossenen Bebauung größere zusammenhängende Verkaufsflächen geschaffen werden.

Bei Leerständen durch erhöhte Boden- und Mietpreise ist möglicherweise auch die Vermittlungskunst der Stadtverwaltung und des Gewerbevereins gefragt.

11.2.2 Maßnahmenvorschläge für Gewerbetreibende

Das Erleben der Innenstadt bzw. eines sonstigen zentralen Versorgungsbereiches in allen Facetten durch die Kunden ist bedeutend für die Entscheidung für einen Einkauf in der Innenstadt bzw. in einem sonstigen zentralen Versorgungsbereich und macht den Unterschied zu Standorten auf der "grünen Wiese" aus. Eine attraktive lebendige Innenstadt bzw. sonstiger zentraler Versorgungsbereich lebt von einem ansprechenden Einzelhandelsangebot, denn das Einkaufen ist nach wie vor das Leit-



motiv für den Besuch eines Stadt(teil)zentrums. Grundsätzlich ist die Ulmer Innenstadt bereits sehr lebendig und weist ein höchst ansprechendes Einzelhandelsangebot auf, dennoch wurden in diesem Zusammenhang auch kleinere Defizite, z.B. bei der Warenpräsentation, festgestellt (vgl. Kap. 4.2.1.4). In den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen wurden - insbesondere hinsichtlich Warenpräsentation und baulichem Zustand der Gebäude - einige Schwächen identifiziert. Insgesamt gilt es die Funktion einer attraktiven, lebendigen Innenstadt und sonstiger zentraler Versorgungsbereiche in Zukunft zu erhalten und ggf. weiter zu stärken.

Die Stadt Ulm kann durch ein Einzelhandelskonzept Rahmenbedingungen für eine positive Entwicklung der Einzelhandelssituation schaffen. Für die Ausgestaltung dieser Rahmenbedingungen sind jedoch die ortsansässigen Akteure selbst - Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister und Immobilieneigentümer - verantwortlich, die durch ihr Handeln und ihre Außendarstellung eine wichtige Position innerhalb einer funktionierenden, lebendigen Stadt einnehmen.

Grundsätzlich bieten sich die folgenden Maßnahmen an:

- Verbesserung der Eigensicht - positives Auftreten gegenüber Kunden, Hervorheben der spezifischen Stärken, etc.,
- klare Zielkundendefinition (insbesondere zur weiteren Profilierung des kleinteiligen östlichen Bereiches der Ulmer Innenstadt),
- Überprüfung von Kopplungspotenzialen,
- gemeinsame Werbung/ Vermarktung der Geschäfte und Unternehmen (insbesondere auch in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen),
- Anpassung der (Kern-)Öffnungszeiten und deren Bewerbung (insbesondere auch in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen),
- attraktive Ladenkonzepte/ Warenpräsentation/ Schaufenstergestaltung (insbesondere auch in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen).

Im Folgenden werden beispielhaft einige Maßnahmenvorschläge näher erläutert, die u.a. von den Händlern zukünftig berücksichtigt werden sollten. Dabei stehen nicht einzelne Maßnahmen im Vordergrund, es kommt viel mehr auf das Zusammenspiel unterschiedlicher Maßnahmen an.



Eine attraktive Fassadengestaltung und eine regelmäßige Sanierung bzw. Instandsetzung der Gebäude zieht eine erhebliche Aufwertung der einzelnen (Einzelhandels)Betriebe und damit auch eines gesamten Quartiers nach sich. Allerdings sind in diesem Punkt die Einzelhändler auch auf die Mithilfe der Immobilieneigentümer angewiesen, wenn es sich um angemietete Ladenlokale handelt.

Dies verdeutlicht die Verantwortlichkeit der Immobilieneigentümer, die mit ihrem Verhalten einen erheblichen Einfluss auf das Stadtbild und die Aufenthaltsqualität eines Standortes haben. So ist deren Einverständnis und finanzielles Engagement notwendig, um mögliche Umbaumaßnahmen oder Modernisierungen vornehmen zu können. Gleichzeitig ist auch hier auf die indirekte Wirkungsweise einer konsequenten Einhaltung des Einzelhandelskonzeptes hinzuweisen: Wenn dem Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen keine zusätzlichen Wettbewerbsnachteile entstehen - indem zentrenrelevanter Einzelhandel zu wesentlich günstigeren Konditionen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden kann - steigt auch die Zahlungsfähigkeit für Mieten. Dementsprechend sind derartige Investitionen bei Verfolgen des Einzelhandelskonzeptes eher refinanzierbar.

