



Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Fachmarktes für Fahrräder in der Stadt Geisingen

Auftraggeber: Stadt Geisingen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Anna-Lena Kettenhofen

Ludwigsburg, am 23.01.2019

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im August 2018 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag der Stadt Geisingen zur gutachterlichen Bewertung der geplanten Ansiedlung eines Fachmarktes für Fahrräder im Industrie- und Gewerbegebiet „DANUVIA81“ in Geisingen.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, der Stadt Geisingen sowie der Fa. Zweirad Joos zur Verfügung. In Ergänzung der sekundärstatistischen Daten wurden im September 2018 eine intensive Standortbesichtigung sowie eine Erhebung des projektrelevanten Wettbewerbs im Untersuchungsraum durchgeführt.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und –findung für kommunalpolitische und bauleitplanerische Entscheidungen der Stadt Geisingen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 23.01.2019
BE KNA wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen und Standortbewertung	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Makrostandort Geisingen	7
3. Mikrostandort „DANUVIA81 Nord“	10
II. Grundlagen und Projektbeschreibung	14
1. Ausgewählte Marktdaten zum Fahrradeinzelhandel	14
2. Konzept Zweirad Joos	15
2.1 Zweirad Joos – Firmenportrait	15
3. Zweirad Joos Geisingen – Betriebsbeschreibung und Sortimentskonzept	18
3.1 Betriebsbeschreibung	18
3.2 Sortimentskonzept des geplanten Lagerverkaufs	20
III. Einzugsgebiet und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	23
1. Einzugsgebiet des Vorhaben	23
2. Projektrelevante Wettbewerbssituation	25
2.1 Fahrradhandel	25
IV. Auswirkungen des Vorhabens	29
1. Umsatzprognose für den Fahrradfachmarkt	29
2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilungen	29
2.1 Methodik	29
2.2 Umsatzumverteilungen Fahrradfachmarkt	30
V. Bauleitplanerische Bewertung	33
1. Ausgangslage	33
2. Rechtliche Vorgaben	33
3. Überprüfung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO	35
3.1 Atypische Fallgestaltung und Widerlegung der Regelvermutung	35
3.2 Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO	37
4. Fazit	39

I. Grundlagen und Standortbewertung

1. Aufgabenstellung

In Geisingen ist die Erschließung des neuen Baugebietes „**DANUVIA81 Nord**“ geplant. Neben Gewerbe- und Industriebetrieben ist in dem Gebiet südlich der BAB 81 als konkrete Nutzung ein Fahrradfachmarkt vorgesehen.

Der geplante **Fahrradlagerverkauf** ist Teil eines größeren Projektes der Fa. Zweirad Joos. Das mittelständische Familienunternehmen mit Sitz in Radolfzell ist bisher an vier Standorten im Bodenseeraum vertreten. In Geisingen möchte die Fa. Zweirad Joos ein Zentrallager errichten, aus dem zukünftig die Ladengeschäfte bedient werden sollen. Zudem ist vorgesehen, am Standort den Online-Handel abzuwickeln. Der Fahrradhandel, der in Geisingen flächenmäßig klar untergeordnet sein wird, soll eine Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² umfassen.

Mit einer geplanten Verkaufsfläche von über 800 m² ist der Fahrradfachmarkt zunächst als großflächiger Einzelhandelsbetrieb einzustufen, der nur im Sonder- oder Kerngebieten zulässig ist, sofern keine „**atypische Fallgestaltung**“ vorliegt und keine Auswirkungen zu erwarten sind.

Die Stadt Geisingen ist im Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg zusammen mit dem benachbarten Immendingen als Doppel-Unterzentrum ausgewiesen. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich demnach auf den Nahbereich.¹ In Anbetracht der hohen Spezialisierung des Anbieters Zweirad Joos in Verbindung mit dem Online-Handel ist offensichtlich, dass der Fahrradlagerverkauf ein Einzugsgebiet erschließen wird, welches deutlich über den ausgewiesenen Nahbereich hinausgeht. Umso wichtiger ist, dass von dem Vorhaben keine Beeinträchtigung anderer Standorte in der Region (insbesondere Donaueschingen, Tuttlingen) ausgehen darf.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ist (neben der Beschäftigung mit den Besonderheiten des Fahrradanieters Zweirad Joos) zu klären, ob bei dem Vorhaben von einer atypischen Fallgestaltung auszugehen ist und ob die Ansiedlung des geplanten Fahrradfachmarktes Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zur Folge hat. Wenn entsprechende Auswirkungen nicht vorliegen, ist auch bei einer Überschreitung der Großflächigkeit (i. d. R. 800 m² VK bzw. 1.200 m² Bruttogeschossfläche) eine Zulässigkeit am vorgesehenen Standort in Geisingen möglich. Zur entsprechenden Überprüfung ist sowohl eine Bewertung der örtlichen Gegebenheiten, als auch der speziellen Sortimentsstruktur des Vorhabens erforderlich.

Die vorliegende Untersuchung dient dazu, eine Entscheidungsgrundlage für das weitere Verfahren zu liefern. Für die Bewertung des geplanten Fahrradverkaufs von Zweirad Joos, sind im speziellen folgende Fragestellungen zu klären:

¹ Dem Nahbereich sind die Stadt Geisingen und Immendingen zugeordnet.

- /// Welche betrieblichen Besonderheiten sind für das Konzept von Zweirad Joos am Standort Geisingen vorhanden?
- /// Welche spezielle Sortimentsstruktur weist der geplante Fahrradfachmarkt auf und wie ist die Frage der Zentrenrelevanz zu bewerten?
- /// Welche städtebaulichen Auswirkungen wären bei der Ansiedlung des Fachmarktes für Fahrräder zu erwarten?

Folgende Untersuchungsschritte werden hierfür durchgeführt:

- /// Rahmenbedingungen am Makrostandort Geisingen
- /// Bewertung des Mikrostandortes „DANUVIA81 Nord“
- /// Ausgewählte Marktdaten zum Fahrradeinzelhandel
- /// Daten zum Vorhaben, v. a. Darstellung des Konzeptes von Zweirad Joos, der speziellen Sortimentsstruktur und Frage der Zentrenrelevanz des geplanten Sortiments
- /// Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebietes
- /// Darstellung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- /// Umsatzprognose
- /// Überprüfung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO und atypische Fallgestaltung
 - schädliche Umweltwirkungen
 - Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung
 - Auswirkungen auf den Verkehr
 - Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet
 - Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
 - Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild und den Naturhaushalt
- /// Zusammenfassende Bewertung.

Zur Erarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde im September 2018 eine intensive Begehung des Standortes und sonstiger Einzelhandelslagen vorgenommen und der projektrelevante Einzelhandel im Untersuchungsraum erfasst. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffer) sowie auf aktuelle Bevölkerungsdaten aus der amtlichen Statistik zurückgegriffen.

2. Makrostandort Geisingen

Die **Stadt Geisingen** an der jungen Donau liegt im Südwesten des Landkreises Tuttlingen und zählt aktuell rd. 6.230 Einwohner. Gemäß Landesentwicklungsplan ist Geisingen mit dem benachbarten Immendingen im Netz der zentralen Orte als Doppel-Unterzentrum eingestuft und dem Mittelbereich des Mittelzentrums Tuttlingen zugeordnet. In Anlehnung an den Regionalplan der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg sollen Unterzentren so ausgebaut werden, dass sie für ihren Verflechtungsbereich den qualifizierten, häufig wiederkehrenden überörtlichen Bedarf der Grundversorgung decken können. In großräumiger Hinsicht zeichnet sich Geisingen durch die Lage zwischen den Mittelzentren Tuttlingen und Donaueschingen aus. Das Oberzentrum Villingen-Schwenningen, als starker Wirtschafts- und Arbeitsplatzstandort der Region, liegt ca. 25 km entfernt.

Die **Siedlungsstruktur Geisingens** setzt sich aus den fünf räumlich voneinander getrennt liegenden Stadtteilen Geisingen, Aulfingen, Gutmadingen, Kirchen-Hausen und Leipferdingen zusammen. Den Einwohnerschwerpunkt bildet die Kernstadt Geisingen, auf die knapp die Hälfte der Bevölkerung entfällt. Das Siedlungsgebiet der Kernstadt wird stark durch den Verlauf der Donau bzw. der BAB 81 geprägt. Die Wohnlagen erstrecken sich dabei sowohl nördlich als auch südlich der Bundesautobahn. Am östlichen Rand der Kernstadt wird derzeit auf der Fläche eines ehemaligen Zementwerkes das Gewerbegebiet DANUVIA entwickelt. Weitere gewerblich geprägte Bereiche sind am westlichen Siedlungsrand der Kernstadt Geisingen zu finden.

Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in den vergangenen Jahren positiv. Die Einwohnerzahl hat sich seit 2011 um ca. 227 Personen bzw. + 3,8 % erhöht. Damit liegt Geisingen im regionalen Vergleich leicht unter dem Landkreisschnitt (vgl. Tabelle 1), jedoch über den Nachbarkommunen Tengen, Blumberg und Hüfingen. Die positive Bevölkerungsentwicklung in Geisingen ist v. a. auf einen positiven Wanderungssaldo in den vergangenen Jahren zurückzuführen.

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in der Region

Kommune / Landkreis	Einwohner		Entwicklung 2011 – 2017	
	30.06.2011	31.12.2017	absolut	in %
Geisingen	6.003	6.230	227	3,8%
Immendingen	5.569	6.237	668	12,0%
Engen	9.979	10.749	770	7,7%
Tengen	4.558	4.572	14	0,3%
Blumberg	9.959	10.100	141	1,4%
Hüfingen	7.589	7.703	114	1,5%
Donaueschingen	21.138	22.485	1.347	6,4%
LK Tuttlingen	132.262	139.397	7.135	5,4%

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand. 30.06.2011 bzw. 31.12.2017

Gemäß **Prognosen** des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg ist bis 2025 von stabilen Einwohnerzahlen (+ 0,1 % gegenüber dem Basisjahr 2014) auszugehen.² In Anbetracht der geplanten Wohngebietsentwicklung in der Stadt Geisingen³ ist in den kommenden Jahren durchaus mit einem weiteren Anstieg der Einwohnerzahlen zu rechnen.

Die **überregionale Verkehrsanbindung** Geisingens erfolgt über die B 31 und B 311, zudem weist die Stadt mit einer eigenen Autobahnanschlussstelle an die BAB 81 (Stuttgart – Singen) eine verkehrliche Gunstlage auf. Die einzelnen Stadtteile sind über Landes- und Kreisstraßen miteinander verbunden. Geisingen liegt an der Bahnlinie der Donautalbahn (Donaueschingen nach Ulm; Regionalbahnverkehr). Darüber hinaus wird der **ÖPNV** durch das Ringzug-System mit Haltepunkten in allen fünf Stadtteilen ergänzt.

Bezüglich der **Wirtschaftsstruktur** ist festzuhalten, dass im Jahr 2017 ca. 2.498 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort Geisingen registriert waren, davon rd. 51 % im Produzierenden Gewerbe bzw. ca. 24 – 25 % im Bereich Handel, Gastgewerbe, Verkehr bzw. in sonstigen Dienstleistungen. In Relation zur Einwohnerzahl lag damit ein Besatz von 401 Beschäftigten je 1.000 Einwohner vor (vgl. Landkreis Tuttlingen: 461).⁴ Den ca. 1.623 Einpendlern standen insgesamt 1.746 Auspendler gegenüber. Hieraus ergibt sich ein negativer Pendlersaldo von - 123. Zu den ansässigen Unternehmen gehört u. a. die Fa. HERMES, die 2010 ihr neues Logistikzentrum im Industrie- und Gewerbegebiet DANUVA81 bezogen hat. Größter Arbeitgeber vor Ort ist der Medizintechnikhersteller Pajunk mit etwa 400 Beschäftigten.

