

## **Fortschreibung des Zentren- und Märktekonzepts – Grundlagen für den Beteiligungsprozess**

### A) Bestandsaufnahme

#### 1. Sachliche Problemlagen

- **Unterdurchschnittliche Bindung der in Tübingen vorhandenen Kaufkraft (76 %) (Quelle: (6))**
- **Unterdurchschnittliche Zentralität (je nach Sichtweise eine Zentralitätskennziffer von 80 bzw. 100) (Quellen: (6) + (7))**  
-> Platz 13 in der Region (Quelle (7))

Die IHK Reutlingen veröffentlicht jährliche Berichte zur Entwicklung des Einzelhandels in der Region (Quelle: (7)). Im Jahr 2010 errechnet sie für Tübingen eine Zentralitätskennziffer, d. h. die Gegenüberstellung der vorhandenen ladeneinzelhandelsrelevanten Kaufkraft mit dem vor Ort getätigten Umsatz, von 76,6 % und damit einen Rückgang gegenüber 2009 um 3,0 %. Üblicherweise ist für ein Oberzentrum ein Wert oberhalb von 100 % zu erwarten, da aufgrund der Bedeutung für die Region ein größerer Anteil an Personen zum Einkaufen in Tübingen gebunden werden sollte, als von den Tübinger Bürgerinnen und Bürgern in andere Städte abfließt. Bezogen auf das Jahr 2010 wird eine in Tübingen vorhandene Kaufkraft von etwa 460 Mio. € (+7,0% gegenüber 2009) sowie ein in der Stadt getätigter Umsatz von etwa 328 Mio. € (+2,9% gegenüber 2009) zugrunde gelegt. Die Herleitung der in Tübingen vorhandenen Kaufkraft erfolgt über die amtliche Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. Die Größenordnung des in Tübingen erzielten Umsatzes wird über ein spezifisches Umrechnungsverfahren aus der Umsatzsteuerstatistik ermittelt.

Im Zusammenhang mit der städtebaulichen Entwicklung des Europaplatzes hat die Universitätsstadt Tübingen im Jahr 2010 ein eigenes Gutachten an die Fa. Bulwien Gesa GmbH in Auftrag gegeben. Das Gutachten kommt zu einer vergleichbaren Größenordnung im Hinblick auf die in Tübingen verfügbare Kaufkraft. Allerdings legt es zur Ermittlung der entsprechenden Kennziffern eine spezifizierte Zahl zugrunde, da aus Sicht des Gutachters für eine realistische Ermittlung nur die sog. ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft eine Rolle spielt. Bei dieser Zahl ist nur jenes Volumen berücksichtigt, das innerhalb der Stadt für den stationären Einzelhandel ausgegeben wird. Ausgaben für Versandhandel und e-commerce sind darin nicht enthalten. Die Tübinger verfügten im Jahr 2009 über eine ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft von 407,8 Mio. € (4.712 € pro Kopf). Für den in Tübingen erzielten Umsatz kommt das Gutachten jedoch mit einem Umsatz im Einzelhandel in Tübingen von etwa 430 Mio. € zu vollständig anderen Zahlen als die IHK. Ermittelt wurden diese aus den innerhalb der Stadt vorhandenen Verkaufsflächen verbunden mit den in den jeweiligen Branchen im Tübinger Umfeld zu erwartenden Flächenproduktivitäten. Auf dieser Grundlage ergibt sich eine Zentralitätskennziffer von 106 %. Für Tübingen spezifisch ist jedoch, dass vor allem in den Bereichen Sanitätsartikel und Bücher eine hohe Zentralität gegeben ist. Zusätzlich wird im Gutachten auch die sog. Kaufkraftbindung ermittelt. Diese Kennziffer vergleicht den von Tübingern lokal getätigten Umsatz mit der gesamten innerhalb der Stadt vorhandenen ladeneinzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Auch hier ergibt sich mit etwa 76 % ein für ein Oberzentrum vergleichsweise geringer Wert, das bedeutet, dass ein großer Teil der Tübinger Bürgerschaft außerhalb der Stadt einkauft. (Quelle (6))

Der wesentliche Unterschied zwischen den beiden Ergebnissen liegt in der um fast ein Drittel höheren Umsatzzahl im Gutachten der Bulwien Gesa GmbH. Ein genauer Nachweise, welche der beiden Zahlen dem real getätigten Umsatz näher kommt, ist für die Verwaltung nicht möglich. Trotz der unterschiedlichen Ergebnisse bleibt festzuhalten, dass die Einzelhandelskennziffern und dabei insbesondere die Zentralität für ein Oberzentrum sehr niedrig sind. Darüber hinaus ist entsprechend der IHK-Zahlen erkennbar, dass zwar sowohl Kaufkraft als auch Umsatz in Tübingen stei-

gen (voraussichtlich auch aufgrund der steigenden Einwohnerzahlen), wegen des relativ gesehen geringeren Anstiegs des Umsatzes aber die Zentralität der Stadt weiter sinkt. Die Probleme im Tübinger Einzelhandel verdeutlicht auch eine Statistik über die umsatzstärksten Kommunen in der Region Neckar-Alb gemessen an der Einwohnerzahl. In dieser ist Tübingen noch nicht einmal unter den besten Zehn erwähnt, sondern liegt auf Platz 13. Anzumerken gilt es, dass sich durch die Zunahme der Bedeutung des Internet-Handels die Umsatzsituation im Ladeneinzelhandel generell verschlechtert hat.

- Unterrepräsentierte (defizitäre) Sortimente (Zahlen zur Versorgungssituation in Tübingen 2009 (Quelle: (6)))
  - Lebensmittel (hat sich in letzter Zeit verbessert)
  - Bau / Garten / Freizeit
  - Möbel

Die Bindungsquoten in den nahversorgungsrelevanten Branchengruppen zeigen gewisse Defizite in der Versorgung. Nach dem Grundsatz einer möglichst wohnortnahen Versorgung sind Bindungsquoten von annähernd 100 % (Summe der im Wohnort vorhandenen und ausgegebenen Kaufkraft und der von außen zugeflossenen Kaufkraft) in diesen Branchen für ein Oberzentrum durchaus angebracht. Alleine im Bereich Lebensmittel verbleibt ein Restpotenzial von rund 30 % der verfügbaren Kaufkraft. Besonders auffällig ist der gesamte Bereich Möbel.

- Ausbaufähige Sortimente (zusätzlich zu den defizitären) (Quelle: (6))
  - Textil / Mode für die Zielgruppe junge Menschen und im preisgünstigen Segment  
Beim Modischen Bedarf wurde ein Flächenspielraum von etwa 5.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche errechnet, der genutzt werden sollte, um in der Tübinger Innenstadt das Verkaufsflächenangebot bei den derzeit vergleichsweise schwach vertretenen größeren und mittelgroßen Flächen auszubauen, die insbesondere auch für die Anziehungs- und Ausstrahlungskraft einer Innenstadt von hoher Bedeutung sind.
  - Elektro und Elektronik  
In den Sparten Elektro/Technik beläuft sich der rechnerisch ausgewiesene Flächenrahmen für eine weitere Ansiedlung auf mind. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- Probleme in der Nahversorgung sowohl in Stadtteilen als auch in Ortschaften (Quelle: (8))  
Nahversorgungsbranchen sind hierbei Lebens- und Genussmittel (inkl. Metzgerei, Bäckerei, Kiosk, Schreibwaren), Drogerie, Körperpflege- und Heilbedarf (Apotheke). Die Nahversorgungsstandorte sollten fußläufig in zehn Minuten erreichbar sein. Das entspricht einer Entfernung von 700-1.000 m.

In folgenden Bereichen ist so gut wie keine Nahversorgungsmöglichkeit gegeben:

- Österberg  
Auf dem Österberg gibt es keinen einzigen Einzelhändler. Die Nahversorgungssituation ist als „ungenügend“ zu beurteilen. Die relative Nähe zur Innenstadt und eine Buslinie dorthin mögen die Situation etwas entspannen, doch bleiben für mobilitätseingeschränkte Personen viele Probleme.
- Einige Bereiche der Nordstadt, wie dem Sand, manche Teile des Schönblicks und der südliche Teil der Wanne, sind mehr als 10 Minuten fußläufig von einem Nahversorger entfernt.
- Schlossberg  
Auf dem Schlossberg gibt es nur einen kleinen Lebensmittelladen mit Bäcker, so dass es auf dem Schlossberg zu einer schlechten Nahversorgungssituation kommt.
- Aeule  
In der Aeule sind keine Läden vorhanden. Für die Aeule könnte sich jedoch in Zukunft die Situation durch die Ansiedlung von Geschäften in der Alten Weberei verbessern.
- Bebenhausen  
In Bebenhausen gibt es keinen einzigen Einzelhändler. Die Nahversorgungssituation ist als „ungenügend“ zu beurteilen.
- Weilheim  
Durch die Lage des großen Verbrauchermarktes nördlich der Ortslage sind die Geschäfte dort nur für die Hälfte der in Weilheim wohnenden Menschen zu Fuß zu erreichen. Im Ort selber ist kein Laden ansässig.

In folgenden Bereichen sind nur wenige Geschäfte vorhanden bzw. sie können gerade noch innerhalb von zehn Minuten fußläufig erreicht werden:

- Steinlach-Bereich der Südstadt  
Die einzelnen Nahversorgungsbetriebe sind in der Südstadt nicht gleichmäßig verteilt. Es besteht eine starke Häufung an der Reutlinger Straße. Somit sind Bereiche der Südstadt, wie z. B. an der Steinlach, nicht gut versorgt.
- Gartenstadt  
Die Verteilung der Einzelhändler ist auf wenige Straßen in Derendingen beschränkt. Dies hat zur Folge, dass vor allem Randgebiete nicht mehr abgedeckt sind. Fußläufigen Zugang zu einem Supermarkt haben in Derendingen fast alle – außer in der Gartenstadt. Insgesamt ist die Nahversorgungssituation in der Gartenstadt schlecht.
- Hagelloch  
Es gibt in Hagelloch eine Bäckerei im Ortskern mit geringfügigen Ergänzungen mit Waren der

Grundversorgung, ansonsten keinen weiteren Einzelhändler. Es kann weder von einer ausreichenden Sortimentsbreite noch von einer guten Nahversorgungssituation gesprochen werden.

In folgenden Bereichen gibt es zwar Ansätze für eine gute Nahversorgung, sie müssen jedoch weiter ausgebaut werden, um eine ausreichende Qualität zu gewährleisten.

o Herrlesberg / Stäudach

Das Einzelhandelsangebot ist in Lustnau auf den Ortskern konzentriert. Auf dem Herrlesberg steht der Bevölkerung nur ein kleiner Lebensmittelladen mit angehängter Bäckerei zur Verfügung. Wöchentlich gibt es dort zusätzlich einen kleinen Marktstand, mit Obst und Gemüse im Angebot.

o Kilchberg

Fast alle Kilchberger können die wenigen vorhandenen Geschäfte (Bäckerei, Hofladen, Getränke) gut zu Fuß erreichen. Jedoch kann man hier nicht von einer ausreichenden Sortimentsbreite sprechen.

o Unterjesingen

Fast alle Bewohner von Unterjesingen können innerhalb von 10 Minuten Fußweg Dinge des täglichen Bedarfs (Kiosk, Bäckerei, Metzger, Hofladen) einkaufen. Eine ausreichende Sortimentsbreite ist jedoch nicht gegeben, da nicht alle nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten sind.

o Pfrondorf

Für ca. 80 % der Bevölkerung sind die bestehenden Angebote (Bäckerei, Dorfladen, Metzger) zu Fuß erreichbar. Die Einzelhändler liegen zentral in der Ortsmitte. Eine ausreichende Sortimentsbreite ist jedoch nicht gegeben, da nicht alle nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten sind.

In den anderen Bereichen der Stadt besteht eine gute Nahversorgungssituation. Dies betrifft die Innenstadt, die Ortszentren von Lustnau und Derendingen, Waldhäuser-Ost, den nördlichen Teil der Wanne, große Teile von Südstadt und Weststadt sowie Hirschau.

- „Sensible Altstadt“: Einzelhandel geprägt durch Kleinteiligkeit und kleinen Flächen pro Betrieb

Auf die Altstadt entfallen ca. 230 Geschäfte mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 128 m<sup>2</sup>. In der Altstadt sind 45 Geschäfte weniger zu verzeichnen, als noch vor 12 Jahren. Gründe hierfür sind, dass Einzelhandelsbetriebe aus Gründen der Nicht-Rentabilität schließen mussten, zunehmend Dienstleistungsbetriebe sich in der Altstadt niedergelassen haben oder im Zuge der Zusammenführung zweier oder mehrerer kleinerer Ladenlokale die Zahl der Geschäfte zurückgegangen ist.

Der Angebotsschwerpunkt liegt in Tübingen in der Innenstadt nördlich des Neckars und dem angrenzenden Erweiterungsgebiet (Zinser-Dreieck). Insgesamt werden hier knapp 43 % des gesamten Tübinger Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet. Die anderen Lagen nehmen jedoch bereits einen deutlichen Anteil an der Verkaufsfläche ein, wenngleich sie an Betrieben deutlich weniger zu bieten haben. Bei einer qualitativen Bewertung fällt auf, dass sich die Tübinger Altstadt vor allem in den oberen Angebotssegmenten positioniert, was sie deutlich von den anderen Standorten unterscheidet.

- Bei einzelnen Sortimenten ist die Konkurrenz in der Umgebung sehr groß.

Beim Einrichtungsbedarf (z. B. Möbel) wurden Ausbaupotenziale mit rund 16.000 m<sup>2</sup> ermittelt. Die Ansiedlung eines größeren Möbelhauses mit überregionaler Ausstrahlung ist dennoch nicht möglich, da diese heute Flächen von 25.000 bis 30.000 m<sup>2</sup> und mehr aufweisen. Kleinere Möbelhäuser können sich aber gegen die regionale Konkurrenz (z. B. in Reutlingen) nur schwer durchsetzen.

In den Sparten Bau/Garten/Freizeit ist das ermittelte Ausbaupotenzial von etwa 9.400 m<sup>2</sup> in dieser Branche relativ hoch. Hier besteht bei Ansiedlung oder Optimierung ggf. Verlagerung vorhandener Betriebe ein Potenzial, das sich auch gegenüber dem leistungsstarken regionalen Wettbewerb durchsetzen kann.

- Wachsender Internethandel zieht dem ortsgebundenen Einzelhandel Kaufkraft ab.

Ein neuer Trend ist der Internethandel (E-Commerce), der mittlerweile einen größeren Anteil des Gesamtumsatzes im Einzelhandel an sich binden konnte. Denn parallel zur wachsenden Verbreitung des Internets ist auch der elektronische Handel deutlich angewachsen und ersetzt damit klassische Handelsbeziehungen innerhalb der Städte.

## 2. Bestehende Stärken/ Qualitäten des Tübinger Einzelhandels

- Attraktives Ambiente mit dem besonderen Flair einer fast vollständig erhaltenen historischen Altstadt

Die Universitätsstadt Tübingen ist bekannt für ihr großes kulturelles Angebot sowie das unverkennbare Ambiente. Tübingen wird allgemein als attraktiv empfunden. Die Menschen kommen nach Tübingen um das Flair und die Kultur zu genießen.

- Vielfältige Angebotsstruktur und qualitativ hochwertiges Angebot

Die Tübinger Innenstadt zeichnet sich durch eine vielfältige Angebotsstruktur aus. An Betriebsformen überwiegen die Fach- und Spezialgeschäfte.

- Stärken in hochschul- und klinikaffinen sowie tourismusorientierten Sortimenten (z. B. Bücher, Sanitätsbedarf, Gastronomie, Antiquitäten)

Zu den Sortimenten mit sehr hoher Zentralität zählen Bücher und Sanitätsbedarf, die, auch bedingt durch Sondereffekte aufgrund der Universität und des Universitätsklinikums, überaus stark vertreten sind.

- Wenig Leerstand spricht für eine hohe Attraktivität des Standorts.
- Hoher Anteil von inhabergeführten Geschäften spricht für eine noch vorhandene hohe Identifikation der Betriebe mit dem Standort und sorgt für die Unverwechselbarkeit der Tübinger Innenstadt.

## B) Leitsätze

Die Verwaltung hat als Grundlage für eine Diskussion der Schwerpunkte und Ziele der Einzelhandelsentwicklung übergeordnete Leitsätze formuliert:

### 1. **Stärkung der Innenstadt als Zentraler Versorgungsbereich**

Mit einer behutsamen, aber zielgerichteten Weiterentwicklung der vorhandenen Strukturen wird die Innenstadt geschützt und gestärkt, damit sie ihre Rolle als Zentraler Versorgungsbereich weiterhin wahrnehmen und ausfüllen kann. Deswegen wird der Fokus auf die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches gelegt.

### 2. **Sicherung bzw. Ausbau der Zentralität und der Kaufkraftbindung**

Die Zentralität Tübingens und die Kaufkraftbindung in Tübingen werden durch die gezielte Ansiedlung von defizitären (in Tübingen derzeit unterrepräsentierten) bzw. ausbaufähigen Sortimenten erhöht.

### 3. **Altstadtstrukturen sensibel erhalten**

Die gewachsenen, kleinteiligen Strukturen und Angebote in der Altstadt werden erhalten und behutsam weiterentwickelt, damit einerseits der unverwechselbare Charakter der Altstadt erhalten wird, aber andererseits der Einzelhandel dort konkurrenzfähig bleibt.

### 4. **Sicherung und Ausbau der Nahversorgung**

Durch gezielte Maßnahmen in den einzelnen Stadtbereichen wird erreicht, dass eine Versorgung mit grundversorgungsrelevanten Sortimenten möglich ist. Außerdem werden an bestimmten Punkten in der Stadt Nahversorgungszentren etabliert, an denen grundversorgungsrelevante Sortimente auch großflächig angeboten werden können.

### 5. **Breite Verteilung und möglichst kleinteilige Struktur des Einzelhandels außerhalb der Innenstadt**

Außerhalb der Innenstadt werden die Einzelhandelsstrukturen, möglichst kleinteilig, breit verteilt. Sie werden in ein städtisches Umfeld eingebunden, um eine Nahversorgung auf kurzen Wegen zu erreichen.

C) Konkrete Fragestellungen, mögliche Ziele und Maßnahmen sowie Alternativen

⇒ Anhand der Bearbeitung der (nicht abschließenden) Fragestellungen sollen einerseits die Leitsätze und deren Anwendung überprüft werden, andererseits soll versucht werden zentrale Themen und Fragestellungen für die Diskussion aufzuzeigen.

Fragen	Ziele/ Maßnahmen	Alternativen
1. Wie können die Zentralität und die Kaufkraftbindung erhöht werden?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gezielte Ansiedlung von in Tübingen unterrepräsentierten Sortimenten</li> </ul>	Intensiver Ausbau der Einzelhandelsflächen unabhängig von der bestehenden Sortimentsstruktur
2. Wo werden die gezielten Ansiedlungen von in Tübingen unterrepräsentierten Sortimenten vorgenommen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erweiterung von Verkaufsflächen für zentrenrelevante Sortimente im Zentralen Versorgungsbereich</li> <li>• Erweiterung von Verkaufsflächen für nicht-zentrenrelevante Sortimente in den Ergänzungsstandorten</li> </ul>	Kaufkraftabschöpfung durch strategische Ansiedlungen außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches
3. In welcher Form werden in diesem Kontext die Ergänzungsstandorte Hagellocher Weg und Reutlinger Straße ausgebaut?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment</li> <li>• Sicherung der dort bestehenden Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten, wenn sie eine Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Gebiete besitzen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschränkung auf nicht-zentrenrelevante Sortimente (auch großflächig) oder</li> <li>• Aktive Stärkung der Standorte durch die Ansiedlung von zusätzlichen zentrenrelevanten Sortimenten</li> </ul>
4. Wie wird das Verhältnis der Altstadt zur restlichen Innenstadt gestaltet, um die Altstadt in ihrer Struktur zu erhalten?	Jegliche Einzelhandelsentwicklung wird immer unter der Berücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse der Altstadt beurteilt.	Die Einzelhandelsentwicklung wird unabhängig von der Kompatibilität mit der Altstadt forciert.
5. Wie wird die Spitze des Güterbahnhofes definiert?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teil des zentralen Versorgungsbereiches (zentrenrelevante Sortimente großflächig erlaubt)</li> <li>• Steigerung der Attraktivität des Übergangsbereiches zwischen dem südlichen Stadtzentrum und der Spitze des Güterbahnhofs (Foyer, Blauer Turm)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschränkung auf nicht-zentrenrelevante Sortimente (einschl. Nahversorgung)</li> </ul>
6. Wie verteilen sich die Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und der Ergänzungsstandorte?	Dezentrale Verteilung von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben, um die (Nah)Versorgung der Bevölkerung in allen Stadtbereichen zu verbessern. ⇒ Festsetzungen in Bebauungsplänen, die dies zulassen bzw. befördern (z. B. wie in den Entwicklungsgebieten)	Lediglich Konzentration des grundversorgungsrelevanten Einzelhandels auf Nahversorgungsschwerpunkte

<p>7. An welchen Stellen sollen Nahversorgungsschwerpunkte in den Stadtteilen ausgeformt werden?</p>	<p>Ausformung von integrierten Nahversorgungsschwerpunkten (grundversorgungsrelevante Sortimente, großflächig erlaubt) in Stadtteilen mit hoher Bevölkerungszahl, um ein qualitativvolles und vielfältiges Angebot in der Nahversorgung zu erreichen.  ⇒ Anwendung angemessener planungsrechtlicher Mittel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verzicht auf die Ausformung von Nahversorgungsschwerpunkten</li> </ul> <p>oder</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausweitung des Konzepts auf Stadtteile mit geringerer Bevölkerungszahl</li> </ul>
<p>8. Welche konkreten Maßnahmen können ergriffen werden, um die Nahversorgung mit grundversorgungsrelevanten Sortimenten in den Stadtteilen und Ortschaften sicherzustellen?</p>	<p>Passgenaue Angebote für bislang schlechter versorgte Stadtteile:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kleinflächiger Markt (bis 600 m<sup>2</sup>) (<i>IK - Ihr Kaufmann, Markant Nah &amp; Frisch, BONUS, REWE Nahkauf und nah und gut, auch CAP, Um's Eck – Kauftreff</i>)  ⇒ in den Stadtteilen an verkehrsmäßig gut erreichbaren und zugleich dichter besiedelten Bereichen, integriert in den Siedlungszusammenhang</li> <li>• kleineres Geschäft (bis 170 m<sup>2</sup>) (<i>Um's Eck, Dorf- und Genossenschaftsläden</i>)  ⇒ in den Ortschaften möglichst in den Ortsmitten</li> <li>• Erweiterung des Sortiments in Geschäften des Lebensmittelhandwerks</li> <li>• Lieferservice von ortsansässigen Geschäften - selbst in Non-Food-Sortimenten wie Heilmittel und Drogerie</li> </ul>	
<p>9. Wie wird mit den nicht in ein Einzelhandelsumfeld integrierten Bestandsstandorten (Hornbach, real, Sportartikelfachmarkt im Gewerbegebiet „Unter dem Holz“ in Dendingen) umgegangen?</p>	<p>Einzelfallbetrachtung unter den Maßgaben des Bestandsschutzes (einschl. für den Bestandsschutz notwendiger Erneuerungen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langfristiger Abgang der Standorte mit Hinweis auf die gewünschte Zentrenstruktur</li> </ul> <p>oder</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbau der Standorte</li> </ul>

#### D) Nahversorgung

(ausgehend von 8. bei C)

⇒ Anhand der Liste soll über mögliche Maßnahmen zur Verbesserung der Nahversorgungssituation diskutiert werden.

Bereich	Mögliche Maßnahmen
Österberg	Kleinere Geschäfte und/oder Lieferservice
Sand	Kleinere Geschäfte und/oder Lieferservice
Schönblick	Kleinflächiger Markt (z. B. Corrensstraße) * und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Südlicher Teil Wanne	Lieferservice
Südstadt Bereich Steinlach – Hechinger Eck / Derendingen-Heinlenstraße	Kleinflächiger Markt (i. Z. mit der Entwicklung am Hechinger Eck)* und/oder kleinere Geschäfte und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Weststadt (ohne Bereich südl. Hagellocher Weg)	Kleinere Geschäfte* und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Schlossberg	Kleinere Geschäfte und/oder Lieferservice
Herrlesberg / Stäudach	Kleinere Geschäfte in der Mitte des Gebiets* und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Aeule	Kleinere Geschäfte und/oder Lieferservice
Gartenstadt	Kleinere Geschäfte und/oder Lieferservice
Derendingen	Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften und Ausbildung eines Nahversorgungszentrums (südlich der Wohlboldstraße)*
Derendingen-Nord	Kleinflächiger Markt (i. Z. mit der Entwicklung in den Mühlbachäckern)* und/oder kleinere Geschäfte* und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Kilchberg	Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften und/oder Lieferservice
Hirschau	Kleinere Geschäfte in der Ortsmitte* und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Unterjesingen	Kleinere Geschäfte in der Ortsmitte* und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Hagelloch	Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften und/oder Lieferservice
Pfrondorf	Kleinere Geschäfte in der Ortsmitte* und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Weilheim	Kleinere Geschäfte und/oder Lieferservice
Bühl	Kleinere Geschäfte in der Ortsmitte* und/oder Erweiterung des Sortiments in bestehenden Geschäften
Bebenhausen	Kleinere Geschäfte und/oder Lieferservice

\* Standortvorschläge im Plan Anlage

E) Tübinger Sortimentsliste unter Einbeziehung regionalplanerischer Vorgaben

⇒ **Anerkennung durch Beschluss des Gemeinderates, damit die Sortimentsliste gegenüber Vorhabenträgern angewendet werden kann.**

Zentrenrelevante Sortimente	Grundversorgungsrelevante und zugleich zentrenrelevante Sortimente <sup>1</sup>	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kleinteilige Baby- / Kinderartikel</li> <li>• Kunst / Antiquitäten</li> <li>• Unterhaltungselektronik / Computer, kleinteilige Elektrowaren (z. B. Toaster, Rühr- und Mixergeräte)</li> <li>• Bekleidung, Lederwaren, Schuhe</li> <li>• Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwaren / Büroorganisation</li> <li>• Foto / Optik</li> <li>• Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe</li> <li>• Musikalienhandel</li> <li>• Uhren / Schmuck</li> <li>• Spielwaren</li> <li>• Blumen</li> <li>• Haushaltswaren</li> <li>• medizinische und orthopädische Artikel</li> <li>• Sport- / Campingartikel (inkl. Fahrräder)</li> <li>• Antiquitäten und Gebrauchtwaren</li> <li>• Waffen, Angler-, Reit und Jagdbedarf<sup>2</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittel</li> <li>• Apothekerwaren</li> <li>• Körperpflege / Drogeriewaren, Parfümerie und Kosmetikartikel, Putz-, Wasch- und Reinigungsmittel</li> <li>• Genussmittel, Tabakwaren</li> <li>• Getränke (meint Getränke als Hauptsortiment in großen Gebinden, also z. B. reine Getränkemärkte)<sup>3</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Möbel / Büromöbel</li> <li>• Bau-, Heimwerker- / Gartenbedarf</li> <li>• Sonstige großteilige Sortimente wie Boote, Auto / Zubehör, Heizungen / Kamine/ (Kachel-) Öfen, Teppichböden</li> <li>• Brennstoffe</li> <li>• Größere Pflanzen / Tiere und Tiernahrung<sup>4</sup>/ Zooartikel</li> <li>• Teppiche<sup>6</sup></li> <li>• Großteilige Baby- / Kinderartikel (z. B. Kinderwagen, Kindersitze)<sup>6</sup></li> <li>• Großteilige Elektrowaren (z. B. Kühlschränke, Wäschetrockner)<sup>6</sup></li> </ul>

Gegenüber der Sortimentsliste des Zentren- und Märktekonzepts von 1999 gab es Änderungen.

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten ist hinzugekommen:

- Waffen, Angler-, Reit und Jagdbedarf

Bei den grundversorgungsrelevanten Sortimenten ist hinzugekommen:

- Getränke (meint Getränke als Hauptsortiment in großen Gebinden, also z. B. reine Getränkemärkte)

Bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist hinzugekommen:

- Tiere und Tiernahrung
- Teppiche
- Großteilige Baby- / Kinderartikel (z. B. Kinderwagen, Kindersitze)
- Großteilige Elektrowaren (z. B. Kühlschränke, Wäschetrockner)

Nicht mehr aufgeführt werden

- Bodenbeläge / Tapeten
- kleinteilige Sportartikel

<sup>1</sup> Hierbei wird bei den einzelnen Standorten im Einzelfall geprüft, ob eine Großflächigkeit auch außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs zugelassen werden kann.

<sup>2</sup> In der Innenstadt nicht vorhanden, wäre aber dort zu erwarten.

<sup>3</sup> Grundversorgungsrelevantes und zentrenrelevantes Sortiment, kann aber aufgrund seiner Sperrigkeit nicht in der Innenstadt untergebracht werden.

<sup>4</sup> In der Innenstadt so gut wie nicht vorhanden und nicht unbedingt dort zu erwarten.

F) Zonierung anhand von Sortimentstypen und Größe der Verkaufsfläche (siehe auch Plan Anlage)

⇒ **Diskussion der einzelnen Abgrenzung und Ausprägung**

⇒ **Überprüfung der Standortvorschläge in Zone 3 und 4 anhand der Ergebnisse in D)**

- Zone 1** **Innenstadt** für zentrenrelevante, wie auch nicht-zentrenrelevante Sortimente
- Zone 2** **Ergänzungsstandorte** für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten und mit grundversorgungsrelevanten Sortimenten (auch großflächig)
- Zone 3** **Nahversorgungsstandorte** für Einzelhandelsbetriebe mit grundversorgungsrelevanten Sortimenten (auch großflächig) und für nicht-großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten
- Zone 4** **Sonstige Misch-, Wohngebiete und Gewerbegebiete** für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten, wie auch nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb der Großflächigkeit, sofern nicht über Bebauungspläne ausgeschlossen
- ⇒ darin enthalten:

**Standortvorschläge für Maßnahmen zur Verbesserung der Nahversorgung**

- Bereich Corrensstraße
- Zentrum Herrlesberg
- Hechinger Eck
- Mühlbachäcker
- Westbahnhof
- in den Ortsmitten der Ortschaften Hirschau, Unterjesingen, Pfrondorf und Bühl

**Nicht in ein Einzelhandelsumfeld integrierte, großflächige Einzelhandelsstandorte** mit zentren- und nichtzentrenrelevanten Sortimenten

- Einkaufszentrum Weilheim (zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente)
- BEKA-Gelände, Lustnau (nicht zentrenrelevante Sortimente)
- Sportartikelfachmarkt im Gewerbegebiet „Unter dem Holz“, Derendingen

G) Zentrenstruktur (analog Zone 1-3 in Plan Anlage)

⇒ **Abgleich mit den Ergebnissen in F)**

**1. Innenstadt/ Stadtzentrum (zentraler Versorgungsbereich)**

- Nördlich des Neckars: Altstadt mit angrenzenden Bereichen (z. B. Molkerei, Schleifmühlweg)
- Südlich des Neckars (Südliches Stadtzentrum): Europaplatz - Zinser-Dreieck – Westspitze Güterbahnhofareal

**2. Ergänzungsstandorte**

- Bereich Reutlinger Straße/ Depot/ Schweickhardtstraße
- Südlich des Hagellocher Wegs

**3. Nahversorgungszentren<sup>5</sup>**

- Einkaufszentrum Waldhäuser-Ost
- Einkaufszentrum Wanne
- Lustnau-Zentrum
- Derendingen-Süd (südlich der Wohlboldstraße)

---

<sup>5</sup> Werden dem Zentralen Versorgungsbereich zugeordnet

## H) Weitere Fragen

⇒ **Diskussion der Konsequenzen daraus**

**a) für die Aufrechterhaltung des ortsnahen Einzelhandels**

**b) für eine eventuelle strategische Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben**

- Auswirkungen der B 28neu auf die Käuferströme im Neckartal durch den zu erwartenden Abzug der Käuferströme aus den Ortschaften

## I) Glossar

### **Kaufkraft**

Wenn es darum geht, einen aussagekräftigen Indikator zu finden, der den monetären Wohlstand einer Bevölkerung darstellt, wird sehr oft die Kaufkraft herangezogen. Die Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung - kurz: GfK - definiert die Kaufkraft als die Geldmenge, die von einem wirtschaftenden Menschen zum Erwerb von Dienstleistungen und Konsumgütern in einem bestimmten Zeitraum (meist ein Jahr) ausgegeben werden kann. Ermittelt wird die GfK-Kaufkraft auf Basis von Nettoeinkommen der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken sowie Transferzahlungen. Davon werden nicht konsumrelevante Unternehmenseinkünfte von Personengesellschaften abgezogen.

Die Kaufkraft wird sehr oft als eine Kennziffer dargestellt, bei der 100 dem Durchschnitt der Bundesrepublik gleichsteht. Demnach entspricht die Kaufkraftkennziffer der Kaufkraft pro Einwohner in einer bestimmten Gemeinde geteilt durch die durchschnittliche Kaufkraft pro Einwohner in Deutschland multipliziert mit dem Faktor 100.

$$\frac{\text{KaufkraftproEinwohner}}{\text{bundesdurchschnittlicheKaufkraftproEinwohner}} \times 100$$

Liegt die Kaufkraft der betrachteten Gemeinde über 100, bedeutet dies, dass die Kaufkraft der Gemeinde über dem Bundesdurchschnitt liegt. Analog gilt für einen Wert unter 100, dass die Kaufkraft der Gemeinde unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist jene Kaufkraft, die tatsächlich im Einzelhandel ausgegeben werden kann. Sie setzt sich aus der allgemeinen Kaufkraft abzüglich Versicherung, Miete für Wohnung, Zinszahlungen, Nebenkosten, Benzin-, Auto- und Heizungsausgaben, Sparen sowie Dienstleistungskosten und Reisen zusammen.

### **Einzelhandelsrelevanter Umsatz**

Der einzelhandelsrelevante Umsatz wird vor allem aus der Umsatzsteuerstatistik ermittelt und mit den geschätzten Umsätzen von Filialstandorten verrechnet. Nicht in die Berechnung miteinbezogen sind der Handel mit Kraftfahrzeugen, der Versandhandel sowie der Energiebereich (Brenn- und Kraftstoffe).

## Zentralitätskennziffer

Die Zentralitätskennziffer gibt die Kaufkraftbindung einer Stadt an. Diese berechnet sich aus dem Verhältnis zwischen dem Einzelhandelsumsatz und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Dadurch können Aussagen über einen Netto-Kaufkraftzu- bzw. -abfluss gemacht werden.

Der Kaufkraftindex sowie der einzelhandelsrelevante Umsatzindex entsprechen dem Pro-Kopf Wert einer Gemeinde oder einer Stadt im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt. Die Zentralität wird folgendermaßen berechnet:

$$\frac{\text{Einzelhandelsumsatzindex}}{\text{einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex}} \times 100$$

Liegt der Wert über 100, bedeutet dies, dass die aus dem Umland erzielten Kaufkraftzuflüsse die Kaufkraftabflüsse der Stadtbevölkerung überwiegen.

## J) Quellen

- 1 Struktur und Entwicklung des Tübinger Einzelhandels; Geographisches Institut der Universität Tübingen, Prof. Dr. W. Schenk, 1997
- 2 Verträglichkeits- und Machbarkeitsanalyse zum Areal „Depot“ in Tübingen. Untersuchungsbericht Teil 1: Verträglichkeitsanalyse für ein Fachmarktkonzept; Bearbeitung: Dipl.-Geogr. Stefan Gortan, CIMA-Stadtmarketing GmbH, München 2005
- 3 Kennzahlen für den Einzelhandel in der Region Neckar-Alb. Kaufkraft, Umsatz und Zentralität; Industrie- und Handelskammer Reutlingen, Reutlingen 2007
- 4 Die Situation des Tübinger Einzelhandels und Handlungsmöglichkeiten zu dessen Stärkung; Diplomarbeit von Mina-Céline Krauss, Geographisches Institut Tübingen, Tübingen 2009
- 5 Einzelhandelsscann Universitätsstadt Tübingen - Güterbahnhofareal -; TRIMAG Püschel-Wolf GbR, Berlin 2009
- 6 Markt- und Standortanalyse. Potenzielle Entwicklungsstandorte für größere Einzelhandelsflächen in der Tübinger Innenstadt; BulwienGesa AG, München 2010
- 7 Kennzahlen für den Einzelhandel in der Region Neckar-Alb 2011. Kaufkraft, Umsatz und Zentralität; Industrie- und Handelskammer Reutlingen, Reutlingen 2011
- 8 Die Nahversorgungssituation in den Tübinger Stadt- und Ortsteilen; Diplomarbeit von Julika Kern, Geographisches Institut Tübingen, Tübingen 2011
- 9 Regionales Zentren- und Märktekonzept Region Neckar-Alb; Regionalverband Neckar-Alb, Mössingen 2011
- 10 Verträglichkeitsuntersuchung: Vorhaben Decathlon in Tübingen. Gutachterliche Stellungnahme zu städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens Decathlon am Planstandort Eugenstr. 72 in Tübingen; imakomm AKADEMIE GmbH, Aalen/ Tübingen 2012