Gestalterische und funktionale Modernisierungen sind wesentliche Grundlagen für einen dauerhaften Fortbestand von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben. Gleichzeitig betrifft dies jedoch auch die Warenpräsentation sowie die Gestaltung der Schaufenster. Eine attraktive Gesamtpräsentation des eigenen Ladens und dessen Umfeldes ist insbesondere für die inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe unverzichtbar, um diesen Bereich durch ein individuelles Erscheinungsbild - auch gegenüber den Betrieben in den nicht integrierten Lagen - zu qualifizieren. Daher kommt der Warenpräsentation eine steigende Bedeutung zu; sie sollte dabei modernen Ansprüchen genügen, sich in ihre architektonische und städtebauliche Umgebung einfügen und regelmäßig erneuert werden. Dabei ist die Beibehaltung der Präsentationsart - zumindest über einen gewissen Zeitraum - für die Wiedererkennung der Geschäfte von Bedeutung. Jeder einzelne Betrieb sollte seine eigene, spezifische und zielgruppenorientierte Präsentation entwickeln, um sich dadurch von seinen Nachbarn und Mitbewerbern zu unterscheiden und gleichzeitig dem Kunden die bestehende Angebotsvielfalt stärker zu vermitteln. Dies gilt sowohl für die Gestaltung der Schaufenster als auch für den Eingangsbereich und die gesamte von den Kunden einsehbare Fläche. Dabei ist auch auf die Übersichtlichkeit der Warenprä-



sensation zu achten, damit die Kunden sich nicht in einem Geschäft "verlieren". Durch die Ausgestaltung eines speziellen, möglichst individuellen Angebotes bieten sich auch kleinen und kleinsten Einzelhandelsbetrieben Chancen, sich im Wettbewerb zu profilieren.



Glossar

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

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

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



Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die 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 der am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb: $U = V + Z$.

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

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

Verbleibquote (s. Kaufkraftverbleib).



Zentraler Versorgungsbereich (s. Innenstadt).

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.⁸²

⁸² Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



Anhang

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in Ulm: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm ¹⁾	Anteil
bis 50 qm	326	35%	10.500	3%
51 bis 100 qm	219	24%	16.525	5%
101 bis 200 qm	151	16%	21.725	6%
201 bis 400 qm	100	11%	28.575	9%
401 bis 800 qm	61	7%	34.550	10%
801 bis 2.000 qm	45	5%	53.050	16%
über 2.000 qm	29	3%	171.175	51%
Gesamt	931	100%	336.100	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010, eigene Berechnungen



Tab. A - 2: Einzelhandelssituation in der Stadt Ulm: Verkaufsfläche (in qm), Umsatz, Kaufkraft (je in Mio. €) und Bindungsquoten

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	48.650	225,9	225,0	100%
Lebensmittelhandwerk	4.700	38,5	34,1	113%
Drogerie/ Parfümerie	11.725	38,1	30,6	124%
Apotheke	2.800	73,1	59,7	122%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	3.750	14,4	11,2	128%
Blumen/ Zoo	4.300	11,6	13,1	88%
kurzfristiger Bedarf	75.900	401,6	373,7	107%
Bekleidung und Zubehör	81.425	252,8	62,3	406%
Schuhe, Lederwaren	12.875	33,5	14,1	239%
Sport/ Freizeit	14.250	32,8	10,5	314%
Spielwaren	12.500	31,2	13,9	225%
Bücher	7.100	20,1	13,4	150%
GPK/ Geschenke, Hausrat	10.700	14,8	8,7	169%
Haus-/ Heimtextilien	7.150	16,2	8,5	189%
mittelfristiger Bedarf	146.000	401,3	131,4	305%
Uhren/ Schmuck	3.450	19,1	6,5	297%
Foto/ Optik und Zubehör	5.175	27,6	11,2	247%
Neue Medien	9.025	64,9	36,7	177%
Elektro/ Leuchten	8.675	25,4	17,2	147%
Teppiche/ Bodenbeläge	5.600	9,1	4,2	218%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	40.275	72,8	46,3	157%
Möbel/ Antiquitäten	36.750	32,8	35,3	93%
Sonstiges insgesamt	5.250	31,5	24,6	128%
langfristiger Bedarf	114.200	283,3	181,8	156%
Summe	336.100	1.086,1	687,0	158%

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

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; BBE Köln; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 3: Betriebe im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsflächen

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm ¹⁾	Anteil
bis 50 qm	159	35%	5.300	4%
51 bis 100 qm	147	32%	11.225	9%
101 bis 200 qm	70	15%	9.800	8%
201 bis 400 qm	40	9%	11.575	9%
401 bis 800 qm	22	5%	12.850	10%
801 bis 2.000 qm	9	2%	11.725	10%
Über 2.000 qm	11	2%	60.900	49%
Gesamt	458	100%	123.375	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010, eigene Berechnungen



Tab. A - 4: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Ulm: Verkaufsfläche (in qm), Umsatz in der Innenstadt und Kaufkraft in der gesamten Stadt Ulm (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Kaufkraft	unechte Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	5.750	27,0	225,0	12%
Lebensmittelhandwerk	1.425	11,0	34,1	32%
Drogerie/ Parfümerie	4.400	16,8	30,6	55%
Apotheke	700	23,0	59,7	38%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	1.250	3,9	11,2	35%
Blumen/ Zoo	575	1,8	13,1	13%
kurzfristiger Bedarf	14.100	83,4	373,7	22%
Bekleidung und Zubehör	58.900	190,9	62,3	306%
Schuhe, Lederwaren	7.750	21,6	14,1	154%
Sport/ Freizeit	7.275	16,9	10,5	162%
Spielwaren, Babyausstattung	5.925	14,4	13,9	104%
Bücher	5.275	15,3	13,4	114%
GPK/ Geschenke, Hausrat	6.025	8,0	8,7	91%
Haus-/ Heimtextilien	2.025	4,6	8,5	53%
mittelfristiger Bedarf	93.200	271,7	131,4	207%
Uhren/ Schmuck	2.375	14,8	6,5	230%
Foto/ Optik und Zubehör	3.250	19,0	11,2	170%
Medien	3.300	20,2	36,7	55%
Elektro/ Leuchten	875	3,0	17,2	18%
Teppiche/ Bodenbeläge	700	1,2	4,2	28%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	1.600	2,9	46,3	6%
Möbel/ Antiquitäten	2.600	2,6	35,3	7%
Sonstiges	1.350	5,0	24,6	20%
langfristiger Bedarf	16.075	68,7	181,8	38%
Summe	123.375	423,8	687,0	62%

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

aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; IfH; EHI; BBE, Köln; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 5: Einzelhandelsangebot in Ulm nach Standorttypen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet

Sortimente	ZVB Innenstadt	sonstige ZVB	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	5.750	12.975	9.425	20.475	48.650
Lebensmittelhandwerk	1.425	1.100	1.375	775	4.700
Drogerie/ Parfümerie	4.400	2.250	1.425	3.650	11.725
Apotheke	700	1.125	550	425	2.800
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	1.250	850	550	1.100	3.750
Blumen/ Zoo	575	450	1.150	2.125	4.300
kurzfristiger Bedarf	14.100	18.775	14.450	28.575	75.900
Bekleidung und Zubehör	58.900	900	675	20.950	81.425
Schuhe, Lederwaren	7.750	175	50	4.875	12.875
Sport/ Freizeit	7.275	125	300	6.550	14.250
Spielwaren, Babyausstattung	5.925	700	350	5.525	12.500
Bücher	5.275	125	375	1.350	7.100
GPK/ Geschenke, Hausrat	6.025	350	300	4.000	10.700
Haus-/ Heimtextilien	2.025	700	175	4.275	7.150
mittelfristiger Bedarf	93.200	3.075	2.175	47.525	146.000
Uhren/ Schmuck	2.375	175	50	825	3.450
Foto/ Optik und Zubehör	3.250	400	50	1.450	5.175
Medien	3.300	450	450	4.825	9.025
Elektro/ Leuchten	875	225	575	7.000	8.675
Teppiche/ Bodenbeläge	700	75	250	4.550	5.600
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1.600	100	800	37.775	40.275
Möbel/ Antiquitäten	2.600	575	425	33.150	36.750
Sonstiges	1.350	475	750	2.675	5.250
langfristiger Bedarf	16.075	2.450	3.375	92.300	114.200
Summe	123.375	24.300	20.000	168.400	336.100