Der **Einzelhandelsstandort** Geisingen nimmt in der Region keine übergeordnete Funktion ein. Die ortsansässigen Betriebe sind vornehmlich auf die Grundversorgung der Geisinger Bevölkerung ausgerichtet. Das vor Ort vorhandene **Kaufkraftniveau** liegt bei 101,7 und damit auf einem leicht überdurchschnittlichen Niveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100,0).⁵

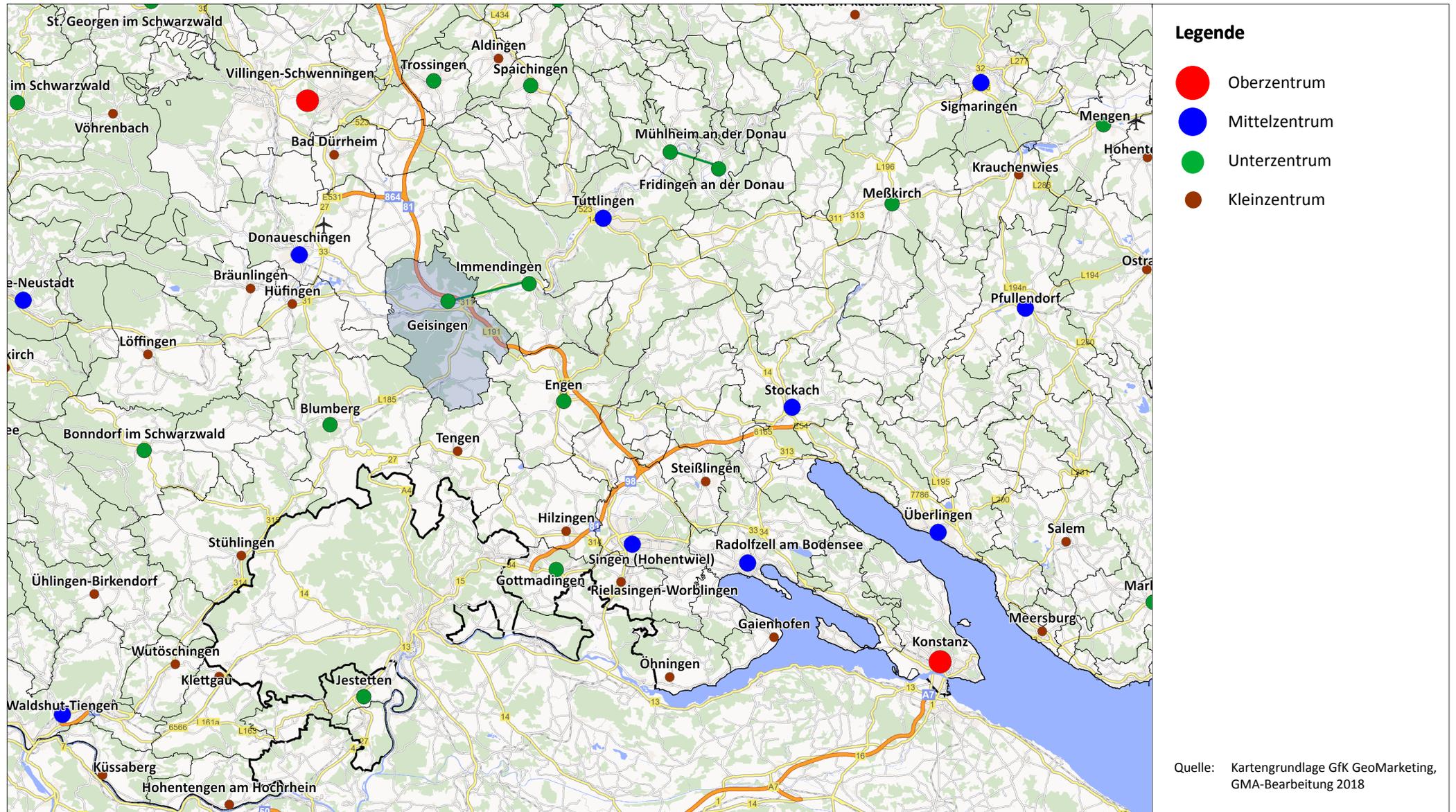
² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Vorausschätzung bis 2035 mit Wanderungen; Für 2014 Daten der Bevölkerungsfortschreibung zum 31.12.; für die weiteren Jahre Ergebnisse der Hauptvariante der regionalen Bevölkerungsvorausschätzung (Basis 2014).

³ u. a. Wohngebiet „Große Breite Süd“, Wohnbauprojekt „Alte Gärtnerei“.

⁴ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2017.

⁵ Quelle: MB Research, 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Karte 1: Lage von Geisingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



3. Mikrostandort „DANUVIA81 Nord“

Der **Planstandort** von Zweirad Joos liegt im **Industrie- und Gewerbegebiet DANUVIA81**, welches derzeit im Umfeld des ehemaligen Zementwerk-Areals der Fa. Holcim im Osten der Kernstadt Geisingen erschlossen wird. Das ca. 25 ha große Gebiet befindet sich in verkehrsgünstiger Lage in direkter Nähe zum Autobahnzubringer zur BAB 81. Das Unternehmen Zweirad Joos möchte im östlichen Teil von DANUVIA81 Nord ein Logistikzentrum mit Lagerverkauf errichten.

Das **Plangrundstück** befindet sich zwischen der südlich verlaufenden Tuttlinger Straße sowie der nördlich verlaufenden BAB 81. Auf einer Grundfläche von ca. 4.000 m² mit Erweiterungsfläche⁶ soll ein mehrstöckiges Gebäude entstehen, welches Verkaufs-, Lager- und Montageflächen der Fa. Zweirad Joos aufnehmen soll. Das Industrie- und Gewerbegebiet ist bisher zu großen Teilen noch unbebaut, im direkten Standortumfeld haben sich bereits einzelne Firmen angesiedelt, darunter die BE-Aluschmiede südlich des Vorhabenstandortes an der Tuttlinger Straße sowie die Hermes-Logistik-Gruppe, welche seit 2010 ein Paketumschlagzentrum am Standort DANUVIA81 betreibt. Zu den bereits ansässigen Firmen gehören weiterhin die Engesser GmbH sowie die Pajunk Medizintechnik, mit ca. 400 Beschäftigten größter Arbeitgeber Geisingens. Weitere Einzelhandelsbetriebe sind im Standortumfeld nicht ansässig.

In **verkehrlicher Hinsicht** ist der Standort durch eine ausgesprochene Gunstlage gekennzeichnet. Das Gebiet DANUVIA81 liegt strategisch günstig im Schnittpunkt der Nord-Süd-Verbindung BAB 81 (Stuttgart – Singen) und der Ost-West-Verbindung B 31, B 311 (Ulm – Freiburg). Die direkte Lage an der Bundesautobahn ermöglicht eine optimale Werbewirkung des Standortes. Über die Tuttlinger Straße bzw. die daran anschließende B 311 lässt sich der ca. 1,5 km entfernt liegende Autobahnanschluss Geisingen problemlos erreichen. Der Standort ist damit sowohl aus dem Bodenseeraum als auch aus Richtung Stuttgart kommend über die Autobahn sehr gut angebunden, aus dem Raum Tuttlingen sowie aus Richtung Freiburg kommend ist eine gute verkehrliche Erreichbarkeit über die B 31 und B 311 gegeben. Die Lage der Stadt Geisingen zwischen den Landkreisen Tuttlingen, Konstanz und dem Schwarzwald-Baar-Kreis bietet der Fa. Zweirad Joos somit optimale Bedingungen im Sinne eines Logistikstandortes.

Ein Anschluss an den **ÖPNV** erfolgt in einer Distanz von rd. 250 m, hier ist der Bushaltepunkt „DANUVIA“ (SGB Bus 48) anzuführen. Der Bahnhof Geisingen ist in einer Distanz von 1,1 km zu erreichen.

Aus **städtebaulicher Sicht** ist der Vorhabenstandort als dezentrale Lage einzustufen. Auch bezüglich der **regionalplanerischen Festlegungen des Regionalplans Schwarzwald-Baar-Heuberg** be-

⁶ Die Erweiterungsfläche könnte nach Angaben der Fa. Joos zukünftig Platz bieten für unterschiedliche Eventnutzungen, wie z. B. eine Trampolinhalle oder Gastronomie für Kunden, Besucher und Mitarbeiter.

findet sich der Standort außerhalb des integrierten Standortbereiches für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte bzw. außerhalb des Vorbehaltsgebietes für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte.

Foto 1: Planstandort „DANUVIA81 Nord“



Foto 2: Zufahrt Tuttlinger Straße



Foto 3: Standortumfeld



Foto 4: Standortumfeld



GMA-Aufnahmen 2018

Die Stadt Geisingen ist durch ein vielfältiges **Freizeit- und Tourismusangebot** gekennzeichnet, so dass sich für das Vorhaben von Zweirad Joos interessante Synergien ergeben können. Geisingen liegt am Donauradweg, einem der bekanntesten Fernradwege Europas. Mit dem Freizeitangebot „**DANUTERRA**“ hat die Donaustadt Geisingen vielfältige Sport- und Freizeiteinrichtungen aufzubieten (u. a. die Arena Geisingen als europaweit einmaliges Zentrum für Inline-Sport, Sport- und Tennisplätze, Reisemobil-Stellplatz mit Zugang zum Donauradweg).

Die wesentlichen **Eigenschaften des Planstandortes** sind wie folgt zusammenzufassen:

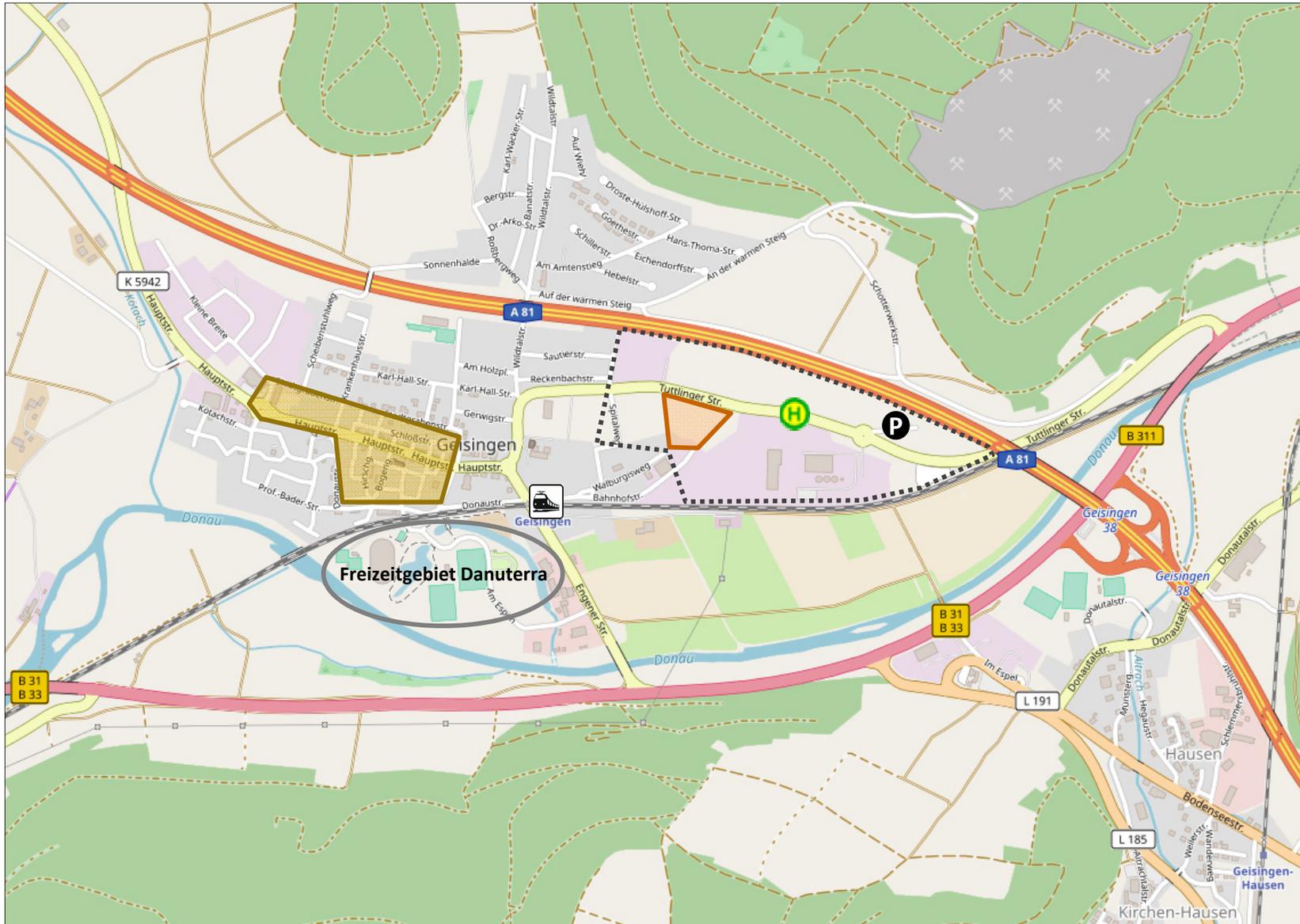
- /// Einstufung der Stadt Geisingen als Doppel-Unterzentrum
- /// hohe Verkehrsgunst, optimale örtliche als auch regionale verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an der BAB 81 (Stuttgart-Singen), B 31, B 311
- /// Anbindung an das ÖPNV-Netz, Bushaltestelle im nahen Umfeld
- /// Lage am Radfernweg Donauradweg

