München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

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

Stadt Reutlingen

Markt- und Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus am Standort Justus-von-Liebig-Straße im Oberzentrum Reutlingen

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus

Projektleitung:

Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Projektmitarbeit:

Dipl.-Geogr. Florian Gillwald

Kerstin Gebauer, M.Sc. Humangeographie

Stuttgart, November 2016

© 2016 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.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis 3

1 Auftrag 4

2 Rechtliche Rahmenbedingungen 5

3 Bundesweite Branchentrends im Bau- und Gartenmarktsegment 6

3.1. Baumarktspezifischer Bedarf 6
3.2. Gartencenterspezifischer Bedarf 7

4 Daten zu der geplanten Einzelhandelsnutzung 9

5 Standortdaten 13

5.1. Makrostandort Reutlingen 13
5.2. Einzelhandelskennziffern 14
5.3. Planstandort Justus-von-Liebig-Straße 15

6 Projektrelevante Angebotssituation 18

6.1. Angebotssituation im Oberzentrum Reutlingen 18
6.2. Angebotssituation in den umliegenden zentralen Orten 24

7 Marktgebiet und Kaufkraftvolumina 27

7.1. Marktgebiet des geplanten Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus 27
7.2. Ermittlung des projektrelevanten Kaufkraftpotentials 31
7.3. Umsatzprognose (Ansatz Flächenleistungen) 34
7.4. Umsatzprognose (Ansatz Marktanteilskonzept) 35

8 Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus 38

8.1. Kongruenzgebot 38
8.2. Beeinträchtigungsverbot 39
8.2.1. Auswirkungen für das Oberzentrum Reutlingen 39
8.2.2. Auswirkungen gegenüber den umliegenden zentralen Orten 42
8.3. Städtebauliches Integrationsgebot 45
8.4. Sonstige Aspekte 45

9 Zusammenfassende Bewertung 47

Anhang 49

1 Auftrag

Im August 2016 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, von der Cosmos Grundstück- und Vermögensverwaltung GmbH mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit der geplanten Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes (Fa. Bauhaus) am Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ in der Stadt Reutlingen beauftragt. Die Auftragserteilung erfolgte in Abstimmung mit der Stadtverwaltung Reutlingen.

Auf der Grundlage einer geplanten Flächen- und Sortimentsgliederung der Einzelhandelsnutzung sind in der Verträglichkeitsanalyse u.a. folgende Aspekte zu behandeln:

- Einordnung der geplanten Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz der Sortimente bei Berücksichtigung des Märkte- und Zentrenkonzeptes der Stadt Reutlingen
- Bewertung der Angebotssituation in den relevanten Sortimenten nach Standortlagen in der Stadt Reutlingen sowie in der Region Neckar-Alb
- Abgrenzung und Untergliederung des erschließbaren Marktgebietes nach Marktzonen für die geplante Einzelhandelsnutzung und Berechnung der projektrelevanten Kaufkraftvolumina
- Berechnung der sortimentsbezogenen Umsatzerwartung anhand des Marktanteilkonzeptes und Abgleich mit branchenüblichen Flächenleistungen (Umsatz pro qm VK)
- Analyse der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsnutzung unter Zugrundelegung der relevanten planungsrechtlichen und raumordnerischen Prüfkriterien
- Zusammenfassende Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des Vorhabens

Neben der Auswertung zahlreicher sekundärstatistischer Materialien und vorhandener Untersuchungen zur Einzelhandelssituation in der Stadt Reutlingen und im regionalen Umfeld, erfolgte von Mitarbeitern der CIMA im Oktober 2016 eine detaillierte Aufnahme und Bewertung der projektrelevanten Angebotsstruktur sowohl in der Stadt Reutlingen wie auch in den vom Vorhaben betroffenen Kommunen im näheren und weiteren Umland durch eine sortimentsgenaue Erhebung der relevanten Anbieter.

2 Rechtliche Rahmenbedingungen

Für die geplante Ansiedlung des Bau- und Gartenmarktes der Fa Bauhaus am Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ in der Stadt Reutlingen ist im Rahmen des weiteren Genehmigungsverfahrens eine Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens erforderlich.

Die Verträglichkeitsprüfung erfolgt unter Berücksichtigung der speziellen Vorgaben des Landes Baden-Württemberg bzgl. der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe.

Als relevante Rechtsvorschriften bzw. planerische Leitlinien sind anzuführen:

- Das BauGB und speziell die Regelung in § 11 Abs. 3 BauNVO, in der Aussagen zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben getroffen werden.
- Der Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg, in dem die Ziele zur Landesentwicklung als rechtsverbindliche Vorgaben formuliert sind (Plansätze unter 3.3.7). Als wesentliche raumordnerische Kernregelungen sind das Konzentrationsgebot, das Kongruenzgebot, das Beeinträchtigungsverbot und das städtebauliche Integrationsgebot zu nennen.
- Die Vorgaben des Regionalplans Neckar-Alb 2013 (insbesondere Kap. 2.4.3.2 „Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe, regionalbedeutsame Veranstaltungszentren“).
- Die Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 21. Februar 2001, in der eine inhaltliche Vertiefung hinsichtlich der Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten vorgenommen wird.
- Das Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Reutlingen aus dem Jahr 2007, das die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, eine Zonierung des Stadtgebietes nach Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen (Standortkonzept) und das Sortimentsleitbild Reutlingen (Zentrenrelevanz der Sortimente) beinhaltet.

3 Bundesweite Branchentrends im Bau- und Gartenmarktsegment

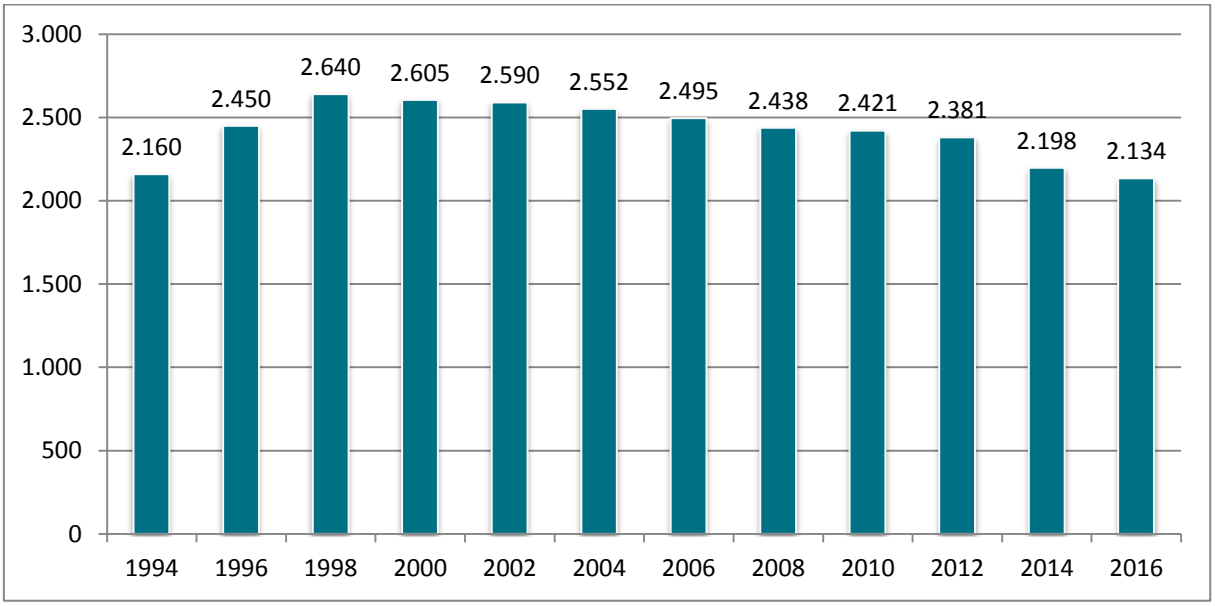
Zur marktbezogenen Einordnung des Planvorhabens werden im Folgenden die wesentlichen Entwicklungen und Trends beim Bau- und Gartenmarktsegment kurz dargelegt.

3.1. Baumarktspezifischer Bedarf

Die Anzahl der Bau- und Heimwerkermärkte stieg in Deutschland bis Ende der 90er Jahre stark an und fand im Jahr 1998 den Höhepunkt mit 2.640 Betrieben. Seitdem ist ein stetiger Rückgang der Betriebsanzahl zu beobachten, so dass es zum 01. Januar 2016 nur noch ca. 2.100 Betriebe waren.

Durch die Insolvenz der Praktiker AG als Dachgesellschaft u.a. der Baumarktketten Praktiker und Max Bahr hat sich die Betriebsanzahl insgesamt deutlich reduziert, da nicht für alle Märkte neue Betreiber gefunden werden konnten.

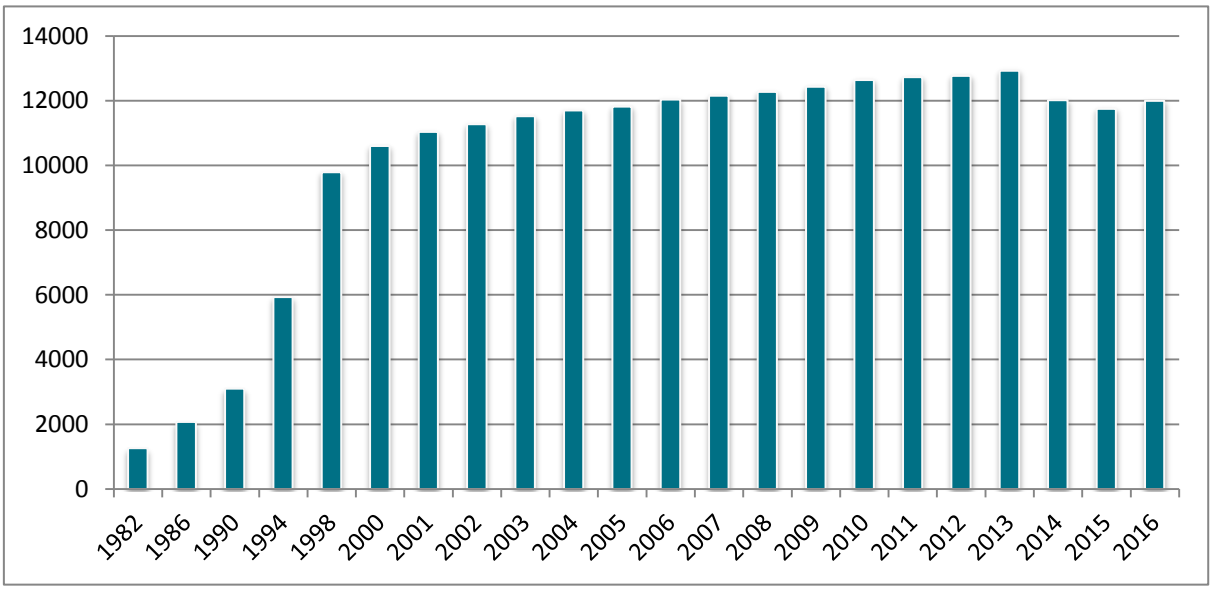
Abb. 1 Anzahl der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland absolut



Quelle: EHI handelsdaten.de, Bearbeitung: CIMA

Unabhängig von der abnehmenden Betriebsanzahl nimmt die Gesamtverkaufsfläche der Bau- und Heimwerkermärkte weiterhin zu. Seit dem Jahr 2000 ist die durchschnittliche Verkaufsflächengröße pro Markt von ca. 4.100 qm auf ca. 5.600 qm im Jahr 2016 angestiegen. Bei Neuansiedlungen werden auch Verkaufsflächen von ca. 10.000 qm überschritten, so dass der Trend der Verkaufsflächenvergrößerung weiterhin anhält.

Abb. 2 Gesamtverkaufsfläche der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland (in Tsd. Quadratmetern)

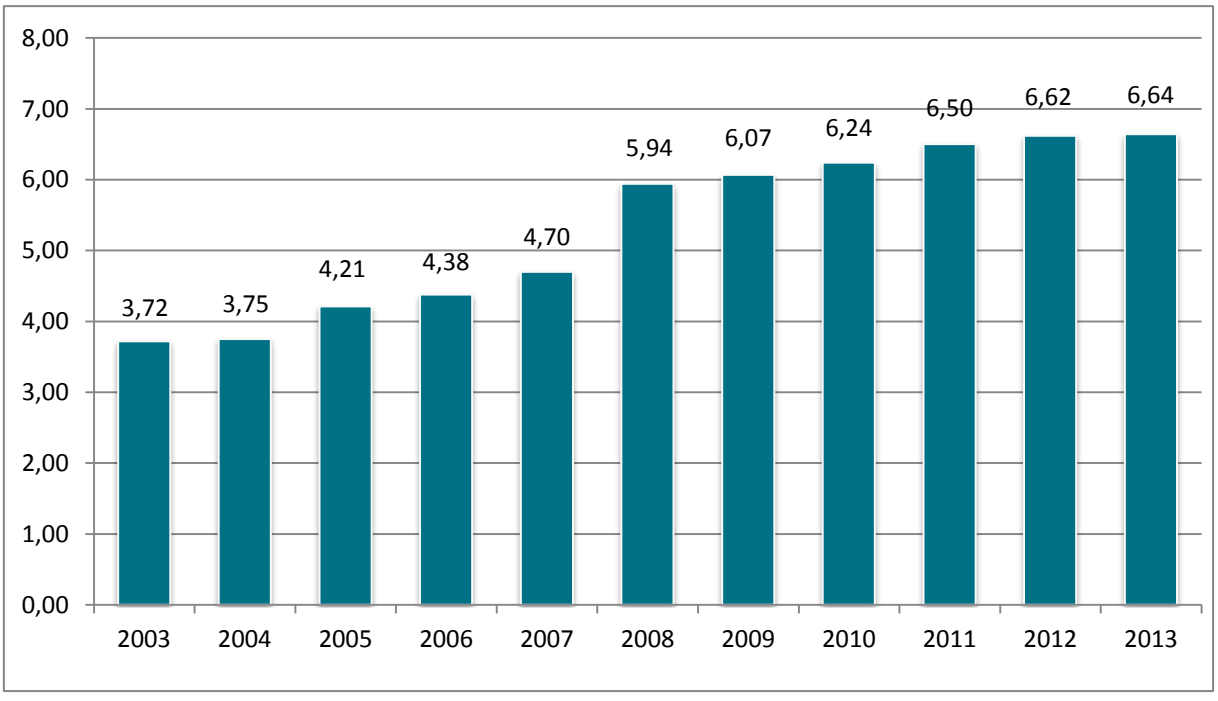


Quelle: EHI handelsdaten.de, Bearbeitung: CIMA

3.2. Gartencenterspezifischer Bedarf

In den Jahren 2003 bis 2013 ist ein deutlicher Anstieg der Gesamtverkaufsfläche der 20 größten Unternehmen im Gartenmarktsegment von ca. 3,7 Mio. qm VK auf ca. 6,6 Mio. qm VK zu beobachten, welches einem Verkaufsflächenzuwachs von ca. 78 % innerhalb von 10 Jahren entspricht.

