Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030

Auftraggeber: Stadt Regensburg

Projektleitung: Dipl.-Ing. Gabriele Ostertag
Dr. Gino Meier

München, am 17.06.2020

GMA Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

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 des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Die GMA übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verwendeten Sekundärdaten.

Bildnachweis Titelseite:
Hauptabteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Bilddokumentation, Stadt Regensburg 2020

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Westenriederstraße 19
80331 München

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 089 / 210 1992 – 21
Telefax: 089 / 210 1992 – 10
E-Mail: office.muenchen@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Aufgabenstellung/Ausgangslage**	**7**
II.	**Neue Herausforderungen für die Einzelhandelsentwicklung in Regensburg**	**10**
1.	Herausforderung 1: Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument	10
2.	Herausforderung 2: Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels	10
3.	Herausforderung 3: Veränderte Konsum- und Flächenbedarfe	12
3.1	Zentrale Entwicklungslinien	12
3.2	Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung	15
4.	Herausforderung 4: Planungsrechtliche Instrumente	18
4.1	Bauplanungsrecht	18
4.2	Landes- und Regionalplanung	20
5.	Herausforderungen für Regensburg	21
6.	Aufgabe von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten	22
7.	Methodik und Untersuchungsablauf	24
8.	Arbeitsweise, Akteure und Beteiligungskonzept	27
III.	**Einzelhandelsrelevante Rahmendaten der Stadt Regensburg**	**29**
1.	Rahmenbedingungen	29
2.	Siedlungsstrukturen und Entwicklung der Stadtteile	31
3.	Demografische Entwicklung	33
4.	Wirtschaftliche Entwicklung und Tourismus	36
5.	Wesentliche städtebauliche Entwicklungen in Regensburg	40
6.	Zwischenfazit: Entwicklung von Regensburg zwischen 2008 und 2018	42
IV.	**Nachfragesituation und -prognose**	**43**
1.	Marktgebiet von Regensburg und Bevölkerung	43
2.	Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet von Regensburg	47
3.	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose im Marktgebiet bis 2030	50
3.1	Rahmenbedingungen bis 2030 im Lichte der Online-Entwicklung	51
3.2	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose bis 2030	52
4.	Mögliche Wirkungen des Online-Handels auf die Flächennachfrage in Regensburg	54
5.	Zwischenfazit: Entwicklung der Nachfrage	55

V. Angebotssituation 56

1. Einzelhandelsbestand und -entwicklung in der Gesamtstadt 56
2. Einzelhandelsbestand nach Stadtbezirken 63
3. Einzelhandelsbestand nach Standortlagen 67
3.1 Oberzentrale Standorte 71
3.1.1 Altstadt 71
3.1.2 Regensburg Arcaden 77
3.1.3 Donau-Einkaufszentrum 79
3.2 Fokus Nahversorgung 81
3.3 Fachmarktstandorte 85
3.3.1 Bajuwaren-/Langobardenstraße 85
3.3.2 Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee 86
3.3.3 Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) 86
3.3.4 Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) 87
4. Regionale Angebotssituation 88
5. Wesentliche Einzelhandelsplanungen in Regensburg 91
6. Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes anhand ausgewählter Indikatoren 92
6.1 Verkaufsflächenausstattung 93
6.2 Zentralitätskennziffer 94
7. Stärken-Schwächen-Profil des Einzelhandelsstandortes Regensburg 2018 97
8. Zwischenfazit: Entwicklung des Angebotes 98

VI. Evaluierung der Entwicklungsziele 2008 100

1. Verkaufsflächenentwicklung Regensburg 100
2. Oberzentrale Standorte 100
3. Nahversorgungszentren 103
4. Fachmarktstandorte 107
5. Zwischenfazit: Entwicklung des Einzelhandels 2008 – 2018 110

VII. Entwicklungsstrategien des Einzelhandelsstandortes Regensburg 111

1. Übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung 111
2. Übergeordnete Handlungsmaximen zur strategischen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung in Regensburg 112
3. Warengruppenbezogene Entwicklungspotenziale 115

4. Standortbezogene Entwicklungspotenziale 122
4.1 Oberzentrale Standorte: Fokus zentrenrelevante Sortimente 122
4.1.1 Altstadt 124
4.1.2 Regensburg Arcaden 125
4.1.3 Donau-Einkaufszentrum 125
4.2 Nahversorgungsstandorte: Fokus nahversorgungsrelevante Sortimente 126
4.3 Fachmarktstandorte: Fokus nicht-zentrenrelevante Sortimente 139
4.3.1 Bajuwaren-/Langobardenstraße 139
4.3.2 Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee 139
4.3.3 Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) 139
4.3.4 Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) 140
4.4 Zwischenfazit: Entwicklungsstrategien 140

VIII. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030 142

1. Entwicklungsstrategien für den Einzelhandelsstandort Regensburg bis 2030 142
1.1 Leitziel 1: Regensburg ist und bleibt das Handelszentrum Ostbayerns 143
1.2 Leitziel 2: „Trilogie der oberzentralen Standorte mit dem Einkaufserlebnis Altstadt als erste unter Gleichen – Vielfalt, Qualität, Leidenschaft“ 144
1.2.1 Ziel 1: „Die Altstadt ist und bleibt die dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage“ 145
1.2.2 Ziel 2: „Die Regensburg Arcaden ergänzen die Altstadt und stärken die Innenstadt“ 148
1.2.3 Ziel 3: Das Donau-Einkaufszentrum entlastet die Altstadt als „Neben-City“ 149
1.3 Leitziel 3: Kurze Wege für den täglichen Einkauf – soziale Treffpunkte sichern und entwickeln 149
1.4 Leitziel 4: Sicherung und Profilierung der dezentralen Fachmarktstandorte 151
2. Überprüfung des Sortimentskonzeptes 153
2.1 Überprüfung und Empfehlungen zur Weiterentwicklung 153
2.2 Fortschreibung des Sortimentskonzeptes 155
3. Überprüfung des Standortkonzeptes 157
3.1 Fortschreibung des Standortkonzeptes 158
3.2 Zentrale Versorgungsbereiche 161
3.2.1 Oberzentrale Standorte 161
3.2.2 Nebenzentrum Nordgaustraße (u. a. Alex-Center) 162
3.2.3 Nahversorgungszentren (NVZ) 162
3.3 Sonstige integrierte Lagen (Nahversorgungslagen und -standorte) 163
3.3.1 Integrierte Nahversorgungslagen 163

3.3.2 Integrierte Nahversorgungsstandorte 164
3.4 Sonstige nicht-integrierte Lagen (Grundversorgungsstandorte, Fachmarktstandorte) 166
3.4.1 Nicht-integrierte Grundversorgungsstandorte 166
3.4.2 Fachmarktstandorte 166
4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung 167
4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche 168
4.1.1 Oberzentrale Standorte: Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum 168
4.1.2 Nebenzentrum Nordgaustraße (u. a. Alex-Center) 169
4.1.3 Nahversorgungszentren 169
4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungs- bereiche 170
4.2.1 Städtebaulich integrierte Lagen (Nahversorgungslagen und -standorte) 170
4.2.2 Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen (Grundversorgungsstandorte) 170
4.2.3 Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen (Fachmarktstandorte) 171
5. Prüfschema 172
6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2030 175

IX. Zusammenfassung 177

Anlagen:

Glossar

Anlage 1: Einzelhandelsbestand und -entwicklung nach Stadtbezirken

Anlage 2: Grundlagen und Begründung Standortkonzept

Anlage 3: Grundlagen und Begründung Sortimentskonzept

Anlage 4: Zentrenentwicklung Regensburg von 1987 – 2030

I. Aufgabenstellung/Ausgangslage

Das Regionalzentrum Regensburg ist ein attraktiver Einzelhandels- und Versorgungsstandort mit einer herausragenden Stellung der Altstadt als UNESCO-Weltkulturerbe. Der Einzelhandel stellt einen der bedeutendsten Wirtschaftszweige der Stadt dar, der sich in vielfältiger Weise auf ihre städtebauliche Strukturen, das Verkehrsaufkommen und die überregionale Bedeutung auswirkt. Der Handel ist durch einen stetigen Wandel geprägt – die Konkurrenz führt ständig u. a. zur Entwicklung neuer Vertriebsformen, Sortimentskombinationen oder Handelsgüter. Beispielhaft kann in diesem Zusammenhang der seit Jahren boomende Online-Handel mit seinem Einfluss auf den stationären Handel angeführt werden.

Die Stadt steuert seit 1987 die Einzelhandelsentwicklung, aktuell auf Grundlage des 2009 beschlossenen „Rahmenkonzeptes für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020“ (in Folge: Rahmenkonzept 2008).[1] Diesem Konzept (sowie seinen Vorgängeranalysen) lagen dabei die folgenden grundlegenden Ziele zu Grunde:

- Die Altstadt ist als oberzentraler Einkaufsstandort für das gesamte Einzugsgebiet mit einem vielfältigen und attraktiven Einzelhandelsbesatz und einem angenehmen Umfeld für den Erlebniseinkauf zu erhalten und zu stärken.
- In fußläufiger Entfernung zu den Wohngebieten soll ein ausreichendes Angebot mit Gütern der Grundversorgung gewährleistet sein, das an einigen gut mit dem ÖPNV erreichbaren zentralen Standorten durch ein spezialisierteres Angebot des kurz- und mittelfristigen Bedarfs ergänzt wird.
- Für großflächige Einzelhandelsbetriebe und Fachmärkte des mittel- und längerfristigen Bedarfs mit in erster Linie zentrenverträglichen Sortimenten wird eine Konzentration auf wenige Standorte mit einem jeweils eigenständigen Angebotsschwerpunkt angestrebt.

In den zurückliegenden Jahren haben sich der Handel selbst und seine Umfeldbedingungen in Regensburg wie in Europa gewandelt:

[1] vgl. Rahmenkonzept für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020, S. VI und 18 ff.

- Der Handel verändert sich ständig: Die **Einzelhandelsunternehmen** setzen in einem ausdifferenzierten Wettbewerb der Betriebsformen[2], Standorte[3] und Vertriebskanäle zunehmend auf **ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien.**[4]
- In der europäischen Konkurrenz der Regionen und im regionalen Wettbewerb der Zentralen Orte stehen die **strategischen Zielsetzungen für die Handelsentwicklung** auf dem Prüfstand.[5]
- Die **rechtlichen Rahmenbedingungen** haben ebenfalls Veränderungen erfahren: Hier ist neben der landes- und regionalplanerischen Steuerung zunächst die mittlerweile ausdifferenzierte Rechtsprechung (z. B. hinsichtlich der Begrifflichkeiten, der Festsetzungs- und Abgrenzungserfordernisse zentraler Versorgungsbereiche) zu nennen. Zudem beobachtet die EU die räumliche Einzelhandelssteuerung kritisch.[6]

Um den Handelsstandort Regensburg in einem sich dynamisch ändernden Marktumfeld zukunftsfähig aufstellen zu können, ist neben der strategischen und planungsbezogen Überprüfung und Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eine ganzheitliche Betrachtung unabdingbar.[7] Teilaspekte dieser Betrachtung sind neben der positiven Entwicklung der Kaufkraft der Wohnbevölkerung auch die Wettbewerbsverschärfung durch den Online-Handel.

Folgende Zielsetzungen werden mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes verfolgt:

- Erarbeitung eines Rahmens für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2030
- Entwicklung von Leitlinien und Grundsätzen für die Entwicklung des Einzelhandels
- Aufstellung von Bewertungskriterien für einzelne Einzelhandelsprojekte und -agglomerationen

2 Nach Standorten werden etwa im Lebensmitteleinzelhandel vom gleichen Betreiber unterschiedliche Betriebsformen eingesetzt, so z. B. kleinere Lebensmittelvollsortimenter wie auch größere Supermärkte oder SB-Warenhäuser.

3 Tietz und Rothhar (1991) haben hierfür den Begriff des primären und sekundären Einzelhandelsnetzes eingeführt, um die Orientierung auf innerörtliche Zentren und autokundenorientierte Lagen zu verdeutlichen.

4 Bis hin zu vertikalen Marktbearbeitungsstrategien im Textilhandel oder im Möbeleinzelhandel. Dort nutzen einzelne Anbieter die ganze Wertschöpfungskette vom Entwurf der Produkte über die Fertigung, eigene Logistik bis hin zur Beschickung in die Vertriebskanäle stationärer Handel und Online-Handel, um Wettbewerbsvorteile auf unterschiedlichen Ebenen zu generieren.

5 vgl. hierzu exemplarisch Handelsmonitor Oberrhein 2008 – 2017: Untersuchung zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Steuerungswirkung zum großflächigen Einzelhandel 2008 – 2017; ISBN: 978-3-9819387-0-8.

6 Dabei ist auf das aktuelle Urteil vom 30. Januar 2018 hinzuweisen, wonach der Europäische Gerichtshof (C-31/16) entschieden hat, dass Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind sie auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus GMA-Sicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt.

7 Neben dem sehr dynamischen Handel werden vermehrt städtebauliche Aspekte (Verknüpfung von Handel mit anderen Funktionen der (Innen-)Städte im Wettbewerb der Standorte) zu berücksichtigen sein.

- Erhaltung und Stärkung der oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum mit besonderem Augenmerk auf die Altstadt
- Erhaltung und Stärkung der Fachmarktstandorte mit einem jeweils eigenständigen Angebotsschwerpunkt
- Erhaltung und Sicherstellung der gewachsenen Nahversorgungsstandorte und Sicherstellung der Nahversorgung vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung
- Aufzeigen von Potentialen für mögliche neue Standorte der Nahversorgung unter Berücksichtigung der aktuellen Planungen und Potenzialflächen für den Wohnungsbau
- Aufzeigen von Maßnahmen zur noch stärkeren Bindung der örtlichen Kaufkraft am Standort Regensburg
- Aufzeigen von Möglichkeiten zur Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf die Zentren bzw. städtebaulich integrierte Standorte
- Erhalt der gewerblich geprägten Flächen zur vorrangigen Entwicklung von Gewerbestandorten.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept Regensburg 2030 ist in diesem Sinne als strategisches Steuerungsinstrument zu verstehen und aus folgenden Gründen notwendig:

- Der Einzelhandel ist **ganzheitlich und strategisch** zu entwickeln (Herausforderung 1, Kapitel II.1)
- Das Konzept muss ein rechtssicheres **räumliches Steuerungsinstrument** sein (Herausforderung 2, Kapitel II.2), um so eine zielgerichtete räumliche Steuerung der Einzelhandelsfunktionen zu ermöglichen.
- Veränderte **Konsum- und Flächenentwicklungen** machen es notwendig, die Schlussfolgerungen zur strategischen Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Regensburg zu überprüfen (vgl. Herausforderung 3, Kapitel II.3).
- Das Einzelhandelskonzept für das Regionalzentrum Regensburg muss in die übergeordneten Planungssysteme der **Landes- und Regionalplanung** in Bayern eingebettet sein (vgl. hierzu Kapitel II.4).

Mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept kann die Stadt Regensburg den Wandel im Handel aktiv gestalten und begleiten. Ein solches Konzept bildet insbesondere die fachliche Grundlage für die Bewertung von Einzelhandelsvorhaben und für eine rechtssichere Steuerung über die Bauleitplanung.

II. Neue Herausforderungen für die Einzelhandelsentwicklung in Regensburg

1. Herausforderung 1: Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument

Für das Regionalzentrum Regensburg sind der Erhalt (Mindestziel) und ggf. der Ausbau der zentralörtlichen Versorgungsfunktion (Maximalziel) mit leistungsfähigen, vitalen und starken Zentren und Versorgungslagen wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung. Deshalb sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Möglichkeiten zur Erreichung dieser Ziele des Einzelhandels herauszuarbeiten, sortiments- bzw. standortbezogen abzuwägen und in ein strategisches Gesamtkonzept einzuarbeiten. Das Einzelhandelskonzept ist eine informelle Entwicklungs- und Planungsgrundlage. Erst mit Beschluss des Stadtrates wird es zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, das im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen ist.

Im Sinne einer ganzheitlichen strategischen Weiterentwicklung der Stadt Regensburg wurden übergeordnete „Handlungsmaximen" zu den städtebaulichen Zielsetzungen formuliert, an denen schließlich auch die Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels auszurichten ist. Diese Handlungsmaximen folgen dem Regensburg-spezifischen „TOWN-Ansatz" und fassen

- **T**ourismus,
- **O**nline-Handel als eine Ausdrucksform der zunehmenden Digitalisierung,
- **W**elterbe und Wissensgesellschaft sowie
- **N**achhaltige Entwicklungsstrategien

als wesentlichen Säulen der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung auf (vgl. Kapitel VII.2).

2. Herausforderung 2: Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels

Im Baugesetzbuch ist als Grundsatz der Einzelhandelssteuerung zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** verankert, die Rechtsprechung hat die Anforderungen an die Begründung, Abgrenzung und die Inhalte dieser Gebietskategorie präzisiert[8]; durch die räumliche Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe auf zentrale Versorgungsbereiche sollen diese gestärkt werden.

[8] vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.

Ein weiterer Aspekt der Begründung planerischer Steuerung ist die **Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung**. Auch in der Baunutzungsverordnung wird die verbrauchernahe Versorgung als „Schutzgut" genannt (vgl. § 11 Abs. 3 BauNVO). Bürger denken beim Einkauf oft an den Lebensmitteleinkauf; auch in Regensburg kommt der **Nahversorgung** eine wichtige Rolle zu. Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters**[9] bei anhaltender Flächenknappheit eine oft verfolgte Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar.

Das aktuelle Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 unterstreicht die Anforderungen an kommunale Planungskonzepte (die immer städtebaulich zu begründen sind) oder an die Steuerung auf regionaler Ebene.[10] In einer gesonderten Mitteilung der Europäischen Kommission[11] wird verdeutlicht, wie wichtig ein zeitnaher und zügiger Marktzugang in Form von „Verkaufsstellen" für Einzelhändler ist.[12] In der Folge sind insbesondere wirtschaftliche Bedarfsprüfungen, die letztlich zu einer wirtschaftlichen Bewertung einer Einzelhandelsaktivität führen, unzulässig. Dagegen sind Regelungen für die weitere Einzelhandelsentwicklung, die städtebauliche und raumordnerische Ziele verfolgen, grundsätzlich möglich.

Wo Kommunen die weitere Handelsentwicklung auf Grundlage städtebaulicher Ziele steuern, haben sich kommunale Märkte- und Zentrenkonzepte mit Einsatz der folgenden Instrumente als rechtssicher erwiesen: [13]

- **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** aufgrund nachvollziehbarer Kriterien (z. B. Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus),
- Ableitung einer **ortsspezifischen Liste** zur sortimentsgenauen Steuerung (Sortimentsliste) sowie
- **Zuweisung von Entwicklungsmöglichkeiten** zu einzelnen Standortkategorien/Ausschluss von Handelstätigkeit an anderen Standorten.

9 Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten sind diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe zu sichern.

10 vgl. hierzu Urteil EuGH, (-31/16); 30.01.2018.

11 vgl.: ein den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gewachsener europäischer Einzelhandel; Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen; Brüssel 19.04.2018; Drucksache 127/18, Dokument COM(2018)/219 final.

12 Die Kommission setzt sich mit der vielerorts beklagten Dauer und Komplexität der Niederlassungsverfahren in den Ländern der Union auseinander. Die Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen haben sich am Maßstab der europäischen Dienstleistungsrichtlinie zu messen.

13 vgl. hierzu: Holl, Stefan (2012): Einzelhandel planen und genehmigen: Ein Sachstand zur aktuellen kommunalen Planungspraxis. In: Spannowsky, Willy & Holl, Stefan (2012): Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit (= Schriftenreihe zum Raumplanungs-, Bau- und Umweltrecht, Band 12), Kaiserslautern.

Ein häufiges Abweichen vom Konzept entwertet dieses nicht nur, sondern wird auch von den Gerichten als „vorsätzliche Missachtung“ gewertet. In diesem Fall stellt auch ein beschlossenes Einzelhandelskonzept keinen Abwägungsbelang im Sinne des Baugesetzbuches (BauGB) dar, Rechtssicherheit von Planungen ist nicht mehr gegeben.

3. Herausforderung 3: Veränderte Konsum- und Flächenbedarfe

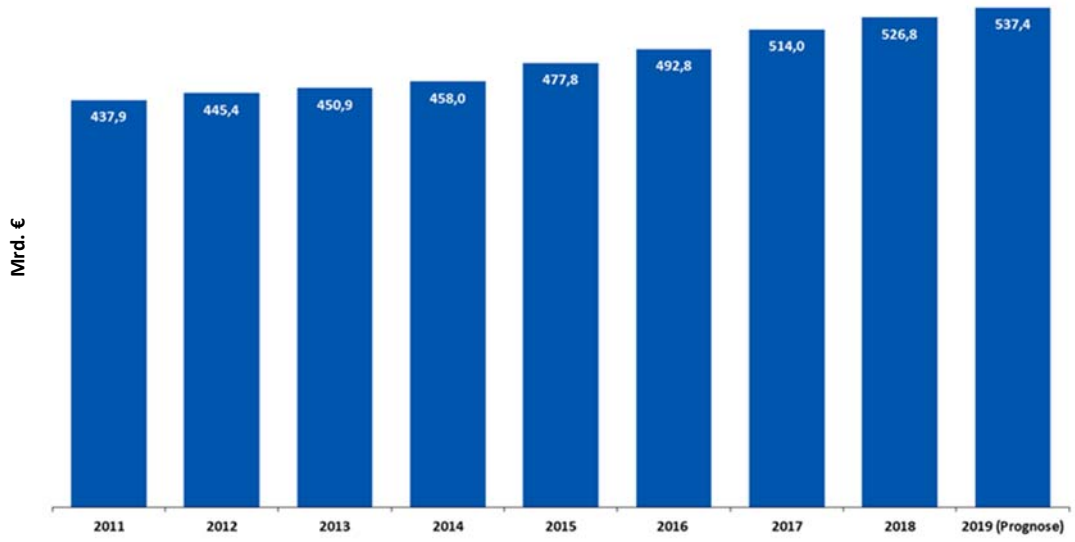
Diskussionen zur Einzelhandelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren durch den Gegensatz von „Grüner Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit Anfang dieses Jahrzehnts bestimmt die fortgeschrittene Digitalisierung die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels.

3.1 Zentrale Entwicklungslinien

Über den gesamten Handel hinweg war die Einzelhandelsentwicklung bis 2011 noch durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet, von dem auch Regensburg profitierte. In den letzten Jahren hat sich das Flächenwachstum bundesweit jedoch deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen.

Trotz aktueller Prognosen der Wirtschaftsinstitute hinsichtlich einer anstehenden Rezession im Licht global wirksamer Handelskonflikte (z. B. USA – China) und europäischer Strukturbrüche (z. B. EU-Brexit), bleibt das Konsumklima auf einem stabilen Niveau. Dies drückt sich in einem weiteren Anstieg der Umsätze im Einzelhandel aus.[14]

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel 2011 bis 2018 (netto)



Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE, zitiert in: EHI (2019): Handelsdaten aktuell 2019, S. 64

[14] vgl. GfK-Konsumklimaindex 2019.

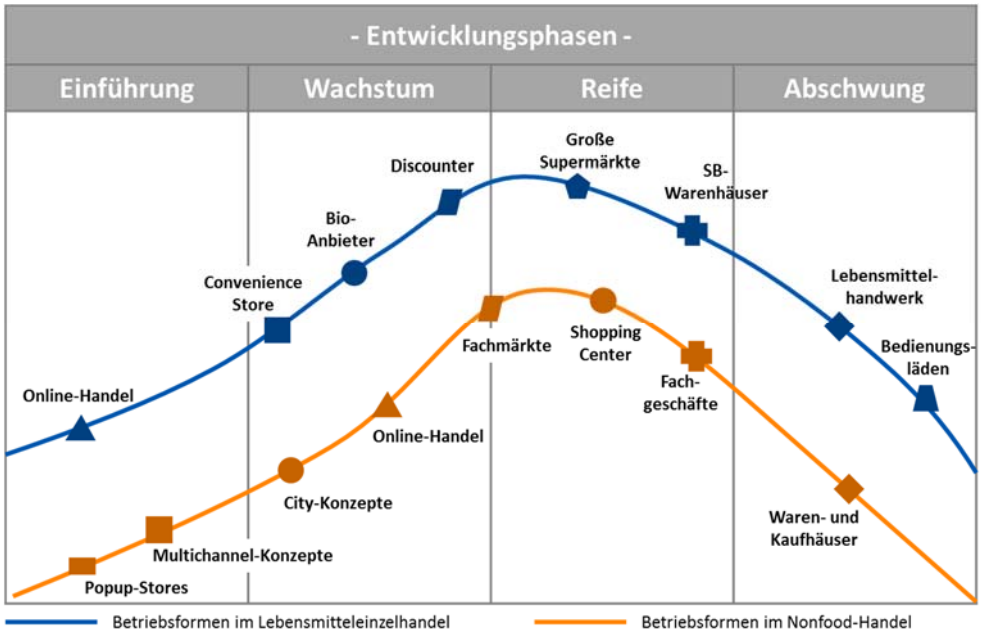
Das gute konjunkturelle Umfeld in Deutschland insgesamt war – anders als in den Jahren Anfang der letzten Dekade – zuletzt kein Garant mehr für Flächenwachstum im Einzelhandel; ein guter Teil des Umsatzwachstums entfiel auf den Online-Handel. Viele Handelsunternehmen unterscheiden daher kaum noch zwischen „stationär" und „online", sondern ermöglichen dem „hybriden" Kunden, für den „online" und „offline" zwei attraktive Absatzkanäle darstellen, den Zugang zur Ware.

Abbildung 2: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden" Verbrauchers

Quelle: GMA-Grundlagenforschung 2019

Diese Entwicklungen bleiben nicht ohne Auswirkungen auf die Ausbildung unterschiedlicher Betriebstypen im Einzelhandel (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Entwicklung der Betriebstypen im Einzelhandel nach Lebenszyklusphase



Quelle: GMA-Grundlagenforschung 2019

Als Treiber der weiteren Einzelhandelsentwicklung wird regelmäßig die Digitalisierung herausgestellt: Die Folgen sind im Nonfood-Segment bereits deutlich spürbar. Dabei zählen Textil- und Schuhanbieter, Elektronik- und Buchhandel zu den innenstadtorientierten Sortimenten, welche die höchsten Umsatzanteile abgegeben haben (vgl. Abbildung 4). Dies wird auch im Rahmen der durchgeführten Befragungen in Regensburg erkennbar (vgl. Begleitband Beteiligungsmodule).

Abbildung 4: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel Food/Nonfood 2008 bis 2018*

* In Regensburg: Entwicklung Umsatz 2008 bis 2018: Food: + 17 %; Nonfood: + 2 %

Quelle: GMA-Aufnahmen und -Darstellung 2019; in Anlehnung an Habona-Report 2018

Im Lebensmittelbereich zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Gerade in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern.[15] Dies trifft auch für das Regionalzentrum Regensburg zu. Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Online-Lebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne von Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Kostendruck und Umweltschutz lassen eine ökonomisch nachhaltige Lösung der „Logistik der letzten Meile“ kaum möglich erscheinen.[16]

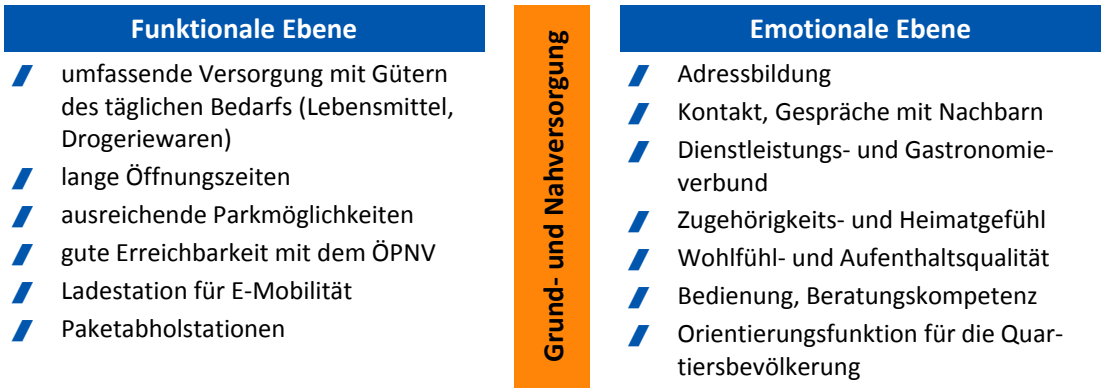
Die Polarisierung zwischen dem sogenannten „Run-Shopping“ (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem „Fun-Shopping“ (freizeitorientierter Spaßeinkauf) setzt sich fort und wird durch die Möglichkeiten der Digitalisierung vorangetrieben. In der Folge verliert die „unprofilierte

15 Zum Teil auch mit erweiterten Öffnungszeiten; Kioske und Eckläden gestalten die Grenze zur Gastronomie fließend und sind teilweise bis weit in die Abendstunden geöffnet.

16 vgl. u. a. Supermarkt statt online, Pressemitteilungen z. B. in der Süddeutschen Zeitung, Stuttgarter Zeitung, Hamburger Abendblatt et al.; 24.05.2018; Online-Lebensmittelhandel: die Verkürzung der letzten Meile; hi-heute.de; 07.08.2018, S. 4 – 9.

Mitte“ weiter an Bedeutung. Gewinner sind neben den digitalen Marktplätzen und Plattformen vor allem attraktive und multifunktionale Innenstädte, die das Grundbedürfnis nach gemeinschaftlichem „Erlebnis“ und nach Aufenthaltsqualität bedienen. Verbrauchernahe und gut erreichbare Nahversorgungslagen profitieren von der Entwicklung, da sie neben den Faktoren Zeitersparnis und kurze Wege zunehmend auch die emotionale Ebene ansprechen (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Anforderungen an Grund- und Nahversorgungsstandorte

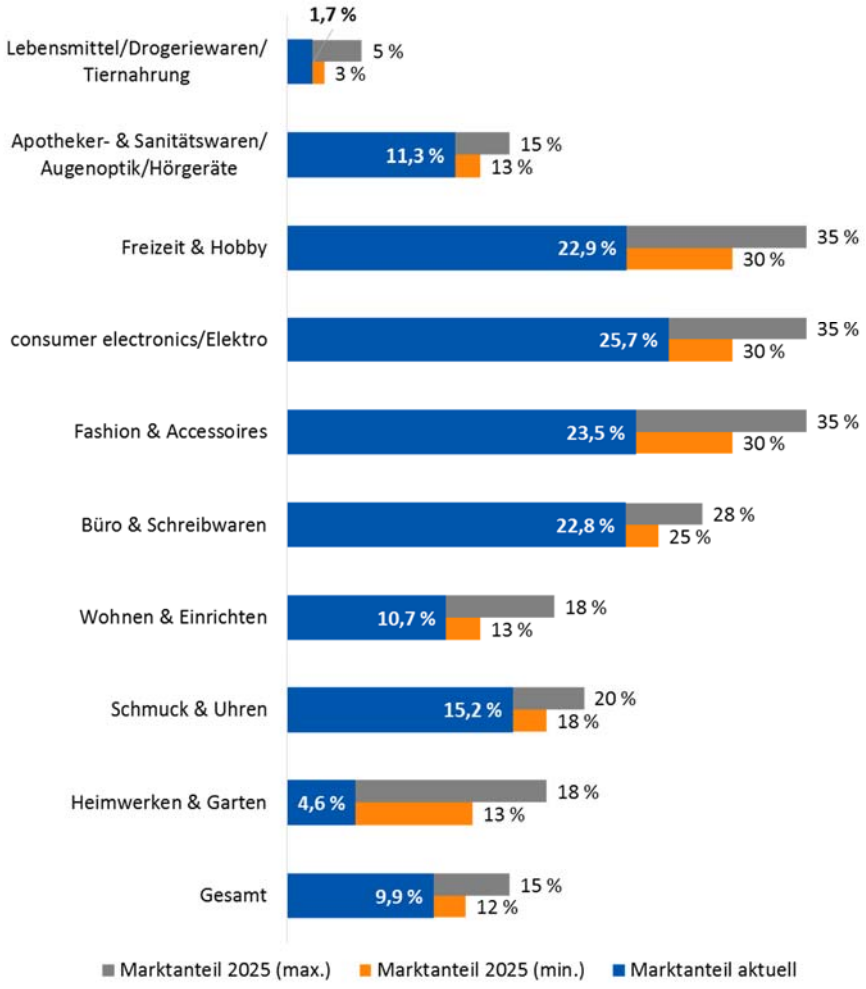


Quelle: GMA-Darstellung 2019

3.2 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung

Einigkeit besteht darin, dass der digitale Handel als ergänzender Vertriebskanal seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente (z. B. Fashion und Accessoires, Bücher und Medien) werden vergleichsweise stark vom Online-Handel bedient (vgl. Abbildung 6). Demnach werden in diesen Warengruppen künftig weniger Verkaufsflächen nachgefragt. Trotz wachsender Marktanteile im Online-Bereich wird der stationäre Einzelhandel mittelfristig der wichtigste Einkaufskanal bleiben. Dies ist auch Ergebnis der im Rahmen der Fortschreibung durchgeführten GMA-Haushalts- und Passantenbefragung im Jahr 2018.

Abbildung 6: Entwicklungsszenarien des Online-Handels bis 2025; Marktanteile in %



Quelle: GMA-Grundlagenforschung 2019

In welchem Umfang der Flächenbedarf im stationären Einzelhandel vor allem aufgrund logistischer Entwicklungen (City-Logistik, same-hour-delivery etc.) sinken wird und in welchem Umfang ein steigender Flächenbedarf für Lager und Logistik in den Gewerbegebieten einhergeht, ist noch nicht abschließend geklärt. Damit eröffnen sich an gut im Markt positionierten Standorten[17], zu denen auch der Standort Regensburg zählt, auch für den stationären Handel weiterhin Chancen, da Entwickler und Handelsunternehmen vorrangig dort Standorte nachfragen werden. Hier wird der Fokus vor allem im nahversorgungsrelevanten Handel liegen, jedoch ist – wenn auch überschaubar – von Entwicklungspotenzialen im zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Handel auszugehen. Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten (vgl. Abbildung 7):

17 GMA (2017): Städteranking Einzelhandel – Die attraktivsten Mittelstädte.

(1) Zentrale Innenstadtlagen und ausreichend große Einkaufszentren von **Metropolen** und **Großstädten** wie Regensburg können nach wie vor eine anhaltend hohe Flächennachfrage erzeugen. Dort ist die Grundlage für einen guten Branchenmix mit attraktiven Marken und ausgeprägten Synergien vorhanden (z. B. Gastronomie, Kultur).

