



Handelsmonitor Oberrhein

Untersuchung zur Einzelhandels-
entwicklung und raumordnerischen
Steuerungswirkung zum
großflächigen Einzelhandel
2008 bis 2017

Auftraggeber: Regionalverbände Mittlerer Oberrhein
und Südlicher Oberrhein,
Industrie- und Handelskammern
Karlsruhe und Südlicher Oberrhein

Projektleitung: Dr. Stefan Holl
Dipl.-Ing. Gabriele Ostertag

Ludwigsburg, am 11.09.2017

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Bildrechte liegen bei den Regionalverbänden, den Industrie- und Handelskammern, der Stadt Rastatt (Titelfoto) und der GMA. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und der Auftraggeber unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

1. Hintergrund und Untersuchungsanlass

Der Dreiklang Rathaus – Kirche – Markt prägt die europäische Stadtentwicklung: Siedlungen entstanden rund um Handelsplätze; Bürger der Stadt und aus dem Umland nutzen die dortigen Angebote. Der Einzelhandel hat durch seine Frequenzwirkung die Funktion eines Motors für Urbanität und Vitalität von Stadt- und Ortszentren; Bürger schätzen zudem eine attraktive verbrauchernahe Versorgung in ihren Städten und Gemeinden.

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Einzelhandels wird häufig unterschätzt; mit rund 483 Mrd. Euro Jahresumsatz im Jahr 2016 ist er in Deutschland drittstärkste Wirtschaftsgruppe. Die aktuelle Entwicklung wird durch betriebliche Konzentrationsprozesse bei anhaltender Filialisierung bestimmt; die Bedeutung des Online-Shoppings nimmt zu. Dabei differenziert sich das Kundenverhalten weiter aus; die Prognose von Konsumgewohnheiten wird zunehmend komplexer.

In der Untersuchungsregion am Oberrhein stellt der Einzelhandel mit 9 % der Beschäftigten nach dem Verarbeitenden Gewerbe den stärksten Wirtschaftszweig im regionalen Arbeitsmarkt dar¹.

Größere Handelsbetriebe (mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche) sind regelmäßig raumwirksam, denn

- /// **Einzelhandel beansprucht Flächen:** In der Region Oberrhein stieg die Verkaufsfläche aller Einzelhandelsbetriebe von 2008 bis 2017 um 5 %, auch die durchschnittliche betriebliche Verkaufsflächengröße nahm von ca. 225 m² auf heute knapp 280 m² zu.
- /// **Einzelhandel konkurriert mit anderen Nutzungen:** In der Untersuchungsregion steht ein Rückgang der Anzahl aller Einzelhandelsbetriebe von 14 % (2008 bis 2017) oft für nachrückende Nutzungen, etwa Dienstleistungen, Gastronomie und Wohnen.
- /// **Einzelhandel erzeugt Verkehr** – mit allen Konsequenzen für Vitalität einerseits sowie Nutzungskonflikten andererseits (z. B. Lärm), aber auch für den Bedarf an kommunalen Folgeinvestitionen (v. a. Verkehrsinfrastruktur).
- /// **Einzelhandel ist Investor oder Mieter von Immobilien.** Das Einzelhandelssegment ist nach Büros die bedeutendste Immobilienklasse in Deutschland, mit ca. 27 % des Gesamttransaktionsvolumens im Jahr 2016.

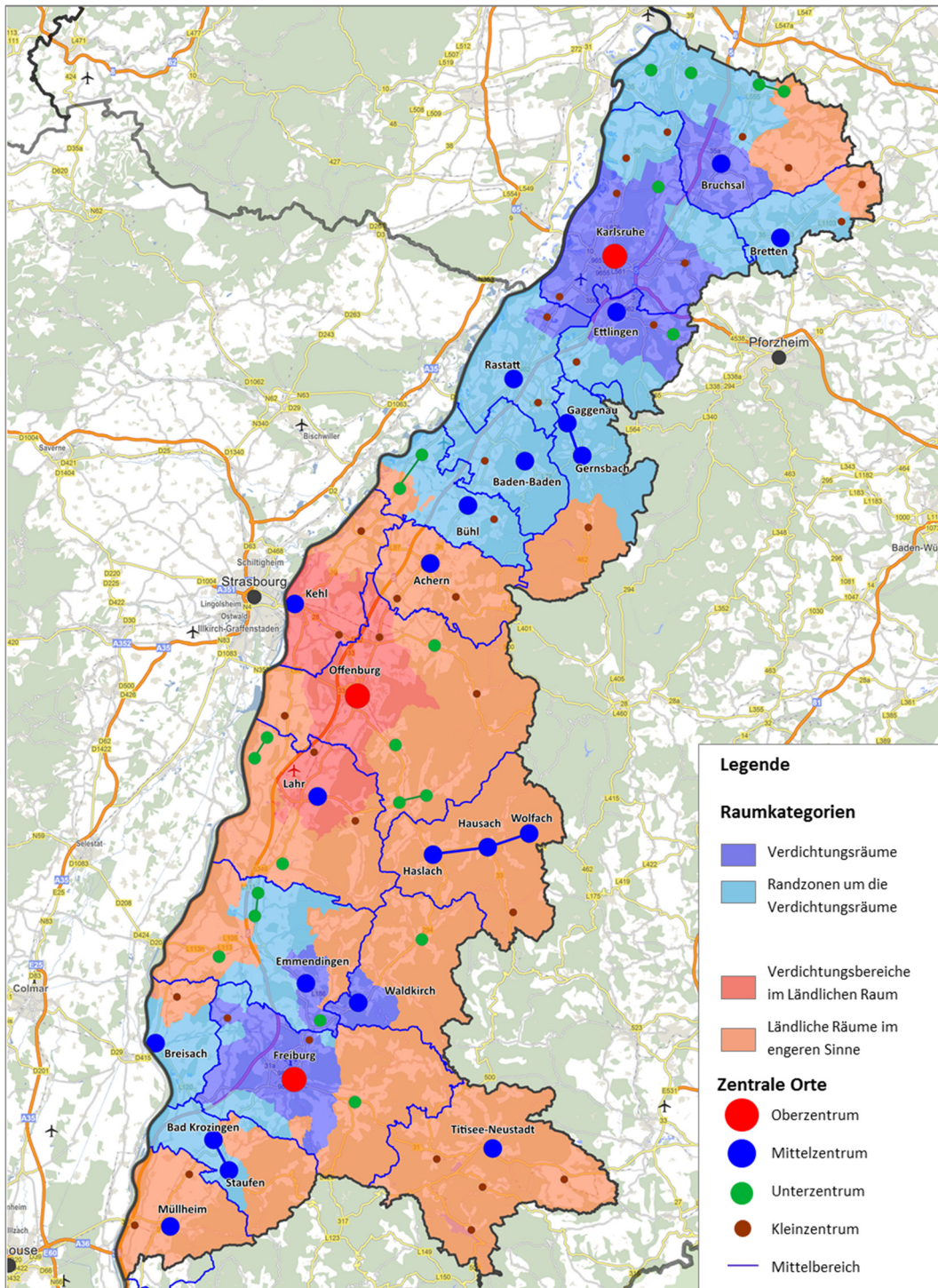
Handel steht für Wandel und bedarf wegen seinen Wechselwirkungen mit der städtebaulichen Attraktivität und funktionalen Versorgungsqualität einer rahmensetzenden Steuerung der öffentlichen Hand.