Abb. 3 Gesamtverkaufsfläche der 20 größten Unternehmen im Gartenmarktsegment in Deutschland (in Millionen Quadratmeter) 2003 bis 2013



Quelle: EHI handelsdaten.de, Bearbeitung: CIMA

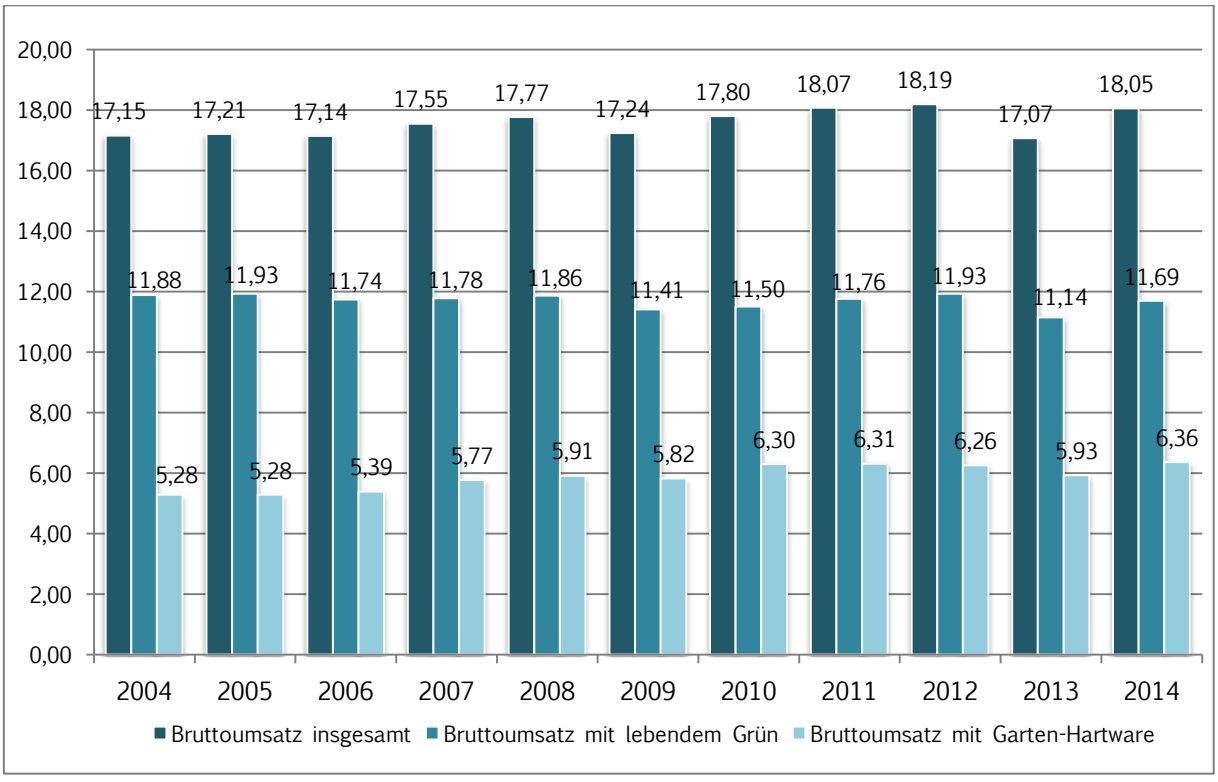
Im Gegensatz dazu ist der Umsatz im Gartenmarktsegment insgesamt im Zeitraum von 2004 bis 2014 lediglich von ca. 17,15 Milliarden € auf ca. 18,05 Milliarden € (entspricht einem Anstieg um ca. 5 %) gestiegen, so dass die starke Flächenexpansion bei der Umsatzentwicklung nur eine untergeordnete Rolle gespielt hat.

Konnte bis zum Jahr 2012 ein stetig ansteigender Bruttoumsatz verzeichnet werden, erfolgte im Jahr 2013 aufgrund der Insolvenz der Praktiker AG ein deutlicher Umsatzrückgang. Die verbliebenen Unternehmen konnten u.a. durch Übernahme der ehemaligen Praktiker-Filialen (z.B. durch die Fa. Hagebau) das frei gewordene Umsatzpotential weitestgehend binden, so dass im Jahr 2014 der Bruttoumsatz in etwa wieder das Niveau von 2011 erreichte.

Bei einem Flächenzuwachs von ca. 78 % der 20 größten Unternehmen im Gartenmarktsegment in Deutschland und einem gleichzeitigen Umsatzzuwachs von ca. 5 % im Gartenmarktsegment insgesamt wird deutlich, dass die Flächenproduktivität in diesem Segment in jüngerer Vergangenheit deutlich abgenommen hat.

Bei einer differenzierten Betrachtung der Umsatzanteile lässt sich eine Verschiebung innerhalb der Segmente beobachten, in dem der anteilige Umsatz von „Garten-Hartware“ (Gartenmöbel etc.) leicht zunimmt und der Umsatzanteil von lebendem Grün entsprechend anteilig abnimmt.

Abb. 4 Bruttoumsatz im deutschen Gartenmarktsegment von 2004 bis 2014 (in Mrd. €)



Quelle: EHI handelsdaten.de, Bearbeitung, Bearbeitung: CIMA

4 Daten zu der geplanten Einzelhandelsnutzung

Die Fa. Bauhaus ist in der Stadt Reutlingen aktuell mit einem Standort an der Emil-Adolff-Straße in einem denkmalgeschützten Gebäude vertreten. Die Verkaufsfläche beträgt ca. 9.000 qm VK.

Mit der geplanten Verlagerung der Fa. Bauhaus an den Planstandort in der Justus-Liebig-Straße ist die Möglichkeit der Etablierung eines modernen Baumarktkonzeptes verbunden, welches neben dem Bau- und Gartenmarkt auch ein Baustoff Drive Angebot beinhaltet.

Der gegenwärtige Standort an der Emil-Adolff-Straße wird künftig nicht mehr durch die Fa. Bauhaus betrieben. Hinsichtlich der künftigen Nutzung des Standortes sind verschiedene Alternativen in der Diskussion (u.a. Nachnutzung durch einen Verbrauchermarkt), wobei hinsichtlich des Konkretisierungsgrads möglicher Nutzungsalternativen der CIMA keine näheren Informationen vorlagen.

Da auch eine Wiederbelegung des Standortes durch einen Bau- und Gartenmarkt nicht auszuschließen ist, wird bei den Berechnungen zu den Umsatzeffekten, welche durch den verlagerten Bau- und Gartenmarkt der Fa. Bauhaus zu erwarten sind, der gegenwärtige Standort weiterhin als Baumarktstandort berücksichtigt. Mit diesem Ansatz wird damit der sog. „worst case“ berücksichtigt, und der neue Standort an der Justus-von-Liebig-Straße quasi als Neuansiedlung im Sinne eines zusätzlichen Baumarktes in der Stadt Reutlingen behandelt.

Für den geplanten Bau- und Gartenmarkt der Fa. Bauhaus an der Justus-von-Liebig-Straße wird eine Gesamtverkaufsfläche von 16.553 qm angegeben (inkl. Windfang, Kassenzone, Service- und Dienstleistungsflächen, und Bistro). Die detaillierte Sortiments- und Verkaufsflächengliederung ist als Anhang beigefügt.

Innerhalb des Gesamtobjektes ergibt sich folgende Gliederung (inkl. Windfang, Kassenzone, Service- und Dienstleistungsflächen, und Bistro):

- Bau- und Heimwerkermarkt (Warmhalle): 7.690 qm
- Gartenmarkt (Warmhalle): 1.520 qm
- Gartenmarkt (Freifläche überdacht): 1.513 qm
- Gartenmarkt (Freifläche nicht überdacht): 1.191 qm
- Baustoff Drive-in (Kalthalle): 3.259 qm
- Baustoff Drive-in (Freifläche nicht überdacht): 1.380 qm.

Um eine Basis für die Ableitung der sortimentsbezogenen durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben zu schaffen, wurden die von der Fa. Bauhaus genannten Einzelsortimente nach „Hauptsortimenten“ zusammengefasst (vgl. Tabelle 1).

Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz erfolgte auf Basis des im Märkte- und Zentrenkonzepts der Stadt Reutlingen ausgewiesenen Sortimentsleitbilds (vgl. Anhang). Eine Zuordnung des Sortiments „Lampen und Leuchten“ ist im Zentrenkonzept der Stadt Reutlingen nicht vorgenommen.

Da dieses Sortiment in der Stadt Reutlingen hauptsächlich durch die großen Möbelhäuser angeboten wird, welche sich alle außerhalb der Innenstadt befinden, wird nach gutachterlicher Einschätzung der CIMA Beratung + Management GmbH empfohlen, das Sortiment „Lampen und Leuchten“ den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen (vgl. Ergebnisse Bestandsaufnahme in Kapitel 6.1.).

Im Märkte und Zentrenkonzept der Stadt Reutlingen wird für die Zone 3 A, in der sich der Planstandort der Fa. Bauhaus befindet, die max. zulässige Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente mit 400 qm VK benannt.[1]

Im Regionalplan Neckar-Alb 2013 wird die max. zulässige Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente außerhalb der zentralörtlichen Versorgungskerne auf höchstens 10 % der Gesamtverkaufsfläche beziehungsweise auf höchstens 350 m² Verkaufsfläche festgesetzt.[2]

Für die nachfolgenden Berechnungen wird der Wert im Regionalplan Neckar-Alb zugrundegelegt. Bei der Zuordnung der „Lampen und Leuchten“ zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten wird die max. zulässige Verkaufsfläche von 350 qm VK für zentrenrelevante Randsortimente am neuen Standort der Fa. Bauhaus nicht überschritten.

[1] vgl. Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Reutlingen 2007

[2] vgl. Regionalplan Neckar-Alb 2013, Abschnitt 2.4.3.2, Z(7)

Tab. 1 Zuordnung der Sortimentsstruktur Fa. Bauhaus nach Hauptsortimenten

Sortimente Bauhaus	Zuordnung durch CIMA	VK in qm	VK Summen	Bemerkung CIMA
Eisenwaren	Baumarkt Kernsortiment	469		Zusammengefasst zum Sortiment Eisenwaren/Werkzeuge, etc.
Werkzeuge	Baumarkt Kernsortiment	235		
Maschinen und Zubehör	Baumarkt Kernsortiment	290		
Fliesen	Baumarkt Kernsortiment	1.310		
Bauchemie	Baumarkt Kernsortiment	160		
Bauelemente	Baumarkt Kernsortiment	708		
Elektroinstallation	Baumarkt Kernsortiment	325	**3.497**	
Farben, Pinsel	Farben/Lacke/Tap./Bodenbel.	587		Zusammengefasst zum Sortiment Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbeläge (inkl. Teppiche)
Tapeten	Farben/Lacke/Tap./Bodenbel.	238		
Kleber	Farben/Lacke/Tap./Bodenbel.	81		
Teppichboden/Auslegware	Farben/Lacke/Tap./Bodenbel.	114	**1.020**	
Bad Ausstattung	Bad/Sanitär	379		Zusammengefasst zu Bad und Sanitär
Wannen/Porzellan	Bad/Sanitär	232		
Sanitärinstallation	Bad/Sanitär	591		
Bäderwelt	Bad/Sanitär	381	**1.583**	
Baustoffe	Baustoffe	2.083		Zusammengefasst zu Baustoffe
Dämmstoffe	Baustoffe	406		
Leisten/Paneele/Parkett/Profilholz	Baustoffe	1.047		
Arbeitsplatten/Tischlerplatten	Baustoffe	342	**3.878**	
Regale, Möbelbau, Aufbewahrung	Baumarkt Randsortiment	389		Zusammengefasst als Randsortimente Baumarkt, Pro-Kopf-Ausgabe anteilig berücksichtigt, da nicht vergleichbar mit Möbel-, Kfz- oder Fahrrad-Fachmarkt
Kfz Zubehör	Baumarkt Randsortiment	114		
Fahrrad-Zubehör	Baumarkt Randsortiment	25	**528**	
Wohnraumleuchten	Lampen und Leuchten	351		Zusammengefasst zu Lampen und Leuchten
Außenleuchten/techn. Licht	Lampen und Leuchten	93	**444**	
Summe Baumarkt		**10.950**	**10.950**	

Sortimente Bauhaus	Zuordnung durch CIMA	VK in qm	VK Summen	Bemerkung CIMA
Garten-Hartware	Gartencenter	2.357		Zusammengefasst als Gartencenterbedarf (inkl. Freiflächen); ohne Schnittblumen
Pflanzen	Gartencenter	858		
Gartenmöbel/Grills	Gartencenter	1.160		
Summe Gartencenter		**4.375**	**4.375**	
Gardinen Zubehör	Haus- und Heimtextilien	120		
Haushaltswaren	HHW/GPK/Kunst	61		Zusammengefasst zu Haushaltwaren, Glas/Porzellan/Keramik, Kunstgegenstände
Kunst/Bilder	HHW/GPK/Kunst	150		
Summe Randsortimente zentrenrelevant		**331**	**331**	
Dienstleistung, Gastro, Kassenzone etc.	Dienstleistung, Gastro, Kassenzone etc.	897	897	
insgesamt		**16.553**	**16.553**	

Quelle: Zusammenstellung CIMA nach Angaben der Fa. Bauhaus

5 Standortdaten

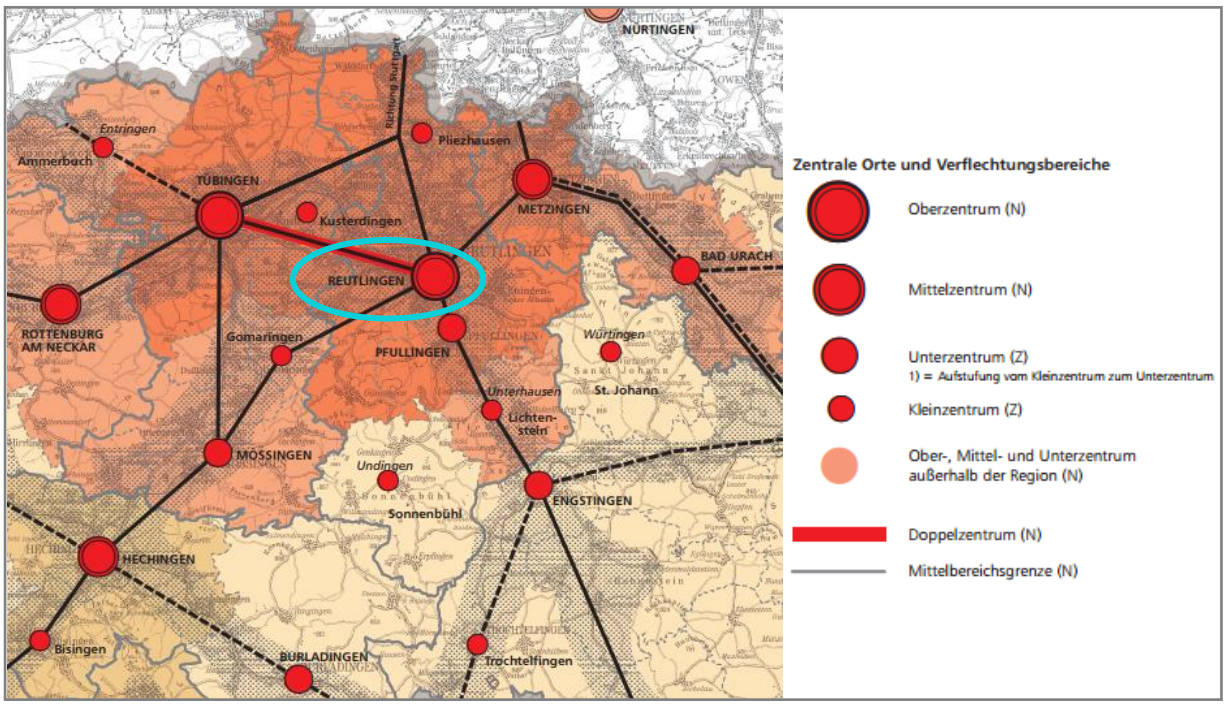
5.1. Makrostandort Reutlingen

Die Stadt Reutlingen verfügt über 115.136[3] Einwohner und liegt in der Region Neckar-Alb, ca. 40 km südlich von der Landeshauptstadt Stuttgart entfernt. Im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002 ist die Stadt Reutlingen zusammen mit der Stadt Tübingen als gemeinsames Oberzentrum ausgewiesen.

Der landesplanerisch definierte Mittelbereich Reutlingen umfasst neben dem Stadtkreis Reutlingen die Kommunen Eningen unter Achalm, Lichtenstein, Pfullingen, Pliezhausen, Sonnenbühl, Walddorfhäslach und Wannweil.

Siedlungsstrukturell setzt sich die Stadt Reutlingen aus der Kernstadt (Reutlingen Mitte ca. 68.500 Einwohner) und zwölf weiteren Stadtbezirken zusammen. Dabei stellt der Stadtbezirk Betzingen (ca. 11.300 Einwohner) neben der Kernstadt, den einwohnerstärksten Stadtbezirk dar.