(2) Eine differenzierte Betrachtung ist für die **Mittelstädte** vorzunehmen, wo die Herausforderungen durch den digitalen Wandel am größten sind. Unter Einzelhandelsgesichtspunkten werden jenen Zentren die größten Entwicklungschancen zugesprochen, die es schaffen, ähnlich wie in den Großstädten ein umfassendes, freizeitorientiertes Angebot vorzuhalten.

(3) Die Handelsbedeutung von **Kleinstädten** wird bis auf wenige Ausnahmen (z. B. Kultur- oder Tourismusorte) deutlich zurückgehen und sich auf die Nahversorgung (Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte u. a. m.) beschränken.

Agile Standorte wie Regensburg werden sich somit auch im stationären Handel weiterentwickeln. Groß- und Mittelstädte mit einer ausgeprägten Identität oder einem touristischen Umfeld sind besonders begünstigt. Mittelmäßigkeit und Profillosigkeit hingegen wird nicht mehr funktionieren.

Abbildung 7: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels

Quelle: GMA-Grundlagenforschung 2019

4. Herausforderung 4: Planungsrechtliche Instrumente

4.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann.

Eine erste Darstellung von zentralen Versorgungsbereichen kann im Rahmen des vorbereitenden Bebauungsplanes (Flächennutzungsplan) erfolgen (gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 2d BauGB). Von dieser Möglichkeit machen in der Regel allenfalls Großstädte Gebrauch, die über den Flächennutzungsplan die „übergeordneten Zentren“ abbilden. Als vorbereitender Bauleitplan im Sinne des § 5 Abs. 1 BauGB beinhaltet dieser die sich aus der beabsichtigten städtebaulichen Entwicklung ergebende Art der Bodennutzung nach den voraussehbaren Bedürfnissen der jeweilig planenden Kommune. In der Praxis wird diese Möglichkeit vor allem in kleineren Städten selten genutzt: Der langfristig angelegte Planungshorizont lässt eine zumindest mittelfristige Reaktion auf sich schnell verändernde Rahmenbedingungen im Einzelhandel kaum zu. Vielmehr hat sich die Steuerung über die verbindliche Bauleitplanung auf Grundlage eines Steuerungskonzeptes bewährt. Dieser Weg wird auch traditionell von der Stadt Regensburg gewählt und hat sich bewährt.

Zunächst sind folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, **sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen**:

- Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten, in Dorf- und Mischgebieten, inkl. Urbanen Gebieten, sowie in Kern-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO).
- In Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§ 2 und § 3 Bau NVO).

Einzelhandelsgroßbetriebe sind im Sinne des **§ 11 Abs. 3 BauNVO** außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Hintergrund ist die Vermutungsregel, nach der von großflächigen Einzelhandelsbetrieben städtebaulich und versorgungsinfrastrukturelle schädliche Auswirkungen auf die Bevölkerung sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ausgehen. Eine Ausnahme ist nach § 11 Abs. 3 Satz 4 dann möglich, wenn nachgewiesen werden kann, dass die vermuteten Auswirkungen ausbleiben. Hierzu hat die konkrete Prüfung zweistufig zu erfolgen:

1. Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb (Verkaufsfläche über 800 m²) vor? Falls ja, dann:
2. Liegen Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO vor? Falls ja, dann nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet). Falls nein, dann auch außerhalb von Kern- und Sondergebieten zulässig (vgl. Kapitel VIII.5).

Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelagen im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen. Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich sehr dezidiert geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt. Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städte-

baulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

4.2 Landes- und Regionalplanung

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsprogramm Bayern (2018) sowie im Regionalplan Regensburg (Fassung April 2003), heranzuziehen. Bei Standorten für großflächigen Einzelhandel sind folgende Prüfkriterien zu beachten:

- **Lage im Raum (LEP-Ziel 5.3.1)**

  „Flächen für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden.

  Abweichend sind Ausweisungen zulässig

  - für Betriebe bis 1.200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2,
  - für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.“

- **Lage in der Gemeinde (LEP-Ziel 5.3.2)**

  „Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

  - das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder
  - die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte aufgrund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.“

- **Zulässige Verkaufsflächen (LEP-Ziel 5.3.3)**

  „Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentsspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

  - soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v. H.,
  - soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100.000 Einwohner 30 v. H., für die 100.000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v. H.

  der sortimentsspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“

Auf eine ausführliche Darstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen des großflächigen Einzelhandels wird verzichtet.

5. Herausforderungen für Regensburg

Handel ist Wandel – dies zeigt sich in Deutschland wie in Regensburg. Für den Standort Regensburg sind somit folgende Fragen wesentlich:

- Welche Rolle soll Regensburg in der Region spielen?
- Wie ist das Verhältnis zur Region zu definieren und welche Möglichkeiten der Kooperation ergeben sich?
- Neben den Entwicklungen im Einzelhandel selbst verändert sich bundesweit und in Regensburg das Verbraucherverhalten: Zahlreiche Image- und Besucherbefragungen der GMA in Innenstädten und an Nahversorgungsstandorten unterschiedlicher Standortkategorie verdeutlichen, dass der digitale Wandel auch als Chance sowohl für die Innenstädte als auch für qualifizierte Nahversorgungsstandorte begriffen werden muss. Dies zeigen auch die analysebegleitenden Befragungsergebnisse.
- Zeitreihenbefragungen zeigen weiterhin auf, dass das Thema „Einkaufen“ zwar oft noch der dominierende Besuchsgrund der Innenstädte ist; Einkauf wird jedoch immer stärker mit anderen Aktivitäten verknüpft (z. B. mit Arztbesuch, Kultur- oder Bildungsangeboten oder mit anderen Freizeitaktivitäten, Erlebnis, Event, Gastronomie). Die aktuell durchgeführte Passantenbefragung in Regensburg zeigt nach wie vor die hohe Bedeutung des Einkaufs als Besuchsgrund der Altstadt für Regensburg auf (28 % der Befragten); allerdings bereits gefolgt vom Thema Gastronomie (14 %; vgl. Begleitband Beteiligungsmodule). Veränderten Konsumentenbedürfnissen kann jedoch nicht dauerhaft ein gleichbleibendes (Einzelhandels-)Angebot präsentiert werden: Neue Konsumbedürfnisse erfordern neue Angebote.

Der räumliche Aspekt der Veränderungen im Einzelhandel lässt sich auch für Regensburg anhand der notwendigen Schlussfolgerungen für die Innenstadtentwicklung aufzeigen:

- Bedeutungsverschiebung des Einzelhandelsstandortes Altstadt zugunsten anderer, attraktiver Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, Freizeit etc.), auch vor dem Hintergrund der denkmalgeschützten Bausubstanz und damit verbundener Einschränkungen (Kleinmaßstäblichkeit vs. Großflächigkeit);
- Förderung der funktionalen Dichte durch Entwicklung und Einbindung weiterer Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk usw.) sowie deren Vernetzung;

- Dem Thema Wohnen in der Innenstadt kommt damit eine wachsende Bedeutung bei der Innenstadtentwicklung zu; damit ist die vertikale Mischung (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Wohnen im Obergeschoss) zu fördern;
- Konsequente Aufwertung des öffentlichen Raumes für alle Nutzergruppen sowie Schaffung einer Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt (Innenstadt als Kommunikationsraum).

Dieser tiefgreifende Strukturwandel muss auch weiterhin durch ein rechtssicheres räumliches Steuerungsinstrument und Regensburg-spezifische Entwicklungsstrategien unterstützt werden.

Schließlich gilt es auch, attraktive zukunftsfähige Grundversorgungsstandorte „nahe bei den Verbrauchern“ zu fördern.

6. Aufgabe von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten

Kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzepte dienen vor allem der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelssteuerung. Diese wird in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert.

Die kommunalpolitische Bedeutung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes beruht darauf, dass es

- eine vorausschauende Gesamtplanung statt punktueller Einzelfallplanungen sowie das Aufzeigen von Entwicklungsperspektiven und Spielräumen für einen fairen Wettbewerb ermöglicht,
- die politische Konsensbildung fördert und
- Planungs- und Investitionssicherheit für die privaten Akteure bietet, insbesondere für den Einzelhandel in den Zentren, um sich im Wettbewerb mit dem Einzelhandel außerhalb der Zentren behaupten zu können.

Das im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Regensburg 2030 erarbeitete **Sortimentskonzept** (sogenannte „Regensburger Liste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei auf der erstmaligen Festlegung und räumlichen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche[18], deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandels- und Zentrenkonzept definiert wird. Die Grundlagen des

[18] In Regensburg handelt es sich hierbei um die oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum, den Standortbereich Alex-Center in der Nordgaustraße sowie insgesamt zehn weitere Nahversorgungszentren (davon zwei in Entwicklung).

Standort- und Sortimentskonzeptes stellen zum einen die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar (faktische Verhältnisse vor Ort), die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wurde. Zum anderen ist die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch der planerische Ausdruck und Gestaltungswille der Kommune, bestimmten Standortbereichen eine besondere Funktion zuzuordnen. Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch Beschluss des Stadtrates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Nur bei einer konsequenten Anwendung der Ansiedlungsregelungen kann das Einzelhandels- und Zentrenkonzept in vielfacher Weise positiv wirken:

- Es schafft Klarheit für alle Beteiligten.
- Es gewährleistet Berechenbarkeit und Verlässlichkeit der städtischen Entscheidungen und damit auch Planungs- und Investitionssicherheit für Gewerbetreibende, Grundstücks- und Immobilieneigentümer sowie Investoren.
- Es schafft den Rahmen für eine lebendige Innenstadt, funktionsfähige Stadtteilzentren sowie eine wohnungsnahe Grundversorgung. Damit werden letztlich öffentliche und private Investitionen in die Stadtgestaltung, die Verkehrsinfrastruktur und den öffentlichen Personennahverkehr abgesichert.
- Es leistet als strategisches Instrument einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Stadtentwicklung.
- Die Gliederung des Stadtgebietes anhand verschiedener Einzelhandelslagen und -standorte trägt zur Orientierung der Quartiersbevölkerung bei und begünstigt die Minimierung des Einkaufsverkehrs.

Im begründeten Einzelfall kann die Kommune zwar von den Vorgaben eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche zu nennen. Durch die Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe auf bestimmte Lagen können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes festgelegt werden.

Ferner stellt auch die Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

Darüber hinaus sollen im Rahmen von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten ebenfalls die Möglichkeiten und Perspektiven der Weiterentwicklung des Einzelhandels herausgearbeitet und standorträumlich eingeordnet werden. Neben einer rein planerischen Komponente haben Einzelhandelskonzepte demnach immer auch eine zukunftsgerichtete Fortentwicklung von Standorten im Fokus.

7. Methodik und Untersuchungsablauf

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Regensburg 2030 basiert auf folgenden Fakten:

- **Nachfrageanalyse** anhand der Bevölkerungswerte des Marktgebietes unter Heranziehung von lokalen Kaufkraftindizes sowie GMA-eigener sortimentsspezifischer Pro-Kopf-Ausgabewerte. Das Marktgebiet konnte unter Hinzuziehung empirischer Erkenntnisse, vor allem der Expertengespräche, Haushalts-, Passanten- und Gästebefragung, überprüft werden.
- **Angebotsanalyse** auf Grundlage einer vollständigen Vor-Ort-Aufnahme der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Regensburg 2018. Die Erhebung erfolgte im Zeitraum von September bis Oktober 2018.
- **Städtebaulich-funktionale Analyse** in den potenziellen zentralen Versorgungsbereichen. Hierzu wurden neben dem Handelsbestand die Komplementärnutzungen, Leerstände und Potenzialflächen berücksichtigt.
- **Übergeordnete Planwerke** der Stadt Regensburg wurden ebenso berücksichtigt wie erfolgte und anstehende konkrete Projekte der Stadtentwicklung.

Auf Grundlage der umfassenden Datenbasis war eine nachvollziehbare Messung der Attraktivität des Handelsplatzes ebenso möglich wie eine auf den faktischen Verhältnissen basierende Überprüfung des Sortiments- und Standortkonzeptes der Stadt Regensburg aus dem Jahr 2008.

Die Nachfrage- und Angebotsanalyse wurde in Abstimmung mit der Auftraggeberin anhand der nachstehenden **Systematik** mit 40 Sortimentsgruppen[19] festgelegt (vgl. hierzu auch Glossar).

Tabelle 1: Warengruppensystematik Regensburg

Warengruppen	Sortiment
Nahrung- und Genussmittel	Lebensmittel, Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak, Bäckerei- und Metzgereihandwerk
Gesundheit/Körperpflege	Drogerie- und Kosmetikartikel, Parfümerie, pharmazeutische Produkte/Arzneimittel
Blumen/Floristik, Tierfutter, Zeitschriften	Schnittblumen/Floristik, Tierfutter (ohne Lebendtiere), Zeitungen/Zeitschriften
Bücher, Papier-/Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren	Bücher, Papier, Büro-/Schreibwaren (ohne Computer und Zubehör), inkl. Bastelbedarf, Spielwaren, inkl. Modellbau
Bekleidung	Oberbekleidung gemischt, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Spezialbekleidung (Hochzeitsmode, Berufsbekleidung)
Schuhe, Lederwaren	Schuhe, Lederwaren (Handtaschen, Koffer, Rucksäcke), Schirme, Hüte
Sport	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte, Zubehör
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte, Großgeräte/weiße Ware, braune Ware), Telekommunikationsgeräte, Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (PC, Notebooks, Tablets)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	Haushaltswaren (Glas/Porzellan/Keramik), Hausrat, Möbel aller Art (inkl. Matratzen/Küchenmöbel), Heimtextilien (inkl. Bettwaren), Leuchten und Lampen, Antiquitäten/Kunst/Galerie
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Teppiche/Bodenbeläge/Fliesen
Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	Optik und Akustik, Uhren und Schmuck
Sonstiger Einzelhandel	Kfz- und Motorradzubehör, Sportgroßgeräte, Fahrräder (inkl. E-Bikes), Sonstiges (z. B. Sanitätswaren, Musikalien, Waffen, Sammelhobbies, Erotik)

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019. Die GMA-Warengruppensystematik ist in Absprache mit der Stadt Regensburg auf eine baurechtlich sichere Umsetzung orientiert; vgl. Glossar

[19] Sortimente, die im Einzelhandel angeboten werden, lassen sich weiter nach der Nachfragehäufigkeit unterscheiden in den kurz- und mittel- bis langfristigen Bedarf. Die Einteilung in zentren- und nahversorgungsrelevante sowie nicht-zentrenrelevante Sortimente verfolgt hingegen raumstrukturelle und städtebauliche Ziele.

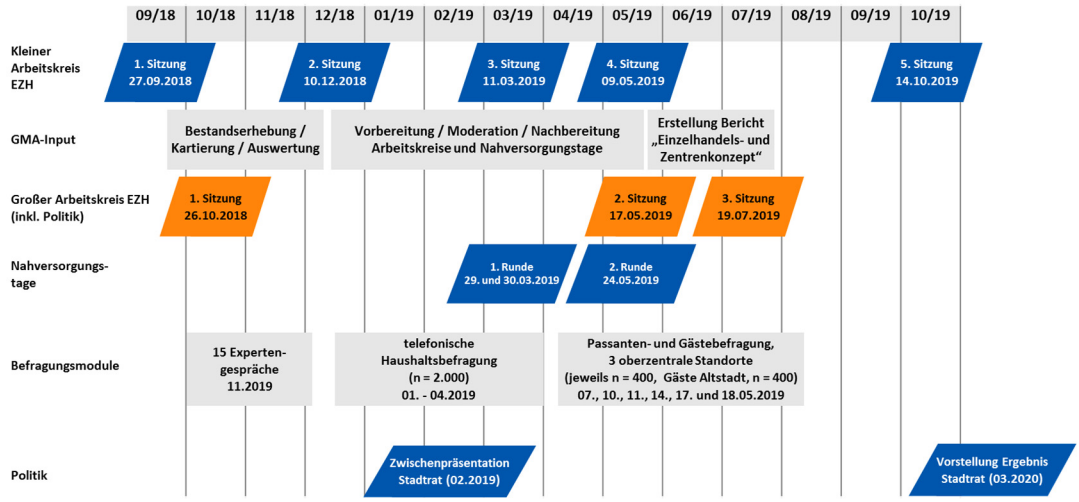
Für alle Einzelhandelsbetriebe wurden durch Begehung[20] folgende Daten erfasst:

- Betriebsname/Bezeichnung des Einzelhandelsbetriebs[21]
- Adresse mit Straße, Hausnummer und ggf. Hausnummerzusatz
- Verkaufsfläche[22]
- Sortiment/Warengruppe und Fristigkeit (Zuordnung nach Hauptsortiment)
- Betriebstyp
- Standortinformationen und Lagekategorie

Die **Leistungsfähigkeit** der Einzelhandelsbetriebe wurde mit einzelbetrieblichen Umsatzberechnungen ermittelt.[23]

Die empirischen Grundlagen und die daraus zu ziehenden Erkenntnisse wurden durch umfassende Befragungs- und Beteiligungsmodule abgesichert.

Abbildung 8: Untersuchungsablauf



Quelle: GMA-Darstellung 2019

20 Die Erhebung erfolgte im Zeitraum von September bis Oktober 2018; das Erhebungsprozedere inkl. Inhalte und Kriterien wurde eng mit dem Amt für Stadtentwicklung der Stadt Regensburg abgestimmt.

21 Erfasst wurde der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen pharmazeutischen Artikeln.

22 Analog zu Vorgängererhebungen in Regensburg wurde eine Aufteilung von Mehrbranchenunternehmen nach Einzelsortimenten vorgenommen. Die Aufteilung erfolgte für Lebensmittelanbieter ab einer Verkaufsfläche ≥ 1.500 m² sowie für Möbelmärkte, Kauf- und Warenhäuser, Drogeriefachmärkte, Sonderpostenmärkte, Babyfachmärkte sowie Fachmärkte für Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarfe ab einer jeweiligen Verkaufsfläche ≥ 800 m².

23 Unter Hinzuziehung von GMA-Echtdaten, durchschnittlicher branchen- sowie betreibertypischer Flächenproduktivitäten wurden Daten des Europäischen Handelsinstituts Köln (EHI; Handelsdaten aktuell), der Hahn Gruppe (Retail Real Estate Report Germany), des Instituts für Handelsforschung GmbH und weiterer Branchenreports verwandt (Durchschnittsprinzip) und nach Standorten qualifiziert. Expertengespräche waren eine ergänzende Informationsquelle.

8. Arbeitsweise, Akteure und Beteiligungskonzept

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030 wurde als **dialogorientiertes Projekt** in enger Zusammenarbeit mit Verwaltung, weiteren Akteuren aus Wissenschaft, Handel und Tourismus sowie der Politik entwickelt und gemeinsam mit der Auftraggeberin ausgearbeitet:

- Eine Facharbeitsgruppe „Kleiner Arbeitskreis Einzelhandel“, bestehend aus Vertretern des Amtes für Stadtentwicklung (Amtsleiter Anton Sedlmeier und Alexandra Schellenberger), der Stadtmarketing Regensburg GmbH (Geschäftsführer Michael Quast), dem Amt für Wirtschaft und Wissenschaft (Alfred Helbrich) sowie Vertretern aus Wissenschaft (Prof. Dr. Kurt Klein, Universität Regensburg) und Verbandsvertretern (Dr. Matthias Segerer, IHK Regensburg; Günter Hölzl, Handelsverband Bayern), sicherte die fachlich aktive Begleitung und Abstimmung ab. In dieser Arbeitsgruppe wurden die relevanten inhaltlichen Vorgaben hergeleitet und abgestimmt.

Die Einbindung von Einzelhandelsakteuren und Politik wurde über die Einrichtung des „Großen Arbeitskreises Einzelhandel“ gewährleistet. Die Mitglieder sind folgender Übersicht zu entnehmen:

Verwaltung/ Wissenschaft	Handel/Standorte	Interessensvertreter/ Verbände	Politik (ein Vertreter pro Fraktion)
Lothar Backhaus bzw. Andreas Skala, Stadt Regensburg, Stadtplanung	Mirko Fröhlich bzw. Christina Irrgang, Regensburg Arcaden	Günter Hölzl, Handelsverband Bayern	CSU (Christian Schlegl bzw. Dr. Astrid Freudenstein, Ute Frei oder Dagmar Schmidl)
Armin Frohschammer, Stadt Regensburg, Bauordnung	Eike Görgen, XXXLutz Hiendl	Michael Quast bzw. Vertretung Tina Wölfl, Stadtmarketing	SPD (Thomas Thurow bzw. Evelyn Kolbe-Stockert oder Christa Meier)
Alfred Helbrich, Stadt Regensburg, Wirtschaftsförderung	Alexander Haubensak, Bellandris Haubensak Regensburg	Dr. Matthias Segerer bzw. Dr. Martin Kammerer, IHK Regensburg	Bündnis 90/Die Grünen (Karin Piller bzw. Maria Simon, Walter Erhard oder Margit Kunc)
Prof. Dr. Kurt Klein, Universität Regensburg	Guido Herrmann, GALERIA Kaufhof GmbH		Die Linke (Irmgard Freihoffer)
Alexandra Schellenberger, Stadt Regensburg, Stadtentwicklung	Kerstin Kellnberger, KÖWE-Center		FDP (Gabriele Opitz)
Anton Sedlmeier, Stadt Regensburg, Stadtentwicklung	Oliver Mertens, IKEA		Freie Wähler (Günter Riepl)
Sabine Thiele bzw. Sabine Teisinger, Regensburg Tourismus GmbH	Konrad Nill, XXXLutz Hiendl		ödp (Astrid Lamby)
	Christian Roehrl, Rennplatz Zentrum (REZ)		
	Ingo Saar bzw. Christoph Wacht, Faszination Altstadt e.V.		
	Thomas Schuster, MediaMarktSaturn Retail Group		
	Sibylle Wunderlich bzw. Franz J. W. Hrabak, Alex-Center		
	Thomas Zink, Donau-Einkaufszentrum GmbH		
	Dr. Herbert Küblböck, Küblböck Unternehmensgruppe		

Weiterhin wurden unterschiedliche Beteiligungs- und Befragungsmodule umgesetzt, um so die angemessene empirische Dichte zu erhöhen:

- Die im Einzelhandel Aktiven sowie Experten bzw. Verbandsvertreter wurden über ein umfangreiches **Leitfadengespräch** in den Prozess eingebunden. Insgesamt konnten die Ideen aus 15 Expertengesprächen in den Fortschreibungsprozess einfließen:
  - Mirko Fröhlich, Regensburg Arcaden
  - Alexander Haubensak, Bellandris Gartencenter
  - Guido Herrmann, GALERIA Kaufhof GmbH
  - Günter Hölzl, Handelsverband Bayern
  - Kerstin Kellnberger, KÖWE-Center
  - Oliver Mertens, IKEA
  - Stephan Ott, Edeka Ott
  - Frank Pfützner, Avison Young GmbH, München
  - Ingo Saar, Faszination Altstadt e. V.
  - Dr. Matthias Segerer, IHK Regensburg
  - Karin Siegert, Siegert – Mode für Männer im Donau-Einkaufszentrum
  - Dr. Fritz E. Sutor, Schuh Sutor
  - Alexander Weiß, Kaufland
  - Maximilian Wöhrle, Alnatura Produktions- und Handels GmbH
  - Thomas Zink, Donau-Einkaufszentrum GmbH
- Ein ergänzender Beteiligungsbaustein zum Thema Nahversorgung wurde über zwei Nahversorgungstage durchgeführt, in denen insgesamt rd. 80 Teilnehmer ihre Ideen zur Weiterentwicklung „ihrer Nahversorgung“ einbringen konnten.

Fazit:

Die Grundlagenermittlung zzgl. Konzeptfortschreibung stützt sich somit auf einen breiten fachlich orientierten Prozess, wodurch die Erfahrungen und Meinungen von insgesamt knapp 4.000 Personen einfließen konnten.

Die Ergebnisse sind dezidiert im „Begleitband Beteiligungsmodule“ aufbereitet.

III. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten der Stadt Regensburg

1. Rahmenbedingungen

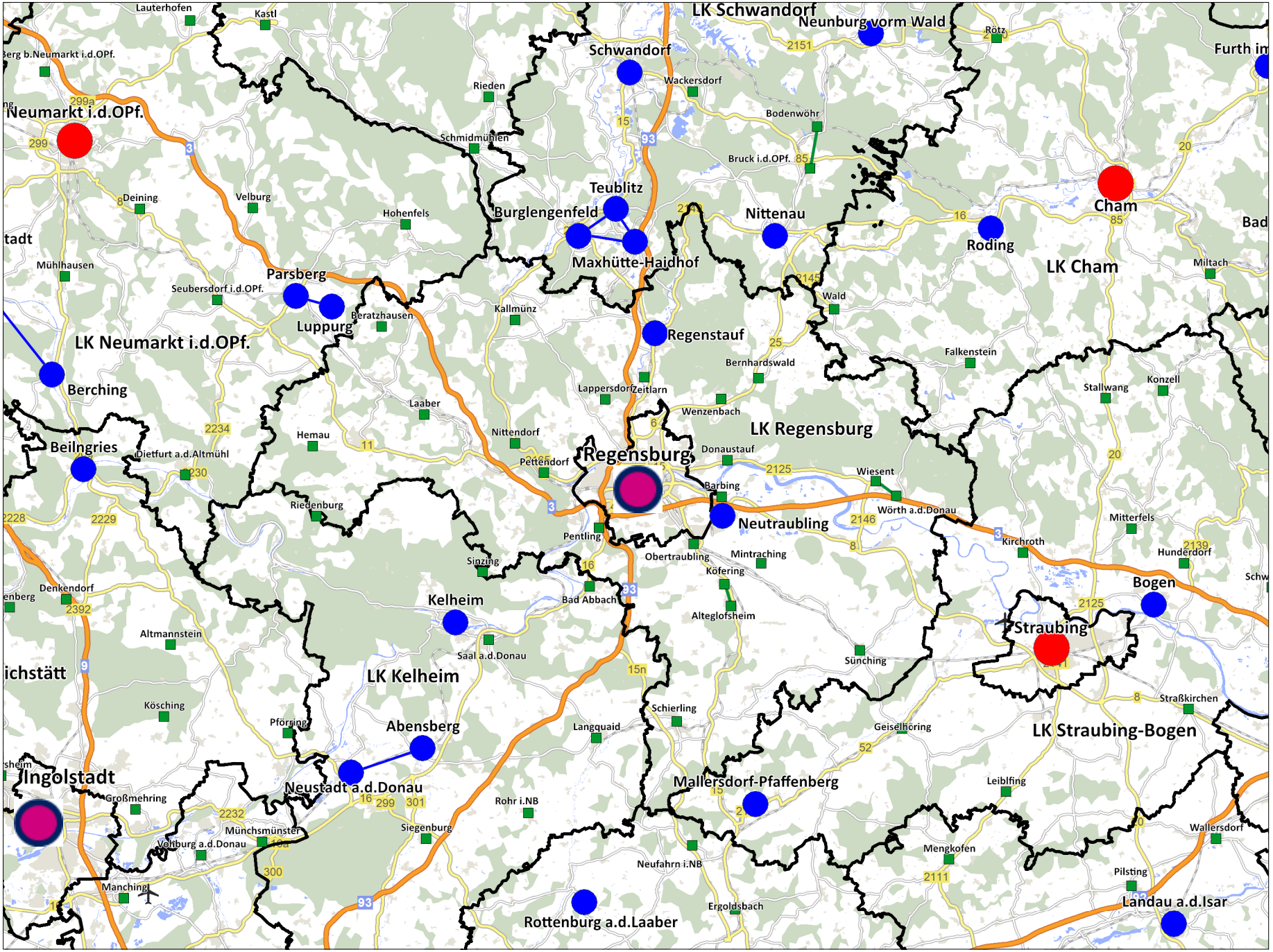
Die kreisfreie Stadt Regensburg befindet sich azentrisch im Süden des Regierungsbezirks Oberpfalz im Zusammenfluss von Donau, Naab und Regen. Sie ist Regierungsbezirkshauptstadt und Sitz der Regierung der Oberpfalz, darüber hinaus auch Sitz der Landrätin des Landkreises Regensburg. Derzeit wohnen in der Universitätsstadt rd. 166.720 Personen.[24] Damit ist Regensburg nach München, Nürnberg und Augsburg viertgrößte Stadt im Freistaat Bayern. Die nächstgelegenen ostbayerischen Oberzentren Straubing, Amberg und Landshut sind ca. 45 bis 70 Kilometer entfernt.

In der **Landes- und Regionalplanung** ist Regensburg als Regionalzentrum eingestuft. Der Mittelbereich umfasst laut Regionalplan im Kern den Verdichtungsraum um Regensburg sowie Teile des Landkreises Kelheim; die darüber hinaus reichenden Bereiche werden als allgemeiner ländlicher Raum mit besonderem Handlungsbedarf klassifiziert. Als bedeutsame, von Regensburg ausgehende Entwicklungsachsen sind in Richtung Norden Regensburg – Regenstauf – Schwandorf, in Richtung Osten Regensburg – Pfatter – Straubing, in Richtung Süden Regensburg – Landshut und in Richtung Westen Regensburg – Bad Abbach – Kelheim zu nennen. Das Wirtschafts- und Versorgungszentrum Regensburg versorgt das Umland und die Region mit übergeordneten Gütern in den Bereichen Handel, Dienstleistungen, Gesundheit, Kultur, Freizeit, Ausbildung und Wissenschaft und stellt darüber hinaus einen wichtigen Arbeitsstandort dar. Vor allem die historische Altstadt fungiert als regionales Zentrum für Handel, Dienstleistungen, Tourismus und das kulturelle Geschehen.

Die überregionale **Verkehrsanbindung** Regensburgs ist bedingt durch die Autobahnen A 3 (Nürnberg – Passau) und A 93 (Hof – Holledau) sowie die Bundesstraßen B 8 (Neumarkt i. d. OPf. – Straubing), B 15 (Schwandorf – Regensburg) und B 16 (Roding – Ingolstadt) als sehr gut einzustufen. Darüber hinaus gewährleisten Staats- und Kreisstraßen die regionale Erreichbarkeit. Außerdem ist Regensburg ein Eisenbahnknoten mit Bahnverbindungen nach Nürnberg, Passau, Weiden i. d. OPf., München und Ingolstadt. Der öffentliche Personennahverkehr wird über ca. 70 Buslinien des Regensburger Verkehrsverbundes (RVV) organisiert. Die grundsätzlich gute verkehrliche Erreichbarkeit wird durch die Donau, einen europäischen Hauptschifffahrtsweg für Gütertransporte und Binnenkreuzfahrten, sowie den parallel verlaufenden Donauradweg, einen der populärsten Fernradwege Deutschlands, ergänzt.

[24] Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018), Haupt- und Nebenwohnsitze.

Karte 1: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Regensburg 2018



Legende

- Zone I
- Zone II
- Zone III
- ZoneIV
- Landkreisgrenze

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage:
GfK GeoMarketing 2018

Wie das Tourismuskonzept der Stadt Regensburg[25] (2018) aufzeigt, verfügt die Domstadt mit ihrer attraktiven und von der UNESCO mit dem Welterbe-Status versehenen Altstadt mit Stadtamhof über ausgeprägte touristische Stärken und Identifikationsfaktoren. Mit der jüngsten Neueröffnung des Hauses der Bayerischen Geschichte – Museum wird die touristische Funktion in der Altstadt nochmals verstärkt. In der Folge zeichnet sich die Stadt durch eine authentische und qualitativ hochwertige Hotellerie und Gastronomie sowie das besondere Einkaufserlebnis in der Altstadt aus. Naturräumlich profitiert Regensburg von seiner attraktiven Lage an der Donau.

2. Siedlungsstrukturen und Entwicklung der Stadtteile

Die räumliche Form und Ausdehnung Regensburgs wird durch vier Naturgroßräume (Fränkischer Jura, Bayerischer Wald, Donau-Ebene und niederbayerisches Tertiärhügelland) geprägt, die im Stadtgebiet aneinander stoßen. Die Donau verlässt hier das Hügel- und Bergland und fließt in die Gäubodenebene. Daraus ergibt sich für einige Stadtteile im Norden und im Westen kein oder wenig Erweiterungspotenzial. Alle heutigen und geplanten Stadterweiterungsgebiete liegen im Osten und Süden, also in der Donauebene und den relativ flachen Ausläufern des niederbayerischen Tertiär-Hügellandes.

