

Einzelhandelskonzept

für die Universitätsstadt Tübingen

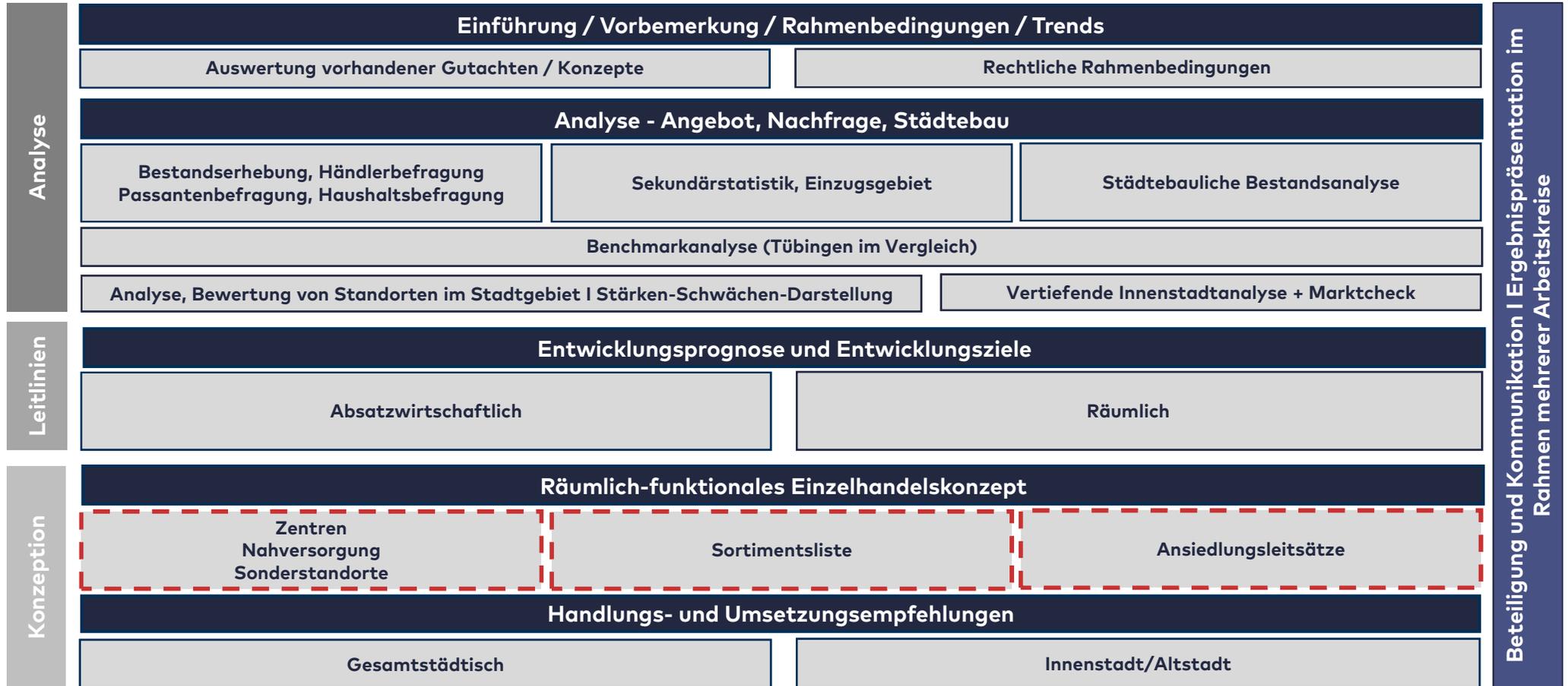
—

Ergebnispräsentation

22 | 01 | 2020

Dr. Fabian Schubert

Bausteine des Konzepts



Quelle: Eigene Darstellung

Verwendete empirische Erhebungsbausteine

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestandserhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	02/2018	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse/zentrenergänzende Funktionen, Leerstände
Passantenbefragung	Befragung durch Stadt + Handel	04/2018	Strukturspezifischer Fragebogen (n=500)	Passantenherkunft Einkaufsverhalten Stärken/Schwächen Analyse Standortbewertungen
Händlerbefragung	Befragung durch Stadt + Handel	02/2018	Flächendeckende Befragung Innenstadt, Strukturspezifischer Fragebogen /Onlinebefragung	Angebotslücken, Umsatzherkunft Einschätzungen zum Einzelhandelsstandort, Einzugsbereiche, Umsätze, Stärken/Schwächen Analyse
Haushaltsbefragung	Befragung durch externen Dienstleister	07/2018	Telefonische Befragung von Haushalten (n=1.000)	Fragestellungen zur zielgerichteten Standortpositionierung und Kundenwahrnehmung Tübingens
Frequenzmessung	Stadt Tübingen	04/2018	6 Standorte Innenstadt, Mo - So	Bestimmung der Passantenfrequenz, Zulauf in die Innenstadt, Identifizierung von Lagebereichen

Quelle: Eigene Darstellung

Angebot und Nachfrage

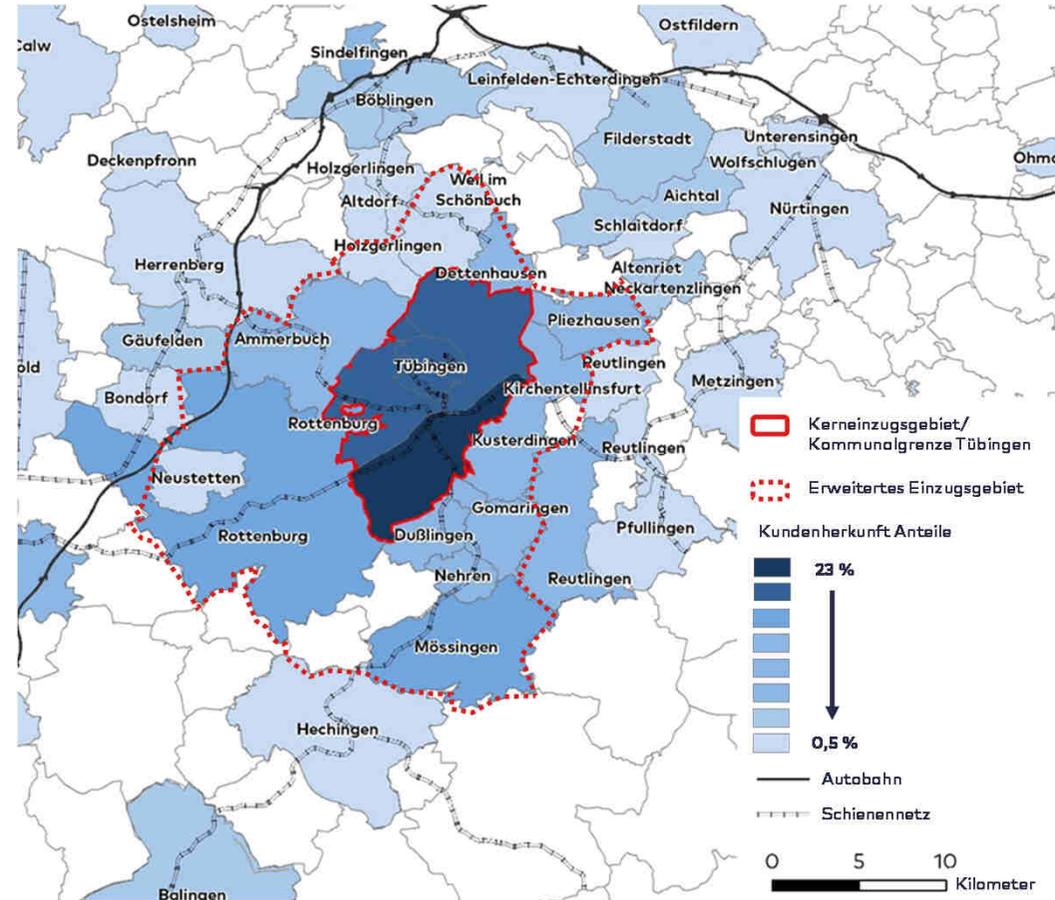
- 1) Angebot und Nachfrage
- 2) Zentrenkonzept
- 3) Nahversorgung
- 4) Sortimentsliste + Ansiedlungsleitsätze

Einzugsgebiet

Passantenbefragung/Haushaltsbefragung

Tübinger Einzugsgebiet überwiegend auf Tübingen und angrenzende Kommunen beschränkt

- stark ausgeprägte Konkurrenzsituation
 - Böblingen, Sindelfingen, Metzingen, Reutlingen
- attraktives Angebot Konkurrenzstandorte
- bessere Erreichbarkeit der Konkurrenzstandorte



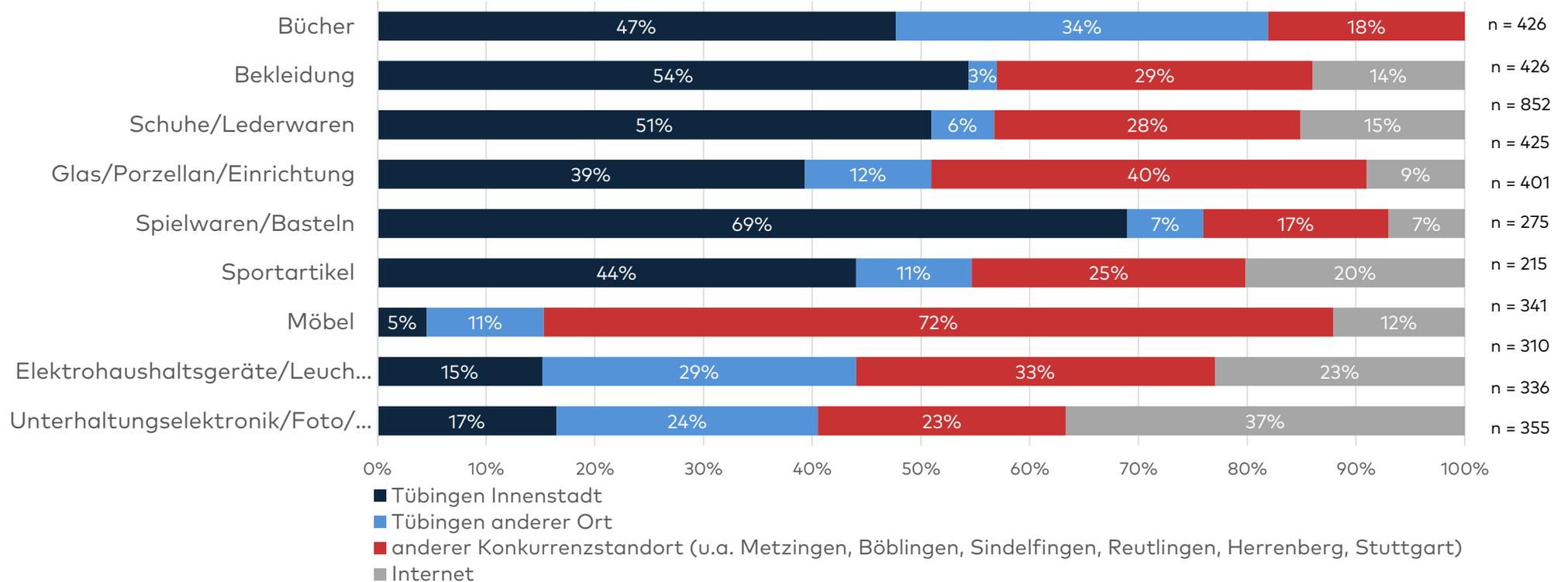
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Passantenbefragung s+h, Kartengrundlage: Open Street Map, Veröffentlicht unter Odbf

Üblicher Einkaufsort nach Sortimenten

Passantenbefragung

„Wo kaufen sie folgende Sortimente üblicherweise ein?“

(n = ohne k.A. / weiß nicht u. Sortiment kaufe ich nicht; Mehrfachnennungen möglich; nur Befragte des Einzugsgebiets)

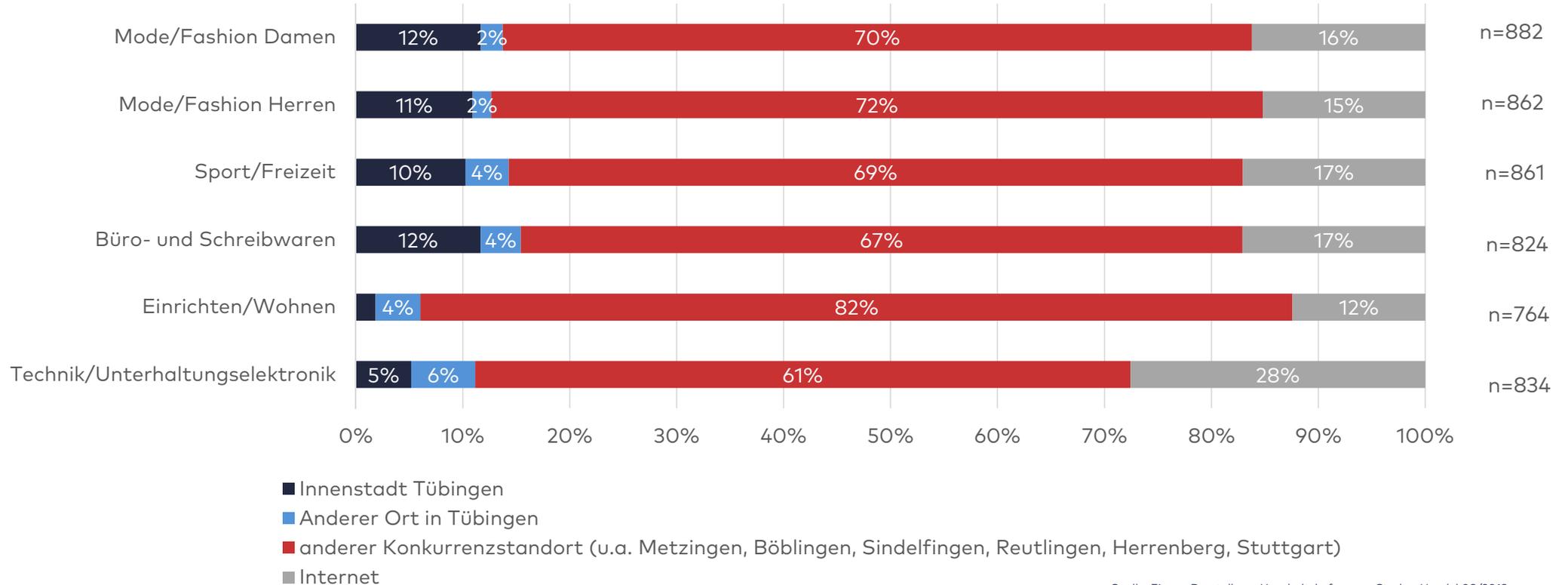


Quelle: Eigene Darstellung; Passantenbefragung Stadt + Handel 05/2018

Üblicher Einkaufsort nach Sortimenten

Haushaltsbefragung

„Wo kaufen sie folgende Sortimente üblicherweise ein?“
(n = ohne k. A. / weiß nicht)



Quelle: Eigene Darstellung; Haushaltsbefragung Stadt + Handel 08/2018

Üblicher Einkaufsort nach Sortimenten – Andere Standorte

Haushaltsbefragung

„Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene Sortimente und würde gerne wissen, wo Sie diese üblicherweise einkaufen?“
(n = ohne k. A. / weiß nicht)

	Mode/Fashion Damen	Mode/Fashion Herren	Sport/Freizeit	Büro- und Schreibwaren	Einrichten/Wohnen	Technik/Unterhal- tungselektronik
Metzingen Outletcity	9%	10%	10%	8%	8%	8%
Reutlingen Innenstadt	30%	28%	28%	27%	46%	39%
Böblingen Mercaden	7%	6%	7%	8%	7%	5%
Sindelfingen Breuningerland	14%	15%	14%	10%	14%	14%
Herrenberg Innenstadt	4%	3%	4%	5%	1%	2%
Rottenburg Innenstadt	2%	2%	2%	3%	1%	1%
Stuttgart Innenstadt	14%	14%	12%	9%	9%	9%
Balingen Innenstadt	6%	6%	7%	6%	2%	3%
	n=585	n=577	n=541	n=486	n=564	n=464

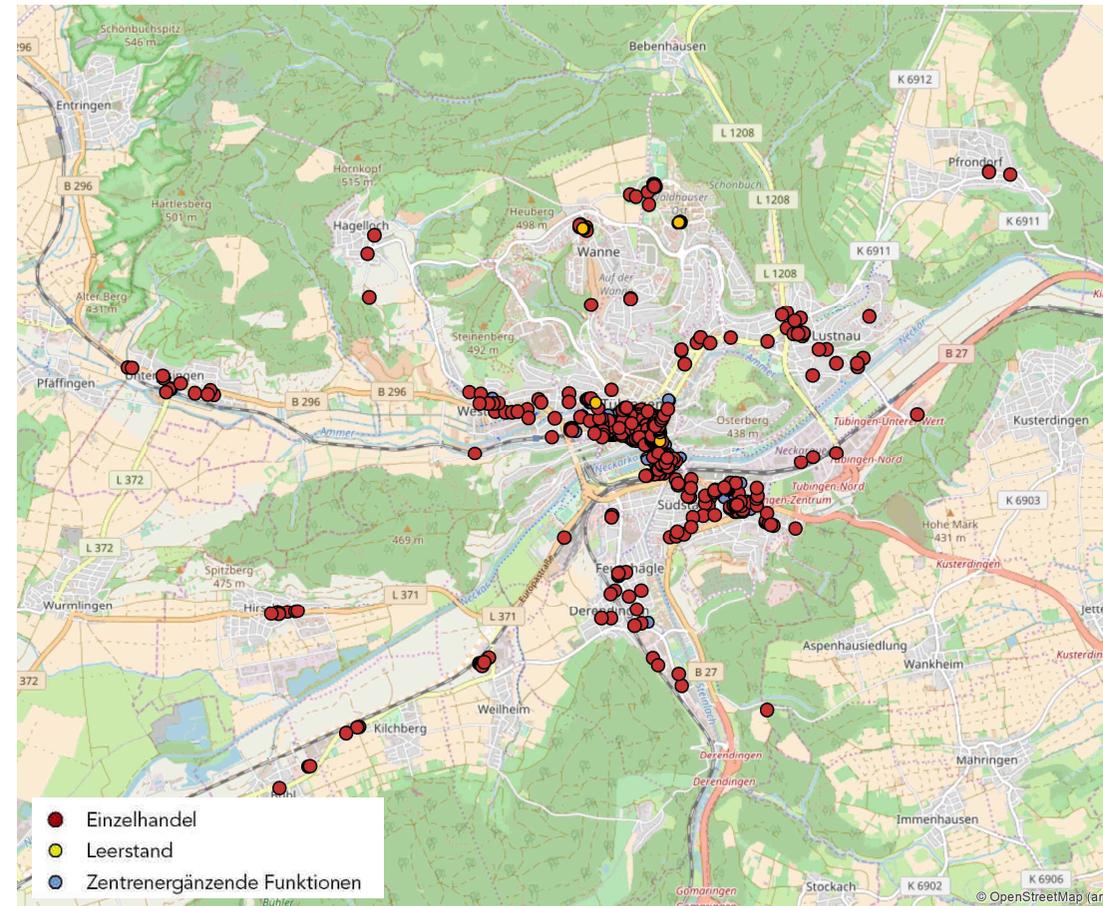
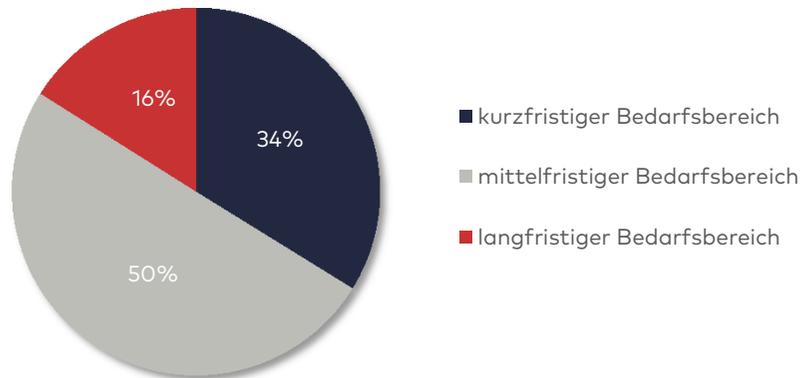
* Darstellung ohne Sonstiges

Quelle: Eigene Darstellung; Haushaltsbefragung Stadt + Handel 08/2018

Einzelhandelsbestand Tübingen - Stadtgebiet

	2018
Anzahl der Betriebe	525
Gesamtverkaufsfläche* [m²]	134.700
Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner	1,49

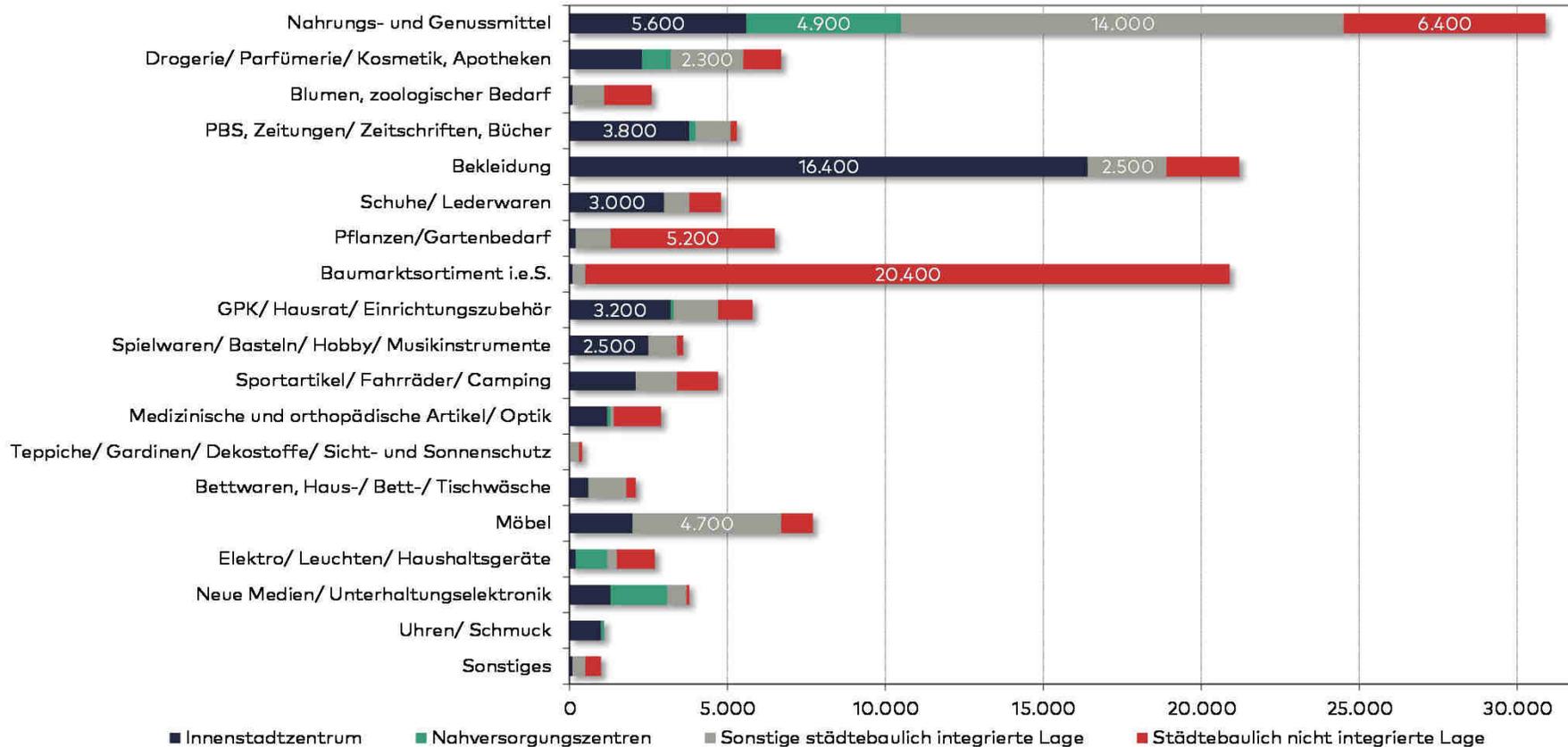
*ohne Leerstand, Verkaufsflächen gerundet



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Vor-Ort-Erhebung Stadt + Handel 2/2018.

Gesamtstädtisches Angebot

Verkaufsflächenausstattung in m² nach Lagebereichen



Rd. 34% der Verkaufsflächen in niL-Lage

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 02/2018

Zentralitäten – Kaufkraftzu- und -abflüsse

- Zentralität = relatives Verhältnis zwischen erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Aussage über Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse.
- Zentralität Tübingens (Fremdquellen):
 - IHK Kaufkraftatlas 2019 – 87 %
 - Gesellschaft für Konsumforschung 2017 – 91 %
 - REHK 2011 – 105 %
 - EHK 2011 – 106 %
- Achtung: Gesamtzentralität, Methodische Unterschiede Kaufkraft- und Umsatzberechnung

Warengruppe	VKF in m ²	Zentralität in %
Nahrungs- und Genussmittel	30.900	95%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	6.800	101%
Blumen, zoologischer Bedarf	2.600	89%
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	5.300	127%
Kurzfristiger Bedarfsbereich	45.500	98%
Bekleidung	21.200	112%
Schuhe/ Lederwaren	4.800	100%
Pflanzen/Gartenbedarf	6.500	88%
Baummarktsortiment i.e.S.	20.900	114%
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	5.800	99%
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	3.600	93%
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	4.700	131%
Mittelfristiger Bedarfsbereich	67.500	110%
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	2.900	174%
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	400	11%
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	2.100	70%
Möbel	7.700	35%
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	2.700	62%
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	3.800	83%
Uhren/ Schmuck	1.100	110%
Sonstiges	1.000	97%
Langfristiger Bedarfsbereich	21.700	70%
GESAMT	134.700	95%

Quelle: eigene Darstellung; Daten Statistisches LA BW und Stadt Tübingen; Kartengrundlage: Open Street Map, Veröffentlicht unter Odbli

Zentrenkonzept

- 1) Angebot und Nachfrage
- 2) Zentrenkonzept
- 3) Nahversorgung
- 4) Sortimentsliste + Ansiedlungsleitsätze

Zentrensytstem Tübingen

Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

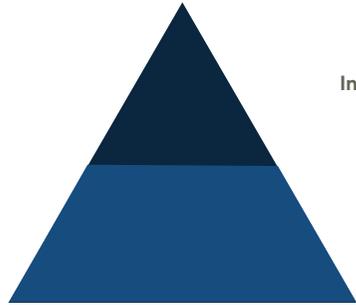
Innenstadtzentrum (IZ)

Nahversorgungszentren (NVZ)

Nahversorgungsstandorte

Sonstige Einzelhandelsbetriebe
in Einzellage

Ergänzungsstandorte
für den großflächigen Einzelhandel



NVS Herrenberger Straße

NVZ Wanne

NVS Vogelbeerweg

NVZ Berliner Ring/WHO

NVZ Lustnau

ES Hagellocher Weg

NVS Mohlstraße

NVZ Schleifmühlweg

IZ Tübingen

ES Reutlinger Straße

NVZ Wohlboldstraße

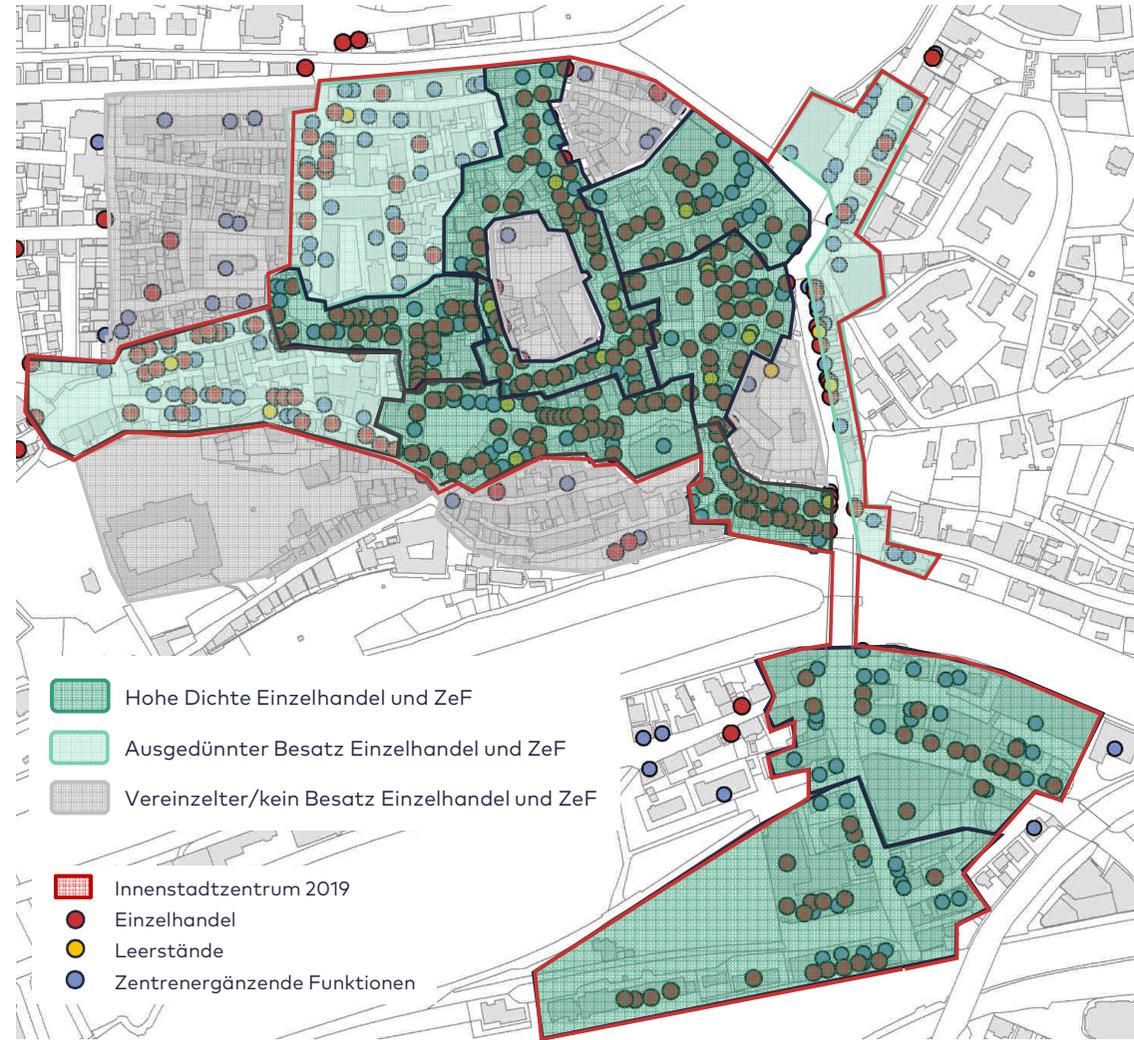
- Innenstadtzentrum
- Nahversorgungszentren
- Nahversorgungsstandort
- Ergänzungsstandort
- Einzelhandel
- Leerstände
- Zentrenergänzende Funktionen

Innenstadtzentrum

	2018
Anzahl der Betriebe*	296
Gesamtverkaufsfläche* [m ²]	45.700
Zentrenergänzende Funktionen	202
Anzahl der erfassten Leerstände	Feb 2018 - 19 (~ 6%) Juni 2018 - 11 (~ 3%)

*ohne Leerstand, Verkaufsflächen gerundet

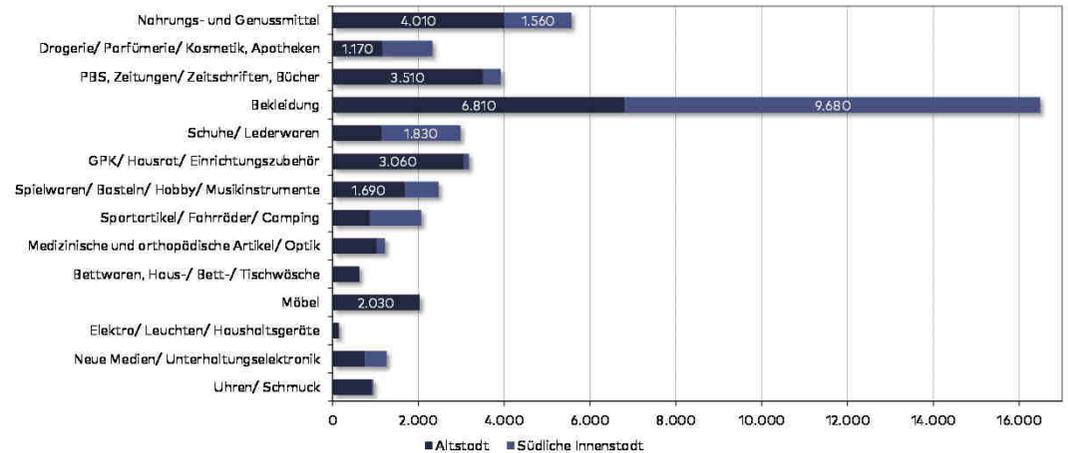
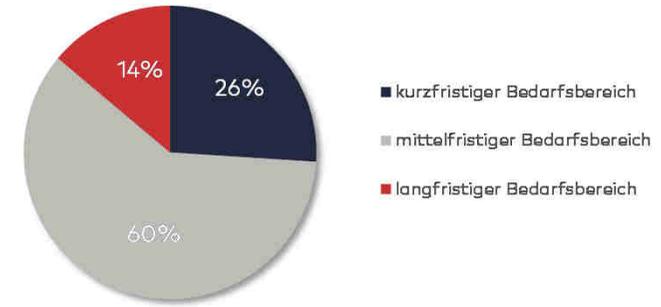
- größter Einzelhandelsschwerpunkt - Stadtgebiet
- gesamtstädtische Versorgungsfunktion
- überwiegend kleinteiliger Einzelhandel, ergänzt um Magnetbetriebe
- strukturell und im Besitz variierende Standorte - Altstadt + Südliche Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Kartengrundlage: Stadt Tübingen, Vor-Ort-Erhebung Stadt + Handel 2/2018.

Innenstadtzentrum

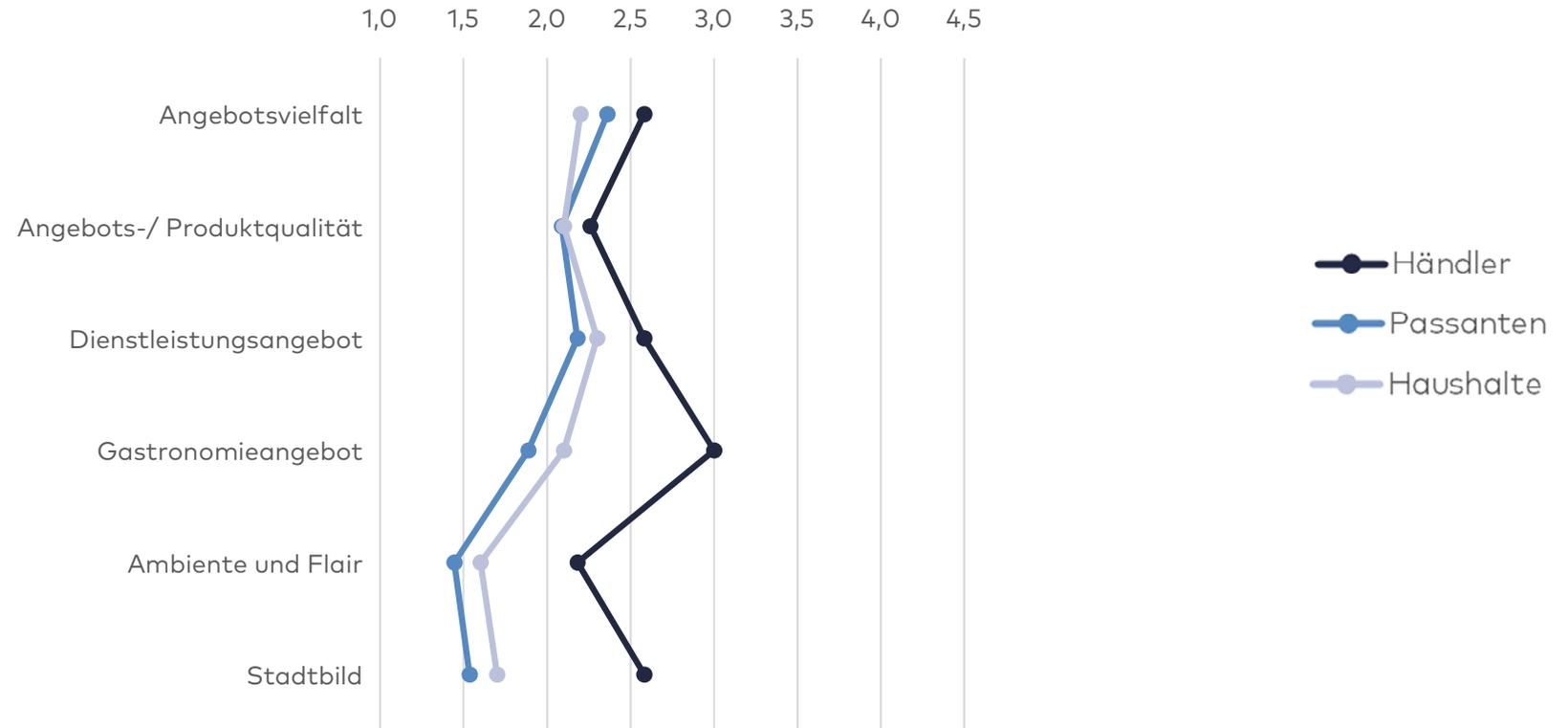
- funktionierendes Innenstadtzentrum
- vergleichsweise sehr geringe Leerstandsquote (~3%)
- Keine erkennbaren Mindernutzungen
- Guter Branchenmix + Mix an ergänzenden Funktionen
- hoch spezialisierter, kleinteiliger überwiegend inhabergeführter Fachgeschäftsbesatz
- Angebot mit breiter Zielgruppenorientierung
- attraktive historische Baustrukturen, Atmosphäre
- Sehr gute Ergänzung Altstadt und Südliche Innenstadt
- ➖ Vergleichsweise wenige Magnetbetriebe
- ➖ Einflüsse des Onlinehandels/Nachfolgeproblematik
- ➖ räumliche Entwicklungsbeschränkung
- ➖ Orientierung, Parkmöglichkeiten (Vor Parkleitsystem)



Quelle: Eigene Darstellung, Vor-Ort-Erhebung Stadt + Handel 2/2018.

Bewertung Tübinger Innenstadt – Passanten, Händler und Haushalte

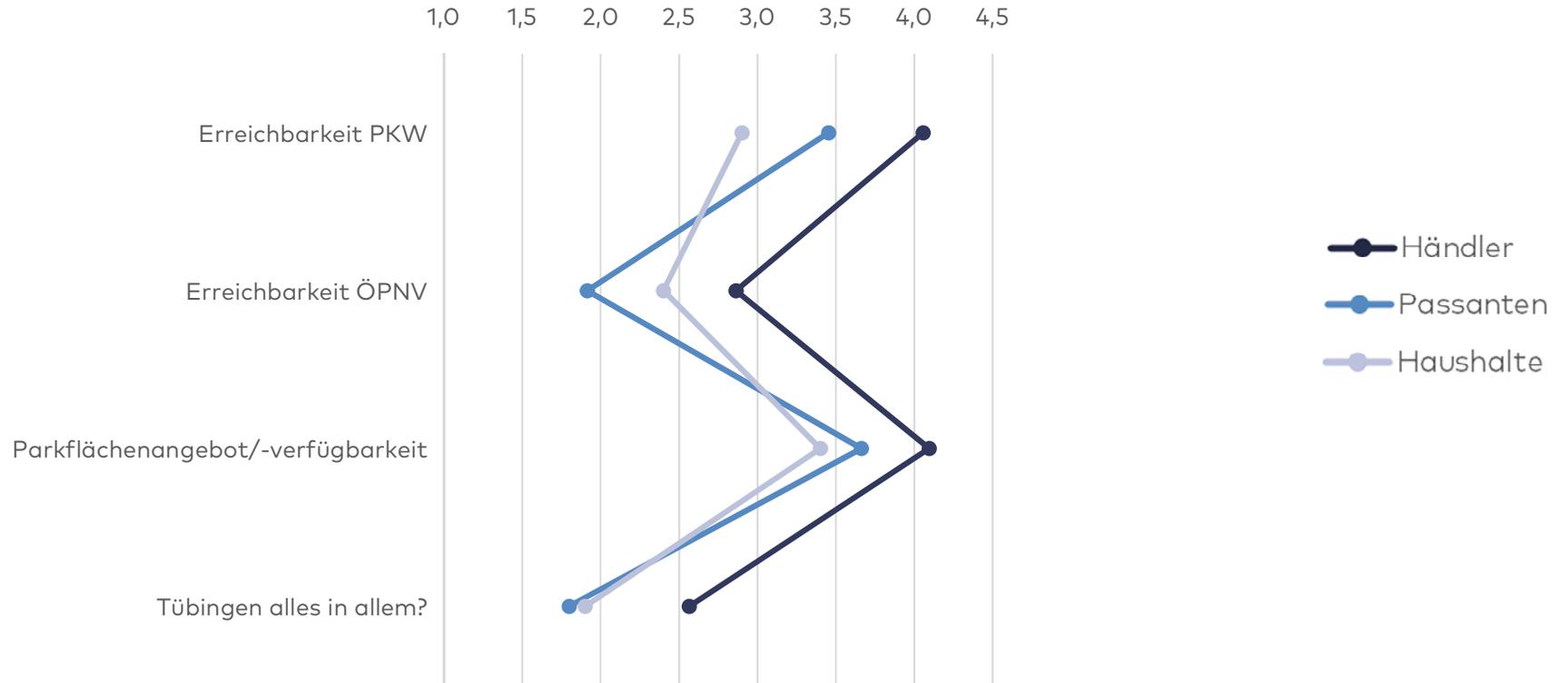
„Mit welcher Schulnote bewerten Sie die [...] der Tübinger Innenstadt?“
(n = ohne k. A. / weiß nicht; nicht beurteilbar)



Quelle: Eigene Darstellung; Haushaltsbefragung Stadt + Handel 08/2018

Bewertung Tübinger Innenstadt – Passanten, Händler und Haushalte

„Mit welcher Schulnote bewerten Sie die [...] der Tübinger Innenstadt?“
(n = ohne k. A. / weiß nicht; nicht beurteilbar)



Quelle: Eigene Darstellung; Haushaltsbefragung Stadt + Handel 08/2018

Besuchs- und Nichtbesuchsgründe

Passantenbefragung und Haushaltsbefragung

- Besuchsgründe der Tübinger Innenstadt variieren – vorrangiger Besuchsgrund:
 - Bewohner Tübingens + direktes Umland - Einkaufen und Gastronomiebesuch.
 - für weiter entfernt wohnende Besucher - städtebauliche Attraktivität (Atmosphäre, Stadtbild, öffentlicher Raum).

- Nichtbesuchsgründe und Verbesserungsvorschläge:
 - Tübingen weist Defizite in der überörtliche Anziehungskraft auf.
 - den Kunden empfinden die Wege in der Innenstadt als zu weit.
 - die Orientierung und Erreichbarkeit sowie die Parkmöglichkeiten sind aus Kundensicht verbesserungsbedürftig.
 - Wichtig ist den Kunden die Atmosphäre/das Stadtbild sowie die Angebotsqualität.

Vertiefende Innenstadtanalyse

Quartier südliche Altstadt

(Markt, Kirchgasse, Holzmarkt)

- Typische Innenstadtlage
- Städtebauliche Knochenstruktur - Markt <-> Holzmarkt
- Historisch attraktive Bebauung
- Fußgängerzone - Höchstgelegenes Gebiet der Altstadt
- Größere Filialisten, ergänzende FG, Gastronomie, Wochenmarkt
- Abnehmender EH-Besatz im Westen - mehr ZeF
- Schwerpunkt Bekleidung/Schuhe, ergänzende IZ-Sortimente

Quartier Altstadt Nonnenhaus

(Markt am Nonnenhaus, Beim Nonnenhaus)

- Zweiteilung des Quartiers
- Markt am Nonnenhaus - „Einkaufs-zentrum“, wichtige Versorgungsfunktion, Parkfunktion - Architektur der 80er Jahre/geringe Attraktivität im Gebäude + Umfeld
- Umfeld - historisch attraktive kleinteilige Bebauung, Aufenthalts-qualität (Ammerkanal, Begrünung, kleine Gassen), bedeutende größere FG, Gastronomie
- Schwerpunkte Nahrungsmittel, Bücher, Einrichtung

Quartier östliche Altstadt

(Neue Straße, Hafengasse, Pflegehofstraße)

- Neuere Baustrukturen, Breiter Straßenquerschnitt
- Geschäftsbesatz weitgehend geschlossen, vermehrt ZeF
- Stark abfallende Topographie -> Neue Straße - Schau- fenster, aber wenige Eingänge -> Durchgangsstraße
- Größere Filialisten + Fachgeschäfte + z.T. Gastronomie
- Durchmischte Sortimente NuG, Bekleidung, Einrichtung

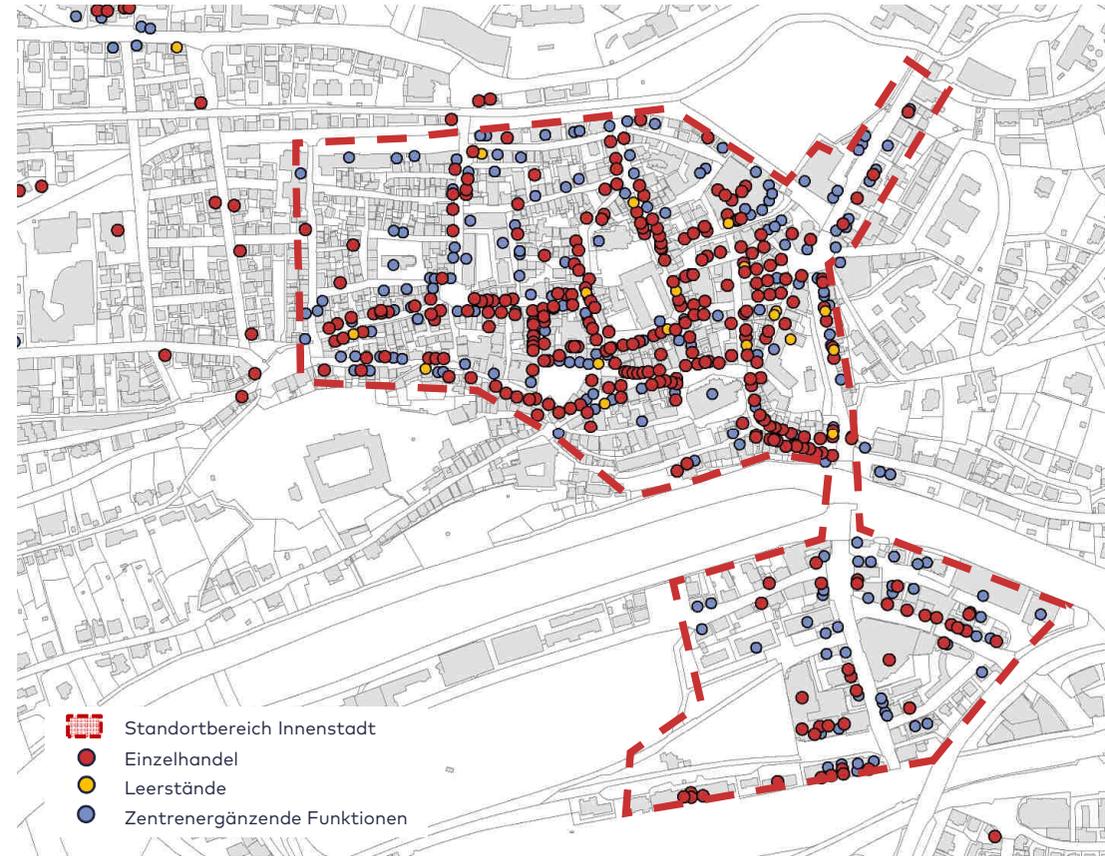
Eingangsquartier Altstadt

(Neckargasse)

- Bindeglied Altstadt - südliches IZ
- Fußgängerzone - Topographie steigend
- Kleinteiliger Einzelhandel - spezialisierte FG und kleinere Filialisten

Ergebnisse – Tübingen Innenstadt

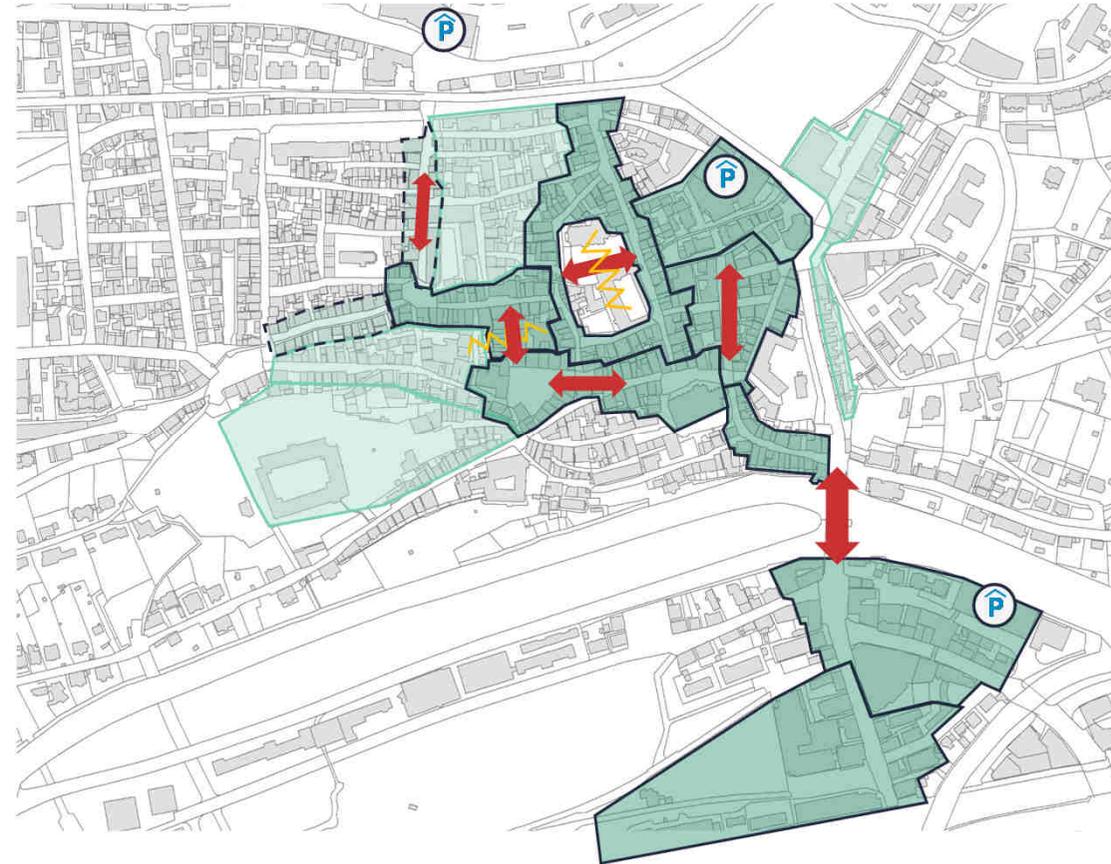
- Funktionierendes Innenstadtzentrum
(Einzelhandelsschwerpunkt, zentrenergänzende Funktionen, geringe Leerstandsquote, spezialisierter Fachgeschäftebesatz, Magnetbetriebe)
- Hohe städtebauliche Attraktivität
- Guter Branchenmix
(Angebotsquantität und -qualität, wenig vermisste Angebote)
- Orientierung Tübinger auf Innenstadt
- Defizite – Überörtliche Anziehungskraft, Erreichbarkeit, Parken
(Haushaltsbefragung)



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Vor-Ort-Erhebung Stadt + Handel 2/2018.

Ergebnisse – Tübingen Innenstadt

- Ergänzung Altstadt + Südliche Innenstadt (Besatz + ausgeprägte Kopplungsbeziehungen)
- keine typische räumlich konzentrierte Innenstadtlage (mehrere spezialisierte Ziel-Quartiere)
- Wegeverbindungen/Wegeführung zwischen Quartieren in Altstadt nicht optimal
- z.T. sind Betriebe der Altstadt und südlichen Innenstadt deutlich vom Onlinehandel betroffen
- Einzelhandelsbetriebe z.T. Umsatzrückgänge + Nachfolgeproblematik (Händlerbefragung)
- Westliche Altstadt z.T. Anzeichen für Bedeutungsrückgang als Einzelhandelsstandort zu erkennen (Ammergasse, Haaggasse, Schmiedtorstraße + Marktplatz)



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Stadt Tübingen

Entwicklungszielstellungen und -empfehlungen

Ziel: Stärkung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

- **Ausweisung, zielgerichtete Stärkung und Weiterentwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche**
 - entsprechend ihrer funktionalen Ausrichtung bzw. ihrer Einstufung im Tübinger Zentrensystem durch die zielgerichtete Ergänzung des Angebotes und Etablierung leistungsfähiger Strukturen

ZVB Innenstadtzentrum (Altstadt + Südliche Innenstadt)

1) Stärkung/Weiterentwicklung der Innenstadt als Ganzes

- Weiterentwicklung Einzelhandel Quantität und Qualität (Sofern möglich - begrenzte Expansion/Flächenverfügbarkeit/ kleinräumig nach spezifischen Raumstrukturen zu differenzieren)
- Erhalt und Förderung der Nutzungsmischung – Innenstadt als Ort des Einkaufs, des Erlebnisses, des Aufenthalts, der Begegnung, des Wohnens
- Erhalt, Steigerung der städtebaulichen Attraktivität
- Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit – für PKW, Fahrrad, Fußgänger
- Vermarktung/Bekanntmachung der Innenstadtqualitäten

Entwicklungszielstellungen und -empfehlungen

Ziel:
Stärkung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

ZVB Innenstadtzentrum (Altstadt + Südliche Innenstadt)

2) Stärkung/Weiterentwicklung der Altstadt/südlichen Innenstadt

- Erhalt des bestehenden Gleichgewichts und gleichwertige Weiterentwicklung beider Standortbereiche
- Keine reine Orientierung an VKF-Dimensionen, Fokus Weiterentwicklung Funktionen/Bedeutung
- Differenzierung beider Bereiche erhalten/Förderung der quartiersprägenden Strukturen
- Wertigkeit beider Bereiche erhöhen (Qualität)
- Entwicklung Europaplatz -> gleichwertige Entwicklung in Altstadt + Keine Verlagerung strukturprägender Betriebe von Altstadt an Europaplatz

Entwicklungszielstellungen und -empfehlungen

Ziel: Stärkung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

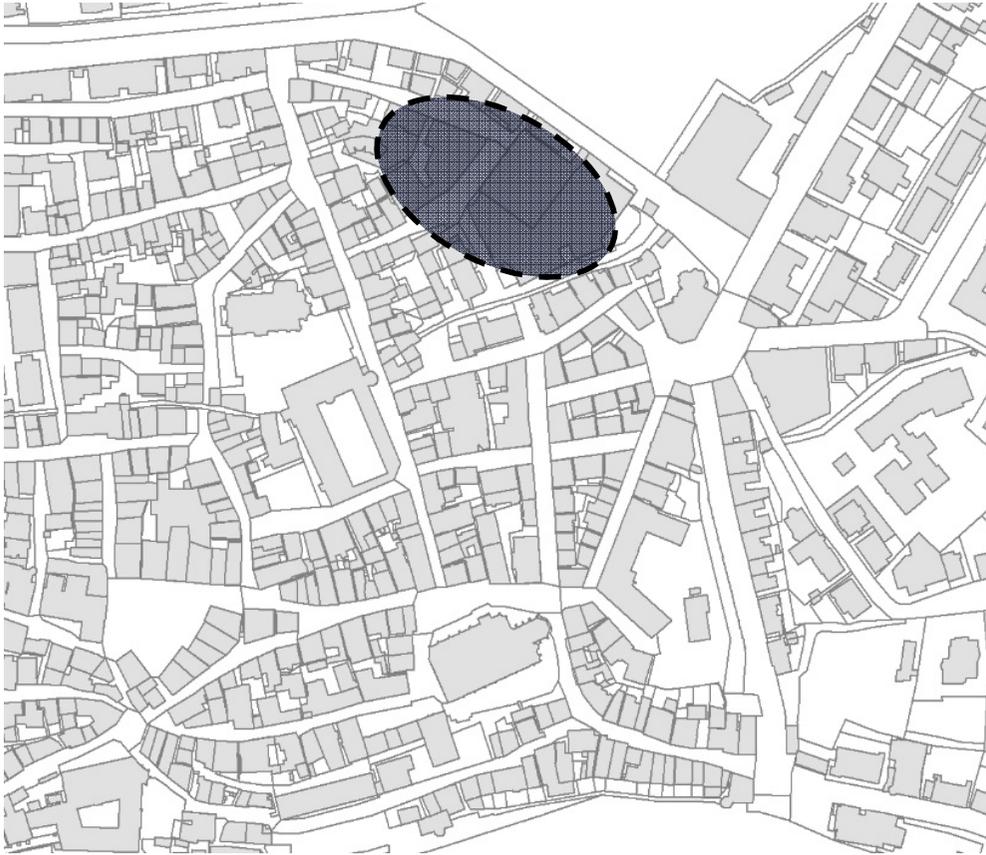
ZVB Innenstadtzentrum (Altstadt + Südliche Innenstadt)

3) Stärkung/Weiterentwicklung der Innenstadtquartiere

- Profilbildung durch Sortimentsspezialisierung/Konzentration bzw. durch Branding der Quartiere (weiter zu konkretisieren Innerstädtisches Entwicklungskonzept)
- Förderung der Wegeverbindungen/Kopplungen zwischen den Quartieren
 - Verbesserte Orientierung
 - Kundenleitung – PKW-Abstellplätze + ÖPNV (Bahnhof/ Busbahnhof) + Touristen (Europaplatz) zu Einkaufslagen
 - Förderung/Bewerbung der Multimodalität – Anreise PKW/ÖPNV -> Umstieg Fahrrad/Fuß
- Altstadt - Insbesondere Stärkung der westlichen (im Vergleich schwächeren) Quartiere
 - Städtebauliche Aufwertung/Förderung analog östlicher Altstadt
 - Stärkung des Besatzes durch Magnetbetrieb(e) (sofern möglich), Schließung der Lücken (Ergänzung Branchenmix) – kleinteiliger Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen

Vertiefende Standortempfehlungen

Potenzialbereich Altstadt Nonnenhaus (Lagespezifische Empfehlungen)



Entwicklungsbereich

- Markt am Nonnenhaus – „Einkaufszentrum“
- Aktuell wichtige Versorgungs- und Parkfunktion
- Architektur der 80er Jahre; geringe Attraktivität im Gebäude/Umfeld – Leerstände/z.T. unattraktiver Marktauftritt Betriebe im Markt am Nonnenhaus
- Potenzial für eine städtebaulich und funktionale Weiterentwicklung des Quartiers

Lagespezifische Empfehlungen/Zielstellungen:

- Nutzungsneuordnung + Steigerung der städtebaulichen Attraktivität
- Förderung Durchgängigkeit/Eingangsquartier in Innenstadt von Osten

- Kernsanierung Markt am Nonnenhaus
- Einbeziehung/Anbindung der Stadtbibliothek
- Aufgreifen der historischen Baustrukturen im Umfeld
- Öffnung des Baukörpers zum Quartier
- Prüfung Einbeziehung Potenzialflächen Hintere Grabenstraße/Lange Gasse
- Stärkung Wegebeziehung Nonnenhaus – Lange Gasse

- Gesamtkonzeption mit umliegenden Nutzungsstrukturen
- Neuaufstellung Supermarkt/Drogeriefachmarkt
- Mischung mit kleineren und mittleren Einzelhandelsbetrieben (mit individuellen Angeboten – Bekleidung/Schuhe/Einrichtung/Medien/Bücher (Cluster) etc.).
- Ggf. großflächiger Betrieb mit zentrenrelevanten Sortimenten (Magnetbetrieb)
- Gastronomiebetriebe (Cafés, Bars, Restaurants)

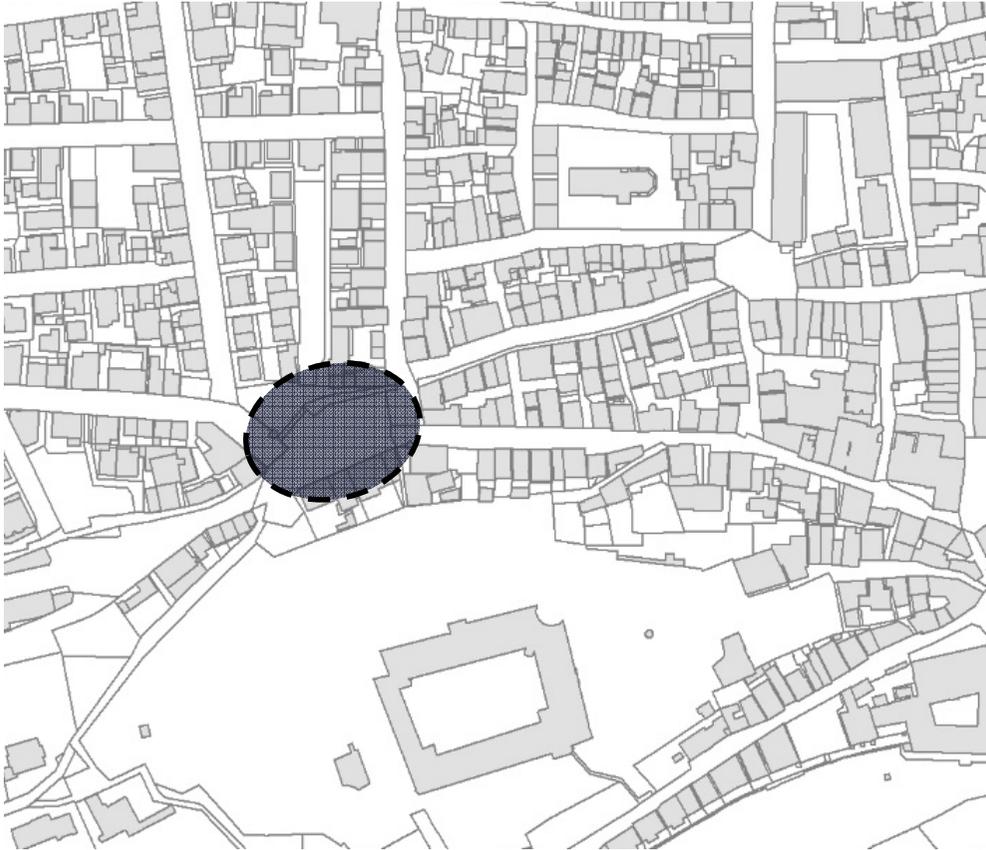
Zielperspektive:

- Durchmischtes Altstadtquartier mit hoher Aufenthalts- und Verweilqualität
- Stärkung Einzelhandelsfunktion (Ankerstandort)

Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Stadt Tübingen

Vertiefende Standortempfehlungen

Quartier Haagtorplatz (Lagespezifische Empfehlungen)



Entwicklungsbereich

- Haagtorplatz
- Westlicher Randbereich des Innenstadtzentrums
- Vereinzelter Einzelhandelsbesatz, zentrenergänzende Funktionen
- Ausgedünnter Geschäftsbesatz Ammergasse, Haaggasse
- Potenzial für eine städtebaulich und funktionale Weiterentwicklung

Lagespezifische Empfehlungen/Zielstellungen:

- Nutzungsneuordnung des/Ansiedlungen am Haagtorplatz(es)
- Stärkung der westlichen Altstadt
- Förderung Eingangsquartier in Innenstadt von Westen

- Empfehlung Weiterentwicklung Gastronomie-, Veranstaltungsschwerpunkt
- Frequenzbelebung der westlichen Altstadt
- Sofern möglich Ergänzung der bestehenden Bebauung
- Stärkung des Besatzes und Schließung von Lücken in den östlich anschließenden Straßenzügen

Zielperspektive:

- Stärkung der westlichen Altstadt durch Frequenzerzeuger (Gastronomie, Veranstaltungen)

Vertiefende Standortempfehlungen

Südliche Innenstadt Süd (Lagespezifische Empfehlungen)



Entwicklungsbereich

- Europaplatz
- Wichtige Nahversorgungslage, wenige ergänzende Fachgeschäfte/ZeF
- Eingangsquartier für ÖPNV-Kunden (Bahnhof, Busbahnhof) und Touristen
- Potenzial für eine städtebaulich und funktionale Weiterentwicklung

Lagespezifische Empfehlungen

- Nutzungsneuordnung
- Steigerung der städtebaulichen Attraktivität

- Einzige, „große“, zu aktivierende Potenzialfläche im Innenstadtzentrum
- Nutzung der Flächen zur Weiterentwicklung/Stärkung gesamtes IZ
- Aus gutachterlicher Sicht geeignete Fläche zur Ansiedlung eines Elektronikfachmarktes
- Neuaufstellung des/der strukturprägenden Lebensmittelanbieter
- Mit anderen Nutzungsideen harmonisieren – Konzerthaus, Hotel
- Keine Ansiedlung von Fachmärkten mit Bekleidung/Schuhen

- Zielrichtung - Neuentwicklung mit nur geringer Konkurrenz zur Altstadt
 - Differierende Angebotsausrichtung und andere Qualitäten (größere/großflächige spezialisierte Anbieter, städtebauliche Strukturen/Atmosphäre)
 - Altstadt kann von Ansiedlungen profitieren -> Kopplungseffekte

- Gleichzeitig gleichwertige Weiterentwicklung der Altstadt Markt am Nonnenhaus/ Haagtorplatz

Zielperspektive:

- Stärkung der südlichen Innenstadt gemäß aktueller Ausrichtung/Funktion -> Von Stärkung profitiert gesamte Innenstadt/auch die Altstadt

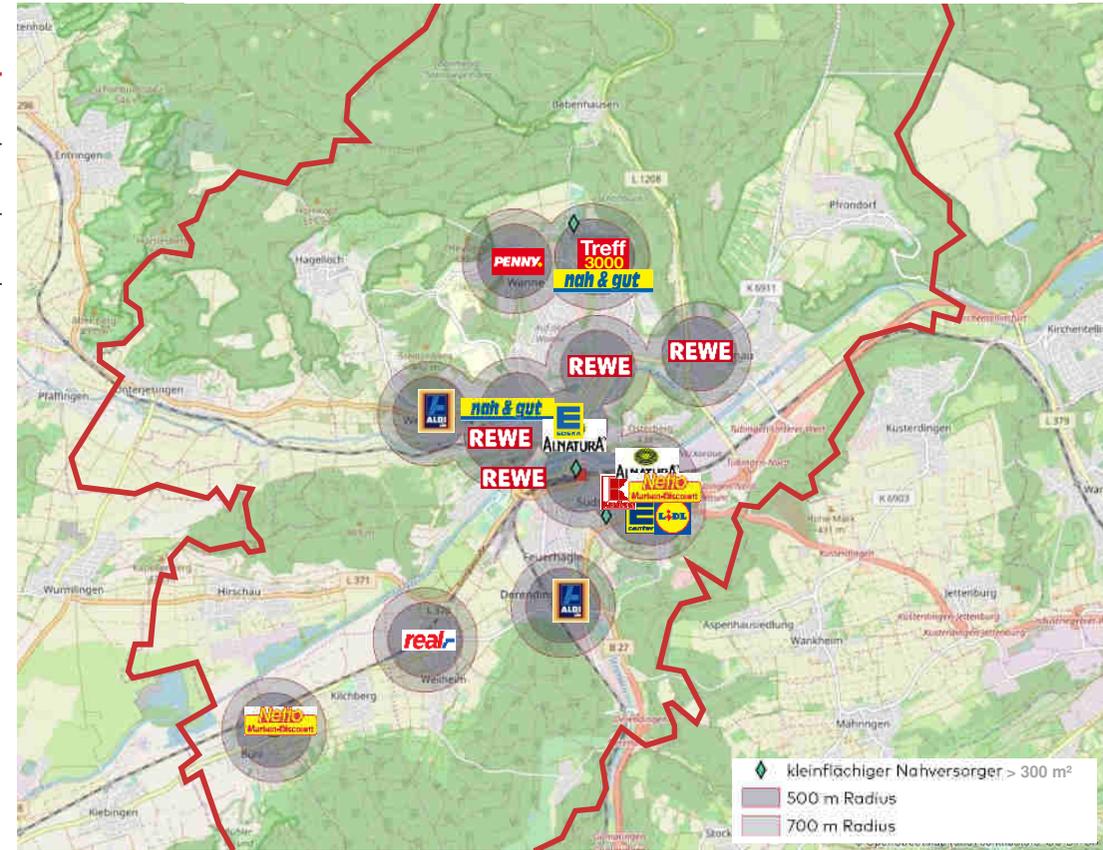
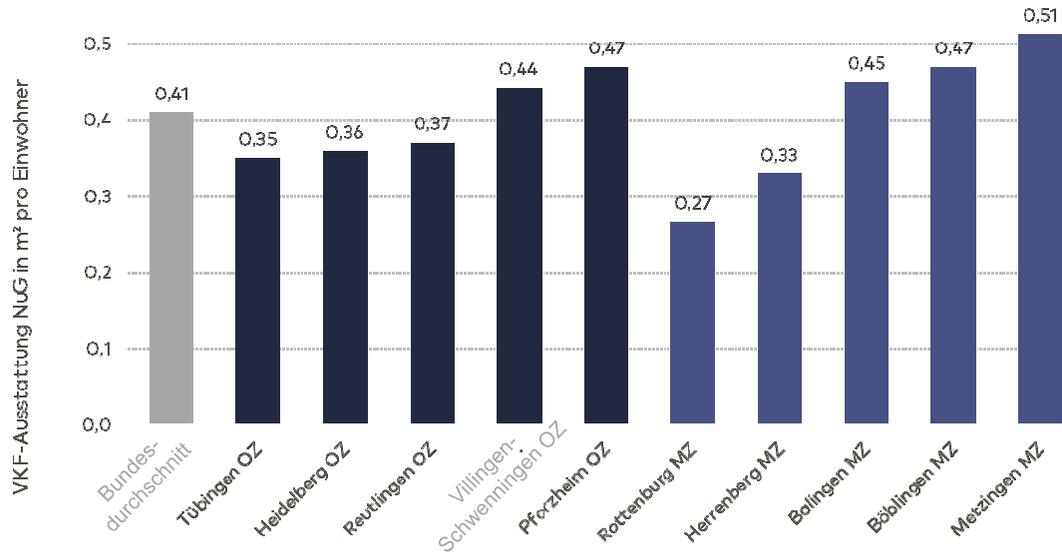
Nahversorgung

- 1) Angebot und Nachfrage
- 2) Zentrenkonzept
- 3) Nahversorgung
- 4) Sortimentsliste + Ansiedlungsleitsätze

Nahversorgungsanalyse

Nahversorgungssituation in Tübingen

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel
Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m ²	30.920
VKF-Ausstattung in m ² je Einwohner	0,35
Sortimentspezifische Zentralität	95%

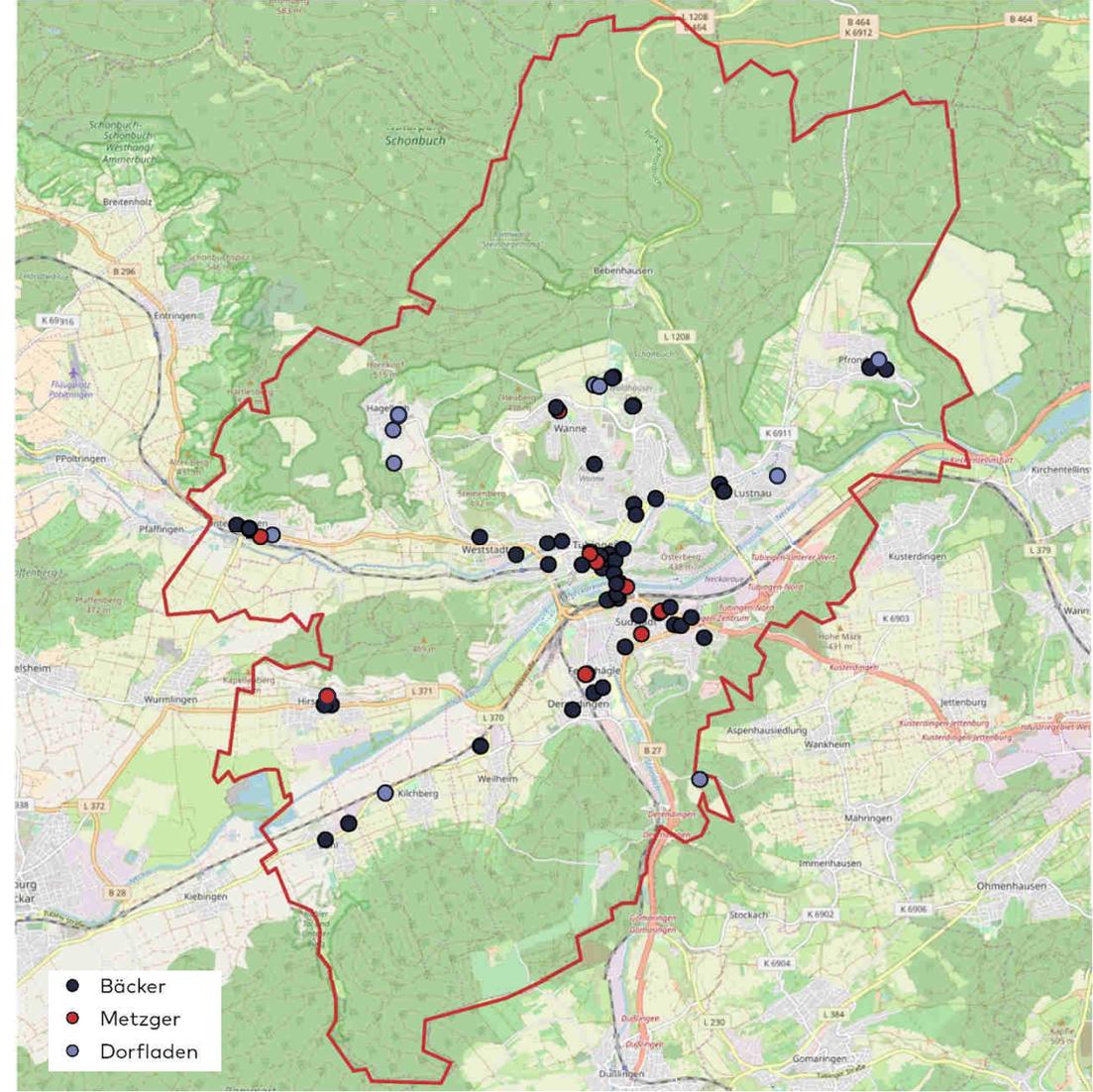


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2018; Recherchen Stadt + Handel

Nahversorgungsanalyse

Nahversorgungssituation in Tübingen

- Wichtige Ergänzung des Angebots der großen Lebensmittelmärkte
 - 2x Getränkemarkt
 - 4x Biomarkt (2x Alnatura, 2x Marktladen, Denn`s geplant)
 - 1x Ethnischer Supermarkt
 - 53 Bäcker+ 12 Metzger
 - 9x Hof- und Dorfläden
- Bäcker/Metzger/Dorfläden
 - vergleichsweise gute Ausstattung in Tübingen
 - sichern Grundversorgung in Ortsteilen



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODB.

Nahversorgungsanalyse

Nahversorgungssituation in Tübingen

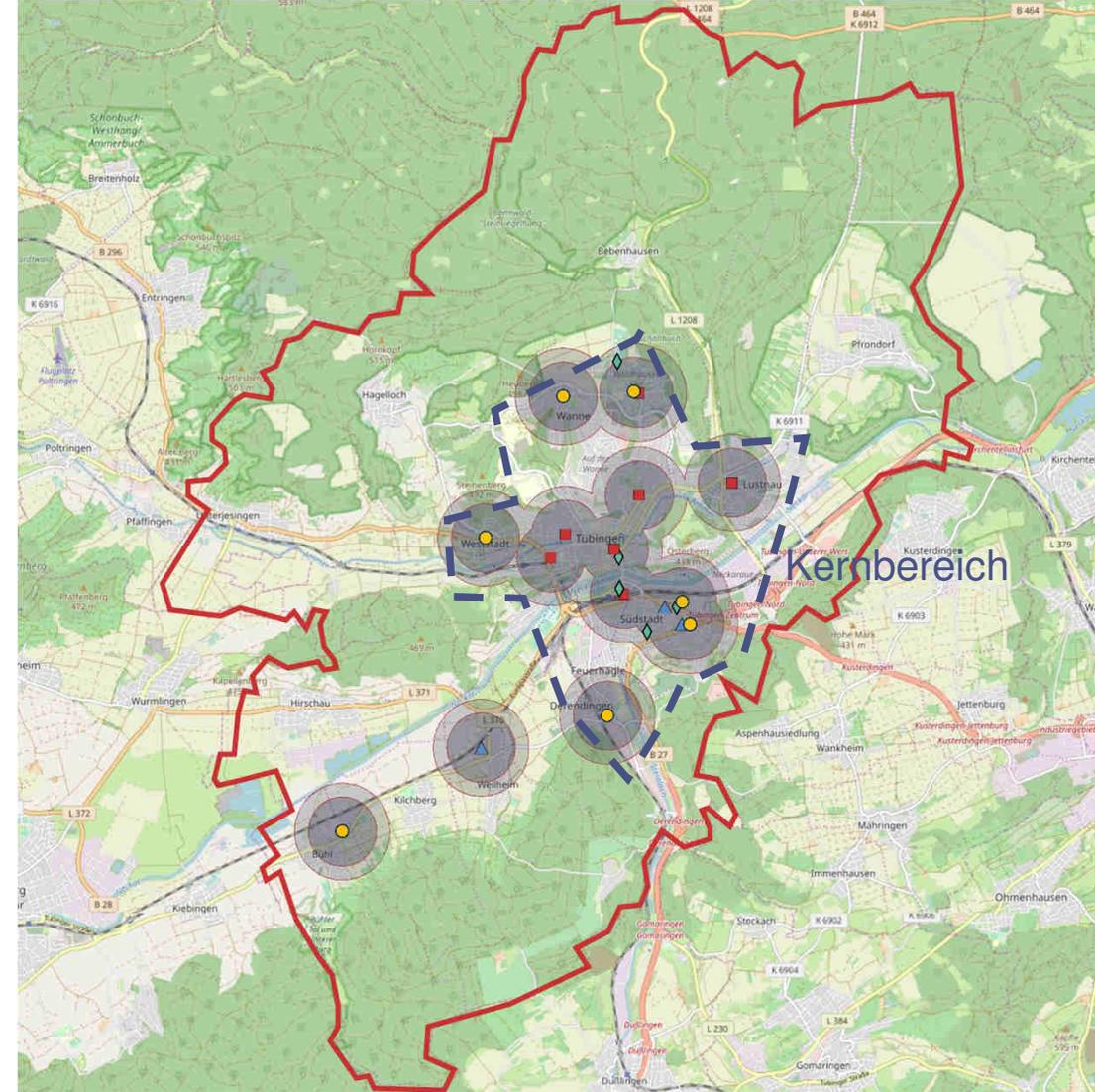
Insgesamt gute Nahversorgung (räumlich, quantitativ und qualitativ)

Kernbereich (mit Kernstadt zusammenhängende Siedlungsbereiche)

- weitgehend flächendeckend nahversorgt
- Räumliche Defizite - Wanne + Nord-Derendingen + Herrlesberg (keine fußläufige Versorgung 700m-Radius)

Ortsteile

- Grundversorgung gewährleistet durch Lebensmittelhandwerk + Hof-/Dorfläden (Ausnahme Bebenhausen)
- keine vollumfängliche Nahversorgung in den meisten Ortsteilen, nur sehr eingeschränkt in Kilchenberg, Hagelloch und gar nicht in Bebenhausen



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODb.

Nahversorgungsanalyse

Nahversorgungssituation in Tübingen

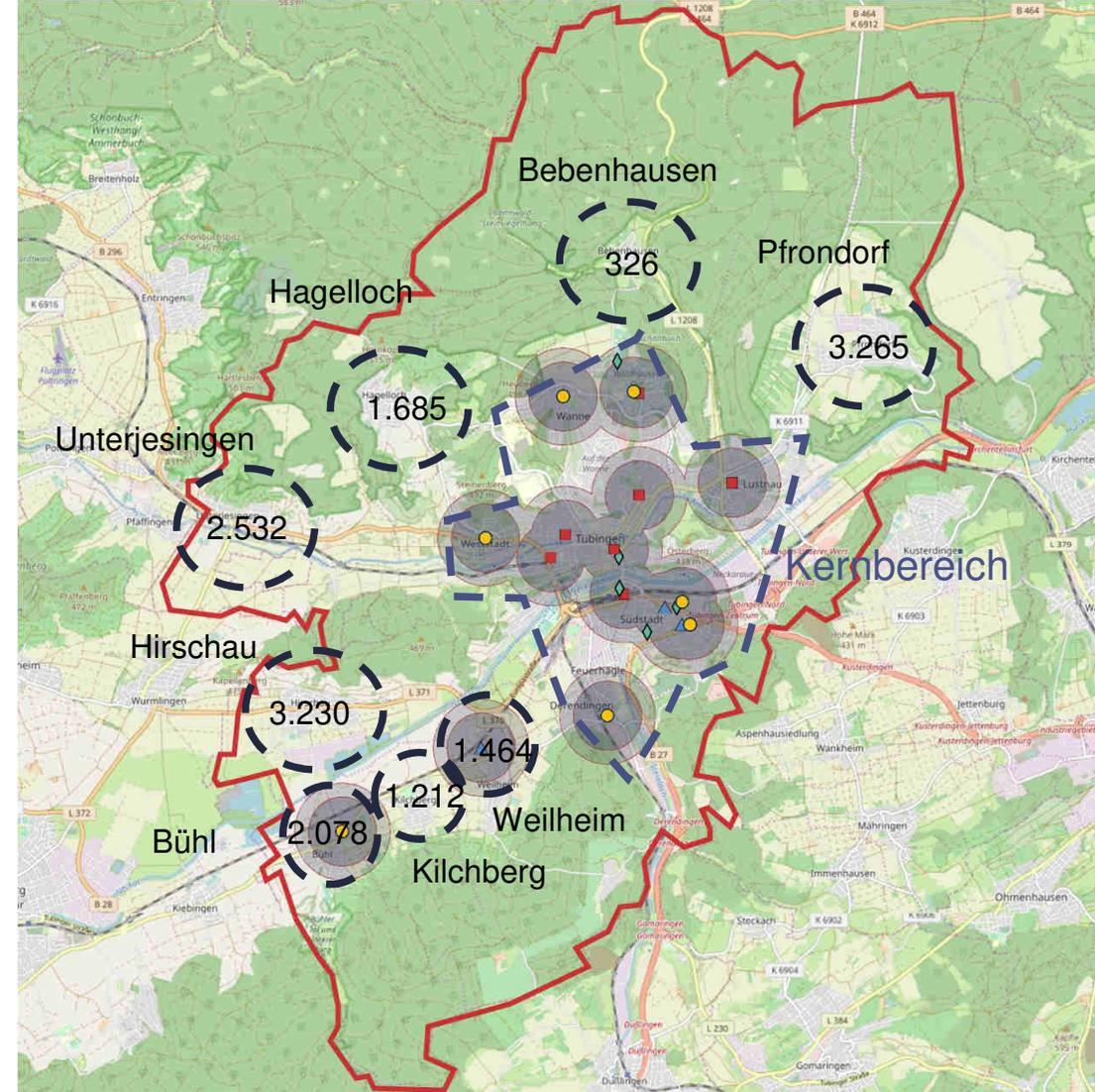
Potenziale zur Weiterentwicklung der Nahversorgung erkennbar (Quantifizierung und Qualifizierung)

Versorgungsfunktion Tübingen OZ

- Zentralität 95
- Unterdurchschnittliche VKF-Ausstattung
- Ermittelte Entwicklungsspielräume
- Einige nicht marktadäquate Lebensmittelmärkte

Verbesserung Lebensmittelnahversorgung?

- Erweiterungen im Bestand (Bestandteil Zentrenkonzept)
- Neuansiedlungen (zu prüfen)
- WHO Ziel Neuaufstellung NVZ mit deutlicher Vergrößerung
- real – Weilheim Ziel Erhalt Versorgung mit deutlicher Verkleinerung



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODb.

Sortimentsliste + Ansiedlungsleitsätze

- 1) Angebot und Nachfrage
- 2) Zentrenkonzept
- 3) Nahversorgung
- 4) Sortimentsliste + Ansiedlungsleitsätze

Sortimentsliste für die Stadt Tübingen

Beurteilungskriterien für die Innenstadtrelevanz von Sortimenten

Innenstadtrelevant sind Sortimente, die ...

- ... prägend für die Zentren sind (**Einzelhandelsstruktur**),
- ... Besucher anziehen (**Besuchersfrequenz**),
- ... einen geringen Flächenanspruch haben (**Integrationsfähigkeit**),
- ... für einen attraktiven Branchenmix eines Zentrums notwendig sind bzw. selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind (**Kopplungsaffinität**),
- ... vom Kunden überwiegend mitgenommen werden können (**Transportfähigkeit**)
- ... künftig stärker in zentraler Lage vertreten sein sollten (**besondere Zielperspektive**)

Innenstadt- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente, die...

- den Merkmalen der Innenstadtrelevanz entsprechen und
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestandes auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Sortimentsliste für die Stadt Tübingen

Zentrenrelevante Sortimente

Augenoptik
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)
Bettwaren
Bücher
Elektrokleingeräte
Fahrräder und Zubehör
Glas/Porzellan/Keramik
Haus-, Bett-, Tischwäsche
Hausrat/Haushaltswaren
Heimtextilien (nur Dekostoffe, Decken, Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen)
Kinderwagen
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)
Lampen/Leuchten
Lederwaren
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)
Musikinstrumente und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)
Schuhe
Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)
Uhren/Schmuck
Waffen/Jagdbedarf/Angeln
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel),
Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände

Nahversorgungsrelevante Sortimente*

(Schnitt-)Blumen
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)
Papier/Büroartikel/Schreibwaren
Parfümerieartikel und Kosmetika
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)
Zeitungen/Zeitschriften

nicht zentrenrelevante Sortimente**

Arbeitsbekleidung
Baumarktsortiment i. e. S.
Boote und Bootszubehör
Campingartikel
Elektrogroßgeräte
Gartenbedarf
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Matratzen und Lattenroste
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Pflanzen/Samen
Reitsportartikel (Sattel, Halfter, Trensen etc.)
Sicht-/Sonnenschutz/Markisen/Gardinen
Sportgroßgeräte
Teppiche
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *gleichzeitig auch zentrenrelevant; **gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant, erläuternd, aber nicht abschließend.

Einzelhandel mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment

Ansiedlungsleitsatz I:

Zentrenrelevanter Einzelhandel ist zukünftig nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum sowie nachrangig in den Nahversorgungszentren anzusiedeln. Darüber hinaus sind kleinere zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe auch in den städtebaulich integrierten Lagen in begrenztem Maße zulässig.

Ansiedlungsleitsatz II:

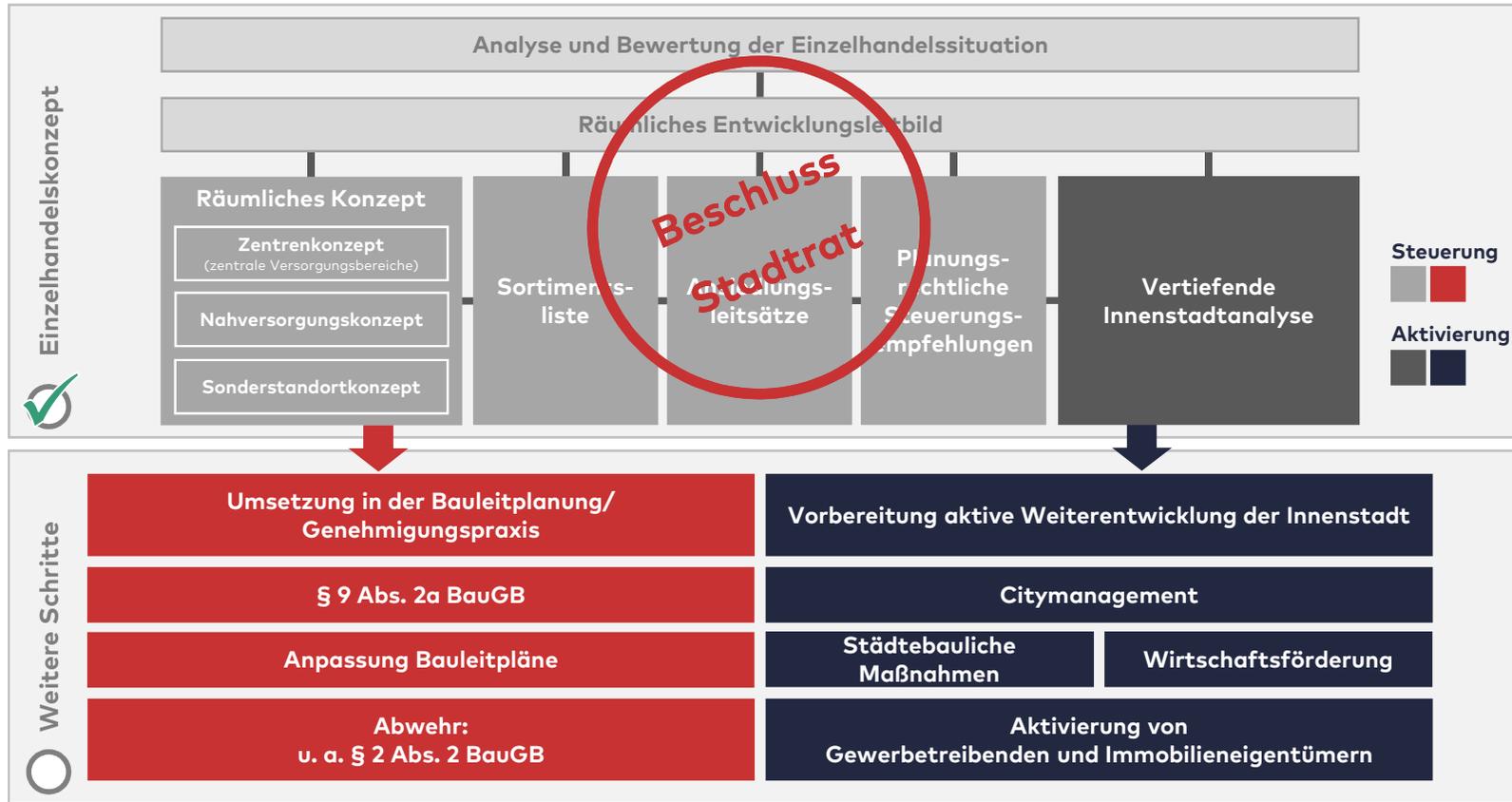
Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel soll zukünftig primär im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum und in den Nahversorgungszentren angesiedelt werden. Zulässig ist nahversorgungsrelevanter Einzelhandel auch an den Nahversorgungsstandorten und in integrierten Lagen zur Sicherung bzw. bedarfsgerechten Optimierung der räumlichen Nahversorgung sofern ZVB nicht beeinträchtigt werden.

Ansiedlungsleitsatz III:

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel solle primär an den Ergänzungsstandorten Reutlinger Straße und Hagellocher Weg angesiedelt werden, kann aber auch im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden.

* Sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe (Schutz von ZVBs, Nachbarkommunen etc.) nicht entgegenstehen.

Nächste Schritte



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neue Wege.
Klare Pläne.