- /// günstige Grundstückseigenschaften (ebene Topografie, ausreichende Flächenkapazität, gute Erschließungsmöglichkeit)
- /// Synergieeffekte mit dem Freizeitgebiet DANUTERRA
- /// keine weiteren Einzelhandelsnutzungen im Standortumfeld
- /// städtebaulich dezentrale Lage.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Vorhabenstandort von Zweirad Joos zunächst nicht mit den Empfehlungen der **Regionalplanung** einhergeht. Als Standort für nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel, dem der geplante Fahrradhandel zuzuordnen wäre, ist eine Freifläche am östlichen Ortsausgang an der Tuttlinger Straße vorgesehen. Damit wurde auch durch die Regionalplanung ein verkehrsgünstiger Standort im Umfeld des Industrie- und Gewerbegebietes DANUVIA81 ausgewählt. Wenngleich es sich hierbei nicht um den Planstandort handelt, ist der Standort als vergleichbar einzustufen.⁷ Aus **Betreibersicht** ist der Standort für das Konzept von Zweirad Joos sehr gut geeignet. Für den Standort spricht insbesondere die verkehrliche Gunstlage, welche eine gute Erreichbarkeit aus allen Richtungen gewährleistet. Weitere Einzelhandelsbetriebe, von denen der geplante Fahrradfachmarkt im Sinne von Kopplungswirkungen profitieren könnte, sind im Standortumfeld nicht vorhanden. Synergieeffekte kann das Unternehmen Joos allerdings aus dem Freizeit- und Tourismusangebot in Geisingen ziehen.

⁷ Für die sogenannten Vorbehaltsgebieten besteht ein Abwägungsspielraum, d. h. mit der Festlegung von Ergänzungsstandorten für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ist im Gegensatz zu den Vorranggebieten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte kein gleichzeitiger Ausschluss an anderer Stelle verbunden.

Karte 2: Mikrostandort „DANUVIA81 Nord“



Legende

-  Planstandort
-  Gewerbe- und Industriegebiet DANUVIA81
-  Standort für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (VRG)(PS 2.7.2)*
-  Standort für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (VBG) (PS 2.7.2)*
-  Bushaltepunkt

* gemäß Fortschreibung des Regionalplans Schwarzwald-Baar-Heuberg Plansatz 2.7 Einzelhandelsgroßprojekte

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2018

II. Grundlagen und Projektbeschreibung

1. Ausgewählte Marktdaten zum Fahrradeinzelhandel

Der **Fahrradhandel** weist in Deutschland noch überwiegend traditionelle Vertriebsformen auf. Fahrräder werden häufig von Fachhändlern, Spezialanbietern (z. B. für Mountainbikes) angeboten, die über Einkaufsverbände organisiert sind.⁸ Filialisierte Großvertriebsformen sind im Fahrradhandel eher die Ausnahme. Sie sind häufig in Großstädten bzw. an regionalen Fachmarktstandorten angesiedelt. Als Betreiber sind beispielsweise B.O.C., Bikemax, Fahrrad XXL oder Stadler zu nennen. Fahrräder werden darüber hinaus v. a. in den Sommermonaten auch in Baumärkten, großen SB-Warenhäusern, Sportfachmärkten und -kaufhäusern (z. B. Sport Scheck, Karstadt Sport, Intersport) offeriert.

Wesentlicher Vertriebsweg sind klassischer Weise die Fachgeschäfte und Fachmärkte. Während der Onlinehandel Marktanteile gewinnt, verlieren SB-Warenhäuser, Baumärkte, etc. im Fahrradhandel eher an Bedeutung.

Tabelle 2: Anteile der Vertriebswege im Fahrradbereich in Deutschland

Vertriebsweg	2013	2014	2015	2016	2017
Fachhandel / Fachmarkt	70 %	70 %	69 %	69 %	68 %
SB-Warenhaus, Baumärkte, LEH ¹	20 %	19 %	18 %	16 %	13 %
Onlinehandel	10 %	11 %	13 %	15 %	19 %

¹ LEH = Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Zweirad-Industrie-Verband: Zahlen – Daten – Fakten zum Deutschen Fahrrad- und E-Bike-Markt 2018

Der **Absatz an Fahrrädern und E-Bikes** lag 2017 nach Angaben des Zweirad-Industrie-Verbandes (ZIV) mit insgesamt 3,85 Mio. Einheiten unter dem Vorjahreszeitraum. Gründe hierfür sind zum einen der bereits hohe Bestand von insgesamt rd. 73 Mio. Fahrrädern in Deutschland, damit besitzen über 80 % der Haushalte mindestens ein Fahrrad. Zum anderen werden die Produkte immer hochwertiger und damit auch haltbarer gefertigt. 2018 profitierte die deutsche Fahrradindustrie von den hervorragenden Witterungsverhältnissen. Im ersten Halbjahr konnten bereits ca. 2,64 Mio. Fahrräder und E-Bikes verkauft werden, ein Plus von 6 % im Vergleich zum Vorjahr.

Der Trend zum Fahrradfahren ist nach wie vor ungebrochen. Der Kunde ist bereit, mehr Geld für ein Fahrrad zu investieren, dies zeigt sich auch darin, dass die Verkäufe im unteren Preiseinstiegssegment z. B. durch SB-Warenhäuser, Baumärkte, Discounter etc. rückläufig sind.

⁸ Die ZEG (Zweirad Experten Gruppe) ist nach eigenen Angaben Europas größte Zweirad-Einkaufsgenossenschaft (Verbund von 960 unabhängigen Fahrrad-Fachhändlern). Quelle: www.zeg.de.

Bezogen auf den gesamten Einzelhandel mit Fahrrad, E-Bike, Fahrradteilen und Zubehör wurde 2017 ein Gesamtumsatz von ca. 5,4 Mrd. € erwirtschaftet.⁹ Das E-Bike ist erneut Wachstumstreiber der Branche. Nicht zuletzt aufgrund des wachsenden E-Bike-Marktes rechnet der ZIV damit, dass der Umsatz mit Fahrrädern, E-Bikes, Komponenten und Zubehör auch im Jahr 2018 steigen wird.

Der Absatz mit **E-Bikes** wächst weiter kräftig. Für das das Jahr 2018 rechnet die Branche mit einem Verkauf von ca. 850.000 E-Bikes über den Handel. Dies wäre ein Plus von ca. 18 % gegenüber dem Jahr 2017. Der steigende Anteil an E-Bikes, überwiegend aus dem höherpreisigen Segment, hat auch zu einer Erhöhung des durchschnittlichen Verkaufspreises pro Fahrrad geführt. Über sämtliche Vertriebswege hinweg lag der durchschnittliche Verkaufspreis für ein Fahrrad (inkl. E-Bike) bei rd. 698 €. Zwischenzeitlich hat der Elektroantrieb in fast allen Modellgruppen Einzug gehalten. Die Kategorie E-Citybike und E-Trekkingbike ist mit rd. 75 % anteilmäßig am größten, die Modellgruppe E-Mountainbike liegt bereits bei rd. 21 %.

Während der traditionelle, meist spezialisierte Fachhandel Verkaufsflächen von rd. 100 – 300 m² belegt, ist die Mindestgröße von Fachmärkten bei etwa 400 m² anzusetzen. Die Großvertriebsformen erreichen nicht selten sogar Verkaufsflächen von 3.000 – 5.000 m². Je nach Betriebstyp schwanken auch die **Flächenproduktivitäten** deutlich. Nach Erfahrungswerten liegen diese im Fachhandel bei ca. 2.600 – 3.600 € / m² VK p. a., bei den Fachmärkten bei rd. 2.100 – 2.900 € / m² VK p. a.¹⁰

Das **Sortiment** der Fahrradfachgeschäfte und –fachmärkte geht meist über das Kernsortiment hinaus. Neben Fahrrädern, Fahrradteilen und Zubehör führen die Anbieter i. d. R. auch rad-sportspezifische Sportbekleidung und Accessoires sowie oftmals Heimспортgeräte in ihrem Sortiment.

2. Konzept Zweirad Joos

2.1 Zweirad Joos – Firmenportrait

Das **Unternehmen Zweirad Joos** mit Sitz in Radolfzell am Bodensee betreibt derzeit fünf Filialen an vier Standorten, darunter das Hauptgeschäft sowie ein E-Bike Center am Stammsitz in Radolfzell, Fahrradlagerverkauf in Konstanz bzw. Gottmadingen sowie das E-Bike Center in FN-Immenstaad. Den Grundstein für das heutige Unternehmen legten Adolf und Hannelore Joos im Jahr 1963 mit der Eröffnung eines Fahrradfachgeschäftes in Radolfzell. Seit 1997 wird das Familienunternehmen in zweiter Generation geführt. Mit über 2.000 m² Verkaufsfläche im Hauptgeschäft

⁹ Zweirad-Industrie-Verband (ZIV): Pressemitteilung zum Fahrradmarkt 2017.

¹⁰ Vgl. Struktur- und Marktdaten 2017, die im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie erarbeitet wurden.

und 500 m² E-Bike Center in Radolfzell gehört Zweirad Joos zu den größten Fahrradhändlern im Bodenseeraum und beschäftigt rd. 130 Mitarbeitern. Geführt wird das komplette Fahrradsortiment (u. a. Trekking – und Crossräder, MTB, Citybikes, Urban-Bikes, Rennräder, Kinder- und Jugendräder, E-Bikes) sowie Radbekleidung und Fahrradzubehör. Verkauft werden jährlich rd. 10.000 Fahrräder, jedes Dritte davon ist nach Angaben des Unternehmens bereits ein E-Bike.

Zweirad Joos setzt erfolgreich auf die sog. „**Multichannel-Strategie**“, d. h. neben dem stationären Vertrieb bietet der Zweiradhändler seine Produkte über den benutzerorientierten Online-Shop www.fahrradlagerverkauf.de zum Verkauf. Das Unternehmen ist bereits 2005 mit einem eigenen Online-Shop (zunächst über Ebay) an den Start gegangen und hat sich damit bereits früh zu einem Multi-Channel-Händler weiterentwickelt.¹¹ Ziel war es, mit dem Onlineshop den stationären Handel zu stärken und zu ergänzen.