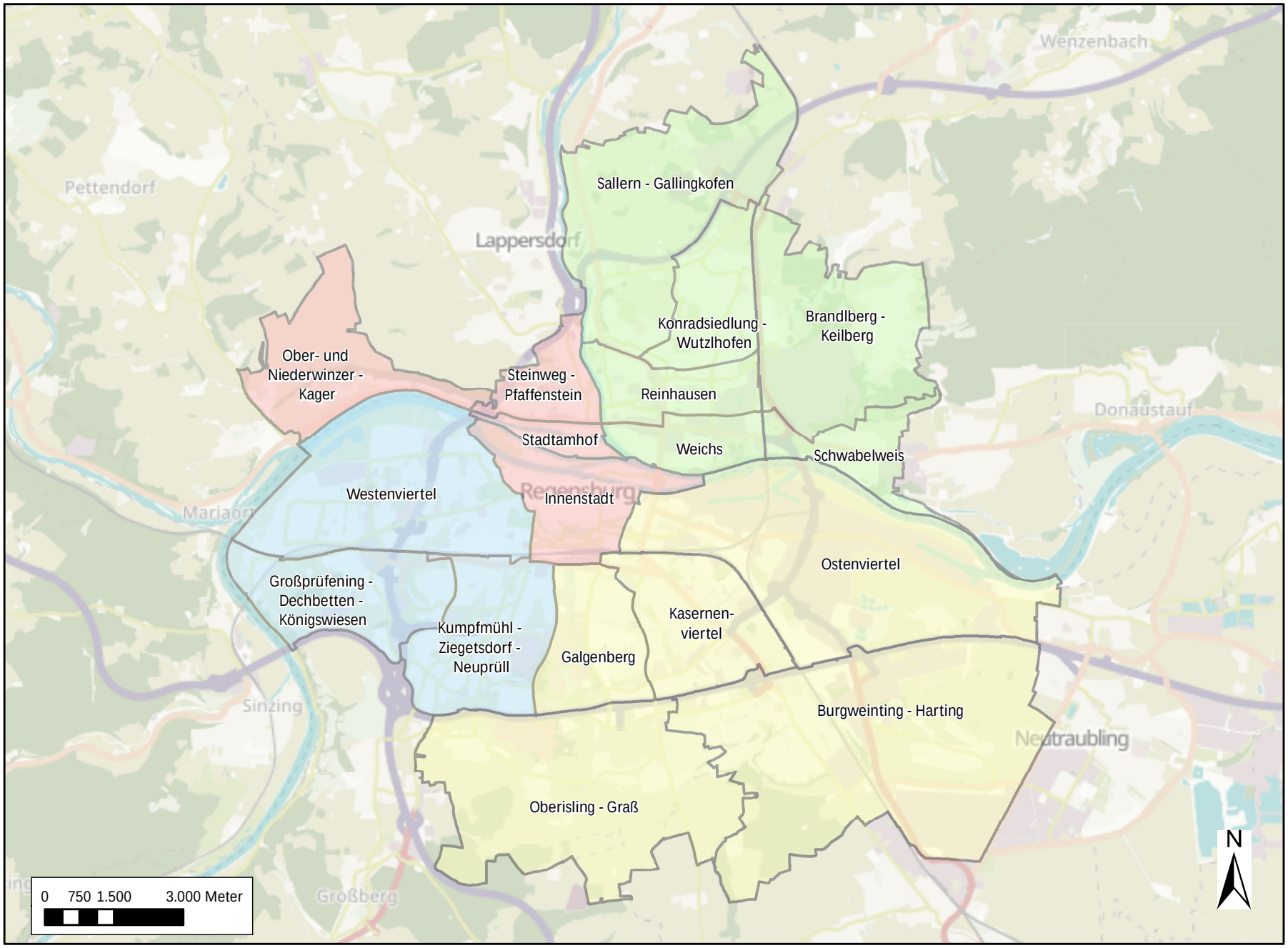
Das Stadtgebiet verfügt auf knapp 81 Quadratkilometern über einen relativ kompakten Siedlungskörper, der administrativ in 18 Stadtbezirke und 37 Unterbezirke untergliedert ist.[26] Mit Ausnahme der historischen Altstadt, die durch Alleen und Parkanlagen vom übrigen Stadtgebiet abgeteilt ist, und den Wöhrd-Inseln mit Stadtamhof ist die Siedlungsfläche relativ homogen. Wesentliche innere Gliederungselemente sind der Altstadtkern, die Hauptverkehrsachsen (Flüsse und Hafenanlagen, Bahntrassen, Autobahnen, Bundesstraßen), die städtischen Grünanlagen sowie das Universitätsgelände. Während die Stadtteile im Norden, Westen und Südwesten vorwiegend Wohnzwecken dienen, haben sich im Südosten und Osten Universität, Industrie und Gewerbe sowie der Bayernhafen, Logistikzentren und das GVZ angesiedelt.

Im gesamten Stadtgebiet werden aktuell verschiedene Wohnungsbauprojekte umgesetzt, die der Neuentwicklung ganzer Quartiere dienen oder bestehende Baustrukturen nachverdichten. Insgesamt ist die Realisierung von rd. 6.000 Wohneinheiten in den kommenden fünf Jahren (2020 bis 2024) geplant.

25 Quelle: u. a. dwif consulting (2018): Zukunftsorientiertes Tourismuskonzept für die Stadt Regensburg, S. 77.

26 2009 erfolgte die Teilung des Unterbezirks Burgweinting-Harting in die beiden separaten Unterbezirke Burgweinting und Harting. Um die Vergleichbarkeit mit dem Rahmenkonzept 2008 zu erhalten, erfolgt nachfolgende Analyse weiterhin nach den 36 Unterbezirken.

Karte 2: Gliederung der Stadt Regensburg – Planungsbezirke und Stadtbezirke



Legende

Planungsbezirke

- Mitte/Nordwest
- Stadtwesten/Südwesten
- Stadtnorden
- Stadtosten/Stadtsüden*

Stadtbezirksgrenzen

* Burgweinting und Harting seit 2009 statistisch getrennt geführt. Zum Erhalt der Vergleichbarkeit mit dem Rahmenkonzept 2008 gemeinsame Fortführung.

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage:
Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

3. Demografische Entwicklung

Gemäß **Einwohnerstatistik** der Stadt Regensburg leben in der Domstadt 2018 rd. 166.720 Personen, davon rd. 10 % mit Nebenwohnsitz (knapp 17.000 Einwohner).[27] Die höchste Einwohnerkonzentration besteht im Südwesten (vor allem Stadtbezirke Kumpfmühl-Ziegetsdorf-Neuprüll) und Stadtwesten (Westenviertel) sowie in den Stadtbezirken Innenstadt, Konradsiedlung-Wutzlhofen und Kasernenviertel.

Tabelle 2: Einwohnerverteilung in der Stadt Regensburg 2018

Stadtbezirke der Stadt Regensburg (zusammengefasst nach Planungsbezirken)	Wohnbevölkerung*	Anteil an der Gesamtbevölkerung in %
Mitte/Nordwest	**25.090**	**15,0**
01 Innenstadt	17.380	10,4
02 Stadtamhof	2.500	1,5
03 Steinweg – Pfaffenstein	4.220	2,5
16 Ober- und Niederwinzer – Kager	990	0,6
Stadtnorden	**32.530**	**19,5**
04 Sallern – Gallingkofen	3.650	2,2
05 Konradsiedlung – Wutzlhofen	10.990	6,6
06 Brandlberg – Keilberg	2.580	1,5
07 Reinhausen	9.250	5,5
08 Weichs	3.740	2,2
09 Schwabelweis	2.320	1,4
Stadtosten	**36.240**	**21,7**
10 Ostenviertel	10.830	6,5
11 Kasernenviertel	16.380	9,8
12 Galgenberg	9.030	5,4
Stadtwesten/Südwesten	**57.570**	**34,5**
13 Kumpfmühl – Ziegetsdorf – Neuprüll	21.920	13,1
14 Großprüfening – Dechbetten – Königswiesen	7.740	4,6
15 Westenviertel	27.910	16,7
Stadtsüden	**15.290**	**9,2**
17 Oberisling – Graß	3.640	2,2
18 Burgweinting – Harting**	11.650	7,0
Gesamtstadt	**166.720**	**100,0**

* Bevölkerung mit Haupt- und Nebenwohnsitz nach Blockgruppen

** Burgweinting und Harting seit 2009 statistisch getrennt. Zum Erhalt der Vergleichbarkeit mit dem Rahmenkonzept 2008 gemeinsame Fortführung.

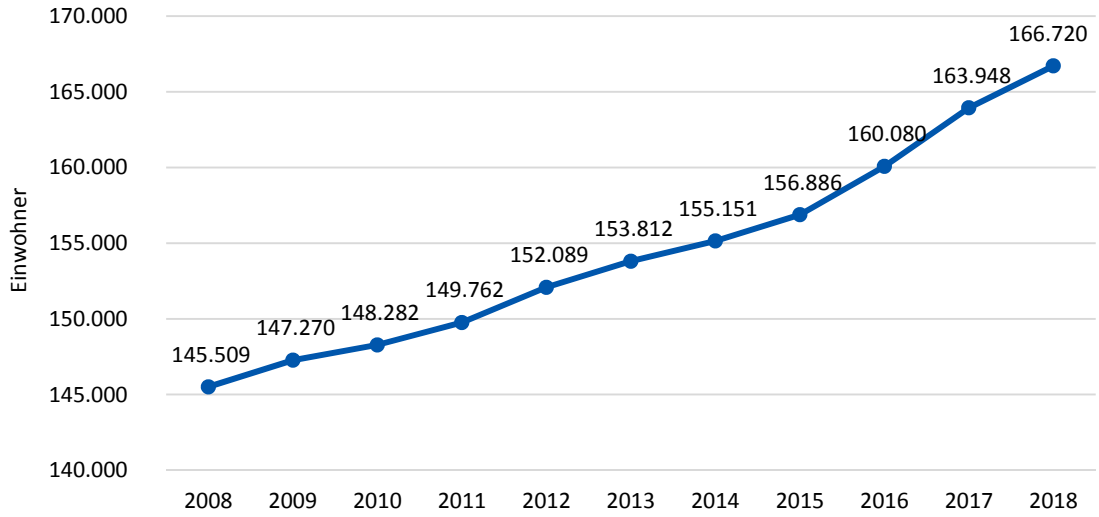
Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018), Haupt- und Nebenwohnsitze

[27] Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

Ein nicht unbeträchtlicher Teil der Einwohnerschaft besteht aus Studierenden der Regensburger Universität, der Ostbayerischen Technischen Hochschule sowie der Hochschule für katholische Kirchenmusik und Musikpädagogik. Insgesamt sind derzeit rd. 32.000 Studierende in Regensburg immatrikuliert.[28]

Regensburg gehört zu den bevölkerungsdynamischsten Regionen Deutschlands, wovon auch die Stadt selbst als zentraler Motor der Entwicklung profitiert. Die Domstadt verzeichnete zwischen 2008 und 2018 einen beeindruckenden Bevölkerungszuwachs von rd. 21.210 Einwohnern bzw. knapp 15 %.[29] Auch für die kommenden Jahre gehen die regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung des Bayerischen Landesamtes für Statistik sowie die amtliche Statistik der Stadt Regensburg von einer Fortsetzung dieser Entwicklung aus. So wird für das Jahr 2030 eine Gesamtbevölkerung von 177.050 Einwohner prognostiziert (hiervon rd. 17.000 Einwohner mit Nebenwohnsitz[30]).

Abbildung 9: Einwohnerentwicklung in Regensburg 2008 bis 2018



Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stand: 31.12. des jeweiligen Vorjahres), Haupt- und Nebenwohnsitze.

Auch die benachbarten Kommunen sowie der Landkreis Regensburg wiesen in den letzten zehn Jahren Bevölkerungszunahmen auf. Deren Wachstumsquoten lagen jedoch bis dato durchweg unter denen der Stadt Regensburg (vgl. Tabelle 3). In der Zukunft werden jedoch von der weiteren Einwohnerentwicklung die Umlandgemeinden in Folge der vorherrschenden Flächenknappheit in Regensburg am stärksten profitieren.

28 Quelle: Homepage der jeweiligen Hochschule (Stand: Sommersemester 2019) sowie Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik 2019.

29 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stand: 31.12. des jeweiligen Vorjahres), Haupt- und Nebenwohnsitze.

30 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

Tabelle 3: Einwohnerentwicklung im regionalen Vergleich 2008 bis 2018

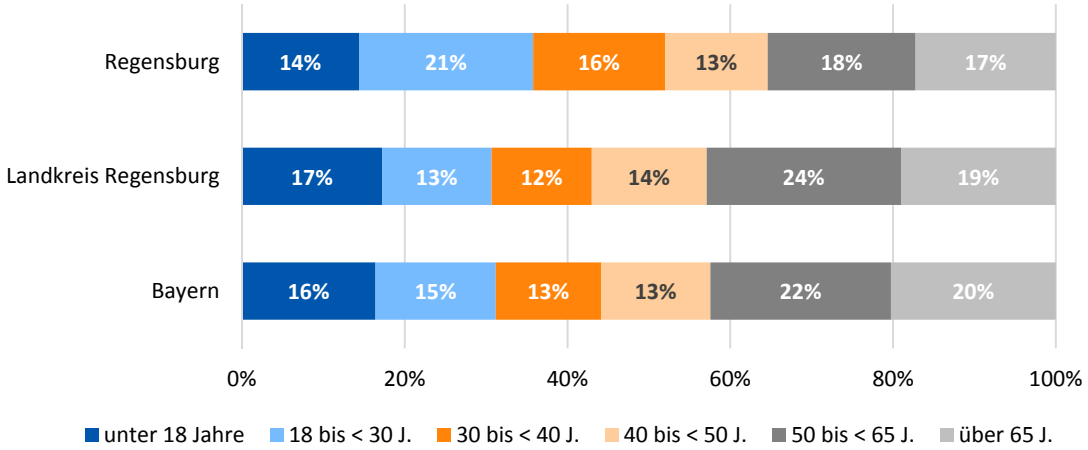
Gebietseinheit	Einwohner*		Einwohnerentwicklung 2008 bis 2018	
	2008	2018	absolut	relativ in %
Regensburg	132.836	150.400	17.564	+ 13,2%
Bad Abbach	11.136	12.364	1.228	+ 11,0%
Kelheim	15.677	16.668	991	+ 6,3%
Landshut	62.656	71.763	9.107	+ 14,5%
Lappersdorf	13.085	13.348	263	+ 2,0%
Neutraubling	12.555	13.738	1.183	+ 9,4%
Obertraubling	7.526	8.383	857	+ 11,4%
Pentling	5.771	6.113	342	+ 5,9%
Regenstauf	14.918	16.242	1.324	+ 8,9%
Landkreis Regensburg	182.696	192.767	10.071	+ 5,5%
Niederbayern	1.193.444	1.234.291	40.847	+ 3,4%
Oberpfalz	1.085.216	1.107.056	21.840	+ 2,0%
Bayern	12.519.312	13.038.714	519.402	+ 4,1%

* nur Hauptwohnsitze

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): Fortschreibung der Bevölkerung für Gemeinden (Stand: 30.06.2008 und 30.06.2018).

Die **Altersstruktur** der Stadt Regensburg weicht etwas von der Bayerns und des Landkreises ab (vgl. Abbildung 10). Auffällig ist neben einem erhöhten Anteil von jungen Erwachsenen (zurückzuführen auf das hiesige Arbeits- und Ausbildungsangebot, u. a. durch die Hochschulen) ein geringerer Anteil von Kindern und Jugendlichen, der in der Domstadt mit ca. 14 % zwei Prozentpunkte unter dem bayerischen Durchschnitt und ca. drei Prozentpunkte unter dem entsprechenden Wert des Landkreises liegt. Mit einem Durchschnittsalter von 41,4 Jahren ist Regensburg eine der jüngsten Städte in Bayern.

Abbildung 10: Altersstruktur der Stadt Regensburg 2018 im Vergleich



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): Statistik kommunal 2018 der jeweiligen Gebietseinheiten

4. Wirtschaftliche Entwicklung und Tourismus

Die dynamische wirtschaftliche Entwicklung Regensburgs gründet sich auf die gezielt durchgeführten Infrastrukturmaßnahmen der 1960er Jahre (u. a. Gründung der Universität, der Fachhochschule und des Klinikums, Bau des Osthafens und des Main-Donau-Kanals) und wurde durch die Ansiedlung einer Reihe von Großunternehmen (u. a. BMW, Siemens, Infineon, Continental, Osram) forciert. Daraus folgt ein starkes Verhältnis der Hauptwohnsitze zu der hohen Zahl von rd. 125.115 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort[31] sowie intensive Pendlerströme aus dem Umland. Somit verfügt die Stadt über einen außerordentlich hohen positiven Pendlersaldo (+ 60.690 Erwerbstätige), der besonders im Vergleich mit dem Umland deutlich wird (vgl. Tabelle 4).[32] Die Arbeitslosenquote für die Stadt Regensburg lag im Juni 2018 mit 3,3 % nur geringfügig über dem bayerischen Landesdurchschnitt (2,8 %) und entspricht damit der Vollbeschäftigung.[33]

Tabelle 4: Beschäftigtenaufkommen in Regensburg 2018 im regionalen Vergleich

Gebietseinheit	Beschäftigte		Einpendler	Auspendler	Pendlersaldo	Arbeitslosenquote
	am Arbeitsort	am Wohnort				
Regensburg	125.114	44.790	80.274	19.585	+ 60.689	3,3 %
Bad Abbach	1.944	748	1.196	4.686	– 3.490	2,3 %*
Kelheim	7.345	2.652	4.688	4.370	+ 318	2,3 %
Landshut	38.900	13.334	25.533	16.137	+ 9.396	4,1 %
Lappersdorf	1.982	503	1.479	4.765	– 3.286	1,8 %*
Neutraubling	15.067	1.909	13.149	4.243	+ 8.906	1,8 %*
Obertraubling	3.165	427	2.733	3.368	– 635	1,8 %*
Pentling	962	174	785	2.278	– 1.493	1,8 %*
Regenstauf	4.957	1.593	3.362	5.344	– 1.982	1,8 %*
Landkreis Regensburg	47.591	26.509	21.043	56.518	– 35.475	1,8 %
Niederbayern	479.737	423.174	56.286	90.444	– 34.158	2,6 %
Oberpfalz	473.328	399.665	73.439	67.896	+ 5.543	2,4 %
Bayern	5.598.946	5.198.871	396.421	294.988	+ 101.433	2,8 %

* Die Arbeitslosenquote liegt für die Kommunen nur auf Ebene des zugehörigen Landkreises vor.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2019): Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort (Stand: 30.06.2018)

31 Quelle: Bundesagentur für Arbeit (2019): Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort (Stand: 30.06.2018).

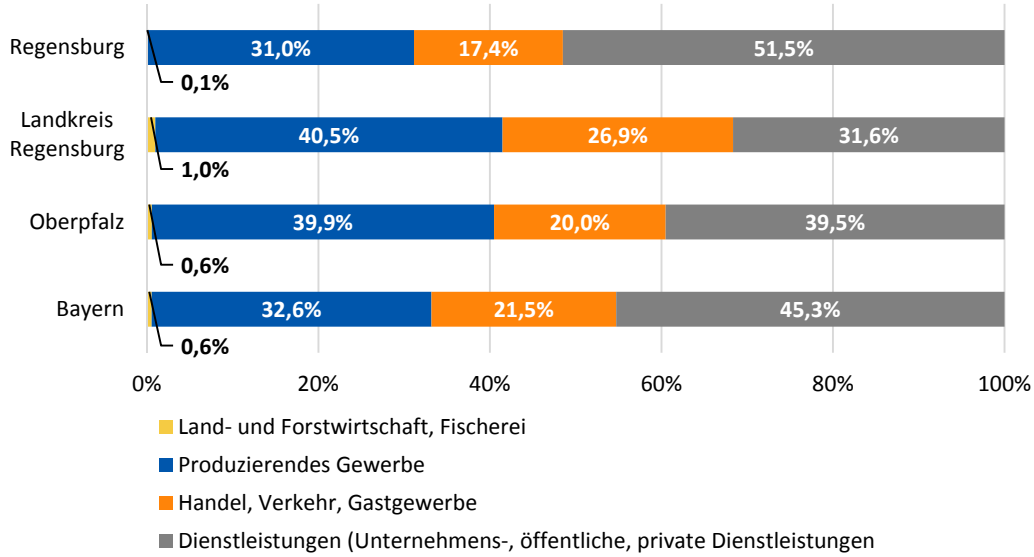
32 Quelle: ebd.

33 Quelle: ebd.

In der Regensburger **Wirtschaftsstruktur** bildet das Dienstleistungsgewerbe mit ca. 52 % der Beschäftigten den Arbeitsplatzschwerpunkt. Die Stadt weist damit einen erheblich höheren Dienstleistungsanteil auf als der Landkreis Regensburg (ca. 32 %), der Regierungsbezirk Oberpfalz (ca. 40 %) und der Freistaat Bayern (ca. 45 %). Eine starke Stellung nimmt auch das Produzierende Gewerbe ein, in dem ca. 37.800 Personen beschäftigt sind. Wichtigste Branchen sind Automobilproduktion und -zulieferwesen, Maschinenbau, Energietechnik, Elektrotechnik, Optoelektronik, Biotechnologie, Chipherstellung, IT sowie Nahrungs- und Futtermittelherstellung.

Insgesamt zeigt der Standort eine hohe Diversifizierungsquote und einen ebenso hohen Anteil von Hightech-Unternehmen. Gingen Prognosen des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung in den letzten Jahren noch von einem kontinuierlichen Wachstum der Region aus, die zu den wachstumsstärksten Regionen im gesamten Bundesgebiet zählte, bleibt vor dem Hintergrund der zum Teil massiven Umstrukturierungsprozesse, vor allem in der Automobilbranche, aber auch Licht- und Elektrotechnik, abzuwarten, wie sich diese auf den Wirtschaftsstandort Regensburg auswirken werden.

Abbildung 11: Beschäftigungsprofil der Stadt Regensburg 2018 im Vergleich



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): Statistik kommunal 2018 der jeweiligen Gebietseinheit

Wie die Abbildung 11 zeigt, weichen die **Beschäftigungsprofile** von Stadt und Landkreis deutlich voneinander ab, was auf eine klare Funktionsteilung zwischen dem Regionalzentrum und seiner Umgebung hinweist. Auf den ersten Blick überrascht, dass der Bereich „Handel, Gastgewerbe, Verkehr“ in der Domstadt nur einen untergeordneten Beschäftigtenanteil annimmt. Allerdings ist dabei die hohe Arbeitsplatzintensität in Regensburg zu beachten: absolut gesehen verfügt die Stadt Regensburg mit ca. 21.150 Beschäftigten im Bereich „Handel, Gastgewerbe, Verkehr“ über fast doppelt so viel wie der gesamte Landkreis Regensburg (ca. 12.300).[34]

[34] Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): Statistik kommunal 2018 der jeweiligen Gebietseinheit, S. 8.

Neben seiner Funktion als größter Arbeitsplatzstandort in der Region verfügt Regensburg als eine der ältesten Städte Deutschlands mit einer nahezu 2.000-jährigen Historie auch über eine hohe Bedeutung für den **Tourismus**. Der historische Stadtkern Regensburgs ist weitestgehend erhalten und stellt die größte mittelalterliche Altstadt Deutschlands dar. Seit dem Jahr 2006 gehört die „Regensburger Altstadt mit Stadtamhof" zum UNESCO-Welterbe.

Auch aufgrund verstärkter Marketinganstrengungen hat sich die Zahl der Übernachtungsgäste in Regensburg zwischen 2008 und 2018 kontinuierlich um 48 % erhöht (vgl. Abbildung 12). Aktuell verfügt die Stadt Regensburg mit 74 Beherbergungsbetrieben ab 9 Betten über ein Gesamtangebot von 6.281 Betten[35]; 2018 wurden rd. 626.210 Übernachtungsgäste und rd. 1.100.390 Gästeübernachtungen registriert.[36] Dies entspricht einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von rd. 1,8 Tagen. Die Auslastungsquote betrug im Jahr 2018 ca. 48 %, womit Regensburg etwa gleichauf mit dem Freistaat Bayern ist, jedoch über den Auslastungsquoten für den Landkreis Regensburg (ca. 42 %) und den Regierungsbezirk Oberpfalz (ca. 39 %). Hinzu kommen weiterhin rd. 1,2 Mio. Gästeübernachtungen im Bereich der sogenannten Parahotellerie, d. h. Übernachtungen in Privatquartieren und Kleinbetrieben.[37] Ergänzend verzeichnete Regensburg 2018 ca. 3,5 Mio. Tagesbesucher.[38] Eine besondere Bedeutung für Regensburg besitzt mittlerweile der Schifffahrttourismus. So landeten 2018 insgesamt rd. 770 Kreuzfahrtschiffe[39] in der Domstadt an und brachten insgesamt ca. 150.000 Gäste in die historische Altstadt.[40] Hinzu kommt eine nicht weiter quantifizierbare Anzahl von Fahrradtouristen über den Donauradweg.

35 Quelle: Daten des Bayerischen Landesamtes für Statistik

36 Quelle: Daten der Regensburg Tourismus GmbH/Tourist Information 2019 auf der Basis eigener Erhebungen sowie Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): Ankünfte, Übernachtungen, durchschnittliche Auslastung für Gemeinden für das Jahr 2018.

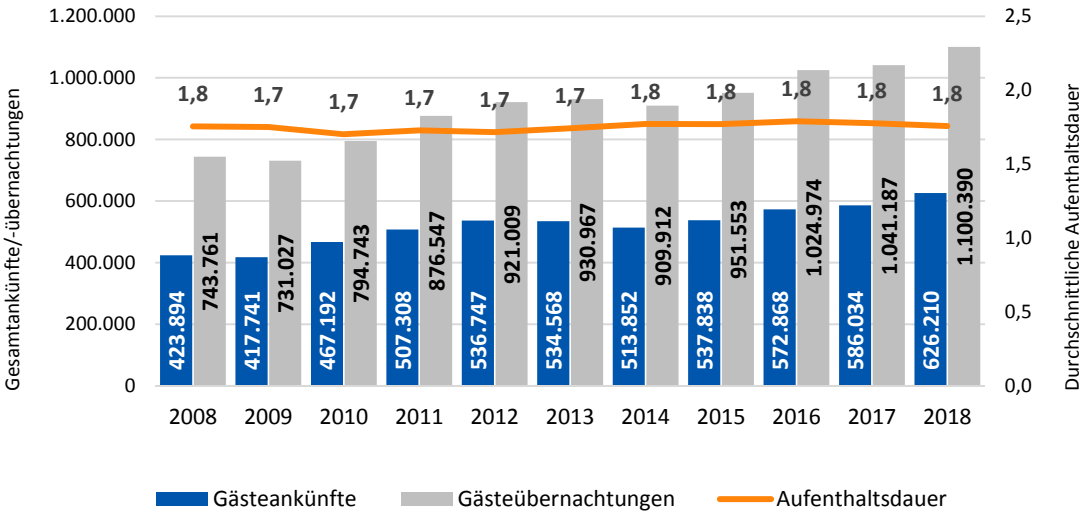
37 Quelle: Daten der Regensburg Tourismus GmbH/Tourist Information 2019 auf der Basis eigener Erhebungen und Annahmen. Da für Übernachtungen in Privatquartieren und Kleinbetrieben keine statistischen Daten vorliegen, wird von einem Faktor von 1,9 zu den registrierten Gästeübernachtungen in Beherbergungsbetrieben ab 9 Betten ausgegangen.

38 Quelle: Daten der Regensburg Tourismus GmbH/Tourist Information 2019 auf der Basis eigener Erhebungen sowie Daten des Bayerischen Landesamtes für Statistik. Als Tagesbesucher werden gemäß der Regensburg Tourismus GmbH Besucher definiert, die 100 – 120 km von Regensburg entfernt leben.

39 2018 niedriger Wert aufgrund des Hochwassers; 2017 rd. 1.130 Kreuzfahrtschiffe.

40 Quelle: Daten der Regensburg Tourismus GmbH/Tourist Information 2019 auf der Basis eigener Erhebungen sowie Daten des Bayerischen Landesamtes für Statistik; April 2018. Aufgrund von Niedrigwasser legten 2018 deutlich weniger Kreuzfahrtschiffe in Regensburg an (Vgl. 2017 rd. 1.130 Schiffe). Die „liegen gebliebenen" Tagesgäste reisten mit dem Bus weiter nach Regensburg, sodass auch im Jahr 2018 von rd. 150.000 Besuchern aus dieser Sparte gerechnet werden kann (Auskunft der Regensburg Tourismus GmbH).

Abbildung 12: Entwicklung der Gästeankünfte und -übernachtungen sowie der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in Regensburg 2008 bis 2018



Quelle: Regensburg Tourismus GmbH/Tourist Information (2019) sowie Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): Gästeankünfte und -übernachtungen; GMA-Berechnungen 2019

Im regionalen Vergleich entfallen damit ca. 20,3 % der Gästeübernachtungen in der Oberpfalz bzw. 1,1 % in Bezug auf Bayern auf die Stadt Regensburg.[41]

Tabelle 5: Entwicklung der Gästeankünfte und -übernachtungen im regionalen Vergleich 2008 bis 2018

Gebietseinheit	Anzahl der Gästeankünfte			Anzahl der Gästeübernachtungen		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Regensburg	423.894	626.210	47,7 %	743.761	1.100.390	47,9 %
Bad Abbach	16.752	26.267	56,8 %	52.517	86.490	64,7 %
Kelheim	32.836	51.516	56,9 %	62.645	101.405	61,9 %
Landshut	112.699	116.306	3,2 %	207.329	237.537	14,6 %
Lappersdorf	6.291	8.506	35,2 %	16.132	22.894	41,9 %
Neutraubling	10.397	11.350	9,2 %	18.447	25.635	39,0 %
Obertraubling	3.073	3.712	20,8 %	6.121	8.563	39,9 %
Pentling	1.513	4.796	217,0 %	4.268	8.774	105,6 %
Regenstauf	11.035	11.542	4,6 %	24.846	28.666	15,4 %
Landkreis Regensburg	137.898	200.036	45,1 %	310.252	440.308	41,9 %
Niederbayern	2.627.897	3.188.916	21,3 %	11.845.898	12.108.111	2,2 %
Oberpfalz	1.639.054	2.112.777	28,9 %	4.637.932	5.393.121	16,3 %
Bayern	26.509.289	37.820.499	42,7 %	76.462.902	95.625.285	25,1 %

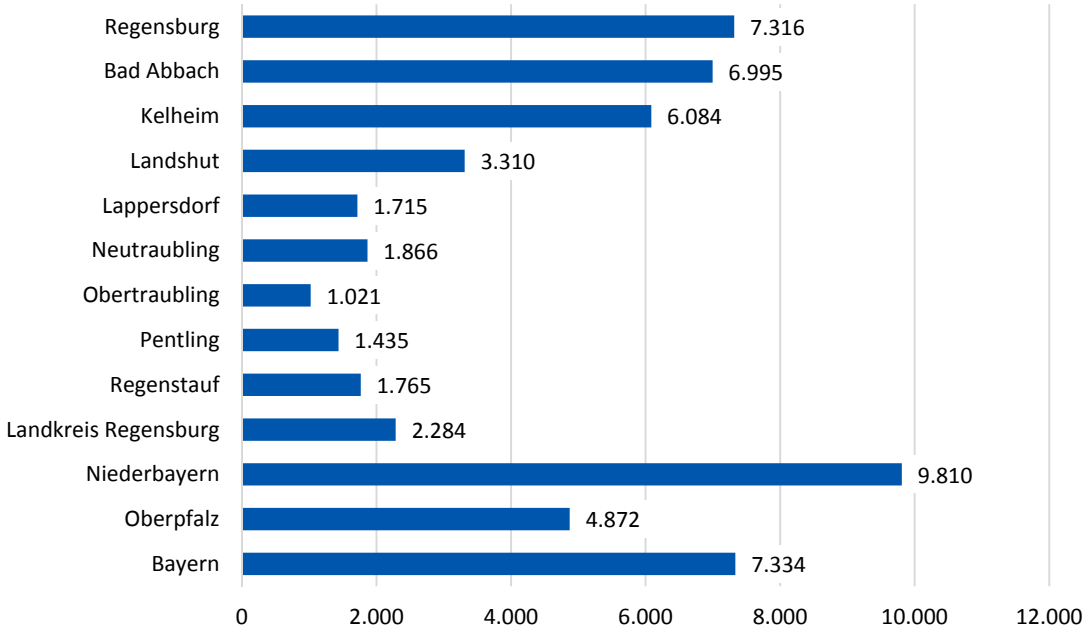
Δ Veränderung 2008 bis 2018

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): Gästeankünfte und -übernachtungen; GMA-Berechnungen 2019

41 Ohne Parahotellerie.

Beim regionalen Vergleich der Übernachtungsdichte mit Städten in der Region wird die touristische Bedeutung Regensburgs mit gut 7.300 Übernachtungen pro 1.000 Einwohner[42] noch deutlicher. Nur der Freistaat Bayern sowie der Regierungsbezirk Niederbayern können bezogen auf ihre jeweilige Gesamtbevölkerung mehr Übernachtungen verbuchen. Hingegen liegen die aufgeführten Vergleichsstädte, der Landkreis Regensburg und der Regierungsbezirk Oberpfalz deutlich hinter der Domstadt zurück (vgl. Abbildung 13).

Abbildung 13: Übernachtungsintensität pro 1.000 Einwohner im regionalen Vergleich 2018



Quelle: GMA-Darstellung 2019 nach Daten des Bayerischen Landesamtes für Statistik zum 31.12.2018

5. Wesentliche städtebauliche Entwicklungen in Regensburg

Neben einer Bewertung der Entwicklung der Strukturdaten des Regionalzentrums Regensburg ist zudem die Entwicklung von Regensburg in den Bereichen Städtebau, Einzelhandel, Verkehr und Wirtschaft für die Untersuchung von Relevanz. Diese Aspekte üben einen wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung des Einzelhandels auf der Angebots- und Nachfrageseite aus. Vor diesem Hintergrund wurden in den vier Bereichen Städtebau, Einzelhandel, Verkehr und Wirtschaft wesentliche „Schlüsselprojekte“ aufgeführt, welche wichtige Entwicklungsimpulse für das Regionalzentrum Regensburg zwischen 2008 und 2018 ausgelöst haben.

So wurden in den letzten Jahren die ehemaligen Kasernenanlagen sukzessive zivilen Nutzungszwecken zugeführt. Aktuell bestehen Entwicklungsvorhaben im Bereich der ehemaligen Nibelungenkaserne sowie der Prinz-Leopold-Kaserne. Auch die Entwicklung des Marina Quartiers im Os-

[42] Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurden nur die Hauptwohnsitze berücksichtigt.

ten der Stadt, die Konversionen des ehemaligen Südzucker-Areals und der ehemalige Güterbahnhof (Ladehofstraße) oder neue Stadtteile wie in Burgweinting oder Brandlberg sind Ausdruck gegenwärtiger Bestrebungen, dem demographischen und ökonomischen Wachstum Regensburgs Rechnung zu tragen.

Übersicht 1: Schlüsselprojekte der Regensburger Stadtentwicklung seit 2008

Städtebau/Wohnen	Einzelhandel	Verkehr	Kultur/Wirtschaft
▰ Entwicklung innerstädtischer Konversionsflächen von Militär, Bahn und Industrie ▪ ehemaliges Schlachthofareal (Marina Quartier) ▪ ehemaliges Südzucker-Areal ▪ ehemaliges Lerag-Gelände ▪ ehemalige Prinz-Leopold-Kaserne ▪ ehemalige Nibelungenkaserne ▪ ehemaliger Güterbahnhof ▰ Urbane Gebiete Grunewaldstraße und Kirchmeierstraße ▰ Burgweinting Nordwest, Brandlberg ▰ Entwicklung/ Bebauung Stobäusplatz ▰ Modernisierung des öffentlichen Raums, z. B. Sanierung der Fußgängerzone	▰ Neubau von Nahversorgungseinrichtungen ▪ Königswiesen-Nord („Königstor“) ▪ Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum) ▪ REWE Center an der Kastenmaierstraße ▪ REWE Brandlberg ▰ Ansiedlung Decathlon (Alex-Center) ▰ Ansiedlung Globetrotter (Altstadt) ▰ Planungen zur Erweiterung des Ostbayerischen Möbelzentrums (Verlagerung Poco in das Möbelcluster)	▰ Beschluss Stadtbahn ▰ Verbesserungen im ÖPNV (Schnellbuslinien) ▰ Ostumgehung bis zur B 16 ▰ Ausbau Galgenbergstraße in Zusammenhang mit ehemaliger Nibelungenkaserne ▰ 6-streifiger Ausbau der A 3 (Autobahnkreuz Regensburg bis Rosenhof) ▰ Erneuerung und Ausbau der Frankenbrücke und -straße ▰ Sanierung Pfaffensteiner Tunnel ▰ Ausbau Nordgaustraße mit Neubau Sallerner Regenbrücke ▰ ÖPNV-Haltepunkt „Walhallastraße“	▰ Haus der Bayerischen Geschichte – Museum (Altstadt) ▰ „Das Degginger“ (Projekt für die Kultur- und Kreativwirtschaft; Altstadt) ▰ Fußballstadion ▰ Neubau Umschlaganlage des Kombinierten Verkehrs in Burgweinting ▰ „Haus der Musik“ (Altstadt) ▰ marinaforum Regensburg (Veranstaltungsstätte) ▰ Museumsdepot

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019

6. Zwischenfazit: Entwicklung von Regensburg zwischen 2008 und 2018

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich das Regionalzentrum Regensburg sowohl hinsichtlich der Rahmendaten als auch der realisierten Stadtentwicklungsprojekte dynamisch weiterentwickelt hat:

- Bei den generellen Strukturdaten ist in allen Bereichen (Einwohnerentwicklung, wirtschaftliche Entwicklung, touristische Entwicklung etc.) eine deutlich positive Tendenz festzuhalten. Auch wenn sich innerhalb der Stadt Regensburg die Schwerpunkte etwas verschoben haben, ist insbesondere unter nachfrageseitigen Gesichtspunkten für den Einzelhandel zwischen 2008 und 2018 eine ausgesprochen positive Entwicklung zu verzeichnen.
- Aber auch im Bereich der Stadtentwicklung wurde eine Vielzahl an wichtigen Schlüsselprojekten realisiert, welche einen erheblichen Einfluss auf die Einzelhandelsentwicklung in Regensburg hatten.