Die Städte und Gemeinden in den Regionen Mittlerer und Südlicher Oberrhein unternehmen erhebliche Anstrengungen zum Erhalt und zur Weiterentwicklung ihrer Versorgungsange-

¹ Mit nach wie vor steigenden Beschäftigtenzahlen (+ 18,4 % der Beschäftigten zwischen 2008 und 2016); vgl. Angaben der Bundesagentur für Arbeit: sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort jeweils zum 30.06. d. J.: Bezug: Region Mittlerer Oberrhein; hier: eng definierter Einzelhandel (ohne Kfz).

bote und werden dabei durch die Regional- und Landesplanung begleitet. Durch die Orientierung raumwirksamer Handelsbetriebe auf größere Städte und Gemeinden – Zentrale Orte – sollen dort etwa städtebauliche Maßnahmen unterstützt und die vorhandene kommunale Infrastruktur besser ausgelastet werden. Kommunen können ihren Handel mittels Zentren- und Nahversorgungskonzepte steuern.

Karte 1: Das Untersuchungsgebiet Handelsmonitor Oberrhein



erstellt mit RegioGraph Planung; GMA-Bearbeitung 2017

Quelle: LEP Baden-Württemberg; Regionalpläne Mittlerer und Südlicher Oberrhein; GMA-Darstellung 2017

Regionalplanerische Steuerung des großflächigen Einzelhandels

Der Regionalplanung am Oberrhein kommt durch Regelungen in ihren Regionalplänen eine wichtige Rolle bei der raumverträglichen Steuerung dieses dynamischen Wirtschaftszweigs zu. Sie konzentriert sich auf raumwirksame Vorhaben, die bei 800 m² Verkaufsfläche beginnen. Diese Steuerung ist nur dann zu rechtfertigen, wenn dadurch die Versorgung der Bürger verbessert wird und die mit der Steuerung verfolgten Ziele tatsächlich erreicht werden. Die aktuelle Versorgungssituation und die Frage nach den Wirkungen der Handelssteuerung waren Anlass zur Neuauflage des Handelsmonitors Oberrhein²:

- /// Alle Betriebe des Einzelhandels in der Region Oberrhein wurden erfasst sowie die von 2008 bis 2017 erfolgten Bestandsveränderungen aufgezeigt.³
- /// Da die Region traditionell über hohe Kundenverflechtungen mit der benachbarten französischen Region verfügt, wurde auch ein Blick in das Département Bas-Rhin geworfen; hier liegen Daten von CCI Alsace Eurométropole, Straßburg für 2008 bzw. 2016 vor.
- /// Der Zeitreihenvergleich der Standort- und Betriebsdaten lässt auch bundesweit erstmalig zu, die Wirksamkeit der bestehenden landes- und regionalplanerischer Steuerungsinstrumente und ihre praktische Umsetzung beispielhaft für die Region Oberrhein zu prüfen – bundesweit für eine Region in dieser Größenordnung ein Novum.

Auftraggeber der Studie waren die Regionalverbände Mittlerer und Südlicher Oberrhein und die beiden Industrie- und Handelskammern Karlsruhe und Südlicher Oberrhein. Ergänzend wurden in der projektbegleitenden Arbeitsgruppe die Chambre de Commerce et d'Industrie Alsace Eurométropole und der Handelsverband Südbaden einbezogen. Das Land Baden-Württemberg (Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau) hat die Studie maßgeblich gefördert.

² Initiiert im Jahr 2007 / 2008: Commerce et consommation dans le Rhin supérieur 2008 bzw. deutsch-französischer Handelsmonitor – Handel und Konsum, Oberrhein 2008; Durchführung im Rahmen eines INTERREG-Projektes. Daraus lagen Bestandsdaten für die Region Mittlerer Oberrhein und Teile der Region Südlicher Oberrhein (**ohne Stadtkreis Freiburg i. Br. und Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald**) vor. Zeitlich fällt der Erhebungszeitraum mit der Einführung des Kapitels 2.5.3 „Regionalbedeutsamer Einzelhandel“ im Regionalplan Mittlerer Oberrhein bzw. kurz vor Inkrafttreten der Teilfortschreibung des Regionalplans 1995 der Region Südlicher Oberrhein mit dem Kapitel „Einzelhandelsgroßprojekte“ (Juli 2010) zusammen.

³ Erhebungszeitraum: November 2016 – März 2017; Erweiterung des Erhebungsgebietes um den Stadtkreis Freiburg zzgl. Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald; Erhebungs- und Bewertungsgrundlagen auf Basis eines eng abgestimmten Erhebungsleitfadens zzgl. Analyse- und Bewertungsgrundlagen

Übersicht 1: Untersuchungsraum im Überblick

	Mittlerer Oberrhein	Südlicher Oberrhein	Oberrhein gesamt	Land Baden-Württemberg
Flächengröße in km ² (Anteil Baden-Württemberg in %)	2.137 (6 %)	4.062 (11,4 %)	6.199 (17,4 %)	35.677 (100 %)
Bevölkerung in Mio. zum 31.12.2015 (Anteil Baden-Württemberg in %)	1,025 (9,4 %)	1,066 (9,8 %)	2,091 (19,2 %)	10,880 (100 %)
Bevölkerungsentwicklung 2011 – 2015 in %	+3,4 %	+3,7 %	+3,6 %	+3,5 %
Einwohnerdichte EW / km ²	480	262	307	305
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Mio. in 2015 (Anteil Baden-Württemberg)	0,432 (9,9 %)	0,410 (9,4 %)	0,842 (19,3 %)	4,359 (100 %)
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte; Entwicklung 2011 – 2015 in %	+7,3 %	+9,1 %	+8,2 %	+8,9 %
Bruttoinlandsprodukt in Mrd. Euro 2014* (Anteil Baden-Württemberg)	43,6 (9,1 %)	36,7 (7,7 %)	80,3 (16,8 %)	476,8 (100 %)
Kaufkraftkennziffer 2016**	103,9	100,3	102,1.	104,0