Mit der Eröffnung des **Logistikzentrums in Gottmadingen** im Jahr 2013 (über 5.000 m² Geschäftsfläche und über 8.000 (E)-Bikes auf Lager) konnte ein weiterer wichtiger Schritt in der Geschäftsentwicklung gegangen werden. Das Logistikzentrum dient der schnellen Abwicklung (Wareneingang, Lager, Versand an den Kunden).

Im Jahr 2015 wurde der Online-Shop nochmals neu gestaltet. Neben einem ansprechenden Design zeichnet sich die Website durch technische Erneuerungen, darunter eine erweiterte Such- und Filterfunktion aus. Mit Hilfe des Cross-Channel-Tool „**Click & Collect**“ hat der Kunden die Möglichkeit das gesamte Sortiment (rd. 12.000 Produkte) bequem von zu Hause aus **online zu recherchieren und zu kaufen**. Die Abholung der Ware erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt in einem der stationären Ladengeschäfte. Die Vorteile des Systems sind vielfältig, so entfallen z. B. die Versandkosten, die üblicherweise beim Onlinehandel entstehen. Der Kunde entscheidet zudem selbst, wann er die Ware abholt und ist nicht an Liefertermine gebunden. Darüber hinaus kann er die bereits gekaufte Ware vor Ort testen sich fachlich beraten lassen bzw. zusätzliche Serviceangebote in Anspruch nehmen.

Parallel zum stetig wachsenden Online-Geschäft wächst an den Standorten von Zweirad Joos auch der Platzbedarf an sog. „**Hybridflächen**“, die der Betreuung und Neugewinnung von Click & Collect Kunden dienen.

¹¹ Zweirad Joos hat für das richtungsweisende Konzept im vergangenen Jahr den „Zukunftspreis Handel“ erhalten, welcher jährlich vom Handelsverband Baden Württemberg und dem Wirtschaftsministerium an innovative Handelskonzepte vergeben wird.

Foto 5: Hauptgeschäft Radolfzell



Quelle: Zweirad Joos

Foto 6: E-Bike Center FN-Immenstaad



Foto 7: Online-Shop



Quelle: Zweirad Joos

Foto 8: Click & Collect



Das **Leistungsspektrum** von Zweirad Joos umfasst neben dem Verkauf von Fahrrädern und fahrradbezogenem Zubehör auch vielfältige Service- und Dienstleistungsangebote, hierzu gehören:

- /// **Meister-Fachwerkstätten** (Reparaturen in einer der vier Werkstätten)
- /// **Fahrradverleih** an den Standorten Radolfzell und FN-Immenstaad (über 390 hochwertige Leihräder, darunter 90 E-Bikes)
- /// **Telefonische E-Bike-Beratung**¹²
- /// **„Joos Akademie“** (u. a. Vorträge, Schulungen, Werkstattkurse, Fahrradtechnikkurse, wöchentliche Rennrad-, MTB- und E-Bike Ausfahrten)
- /// **„Joos Events“** (u. a. MTB-, Segway-, SUP-Touren, Klettererlebnis)
- /// **Gebrauchtradbörse.**

12

In der kostenlosen E-Bike Beratung erfahren die Kunden alles über die unterschiedlichen Modelle, Antriebe, Systeme, Akkus u.v.m. Der Beratungstermin wird online gebucht, der Fachberater ruft den Kunden dann zu dem gewählten Termin unter der angegebenen Telefonnummer an.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Unternehmen Zweirad Joos in den vergangenen Jahren erfolgreich seine Multichannel-Vertriebsstrategie aufgebaut hat. Vielfältige Dienstleistungsangebote (u. a. Werkstattservice, Joos-Akademie, Joos Events, Fahrradverleih) sind hinzugekommen. Der neue Standort in Geisingen soll dazu beitragen, die innerbetrieblichen Abläufe weiter zu verbessern. In dem geplanten Gebäude sollen alle Funktionen wie Service, Dienstleistungen und Lager gebündelt werden. Ein Fahrradlagerverkauf soll das Angebot am Standort Geisingen abrunden.

3. Zweirad Joos Geisingen – Betriebsbeschreibung und Sortimentskonzept

3.1 Betriebsbeschreibung

Der neue Standort von Zweirad Joos lässt sich in folgende Funktionsbereiche unterteilen (vgl. auch nachfolgende Tabelle 3):¹³

- /// **Zentrallager:** Das Logistik- und Zentrallager verteilt sich auf vier Ebenen und dient der Lagerung von bis zu 15.000 Fahrrädern. Die große Lagereinheit dient dazu, Fahrräder, Komponenten und Zubehör in großem Umfang vorrätig zu halten. Hierdurch können lange Lieferzeiten für den Kunden begrenzt werden. Darüber hinaus werden aus dem Zentrallager die Filialen von Zweirad Joos beliefert.
- /// **Manufaktur und Neuradmontage:** Dieser Bereich dient dem Wareneingang und dem Versand der Ware.
- /// **Lagerverkauf:** Der stationäre Lagerverkauf ist dem Kunden zugänglich und dient dazu Verkaufsabschlüsse zu fördern. **Somit ist diese Fläche als Verkaufsfläche im planungsrechtlichen Sinne einzustufen.** Neben dem Kernsortiment u. a. Fahrrädern, E-Bikes, und Fahrradersatzteile (u. a. Lenker, Sattel, Beleuchtung etc.), werden fachmarkttypische Randsortimente (u. a. Fahrradzubehör, Fahrradtaschen, Fahrradbekleidung, Fahrradschuhe) im Lagerverkauf angeboten.
- /// **Bürofläche:** Der Bereich dient der Abwicklung des Online-Handels sowie zur Bearbeitung der Reklamationen. Auf der Bürofläche werden des Weiteren ein Fotostudio für den Online-Shop sowie ein Cave zur Videoberatung untergebracht.
- /// **Lager für Abholer:** Mit der Funktion „Click & Collect“ hat der Kunde die Möglichkeit die Produkte online zu recherchieren, zu kaufen und die Ware zu einem späteren Zeitpunkt am Standort Geisingen bzw. in einer der Filialen von Zweirad Joos abzuholen. Der eigentliche Verkaufsabschluss erfolgt nicht auf der stationären Handelsfläche, als Point-of-Sale dient der Online-Shop „Fahrradlagerverkauf.de“. Für die spätere Bewertung des Vorhabens in Geisingen bleibt festzuhalten, dass die für die Abwicklung des Onlinehandels vorgesehene Fläche (Lager für Abholer Click & Collect) nicht als Verkaufsfläche

¹³ Betriebsbeschreibung gemäß Angaben der Fa. Zweirad Joos.

gewertet wird, da der Kauf bereits vorab im Internet getätigt wurde. Der Kunde bekommt das von ihm erworbene Fahrrad oder E-Bike lediglich vor Ort ausgehändigt, es wird ggf. auf ihn angepasst, zudem hat er die Möglichkeit das Fahrrad Probe zu fahren.

/// **Werkstatt:** Hier kann der Kunde Service- und Reparaturarbeiten durchführen lassen.

Darüber hinaus steht den Kunden am Standort Geisingen eine **Indoor-Teststrecke (ca. 700 m)** zur Verfügung. Hier können die Fahrräder und E-Bikes vor Ort getestet werden. Verschiedene Steigungen und Untergründe dienen dazu, die Räder entsprechend ihrem Einsatzzweck Probe zu fahren.

Tabelle 3: Funktionsbereiche im Gebäude von Zweirad Joos in Geisingen

Flächen im Gebäude	Fläche in m ²	Anteil in %
Zentrallager	8.600	62
Manufaktur und Neuradmontage	2.000	14
Lagerverkauf (Verkaufsfläche)	1.800	13
Bürofläche	575	4
Lager für Abholer Click & Collect	527	4
Werkstatt	400	3
Zweirad Joos	13.902	100

GMA-Zusammenstellung 2018 nach Angaben der Fa. Zweirad Joos

Der in Geisingen geplante Standort der Fa. Zweirad Joos wird eine Nutzfläche von rd. 14.000 m² aufweisen. Hiervon entfallen

/// **ca. 1.800 m²** (bzw. rd. 13 %) auf den Lagerverkauf (= untersuchungsrelevante Verkaufsfläche im eigentlichen Sinne¹⁴)

/// **ca. 12.100 m²** (bzw. rd. 87 %) auf sonstige Flächen (u. a. Zentrallager, Manufaktur und Neuradmontage, Büroflächen, Flächen zur Abwicklung des Onlinegeschäfts, Lager für Click & Collect Kunden, Fahrradservice & Werkstatt etc.).

Ein Blick auf die **Personalstruktur** zeigt, dass von den 46 Angestellten am Standort Geisingen nur 7 Mitarbeiter bzw. 15 % im Verkauf tätig sein werden. Sie betreuen parallel hierzu die Click & Collect Kunden sowie das Leasing Geschäft. Ein Großteil der Mitarbeiter wird in der Produktion und Neuradmontage, im Büro (Abwicklung des online-Handels) bzw. für handwerkliche Dienstleistungen eingesetzt. Bereits an dieser Stelle lässt sich feststellen, dass das Vorhaben in Geisingen in erster Linie dazu dient, die verschiedenen Funktionen und Aufgaben (Service, Dienstleis-

¹⁴ Die Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Fläche der Warenpräsentation, Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Nicht zur Verkaufsfläche zählen reine Lagerflächen. Die Montage- und Reparaturwerkstätten sind ebenfalls nicht der Verkaufsfläche zuzuordnen, da sie nicht von den Kunden betreten werden können.

tungen und Lager) des Unternehmens Joos am neuen Standort zu bündeln. Der stationäre Lagerverkauf wird in einer klar untergeordneten Form stattfinden. Hierfür spricht zum einen der geringe Flächenanteil (rd. 13 % der Gesamtfläche) als auch die Personalstruktur am Standort.

Tabelle 4: Personalstruktur Zweirad Joos in Geisingen

Arbeitsplätze	Anzahl der Mitarbeiter	Anteil in %
Produktion und Neuradmontage	14	30
Verkäufer	7	15
Mechaniker	5	11
Büro Online-Shop	5	11
Wareneingang	4	9
Ausfahrten (Auslieferung, Same Day delivery Bulls, Entsorger)	3	7
Lagerist	2	4
Fahrer	2	4
Versand	2	4
Event	1	2
Reklamation	1	2
Mitarbeiter insgesamt	46	100

GMA-Zusammenstellung 2018 nach Angaben der Fa. Zweirad Joos

3.2 Sortimentskonzept des geplanten Lagerverkaufs

Der geplante Lagerverkauf deckt im Wesentlichen das für einen Fahrradfachmarkt typische Sortiment ab, wobei der Verkaufsflächenschwerpunkt auf das Kernsortiment, d. h. Fahrräder, E-Bikes, Fahrradersatzteile, Fahrradanhänger und großteilige Sportartikel (Heimsportgeräte) entfällt. Darüber hinaus werden fachmarkttypische Randsortimente u. a. Fahrradzubehör, spezielle Fahrradbekleidung (u. a. Trikots, Fahrradhosen, Fahrradschuhe) sowie ergänzende Sortimente (u. a. Fachzeitschriften, Radkarten, Nahrungsergänzungsmittel etc.) angeboten.

Gemäß **Sortimentsliste** des Regionalplan Schwarzwald-Baar-Heuberg handelt es sich beim Kernsortiment Fahrräder um ein **nicht zentrenrelevantes Sortiment**. Auch die weiteren fachmarkttypischen Randsortimente wie Fahrradzubehör und Fahrradbekleidung können als nicht-zentrenrelevante Sortimente eingestuft werden, da sie in enger Verbindung zu Fahrrädern stehen und damit speziell auf den Radfahrer zugeschnitten sind. Durch die Funktionalität und besondere Beschaffenheit finden diese Artikel im Alltag abseits des Radsports keine Verwendung.

Als **zentrenrelevante Sortimente** sind hingegen Nahrungsergänzungsmittel, Fachzeitschriften, Radkarten etc. zu bewerten (vgl. Tabelle 5). Diese Sortimente werden im geplanten Lagerverkauf jedoch auf einer deutlich untergeordneten Fläche (26 m² bzw. rd. 1 %) angeboten.

Folgende **Sortimentsstruktur** ist am Standort Geisingen vorgesehen:

Tabelle 5: Sortimentsstruktur des geplanten Lagerverkaufs in Geisingen

Sortiment	Verkaufs- fläche in m ²	Anteil in %
Kernsortiment (nicht zentrenrelevante Sortimente)		
- Fahrräder (Trekking-MTB-Kinder-Jugend-Rennräder-Tandem)	680	38
- E-Bikes (City-Trekking-MTB-Rennrad-Tandem-Faltrad etc.)	750	42
- E-Roller bis 45 km/h	20	1
- E-Trikes	50	3
- Fahrradersatzteile	62	3
- Fahrradhelme	9	1
- Fahrradbeleuchtung	8	< 1
- Fahrradanhänger	3	< 1
- Kinderanhänger	6	< 1
- Heimспорт großteilige Sportartikel	5	1
Summe	1.597	89
Fachmarkttypische Randsortimente (nicht zentrenrelevante Sortimente)		
- Fahrradzubehör	93	5
- Fahrradtaschen	9	1
- Fahrradschuhe	9	1
- Fahrradtrikot	31	2
- Fahrradhosen	31	2
- Fahrradbrillen	2	< 1
- Einräder	2	< 1
Summe	177	10
Fachmarkttypische Randsortiment (zentrenrelevante Sortimente)		
- Outdoor Regenjacken	9	< 1
- Nahrungsergänzungsmittel	2	< 1
- Fachzeitschriften	2	< 1
- Radkarten	1	< 1
- Caps, T-Shirts	2	< 1
- Alu Scooter, Kickboards	10	< 1
Summe	26	1
Verkaufsfläche gesamt	1.800	100

GMA-Darstellung 2018 nach Angaben der Fa. Zweirad Joos

Insofern handelt es sich bei dem geplanten Lagerverkauf von Zweirad Joos eindeutig um einen **Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment**, in welchem zentrenrelevante Randsortimente gemäß Sortimentsliste des Regionalplans Schwarzwald-Baar-Heuberg nur eine deutlich untergeordnete Rolle spielen (1 %).

Bei der Frage der Zentrenrelevanz von Fahrrädern sind jedoch unabhängig von der regional-planerischen Einordnung bei der späteren Ermittlung der Auswirkungen die betroffenen Städte und Gemeinden individuell zu bewerten. Das **Sortiment Fahrräder und Zubehör** ist nicht grundsätzlich und eindeutig den zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten

zuzuordnen. Hier sind die Sortimentslisten der betroffenen Kommunen im Untersuchungsraum maßgeblich. Nachfolgend Tabelle gibt hierzu einen kurzen Überblick:

Tabelle 6: Einstufung des Sortiments Fahrräder und Zubehör gemäß Kommunalen Einzelhandelskonzepten

Kommune	Einstufung gemäß kommunalem Einzelhandelskonzept	Quelle
Oberzentrum Villingen-Schwenningen	nicht zentrenrelevant	Büro Dr. Acocella 2011
Mittelzentrum Tuttlingen	nicht zentrenrelevant	GMA 2015
Mittelzentrum Rottweil	nicht zentrenrelevant	CIMA 2014
Mittelzentrum Donaueschingen	zentrenrelevant	Büro Dr. Acocella 2014
Mittelzentrum Singen	nicht zentrenrelevant	GMA 2012
Mittelzentrum Radolfzell	zentrenrelevant	CIMA 2009

GMA-Zusammenstellung 2018

III. Einzugsgebiet und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

1. Einzugsgebiet des Vorhaben

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort gerechnet werden kann. Das Einzugsgebiet lässt sich darüber hinaus ggf. weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Standort zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

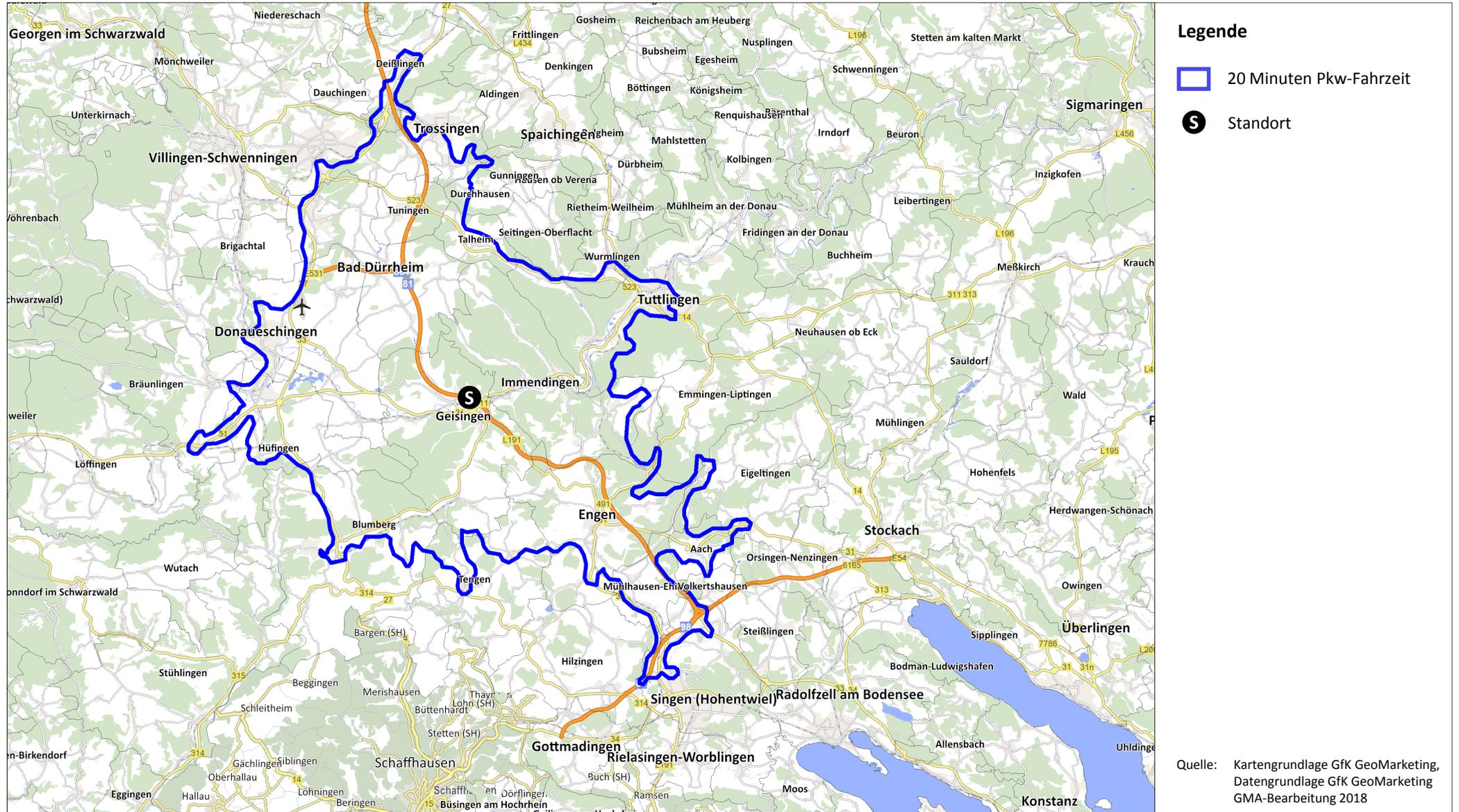
- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Betreiber, Dimensionierung und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Geisingen bzw. im Untersuchungsraum.

In Anbetracht der Tatsache, dass es sich bei Zweirad Joos um einen stark spezialisierten Anbieter handelt, in Verbindung mit dem Online-Handel (Click & Collect), kann der geplante Fahrradlagerverkauf ein Kundeneinzugsgebiet erschließen, welches weit über die Stadt Geisingen hinaus reicht. Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für das Vorhaben von Zweirad Joos folgendes Einzugsgebiet abgrenzen (vgl. Karte 3):

- /// Der Fahrradfachmarkt der Fa. Joos kann ein Einzugsgebiet erschließen, welches Kommunen in einer **Distanz von mind. 20 PKW-Fahrminuten** einschließt. Damit sind die benachbarten Mittelzentren Donaueschingen und Tuttlingen, aber auch weitere Kommunen im Umland (u. a. Hüfingen, Bad Dürkheim) mit in die Betrachtung einzubeziehen. Partielle Überschneidungen werden sich außerdem mit dem Oberzentrum Villingen-Schwenningen und Rottweil sowie in südlicher Richtung mit Singen ergeben.

Insofern lässt sich bereits an dieser Stelle festhalten, dass der geplante Fahrradfachmarkt ein Einzugsgebiet erschließen wird, welches deutlich über den Nahbereich des Doppel-Unterzentrums Geisingen-Immendingen hinausgeht.

Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Fahrradfachmarktes



2. Projektrelevante Wettbewerbssituation

Zur Bewertung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum wurde im September 2018 eine Vor-Ort-Erhebung der projektrelevanten Wettbewerber durch GMA-Mitarbeiter durchgeführt. Als Wettbewerber gelten im vorliegenden Fall grundsätzlich alle Betriebe, in denen die Sortimente Fahrrad, E-Bike und Zubehör angeboten werden. Dabei ist aufgrund der Planungen in Geisingen davon ausgegangen, dass der Anbieter Zweirad Joos insbesondere in Wettbewerb mit Anbietern des gleichen Betriebstyps (= Fahrradfachmärkte) treten wird. Der spezialisierte Fahrradfachhandel wird hingegen in untergeordneter Form betroffen sein. Bei den kleineren Anbietern steht häufig der Service in den Reparaturwerkstätten im Vordergrund, während die Flächen, auf denen Fahrräder zum Verkauf angeboten werden, nur eine nachgeordnete Position einnehmen. Einige Anbieter sind zudem stark spezialisiert bzw. auf einzelne Fahrradtypen oder –marken ausgerichtet.

2.1 Fahrradhandel

Der Fahrradfachmarkt wird wie o. a. ein Einzugsgebiet erschließen, welches weit in die Region ausstrahlt, entsprechend tritt das Vorhaben in Wettbewerb mit zahlreichen anderen großflächigen Fachmärkten (u. a. Tuttlingen, Rottweil, Villingen-Schwenningen, Singen). Zudem möchte Zweirad Joos mit dem neuen Standort in Geisingen sein Hauptgeschäft in Radolfzell entlasten. Ergebnisse einer Kundenerfassung am Stammsitz in Radolfzell bzw. in den Filialen in Gottmadingen, Konstanz und FN-Immenstaad zeigen, dass der Fahrradspezialist einen großen Kundenkreis erschließt, der weit in die Region sowie in die benachbarte Schweiz ausstrahlt.¹⁵ Ein Teil des am neuen Standort in Geisingen generierten Umsatzes wird daher auch gegenüber bereits bestehenden Filialen von Zweirad Joos (insbesondere in Radolfzell und Gottmadingen) umverteilungswirksam werden.

Darüber hinaus sind folgende **strukturprägenden Wettbewerber** im Untersuchungsraum anzuführen:

- /// **Zweirad-Center Nerz**, Tuttlingen, Ludwigstaler Straße, dezentrale Lage
- /// **Fahrrad Center Singer**, Villingen-Schwenningen, Schonacher Straße, dezentrale Lage
- /// **Fahrrad Kaiser**, Rottweil, Balingen Straße, Streulage außerhalb der Innenstadt
- /// **Radwelt Meßmer**, Rottweil, Tuttlinger Straße, dezentrale Lage
- /// **Fahrradhaus und E-Bike Center Stroppa**, Singen, Friedinger Straße, Streulage außerhalb der Innenstadt

¹⁵ Dabei werden von den Kunden durchaus Fahrzeiten von einer Stunde akzeptiert.

/// **Fahrrad Graf**, Gottmadingen, Zeppelinstraße, dezentrale Lage.

Das Zweirad-Center Nerz im **Mittelzentrum Tuttlingen** ist aufgrund der Nähe zum Standort als wichtigster Wettbewerber zum Vorhaben einzustufen. Neben dem Verkauf von Fahrrädern und E-Bikes führt der Fahrradspezialist ein ebenso vielfältiges Sortiment (u. a. Fahrradbekleidung, Ersatzteile und Fahrradzubehör) und bietet Wartungs- und Reparaturarbeiten in der angeschlossenen Werkstatt an. Der Anbieter Nerz ist als besonders leistungsfähig einzustufen und konnte zuletzt mit dem Komplettumbau und der Erweiterung seiner Verkaufsfläche (u. a. Ausbau der E-Bike Abteilung) weiter an Attraktivität gewinnen.

Darüber hinaus finden sich Wettbewerber im **Oberzentrum Villingen-Schwenningen** (insgesamt 5 Anbieter für Fahrräder, darunter das Fahrrad-Center Singer als großflächiger Fachmarkt in dezentraler Lage). Im **Mittelzentrum Singen** ist das Fahrradhaus Stroppa (mit E-Bike Center) als direkter Wettbewerber zum Vorhaben anzuführen. Im **Mittelzentrum Rottweil** sind mit Fahrrad Kaiser bzw. der Radwelt Meßmer ebenfalls größere Fahrradfachmärkte ansässig.

Mit Blick auf die **Standortlage** der größeren Fahrradanbieter lässt sich festhalten, dass **alle wichtigen Wettbewerber außerhalb der Innenstädte** angesiedelt sind. Unabhängig von der Einstufung des Sortimentes in den jeweiligen Einzelhandelskonzepten der betroffenen Städte, ist dies ein eindeutiges Indiz dafür, dass sich entsprechende Konzepte in innerstädtischen Lagen aufgrund ihrer spezifischen Flächenanforderungen nicht realisieren lassen. Die Auswirkungen des Vorhabens in Geisingen können quantitativ durchaus beachtlich ein, innerstädtische Lagen sind jedoch kaum oder gar nicht betroffen.

Darüber hinaus sind im Untersuchungsraum zahlreiche **klein- und mittelflächige Fachgeschäfte** vorhanden (vgl. Tabelle 8). Wie bereits an anderer Stelle angeführt, werden diese Anbieter allerdings nur in deutlich untergeordneter Form vom Vorhaben tangiert.

Tabelle 7: Wettbewerber im Fahrradsegment im Untersuchungsraum

Ort	Name	Adresse	Format*	Lage
Bräunlingen	Renz Radsport	Zähringerstraße	mittel	Ortsmitte
Donaueschingen	Vogt's BIKEnRIDE	Käferstraße	klein	Streulage
Donaueschingen	Radcenter Rothweiler	Max-Egon-Straße	mittel	ZVB Innenstadt**
Engen	SellVelo	Am Maxenbuck	klein	Streulage
Gottmadingen	Hegau-Bike-Shop	Edelweißstraße	klein	Ortsmitte
Gottmadingen	bike-store	Hauptstraße	klein	Ortsmitte
Gottmadingen	Fahrrad Graf	Zeppelinstraße	groß	dezentrale Lage
Gottmadingen	Joos Lagerverkauf	Industriepark	groß	dezentrale Lage
Hilzingen	Biber Radsporttechnik	Hombollstraße	klein	Streulage
Hilzingen	Serpentine Velosport	Untere Gießwiesen	klein	dezentrale Lage
Hüfingen	zweiradhug	Wutachstraße	klein	Streulage
Hüfingen	zweiradhug	Hauptstraße	klein	ZVB Innenstadt**
Löffingen	Almis Fahrradlädle	Maienlandstraße	klein	Streulage
Radolfzell am Bodensee	Zweirad Mees	Höllturm-Passage	mittel	Innenstadt
Radolfzell am Bodensee	Zweirad Joos	Schützenstraße	groß	Innenstadt
Radolfzell am Bodensee	Joos E-Bike-Center	Tegginger Straße	mittel	Innenstadt
Rielasingen-Worblingen	Radhaus Arlen	Eichendorffstraße	klein	Streulage
Rielasingen-Worblingen	Bikercycle	Kirchgasse	klein	Streulage
Rottweil	Fahrrad Kaiser	Balinger Straße	groß	Streulage
Rottweil	Radwelt Meßmer	Tuttlinger Straße	groß	dezentrale Lage
Rottweil	Bikebox	Stuttgarter Straße	mittel	dezentrale Lage
Seitingen-Oberflacht	Zweirad Ross	Tuttlinger Straße	klein	Streulage
Singen (Hohentwiel)	Fahrradhaus Stroppa	Friedinger Straße	groß	Streulage
Singen (Hohentwiel)	E-Bike Center Stroppa	Friedinger Straße	mittel	Streulage
Singen (Hohentwiel)	Zweirad Schäfer	Industriestraße	klein	dezentrale Lage
Singen (Hohentwiel)	Radsportthau Schulz	Am Bühl	klein	Streulage
Trossingen	Roland Ilg Zweiräder	Ernst-Haller-Straße	mittel	Streulage
Tuttlingen	Zweirad Center Nerz	Ludwigstaler Straße	groß	dezentrale Lage
Tuttlingen	Radelwelt M. Baier	Goethestraße	klein	Streulage
Tuttlingen	Zweirad Dangelmaier	Oberamteistraße	klein	ZVB Innenstadt*
Villingen-Schwenningen	Fahrrad Center Singer	Schonacher Straße	groß	dezentrale Lage
Villingen-Schwenningen	Tour Räder für's Leben	Neuer Markt	mittel	dezentrale Lage
Villingen-Schwenningen	Ulli Rottlers Pedal	Niederwiesenstraße	mittel	Streulage
Villingen-Schwenningen	Fahrrad Rasmus	Rottweiler Straße	klein	Streulage
Villingen-Schwenningen	Fleig Bike	Klosterring	klein	Streulage

* Kleines Format: bis 200 m²; mittleres Format: 200 – 799 m²; großes Format: ab 800 m² VK

** Abgrenzung gemäß Kommunalem Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Darüber hinaus treten die Sportanbieter im Untersuchungsraum in untergeordneter Form in Wettbewerb mit dem Vorhaben (Stichwort: Randsortimente). Die nachfolgende Tabelle stellt die wesentlichen Wettbewerber im Untersuchungsraum zusammen:

Tabelle 8: Wettbewerber im Sportsegment im Untersuchungsraum

Ort	Name	Adresse	Format*	Lage
Bad Dürrenheim	Intersport Stähle	Schwenninger Straße	groß	dezentrale Lage
Donaueschingen	Intersport Denzer	Hagelrainstraße	groß	Streulage
Donaueschingen	Sport Outlet	Max-Egon-Straße	mittel	Innenstadt
Hüfingen	Intersport Denzer	Lindenpark	mittel	dezentrale Lage
Radolfzell a. Bodensee	Höll Sport	Höllturm-Passage	mittel	Innenstadt
Rottweil	Intersport Kirsner	Kriegsdamm	mittel	ZVB Innenstadt**
Rottweil	Erdo Sport	Kaufhausgasse	klein	ZVB Innenstadt**
Singen (Hohentwiel)	Intersport Schweizer	Erzbergstraße	groß	ZVB Innenstadt**
Singen (Hohentwiel)	Sport & Trendhaus Müller	Im Gambrinus	groß	ZVB Innenstadt**
Tuttlingen	Intersport Butsch	Carl-Zeiss-Straße	groß	dezentrale Lage
VS-Schwenningen	Intersport Stähle	Friedrich-Ebert-Straße	mittel	ZVB Innenstadt**
VS-Schwenningen	Sporthaus Müller	Harzerstraße	groß	ZVB Innenstadt**
VS-Villingen	Intersport Stähle	Rietstraße	mittel	ZVB Innenstadt
VS-Villingen	Sport Vision	Vockenhauser Straße	mittel	dezentrale Lage
VS-Oberesch	Intersport Weiß	Kappelenweg	groß	Streulage

* Kleines Format: bis 200 m²; mittleres Format: 200 – 799 m²; großes Format: ab 800 m² VK

** Abgrenzung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept

GMA-Erhebung 2018

Die Analyse der Wettbewerbssituation zeigt, dass sich zahlreiche Fachgeschäfte bzw. größere Sportfachmärkte im Untersuchungsraum befinden (u. a. in Donaueschingen und Hüfingen Intersport Denzer, in Tuttlingen Intersport Butsch, in Singen Sport Müller, Intersport Schweizer sowie im Oberzentrum Villingen-Schwenningen Sport Müller, Intersport Weiß, Intersport Stähle). Mit Blick auf die **Standortlage** lässt sich festhalten, dass mögliche Wettbewerbsauseinandersetzungen häufig in den Innenstadtlagen geführt werden. Die Sportanbieter in Hüfingen, Tuttlingen und Bad Dürrenheim sind in dezentralen Standortlagen ansässig.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum vergleichsweise intensiv ausfällt. Das Angebot wird in erster Linie über größere Fahrradfachmärkte sowie über den Sportfachhandel (hier nur Randsortiment) abgedeckt. Darüber hinaus sind zahlreiche kleinere Fachhändler für Fahrräder im Untersuchungsraum vertreten, die jedoch kaum in Wettbewerb zum Vorhaben stehen.

IV. Auswirkungen des Vorhabens

1. Umsatzprognose für den Fahrradfachmarkt

Die Einschätzung der Umsatzerwartung des Vorhabens bildet die Grundlage für die zu erwartenden Umsatzumlenkungen im Untersuchungsraum und die hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen. Die Umsatzprognose erfolgt hierbei zunächst auf Basis des zu erwartenden Ziel- bzw. Sollumsatzes¹⁶, d. h. dem Umsatz, der unter Berücksichtigung der branchenüblichen Flächenproduktivitäten (= Umsatz je m² VK / Jahr) erzielt werden kann. Wesentliche Rahmenbedingungen zur Bestimmung des Ziel- bzw. Sollumsatzes sind die in Geisingen und im Umland vorhandenen Wettbewerbsstrukturen, die grundsätzliche Marktposition des Betriebstyps „Fachmarkt“, die Dimensionierung des Vorhabens sowie die verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes.

Unter Berücksichtigung der o. g. Aspekte lässt sich für den geplanten Fahrradfachmarkt der Fa. Zweirad Joos mit ca. 1.800 m² VK ein **Sollumsatz von ca. 5,2 Mio. €** ansetzen. Die erzielbare Flächenleistung wird nach gutachterlicher Einschätzung am oberen Ende der für Fachmärkte üblichen Durchschnitts¹⁷ liegen. Dies ist auf die spezielle Ausrichtung des Anbieters Zweirad Joos zurückzuführen. Darüber hinaus ist auch mit einem gewissen Kundenanteil aus dem Schweizer Grenzgebiet an den Standort zu rechnen.

2. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilungen

2.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch die vorgesehenen Nutzungen ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächen-größe bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und

¹⁶ Die Ziel- bzw. Sollumsatzleistung ist die Umsatzgröße, die mittelfristig für ein entsprechend leistungsfähiges Angebot anzunehmen ist und die für eine wirtschaftliche Auslastung der zu schaffenden Flächen und damit für den rentablen Betrieb eines Projektes verantwortlich ist.

¹⁷ Gemäß Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017 (Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie) liegt die durchschnittliche Raumleistung für Fahrradfachmärkte bei 2.500 € je m² VK / Jahr.

- der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Der zu erwartende Ziel- bzw. Sollumsatz des Vorhabens wird im Rahmen des Kaufkraftbewegungsmodells gegenüber Wettbewerbslagen im Untersuchungsraum umverteilt, unter Berücksichtigung insbesondere der oben genannten Parameter.

Bei der Bewertung der Umsatzumverteilungen von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und möglichen städtebaulichen Beeinträchtigungen. Wettbewerbsliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in deren Leistungsfähigkeit führen, **ein Konkurrenzschutz des bestehenden Einzelhandels ist jedoch nicht begründbar**. Es geht hierbei vielmehr darum, zu bewerten, ob sich die Ansiedlung, Erweiterung oder Umstrukturierung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung auswirkt. Die Umsatzumverteilungen, die das Vorhaben nach sich zieht, dürfen nach den raumordnerischen Vorgaben **10 % bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten bzw. 20 % bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** nicht überschreiten. Im Einzelfall sind jedoch auch Kriterien wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

2.2 Umsatzumverteilungen Fahrradfachmarkt

Die Ansiedlung eines Fahrradfachmarktes in Geisingen wird Umverteilungseffekte auslösen. Sie werden in erster Linie Systemwettbewerber, d. h. andere große Fahrradfachmärkte betreffen, des Weiteren wird ein Teil des Umsatzes gegenüber anderen Standorten von Zweirad Joos, d. h. betriebsintern, umgeschichtet werden.

Die größeren Wettbewerber in der Region befinden sich ganz überwiegend an dezentralen Standorten, sodass aus städtebaulicher Sicht keine besondere Schutzwürdigkeit besteht. Die Auswirkungen verteilen sich dabei auf eine ganze Reihe von leistungsfähigen Wettbewerbern innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes.

Die nachfolgende Tabelle gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umverteilungswirkungen durch das Vorhaben von Zweirad Joos:

Tabelle 9: Umsatzumverteilungen Fahrradfachmarkt

	Umsatzumverteilungen	
	in Mio. €	in %
Mittelzentrum Tuttlingen	0,8	18 %
Gottmadingen	0,8	14 – 15 %
Oberzentrum Villingen-Schwenningen	1,0	11 %
Mittelzentrum Singen	0,5	11 %
Radolfzell	0,6	7 – 8 %
Mittelzentrum Rottweil	0,8	6 – 7 %
Mittelzentrum Donaueschingen	< 0,1	4 – 5 %
sonstige Standorte	0,6	n. n.*
Gesamt	5,2	

GMA-Berechnungen 2018; ca.-Werte, gerundet; * Einzelbetrieblich nicht nachweisbar

Die wesentlichen Wettbewerbsauseinandersetzungen im Fahrradsegment sind in den Ober- und Mittelzentren der Region (u. a. Tuttlingen, Villingen–Schwenningen, Rottweil, Singen) zu erwarten. Im **Mittelzentrum Tuttlingen** ist der Fahrradspezialist Nerz in gewerblich geprägter Lage als wichtigster Anbieter anzuführen. Angesichts der räumlichen Nähe zum Standort Geisingen sowie der vorhandenen Angebotsüberschneidung werden die Umsatzumverteilungen in Tuttlingen mit ca. 18 % am höchsten ausfallen. Damit sind erhebliche wettbewerbliche Wirkungen erkennbar. Angesichts der Leistungsfähigkeit des Tuttlinger Fahrradspezialisten ist eine unmittelbare Gefährdung des strukturprägenden Anbieters jedoch nicht zu erwarten.

Im **Mittelzentrum Donaueschingen** sind keine Fachanbieter vorhanden, entsprechend fallen die Umverteilungen mit max. 5 % eher moderat aus. Eine Gefährdung der kleineren Fachgeschäfte bzw. der Funktion der Innenstadt ist auszuschließen. Größere strukturprägende Wettbewerber sind hingegen im **Oberzentrum Villingen-Schwenningen** (u. a. Fahrrad Center Singer) bzw. in den **Mittelzentren Singen** (u. a. Fahrradhaus Stroppa mit E-Bike Center) und **Rottweil** (u. a. Fahrrad Kaiser, Radwelt Meßmer) ansässig. In Villingen-Schwenningen und Singen liegen die Umverteilungseffekte bei ca. 11 %. Eine unmittelbare Gefährdung der strukturprägenden Anbieter ist hieraus nicht erkennbar. In Rottweil ist durch den Markteintritt des geplanten Fahrradlagerverkaufs mit deutlich geringen Umverteilungswirkungen (ca. 6 – 7 %) zu rechnen. Damit liegen die Umverteilungseffekte an diesen Standorten auf einem wettbewerbsüblichen Niveau, die angesichts der Leistungsfähigkeit der Anbieter keine Betriebsgefährdungen erwarten lassen. Die Wettbewerber befinden sich zudem meist an dezentralen Standorten außerhalb der Innenstadt, sodass städtebauliche Beeinträchtigungen ausgeschlossen werden können.

In **Gottmadingen** ist als größerer Wettbewerber der Anbieter Fahrrad Graf zu identifizieren. Darüber hinaus wird ein Teil des Umsatzes gegenüber Zweirad Joos selbst umverteilt werden, welcher hier mit einem Lagerverkauf vertreten ist. Mit ca. 14 – 15 % liegen die Umverteilungseffekte

noch auf einem verträglichen Niveau. In **Radolfzell** ist mit Umverteilungsquoten i. H. von ca. 7 % zur rechnen. Hier wird in erster Linie der Anbieter Zweirad Joos selbst von Umverteilungswirkungen betroffen sein. Eine Gefährdung der Versorgungsfunktion bzw. Auswirkungen auf die Innenstadt sind deshalb nicht zu erwarten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass durch die geplante Ansiedlung eines Fahrradfachmarktes in Geisingen keine unmittelbaren Beeinträchtigungen anderer Standorte in der Region ausgelöst werden. Bis auf Tuttlingen liegen die Umverteilungswirkungen an allen untersuchten Standorten auf einem verträglichen Niveau, sodass in der Zusammenschau keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind. In Tuttlingen werden hingegen deutliche wettbewerbliche Wirkungen spürbar sein. Da im Wesentlichen nur ein einziger Anbieter betroffen ist (Zweirad Nerz) kann im Rahmen einer raumordnerischen Bewertung nur mit Einschränkungen eine belastbare Prognose getroffen werden. Einzelbetrieblich Aspekte sowie betriebswirtschaftliche Kennziffern zur Zukunftsprognose des wichtigsten Anbieters in Tuttlingen können an dieser Stelle nicht berücksichtigt werden.

V. Bauleitplanerische Bewertung

1. Ausgangslage

Grundsätzlich bleibt bei einer ersten Bewertung des Vorhabens festzuhalten, dass der Fahrradfachmarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² als großflächiges Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO einzuordnen ist. Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu berücksichtigen. Dem Vorhaben von Zweirad Joos stehen dabei insbesondere die Vorgaben des Kongruenzgebotes entgegen, da der Fahrradfachmarkt ein Einzugsgebiet erschließen wird, welches deutlich über den Versorgungsbereich des Unterzentrums Geisingen-Immendingen hinausreicht. Die Zulässigkeit des Vorhabens wäre allerdings möglich, wenn nachgewiesen werden kann, dass von einer **atypischen Fallgestaltung** auszugehen ist und Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO im vorliegenden Fall nicht zu erwarten sind. Sofern im Fall des Fahrradfachmarktes eine sog. „Atypik“ (betriebliche oder städtebauliche Besonderheiten) festgestellt werden kann, wäre nicht zwingend die Ausweisung eines Sondergebietes erforderlich.

2. Rechtliche Vorgaben

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Zur sog. „Atypik“ gibt insbesondere die Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten („Einzelhandelserlass“) vom 21. Februar 2001 Hinweise.¹⁸

Der für diesen Zusammenhang zentrale **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der aktuellen Fassung¹⁹ für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes

¹⁸ Formal ist die Verwaltungsvorschrift nicht mehr rechtskräftig. Die darin formulierten Hinweise entsprechen fachlich aber nach wie vor den Standards in vergleichbaren Verfahren.

¹⁹ Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017

sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Nach § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO sind demnach Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebs 1.200 m² überschreitet.

Diese Regelvermutung geht davon aus, dass die Verkaufsfläche erfahrungsgemäß etwa 2/3 der Geschossfläche beträgt und eine Verkaufsfläche oberhalb von 800 m² die in der Vorschrift genannten Auswirkungen haben kann. Die widerlegbare Vermutung des Satzes 3 gilt hingegen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO nicht, wenn Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen.

§ 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO konkretisiert dabei die Anhaltspunkte – **d. h. städtebauliche und betriebliche Besonderheiten** – für eine von der Regel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO abweichende Beurteilung:

- /// Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile,
- /// Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung
- /// Warenangebot des Betriebs.

Bei Vorhaben mit mehr als 1.200 m² Geschossfläche ist im Sinne einer typisierenden Betrachtungsweise ohne besondere Prüfung von den Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auszugehen, wenn der Antragsteller nicht eine atypische Fallgestaltung nachweist.

Im **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg**²⁰ werden die Vorgaben für das Feststellen einer atypischen Fallgestaltung nach betrieblichen und städtebaulichen Besonderheiten wie folgt konkretisiert:

²⁰ Vgl. Einzelhandelserlass Baden-Württemberg vom 21. Januar 2001, S. 8 ff.

„**Betriebliche Besonderheiten**, die von der typischen Fallgestaltung abweichen können, sind insbesondere gegeben

- wenn der Anteil der Verkaufsfläche wesentlich unter 2/3 der Geschossfläche liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (zum Beispiel Gartenbedarf),
- bei Artikeln, die üblicher Weise mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (zum Beispiel Kfz-Handel mit Werkstatt),
- bei Artikeln, die in einer gewissen Beziehung zu gewerblichen Nutzungen stehen (zum Beispiel Baustoffhandel).

Besonderheiten auf der städtebaulichen Seite können beispielsweise darin bestehen,

- dass der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs zentrale Versorgungsbereiche an anderen Standorten nicht vorgesehen oder vorhanden sind oder
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll, jedoch nur, wenn ein etwa vorhandenes Zentrenkonzept oder die angestrebte Zentrenstruktur dadurch nicht gestört wird.

Generell gilt für alle atypischen Fallgestaltungen folgendes:

- Ist bei einer atypischen Fallgestaltung die Vermutungsregel nicht anzuwenden, muss die Abschätzung möglicher Auswirkungen auf konkrete Untersuchungen gestützt werden.
- Die atypische Fallgestaltung kann nicht losgelöst von der Größenordnung des Vorhabens beurteilt werden. Auch bei Vorhaben mit einem schmalen Warensortiment und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wie zum Beispiel Möbelhäusern, Bau- und Heimwerkermärkten sowie Gartencentern können aufgrund der Größe des Vorhabens Auswirkungen auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich, auf das Orts- und Landschaftsbild oder auf den Naturhaushalt vorliegen. Außerdem sind bei solchen Vorhaben aufgrund der branchenüblichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde zu prüfen oder in benachbarten Gemeinden möglich und daher auch zu prüfen.
- Bei der Zulassung eines Vorhabens einer atypischen Fallgestaltung ist es erforderlich, die Sortimente in der Baugenehmigung festzuschreiben.“

3. Überprüfung der Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO

3.1 Atypische Fallgestaltung und Widerlegung der Regelvermutung

Generell muss bei Vorhaben mit mehr als 1.200 m² Geschossfläche i. S. einer differenzierenden Betrachtungsweise davon ausgegangen werden, dass das Vorhaben Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO nach sich ziehen wird. Jedoch ist als Ausnahmeregelung die sog. atypische Fallgestaltung im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg angeführt. Sollte im Fall des geplanten Fahrradfachmarktes der Fa. Zweirad Joos eine atypische Fallgestaltung vorliegen, kann die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO widerlegt werden und in einem zweiten Schritt ermittelt werden, inwiefern sich das Vorhaben nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele

der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken kann.²¹

Im Fall des geplanten Fahrradfachmarktes in Geisingen lassen sich **betriebliche Besonderheiten** anführen, die für eine atypische Fallgestaltung sprechen:

- Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sind Anhaltspunkte für eine betriebliche Besonderheit gegeben, wenn der **Anteil der Verkaufsfläche wesentlich unter 2/3 der Geschossfläche** liegt. Mit einer Geschossfläche von insgesamt ca. 14.000 m² bzw. einer geplanten Verkaufsfläche für den Lagerverkauf von ca. 1.800 m² wird dieses **Kriterium eindeutig erfüllt**. Nur 13 % der Gesamtfläche des Vorhabens sind als Verkaufsfläche zu bezeichnen.
- Wie bereits im Kapitel zur Sortimentsstruktur umfassend dargelegt, handelt es sich um ein Vorhaben, welches auf ein schmales Warensortiment (Fahrräder, E-Bikes, Fahrradteile, -zubehör, -bekleidung) begrenzt ist. Über das Thema „Fahrrad“ hinaus, werden keine weiteren Sortimente geführt. Es handelt sich somit um einen hochgradig spezialisierten Anbieter. Genau dies ist mit dem Begriff „schmales Sortiment“ im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg gemeint. Damit wird auch das Kriterium **„Beschränkung auf ein schmales Warensortiment“** gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg im vorliegenden Fall erfüllt.
- Der Verkauf von Fahrrädern, E-Bikes steht am Vorhabenstandort in Geisingen nicht im Vordergrund, vielmehr besteht am Standort eine enge Verbindung zu handwerklichen Dienstleistungen bzw. Logistikdienstleistungen. Die am Standort angebotenen Dienstleistungen umfassen Service- und Reparaturarbeiten in der Werkstatt sowie die passgenaue Zusammenstellung der Fahrräder in der Manufaktur und Neuradmontage. Hier wird die Ware für den späteren Versand an den Kunden (Online-Handel) bzw. für den Weitertransport an die weiteren Standorte von Zweirad Joos vorbereitet. Ein Blick auf die geplante Personalstruktur am Standort Geisingen zeigt, dass 19 Mitarbeiter (bzw. 40 %) in den genannten Bereichen angestellt sein werden, im Verkauf sind hingegen nur 7 Mitarbeiter (bzw. 15 %) vorgesehen, die zusätzlich die Click & Collect Kunden und das Leasing Geschäft betreuen werden. Insofern besteht eine enge Verbindung zwischen dem Verkauf der Produkte und nachgelagerten Dienstleistungen. Das Kriterium **„Verbindung der Verkaufsfunktion mit handwerklichen Dienstleistungen“** gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg wird somit ebenfalls erfüllt. In Bezug auf die Nutzfläche handelt es sich jedoch ganz überwiegend um einen Logistikstandort.

²¹ Vgl. BVerwG, Beschluss vom 9. Juli 2002 – 4 B 14/02; Nickel/Kopf, ZfBR 2003, 122ff.

- /// Darüber hinaus ist an dieser Stelle nochmals auf das besondere Konzept der Fa. Zweirad Joos hinzuweisen. Die **Multi-Channel-Strategie**, d. h. die Verbindung von stationärem Handel und Online-Handel ist bei Zweirad Joos weit fortgeschritten, wofür das Unternehmen 2017 auch mit dem „Zukunftspreis Handel“ ausgezeichnet wurde. Am Standort in Geisingen sollen zur Optimierung der innerbetrieblichen Abläufe neue Strukturen aufgebaut werden, um den Online-Handel weiter ausbauen zu können. Das Radleasing als weitere Dienstleistung des Unternehmens erfordert ebenfalls Flächen, die nicht dem Verkauf zuzuordnen sind.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass betriebliche Anhaltspunkte vorliegen, auf Basis derer das Vorhaben von Zweirad Joos als atypischer Fall zu bewerten ist.

In einem zweiten Schritt schließt sich nun auch bei dem Feststellen einer atypischen Fallgestaltung und einer Widerlegung der Regelvermutung eine Prüfung der Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO an.

3.2 Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO

Im Folgenden sollen nun – wie gefordert – die Auswirkungen des Vorhabens gemäß den in § 11 Abs. 3 BauNVO formulierten Wirkungsbereichen dargestellt werden. Explizit werden in § 11 Abs. 3 BauNVO folgende Wirkungsbereiche genannt:

- /// Schädliche Umwelteinwirkungen
- /// Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung
- /// Auswirkungen auf den Verkehr
- /// Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich
- /// Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder in Nachbargemeinden
- /// Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild und den Naturhaushalt.

Die Ansiedlung eines Fahrradfachmarktes in Geisingen kann bezüglich der o. g. Kriterien gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO wie folgt bewertet werden:

- /// **Schädliche Umwelteinwirkungen:** Von dem Vorhaben gehen keine schädlichen Umwelteinwirkungen aus, da das Ansiedlungsvorhaben innerhalb eines bestehenden Bebauungsplangebietes realisiert wird. Mögliche Umwelteinwirkungen werden bei der Aufstellung des Bebauungsplanes geprüft, hierfür wird auch eine Bilanzierung der Eingriffs- und Ausgleichsmaßnahmen erstellt. Es liegen keine Indizien vor, dass das Vorhaben die in einem regulären Gewerbegebiet zulässigen Emissionen überschreitet.

- Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung und den Verkehr:** Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung sind im vorliegenden Fall nicht zu erwarten. Die Erschließung des Grundstücks über die Tuttlinger Straße ist gesichert. Die Straße ist als leistungsfähig einzuordnen, sodass sie das Verkehrsaufkommen der ansässigen Gewerbebetriebe aufnehmen kann. Das Industrie- und Gewerbegebiet DANUVIA81 kann zudem von der BAB 81 bzw. der B 311 direkt angefahren werden ohne das Stadtgebiet von Geisingen durchqueren zu müssen. Eine entsprechende Anzahl an Stellplätzen wird am Standort nachgewiesen. Mit Auswirkungen auf den Verkehr im Sinne einer übermäßig steigenden Verkehrsbelastung oder mit Beeinträchtigungen anderer Betriebe im Standortumfeld ist im vorliegenden Fall nicht zu rechnen.
- Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung:** Der am Standort geneierte Umsatz resultiert zum einen aus betriebsinternen Umschichtungen, zum anderen werden Umverteilungseffekte gegenüber Wettbewerbern im Untersuchungsraum ausgelöst. Die ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen bewegen sich bis auf Tuttlingen an allen untersuchten Standorten auf einem wettbewerbsüblichen Niveau, dass nicht unmittelbar zu Betriebsschließungen durch die Umsetzung des Vorhabens führen wird. In Tuttlingen sind zwar auf einzelbetrieblicher Ebene erhebliche Wettbewerbswirkungen zu erwarten. Angesichts der Größe der Stadt Tuttlingen und des dort erschließbaren Einzugsgebietes ist jedoch nicht damit zu rechnen, dass sich das dortige Angebot vollständig auflösen wird. Unabhängig von einer einzelbetrieblichen Betrachtung wird eine generelle Versorgungslücke in diesem Sortiment in Tuttlingen nicht zu erwarten sein.
- Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Geisingen oder in Nachbargemeinden:** Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind sowohl in Geisingen selbst als auch in den Nachbargemeinden auszuschließen. Anhand der dargestellten Wettbewerbssituation wurde aufgezeigt, dass weder in Geisingen noch in Immendingen derzeit ein Angebot im Kernsortiment Fahrrad, Fahrradteile und Zubehör vorhanden ist. Im weiteren Untersuchungsraum sind die strukturprägenden Wettbewerber, d. h. größere Fachmärkte für Fahrräder und Zubehör ausschließlich an dezentralen Standorten bzw. in Streulagen außerhalb der Innenstadt ansässig. Als direkte Wettbewerber von Zweirad Joos sind in u. a. Zweirad Nerz in Tuttlingen, Fahrrad-Center Singer in Villingen-Schwenningen, Fahrrad Kaiser bzw. Radwelt Meßmer in Rottweil zu nennen. Die strukturprägenden Wettbewerber befinden sich alle an dezentralen Standorten in Gewerbegebieten bzw. in Streulagen außerhalb der Innenstadt. Städtebauliche Auswirkungen i. S. einer Schädigung der Entwicklung der zentra-

len Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum sind daher auszuschließen. Die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche ist als gesichert zu bewerten. Städtebauliche Auswirkungen sind im vorliegenden Fall nicht zu erwarten.

- /// **Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild und den Naturhaushalt:** Als Standort für den geplanten Fahrradfachmarkt der Fa. Zweirad Joos ist eine Fläche im Industrie- und Gewerbegebiet DANUVIA81 Nord vorgesehen. Mögliche Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild werden bei der Aufstellung des Bebauungsplanes geprüft.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass mit der Umsetzung des Vorhabens von Zweirad Joos nicht mit schädlichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO auszugehen ist.

4. Fazit

- /// Bei dem Vorhaben handelt es sich um die Ansiedlung eines Fachmarktes für Fahrräder, -teile und Zubehör im Gewerbegebiet DANUVIA81 Nord. Der geplante Fahrradlagerverkauf ist Teil eines größeren Projektes der Fa. Zweirad Joos, die in Geisingen ihr neues Zentrallager errichten wird. Mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² ist der Fahrradfachmarkt als großflächiges Einzelhandelsvorhaben einzustufen, welches gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO nur in kern- und Sondergebieten zulässig ist, sofern keine „atypische Fallgestaltung“ vorliegt.
- /// Mit Blick auf das **spezielle Konzept der Fa. Zweirad Joos** am Standort Geisingen bleibt anzumerken, dass der geplante Lagerverkauf auf einer deutlich untergeordneten Fläche (ca. 1.800 m² bzw. rd. 13 %) stattfinden wird. Die für die Abwicklung des Online-Handels vorgesehene Fläche (Lager für Abholer Click & Collect) kann nicht als Verkaufsfläche gewertet werden, da der Kauf bereits vorab im Internet getätigt wurde. Der Großteil der Fläche entfällt auf das Zentrallager sowie die Manufaktur und Neuradmontage.
- /// Im vorliegenden Fall bleibt festhalten, dass es sich bei dem Vorhaben nach der Prüfung des speziellen Konzeptes um eine **Atypik gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO** und Einzelhandelserlass Baden-Württemberg handelt. Es liegen besondere betriebliche Gründe vor (Anteil der Verkaufsfläche liegt deutlich unter 2 / 3 der Geschossfläche, schmales Warensortiment, Artikel werden mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten), so dass nicht von einer typischen Fallgestaltung auszugehen ist. In einem zweiten Schritt wurden die **Auswirkungen des Vorhabens nach § 11 Abs. 3 BauNVO** im Detail geprüft. Im Ergebnis lässt sich festhalten, dass durch den Fahrradfachmarkt keine wesentlichen Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nach § 11 Abs. 3 BauNVO festgestellt werden konnten. Das geplante Vorhaben kann daher auch im Gewerbegebiet genehmigt werden.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Geisingen und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	9
Karte 2: Mikrostandort DANUVIA81 Nord“	13
Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Fahrradfachmarktes	24
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in der Region	7
Tabelle 2: Anteile der Vertriebswege im Fahrradbereich in Deutschland	14
Tabelle 3: Funktionsbereiche im Gebäude von Zweirad Joos in Geisingen	19
Tabelle 4: Personalstruktur Zweirad Joos in Geisingen	20
Tabelle 5: Sortimentsstruktur des geplanten Lagerverkaufs in Geisingen	21
Tabelle 6: Einstufung des Sortiments Fahrräder und Zubehör gemäß Kommunalen Einzelhandelskonzepten	22
Tabelle 9: Wettbewerber im Fahrradsegment im Untersuchungsraum	27
Tabelle 10: Wettbewerber im Sportsegment im Untersuchungsraum	28
Tabelle 11: Umsatzumverteilungen Fahrradfachmarkt	31
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Planstandort „DANUVIA81 Nord“	11
Foto 2: Zufahrt Tuttlinger Straße	11
Foto 3: Standortumfeld	11
Foto 4: Standortumfeld	11
Foto 5: Hauptgeschäft Radolfzell	17
Foto 6: E-Bike Center FN-Immenstaad	17
Foto 7: Online-Shop	17
Foto 8: Click & Collect	17