Darüber hinaus hat sich auch die **Wahrnehmung der Stadt Regensburg positiv weiterentwickelt**, wie die zuletzt 2015 durchgeführte Fremdimageanalyse[43] bestätigt. So hat sich herausgestellt, dass sich Regensburg in allen abgefragten Aspekten (z. B. Attraktivität der Stadt für Touristen, Erreichbarkeit, Kulturszene, Familienfreundlichkeit, Attraktivität als Einkaufsstadt, Dynamik des Wirtschaftsstandortes, Forschungs- und Innovationsstandort) zwischen 2000 und 2015 profilieren konnte. Das bestätigen auch die 2019 befragten Passanten und Gäste im Rahmen dieser Untersuchung, die die Attraktivität der historischen Altstadt als größte Stärke von Regensburg nannten. Gefolgt von der Angebotsvielfalt in Gastronomie und Einzelhandel wurden fast ebenso häufig die facettenreichen Veranstaltungsangebote in der Domstadt hervorgehoben. Das angenehme Ambiente und die reizvolle Atmosphäre runden den positiven Eindruck von Regensburg ab. Damit ist es Regensburg in der vergangenen Jahren gelungen, seine positiven imagebildenden Eigenschaften noch stärker zu vermitteln. Eine dezidierte Auswertung der Ergebnisse der Haushalts-, Passanten- und Gästebefragung ist dem Begleitband Beteiligungsmodule zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu entnehmen.

[43] Quelle: cabnovum (2015): Fremdimageanalyse Regensburg 2015, S. 70 ff.

IV. Nachfragesituation und -prognose

Nachfolgend werden die nachfragebestimmenden Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Regensburg aufgezeigt, bevor das aktuell zur Verfügung stehende Kaufkraftvolumen und seine perspektivische Entwicklung dargelegt werden.

1. Marktgebiet von Regensburg und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Marktgebietes für den Einzelhandelsstandort Regensburg stellt die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials dar.

Als Marktgebiet wird der Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort Regensburg gerechnet werden kann. Das Marktgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Standort Regensburg zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei in der Regel von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Marktgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

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

- wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topographie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Basis von Fahrzeitisochronen
- Angebotssituation in der Stadt Regensburg sowie Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse der durchgeführten Expertengespräche sowie der Haushalts-, Passanten- und Gästebefragung (vgl. Begleitband Beteiligungsmodule)

Auf Grundlage der vorliegenden empirischen Erkenntnisse konnte das bisher angenommene Marktgebiet der Stadt Regensburg aus dem Jahr 2008 im Wesentlichen bestätigt werden. Der Regensburger Handel greift damit auf ein sehr stabiles Umfeld zurück.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren lässt sich für den Einzelhandelsstandort Regensburg folgendes Marktgebiet abgrenzen:[44]

[44] Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg; Stand: 30.06.2018. Übriges Marktgebiet: Einwohnerzahlen nach den Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik (2019): Fortschreibung der Bevölkerung für Gemeinden (Stand: 30.06.2018).

Tabelle 6: Marktgebiet von Regensburg 2018

Zone	Kommunen	Einwohner*
Zone I	Stadt Regensburg	rd. 150.400
Zone II	Alteglofsheim, Altenthann, Bach a. d. Donau, Bad Abbach, Barbing, Bernhardswald, Brunn, Deuerling, Donaustauf, Duggendorf, Hagelstadt, Holzheim a. Forst, Kallmünz, Köfering, Laaber, Lappersdorf, Maxhütte-Haidhof, Mintraching, Neutraubling, Nittendorf, Obertraubling, Pentling, Pettendorf, Pielenhofen, Regenstauf, Sinzing, Tegernheim, Thalmassing, Wenzenbach, Wolfsegg, Zeitlarn	rd. 173.630
Zone III	Abensberg, Aufhausen, Beratzhausen, Biburg, Bodenwöhr, Brennberg, Bruck i. d. OPf., Burglengenfeld, Essing, Hausen, Hemau, Herrngiersdorf, Hohenfels, Ihrlerstein, Kelheim, Kirchdorf, Langquaid, Lupburg, Mallersdorf-Pfaffenberg, Nittenau, Painten, Parsberg, Pfakofen, Pfatter, Reichenbach, Rettenbach, Riekofen, Rohr i. NB, Saal a. d. Donau, Schierling, Schmidmühlen, Schwandorf, Schwarzenfeld, Steinberg am See, Sünching, Teublitz, Teugn, Wackersdorf, Wald, Walderbach, Wiesent, Wildenberg, Wörth a. d. Donau, Zell	rd. 213.200
Zone IV	Aholfing, Aiglsbach, Attenhofen, Atting, Breitenbrunn, Dietfurt a. d. Altmühl, Ebermannsdorf, Elsendorf, Ensdorf, Geiselhöring, Kirchroth, Laberweinting, Mainburg, Michelsneukirchen, Mötzing, Nabburg, Neufahrn i. NB, Neukirchen-Balbini, Neunburg vorm Wald, Neustadt a. d. Donau, Parkstetten, Perkam, Pfeffenhausen, Rain, Rieden, Riedenburg, Roding, Rottenburg a. d. Laaber, Schmidgaden, Schwarzach b. Nabburg, Seubersdorf i. d. OPf., Siegenburg, Steinach, Stulln, Sünching, Train, Velburg, Wiesenfelden	rd. 162.950
Summe		**rd. 700.180**

* nur Hauptwohnsitze

Quelle: GMA-Berechnung 2019; Einwohnerdaten auf der Basis der Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stand: 30.06.2018); übriges Marktgebiet: Einwohnerzahlen nach den Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik (2019): Fortschreibung der Bevölkerung für Gemeinden (Stand: 30.06.2018).

Im Marktgebiet leben aktuell ca. 700.180 Einwohner.[45] In einem gewissen Umfang ist darüber hinaus von Kundeneinkaufsbeziehungen auszugehen, die von außerhalb des Marktgebietes an den Einkaufsstandort Regensburg kommen (z. B. Touristen).

- **Zone I** stellt in diesem Zusammenhang das Stadtgebiet der Stadt Regensburg dar. Hier liegen die intensivsten Kundenbindungen an den Handelsstandort vor. Dies bestätigen auch die Ergebnisse der durchgeführten Befragungen.
- **Zone II** umfasst im Wesentlichen den Landkreis Regensburg, das Mittelzentrum Maxhütte-Haidhof und Bad Abbach, von welchen ausgeprägte Kundeneinkaufsbeziehungen aufgrund der unmittelbaren räumlichen Nähe zu Regensburg bestehen. Lediglich im östlichen und südöstlichen Teil des Landkreises sind die Gemeinden zwischen Brennberg und Schierling aufgrund der zunehmenden Distanz nicht mehr der Zone II zuzuordnen. Insbesondere die oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden

[45] Nur Hauptwohnsitze (Stand: 30.06.2018).

und Donau-Einkaufszentrum üben jedoch eine Magnetfunktion bis in das erweiterte Einzugsgebiet aus.

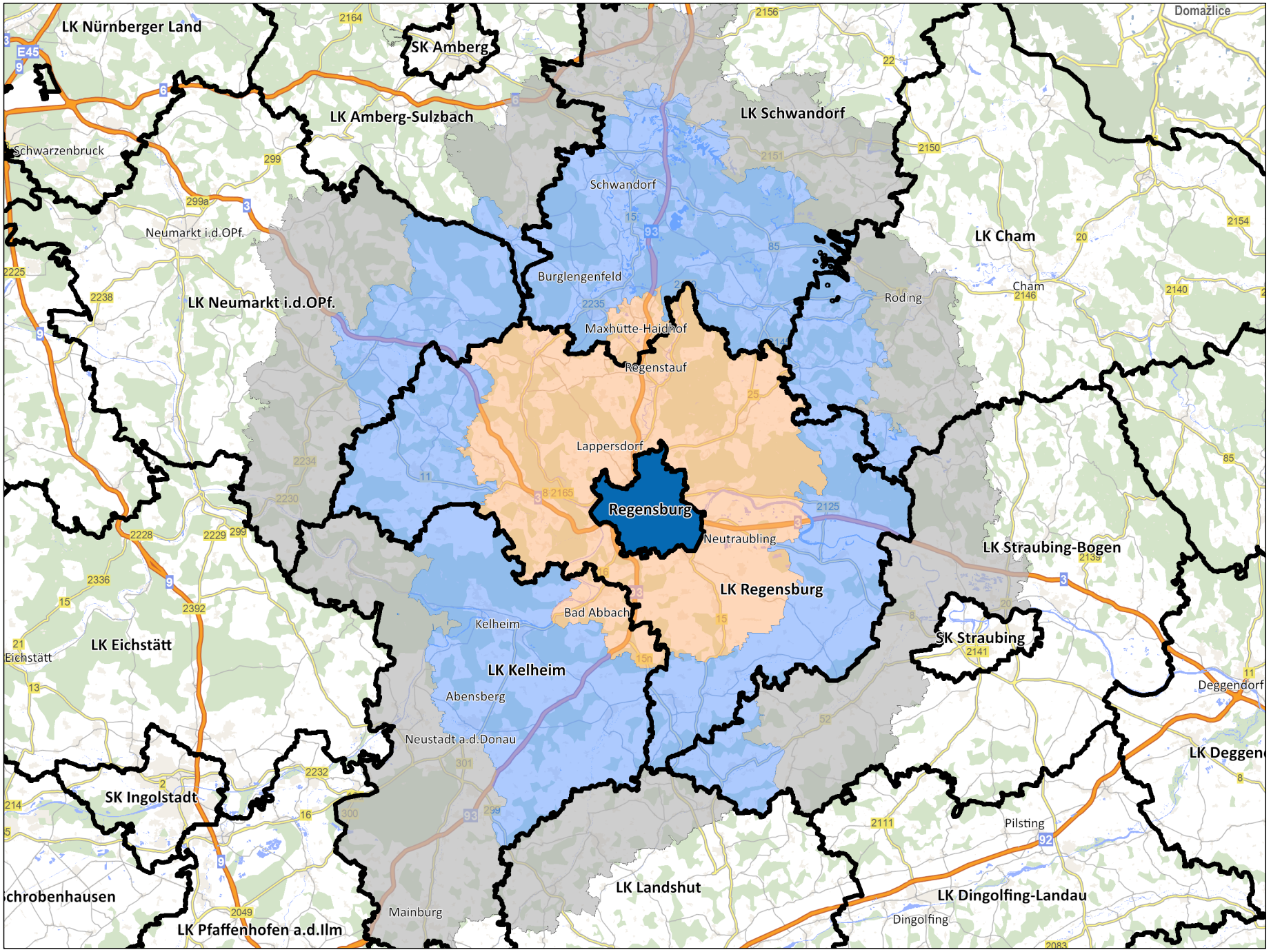
- **Zone III** umfasst die nordwestlichen und südöstlichen Gemeinden des Landkreises Regensburg sowie den östlichen Teil des Landkreises Kelheim und die Gemeinden Parsberg, Lupburg sowie Hohenfels des Landkreises Neumarkt. Weiterhin zählen die Gemeinden des südlichen Landkreises Schwandorf sowie die Gemeinden Reichenbach, Rettenbach, Wald, Walderbach und Zell des Landkreises Cham zur Zone III. In diesem Bereich sind Einkaufsverflechtungen an andere Standorte vorhanden. Insbesondere im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich besteht jedoch noch immer eine überwiegende Orientierung auf das Regionalzentrum Regensburg.

- **Zone IV** des Einzugsgebietes umfasst den Ferneinzugsbereich und erstreckt sich insbesondere auf die östlichen Teile des Landkreises Neumarkt, die Gemeinden Ebermannsdorf, Ensdorf und Rieden des Landkreises Amberg, Teile des nördlichen Landkreises Schwandorf, des westlichen Landkreises Cham sowie den nördlichen und westlichen Bereich des Landkreises Straubing-Bogen. Außerdem werden die nördlichen Gemeinden des Landkreises Landshut sowie der südwestliche Landkreis Kelheim mit eingeschlossen. An den Rändern des Marktgebietes bestehen bereits deutliche Überschneidungen mit den benachbarten Zentren Amberg im Norden, Neumarkt und Nürnberg im Nordwesten, Ingolstadt im Westen sowie Landshut und Straubing im Süden und Südosten. Jedoch ist aufgrund der guten Erreichbarkeit noch von partiellen Einkaufsbeziehungen vor allem im langfristigen Bedarfsbereich an den Standort Regensburg auszugehen. Die Ausdehnung des Marktgebietes in der Zone IV resultiert aus der großen Entfernung zu anderen höherrangigen Zentren mit attraktivem Einzelhandelsbesatz im mittel- bis langfristigen Bedarf und den daraus abzuleitenden historisch starken Einkaufsverflechtungen an den Handelsplatz Regensburg. Hier hängt die Anziehungskraft neben der Fristigkeit des Bedarfs vor allem von der Attraktivität und Größe der Anbieter (z. B. große Möbelhäuser) ab.

Im **Vergleich zum Marktgebiet von Regensburg im Jahr 2008** ist eine Zunahme der Einwohnerzahl von rd. **655.160** Einwohnern im Jahr 2008 auf **700.180** Einwohner[46] im Jahr 2018 festzuhalten. Dies entspricht einem Wachstum um rd. **45.020** Einwohner bzw. **rd. 7 %** und zeigt die hohe Dynamik des Wirtschaftsraumes Regensburg.

46 Nur Hauptwohnsitze (Stand: 30.06.2018).

Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Regensburg 2018



Legende

- Zone I
- Zone II
- Zone III
- ZoneIV
- Landkreisgrenze

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage:
GfK GeoMarketing 2018

2. Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet von Regensburg

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei

ca. 6.035 €[47]/Jahr

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.210 €/Jahr
- Nichtlebensmittel ca. 3.825 €/Jahr

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Regensburg liegt dieser mit 110,3 deutlich über dem Bundesdurchschnitt (= 100). Im Marktgebiet werden Kaufkraftkoeffizienten zwischen 77,0 (Lohberg) und 119,0 (Pentling) erzielt.[48]

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und der lokalen Kaufkraftkoeffizienten errechnet sich ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Höhe von

Stadt Regensburg (Zone I)	rd. 1.056,9 Mio. €[49]	24 %
erweitertes Marktgebiet	rd. 3.382,8 Mio. €	76 %
▪ *Zone II*	*rd. 1.122,5 Mio. €*	*25 %*
▪ *Zone III*	*rd. 1.276,6 Mio. €*	*29 %*
▪ *Zone IV*	*rd. 983,7 Mio. €*	*22 %*
Summe	**rd. 4.439,7 Mio. €**	**100 %**

47 Ohne Anteil verschreibungspflichtiger Sortimente bei Apotheken.

48 Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research (2018): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2018 in Deutschland. Werte über 100,0 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

49 „Kaufkraftdämpfungsmodell“: Für die Stadt Regensburg werden zzgl. zu den Personen mit Hauptwohnsitz aufgrund der hohen Bedeutung als Hochschulstadt auch die Personen mit Nebenwohnsitz erfasst, diese jedoch nur zu einem gewissen Anteil. Derzeit beträgt die Zahl der Nebenwohnsitze in Regensburg ca. 17.000, die Zahl der Studierenden ca. 32.000 an der Regensburger Universität, der Ostbayerischen Technischen Hochschule sowie der Hochschule für katholische Kirchenmusik und Musikpädagogik (Stand: Sommersemester 2019). Unterstellt wird – in Analogie zur Vorgängeruntersuchung – dass 70 % der Studierenden in Regensburg leben und hiervon 40 % mit Nebenwohnsitz in Regensburg angemeldet sind. Diese dürften jedoch nur ca. 80 % des Jahres in Regensburg verbringen (Semesterferien, Urlaub, Praktika, Auslandssemester usw.). Bei den Nebenwohnsitzen von Nicht-Studierenden wird von einer ausgabewirksamen Quote von ca. 15 % ausgegangen. Insgesamt errechnet sich hieraus für alle Nebenwohnsitze ein ausgaberelevanter Anteil von rd. 49 % (8.374 Personen), die zzgl. zu den Einwohnern wie Hauptwohnsitze bei den Kaufkraftberechnungen zu berücksichtigen sind.

Berechnung zur Kaufkraft in Regensburg: (Hauptwohnsitze + 8.374 voll zu berücksichtigende Nebenwohnsitze) x Kaufkraftindex x Pro-Kopf-Ausgabewert.

Nach Warengruppen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Regensburg und das zugeordnete Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle 7 dargestellt:

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet von Regensburg 2018

Warengruppen	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Markt-gebiet
	in Mio. €				
Nahrungs- und Genussmittel	387,0	411,0	467,5	360,2	1.625,7
Gesundheit/Körperpflege	79,0	83,9	95,4	73,5	331,8
Blumen/Floristik, Tierfutter, Zeitschriften	34,7	36,8	41,9	32,3	145,7
Summe kurzfristiger Bedarf	**500,7**	**531,7**	**604,8**	**466,0**	**2.103,2**
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	43,1	45,8	52,0	40,1	181,0
Bekleidung	90,2	95,8	108,9	83,9	378,8
Schuhe, Lederwaren	25,9	27,5	31,3	24,1	108,8
Sport[1]	12,3	13,0	14,8	11,4	51,5
Elektrowaren, Medien, Foto	98,1	104,2	118,5	91,3	412,1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	107,7	114,4	130,1	100,2	452,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	91,2	96,9	110,2	84,9	383,2
Optik/Akustik, Uhren/Schmuck	27,1	28,8	32,8	25,3	114,0
Sonstige Sortimente[2]	60,6	64,4	73,2	56,4	254,6
Summe mittel- bis langfristiger Bedarf	**556,2**	**590,8**	**671,8**	**517,7**	**2.336,5**
Summe Einzelhandel	**1.056,9**	**1.122,5**	**1.276,6**	**983,7**	**4.439,7**

[1] ohne Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

[2] sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen; weiter auch Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Erhebungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Das errechnete Kaufkraftvolumen von rd. 4.439,7 Mio. € steht seitens der Bevölkerung im Marktgebiet zur Verfügung. Hierin enthalten sind bereits **zusätzliche Kaufkraftpotenziale durch Studierende** an den Regensburger Hochschulen sowie die übrige Bevölkerung mit Nebenwohnsitz. So waren im Sommersemester 2019 an der Regensburger Universität, der Ostbayerischen Technischen Hochschule sowie der Hochschule für katholische Kirchenmusik und Musikpädagogik zusammen rd. 32.000 Studierende eingeschrieben.[50] Vor dem Hintergrund des geringeren Kaufkraftniveaus, der amtlichen Anmeldepraxis sowie der durchschnittlichen Verweildauer in Regensburg über das Jahr hinweg, sind diese zusätzlichen „ Kaufkraftpotenziale“ nur anteilig in die Gesamtrechnung einzubeziehen. Das Kaufkraftpotenzial durch die Bevölkerung mit Nebenwohnsitz in Regensburg beträgt 47,7 Mio. € (= 4,5 % des gesamten Kaufkraftpotenzials in Regensburg bzw. 1,1 % des gesamten Kaufkraftpotenzials im Marktgebiet).

[50] Quelle: Homepage der jeweiligen Hochschule (Stand: Sommersemester 2019) sowie Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik 2019.

Insgesamt ist das Kaufkraftvolumen im Regensburger Marktgebiet im **Vergleich zu 2008** um ca. 25 % von rd. 3.543 Mio. € auf rd. 4.439,7 Mio. € gestiegen. In Regensburg selbst ist die Kaufkraft im Vergleichszeitraum von rd. 825,4 Mio. € im Jahr 2008 um rd. 28 % auf rd. 1.056,9 Mio. € im Jahr 2018 gestiegen. Dieser Zuwachs ist neben der dynamisch durchlaufenen Einwohnerentwicklung auch auf einen Anstieg der einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben zurückzuführen (nominell ca. + 15 %[51]).

Zusätzlich zu dem endogenen Nachfragepotenzial der Einwohner im Marktgebiet sowie Studierenden in Regensburg ist aufgrund der touristischen Prägung der Region, der starken touristischen Ausstrahlung Regensburgs in die Region sowie des hohen jährlichen Übernachtungsaufkommens in der Domstadt ein **touristisches Zusatzpotenzial** zu berücksichtigen.[52] Hierbei gilt es, zwischen Übernachtungs- und Tagesgästen zu differenzieren.

Im Durchschnitt geben **Übernachtungsgäste** gemäß dem Deutschem Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (dwif e.V.) rd. 31,70 €/Tag und Person (4,90 € für Lebensmittel und 26,80 € für sonstige Einkäufe) im Reisegebiet „Ostbayerische Städte“ aus.[53] Zu den übernachtenden Touristen kommt eine nur bedingt zu quantifizierende Zahl an **Tagestouristen** hinzu. Nach Angaben der Regensburg Tourismus GmbH lag die Anzahl der Tagestouristen im Jahr 2018 bei rd. 3,5 Mio. Besuchern. Tagesreisende geben in dem zuvor genannten Reisegebiet durchschnittlich rd. 17,80 €/Tag und Person (3,10 € für Lebensmittel und 14,70 € für sonstige Einkäufe) aus.[54]

Es ist darauf hinzuweisen, dass touristische Tagesausgaben in der regionalen, saisonalen und zielgruppenspezifischen Betrachtung größeren Schwankungen unterliegen können. Für die Stadt Regensburg ist von erhöhten Werten auszugehen, da hier ein hoher Anteil von Kultur- und Städtetouristen besteht, für die generell überdurchschnittlich hohe Ausgabensätze angesetzt werden können. Andererseits ist das Preisniveau in der Oberpfalz nicht so hoch wie in anderen Großstädten (z. B. München), sodass in Abwägung aller Faktoren ein um ca. 25 % nach oben korrigierter Ausgabensatz gemäß dwif e. V. angenommen wird. Daraus ergeben sich korrigierte Ausgabewerte von

51 In der GMA-Analyse der Umsatz- und Verkaufsflächenpotenziale im Einzelhandel für das Regionalzentrum Regensburg aus dem Jahr 2008 werden einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben von ca. 5.264 €/Jahr zur Berechnung der Kaufkraft angesetzt.

52 Bei der Ermittlung touristischer Zusatzpotenziale ist zu berücksichtigen, dass die Besucher zum einen aus verschiedenen Regionen bzw. Ländern stammen und daher über unterschiedlich hohe Kaufkraftbeträge verfügen. Zum anderen richtet sich die touristische Nachfrage häufig nur auf bestimmte Branchen (z. B. Souvenirs, Getränke, Bücher und Stadtpläne), während in anderen Branchen geringere bis keine Nachfrage durch Touristen herrscht (vgl. Ergebnisse der GMA-Gästebefragung; Begleitband Beteiligungsmodule).

53 Quelle: dwif e.V. (2010): Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, S. 42.

54 Quelle: dwif e.V. (2013): Tagesreisen der Deutschen, S. 100.

- Übernachtungsgästen 39,60 €/Tag und Person
  - Lebensmittel 6,10 €/Tag und Person
  - sonstige Einkäufe 33,50 €/Tag und Person
- Tagesgäste 22,30 €/Tag und Person
  - Lebensmittel 3,90 €/Tag und Person
  - sonstige Einkäufe 18,40 €/Tag und Person

Diese Angaben sind als konservativer und zurückhaltender Ansatz einzuordnen: Die Befragungsergebnisse aus der durchgeführten GMA-Gästebefragung weisen Werte über beide Aufenthaltsformen hinweg von über 41 € pro Tag auf. Der größte Anteil entfällt dabei auf die zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung und Schuhe, dicht gefolgt von Lebensmitteln/Getränken (vgl. Begleitband Beteiligungsmodule).

Aus der Zahl der Übernachtungen (rd. 2.290.190)[55] sowie aus der Zahl der Tagesgäste (rd. 3,5 Mio.)[56] errechnet sich für den gesamten Einzelhandel in der Stadt Regensburg ein zusätzliches touristisches Nachfragevolumen in Höhe von rd. 168,8 Mio. € (vgl. Tabelle 8).

Tabelle 8: Touristisches Potenzial für die Stadt Regensburg 2018

Tourismusform	Anzahl	Lebensmittel	Sonstiger Einzelhandel	Gesamt
		Ausgaben in Mio. €		
Zahl der Übernachtungen	2.290.190	14,0	76,7	90,7
Tagesgäste	3.500.000	13,7	64,4	78,1
Gesamt	**5.790.190**	**27,7**	**141,1**	**168,8**

Quelle: GMA-Berechnungen 2019 auf Datenbasis der Regensburg Tourismus GmbH sowie dwif e.V. (2010, 2013); ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

3. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose im Marktgebiet bis 2030

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf einen mittelfristigen Prognosehorizont, d. h. einen Zeitraum von rd. zehn Jahren. Weiterreichende Prognosen wären aufgrund der damit verbundenen Unsicherheiten (z. B. angesichts der skizzierten Marktentwicklungen im Einzelhandel, des künftigen Verbraucherverhaltens, konjunktureller und inflatorischer Einflüsse sowie der Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet) nach gutachterlichem Dafürhalten nicht seriös.

55 Quelle: Daten der Regensburg Tourismus GmbH 2019 auf der Basis eigener Erhebungen; inkl. rd. 1,2 Mio. Übernachtungen im Bereich der Parahotellerie.

56 Quelle: ebd.

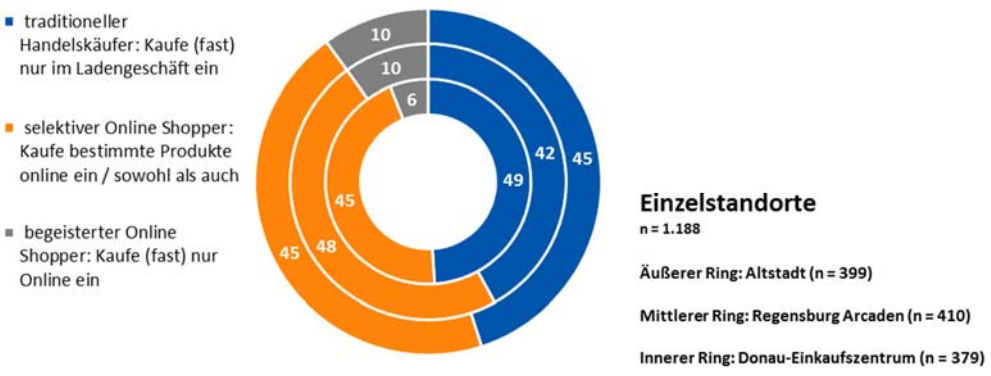
Die mittelfristige Entwicklung des Kaufkraftvolumens ist einerseits abhängig von konjunkturellen Einflüssen und dem zukünftigen Verbraucherverhalten, andererseits von der Bevölkerungsentwicklung im Stadt- und Marktgebiet. Auch die Entwicklung der Streukunden (z. B. durch Entwicklung der Arbeitspendler) ist zu berücksichtigen.

3.1 Rahmenbedingungen bis 2030 im Lichte der Online-Entwicklung

Als rahmensetzende Bedingung zur Prognose der Nachfrage sind auch die **Entwicklungen in konkurrierenden Einkaufsorten** zu berücksichtigen, welche das Marktgebiet des Einzelhandels in Regensburg beeinflussen könnten. Dabei sind insbesondere die Entwicklungen in den umliegenden Mittel- und Oberzentren zu verfolgen (vgl. hierzu Kapitel V.4).

Ein gewichtiger Veränderungsfaktor wird dem **Online-Handel** zugesprochen. Online-Shopping zeigt ungebrochen hohe Zuwachsraten, nicht nur in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger, sondern auch bei Mode, Schuhen oder Spezialartikeln aller Warengruppen. Befördert wird der Online-Handel durch eine zunehmende Internetaffinität aller Altersgruppen, eine bessere Versorgung mit schnellem Internet sowie den wachsenden technischen Ausstattungsgrad (PCs, Laptops, Notebooks, Tablets). Hinzu kommen die rasante Verbreitung von Smartphones und die damit verbundenen Zugangsmöglichkeiten zu Mobile-Commerce-Angeboten. Diese Entwicklung zeigt sich auch im Rahmen der Passantenbefragung in Regensburg, wo sich zwar fast die Hälfte der befragten Passanten selbst noch als „traditionelle Handelskäufer“ einordnet, jedoch der Anteil an „selektiven Online-Shoppern“ nahezu gleich groß ausfällt. „Begeisterte Online-Shopper“, die fast nur online einkaufen, werden hingegen nur durch einen geringen Anteil der Befragten vertreten. Vor dem Hintergrund der übergeordneten Entwicklungen (Stichwort: zunehmende Digitalisierung) ist auch für den Handelsstandort Regensburg davon auszugehen, dass sich die Anteile zugunsten der selektiven und begeisterten Online-Shopper weiter verschieben werden – mit entsprechenden Effekten auch auf den stationären Handel bzw. die Flächennachfrage.

Abbildung 14: Einkaufsverhalten bezüglich Online-Shoppen der befragten Passanten in Regensburg (in %), 2019



Quelle: GMA-Passantenbefragung 2019; vgl. hierzu Begleitband Beteiligungsmodule; S. 41

Die GMA beobachtet fortlaufend die Entwicklungen im Online-Handel und schätzt die Entwicklung bis zum Jahr 2025 ab. In Kapitel II.3.2 wird der Anteil des Online-Handels am Gesamtmarkt nach Warengruppen und Szenarien bis zum Jahr 2025 dargestellt.

Unter Berücksichtigung dieser externen Entwicklungen ist nicht zu erwarten, dass der Einzelhandel in Regensburg seine Marktbedeutung räumlich wesentlich ausweiten kann. Die umliegenden Zentren sind alle gut ausgestattet. Es ist davon auszugehen, dass sich an den grundsätzlichen Einkaufsverflechtungen in der Region keine größeren Veränderungen ergeben werden. Prinzipiell muss sich der Einzelhandelsstandort Regensburg daher darum bemühen, seine Wettbewerbsposition zu erhalten, ggf. punktuell weiter auszubauen und vor allem unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten konsequent zu entwickeln (= Zentren zuerst).[57]

3.2 Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose bis 2030

In den letzten zehn Jahren wies die Stadt Regensburg insgesamt eine positive Bevölkerungsentwicklung auf. Auch für die kommenden Jahre erwartet das Bayerische Landesamt für Statistik einen weiteren Anstieg der Einwohnerzahlen.

Gemäß der regionalisierten Einwohnerprognose des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Daten der amtlichen Statistik der Stadt Regensburg wird die Bevölkerungszahl von Regensburg um etwa 9.650 Einwohner bis zum Jahr 2030 steigen (+ 6,4 % gegenüber 2018).[58] Auch im gesamten Marktgebiet ist von einer positiven Einwohnerentwicklung bis 2030 um rd. 5,3 % auszugehen (vgl. Tabelle 9):

Tabelle 9: Einwohnerentwicklung im Marktgebiet von Regensburg bis 2030

Zone des Marktgebietes	Einwohner*		Einwohnerentwicklung	
	2018	2030	absolut	relativ in %
Zone I	150.400	160.050	9.650	6,4
Zone II	173.630	185.120	11.490	6,6
Zone III	213.200	219.320	6.120	2,9
Zone IV	162.950	172.550	9.600	5,9
Einzugsgebiet gesamt	**700.180**	**737.040**	**36.860**	**5,3**

* Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurden die Einwohnerdaten des Bayerischen Landesamtes für Statistik verwendet, das nur Hauptwohnsitze berücksichtigt.

Quelle: GMA-Berechnungen 2019 auf Basis der Bevölkerungsvorausberechnung Bayerischen Landesamtes für Statistik für das Prognosejahr 2030

57 Neben einer konsequenten Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes müssen auch die grundsätzlichen Rahmenbedingungen zur erfolgten Positionierung der Stadt Regensburg weiterentwickelt werden (Stichpunkte: Erhalt der Erreichbarkeit der Einzelhandelsstandorte, strategische Weiterentwicklung einzelner Bereiche etc.; vgl. hierzu v. a. Kapitel VIII. 1. Entwicklungsstrategien).

58 Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Gemeinden (Stand: 31.12.2029) sowie Daten aus der amtlichen Statistik der Stadt Regensburg inkl. Nebenwohnsitzen.

Für die **Kaufkraftprognose** wird modellhaft unterstellt, dass bis zum Jahr 2030 keine wesentlichen Veränderungen der Sparquote und des Ausgabeverhaltens der Verbraucher eintreten. Obwohl hinsichtlich der ladeneinzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Deutschland von einer Steigerung ausgegangen werden kann, werden für den Prognosehorizont die aktuellen Pro-Kopf-Ausgaben zugrunde gelegt. Gleiches gilt für die lokalen Kaufkraftkoeffizienten innerhalb des Marktgebietes (= Online-Effekte).

Unter Berücksichtigung der Pro-Kopf-Ausgaben, des lokalen Kaufkraftniveaus, des fortgeschriebenen Einwohnerprognosewerts sowie vor dem Hintergrund des für Regensburg angenommenen Kaufkraftdämpfungsmodells errechnet sich für das Marktgebiet von Regensburg bis 2030 ein Kaufkraftpotenzial von **ca. 4.672,0 Mio. €** (vgl. Tabelle 10).