* Berechnungsstand: August 2015

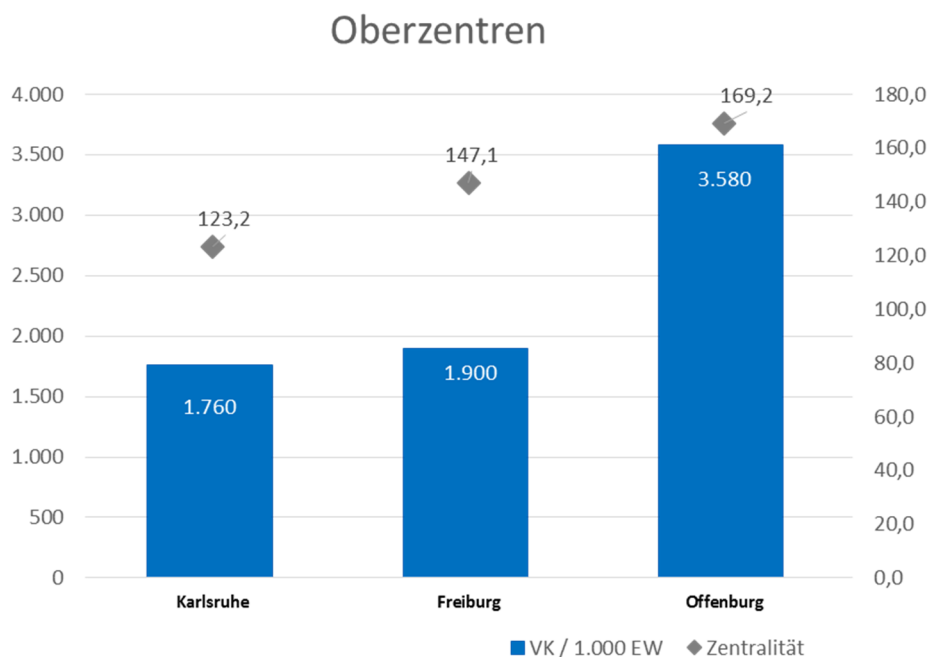
** Bundesdurchschnitt = 100,0 %

Quellen: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Arbeitskreis Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung der Länder, MB-Research, eigene Berechnungen 2017

2. Die Entwicklung der Einzelhandelsausstattung in der Region Oberrhein 2008 - 2017

Die knapp 2,1 Mio. Einwohner zählende Region Oberrhein umfasst 183 Städte und Gemeinden und weist ein deutliches Wachstum auf (Bevölkerungs-, Wirtschafts- und Siedlungsentwicklung), auch wenn sich nicht alle Teilräume gleichermaßen entwickeln.

Abbildung 1: Einzelhandelsausstattung der Oberzentren: Verkaufsflächenausstattung m² VK / 1.000 Einwohner und Zentralität

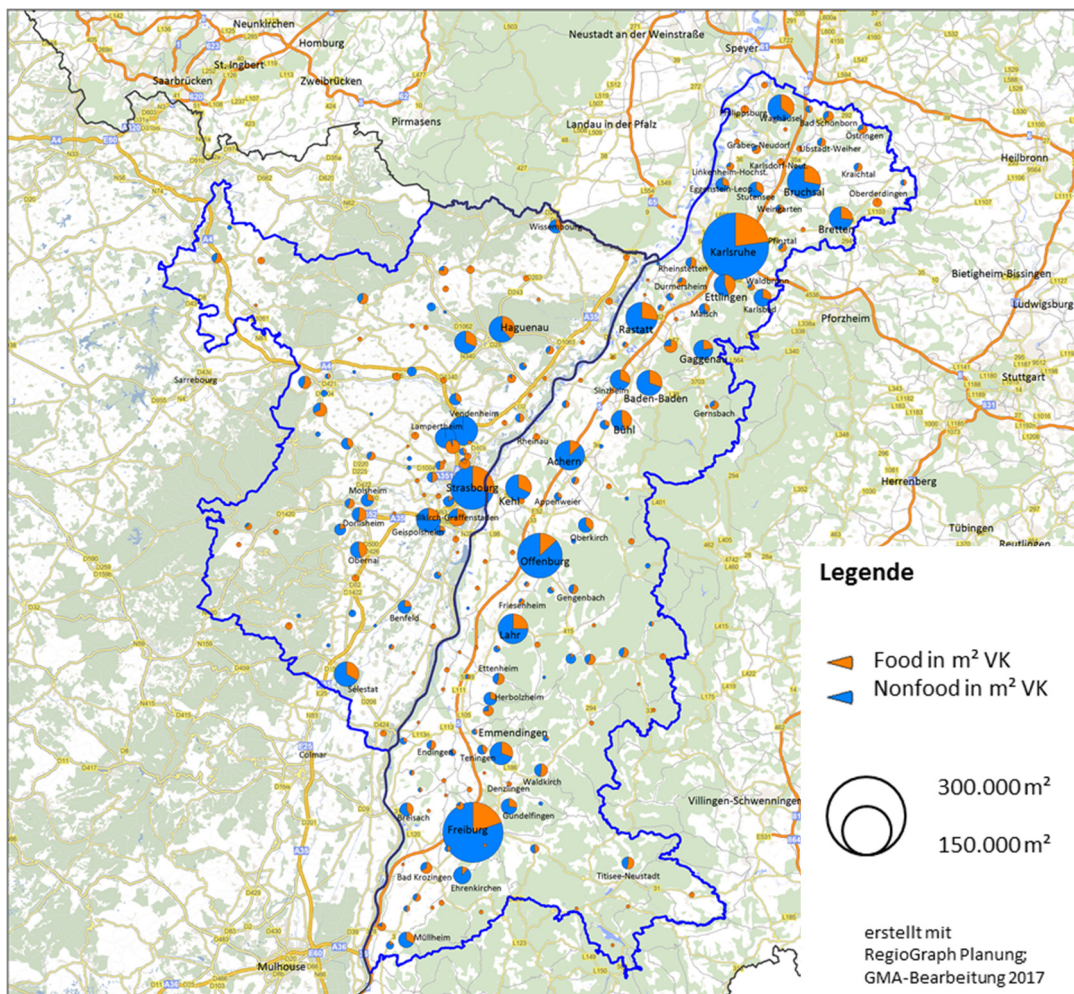


* Zentralität: Umsatz-Kaufkraft-Relation; ein Wert von über 100 deutet auf einen Kaufkraftzufluss hin
GMA-Darstellung 2017

Höhere Verkaufsflächenausstattung auf deutscher Seite:

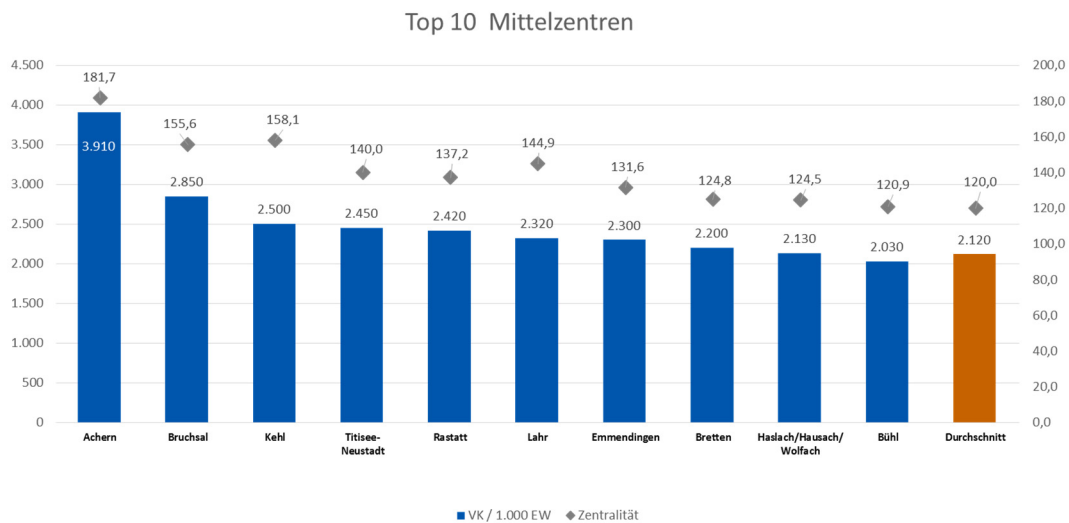
- / Der im Erhebungsgebiet vorhandene Handel stellt den Bürgern mit 12.341 Einzelhandelsbetrieben ein breites Angebot zur Verfügung. Mit einer Verkaufsfläche von 3,3 Mio. m² steht auf deutscher Seite ein flächenseitig größeres Angebot (ca. 1.580 m² VK / 1.000 EW) als im benachbarten französischen Département Bas-Rhin bereit (1.305 m² VK / 1.000 EW).
- / Traditionell liegt die Verkaufsflächenausstattung in Frankreich mit ca. 1.230 m² VK / 1.000 EW unter den Ausstattung in Deutschland (1.500 m² VK / 1.000 EW). Deutschland verfügt über eines der dichtesten und verbraucherorientiertesten Einzelhandelsnetze in Europa. Nur Österreich und die Schweiz weisen höhere Verkaufsflächen je Einwohner auf (ca. 1.670 m² VK / 1.000 EW, vgl. hierzu u. a. Angaben des EHI Handelsdaten aktuell 2017).

Karte 2: Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen in der Region Oberrhein und im Département Bas-Rhin (> 800 m² VK) 2016



Quelle: GMA-Erhebung 2017 bzw. Daten der Chambre de Commerce et d'Industrie, Straßburg 2016

Abbildung 2: Einzelhandelsschwerpunkte auf deutscher Seite: Top 10 der Mittelzentren: Verkaufsflächenausstattung m² VK / 1.000 Einwohner und Zentralität*

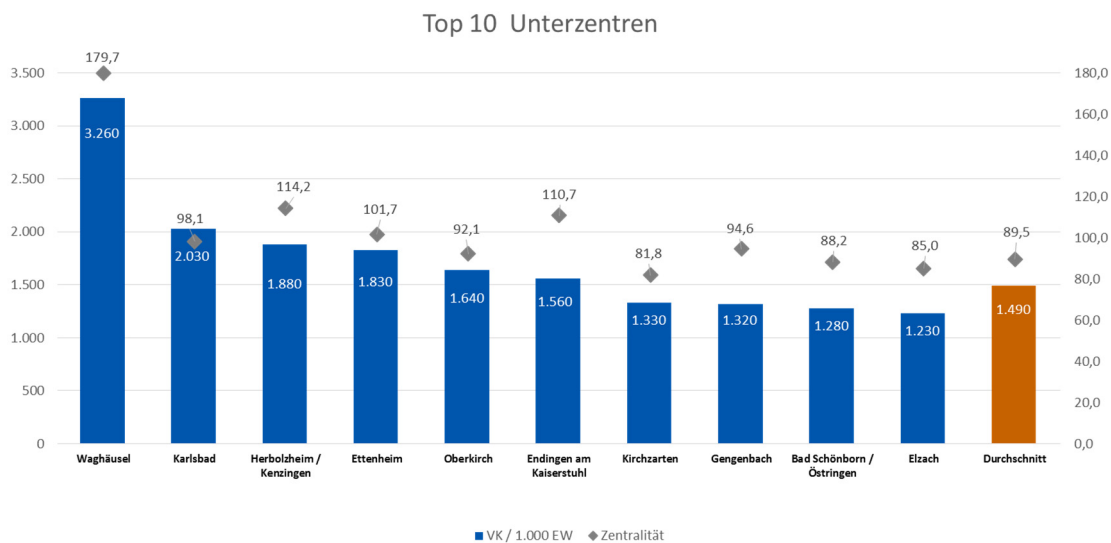


* Zentralität: Umsatz-Kaufkraft-Relation; ein Wert von über 100 deutet auf einen Kaufkraftzufluss hin
GMA-Darstellung 2017

Einzelhandel orientiert auf größere Städte der Region:

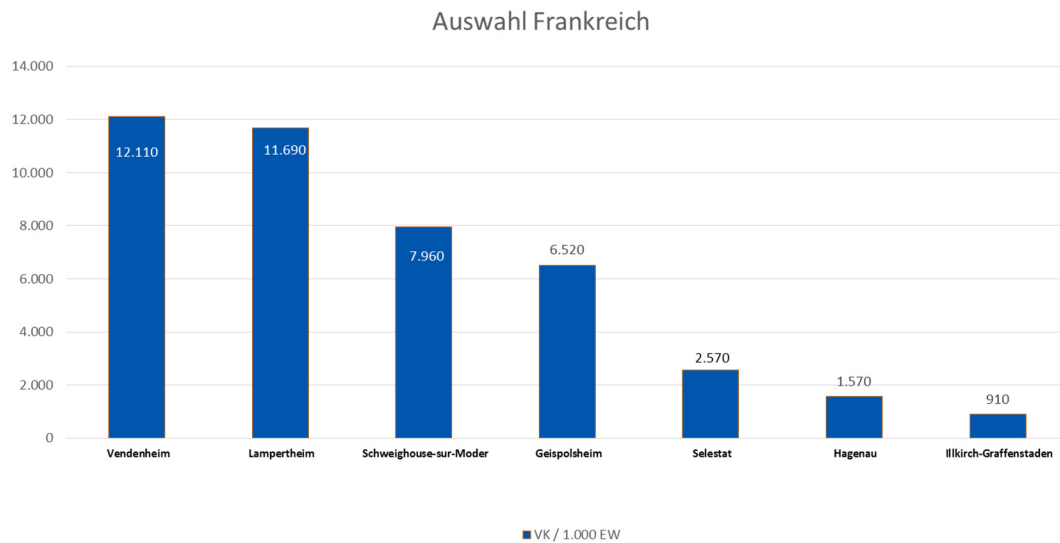
Rund 70 % der Verkaufsfläche konzentrieren sich auf Ober- und Mittelzentren der Region, wo knapp 54 % der Bevölkerung wohnen. Auf die Unterzentren entfallen ca. 11 % der Verkaufsfläche, was in etwa dem Bevölkerungsanteil dieser Städte und Gemeinden entspricht. In den Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion wohnen ca. 35 % der Bevölkerung, wobei dort nur knapp 20 % der Verkaufsfläche verortet ist.

Abbildung 3: Einzelhandelsschwerpunkte auf deutscher Seite: Top 10 der Unterzentren: Verkaufsflächenausstattung m² VK / 1.000 Einwohner und Zentralität*



* Zentralität: Umsatz-Kaufkraft-Relation; ein Wert von über 100 deutet auf einen Kaufkraftzufluss hin
GMA-Darstellung 2017

Abbildung 4: Einzelhandelsschwerpunkte auf französischer Seite: Top 7 der Gemeinden bei Verkaufsflächen



GMA-Darstellung 2017, Bestandsdaten nur bedingt mit GMA-Primärdaten vergleichbar, keine Zentralitätskennziffer berechnet

Die Dynamik der Handelsentwicklung in der Untersuchungsregion von 2008 bis 2017 wird durch folgende Daten unterstrichen (jeweils ohne Stadt Freiburg und Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald, für die jedoch von ähnlichen Entwicklungen auszugehen ist):

- /// Die Gesamtverkaufsfläche stieg um 5,0 % auf knapp 2,6 Mio. m².
- /// Die Anzahl der Betriebsstätten ging um 14,3 % auf knapp 9.400 Betriebe zurück.
- /// Die Verkaufsfläche stieg langsamer als die Kaufkraft in der Region (8,7 %), was auf steigende Umsatzanteile des Onlinehandels wie auch die zunehmende Nutzungskonkurrenz mit anderen Nachfragern zurückzuführen ist.
- /// Betriebsstättenrückgänge betrafen stärker kleinere Gemeinden (Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion) mit 20 %, der Verkaufsflächenrückgang war dort insgesamt nur marginal (1,5 %). Die kleineren Gemeinden im ländlichen Raum (Zuordnung gemäß Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg), waren etwas stärker von den Verkaufsflächenrückgängen betroffen (3,4 %).
- /// Die in der Region durch den stationären Einzelhandel in der Region gebundene Kaufkraft (= Zentralität⁴) ging von 2008 (106 %) um 9 % auf heute 97 % zurück. Die Umsatzentwicklung im stationären Handel unterstreicht die Zunahme der Umsätze im Distanzhandel, die zu Lasten des stationären Handels verlief.⁵

⁴ Umsatz-Kaufkraft-Relation. Anhaltspunkte für eine Abwanderung der regionalen Kaufkraft in angrenzende Regionen / Einzelhandelsstandorte konnten nicht festgehalten werden.

⁵ Über Multichannel, click&collect etc. bleibt dennoch ein gewisser Teil im stationären Handel erhalten.

- / Eine deutliche Zunahme bei der Verkaufsfläche weisen der **kurz-⁶ und der langfristige⁷ Bedarfsbereich** auf. Im Drogeriewarenssegment ist der Verkaufsflächenrückgang von 3,0 % bzw. der Betriebsstättenrückgang um 23 % auf die Schlecker-Insolvenz zurückzuführen (knapp 200 Standorte in der Region). In der Region insgesamt nahm die Lebensmittelverkaufsfläche um 7,0 % durch Neuansiedlungen, Erweiterungen und Modernisierungen von 663.620 m² (2008) auf 710.610 m² (2017) zu.

- / Im viele Innenstädte prägenden **mittelfristigen Segment** (z. B. Textilien, Schuhe, Sport, Lederwaren) nahm die Verkaufsfläche insgesamt um 0,7 % zu. Im Sortiment Bücher, Schreib- und Spielwaren waren die Effekte des Onlinehandels deutlich spürbar (Verkaufsfläche - 5,3 %).

- / Nutznießer der insgesamt positiven Entwicklung waren vor allem größere Städte der Region (Ober- und Mittelzentren), während die kleinen Gemeinden (Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion) bereits leichte Verkaufsflächenrückgänge verzeichneten. Auch unter Einbeziehung der Bevölkerungsentwicklung in der Region wird die Orientierung der Entwicklung auf die größeren Städte deutlich (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Wesentliche Entwicklungen 2008 und 2017 (Region Oberrhein*)

Zentralörtliche Funktion	Bevölkerungsanteil 2015 in %	Verkaufsfläche 2008		Verkaufsfläche 2017		von 2008 bis 2017 in %
		absolut in m ²	Anteil in %	absolut in m ²	Anteil in %	
Oberzentren	22,8	704.960	28,6	749.950	29,0	+ 6,4
Mittelzentren	28,5	923.250	37,5	1.000.790	38,7	+ 8,4
Unterkentren	14,1	332.800	13,5	340.520	13,1	+ 2,3
Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion	34,6	504.060	20,4	496.420	19,2	- 1,5
Gesamtregion	100,0	2.465.070	100,0	2.587.680	100,0	+ 5,0

* ohne LK Breisgau-Hochschwarzwald und SK Freiburg

GMA-Erhebung und -Berechnung 2008 und 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die Entwicklung des Einzelhandelsangebotes kann anhand von Versorgungskennziffern gemessen werden. Für das Untersuchungsgebiet nahm die Verkaufsflächenausstattung von 1.582 m² VK / 1.000 EW im Jahr 2008 auf 1.610 m² VK / 1.000 EW im Jahr 2017 zu.⁸ Folgende Veränderungen sind festzuhalten:

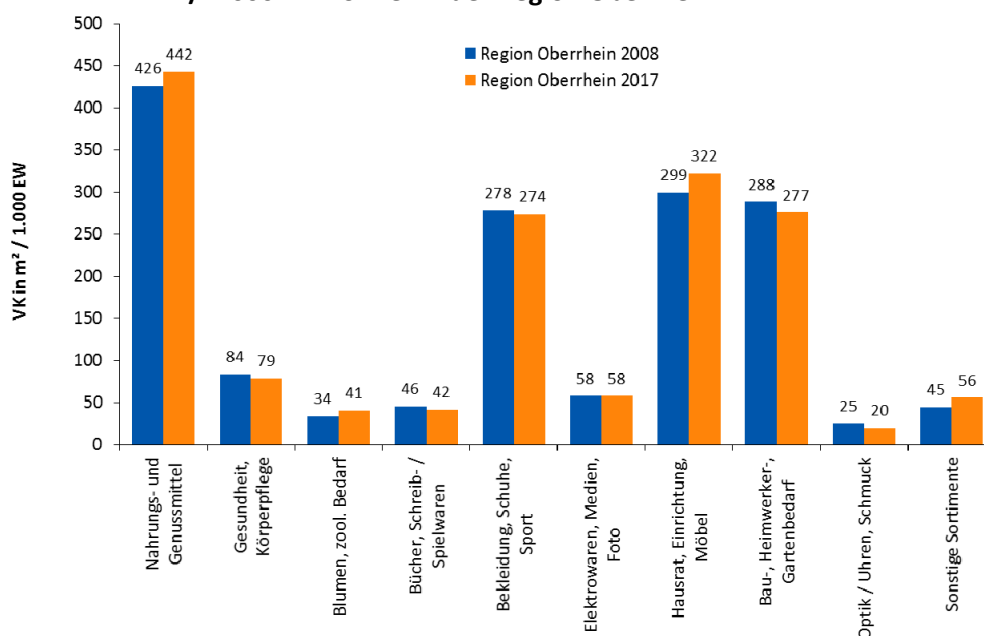
⁶ Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren.

⁷ Z. B. Möbel, Baumarkt, Elektrowaren.

⁸ Damit ist die Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt etwas besser versorgt; Vergleichswert Baden-Württemberg (GMA): 1.770 m² VK / 1.000 EW; vgl. Deutschland: 1.500 m² VK / 1.000 EW; Basis: EHI-Angaben 2017; Verkaufsfläche 2015: 123,7 Mio. m² VK.

- / Die Hauptwarengruppen „Nahrungs- und Genussmittel“, „Blumen / zoologischer Bedarf“ sowie „Hausrat, Einrichtung und Möbel“ entwickelten sich überdurchschnittlich.
- / Stabile bis leicht rückläufige Entwicklungen waren v. a. bei den für Innenstädte wichtigen Sortimenten „Bücher / Schreib- und Spielwaren“, „Bekleidung, Schuhe und Sport“, „Optik / Uhren und Schmuck“ sowie für die Nahversorgung relevanten Sortimente „Gesundheit / Körperpflege“, aber auch für den „Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf“ festzuhalten.
- / Gerade die Lebensmittelmärkte sind seit 2008 näher zum Bürger gerückt: die wohnortnahe Grundversorgung mit qualifizierten Lebensmittelmärkten, die mehr als 400 m² Verkaufsfläche aufweisen, hat sich bis 2017 zusätzlich für ca. 5 % der Gesamtbevölkerung verbessert.

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsflächenausstattung 2008 und 2017
m² VK / 1.000 Einwohner in der Region Oberrhein*



* ohne LK Breisgau-Hochschwarzwald und SK Freiburg

Quelle: GMA-Erhebung und Berechnung 2008 und 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen); Sortimentsgenaue Erhebung (Verkaufsflächenaufteilung)

Die festgestellte Entwicklung des Angebotes im Gesamttraum spiegelt auch die stabilen konjunkturellen und demografischen Rahmenbedingungen wider. Bundesweit festzuhaltende Erosionsprozesse im stationären Einzelhandel (Leerstandsbindung, Trading-down-Effekte etc.) sind im Untersuchungsraum – wie auch andernorts in Baden-Württemberg – nicht anzutreffen. So konnten auch für viele in die Insolvenz geratene und aufgegebene Kaufhausstandorte in den Mittelstädten der Region (Schneider, Krauss u. a. m.) attraktive Einzelhandelsfolgenutzungen gefunden werden.

3. Wie wird in den Regionen am Oberrhein gesteuert?

Für die Jahre 2008 bis 2016 hat der Regionalverband Mittlerer Oberrhein exemplarisch 182 Verfahren zum großflächigen Einzelhandel ermittelt, bei denen der Verband durch die verfahrensführenden Behörden (Baurechtsbehörden, Gemeinden, Flächennutzungsplanungsträger) beteiligt war. Berücksichtigt hat die Erhebung alle Fälle, in denen zumindest eine informelle Vorabstimmung stattgefunden hat. Darin enthalten sind auch Projekte, die im Verfahrensverlauf modifiziert wurden oder die der Vorhabenträger nicht oder noch nicht realisieren konnte.

Die Fälle behandelten eine große Spannweite von Projekten, es dominierten Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Betriebe sowie die Anpassung von Bebauungsplänen v. a. in Gewerbegebieten.

Der Regionalverband Mittlerer Oberrhein hat exemplarische 14 Fallstudien zu Ansiedlungsvorhaben zusammengestellt und typische Konstellationen des regionalen Ansiedlungsgeschehens ermittelt. Die Ansiedlungsvorgänge eröffnen einen intensiven Diskurs um die raumverträgliche und städtebaulich angemessene Einzelhandelsstruktur in einem wirtschaftlich prosperierenden Raum. Die untersuchten Fälle reichen von Erweiterungsbauten in der Grundversorgung über die Revitalisierung innerstädtischer Einkaufszentren bis hin zur Ansiedlung großer Möbelhäuser. Die Fallstudien lassen das Steuerungsgeschehen und die Steuerungstiefe im Verbandsgebiet erkennen. Die Fallzahlen und die Bedeutung der begleiteten Vorhaben belegen, dass die Einzelhandelsansiedlungen (Bauleitplanung, Baugenehmigungen, Einzelhandelskonzepte) durch die Raumordnung nachhaltig begleitet werden.