Abb. 5 Lage der Stadt Reutlingen und der zentralen Orte in der näheren Umgebung



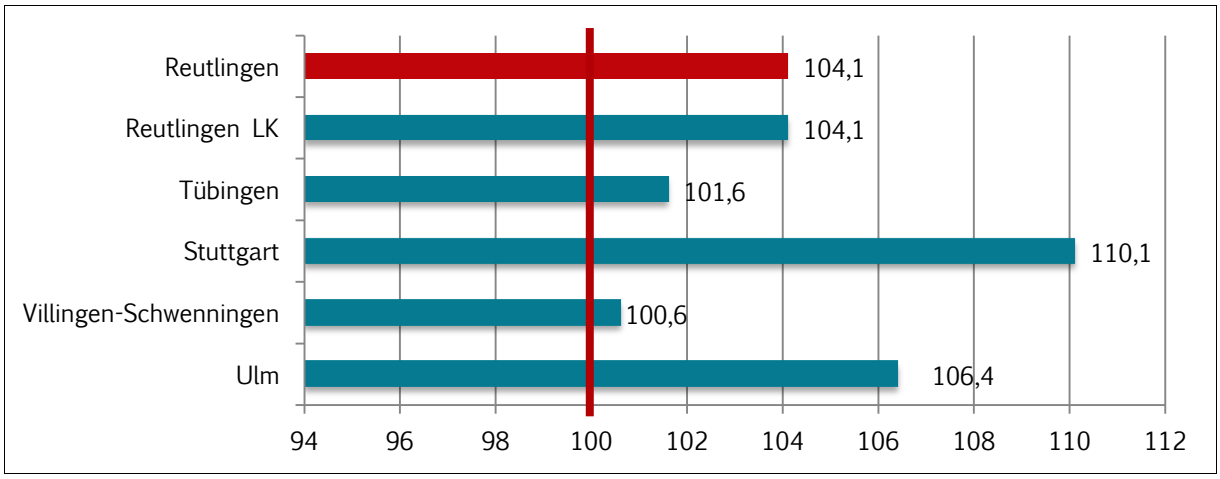
Quelle: Regionalplan Neckar-Alb 2013; Bearbeitung: CIMA 2016

[3] Stadt Reutlingen: Einwohnerzahl, Stand: September 2016

5.2. Einzelhandelskennziffern

Mit einem **regionalen Kaufkraftkoeffizienten** (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 104,1 liegt die Stadt Reutlingen über dem Bundesdurchschnitt von 100 (Indexwert). Auch der Landkreis Reutlingen weist einen Wert über dem Bundesdurchschnitt auf. Im Vergleich zu anderen Oberzentren besitzen nur Stuttgart und Ulm höhere Kaufkraftkennziffern.

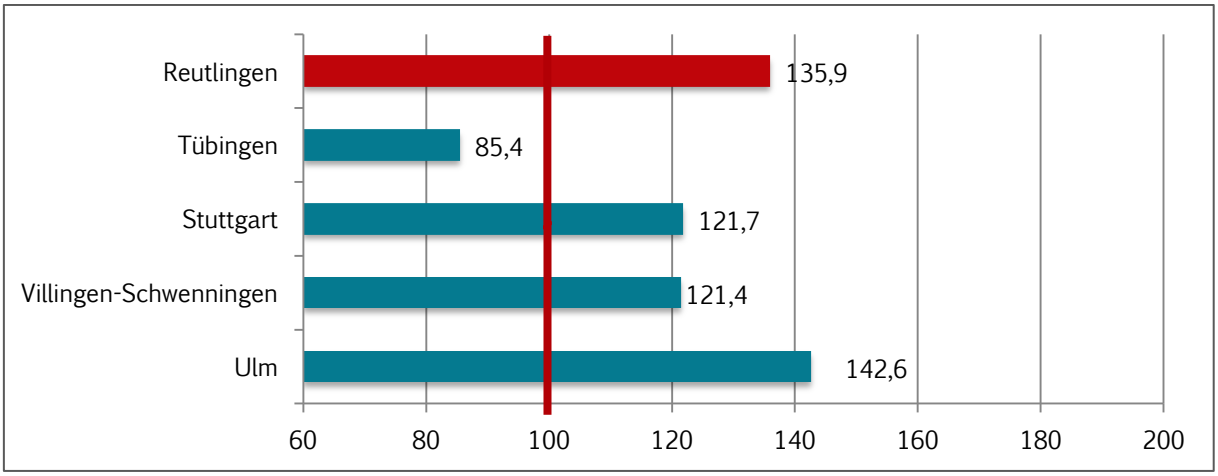
Abb. 6 Kaufkraftkennziffern im Vergleich zum Landkreis Reutlingen und zu anderen Oberzentren



Quelle: BBE!CIMA!MB Research, 2016

Mit einer **Zentralitätskennziffer** (Relation Umsatz zu Kaufkraft) von 135,9 besitzt das Oberzentrum Reutlingen eine sehr hohe Handelszentralität, d.h. es liegt ein deutlicher Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadt vor. Im Vergleich mit den anderen Oberzentren verzeichnet nur das Oberzentrum Ulm eine höhere Zentralitätskennziffer.

Abb. 7 Zentralitätskennziffern im Vergleich zu anderen Oberzentren



Quelle: BBE!CIMA!MB Research, 2016

5.3. Planstandort Justus-von-Liebig-Straße

Der Planstandort „Justus-von-Liebig-Straße“ befindet sich im östlichen Bereich des Industrie- und Gewerbegebietes „Mark West“ und ist etwa 5 km vom Stadtzentrum Reutlingen und vom Hauptbahnhof entfernt. Im Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Reutlingen ist der Standort als Zone 3 A ausgewiesen, für welche folgende Aussagen bzgl. der Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen getroffen werden:

„Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Die innenstadtrelevanten Randsortimente sind auf insgesamt maximal 10 % der Verkaufsfläche zu begrenzen, höchstens jedoch 400 qm. Absicherung bestehender Einzelhandelsbetriebe durch Ausweisung von Sondergebieten.“

Der Standort wurde bisher durch die Firma real als SB-Warenhaus genutzt und stellt aktuell eine Gewerbebrache dar. Im Rahmen der Neustrukturierung des Standortbereiches erfolgt die Einbeziehung des Nachbargrundstückes, welches gegenwärtig noch durch einen Spielwarenfachmarkt der Fa. Toys“R“Us genutzt wird. Dieser Fachmarkt sowie die Waschstraße und der KFZ-Service, welche sich ebenfalls auf dem Plangrundstück befinden, werden im Zuge der Neuarrondierung der Grundstücke ersatzlos entfallen.

In der Nachbarschaft befinden sich neben Betrieben aus dem produzierenden Gewerbe weitere großflächige Einzelhandelsnutzungen wie z.B. Braun Möbel-Center, Wohnland Reutlingen und BayWa Zoo- und Gartencenter. Daneben sind mehrere Fachmärkte wie z.B. dm, Intersport, Saturn, Deichmann und Reno Schuh sowie der Lebensmittelanbieter Aldi im näheren Standortumfeld ansässig.

Die nachstehenden Fotoaufnahmen geben einen aktuellen Eindruck über den Planstandort wieder, welche den Handlungsdruck für eine angemessene und standortgerechte Nachnutzung dieses Standortbereiches unterstreichen.

Abb. 8 Fotoaufnahmen des Planstandortes

Ehemaliger Markt der Fa. real

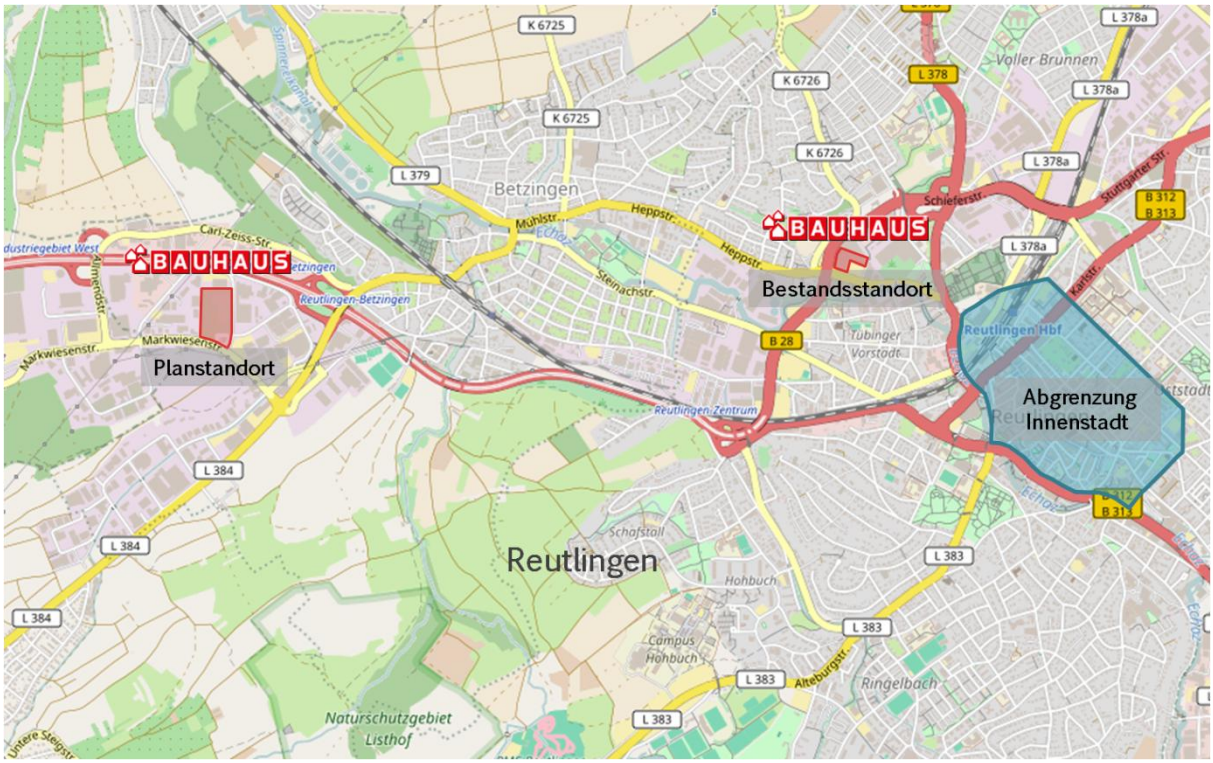
Ehemaliger Markt der Fa. real

Angrenzende Waschstraße und KFZ-Service

Markt der Fa. Toys“R“Us

Quelle: CIMA Oktober 2016

Abb. 9 Lage des Bestandsstandortes sowie des Planstandortes „Justus-von-Liebig-Straße“ in der Stadt Reutlingen und Abgrenzung des Einzelhandelsschwerpunkts „Innenstadt“ (schematische Darstellung)



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (http://openstreetmap.org), CC-BY-SA (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/); Stadt Reutlingen: Zonierung der Einzelhandelsstruktur in Reutlingen (https://www.reutlingen.de/de/Wirtschaft,-Bauen+Wohnen/Stadtentwicklung/Märkte-/Zentrenkonzept); Bearbeitung: CIMA 2016

6 Projektrelevante Angebotssituation

Für die Darstellung der projektrelevanten Angebotssituation erfolgte eine Aufnahme und Bewertung der aktuellen Angebotsstruktur im Bau- und Gartenmarktsegment in der Gesamtstadt Reutlingen durch Erhebungen der CIMA im Oktober 2016. Weiterhin erfolgte eine Aufnahme und Bewertung der wesentlichen Anbieter im Bau- und Gartenmarktsegment in den umliegenden zentralen Orten, welche durch das Vorhaben in Reutlingen betroffen sein können.

Für die Aufnahme und Bewertung der projektrelevanten Angebotsstruktur wurden folgende Kriterien zugrundegelegt:

- Sortimentsgenaue Aufnahme der Verkaufsflächen bei den projektrelevanten Anbietern, wobei die Freiverkaufsflächen (z.B. bei Gartenmärkten) vollständig berücksichtigt wurden
- Ermittlung der sortimentsbezogenen Umsätze unter Berücksichtigung branchenüblicher Flächenleistungen
- Ausweisung der projektrelevanten Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen, wobei eine Differenzierung nach dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem restlichen Stadtgebiet erfolgte
- Darstellung der gegenwärtigen Marktposition der jeweiligen Kommunen bei den projektrelevanten Sortimenten

Alle Ausführungen zu der projektrelevanten Angebotssituation beziehen sich auf den Stand der Erhebungen Mitte Oktober 2016.

6.1. Angebotssituation im Oberzentrum Reutlingen

Die Daten zum Verkaufsflächenbestand sind in der nachfolgenden Tabelle sortimentsbezogen in der räumlichen Verteilung nach Standortlagen ausgewiesen. Bei den Verkaufsflächen erfolgte eine Zuordnung der Sortimente nach zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

In der Gesamtstadt Reutlingen wurden insgesamt 53.090 qm VK in den projektrelevanten Sortimenten erhoben. In der räumlichen Verteilung nach Standortlagen entfallen:

- auf die Innenstadt (ZVB) ca. 6.070 qm VK
- auf das restliche Stadtgebiet ca. 47.020 qm VK.

Somit entfallen 11,4 % der projektrelevanten Verkaufsfläche auf die Innenstadt und 88,6 % der Verkaufsfläche auf das restliche Stadtgebiet.

Tab. 2 Verkaufsfläche bei den projektrelevanten Sortimenten in der Gesamtstadt Reutlingen nach Standortlagen

Reutlingen Gesamtstadt	Innenstadt (ZVB)	Prozentualer Anteil der VK Innenstadt an der Gesamt-VK	Restliches Stadtgebiet	Prozentualer Anteil der VK restliches Stadtgebiet an der Gesamt-VK	Gesamtstadt Reutlingen
Sortimente	**VK in qm**	**Anteil in %**	**VK in qm**	**Anteil in %**	**VK in qm**
Baumarkt/Bäder/ Baustoffe	0	0,0%	13.650	100,0%	13.650
Gartencenter	100	0,7%	14.290	99,3%	14.390
Teppiche*, Farben, Lacke, Bodenbeläge	780	10,7%	6.535	89,3%	7.315
Lampen/Leuchten	120	4,6%	2.465	95,4%	2.585
Summe nicht-zentrenrelevante Sortimente**	**1.000**	**2,6%**	**36.940**	**97,4%**	**37.940**
Haus und Heimtextilien	2.010	35,7%	3.620	64,3%	5.630
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Kunst	3.060	32,1%	6.460	67,9%	9.520
Summe zentrenrelevante Sortimente	**5.070**	**33,5%**	**10.080**	**66,5%**	**15.150**
Insgesamt	**6.070**	**11,4%**	**47.020**	**88,6%**	**53.090**

Quelle: CIMA-Erhebungen 2016
* Teppiche nach Regionalplan Neckar-Alb i.d.R. zentrenrelevant, in der Stadt Reutlingen hauptsächlich in den Möbelhäusern vorhanden
** ohne Marginalsortimente: Kfz-Zubehör, Fahrrad-Zubehör

In der **Innenstadt (ZVB)** liegt der Schwerpunkt auf i.d.R. spezialisierten Fachgeschäften mit den Sortimenten Haus- und Heimtextilien, GPK/Haushaltswaren und Teppiche. Hervorzuheben ist die Fa. Haux Wohntextilien, die auf einer Verkaufsfläche von ca. 950 qm zum überwiegenden Teil Haus- und Heimtextilien sowie GPK/Haushaltswaren anbietet.

Des Weiteren ist mit der Fa. Galeria Kaufhof ein Warenhaus in der Innenstadt ansässig, das auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.600 qm ebenfalls die Sortimente Haus- und Heimtextilien sowie GPK/Haushaltswaren anbietet. Daneben sind einige spezialisierte Anbieter z.B. von Gardinen sowie eine Gärtnerei in der Innenstadt ansässig. Bei den typischen baumarktrelevanten Sortimenten ist kein Besatz in der Innenstadt vorhanden.

Die typischen baumarktrelevanten Sortimente sind nahezu ausschließlich außerhalb der Innenstadt (ZVB) im **restlichen Stadtgebiet** vertreten. Der Besatz konzentriert sich weitgehend auf die Kernstadt Reutlingen sowie auf den Stadtbezirk Betzingen. In den z.T. ländlich geprägten weiteren Stadtbezirken sind die projektrelevanten Sortimente nur sporadisch anzutreffen.

Der projektrelevante Einzelhandelsbesatz konzentriert sich vor allem auf die Gewerbegebietslagen „Im Laisen“ nordöstlich der Innenstadt und „Mark West“ im westlichen Stadtgebiet von Reutlingen, wo sich der Planstandort befindet. Dort sind mit der Fa. BayWa Garten und Zoo, der Fa. Raab Karcher, der Fa. Prosol und der Fa. Sanitär Bez eine Vielzahl an Anbietern ansässig, deren Angebot vom Gartenbedarf über Farben, Lacke und Fliesen bis zu Sanitäreinrichtungen reicht.

Im Bau- und Gartenmarktbereich ist des Weiteren auf den bestehenden Standort der Fa. Bauhaus in der „Emil-Adolff-Straße“ hinzuweisen, welcher mit ca. 9.000 qm Verkaufsfläche (inkl. Freiflächen) gegenwärtig den einzigen klassischen Bau- und Gartenmarkt in der Gesamtstadt Reutlingen darstellt.

Als weitere wesentliche Anbieter mit baumarktrelevanten Sortimenten im restlichen Stadtgebiet von Reutlingen sind die Fa. Knapp, ein Eisenwaren-Fachmarkt, die Fa. Holz Braun, ein Fachmarkt für Bodenbeläge und Ausbau sowie die Fa. Taxis, ein Anbieter von Fliesen, Sanitär und Heizungen zu nennen.

Im Gartenmarktsegment ist auf eine Garten- und Baumschule mit einem hohen Anteil an Freiverkaufsflächen sowie auf zwei Anbieter von Gartenmöbeln hinzuweisen, welche den überdurchschnittlich hohen Verkaufsflächenbestand in diesem Segment beeinflussen.

Bei den Sortimenten „Lampen und Leuchten“ sowie bei den zentrenrelevanten Sortimenten wie Haus- und Heimtextilien, GPK/Haushaltwaren besitzen insbesondere die Möbelhäuser der Fa. Wohnland Reutlingen, der Fa. Braun Möbel Center, der Fa. Möbel Rieger und der Fa. Roller einen hohen Stellenwert als Einzelhandelslagen außerhalb der Innenstadt (ZVB).

Der prozentuale Anteil der Verkaufsfläche des Sortiments „Lampen und Leuchten“ liegt bei 95,4 % im restlichen Stadtgebiet und somit liegt der Schwerpunkt dieses Sortiments eindeutig außerhalb der Innenstadt (ZVB). Daher wird nach gutachterlicher Einschätzung der CIMA Beratung + Management GmbH empfohlen, das Sortiment „Lampen und Leuchten“ den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Insgesamt wurde ein Bestandsumsatz für alle projektrelevanten Sortimente in der Gesamtstadt Reutlingen von ca. 104,9 Mio. € ermittelt, wovon ca. 66,9 Mio. € durch die nicht zentrenrelevanten Sortimente und 38,0 Mio. € durch die zentrenrelevanten Sortimente erzielt werden.

Tab. 3 Bestandsumsatz bei den projektrelevanten Sortimenten in der Gesamtstadt Reutlingen nach Standortlagen und sortimentsbezogene Einzelhandelszentralität der Gesamtstadt Reutlingen

Reutlingen Gesamtstadt					
	Innenstadt (ZVB)	restliches Stadtgebiet	Gesamtstadt Reutlingen	Kaufkraftpotential Gesamtstadt Reutlingen	Ist-Zentralität Gesamtstadt Reutlingen
Sortimente	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €	in Mio. €	
Baumarkt/Bäder/Baustoffe	0,0	34,1	34,1	44,7	0,76
Gartencenter	0,1	11,5	11,6	10,8	1,07
Teppiche, Farben, Lacke, Bodenbeläge	1,6	13,1	14,7	7,1	2,07
Lampen/Leuchten	0,3	6,2	6,5	3,0	2,17
Summe nicht-zentrenrelevante Sortimente *	**2,0**	**64,9**	**66,9**	**65,6**	**1,02**
Haus und Heimtextilien	5,0	9,1	14,1	9,8	1,44
GPK/HHW, Kunst	7,7	16,2	23,9	12,2	1,96
Summe zentrenrelevante Sortimente	**12,7**	**25,3**	**38,0**	**22,0**	**1,73**
Insgesamt	**14,7**	**90,2**	**104,9**	**87,6**	**1,20**

Quelle: CIMA-Erhebungen und Berechnungen; z.T. Umsatzschätzungen; leichte Rundungsdifferenzen möglich
* ohne Marginalsortimente: Kfz-Zubehör, Fahrrad-Zubehör

Bei den Hauptsortimenten (nicht-zentrenrelevante Sortimente) im Bau- und Gartenmarktsegment ergibt sich bei einem Kaufkraftpotential von 65,6 Mio. € in der Gesamtstadt Reutlingen eine Einzelhandelszentralität von 1,02. Dies verdeutlicht, dass die Stadt Reutlingen für ein Oberzentrum eine eher niedrige Handelszentralität im Bau- und Gartenmarktsegment hat[4].

Die Standorte der wesentlichen Anbieter im Bau- und Gartenmarktsegment sind in der nachfolgenden Karte für die Stadt Reutlingen (inkl. angrenzendes Unterzentrum Pfullingen) dargestellt.

[4] Zum Vergleich: Die Handelszentralität für alle Einzelhandelssortimente beläuft sich auf 135,9 (vgl. Abb. 7)

Abb. 10 Schematische Übersicht der strukturprägenden Wettbewerber im Bau- und Gartenmarktbereich in der Stadt Reutlingen (inkl. angrenzende Stadt Pfullingen)

Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (http://openstreetmap.org), CC-BY-SA (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/); Bearbeitung: CIMA 2016

Fazit

Insgesamt kann festgehalten werden, dass in der Innenstadt Reutlingen (ZVB) die Angebotssituation bei den projektrelevanten Sortimenten nur gering ausgeprägt ist. Der räumliche Verkaufsflächenschwerpunkt liegt eindeutig auf dem restlichen Stadtgebiet.

Das Sortiment „Lampen und Leuchten“ ist im ZVB Innenstadt mit einer Verkaufsfläche von 120 qm vertreten und wird hauptsächlich von den Möbelhäusern außerhalb des ZVBs angeboten. Nach gutachterlicher Einschätzung der CIMA kann das Sortiment „Lampen und Leuchten“ den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden (CIMA Empfehlung).

Der bestehende Standort der Fa. Bauhaus in der „Emil-Adolff-Straße“ stellt nach der Aufgabe des Standortes „Auchtertstraße“ durch die Fa. Praktiker den einzigen „klassischen“ Baumarkt im gesamten Stadtgebiet von Reutlingen dar. Im Gartencentersegment (inkl. Zoo) stellt die Fa. BayWa mit einer Verkaufsfläche von ca. 5.500 qm einen attraktiven Anbieter dar.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Stadt Reutlingen eine eher unterdurchschnittliche Ausstattung im Bau- und Gartenmarktsegment für ein Oberzentrum aufweist.

6.2. Angebotssituation in den umliegenden zentralen Orten

Für die Bewertung des Planstandortes wird die projektrelevante Angebotssituation in den umliegenden zentralen Orten nachfolgend dargestellt.

Eine Betrachtung der Angebotssituation erfolgt dabei für die Hauptsortimente (nicht-zentrenrelevante Sortimente) im Bau- und Gartenmarktsegment, welche den überwiegenden Anteil der Verkaufsfläche am Planstandort ausmachen und konzentriert sich auf die systemgleichen Anbieter.

Unterzentrum Pfullingen

Das Unterzentrum Pfullingen ist dem Mittelbereich des Oberzentrums Reutlingen zugeordnet und grenzt östlich unmittelbar an die Stadt Reutlingen an.

Mit dem Bau- und Gartenfachmarkt der Fa. Obi an der Römerstraße ist unmittelbar an der Gemarkungsgrenze zu Reutlingen ein wesentlicher Anbieter mit ca. 8.400 qm VK ansässig. In dessen Standortumfeld sind mit dem Gartencenter Dehner (ca. 4.800 qm VK) und dem Teppichfachmarkt der Fa. TTL weitere wesentliche Anbieter vorhanden.

Im südöstlichen Stadtgebiet von Pfullingen ist ferner eine Baumschule mit angeschlossenem großflächigem Gartencenter ansässig.

Vor allem durch die Anbieter an der Gemarkungsgrenze zu Reutlingen wird die Marktdurchdringung des Planstandortes in Richtung Schwäbische Alb begrenzt.

Oberzentrum Tübingen

Als wesentlicher Anbieter im Oberzentrum Tübingen ist die Fa. Hornbach an der B 27 mit ca. 12.200 qm VK (Baumarkt mit Gartencenter) zu benennen. Dieser Standort hat eine hohe Marktposition und strahlt auch in das Stadtgebiet von Reutlingen hinein.

Ca. 8 km westlich vom Planstandort an der B 28, ist ein Baumarkt der Fa. toom mit ca. 8.500 qm VK im Oberzentrum Tübingen ansässig. An diesem Standort ist zudem die Fa. Kemmler Baustoffe und Fliesen als spezialisierter Anbieter vorhanden.

Mittelzentrum Metzingen

Im Mittelzentrum Metzingen wird das Angebot bei den projektrelevanten Sortimenten in erster Linie durch den Baumarkt der Fa. toom mit ca. 6.900 qm VK geprägt. Direkt am Standort befindet sich zudem der Spezial-Anbieter Kemmler Fliesen und Baustoffe. Im nordwestlichen Stadtgebiet von Metzingen befindet sich eine Baumschule mit angeschlossenem großflächigem Gartencenter (überwiegend Freifläche).

Die projektrelevante Wettbewerbssituation in den umliegenden zentralen Orten ist in der nachfolgenden Tabelle nochmals dargelegt.

Tab. 4 Verkaufsflächen bei den projektrelevanten Sortimenten (nicht-zentrenrelevant) in den umliegenden zentralen Orten (nur wesentliche systemgleiche Wettbewerber)

umliegende zentrale Orte	Unterzentrum Pfullingen	Oberzentrum Tübingen	Mittelzentrum Metzingen
Sortimente	VK in qm	VK in qm	VK in qm
Baumarkt/Bäder/Baustoffe	3.815	9.040	3.750
Gartencenter	12.465	7.775	5.200
Teppiche, Farben, Lacke, Bodenbeläge	1.960	4.510	1.915
Lampen/Leuchten	350	835	200
Summe nicht-zentrenrelevante Sortimente*	18.590	22.160	11.065

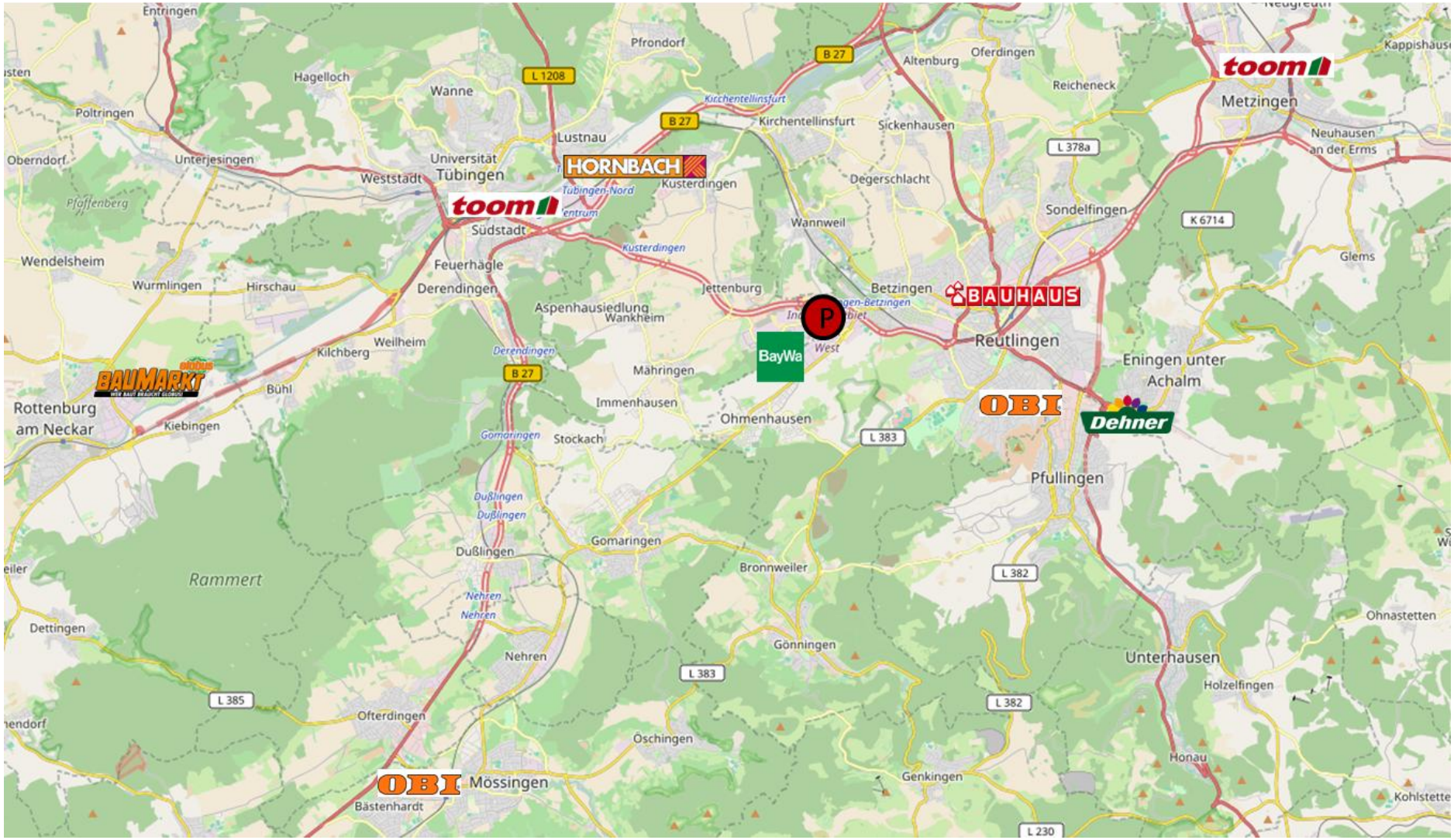
Quelle: CIMA-Erhebungen 2016
* ohne Marginalsortimente: Kfz-Zubehör, Fahrrad-Zubehör

Sonstige Standorte

Als weitere Anbieter im weiteren Umfeld von Reutlingen sind ein Baumarkt der Fa. Obi im **Unterzentrum Mössingen** sowie ein Baumarkt der Fa. Globus im **Mittelzentrum Rottenburg am Neckar** zu benennen. Diese Anbieter sind jedoch aufgrund der großen Entfernung zum Planstandort als nicht relevante Wettbewerber einzustufen.

Die Standortlagen der wesentlichen Anbieter im Bau- und Gartenmarktsegment sind in der nachfolgenden Karte für die Stadt Reutlingen sowie für die umliegenden zentralen Orte dargestellt.

Abb. 11 Schematische Übersicht der strukturprägenden Wettbewerber im Bau- und Gartenmarktbereich in den umliegenden zentralen Orten



Quelle: © OpenStreetMap und Mitwirkende (http://openstreetmap.org), CC-BY-SA (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/); Bearbeitung: CIMA 2016

7 Marktgebiet und Kaufkraftvolumina

7.1. Marktgebiet des geplanten Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus

Zur Ermittlung des Marktgebietes, welches durch den geplanten Bau- und Gartenmarkt der Fa. Bauhaus zumindest in Teilen erschlossen wird, wurden u.a. folgende Kriterien herangezogen:

- ausgewählte PKW-Fahrtzeitzonen
- die regionale Wettbewerbssituation
- die topographischen Bedingungen
- die administrativen Grenzen

PKW-Fahrtzeit-Isochronen (Ansatz 1)

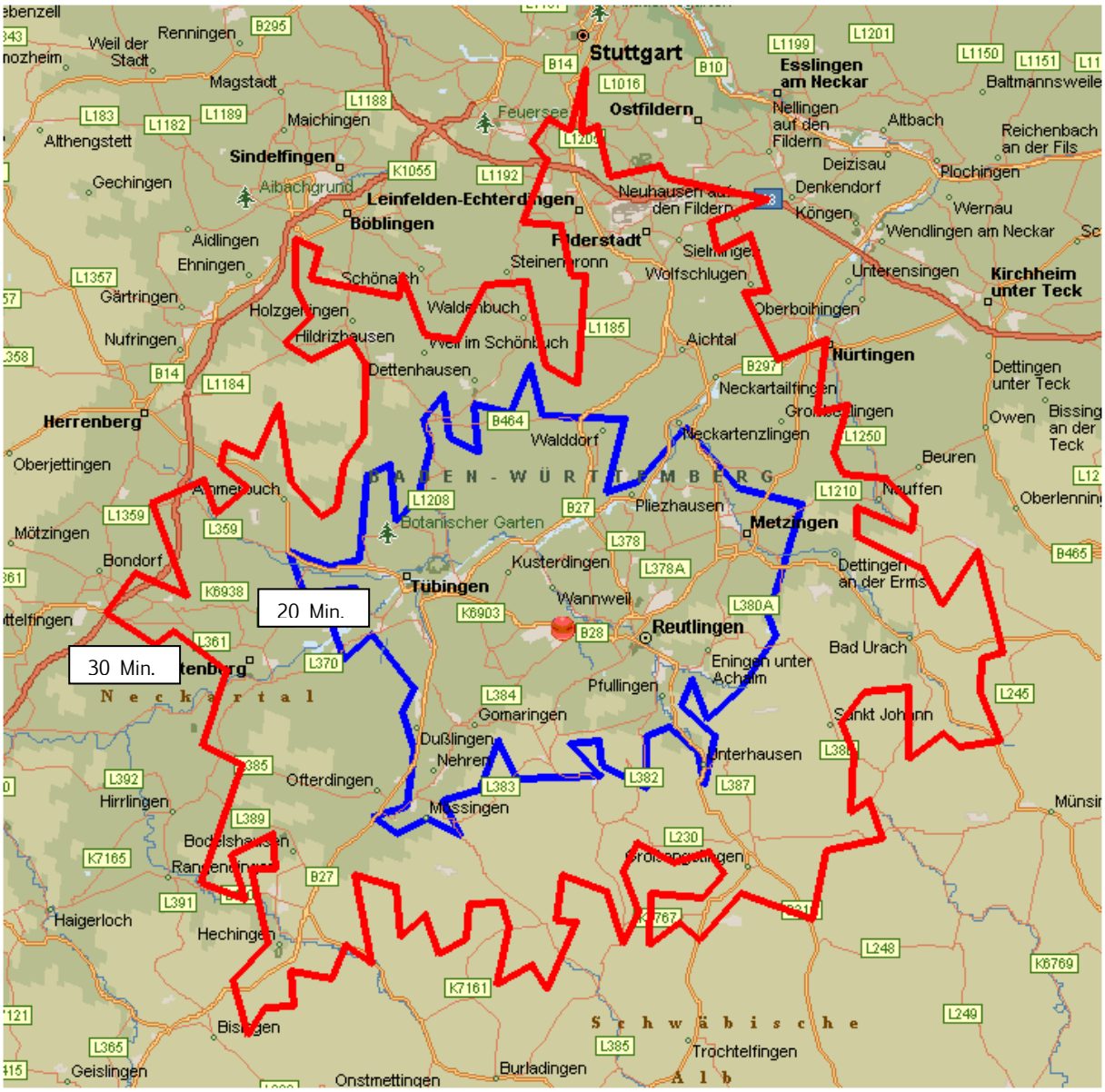
Zur ersten Einordung der räumlichen Marktausstrahlung für den Bau- und Gartenmarkt erfolgt die Darstellung ausgewählter PKW-Fahrtzeit-Isochronen.

Für den Bau- und Gartenmarkt der geplanten Größenordnung von ca. 16.500 qm VK kann eine Absatzreichweite unterstellt werden, welche durch PKW-Fahrtzeiten von 20 bis maximal 30 Minuten bestimmt werden.

Die 30-Minuten PKW-Fahrtzeitzone reicht im Norden über die Filderebene bis zur Landeshauptstadt Stuttgart, im Osten bis nach Bad Urach, im Süden bis auf die schwäbische Alb und im Westen bis nach Rottenburg. Bei Berücksichtigung der regionalen Wettbewerbssituation im Bau- und Gartenmarktsegment ist eine räumliche Ausdehnung des Marktgebietes für den Planstandort in Reutlingen, welches bis zur 30 Minuten Fahrtzeitzone reicht, als nicht realistisch angenommen worden.

Die 20 Minuten PKW-Fahrtzeitzone kann weitgehend dem „Kerneinzugsgebiet“ zugeordnet werden und reicht im Norden sowie im Süden bis an die Gemarkungsgrenze von Reutlingen, im Osten bis nach Eningen unter Achalm und im Westen bis nach Tübingen.

Abb. 12 Planstandort sowie 20-Min- 30-Min-Fahrzeit-Isochrone



Quelle: Microsoft MapPoint, Bearbeitung: CIMA 2016

Regionale Wettbewerbssituation (Ansatz 2)

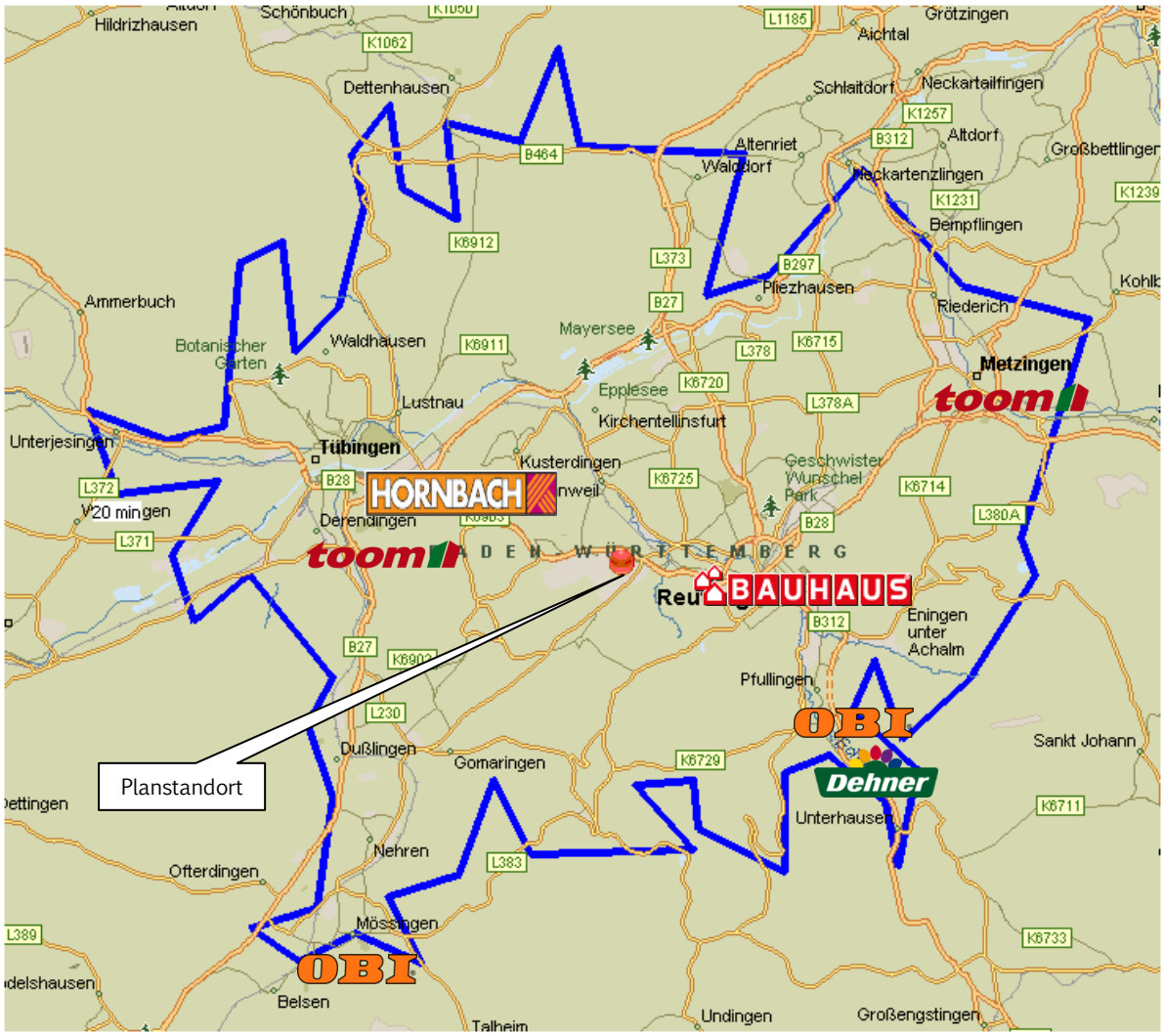
Innerhalb der 20 Minuten PKW-Fahrtzeitzone, welche weitgehend dem „Kerneinzugsgebiet“ zugeordnet werden kann, erfolgt eine differenzierte Betrachtung der voraussichtlichen Marktdurchdringung durch den Planstandort in der Stadt Reutlingen.

Im Westen wird das Marktgebiet durch das Angebot (Fa. toom, Fa. Hornbach) innerhalb des Oberzentrums Tübingen überlagert bzw. begrenzt.

Im Nordosten verfügt das Mittelzentrum Metzingen mit der Fa. toom ebenfalls über einen betriebstypengleichen Anbieter, welcher das nordöstliche Marktgebiet überlagert bzw. begrenzt.

Im Südosten verfügt das Unterzentrum Pfullingen an der Gemarkungsgrenze der Stadt Reutlingen mit dem Baumarkt der Fa. Obi und dem Garten- und Zoofachmarkt der Fa. Dehner über ein leistungsstarkes Angebot und überlagert bzw. begrenzt das Marktgebiet in südöstlicher Richtung.

Abb. 13 Wesentliche Wettbewerbsstandorte innerhalb der 20-Minuten PKW-Fahrzeitzone



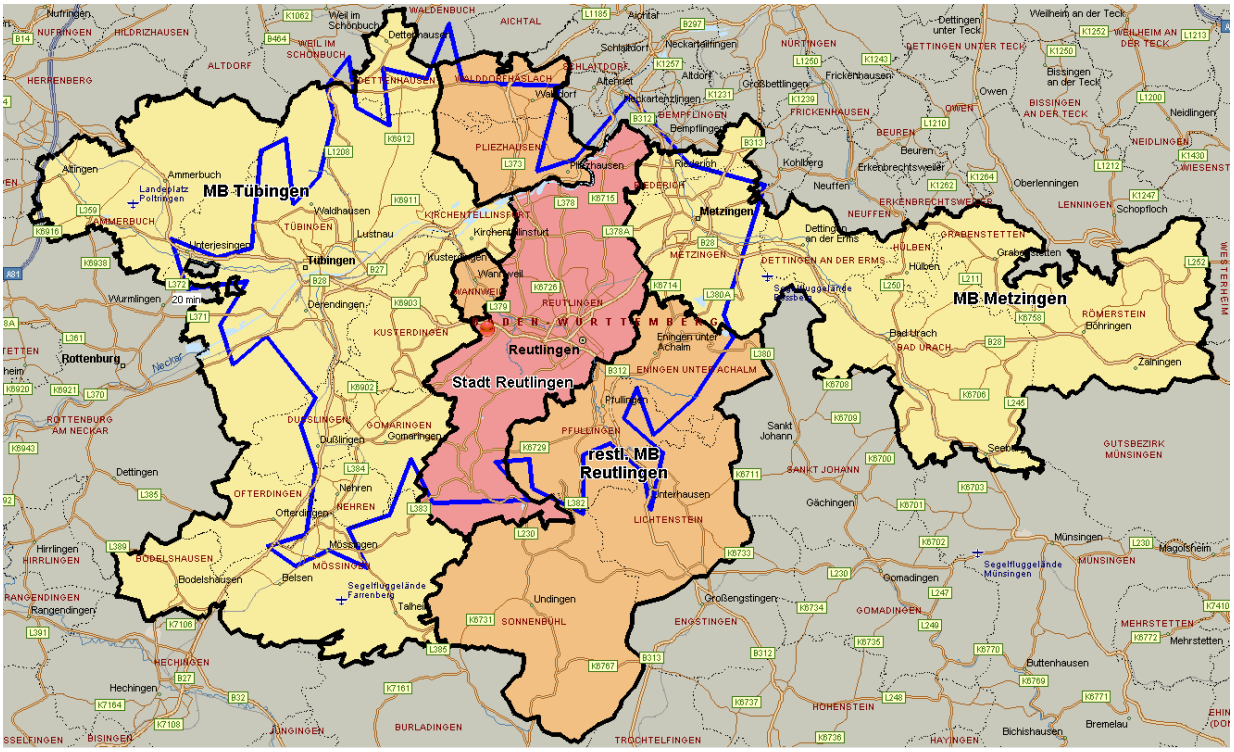
Quelle: Microsoft MapPoint, Bearbeitung: CIMA 2016

Abgrenzung und Gliederung des Marktgebietes der Fa. Bauhaus

Zur Bewertung der raumordnerischen Auswirkungen werden nachfolgend die landesplanerisch definierten Mittelbereiche, welche durch das Vorhaben in Reutlingen „betroffen“ sind, als räumliche Bezugsgröße herangezogen.

Bei Berücksichtigung der 20 min Fahrzeitzone sowie der regionalen Wettbewerbssituation werden die Mittelbereiche Reutlingen, Tübingen und Metzingen in unterschiedlicher Intensität betroffen sein.

Abb. 14 Abgrenzung und Gliederung des Marktgebietes des Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus (räumliche Bezugsbasis landesplanerisch definierte Mittelbereiche)



Quelle: Microsoft MapPoint, Bearbeitung: CIMA 2016

Insgesamt kann das Marktgebiet in vier Teilräume untergliedert werden, in denen folgende Städte und Gemeinden aus den Mittelbereichen Reutlingen, Tübingen und Metzingen liegen:

- **Teilraum I:** Gesamtstadt Reutlingen
- **Teilraum II:** Eningen unter Achalm, Pfullingen, Pliezhausen, Walddorfhäslach, Wannweil (aus dem restlichen Mittelbereich Reutlingen)
- **Teilraum III:** Dettenhausen, Dußlingen, Gomaringen, Kirchentellinsfurt, Kusterdingen, Nehren, Ofterdingen, Tübingen (aus dem Mittelbereich Tübingen)
- **Teilraum IV:** Metzingen, Riederich (aus dem Mittelbereich Metzingen)

In der nachfolgenden Tabelle sind die Bevölkerungspotentiale für die landesplanerisch definierten Mittelbereiche sowie die Bereiche, welche dem Kerneinzugsgebiet des Planstandortes in Reutlingen zugeordnet werden können, dargestellt.

Tab. 5 Bevölkerungspotential nach Mittelbereichen bzw. im Kerneinzugsgebiet

Mittelbereich	Bevölkerungs-potential im Mittelbereich insgesamt	davon Bevölkerungs-potential im Kernein-zugsgebiet (20 min Fahrzeitzone)	Anteil des Kerneinzugsge-biets am gesamten Mittelbe-reich in %
Kernstadt Reutlingen	68.494	68.494	100,0%
Stadtbezirke Reutlingen	46.642	46.642	100,0%
Stadt Reutlingen	**115.136**	**115.136**	**100,0%**
restl. MB Reutlingen*	64.908	48.675	74,9%
MB Tübingen	167.700	130.795	77,9%
MB Metzingen	58.726	25.988	44,3%
insgesamt	**406.470**	**320.594**	**78,9%**

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Basis: Zensus 2011, Stand 31.12..2015; Stadt Reutlingen, Stand September 2016

*zum restlichen MB Reutlingen gehören die Städte/Kommunen Eningen unter Achalm, Lichtenstein, Pfullingen, Pliezhausen, Sonnenbühl, Walddorfhäslach, Wannweil

Wie bereits dargestellt, sind aus dem östlichen Teil des Mittelbereichs Metzingen, aus dem westlichen Teil des Mittelbereichs Tübingen sowie aus dem südlichen Teil des Mittelbereichs Reutlingen nur in geringem Umfang Kundenverflechtungen vorhanden. Dies wird bei der Umsatzprognose für das Vorhaben und den Marktabschöpfungsquoten in den entsprechenden Mittelbereichen entsprechend berücksichtigt.

Das Kerneinzugsgebiet der Fa. Bauhaus am Planstandort in Reutlingen tangiert somit in Teilen die umliegenden landesplanerisch definierten Mittelbereiche Tübingen und Metzingen und umfasst ca. 78 % des Bevölkerungspotentials aus dem Mittelbereich Tübingen, ca. 44 % des Bevölkerungspotentials aus dem Mittelbereich Metzingen sowie ca. 75 % des Bevölkerungspotentials aus dem restlichen Mittelbereich Reutlingen.

7.2. Ermittlung des projektrelevanten Kaufkraftpotentials

Die bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauchsausgabe für den Einzelhandel insgesamt belief sich im Jahr 2015/2016 auf ca. 5.828,- €.

Auf Basis der nach Hauptwarengruppen zusammengefassten Einzelsortimente (vgl. Tab. 1) sind die projektrelevanten Kaufkraftvolumina für den Bau- und Gartenmarkt in den nachfolgenden Tabellen differenziert ausgewiesen.

Für den Bau- und Gartenmarkt beträgt die Pro-Kopf-Verbrauchsausgabe für alle relevanten Sortimente ca. 771,- €.

Hiervon entfallen ca. 497,- € auf die baumarktrelevanten Sortimente (inkl. Baustoffe), ca. 90,- € auf gartenmarktrelevante Sortimente und ca. 184,- € auf die zentrenrelevanten Randsortimente.

Tab. 6 Pro-Kopf-Ausgaben projektrelevante Sortimente der Fa. Bauhaus

Sortimente/ Hauptwarengruppen	Pro-Kopf-Ausgaben in €
Eisenwaren/Baumarktartikel	244,-
Farben/Lacke/Tapeten; Bodenbeläge/Teppiche	59,-
Bad und Sanitär	69,-
Baustoffe	60,-
Lampen und Leuchten	25,-
Sonst. Sortimente (nicht zentrenrelevant)	40,-
Baumarkt	**497,-**
Gartenmarktartikel	90,-
Gartenmarkt	**90,-**
Kernsortimente nicht zentrenrelevant insgesamt	**577,-**
Haus- und Heimtextilien	82,-
Haushaltswaren/GPK/Kunst	102,-
Randsortimente zentrenrelevant insgesamt	**184,-**
relevante Sortimente insgesamt	**771,-**

Quelle: Zusammenstellung CIMA; die Ermittlung der sortimentsbezogenen Pro-Kopf-Ausgaben erfolgte auf Basis der EHI-Handelsdaten, Markt- und Strukturdaten der BBE Handelsberatung und weiterer Quellen

Die angesetzten Pro-Kopf-Ausgaben nach Sortimenten/Warengruppen wurden mit den entsprechenden regionalen Kaufkraftkoeffizienten der Kommunen innerhalb der Mittelbereiche bzw. innerhalb des abgegrenzten Marktgebietes gewichtet.

In den nachfolgenden Tabellen sind die sortimentsbezogenen Kaufkraftvolumina für die landesplanerisch definierten Mittelbereiche sowie für die abgegrenzten Marktgebietszonen (20 min PKW-Fahrtzeitzone) detailliert ausgewiesen. Dabei erfolgte eine Unterscheidung nach nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten (vgl. Tab. 7) und zentrenrelevanten Randsortimenten (vgl. Tab. 8).

Zur Bewertung der raumordnerischen Auswirkungen werden bei weiteren Berechnungen die sortimentsbezogenen Kaufkraftvolumina der landesplanerisch definierten Mittelbereiche als räumliche Bezugsgröße herangezogen.

Tab. 7 Kaufkraftpotential Bau- und Gartenmarkt der Fa. Bauhaus nach Mittelbereichen bzw. im Kerneinzugsgebiet in Mio. € (nicht zentrenrelevante Sortimente)

	Kaufkraft Baumarkt Kernsortiment		Kaufkraft Gartencenter Kernsortiment		Kaufkraft Bau- und Gartenmarkt (nicht zentrenrelevant) insges.	
Mittelbereich (MB)	MB	davon im Kerneinzugsgebiet	MB	davon im Kerneinzugsgebiet	MB	davon im Kerneinzugsgebiet
Kernstadt Reutlingen	35,4	35,4	6,4	6,4	41,9	41,9
Stadtbezirke Reutlingen	24,1	24,1	4,4	4,4	28,5	28,5
Gesamtstadt Reutlingen	**59,6**	**59,6**	**10,8**	**10,8**	**70,3**	**70,3**
restl. MB Reutlingen	34,0	25,5	6,2	4,6	40,1	30,1
MB Tübingen	85,4	66,6	15,5	12,1	100,8	78,6
MB Metzingen	30,9	13,7	5,6	2,5	36,5	16,1
insgesamt	**209,8**	**165,3**	**38,0**	**29,9**	**247,8**	**195,2**

Quelle: CIMA-Berechnungen auf Basis lokaler Kaufkraftkoeffizienten, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Tab. 8 Kaufkraftpotential Bau- und Gartenmarkt der Fa. Bauhaus nach Mittelbereich bzw. im Kerneinzugsgebiet in Mio. € (zentrenrelevante Randsortimente)

	Kaufkraft Haus- und Heimtex		Kaufkraft HHW/GPK/Kunst		Kaufkraft Randsortimente (zentrenrelevant) insges.	
Mittelbereich (MB)	MB	davon im Kerneinzugsgebiet	MB	davon im Kerneinzugsgebiet	MB	davon im Kerneinzugsgebiet
Kernstadt Reutlingen	5,8	5,8	7,3	7,3	13,1	13,1
Stadtbezirke Reutlingen	4,0	4,0	5,0	5,0	8,9	8,9
Gesamtstadt Reutlingen	**9,8**	**9,8**	**12,2**	**12,2**	**22,1**	**22,1**
restl. MB Reutlingen	**5,6**	**4,2**	**7,0**	**5,2**	**12,6**	**9,4**
MB Tübingen	**14,1**	**11,0**	**17,5**	**13,7**	**31,6**	**24,6**
MB Metzingen	**5,1**	**2,3**	**6,3**	**2,8**	**11,4**	**5,1**
insgesamt	**34,6**	**27,3**	**43,1**	**33,9**	**77,7**	**61,2**

Quelle: CIMA-Berechnungen auf Basis lokaler Kaufkraftkoeffizienten, leichte Rundungsdifferenzen möglich

7.3. Umsatzprognose (Ansatz Flächenleistungen)

Für den geplanten Bau- und Gartenmarkt am Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ wird unter Zugrundelegung durchschnittlicher branchenüblicher Flächenleistungen (Umsatz pro qm VK) des Betriebstyps Bau- und Gartenmarkt zunächst die daraus resultierende Planumsatzleistung ermittelt.

Für den Bau- und Gartenmarkt wird insgesamt (inkl. Freiflächen, Kassenzone usw.) eine Flächenleistung von 1.400,- bis 1.500,- € pro qm VK angesetzt. Bei der geplanten Verkaufsfläche von ca. 16.553 qm ergibt sich somit eine Planumsatzleistung von insgesamt ca. 23,3 Mio. € p.a. (rechnerischer Wert).

In der Differenzierung nach Sortimentsgruppen entfallen:

- 17,2 Mio. € auf den Baumarktbereich
- 5,3 Mio. € auf den Gartenmarktbereich
- 0,8 Mio. € auf die zentrenrelevanten Randsortimente.

Bei den angesetzten Flächenleistungen ist zu berücksichtigen, dass insbesondere die Segmente Baustoffe und Gartenbedarf durch einen hohen Anteil an Freiflächen bzw. „Kalthallenflächen“ gekennzeichnet sind, welche durch eine niedrige Flächenleistung gekennzeichnet sind.

Der rechnerische Planumsatz von ca. 23,3 Mio. € (Ansatz Flächenleistung) ist als Orientierungswert zur Einschätzung der künftigen Marktposition des Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus am Standort in Reutlingen zu verstehen.

Die Umsatzleistung von Einzelhandelsbetrieben wird nicht allein durch die Verkaufsflächengröße, sondern auch von der lokalen und regionalen Wettbewerbssituation sowie der Größe des erschließbaren Marktgebietes beeinflusst.

Tab. 9 Flächenleistung Bau- und Gartenmarkt nach Hauptsortimenten

Hauptsortimente	Verkaufsfläche in qm	Umsatz pro qm VK in €	Umsatz in Mio. €
Baumarktartikel/ Eisenwaren	3.497	2.000	7,0
Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge/ Teppichboden	1.020	2.000	2,0
Bad und Sanitär	1.583	1.500	2,4
Baustoffe	3.878	1.000	3,9
Leuchten	444	2.500	1,1
Randsortimente: Möbel, Kfz-Zubehör, Fahrrad-Zubehör	528	1.500	0,8
Summe Baumarkt	**10.950**	**1.500**	**17,2**
Gartenmarktartikel	4.375	1.200	5,3
Summe Gartenmarkt	**4.375**	**1.200**	**5,3**
Haus- und Heimtextilien	120	2.500	0,3
Haushaltswaren/ GPK/ Kunstgegenstände	211	2.500	0,5
Summe Randsortimente zentrenrelevant	**331**	**2.500**	**0,8**
Summe ohne DL etc.	**15.656**	**1.470**	**23,3**
DL, Gastronomie etc.	897	*	*
Summe inkl. DL etc.	**16.553**	**1.406**	**23,3**

Quelle: CIMA-Zusammenstellung auf Basis von Markt- und Strukturdaten nach Betriebstypen im Einzelhandel; BBE Handelsberatung, EHI Handelsdaten, sowie weiterer Datengrundlagen; * Ausweis nicht sinnvoll

7.4. Umsatzprognose (Ansatz Marktanteilskonzept)

Auf Basis des Marktanteilkonzeptes, bei dem neben den Fahrzeitdistanzen zum Planstandort auch die Attraktivität der Wettbewerbsstandorte einfließt, werden nachfolgend die zu erwartenden Marktabschöpfungsquoten (Marktanteile), die zum Erreichen der Planumsatzleistung von 23,3 Mio. € (Ansatz Flächenleistung) notwendig sind, ermittelt. Als räumliche Bezugsbasis werden die landesplanerisch definierten Mittelbereiche zugrundegelegt.

Bei den angesetzten Marktanteilen wird davon ausgegangen, dass der gegenwärtige Standort der Fa. Bauhaus an der „Emil-Adolff-Straße“ auch nach der erfolgten Verlagerung des Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus durch einen Bau- und Gartenmarkt wieder belegt werden kann. Somit wird mit diesem Ansatz der sog. „worst case“ abgebildet.

Zur Gewährleistung einer „Lesbarkeit“ der Auswirkungsanalyse erfolgte bei der Ermittlung der Marktabschöpfungsquoten eine Zusammenfassung nach Hauptwarengruppen.

Für den Bau- und Gartenmarkt können, differenziert nach Hauptsortimenten, folgende Marktanteile in den Mittelbereichen angenommen werden.

Tab. 10 Marktanteile für die baumarktrelevanten Sortimente (inkl. Baustoffe)

Baumarkt (inkl. Baustoff Drive-In und nicht zentrenrelevante Randsortimente)			
Mittelbereich	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil	Umsatz in Mio. €
Kernstadt Reutlingen	35,4	25,0%	8,8
Stadtbezirke Reutlingen	24,1	12,5%	3,0
Gesamtstadt Reutlingen	**59,6**	**19,9%**	**11,8**
restl. MB Reutlingen	**34,0**	**7,5%**	**2,5**
MB Tübingen	**85,4**	**2,5%**	**2,1**
MB Metzingen	**30,9**	**2,5%**	**0,8**
Insgesamt	**209,8**	**8,2%**	**17,2**

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Tab. 11 Marktanteile für die gartenmarktrelevanten Sortimente

Gartenmarkt			
Mittelbereich	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil	Umsatz in Mio. €
Kernstadt Reutlingen	6,4	32,0%	2,1
Stadtbezirke Reutlingen	4,4	27,0%	1,2
Gesamtstadt Reutlingen	**10,8**	**30,0%**	**3,2**
restl. MB Reutlingen	**6,2**	**12,5%**	**0,8**
MB Tübingen	**15,5**	**6,0%**	**0,9**
MB Metzingen	**5,6**	**6,0%**	**0,3**
Insgesamt	**38,0**	**13,9%**	**5,3**

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Tab. 12 Marktanteile für die zentrenrelevanten Randsortimente des Bau- und Gartenmarktes

Randsortimente zentrenrelevant (zusammengefasst)			
Mittelbereich	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil	Umsatz in Mio. €
Kernstadt Reutlingen	13,1	2,5%	0,3
Stadtbezirke Reutlingen	8,9	1,5%	0,1
Gesamtstadt Reutlingen	**22,1**	**2,1%**	**0,5**
restl. MB Reutlingen	**12,6**	**1,0%**	**0,1**
MB Tübingen	**31,6**	**0,5%**	**0,2**
MB Metzingen	**11,4**	**0,5%**	**0,1**
Insgesamt	**77,7**	**1,0%**	**0,8**

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Bei einer sortimentsspezifischen Kaufkraft (alle Sortimente) in der Stadt Reutlingen von ca. 92,5 Mio. € ist eine Marktabschöpfungsquote von ca. 19,9 % bei den baumarktrelevanten Sortimenten, von ca. 30,0 % bei den gartenmarktrelevanten Sortimenten und von ca. 2,1 % bei den zentrenrelevanten Randsortimenten erforderlich, um den rechnerischen Planumsatz zu erreichen.

Die hohe Abschöpfungsquote beim Gartenmarktsegment von 30,0 % ist durch die angesetzte Pro-Kopf-Ausgabe von 90,- € begründet, die sich auf die typischen Gartenmarktartikel bezieht. Bei den Verkaufsflächenangaben der Fa. Bauhaus sind auch Gartenmöbel/Grills etc. enthalten, welche durch die angesetzten Pro-Kopf Ausgaben nicht abgedeckt sind. Bei Gesamtbetrachtung des Bau- und Gartenmarktsortiments ist allerdings von einer Nivellierung dieser sortimentsbezogenen Abweichungen auszugehen.

Innerhalb des Mittelbereichs Reutlingen ist für die Kommunen Wannweil, Pliezhausen und Walddorfhäslach noch eine relativ hohe Marktdurchdringung vorhanden. Für die südlichen Kommunen des Mittelbereichs Reutlingen, Pfullingen, Eningen Unter Achalm, Sonnenbühl und Lichtenstein, ist dagegen bereits eine deutlich geringere Marktdurchdringung vorhanden.

Hinsichtlich der räumlichen Kundenherkunft entfallen vom Prognoseumsatz in Höhe von ca. 23,3 Mio. €

- ca. 18,9 Mio. € bzw. 81-82 % auf Kunden aus dem Mittelbereich Reutlingen (inkl. Stadt Reutlingen)
- ca. 4,4 Mio. € bzw. 18-19 % auf Kunden aus den angrenzenden Mittelbereichen.

In der Gesamtheit ist die regionale Marktausstrahlung in die angrenzenden Mittelbereiche bei Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in dem Mittelzentrum Metzingen und dem Oberzentrum Tübingen als gering einzustufen.

Tab. 13 Umsatzanteile nach Mittelbereichen für den Bau- und Gartenmarkt der Fa. Bauhaus

Umsatzanteile nach Mittelbereichen		
Mittelbereich	absolut in Mio. €	in %
Kernstadt Reutlingen	11,2	48,1%
Stadtbezirke Reutlingen	4,3	18,5%
Stadt Reutlingen	**15,5**	**66,7%**
restl. MB Reutlingen	**3,4**	**14,7%**
MB Tübingen	**3,2**	**13,6%**
MB Metzingen	**1,2**	**5,0%**
Insgesamt	**23,3**	**100,0%**

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

8 Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus

Unter Zugrundelegung der dargestellten Daten zur relevanten Angebots- und Nachfragesituation im Oberzentrum Reutlingen sowie in den umliegenden zentralen Orten werden die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsnutzung am Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ auf Basis der relevanten raumordnerischen Prüfkriterien analysiert.

8.1. Kongruenzgebot

Nach Plansatz 3.3.7.1 des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg 2002 *soll die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

Von einer Verletzung des Kongruenzgebotes wird ausgegangen, wenn mehr als 30 % des Umsatzes durch Kunden von außerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches erzielt werden (vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Innerhalb der Region Neckar-Alb ist die Stadt Reutlingen als Doppelzentrum mit der Stadt Tübingen ausgewiesen, wobei jedes Oberzentrum einen eigenen Mittelbereich besitzt. Als raumordnerische Bezugsgröße ist demnach der Mittelbereich der Stadt Reutlingen als zentralörtlicher Verflechtungsbereich heranzuziehen.

Für den Bau- und Gartenmarkt der Fa. Bauhaus stammen bei einem Prognoseumsatz von insgesamt ca. 23,3 Mio. €

- ca. 18,9 Mio. € aus dem Mittelbereich Reutlingen
- ca. 3,2 Mio. € aus dem Mittelbereich Tübingen
- ca. 1,2 Mio. € aus dem Mittelbereich Metzingen.

Der Umsatzanteil durch Kunden aus dem Mittelbereich Reutlingen beläuft sich auf ca. 18,9 Mio. € bzw. ca. 81 % vom Gesamtumsatz.

Der Umsatzschwerpunkt liegt eindeutig beim Mittelbereich Reutlingen. Eine Verletzung des Kongruenzgebotes bzw. eine Beeinträchtigung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion des Oberzentrums Tübingen bzw. des Mittelzentrums Metzingen ist nicht nachweisbar.

8.2. Beeinträchtigungsverbot

Das Beeinträchtigungsverbot besagt, dass das Vorhaben das städtebauliche Gefüge des zentralen Versorgungskerns sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich nicht beeinträchtigen darf. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskerns der Standortkommune oder anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn in Folge von Neuansiedlungen oder Erweiterungen Umsatzverluste bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von mehr als 10 % und bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten von mehr als 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment zu vermuten sind (vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

8.2.1. Auswirkungen für das Oberzentrum Reutlingen

Bei der Ableitung der umverteilungsrelevanten Umsatzanteile gegenüber den projektrelevanten Bestandsbetrieben in der Stadt Reutlingen sind folgende Komponenten von Bedeutung:

- Der Umsatzanteil, welcher durch eine Erhöhung der Kaufkraftbindung in der Stadt Reutlingen selbst erzielt wird.
- Der Umsatzanteil, welcher durch einen verstärkten Kaufkraftzufluss aus dem Umland (Erhöhung der Handelszentralität) erzielt wird.

Für den projektrelevanten Einzelhandelsbestand in der Stadt Reutlingen selbst sind diese Umsatzkomponenten als „wettbewerbsneutral“ einzustufen. Die Differenz zwischen diesen Umsatzkomponenten mit dem Prognoseumsatz stellt letztendlich den Umsatzanteil dar, welcher für den bestehenden Einzelhandel in der Stadt Reutlingen umverteilungsrelevant ist.

Bei Beurteilung der städtebaulich relevanten Auswirkungen ist ferner zu unterscheiden nach:

- Umsatzverlagerungen innerhalb der Stadt Reutlingen gegenüber bestehenden Anbietern in der Innenstadt (ZVB)
- Umsatzverlagerungen gegenüber bestehenden Anbietern außerhalb der Innenstadt (ZVB) von Reutlingen (v.a. GE-Gebiete bzw. SO-Gebiete).

Die Handelszentralität im Heimwerker- und Gartenbedarf wurde bereits in einer Untersuchung der GfK Geomarketing GmbH aus dem Jahr 2009 mit einem Wert von ca. 80 % als unterdurchschnittlich und damit ausbaufähig benannt.[5] Diese Einschätzung deckt sich mit den aktuellen Daten der CIMA, wobei mit dem Wegfall des Praktiker-Marktes die Handelszentralität in jüngerer Vergangenheit sogar noch gesunken sein dürfte.

[5] Quelle: GfK Geomarketing GmbH (2009): Die Weiterentwicklung des Reutlinger Einzelhandels in der Innenstadt.

Die Fa. Bauhaus am gegenwärtigen Standort an der Emil-Adolff-Straße und die Fa. BayWa stellen aktuell die einzigen spezialisierten Anbieter im Bau- und Gartenmarksegment in der Gesamtstadt Reutlingen dar. Daher ist am neuen Standort der Fa. Bauhaus bei einem entsprechend attraktiven Marktauftritt auch von einer Erhöhung der Kaufkraftbindung in der Stadt Reutlingen selbst bzw. einer leichten Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland zu rechnen.

Da am gegenwärtigen Standort der Fa. Bauhaus an der Emil-Adolff-Straße grundsätzlich wieder ein „neuer" Anbieter im Bau- und Gartenmarktsegment möglich wäre, wird bei der Ermittlung der Umsatzumverteilungseffekte der Bestandsumsatz nicht in Abzug gebracht und somit der „worst case" berücksichtigt.

In der Stadt Reutlingen selbst können die nachfolgend dargestellten Umsatzeffekte angenommen werden, wobei die Umsatzumverteilungseffekte gegenüber dem gegenwärtigen Bestand (inkl. Bauhaus in der Emil-Adolff-Straße) rechnerisch ermittelt wurden. Bei den Berechnungen wurde der Prognoseumsatz um die Marginalsortimente wie Kfz- und Fahrradzubehör bereinigt.

Tab. 14 Umsatzeffekte durch den Bau- und Gartenmarkt der Fa. Bauhaus in der Stadt Reutlingen

Sortimente	Prognose-umsatz in Mio. €	Ist-Zentralität	Umsatzanteil durch Erhöhung Kaufkraftzufluss in Mio. €	Prognose-Zentralität	Umsatzanteil Umverteilung gegenüber Bestand in RT in Mio. €	Ist-Umsatz Bestand Gesamtstadt RT in Mio. €	Umverteilungsquote gegenüber Bestand in RT in %
Baumarkt/Bäder/ Baustoffe	13,2	0,76	8,3	0,95	4,9	34,1	14,4%
Gartencenter	5,3	1,08	3,0	1,35	2,3	11,6	19,8%
Teppiche, Farben, Lacke, Bodenbeläge	2,0	2,08	0,3	2,10	1,8	14,6	12,0%
Lampen/Leuchten	1,1	2,15	0,1	2,20	1,0	6,5	15,0%
Randsortimente: Kfz-und Fahrradzubehör	0,8	*	*	*	*	*	*
Summe nichtzentrenrelevante Sortimente	**22,4**	**0,95**	**11,6**	**1,12**	**10,9**	**67,0**	**16,2%**
Haus und Heimtextilien	0,3	1,44	0,0	1,44	0,3	14,1	1,9%
GPK/HHW/Kunst	0,5	1,95	0,0	1,95	0,5	23,8	2,3%
Summe zentrenrelevante Sortimente	**0,8**	**1,72**	**0,0**	**1,72**	**0,8**	**37,9**	**2,1%**
Insgesamt	**23,3**	**1,13**	**11,6**	**1,26**	**11,7**	**104,9**	**11,1%**

Quelle: CIMA-Modellrechnung, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Bei den **bau- und gartenmarktrelevanten Sortimenten** (inkl. Baustoffe, Farben, Teppiche, Bodenbeläge, Lampen/Leuchten, Gartenbedarf) werden ca. 11,6 Mio. € durch eine verstärkte Kaufkraftbindung in der Stadt Reutlingen generiert und ca. 10,9 Mio. € gegenüber den Bestandsbetrieben in Reutlingen umverteilt. Bei einem Gesamtumsatz in der Stadt Reutlingen von ca. 67,0 Mio. € ist für das Kernsortiment des Bau- und Gartenmarktes (nicht zentrenrelevante Sortimente) eine rechnerische Umverteilungsquote von ca. 16,2 % innerhalb der Gesamtstadt Reutlingen anzunehmen.

Die Umverteilungsquote liegt unterhalb des Schwellenwertes von 20 %, der im Einzelhandelserlass bei den **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** als „kritischer Wert" genannt wird.

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung entfallen vom Bestandsumsatz (nicht zentrenrelevante Sortimente) in Höhe von ca. 67,0 Mio. € auf

- die Innenstadt Reutlingen (ZVB) ca. 2,0 Mio. €
- das restliche Stadtgebiet ca. 65,0 Mio. €.

Der Umsatzanteil, der auf Standorte außerhalb der Innenstadt (ZVB) entfällt, liegt bei 97 %. Die Umverteilungseffekte gegenüber dem relevanten Bestand in der Innenstadt von Reutlingen halten sich aufgrund der bestehenden räumlichen Verteilung der Angebotssituation in einem sehr überschaubaren Rahmen. Die Umverteilungsquote gegenüber dem Bestand in der Reutlinger Innenstadt wird nach Einschätzung der CIMA weit unter 5 % liegen.

Bei den **zentrenrelevanten Sortimenten** (Haus- und Heimtextilien, GPK/Haushaltswaren/Kunst etc.), welche innerhalb des geplanten Bau- und Gartenmarktes auf max. 350 qm VK begrenzt sind, beläuft sich der Gesamtumsatz in der Stadt Reutlingen auf ca. 37,9 Mio. €. Bei einem umverteilungsrelevanten Umsatz vom ca. 0,8 Mio. € ist für die zentrenrelevanten Sortimente eine rechnerische Umverteilungsquote von ca. 2,1 % innerhalb der Gesamtstadt Reutlingen anzunehmen.

Die Umverteilungsquote liegt deutlich unterhalb des Schwellenwertes von 10 %, der im Einzelhandelserlass bei den **zentrenrelevanten Sortimenten** als „kritischer Wert" genannt wird.

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung entfallen vom Bestandsumsatz in Höhe von ca. 37,9 Mio. € auf

- die Innenstadt Reutlingen (ZVB) ca. 12,7 Mio. €
- das restliche Stadtgebiet ca. 25,2 Mio. €.

Der Umsatzanteil, der auf Standorte außerhalb der Innenstadt (ZVB) entfällt, liegt bei ca. 66 %. Auch wenn die Innenstadt von Reutlingen bei diesen zentrenrelevanten Sortimenten ei-

ne deutlich höhere Bedeutung als Einzelhandelslage hat, liegt der Umsatzschwerpunkt aufgrund der Sortimente in den großen Möbelhäusern (z.B. Braun Möbel Center, Wohnland Reutlingen, Möbel Rieger, Fa. Roller) auch hier außerhalb der Innenstadt.

Die „Betroffenheit" der Reutlinger Innenstadt (ZVB) ist als sehr selektiv einzustufen. Neben der Fachabteilung des innerstädtischen Warenhauses sind mit mehreren Anbietern von Haus- und Heimtextilien sowie GPK/Haushaltswaren gewisse Sortimentsüberschneidungen vorhanden. Die Umverteilungsquote gegenüber dem Bestand in der Reutlinger Innenstadt wird aufgrund der unterschiedlichen Kundenzielgruppenansprache nach Einschätzung der CIMA aber auch bei diesen Sortimenten deutlich unter 5 % liegen.

Fazit

Auch wenn bei einigen Sortimenten (z.B. gartenmarktspezifische Sortimente) relativ hohe Umverteilungsquoten ermittelt wurden, ist für den geplanten Bau- und Gartenmarkt insgesamt keine Verletzung des Beeinträchtigungsverbotes, bezogen auf die Stadt Reutlingen selbst, vorhanden.

Zudem wurden die Umverteilungseffekte auch gegenüber den Bestandsstandort der Fa. Bauhaus ermittelt, wodurch der „worst case" betrachtet wurde. Für den Fall, dass es sich um eine reine Verlagerung der Fa. Bauhaus handelt und der bestehende Standort nicht mehr durch einen Baumarkt belegt wird, fallen die Umverteilungseffekte noch wesentlich geringer aus, da der Umsatz vom Bestandsstandort der Fa. Bauhaus an den neuen Standort an der „Justus-Liebig-Straße" quasi mitgenommen würde.

8.2.2. Auswirkungen gegenüber den umliegenden zentralen Orten

Der Umsatzanteil, welcher durch eine Umverteilung gegenüber dem Bestand im Oberzentrum Reutlingen generiert wird, ist für die umliegenden zentralen Orte und Kommunen als „wettbewerbsneutral" einzustufen. Demgegenüber ist der Umsatzanteil, welcher durch einen verstärkten Kaufkraftzufluss in die Stadt Reutlingen erzielt wird, gegenüber den umliegenden Kommunen als umverteilungsrelevant einzustufen.

Die möglichen Auswirkungen auf die umliegenden Kommunen und insbesondere auf die umliegenden zentralen Orte werden nachfolgend dargelegt.

Hinsichtlich der methodischen Vorgehensweise sind folgende Anmerkungen zu treffen:

- Der verstärkte Kaufkraftzufluss aus dem Umland in das Oberzentrum Reutlingen wurde beim Marktanteilskonzept differenziert nach der räumlichen Umsatzherkunft nach Mittelbereichen ermittelt.

- Der verstärkte Kaufkraftzufluss aus den angrenzenden Mittelbereichen wird vollständig als Umverteilungsumsatz gegenüber dem projektrelevanten Bestand in den betroffenen zentralen Orten in Ansatz gebracht. Somit wird der „worst case“ hinsichtlich der „Betroffenheit“ der umliegenden zentralen Orte abgebildet.

Für den Bau- und Gartenmarkt kann ein verstärkter Kaufkraftzufluss aus dem Umland in Höhe von ca. 11,6 Mio. € angenommen werden, welcher durch eine Erhöhung der gegenwärtig deutlich unterdurchschnittlichen Handelszentralität der Stadt Reutlingen im Bau- und Gartenmarktsegment erzielt wird.

Der Kaufkraftzufluss von ca. 11,6 Mio. € entfällt vollständig auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente (Kernsortimente Bau- und Gartenmarkt). Für die zentrenrelevanten Sortimente ist bei der max. zulässigen Verkaufsfläche von 350 qm VK nicht von einer nennenswerten Steigerung der Handelszentralität der Stadt Reutlingen auszugehen, so dass hier für die umliegenden zentralen Orte nur marginale Auswirkungen (unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze) auftreten werden.

Bei Berücksichtigung der räumlichen Umsatzherkunft nach Mittelbereichen gestalten sich die rechnerischen Umverteilungseffekte gegenüber den umliegenden zentralen Orten für das Kernsortiment des Bau- und Gartenmarktes **(nicht zentrenrelevante Sortimente)** wie folgt:

Tab. 15 Umverteilung Bau- und Gartenmarkt (nicht zentrenrelevante Sortimente) gegenüber den systemgleichen Wettbewerbern in den umliegenden zentralen Orten

Daten / Gebiet	Verstärkter Kaufkraftzufluss aus MB an Planstandort in Reutlingen in Mio. €	Ist-Umsatz in Mio. €	Umverteilungsquote in %
Unterzentrum Pfullingen (Lage im Mittelbereich Reutlingen)	4,2	22,9	18,4 %
Oberzentrum Tübingen	5,9	40,2	14,7 %
Mittelzentrum Metzingen	1,5	16,8	8,9 %

Quelle: CIMA-Modellrechnung, Rundungsdifferenzen möglich; z.T. Umsatzschätzungen

Die höchste Betroffenheit ist aufgrund der unmittelbaren Nachbarschaftslage und dem projektrelevantem Einzelhandelsbestand für das Unterzentrum Pfullingen mit einer Umverteilungsquote von 18,4 % vorhanden. Hierbei ist zu betonen, dass die Umsatzumverteilung in erster Linie durch eine „Rückholung“ bislang abfließender Kaufkraft aus dem Oberzentrum Reutlingen ins Unterzentrum Pfullingen generiert wird.

Für das Oberzentrum Tübingen ist mit einer Umverteilungsquote von 14,7 % zu rechnen. Auch hier handelt es sich zum Teil um eine „Rückholung“ bislang abfließender Kaufkraft aus

dem Oberzentrum Reutlingen ins Oberzentrum Tübingen, da die Stadt Tübingen mit den Standorten Hornbach und toom im Bau- und Gartenmarktsegment im Vergleich zur Stadt Reutlingen aktuell stärker aufgestellt ist.

Das Mittelzentrum Metzingen ist mit einer rechnerischen Umverteilungsquote von 8,9 % von den umliegenden zentralen Orten am geringsten betroffen. Die unmittelbare Überschneidung des Kerneinzugsgebietes des Planstandortes in Reutlingen mit dem Mittelbereich Metzingen, welcher sich v.a. östlich der Stadt Metzingen erstreckt, ist am niedrigsten ausgeprägt.

In der Gesamtheit kann festgehalten werden, dass bei allen betroffenen zentralen Orten die Umverteilungsquoten unterhalb des Schwellenwertes von 20 % liegen, der im Einzelhandelserlass bei den **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** als „kritischer Wert" genannt wird.

Umverteilungseffekte nach Standortlagen

Bei den projektrelevanten Sortimenten für den Bau- und Gartenmarkt liegt der Verkaufsflächen- und Umsatzschwerpunkt eindeutig auf Standortlagen außerhalb der Innenstädte/Stadtteilzentren/Ortskerne.

Die Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den umliegenden zentralen Orten können, differenziert nach Standortlagen, wie folgt eingeschätzt werden:

Für das **Unterzentrum Pfullingen** werden die Umsatzeffekte vorrangig die Standortlage der Fa. Obi und der Fa. Dehner betreffen, welche sich unmittelbar an der östlichen Gemarkungsgrenze zu Reutlingen befinden.

Für das **Oberzentrum Tübingen** werden die Umsatzeffekte vorrangig für die Standortlage der Fa. Hornbach an der B 27 wirksam, wobei dieser Standort aktuell von Kaufkraftzuflüssen aus Reutlingen profitiert. Abgeschwächt wird auch die Standortlage der Fa. toom an der B 28 betroffen sein.

Bei dem **Mittelzentrum Metzingen** ist in der Gesamtheit nur von geringen Auswirkungen auszugehen und betrifft in erster Linie den Standort der Fa. toom.

Fazit

Negative Auswirkungen auf die zentralörtliche Versorgungsfunktion der umliegenden zentralen Orte können ausgeschlossen werden. Bei allen umliegenden zentralen Orten liegt der Verkaufsflächen- und Umsatzschwerpunkt bei den projektrelevanten Sortimenten eindeutig außerhalb der Innenstädte (ZVBs). Negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungskerne (Innenstädte) der umliegenden Städte können ausgeschlossen werden.

8.3. Städtebauliches Integrationsgebot

Der Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ im Westen der Stadt Reutlingen befindet sich im Gewerbegebiet „Mark West“ und ist im Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Reutlingen als Ergänzungsstandort ausgewiesen.

Hinsichtlich der Dimensionierung und Sortimentsstruktur des geplanten Bau- und Gartenmarktes stellt der Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ einen typischen Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel auch im Sinne der Festlegungen im Regionalplan der Region Neckar-Alb dar. Bei der geprüften Einzelhandelsnutzung liegt der Schwerpunkt eindeutig bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Bei Berücksichtigung der oben genannten Aspekte und der Verkaufsflächenbegrenzung für die zentrenrelevanten Sortimente auf max. 350 qm innerhalb des Bau- und Gartenmarktes liegt beim geprüften Vorhaben kein Verstoß gegen das städtebauliche Integrationsgebot vor.

8.4. Sonstige Aspekte

Neben der Prüfung der raumordnerischen Kernregelungen sind zur sachgerechten Einordnung des Vorhabens der Fa. Bauhaus abschließend noch folgende Aspekte hervorzuheben:

- Mit der Ansiedlung der Fa. Bauhaus am Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ erfolgt die Nachnutzung einer Gewerbebrache (Fa. real) durch eine standortgerechte Einzelhandelsnutzung und damit ein Flächenrecycling ohne zusätzlichen Flächenverbrauch, Bodenversiegelung, etc., welche auch zu einer städtebaulichen Aufwertung dieses Standortbereiches beitragen wird..
- Gegenüber den bisherigen Einzelhandelsnutzungen durch die Fa. real (SB-Warenhaus) und die Fa. Toys“R“Us (Spielwaren-Fachmarkt) ist die Nachnutzung durch einen Bau- und Gartenmarktes durch Sortimente mit einer deutlich geringere Zentren- sowie Nahversorgungsrelevanz geprägt. Der Standort an der „Justus-von-Liebig-Straße“ wird sich damit gegenüber den bisherigen Einzelhandelsnutzungen durch eine hohe städtebauliche Verträglichkeit auszeichnen
- Mit der Ansiedlung des Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus am Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ erfolgt eine Verbesserung der objektiven Unterausstattung im Bau- und Gartenmarktsegment in der Gesamtstadt Reutlingen.
- Aufgrund des veränderten Objektcharakters gegenüber der bisherigen Nutzung als Betriebstyp SB-Warenhaus (Fa. real) ist durch die künftige Nutzung als Bau- und Gartenmarkt für den Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ von einem geringeren Verkehrsaufkommen auszugehen. Bei den Bau- und Gartenmarktsortimenten handelt es sich um Güter der langfristi-

gen Bedarfsdeckung, welche sich durch hohe Einkaufsbeträge pro Kunde aber eine geringere Kundenfrequenz pro Tag auszeichnen. Demgegenüber ist die bisherige Nutzung als SB-Warenhaus mit dem Umsatzschwerpunkt bei den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs wie Lebensmittel, Drogeriewaren, etc. geprägt, welcher eine hohe Kundenfrequenz pro Tag aufweist und ein hohes Verkehrsaufkommen induziert.

9 Zusammenfassende Bewertung

Unter Zugrundelegung der relevanten planungsrechtlichen Prüfkriterien in wurden die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der geplanten Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes der Fa. Bauhaus am Standort Justus-von-Liebig-Straße im Oberzentrum Reutlingen untersucht. Als wesentliche Punkte können festgehalten werden:

- Der Umsatzanteil, der durch Kunden von außerhalb des Mittelbereichs Reutlingen erzielt wird, liegt bei ca. 19 % und somit deutlich unter dem Schwellenwert von 30 %, welcher im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg als Orientierungswert bzgl. der Einhaltung des Kongruenzgebotes genannt wird. Das **Kongruenzgebot** wird nicht verletzt.
- Der gegenwärtige Standort der Fa. Bauhaus in der „Emil-Adolff-Straße“ stellt nach der Schließung des Baumarktes der Fa. Praktiker an der Auchertstraße aktuell den einzigen „klassischen“ Bau- und Gartenmarkt in der Gesamtstadt Reutlingen dar. Im Vergleich zur hohen Handelszentralität, welche die Stadt Reutlingen als Einkaufsstadt über alle Sortimente hinweg besitzt, liegt für das spezielle Segment „Bau- und Gartenmarkt“ eine für ein Oberzentrum unterdurchschnittliche Handelszentralität vor.
- Die rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten gegenüber projektrelevanten Bestand liegen auch im „worst case“, welcher eine mögliche Wiederbelegung des Bestandsstandortes an der „Emil-Adolff-Straße“ durch einen Baumarkt berücksichtigt, unter dem Schwellenwert von 20 %, welcher im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg für die **nicht zentrenrelevanten** Sortimente als Orientierungswert bzgl. der Einhaltung des Beeinträchtigungsverbotes genannt wird. Auch gegenüber den umliegenden zentralen Orten Pfullingen, Tübingen und Metzingen wird der Schwellenwert bzgl. der Umsatzumverteilungsquote von 20 % nicht überschritten. Eine Verletzung des **Beeinträchtigungsverbotes** ist weder für das Oberzentrum Reutlingen selbst noch für die umliegenden zentralen Orte nachweisbar.
- Bei den **zentrenrelevanten** Randsortimenten können aufgrund der Begrenzung der max. zulässigen Verkaufsflächengröße auf 350 qm VK innerhalb des Bau- und Gartenmarktes negative Auswirkungen auf die Innenstadt von Reutlingen (Zentraler Versorgungsbereich) ausgeschlossen werden. Das Sortiment „Lampen und Leuchten“ wurde im Sortimentsleitbild des Märkte- und Zentrenkonzeptes der Stadt Reutlingen nicht explizit genannt. Der prozentuale Anteil der Verkaufsfläche des Sortiments „Lampen und Leuchten“ liegt bei 95,4 % außerhalb der Innenstadt (ZVB) und wird vor allem durch die großen Möbelhäuser abgedeckt. Nach gutachterlicher Einschätzung der CIMA kann dieses Sortiment den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

- Der Standort „Justus-von-Liebig-Straße“ ist im Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Reutlingen als Ergänzungsstandort für Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ausgewiesen. ausgewiesen. Bei Berücksichtigung der Verkaufsflächenbegrenzung für die zentrenrelevanten Sortimente auf max. 350 qm innerhalb des Bau- und Gartenmarktes liegt beim geprüften Vorhaben kein Verstoß gegen das **städtebauliche Integrationsgebot** vor.
- In die Gesamtbewertung des Vorhabens sind auch **weitere Aspekte** wie die standortgerechte Nachnutzung einer Gewerbebrache (gegenwärtig Leerstand Fa. real) im Sinne eines Flächenrecyclings, die deutlich geringere Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz der Sortimente gegenüber den bisherigen Nutzungen als SB-Warenhaus und Spielwaren-Fachmarkt sowie das geringere Verkehrsaufkommen aufgrund des veränderten Objektcharakters der künftigen Einzelhandelsnutzung als Bau- und Gartenmarkt mit dem Schwerpunkt auf der langfristigen Bedarfsdeckung einzubeziehen.

Anhang

Sortimentsleitbild Reutlingen

Innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente	- Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren[1], - Lebensmittelhandwerk, - Drogerie- und Parfümeriewaren, pharmazeutische Artikel, - Oberbekleidung, Kürschnerwaren, sonstige Textilwaren, - Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, - Schuh- und Lederwaren, - Sportbekleidung, Sportartikel (nur kleinteilige Sortimente und Sportgeräte)[1], - Haushaltswaren, - kleinteilige Unterhaltungselektronik, inkl. Tonträger, optische und feinmechanische Geräte, Fotowaren, Telekommunikation, - Papier- und Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften, - Spielwaren, Bastel- und Geschenkartikel, - Uhren, Schmuck, Silberwaren.
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	Hierzu gehören z.B. Pflanzen und Gartenzubehör, Zoobedarf, Büromaschinen und Computer, Elektrogroßgeräte, großteilige Sportgeräte wie z.B. Fahrräder, Möbel, Baustoffe, Holz etc.

[1] In Bezug auf die Einstufung der Innenstadtrelevanz ist bei Nahrungs- und Genussmitteln und bei Sportartikeln (kleinteilig) ein Abwägungsspielraum gegeben.

Quelle: Märkte- und Zentrenkonzept Stadt Reutlingen 2007

Standortkonzept Reutlingen

Innenstadt [1] Alle Einzelhandelsnutzungen sind zulässig.	**Zone 1**
Kernstadt Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Die innenstadtrelevanten Randsortimente sind auf insgesamt maximal 10 % der Verkaufsfläche zu begrenzen, höchstens jedoch 400 m². Zulässigkeit von Nahversorgern bis zur Grenze der Großflächigkeit (max. 800 m² Verkaufsfläche).	**Zone 2**
Gewerbe- und Industriegebiete Generelle Unzulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben. Vorhalten der Flächen für gewerbliche Nutzung im Bereich Dienstleistung und Produktion. Absicherung bestehender Einzelhandelsbetriebe durch Ausweisung von Sondergebieten.	**Zone 3**
bestehende Handelsschwerpunkte in Gewerbegebieten: „Mark West und In Laisen“ [2] Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Die innenstadtrelevanten Randsortimente sind auf insgesamt maximal 10 % der Verkaufsfläche zu begrenzen, höchstens jedoch 400 m². Absicherung bestehender Einzelhandelsbetriebe durch Ausweisung von Sondergebieten.	**Zone 3 A**
Ortsteile und Orschel-Hagen Zulässigkeit von Nahversorgern bis zur Grenze der Großflächigkeit (max. 800 m² Verkaufsfläche). Lebensmittelvollsortimenter können ausnahmsweise bis zu einer Größe von 1200 m² Verkaufsfläche zugelassen werden.	**Zone 4**

[1] Die Innenstadt umfasst neben der historischen Altstadt auch die Gebiete Kernstadt Süd, City Nord und Teile der Oststadt, um Handlungsspielräume für Nutzungen zu eröffnen, die in der Altstadt keinen Platz mehr finden.

[2] Als Ergänzungsstandort für großflächige Einzelhandelsansiedlungen im nicht-innenstadtrelevanten Bereich dient neben bereits vorhandenen Schwerpunkten (grüne Punkte in der Karte) die Zone 3 A.

Quelle: Märkte- und Zentrenkonzept Stadt Reutlingen 2007

Sortimentsliste Fa. Bauhaus

	Kernwarengruppen Reutlingen (Planung) 24.11.2016	Gesamt-flächen ca. qm	A. Anteil Warmhalle ca. qm	A.2 Anteil Stadtgarten Warmhalle ca. qm	B.1 Anteil Stadtgarten ü.Freifläche ca. qm	B.2 Anteil Stadtgarten Freifläche ca. qm	C.1 Anteil Drive In Kalthalle ca. qm	C.2 Anteil Drive In Freifläche ca. qm	C.2 Anteil Gartenhaus ausstellung ca. qm
1	Eisenwaren	469	428				40		
2	Werkzeuge	235	235						
3	Maschinen, Maschinen-Zubeh	290	290						
4	Wohnraum Leuchten	351	351						
5	Aussenleuchten / techn. Licht	93	93						
6	Elektroinstallation	325	325						
7	Auto-Zubehör	114	114						
8	Fahrrad-Zubehör	25	25						
9	Bad-Ausstattung, alles für's B	379	379						
10	Wannen / Porzellan	232	232						
11	Sanitär-Installation	591	499					92	
12	Fliesen	1.310	521				789		
13	Bauchemie	160	160						
14	Baustoffe	2.083				252	1.048	783	
15	Regale / Möbelbau / Aufbewa	389	389						
16	Galerie / Bilderleisten	150	150						
17	Dämmstoffe / Isoliermaterial	406					297	109	
18	Bauelemente	708	627				82		
19	Leisten / Paneele / Parkett / F	1.047	578				470		
20	Arbeitsplatten, Tischlerplatten	342	152				190		
21	Farben / Pinsel	587	587						
22	Tapeten	238	238						
23	Kleber	81	81						
24	Gardinen / Zubehör	120	120						
25	Teppichbod./Auslegeware	114	114						
26	Garten-Hartware	2.357		847	404	675	36	396	
27	Pflanzen	858		243	351	264			
28	Gartenmöbel / Grills	1.160		402	758				
29	Gartenhausausstellung	0							
30	Haushalt	61	61						
31	Bäderwelt ohne Badmöbel	381	381						
32	Bootszubehör	0							
33	Maschinenverleih	37					37		
34	Profi Depot / ServiceCenter D	42					42		
35	Bistro	121	121						
36	Windfang	202	202						
37	Kassenzone	495	238	29			228		
	Summe VK-Fläche	16.553	7.690	1.520	1.513	1.191	3.259	1.380	0
		16.553	7.690		2.704		4.639		
	Summe Randsortimente	331							
38	*WC-Kunden*	80							
39	*Überwachung*	9							
40	*Info / Büro*	95							
41	*Zuschnitt*	209							
42	*Wareneingang*	500							
43	*Zufuhrraum*	325							
	Summe	17.771							

Legende

Randsortimente	(hell unterlegt)
Nebenflächen	(grau unterlegt)

Quelle: Fa. Bauhaus

Kommunen in den jeweiligen Mittelbereichen

Mittelbereich	Zugehörige Kommunen	Einwohner
MB Reutlingen	Reutlingen	*115.136
	Eningen unter Achalm	10.951
	Lichtenstein	9.166
	Pfullingen	18.112
	Pliezhausen	9.411
	Sonnenbühl	7.067
	Walddorfhäslach	4.975
	Wannweil	5.226
MB Tübingen	Tübingen	87.464
	Ammerbuch	11.264
	Bodelshausen	5.767
	Dettenhausen	5.518
	Dußlingen	5.819
	Gomaringen	8.833
	Kirchentellinsfurt	5.608
	Kusterdingen	8.471
	Mössingen	19.874
	Nehren	4.244
	Ofterdingen	4.838
MB Metzingen	Metzingen	21.612
	Bad Urach	12.143
	Dettingen an der Erms	9.477
	Grabenstetten	1.667
	Grafenberg	2.604
	Hülben	2.863
	Riederich	4.376
	Römerstein	3.984

Quelle: Regionalplan Neckar-Alb 2012; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2015 (Basis Zensus 2011); *Stadt Reutlingen: Einwohnerzahl, Stand: September 2016

Glossar

Kaufkraft (nominal / real)

Bedeutung:

Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommener Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Die reale Kaufkraft berücksichtigt das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/Gehältern und Lebenshaltungskosten. Eine neue Untersuchung von MB Research, Nürnberg, belegt dabei deutliche Unterschiede.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

Bedeutung:

Die KKZ bezeichnet die Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (unabhängig von der Größe der Gemeinde).

Berechnung:

Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen.

Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Angenommen dieser Bundesdurchschnitt läge bei 10.226 €, so würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 11.248 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 9.203 entsprechend die KKZ 90,0.

Marktpotential

Bedeutung:

Das Marktpotential bezeichnet den Umsatzumfang eines Ortes auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Ein-zugsgebiet).

Berechnung:

Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in der BRD, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes.

Umsatzkennziffer (UKZ)

Bedeutung:

Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!).

Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

Berechnungsbasis:

Berechnungsbasis ist der (von MB Research jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/Metzger). Wie bei der KKZ wird der ortspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, so fließt Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.