Tabelle 10: Entwicklung des Kaufkraftpotenzials in Regensburg bis 2030

Warengruppen	Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Marktgebiet
	in Mio. €				
Nahrungs- und Genussmittel	410,6	438,2	481,1	381,0	1.710,9
Gesundheit/Körperpflege	83,8	89,4	98,2	77,8	349,2
Blumen/Floristik, Tierfutter, Zeitschriften	36,8	39,3	43,1	34,1	153,3
Summe kurzfristiger Bedarf	**531,2**	**566,9**	**622,4**	**492,9**	**2.213,4**
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	45,7	48,8	53,6	42,4	190,5
Bekleidung	95,7	102,1	112,1	88,8	398,7
Schuhe, Lederwaren	27,5	29,3	32,2	25,5	114,5
Sport[1]	13,0	13,9	15,2	12,1	54,2
Elektrowaren, Medien, Foto	104,0	111,0	121,9	96,6	433,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	114,2	121,9	133,9	106,0	476,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	96,8	103,3	113,4	89,8	403,3
Optik/Akustik, Uhren/Schmuck	28,8	30,7	33,7	26,7	119,9
Sonstige Sortimente[2]	64,3	68,6	75,3	59,7	267,9
Summe mittel- bis langfristiger Bedarf	**590,0**	**629,6**	**691,4**	**547,6**	**2.458,6**
Summe Einzelhandel	**1.121,2**	**1.196,5**	**1.313,8**	**1.040,5**	**4.672,0**

1 ohne Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

2 sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen; weiter auch Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Erhebungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Dies sind nominal ca. + 5,2 % (ca. 232,3 Mio. €) mehr als im Jahr 2018. Das Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Regensburger Einzelhandels wird sich also insgesamt weiterhin positiv entwickeln, wenngleich der stationäre Einzelhandel davon – aufgrund des steigenden Anteils des Online-Handels – nur in Teilen profitieren wird.

Hinsichtlich der Entwicklung des touristischen Kaufkraftpotenzials liegen keine dezidierten Prognosedaten vor. Es ist jedoch davon auszugehen, dass Regensburg aufgrund seiner Attraktivität auch künftig von touristischen Zusatzpotenzialen profitieren kann. Diese werden voraussichtlich zumindest auf gleichem Niveau bleiben (= zurückhaltender Ansatz: + 168,8 Mio. €).

4. Mögliche Wirkungen des Online-Handels auf die Flächennachfrage in Regensburg

Dem Online-Handel wird ein tiefgreifender räumlicher Veränderungsfaktor zugesprochen (z. B. geringere Verkaufsflächenbedarfe, Erhöhung des Lieferverkehrs).[59] Nahezu alle Veröffentlichungen zum Thema[60] beginnen mit dem deutlichen Hinweis, dass die Datenlage zur Bedeutung sowie vor allem zur künftigen Entwicklung des Online-Handels diffus ist. In diesem Zusammenhang treten häufig Mischformen auf, die verstärkt in den Fokus rücken. Somit sind Prognosen zu möglichen Auswirkungen des Online-Handels auf die stationäre Flächennachfrage unseriös. Die Bedeutung für die einzelnen Warengruppen wird in der vorliegenden Ausarbeitung an der jeweiligen Stelle des Berichtes (vor allem Ausführungen zu den warengruppenbezogenen Entwicklungspotenzialen, Kapitel VII.3) herausgestellt und der Bewertung zugrunde gelegt.

Mindestens genauso relevant wie mögliche Rückwirkungen auf die Nachfrage nach stationärer Handelsfläche ist in diesem Zusammenhang die Nachfrage nach Verkehrs- und vor allem Logistikflächen, die in der aktuellen Planungspraxis eine mindestens gleich starke Relevanz besitzen dürfte. So wird die steigende Marktbedeutung des Online-Handels (insbesondere der Business-to-Consumer-Handel) umfassende Anpassungen und eine strukturelle Neuausrichtung hinsichtlich der logistischen Anforderungen verlangen. Auswirkungen werden sich vor allem auf die Umschlag- und Zustellinfrastruktur ergeben, welche hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit zur Erhaltung der gewohnten Qualität (kurzfristige Zustellungen am nächsten Werktag) ertüchtigt werden müssen. Für Regensburg ist in diesem Zusammenhang auf die besonderen Rahmenbedingungen in der Altstadt hinzuweisen. Hier stellen Straßenführung und Verkehrsorganisation, kleinteilige Flächenzuschnitte sowie die Anforderungen des Denkmalschutzes spezielle Herausforderungen für etwaige Umstrukturierungen und Verkaufsraumanpassungen sowie die generelle Erreichbarkeit der Altstadt dar. Die Verdichtung des Netzes wird sich nicht nur auf den klassischen Ausbau der Verkehrsinfrastruktur beschränken können, sondern muss auch alternative Ansätze in den Blick nehmen. So liefern kooperative Ansätze (z. B. mit lokalen Kurierdiensten), integrierte Geschäftsmodelle (z. B. Paketannahmestellen in Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben) oder der Aufbau von sogenannten Mikrodepots und Urban Logistic-Hubs in städtisch-integrierten Lagen (z. B. in der Nähe von Nahversorgungsstandorten) fruchtbare Ansätze, die „letzte Meile“ zu überwinden und den Zustellverkehr zu optimieren.[61] Vor diesem Hintergrund sind auch immobilienseitige Fragestellungen (z. B. der Umgang mit Leerständen) neu zu bewerten.

59 vgl. hierzu Ausführungen zu den Herausforderungen zu veränderten Konsum- und Flächenbedarfen, Kapitel II.3 zzgl. Kapitel IV.3.1).

60 vgl. hierzu v. a. Ausführungen zur Ausweisung von onlinebedingten Umsatzvolumina der BBE / IfH: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels Bayern 2017; Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie bzw. analog für Baden-Württemberg 2018/2019; Baden-Württembergischer Industrie und Handelskammertag.

61 vgl. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (2018): Verkehrlich-städtebauliche Auswirkungen des Online-Handels.

5. Zwischenfazit: Entwicklung der Nachfrage

Es ist festzuhalten, dass nachfrageseitig vor allem angesichts der Bevölkerungsentwicklung in Regensburg und der Region zwischen 2008 und 2018 eine positive Entwicklung zu verzeichnen war. So ist das potenzielle Nachfragevolumen im Marktgebiet von Regensburg von rd. 3.543 Mio. € im Jahr 2008 auf rd. 4.439,7 Mio. € im Jahr 2018 gestiegen (+ rd. 25 %). Auch in Regensburg selbst ist ein Kaufkraftanstieg zwischen 2008 und 2018 zu konstatieren. Hier stieg das Nachfragevolumen von rd. 825,4 Mio. € (2008) auf rd. 1.056,9 Mio. € (2018) um rd. 28 % an. Zurückzuführen ist diese beachtliche Entwicklung zum einen auf die dynamisch verlaufene Einwohnerentwicklung sowie die intensiven Bemühungen im Bereich des Wohnungsbaus. Zum anderen ist auf einen Anstieg der einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben zu verweisen, was sich wiederum positiv auf das Kaufkraftvolumen auswirkt.

Sehr positiv haben sich die Anstrengungen der Stadt Regensburg ausgewirkt, den Tourismus der Stadt konsequent auszubauen und zu fördern. Damit einher ging auch ein spürbarer Anstieg des im Stadtgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials. Heute stehen rd. 168,8 Mio. € durch Tagestouristen und Übernachtungsgäste zur Verfügung. Obwohl eine Prognose zum touristischen Einkaufs- und monetären Ausgabeverhalten kaum möglich ist, dürfte der Regensburger Einzelhandel auch künftig aufgrund seiner Attraktivität von den genannten touristischen Zusatzpotenzialen in Höhe von 168,8 Mio. € – wenn auch nicht in vollem Umfang – profitieren.

Auch für die Zukunft wird bis 2030 mit einer positiven nachfrageseitigen Entwicklung gerechnet, wenngleich der stationäre Einzelhandel davon – aufgrund der steigenden Bedeutung des Online-Handels – nur in Teilen profitieren wird. Bis zum Jahr 2030 ist in Regensburg (Zone I) von einer Kaufkraftsteigerung um rd. 6,1 % auf dann 1.121,2 Mio. € und im Marktgebiet insgesamt von einem Kaufkraftanstieg in Höhe von rd. 5,2 % auf dann 4.672,0 Mio. € auszugehen. Fast die Hälfte davon wird auf den Bereich der Grundversorgung entfallen.

V. Angebotssituation

Zur Erfassung der Angebotssituation in Regensburg sowie dem näheren Umland wurde im September/Oktober 2018 eine intensive Vor-Ort Erhebung des Einzelhandels durch GMA-Mitarbeiter durchgeführt. Unterstützt wurde die GMA hierbei durch zur Verfügung gestellte Daten der Stadt Regensburg zum Einzelhandel in der Altstadt.[62] Die Erfassungsmethodik und Aufbereitung der Daten sind dem Glossar zzgl. Kapitel II.7 zu entnehmen.

1. Einzelhandelsbestand und -entwicklung in der Gesamtstadt

Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Regensburg **insgesamt**:

- 1.252 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- ca. 460.035 m² Verkaufsfläche
- ca. 1.683,5 Mio. € Bruttoumsatzleistung pro Jahr

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind davon zugeordnet:

- 376 Betriebe (= ca. 30 % aller Betriebe)[63]
- ca. 90.465 m² Verkaufsfläche (= ca. 20 % der Gesamtverkaufsfläche)[64]
- ca. 461,3 Mio. € Bruttoumsatzleistung pro Jahr (= ca. 27 % des Gesamtumsatzes)

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen vom Gesamtbestand:

- 876 Betriebe (= ca. 70 % aller Betriebe)
- ca. 369.570 m² Verkaufsfläche (= ca. 80 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 1.222,2 Mio. € Bruttoumsatzleistung pro Jahr (= ca. 73 % des Gesamtumsatzes)

Der kurzfristige Bedarfsbereich nimmt rd. 25 % der Verkaufsfläche ein, während auf den mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich rd. 75 % der Verkaufsflächen in Regensburg entfallen. Dies ist insbesondere auf die großflächigen Möbelhäuser und Baumärkte zurückzuführen (vgl. Tabelle 11).

62 Amt für Stadtentwicklung, Einzelhandelserhebung der Altstadt, September 2018. Die zur Verfügung gestellten Daten wurden seitens der GMA übernommen. Zwischenzeitliche Betriebsschließungen (z. B. Herrenmodehaus Pohland) bzw. Eröffnungen (z. B. Globetrotter) wurden hingegen berücksichtigt.

63 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt.

64 Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 11: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018

Warengruppen	Anzahl der Betriebe [1]	Verkaufsfläche in m² [2]	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	376	90.465	461,3
Gesundheit/Körperpflege	88	16.225	160,2
Blumen/Floristik, Tierfutter, Zeitschriften	41	6.035	23,1
Summe kurzfristiger Bedarf	**505**	**112.725**	**644,6**
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	43	16.605	61,5
Bekleidung	201	72.280	308,4
Schuhe, Lederwaren	60	13.340	43,7
Sport[3]	25	13.250	41,6
Sportbekleidung	-	*9.180*	*28,8*
Sportschuhe	-	*2.200*	*6,9*
Sportkleingeräte	-	*1.870*	*5,9*
Elektrowaren, Medien, Foto	55	16.595	103,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	177	130.300	280,1
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	40	62.460	102,6
Optik/Akustik, Uhren/Schmuck	93	6.450	45,6
Sonstige Sortimente[4]	53	16.030	51,9
Summe mittel- bis langfristiger Bedarf	**747**	**347.310**	**1.038,9**
Summe **Einzelhandel**	**1.252**	**460.035**	**1.683,5**

[1] Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

[2] Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.

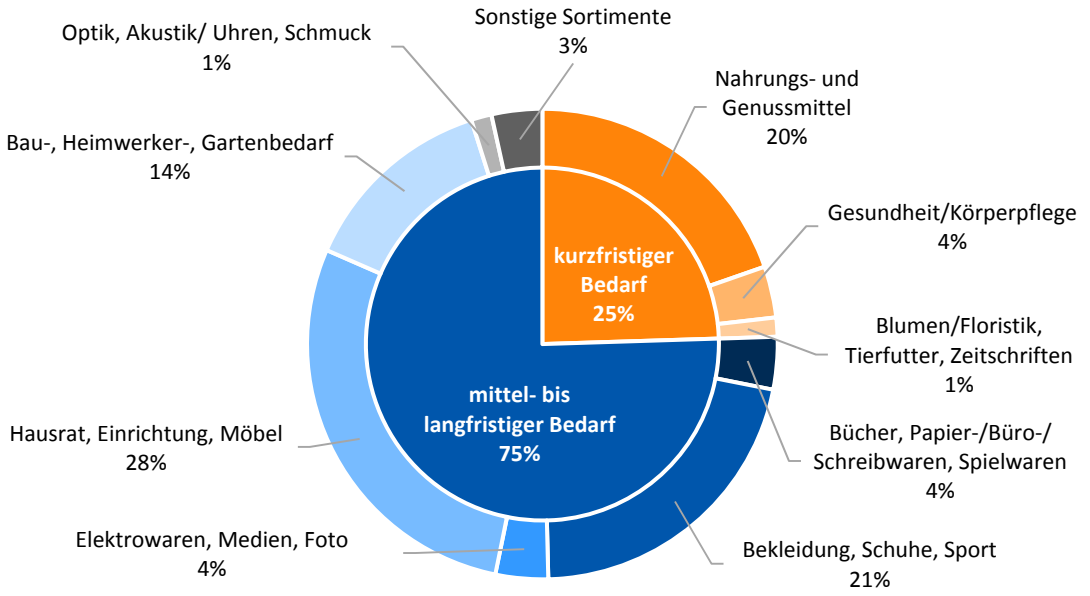
[3] ohne Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer); bei der Unterteilung des Sportsegments können für Sportbekleidung, -schuhe und -kleingeräte keine separaten Betriebsanzahlen genannt werden, da alle drei Teilsortimente in den entsprechenden Betrieben repräsentiert wurden. Ausnahmen sind die beiden Läden von Runner's Point.

[4] sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen; weiter auch Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Erhebung 2018 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Nach **Warengruppen** dominiert der Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel mit rd. 28 % Verkaufsflächenanteil, gefolgt von Nahrungs- und Genussmitteln mit rd. 20 % und dem Bekleidungssegment mit rd. 16 %. Auch das Bau-, Heimwerker- und Gartensegment hat mit rd. 14 % Verkaufsflächenanteil noch einen großen Anteil am Gesamtbesatz des Einzelhandels. Die typischerweise eher in kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben angebotenen Warengruppen wie Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren, Blumen/Floristik, Drogeriewaren sowie Optik/Akustik und Uhren/Schmuck spielen hingegen hinsichtlich des Verkaufsflächenanteils nur eine deutlich untergeordnete Rolle (jeweils ≤ 4 % der Gesamtverkaufsfläche).

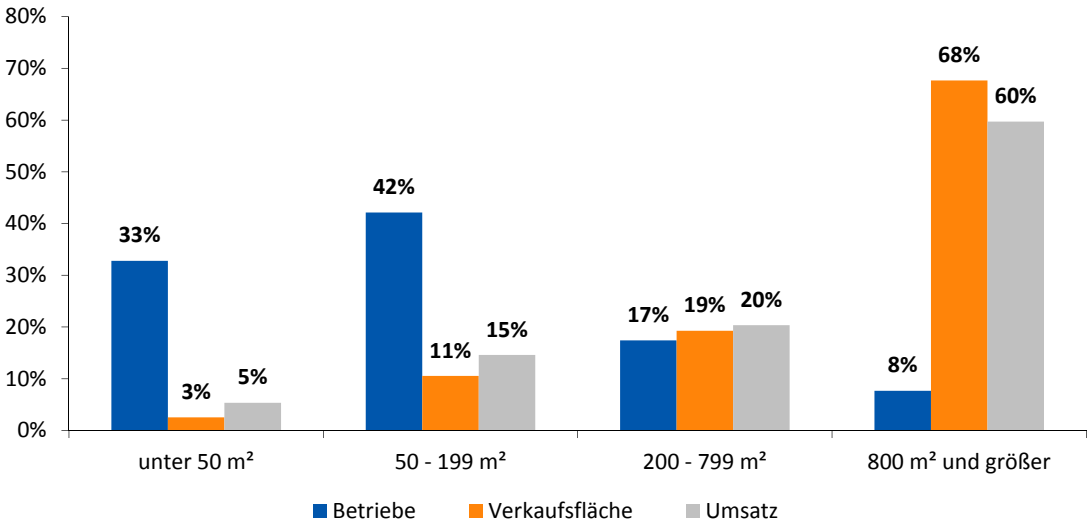
Abbildung 15: Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018



Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.
Quelle: GMA-Darstellung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die Analyse der **Größenstruktur** macht deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Regensburg von Betrieben mit einer Verkaufsfläche von unter 200 m² dominiert wird. Von den insgesamt in Regensburg ansässigen 1.252 Einzelhandelbetrieben fallen 75 % aller Geschäfte in diese Größenordnung. Dabei sind ca. 33 % der Betriebe als Kleinbetriebe mit unter 50 m² Verkaufsfläche festzuhalten, welche jedoch nur einen Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand von ca. 3 % repräsentieren. Anbieter zwischen 50 und 199 m² Verkaufsfläche machen ca. 42 % des gesamten Betriebsbestandes aus und nehmen einen Verkaufsflächenanteil von ca. 11 % ein. Auf Betriebe über 800 m² Verkaufsfläche entfallen zwar nur ca. 8 % des Bestandes, aber der Großteil der Verkaufsflächen (68 %).

Abbildung 16: Größenstruktur der Betriebe, Gesamtstadt Regensburg, 2018



Quelle: GMA-Darstellung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt mit knapp 370 m² Verkaufsfläche über dem bundesdeutschen Durchschnitt (ca. 240 m² Verkaufsfläche) und über der durchschnittlichen Betriebsgröße aus dem Erhebungsjahr 2008 (damals 305 m² Verkaufsfläche).

Ein Blick auf die **Betriebstypenstrukturen** zeigt für Regensburg eine sehr gute Stellung der Fachgeschäfte. Mit 1.038 Betrieben und damit ca. 83 % entfällt der Großteil der vorhandenen Anbieter auf diesen Betriebstyp. Im **Lebensmittelbereich** sind neben dem Lebensmittelhandwerk und kleineren Fachgeschäften die Betriebstypen Discounter, Supermärkte bzw. Große Supermärkte/SB-Warenhäuser als wichtigste Betriebsform zu nennen (ca. 15 % der Lebensmittelanbieter bzw. rd. 72 % der Food-Verkaufsfläche). Fachmarktkonzepte sind vor allem im **Nichtlebensmittelbereich** von Bedeutung. Wenngleich sie mit Blick auf die Anzahl der Betriebe lediglich einen Anteil von rd. 11 % ausmachen, entfällt auf diesen Betriebstyp mehr als die Hälfte (60 %) der Nonfood-Verkaufsflächen.

Tabelle 12: Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen, Gesamtstadt Regensburg, 2018

Betriebstypen	Betriebe	Verkaufsfläche
	in Prozent	
Lebensmittelhandwerk/kleinere Fachgeschäfte	74	18
Supermarkt/Großer Supermarkt	6	26
Lebensmitteldiscounter	8	25
SB-Warenhaus	1	21
sonst. Betriebstypen	11	10
Summe Nahrungs- und Genussmittel	**100**	**100**
Fachgeschäft/filialisierter Einzelhandel	87	27
Fachmarkt	11	60
Kaufhaus/Warenhaus	1	12
sonst. Betriebstypen	1	1
Summe Nichtlebensmittel	**100**	**100**

Quelle: GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die **angebotsbezogenen Veränderungen in Regensburg zwischen 2008 und 2018** lassen sich anhand der 2008 erhobenen Daten sowie der aktuellen Bestandsanalyse mit Hilfe verschiedener Kennziffern wie folgt darstellen (vgl. Tabelle 13):

- Die **Betriebsanzahl** ist rückläufig: von 1.418 Betrieben im Jahr 2008 auf heute 1.252 Betriebe (- 166 Betriebe bzw. rd. - 12 %).
- Zunahme der **Verkaufsfläche** um 27.010 m² (von rd. 433.025 m² auf rd. 460.035 m²). Dieser Zuwachs von rd. 6 % resultiert vor allem aus einem Anstieg im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel (+ rd. 26.485 m²).

- Die Entwicklung wurde von einem **Umsatzzuwachs** in Höhe von rd. 340 Mio. € begleitet (+ 25 %). Erwirtschaftete der Regensburger Einzelhandel 2008 einen Gesamtumsatz von rd. 1.344 Mio. €, realisierte dieser 2018 ein Wachstum auf rd. 1.684 Mio. €. Auch dies ist insbesondere auf das nahezu einseitige Verkaufsflächenwachstum im flächenproduktiven Lebensmittelhandel zurückzuführen.

- Vor dem Hintergrund des Betriebsstättenrückgangs und der gestiegenen Verkaufsfläche ist die durchschnittliche **Ladengröße** von 305 m² (2008) auf 370 m² (2018) um 20 % gestiegen.

Tabelle 13: Veränderungen im Regensburger Einzelhandel zwischen 2008 und 2018

	2008	2018	Veränderung 2008/2018	
			absolut	relativ in %
Betriebsanzahl	1.418	1.252	– 166	– 12
Verkaufsfläche	433.026 m²	460.035 m²	+ 27.009 m²	+ 6
davon Lebensmittel	*63.980 m²*	*90.465 m²*	*+ 26.485 m²*	*+ 41*
davon Nichtlebensmittel	*369.046 m²*	*369.570 m²*	*+ 524 m²*	*+ < 1*
Einzelhandelsumsatz	1.344 Mio. €	1.684 Mio. €	+ 340 Mio. €	+ 25
Betriebsgröße (Ø)	305 m²	370 m²	+ 65 m²	+ 20
Flächenproduktivität	3.100 €/m² VK	3.660 €/m² VK	+ 560 €/m² VK	+ 18

Quelle: GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 17: Wesentliche Ursachen der Verkaufsflächenentwicklung zwischen 2008 und 2018

Warengruppen	Trend	Wesentliche Entwicklungen seit 2008
Lebensmittel	↑	Mehrere Neuansiedlungen (z. B. Lidl Burgweinting, REWE Kastenmaierstraße), vor allem aber Modernisierungen und Flächenerweiterungen
Drogeriewaren	↓	Marktaustritt von Schlecker (14 Filialen in Regensburg), teilweise Kompensation durch Modernisierung bestehender bzw. Ansiedlung neuer Drogeriemärkte
Blumen/Floristik, Tierfutter	↑	Betriebsansiedlungen (Zoo-Markt Regensburg), Ausbau entsprechender Fachabteilungen
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	↓	Massiver Rückgang kleinteiliger Fachgeschäfte im gesamten Stadtgebiet, Umstrukturierungen der Verkaufsflächen (Verkleinerungen), gestiegene Bedeutung und Einfluss des Online-Handels (z. B. Amazon)
Bekleidung	↓	Marktaustritte (z. B. Pohland, s.Oliver, betriebliche Umstrukturierungen), gestiegene Bedeutung und Einfluss des Online-Handels (z. B. Zalando)
Schuhe	↑	Ansiedlung neuer Angebote (z. B. Schuh Mücke im KÖWE-Center)
Sport	↑	Ansiedlung neuer Angebote (z. B. Sport Mücke KÖWE-Center, Globetrotter in der Altstadt)

Fortsetzung auf nächster Seite

Warengruppen	Trend	Wesentliche Entwicklungen seit 2008
Elektrowaren, Medien, Foto	→	gleichbleibender Besatz, keine nennenswerten Entwicklungen, gestiegene Bedeutung und Einfluss des Online-Handels (z. B. Amazon)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	↑	Ansiedlung mehrerer Möbelhäuser/-geschäfte (z. B. Mömax, Kare)
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	↑	Betriebsmodernisierungen, Ausbau der Fachabteilungen, Ansiedlung toom (ehem. Max-Bahr-Standort)
Optik/Akustik, Uhren/Schmuck	↑	insgesamt stabile Situation, leichte Zuwächse trotz gestiegenem Einfluss des Online-Handels (z. B. Mister Spex)
Sonstige Sortimente	↓	Verkaufsflächenrückgang im Bereich Sportgroßgeräte und sonstige Sortimente, u. a. Wegfall Zweirad-Center Stadler in der Innenstadt

Quelle: GMA-Darstellung 2019

In den einzelnen Warengruppen sind folgende Veränderungen festzuhalten:

- Im **Lebensmittelbereich** war ein Rückgang der Betriebsanzahl bei einem gleichzeitigen Verkaufsflächen- und Umsatzzuwachs zu verzeichnen. In diesem Bereich hat sich in den letzten Jahren ein deutlicher Strukturwandel vollzogen. Der Verkaufsflächenzuwachs resultiert im Wesentlichen aus zahlreichen Erweiterungsvorhaben im Lebensmittelbereich sowie einigen Betriebsmodernisierungen, aber auch Neuansiedlungen (z. B. Lidl in Burgweinting, REWE Center an der Kastenmaierstraße). Trotz Verkaufsflächenzuwachs sind die Umsatzleistungen nicht in gleichem Maße gestiegen. Dies ist u. a. auf den im Vergleich zum Jahr 2008 deutlich gestiegenen Wettbewerbsdruck im Umland zurückzuführen (z. B. Entwicklungen in Neutraubling und Obertraubling). So haben die umliegenden Kommunen insbesondere in der Nahversorgung ausgebaut.
- Im Bereich **Drogeriewaren** war ein Rückgang der Verkaufsflächen zu verzeichnen. Dabei ist auf die zahlreichen Betriebsschließungen des Anbieters Schlecker hinzuweisen (14 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.400 m²). Dieser Umstand konnte teilweise durch Modernisierung bestehender bzw. Ansiedlung neuer Drogeriemärkte kompensiert werden (z. B. dm Ansiedlung im KÖWE-Center, Rossmann in der Wernerwerkstraße). Bei Apotheken und Sanitätshäusern waren in der letzten Dekade weitestgehend stabile Strukturen vorhanden.
- Im Bereich **Blumen/Floristik, Tierfutter** war ein Anstieg der Verkaufsflächen zu verzeichnen, der im Wesentlichen auf die Ansiedlung des Zoo-Marktes Regensburg sowie Betriebsmodernisierungen und geringfügige Flächenerweiterungen zurückgeht. Damit konnte auch das Ausscheiden kleinerer Betriebe aus dem Markt kompensiert werden.
- Im Segment **Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren** ist eine Abnahme der Betriebszahl mit einem gleichzeitigen Verkaufsflächenrückgang zu verzeichnen gewesen. Da diese Sortimente vor allem im Bereich des Online-Handels in den vergangenen Jahren hohe Marktanteile verbuchen konnten, ist die Entwicklung in Regensburg im

Zusammenhang damit zu sehen (Marktaustritt kleiner Fachgeschäfte, Restrukturierung der Verkaufsflächen/Verkleinerungen der größeren Filialbetriebe).

- Während es im **Bekleidungssegment** leichte Verkaufsflächenrückgänge zu verzeichnen gab (u. a. Schließung Pohland, s.Oliver, betriebliche Umstrukturierungen), ist vor allem in den Sortimenten **Schuhe** und **Sport** eine deutlich positive Entwicklung zu konstatieren. Dies ist im Wesentlichen auf die Entwicklungen am Fachmarktstandort KÖWE-Center zurückzuführen, wo der Anbieter Mücke erhebliche Flächenerweiterungen realisieren konnte (Schuh Mücke, Mücke sportiv). Aber auch die Ansiedlung des Sportvollsortimenters Decathlon im Alex-Center trägt zu dieser Entwicklung bei.
- Bei **Elektrowaren** ist eine weitgehend stabile Angebotssituation zu beobachten (z. B. Verkleinerung Media Markt, Ansiedlung Conrad, Schließung Expert Reng). Allgemein betrachtet hat hier jedoch in den vergangenen zehn Jahren ein deutlicher Strukturwandel eingesetzt. So ist es durch die Ausweitung des Internethandels und durch das Aufkommen von Elektrofachmärkten zu einer starken Marktkonzentration gekommen. Letztere strukturieren ihre Verkaufsflächen jedoch bereits unter dem Eindruck wachsender Online-Marktanteile zum Teil deutlich um und verkleinern das stationäre Angebot.
- Im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** war bei einem Betriebsrückgang ein gleichzeitiges Wachstum der Verkaufsflächen seit 2008 zu beobachten. Dieser Zuwachs resultiert vor allem aus der Ansiedlung des Mömax Mitnahmemarktes sowie Kare.
- Der **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** war von umfangreichen Neustrukturierungsprozessen betroffen. Der Verkaufsflächenzuwachs resultiert in erster Linie aus betrieblichen Modernisierungen, dem Ausbau von Fachabteilungen sowie Neuansiedlungen (z. B. toom Baumarkt im ehemaligen Max-Bahr-Gebäude).
- Der Bereich **Optik, Hörgeräte/Uhren, Schmuck** ist als stabil mit leichten Zuwächsen zu bewerten.
- Im Bereich **sonstige Sortimente** (u. a. Sportgroßgeräte) war eine Abnahme der Betriebsstätten und Verkaufsfläche zu beobachten. In diesem Zusammenhang ist beispielsweise auf die Absiedlungen des Zweirad-Centers Stadler in der Altstadt sowie des Reitsportmarktes Krones zu verweisen.

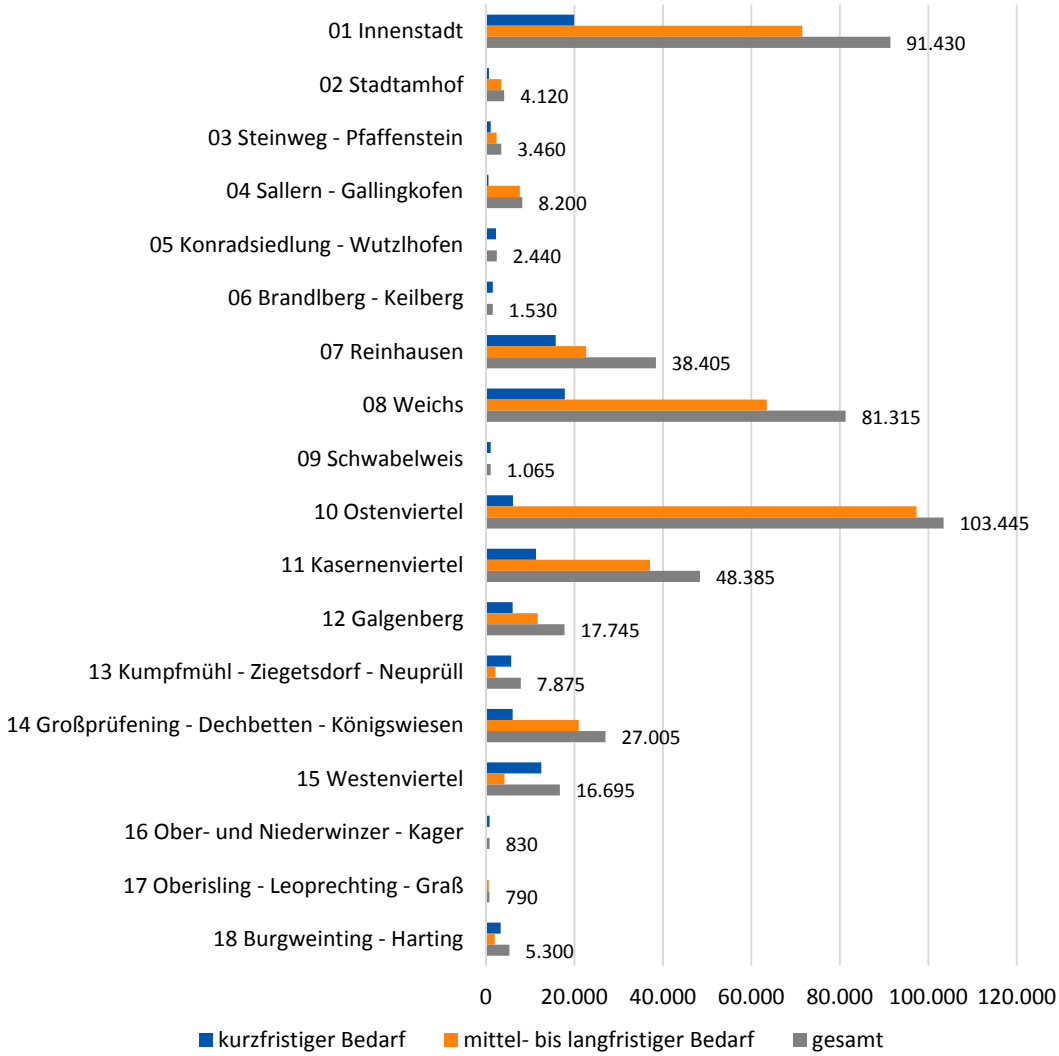
Insgesamt betrachtet ist – dem anhaltenden Strukturwandel im Einzelhandel folgend – die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe auch in Regensburg rückläufig gewesen. Die Verkaufsflächenentwicklung zeigt grundsätzlich eine stabile Situation, welche punktuell durch Einzeleffekte negativ beeinflusst wird (Schleckerinsolvenz, Textilkaufhausschließungen). Insgesamt konnte der Einzelhandelsbestand in qualitativer Hinsicht gesteigert werden, sodass Regensburg seine Stellung im Markt und seine Funktion als Regionalzentrum behaupten konnte. Dies ist insbesondere vor dem

Hintergrund des gestiegenen Wettbewerbsdrucks aus dem Umland (vor allem im Lebensmittelbereich) und der deutlichen Erhöhung der Attraktivität der umliegenden Mittelzentren positiv zu bewerten.

2. Einzelhandelsbestand nach Stadtbezirken

Differenziert nach Stadtbezirken ergibt die Auswertung des Einzelhandelsangebotes in Regensburg folgende Verteilung (Abbildung 18, Tabelle 14):

Abbildung 18: Verteilung der Verkaufsflächen in m² nach Bedarfsbereichen in den Regensburger Stadtbezirken 2018



Quelle: GMA-Darstellung 2019

Der größte Verkaufsflächenanteil entfällt auf die Stadtbezirke Ostenviertel (rd. 103.445 m² Verkaufsfläche), Innenstadt (rd. 91.430 m² Verkaufsfläche) und Weichs (81.315 m² Verkaufsfläche). Dies ist im Ostenviertel auf die flächenintensiven Angebotsformate im Möbelbereich („Ostbayerisches Möbelzentrum“) zurückzuführen. In der Innenstadt tragen die Verkaufsflächen der Altstadt und Regensburg Arcaden zu der insgesamt hohen Ausstattung bei; im Stadtbezirk Weichs

ist auf die Angebote im Donau-Einkaufszentrum sowie die nördlich benachbarten Märkte am Fachmarktstandort „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“ zu verweisen.

