



KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTT GART

Stadt Radolfzell

Branchen- und Potentialanalyse für Einzelhandelsnutzungen in der Innenstadt von Radolfzell

Projektleitung:

Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Projektmitarbeit:

Julia Kunst, M. Sc. Geographie

Stuttgart, Oktober 2013

CIMA Beratung + Management GmbH
Neue Weinsteige 44
70180 Stuttgart
Tel.: 0711-648 64 61
Fax: 0711-648 64 69
E-Mail: cima.stuttgart@cima.de
Internet: www.cima.de
KÖLN
LEIPZIG
LÜBECK
MÜNCHEN
RIED (A)
STUTT GART

© 2013 CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen, Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

INHALTSVERZEICHNIS

1	AUFTRAG	4
2	WESENTLICHE ECKDATEN ZUR EINZELHANDELSITUATION IM RAUM RADOLFZELL	5
2.1	Einzelhandelskennziffern	5
2.2	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotential	6
2.3	Kaufkraftpotential im Marktgebiet	7
2.4	Daten zum Einzelhandelsbestand in der Stadt Radolfzell	9
3	AUSSAGEN FÜR DIE EINZELHANDELSBEZOGENE INNENSTADTENTWICKLUNG	14
3.1	Entwicklung der Einkaufsinnenstadt	14
3.2	Aussagen zum Standortbereich Paketpost-Areal (Weltkloster)	16
3.3	Konsequenzen für mögliche Einzelhandelsnutzungen am Paketpost-Areal	17
4	SELEKTION MÖGLICHER EINZELHANDELSNUTZUNGEN FÜR DIE RADOLFZELLER INNENSTADT NACH BRANCHEN UND BETRIEBSTYPEN	18
5	ABSCHLIESSENDE BEURTEILUNG VON EINZELHANDELSNUTZUNGEN AM PAKETPOST-AREAL	28
5.1	Einzelhandelsnutzungen mit Magnetfunktion	28
5.2	Alternative Nutzungsoptionen	29
5.3	Fazit	Fehler! Textmarke nicht definiert.
6	ANHANG	31

1 AUFTRAG

Im Juli 2012 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, von der Stadtverwaltung Radolfzell mit der Erstellung einer Branchen- und Potentialanalyse für Einzelhandelsnutzungen in der Innenstadt von Radolfzell beauftragt.

Für den Standortbereich „Paketpost-Areal“ ist ein Investorenwettbewerb vorgesehen, wobei als Nutzungskomponente auch Einzelhandel möglich bzw. gewünscht ist. Als „Vorgabe“ für die weitere Projektentwicklung für dieses innerstädtische Schlüsselgrundstück sollen Empfehlungen zum „idealtypischen“ Branchenbesatz, zu den Betriebstypen und zur sortimentsbezogenen Verkaufsflächengröße erarbeitet werden, um eine gezielte Steigerung der Gesamtattraktivität der Radolfzeller Einkaufsinnenstadt zu gewährleisten. Daneben sind mögliche negative Auswirkungen auf den gegenwärtigen Einzelhandelsbestand in der Innenstadt zu minimieren.

Im Rahmen der Branchen- und Potentialanalyse für den Standort „Paketpost-Areal“ werden folgende Aspekte bearbeitet:

- Aktualisierte Darstellung des Branchen- und Betriebstypenmix und der Verkaufsflächengrößen speziell für die Radolfzeller Innenstadt
- Darstellung der Angebotsstärken und -defizite nach Branchen, Betriebstypen, Verkaufsflächengrößen der Radolfzeller Innenstadt und Identifizierung möglicher Anbieter, welche zu einer Steigerung der Gesamtattraktivität beitragen können
- Ableitung von sortimentsbezogenen Verkaufsflächenpotentialen, für die eine „städtebauliche“ Verträglichkeit unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit von Einzelhandelsnutzungen vorhanden ist
- Erarbeitung eines „idealtypischen“ Flächen- und Nutzungskonzeptes für das Paketpost-Areal als Grundlage für die weitere Projektentwicklung

Die Entwurfsfassung der Branchen- und Potentialanalyse wurde im November 2012 der Stadtverwaltung Radolfzell zugeleitet. In einem Erörterungstermin mit Vertretern der Stadtverwaltung Radolfzell im April 2013 wurden verschiedene Ergänzungsvorschläge vorgebracht, welche in den aktualisierten Endbericht eingearbeitet worden sind.

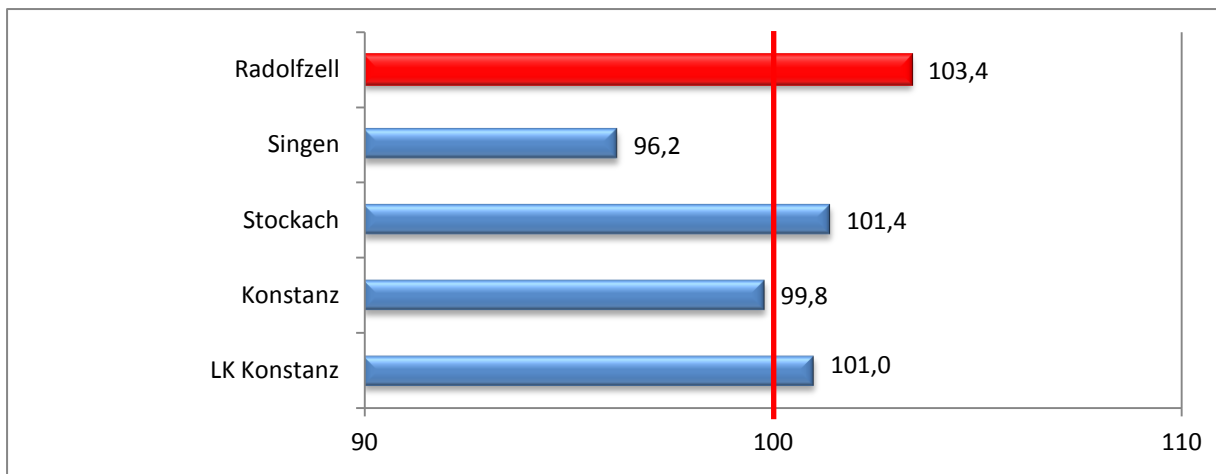
2 WESENTLICHE ECKDATEN ZUR EINZELHANDELSITUATION IM RAUM RADOLFZELL

In der Einzelhandelskonzeption aus dem Jahr 2009 erfolgte eine umfassende Analyse und Bewertung der Einzelhandelssituation für die Gesamtstadt Radolfzell. Die wesentlichen Aussagen und ökonomischen Eckdaten werden nachfolgend zielorientiert nochmals komprimiert und in aktualisierter Form dargelegt.

2.1 Einzelhandelskennziffern

Mit einem **regionalen Kaufkraftkoeffizienten** (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 103,4 bewegt sich die Stadt Radolfzell etwas über dem Bundesdurchschnitt von 100 (Indexwert). Im regionalen Vergleich weist die Stadt Stockach eine ähnlich hohe Kaufkraft auf. Der Landkreis Konstanz verfügt ebenfalls über einen leicht über dem Bundesdurchschnitt liegenden Kaufkraftkoeffizienten (101,0), während der Wert für die Städte Singen (96,2) und Konstanz (99,8) unter diesem Indexwert liegen.

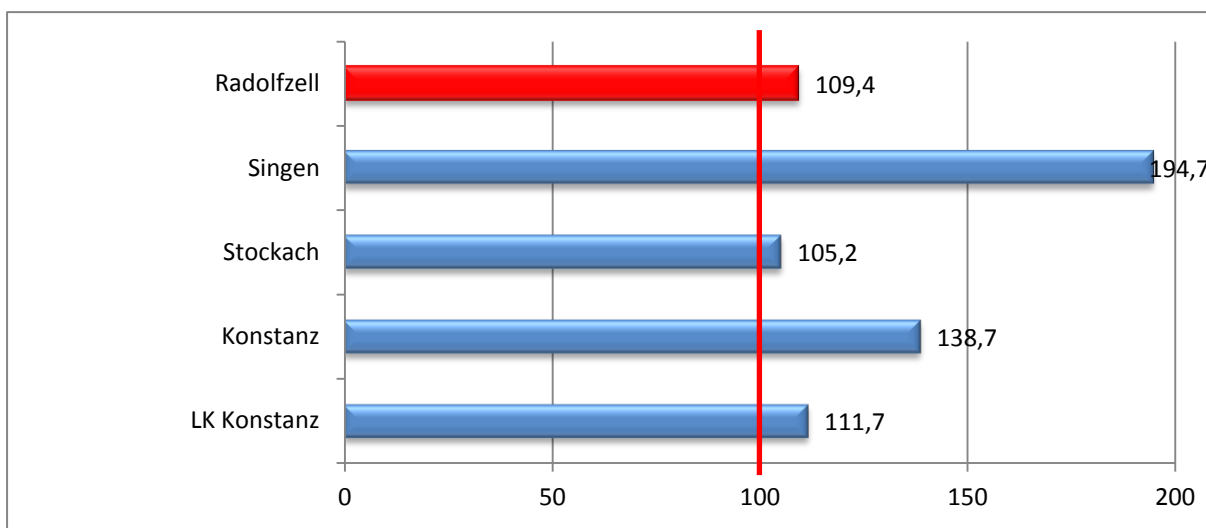
Abb. 1 Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE!CIMA!MB Research, 2011

Die **Zentralitätskennziffer** (Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz je Einwohner und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft) als Maß für die Handelszentralität einer Stadt bzw. Gemeinde liegt für Radolfzell bei 109,4 und damit über dem Indexwert von 100,0. Per Saldo kann somit von einem leichten Umsatzzufluss von außerhalb der Stadt Radolfzell ausgegangen werden. Bei Berücksichtigung der mittelzentralen Versorgungsfunktion ist der Wert allerdings eher als niedrig einzustufen.

Abb. 2 Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: BBE|CIMA|MB Research, 2011

2.2 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotential

Für die Einzelhandelsnutzungen in der Innenstadt von Radolfzell kann das Einzugsgebiet für den „normalen“ Einzelhandel (ohne Sondervertriebsform seemaxx Herstellerverkaufszentrum) das Einzugsgebiet wie folgt abgrenzt und einteilt werden¹:

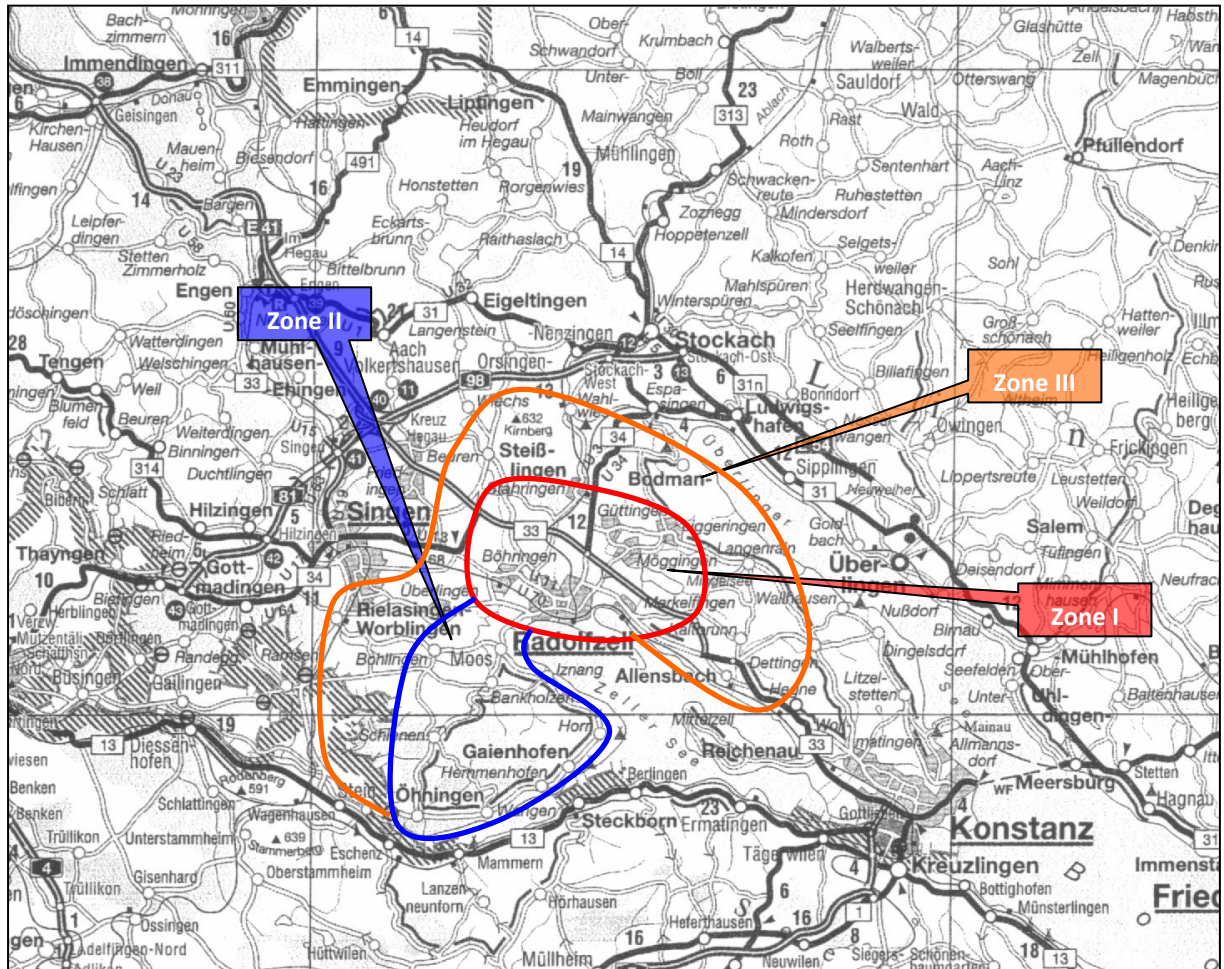
Zone I:	Radolfzell-Gesamtstadt	ca. 31.030 Einwohner
Zone II:	restlicher Mittelbereich (Gemeinden Gaienhofen, Moos, Öhningen)	ca. 10.160 Einwohner
Zonen I – II:	Mittelbereich Radolfzell gesamt	ca. 41.190 Einwohner
Zone III:	weiteres Einzugsgebiet (Steißlingen, Allensbach, Bodman-Ludwigshafen, Rielasingen-Worbingen)	ca. 28.110 Einwohner
Zonen I – III	Marktgebiet insgesamt	ca. 69.300 Einwohner

Insbesondere in den Sommermonaten sind weiterhin Kaufkraftzuflüsse durch den Tourismus vorhanden.

Das abgegrenzte Marktgebiet wird in erheblichem Umfang durch die umliegenden Konkurrenzstädte begrenzt und überlagert. Insbesondere die Stadt Singen verfügt über eine erhebliche Marktposition in der Region. Die Stadt Radolfzell kann speziell beim mittel- und langfristigen Bedarf bereits dem engeren Marktgebiet der Stadt Singen zugeordnet werden.

¹ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2011

Abb. 3 Das Einzugsgebiet des Radolfzeller Einzelhandels



Quelle: Die Generalkarte Baden-Württemberg; Bearbeitung: CIMA

2.3 Kaufkraftpotential im Marktgebiet

Unter Zugrundelegung der Bevölkerungswerte sowie der regionalisierten Pro-Kopf-Ausgaben lässt sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential berechnen. Nachfolgend wird auf das „normale“ Einzugsgebiet der Stadt Radolfzell abgehoben.

Auf die Marktgebietszonen innerhalb des Einzugsbereiches verteilt sich das gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential wie folgt:

Zone I:	Radolfzell-Gesamtstadt	ca. 176,6 Mio. €
Zone II:	restl. Mittelbereich	ca. 59,7 Mio. €
<hr/>		
Zone I-II:	Mittelbereich Radolfzell	ca. 236,3 Mio. €
Zone III:	weiteres Einzugsgebiet	ca. 163,7 Mio. €
<hr/>		
Zone I – III:	Einzugsgebiet insgesamt	ca. 400,0 Mio. €

Im Bundesdurchschnitt kann eine einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft von ca. 5.506,- € für das Jahr 2011 angesetzt werden. Hiervon entfallen

- ca. 2.013,- € auf den Lebensmittelbereich
- ca. 3.493,- € auf den Nichtlebensmittelbereich.

Die Kaufkraftpotentiale sind in der nachfolgenden Tabelle nach Branchen/Bedarfsbereichen und Marktzone detailliert dargestellt.

Tab. 1 **Das Kaufkraftpotential nach Warengruppen im Marktgebiet der Stadt Radolfzell in Mio. €**

Warengruppe \ Marktzonen	Stadt Radolfzell (Zone I)	Restlicher Mittelbereich (Zone II)	Mittelbereich Radolfzell (Zone I+II)	weiteres Einzugsgebiet (Zone III)	Marktgebiet gesamt (Zone I – III)
Lebensmittel	64,6	21,8	86,4	59,9	146,3
restl. kurzfristiger Bedarf ¹	28,0	9,5	37,5	26,0	63,4
kurzfristiger Bedarf gesamt	92,6	31,3	123,9	85,8	209,7
Oberbekleidung, Wäsche	18,1	6,1	24,2	16,7	40,9
Schuhe und Sport	6,6	2,2	8,8	6,1	15,0
Bücher, Schreib- und Spielwaren	6,0	2,0	8,0	5,5	13,5
restl. mittelfristiger Bedarf ²	3,8	1,3	5,0	3,5	8,5
mittelfristiger Bedarf gesamt	34,4	11,3	46,0	31,9	77,9
Einrichtung und Zubehör	21,9	7,2	29,3	20,3	49,6
Elektrowaren	15,1	5,1	20,2	14,0	34,1
Foto/Optik, Uhren/Schmuck	4,7	1,6	6,2	4,3	10,5
restl. langfristiger Bedarf ³	8,0	2,7	10,7	7,4	18,2
langfristiger Bedarf gesamt	49,7	16,8	66,4	46,0	112,5
Einzelhandel gesamt	176,6	59,7	236,3	163,7	400,0

¹ Im restlichen kurzfristigen Bedarf sind enthalten: Reformwaren, Apothekerwaren, Drogerien, Parfümerien, Blumen

² Im restlichen mittelfristigen Bedarf sind enthalten: Sanitätsbedarf, Zoobedarf

³ Im restlichen langfristigen Bereich sind enthalten: u.a. Musikalien, Lederwaren, Kfz - Bedarf, Gartenbedarf

Quelle: CIMA- Berechnungen, leichte Rundungsdifferenzen möglich

2.4 Daten zum Einzelhandelsbestand in der Stadt Radolfzell

In der **Gesamtstadt Radolfzell** wurden in der Einzelhandelskonzeption 2009 folgende Daten zum Einzelhandelsbestand (inkl. seemaxx) ausgewiesen:

- Anzahl der Ladengeschäfte: 244 Betriebe
- Gesamtverkaufsfläche: ca. 50.365 qm
- Umsatz: ca. 170,1 Mio. €.

Tab. 2 **Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Gesamtstadt Radolfzell nach Branchen und Bedarfsgruppen (Basisjahr 2009)**

Bestandsdaten Branche	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Lebensmittel	73	13.925	65,8
restlicher kurzfristiger Bedarf	29	3.600	20,6
kurzfristiger Bedarf gesamt	102	17.525	86,4
Oberbekleidung, Wäsche, Textilien	44	10.435	28,2
Schuhe und Sport	15	3.380	8,1
Bücher, Schreib- und Spielwaren	10	*	*
restlicher mittelfristiger Bedarf	1	*	*
mittelfristiger Bedarf gesamt	70	15.405	45,0
Einrichtung und Zubehör	31	12.030	20,3
Elektrowaren	8	795	4,1
Foto/Optik, Uhren/Schmuck	15	660	5,2
restlicher langfristiger Bedarf	18	3.950	9,1
langfristiger Bedarf gesamt	72	17.435	38,7
Einzelhandel gesamt	244	50.365	170,1

* aus Datenschutzgründen nicht ausgewiesen

Quelle: CIMA Bestandserhebung, Mai 2009

In der **Innenstadt von Radolfzell** (Innenstadtabgrenzung ohne seemaxx) wurden 2009 folgende Daten erfasst:

- Anzahl der Ladengeschäfte: 130 Betriebsstätten
- Gesamtverkaufsfläche: ca. 20.865 qm
- Umsatz: 78,1 Mio. €.

Hinsichtlich der Branchenstruktur ist eine gute Ausstattung im gesamten kurzfristigen Bedarfsbereich festzuhalten. Im mittel- bis langfristigen Bereich sind dagegen einige Defizite erkennbar (z.B. Elektrowaren). Speziell im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich wird die Angebotsstruktur von Radolfzell in erheblichem Umfang durch das benachbarte Mittelzentrum Singen und das Oberzentrum Konstanz beeinflusst.

Für die Innenstadt erfolgte im Oktober 2012 eine aktualisierte Bestandsaufnahme. Folgende aktuellen Bestandswerte (ohne seemaxx) wurden dabei für die Innenstadt erfasst:

- Anzahl der Ladengeschäfte: 114 Betriebsstätten
- Gesamtverkaufsfläche: ca. 20.140 qm
- Umsatz: 73,6 Mio. €.

Tab. 3 **Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Innenstadt Radolfzell nach Branchen und Bedarfsgruppen**

Bestandsdaten Branche	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Lebensmittel	18	4.805	18,8
restlicher kurzfristiger Bedarf	18	2.640	13,4
kurzfristiger Bedarf gesamt	36	7.445	32,2
Oberbekleidung, Wäsche, Textilien	22	4.450	9,7
Schuhe und Sport	7	1.780	3,9
Bücher, Schreib- und Spielwaren	5	*	*
restlicher mittelfristiger Bedarf	1	*	*
mittelfristiger Bedarf gesamt	35	7.260	20,1
Einrichtung und Zubehör	15	1.785	7,1
Elektrowaren	9	840	4,9
Foto/Optik, Uhren/Schmuck	13	560	4,3
restlicher langfristiger Bedarf	6	2.250	5,0
langfristiger Bedarf gesamt	43	5.435	21,3
Einzelhandel gesamt	114	20.140	73,6

* aus Datenschutzgründen nicht ausgewiesen

Quelle: CIMA Bestandsaktualisierung, Oktober 2012

Gegenüber der Situation aus dem Jahr 2009 sind insbesondere folgende wesentliche Veränderungen eingetreten:

- Nachnutzung des Neukauf Edeka-Marktes in der Höllturm-Passage durch den Lebensmittelmarkt Zimmer's Frischemarkt
- Nachnutzung des Textilanbieters der Fa. Vögele im Mühlbachcenter durch die Fa. Depot
- Nachnutzung der Fa. Lienert-Schuhe am Bahnhofplatz durch Elisabeth's Lederwaren
- Nachnutzung der Fa. Könninger-Sport in der Seetorstraße durch die Fa. Janik, Küchen- und Wohnwerkstatt.

Der Einzelhandel in der **Einkaufsinnenstadt** von Radolfzell ist durch einen hohen Anteil an klein- bis mittelflächigen Fachgeschäften geprägt. Die größerflächigen Anbieter sind vorrangig im Mühlbachcenter ansässig (u.a. Kaufland, dm, Depot). Daneben sind das Kaufhaus Kratt, die Anbieter Müller-Drogerie, Höll-Sport und Zimmer's Frischemarkt in der Höllturm-Passage sowie Zweirad Joos am Gerberplatz auf größeren Verkaufsflächen in der Radolfzeller Innenstadt vertreten.

Hinsichtlich der Branchenstruktur lässt sich in der Innenstadt von Radolfzell ein Betriebsstätten- und Verkaufsflächenschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Zubehör (inkl. Sport und Schuhe) festhalten. Ca. 25 % aller Betriebe und ca. 31 % der Verkaufsflächen in der Innenstadt von Radolfzell entfallen auf diesen Sortimentsbereich. Einen weiteren Schwerpunkt stellt der Lebensmittelhandel dar.

2.5 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt Radolfzell

In der Einzelhandelskonzeption 2009 wurde eine Prognose des Umsatz- und Verkaufsflächenpotentials (Prognosejahr 2020) in einem unteren und oberen Prognoseansatz für die **Gesamtstadt Radolfzell** vorgenommen.

Bei einem Umsatzpotential in Höhe von ca. 20,7 Mio. € (unterer Wert) bzw. 41,0 Mio. € (oberer Wert) beläuft sich das rechnerische zusätzliche

Verkaufsflächenpotential auf 7.350 qm – 15.250 qm.

Hiervon entfallen:

- 1.700 qm – 3.200 qm auf den kurzfristigen Bedarf
- 2.200 qm – 3.250 qm auf den mittelfristigen Bedarf
- 3.450 qm – 8.800 qm auf den langfristigen Bedarf.

Bei der Ermittlung des zusätzlichen Verkaufsflächenpotentials wurde eine Einzelhandelsentwicklung **ohne nennenswerten Verdrängungswettbewerb** für den „**normalen Einzelhandel**“ innerhalb der Gesamtstadt Radolfzell angenommen. Der Sonderfall „seemaxx“ ist in dieser Potentialberechnung nicht enthalten bzw. wird durch die ermittelten Verkaufsflächen nicht abgedeckt.

Die Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale, welche sich aus methodischen Gründen stets auf die Gesamtstadt Radolfzell beziehen, werden bei der branchen- und betriebstypenbezogenen Potentialanalyse für die Innenstadt von Radolfzell entsprechend berücksichtigt.

3 AUSSAGEN FÜR DIE EINZELHANDELSBEZOGENE INNENSTADTENTWICKLUNG

Die in der Einzelhandelskonzeption 2009 getroffenen Kernaussagen für die Innenstadtentwicklung werden nachfolgend nochmals kurz dargestellt und auf die möglichen Entwicklungspotentiale in der Innenstadt insgesamt bzw. am Standort „Paketpost-Areal“ im speziellen thematisiert.

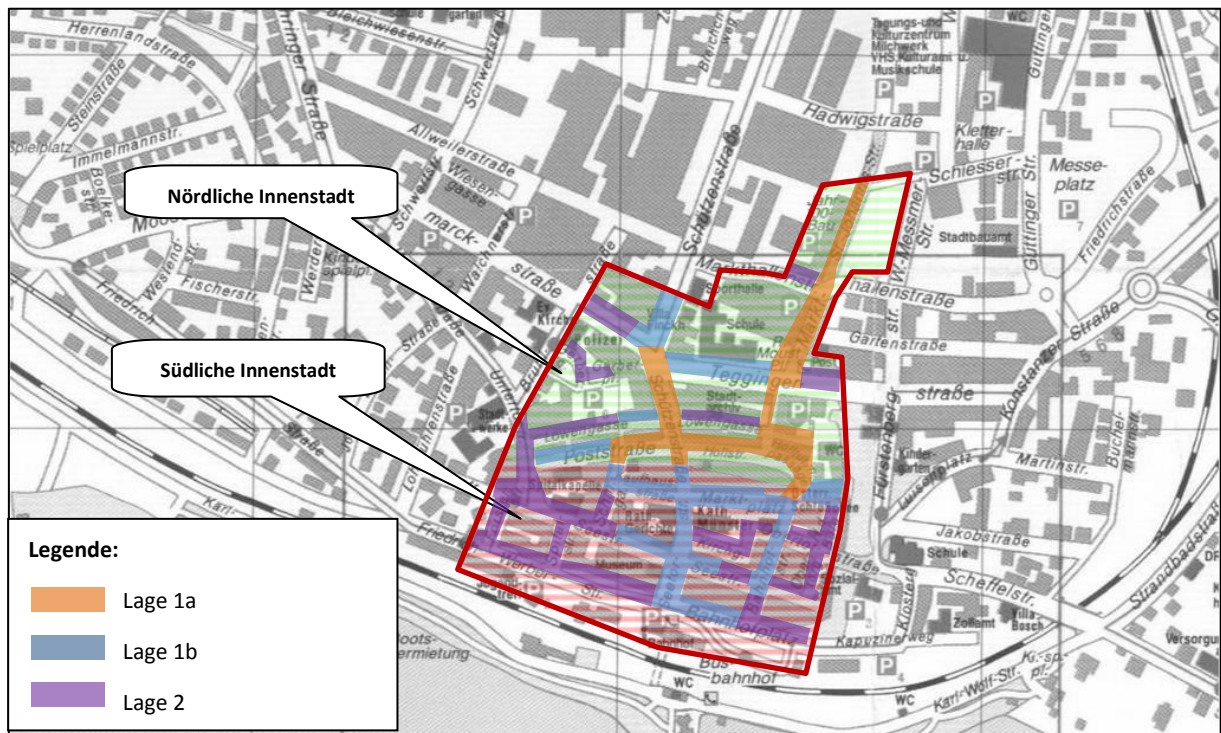
3.1 Entwicklung der Einkaufsinnenstadt

Für die Betriebstypen, die aufgrund ihrer Standortanforderungen (z.B. Verkaufsflächen- und Stellplatzbedarf) städtebaulich integrierbar sind, sollte das Prinzip „**city first**“ gelten und durch flankierende Maßnahmen zur planungsrechtlichen Steuerung (z.B. durch Sortimentsfestsetzungen in Bebauungsplänen in Lagen im Außenbereich) unterstützt werden. Der Ausschluss bzw. die Beschränkung der zentrenrelevanten Sortimente an städtebaulich nicht integrierten Lagen ist auch vor dem Hintergrund der Erhaltung der Investitionsbereitschaft für Gewerbeimmobilien im innerstädtischen Bereich zu sehen.

Ein grundsätzliches Problem für die innerstädtische Einzelhandelsentwicklung stellen die bestehenden bzw. realisierbaren Verkaufsflächengrößen innerhalb der gewachsenen Strukturen (insb. in der Radolfzeller Altstadt) dar. Zur Einordnung der Verkaufsflächengrößenentwicklung im Einzelhandel wird in den Tabellen im Anhang ein Überblick über die marktfähigen Mindestbetriebsgrößen für einzelne Branchen gegeben.

Neben den kleinteiligen Betriebs- bzw. Verkaufsflächenstrukturen in der Altstadt stellt das vorhandene „Nord-Süd-Gefälle“ innerhalb der Innenstadt von Radolfzell ein weiteres Problem für eine gewerbliche Entwicklung dar. In den beiden Teilbereichen sind deutliche Unterschiede in der Qualität des Angebotes, beim inneren und äußeren Erscheinungsbild der bestehenden Einzelhandelsbetriebe, bei der Kundenfrequenz etc. festzuhalten.

Abb. 4 Differenzierung der Einkaufsinnenstadt nach Lagen (ohne seemaxx)



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Bearbeitung: CIMA

Der **nördliche Teil der Innenstadt** von Radolfzell erstreckt sich im Bereich der Achse seemaxx-Altstadt vom Markthallenareal/Jahr100Bau bis hin zur Poststraße. Dabei kann zwischen den gewachsenen Bereichen Poststraße/Marktplatz sowie den in den letzten Jahren neu entstandenen Strukturen um die Höllturm-Passage/Tegginger Straße/Mühlbach-Center/Markthallenareal/Jahr100Bau unterschieden werden.

In diesem Teilbereich kann kleinräumig eine 1a-Lage sowie die 1b-/2-Lagen ausgewiesen werden. Der Bereich mit der höchsten Kundenfrequenz erstreckt sich von der Höllturm-Passage/Kaufhaus Kratt nach Norden bis einschließlich dem Jahr100Bau/Markthallenareal. Daneben sind dieser Lagekategorie noch die Höllstraße/Teile der Poststraße sowie die Verbindungsachse zum Gerberplatz zuzuordnen.

Die in der jüngeren Vergangenheit eingetretenen Veränderungen im Bereich „Gerberplatz“ (Eröffnung: Buch Greuter, Zweirad Joos) sowie am Markthallenareal verdeutlichen die sich stetig vollziehende Entwicklung der Einkaufsinnenstadt nach Norden.

Für den **südlichen Teil der Innenstadt** kann ein deutlicher Frequenzabfall festgehalten werden. In den letzten Jahren hat in diesem Bereich (speziell im Bahnhofsbereich) ein gewisser Trading-Down-

Prozess eingesetzt. Mit der Schließung des unmittelbar an der Bahnhofstraße gelegenen Schuhhauses Lienert ist ein standortprägender Anbieter weggefallen.

Mit der Neuordnung des Bahnhofsbereiches ist eine städtebauliche Aufwertung dieses Standortbereiches verbunden. Der Rahmenplan sieht in diesem Bereich einen Wegfall der aktuell westlich der Unterführung gelegenen Bahnhofsgebäude und eine Begrünung/Neugestaltung vor.

3.2 Aussagen zum Standortbereich Paketpost-Areal (Weltkloster)

Für ausgewählte Einzelstandorte bzw. Gebiete wurde in Abstimmung mit der Stadtverwaltung Radolfzell eine Beurteilung der Standortlagen hinsichtlich der grundsätzlichen Entwicklungsmöglichkeiten für Einzelhandelsnutzungen vorgenommen. Für den Standortbereich Paketpost-Areal/Weltkloster wurde in der Einzelhandelskonzeption 2009 folgende Beurteilung abgegeben.

Städtebauliche Bewertung

Der Standortbereich ist räumlich von der Altstadt durch den Stadtgraben abgesetzt, besitzt aber noch einen räumlichen und funktionalen Bezug zur Innenstadt und kann als städtebaulich integrierter Standort eingestuft werden. In der Neudefinition der Abgrenzung der Einkaufsinnenstadt ist dieser Standortbereich ein Bestandteil der Innenstadt.

Handelsbezogene Bewertung

Unter handelsbezogenen Gesichtspunkten kann der Standortbereich trotz der räumlichen Nähe zur Altstadt gegenwärtig als „Solitärstandort“ eingestuft werden. Unmittelbare Kundenaustauschbeziehungen mit den bestehenden Geschäftslagen in der Altstadt sind gegenwärtig kaum vorhanden. Die Passantenfrequenz wird in erster Linie durch die Besucher des vorhandenen Parkplatzes am Weltkloster bestimmt.

Empfehlungen

Eine Grundvoraussetzung zum Aufbau eines funktionierenden Einzelhandelsstandortes stellt für diesen Standortbereich die Ansiedlung eines „Kundenmagnetbetriebes“ dar, der in der Lage ist, eine entsprechende Kundenfrequenz aufgrund seiner Eigenattraktivität zu erzeugen. Ausschließlich kleinflächige Einzelhandelsbetriebe ohne ergänzenden Magnetbetrieb sind an dieser Standortlage nicht zu empfehlen.

Für den Fall der Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen an diesem Standortbereich sollten die dann wegfallenden Parkierungsflächen in unmittelbarer Umgebung kompensiert werden, da die Parkplätze

„Weltkloster/Kapuzinerweg“ zu den relativ stark frequentierten Parkieranlagen rund um die Innenstadt zählen.

3.3 Konsequenzen für mögliche Einzelhandelsnutzungen am Paketpost-Areal

Für die weitere Entwicklung des Paketpost-Areals bestehen nach Angaben der Stadtverwaltung Radolfzell verschiedene Nutzungsüberlegungen, welche sich nicht nur auf Einzelhandelsnutzungen erstrecken. Als alternative Nutzungsoptionen sind in der Diskussion:

- Hotel in Verbindung mit Gastronomie
- Ärztehaus (ggf. in Verbindung mit gesundheitsorientierten Dienstleistungen)
- Gemischte Nutzung mit Wohnen/Praxen/Büros

Für den Fall, dass die Nutzungsalternative durch Einzelhandel am Paketpost-Areal gezielt weiterverfolgt wird, sind aus Sicht der CIMA folgende wesentliche Punkte zu beachten:

- Die möglichen Einzelhandelsnutzungen müssen hinsichtlich der Dimensionierung und der Branchenstruktur in der Lage sein, eine Kundenmagnetfunktion „von sich heraus“ aufbauen zu können.
- Die städtebaulichen Rahmenbedingungen wie PKW-Erreichbarkeit, Parkplatzangebot müssen den Aufbau einer funktionierenden Einzelhandelslage unterstützen.
- Die Kundenmagnetfunktion sollte durch eine attraktive städtebauliche Anbindung an die Altstadt zu einer Belebung der südlichen Innenstadt beitragen und damit einen Gegenpol und ein Spannungsverhältnis zu den Magnetbetrieben im nördlichen Bereich der Innenstadt (u.a. Kaufhaus Kratt, Mühlbach-Center, seemaxx) bilden können.
- Die Betriebe sollten zu einer Schließung bestehender Angebotsdefizite beitragen und damit in erster Linie eine Ergänzungsfunktion zur Einkaufsinnenstadt übernehmen.
- Eine überproportionale Wettbewerbsintensität mit den vorhandenen Betrieben speziell in der historischen Altstadt sollte vermieden werden.
- Die Einzelhandelsbetriebe sollten sich in die städtebauliche Qualität des Standortumfeldes einfügen und somit auch den stadtgestalterischen und architektonischen Ansprüchen genügen (keine ausdruckslosen Funktionalbauten).

4 SELEKTION MÖGLICHER EINZELHANDELSNUTZUNGEN FÜR DIE RADOLFZELLER INNENSTADT NACH BRANCHEN UND BETRIEBSTYPEN

Bevor auf das Paketpost-Areal im Einzelnen eingegangen wird, erfolgt eine grundsätzliche Einschätzung der einzelhandelsbezogenen Entwicklungspotentiale für die Innenstadt von Radolfzell insgesamt.

Auf der Grundlage der aktualisierten Bestandsaufnahme der Einzelhandelssituation in der Radolfzeller Innenstadt wird zunächst dargestellt, welche Branchen bzw. Betriebstypen derzeit in der Innenstadt von Radolfzell fehlen bzw. nur unzureichend vertreten sind.

Zur Einordnung des „idealtypischen Branchen- und Betriebstypenmixes“ sind selbstverständlich auch die übergeordneten Wettbewerbsbedingungen (sowohl innerhalb der Stadt Radolfzell selbst wie auch mit den Einkaufsstädten Singen und Konstanz), die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben sowie die möglichen „Kannibalisierungseffekte“ gegenüber dem gegenwärtigen Einzelhandelsbestand in der Innenstadt von Radolfzell zu beachten.

Weiterhin erfolgt eine qualitative Betrachtung nach Betriebstypen mit der Benennung möglicher Betreiberfirmen, die für eine Belegung in Frage kommen können. An dieser Stelle ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass bei der Benennung möglicher Betreiberfirmen keine Wertung von Einzelfirmen enthalten ist und kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben wird.

Zur Einordnung der Entwicklungspotentiale für die Radolfzeller Innenstadt sind die in der Einzelhandelskonzeption 2009 ermittelten branchenbezogenen Verkaufsflächenpotentiale für die Gesamtstadt Radolfzell nachrichtlich in Form eines Verkaufsflächenkorridors (unterer und oberer Prognosewert) dargestellt.

Nahrungs- und Genussmittel

Rechnerisches Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt (EH-Konzept 2009)

- 900 qm VK bis 2.050 qm VK

Ist-Situation Innenstadt

In der Innenstadt von Radolfzell wurden aktuell erhoben

- 18 Betriebe
- Verkaufsfläche ca. 4.800 qm
- Umsatz ca. 19,0 Mio. €

Die Angebotsstruktur wird neben den Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) und diversen Spezialbetrieben insbesondere durch die Fa. Kaufland als Großflächendiscouter im Mühlbach-Center geprägt, welches eine Magnetfunktion für die nördliche Innenstadt übernimmt. Weiterhin ist auf die Nachnutzung des ehemaligen Edeka-Marktes durch den Frischemarkt Zimber hinzuweisen.

Defizite bzw. Ergänzungspotentiale

Als Branchen/Betriebstypen, die gegenwärtig nicht in der Innenstadt vorhanden sind bzw. für die grundsätzlich ein Entwicklungspotential ableitbar ist, sind zu nennen:

- Betriebstyp Lebensmitteldiscouter
- Betriebstyp Lebensmittelvollsortimenter in marktüblicher Mindestgröße ab ca. 1.200 qm VK
- Bio-Supermarkt

Bewertung CIMA

Bei den oben genannten Betriebstypen handelt es sich um Betriebe mit Kundenmagnetwirkung, welche generell zu einer Belebung der Innenstadt beitragen können.

Der Betriebstyp Discouter ist zwar an verschiedenen Standorten in Radolfzell bereits ansässig, ist allerdings in der Innenstadt nicht vertreten.

Der Betriebstyp Lebensmittelvollsortimenter ist derzeit in vergleichbarer Form mit der Fa. Rewe in der Weststadt ansässig. Wettbewerbswirkungen mit dem Frischemarkt Zimber sind hier allerdings nicht auszuschließen.

Der Betriebstyp Bio-Supermarkt spricht eine spezielle Kundenzielgruppe an (gesundheitsorientierte Kunden mit überdurchschnittlicher Kaufkraft), welche eine Ergänzung zum bestehenden Angebot darstellen würde. Als mögliche Betreiberfirmen sind z.B. Al Natura oder denn's Biomarkt zu nennen.

Gesundheit und Körperpflege/Blumen (restlicher kurzfristiger Bedarf)

Rechnerisches Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt (EH-Konzept 2009)

- 800 qm VK bis 1.150 qm VK

Ist-Situation Innenstadt

In der Innenstadt von Radolfzell wurden aktuell erhoben (ohne Dienstleister wie Frisöre, Kosmetiksalons):

- 16 Betriebe
- Verkaufsfläche ca. 2.560 qm
- Umsatz ca. 13,2 Mio. €

Im Einzelnen sind zwei Betriebe mit Reformwaren, fünf Apotheken, sechs Betriebe mit Drogerie- und Parfümeriewaren sowie drei Betriebe mit Blumen/Floristik zu nennen.

Als „größere“ Betriebe sind neben der Fa. Müller die Drogeriemärkte dm und Rossmann (auf relativ kleiner Fläche) zu nennen. Mit dem Wegfall der Schlecker-Märkte ist ein „offenes“ Umsatzpotential entstanden.

Defizite bzw. Ergänzungspotentiale

Die Bereiche Reformwaren, Apotheken und Blumen sind angemessen vertreten. Entwicklungspotential ist insbesondere für den Betriebstyp

- Drogeriemarkt mit einer marktüblichen Größe von ca. 500 bis 600 qm VK

vorhanden, wobei die Märkte der Fa. Rossmann und der Fa. dm auf mittlerweile relativ kleinen Verkaufsflächeneinheiten in der Innenstadt von Radolfzell vertreten sind.

Bewertung CIMA

Der Betriebstyp Drogeriemarkt würde in Verbindung mit einem Lebensmittelmarkt eine geeignete Standortkombination mit entsprechender Kundenmagnetfunktion darstellen, wobei hier von einer Verlagerung eines bestehenden Marktes innerhalb der Innenstadt von Radolfzell auszugehen ist.

Die weiter angeführten Betriebstypen sind in erster Linie als „Shop-Nutzungen“ zur Abrundung der Angebotspalette sinnvoll.

Bekleidung/Schuhe/Sport/Sanitatswaren

Rechnerisches Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt (EH-Konzept 2009)

- 1.600 qm VK bis 2.350 qm VK

Ist-Situation Innenstadt

In der Innenstadt von Radolfzell wurden aktuell erhoben (ohne seemaxx)

- 30 Betriebe
- Verkaufsfläche ca. 6.380 qm
- Umsatz ca. 14,1 Mio. €

Im Einzelnen sind 19 Betriebe mit dem Schwerpunkt Bekleidung, drei Betriebe im Bereich Heimtextilien, Accessoires zwei Betriebe im Bereich Sport, fünf Betriebe im Bereich Schuhe und ein Sanitätshaus vertreten. Als „größere“ Betriebe sind neben dem Kaufhaus Kratt als sortimentsubergreifender Anbieter die Textilanbieter Madison, Marco Moden und Mister Lady Jeans, Sport Höll und Quick Schuh zu nennen.

Gegenüber dem Einzelhandelsbestand 2009 haben sich mit dem Wegfall bzw. der Umnutzung der Firmen Vögele, Sport Könninger und Schuhhaus Lienert einige größere Veränderungen ergeben.

Defizite bzw. Ergänzungspotentiale

Die „Defizite“ in der Innenstadt von Radolfzell sind in erster Linie durch das Fehlen größerer Betriebseinheiten mit Magnetfunktion begründet.

Als Branchen/Betriebstypen für die grundsätzlich ein Entwicklungspotential ableitbar ist bzw. die idealtypisch wünschenswert wären, sind zu nennen:

- Betriebstyp Fachmarkt bzw. größeres Fachgeschäft im Bereich Textil/Bekleidung (auch als Ersatz für den Wegfall der Fa. Vögele)
- Betriebstyp Fachmarkt bzw. größeres Fachgeschäft im Bereich Schuhe
- Betriebstyp „Textilkaufhaus“ (allerdings Hinweis auf wirtschaftliche Tragfähigkeit)
- zielgruppenorientierte Anbieter wie H & M oder New Yorker im Segment „Junge Mode“

- attraktive Mono Label Stores wie Jack Wolfskin, Timberland, Bonita oder Gerry Weber

Bewertung CIMA

In den Bereichen Oberbekleidung, Wäsche, Schuhe und Sport besitzen die Stadt Singen und die Stadt Konstanz eine erhebliche Bedeutung für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung in Radolfzell und Umgebung. Daneben wurde mit dem seemaxx die Angebotssituation in Radolfzell deutlich ausgeweitet, wobei auf die sehr spezielle Kundenzielgruppenausrichtung als Herstellerverkaufszentrum hinzuweisen ist.

Vor dem Hintergrund der dargelegten regionalen Wettbewerbsintensität im Landkreis Konstanz dürften für die Innenstadt von Radolfzell in erster Linie marktgängige Fachmarktkonzepte (z.B. Betreiberfirmen wie Vögele, AWG, Takko, NKD) oder zielgruppenorientierte Anbieter (z.B. Schwerpunkt outdoor Bekleidung in Verbindung mit dem Bodenseetourismus) in Frage kommen.

Unabhängig davon ist die Schaffung von größeren Verkaufsflächeneinheiten für das innerstädtische Leitsortiment „Bekleidung und Zubehör“ in der Innenstadt (z.B. am Paketpost-Areal) zunächst uneingeschränkt positiv zu bewerten, da in diesem Bereich der Wettbewerb trotz des seemaxx noch eindeutig von den Städten Singen und Konstanz dominiert wird.

Mit dem Wegfall der Fa. Könninger ist ein „offenes“ Verkaufsflächenpotential entstanden. Das Paketpost-Areal stellt als möglicher Verlagerungs- und Erweiterungsstandort der Fa. Sport Höll eine geeignete Standortalternative dar.

In Abhängigkeit von den möglichen Nutzungskomponenten am Paketpost-Areal kann ferner die Ansiedlung eines Sanitätshauses als ergänzendes Angebot in der Kombination mit einem Ärztehaus, einer Physiotherapiepraxis etc. in Betracht gezogen werden, wobei für dieses Segment unter Berücksichtigung des demographischen Wandels perspektivisch noch Erweiterungspotenziale vorhanden sein dürften.

Schreibwaren/Bücher/Spielwaren

Rechnerisches Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt (EH-Konzept 2009)

- 600 qm VK bis 900 qm VK

Ist-Situation Innenstadt

In der Innenstadt von Radolfzell wurden aktuell erhoben

- 8 Betriebe
- Verkaufsfläche ca. 880 qm
- Umsatz ca. 6,1 Mio. €

Auf das Segment Bücher entfallen drei Anbieter, wobei mit der Ansiedlung der Fa. Greuter am Gerberplatz eine deutliche Ausweitung des Angebotes stattgefunden hat. Daneben spielen bei diesen Sortimenten die Anbieter Kratt und Müller mit den jeweiligen Fachabteilungen eine Rolle.

Defizite bzw. Ergänzungspotentiale

Für diese Sortimente sind in der Innenstadt von Radolfzell keine grundlegenden Defizite erkennbar. Ein Entwicklungspotential ist lediglich bei spezialisierten Fachmarkt- bzw. Fachgeschäftskonzepten (z.B. Anbieter wie Mac Paper) vorhanden.

Bewertung CIMA

In den Bereichen Schreibwaren/Bücher/Spielwaren ist in der Innenstadt von Radolfzell das rechnerische Entwicklungspotential als begrenzt einzustufen. Das im Einzelhandelskonzept 2009 ermittelte zusätzliche Verkaufsflächenpotential wurde insbesondere durch die Neuansiedlung der Fa. Buch Greuter am Gerberplatz weitgehend abgedeckt. Einzelhandelsnutzungen in diesem Segment sind in erster Linie als „Shop-Nutzungen“ zur Abrundung der Angebotspalette sinnvoll.

Einrichtung und Zubehör

Rechnerisches Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt (EH-Konzept 2009)

- 2.000 qm VK bis 5.100 qm VK

Ist-Situation Innenstadt

In der Innenstadt von Radolfzell wurden aktuell erhoben

- 15 Betriebe
- Verkaufsfläche ca. 1.785 qm
- Umsatz ca. 7,1 Mio. €

Bei den erhobenen Betrieben handelt es sich neben Einrichtungsspezialisten häufig um Kleinbetriebe (z.B. Antik, Einrahmungen, Geschenkartikel). Mit der Ansiedlung der Fa. depot (ehemals Fa. Vögele) im Mühlbach-Center ist ein attraktives Fachmarktangebot seit 2009 neu dazugekommen.

Defizite bzw. Ergänzungspotentiale

Der Sortimentsbereich „Einrichtung und Zubehör“ wird in erster Linie durch großflächige Angebotsformen wie Möbelhäuser, Baumärkte etc. bestimmt, die zum einen nicht den klassischen innenstadt-relevanten Sortimenten zuzuordnen sind und für welche zum anderen die Standortvoraussetzungen in der historischen Altstadt von Radolfzell auch künftig kaum realisierbar sein werden.

Für die städtebaulich integrierbaren Betriebsformen im Bereich Haushaltwaren, GPK etc. wurde mit der Ansiedlung der Fa. depot mittlerweile bereits eine Angebotslücke in der Innenstadt geschlossen. Entwicklungspotentiale sind unter Inkaufnahme von Wettbewerbsüberschneidungen durch ein vergleichbares Konzept (z. B. Betreiberfirmen wie Butlers, Strauss Innovation) an anderer Stelle in der Innenstadt denkbar.

Bewertung CIMA

Im Bereich „Einrichtung und Zubehör“ ist in der Innenstadt von Radolfzell das rechnerische Entwicklungspotential als begrenzt einzustufen bzw. lediglich für städtebaulich integrierbare Verkaufsflächenengrößen sinnvoll.

Elektrowaren

Rechnerisches Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt (EH-Konzept 2009)

- 600 qm VK bis 1.500 qm VK

Ist-Situation Innenstadt

In der Innenstadt von Radolfzell wurden aktuell erhoben

- 6 Betriebe
- Verkaufsfläche ca. 710 qm
- Umsatz ca. 3,8 Mio. €

Bei den erhobenen Betrieben handelt es sich um Betriebe mit Handwerksanteil bzw. um Spezialbetriebe (z.B. im Bereich Leuchten).

Defizite bzw. Ergänzungspotentiale

Der Sortimentsbereich „Elektrowaren“ stellt sowohl für die Innenstadt wie auch für die Gesamtstadt Radolfzell ein Angebotsdefizit dar. Idealtypisch könnte ein Elektrofachmarkt mit einer Verkaufsflächengröße von 1.000 bis 2.000 qm (Betreiberfirmen wie Euronics) diese Angebotslücke schließen.

Bewertung CIMA

Im Bereich „Elektrowaren“ ist zwar ein rechnerisches Verkaufsflächenpotential theoretisch ableitbar; aufgrund der Wettbewerbssituation, welche insbesondere durch den Standort Media-Markt auf Singener Gemarkung bestimmt wird, ist allerdings auf das hohe wirtschaftliche Risiko bei der Nutzung „Elektrofachmarkt“ in der Innenstadt von Radolfzell hinzuweisen.

Für kleinflächige Spezialanbieter (z. B. Mobilfunk-Anbieter) besitzt dagegen die Innenstadt von Radolfzell eine hohe Standorteignung.

Foto/Optik/Akustik und Uhren/Schmuck

Rechnerisches Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt (EH-Konzept 2009)

- 50 qm VK bis 150 qm VK

Ist-Situation Innenstadt

In der Innenstadt von Radolfzell wurden aktuell erhoben

- 13 Betriebe
- Verkaufsfläche ca. 560 qm
- Umsatz ca. 4,3 Mio. €

Für dieses Segment ist bereits eine hohe Angebotsdichte in der Innenstadt von Radolfzell vorhanden.

Defizite bzw. Ergänzungspotentiale

Für diese Sortimente sind in der Innenstadt von Radolfzell keine grundlegenden Defizite erkennbar. Ein Entwicklungspotential ist lediglich bei Filialbetrieben (inkl. Franchise-Unternehmen) unabhängig von dem tatsächlichen Bedarf vorhanden.

Bewertung CIMA

In den Bereichen Foto/Optik/Akustik und Uhren/Schmuck ist in der Innenstadt von Radolfzell das rechnerische Entwicklungspotential als begrenzt einzustufen. Einzelhandelsnutzungen in diesem Segment sind in erster Linie als „Shop-Nutzungen“ zur Abrundung der Angebotspalette sinnvoll.

Sonstige Angebote

Rechnerisches Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt (EH-Konzept 2009)

- 800 qm VK bis 2.050 qm VK

Ist-Situation Innenstadt

In der Innenstadt von Radolfzell wurden aktuell erhoben

- 11 Betriebe
- Verkaufsfläche ca. 2.480 qm
- Umsatz ca. 6,3 Mio. €

Mit dem Zweiradanbieter Joos ist auch ein großflächiger Anbieter in der Innenstadt ansässig.

Defizite bzw. Ergänzungspotentiale

Aufgrund der Heterogenität der sonstigen Sortimente sind in der Innenstadt von Radolfzell mögliche Entwicklungspotentiale situationsabhängig (z.B. bei konkret vorliegenden Ansiedlungsanfragen) zu prüfen.

Bewertung CIMA

Denkbar ist für die Innenstadt von Radolfzell aufgrund der räumlichen Lage am Bodensee die Etablierung und/oder Ausweitung spezialisierter Angebote, bspw. im Segment Angel- und Bootszubehör und auf touristische Zielgruppen ausgerichtete Sortimente.

5 ABSCHLIESSENDE BEURTEILUNG VON EINZELHANDELSNUTZUNGEN AM PAKETPOST-AREAL

Bei der Beurteilung der Standortqualität für mögliche Einzelhandelsnutzungen in der Radolfzeller Innenstadt insgesamt bzw. speziell am Standortbereich Paketpost-Areal sind insbesondere folgende Kriterien von Bedeutung:

- grundstücksbezogene Kriterien (z.B. Größe der realisierbaren Verkaufsfläche und Abgleich mit den Anforderungen an die Verkaufsflächengröße aus betrieblicher Sicht)
- standort- und lagebezogene Kriterien (z.B. Synergien mit bestehenden Einzelhandelslagen in der Innenstadt, Einpassung ins städtebauliche Umfeld).

In Kapitel 3 und 4 wurde ausführlich auf die bestehende Einzelhandelssituation in der Stadt Radolfzell sowie auf die Potentiale für die Innenstadt eingegangen.

5.1 Einzelhandelsnutzungen mit Magnetfunktion

Für den Fall, dass der Standortbereich Paketpost-Areal gezielt als Einzelhandelsstandort ausgebaut werden soll, ist die Ansiedlung von Betrieben, welche von sich heraus eine Kundenmagnetfunktion entfalten können, eine Grundvoraussetzung.

Als mögliche größerflächige Einzelhandelsnutzungen, welche zu einer Schließung vorhandener Angebotslücken beitragen und damit eine Ergänzungsfunktion für die bestehende Angebotspalette in der Innenstadt von Radolfzell besitzen, sind folgende Betriebstypen anzuführen:

- Lebensmittelmarkt (Discounter: 800-1.300 qm VK bzw. Vollsortimenter: 1.200-2.500 qm VK)
- Bio-Supermarkt (600-800 qm VK)
- Drogeriemarkt (600-800 qm VK)
- Schuhfachmarkt (400-800 qm VK)
- Textilfachmarkt (400-1.500 qm VK)
- Elektrofachmarkt (1.500-2.000 qm VK)
- Sportfachmarkt (Verlagerung eines Bestandsbetriebes; 800-1.500 qm VK)
- Fachmarkt für Boots- und Angelzubehör (keine Flächenangabe möglich, da Spezialanbieter)

Der dargelegte Verkaufsflächenkorridor für die genannten Betriebsformen ist als **Orientierungswert** zu verstehen, welcher für eine branchenübliche und wettbewerbsfähige Verkaufsflächengröße angesetzt werden kann.

Für die genannten Betriebsformen kann von einem Entwicklungspotential in der Innenstadt von Radolfzell ausgegangen werden. Daneben würden diese Betriebsformen auch eine Ergänzungsfunktion für den bestehenden Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt von Radolfzell übernehmen. Speziell beim Elektrofachmarkt ist allerdings auf das Risiko hinsichtlich der wirtschaftlichen Tragfähigkeit hinzuweisen.

Die letztendliche Belegung durch entsprechende Betreiberfirmen ist selbstverständlich in Abhängigkeit von den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, der Expansionspolitik der Unternehmen (inkl. Marktbesetzungsstrategie von Filialunternehmen), der individuellen Betriebskonzepte usw. abhängig.

Das Ansiedlungspotential für größere Einzelhandelsbetriebe ist letztendlich in Abhängigkeit von der „Detailplanung“ zum Nutzungskonzept „Paketpost-Areal“ auszuloten, wobei zur Abrundung der Nutzungspalette weitere kleinere Flächeneinheiten für gewerbliche Nutzungen (Shops, Dienstleistungen, Gastronomie) vorstellbar sind.

5.2 Alternative Nutzungsoptionen

Neben einem gezielten Ausbau der Einzelhandelsfunktion stehen für die weitere Entwicklung des Paketpost-Areals folgende alternative Nutzungsoptionen zur Diskussion:

- Hotel in Verbindung mit Gastronomie
- Ärztehaus (ggf. in Verbindung mit gesundheitsorientierten Dienstleistungen)
- Gemischte Nutzung mit Wohnen/Praxen/Büros

Für die genannten Nutzungsalternativen ist für den Standortbereich Paketpost-Areal grundsätzlich eine gute Standorteignung vorhanden, wobei diese Nutzungen i. d. R. städtebaulich gut integrierbar sind. In diesem Fall würden Einzelhandelsnutzungen allerdings lediglich eine ergänzende Funktion übernehmen.

Eine Besuchermagnetfunktion, auch im Sinne einer Belebung der südlichen Altstadt von Radolfzell, ist am ehesten bei der Nutzungsoption Ärztehaus mit integrierten gesundheitsorientierten Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen vorhanden, da der Arztbesuch insbesondere für die Umlandbevölkerung einen wesentlichen Grund für den Besuch einer Innenstadt darstellt.

5.3 Chancen/Risiken

Zusammenfassend sind für das Paketpost-Areal als Einzelhandelslage folgende Chancen bzw. Risiken stichpunktartig anzuführen:

Chancen

- Möglichkeit zur Erzeugung von Kundenfrequenz für den Bereich der südlichen Altstadt
- Möglichkeit zur Schaffung von „größeren“ Verkaufsflächeneinheiten bei Berücksichtigung der sehr kleinflächigen Betriebsstruktur in der Altstadt von Radolfzell
- Gezielte Schließung von branchen- und betriebstypenbezogenen Angebotslücken in der Radolfzeller Innenstadt

Risiken

- Paketpost-Areal muss als Einzelhandelslage erst aufgebaut werden
- Zunehmende Belastung durch den PKW- Kundenverkehr für den Bereich der südlichen Innenstadt
- Akzeptanz der Standortlage von Seiten potentieller Betreiberfirmen aus dem Einzelhandel muss erst aufgebaut werden
- Großflächige Einzelhandelsnutzungen sind aufgrund des Flächenbedarfs und der Anforderungen an die Außenwirkung schwieriger städtebaulich integrierbar als die alternativen Nutzungsoptionen

Fazit

Eine gezielte Aufwertung des Paketpost-Areals als Einzelhandelslage funktioniert nur durch die Ansiedlung von größerflächigen Kundenmagnetbetrieben, welche eine entsprechende Kundenfrequenz aus sich heraus erzeugen können.

Das Paketpost-Areal stellt trotz der räumlichen Nähe zur Altstadt einen Solitärstandort dar, welcher als Einzelhandelslage erst aufgebaut werden muss. Die Schaffung von optimalen Standortbedingungen hinsichtlich der Erreichbarkeit (auch durch PKW-Kunden) und ausreichenden Stellplatzangeboten im unmittelbaren Standortumfeld stellen die Grundvoraussetzung für eine funktionierende Einzelhandelslage dar.

In einer **Grundsatzentscheidung** ist abzuwägen, ob man dies an diesem Standort planerisch möchte. Halbherzige Lösungen sollten u.E. auf jeden Fall vermieden werden.

6 ANHANG

Tab. 4 **Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelsnutzungen im kurzfristigen Bedarfsbereich**

Branche	Marktfähige Mindestbetriebsgröße
Lebensmittel	Supermarkt: ab 800 qm VK
	Discounter: ab 700 qm VK
	kleiner Verbrauchermarkt: ab 1.500 qm VK
	SB-Warenhaus: ab 5.000 qm VK
	Getränkemarkt: ab 250 qm VK
Spezialgeschäfte/Ladenhandwerk: ab 40 qm VK	
Reformwaren	ab 100 – 150 qm VK
Apothekerwaren	ab 60 qm VK
Drogerie, Parfümerie	Drogerie/Parfümerie: ab 70 qm VK
	Drogeriefachmarkt: ab 400 qm VK
Blumen	ab 80 qm VK
Zeitschriften	ab 50 qm VK

Quelle: in Anlehnung an BBE-Handelsberatung München, Bearbeitung: CIMA

Tab. 5 **Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelsnutzungen im mittelfristigen Bedarfsbereich**

Branche	Marktfähige Mindestbetriebsgröße
Oberbekleidung/ Wäsche/ Heimtextilien	Facheinzelhandel: ab 100 qm VK (bei Nischenbetrieben ggf. auch kleiner)
	Fachmärkte: ab 400 qm VK
Schuhe/Sportbedarf	Facheinzelhandel: ab 200 qm VK
	Fachmärkte: ab 500 qm VK
Sanitätshaus	ab 120 qm VK
Bücher/Schreibwaren	ab 60 qm VK
Spielwaren	Fachgeschäft: ab 100 qm VK
	Fachmärkte: ab 700 qm VK
Zoobedarf/Tiernahrung	ab 150 qm VK

Quelle: in Anlehnung an BBE-Handelsberatung München, Bearbeitung: CIMA

Tab. 6 **Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelsnutzungen im langfristigen Bedarfsbereich**

Branche	Marktfähige Mindestbetriebsgröße
Möbel	ab 3.000 qm VK
Baumarkt	ab 3.000 qm VK
Glas/Porzellan/Keramik	ab 200 qm VK
Farben, Bodenbeläge	ab 600 qm VK
Elektrogeräte, Leuchten	ab 500 qm VK
Unterhaltungselektronik (UE)	Facheinzelhandel: ab 200 qm VK
	Fachmärkte (nur UE): ab 600 qm VK
	Fachmärkte mit Vollsortiment: ab 1.200 qm VK
Foto/Optik, Uhren/Schmuck	Fachgeschäfte/Filialisten: ab 60 qm VK
Lederwaren	ab 180 qm VK (bei Vollsortiment)
Fahrräder	Fachhandel: ab 150 qm VK
	Fachmärkte: ab 400 qm VK
Kfz-Zubehör	ab 300 qm VK
Bürobedarf/Büroorganisation	Fachmärkte: ab 400 qm VK
	Computerladen: ab 100 qm VK
	Handyladen: ab 60 qm VK
Babyausstattung	Fachmärkte z.T. mit Kindermöbelabteilung: ab 700 qm VK
Gartencenter	ab 2.000 qm VK

Quelle: in Anlehnung an BBE-Handelsberatung München, Bearbeitung: CIMA



München **Stuttgart** Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

Stadt Radolfzell

Ergänzende und aktualisierte Aussagen
zur Branchen- und Potentialanalyse
Paketpostareal (Quartier Kapuzinerweg)

CIMA Beratung + Management GmbH
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart
T 0711-64 864 61
F 0711-64 864 69
cima.stuttgart@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Ihr Ansprechpartner:
Projektleitung:
Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Stuttgart, Juli 2015

© 2015 CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Urheberrechte und sämtliche nicht geregelten Nutzungsrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

1 Vorbemerkung

Im Juli 2012 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, von der Stadtverwaltung Radolfzell, Fachbereich Stadtplanung und Baurecht, mit der Erstellung einer Branchen- und Potentialanalyse für Einzelhandelsnutzungen in der Innenstadt von Radolfzell beauftragt.

Mit der Untersuchung sollten insbesondere branchenbezogene Aussagen zu möglichen Einzelhandelsnutzungen für das sog. Paketpost-Areal (neuer Arbeitstitel: Quartier Kapuzinerweg) getroffen werden, welche als Grundlage für den geplanten Investorenwettbewerb für dieses Areal heranzuziehen sind.

Als „Vorgabe“ für die Projektentwicklung sollten Empfehlungen zum „idealtypischen“ Branchenbesatz, zu den Betriebstypen und zur sortimentsbezogenen Verkaufsflächengröße erarbeitet werden, um eine gezielte Steigerung der Gesamtattraktivität der Radolfzeller Einkaufsinnenstadt zu gewährleisten. Daneben sollten mögliche negative Auswirkungen auf den gegenwärtigen Einzelhandelsbestand in der Innenstadt minimiert werden. Das Quartier Kapuzinerweg sollte damit vorrangig eine Ergänzungsfunktion zu den bestehenden Geschäftslagen in der Radolfzeller Innenstadt besitzen.

Die Branchen- und Potentialanalyse wurde mit Vertretern der Stadtverwaltung Radolfzell im April 2013 abgestimmt. Die redaktionelle Fertigstellung erfolgte im Oktober 2013. Um den seit Oktober 2013 eingetretenen Veränderungen beim Einzelhandelsbestand in der Innenstadt Radolfzell sowie den im Oktober 2013 noch nicht bekannten Veränderungen in der regionalen Einzelhandelslandschaft im Raum Radolfzell Rechnung zu tragen, erfolgt eine aktualisierte Bewertung der wesentlichen Aussagen der Branchen- und Potentialanalyse.

2 Kommentierung der wesentlichen Veränderungen im Einzelhandelsbestand seit Oktober 2013 sowie der bekannten künftigen Veränderungen in der regionalen Einzelhandelslandschaft

Hinsichtlich der Grundsatzaussagen zur Einordnung der Entwicklungspotentiale im Quartier Kapuzinerweg stellt die Branchen- und Potentialanalyse vom Oktober 2013 weiterhin eine belastbare Datengrundlage dar. Die zwischenzeitlich eingetretenen Veränderungen werden nachfolgend einer fachlichen Bewertung unterzogen.

Wegfall Lebensmittelmarkt Zimmer

Mit der Schließung des Frischemarktes Zimmer (ehemals Edeka-Standort) in der Höllturm-Passage hat seit Oktober 2013 ein Rückgang in der Angebotsvielfalt beim innerstädtischen Nahversorgungsangebot stattgefunden.

Eine Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Quartier Kapuzinerweg kann unter dem Aspekt „Aufwertung der Nahversorgung“ (auch im Sinne einer Ersatzfunktion für den Frischemarkt Zimmer) eingeordnet werden, zumal mit der Schließung des Netto-Marktes in der Bismarckstraße ein weiterer Anbieter in relativer Nähe zur Innenstadt von Radolfzell wegfallen wird.

Da der Standort Kapuzinerweg etwas abgesetzt von den innerstädtischen Geschäftslagen ist, sind Kundenmagnetbetriebe als Frequenzerzeuger unter handelsbezogenen Aspekten zwingend erforderlich. Der Betriebstyp Lebensmittelmarkt besitzt grundsätzlich eine kundenfrequenzerzeugende Wirkung und kann eine Magnetfunktion für den Standort Kapuzinerweg bzw. für die südliche Innenstadt übernehmen.

Fazit

Die Bedeutung des Quartiers Kapuzinerweg als „Ergänzungsstandort“ für die bestehenden Geschäftslagen in der Innenstadt Radolfzell hat für den Betriebstyp Lebensmittelmarkt seit Oktober 2013 damit zugenommen.

Erweiterung seemaxx

Nach dem positiven Bescheid vom Regierungspräsidium Freiburg zum Zielabweichungsverfahren für die Erweiterung des seemaxx wurde eine Genehmigung zur Erweiterung des seemaxx von gegenwärtig 4.500 qm VK auf künftig 8.500 qm VK erteilt. Da die Ent-

scheidung im Oktober 2013 noch offen war, konnte keine Berücksichtigung bei der Branchen- und Potentialanalyse erfolgen.

Zur Einordnung der Bedeutung der Erweiterung des seemaxx für die Projektentwicklung am Quartier Kapuzinerweg können folgende Aussagen getroffen werden:

- Beim seemaxx als „Herstellerverkaufszentrum“ handelt es sich um eine hochspezialisierte Handelsimmobilie, welche sich durch eine selektive Kundenzielgruppenansprache (outlet-Kunden) auszeichnet und daneben touristische Besucherzielgruppen erschließt.
- Das seemaxx verfügt über eine atypischen Absatzreichweite, welche deutlich über das „normale“ Einzugsgebiet des Radolfzeller Einzelhandels hinausgeht und besetzt in der westlichen Bodenseeregion eine „Marktnische“ zur Abgrenzung gegenüber den dominanten Einkaufsstädten Konstanz und Singen.
- Bei den Sortimenten „Bekleidung/Schuhe/Sport“, welche als mögliche Einzelhandelsnutzungen am Kapuzinerweg in Frage kommen können, sind traditionell hohe Kaufkraftabflüsse aus dem Raum Radolfzell in die Städte Singen und Konstanz vorhanden. Die Wettbewerbsbeziehungen der Einkaufsinnenstadt Radolfzell zu den Einkaufslagen in Konstanz und Singen sind deutlich höher einzuschätzen als die innerstädtischen Wettbewerbsbeziehungen, welche durch die Erweiterung des seemaxx zu erwarten sind.
- Mit der Ansiedlung des seemaxx hat eine „Öffnung“ der Innenstadt nach Norden stattgefunden, welche zu einer Verlagerung der Kundenfrequenz zu Gunsten des nördlichen Bereiches der Einkaufsinnenstadt von Radolfzell beigetragen hat. Mit der Erweiterung des seemaxx wird diese Situation zum einen verfestigt. Zum anderen begründet dies aber auch die Bemühungen der Stadtverwaltung Radolfzell unter stadtentwicklungsbezogenen Aspekten einen Gegenpol im südlichen Bereich der Altstadt (z.B. durch die Entwicklung des Quartiers Kapuzinerweg) aufzubauen.

Fazit

Die Erweiterung des seemaxx ist vorrangig als Maßnahme zum Ausbau bzw. zur Stabilisierung der Marktposition im regionalen Wettbewerbsumfeld (LK Konstanz und angrenzende Landkreise) einzustufen. Die unmittelbaren Auswirkungen auf die Entwicklung am Standort Kapuzinerweg sind damit deutlich zu relativieren.

Geplantes ECE-Center in Singen

Gegenüber dem Stand Oktober 2013 hat sich die geplante Ansiedlung eines Shoppingcenters durch die Fa. ECE in der Innenstadt von Singen konkretisiert. Das Raumordnungsverfahren wurde offiziell eingeleitet.

Mit dem geplanten Shoppingcenter wird die Marktposition der Stadt Singen als Einkaufsstadt in der Region weiter gestärkt, welches tendenziell auch zu Lasten der Stadt Radolfzell als Einkaufsstadt gehen wird. Bereits heute ist für bestimmte Branchen wie Bekleidung/Schuhe/Sport oder Elektrowaren eine ausgeprägte Einkaufsorientierung von Radolfzell nach Singen vorhanden, welche sich künftig eher verstärken dürfte.

Fazit

Auch wenn die Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen im Quartier Kapuzinerweg nicht mit dem geplanten Shoppingcenter in Singen vergleichbar ist, kann diese Maßnahme zumindest als ein Baustein zum Erhalt der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der Innenstadt von Radolfzell im regionalen Wettbewerbsumfeld eingestuft werden.

Zunahme Einkaufstourismus aus der Schweiz

Mit der Freigabe des Mindestwechsellkurses durch die Schweizer Notenbank im Januar 2015 hat sich der Kurs des Schweizer Franken gegenüber dem Euro deutlich verstärkt. Gegenüber der Situation im Oktober 2013 hat sich der Einkaufstourismus durch Kunden aus der Schweiz deutlich verstärkt, wobei dies für den gesamten südbadischen Grenzraum gilt.

Fazit

Unabhängig von der Situation in der Stadt Radolfzell selbst kann festgehalten werden, dass der Einzelhandel im südbadischen Grenzraum von erheblichen Kaufkraftzuflüssen durch den Einkaufstourismus aus der Schweiz profitiert. Der Umsatzanteil durch Kunden aus der Schweiz hat sich gegenüber dem Jahr 2013 für den deutschen Einzelhandel in den grenznahen Gebieten insgesamt erhöht.

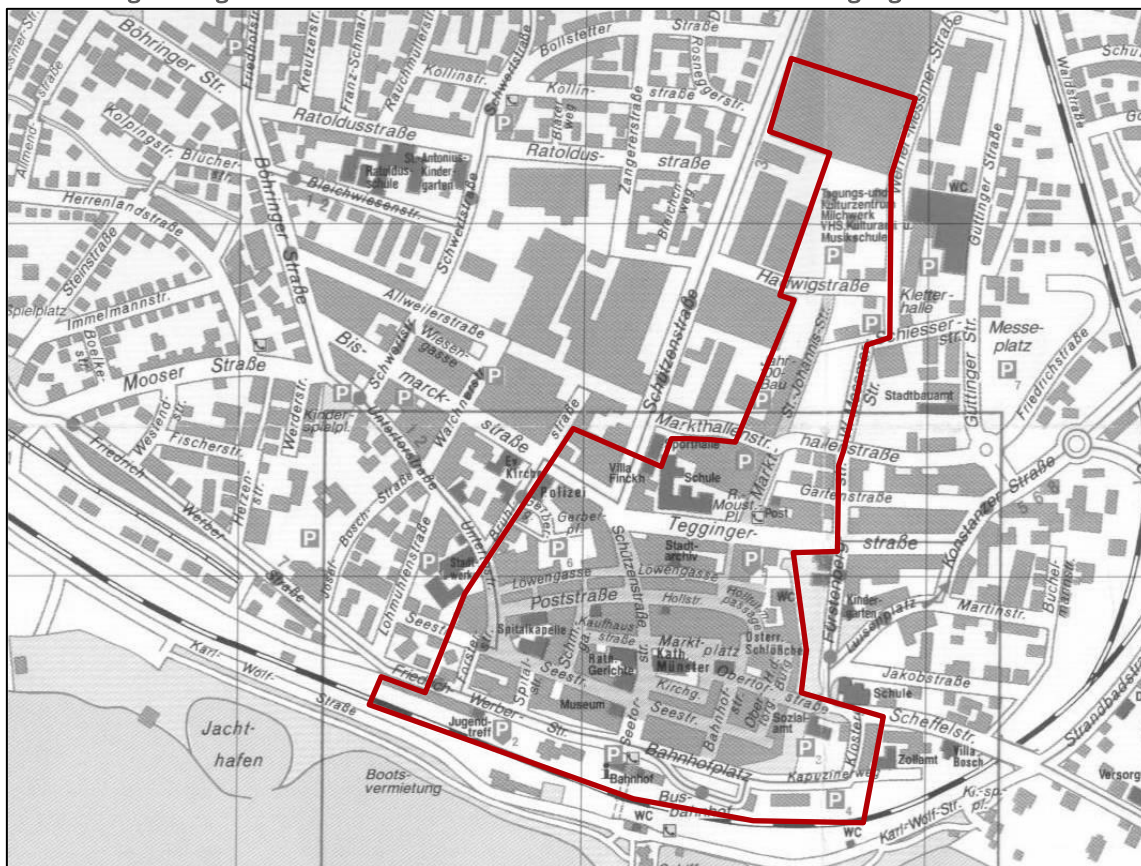
3 Quartier Kapuzinerweg aus Sicht der Stadtentwicklung

Neben den Aussagen zum Verkaufsflächenpotential und zur branchen- und betriebstypenbezogenen Entwicklung besitzt der Aspekt der Stadtentwicklung zur sachgerechten Einordnung der Quartiersentwicklung Kapuzinerweg einen hohen Stellenwert. Hierbei sind folgende Aspekte nochmals hervorzuheben:

Lage im Zentralen Versorgungsbereich

In der Einzelhandelskonzeption 2009 wurde eine Abgrenzung der Einkaufsinnenstadt als sog. „Zentraler Versorgungsbereich“ im Sinne von § 34 BauGB vorgenommen. Das Quartier Kapuzinerweg stellt eine der wenigen Potential- bzw. Entwicklungsflächen innerhalb des abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiches dar, an dem „größerflächige“ Einzelhandelsnutzungen angesiedelt werden können. Der Grundsatz „Innenentwicklung vor Außenentwicklung“ wird eingehalten.

Abb. 1 Abgrenzung Einkaufsinnenstadt von Radolfzell (= Zentraler Versorgungsbereich)



Quelle: Stadtplan Radolfzell; Copyright: Städte-Verlag E. v. Wagner & J. Mitterhuber GmbH, Fellbach
 Bearbeitung: CIMA 2014

Stärkung der südlichen Altstadt als Einkaufsbereich

Die Ansiedlung attraktiver Einzelhandelsnutzungen als Magnetbetriebe am Standort Kapuzinerweg kann zu einer Erhöhung der Kunden- bzw. Besucherfrequenz für den südlichen Bereich der Radolfzeller Innenstadt beitragen. Speziell vor dem Hintergrund der Lageverschiebungen zu Gunsten der nördlichen Innenstadt (u.a. durch die Entwicklung seemaxx), ist die Entwicklung eines „Gegenpols“ im südlichen Innenstadtbereich sinnvoll.

Quartier Kapuzinerweg als Ergänzungsbereich für die innerstädtischen Geschäftslagen

Ein wesentliches Ziel der künftigen Quartiersentwicklung und eine „Vorgabe“ für den Investorenwettbewerb sollte im Idealfall die Gewinnung neuer Einzelhandelsbetriebe, welche gegenwärtig nicht in der (Innen)stadt Radolfzell vertreten sind, sein.

Zur realitätsnahen Einschätzung der Entwicklungsmöglichkeiten ist aus Sicht der CIMA zu betonen, dass mit der Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen (z.B. durch Schaffung von größeren und wettbewerbsfähigen Verkaufsflächeneinheiten am Standort Kapuzinerweg) auch ein „Halten von Betrieben“ in der Innenstadt von Vorteil ist. Einer innerörtlichen Verlagerung von Betrieben mit gegenwärtig suboptimalen Standortbedingungen ist im Sinne einer Güterabwägung der Vorzug vor einer ersatzlosen Schließung oder einer Abwanderung von Anbietern an andere Standorte außerhalb der (Innen)stadt von Radolfzell zu geben.