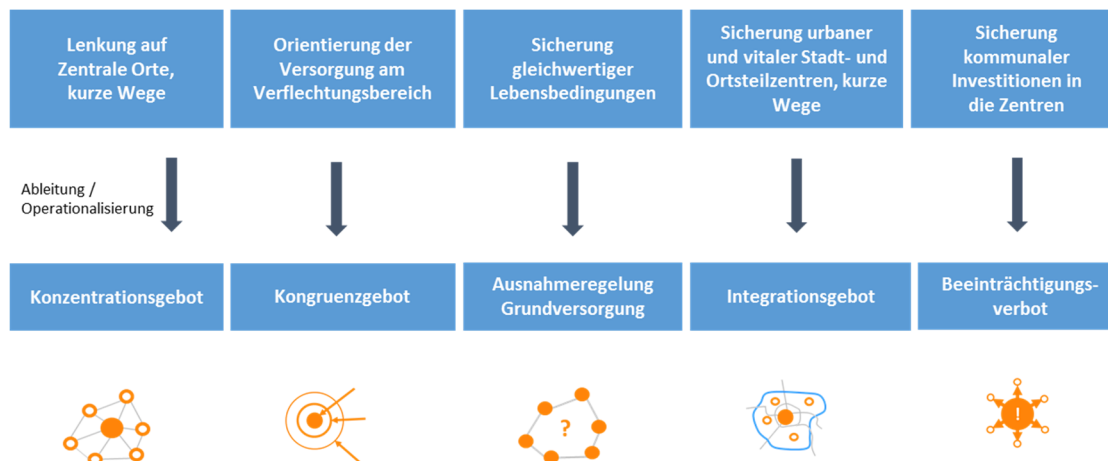
4. Wirkt die regionale Steuerung des großflächigen Einzelhandels am Oberrhein?

Das Erkenntnisinteresse des Handelsmonitors 2017 richtet sich auf die vier grundlegenden raumordnerischen Steuerungsregeln:

- /** Einzelhandelsgroßvorhaben werden Orten bestimmter Zentralität (z. B. Oberzentren, Mittelzentren) vorbehalten (Konzentrationsgebot). Eine Ausnahme hierzu gilt bei der Grundversorgung (v.a. Lebensmittel, Drogeriewaren), die großflächige Formate auch in Kleinzentren und in Gemeinden ohne zentralörtlicher Funktion zulässt.
- /** Der Einzugsbereich der Vorhaben darf den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot).
- /** In den Gemeinden werden Vorhaben mit bestimmten Sortimenten den zentralen Versorgungsbereichen bzw. den integrierten Lagen zugewiesen (Integrationsgebot).

- Die Vorhaben dürfen die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigen (Beeinträchtigungsverbot).

Abbildung 6: Regionalplanerische Ziele und ihre Übersetzung: Ge- und Verbote zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels

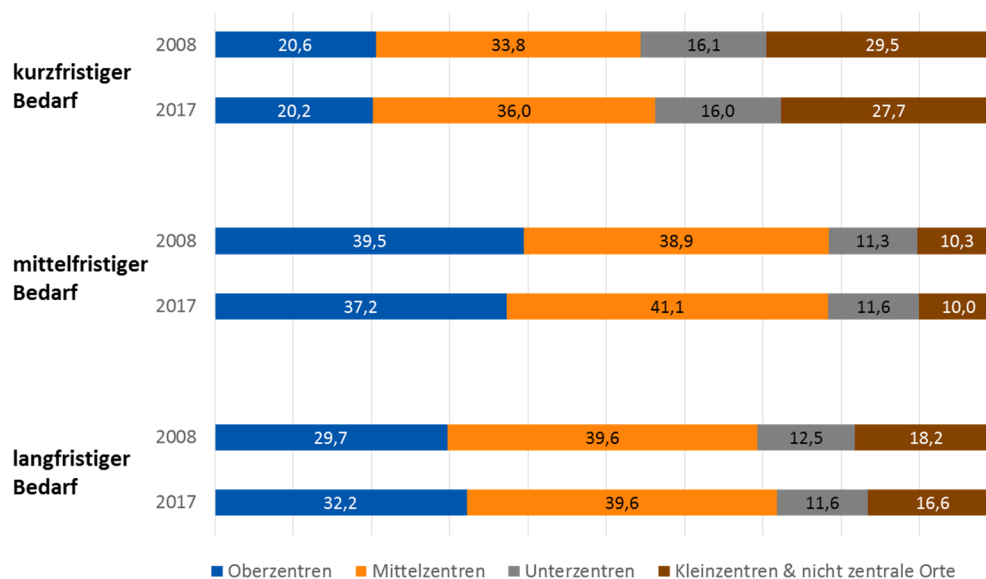


GMA 2017

Zur Messung der Wirksamkeit der regional- und landesplanerischen Ziele wurden Indikatoren für gemeinsam formulierte Untersuchungsfragen festgelegt. Die ausgewerteten Daten aus dem Untersuchungsraum lassen folgende Schlüsse zu:

- Das **Konzentrationsgebot** zeigt hohe Steuerungswirkung in der Region: Die Ober- bis Unterzentren verfügen mit knapp 90 % der Verkaufsfläche im mittelfristigen bzw. ca. 83 % im langfristigen Bedarfsbereich über eine ausgeprägte und stabile Versorgungsbedeutung in der Region.

Abbildung 7: Entwicklung der Verkaufsflächenanteil in % nach zentralörtlicher Funktion 2008 – 2017 (Region Oberrhein*)



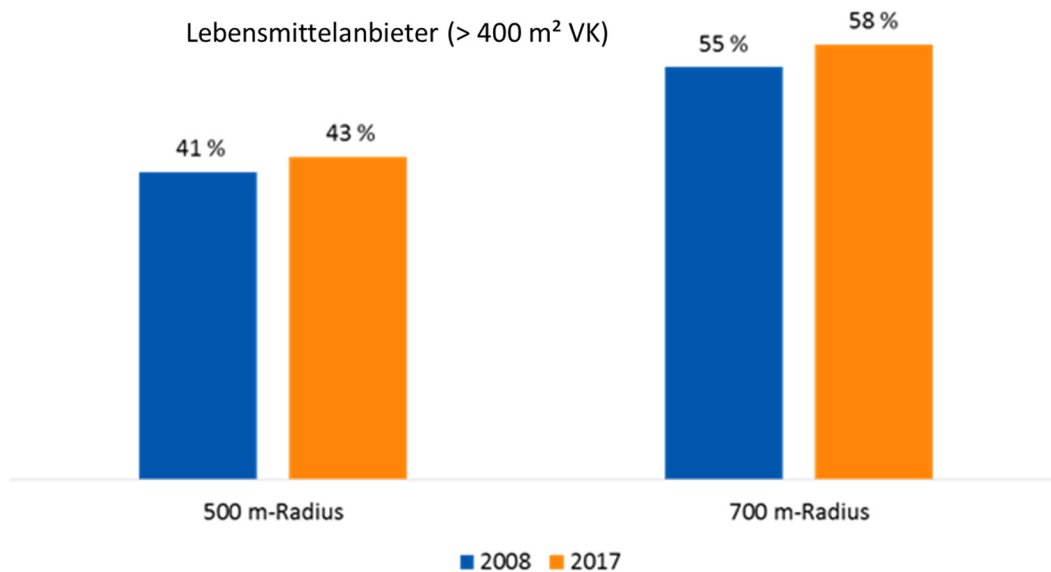
* Ohne LK Breisgau-Hochschwarzwald und SK Freiburg
GMA-Erhebung und Berechnung 2008 und 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen).

Neue großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mittel- bis langfristigen Sortimenten wurden ab 2008 fast ausschließlich in Ober-, Mittel- und Unterzentren angesiedelt, was die konsequente Umsetzung des Konzentrationsgebotes unterstreicht.

- Bei der Sicherstellung und Entwicklung der wohnortnahen **Grundversorgung** sind Steuerungserfolge deutlich nachweisbar. Die Regelung wird mit dem Ziel zur Sicherung einer qualifizierten und flächendeckenden Grundversorgung in der Region konsequent angewandt.

Die Daten zeigen, dass die qualifizierten Anbieter im Nahrungs- und Genussmittelsegment näher an den Verbrauchern platziert wurden und zwar unabhängig von ihrer zentralörtlichen Einstufung. Aktuell entwickelt sich das Sortiment Drogeriewaren besonders dynamisch.

Abbildung 8: Fußläufige Erreichbarkeit: Anteil fußläufig versorgter Einwohner durch einen qualifizierten Lebensmittelanbieter in %: 2008 – 2017 (Region Oberrhein*)



* Ohne LK Breisgau-Hochschwarzwald und SK Freiburg
GMA-Berechnung 2017




- Das Ziel einer ausgewogenen Verteilung der Versorgungsleistung der Zentralen Orte, das **Kongruenzgebot**, wird durch die Planungspraxis umgesetzt und zeigt positive Wirkungen. Die in der Region ausgewiesenen Zentren versorgen die ihnen zugewiesenen Verflechtungsbereiche im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich adäquat und ausgewogen.

Dabei sind zwischen den Ober- und den Mittelzentren in der Versorgungsbedeutung (= Marktabdeckung: Umsatz im Ober- bzw. Mittelzentrum in Bezug auf die Kaufkraft im jeweils zugeordneten Mittelbereich) deutliche Unterschiede feststellbar. Im mittel- bis

langfristigen Bedarf lagen die Oberzentren mit einer Marktabdeckung von ca. 90 – 91 % auf einem stabilen Niveau. Auch für die Mittelzentren lag mit ca. 61 – 62 % eine gute Marktabdeckung vor. Lediglich ein Mittelzentrum der Region weist eine deutlich über seinen zugewiesenen Mittelbereich hinausgehende Versorgungsbedeutung auf. Das Ziel des Kongruenzgebotes, dass Zentrale Orte die ihnen zugewiesenen Mittelbereiche adäquat versorgen, wurde im Untersuchungsraum erreicht. Kein Mittelzentrum hat ein „Übergewicht“ gegenüber einem anderen Zentrum erlangt.

Abbildung 9: Entwicklung der Marktabdeckung* der Mittelbereiche in der Region durch Ober- bzw. Mittelzentren in % bei Leitsortimenten 2008 und 2017 (Region Oberrhein)**

Mittel- / Oberzentrum		Bekleidung / Schuhe / Sport	Möbel / Küche	Bau- und Heimwerker- bedarf
MZ	Bretten			
MZ	Bruchsal			
MZ	Ettlingen			
MZ	Bühl			
MZ	Gaggenau / Gernsbach			
MZ	Rastatt			
OZ	Karlsruhe			
MZ	Baden-Baden			
MZ	Emmendingen			
MZ	Waldkirch			
MZ	Achern			
MZ	Haslach – Hausach – Wolfach			
MZ	Kehl			
MZ	Lahr			
OZ	Offenburg			

-  Zunahme Marktabdeckung (> 10 %)
-  gleichbleibende Marktabdeckung (+/- 10 %)
-  Abnahme Marktabdeckung (> 10 %)

* Umsatz im Ober- bzw. Mittelzentrum in Bezug zur Kaufkraft im jeweils zugeordneten Mittelbereich

** Ohne LK Breisgau-Hochschwarzwald und SK Freiburg

GMA-Erhebung und Berechnung 2008 und 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen).

Die Untersuchung zum **Integrationsgebot** zeigt eine hohe Steuerungswirkung. Etwa 61 % der zentrenrelevanten Sortimente befinden sich in den von der Regionalplanung vorgesehenen Vorranggebieten (integrierte Lagen). Bei den Standorten von neu entstandenen großflächigen Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment nehmen die Vorranggebiete einen Anteil von etwa 73 % ein.

Tabelle 2: Neu entstandene großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment nach Lageorientierung 2008 – 2017 (Region Oberrhein*)

Kernsortiment	Oberzentren		Mittelzentren		Unterkentren		Gesamt	
	VRG**	andere Lagen	VRG**	andere Lagen	VRG**	andere Lagen	VRG**	andere Lagen
zoologischer Bedarf	-	1	-	-	-	-	-	1
Bekleidung, Schuhe, Sport	5	1	17	2	1	-	23	2
Elektrowaren	-	2	3	3	-	-	3	6
Haushaltswaren / GPK inkl. Lampen	-	-	1	1	-	-	1	1
Gesamt	5	4	21	6	1	-	27	10

* Ohne LK Breisgau-Hochschwarzwald und SK Freiburg

** VRG = Vorranggebiet

GMA-Erhebung und Berechnung 2008 und 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen).

In den Unterkentren ist eine leicht abnehmende Bedeutung des **zentrenrelevanten Handels** in den Vorranggebieten festzuhalten (2008: 36 %; 2017: 31 %). Gerade kleinere Kommunen der Region kämpfen für eine Sicherung ihrer Grundversorgung, die über Nahrungs- und Genussmittel hinausgeht. Die Vorranggebiete sind dort oft kleinteilig parzelliert, große Flächen zur Weiterentwicklung können dort nur selten platziert werden.

- / Im Hinblick auf die Steuerungswirkung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit **nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** ist eine Anpassung und Überarbeitung der dafür vorgesehenen Gebiete im Rahmen der nächsten Planfortschreibungen zu prüfen. Die Steuerungswirkung der als Grundsatz festgelegten Vorbehaltsgebiete ist gering.
- / Die Untersuchung zum **Beeinträchtungsverbot** hat ergeben, dass nach 2008 keine großflächigen Ansiedlungsfälle, die eine maßgebliche Beeinträchtigung des Zentrums und / oder der Nachbarzentren besorgen ließen, realisiert wurden. Auch hier kommt der Regionalplanung positive Steuerungswirkung zu.

Einzelheiten zur Einzelhandelsentwicklung und zum Steuerungsgeschehen werden in einem Projektbericht im November 2017 veröffentlicht. Der Projektbericht kann auf den Internetseiten der Projektpartner in digitaler Form abgerufen sowie in gedruckter Form bei den Regionalverbänden Mittlerer Oberrhein und Südlicher Oberrhein bezogen werden.