Eine ausführliche Gliederung des Angebotes nach Stadtbezirken ist der Tabelle 14 sowie der Anlage 1 zu entnehmen; Karte 4 visualisiert die Ergebnisse der Stadtbezirksanalyse.

Tabelle 14: Betriebe und Verkaufsflächen* nach Stadtbezirken 2018

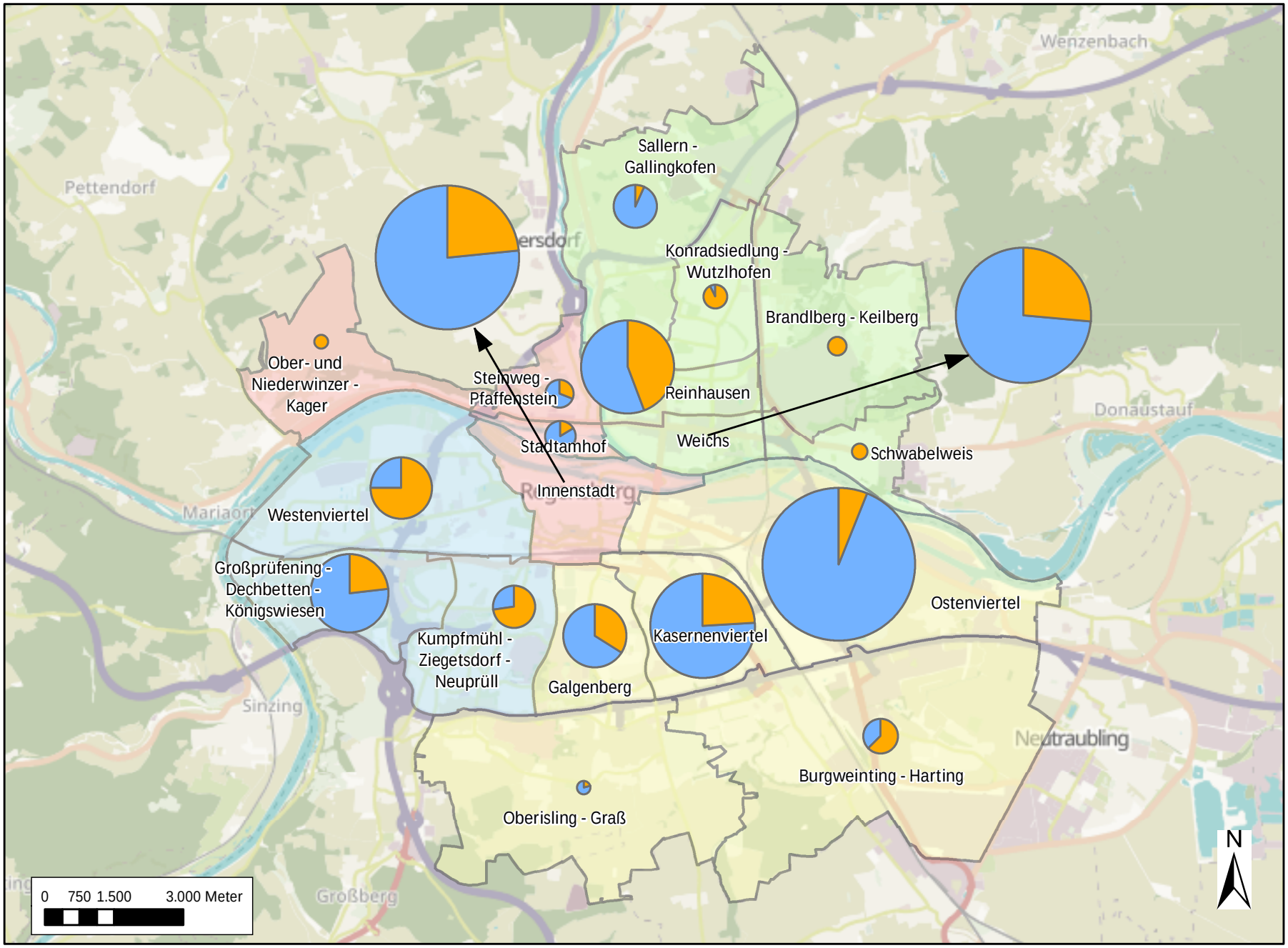
Stadtteil	Einwohner**	kurzfristiger Bedarf		mittel- bis langfristiger Bedarf		gesamt absolut		gesamt relativ (in %)	
		Betriebe	VK in m²	Betriebe	VK in m²	Betriebe	VK in m²	Betriebe	VK in m²
01 Innenstadt	17.380	158	19.945	432	71.485	590	91.430	47	20
02 Stadtamhof	2.500	9	670	14	3.450	23	4.120	2	1
03 Steinweg – Pfaffenstein	4.220	10	1.065	6	2.395	16	3.460	1	1
04 Sallern – Gallingkofen	3.650	9	550	12	7.650	21	8.200	2	2
05 Konradsiedlung – Wutzlhofen	10.990	15	2.260	2	180	17	2.440	1	1
06 Brandlberg – Keilberg	2.580	3	1.530	0	0	3	1.530	0	0
07 Reinhausen	9.250	35	15.780	51	22.625	86	38.405	7	8
08 Weichs	3.740	51	17.815	90	63.500	141	81.315	11	18
09 Schwabelweis	2.320	3	1.065	0	0	3	1.065	0	0
10 Ostenviertel	10.830	25	6.120	18	97.325	43	103.445	3	22
11 Kasernenviertel	16.380	37	11.305	32	37.080	69	48.385	6	11
12 Galgenberg	9.030	20	6.030	20	11.715	40	17.745	3	4
13 Kumpfmühl – Ziegetsdorf – Neuprüll	21.920	33	5.720	18	2.155	51	7.875	4	2
14 Großprüfening – Dechbetten – Königswiesen	7.740	13	6.035	23	20.970	36	27.005	3	6
15 Westenviertel	27.910	60	12.520	24	4.175	84	16.695	7	4
16 Ober- und Niederwinzer – Kager	990	8	830	0	0	8	830	1	0
17 Oberisling – Graß	3.640	3	165	2	625	5	790	0	0
18 Burgweinting – Harting	11.650	13	3.320	3	1.980	16	5.300	1	1
Summe	**166.720**	**505**	**112.725**	**747**	**347.310**	**1.252**	**460.035**	**100**	**100**

* Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.

** inkl. Nebenwohnsitze

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Karte 6: Einzelhandelsgeschäftslagen in der zentralen Altstadt 2018



Legende

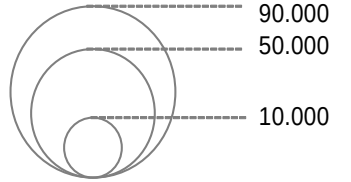
Bedarfsbereiche

- kurzfristiger_Bedarf
- mittel- bis lang-fristiger Bedarf

Planungsbezirke

- Mitte/Nordwest
- Stadtwesten/Südwesten
- Stadtnorden
- Stadtosten/Stadtsüden*
- Stadtbezirksgrenzen

VK in m²



* Burgweinting und Harting seit 2009 statistisch getrennt geführt. Zum Erhalt der Vergleichbarkeit mit dem Rahmenkonzept 2008 gemeinsame Fortführung.

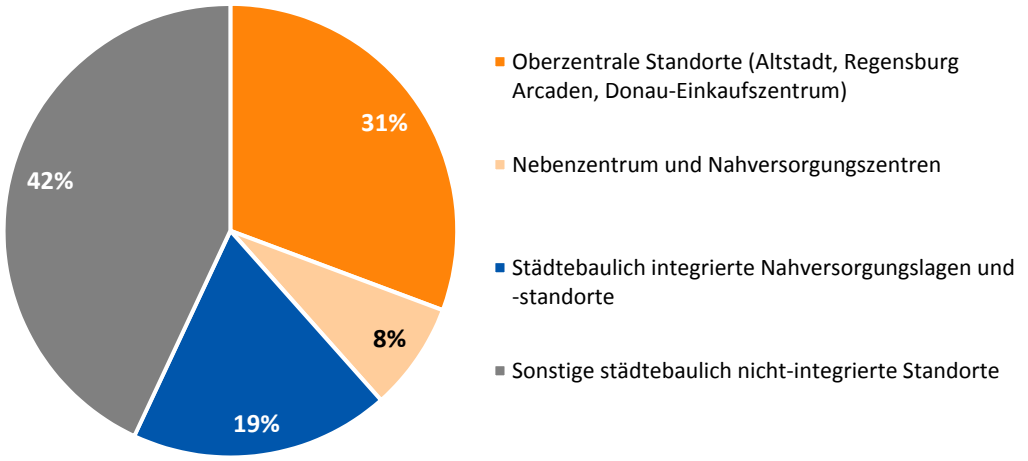
Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage:
Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

3. Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Das Regionalzentrum Regensburg verfügt über ein differenziertes Netz abgestufter Versorgungslagen, bestehend aus **oberzentralen Standorten** (Innenstadt mit Altstadt und Regensburg Arcaden, Donau-Einkaufszentrum) sowie in ihrer Versorgungsfunktion abgestuften zentralen Versorgungsbereichen (**Nebenzentrum und Nahversorgungszentren**). Zudem existieren **städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte** mit einem Zusammenhang zur Wohnbebauung; diese liegen jedoch außerhalb der definierten Zentren (vgl. Kapitel VIII. 3). **Städtebaulich nicht-integrierte Standorte** (nicht-integrierte Grundversorgungsstandorte, Fachmarktstandorte) befinden sich außerhalb städtebaulich integrierter Lagen bzw. außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, z. B. in Gewerbe-, Industriegebieten bzw. an Sonder- und Ergänzungsstandorten (vgl. hierzu auch Definition im Glossar).

In Karte 5 ist die räumliche Verteilung des Angebotes dargestellt. Abbildung 19 bzw. Tabelle 15 zeigen die Verteilung des Einzelhandelsbesatzes nach Standortlagen auf.[65] Im Überblick stellt sich diese wie folgt dar:

Abbildung 19: Verkaufsflächenbestand nach Standortlagen, Gesamtstadt Regensburg, 2018



Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.
Quelle: GMA-Darstellung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

65 Eine detaillierte Einführung und Übersicht über die zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel VIII.3).

Karte 5: Räumliche Verteilung der Betriebsstätten des Einzelhandels, Gesamtstadt Regensburg, 2018

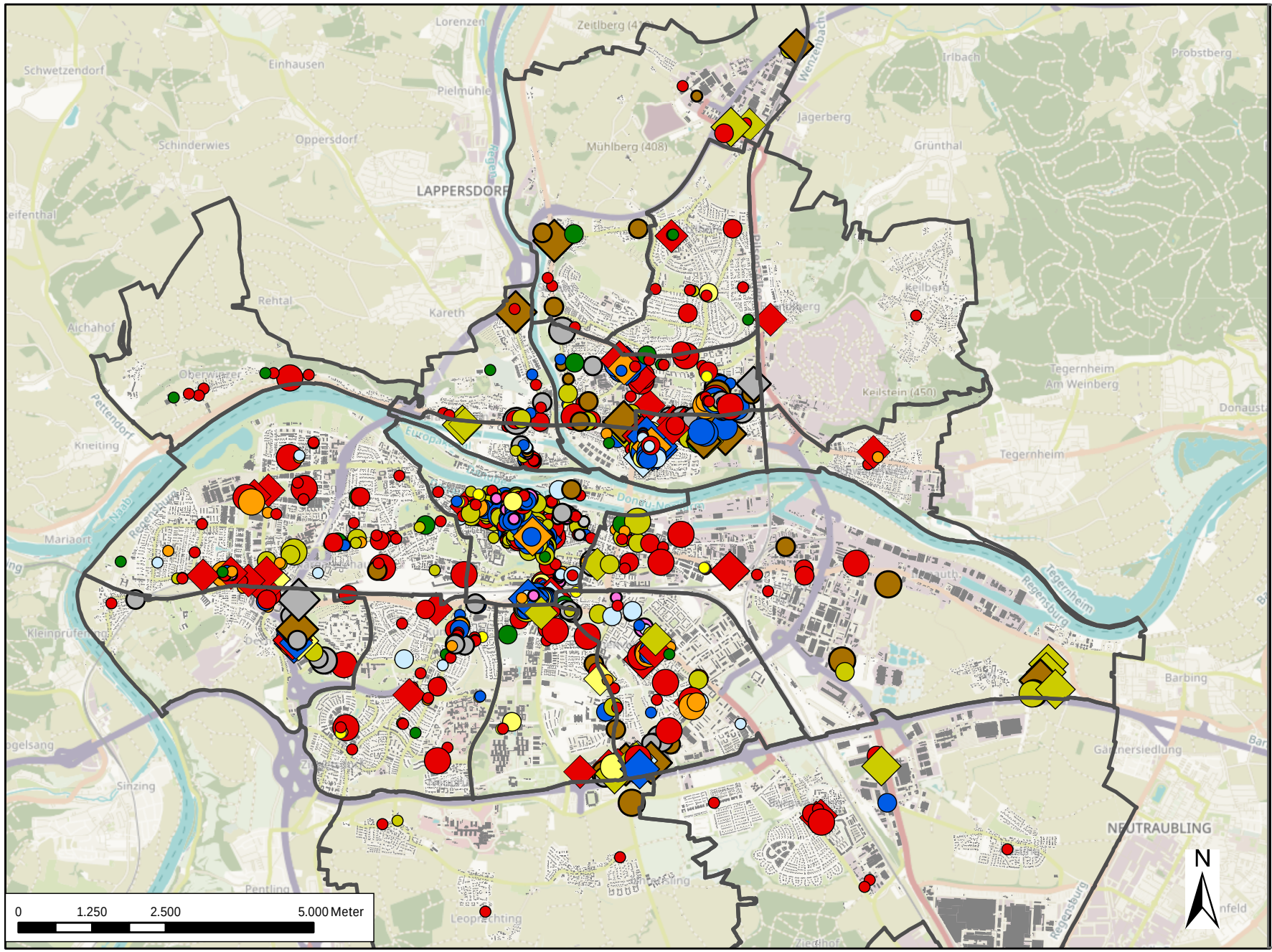


Tabelle 15: Einzelhandelsbesatz nach Standortlagen, Gesamtstadt Regensburg, 2018

Standortlage *	Betriebe		Verkaufsfläche**		Umsatz**	
	Anzahl	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
Oberzentrale Standorte	649	52	141.230	31	662,8	39
davon Altstadt	*471*	*38*	*65.155*	*14*	*290,8*	*17*
davon Regensburg Arcaden	*71*	*6*	*22.935*	*5*	*114,3*	*7*
davon Donau-Einkaufszentrum	*107*	*8*	*53.140*	*12*	*257,7*	*15*
weitere zentrale Versorgungsbereiche	92	8	35.565	8	174,4	10
davon NebenZ Nordgaustraße	*18*	*1*	*13.900*	*3*	*61,9*	*4*
davon NVZ Agnesstraße	*5*	*< 1*	*1.000*	*< 1*	*5,0*	*< 1*
davon NVZ Berliner Straße	*5*	*< 1*	*1.215*	*< 1*	*6,6*	*< 1*
davon NVZ Fr.-Viehbacher-Allee (BUZ)	*7*	*1*	*3.200*	*1*	*17,3*	*1*
davon NVZ Gewerbepark	*12*	*1*	*3.285*	*1*	*16,2*	*1*
davon NVZ Hornstraße	*9*	*1*	*5.480*	*1*	*25,6*	*2*
davon NVZ (persp.) Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)	*2*	*< 1*	*590****	*< 1*	*2,5*	*< 1*
davon NVZ Kumpfmühl	*14*	*1*	*1.730*	*< 1*	*6,7*	*< 1*
davon NVZ Rennplatz (REZ)	*14*	*1*	*2.925*	*1*	*19,2*	*1*
davon NVZ Von-Seeckt-Straße	*6*	*< 1*	*2.220*	*< 1*	*13,0*	*1*
Städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte	402	32	85.255	19	319,1	19
Sonstige städtebaulich nichtintegrierte Standorte	109	9	197.985	42	527,2	31
davon Grundversorgungsstandorte	*35*	*3*	*16.090*	*3*	*91,5*	*5*
davon Fachmarktstandorte	*74*	*6*	*181.895*	*39*	*435,7*	*26*
Regensburg gesamt	**1.252**	**100**	**460.035**	**100**	**1.683,5**	**100**

* Einordnung der zentralen Versorgungsbereiche; vgl. Kapitel VIII.3

** Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.

*** Stand der Einzelhandelserfassung: 09/2018 – 10/2018. Zwischenzeitlich haben EDEKA mit rd. 1.850 m² VK und Alnatura mit rd. 830 m² VK am Standort „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“ eröffnet. Vereinbarungsgemäß finden die mittlerweile umgesetzten Planungen keinen Eingang in den Einzelhandelsbestand. Der Standortbereich wird als „perspektivisches“ Nahversorgungszentrum geführt.

Quelle: GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Mit insgesamt 649 Geschäften entfallen etwa 52 % der Einzelhandelsbetriebe auf die **oberzentralen Standorte** in Regensburg (Innenstadt mit Altstadt und Regensburg Arcaden, Donau-Einkaufszentrum). Der Verkaufsflächenanteil der oberzentralen Standorte beläuft sich auf 31 %, was angesichts des typischen Besatzes für ein Regionalzentrum mit Großflächenanbietern im langfristigen Bedarfsbereich einen hohen Wert darstellt.

- In den darüber hinaus festgelegten **zentralen Versorgungsbereichen** (Nebenzentrum sowie Nahversorgungszentren) sind weitere 92 Einzelhandelsbetriebe (rd. 8 %) mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 35.550 m² (rd. 8 %) ansässig. Auf das **Nebenzentrum** „Nordgaustraße“ entfallen dabei 18 Betriebe mit ca. 13.900 m² VK. Auf die derzeit (2018) neun **Nahversorgungszentren**[66] entfallen insgesamt 74 Betriebe und ca. 21.600 m² VK.

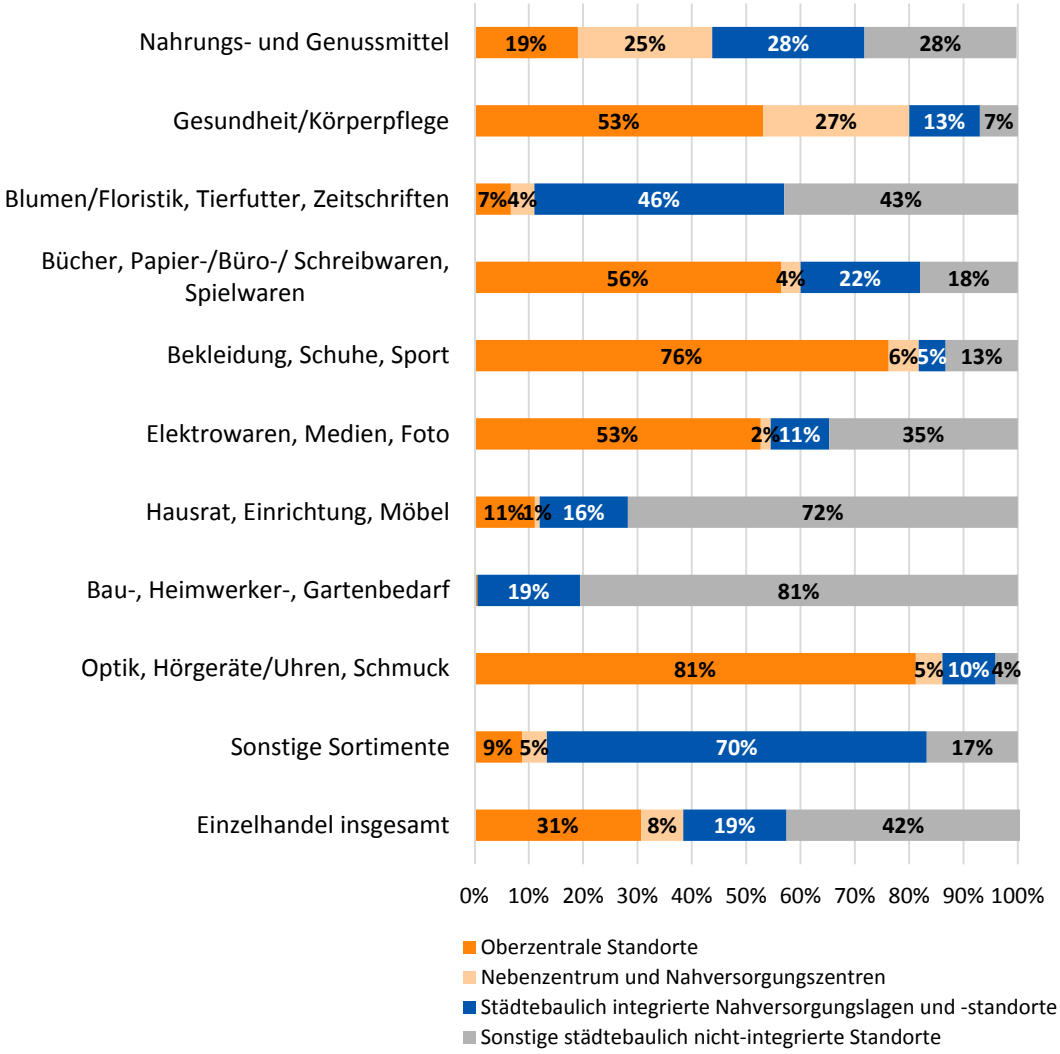
- In den **städtebaulich integrierten Nahversorgungslagen und -standorten**, bei denen es sich um einzelne Betriebe oder in einem losen Standortverbund gelegene Betriebe handelt, die zumeist siedlungsräumlich, z. B. in Wohngebiete eingebunden sind, sind 402 Betriebe (32 %) verortet. Auf diese entfallen mit ca. 85.255 m² rd. 19 % der Verkaufsfläche.

  Mit Blick auf die Verkaufsflächenanteile halten die **sonstigen städtebaulich nicht-integrierten Standorte** einen vergleichsweise sehr hohen Anteil. Peripher dominieren flächenintensive Einzelhandelsformate (u. a. Bau- und Heimwerkermärkte, Möbelanbieter). Entsprechend entfallen auf die 109 Betriebe in dezentraler Standortlage (rd. 9 %) rd. 197.985 m² der in Regensburg vorhandenen Verkaufsfläche (rd. 42 %). Diese verteilen sich mit insgesamt 181.895 m² VK insbesondere auf die Fachmarktstandorte „Ostbayerisches Möbelzentrum“ an der Sulzfeldstraße (rd. 93.000 m² VK), „Bajuwaren-/Langobardenstraße“ (rd. 40.460 m² VK), „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“ (rd. 31.025 m² VK) sowie „Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)“ mit rd. 17.400 m² VK. An den ausgewiesenen Fachmarktstandorten erfolgte in den vergangenen Jahren eine planvolle Entwicklung im Rahmen sortimentsbezogener Themenschwerpunkte. Ein Rest von rd. 16.090 m² VK verteilt sich auf städtebaulich nicht-integrierte Grundversorgungsstandorte im Stadtgebiet.

Die zentrenrelevanten Sortimente orientieren sich deutlich auf die drei oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum.

66 Perspektivisch zehn Nahversorgungszentren mit dem NVZ „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“. Hier sind auf insgesamt rd. 3.900 m² VK ein Lebensmittelvollsortimenter, Discounter sowie eine Apotheke geplant.

Abbildung 20: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen und Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018



Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.
Quelle: GMA-Darstellung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

3.1 Oberzentrale Standorte

3.1.1 Altstadt

Die Altstadt ist Hauptbestandteil der Regensburger Innenstadt und durch ihre Lage südlich der Donau innerhalb des Alleengürtels eindeutig abgrenzbar. Dabei kann die Altstadt gemäß ihrer Funktionen noch einmal unterteilt werden in die zentrale Altstadt, geprägt durch ihre Multifunktionalität (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Wohnen etc.), sowie die westliche und östliche, überwiegend durch Wohnnutzung geprägte Altstadt.

Der zentrale Versorgungsbereich Altstadt entspricht im Wesentlichen dem Umgriff der zentralen Altstadt und lässt sich wie folgt abgrenzen:

- im Norden durch den Verlauf der Donau,
- im Osten entlang der D.-Martin-Luther-Straße,

- im Süden entlang des St.-Peters-Weges, über den Emmeramsplatz entlang der Auergasse, Deischgasse, Hinter der Pfannenschmiede, Dänzergasse und Predigergasse sowie
- im Westen durch den Bismarckplatz, die Jakobstraße bis zum Einmündungsbereich Stahlzwingerweg, den Arnulfsplatz mit dem Netto Markt und entlang des Weißgerbergrabens.

In der Altstadt befinden sich 2018 471 Betriebe mit rd. 65.155 m² Verkaufsfläche. Angebots- und Verkaufsflächenschwerpunkte ergeben sich in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel. 149 Betriebe (32 %) mit einer Verkaufsfläche von rd. 31.350 m² (rd. 48 %) sind der Sortimentsgruppe Bekleidung, Schuhe, Sport zuzuordnen. Auf Anbieter von Hausrat, Einrichtung, Möbel entfallen 102 Betriebe (22 %) sowie rd. 10.000 m² Verkaufsfläche (15 %). Die weiteren zentrenrelevanten Sortimente Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren werden zum größten Teil durch Bücher Pustet sowie einige kleinteilige inhabergeführte Fachgeschäfte vertrieben. Elektrowaren, Medien und Foto entfallen ebenfalls auf eine Vielzahl kleinteiliger Anbieter, darunter vor allem Mobilfunkläden. Die durchschnittliche Geschäftsgröße beläuft sich aktuell in der Altstadt auf rd. 138 m² VK. Ausgesprochen positiv, auch im Vergleich zu anderen kleinstrukturierten Alt- und Innenstädten, hat sich die Nahversorgung entwickelt, mit einem Verkaufsflächenanteil im kurzfristigen Bedarf in Höhe von 19 %.

Tabelle 16: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen, Altstadt, 2018*

Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	87	8.440	46,5
Gesundheit/Körperpflege	27	3.785	36,8
Blumen/Floristik, Tierfutter, Zeitschriften	7	245	1,3
Summe kurzfristiger Bedarf	**121**	**12.470**	**84,6**
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	10	4.240	12,0
Bekleidung, Schuhe, Sport[1]	149	31.350	127,1
Elektrowaren, Medien, Foto	15	1.845	7,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	102	9.995	27,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	2	345	0,9
Optik/Akustik, Uhren/Schmuck	56	3.555	26,2
Sonstige Sortimente[2]	16	1.355	4,3
Summe mittel- bis langfristiger Bedarf	**350**	**52.685**	**206,2**
Summe Einzelhandel	**471**	**65.155**	**290,8**

* Betriebszuordnung nach Sortimentsschwerpunkt; Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.

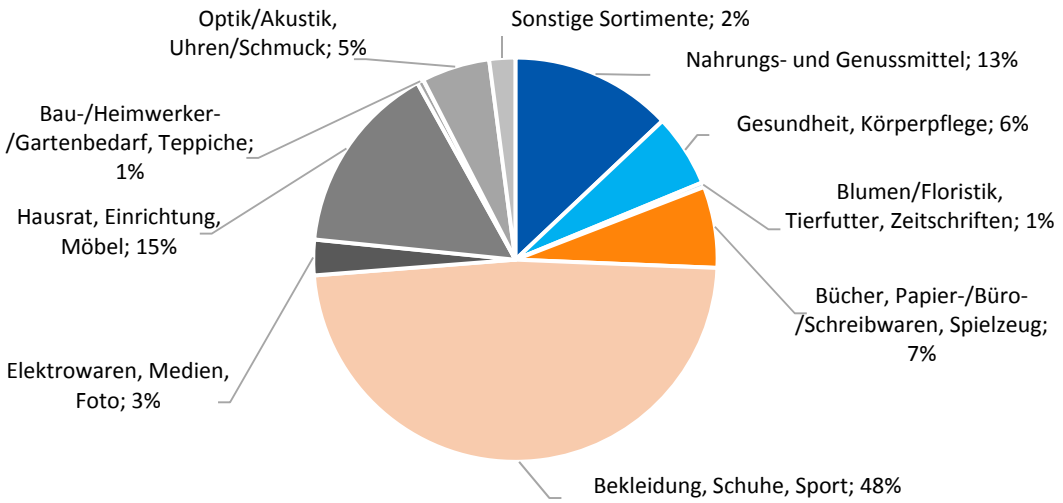
1 ohne Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

2 sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen; weiter auch Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Erhebung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die für die Altstadtentwicklung von Regensburg bedeutenden zentrenrelevanten Sortimente Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren, Medien, Foto besitzen heute einen Anteil von 37 % bezogen auf die Betriebe in der gesamten Altstadt (2008: 39 %) bzw. von 58 % bezogen auf die Verkaufsflächen in der Altstadt (2008: 49 %).

Abbildung 21: Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen, Altstadt, 2018



Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.
Quelle: GMA-Darstellung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Auch wenn sich die Einkaufsbereiche der Altstadt in einen modernen sowie einen stärker historisch geprägten Bereich unterscheiden lassen, sind sie dennoch nicht mit den bundesweit typischen, uniformen Fußgängerzonen vergleichbar. In der Regensburger Altstadt besteht ein weit verzweigtes Netz aus Einkaufsstraßen und -gassen, die einer italienischen Innenstadt ähneln.

In Regensburg werden die Einzelhandelsgeschäftslagen in der Altstadt von der 1a- bis hin zu 3er-Lage in fünf Stufen differenziert, d. h. von der besten bis hin zur Randlage. 2018 stellten sich die Einzelhandelsgeschäftslagen wie folgt dar:

Die **Haupteinkaufslage** (1a-Lage) verläuft innerhalb der Altstadt von Ost nach West über die Königsstraße, Weiße-Lilien-Straße, den Neupfarrplatz bis in die Gesandtenstraße im Bereich des Gutenbergplatzes. Das weitere innerstädtische Hauptgeschäftslagennetz findet seine Fortsetzung in den 1b-Lagen, die die Straßenzüge Gesandtenstraße vom Gutenbergplatz bis zum Bismarckplatz, Ludwigstraße – Haidplatz – Neue-Waag-Gasse – Kohlenmarkt – Goliathstraße, Untere Bachgasse, Pfauengasse – Schwarze-Bären-Straße sowie nördliche Fröhliche-Türken-Straße umfassen.[67] Die gesamte Verzweigung der Einzelhandelslagen (2er- und 3er-Lagen) kann der Karte 6 entnommen werden.

67 Definition und Festlegung der Einzelhandelsgeschäftslagen gemäß Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung (Stand: April 2017).

Im Einzelnen sind die wesentlichen Standortlagen in der Altstadt wie folgt zu bewerten:

- **1a-Lage (Königsstraße – Weiße-Lilien-Straße – Neupfarrplatz – Gesandtenstraße)**
  - dichtester und nahezu durchgängiger Geschäftsbesatz mit Standorten von großflächigen Magnetbetrieben wie etwa GALERIA Kaufhof oder überregional agierenden Filialunternehmen wie u.a. H&M, Hallhuber, Closed, TKMaxx oder Zara, aber auch individuelles und hochwertiges Angebot (Boutiquen)
  - überwiegend Betriebe unter 250 m² VK
  - hoher Filialisierungsgrad (über 60 %), nahezu alle innenstadt- und nahversorgungstypischen Sortimente (Drogeriewaren, Bücher, Spielwaren, Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Sport, Haushalts-/Einrichtungsbedarf, Optik/Akustik, Uhren/Schmuck), ausgewogene Struktur
  - teilweise überregionale Versorgungsfunktion
  - ergänzende Dienstleistungen (vor allem Reisebüro, Gastronomie) sind gut integriert und führen nicht zu einer erheblichen Unterbrechung der Ladenfronten; vielfältige und attraktive Cafés
  - konsumiges bis luxuriöses Preissegment
  - keine struktur- und stadtbildprägenden Mindernutzungen/sehr vereinzelte Leerstände (meist Umbau)
  - zunehmende Bedeutung und Attraktivität der Lage „Neupfarrplatz/Gesandtenstraße“ mit neuen Konzepten

- **1b-Lage (westliche Gesandtenstraße – Ludwigstraße – Haidplatz – Neue-Waag-Gasse – Kohlenmarkt – Goliathstraße – Untere Bachgasse – Pfauengasse – Schwarze-Bären-Straße – nördliche Fröhliche-Türken-Straße)**
  - dichter Geschäftsbesatz, vereinzelt Unterbrechungen durch andere Nutzungen (z. B. öffentliche Einrichtungen, Banken, Hotels, Gastronomie, Reisebüros)
  - etwa ein Drittel der Betriebe sind filialisiert, überwiegend inhabergeführte Läden
  - zum großen Teil Betriebe unter 200 m² VK
  - Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung, aber auch Hausrat und Einrichtungsbedarf sowie Optik/Akustik, Uhren/Schmuck; auch Sortimente zur täglichen Bedarfsdeckung (u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Zeitschriften)
  - teilweise überregionale Versorgungsfunktion
  - Dienstleistungsstandorte können den Geschäftsbesatz stellenweise unterbrechen
  - keine struktur- und stadtbildprägenden Mindernutzungen/vereinzelte Leerstände (meist Umbau)
  - konsumiges Preissegment

- **2a-Lage (Arnulfsplatz – Rote-Hahnen-Gasse – Wahlenstraße – Brückstraße – Krauterermarkt – Drei-Kronen-Gasse – Maximilianstraße)**
  - ausgedünnter Geschäftsbesatz, zunehmende Unterbrechungen durch andere Nutzungen
  - aktuell Neuansiedlung von Globetrotter in der Maximilianstraße
  - geringere Sortimentsvielfalt
  - vor allem Kleinbetriebe unter 100 m² VK
  - kleinteiliges Bekleidungsangebot, Cityrandsortimente (Einrichtungsbedarf, Heimtextilien)
  - zunehmend touristische Angebote, Dienstleistungen sowie andere Nutzungen
  - zunehmende Fluktuationen
  - konsumiges Preisniveau
- **2b-Lage (Drei-Mohren-Gasse – Glockengasse – Hinter der Grieb – nördliche Obere Bachgasse – Tändlergasse – Kramgasse – Watmarkt – Domplatz – St.-Kassians-Platz – Viereimergasse – südliche Fröhliche-Türken-Straße – Obermünsterstraße)**
  - wenig Geschäftsbesatz, abschnittsweise auch Dominanz von anderen Nutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie)
  - spezieller werdende Sortimentsstruktur (z. B. Galerien, Ateliers mit Werkstätten, Antiquitäten, Sammlerbedarf, touristisches Angebot)
  - kostengünstigere Randlage (z. B. für Handwerker)
  - überwiegend kleine Betriebe unter 80 m² VK
  - verstärktes Auftreten „unerwünschter“ Nutzungen (Spielotheken, Wettbüros etc.)
  - steigende Anzahl an Ladenleerständen und Fluktuationen
  - konsumiges Preisniveau
- **3er-Lage (Fischmarkt – Weiße-Lamm-Gasse – Weiße-Hahnen-Gasse – Unter den Schwibbögen – südliche Obere Bachgasse – Pfarrergasse – Malergasse – Simadergasse – Grasgasse – Schäffnerstraße)**
  - Streulagen mit geringem Geschäftsbesatz durch Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe
  - spezielle Sortimentsstruktur mit Fokus auf Zielkundschaft
  - kostengünstigere Randlage (z. B. für Existenzgründer, Popup-Stores)
  - überwiegend kleine Betriebe unter 50 m² VK
  - verstärktes Auftreten von „unerwünschten“ Nutzungen/Fehlnutzungen (Spielotheken, Wettbüros etc.)
  - Leerstände vorhanden, Nachbelegung häufig schwierig
  - konsumiges bis günstiges Preisniveau

Karte 6: Einzelhandelsgeschäftslagen in der zentralen Altstadt 2018

In der Altstadt sind in den vergangenen zehn Jahren weitere Nutzungen an die Seite des Handels getreten (z. B. Gastronomie, Dienstleistungen, Hotellerie). Wurden 2008 noch insgesamt 611 Einzelhandelsbetriebe erfasst, die ihre Waren auf rd. 77.860 m² Verkaufsfläche anboten, sanken beide Ausstattungsziffern bis 2018 deutlich (471 Betriebe auf 65.155 m² VK). Somit hat sich die relative Position der Altstadt im Vergleich zur Gesamtstadt seit 2008 leicht verringert, sodass der Anteil der Altstadt an der Gesamtverkaufsfläche von 18 % (2008) auf 14 % (2018) zurückging. Die freigewordenen Verkaufsflächen konnten jedoch weitestgehend alternativen Nutzungen zugeführt werden, weshalb die Altstadt kaum Leerstände aufweist.

Die Altstadt nimmt heute mit rd. 38 % der Betriebe bezogen auf die Gesamtstadt nach wie vor einen bedeutenden Teil des Einzelhandelsbestandes in Regensburg ein. Diese Entwicklung ist in Regensburg zum einen im Kontext mit großflächigen Handelsentwicklungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (vor allem Lebensmittelsegment) sowie vor dem Hintergrund des steigenden Einflusses des Online-Handels zu sehen. Zum anderen sind aber auch die hohe Nutzungskonkurrenz oder die Nachfolgeproblematik als Gründe anzuführen. Räumlich sichtbar schlägt sich diese Entwicklung insbesondere in der Maximilianstraße nieder, die ihrer „Entréefunktion“ in die Altstadt nicht gerecht wird. Trotz erfolgreicher Anstrengungen zur Nachnutzung brachgefallener Ladeneinheiten (z. B. Globetrotter am ehemaligen s.Oliver-Standort) ist hier 2018 kein durchgängiger (hochwertiger) Geschäftsbesatz vorhanden.

Insgesamt weist die vitale Altstadt jedoch einen sehr guten innerstädtischen Mix aus Einzelhandel, Gastronomie und Kultur/Freizeit auf und ist mit einem positiven Image als Einkaufsstandort verknüpft.

3.1.2 Regensburg Arcaden

In rd. 400 m Entfernung zur Maximilianstraße, der südlichen Altstadtgrenze, liegt das Einkaufszentrum südlich der Bahntrasse in innenstädtischer Randlage. Durch einen Steg mit dem Hauptbahnhof verbunden, wird die fußläufige Anbindung des Einkaufszentrums an die Altstadt ermöglicht. Das seit 2002 bestehende Einkaufszentrum ist Ausdruck des kommunalen Planungsansatzes der Stadt Regensburg, den beengten baulichen Strukturen des Stadtkerns zu begegnen und größere Ladeneinheiten bereitzustellen. So sollten in den Regenburg Arcaden insbesondere größere Verkaufsflächen bereitgestellt werden, gesichert mittels eines städtebaulichen Vertrages[68] u. a. zur Konfiguration des Zentrums:

- 20 % = 4.400 m²: kleiner als 250 m² je Einheit (kleinteilige altstadtrelevante Sortimente)
- 8 % = 1.800 m²: Läden zwischen 300 und 500 m² (teilweise Fachmärkte)
- 45 %=9.800 m² = Läden größer 500 m², eindeutig Großflächen / Fachmärkte
- 27 % = 6.000 m² = SB-Warenhaus

68 Städtebaulicher Vertrag zwischen der Aktionsgemeinschaft Altstadt e.V., der mfi Management für Immobilien GmbH und der Stadt Regensburg vom 30.03.2000 (sogenannte 3-Seiten-Vereinbarung).

Aufgrund dieser Konfiguration wurde die Ansiedlung von Einzelhandelsflächen möglichst nahe an der Altstadt als Chance gesehen, das Angebot der Altstadt zu ergänzen und somit den Standort Innenstadt zu stärken. Dabei spiegelt die Entwicklung der Regensburg Arcaden den Trend der deutschen Planungsphilosophie ab den 1990er Jahren wider, der nachlassenden Bedeutung des Innenstadthandels und den Ansiedlungen auf der „grünen Wiese" entgegenzuwirken.

Auf zwei Ebenen und insgesamt rd. 23.000 m² Verkaufsfläche beherbergen die Regensburg Arcaden derzeit 71 Einzelhandelsbetriebe sowie zahlreiche Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe. Daraus ergibt sich eine betriebliche Durchschnittsgröße von rd. 320 m² Verkaufsfläche.

Im Unterschied zur Altstadt finden sich in den Regensburg Arcaden vor allem filialisierte Angebotsformen im niedrigen bis mittleren Preissegment wieder. Diese sprechen vor allem jüngere Zielgruppen an, die das Center auch zur Freizeitgestaltung und zum Zeitvertreib aufsuchen. So ergeben sich Kopplungseffekte aufgrund des angeschlossenen Cinemaxx-Kinos, des umfassenden Parkplatzangebotes im centereigenen Parkhaus sowie aufgrund der Durchgangssituation für Bahn- und Busreisende. Weiterhin trägt das angrenzende Ärztehaus zu Kopplungseffekten bei.

Tabelle 17: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen, Regensburg Arcaden, 2018*

Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8	4.550	25,7
Gesundheit/Körperpflege	5	1.605	10,5
Blumen/Floristik, Tierfutter, Zeitschriften	0	0	0,0
Summe kurzfristiger Bedarf	**13**	**6.155**	**36,1**
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	4	810	3,7
Bekleidung, Schuhe, Sport[1]	36	13.110	58,4
Elektrowaren, Medien, Foto	5	1.430	8,1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	3	935	4,3
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	0	0	0,0
Optik/Akustik, Uhren/Schmuck	9	445	3,4
Sonstige Sortimente[2]	1	50	0,3
Summe mittel- bis langfristiger Bedarf	**58**	**16.780**	**78,2**
Summe Einzelhandel	**71**	**22.935**	**114,3**

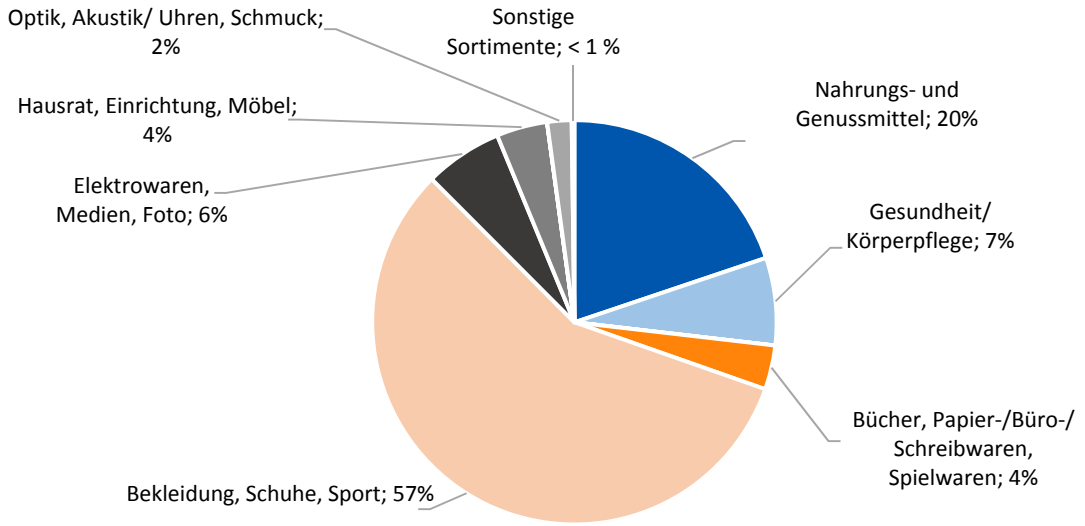
* Betriebszuordnung nach Sortimentsschwerpunkt; Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.

1 ohne Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

2 sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen; weiter auch Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Erhebung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 22: Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen, Regensburg Arcaden, 2018



Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.
Quelle: GMA-Darstellung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Somit entfallen heute rd. 27 % der Verkaufsfläche auf den kurzfristigen Bedarf (2008: 26 %) und 73 % auf den mittel- bis langfristigen Bedarf (2008: 74 %). Im Vergleich zu 2008 hat sich die Zusammensetzung hinsichtlich der Bedarfsstufen zugunsten des langfristigen Bedarfs geringfügig verschoben.

Im Verhältnis zur Gesamtstadt sind in den Regensburg Arcaden rd. 6 % der in Regensburg vorhandenen Betriebe auf etwa 5 % aller in Regensburg bestehenden Verkaufsflächen ansässig.

3.1.3 Donau-Einkaufszentrum

Das Donau-Einkaufszentrum, nördlich der Donau in ca. 1,5 km Entfernung zur Altstadt gelegen, hat die Funktion als oberzentraler Entlastungsstandort für die Altstadt und als Anziehungspunkt für Kunden aus dem weiteren Einzugsgebiet (siehe Zielsetzungen der Einzelhandelskonzepte 1997 und 2008). Das Einkaufszentrum hat seine Verkaufsfläche seit seiner Eröffnung im Jahr 1967 mit 17.000 m² VK stetig erweitert (1994: rd. 40.000 m² VK; 2008: rd. 51.500 m² VK) und bietet heute Waren aller Bedarfsstufen auf insgesamt rd. 53.100 m² VK an. Die durchschnittliche Betriebsgröße der knapp 110 Ladenlokale des Einzelhandels beträgt rd. 500 m².

Tabelle 18: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen, Donau-Einkaufszentrum, 2018*

Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	**27**	**4.250**	**37,8**
Gesundheit/Körperpflege	5	3.230	16,2
Blumen/Floristik, Tierfutter, Zeitschriften	1	160	0,9
Summe kurzfristiger Bedarf	**33**	**7.640**	**54,9**
Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	7	4.330	14,3
Bekleidung, Schuhe, Sport[1]	43	30.890	135,1
Elektrowaren, Medien, Foto	9	5.470	37,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	6	3.570	8,1
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	0	0	0,0
Optik/Akustik, Uhren/Schmuck	9	1.240	7,5
Sonstige Sortimente[2]	0	0	0,2
Summe mittel- bis langfristiger Bedarf	**74**	**45.500**	**202,8**
Summe Einzelhandel	**107**	**53.140**	**257,7**

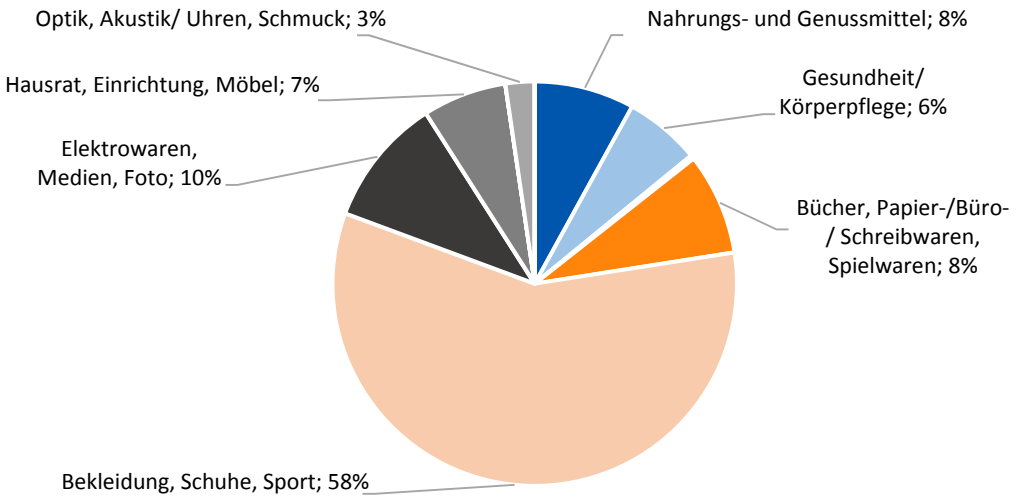
* Betriebszuordnung nach Sortimentsschwerpunkt; Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.

1 ohne Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer)

2 sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen; weiter auch Waffen und Erotik)

Quelle: GMA-Erhebung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 23: Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen, Donau-Einkaufszentrum, 2018



Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.

Quelle: GMA-Darstellung 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Mit Blick auf die Bedarfsstufen der angebotenen Waren entfallen heute rd. 14 % der Verkaufsfläche auf den kurzfristigen Bedarf (2008: 15 %) und 86 % auf den mittel- bis langfristigen (2008:

85 %). Im Vergleich zu 2008 hat sich die Zusammensetzung hinsichtlich der Bedarfsstufen ebenfalls zugunsten des mittel- bis langfristigen Bedarfs geringfügig verschoben. Bezogen auf Regensburg sind im Donau-Einkaufszentrum rd. 9 % aller vorhandenen Betriebe auf etwa 12 % der in Regensburg bestehenden Verkaufsflächen ansässig.

3.2 Fokus Nahversorgung

Mit dem Thema Nahversorgung wird heutzutage mehr als nur die reine Bedarfsdeckung verbunden. Die Nahversorgung stellt die Grundlage für Lebensqualität am Wohnstandort dar und übernimmt wichtige soziale Bindungs- und räumliche Orientierungsfunktionen. Während die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs auch als Grundversorgung bezeichnet wird, stellt der **Nahversorgungsbegriff** ein um den Faktor „Entfernung“ und deren Überwindung erweitertes Verständnis der Grundversorgung dar. Mit „Nah“ wird dabei eine wohnortnahe, fußläufige Erreichbarkeit umschrieben, wobei ein enger Zusammenhang mit den Leitbildern und Zielen der Stadtentwicklung besteht.

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes im Lebensmittelbereich in Regensburg zeigt mit Blick auf die verbrauchernahe Grundversorgung in quantitativer wie qualitativer Hinsicht eine insgesamt sehr gute Angebotssituation. Die attraktive und leistungsstarke Ausstattung ist vor allem auf das Vorhandensein aller namhaften Anbieter des Lebensmittelhandels in der Stadt zurückzuführen. So werden die – jeweils mehrfach angesiedelten – einschlägigen Supermarktbetreiber EDEKA und REWE durch ein umfassendes Angebot der – ebenfalls mehrfach vorhandenen – Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl, Netto, Norma und Penny sowie durch die SB-Warenhäuser von Kaufland (2x) und real ergänzt. Qualifiziert wird das Angebot weiterhin durch ein engmaschiges Netz zahlreicher kleinteiliger Anbieter (z. B. Biomärkte, Obst- und Gemüseläden, Tankstellenshops) sowie durch das Lebensmittelhandwerk und Getränkemärkte. In der Domstadt Regensburg beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ca. 435 m² je 1.000 Einwohner[69] und liegt damit auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts (ca. 433 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner).[70]

Bei der betrieblichen Betrachtung der Nahversorgungsstrukturen wird deutlich, dass von den 376 Betrieben des Lebensmittelhandels (inkl. Lebensmittelhandwerk und Spezialanbieter) lediglich 9 % der Läden eine Verkaufsfläche von über 800 m² besitzen. Diese stellen jedoch knapp 60 % der Verkaufsflächen zur Verfügung und tragen damit in einem hohen Maße zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung bei. Darüber hinaus bieten Wochenmärkte in den Regensburger Stadtbezirken wichtige Versorgungsfunktionen für die Bewohner mit regionalen Frischeproduk-

69 Aus Gründen der Vergleichbarkeit nur Berücksichtigung der Hauptwohnsitze.

70 vgl. Europäisches Handelsinstitut Köln (2018): Handelsdaten aktuell 2018, S. 82 (ohne Spezialgeschäfte (z. B. Lebensmittelhandwerk, Getränkemärkte) und nicht organisierten Lebensmitteleinzelhandel (z. B. temporäre/saisonale, nicht dauerhafte Angebotsformen); Verkaufsfläche inkl. Nonfood-Verkaufsfläche.

ten. Mit Blick auf das vorhandene Angebot kann in Regensburg grundsätzlich von einem ausgewogenen Angebotsmix im Lebensmittelsegment gesprochen werden. Der Großteil der Lebensmittelmärkte ist hinsichtlich seines Marktauftritts auf einem attraktiven, zeitgemäßen Niveau. So präsentieren sich insbesondere die größeren Supermärkte als ansprechende Vollsortimenter. Lediglich vereinzelt weisen die Supermärkte und Lebensmitteldiscounter einen Modernisierungsstau hinsichtlich Verkaufsflächengröße oder Ladenlayout auf.

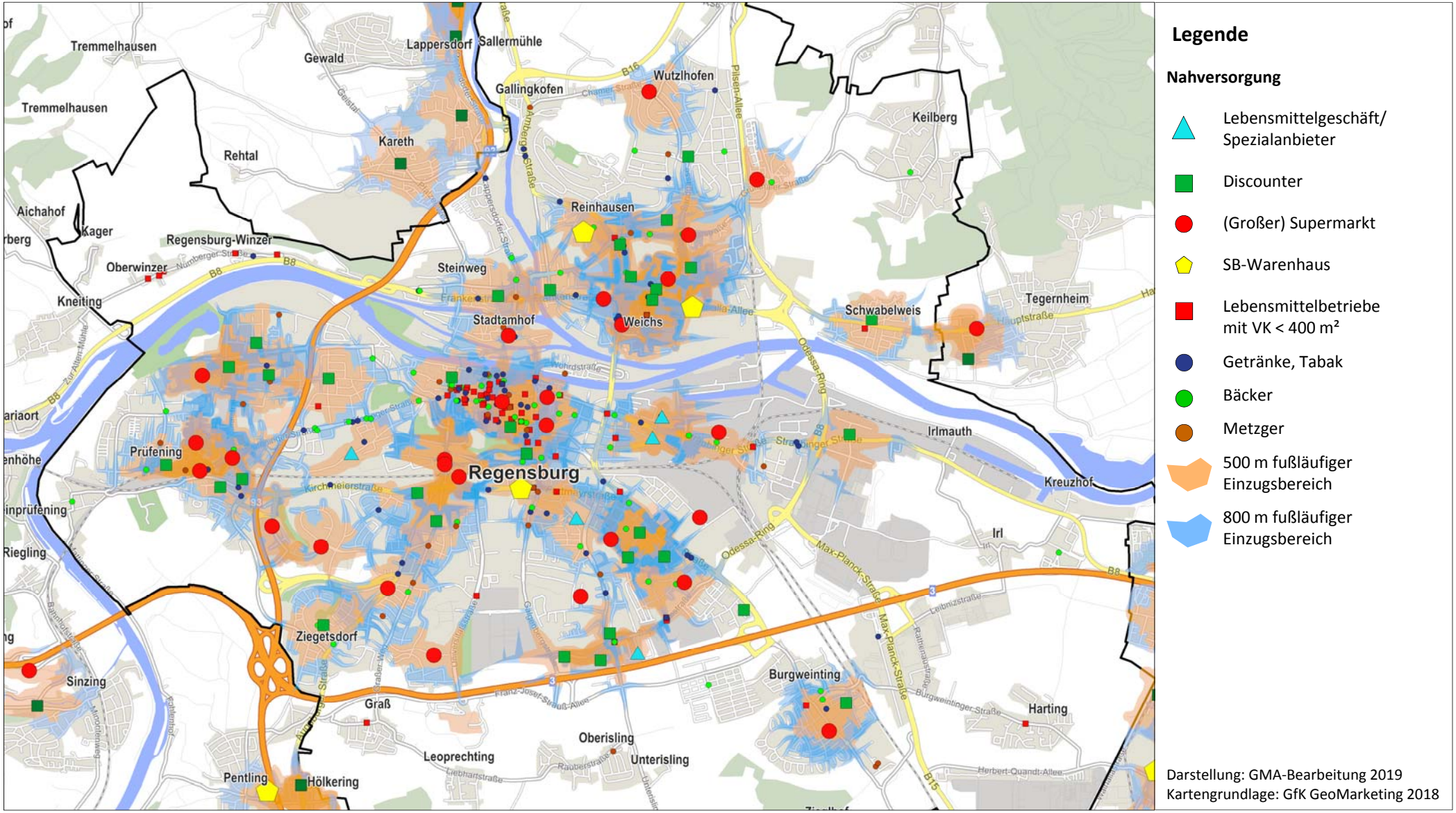
Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadtbezirke wurden um die **strukturprägenden Lebensmittelmärkte** (Verkaufsfläche ≥ 400 m²) zunächst Einzugsbereiche mit 500 m und 800 m-Laufdistanzen[71] gezogen, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren. Hierbei werden die tatsächlichen topographischen, siedlungsstrukturellen und städtebaulichen Gegebenheiten (z. B. Verlauf von Flüssen, Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur) berücksichtigt. Die Entfernung von 800 m wird für Regensburg unter Berücksichtigung des demographischen Wandels im Sinne einer fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet und entspricht einer fußläufigen Zeitdistanz von ca. 10 Minuten Gehzeit.[72] Diese Entfernung konnte empirisch auf Basis der aktuellen Betriebsverteilung im Stadtgebiet bestätigt werden.

Aus der Analyse des Nahversorgungsnetzes wird deutlich, dass ausgehend von dem aktuellen Angebotsbesatz knapp 70 % der Wohnbevölkerung in einer fußläufigen Entfernung von ca. 800 m einen Lebensmittelbetrieb mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche erreichen und somit qualifiziert versorgt sind. Hinzu kommen sämtliche kleineren Versorger (z. B. Norma Kumpfmühl, Netto Hochweg, EDEKA Isarstraße) sowie Biomärkte und Anbieter des Lebensmittelhandwerks, die einen noch höheren Versorgungsgrad gewährleisten. Somit ist die fußläufige Nahversorgung in den siedlungsstrukturell zusammenhängenden Regensburger Stadtbezirken weitgehend flächendeckend ausgeprägt (vgl. Karte 7).

71 Gemäß der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ ist auch bei großflächigen Lebensmittelmärkten nicht von Auswirkungen auszugehen ist, wenn deren (voraussichtlicher) Gesamtumsatz – neben Standort und Sortiment – 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt. Als Nahbereich ist in Abhängigkeit von den siedlungsstrukturellen und zentralörtlichen Gegebenheiten ein Radius von ca. 700 – 1.000 m anzusetzen. Daneben werden in der Handelswissenschaft entweder Gehzeiten oder Entfernungen definiert. Diese liegen in der Regel bei rd. 10 – 12 Gehminuten bzw. zwischen 500 und 1.000 m.

72 Die 10 min-fußläufigen Entfernungen werden mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur), berücksichtigt werden jedoch keine Abkürzungen oder „Schleichwege“ (bspw. über Parkflächen oder Grünanlagen).

Karte 7: Nahversorgungssituation in Regensburg und im angrenzenden Umland 2018



In Abstimmung mit dem „Kleinen Arbeitskreis Einzelhandel“ wurde die räumliche Verteilung des Nahversorgungsangebotes in Regensburg vor dem Hintergrund einer sowohl angebotsbasierten Ausstattung als auch einer nachfragebasierten Bedarfsberechnung analysiert und bewertet. Übereinstimmend konnten die gegebenen Angebotsstrukturen als auch bestehenden Planungen als deckungsgleich hinsichtlich ihrer räumlichen Abdeckung und dem damit verbundenen Versorgungszweck beurteilt werden. Lücken in der fußläufig erreichbaren Nahversorgung sind derzeit vor allem in den ländlich geprägten, räumlich abgesetzten Stadtbezirken (z. B. Ober- und Niederwinzer – Kager, Oberisling – Leoprechting – Graß) mit einer jeweils geringen Einwohnerzahl, in Stadtrandlage (z. B. Burgweinting-Harting) und in den „Zwischengebieten“ innerhalb der Stadt Regensburg (z. B. Ostpark, Nibelungenkaserne, Prüfeninger Straße) zu finden. Diese städtischen Teilräume verfügen heute allenfalls über ein kleinteiliges und/oder eingeschränktes Lebensmittelangebot (Anbieter des Lebensmittelhandwerks und kleiner Supermärkte und Discounter mit einer Verkaufsfläche von weniger als 400 m²), die in der Regel jedoch keinen vollumfänglichen Versorgungseinkauf in fußläufiger Entfernung ermöglichen.[73]

In Karte 7 ist die aktuelle Nahversorgungsstruktur in Regensburg hinsichtlich einer fußläufigen Entfernung von 500 bis 800 m bzw. fünf bis zehn Gehminuten dargestellt. Bei diesen Entfernungen (engeres und weiteres fußläufiges Einzugsgebiet) kann davon ausgegangen werden, dass die Märkte noch fußläufig von Kunden aus dem Wohnumfeld aufgesucht werden. In der Karte sind außerdem die Lebensmittelmärkte in den Nachbarkommunen eingetragen, welche zum Teil ebenfalls Versorgungsfunktionen für die Regensburger Bevölkerung übernehmen (z. B. Angebote in Pentling für den Stadtbezirk Oberisling – Leoprechting – Graß, Angebote in Neutraubling für den Unterbezirk Harting, Angebote in Lappersdorf für den Stadtbezirk Steinweg – Pfaffenstein oder Angebote in Tegernheim für die Einwohner von Schwabelweis; vgl. auch Karte 8).

Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung sollte im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln in Regensburg möglichst flächendeckend gesichert und – ohne negative Auswirkungen auf den Bestand – zielgerichtet weiterentwickelt werden. Aus der Analyse wird ersichtlich, dass ein Großteil der Regensburger Bevölkerung schon heute Zugang zu einem Lebensmittelmarkt in fußläufiger Entfernung hat. Bestehende Versorgungslücken sollen künftig geschlossen werden. Vor dem Hintergrund betrieblicher und betriebstypenspezifischer Standortanforderungen wird dies nicht überall in gleichem Maße möglich sein. Daher ist eine differenzierte Betrachtung nötig, um perspektivisch ein Mindestangebot zur Verfügung stellen zu können, wo heute noch keine Versorgungsstrukturen bestehen. Weiterführende Aussagen hierzu werden in Kapitel VII. 4.2 formuliert.

Die Nahversorgung auf Stadtbezirksebene ist dezidiert in Anlage 1, Übersicht 1 dargelegt.

[73] Aufgrund der geringen Verkaufsfläche von deutlich unter 400 m² wird regelmäßig nicht das volle Sortiment abgebildet bzw. entspricht die räumliche Situation der Betriebsräume häufig nicht aktuellen Kundeneinkaufsanforderungen (z. B. enge Gänge).

3.3 Fachmarktstandorte

Charakteristische Merkmale der Fachmarktstandorte in Regensburg sind ihre verkehrsgünstigen Stadtrandlagen mit guter Erreichbarkeit auch für das weitere Umland, überwiegend ebenerdige Nutzflächen und meist ebenerdig angeordnete Parkplätze.

Die Fachmarktagglomerationen und -zentren sind das Ergebnis der Handelsentwicklung und des Kundeneinkaufsverhaltens, d. h. der Zunahme der Betriebsform Fachmarkt, Ausweitung der Selbstbedienung, Zunahme der Großflächigkeit auf der einen Seite sowie der erhöhten Mobilität der Kunden und der überwiegenden Nutzung des Pkws als Verkehrsmittel auf der anderen Seite. Zur Sicherung einer gewissen Mindestattraktivität im Sinne einer Angebotsvielfalt und Stärkung der Zentralität des Oberzentrums ist es notwendig, an diesen autokundenorientierten Standorten auch zentrenrelevante Sortimente in einem begrenzten Umfang anzusiedeln.

Insgesamt vier Fachmarktstandorte lagen 2018 dezentral verteilt über das Stadtgebiet von Regensburg vor:[74]

- Bajuwaren-/Langobardenstraße im Süden der Stadt
- Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee im Norden der Stadt
- Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) im Osten der Stadt
- Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) im Westen der Stadt

3.3.1 Bajuwaren-/Langobardenstraße

Die Gesamtverkaufsfläche am Fachmarktstandort Bajuwaren-/Langobardenstraße beträgt im Jahr 2018 insgesamt rd. 40.460 m². Im Vergleich zur letzten Einzelhandelsanalyse aus dem Jahr 2008 hat sich die Gesamtverkaufsfläche somit um rd. 3.460 m² bzw. 9 % vergrößert (u. a. Ansiedlung Conrad Electronic, Modernisierungen/Verkaufsflächenerweiterungen). Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche aller Einzelhandelsbetriebe in Regensburg vereint der Fachmarktstandort Bajuwaren-/Langobardenstraße einen Verkaufsflächenanteil von rd. 9 % auf sich.

Verkaufsflächenbezogene Angebotsschwerpunkte ergeben sich in den Bereichen

- Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf mit rd. 20.000 m² VK = 49 %
- Möbel inkl. Matratzen mit rd. 7.600 m² VK = 19 %
- Elektrowaren/Unterhaltungselektronik mit rd. 4.950 m² VK = 12 %
- Sportbekleidung, -schuhe, -kleingeräte sowie -großgeräte mit rd. 3.200 m² VK = 8 %

74 Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden bei allen Fachmarktstandorten aufgeteilt und der jeweiligen Warengruppe zugeordnet.

Bezogen auf die sortimentsspezifischen Verkaufsflächen sind rd. 72 % des Angebots als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Einen Anteil von rd. 26 % stellen zentrenrelevante Sortimente dar und rd. 2 % des Angebots entfallen auf nahversorgungsrelevante Sortimente.[75]

3.3.2 Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee

Die Fachmarktagglomeration an der Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee ist auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 31.025 m² von einem großen Angebot im Nahrungs- und Genussmittelbereich geprägt. Dieses wird von den zwei Discountern, einem Biosupermarkt und einem SB-Warenhaus mit insgesamt rd. 8.600 m² Food-Verkaufsfläche (rd. 28 %) repräsentiert. Hinzu kommen rd. 4.690 m² Verkaufsfläche mit Hausrat, Einrichtung, Möbel (rd. 15 %) sowie rd. 3.360 m² Verkaufsfläche mit Bekleidung und Schuhen (rd. 11 %). Ein Angebotsschwerpunkt ist im Bereich Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf inkl. Teppichen/Bodenbelägen mit rd. 11.200 m² Verkaufsfläche (rd. 36 %) abzuleiten.

47 % der Verkaufsflächen werden 2018 mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten belegt, 25 % mit zentrenrelevanten Sortimenten. Durch die Anwesenheit mehrerer Lebensmittelmärkte, darunter ein SB-Warenhaus, entfallen rd. 28 % der Verkaufsflächen auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Im Vergleich zur Erhebung 2008 mit damals rd. 20.000 m² Verkaufsfläche nahm die Gesamtverkaufsfläche bis 2018 um ca. 11.000 m² bzw. 55 % zu. Dies ist u. a. mit der Ansiedlung des toom Baumarktes an der Frankenstraße zu begründen. Zum anderen hat sich zwischenzeitlich der räumliche Umgriff unter Hinzunahme der Fachmarktbetriebe an der südlichen Walhalla-Allee bzw. Vilsstraße (u. a. Dänisches Bettenlager, Fressnapf) erweitert bzw. um den räumlichen Umgriff östlich der Vilsstraße/nördlich der Walhalla-Allee verringert.

Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche aller Einzelhandelsbetriebe in Regensburg vereint der Fachmarktstandort Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee einen Verkaufsflächenanteil von rd. 7 % auf sich.

3.3.3 Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“)

Der Fachmarktstandort an der Sulzfeldstraße wurde in den vergangenen Jahren zum „Ostbayerischen Möbelzentrum“ strategisch weiterentwickelt und beherbergt heute mit insgesamt rd. 93.000 m² Verkaufsfläche vor allem flächenintensive Angebotsformate im langfristigen Bedarfsbereich mit überregionaler Ausstrahlungskraft. Dementsprechend vereint der Fachmarktstandort Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) einen Verkaufsflächenanteil von rd. 20 % bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche aller Einzelhandelsbetriebe in Regensburg auf sich. Im Vergleich zu 2008 mit damals rd. 70.500 m² Verkaufsfläche hat der Standort sein Angebot in den

75 Lebensmitteldiscounter an der Johann-Hösl-Straße, die dem Fachmarktstandort 2008 noch zugeordnet wurden, werden 2018 nicht mehr mit berücksichtigt. Sie werden als städtebaulich nicht-integrierte Grundversorgungsstandorte klassifiziert. Daraus ergibt sich eine Reduzierung des nahversorgungsrelevanten Anteils der Verkaufsflächen innerhalb des Fachmarktstandortes.

letzten zehn Jahren um rd. 22.500 m² bzw. 32 % erweitert. In diesem Zusammenhang ist auf die Ansiedlung des Mömax Möbelmitnahmemarktes (rd. 7.700 m² VK) sowie Verkaufsflächenerweiterungen (z. B. Globus Baumarkt) zu verweisen.[76]

Die Hauptsortimente am Fachmarktstandort Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum") sind dementsprechend:

- Hausrat/Möbel/Einrichtung mit rd. 78.500 m² Verkaufsfläche = 84 %
- Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf mit rd. 14.500 m² VK = 16 %

Gerade die Möbelmärkte, aber auch die Bau- und Heimwerkermärkte sind zunehmend durch zentrenrelevante Randsortimente geprägt, die mitunter einen nicht unerheblichen Anteil an der Gesamtfläche einnehmen. Die genauere Betrachtung der Sortimentszusammensetzung führt zu dem Ergebnis, dass in den ansässigen Möbelmärkten die Sortimente Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel und Hausrat sowie Heimtextilien eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 7.000 m² einnehmen und somit rd. 8 % der Gesamtverkaufsfläche an dem Standort den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen sind, während nicht-zentrenrelevante Sortimente rd. 92 % der Verkaufsfläche belegen.