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

*** aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010, eigene Berechnungen



Tab. A - 6: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2020 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		229,9	240,4	235	255
Drogerie/ Parfümerie		31,9	33,4	33	35
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		11,6	12,1	12	13
Blumen/ Zoo		13,4	14,0	14	15
kurzfristiger Bedarf		286,8	299,9	294	318
Bekleidung und Zubehör		64,9	67,9	66	72
Schuhe, Lederwaren		14,3	15,0	15	16
Sport/ Freizeit		11,0	11,5	11	12
Spielwaren		14,6	15,3	15	16
Bücher		13,8	14,5	14	15
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		8,8	9,2	9	10
Haus-/ Heimtextilien		8,7	9,1	9	10
mittelfristiger Bedarf		136,3	142,5	140	151
Uhren/ Schmuck		6,7	7,0	7	7
Foto/ Optik und Zubehör		11,6	12,2	12	13
Medien		37,4	39,1	38	41
Elektro/ Leuchten		17,7	18,6	18	20
Teppiche/ Bodenbeläge		4,2	4,4	4	5
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		47,7	49,9	49	53
Möbel/ Antiquitäten		37,9	39,6	39	42
Sonstiges		25,3	26,5	26	28
langfristiger Bedarf		188,7	197,3	193	209
Summe		611,7	639,7	627	678

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

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; Stadt Ulm; IfH; EHI; BBE, Köln; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 7: Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Status-quo-Prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		1.075	2.825	2.275	5.150
Drogerie/ Parfümerie		475	925	775	1.475
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		125	250	200	425
Blumen/ Zoo		100	250	200	450
kurzfristiger Bedarf		1.775	4.250	3.450	7.500
Bekleidung und Zubehör		---	---	---	---
Schuhe, Lederwaren		275	725	575	1.350
Sport/ Freizeit		100	600	450	1.275
Spielwaren		650	1.125	975	1.725
Bücher		225	475	400	825
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		125	500	375	1.000
Haus-/ Heimtextilien		150	400	325	750
mittelfristiger Bedarf		1.525	3.825	3.100	6.925
Uhren/ Schmuck		150	275	225	425
Foto/ Optik und Zubehör		225	400	350	650
Medien		200	525	400	950
Elektro/ Leuchten		275	600	475	1.000
Teppiche/ Bodenbeläge		50	250	200	525
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		1.250	2.725	2.275	4.650
Möbel/ Antiquitäten		2.675	4.050	3.625	5.900
Sonstiges		175	350	300	600
langfristiger Bedarf		5.000	9.175	7.850	14.700
Summe		8.300	17.250	14.400	29.125

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

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; Stadt Ulm; IfH; EHI; BBE, Köln; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 8: Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		1.075	2.825	2.275	5.150
Drogerie/ Parfümerie		475	925	775	1.475
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		125	250	200	425
Blumen/ Zoo		375	550	800	1.075
kurzfristiger Bedarf		2.050	4.550	4.050	8.125
Bekleidung und Zubehör		---	---	---	---
Schuhe, Lederwaren		275	725	575	1.350
Sport/ Freizeit		100	600	450	1.275
Spielwaren		650	1.125	975	1.725
Bücher		225	625	425	1.100
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		150	700	450	1.425
Haus-/ Heimtextilien		175	525	350	975
mittelfristiger Bedarf		1.575	4.300	3.225	7.850
Uhren/ Schmuck		150	275	225	425
Foto/ Optik und Zubehör		225	400	350	650
Medien		250	725	575	1.375
Elektro/ Leuchten		350	825	650	1.500
Teppiche/ Bodenbeläge		50	250	200	525
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		1.600	3.750	2.950	6.800
Möbel/ Antiquitäten		4.175	7.825	6.700	13.750
Sonstiges		200	500	375	925
langfristiger Bedarf		7.000	14.550	12.025	25.950
Summe		10.625	23.400	19.300	41.925

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

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; Stadt Ulm; IfH; EHI; BBE, Köln; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 9: Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	250	---	---
Drogerie/ Parfümerie		---	300	---	175
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		---	50	---	25
Blumen/ Zoo		125	300	275	550
kurzfristiger Bedarf		125	900	275	750
Bekleidung und Zubehör		---	---	---	---
Schuhe, Lederwaren		---	50	---	---
Sport/ Freizeit		---	---	---	---
Spielwaren		0	425	---	300
Bücher		---	225	---	275
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	125	---	225
Haus-/ Heimtextilien		---	125	---	175
mittelfristiger Bedarf		0	950	0	975
Uhren/ Schmuck		---	75	---	50
Foto/ Optik und Zubehör		---	125	---	75
Medien		---	225	---	350
Elektro/ Leuchten		---	350	---	475
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		---	1.500	---	2.100
Möbel/ Antiquitäten		2.050	5.400	2.350	8.700
Sonstiges		---	225	---	300
langfristiger Bedarf		2.050	7.900	2.350	12.050
Summe		2.175	9.750	2.625	13.775

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

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung August 2010; Stadt Ulm; IfH; EHI; BBE, Köln; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen