



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Land.
Seit 1988.**

Verträglichkeitsuntersuchung für die geplante Modernisierung und Erweiterung des Lindauparks in Lindau

Stadt+Regionalentwicklung
Handel
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45 80333 München

T 089 55 118 154
cima.muenchen@cima.de

Ansprechpartner:

Dipl.-Geograph Christian Hörmann (Partner, Büroleiter)
M. Sc. Wirtschafts- und Sozialgeographie Susanne André

München, 22.12.2020

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried (AT)

www.cima.de

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhalt

1 Auftrag, Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung.....	5
2 Standortbeschreibung und -bewertung.....	8
2.1 Makrostandort Große Kreisstadt Lindau	8
2.2 Mikrostandort Lindaupark.....	9
3 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	13
3.1 Stadt Lindau	14
3.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Insel).....	15
3.1.2 Neben-/Stadtteilzentrum Aeschach.....	18
3.1.3 Sonderstandort Reutin.....	18
3.1.4 Sonstige Standorte.....	19
3.2 Umlandkommunen	19
3.2.1 Stadt Wangen im Allgäu	20
3.2.2 Stadt Friedrichshafen.....	23
3.2.3 Sonstige Standorte im Umland	27
4 Umsatzprognose.....	29
5 Prüfung versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens.....	31
5.1 Vorbemerkungen.....	31
5.2 Umsatzumverteilung nach Sortimenten.....	32
5.2.1 Lebensmittelbereich	32
5.2.2 Apothekerwaren.....	34
5.2.3 Drogerie-/Parfümeriewaren.....	36
5.2.4 Bekleidung (inkl. Wäsche).....	38
5.2.5 Heimtextilien.....	41
5.2.6 Sportartikel	42
5.2.7 Schuhe.....	44
5.2.8 Papier-/Schreibwaren.....	44
5.2.9 Spielwaren	46
5.2.10 Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren.....	48
5.2.11 Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte	49
5.3 Zusammenfassende Bewertung der Umsatzumverteilungsrechnung	51
6 Zusammenfassung und abschließende Bewertung	53

Abbildungen

Abbildung 1: Lindau im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2018 (Ausschnitt)	8
Abbildung 2: Vorhabenstandort	10
Abbildung 3: Mikrostandort Lindaupark	11
Abbildung 4: Nutzungen im unmittelbaren Standortumfeld	12
Abbildung 5: Wesentliche Wettbewerber in Lindau (Kernstadt)	14
Abbildung 6: Einzelhandelsangebot im ZVB Innenstadt (Lindau)	17
Abbildung 7: Wesentliche Wettbewerber in Wangen im Allgäu	21
Abbildung 8: Einzelhandelsangebot im ZVB Innenstadt (Wangen im Allgäu)	22
Abbildung 9: Wesentliche Wettbewerber in Friedrichshafen	24
Abbildung 10: Einzelhandelsangebot im ZVB Innenstadt (Friedrichshafen)	26

Tabellen

Tabelle 1: Prüfumfang des Planvorhabens	5
Tabelle 2: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Lindau	15
Tabelle 3: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Wangen im Allgäu	20
Tabelle 4: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Friedrichshafen	25
Tabelle 5: Sortimentsspezifische Flächenleistungen gemäß Struktur- und Marktdaten Bayern 2017	29
Tabelle 6: Umsatzerwartung in den Erweiterungsflächen	30
Tabelle 7: Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich	33
Tabelle 8: Umsatzumverteilungseffekte im Apothekensegment	35
Tabelle 9: Umsatzumverteilungseffekte im Drogeriewarenbereich	37
Tabelle 10: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Bekleidung (inkl. Wäsche)	39
Tabelle 11: Umsatzumverteilungseffekte im Heimtextiliensegment	41
Tabelle 12: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Sportartikel	42
Tabelle 13: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Schuhe	44
Tabelle 14: Umsatzumverteilungseffekte im Schreibwarenbereich	45
Tabelle 15: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Spielwaren	46
Tabelle 16: Umsatzumverteilungseffekte im Bereich Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren	48
Tabelle 17: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte	50

1 Auftrag, Ausgangslage und Vorhabenbeschreibung

Auftrag:

Die CIMA Beratung + Management GmbH, München, wurde mit der Durchführung einer Verträglichkeitsuntersuchung für die geplante Modernisierung und Erweiterung des langjährig eingeführten Einkaufszentrums Lindaupark in der Stadt Lindau beauftragt.

Bereits seit einigen Jahren sieht der Inhaber des Einkaufszentrums eine Modernisierung des Objektes einhergehend mit einer Verkaufsflächenerweiterung vor. In diesem Zusammenhang hat die cima bereits im Jahr 2017 eine umfangreiche Markt- und Standortanalyse durchgeführt. In der Untersuchung wurden auf Basis von detaillierten Bestandserhebungen sowie Kundenbefragungen handels- und gastronomieseitige Weiterentwicklungspotenziale für den Lindaupark erarbeitet. Das daraus entstandene Nutzungskonzept wurde in ein sortimentsspezifisches Flächenlayout überführt, welches im Anschluss Gegenstand eines Raumordnungsverfahrens wurde. Insgesamt ist eine Erweiterung der Verkaufsflächen für Einzelhandel im Lindaupark von aktuell rd. 12.540 m² auf dann ca. 17.500 m² geplant.

In einem nächsten Schritt gilt es nun für die geplante Verkaufsflächenerweiterung eine städtebauliche Verträglichkeitsuntersuchung durchzuführen. Mit Blick auf die erforderliche Änderung des Bebauungsplanes sind die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO zu berücksichtigen.

In Tabelle 1 wird aufgezeigt, welche Verkaufsflächenerweiterungen in den einzelnen Sortimenten im Lindaupark vorgesehen sind.

Tabelle 1: Prüfumfang des Planvorhabens

	Verkaufsfläche in m ²		
	Bestand	Erweiterung	Gesamt
Lebensmittel	2.320	580	2.900
Apothekerwaren	-	100	100
Drogerie-/Parfümeriewaren	1.180	320	1.500
Schnittblumen/Floristik	105	95	200
Bekleidung (inkl. Wäsche)	4.975	1.525	6.500
Heimtextilien	125	175	300
Sportartikel	80	620	700
Schuhe	1.035	165	1.200
Bücher (inkl. Zeitschriften)	225	75	300
Papier-/Schreibwaren	230	120	350
Spielwaren	330	520	850
Zoobedarf	40	60	100
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren	350	150	500
Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte	1.185	665	1.850
Optik, Akustik	65	35	100
Uhren, Schmuck	130	70	200
Lederwaren	155	95	250
Gesamt	12.540	max. 4.960	max. 17.500

Quelle: Feneberg Grundstücksgesellschaft GbR, November 2020

Der Prüfumfang beinhaltet insgesamt ein größeres Verkaufsflächenvolumen als insgesamt am Standort mit Blick auf die fixierte Gesamtverkaufsfläche von 17.500 m² maximal nutzbar ist. Dies ist ein in der Geneh-

migungspraxis übliches Verfahren, welches dem Betreiber einen gewissen Belegungsspielraum für die Zukunft gewährt. Die Verkaufsflächenobergrenze für die Einzelhandelsnutzungen im Lindaupark von max. 17.500 m² Verkaufsfläche bleibt davon unberührt.

Die oben einzeln aufgeführten Sortimente werden bereits heute in unterschiedlichem Umfang im Lindaupark angeboten (vgl. Tabelle 1). Mit Blick auf die Verträglichkeitsuntersuchung sind diejenigen Sortimente zu berücksichtigen, die, basierend auf ihren geplanten Verkaufsflächenzuwachs, nennenswerte Umsatzumverteilungseffekte vermuten lassen. In diesem Zusammenhang beschränkt sich die Untersuchung städtebaulich relevanter Auswirkungen auf sämtliche Sortimente, deren Erweiterung zumindest 100 m² umfasst (Relevanzschwelle). Für diejenigen Sortimente, die lediglich geringfügig erweitert werden sollen, d.h. weniger als 100 m² Flächenmehrung, ist die städtebauliche Verträglichkeit auch ohne Detailprüfung anzunehmen, da sich bei Unterschreiten der 100 m² Schwelle Umsatzumverteilungswirkungen rechnerisch kaum mehr nachweisen lassen.¹

Im Rahmen der Modernisierung des Einkaufszentrums ist keine generelle Neuausrichtung des Objekts bzw. Änderung des Charakters und der Zielgruppenausrichtung des Lindauparks vorgesehen. Aktuell setzt sich der Besatz im Lindaupark überwiegend aus Fachmarktkonzepten sowie Textilkaufhäusern aus dem unteren sowie mittleren Preissegment zusammen. Als Magnetbetriebe fungieren unter den rd. 25 Handelsbetrieben neben einem größeren Feneberg SB-Warenhaus u.a. die Bekleidungshäuser H&M, Fussl Modestraße und C&A, der Elektrowarenfachmarkt Euronics sowie der Drogeriefachmarkt Müller. Diese werden ergänzt durch zahlreiche kleinere filialisierte Fachmarktkonzepte sowie Gastronomie und Dienstleistungen. Lediglich vereinzelt sind im Lindaupark Fachgeschäfte mit höherwertigem Besatz verortet. Vor diesem Hintergrund nimmt der Standort Lindaupark bereits seit vielen Jahren gemeinsam mit der Altstadt (Insel) eine arbeitsteilige Versorgungsfunktion wahr, sodass nur von einer geringfügigen Konkurrenzbeziehung zwischen den beiden Standortbereichen auszugehen ist. Während auf der Insel vorwiegend kleinteilige, vermehrt inhabergeführte Fachgeschäfte ansässig sind, die v.a. als Zieleguppe auch die Vielzahl an Bodenseetouristen ansprechen, bedient der Lindaupark vielmehr konsumige Formate auf größerer Verkaufsfläche. Diese arbeitsteilige Ausrichtung soll auch nach Modernisierung und Erweiterung des Einkaufszentrums Lindaupark weiterhin bestehen.

Bislang wurde noch nicht abschließend festgelegt, in welcher Form die Flächenerweiterung im Einzelhandelssegment realisiert werden soll. Insbesondere die Magnetbetriebe, wie bspw. Müller und Euronics, agieren aktuell auf einer für ihre Bedürfnisse zu kleinen Verkaufsfläche. Ihre Ladenlokale sollen im Rahmen der Modernisierung entsprechend erweitert werden.² Mit Blick auf das SB-Warenhaus Feneberg wird hingegen eine Neuordnung des Sortimentslayouts weg von großen Non-Food Bereichen hin zu mehr Lebensmittelfläche angestrebt. Weiterhin soll auch die Etablierung neuer Ladenlokale zur Ansiedlung bislang nicht vorhandener Mieter unterschiedlicher Sortimentsbereiche möglich sein. Dem derzeitigen Charakter des Lindauparks entsprechend werden auch die neu hinzugewonnenen Handelsflächen überwiegend mit Angeboten aus dem Fachmarktgenre, sowie v.a. im Bereich Bekleidung, aus dem Bereich der Bekleidungskaufhäuser belegt werden.

Die hier vorgelegte Verträglichkeitsanalyse untersucht, ob durch die geplante Erweiterung negative Effekte auf die bereits vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Lindau selbst, aber auch in den Städten und Gemeinden im Umland ausgelöst werden. Wesentlich sind dabei die zentralen Versorgungsbereiche in Lindau (ZV Insel, ZV Aeschach) und den zentralen Orten im Umland (z.B. Innenstädte von Wangen, Friedrichshafen, Ravensburg). Das Gutachten prüft, inwiefern in den jeweiligen Sortimenten schädliche

¹ Demzufolge entfällt für die lediglich geringfügigen Erweiterungen in den Sortimenten Schnittblumen/Floristik, Bücher (inkl. Zeitschriften), Zoobedarf, Optik, Hörgeräteakustik, Uhren/Schmuck und Lederwaren eine Detailprüfung.

² Die Fa. Müller sieht in diesem Zusammenhang vor, neben dem Drogeriekernsortiment v.a. ihre Flächen für Randsortimente (u.a. Spielwaren, Schreibwaren, Lebensmittel, Elektronik) zu vergrößern.

Auswirkungen in den o.g. Standortbereichen zu erwarten sind oder das Vorhaben als städtebaulich unbedenklich einzustufen ist.

Die Prüfung möglicher Auswirkungen durch das Planvorhaben ist ganzheitlich angelegt und befasst sich auch eingehend mit einer Abwägung zu möglichen positiven Effekten durch die Modernisierung und Erweiterung des Handelsstandortes. Wesentlich dabei ist, dass die „Arbeitsteilung“ zwischen Lindaupark auf der einen und Insel auf der anderen Seite, die sich in empirisch festgestellten Besuchskopplungen zwischen beiden Standorten ausdrückt³, gewahrt und nach Möglichkeit ausgebaut wird. Diese Effekte sind den möglichen negativen Auswirkungen durch eine Erhöhung der Wettbewerbsintensität innerhalb Lindaus und gegenüber den Umlandkommunen gegenüberzustellen und präzise auszuarbeiten.

Methodische Grundsätze:

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer vor-Ort-Erhebung der Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum im November 2020. In der Stadt Lindau selbst wurde eine Erhebung sämtlicher Betriebe durchgeführt, die zumindest eines der in Tabelle 1 aufgeführten Sortimente als Haupt- oder Randsortiment führen. Im den Umlandkommunen (u.a. Wangen im Allgäu, Friedrichshafen) wurde die Bestandserhebung auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstigen wesentlichen Handelsagglomerationen beschränkt.

Darüber hinaus wurde mit Blick auf das in Teilen ebenfalls von Umsatzumlenkungen tangierte Teiloberzentrum Ravensburg auf die Leistungsdaten des Einzelhandels, die im Rahmen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes⁴ veröffentlicht wurden, zurückgegriffen. Die Wettbewerbsrecherche zu den weiteren, jedoch lediglich sehr geringfügig tangierten Orten im Umland, erfolgte anhand cima Erfahrungen vor Ort (z.B. Tettnang) sowie via Desktop.

Bei der Beurteilung der Auswirkungen des Planvorhabens geht die cima von einem „worst-case“-Ansatz aus. Das bedeutet, dass bei den Berechnungen die maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungen dargestellt werden.

Auftraggeber:

Stadt Lindau (B)
Stadtbauamt Abt. Stadtplanung und Bauordnung
Herr Kay Koschka
Bregenzer Straße 8
88131 Lindau (B)

Bearbeitung:

Dipl.-Geogr. Christian Hörmann
M. Sc. Susanne André

³ Vgl. hierzu Untersuchungen der cima zur Weiterentwicklung des Lindauparks 2017

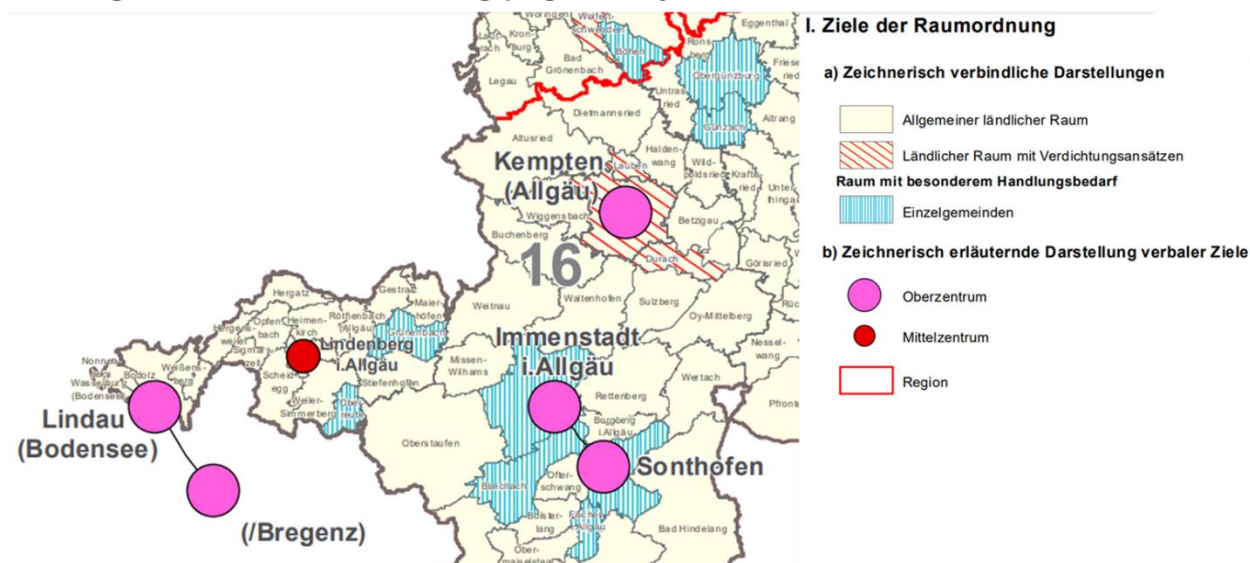
⁴ Gutachten als Grundlage zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ravensburg 2017

2 Standortbeschreibung und -bewertung

2.1 Makrostandort Große Kreisstadt Lindau

Die Große Kreisstadt Lindau zählt **rd. 25.481 Einwohner⁵** und liegt im bayerischen Landkreis Lindau (Bodensee) im Regierungsbezirk Schwaben. Lindau ist ca. 70 km südwestlich der kreisfreien Stadt Kempten im Allgäu, direkt am Fuße des Bodensees, in der südwestlichen Spitze des Freistaats Bayern verortet. Ferner ist sie durch ihre besondere Lage im Dreiländereck Deutschland-Österreich-Schweiz gekennzeichnet, welche sich durch eine enge Einkaufsverflechtung mit Kunden aus Österreich und der Schweiz ausdrückt. Gemäß Landesentwicklungsprogramm (LEP) Bayern, das in aktualisierter Fassung zum 1. Januar 2020 in Kraft getreten ist, wird die Stadt Lindau im Zentralen-Orte-System als grenzüberschreitendes gemeinsames Oberzentrum zusammen mit der Stadt Bregenz (Österreich) definiert. Das Stadtgebiet setzt sich insgesamt aus zehn, z.T. räumlich abgelegenen Stadtteilen zusammen. Besonderes Kennzeichen der Stadt Lindau ist die Lage des Stadtkerns auf einer Insel am östlichen Ufer des Bodensees, welches zugleich die natürliche Grenze des südlichen Stadtgebiets darstellt. Im Westen grenzt die Stadt an das Bundesland Baden-Württemberg und im Südosten an die Staatsgrenze zu Österreich.

Abbildung 1: Lindau im Landesentwicklungsprogramm Bayern 2018 (Ausschnitt)



Quelle: LEP Bayern, 2018; Bearbeitung: cima, 2020

Die **Bevölkerungsentwicklung** der Großen Kreisstadt Lindau verlief in den vergangenen zehn Jahren durchweg positiv. So konnte im Vergleich zu 2010 ein Bevölkerungswachstum von rd. 2,9 % verzeichnet werden⁶. Dieser Trend soll sich gemäß Prognosen des Bayerischen Landesamt für Statistik leicht umkehren, wenngleich mit einem sehr geringen Rückgang von 1 % bis 2030 zu rechnen ist.⁷ Hierbei handelt es sich jedoch um eine Vorausberechnung, welche von der tatsächlichen Entwicklung abweichen kann.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Großen Kreisstadt Lindau ist für den motorisierten Individualverkehr aufgrund ihrer Lage im Dreiländereck Deutschland-Österreich-Schweiz ideal an das überregionale

⁵ Fortschreibung des Bevölkerungsstandes, Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 30.06.2020

⁶ Bevölkerungsfortschreibung, Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 30.06.2020

⁷ Bevölkerungsvorausberechnungen, Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 30.06.2020

Straßennetz angeschlossen. Dabei ist Lindau maßgeblich durch die Autobahn A 96 (München – Lindau) gekennzeichnet, die östlich des Stadtgebiets verläuft und direkt in die Autobahn A 14 (Richtung Bregenz und weiter als Arlberg Schnellstraße ab Bludenz) übergeht. Sie spiegelt eine essenzielle Verbindungsachse nach Vorarlberg und in ihrem Verlauf weiter in die Schweiz wider. Auch wegen ihrer direkten Verbindung zu Großraum München (ca. 180 km) hat sie eine entscheidende Bedeutung inne. Die B 12 (Lindau – München – Passau) verläuft mittig durch die Lindauer Kernstadt und verbindet diese mit weiter nördlich gelegenen Gemeinden, wie Wangen oder Isny im Allgäu. Des Weiteren verläuft die Bundesstraße B 31 als tangentielle Ost-West-Verbindung ab Lindau über Friedrichshafen (ca. 20 km) entlang der gesamten Norduferseite des Bodensees.

Lindau ist derzeit über einen Bahnhof, welcher sich auf der Insel befindet, direkt an das **Schienennetz** der Deutschen Bahn angebunden. Zudem wird gegenwärtig im Zuge eines umfangreichen Infrastrukturprojekts ein weiterer Bahnhof (Lindau-Reutin), der künftige Fernbahnhof, gebaut. Dieser befindet sich direkt auf der gegenüberliegenden Seite des Lindauparks und ist somit in kurzer fußläufiger Distanz erreichbar. An diesem Haltepunkt wird in Zukunft jeglicher Fernverkehr aus und in die Nachbarländer Österreich und die Schweiz sowie ein zusätzlicher Haltepunkt für den Regionalverkehr verortet. Für den **ÖPNV** ist Lindau darüber hinaus innerstädtisch über das Busnetz des Stadtbus Lindau sowie landkreisübergreifend über den Verkehrsverbund der Bodensee-Oberschwaben GmbH erschlossen. Dabei verbinden mehrere Buslinien die Kernstadt mit den Stadtteilen sowie dem Umland.

Die **Wirtschaftsstruktur** ist mit ca. 69 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten vorrangig durch den Dienstleistungssektor gekennzeichnet, während das produzierende Gewerbe eine etwas untergeordnete Rolle einnimmt (ca. 30 %). Der Bereich Land- und Forstwirtschaft vereint hingegen einen äußerst geringen Teil der Beschäftigten auf sich (<1 %).⁸ Lindau nimmt als Verwaltungssitz eine besondere Rolle ein, wobei der Landkreis Lindau (Bodensee) selbst als einer der größten Arbeitgeber in Erscheinung tritt. Insgesamt sind in Lindau 13.086 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte gemeldet. Der Standort charakterisiert sich durch ein positives Pendlersaldo von 3.661⁹, was primär auf die Funktion als Oberzentrum mit höheren Verwaltungsbehörden, Spezialkliniken etc. als Teil ihres diversen Arbeitsplatzangebotes zurückzuführen ist. Die Kaufkraftkennziffer für die Große Kreisstadt Lindau liegt bei 104,2, also leicht über dem deutschlandweiten Durchschnitt (= 100,0).¹⁰

Die Stadt Lindau ist insgesamt durch ihre Lage am Bodensee geprägt, welcher aufgrund der attraktiven landschaftlichen und naturräumlichen Gegebenheiten eine sehr beliebte **Tourismusregion** sowohl in Bayern und dem angrenzenden Bundesland Baden-Württemberg als auch den Nachbarländern Österreich und Schweiz darstellt. Zudem verfügt die Region über zahlreiche Wander- und Radwanderwege. Im Jahr 2019 verzeichnete Lindau in Summe 858.376 Übernachtungen.¹¹ In Bezug auf die Einwohnerzahl ergibt sich daraus für die Stadt eine Tourismusintensität von 33,7 Übernachtungen pro Einwohner.¹²

2.2 Mikrostandort Lindaupark

Das Einkaufszentrum Lindaupark, welches im Zuge einer umgreifenden Modernisierung hinsichtlich seiner Verkaufsfläche erweitert werden soll, liegt in zentraler Lage an der wesentlichen Durchfahrtsstraße

⁸ Beschäftigungsstatistik, Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 30.06.2019

⁹ Beschäftigungsstatistik, Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 30.06.2019

¹⁰ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland, Michael Bauer Research GmbH, 2020 basierend auf Statisches Bundesamt. Der Kaufkraft-Index beschreibt die lokal vorhandene Kaufkraft in Bezug auf den bundesdeutschen Durchschnitt. Ein Wert von 100 steht hierbei für die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft eines Bürgers in

¹¹ Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: 31.12.2019; Zahl basiert auf Angaben von Beherbergungsbetrieben mit zehn oder mehr Gästebetten sowie Campingplätze mit zehn oder mehr Stellplätzen

¹² Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand 31.12.2019

Kemptener Straße, die von der Autobahn aus Richtung Innenstadt führt und zugleich die Bundesstraße B 12 Richtung Norden darstellt. Das Einkaufszentrum beherbergt ein umfangreiches Angebot. So finden sich neben Einzelhandel (v.a. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) auch zahlreiche gastronomische Einrichtungen sowie Dienstleistungen (vgl. Kapitel 1).

Abbildung 2: Vorhabenstandort



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

Der Projektstandort liegt im nordwestlichen Teil des zentralen Kreisverkehrs am Berliner Platz. Hier treffen drei wichtige Verkehrsachsen der Stadt Lindau aufeinander (Kemptener Straße, Bregenzer Straße und Rickenbacher Straße). Die Erschließung erfolgt über die nördlich abzweigende Kemptener Straße, in direkter Nähe zum Kreisverkehr und ermöglicht somit eine unmittelbare Erreichbarkeit.

So ist das **unmittelbare Standortumfeld** gekennzeichnet durch folgende Nutzungen (vgl. Abbildungen 3 und 4):

- In **nördlicher** Richtung befindet sich direkt an das Areal angrenzend eine große Fläche, die derzeit als Großparkplatz mit Shuttle-Service zur Lindauer Altstadt (Insel) genutzt wird. Auf dem nördlich daran angrenzenden Grundstück ist eine Filiale des Lebensmitteldiscounters Lidl vorzufinden. Weiter nördlich, entlang der Kemptener Straße, setzt sich der Besitz überwiegend aus Wohnbebauung zusammen.
- **Östlich** des Vorhabenstandorts schließen Wohngebiete mit einer Bebauung durch Ein- und Mehrfamilienhäuser an. Darüber hinaus sind, vorwiegend entlang der Rickenbacher Straße zahlreiche kleinteilige Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe angesiedelt (u.a. Bekleidungs- und Sportfachhandel, Matratzenfachmarkt).
- In **südlicher** Richtung befindet sich zunächst der Kreisverkehr und die zentrale Ost-West-Verbindungsachse Bregenzer Straße. Daran schließt der Bahnhof Lindau-Reutin an, welcher in naher Zukunft als einziger überregionaler Haltepunkt des Schienenverkehrs in Lindau eine wichtige Funktion besitzen wird. An die Gleisanlagen grenzt das nördliche Ufer des Bodensees an und stellt eine natürliche Begrenzung dar.
- Im **Westen** grenzen verschiedene Nutzungen an den Vorhabenstandort an. So finden sich hier eine Apotheke, ein Sportgeschäft sowie ein Autohändler mit Tankstelle. Westlich hiervon schließt Wohnbebauung an, die vor allem im Nahbereich zum Lindaupark durch wichtige öffentliche Einrichtungen, wie dem Landratsamt der Großen Kreisstadt Lindau ergänzt. Daneben ist auch eine Jugendherberge in diesem Bereich verortet.

Abbildung 3: Mikrostandort Lindaupark



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Lindauparkes gestaltet sich für den motorisierten Individualverkehr sehr gut. Durch die direkte Lage an der Kemptener Straße, die zugleich als Bundesstraße B 12 den gesamten Ort als Hauptverkehrsachse in Nord-Süd-Richtung quert, kann der Standort vom gesamten Stadtgebiet sowie dem Umland in alle Richtungen gut erreicht werden. Die direkte Lage an einem zentralen Kreisverkehr wirkt sich neben der guten verkehrlichen Erreichbarkeit auch positiv auf die **Sichtbarkeit** des Standortes aus. Einzig negativ ist die Erreichbarkeit der Parkmöglichkeiten des Lindauparks (Parkdeck mit rd. 700 Stellplätzen) zu bewerten. Die Zufahrt zu den kostenpflichtigen Parkplätzen erfolgt aktuell vergleichsweise umständlich, wobei hier im Rahmen des Modernisierungsbestrebens eine Verbesserung vorgesehen ist.

Eine Anbindung des Vorhabenstandorts an den örtlichen **ÖPNV** ist mittels Anschlusses an das Verkehrsnetz des Stadtbus Lindau gegeben. Direkt vor dem Vorhabenstandort befindet sich am Vorplatz des Bahnhofs Lindau-Reutin die Bushaltestelle „Reutin Bahnhof“, die im Zuge der Umstrukturierung des Bahnhofs ab Dezember 2020 über insgesamt drei Buslinien erschlossen ist: Linie 1 (Oberhochsteg – ZUP Anheggerstraße), Linie 3 (Unterreitnau – Gewerbegebiet) sowie Linie 5 (Grenziedlung/Zech – Inselbahnhof) verbinden den Vorhabenstandort mit dem Umland.

Wenngleich der Lindaupark überwiegend auf Pkw-Kunden ausgerichtet ist, kann der Standort außerdem aus allen Richtungen über **Fußwege** erreicht werden. Ein separierter Radweg ist nicht ausgewiesen. Ein Teil der Wohnsiedlungen im Norden und Osten bzw. teilweise auch im Westen befindet sich in fußläufiger Entfernung zum Planvorhaben. Demnach ist auch für nicht motorisierte Kundengruppen eine gute Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts gegeben. Insbesondere mit Blick auf den im Lindaupark vorhandenen Lebensmitteleinzelhandel (u.a. Feneberg) kann dem Vorhabenstandort entsprechend eine fußläufige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner im Stadtteil Reutin zugeschrieben werden.

Gemäß aktuell gültigem **Einzelhandelskonzept für die Stadt Lindau** aus dem Jahr 2015 ist der Lindaupark wichtigster Kundenmagnet des Sonderstandortes Reutin. Neben der Innenstadt ist der Sonderstandort Reutin der zweite wesentliche Einzelhandelsschwerpunkt im Stadtgebiet. Insbesondere dem Einkaufszentrum Lindaupark mit seinem umfangreichen Besatz wird die Funktion einer optimalen Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich Insel zugeschrieben, da im Lindaupark insbesondere auch konsumige

Verträglichkeitsuntersuchung
Modernisierung und Erweiterung Lindaupark in Lindau, 2020

Angebotssegmente bedient werden. Dies ist ein Segment, über das die Insel nur in sehr eingeschränktem Maße verfügt („zwei Handelswelten“).¹³

Abbildung 4: Nutzungen im unmittelbaren Standortumfeld



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

¹³ Einzelhandelskonzept für die Stadt Lindau 2015

3 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

Im November 2020 führte die cima zur Analyse und Bewertung der Angebots- bzw. Wettbewerbssituation eine vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsgebiet durch. Als Wettbewerber für das Planvorhaben werden all diejenigen Betriebe betrachtet, die im Wettbewerb zu den Sortimenten, für welche eine relevante Verkaufsflächenerweiterung (mehr als 100 m²) angestrebt wird, stehen. Zu den projektrelevanten Sortimenten zählen folgende Warengruppen:

Periodischer Bedarf

- Lebensmittel, Apothekerwaren, Drogerie-/Parfümeriewaren

Aperiodischer Bedarf

- Bekleidung (inkl. Wäsche), Heimtextilien, Sportartikel, Schuhe, Papier-/Schreibwaren, Spielwaren, Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte

Als Hauptwettbewerber sind insbesondere betriebstypengleiche bzw. betriebstypenähnliche Betriebe anzusehen, wie sie im Lindaupark verortet bzw. vorgesehen sind. Da sich das Angebot im Lindaupark im Wesentlichen aus Fachmarktkonzepten, Bekleidungskaufhäusern sowie größeren filialisiertem Fachgeschäftsbesatz aus dem mittleren und unteren Preisgenre zusammensetzt, sind vor allem Betriebe aus diesen Segmenten als wesentliche Wettbewerber zu identifizieren (vgl. Kapitel 1). Nachgeordnet nehmen jedoch auch kleinteilige Fachgeschäfte u.Ä. eine Wettbewerbsbeziehung zum Vorhaben wahr und werden entsprechend berücksichtigt.

Im Rahmen der Bestanderhebung erfolgte eine gutachterliche Einschätzung der Umsatzleistung jedes Einzelhandelsbetriebes im Untersuchungsraum. Bei der Umsatzschätzung wurde auf offizielle betriebs- sowie betriebstypenspezifische Verkaufsflächenproduktivitäten zurückgegriffen¹⁴, welche für jeden Betrieb v.a. vor dem Hintergrund der Mikrostandortqualität, der Verkaufsflächengröße, des Marktauftritts sowie der Kundenfrequenz angepasst wurden.

Als Untersuchungsraum wurden im Wesentlichen das Stadtgebiet Lindau sowie wichtige Einzelhandelslagen (u.a. Innenstadt) in den nächstgelegenen zentralen Orten höherer Stufe¹⁵ berücksichtigt. Hierbei sind entsprechend die Städte Wangen im Allgäu, Friedrichshafen und nachgeordnet auch Ravensburg zu nennen. In einzelnen Sortimenten sind darüber hinaus Wettbewerbsbeziehungen zu sonstigen Umlandkommunen realistisch (z.B. Tettnang). Während in der Stadt Lindau selbst eine Vollerhebung in allen Standortlagen erfolgte, konzentrierte sich die Wettbewerbsbetrachtung in den zentralen Orten im Umland auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die überörtlich bedeutsamen Standortlagen im jeweiligen Stadtgebiet.

Im Rahmen des Erhebungsverfahrens wurde eine weitere Abstufung vorgenommen. Sortimente des periodischen Bedarfs (v.a. Lebensmittel, Apothekerartikel), welche überwiegend wohnortnah eingekauft werden, erzeugen i.d.R. eine deutlich geringe Reichweite als Geschäfte mit Waren des aperiodischen Bedarfs. Entsprechend wurde die Wettbewerbsaufnahme auf die Stadt Lindau beschränkt. Eine Sonderrolle nimmt in Lindau in diesem Segment jedoch aufgrund der Grenzlage zu Österreich und der unmittelbaren Nähe zur Schweiz ein. Da Lebensmittel in Deutschland deutlich günstiger angeboten werden als in den Nachbarländern, finden - wie auch in den übrigen Sortimenten - im Lebensmittelbereich enorme

¹⁴ Quellen: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017, EHI Handelsdaten 2019, Hahn Retail Real Estate Report 2019/20

¹⁵ Zusammen mit den Städten Ravensburg und Weingarten bildet die Stadt Friedrichshafen ein Oberzentrum des Bundeslandes Baden-Württemberg

grenzüberschreitende Einkaufsverflechtungen statt. In den weiteren projektrelevanten Sortimenten erfolgte die Wettbewerbsaufnahme neben Lindau auch in den umliegenden zentralen Orten höherer Stufe, die aufgrund des dort vorhandenen Angebotsbestands und der räumlichen Nähe zum Standort des Lindaparks von Umsatzumlenkungen in unterschiedlichen Sortimenten tangiert werden. In diesem Zusammenhang sind insbesondere Wangen im Allgäu und Friedrichshafen relevant, sodass hier eine Wettbewerbsaufnahme in den maßgeblichen Handelsstandorten (u.a. zentrale Versorgungsbereiche, Fachmarkttagglomerationen) durchgeführt wurde. In einzelnen Sortimenten sind auch Wettbewerbsauseinandersetzungen mit den Einzelhandelsstrukturen bspw. in Ravensburg zu erwarten. Hierfür wurde auf Daten des Einzelhandelskonzeptes zurückgegriffen und zusätzlich eine Desktop-Recherche durchgeführt. Die wesentlichen, für die Umsatzumverteilung bedeutsamen Standortlagen werden im Folgenden zusammenfassend dargestellt und bewertet.

3.1 Stadt Lindau

Im weiträumigen Stadtgebiet von Lindau ist der Großteil des Einzelhandelsbestands in der Kernstadt angesiedelt. Die wesentlichen und hinsichtlich der Verkaufsflächen größeren Anbieter sind in Abbildung 5 aufgeführt.

Abbildung 5: Wesentliche Wettbewerber in Lindau (Kernstadt)



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

Mit Blick auf den Einzelhandelsbestand lassen sich auf Basis des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lindau 2015 im Wesentlichen vier unterschiedliche Standortkategorien unterscheiden. Der überwiegende Teil des projektrelevanten Angebotsbestands befindet sich im zentralen Versorgungsbereich **Innenstadt**, welcher einen Großteil der Lindauer Insel abdeckt. Als weiterer zentraler Versorgungsbereich innerhalb des Stadtgebietes Lindaus ist das Neben- bzw. Stadtteilzentrum **Aeschach** definiert, das im Hinblick auf das

geringere Einzelhandelsangebot allerdings vornehmlich eine eingeschränkte, auf das unmittelbare Wohnumfeld ausgerichtete Versorgungsbedeutung innehat. Weitere größere Einzelhandelsflächen sind außerdem im **Sonderstandort Reutin** vorzufinden, in welchem neben überwiegend kleinteiligem straßenbegleitendem Handel auch der zur Modernisierung und Erweiterung vorgesehene Lindaupark angesiedelt ist. Standorte außerhalb dieser o.g. Lagekategorien werden im Folgenden als **sonstige Standorte** zusammengefasst. Hierbei handelt es sich sowohl um Anbieter in städtebaulich integrierten Lagen als auch in städtebaulichen Randlagen.

Insgesamt beläuft sich der projektrelevante Angebotsbestand in Lindau (ohne Flächen im Lindaupark) auf rd. 16.360 m² Verkaufsfläche, auf welcher ein Umsatzvolumen i.H.v. ca. 168 Mio. € erwirtschaftet wird.

In Tabelle 2 wird der projektrelevante Angebotsbestand differenziert nach Lagekategorien und Sortimente dargestellt.

Tabelle 2: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Lindau

Sortiment	ZVB Innenstadt		ZVB Aeschach		SO Reutin*		Sonstige Lagen**	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.
Lebensmittel	2.150	16,9	1.365	8,0	95	1,0	8.860	58,5
Apothekerwaren	75	0,6	95	0,8	35	0,4	90	0,8
Drogerie-/Parfümeriewaren	425	2,3	135	0,7	45	0,2	785	4,7
Periodischer Bedarf	2.650	19,8	1.595	9,5	175	1,6	9.735	64,0
Bekleidung (inkl. Wäsche)	5.470	27,5	190	1,3	595	2,4	525	2,3
Heimtextilien	515	1,9	130	0,4	100	0,3	835	2,2
Sportartikel	515	0,5	-	-	425	2,0	265	1,3
Schuhe	1.035	6,2	-	-	-	-	10	0,1
Papier-/Schreibwaren	335	1,6	75	0,4	55	0,2	115	0,4
Spielwaren	120	0,7	10	0,1	20	0,1	45	0,1
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren	2.245	10,0	35	0,2	70	0,2	1.385	3,4
Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte	325	1,6	5	-	65	0,3	845	5,5
Aperiodischer Bedarf	10.560	50,0	445	2,4	1.330	5,5	4.025	15,3
Gesamt	13.210	69,8	2.040	11,9	1.505	7,1	13.760	79,3

* ohne Einzelhandelsbestand im Lindaupark

** inkl. geplantes SB-Warenhaus der Fa. Kaufland

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020; Rundungsdifferenzen möglich

3.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Insel)

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt umfasst im Wesentlichen die historische Altstadt auf der Lindauer Insel und befindet sich südwestlich des Lindauparks in ca. 1,5 km Entfernung. Gemäß EHK Lindau 2015 erstreckt sich dieser östlich des Bahnhofes und der Bahngleise nahezu über die gesamte Insel. Die Hauptgeschäftslage befindet sich entlang der Maximilianstraße und Cramergasse bis zum Marktplatz und

umfasst z.T. angrenzende Bereiche der Nebenstraßen. Dieser Bereich weist aufgrund der hohen Dichte des Einzelhandelsbesatzes die höchsten Kundenfrequenzen auf und präsentiert sich mit einer Vielfalt an ergänzenden Nutzungen, u.a. attraktive Gastronomiebetrieben mit Außensitzflächen, historischen Gebäuden und attraktiven Platzgestaltungen mit einer hohen Aufenthaltsqualität. Der Fußgängerbereich erstreckt sich von den Haupteinkaufslagen bis zur Hafenpromenade am südlichen Ufer der Insel, an welcher jedoch im Wesentlichen nur noch gastronomische Einrichtungen vorzufinden sind. Die weiteren Bereiche außerhalb der Hauptgeschäftslage des ZVB weisen eine geringere Nutzungsdichte und dementsprechend deutlich geringe Frequenzen auf. Jedoch sind auch in diesen Lagen neben einem überwiegenden Schwerpunkt an ergänzenden Nutzungen vereinzelt Einzelhandelsbetriebe anzutreffen, die das Angebotsspektrum im Einzelhandel in der Lindauer Innenstadt vervollständigen.

Als Wettbewerber der geplanten Erweiterung und Modernisierung des Lindauparks sind folgende Betriebe zu nennen:

Periodischer Bedarf

- Innerhalb der historischen Altstadt Lindaus befinden sich die zwei strukturprägenden **Lebensmittelmärkte** Netto und Rewe. Der Lebensmitteldiscounter befindet sich im Untergeschoss des Insel-Outlets, wodurch die Zugänglichkeit erschwert wird. Aufgrund der versteckten Lage und einer vergleichsweise geringen Verkaufsflächengröße ist die Netto-Filiale nur bedingt attraktiv. Seit 2016 wird das Lebensmittelangebot auf der Insel durch eine City-Filiale der Fa. Rewe in der Zeppelinstraße ergänzt. Der Anbieter präsentiert sich hinsichtlich seines Marktauftritts sowie des Warenangebots als ein moderner, attraktiver und wettbewerbsfähiger Lebensmittelmarkt, der eine wesentliche Nahversorgungsfunktion für die Insel innehat. Die beiden Lebensmittelmärkte Rewe City und Netto erschließen aufgrund ihrer räumlichen Lage und begrenzten Stellplatzkapazitäten insbesondere ein fußläufiges Einzugsgebiet und übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung. Darüber hinaus sind im zentralen Versorgungsbereich weitere kleinteilige Anbieter (u.a. Lebensmittelhandwerk, Spezialanbieter) ansässig.
- Im zentralen Versorgungsbereich Insel sind insgesamt zwei **Apotheken** verortet, welche die Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln sowie anteilig Drogeriewaren übernehmen. Das **Drogerie- und Parfümeriesegment** wird auf der Insel außerdem durch die Parfümerie Gradmann, das Naturkosmetikgeschäft Orgeluse sowie die Randsortimentsabteilungen der Lebensmittelmärkte bereitgestellt. Einen Drogeriefachmarkt gibt es im zentralen Versorgungsbereich nicht, sodass insbesondere der Drogeriewarenbereich nur in sehr eingeschränktem Umfang vorgehalten wird.

Aperiodischer Bedarf

- Im **Bekleidungsbereich** sind auf der Insel zahlreiche kleinere überwiegend inhabergeführte sowie z.T. auch filialisierte Modeboutiquen (u.a. Esprit, Tom Tailor, Cecil) ansässig. Insgesamt präsentieren sich die Bekleidungsgeschäfte in der Lindauer Innenstadt als attraktiv und mit einer überwiegend hohen Produkt- und Beratungsqualität. Aus dem Fachmarktsegment, welches insbesondere im Wettbewerb mit dem Geschäftsbesatz im Lindaupark steht, ist lediglich eine Filiale des Textilanbieters NKD zu nennen. Darüber hinaus das Insel-Outlet mit einem umfangreichen Angebot unterschiedlicher Marken im Bekleidungs-, Wäsche- und Sportsegment auf einem vergleichsweise geringen Preisniveau (Schnäppchenmarkt) als Wettbewerber für den Lindaupark auszumachen. Insgesamt übernimmt der ZVB Innenstadt insbesondere aufgrund der Ausrichtung auf überwiegend kleinteilige, inhabergeführte sowie spezialisierte Fachgeschäfte lediglich geringfügige Wettbewerbsüberschneidungen mit dem fachmarktgeprägten Lindaupark ein.
- Die Lindauer Innenstadt hält mit insgesamt 10 Betrieben im Sortiment **Schuhe** ein recht breites Angebotsspektrum vor. Dabei handelt es sich sowohl um filialisierte Schuhhändler wie Werdich Schuhhaus oder Shoe Town Werdich als auch um inhabergeführte Geschäfte mit einem z.T. spezialisiertem

Angebot (z.B. AccA44, Orthopädie Bühne). Darüber hinaus bieten mehrere Bekleidungsanbieter Schuhe in Form von Randsortimenten an.

- Das **Sportsegment** wird im zentralen Versorgungsbereich lediglich in Form von Randsortimenten vorgehalten. U.a. im Insel-Outlet, im Fahrrad- oder Sporthandel werden entsprechende Artikel angeboten. Ein Sportfachgeschäft oder einen entsprechenden Fachmarkt gibt es auf der Insel nicht.
- Das **Spielwarenangebot** konzentriert sich auf das kleine Spezialfachgeschäft die Spielecke und wird sonst nur als Randsortiment in weiteren kleinteiligen Geschäften innerhalb der Innenstadt angeboten. Angesichts des Preisgefüges und der Zielgruppenansprache des vorhandenen Angebots sind nur geringfügige Wettbewerbsauseinandersetzungen mit dem Lindaupark zu erwarten.
- Mit den Geschäften Papier Enderlin und Kasper sind in der Lindauer Innenstadt zwei qualitätsvolle und gut sortierte Anbieter im Bereich **Papier-/Schreibwaren** ansässig. Diese werden durch weitere Angebote insbesondere als Randsortimente in Buchhandlungen ergänzt. Ein filialisiertes/fachmarkt-orientiertes Konzept in diesem Segment ist aktuell nicht in der Lindauer Innenstadt anzutreffen, welches in direkter Konkurrenz zum Planvorhaben stehen würde.
- Im Bereich **Glas/Porzellan/Keramik, Heimtextilien** wird in der Innenstadt ein umfangreiches, jedoch sehr kleinteiliges Angebot vorgehalten. Mit einem vergleichsweise hohen Qualitäts- und Preisniveau sprechen die jeweiligen Geschäfte eine deutlich andere Zielgruppe an als der Besatz im Lindaupark. Somit sind sie nur nachgeordnet als Wettbewerber einzustufen. Aus dem Fachmarktbereich ist lediglich der enorm preisaggressive Sonderposter Euroshop auf der Insel ansässig.
- Ebenfalls sehr kleinteilig ist das Angebot im **Elektronikbereich** (u.a. jeweils zwei spezialisierte Elektrogeschäfte und Handyshops, Fotofachhandel, Vinylgeschäft). Ein Fachmarktformat bzw. Magnetbetrieb ist derzeit nicht anzutreffen und aufgrund der Flächenintensivität solcher Konzepte kaum in der Innenstadt realisierbar. Dementsprechend steht das Elektronikangebot auf der Insel lediglich geringfügig in Wettbewerbsbeziehung mit dem Planvorhaben.

Abbildung 6: Einzelhandelsangebot im ZVB Innenstadt (Lindau)



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

Die Lindauer Innenstadt präsentiert sich insgesamt als lebendige und funktionsfähige Handelsdestination, welche mit einem attraktiven und kleinteiligen Einzelhandelsbesatz bestehend überwiegend aus inhabergeführten Fachgeschäften gepaart mit namhaftem Filialisten unterschiedliche Zielgruppen anspricht. Insbesondere im Hinblick auf Touristen spielt die Insel hier eine große Rolle.

Eine Vorschädigung des zentralen Versorgungsbereichs, die sich durch etwaige Mindernutzungen oder eine Mehrung von leerstehenden Ladenlokalen ausdrückt, ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt keinesfalls zu konstatieren. Mit seiner kleinteiligen und vorwiegend inhabergeführten Einzelhandelsstruktur bedient die

Insel weitaus andere Angebotssegmente als der konsumige Lindaupark. Das Einzelhandelsangebot im Lindaupark kann dementsprechend weniger als Konkurrenz, sondern vielmehr als Ergänzung zur Innenstadt angesehen werden. In Anbetracht der unterschiedlichen Ladengrößen, Zielgruppenansprache sowie Preisniveaus hat sich zwischen der Lindauer Innenstadt (Insel) und dem Einkaufszentrum Lindaupark eine Art Arbeitsteilung etabliert. Diese wurde auch im Rahmen umfangreicher Besucherbefragungen (u.a. im Zusammenhang mit dem EHK Lindau 2015, Untersuchungen zum Lindaupark 2017) bestätigt.

3.1.2 Neben-/Stadtteilzentrum Aeschach

Rd. 1,2 km westlich des Planstandortes um den Kreuzungsbereich der Kreisverkehre Friedrichshafener Straße/Ludwig-Kick-Straße und Wackerstraße/Langenweg befindet sich der zentrale Versorgungsbereich Aeschach. Der Einzelhandelsbesatz ist überwiegend entlang des Langenweges und der Ludwig-Kick-Straße angesiedelt und weist einen straßenbegleitenden sowie z.T. lückenhaften und langgezogenen Besatz auf.

Periodischer Bedarf

Die Nahversorgungsfunktion im ZVB Aeschach wird maßgeblich durch den Vollsortimenter Edeka übernommen, welcher angesichts geringer Stellplatzkapazitäten vor allem auf die umliegende Wohnbevölkerung ausgerichtet ist. Das Nahversorgungsangebot wird durch weitere kleinteilige Angebote wie die Bio Oase, eine Metzgerei, mehrere Bäckereien und Apotheken sowie einem spezialisierten Anbieter für Tortenbedarf ergänzt. Zusammen mit dem Wochenmarkt, welcher ganzjährig Dienstagsvormittag am Parkplatz „Auf der Lärche“ stattfindet, kommt das Stadtteilzentrum seinen Versorgungsauftrag für die Bewohner im Umfeld nach. Mit der Eröffnung eines denn's Biomarktes im Jahr 2019 konnte das bestehende Lebensmittelangebot im ZVB darüber hinaus weiter ausgebaut und gesichert werden. Aufgrund eines fehlenden Drogeriemarktes werden auch Drogeriewaren hauptsächlich als Randsortiment im Lebensmittelhandel vorgehalten. Hinsichtlich seiner Nahversorgungsstrukturen kann der ZVB Aeschach als stabil sowie leistungsfähig und dementsprechend wettbewerbsfähig eingestuft werden.

In seiner Funktion als Neben-/Stadtteilzentrum kommt der ZVB Aeschach überwiegend einem Versorgungsauftrag für die wohnortnahen, fußläufigen Einkäufe nach. Entsprechend stehen die Einzelhandelsbetriebe nur geringfügig in Wettbewerb mit dem Lindaupark.

Aperiodischer Bedarf

Der aperiodische Bedarf spielt im Stadtteilzentrum eine eher untergeordnete Rolle. Aus dem projektrelevanten Einzelhandelsbereich sind hierbei zwei kleinere Bekleidungsboutiquen und ein Schreibwarengeschäft zu nennen. Diese kleinteiligen Strukturen weisen kaum Wettbewerbsüberschneidungen mit dem Planvorhaben auf.

3.1.3 Sonderstandort Reutin

Als weiterer wesentlicher Handelsstandort ist im Einzelhandelskonzept der Sonderstandort Reutin, in welchem sich u.a. das Einkaufszentrum Lindaupark befindet, definiert. Neben dem Lindaupark sind im direkten Umfeld entlang der Bregenzer Straße und Rickenbacher Straße weitere Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Aus dem projektrelevanten Bereich sind als wichtigste Wettbewerber ein kik Textilfachmarkt sowie der Sportfachmarkt Roman in unmittelbare Nähe zum Lindaupark zu nennen, die aufgrund der Parkmöglichkeiten rund um den Lindaupark von Kopplungseffekten profitieren. Entlang der Rickenbacher Straße sind darüber hinaus weitere kleinteilige projektrelevante Angebotsformate wie zwei Bekleidungsgeschäfte, der Sportspezialanbieter Vaude, ein Computerfachgeschäft sowie ein Reparaturgeschäft für Mobiltelefone ansässig, welche auch maßgeblich durch die Magnetbetriebe im Lindaupark profitieren.

3.1.4 Sonstige Standorte

Neben den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt (Insel) und Aeschach sowie dem Sonderstandort Reutin sind im Lindauer Stadtgebiet auch sogenannte solitäre Nahversorgungsstandorte definiert, welche die Versorgung der Lindauer Bevölkerung mit Waren des periodischen Bedarfs sicherstellen. Darüber hinaus werden diese klassischen strukturprägenden Lebensmittelmärkte von weiteren Standorten mit Betrieben des aperiodischen Bedarfs ergänzt, die sich z.T. in Konkurrenz mit dem zu erweiternden Lindaupark befinden. Als wichtigste Hauptwettbewerber der geplanten Erweiterung und Modernisierung des Lindauparks sind folgende Betriebe zu nennen:

Periodischer Bedarf

Neben den bereits genannten Lebensmittelmärkten befinden sich fünf weitere strukturprägende Anbieter des Lebensmittelsegments im Lindauer Stadtgebiet. Als Wettbewerber zum Planvorhaben bzw. insbesondere zu den zu erweiternden Nahversorgungsstrukturen im Lindaupark können aufgrund der geringen räumlichen Distanz und der überwiegend autokundenorientierten Versorgungsfunktion insbesondere die Märkte in Reutin genannt werden. Folgende Märkte sind hierbei innerhalb des Stadtteils Reutin zu nennen:

- Aldi, Von-Behring-Straße
- Lidl, Kemptener Straße
- Norma, Bregenzer Straße
- Penny, Lagerhausstraße

Darüber hinaus soll in Reutin am ehemaligen Standort des E-Centers das SB-Warenhaus Kaufland angesiedelt werden. Der Anbieter Kaufland weist angesichts seiner Größe und Sortimentsgestaltung ein ähnliches Angebot wie Feneberg auf, jedoch in einem preisaggressiveren Spektrum. Darüber hinaus verfügt Kaufland über eine sehr große Drogerieabteilung, sodass dieser Anbieter ebenfalls eine Konkurrenzposition im Drogeriewarensegment einnimmt. Aufgrund des ähnlichen Angebotes und Preisniveaus sowie der räumlichen Nähe ist zukünftig von erhöhten Wettbewerbsbeziehungen zum Projektvorhaben auszugehen. Deutlich nachgeordnet ist im westlichen Teil des Stadtgebietes im Stadtteil Hoyren außerdem der Discounter Netto zu nennen.

Aperiodischer Bedarf

Größere Anbieter des aperiodischen Bedarfs mit wesentlicher Wettbewerbsfunktion zum Planvorhaben sind im weiteren Stadtgebiet lediglich in den Sortimenten Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Heimtextilien und Elektronik anzutreffen. Ein projektrelevantes Angebot im Bereich Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren und Heimtextilien wird u.a. im Möbelmarkt Dänisches Bettenlager vorgehalten. Dieser befindet sich direkt östlich angrenzend an den Sonderstandort Reutin. Im Stadtteil Reutin befindet sich außerdem der Fachmarktstandort OBI mit einem ausdifferenzierten Angebot unterschiedlicher projektspezifischer Sortimente (u.a. Elektronikartikel, Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren und Heimtextilien).

Darüber hinaus befindet sich im östlichen Stadtgebiet (Stadtteil Zech) ein größerer Sonderpostenmarkt der Fa. Ness, welcher in den o.g. Sortimenten entsprechende Waren vertreibt.

3.2 Umlandkommunen

Der erweiterte und modernisierte Lindaupark wird neben den oben genannten Anbietern in Lindau selbst voraussichtlich auch mit unterschiedlichen Betrieben im Umland im Wettbewerb konkurrieren. Dabei spielt jedoch aufgrund der Versorgungsfunktion für die umliegende Bevölkerung weniger der periodische Bedarf eine Rolle als vielmehr Güter des aperiodischen Bedarfs, welche weitaus größere Einzugsgebiete aufweisen.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass die Kunden aufgrund des geringen Drogeriewarenangebotes in Lindau (neben Müller kein weiterer Fachmarkt) auch für das Drogeriesegment weitaus größere Entfernungen in Kauf nehmen.

Im Hinblick auf die vorhandenen Einzelhandelsstrukturen im Umland sind v.a. die nächstgelegenen zentralen Orte höherer Stufe in Baden-Württemberg von Relevanz.¹⁶ Hierzu zählen u.a. das Mittelzentrum Wangen im Allgäu (ca. 17 km nordwestlich), das Teiloberzentrum Friedrichshafen (ca. 20 km nordwestlich) sowie mit Blick auf einzelne Sortimente auch das Unterzentrum Tettnang (ca. 15 km nordwestlich) sowie das Teiloberzentrum Ravensburg (ca. 27 km nordwestlich).

3.2.1 Stadt Wangen im Allgäu

Die Stadt Wangen im Allgäu verfügt als ausgewiesenes Mittelzentrum über einen breiten Einzelhandelsbesatz in unterschiedlichen Branchen. Aufgrund der z.T. zum Lindapark vergleichbaren Angebots- sowie Betreiberstrukturen ist sie als wesentlicher Wettbewerbsstandort für das Vorhaben zu bewerten. Für Wangen im Allgäu liegt eine Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes im gesamten Stadtgebiet aus dem Jahr 2020 vor.¹⁷ In der Wettbewerbsbetrachtung werden die wesentlichen, in Konkurrenz zum Vorhaben stehenden Einzelhandelslagen genauer dargestellt und eingeordnet. Diese umfassen die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und NVZ Am Waltersbühl (vgl. Abbildung 7). Ergänzt wird das Angebot durch Betriebe in mehreren Fachmarktzentren sowie Solitärstandorten, welche unter Sonstige Lange subsummiert werden.¹⁸

Tabelle 3: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Wangen im Allgäu

Sortiment	Innenstadt		NVZ Am Waltersbühl		Sonstige Lagen	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.
Drogerie-/Parfümeriewaren	1.055	5,4	105	0,5	2.805	6,0
Bekleidung (inkl. Wäsche)	2.635	9,9	35	0,1	2.575	9,2
Heimtextilien	340	0,8	20	< 0,1	440	0,7
Sportartikel	70	0,3	15	< 0,1	2.210	6,4
Schuhe	1.060	3,4	-	-	910	2,1
Papier-/Schreibwaren	230	1,1	175	0,4	65	0,1
Spielwaren	190	0,6	80	< 0,1	80	0,2
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren	965	2,9	375	0,6	1.410	3,2
Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte	1.750	9,4	45	< 0,1	875	1,7
Gesamt	8.395	33,8	850	1,7	11.370	29,6

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020; Rundungsdifferenzen möglich

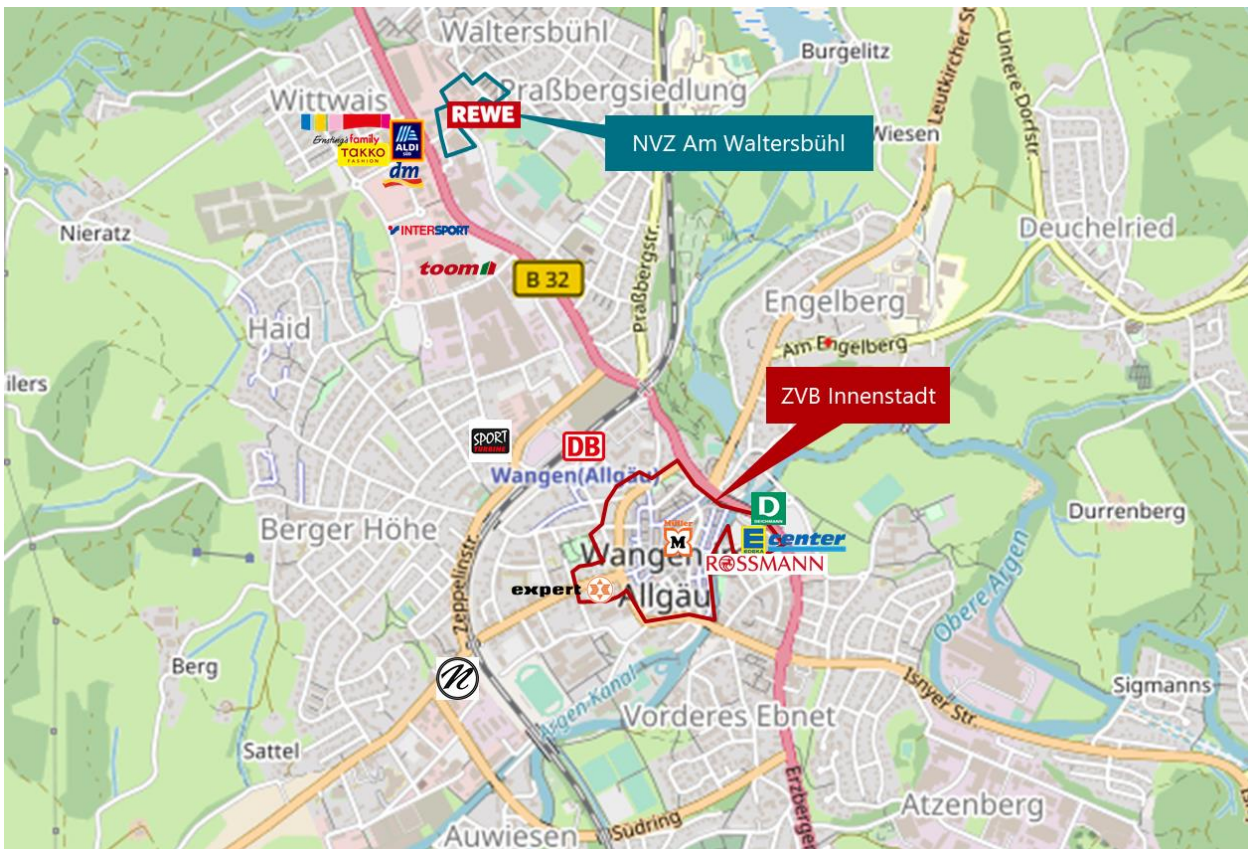
¹⁶ Auf eine Detailbetrachtung der Einzelhandelsstrukturen in den nahe gelegenen Kommunen in Österreich oder der Schweiz wird an dieser Stelle verzichtet, da Umsatzumverteilungen außerhalb Deutschland baurechtlich nicht bedeutsam sind.

¹⁷ Im Rahmen der Aktualisierung des Einzelhandelskonzept der Stadt Wangen im Allgäu im Jahr 2020 wurde im März von der cima eine Vollerhebung des Einzelhandelsbestandes durchgeführt und im Laufe mehrerer, darauffolgender Gutachten punktuell aktualisiert.

¹⁸ Die Einteilung des Zentralen Versorgungsbereichs sowie der weiteren ausgewiesenen Zentren am Standort wird aus dem gültigen Einzelhandelskonzept der Stadt Wangen 2020 übernommen.

Insgesamt beläuft sich der projektrelevante Angebotsbestand in den o.g. drei Kategorien in Wangen im Allgäu auf rd. 18.535 m² Verkaufsfläche, auf welcher ein Umsatzvolumen i.H.v. ca. 65,1 Mio. € erwirtschaftet wird. In Tabelle 3 wird der projektrelevante Angebotsbestand differenziert nach Lagekategorien und Sortimenten dargestellt.

Abbildung 7: Wesentliche Wettbewerber in Wangen im Allgäu



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

3.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich der Stadt Wangen im Allgäu orientiert sich maßgeblich an der historisch gewachsenen Altstadt, begrenzt durch die gut erhaltenen Stadtmauern. Die Abgrenzung schließt im Norden mit dem Stadtgraben und im Süden mit der vielbefahrenen Klosterbergstraße. Im Osten wird der zentrale Versorgungsbereich vom Oberen Argen als natürliche Barriere abgegrenzt. Jedoch wird diese Abgrenzung durchbrochen und durch das Argen-Center ergänzt, welches über eine Brücke fußläufig sehr gut an die restliche Innenstadt angebunden ist. In Richtung Westen reicht die aktuelle Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs über die Gegenbaurstraße hinaus und umfasst den östlichen Bereich der Lindauer Straße (u.a. mit Norma, Expert).

Um die gesamte Altstadt verlaufen ringförmig gut ausgebaute Verkehrswege und erzeugen eine gute Erreichbarkeit dieser. Großzügige Parkräume am Rand der Innenstadt und direkte Wegeverbindungen führen zu einer umfassenden Verkehrsberuhigung innerhalb des historischen Stadtkerns. Der zentral gelegene Marktplatz mit angrenzendem Rathaus stellt den Mittelpunkt der Innenstadt dar. Die westlich bis nördlich daran anschließende Herrenstraße sowie die nordöstlich gelegene Schmiedstraße verfügen jeweils über einen dichten Besatz an eher kleinflächigen Fachgeschäften verschiedener Sortimente. Grundsätzlich verfügt der gesamte historische Stadtkern über eine vergleichsweise hohe Dichte an Einzelhandels-

betrieben, welche auf eine vergleichsweise hohe Frequenz zurückgreifen können. Attraktive Gastronomiebetriebe, Dienstleister sowie öffentliche Nutzungen ergänzen den Angebotsmix an dieser Stelle. Insgesamt ist innerhalb des historischen Stadtkerns, auch aufgrund der gut erhaltenen Bausubstanz, eine hohe Aufenthaltsqualität gegeben. Die beiden Abschnitte des ZVB, welche außerhalb des historischen Stadtkerns liegen (Argen-Center und Lindauer Straße), ergänzen die ansonsten eher kleinflächigen Fachgeschäfte durch z.T. großformatige Anbieter. Insgesamt ist die Innenstadt von Wangen im Allgäu als sehr wettbewerbsfähig einzustufen und weist nahezu keine Vorschädigungen, wie zum Beispiel vermehrte Leerstände, auf.

Abbildung 8: Einzelhandelsangebot im ZVB Innenstadt (Wangen im Allgäu)



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

Mit Blick auf das Planvorhaben im Lindaupark sind folgende Hauptwettbewerber im ZVB Innenstadt Wangen im Allgäu zu identifizieren:

- Im Bereich der **Drogerie- und Parfümeriewaren** sind mit den Anbietern Müller und Rossmann zwei filialisierte Angebote in der Innenstadt von Wangen im Allgäu vorhanden. Der vergleichsweise kleine Müller Drogeriemarkt befindet sich in der historischen Altstadt und bietet neben Drogerie- und Parfümeriewaren lediglich ein eingeschränktes Angebot an Lebensmitteln, Spielwaren sowie Unterhaltungselektronik an. Die Filiale von Rossmann profitiert durch die Lage im Argen-Center durch erhebliche Kopplungseffekte mit dem ebenfalls hier ansässigen E-Centers sowie weiteren Betrieben. Aufgrund der Lage ist er insbesondere für motorisierte Kunden gut erreichbar und tritt daher in Wettbewerb zum Lindaupark. Als Fachgeschäft ergänzt die Parfümerie Bittel das Angebot der Wangener Innenstadt in diesem Segment.
- Im **Bekleidungssegment** sind in der Innenstadt von Wangen im Allgäu eine Vielzahl an Anbietern mit vergleichsweise kleinen Flächen (max. 300 m²) vorhanden. Mit Ausnahme weniger Betriebe filialisierter Anbieter finden sich fast ausschließlich inhabergeführte Fachgeschäfte in unterschiedlichen Qualitäts- und Preisniveaus wieder. In Summe stellt dieses vielseitige Angebot eine der Branchen mit erhöhter Anziehungskraft Innenstadt dar. Die Wettbewerbsüberschneidungen mit dem Lindaupark sind aufgrund der unterschiedlichen Anbieterstruktur als eher nachrangig zu bewerten.
- Ähnlich stellt sich auch der Bereich **Schuhe** dar, wenngleich in Summe mit erheblich geringeren Verkaufsflächenumfang. Allen voran ist der Schuhfachmarkt Deichmann im Argen-Center zu nennen, der mit knapp unter 500 m² fast die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche des Sortiments auf sich vereint.
- Im Bereich der **Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte** entfaltet der expert Elektrofachmarkt in der Lindauer Straße aufgrund seiner Verkaufsfläche von über 1.000 m² eine nennenswert Anziehungskraft ins Umland, weswegen hier Wettbewerbsauseinandersetzungen mit dem Vorhaben Lindaupark anzuneh-

men sind. Die restlichen Angebote setzen sich aus Nebensortimente sowie Fachgeschäfte mit Kleinstflächenausstattung zusammen.

In den **weiteren projektspezifischen Sortimenten** ist der Angebotsbestand in der Wangener Innenstadt deutlich geringer ausgeprägt. Die entsprechenden Waren werden überwiegend in Form von Randsortimenten in den obenstehenden Betrieben oder kleinteiligen Fachgeschäften angeboten.

3.2.1.2 Nahversorgungszentrum Am Waltersbühl

Im nördlichen Gebiet der Kernstadt befindet sich mit dem Nahversorgungszentrum am Waltersbühl ein weiterer zentraler Versorgungsbereich mit wichtiger Nahversorgungsbedeutung für die dort lebende Bevölkerung. Das Nahversorgungszentrum umschließt die gesamte Länge der gleichnamigen Straße Am Waltersbühl mitsamt der hier verorteten und unmittelbar angrenzenden Nutzungen. In westlicher Richtung wird das NVZ von der Ravensburger Straße als Hauptverkehrsachse zwischen der Innenstadt und dem nördlichen Umland begrenzt.

Prägender Anbieter am Standort ist ein Rewe Supermarkt, dessen Warenangebot durch mehrere Betriebe aus dem Lebensmittelhandwerk bzw. mit Feinkost ergänzt wird. In begrenzten Umfang befinden sich im NVZ Am Waltersbühl auch Anbieter mit weiteren Sortimenten (darunter Tedi, Fahrradfachgeschäft, Teppichfachgeschäft), jedoch mit jeweils vergleichsweise geringem Flächenumfang.

Aufgrund der kleinteiligen, vorrangig auf die Nahversorgung bezogenen Einzelhandelsstrukturen sind keine wesentlichen Wettbewerbsauseinandersetzungen mit dem geplanten Vorhaben im Lindaupark zu erwarten.

3.2.1.3 Sonstige Lagen

In Wangen im Allgäu befinden sich neben den beiden genannten, abgegrenzten Versorgungsbereichen mehrere Standorte, bei denen in bestimmten Umfang von Wettbewerbsauseinandersetzungen mit dem Lindaupark auszugehen ist.

Allen voran ist eine anzunehmende Einzelhandelsagglomeration in Fachmarktlage an der Siemensstraße und dem südlich daran angrenzenden Gebiet, nördlich der Innenstadt, zu nennen. Westlich der Ravensburger Straße, auf Höhe des NVZ Am Waltersbühl befinden sich mit einem dm Drogeriemarkt und einem Aldi Lebensmitteldiscounter zwei Anbieter aus dem Nahversorgungsbereich. Hinzu kommen mehrere Betriebe mit Sortimenten aus dem Bereich Bekleidung (u.a. Ernstings & Family, Takko), Schuhe (Schuh Mann, My Shoes) sowie Sport (Intersport Haschko) und Baumarkt (toom). Die Anbieter an diesem Standort sind überwiegend auf motorisierte Kunden ausgelegt und zeichnen sich durch eine gute Erreichbarkeit für diese aus.

An weiteren Standorten sind in den relevanten Sortimenten außerdem noch der Sportfachmarkt Sport Turbine in der Zeppelinstraße sowie das Modehaus Nessensohn an der Lindauer Straße im westlichen Stadtgebiet vorhanden.

3.2.2 Stadt Friedrichshafen

In der Stadt Friedrichshafen, die gemeinsam mit Ravensburg und Weingarten die zentralörtliche Funktion eines Oberzentrums innehat, sind einige, z.T. gegenüber dem aktuellen Bestand im Lindaupark anbietergleiche Einzelhandelsstrukturen vorhanden, sodass sie einen wesentlichen Wettbewerbsstandort für das Vorhaben darstellt. Im Friedrichshafener Stadtgebiet wurde keine Vollerhebung des Einzelhandels durchgeführt, die Wettbewerbsbetrachtung wurde auf die wesentlichen Einzelhandelslagen (darunter städtebaulich schützenswerte Bereiche) beschränkt. Dabei handelt es sich um die zentralen

Versorgungsbereiche Innenstadt und Charlottenstraße sowie den autokundenorientierten Fachmarktstandort Bodensee Center (vgl. Abbildung 9).¹⁹

Abbildung 9: Wesentliche Wettbewerber in Friedrichshafen



Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

Insgesamt beläuft sich der projektrelevante Angebotsbestand in den o.g. drei Einzelhandelsschwerpunkten in Friedrichshafen auf rd. 33.955 m² Verkaufsfläche, auf welcher ein Umsatzvolumen i.H.v. ca. 129,1 Mio. € erwirtschaftet wird. In Tabelle 4 wird der projektrelevante Angebotsbestand differenziert nach Lagekategorien und Sortimenten dargestellt.

¹⁹ Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wurde dem aktuell gültigen Einzelhandelskonzept der Stadt Friedrichshafen aus dem Jahr 2013 entnommen (Stadt Friedrichshafen: Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes).

Tabelle 4: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Friedrichshafen

Sortiment	Innenstadt		ZV Charlottenstraße		Bodensee Center	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.	VK in m ²	Umsatz in Mio. € p.a.
Drogerie-/Parfümeriewaren	1.070	5,0	20	0,2	355	1,5
Bekleidung (inkl. Wäsche)	13.880	49,2	320	1,2	630	1,9
Heimtextilien	630	2,2	245	0,8	2.410	5,2
Sportartikel	660	2,1	20	0,2	710	2,1
Schuhe	1.885	5,0	-	-	490	1,1
Papier-/Schreibwaren	465	1,8	-	-	150	0,6
Spielwaren	350	1,2	-	-	200	0,6
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren	810	2,5	300	1,1	3.640	7,7
Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte	390	2,1	165	0,7	4.160	33,1
Gesamt	20.140	71,1	1.070	4,2	12.745	53,8

Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020; Rundungsdifferenzen möglich

3.2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Der ZVB Innenstadt befindet sich im südöstlichen Teil des Stadtgebietes in unmittelbarer Uferlage zum Bodensee. Mittelpunkt des Zentrums stellt der Adenauerplatz dar, von welchem sich der ZVB im Süden bis zur Uferpromenade sowie im Norden bis zur Friedrichsstraße erstreckt. In östlicher Richtung bildet der Romanshornerplatz mit dem E-Center und weiteren Konzessionären die Grenze, westlich erstreckt sich der ZVB entlang der Friedrichsstraße bis kurz vor dem Hauptbahnhof.

Während der westliche Bereich Richtung Bahnhof verkehrlich stark frequentiert ist, umfasst der überwiegende Teil des ZVB Innenstadt die historische und touristisch geprägte Altstadt mit belebten und attraktiven Fußgängerzonen und einer hohen Aufenthaltsqualität. Innerhalb dieses östlichen Bereiches, insbesondere entlang der Wilhelmstraße, östl. Friedrichsstraße, Karlstraße und Buchhornplatz sind aufgrund der hohen Dichte des Einzelhandelsbesatzes die höchsten Kundenfrequenzen zu verzeichnen.

Die Friedrichshafener Innenstadt setzt sich aus einem Mix großformatiger sowie kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe unterschiedlichster Sortimente zusammen. Ergänzt wird das Handelsangebot durch attraktive weitere Nutzungen wie Gastronomie, Dienstleister sowie öffentliche Einrichtungen. Die hohe Aufenthaltsqualität der Innenstadt wird neben dem vorhandenen Besatz außerdem durch die Lage unmittelbar am Ufer des Bodensees geprägt. Nennenswerte Vorschädigungen wie konzentrierte Leerstände in den Hauptgeschäftslagen oder Mindernutzungen waren zum Zeitpunkt der Erhebung nicht zu konstatieren.

Mit Blick auf die geplante Erweiterung des Lindauparks sind folgende Hauptwettbewerber im ZVB Innenstadt zu identifizieren:

- Aus dem **Drogerie- und Parfümeriewarenbereich** ist als wesentlicher Anbieter eine Filiale von Müller zu nennen. Als einziger Drogeriefachmarkt übernimmt Müller eine gewisse Magnetfunktion für das Zentrum. Neben der klassischen Drogerie- und Parfümerieabteilung weist der Müller-Markt auch eine sehr große Sortimentsausgestaltung mit mehreren Randsortimenten auf. In Friedrichshafen sind vor allem die größere Flächenbelegung mit Elektronikartikeln und Papier- und Schreibwaren hervorzuheben. Trotz seines z.T. in die Jahre gekommenen Ladenlayouts übernimmt der Drogeriemarkt aufgrund seiner

umfangreichen Sortimentspalette eine Wettbewerbsfunktion zum Lindaupark. Darüber hinaus ist in der Friedrichshafener Innenstadt die Parfümerie Gradmann mit einem entsprechenden Angebot ansässig.

- Das **Bekleidungssegment** bildet die Leitbranche in der Friedrichshafener Innenstadt. Mit u.a. den Größtflächenkonzepten C&A, H&M und K&L Ruppert sowie den weiteren Filialisten New Yorker, Only und Mister*Lady sind in der Innenstadt einige wesentliche Wettbewerber des Lindauparks verortet. Darüber hinaus sind zahlreiche weitere filialisierte sowie inhabergeführte Bekleidungsanbieter ansässig. Angesichts eines umfangreichen Bekleidungsangebot mit attraktiven Marken und einer hohen Sortimentstiefe und -breite der beiden Anbieter sind nachgeordnet auch Auseinandersetzungen mit dem Lindaupark zu erwarten.
- Auch im **Schuhsegment** ist mit Deichmann ein mit dem Lindaupark anbietergleiches Fachmarktkonzept vorhanden, wodurch Wettbewerbsauseinandersetzungen zu erwarten sind. Darüber hinaus sind mit u.a. Schuhhaus und Shoetown Werdich, Rieker oder AccA 44 weitere ansprechende Einzelhandelsbetriebe aus dem Fachmarkt- und Fachgeschäftsbereich ansässig.

In den **weiteren projektspezifischen Sortimenten** (z.B. Spielwaren, Schreibwaren, Elektronik) ist der Angebotsbestand in der Friedrichshafener Innenstadt deutlich geringer ausgeprägt. Die entsprechenden Waren werden überwiegend in Form von Randsortimenten in den obenstehenden Betrieben (insb. Müller) oder kleinteiligen Fachgeschäften angeboten.

Abbildung 10: Einzelhandelsangebot im ZVB Innenstadt (Friedrichshafen)



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

3.2.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Charlottenstraße

Neben der Innenstadt ist gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Friedrichshafen auch der nördlich der Bahnlinie gelegene Umgriff um die Charlottenstraße als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen (vgl. Abbildung 8). Den räumlichen Mittelpunkt des Zentrums stellt zum einen die Markthalle mit ihrem Vorplatz, auf welchem jeden Dienstag ein Wochenmarkt stattfindet, und die St. Petrus-Canisius Kirche dar.

Mit Blick auf den Einzelhandel ist ein lockerer, straßenbegleitender Besatz mit nahezu ausschließlich kleinteiligen inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben unterschiedlichster Sortimente festzuhalten (u.a. zwei Bekleidungsanbieter, Elektronikfachgeschäft), welche vor allem durch eine Vielzahl an Dienstleistern ergänzt werden. Wesentliche Vorschädigungen (u.a. umfangreiche Ladenleerstände, Trading-Down-Effekte) sind nicht zu verzeichnen, wodurch der ZVB insgesamt als stabiler Handelsplatz eingestuft werden kann. Aufgrund der kleinteiligen, inhabergeführten Einzelhandelsstrukturen sind keine wesentlichen Wettbewerbsauseinandersetzungen mit dem geplanten Vorhaben im Lindaupark zu erwarten.

3.2.2.3 Bodensee Center

Hinsichtlich seiner Verkaufsflächendimensionen stellt das Bodensee Center ca. 2 km nördlich der Innenstadt die größte Einzelhandelsdestination im Stadtgebiet Friedrichshafen dar. Auf dem ehemaligen Messegelände ist mit dem Bodensee Center eine großformatige Fachmarkttagglomeration mit mehreren flächenintensiven Magnetbetrieben (z.B. XXXLutz, OBI, Media Markt, Kaufland) entstanden, welches auch weit über das Stadtgebiet hinaus hohe Kundenfrequenzen erzielt und v.a. aufgrund der guten Erreichbarkeit und vielen Stellplatzkapazitäten bei Autokunden beliebt ist. Insgesamt präsentiert sich das Bodensee Center mit seinen vielfältigen und frequenzbringenden Anbietern als funktionsfähiger sowie leistungsstarker Einzelhandelsstandort. Im Zusammengang mit der Erweiterung und Modernisierung des Lindauparks sind folgende Anbieter im Bodensee Center erwähnenswert:

- Mit Mister&Lady und Shoe4You ist in den Segmenten **Bekleidung** und **Schuhe** ein entsprechendes Fachmarktangebot im Bodensee Center ansässig.
- Mit dem Anbieter Intersport ist auch ein gängiger **Sportfachmarkt** vertreten, welcher eine gewisse Sortimentsbreite mit einem deutlichen Schwerpunkt an Sportbekleidung und -schuhe bietet. Da aktuell das Angebot im Sportbereich innerhalb Lindaus sehr begrenzt ist, werden etwaige Erweiterungen im Lindaupark voraussichtlich im Wettbewerb mit dem Intersport stehen.
- Mit Blick auf die Sortimente **Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren** und **Heimtextilien** sind mit einem umfangreichen Angebotsspektrum unterschiedlichster Markenartikel und Preisniveaus die Möbelhäuser Poco und XXXLutz sowie der Baumarkt OBI zu nennen. Insbesondere die beiden Möbelanbieter weisen eine hohe Magnetwirkung und dementsprechend großes Einzugsgebiet innerhalb der gesamten Bodenseeregion auf, sodass diese als wichtige Wettbewerber einzustufen sind. Nördlich an das Bodensee Center angrenzend ist außerdem ein Fachmarkt der Fa. Depot verortet. Aufgrund eines fehlenden Fachmarktkonzeptes bekannter Anbieter im Bereich Glas/Porzellan/Keramik sowie Heimtextilien (u.a. Depot, Butlers) im Stadtgebiet Lindau, stellt der Fachmarkt Depot einen weiteren wichtigen Konkurrenzstandort des Lindauparks dar.
- Wesentliche Magnetfunktionen übernimmt außerdem der großformatige **Elektrofachmarkt** Media Markt, welcher mit mehr als 3.500 m² Verkaufsfläche ein umfangreiches Angebotsspektrum vorhält. In Anbetracht des betriebstypengleichen Anbieter Euronics im Lindaupark ist von starken Wettbewerbsbeziehungen mit dem MediaMarkt auszugehen.
- Darüber hinaus ist mit dem SB-Warenhaus Kaufland ein weiterer Magnetbetrieb im Bodensee Center ansässig, welcher mit seinem breiten Angebotsspektrum nahezu alle projektrelevanten Sortimente umfasst. Insbesondere in den Bereichen Bekleidung, Drogerie, GPK, Heimtextilien und Elektronik weist das Warenhaus Verkaufsflächen mit mehr als 200 m² ein relevantes Angebot auf.

3.2.3 Sonstige Standorte im Umland

Standorte im weiteren Umland (v.a. betriebstypengleiche bzw. betriebsähnliche Wettbewerber der projektrelevanten Sortimente) nehmen aufgrund der großen Distanz nur in einzelnen Sortimentsbereichen Wettbewerbsfunktionen ein.

- Wenngleich die **Stadt Tett nang** (ca. 15 km nordwestlich) als Unterzentrum einen Versorgungsauftrag überwiegend für die lokale Bevölkerung vor Ort innehat, sind in gewissem Umfang Wettbewerbsauseinandersetzungen der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen mit dem Angebot im Lindaupark zu erwarten. Diese beziehen sich weniger auf die kleinteiligen Strukturen in der Innenstadt, sondern vielmehr auf die Fachmarktangebot in verkehrsgünstiger Lage im südlichen Stadtgebiet. Wesentliche Einzelhandelsbetriebe sind in diesem Zusammenhang insbesondere Euronics XXL und Kaufland. Zusammen mit den weiteren Fachmärkten am Standort (z.B. Roller Möbel, Quick Schuh) verfügt die Handelsagglomeration über eine für ein Unterzentrum untypische Reichweite.

- Trotz der vergleichsweise großen Distanz sind aufgrund der geringen Angebotsdichte in Lindau und den Umlandkommunen in einzelnen Sortimenten auch Wettbewerbsauseinandersetzungen mit den Einzelhandelsangeboten im **Teiloberzentrum Ravensburg** (ca. 27 km nördlich) zu erwarten.
 - Die Leitsortimente Bekleidung und Sportartikel werden insbesondere in der Ravensburger Innenstadt in enormer Angebotsbreite und -tiefe vorgehalten. Die attraktiven großflächigen Einzelhandelsbetriebe und Modehäuser (z.B. Mode und Sport Reischmann) erschließen dabei sehr große Einzugsgebiete. Insbesondere im Sportsegment nimmt die Stadt Ravensburg mit umfangreichen Angeboten ein Alleinstellungsmerkmal in der Region ein.
 - Auch im Bereich Spielwaren weist die Stadt Ravensburg ein deutlich umfangreicheres Angebot auf als die Städte und Gemeinden im Umland. Das Einzugsgebiet in diesem Segment ist demzufolge groß. Neben Fachhandel in der Innenstadt gibt es im Spielwarenereich auch ein entsprechendes Fachmarktangebot in autokundenorientierter Lage (Smyths Toys Superstore).
 - Das Elektroniksegment wird in Ravensburg durch größere Fachmärkte bedient. Mit Filialen von Media Markt und Euronics XXL sind zwei attraktive Elektronikfachmärkte vorhanden.

4 Umsatzprognose

Als wesentliche Grundlage für die Verträglichkeitsuntersuchung ist die Umsatzleistung zu ermitteln, welche auf den geplanten Erweiterungsflächen des Lindauparks in den einzelnen Sortimenten erzielt wird. Zum aktuellen Zeitpunkt steht noch nicht abschließend fest, mit welchen Einzelhandelsbetrieben die Erweiterungsflächen belegt werden sollen.²⁰ Lediglich die Erweiterungen der Anbieter Müller und Euronics sowie die Sortimentsneuordnung von Feneberg können als gesichert angenommen werden.

Angesichts des heutigen Charakters des Lindauparks, welcher auch in Zukunft beibehalten werden soll, mit entsprechender Kundenansprache bzw. Zielgruppe mit einem Schwerpunkt im Fachmarktbereich im unteren und mittleren Preissegment, ist auch nach Erweiterung von derartigen Einzelhandelskonzepten im Lindaupark auszugehen. Vor diesem Hintergrund erfolgt die Umsatzprognose in den einzelnen Sortimenten für entsprechende Fachmarktkonzepte. Zur Ermittlung der Umsatzleistungen für die Erweiterungsflächen wurden **Flächenproduktivitäten** zugrunde gelegt, die sich an der örtlichen Wettbewerbssituation und Kaufkraft im Untersuchungsraum orientieren sowie auf Grundlage der durchschnittlichen Umsätze jeweils im Bundes- oder Bayerndurchschnitt ermittelt wurde. Die Flächenproduktivitäten sind so angelegt, dass moderne und leistungsfähige Einzelhandelsstrukturen wirtschaftlich betrieben werden können.

Die Basis zur Umsatzeinschätzung bilden die Struktur- und Marktdaten Bayern 2017, welche vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie herausgegeben werden und im Rahmen der landesplanerischen Überprüfung von Einzelhandelsvorhaben herangezogen werden. In den Struktur- und Marktdaten sind je nach Sortiment z.T. spezifische Flächenleistungen nach Betriebstyp definiert (u.a. Fachgeschäft, Fachmarkt). Darüber hinaus erfolgt die Angabe der Flächenproduktivitäten in Spannen, welche unterschiedliche zwischen dem vergleichsweise starken Süden Bayerns mit der Metropolregion München und den schwächeren Landesteilen im Norden erlauben. In den projektrelevanten Sortimenten werden folgende Flächenleistungen für Fachmarktkonzepte definiert²¹:

Tabelle 5: Sortimentsspezifische Flächenleistungen gemäß Struktur- und Marktdaten Bayern 2017

	Flächenleistung in €/m ²		
	Minimum	Ø	Maximum
Lebensmittel	5.100	5.600	6.100
Apothekerwaren	Keine Angabe		
Drogerie-/Parfümeriewaren	5.000	5.500	6.000
Bekleidung (inkl. Wäsche)	2.500	3.000	3.500
Heimtextilien	1.500	1.700	1.900
Sportartikel	1.800	2.100	3.000
Schuhe	1.800	2.100	2.400
Papier-/Schreibwaren	3.500	4.000	4.500
Spielwaren	1.800	2.100	2.400
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren	1.200	1.500	1.800
Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte	4.000	5.000	6.000

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie: Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017

²⁰ In Anbetracht der aktuellen Lage in der Einzelhandelslandschaft, die insbesondere durch die Corona-Pandemie enorm unter Druck steht, können noch keine gesicherten Aussagen zu festgelegten Filialkonzepten getroffen werden.

²¹ Für einige Sortimente werden in den Struktur- und Marktdaten des Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie keine gesonderten Flächenleistungen herausgegeben, die Fachgeschäfte und Fachmärkte unterscheiden. I.S. einer „worst-case“-Betrachtung wird an dieser Stelle auf die allgemein definierten Flächenproduktivitäten zurückgegriffen. I.d.R. liegen die Flächenleistungen von Fachmarktkonzepten deutlich unter denen des klassischen Fachhandels.

Im Bekleidungsbereich wurde i.S. einer „worst-case“ Betrachtung nicht auf ein Fachmarktkonzept abgestellt, sondern die Flächenleistung eines Textilkaufhauses zugrunde gelegt.²² Da bereits heute mit H&M, C&A und Fussl Modestraße einige Anbieter dieser Art vor Ort sind, ist auch eine Realisierung in diesem Segment für den Standort Lindaupark realistisch.

Da es sich beim Einkaufszentrum Lindaupark um einen langjährig eingeführten Einzelhandelsstandort handelt, der insbesondere im Hinblick auf die Kunden aus den Nachbarländern Österreich und Schweiz besonders hoher Frequenz erfreut, ist von einer vergleichsweise hohen Umsatzleistung in den einzelnen Sortimenten auszugehen.²³ In Folge wird für die Umsatzprognose jeweils der sortimentsspezifische Maximalwert verwendet.

Für Apothekerwaren gibt das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie keine durchschnittlichen Flächenleistungen heraus (vgl. Tabelle 5). Hier wird von bundesweiten Durchschnittswerten/cima-Erfahrungswerten ausgegangen. Bei Apotheken geht die cima i.d.R. von durchschnittlichen Umsätzen je Ladenlokal aus. Hierbei werden jedoch lediglich die Umsatzanteile berücksichtigt, die mit frei verkäuflichen Waren erzielt werden.²⁴

In den projektrelevanten Sortimenten ergeben sich folgende zu erwartende Umsatzleistungen:

Tabelle 6: Umsatzerwartung in den Erweiterungsflächen

	max. Erweiterungs- fläche	Flächen- leistung	max. Umsatz- volumen
Lebensmittel	580 m ²	6.100 €/m ²	3,5 Mio. €
Apothekerwaren	100 m ²	-	0,4 Mio. €
Drogerie-/Parfümeriewaren	320 m ²	6.000 €/m ²	1,9 Mio. €
Bekleidung (inkl. Wäsche)	1.525 m ²	3.500 €/m ²	5,3 Mio. €
Heimtextilien	175 m ²	1.900 €/m ²	0,3 Mio. €
Sportartikel	620 m ²	3.000 €/m ²	1,9 Mio. €
Schuhe	165 m ²	2.400 €/m ²	0,4 Mio. €
Papier-/Schreibwaren	120 m ²	4.500 €/m ²	0,5 Mio. €
Spielwaren	520 m ²	2.400 €/m ²	1,2 Mio. €
Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren	150 m ²	1.800 €/m ²	0,3 Mio. €
Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte	665 m ²	6.000 €/m ²	4,0 Mio. €
GESAMT			19,9 Mio €

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie: Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017; Berechnung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020; Rundungsdifferenzen möglich

Im Hinblick auf die ermittelten Umsatzleistungen ist zu berücksichtigen, dass ein etwas größeres Verkaufsflächenvolumen, als tatsächlich für den Lindaupark maximal vorgesehen ist, als Grundlage zur Prüfung verwendet wird. So wird dem Betreiber eine gewisse Flexibilität bei der Belegung ermöglicht. I.S. des „worst-case“ wird eine Ermittlung der möglichen Umsatzumlenkungen auf die vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in Lindau und den Umlandkommunen für sämtliche Sortimente in der Maximalausprägung vorgenommen. Im Bebauungsplan wird aber unabhängig davon zur Absicherung eine maximale Gesamtverkaufsfläche festzusetzen sein.

²² Den Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel zufolge erzielen Bekleidungsfachmärkte lediglich Flächenleistungen zwischen 1.000 und 1.600 €/m². Bekleidungskaufhäuser liegen mit 2.500 – 3.500 €/m² deutlich höher.

²³ Im Rahmen der Untersuchungen der cima zur Modernisierung und strategischen Weiterentwicklung des Lindauparks im Jahr 2017 wurde im Rahmen einer Kundenbefragung eine Analyse der Kundenherkunft vorgenommen. Diese zeigte auf, dass ca. 20 % der Kunden des Lindauparks aus Österreich und weitere rd. 10 % aus der Schweiz kommen. Kunden aus diesen Gebieten geben den Befragungsergebnissen zufolge deutlich höhere Einkaufsbeträge aus, als Kunden aus Deutschland.

²⁴ Quellen u.a. EHI Handelsdaten 2019

5 Prüfung versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens

5.1 Vorbemerkungen

Bei der Bewertung des Planvorhabens bzw. bei der Berechnung der Umsatzumverteilungswirkungen geht die cima von einem „worst-case“-Ansatz aus. Dieser legt – unter Berücksichtigung der marktanalytischen Bedingungen (Wettbewerbssituation im Umfeld, Standortlage etc.) – den theoretisch maximal zu erwartenden Umsatz zugrunde, der aus Gutachtersicht am Vorhabenstandort von dem Planvorhaben generiert werden könnte. Auf dieser Grundlage sind die theoretisch maximal zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens auf die Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum sowie im Umland zu simulieren. Der Fokus bei dieser Prüfung liegt auf einer möglichen Schädigung der zentralen Versorgungsbereiche sowie wohnortnahen Versorgungsstrukturen.

Städtebaulich schädliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungskerne der Standortkommune oder anderer Orte im Untersuchungsgebiet sind in der Regel dann anzunehmen, wenn in Folge der Realisierung des Planvorhabens ein Umsatzverlust bei Sortimenten des Innenstadt- oder Nahversorgungsbedarfs von mehr als 10 % zu vermuten ist.²⁵ Zu beachten ist, dass nicht jede Umverteilung eine unzumutbare Auswirkung darstellt, denn die Reduzierung von Umsätzen in bestehenden Wettbewerbslagen allein ist bauplanungsrechtlich irrelevant. Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die so genannte „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung etc.).

Die cima, wie auch viele andere Experten, hält die alleinige Orientierung an einem Grenzwert grundsätzlich für problematisch und plädiert für eine ganzheitliche Sichtweise, bei der in Gutachten außer dem prognostizierten Kaufkraftabfluss auch andere Kriterien für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens herangezogen werden. In Anlehnung an ein Urteil des OVG Münster geht die cima davon aus, dass Umsatzverlagerungen zwischen 7 % und 12 % abwägungsrelevant sind und in einer Gesamtbetrachtung unter Berücksichtigung anderer Kriterien (z.B. Vorschädigung des zentralen Versorgungsbereich, Leistungsfähigkeit der Betriebe) abgewogen werden müssen²⁶.

Die cima sieht jegliche quantitative Bewertung nur im Zusammenhang mit einer qualitativen Einschätzung der städtebaulichen Situation als sinnvoll an. Daher wurden die im Wettbewerb zum Vorhaben stehenden Standorte und zentrale Versorgungsbereiche untersucht. Zu den dort angewandten Bewertungskriterien gehören insbesondere die Fragen, ob es sich bei den zu untersuchenden zentralen Versorgungsbereichen um vorgeschädigte oder stabile Bereiche handelt und das Vorhaben die Funktionsfähigkeit der Zentren beeinträchtigen kann.

Die im nachfolgenden Kapitel dargestellten Umsatzverlagerungswerte stellen immer Maximalwerte im Sinne eines „worst-case“ dar, der spezifische Unternehmerreaktionen der Wettbewerber (z.B. Änderung der Positionierung, Sortimentsanpassungen, Modernisierungen, Marketing, etc.) im Sinne eines verhaltenstheoretischen Ansatzes nicht berücksichtigt. Für die Entscheidung einer Betriebsaufgabe, -verlagerung oder

²⁵ Im Rahmen der Bauleitplanung wird bei dieser Größenordnung von einem abwägungsrelevanten Tatbestand gesprochen. Die entstehenden Umsatzverlagerungseffekte sind in der Abwägung eines Projektvorhabens zu würdigen. Siehe hierzu auch die umfangreiche Kommentierung zum „Preußen-Park-Urteil“ des OVG Münster vom 7.12.2000.

²⁶ Vgl. OVG NRW Az. 7a D 60/99.DE vom 7.12.2000, S. 53ff.

Änderung wesentlicher Betriebsmerkmale spielen vom untersuchten Vorhaben unabhängige, interne wie externe Faktoren eine zusätzliche Rolle (z.B. Standortfaktoren, Nachfolge, Standortpolitik, etc.).

Es ist davon auszugehen, dass als Folge der Modernisierung und Erweiterung des Lindauparks in den unterschiedlichen Sortimentsbereichen Umsatzumverteilungen innerhalb des Untersuchungsgebietes zu erwarten sind.²⁷ Diese sind im Rahmen der Verträglichkeitsuntersuchung zu ermitteln und zu bewerten. Für die Wirkungsanalyse von Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben ist in einem „worst-case“-Szenario mit dem maximal möglichen Umsatz zu rechnen. So sind im Rahmen des Gutachtens Überprüfungen hinsichtlich der maximal zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens anzustellen. Im Fokus stehen dabei die im Untersuchungsraum gelegenen zentralen Versorgungsbereiche

- ZVB Lindau Insel (Innenstadt)
- ZVB Lindau Aeschach

sowie mit Blick auf einige weitere Sortimente

- Wangen im Allgäu (ZVB Innenstadt, NVZ Am Waltersbühl)
- Friedrichshafen (ZVB Innenstadt, ZVB Charlottenstraße)
- Ravensburg (Innenstadt).

Darüber hinaus wird außerdem auf die Angebotsstrukturen in sonstigen Lagen abgestellt.

Sicherlich wird es durch die Erweiterung des Einkaufszentrums Lindaupark in gewissem Umfang zu Umsatzumverteilungswirkungen (sprich neuen Wettbewerbssituationen) innerhalb des Lindauparks kommen. Aktuell nimmt das Einkaufszentrum insbesondere in den Leitsortimenten Bekleidung, Schuhe und Elektronikartikel eine maßgebliche Rolle in der Lindauer Einzelhandelslandschaft ein. In Abhängigkeit davon in welcher Form die Flächenerweiterung ausgestaltet wird (Realisierung neuer Handelsformate oder Erweiterung bestehender Anbieter) wird sich sicherlich die Konkurrenzsituation innerhalb des Centers für einige Mieter erhöhen. Im Gegenzug werden die angesprochenen Bestandsbetriebe durch die Modernisierung sowie Neuschaffung von Handelsflächen i.S. einer Erhöhung der Kundenakzeptanz profitieren. Somit gleichen sich etwaige zu fürchtende Umsatzverluste bei den bestehenden Anbietern im Lindaupark aus.

I.S. einer „worst-case“ Analyse werden die im nachfolgenden Kapitel dargestellten zu erwartenden Umsatzsumverteilungen in den einzelnen Sortimenten ohne Berücksichtigung der Umsatzumlenkungen innerhalb des Lindauparks simuliert. Bei Berücksichtigung von möglichen Umverteilungseffekten innerhalb des Einkaufszentrums würden die Umlenkungen gegenüber den Einzelhandelsbetrieben in den zentralen Versorgungsbereichen entsprechend niedriger ausfallen.

Zur Prüfung möglicher städtebaulicher Auswirkungen wird jedes Sortiment separat betrachtet.

5.2 Umsatzumverteilung nach Sortimenten

5.2.1 Lebensmittelbereich

Im Lebensmittelbereich ist eine Verkaufsflächenerweiterung um insgesamt max. rd. 580 m² vorgesehen. Hierbei ist weniger eine Neuansiedlung als vielmehr die flächenseitige Umstrukturierung des bereits ansässigen SB-Warenhauses der Fa. Feneberg geplant. Die bislang durch umfangreiche Randsortimente belegten Flächen innerhalb des Lebensmittelmarktes sollen (zumindest anteilig) zukünftig dem Lebensmittelsegment zugeschlagen werden.

²⁷ Da Umsatzumlenkungen gegenüber den Einzelhandelsstrukturen außerhalb Deutschlands (d.h. in Österreich und der Schweiz) baurechtlich nicht relevant sind, wird auf diese nicht im Detail eingegangen.

Im Hinblick auf die im Lebensmittelbereich zu erwartenden Umsatzzumlenkungen sind folgende Kenngrößen zu nennen: Im Lebensmittelbereich ist eine max. Erweiterung um rd. 580 m² vorgesehen, sodass sich die Gesamtverkaufsfläche im Lebensmittelsegment auf insgesamt rd. 2.900 m² beläuft. Die Umsatzschätzung, die sich im Lebensmittelbereich durch die Erweiterung ergibt, liegt bei ca. 3,5 Mio. €. Insbesondere der Lebensmittelhandel wird in Lindau neben den Lindauern selbst enorm von Kunden aus Österreich und der Schweiz frequentiert.

Die Umsatzverluste, die sich gemäß Berechnungen der cima bei Realisierung der genannten Lebensmittelflächen an den einzelnen Standorten im Untersuchungsraum ergeben, sind stark an dem im Untersuchungsgebiet vorhandenen Wettbewerb orientiert. Da es sich beim Lebensmittelhandel um das Leitsortiment des Nahversorgungsbedarfs handelt, finden die Umsatzzumlenkungen der Wohnorte der entsprechenden Kunden statt. Von welchen Standorten der Umsatz des Planvorhabens voraussichtlich abgezogen wird und wie sich die Umsatzumverteilungsquoten rechnerisch im Untersuchungsraum genau darstellen, ist in der folgenden Tabelle detailliert aufgeführt.

Tabelle 7: Umsatzumverteilungseffekte im Lebensmittelbereich

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	16,9	0,3 – 0,4	2 %
ZVB Aeschach	8,0	0,1 – 0,2	2 %
SO Reutin	1,0	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	58,5	1,6 – 1,7	2 – 3 %
andere Orte in Deutschland		0,1 – 0,2	n.n.
Österreich / Schweiz		1,2	irrelevant
GESAMT		3,5	

CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

Im Ergebnis der Modellrechnung zu den ausgelösten Umsatzumverteilungseffekten lassen sich im Lebensmittelbereich folgende versorgungsstrukturelle sowie städtebauliche Auswirkungen durch das geplante Erweiterungsvorhaben ableiten:

- Insgesamt werden durch die Ansiedlung im Lebensmittelbereich rd. 3,5 Mio. € umverteilt. Das Vorhaben wurde im Sinne einer „worst-case“-Betrachtung bewertet, entsprechend stellen die prozentual dargestellten Umverteilungseffekte die maximal mögliche Umverteilung dar.
- Die wesentlichen Umsatzzumlenkungen finden innerhalb des **Lindauer Stadtgebiets** statt.

Hierbei sind die Angebotsstrukturen im **ZVB Insel** nur geringfügig betroffen. Gegenüber den dort ansässigen Lebensmittelanbietern, vornehmlich Rewe und Netto, belaufen sich die zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen auf ca. 0,3 – 0,4 Mio. € und damit insgesamt ca. 2 %. Angesichts der geringen Umlenkungsquote und der Stabilität und Leistungsfähigkeit der vorhandenen Anbieter sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Weiterhin gering fallen die Umsatzumverteilungen gegenüber des **ZVB Aeschach** aus. Aufgrund der vergleichsweise großen räumlichen Distanz zum Vorhabenstandortes sowie der Ausrichtung vornehmlich auf fußläufige Kunden ist der dort verortete Edeka Supermarkt lediglich mit geringen Umsatzumverteilungseffekten i.H.v. 0,1 – 0,2 Mio. € konfrontiert, was sich in einer ebenfalls geringen Umsatzzumlenkungsquote von rd. 2 % ausdrückt. Auch gegenüber diesem städtebaulich schützenswerten Bereich fallen die Umlenkungen absolut sowie relativ so gering aus, dass negative Effekte, die zu Betriebsschließungen o.Ä. führen würden, ausgeschlossen werden können.

Das Lebensmittelangebot im **SO Reutin** umfasst im Wesentlichen die Handelsbetriebe innerhalb des Lindauparks. In den sonstigen Lagen sind lediglich kleinteilige Strukturen (z.B. Bäcker) vorhanden. Diese sind nahezu nicht durch die Flächenmehrung im Lebensmittelbereich innerhalb des Lindauparks tangiert.

Die wesentlichen Wettbewerbsstrukturen der Lebensmittelflächen im Lindaupark sind in den **sonstigen Lagen** verortet. Hierbei ist neben den Lebensmitteldiscountern in der östlichen Kernstadt (u.a. Lidl, Aldi) v.a. das in Planung befindliche Kaufland SB-Warenhaus anzusprechen. Im Hinblick auf die Verkaufsflächengröße, die Sortimentsstruktur und die Zielgruppenansprache wird der Anbieter Kaufland enorme Wettbewerbsfunktionen gegenüber dem Lebensmittelmarkt der Fa. Feneberg, welches den Großteil der Flächenerweiterung im Lebensmittelbereich einnehmen wird, übernehmen.

Die Angebotsstrukturen in den sonstigen Lagen Lindaus können allesamt als leistungsfähig und attraktiv eingestuft werden. Dies kann auch den Bauvorhaben der Fa. Kaufland unterstellt werden, welches einen modernen großflächigen Lebensmittelmarkt vorsieht. Die verkehrsgünstig gelegenen Angebotsstrukturen werden neben den Kunden aus Lindau selbst auch regelmäßig durch Einkäufer aus dem Umland sowie insbesondere Österreich und der Schweiz frequentiert, sodass sie als gefestigt einzustufen sind. Entsprechend werden die durch die Flächenerweiterung im Lindaupark ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen i.H.v. ca. 1,6 – 1,7 Mio. € und damit ca. 2 – 3 % nicht zu einer Verschlechterung der Versorgungsstrukturen in den sonstigen Lagen führen.

- In den **Umlandkommunen Lindaus** auf deutscher Seite (z.B. Bodolz, Weissenberg) sind lediglich geringfügige Umsatzumverteilungswirkungen zu erwarten, da die Stadt Lindau bereits heute eine wesentliche Einkaufsdestination für die dortigen Bewohner darstellt. Die Umsatzverluste gegenüber den dort vorhandenen Lebensmittelanbietern belaufen sich in Summe auf ca. 0,1 – 0,2 Mio. € und befinden sich damit einzelbetrieblich unterhalb der Grenze der Nachweisbarkeit.
- Ein wesentlicher Anteil der Umsatzumverteilungen im Lebensmittelbereich (rd. 1,2 Mio. €) findet gegenüber den entsprechenden Lebensmittelstrukturen in den grenznahen Kommunen in **Österreich** und der **Schweiz** statt. I.S. der baurechtlichen Prüfung nach § 11 Abs 3 BauNVO für die Flächenerweiterung des Lindauparks sind diese jedoch nicht im Detail relevant.

In einer Gesamtschau fallen die Umsatzumverteilungswirkungen im Lebensmittelbereich insbesondere gegenüber den städtebaulich schützenswerten Standortlagen moderat aus, sodass eine Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche (ZVB Innenstadt, ZVB Aeschach) sowie den sonstigen Versorgungsstrukturen ausgeschlossen werden kann. In den deutschen Umlandkommunen entfaltet das Vorhaben nahezu keine Wirkung.

5.2.2 Apothekerwaren

Zur Abrundung des Nahversorgungsangebots ist im Lindaupark die Ansiedlung einer Apotheke mit ca. 100 m² Verkaufsfläche vorgesehen. Bislang ist in dem Einkaufszentrum keine Apotheke ansässig. Nach gutachterlicher Einschätzung wird die Apotheke ein Umsatzvolumen i.H.v. rd. 0,4 Mio. € erwirtschaften. Hierbei ist jedoch lediglich auf den Umsatz mit frei verkäuflichen Waren abzustellen (=einzelhandelsrelevanter Umsatz), Umsatzanteile mit verschreibungspflichtigen Artikeln, welche die Basis der Tragfähigkeit einer Apotheke ausmachen, sind nicht enthalten (vgl. Kapitel 4).

Im Hinblick auf die Ausstattung einer Kommune mit Apothekenbesatz lässt sich die Apothekendichte ermitteln. In der Stadt Lindau sind derzeit 7 Apotheken verortet. Bei einer Gesamteinwohnerzahl im Lindauer Stadtgebiet von 25.481 Personen lässt sich damit eine Apothekendichte von rd. 3.640 Einwohnern je Apotheke errechnen. Im bundesdeutschen Vergleich (ca. 4.165 Einwohner je Apotheke) ergibt sich damit

für Lindau ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad.²⁸ Angesichts der enormen Einkaufsverflechtungen der Stadt Lindau mit dem überwiegend ländlich geprägten Umland auf deutscher Seite sowie den kaufkraftstarken Regionen im Osten (Österreich/Schweiz) werden im Apothekenbereich entsprechend hohe Umsatzleistungen erzielt, sodass eine weitere Apotheke im Lindauer Stadtgebiet nicht unmittelbar die Schließung einer anderen Apotheke bedeuten würde. Eine Neuansiedlung sollte dennoch kritisch diskutiert werden.

Im Hinblick auf die Umverteilungsrechnung im Apothekensegment ist Folgendes zu beachten: Es werden lediglich diejenigen Umsatzanteile betroffen sein, welche mit freiverkäuflichen Waren erwirtschaftet werden. Apotheken erzielen i.d.R. den Großteil ihrer Umsätze allerdings mit verschreibungspflichtigen Medikamenten, wobei insbesondere die Apotheken profitieren, welche in Nachbarschaft zu (Fach-) Arztpraxen angesiedelt und entsprechend die erste Anlaufstelle für Patienten sind. Dies ist im Hinblick auf die geplante Apotheke im Lindaupark zwar nicht zu erwarten, einige der Wettbewerbsstandorte (insb. in den zentralen Versorgungsbereichen als auch im SO Reutin) können hingegen von solchen Kopplungseffekten profitieren. Entsprechend reduzieren sich durch eine Gesamtbetrachtung einer Apotheke die Umlenkungseffekte.

Im Apothekensegment lassen sich rechnerisch Umsatzumverteilungseffekte ermitteln.

Tabelle 8: Umsatzumverteilungseffekte im Apothekensegment

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	0,6	< 0,1	n.n.
ZVB Aeschach	0,6	< 0,1	n.n.
SO Reutin	0,4	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	0,8	< 0,1	n.n.
andere Orte in Deutschland		< 0,1	n.n.
Österreich / Schweiz		0,1 – 0,2	Irrelevant
GESAMT		0,4	

CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

Da Apothekerwaren i.d.R. überwiegend wohnortnah eingekauft werden, konzentrieren sich die ermittelten Umsatzumlenkungen vornehmlich auf die in der Stadt Lindau selbst vorhandenen Angebotsstrukturen im Apothekensegment. Eine Ausnahme stellt jedoch in diesem Zusammenhang der hohe Kundenandrang aus den Nachbarländern Österreich und Schweiz dar. Aufgrund der unterschiedlichen Preisstruktur der einzelnen Staaten, werden insbesondere frei verkäufliche Arzneimittel und Pflegeprodukte (= einzelhandelsrelevante Waren) gerne in grenznahen, verkehrlich gut erreichbaren Apotheken in Deutschland erworben. In Folge sind auch in Österreich und der Schweiz in gewissem Umfang Umsatzumverteilungswirkungen erwartbar.

Im Detail lassen sich folgende Umsatzumlenkungen im Apothekenbereich prognostizieren.

- Die in der **Lindauer Innenstadt (ZVB Insel)** verorteten Apotheken sind geringfügig von Umsatzumlenkungen durch eine Neuansiedlung im Lindaupark betroffen. Die Umsatzumlenkungen belaufen sich auf eine Größenordnung von weniger als 0,1 Mio. €, sodass sie unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Gleiches gilt auch für die beiden Apotheken im **ZVB Aeschach**, welche, wie die Apotheken auf der Insel, einen überwiegend wohnortnahen Versorgungsauftrag erfüllen. Wenngleich die Umsatzumlenkungen gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen sehr niedrig ausfallen sind sie v.a. mit Blick auf die Strukturen in Aeschach kritisch abzuwägen. So entsteht durch die

²⁸ Quelle: Bundesvereinigung Deutscher Apothekenverbände e.V. 2019

Neuansiedlung einer weiteren Apotheke im Lindaupark v.a. vor dem Hintergrund der bereits überdurchschnittlichen Ausstattung im Apothekensegment in Lindau ein zusätzlicher Druck auf die vorhandenen Angebote. Dies ist nicht nur im Hinblick auf die rezeptfreien Arzneimittel zu beachten. In Summe ist allerdings in Anbetracht mehrerer Apotheken je zentralem Versorgungsbereich nicht zu erwarten, dass die zentralen Versorgungsbereiche künftig ihrem Versorgungsauftrag mit Medikamenten nicht mehr ausreichend nachkommen können.

- Die weiteren Umsatzzumlenkungen in Lindau (ca. 0,1 Mio. €) verteilen sich auf die Apotheken im **SO Reutin** sowie den **sonstigen Lagen**. Insgesamt sind sicherlich die in räumlicher Nähe zum Lindaupark gelegenen in stärkerem Umfang von Umsatzverlusten betroffen, als diejenigen in einer größeren Entfernung. Einzelbetrieblich liegen die Umsatzzumlenkungen zwar unterhalb der Grenze der Nachweisbarkeit, sind aber auch insgesamt kritisch abzuwägen.
- Ca. 0,1 – 0,2 Mio. € werden gegenüber den Apotheken in Österreich und der Schweiz umverteilungswirksam. Einzelbetrieblich fallen sie bezogen auf die Gesamtumsatzleistungen der jeweiligen Apotheken nicht ins Gewicht.

Vor dem Hintergrund der obenstehenden Umverteilungsrechnungen sind zunächst keine für die Versorgungsqualität der zentralen Versorgungsbereiche mit Medikamenten negativen Auswirkungen zu erwarten. Durch die Neuansiedlung einer Apotheke stehen die bereits vorhandenen Anbieter jedoch zunehmend unter Druck, sodass hier kritischen abzuwägen ist.

5.2.3 Drogerie-/Parfümeriewaren

Auch im Drogeriewarenbereich ergeben sich durch die vorgesehen Verkaufsflächenerweiterung des Lindauparks Umsatzzumverteilungen im Untersuchungsraum. Bei einer zu prüfenden Erweiterungsfläche von rd. 320 m² ergibt sich eine Umsatzleistung i.H.v. ca. 1,9 Mio. €.

Aktuell wird das Drogerieangebot im Lindaupark im Wesentlichen durch den stark frequentierten Fachmarkt Müller sowie die Randsortimente von Feneberg gestellt. Es ist zu erwarten, dass die Flächenmehrung zumindest anteilig auf eine Erweiterung von Müller entfällt. Neben einem klassischen Drogeriewarensegment bietet Müller auch höherwertige Parfümerieartikel an. Somit stehen neben Drogeriefachmärkten und den jeweiligen Randsortimentsabteilungen im Lebensmittelhandel auch Parfümerien im Wettbewerb. Wie auch das Lebensmittelsortiment werden auch Drogeriewaren in großem Umfang von Kunden aus den Nachbarstaaten Österreich und Schweiz gekauft.

Die Filiale von Müller im Lindaupark übernimmt als einziger Drogeriefachmarkt im Lindauer Stadtgebiet die wesentlichen Versorgungsfunktionen im Drogeriewarenbereich für die Lindauer Bevölkerung. Aus diesem Grund sind in gewissem Umfang aktuell Kaufkraftabflüsse im Drogeriesegment an Standorte im Umland festzuhalten. Diese könnten durch eine Modernisierung und Erweiterung des Magnetbetriebs Müller ggf. umgekehrt werden (Kaufkraftrückholeffekte).

Die vor diesem Hintergrund im Drogeriebereich ausgelösten Umsatzzumverteilungseffekte im Untersuchungsraum und darüber hinaus sind detailliert in Tabelle 9 aufgeführt:

Tabelle 9: Umsatzumverteilungseffekte im Drogeriewarenbereich

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	2,3	0,1 – 0,2	6 – 7 %
ZVB Aeschach	0,7	< 0,1	n.n.
SO Reutin	0,2	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	4,7	0,4	8 – 9 %
Wangen im Allgäu			
ZVB Innenstadt	5,4	< 0,1	n.n.
NVZ Am Waltersbühl	0,5	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	6,0	0,1 – 0,2	2 – 3 %
Friedrichshafen			
ZVB Innenstadt	5,0	0,2	3 – 4 %
ZVB Charlottenstraße	0,2	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	1,5	< 0,1	n.n.
andere Orte in Deutschland		0,2 – 0,3	n.n.
Österreich / Schweiz		0,7	Irrelevant
GESAMT		1,9	

CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

Es lassen sich folgende versorgungsstrukturelle Auswirkungen durch die Erweiterung im Drogeriesortiment prognostizieren:

- Insgesamt werden im Drogeriebereich rd. 1,9 Mio. € umverteilungswirksam. Auch im Hinblick auf Drogerieartikel wurde das Erweiterungsvorhaben im Sinne einer „worst-case“ Betrachtung bewertet, entsprechend stellen die prozentual dargestellten Umverteilungseffekte die maximal mögliche Umverteilung dar.
- Rund ein Drittel der Umsatzzumlenkungen findet nach gutachterlicher Einschätzung innerhalb des Lindauer Stadtgebiets statt:

In der **Lindauer Innenstadt (ZVB Insel)** ist angesichts des Mangels an Wettbewerbsstandorten im Drogeriesegment lediglich mit Umsatzzumlenkungen i.H.v. 0,1 – 0,2 Mio. € zu rechnen, was einer noch moderat einzustufenden Quote von rd. 6 – 7 % entspricht. Hiervon sind neben den Randsortimenten der Lebensmittelanbieter Rewe und Netto u.a. die Parfümerie Gradmann sowie die Fachhandlungen für Naturprodukte betroffen. Da es sich bei den vorhandenen Angebotsstrukturen um langjährig eingeführte und leistungsfähige Betriebe handelt und z.T. lediglich Randsortimentsabteilungen betroffen sind, ist trotz Umlenkungen i.H.v. rd. 6 – 7 % nicht mit einer Gefährdung der o.g. Anbieter zu rechnen. Entsprechend sind keine negativen städtebaulichen Effekte auf die Einzelhandelsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich abzuleiten.

Lediglich in äußerst geringem Umfang sind Umsatzzumlenkungen gegenüber den Drogeriewarenanbietern (v.a. Lebensmittelhandel) im **ZVB Aeschach** sowie dem **SO Reutin** zu erwarten. Sie liegen unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze, sodass in Folge negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen ausgeschlossen sind.

Deutlich höher fallen die Umsatzzumlenkungen gegenüber den Einzelhandelsstrukturen in den **sonstigen Lagen** aus. Da auch hier kein Spezialanbieter aus dem Drogeriesegment ansässig ist, stellen die größeren Lebensmittelmärkte das relevante Angebot. Insbesondere das geplante Kaufland SB-Warenhaus wird über eine umfangreiche und mit einem Drogeriefachmarkt vergleichbare Drogeriewarenabteilung

verfügen, aber auch die Discountformate Aldi, Lidl und Penny weisen entsprechende Randsortimentsabteilungen auf. Insgesamt werden die genannten Anbieter mit Umsatzverlusten i.H.v. ca. 0,4 Mio. € konfrontiert, was einer rechnerischen Umlenkungsquote von ca. 8 – 9 % entspricht. Dieser Wert erscheint zunächst vergleichsweise hoch, muss jedoch relativiert werden: Die Umlenkungen betreffen bei den Lebensmittelmärkten lediglich diejenigen Umsatzanteile, die die Anbieter im Drogeriebereich erzielen. Bei Betrachtung der Gesamtumsatzleistungen der o.g. Einzelhandelsbetriebe reduzieren sich die Umlenkungen erheblich und liegen bei weniger als 1 %. Vor diesem Hintergrund können negative Effekte auch auf die Versorgungsstrukturen in den sonstigen Lagen ausgeschlossen werden.

- Mit Blick auf die zentralen Orte im Umland ist ebenfalls mit Umsatzumlenkungen zu rechnen. Die Umverteilungen gegenüber den Angebotsstrukturen im **Mittelzentrum Wangen im Allgäu** belaufen sich insgesamt auf ca. 0,2 Mio. Hiervon ist im Wesentlichen die verkehrsgünstig an der Bundesstraße B 32 gelegene Filiale des Drogeriemarktführers dm betroffen. Lediglich deutlich nachgeordnet finden Umsatzumlenkungen gegenüber den Anbietern in den zentralen Versorgungsbereichen (kleine Märkte von Müller und Rossmann) statt (unterhalb der Grenze der Nachweisbarkeit und einzelbetrieblich kaum spürbar). Mit max. 2 – 3 % in den sonstigen Lagen erreichen die Umsatzumlenkungen in Wangen im Allgäu ein nur geringes Niveau. In den zentralen Versorgungsbereichen liegen sie aufgrund der geringen Höhe unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Somit ist eine Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstiger Versorgungslagen in Wangen im Allgäu ausgeschlossen.
- Auch im **Teitoberzentrum Friedrichshafen** ist mit Umsatzumverteilungseffekten im Drogeriesegment zu rechnen. Wesentliche Wettbewerbsfunktionen übernimmt in diesem Zusammenhang der in der Innenstadt gelegene Müller Drogeriemarkt. Als nächstgelegene großflächige Filiale der Drogeriemarktkette verfügt der Anbieter über ein mit dem Lindaupark vergleichbares Drogerie- und Parfümeriewarenangebot. Bei erwartbaren Umsatzverlusten in einer Größenordnung von ca. 0,2 Mio. € und damit ca. 3 – 4 % sind jedoch keine erheblichen Auswirkungen zu erwarten, die in negativen städtebaulichen Effekten resultieren.
- Weitere ca. 0,2 – 0,3 Mio. € werden in den **sonstigen Kommunen im Umland** von Lindau ausgelöst. In diesem Zusammenhang sind u.a. die nahegelegenen Drogeriemarktstandorte in Bodolz (Rossmann) sowie Tettnang (Rossmann) sowie größere Lebensmittelanbieter zu nennen, zu denen bereits heute enorme Einkaufsverflechtungen bestehen. Die Umsatzumlenkungen verteilen sich in den Umlandkommunen jedoch auf eine Vielzahl an Anbietern, sodass sie einzelbetrieblich kaum zu spüren sind. Somit können auch in den sonstigen Kommunen in der Region negative städtebauliche Auswirkungen (z.B. Betriebsschließungen) ausgeschlossen werden.
- Auch im Drogeriewarensegment findet ein Großteil der Umsatzumverteilungen (rd. 0,7 Mio. €) gegenüber den relevanten Angebotsstrukturen in den grenznahen Kommunen in **Österreich** und der **Schweiz** statt. I.S. der baurechtlichen Prüfung nach § 11 Abs 3 BauNVO für die Flächenerweiterung des Lindauparks sind diese jedoch nicht im Detail relevant.

In Summe fallen die Umsatzumverteilungseffekte im Drogeriewarenbereich insbesondere gegenüber den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen unbedenklich aus. Negative städtebauliche Auswirkungen auf die vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in Lindau und dem Umland sind nicht zu erwarten.

5.2.4 Bekleidung (inkl. Wäsche)

Die flächen- und umsatzseitig größte Erweiterung im Lindaupark ist im Bekleidungsbereich vorgesehen. Insgesamt sieht der Betreiber des Einkaufszentrums eine Erweiterung von aktuell ca. 4.975 m² auf dann ca. 6.500 m² vor. Damit beläuft sich die Erweiterungsfläche auf rd. 1.525 m².

In welcher Form diese Flächenerweiterung umgesetzt werden soll, d.h. ob bereits bestehende Bekleidungshändler ein größeres Ladenlokal beziehen werden oder ob die Fläche durch einen bzw. mehrere neue Mieter belegt wird, steht zum heutigen Zeitpunkt noch nicht fest. Angesichts des heutigen Mietermixes und der Gesamtpositionierung des Lindauparks ist jedoch in jedem Fall von der Flächenbelegung mit einem Fachmarkt oder Bekleidungskaufhaus (u.a. C&A, H&M) auszugehen. I.S. des „worst-case“ wurde bei Umsatzermittlung auf ein Bekleidungskaufhaus abgestellt (vgl. Kapitel 4), sodass sich eine maximale Umsatzleistung im Bekleidungsbereich i.H.v. ca. 5,3 Mio. € ergibt.

Die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte auf die Bekleidungsanbieter in Lindau und dem Umland sind Tabelle 10 zu entnehmen.:

Tabelle 10: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Bekleidung (inkl. Wäsche)

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	27,5	1,3 – 1,4	4 %
ZVB Aeschach	1,3	< < 0,1	n.n.
SO Reutin	2,4	0,1	4 %
sonstige Lagen	2,3	<0,1	n.n.
Wangen im Allgäu			
ZVB Innenstadt	9,9	0,1 – 0,2	1 – 2 %
NVZ Am Waltersbühl	0,1	< < 0,1	n.n.
sonstige Lagen	9,2	0,1 – 0,2	1 – 2 %
Friedrichshafen			
ZVB Innenstadt	49,2	0,9 – 1,0	2 %
ZVB Charlottenstraße	1,2	< < 0,1	n.n.
sonstige Lagen	1,9	< < 0,1	n.n.
Ravensburg*			
ZVB Innenstadt	93,3	0,4 – 0,5	< 1 %
sonstige Lagen	5,3	< < 0,1	n.n.
andere Orte in Deutschland		0,2 – 0,3	n.n.
Österreich / Schweiz		1,9	Irrelevant
GESAMT		5,3	

*Quelle: Gutachten als Grundlage zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ravensburg 2017

CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

Aus den ermittelten Umsatzumlenkungen lassen sich folgende strukturelle und städtebauliche Auswirkungen ableiten:

- Insgesamt werden im Bekleidungssegment rd. 5,3 Mio. € umverteilungswirksam („worst-case“ Ansatz).
- In der **Stadt Lindau** selbst wird lediglich ein Anteil von rd. 1,6 Mio. € umverteilt. Hierbei ist angesichts des vorhandenen Angebotsbestands v.a. der **ZVB Innenstadt (Insel)** anzusprechen. Da der Lindaupark und die Insel bereits seit vielen Jahren nebeneinander funktionieren, hat sich eine Art Funktionsteilung zwischen den beiden Standortbereichen eingespielt (vgl. Kapitel 3.1.1). Während der Lindaupark überwiegend Bekleidungsanbieter aus dem unteren bis mittleren Preissegment beherbergt, finden sich im Innenstadtbereich größtenteils kleinere Fachgeschäfte höherer Preisgenres. Lediglich in Teilen sind mit dem Lindaupark Angebotsüberschneidungen in der Zielgruppenansprache oder den angebotenen Marken festzustellen (z.B. Schnäppchen Markt, NKD, Esprit). Entsprechend belaufen sich die Umsatzumverteilungswirkungen gegenüber der Innenstadt auf eine moderate Größenordnung von ca. 1,3 – 1,4

Mio. €, was in einer Umlenkungsquote von rd. 4 % resultiert. Da es sich bei der Lindauer Innenstadt um einen sehr stabilen Einzelhandelsstandort handelt und die Einzelhandelsbetriebe im Bekleidungssegment als stabil und leistungsfähig einzustufen sind, werden diese Umlenkungen nach gutachterlicher Einschätzung keine negativen städtebaulichen Effekte i.S.v. Betriebsschließungen oder Mindernutzungen nach sich ziehen.

In den weiteren Lagen im Lindauer Stadtgebiet ist lediglich ein äußerst geringes Bekleidungsangebot vorhanden. Der **ZVB Aeschach** nimmt in diesem Zusammenhang keinerlei Wettbewerbsfunktionen ein, sodass die Umsatzzumlenkungen marginal sind (unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze). Somit können auch für diesen städtebaulich schützenswerten Bereich negative Effekte ausgeschlossen werden.

Eine Summe von ca. 0,1 Mio. € wird gegenüber den außerhalb des Lindauparks ansässigen Bekleidungsanbietern im **SO Reutin** umverteilt werden. Hierbei ist v.a. der Anbieter Kik anzusprechen, welcher in räumlicher Nähe zum Lindaupark verortet ist. In Summe sind die Umsatzzumlenkungen mit max. 4 % jedoch unbedenklich. Die **sonstigen Lagen** spielen hinsichtlich der Wettbewerbseffekte im Bekleidungsbereich keine maßgebliche Rolle. Hier belaufen sich die Umsatzverluste entsprechend auf ein sehr geringes Niveau von weniger als 0,1 Mio. € (unter der Grenze der Nachweisbarkeit).

Umsatzzumlenkungen innerhalb des Lindauparks, die durch die neuen Handelsflächen im Bekleidungsbereich bei den bestehenden Anbietern ausgelöst werden, gleichen sich durch erwartbare positive Effekte für die Bestandsbetriebe (u.a. größere Kundenakzeptanz, Kopplungseffekte) aus (vgl. Kapitel 5.1).

- Im **Mittelzentrum Wangen** sind lediglich geringfügige Umsatzverluste (in Summe ca. 0,3 Mio. €) zu erwarten. Die Bekleidungsanbieter im ZVB Innenstadt, die wie die Handelsstrukturen auf der Lindauer Insel vornehmlich aus dem Fachgeschäftsbereich stammen, erfahren dabei Umlenkungen in einer Größenordnung von 0,1 – 0,2 Mio. €. Mit ca. 1 – 2 % sind die Effekte gegenüber den vorhandenen Einzelhändlern als gering einzustufen, sodass die attraktive Wangener Innenstadt keine negativen städtebaulichen Effekte fürchten muss. Weitere rd. 0,1 – 0,2 Mio. €, d.h. 1 – 2 % Umsatzzumverteilungen entfallen außerdem auf die Bekleidungsanbieter in Wangens sonstigen Lagen. Auch hier sind negativen Auswirkungen wie Betriebsschließungen o.Ä. ausgeschlossen.
- Als wesentlicher Wettbewerbsstandort fungieren im Bekleidungsbereich die Teiloberzentren **Friedrichshafen** und **Ravensburg**. In den Innenstädten der genannten Kommunen ist ein umfangreiches Angebot an Bekleidungskaufhäusern (u.a. H&M, C&A, K&L Ruppert und Mode Reischmann) sowie Fachmarktkonzepten (z.B. New Yorker, Mister Lady) ansässig, das in Teilen vergleichbar mit dem Lindaupark ist. Einige (inter-)nationale Filialisten verfügen sowohl über Standorte im Lindaupark als auch in Friedrichshafen und/oder Ravensburg.

Die Umsatzverluste gegenüber den Bekleidungsanbietern in der Friedrichshafener Innenstadt (z.B. H&M, K&L) belaufen sich nach gutachterlicher Einschätzung in Summe auf ca. 0,9 – 1,0 Mio. € und damit rd. 2 %. Da sich die Innenstadt als attraktiver und leistungsfähiger Handelsplatz präsentiert und die betroffenen Textilkaufhäuser und Fachmarktkonzepte als gut frequentiert und leistungsstark zu bewerten sind, werden die geringfügigen Umsatzverluste nicht in negative städtebauliche Effekte (u.a. Betriebsabschmelzungen) umschlagen.

Aufgrund der etwas größeren Distanz fallen die Umsatzverluste gegenüber der anbieterstarken Ravensburger Innenstadt mit attraktiven Bekleidungshändlern etwas geringer aus. Mit ca. 0,4 – 0,5 Mio. € belaufen sich die Umsatzzumlenkungen auf weniger als 1 % und sind damit als absolut unbedenklich einzuordnen.

- Weitere Standorte im Untersuchungsraum (z.B. Tettnang) sind angesichts des geringen Angebots im Bekleidungsfachmarktsegment nur in geringem Umfang von Umsatzverlusten betroffen. Mit insgesamt ca. 0,2 – 0,3 Mio. € sind sie einzelbetrieblich nahezu nicht spürbar.

- Ein Teil der Umsatzumverteilungen (rd. 1,9 Mio. €) gegenüber den Bekleidungshändlern in **Österreich** und der **Schweiz** statt. Diese sind nach § 11 Abs 3 BauNVO nicht von Relevanz.

Insgesamt sind die Umsatzumverteilungseffekte im Sortimentsbereich Bekleidung (inkl. Wäsche) als städtebaulich unbedenklich einzustufen. Vor allem im Hinblick auf die zentralen Versorgungsbereiche in den betroffenen Kommunen Lindau, Wangen im Allgäu, Friedrichshafen und Ravensburg werden mit gering bzw. moderat einzustufenden Umsatzumverteilungswirkungen keine negativen städtebaulichen Effekte, wie bspw. Betriebsschließungen ausgelöst.

In diesem Zusammenhang ist außerdem darauf hinzuweisen, dass insbesondere im Bekleidungsbereich durch die Umsatzprognose für ein Bekleidungskaufhaus und nicht als deutlich umsatzschwächeres Fachmarktkonzept eine „worst-case“ Betrachtung vorgenommen wurde. Je nach Belegung der Bekleidungsflächen im Lindaupark fallen die Umlenkungen ggf. deutlich geringer aus.

5.2.5 Heimtextilien

Im Heimtextilienbereich ist eine Flächenerweiterung um rd. 175 m² vorgesehen. Bislang ist unklar ob es sich dabei um Randsortimentsflächen im Bekleidungshandel oder einen kleineren spezialisierten Fachmarkt handeln wird. Entsprechend wurde im Rahmen der Umsatzprognose mit rd. 0,3 Mio. € der maximal mögliche Umsatz für die Erweiterungsfläche ermittelt.

Die dadurch ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen verteilen sich im Untersuchungsraum wie folgt:

Tabelle 11: Umsatzumverteilungseffekte im Heimtextiliensegment

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	1,9	< 0,1	n.n.
ZVB Aeschach	0,4	< < 0,1	n.n.
SO Reutin	0,3	< < 0,1	n.n.
sonstige Lagen	2,2	0,1	4 - 5 %
andere Orte in Deutschland		< 0,1	n.n.
Österreich / Schweiz		0,1	Irrelevant
GESAMT		0,3	

CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

In der Folge lassen sich folgende versorgungsstrukturelle Auswirkungen durch die geplante Erweiterung im Heimtextilbereich ableiten:

- Die Umsatzzumlenkungen i.H.v. 0,3 Mio. € finden im Wesentlichen innerhalb **Lindaus** statt:

In der **Lindauer Innenstadt (ZVB Insel)** werden Heimtextilien vorrangig von kleinteiligen Spezialgeschäften angeboten, die hinsichtlich ihrer Zielgruppenansprache vermehrt auf Touristen ausgerichtet sind. Sie stehen nur sehr nachgeordnet mit einem möglichen Fachmarktkonzept oder einer entsprechenden Randsortimentsabteilung in einer Wettbewerbsbeziehung. Die erwartbaren Umsatzzumlenkungen gegenüber den Handelsstrukturen in der Innenstadt lassen sich somit auf weniger als 0,1 Mio. € beziffern. Damit liegen sie unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze und sind als absolut unbedenklich einzuordnen. Es sind keine negativen städtebaulichen Effekte auf die Einzelhandelsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich abzuleiten.

Nahezu nicht sind aufgrund des geringen Angebotsbestands Umsatzzumlenkungen gegenüber den im **ZVB Aeschach** sowie dem **SO Reutin** zu erwarten. Sie liegen unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze,

sodass in Folge auch hier negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen ausgeschlossen sind.

Mit Filialen von Dänisches Bettenlager und OBI sind in den **sonstigen Lagen** Lindaus zwei Anbieter verortet, welche in ihrem Nebensortiment ein mit einem Fachmarktkonzept vergleichbares Warenangebot führen. Die Umsatzverluste gegenüber diesen Fachmärkten belaufen sich in Summe auf rd. 0,1 Mio. €. Dies bedeutet rechnerisch zwar ein Umlenkungsquote von rd. 4 – 5 %, da sich diese allerdings lediglich auf einen Teilbereich der o.g. Anbieter bezieht, liegt sie mit Blick auf den Gesamtumsatz bei weniger als 1 % und ist in Folge als absolut unbedenklich einzuordnen.

Gegenüber den Einzelhandelsbetrieben in Österreich und der Schweiz liegen die zu erwartenden Umsatzzumlenkungen bei insgesamt rd. 0,1 Mio. €. Sie sind ebenfalls unbedenklich.

Die ausgelösten Umsatzzumverteilungswirkungen im Heimtextiliensegment sind als unbedenklich einzustufen. Zentrale Versorgungsbereiche werden nicht wesentlich tangiert.

5.2.6 Sportartikel

Das Sportsegment ist aktuell sowohl im Lindaupark als auch in der Gesamtstadt Lindau nur sporadisch vorhanden. Vor diesem Hintergrund zieht der Betreiber des Lindauparks die Ansiedlung eines entsprechenden Fachmarktkonzeptes in Betracht. Die geplante Flächenerweiterung im Sportbereich wird auf ca. 620 m² Verkaufsfläche avisiert. Die Umsatzleistung, die auf dieser Fläche realistisch erzielt wird, liegt bei max. 1,9 Mio. €.

Auch im Segment Sport ergeben sich durch die vorgesehene Verkaufsflächenerweiterung Umsatzzumverteilungen im Untersuchungsraum. Sie sind in Tabelle 12 im Detail aufgeführt.

Tabelle 12: Umsatzzumverteilungseffekte im Segment Sportartikel

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	0,5	< 0,1	n.n.
ZVB Aeschach	-	-	-
SO Reutin	2,0	0,1 – 0,2	7 – 8 %
sonstige Lagen	1,3	0,1	7 – 8 %
Wangen im Allgäu			
ZVB Innenstadt	0,3	< 0,1	n.n.
NVZ Am Waltersbühl	-	-	-
sonstige Lagen	6,4	0,2 – 0,3	4 %
Friedrichshafen			
ZVB Innenstadt	2,1	0,1	5 %
ZVB Charlottenstraße	0,2	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	2,1	0,1	5 %
Ravensburg*			
ZVB Innenstadt	16,5	0,3 – 0,4	2 %
sonstige Lagen	12,3	< 0,1	n.n.
andere Orte in Deutschland		0,1	n.n.
Österreich / Schweiz		0,7	Irrelevant
GESAMT		1,9	

*Quelle: Gutachten als Grundlage zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ravensburg 2017
CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

Aus den ermittelten Umsatzzumlenkungen im Sportsegment lassen sich folgende strukturelle und städtebauliche Auswirkungen ableiten:

- Insgesamt werden im Sportsegment rd. 1,9 Mio. € umverteilungswirksam („worst-case“ Ansatz). Aufgrund des geringen Angebotsbestands in der Stadt Lindau selbst (kein größerer Sportfachmarkt) finden die Umsatzzumlenkungen überwiegend außerhalb Lindaus statt.
- In der **Stadt Lindau** selbst wird somit lediglich ein Anteil von rd. 0,2 – 0,3 Mio. € umverteilungswirksam. Hierbei spielen in Ermangelung eines relevanten Angebotsbestands die zentralen Versorgungsbereiche **ZVB Innenstadt** und **ZVB Aeschach** keine Rolle. Somit können negative Auswirkungen auf diese städtebaulich schützenswerten Bereiche ausgeschlossen werden.

Mit ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. 0,1 Mio. € sind die Angebotsstrukturen im **SO Reutin** sowie den **sonstigen Lagen** deutlich stärker von Umsatzzumlenkungen tangiert. In diesem Zusammenhang sind v.a. die spezialisierten Händler aus dem Sportbereich wie Sport Roman sowie Vaude anzusprechen. Diese sind aufgrund ihrer Zielgruppenansprache (spezialisierte Markenansprache, Ausstattung für Vereinssport) sowie ihrer Stammkundschaft als stabil und leistungsfähig einzustufen, sodass auch eine vergleichsweise hohe Umlenkungsquote von rd. 7 – 8 % nach gutachterlicher Einschätzung nicht zu Betriebsschließungen führen wird.

- Mit Intersport Haschko ist in **Wangen im Allgäu** ein Fachmarktkonzept aus dem Sportsegment vorhanden, welches in Wettbewerbsauseinandersetzungen mit dem Planvorhaben steht. Der in verkehrlich gut erreichbarer Lage ansässige Sportmarkt wird zusammen mit den weiteren dortigen Sportangeboten Umsatzzumlenkungen i.H.v. 0,2 – 0,3 Mio. € spüren. Mit einer relativen Umlenkungsquote von ca. 4 % sind diese jedoch als unbedenklich einzuordnen.
- Auch in **Friedrichshafen** werden gegenüber den dort vorhandenen Angebotsstrukturen im Sportbereich Umsatzzumverteilungen ausgelöst. Mit u.a. Sport Trapp in der Innenstadt sowie Intersport im Bodensee Center sind zwei attraktive Fachmärkte zu nennen. Die Umsatzzumlenkungen liegen sowohl in der Innenstadt als auch in den sonstigen Lagen in einer Größenordnung von rd. 0,1 Mio. €, was einer moderaten Umverteilungsquote von rd. 5 % entspricht. Da es sich bei den betroffenen Fachmärkten um langjährig etablierte attraktive Anbieter handelt, sind keine negativen städtebaulichen Effekte abzuleiten.
- Sportangebote von enormer regionaler Bedeutsamkeit finden sich im TeiOberzentrum **Ravensburg**. Mit u.a. Sport Reischmann und Sport Art sind hier insbesondere in der Innenstadt einige attraktive Sporthändler ansässig. Sie nehmen eine gewisse Wettbewerbsposition gegenüber einer entsprechenden Sportfachmarktansiedlung im Lindaupark ein. Insgesamt belaufen sich die Umsatzzumverteilungswirkungen gegenüber der Ravensburger Innenstadt im Sportsegment auf ca. 0,3 – 0,4 Mio. €, was einer relativen Umlenkungsquote von knapp 2 % entspricht. Damit werden auch hier keine negativen städtebaulichen Effekte (z.B. Betriebsschließungen) ausgelöst.
- Weitere Standorte im Untersuchungsraum (z.B. Tettnang) werden aufgrund des geringen und überwiegend lokal ausgerichteten Angebots im Sportsegment nur in sehr geringem Umfang zu erwarten. Mit aufsummiert rd. 0,1 Mio. € sind sie einzelbetrieblich nahezu nicht spürbar.
- Ein Teil der Umsatzzumverteilungen (rd. 0,7 Mio. €) findet in **Österreich** und der **Schweiz** statt. Diese sind nach § 11 Abs 3 BauNVO nicht von Relevanz.

Insgesamt sind die Umsatzzumverteilungseffekte im Sportsegment als städtebaulich unbedenklich einzustufen. In den zentralen Versorgungsbereichen in Lindau sowie dem weiteren Kommunen im Untersuchungsraum sind keine negativen städtebaulichen Effekte (u.a. Betriebsschließungen, Funktionsverlust) zu erwarten.

5.2.7 Schuhe

Schuhe werden bereits heute in mehreren Fachmärkten im Lindaupark angeboten. Hierzu zählen Die Filialisten Schuhhof und Deichmann. Darüber hinaus bieten einige Modemärkte (z.B. H&M) Schuhe in Form von Randsortimenten an. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche im Schuhbereich auf rd. 1.035 m², wobei eine Erweiterung auf ca. 1.200 m² vorgesehen ist. Die Erweiterungsfläche von rd. 165 m² wird sich ebenfalls auf den Fachmarktbereich beziehen, sodass auf ihr eine Umsatzleistung von max. ca. 0,4 Mio. € erzielt wird. Die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte im Schuhsegment sind der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Tabelle 13: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Schuhe

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	6,2	0,2	3 %
ZVB Aeschach	-	-	-
SO Reutin	-	-	-
sonstige Lagen	0,1	< 0,1	n.n.
andere Orte in Deutschland		< 0,1	n.n.
Österreich / Schweiz		0,1 – 0,2	Irrelevant
GESAMT		0,4	

CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

Aus den ermittelten Umsatzumlenkungen lassen sich folgende strukturelle und städtebauliche Auswirkungen ableiten:

- In der **Lindauer Innenstadt (ZVB)** wird ein umfangreiches Schuhangebot vorgehalten, welches unterschiedliche Preis- und Qualitätsstufen führt. Mit den Schuhgeschäften der Fa. Werdich (Shoe Town, Schuhhaus) sind in diesem Zusammenhang zwei wesentliche Wettbewerber der Fachmarktstrukturen im Lindaupark ansässig. Demzufolge wird gegenüber den Schuhhändlern auf der Insel ein Großteil der Umsatzumverteilungen wirksam. Sie belaufen sich in Summe auf rd. 0,2 Mio. € und damit auf geringe rd. 3 %. Die Umsatzumlenkungen in dieser Größenordnung im Schuhsegment werden keine negativen städtebaulichen Effekte i.S.v. Betriebsschließungen oder Mindernutzungen nach sich ziehen.
In den sonstigen Standorten in Lindau, darunter auch dem **ZVB Aeschach** oder dem **SO Reutin**, sind keine Schuhhändler ansässig, sodass hier keine Umverteilungen stattfinden.
- In den **Umlandkommunen sowie zentralen Orten im Umland** (z.B. Wangen im Allgäu, Friedrichshafen) finden allenfalls geringfügige Umsatzumverteilungen im Schuhbereich statt. Da sie insgesamt weniger als 0,1 Mio. € umfassen, fallen sie einzelbetrieblich nicht ins Gewicht und sind somit unbedenklich.
- Ein Teil des Umsatzes (rd. 0,1 – 0,2 Mio. €) wird außerdem in **Österreich** und der **Schweiz** umverteilt werden. Diese sind nach § 11 Abs 3 BauNVO irrelevant.

Insgesamt werden mit Blick auf die Flächenerweiterung im Schuhsegment keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Lindau oder dem Umland ausgelöst.

5.2.8 Papier-/Schreibwaren

Das Angebot im Schreibwarenbereich wird im Lindaupark im Wesentlichen durch den Fachmarkt Müller sowie die Randsortimente von Feneberg vertrieben. Die Planungen des Betreibers des Lindauparks sehen

vor, die Filiale von Müller – und darin auch die Flächen für Schreibwaren – zu erweitern. Auf der Erweiterungsfläche von ca. 120 m² wird nach gutachterlicher Einschätzung ein Umsatzvolumen in einer Größenordnung von ca. 0,5 Mio. € erzielt.

Folgende Umsatzumverteilungseffekte lassen sich für den Papier-/Schreibwarenbereich simulieren:

Tabelle 14: Umsatzumverteilungseffekte im Papier-/Schreibwarenbereich

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	1,6	0,1	6 %
ZVB Aeschach	0,4	< 0,1	n.n.
SO Reutin	0,2	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	0,4	< 0,1	n.n.
Wangen im Allgäu			
ZVB Innenstadt	1,1	< 0,1	n.n.
NVZ Am Waltersbühl	0,4	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	0,1	< 0,1	n.n.
Friedrichshafen			
ZVB Innenstadt	1,8	0,1	5 %
ZVB Charlottenstraße	-	-	n.n.
sonstige Lagen	0,6	< 0,1	n.n.
andere Orte in Deutschland		0,1	n.n.
Österreich / Schweiz		0,1 – 0,2	Irrelevant
GESAMT		0,5	

CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

In der Folge lassen sich folgende städtebauliche Auswirkungen ableiten:

Insgesamt ist in der **Stadt Lindau** selbst lediglich ein geringes Schreibwarenangebot vorhanden. Die Einzelhandelsbetriebe mit einem Schreibwarenangebot sind in Lindau überwiegend im **ZVB Innenstadt** verortet und entsprechend kleinteilig strukturiert. Angesichts ihrer hohen Sortimentstiefe und in Folge im Vergleich mit Müller deutlich höheren Preisgestaltung nehmen sie jedoch nur eine eingeschränkte Wettbewerbsfunktion für das Erweiterungsvorhaben ein. Demzufolge belaufen sich die gegenüber den Angeboten auf der Insel ausgelösten Umsatzumverteilungen auf insgesamt lediglich rd. 0,1 Mio. €. Diese resultiert in einer Umverteilungsquote von rd. 6 %, die in Anbetracht der geringen Gesamtsumme als moderat eingestuft werden kann. Es ist nicht zu erwarten, dass negative städtebauliche Effekte in der Innenstadt (z.B. Funktionsverlust, Leerstandsmehrung) ausgelöst werden.

In den anderen Standortbereichen in Lindau (**ZVB Aeschach, SO Reutin, sonstige Lagen**) finden keine wesentlichen Umsatzumlenkungen statt.

- Auch in der **Stadt Wangen im Allgäu** werden Schreibwaren vornehmlich im kleinteiligen, inhabergeführten Fachhandel angeboten. Entsprechend liegen die Umsatzumlenkungen auch gegenüber den dort vorhandenen Angebotsstrukturen auf einem äußerst geringen Niveau (weniger als 0,1 Mio. €, unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze). Negative städtebauliche Effekte sind damit auch in sämtlichen Lagen in Wangen im Allgäu auszuschließen.
- Mit einer weiteren großformatigen Filiale von Müller ist ein wesentlicher Wettbewerber für die geplante Flächenerweiterung im Schreibwarenbereich in **Friedrichshafen** angesiedelt. Gegenüber diesem, in der **Innenstadt** ansässigen, Fachmarkt sowie den weiteren Schreibwarenhändlern in Friedrichshafen werden ca. 0,1 Mio. € umverteilungswirksam. Die Umlenkungsquote beläuft sich damit auf ca. 5 %. Dabei ist

allerdings zu beachten, dass bspw. bei Müller lediglich ein Teilsortiment des Marktes berücksichtigt ist. Bei Betrachtung des Gesamtumsatzes liegen die Effekte jedoch deutlich niedriger, auf einem unbedenklichen Niveau. Negative städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich werden demnach nicht ausgelöst.

- Weitere rd. 0,1 Mio. € werden in sonstigen Lagen in den Umlandkommunen umverteilungswirksam. Dabei sind neben kleineren Schreibwarenhandlungen, Randsortimente im Drogerie- und Lebensmittelhandel auch eine Vielzahl Kioske usw. betroffen. Die Umsatzverluste verteilen sich auf eine Vielzahl an Betrieben an unterschiedlichen Standorten, sodass sie einzelbetrieblich nahezu kaum spürbar sind.
- Ein Anteil des Umsatzes (rd. 0,1 – 0,2 Mio. €) wird zulasten der Angebote in **Österreich** und der **Schweiz** umverteilungswirksam. Sie sind in der vorliegenden Untersuchung nicht relevant.

Auch mit Blick auf das Schreibwarenssegment werden keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Lindau oder dem Umland ausgelöst.

5.2.9 Spielwaren

Wie auch das Schreibwarensbereich werden Spielwaren im Lindaupark im Wesentlichen durch den Fachmarkt Müller sowie in Form von Randsortimenten bei Feneberg angeboten. Auch die Erweiterung im Spielwarenssegment soll im Rahmen der Erweiterung des Müller Drogeriefachmarktes realisiert werden. Die Fläche für Spielwaren soll in diesem Zusammenhang von heute rd. 330 m² auf dann rd. 850 m² vergrößert werden, sodass sich eine Erweiterungsfläche von ca. 520 m² ergibt. Die Umsatzleistung, die nach gutachterlicher Einschätzung auf der Erweiterungsfläche erwirtschaftet wird, beläuft sich auf ca. 1,2 Mio. €.

Die daraus resultierenden Umsatzumverteilungen sind der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 15: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Spielwaren

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	0,7	< 0,1	n.n.
ZVB Aeschach	0,1	<< 0,1	n.n.
SO Reutin	0,1	<< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	0,1	<< 0,1	n.n.
Wangen im Allgäu			
ZVB Innenstadt	0,6	<< 0,1	n.n.
NVZ Am Waltersbühl	0,1	<< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	0,2	<< 0,1	n.n.
Friedrichshafen			
ZVB Innenstadt	1,2	0,2	16 – 17 %
ZVB Charlottenstraße	-	-	n.n.
sonstige Lagen	0,6	<< 0,1	n.n.
Ravensburg*			
ZVB Innenstadt	7,9	0,1 – 0,2	2 %
sonstige Lagen	6,5	0,2 – 0,3	3 – 4 %
andere Orte in Deutschland		0,1 – 0,2	n.n.
Österreich / Schweiz		0,4	Irrelevant
GESAMT		1,2	

*Quelle: Gutachten als Grundlage zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ravensburg 2017
CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

In der Folge werden folgende städtebauliche Auswirkungen ausgelöst:

- Das Spielwarenssegment ist in der stationären Handelslandschaft insgesamt aktuell nur noch in geringem Umfang vertreten, da hier der Online-Handel eine zunehmend große Rolle einnimmt. Dies zeigt sich auch in Lindau und den Nachbarkommunen. Entsprechend werden bereits heute in großem Umfang Kaufkraftabflüsse zu größeren Zentren im Umland (z.B. Ravensburg) oder ins Internet verzeichnet.
- In der Stadt **Lindau** gibt es lediglich ein sehr kleines Spielwarenfachgeschäft. Dieses ist langjährig in der Innenstadt ansässig und hinsichtlich seines Warenangebots im höherpreisigen Segment auf eine kaufkräftige Zielgruppe ausgerichtet. Spielwaren im konsumigen oder discountigen Bereich, wie sie überwiegend bei Müller angeboten werden, gibt es in Lindau vornehmlich in Form von kleineren Randsortimentsabteilungen im Buch- oder Sonderpostenhandel. Vor diesem Hintergrund fallen die Umsatzzumlenkungen innerhalb Lindaus sehr gering aus. Mit weniger als 0,1 Mio. € gegenüber den relevanten Anbietern in der Innenstadt liegen sie unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Die anderen Standortbereiche in Lindau (**ZVB Aeschach**, **SO Reutin** sowie **sonstige Lagen**) spielen mit Blick auf mögliche Umverteilungseffekte keine Rolle. Somit lassen sich für die städtebaulich schützenswerten Bereiche sowie die sonstigen Lagen keine negativen städtebaulichen Effekte ableiten.
- In der Stadt **Wangen im Allgäu** ist kein Spielwarenangebot vorhanden, welches in Wettbewerb mit einer Flächenerweiterung der Spielwarenabteilung des Müller Marktes im Lindaupark steht. Somit sind auch hier negative Effekte ausgeschlossen.
- In **Friedrichshafen** werden Umsatzzumlenkungen im Spielwarenbereich i.H.v. insgesamt rd. 0,2 Mio. € wirksam. Diese beschränken sich auf das Angebot in der Innenstadt, da hier mit einer weiteren Filiale von Müller mit umfangreicher Spielwarenabteilung ein wesentlicher Wettbewerber verortet ist. Darüber hinaus bieten weitere Fachgeschäfte in der Innenstadt Spielwaren im Randsortiment an. Die rechnerisch ermittelte Umlenkungsquote beläuft sich auf ca. 16 – 17 %. Diese erscheint zunächst bedrohlich hoch, sie bezieht sich jedoch ausschließlich auf die Randsortimentsflächen für Spielwaren. Bezogen auf die jeweiligen Gesamtumsätze fallen die Umverteilungen deutlich geringer aus und sind damit nicht bedenklich einzuordnen. Entsprechend sind negative städtebaulich relevante Effekte auf den zentralen Versorgungsbereich in Friedrichshafen auszuschließen.
- Ein Großteil der Umsatzzumverteilungen wird außerdem zulasten der Anbieter in **Ravensburg** wirksam. In der Ravensburger **Innenstadt** sind mehrere attraktive Spielwarenhändler unterschiedlicher Größe ansässig, die ein Angebot in unterschiedlichen Preis- und Qualitätsstufen vorhalten. Sie stehen bereits heute in einem Wettbewerbsverhältnis mit Müller in Lindau. Daher werden sie durch die Flächenerweiterung im Spielwarenssegment mit Umsatzzumlenkungen tangiert. Diese bewegen sich mit 0,1 – 0,2 Mio. € und damit ca. 2 % auf einem unbedenklichen Niveau, welches keine negativen städtebaulichen Effekte auf die Ravensburger Innenstadt erwarten lässt.
Darüber hinaus übernimmt auch der Spielwarenfachmarkt Smyths Toys Superstores (ehemals Toys'R'Us) eine Wettbewerbsfunktion. Der Anbieter ist in einer verkehrsgünstigen Lage verortet und bietet Spielwaren überwiegend aus den unteren und mittleren Preissektoren an. Darüber hinaus sind in den **sonstigen Lagen** Ravensburg weitere Fachmärkte ansässig, die Spielwaren als eines ihrer Nebensortimente führen. In Summe belaufen sich die Umsatzzumverteilungen gegenüber dem Spielwarenhandel in sonstigen Lagen in Ravensburg auf rd. 0,2 – 0,3 Mio. € und damit 3 – 4 %. Sie sind als moderat und damit unproblematisch zu bewerten.
- Weiterhin ist auch in **weiteren Kommunen in der Bodenseeregion** mit geringfügigen Umsatzverlusten im Spielwarenssegment zu rechnen. Als Wettbewerbsstandort ist bspw. das Rofu Kinderland in Weingarten zu nennen. Auch spielen hier die SB-Warenhaus Standorte mit entsprechenden Randsortimentsabteilungen eine Rolle (u.a. Kaufland in Tettnang, real in Weingarten). Mit 0,1 – 0,2 Mio. €

Umsatzumlenkung sind die Effekte jedoch einzelbetrieblich als minimal und damit nicht bedrohlich einzustufen.

- Ein Anteil des Umsatzes im Spielwarenbereich i.H.v. rd. 0,4 Mio. € wird außerdem zulasten der Händler in **Österreich** und der **Schweiz** umverteilungswirksam. Sie sind in der vorliegenden Untersuchung baurechtlich nicht relevant.

Durch die Flächenerweiterung im Spielwarenbereich im Lindaupark werden keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgelöst. Dies gilt sowohl für die schützenswerten Lagen in der Standortkommune Lindau als auch für die Orte im näheren und weiteren Umland.

5.2.10 Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren

Für das Sortiment Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren wird eine Verkaufsflächenerweiterung mit rd. 150 m² angestrebt. In welcher Form diese Flächenerweiterung realisiert wird (Neuansiedlung eines Fachmarktes, Ausweitung der bereits vorhandenen Randsortimente) steht zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht fest. Entsprechend wurde im Rahmen der Umsatzprognose mit rd. 0,3 Mio. € der maximal mögliche Umsatz für die Erweiterungsfläche ermittelt.

Im Bereich Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren lassen sich folgende Umsatzumverteilungen simulieren:

Tabelle 16: Umsatzumverteilungseffekte im Bereich Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	10,0	0,1	1 %
ZVB Aeschach	0,2	< < 0,1	n.n.
SO Reutin	0,2	< < 0,1	n.n.
sonstige Lagen	3,4	0,1	3 %
andere Orte in Deutschland		< < 0,1	n.n.
Österreich / Schweiz		0,1	Irrelevant
GESAMT		0,3	

CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

In der Folge lassen sich folgende städtebauliche sowie versorgungsstrukturelle Auswirkungen ableiten:

- Die Umsatzumlenkungen i.H.v. 0,3 Mio. € finden im Wesentlichen in **Lindau** selbst statt:

In der **Lindauer Innenstadt (ZVB Insel)** werden Waren aus dem Bereich Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren vorrangig von zahlreichen kleinteiligen Fachgeschäften (Handel für Dekoartikel) angeboten, aus dem Fachmarktbereich ist außerdem ein Euroshop zu nennen. Das vorhandene Angebot ist entsprechend ausdifferenziert, sodass in gewissem Umfang Umsatzumlenkungen zu erwarten sind. Diese belaufen sich auf insgesamt rd. 0,1 Mio. € was im Ergebnis einer sehr geringen Umverteilungsquote von knapp 1 % entspricht. In dieser Größenordnung sind die Umverteilungseffekte als unbedenklich einzuordnen. Es sind keine negativen städtebaulichen Effekte auf die Einzelhandelsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich abzuleiten.

Mit Blick auf den auf den geringen Angebotsbestands sind nahezu keine Umsatzumlenkungen gegenüber den Einzelhändlern im **ZVB Aeschach** sowie dem **SO Reutin** zu erwarten. Sie liegen deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze, sodass in Folge auch hier negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen ausgeschlossen sind.

Mit u.a. Filialen von Dänisches Bettenlager und OBI sowie dem Sonderpostenmarkt der Fa. Ness sind in den **sonstigen Lagen** Lindaus mehrere Anbieter verortet, welche in ihrem Nebensortiment ein mit einem Fachmarktkonzept vergleichbares Sortiment im Bereich Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren führen. Die Umsatzverluste gegenüber diesen Fachmarktkonzepten belaufen sich auf insgesamt rd. 0,1 Mio. €. Die daraus errechnete Umlenkungsquote von rd. 3 % kann als sehr gering eingestuft werden, zumal sie sich lediglich auf ein Teilsortiment der betreffenden Anbieter bezieht. In Bezug auf den Gesamtumsatz liegen sie bei deutlich weniger als 1 % und sind im Rahmen jährlicher Umsatzschwankungen nicht spürbar.

- Attraktive filialisierte Fachmarktkonzepte aus dem Segment Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren wie bspw. Depot sowie Möbelhäuser mit einer umfangreichen Abteilung in diesem Bereich finden sich in den zentralen Orten im Umland (z.B. Friedrichshafen, Ravensburg). In Summe werden gegenüber den Anbietern dort Umverteilungen i.H.v. rd. 0,1 Mio. € wirksam. Da sie sich auf eine Vielzahl Betriebe verteilen sind sie einzelbetrieblich nahezu nicht spürbar.
- Gegenüber den Einzelhandelsbetrieben in Österreich und der Schweiz liegen die zu erwartenden Umsatzumlenkungen bei insgesamt rd. 0,1 Mio. €. Sie sind ebenfalls unbedenklich (i.S.d. § 11 Abs 3. BauNVO irrelevant).

Die ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen im Bereich Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren sind insbesondere gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen als unproblematisch einzustufen. Es sind keine negativen städtebaulichen Effekte zu erwarten.

5.2.11 Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte

Mit einer Erweiterungsfläche von ca. 665 m² ist eine vergleichsweise umfangreiche Flächenerweiterung des Lindauparks im Elektroniksegment vorgesehen. Hierbei steht insbesondere die Vergrößerung des Elektronikfachmarktes Euronics sowie nachgeordnet die Erweiterung von Müller mit seiner Multimedia-Abteilung im Fokus. Somit ergibt sich eine Umsatzleistung auf der Erweiterungsfläche von max. 4,0 Mio. €. Die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte im Untersuchungsraum sind in Tabelle 17 im Detail aufgeführt.

Tabelle 17: Umsatzumverteilungseffekte im Segment Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte

Standort/Zentrum	Bestandsumsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung anteilig
Lindau			
ZVB Innenstadt (Insel)	1,6	0,1	6 %
ZVB Aeschach	-	-	-
SO Reutin	0,3	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	5,5	0,2 – 0,3	4 – 5 %
Wangen im Allgäu			
ZVB Innenstadt	9,4	0,2 – 0,3	2 – 3 %
NVZ Am Waltersbühl	0,1	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	1,7	< 0,1	n.n.
Friedrichshafen			
ZVB Innenstadt	2,1	< 0,1	n.n.
ZVB Charlottenstraße	0,7	< 0,1	n.n.
sonstige Lagen	33,1	0,8	2 – 3 %
Ravensburg			
ZVB Innenstadt	29,1	0,2	< 1 %
sonstige Lagen	20,8	0,3 – 0,4	1 – 7 %
andere Orte in Deutschland		0,6	n.n.
Österreich / Schweiz		1,4	Irrelevant
GESAMT		4,0	

*Quelle: Gutachten als Grundlage zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ravensburg 2017
CIMA-Berechnungen 2020; Rundungsdifferenzen möglich; n.n. = nicht nachweisbar

Aus den in der Tabelle aufgeführten Umsatzumlenkungen lassen sich folgende strukturelle und städtebauliche Auswirkungen ableiten:

- Insgesamt werden im Elektroniksegment rd. 4,0 Mio. € umverteilungswirksam („worst-case“ Ansatz).
- In der **Stadt Lindau** selbst wird aufgrund der vergleichsweise dünnen Angebotsdichte lediglich ein geringer Anteil von rd. 0,3 – 0,4 Mio. € umverteilt. Hierbei ist der der **ZVB Innenstadt (Insel)** nur nachgeordnet anzusprechen. Die dort vorhandenen Anbieter (z.B. Plattenladen oder traditioneller Elektronikfachhandel) stehen nur mittelbar mit den Angebotsstrukturen im Lindapark im Wettbewerb, sodass sich die Umsatzverluste insgesamt auf max. ca. 0,1 Mio. € beziffern lassen. Die daraus resultierende Umlenkungsquote i.H.v. ca. 6 % kann als moderat eingestuft werden. Die vorhandenen Angebotsstrukturen sind als stabil und leistungsfähig einzuordnen, sodass nicht zu erwarten ist, dass die Umsatzverluste in negative städtebauliche Effekte (z.B. Betriebsschließungen) übergehen.

Die Standortbereiche **ZVB Aeschach**, und **SO Reutin** sind mit Blick auf mögliche Umverteilungseffekte nicht betroffen.

Ein Umsatzanteil von ca. 0,2 – 0,3 Mio. € wird zulasten der Einzelhandelsbetriebe in den **sonstigen Lagen** Lindaus umverteilt. Mit einem Mix aus Spezialfachhandel (z.B. Blank Audio & Video) oder großen Elektronikabteilungen in den Fachmärkten anderer Sortimente (z.B. OBI, Ness Sonderposten) wird ein Angebot bereitgestellt, welches zumindest in Teilen Wettbewerbsfunktionen gegenüber den Handelsformaten im Lindapark übernimmt. Die Umverteilungsquote lässt sich auf rd. 4 – 5 % beziffern, wobei hier bspw. bei OBI nur ein Anteil des Gesamtumsatzes betroffen ist. Die Stabilität der betroffenen Anbieter ist somit nicht gefährdet.

- Mit einer kleineren Filiale von Expert ist in der **Wangener Innenstadt** ein wesentlicher Wettbewerber von Euronics im Lindaupark ansässig. Aufgrund seiner geringen Größe und dem veralteten Ladenlayout entfaltet der Elektronikfachmarkt jedoch keine regionale Ausstrahlkraft, sodass sich die Umlenkungen auf max. 0,2 – 0,3 Mio. € und damit unbedenkliche 2 – 3 % beschränken. Es wird keine Gefährdung des zentralen Versorgungsbereichs ausgelöst. In den anderen Standortlagen in Wangen sind keine Umsatzumlenkungen zu erwarten.
- Größere Fachmärkte mit einem Elektronikvollsortiment befinden sich in den Teilerbezirken **Friedrichshafen** (Media Markt) und **Ravensburg** (Media Markt, Euronics XXL) sowie **Tettang** (Euronics XXL). Sie stehen bereits in intensivem Wettbewerb insbesondere mit Euronics im Lindaupark. Nach Erweiterung des Fachmarktes wird sich die Wettbewerbssituation weiter verstärken.

Media Markt ist in Friedrichshafen in der verkehrsgünstig gelegenen Fachmarktagglomeration Bodensee Center mit einer attraktiven Filiale ansässig. Gegenüber diesem und den weiteren relevanten Anbietern in sonstigen Lagen Friedrichshafen (z.B. Kaufland, Vodafone) werden Umsatzumverteilungen i.H.v. ca. 0,8 Mio. € wirksam. Die daraus errechnete Umlenkungsquote von 2 – 3 % ist städtebaulich unbedenklich.

Im etwas weiter entfernt gelegenen Ravensburg sind Media Markt in der Innenstadt und Euronics XXL in einer gewerblich geprägten Lage wesentlich von Umlenkungen betroffen. In der Innenstadt liegen die Umsatzumlenkungen bei ca. 0,2 Mio. € und damit bei weniger als 1 %. Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit fallen die Umsatzverluste in den sonstigen Lagen etwas höher aus. Mit ca. 0,3 – 0,4 Mio. € und damit 1 – 2 % sind die Umsatzumlenkungen als unproblematisch zu bewerten.

Weitere rd. 0,6 Mio. € werden in den sonstigen Kommunen im Umland umverteilungswirksam. Hierbei steht sicherlich der Elektronikfachmarkt Euronics XXL in Tettang im Fokus, aber auch diverse kleinere Elektronikhändler, Handysshops, usw. sind darunter subsummiert. Die Umsatzumlenkungen verteilen sich entsprechend auf eine Vielzahl Betriebe, sodass sie einzelbetrieblich keine wesentlichen Umsatzverluste bedeuten.

Umsatzumverteilungen i.H.v. ca. 1,4 Mio. € finden gegenüber den Elektronikhändlern in **Österreich** und der **Schweiz** statt. Diese sind nach § 11 Abs 3 BauNVO nicht im Detail zu berücksichtigen.

Insgesamt sind die Umsatzumverteilungseffekte im Sortimentsbereich Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte als städtebaulich nicht besorgniserregend einzustufen. Da die wesentlichen Wettbewerber überwiegend in sonstigen Lagen verortet sind, können negative städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Lindau und dem Umland ausgeschlossen werden.

5.3 Zusammenfassende Bewertung der Umsatzumverteilungsrechnung

In Kapitel 5.2 wurde eine Simulation zu erwartender Umsatzumverteilungseffekte durch die Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des Einkaufszentrums Lindaupark durchgeführt. Hierbei wurde jedes Sortiment, welches um eine Verkaufsfläche von zumindest 100 m² erweitert werden soll (Relevanzschwelle), gesondert betrachtet. Insgesamt wurde im Rahmen der Verträglichkeitsuntersuchung ein größeres Verkaufsflächenvolumen geprüft, als am Standort insgesamt zulässig ist („worst-case“ Betrachtung). Damit erhält der Betreiber des Lindauparks eine gewisse Freiheit in der zukünftigen Flächenbelegung.

Wie die Detailanalyse der einzelnen zu prüfenden Sortimentsbereiche gezeigt hat, sind insgesamt keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Lindau (ZVB Innenstadt (Insel) sowie ZVB Aeschach) sowie die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten. Die

ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen erreichen mit Blick auf sämtliche Sortimente ein geringes oder nur moderates Niveau. Gleiches lässt sich auf die Wettbewerbsstandorte im Umland konstatieren. Auch in den zentralen Orten höherer Stufe in der Region, u.a. Mittelzentrum Wangen im Allgäu, TeiOberzentren Friedrichshafen und Ravensburg, sowie den sonstigen Kommunen im Umfeld sind die Umsatzumverteilungswirkungen rein wettbewerblich und schlagen nach gutachterlicher Einschätzung nicht in negative städtebauliche Effekte (z.B. Betriebsschließungen, Funktionsverlust) um.

Kritisch ist einzig die vorgesehene Ansiedlung einer Apotheke im Lindaupark zu sehen. Bereits heute ist für die Stadt Lindau eine überdurchschnittliche Ausstattung im Apothekensegment festzuhalten, sodass die Etablierung einer weiteren Apotheke zusätzlichen Druck auf die u.a. in zentralen Versorgungsbereichen vorhandenen Apotheken aufbauen würde. Wenngleich diese den vorliegenden Berechnungen zu Folge kein betriebsbedrohliches Niveau annehmen (vgl. Kapitel 5.2.2), sollte die Ansiedlung einer Apotheke zur Debatte gestellt werden.

Die für den Lindaupark vorgesehene Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung kann mit Abstrichen im Apothekensegment als städtebaulich verträglich bewertet werden.

6 Zusammenfassung und abschließende Bewertung

Auftrag und Prüfumfang

Der Betreiber des Lindauparks in der Stadt Lindau plant die umfangreiche Modernisierung und Erweiterung seines zwischenzeitlich deutlich in die Jahre gekommenen Einkaufszentrums. Die CIMA Beratung + Management GmbH, München, wurde in diesem Zusammenhang mit der Durchführung einer Verträglichkeitsuntersuchung für die geplante Modernisierung und Verkaufsflächenenerweiterung des Handelsstandortes beauftragt. Insgesamt ist eine Erweiterung der Verkaufsflächen für Einzelhandel im Lindaupark von aktuell rd. 12.540 m² auf dann ca. 17.500 m² geplant. Die geplanten Erweiterungsflächen verteilen sich dabei auf eine Vielzahl unterschiedlicher Sortimente (vgl. Tabelle 1), wobei die Leitsortimente des Lindauparks (Bekleidung, Elektronik und Lebensmittel) einen Schwerpunkt bilden. Insgesamt ist keine Neuausrichtung des Einkaufszentrums vorgesehen, der Charakter des Lindauparks mit einem Angebotsmix aus Fachmarktkonzepten sowie Textilkaufhäusern im unteren bis mittleren Preisgenre soll auch weiterhin beibehalten werden.

Der Prüfumfang in den einzelnen Sortimentsbereichen beinhaltete insgesamt ein größeres Verkaufsflächenvolumen als insgesamt am Standort mit Blick auf die fixierte Gesamtverkaufsfläche von 17.500 m² maximal nutzbar ist. Dieses in der Genehmigungspraxis übliche Verfahren wurde angewendet, um dem Betreiber einen gewissen Belegungsspielraum für die Zukunft zu gewähren. Die Verkaufsflächenobergrenze von max. 17.500 m² Einzelhandelsverkaufsfläche bleibt davon unberührt.

In Bezug auf die erforderliche Änderung des Bebauungsplanes sind die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO zugrunde zu legen. Im Rahmen der Verträglichkeitsuntersuchung wurde daher überprüft, ob durch das Erweiterungsvorhaben in den unterschiedlichen Sortimenten schädliche versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die sonstigen Einzelhandelslagen in der Stadt Lindau hervorgerufen werden. Neben den Auswirkungen auf die Handelsstrukturen in Lindau selbst wurden auch mögliche Auswirkungen in umliegenden, für die Untersuchung relevanten Kommunen (u.a. Wangen im Allgäu, Friedrichshafen, Ravensburg) geprüft.

Mit Blick auf die für die Erweiterung vorgesehenen Sortimente wurde auf all diejenigen Sortimente abgestellt, für welche eine Verkaufsflächenvergrößerung von zumindest 100 m² avisiert wurde.²⁹ Die berechneten Umsatzumverteilungseffekte basierten auf einem „worst-case“-Szenario mit einer, aus gutachterlicher Sicht maximal am Standort möglichen Umsatzprognose.

Wesentliche Ergebnisse

Die Prüfung der städtebaulichen Verträglichkeit hat ergeben, dass von der geplanten Erweiterung in sämtlichen der zur Erweiterung vorgesehenen Sortimente keine schädlichen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen (v.a. zentrale Versorgungsbereiche Innenstadt (Insel) und Aeschach) in Lindau ausgehen. Auch in den zentralen Orten im Umland sowie weiteren Städten und Gemeinden in der Umgebung sind durch das Erweiterungsbestreben keine schädlichen Auswirkungen abzuleiten. Die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte erreichen mit Blick auf sämtliche der geprüften Sortimentsbereiche kein bedrohlich hohes Niveau. Zudem können die von Umlenkungen betroffenen Einzelhandelsbetriebe sowohl in Lindau als auch im Umland als attraktiv und leistungsfähig eingestuft werden, sodass geringfügige Umsatzverluste wirtschaftlicher Natur und damit aushaltbar sind. Entsprechend lassen sich negative

²⁹ Für diejenigen Sortimente, die lediglich geringfügig erweitert werden sollen, d.h. weniger als 100 m² Flächenmehrung, ist die städtebauliche Verträglichkeit auch ohne Detailprüfung anzunehmen, da sich bei Unterschreiten der 100 m² Schwelle Umsatzumverteilungswirkungen rechnerisch kaum mehr nachweisen lassen.

städtebauliche Auswirkungen wie sie gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu untersuchen sind, welche sich bspw. in Ladenschließungen oder einem Funktionsverlust des jeweiligen Handelsplatzes ausdrücken, ausschließen.

Die vorgesehene Ansiedlung einer Apotheke im Lindapark ist insgesamt jedoch kritisch zu bewerten. Bereits heute verfügt Lindau über eine überdurchschnittliche Ausstattung im Apothekensegment. In der Folge würde die Ansiedlung einer weiteren Apotheke den Druck auf die Apotheken (v.a. im ZVB Aeschach) zusätzlich erhöhen. Wenngleich dies kein betriebsbedrohliches Niveau annimmt, sollte hier in der weiteren Projektplanung kritisch abgewogen werden.

Empfehlung für die Festsetzung im Bebauungsplan

Die Ergebnisse der Verträglichkeitsuntersuchung sind in die Festsetzungen des Bebauungsplans zu überführen. Für die entsprechenden Sortimentsfestsetzung bedeutet dies unter Berücksichtigung einer Gesamtverkaufsfläche von maximal 17.500 m² folgende sortimentspezifischen Verkaufsflächengrenzen:

- Lebensmittel: max. 2.900 m²
- Ggf. Apothekerwaren: max. 100 m²
- Drogerie-/Parfümeriewaren: max. 1.500 m²
- Schnittblumen/Floristik: max. 200 m²
- Bekleidung (inkl. Wäsche): max. 6.500 m²
- Heimtextilien: max. 300 m²
- Sportartikel: max. 700 m²
- Schuhe: max. 1.200 m²
- Bücher (inkl. Zeitschriften): max. 300 m²
- Papier-/Schreibwaren: max. 350 m²
- Spielwaren: max. 850 m²
- Zoobedarf: max. 100 m²
- Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren: max. 500 m²
- Unterhaltungselektronik (inkl. Foto, Computer), Elektrogeräte: max. 1.850 m²
- Optik, Hörgeräteakustik: max. 100 m²
- Uhren, Schmuck: max. 200 m²
- Lederwaren: max. 250 m²