3.3.4 Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)

Der Fachmarktstandort Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) hat sich in den vergangenen zehn Jahren zu einem Einkaufsstandort in Regensburg mit respektabler regionaler Ausstrahlungskraft entwickelt. Dies liegt u. a. an der Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten, die in dem kontinuierlich umgebauten Center einen Platz gefunden haben.

Aktuell verfügt das KÖWE-Center über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 17.400 m², was im Vergleich zum Jahr 2008 (damals rd. 14.100 m² VK) eine Erweiterung um rd. 3.300 m² VK bzw. 23 % bedeutet. Dieser Zuwachs resultiert insbesondere aus der Ausweitung des Textilhandels (Bekleidung und Schuhe) sowie der Erweiterung der Lebensmittelverkaufsflächen. Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche aller Einzelhandelsbetriebe in Regensburg vereint der Fachmarktstandort Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) einen Verkaufsflächenanteil von rd. 4 % auf sich.

Die Hauptsortimente stellen dabei die Folgenden dar:

- Bekleidung mit rd. 3.910 m² VK = 22 %
- Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf mit rd. 3.750 m² VK = 22 %
- Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 2.600 m² VK = 15 %

[76] 2008 wurde IKEA aufgrund einer unpräzisen, mittlerweile aktualisierten und an die Rechtsprechung angepassten Verkaufsflächendefinition nur mit rd. 14.000 m² VK erfasst (reine Ausstellungsfläche). 2018 wurde zusätzlich das SB-Lager mit rd. 10.000 m² VK berücksichtigt, da dieses vom Kunden zum Zweck des Einkaufens betreten werden kann und somit zur Verkaufsfläche gezählt wird.

- Schuhe mit rd. 1.700 m² VK = 10 %
- Spielwaren mit rd. 1.530 m² VK = 9 %
- Sportbekleidung und Sportschuhe mit rd. 1.050 m² VK = 6 %

Obwohl sich das KÖWE-Center an einem städtebaulich nicht-integrierten Standort befindet, ist das angebotene Sortiment mit rd. 51 % (rd. 8.900 m²) überwiegend als zentrenrelevant zu bezeichnen. 28 % der Verkaufsflächen (rd. 4.925 m²) werden durch nicht-zentrenrelevante und weitere 21 % (rd. 3.575 m²) durch nahversorgungsrelevante Sortimente belegt.

4. Regionale Angebotssituation

Regensburg übernimmt als Regionalzentrum Versorgungsfunktionen, die über die eigenen Stadtgrenzen hinausgehen und überregional bedeutsame Wirkungen entfalten. Gemäß landesplanerischen Vorgaben soll es zur räumlichen und wirtschaftlichen Stärkung eines weiten Umlandes positive Impulse setzen. Trotz umfassender Handelsausstattung und hoher Anziehungskraft des Regensburger Einzelhandels verstärken sich insbesondere im nahversorgungsrelevanten Bereich die Konkurrenzbeziehungen zu benachbarten Wettbewerbsstandorten. So existieren schon heute Überschneidungen von Kundeneinkaufsbeziehungen mit Standorten im Umland, die insbesondere von Einwohnern der räumlich abgesetzten, eher dörflich geprägten Stadtgebiete aufgrund fehlender Angebotsstrukturen ausgehen.

Im Umland von Regensburg lassen sich folgende Versorgungsstrukturen feststellen:

Tabelle 19: Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich im Regensburger Umland 2018

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Lappersdorf	dm	Drogeriemarkt	dezentrale Lage	680
	Netto	Discounter	Streulage	680
	Penny	Discounter	dezentrale Lage	750
	Norma	Discounter	Streulage	780
	Netto	Discounter	Streulage	860
	Aldi	Discounter	dezentrale Lage	950
	EDEKA Unger	Supermarkt	Streulage	1.500
Zeitlarn	Netto	Discounter	Streulage	680
Wenzenbach	Penny	Discounter	Streulage	800
	EDEKA Dirnberger	Supermarkt	Ortsmitte	1.230
Tegernheim	Rossmann	Drogeriemarkt	Streulage	< 800
	Netto	Discounter	Streulage	840
	REWE Gutzelnig	Supermarkt	Streulage	1.200
	dm	Drogeriemarkt	Streulage	< 800
Barbing	Aldi	Discounter	Streulage	1.200
	EDEKA Lattus	Supermarkt	Streulage	1.750

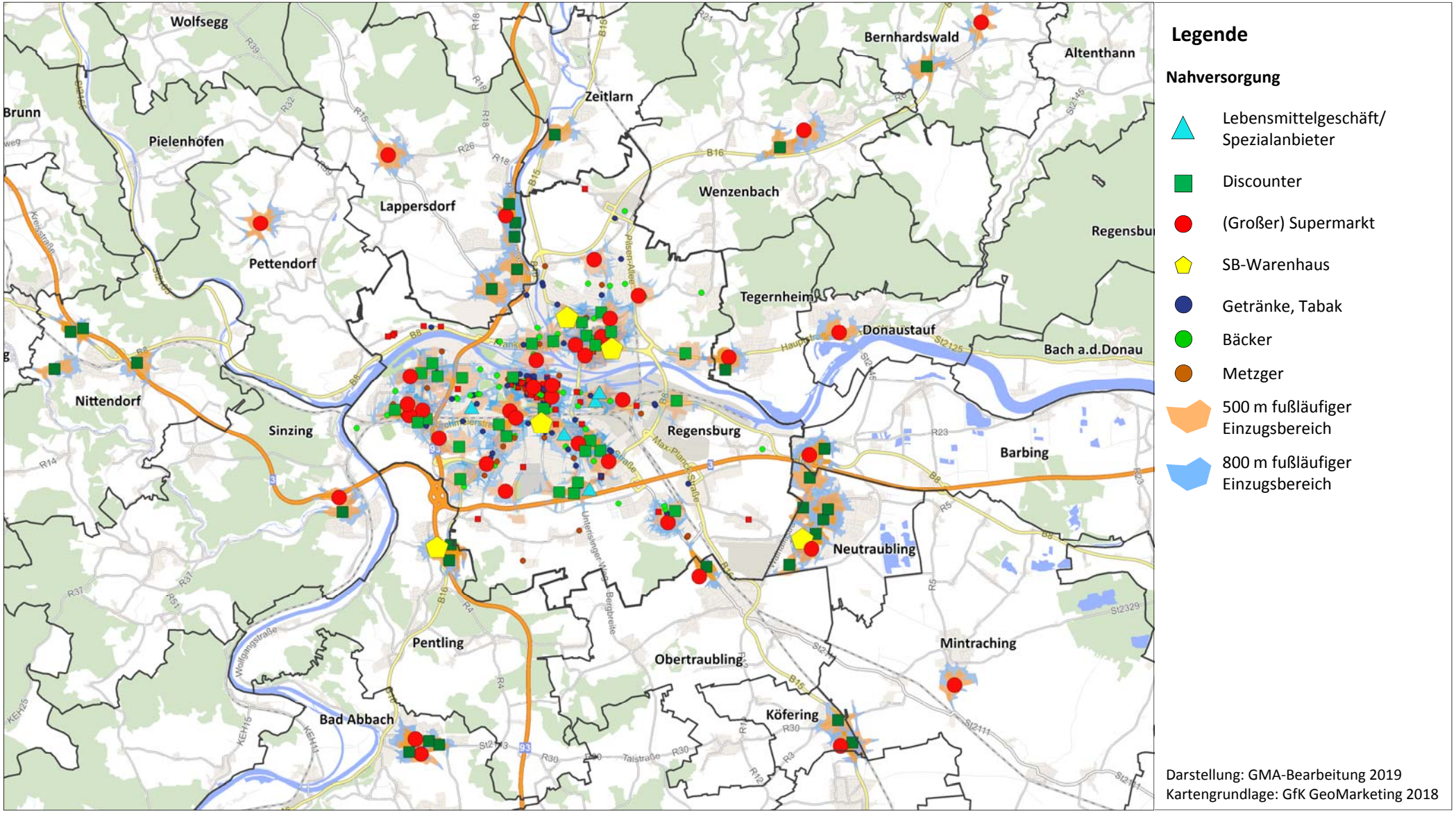
Fortsetzung auf nächster Seite

Kommune	Anbieter	Betriebstyp	Lage	VK in m²
Neutraubling	denn's Biomarkt	Biosupermarkt	ZVB Kaufpark	580
	dm	Drogeriemarkt	ZVB Kaufpark	< 800
	Penny	Discounter	Streulage	870
	Netto	Discounter	Streulage	980
	Norma	Discounter	dezentrale Lage	980
	Lidl	Discounter	dezentrale Lage	1.000
	Netto	Discounter	Streulage	1.150
	Aldi	Discounter	ZVB Kaufpark	1.200
	Globus	SB-Warenhaus	ZVB Kaufpark	11.150
Obertraubling	Rossmann	Drogeriemarkt	Streulage	< 800
	Netto	Discounter	Streulage	950
	EDEKA Farber	Supermarkt	Streulage	1.520
Pentling	dm	Drogeriemarkt	dezentrale Lage	< 800
	Aldi	Discounter	dezentrale Lage	1.000
	Lidl	Discounter	dezentrale Lage	1.000
	real,-	SB-Warenhaus	dezentrale Lage	7.900
Sinzing	Netto	Discounter	Streulage	800
	EDEKA Cvar	Supermarkt	dezentrale Lage	1.050
Pettendorf	EDEKA Brumbauer	Supermarkt	Streulage	890

Quelle: GMA-Zusammenstellung auf der Basis eigener Erhebungen

Eine Sonderrolle nimmt dabei der Wettbewerbsstandort Neutraubling mit dem dortigen „Kaufpark“ ein. Der Einzelhandelsschwerpunkt im südöstlichen Regensburger Umland umfasst ein breites Angebot mit nahversorgungsrelevanten Betrieben (Globus, Aldi, denn’s, dm), aber auch Angebote im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich. Aufgrund der räumlichen Konzentration an diesem Standort sowie der unkomplizierten Anfahrbarkeit dieser Einkaufslage existieren intensive Wettbewerbsbeziehungen.

Karte 8: Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich im Regensburger Umland 2018



5. Wesentliche Einzelhandelsplanungen in Regensburg

Folgende Planungen sind im **kurzfristigen Bedarf** (Lebensmittel und Drogeriewaren) in Regensburg zu berücksichtigen:[77]

- **Aussiger Straße:** geplante Ansiedlung eines Netto Discounters im Bereich Aussiger Straße/Sandgasse (ehemaliger Getränkemarktstandort) auf rd. 800 m² VK zzgl. ca. 30 m² Bäckerei mit Café
- **Dornierstraße:** mögliche Verlagerung des ansässigen Netto Discounters in der Dornierstraße an einen Standort im Umfeld.
- **Dr.-Gessler-Straße (Königstor):** perspektivische Ansiedlung eines REWE Vollsortimenters mit rd. 2.750 m² VK, eines Netto Discounters mit rd. 1.100 m² VK sowie einer Apotheke mit rd. 100 m² VK, integrierter Standort mit erheblichem Kaufkraftpotenzial im kurzfristigen Bedarfsbereich im unmittelbaren Standortumfeld, zukünftige Qualifizierung des Standortes zum Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)".
- **Fort-Skelly-Straße (ehemalige Nibelungenkaserne):** vorgesehene Wohnbauentwicklung sowie Etablierung einer leistungsfähigen Nahversorgungsstruktur, geplante Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes sowie ergänzender Angebote auf rd. 1.850 m² VK.
- **Grunewaldstraße:** Entwicklung eines Urbanen Gebietes nördlich der Autobahnanschlussstelle Regensburg-Burgweinting, voraussichtliche Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters auf rd. 1.200 m² VK.
- **Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum):** zwischenzeitliche Eröffnung eines EDEKA Supermarktes mit rd. 1.850 m² VK und eines Alnatura Biosupermarktes mit rd. 830 m² VK, denn's Biomarkt mit rd. 580 m² VK im Standortumfeld, ergänzende Angebote durch Postfiliale, Festlegung des Standortes zum Nahversorgungszentrum „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)".[78]
- **Kirchmeierstraße:** Teile des Bahnareals, Entwicklung eines Urbanen Gebietes im nördlichen Standortumfeld des Aldi Discounters und Getränkemarktes an der Balwinusstraße, Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen der Nahversorgung auf rd. 1.800 m² VK, Zusammenfassung der Angebote in diesem Bereich zur perspektivischen Nahversorgungslage „Balwinus-/Kirchmeierstraße".
- **Lilienthalstraße:** geplanter Abriss/Neubau des REWE Supermarktes und Erweiterung der Verkaufsfläche auf rd. 1.550 m², Ergänzung um einen REWE Getränkemarkt mit rd.

77 Quelle: Aufstellung des Amts für Stadtentwicklung der Stadt Regensburg (Stand: 27.02.2019)

78 Vereinbarungsgemäß findet die mittlerweile umgesetzte Planung noch keinen Eingang in den Gesamthandelsbestand der Stadt Regensburg. Der Standortbereich wird als „perspektivisches" Nahversorgungszentrum geführt.

540 m² VK im Gebäude sowie einen Bäcker im Vorkassenbereich mit rd. 80 m² (inkl. Gastronomiefläche), Spiele Max mit rd. 2.150 m² VK im südlichen Standortumfeld.

- **Obermünsterstraße:** geplante Ansiedlung eines Penny Discounters am Standort Obermünsterstraße am südlichen Altstadtrand auf rd. 800 m² VK, perspektivische Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung, Ergänzung des innerstädtischen Lebensmittelangebots.
- **Schwarze-Bären-Straße:** Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zur Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung in der Altstadt, Ergänzung des innerstädtischen Lebensmittelangebots.[79]
- **Zeißstraße:** nahe der ehemaligen Prinz-Leopold-Kaserne geplante Ansiedlung eines Nahversorgers zzgl. Bäckerei und Metzgerei im Bereich Guerickestraße/Zeißstraße.

Die aufgeführten Einzelhandelsplanungen im Lebensmittelbereich dienen nach der Analyse der räumlichen Verteilung des bestehenden Angebots vor allem der Schließung heute noch existierender Nahversorgungslücken bzw. der Schaffung leistungsfähiger Nahversorgungsstrukturen innerhalb von Arealen im Stadtgebiet, die künftig vor allem der Wohnbauentwicklung zugeführt werden sollen.

Im **mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich** ist auf folgende Entwicklungen hinzuweisen:

- **Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum"):** Beibehaltung und Erweiterung des Sortimentsschwerpunktes „Möbel/Einrichten" durch Verlagerung des Poco Möbelmitnahmemarktes von seinem heutigen Standort an der Abensstraße mit 5.000 m² VK in das „Ostbayerische Möbelzentrum" an der Sulzfeldstraße (dort geplant 6.500 m² VK, angrenzend an Mömax) sowie Erweiterung der Sondergebietsflächen an der Sulzfeldstraße um maximal 30.000 m² (neuer Bebauungsplan Nr. 246 „Sulzfeldstraße West"); Ergänzung durch Dienstleistungs- und bauhandwerkliches Angebot
- Erweiterung des Zweirad-Centers Stadler an der Simon-Sorg-Straße von heute 5.650 m² VK auf 9.750 m² VK. Das heutige Zweirad-Center Stadler ist der einzige größere Fachmarkt außerhalb der vier ausgewiesenen Fachmarktstandorte.

6. Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes anhand ausgewählter Indikatoren

Die vergleichende Betrachtung von Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Einzelhandelsangebotes der Stadt Regens-

[79] Mittlerweile hat eine Netto City-Filiale eröffnet (Oktober 2019); vereinbarungsgemäß finden die mittlerweile umgesetzten Planungen keinen Eingang in den Einzelhandelsbestand.

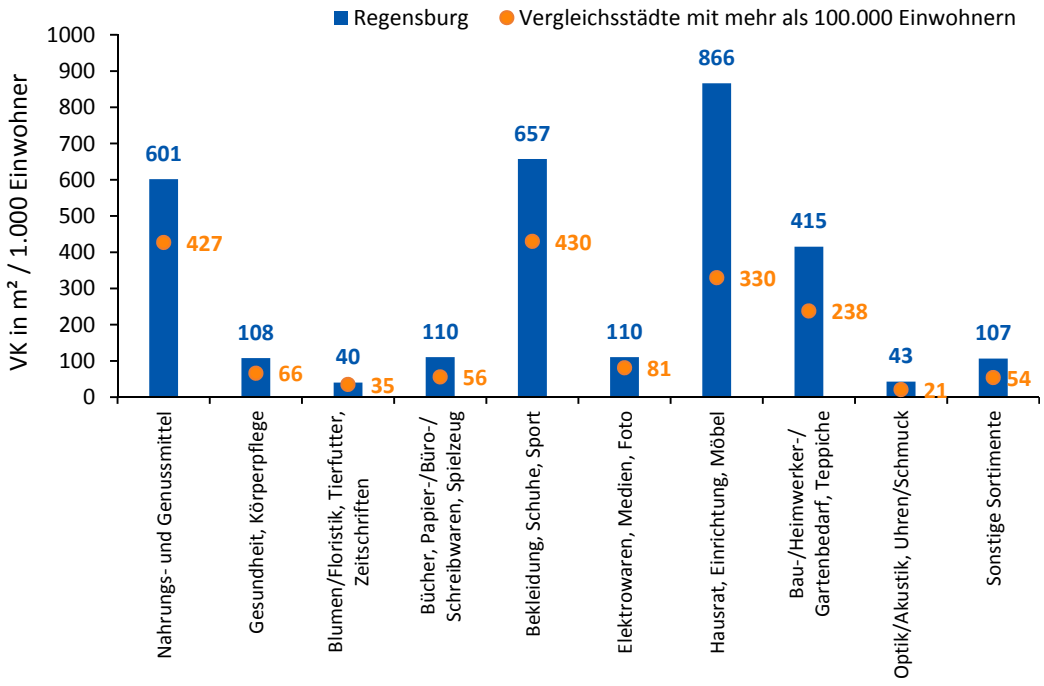
burg. Dieser Kennziffernvergleich liefert Anhaltspunkte zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes. Es handelt sich um eine rechnerische Beurteilung des Bestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt.

Diese quantitative Analyse wird später durch eine qualitative Bewertung ergänzt, in der – differenziert nach Warengruppen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen-/Betriebstypenstruktur) sowie die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden (vgl. Kapitel VII. 3).

6.1 Verkaufsflächenausstattung

Die Verkaufsflächenausstattung in Regensburg stellt sich nach Warengruppen wie folgt dar:

Abbildung 24: Verkaufsflächenausstattung nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018



Quelle: GMA-Erhebung 2018, GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“, Durchschnitt für Kommunen über 100.000 Einwohnern

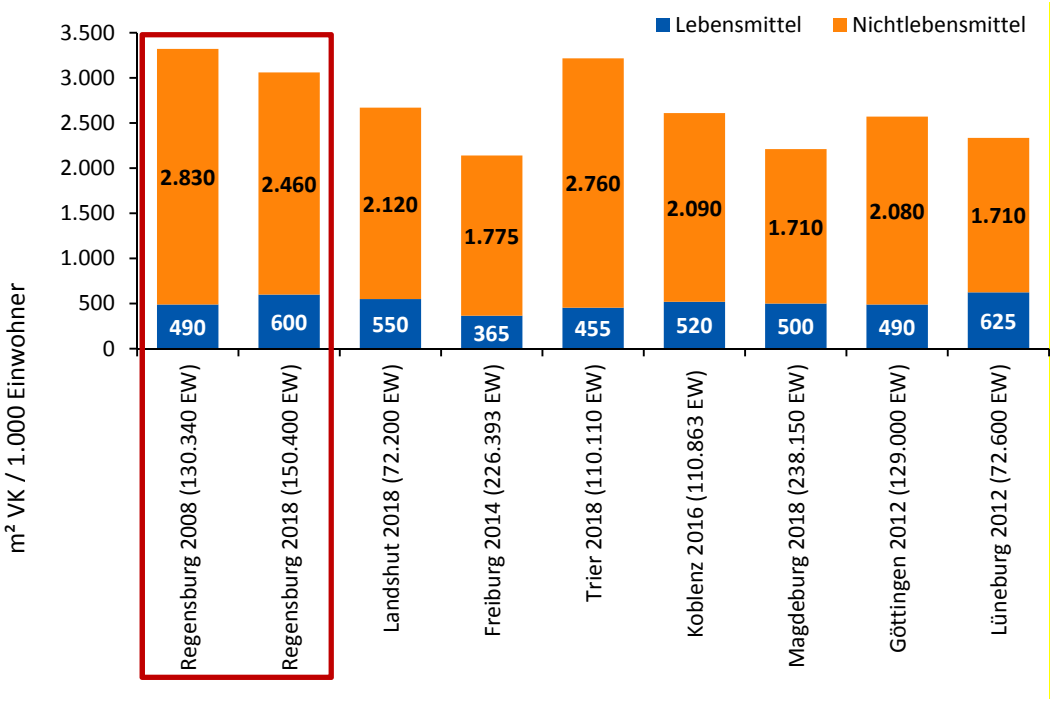
Die Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Regensburg liegt im Vergleich zu Durchschnittswerten der GMA-Kennziffernstudie[80] in sämtlichen Sortimentsbereichen über den Durchschnittswer-

80 Die GMA veröffentlicht regelmäßig eine Grundlagenuntersuchung zur Einzelhandelsausstattung und zum Branchenmix von Städten und Gemeinden in Deutschland und Österreich. Bei der Grundlagenuntersuchung wurden fast 500 Städte und Gemeinden berücksichtigt.

ten der Vergleichsstädte mit über 100.000 Einwohnern. Dies wird insbesondere im Bereich Lebensmittel, Bekleidung, Schuhe, Sport, Hausrat, Einrichtung, Möbel sowie Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf deutlich.

Neben der warengruppenbezogenen Auswertung wurde ein regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung mit anderen Städten vergleichbarer Größe und Struktur durchgeführt. Hierzu wurden vor allem **Schwarmstädte** betrachtet, die aufgrund ihrer solitären Lage in einem ländlich geprägten Umland, ihrer ähnlich positiven Einwohnerentwicklung und aufgrund ihres Status als Hochschulstadt einen Vergleich mit Regensburg zulassen. Dieser Vergleich zeigt, dass Regensburg – wie auch schon im Jahr 2008 – eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung aufweist. Dabei konnte die Domstadt v. a. bei der Lebensmittelausstattung nochmals kräftig zulegen.

Abbildung 25: Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner*



* nur Hauptwohnsitze

Quelle: GMA-Erhebungen der vergangenen Jahre

6.2 Zentralitätskennziffer

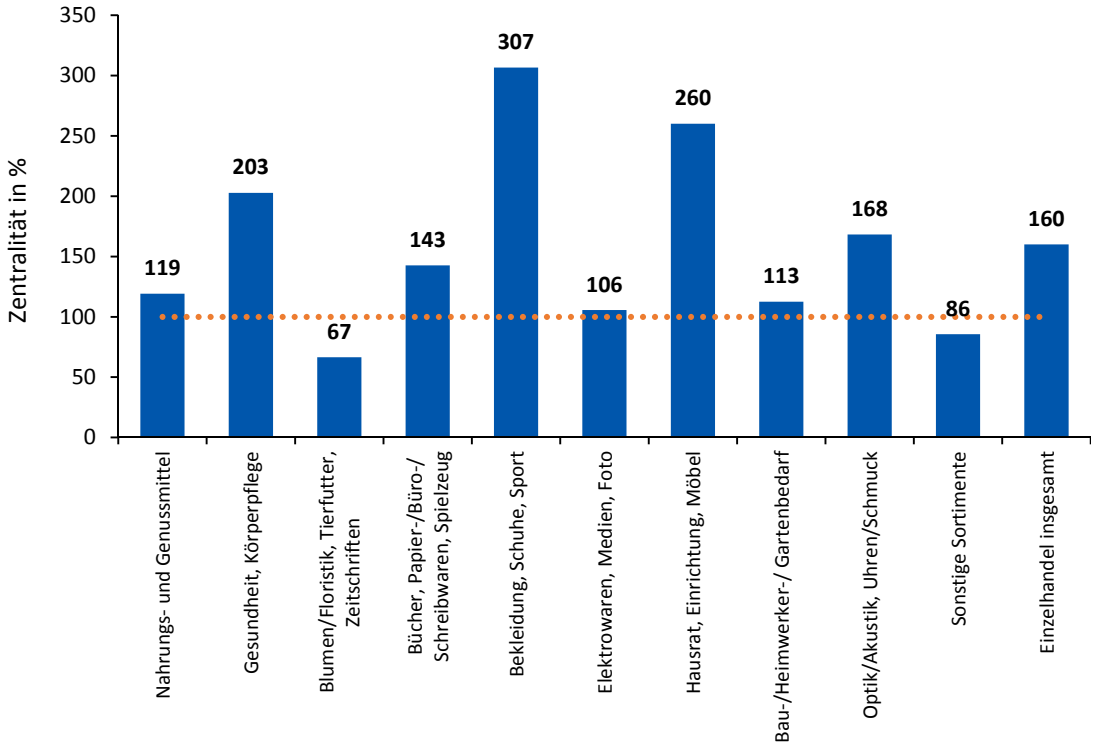
Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität[81] zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Regensburg deutlich höhere Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 160 deutet per Saldo auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Dies entspricht

81 Die Einzelhandelszentralität stellt den in Regensburg getätigten Einzelhandelsumsatz der in Regensburg vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Bedeutungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

der hervorgehobenen Stellung des Handelsplatzes Regensburg für die gesamte Region Ostbayern.

Insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport und Hausrat, Einrichtung, Möbel sind mit Zentralitätswerten deutlich über 300 bzw. 250 die höchsten Kundenbindungen vorhanden. Daneben sind für die Bereiche Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (113), Nahrungs- und Genussmittel (119), Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren (143), Optik, Akustik/Uhren, Schmuck (168) und Gesundheit/Körperpflege (203) insgesamt hohe Zentralitätswerte festzustellen.

Abbildung 26: Einzelhandelszentralität nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018

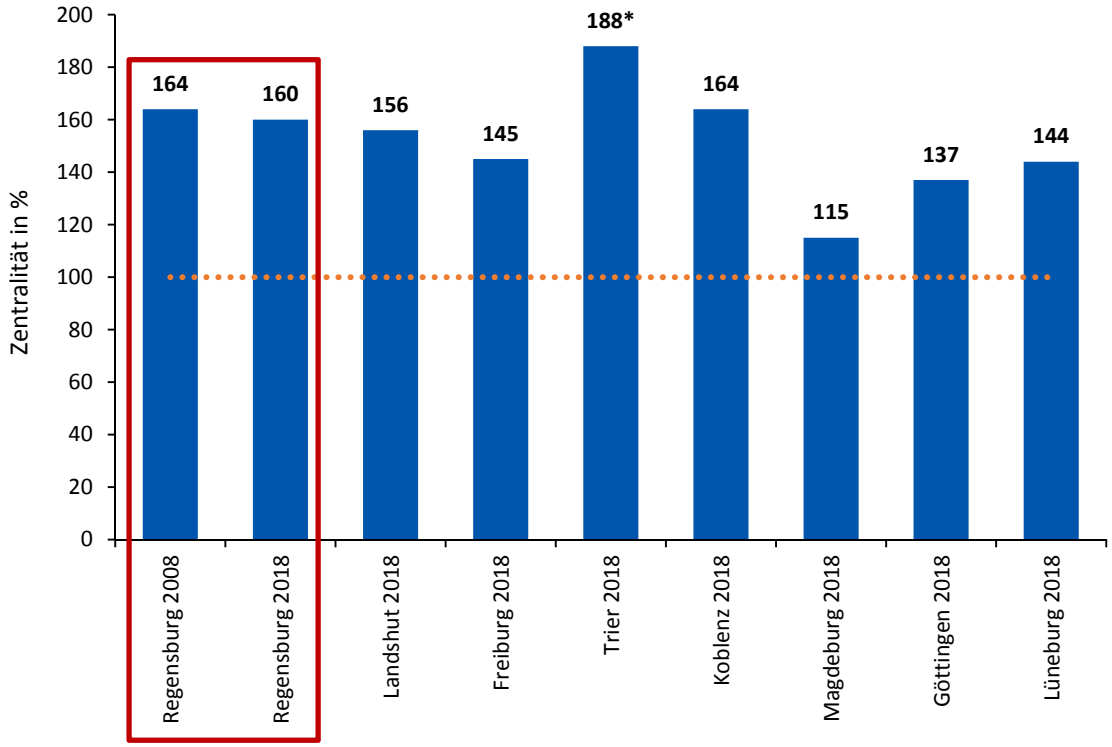


100 = ausgeglichene Einzelhandelszentralität

Quelle: GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Im Vergleich mit ähnlich strukturierten Städten zeigt sich auch hinsichtlich der erreichten Zentralitätswerte, dass Regensburg hierbei Spitzenpositionen einnimmt. Dieses Ergebnis unterstreicht die Marktbedeutung des Handelsstandortes auch im regionalen Vergleich mit anderen Schwarmstädten.

Abbildung 27: Regionaler Vergleich der Zentralitätskennziffer



* Trier weist aufgrund hoher Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und vor allem aus Luxemburg bundesweit eine der höchsten Zentralitätskennziffern auf.

100 = ausgeglichene Einzelhandelszentralität

Quelle: GMA-Erhebungen der letzten Jahre; MB Research 2018

Insgesamt deutet die Einzelhandelszentralität von 160 auf die wichtige Versorgungsfunktion des Regionalzentrums Regensburg für sein Umland hin. Jedoch sind punktuell zur Sicherung der Marktposition des Regensburger Einzelhandels noch Angebotsergänzungen denkbar (vgl. Kapitel VII.3).

7. Stärken-Schwächen-Profil des Einzelhandelsstandortes Regensburg 2018

Insgesamt weist die Stadt Regensburg positive und auch negative Eigenschaften auf, die sich auf ihre Qualität als Versorgungsstandort auswirken. Die aktuellen Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Regensburg lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Übersicht 2: Stärken-Schwächen-Profil für Regensburg 2018

Stärken	Schwächen
▪ zentrale Lage zwischen Bayerischem Wald, fränkischem Jura und Donauebene ▪ Regionalzentrum mit wichtiger Versorgungsbedeutung für die gesamte Region ▪ wichtiger Ausbildungs- und Arbeitsplatzstandort (u. a. Hochschulen, Großunternehmen, global player) ▪ diversifizierte Wirtschaftsstruktur, dynamische Unternehmens- und Arbeitsplatzentwicklung ▪ Zuführungseffekte durch Komplementäreinrichtungen (Dienstleistungen, Gesundheitseinrichtungen, Behörden, Gastronomie-, Kultur- und Freizeitbetriebe) ▪ sehr gute verkehrliche Infrastruktur (Autobahn-, Bundesstraßen- und Eisenbahnknotenpunkt) ▪ dynamische Einwohnerzuwächse in Stadt und Region bei weiterhin positiver Einwohnerprognose bis 2030 ▪ überdurchschnittliches Kaufkraftniveau ▪ attraktive historische Altstadt mit hoher Aufenthaltsqualität, vielfältigen gastronomischen, kulturellen und touristischen Angeboten (UNESCO Weltkulturerbe) ▪ hohe Streukundenpotenziale durch Touristen, Besucher zentralörtlicher Einrichtungen (u. a. Kliniken, Fachärzte, Behörden, Hochschulen) und Großunternehmen vor Ort ▪ hohes Tourismuspotenzial ▪ Universitäts- und Hochschulstadt ▪ ausdifferenziertes Einzelhandelsangebot und guter Mix von kleinteiligem inhabergeführtem Handel und großen Filialisten (Altstadt, Regensburg Arcaden, Donau-Einkaufszentrum) ▪ Synergien mit Kultur- und Bildungsangebot ▪ funktionsfähiges, dreipoliges oberzentrales Zentrenmodell mit Altstadt, Regensburg Arcaden, Donau-Einkaufszentrum ▪ positive Entwicklung der Altstadt auch als Nahversorgungsstandort (= Wohnentwicklung)	▪ gesamtstädtische Überlastung der verkehrlichen Infrastruktur ▪ Image der „schlechten“ Erreichbarkeit, v. a. der Altstadt ▪ Kleinteiligkeit der Geschäftsstrukturen in der Altstadt nicht mehr konform mit aktuellen Betriebsanforderungen → zu klein für moderne Magnetbetriebe (keine größeren Potenzialflächen); allerdings auch Chance für innovative, neue Ansätze, wie Pop-up-Stores, Startups, andere Nutzungen ▪ Belieferungsproblematik in der Altstadt/hohes Lieferverkehrsaufkommen → Minderung der Aufenthaltsqualität ▪ Wettbewerbsstandorte im Umland „holen auf“

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019

Insgesamt präsentiert sich Regensburg als leistungsfähiger Standort für den Einzelhandel. Bedingt durch die hervorragende wirtschaftliche und infrastrukturelle Ausstattung, die weit ins Umland strahlt, bestehen für den Einzelhandel in Regensburg große Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale. Die Entfernung zu den nächsten größeren ostbayerischen Zentren (Straubing, Amberg und Landshut) sichert der Stadt zudem ein umfangreiches Marktgebiet.

8. Zwischenfazit: Entwicklung des Angebotes

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Regionalzentrum Regensburg seine Angebotssituation in den vergangenen Jahren auf einem hohen Niveau halten und weiter ausbauen konnte. So war im September/Oktober 2018 ein **Einzelhandelsbestand** von insgesamt 1.252 Betrieben des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks auf einer Verkaufsfläche von ca. 460.035 m² ansässig. Die Bruttoumsatzleistung dieser Einzelhandelsbetriebe beträgt rd. 1.683,5 Mio. €.

Regensburg ist auch weiterhin als das dominierende Regionalzentrum für die Region Ostbayern zwischen Nürnberg, Ingolstadt und Landshut zu bewerten. Dies unterstreicht die hohe Einzelhandelszentralität von 160. Ein leichter Rückgang der Zentralität und somit Kaufkraftabfluss im Vergleich zu 2008 ist der steigenden Bedeutung des Online-Handels geschuldet sowie neuen Wettbewerbsstandorten im Umland. Dies ist jedoch nicht das Ergebnis eines Attraktivitätsverlustes des Handelsstandortes Regensburg.

- Hinsichtlich der Einzelhandelsstrukturen treten die **oberzentralen Standorte** Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum als dominierende Angebotsstandorte mit den innenstadttypischen zentrenrelevanten Sortimenten in Erscheinung. Mit 471 Betrieben befinden sich die meisten Betriebe in der Altstadt, was diese nach wie vor zur Nummer 1 unter den Einzelhandelslagen in Regensburg macht.

- Darüber hinaus ist auf das dichte und leistungsfähige Netz der **städtebaulich integrierten Nahversorgungslagen und -standorte** hinzuweisen, das in den vergangenen Jahren konsequent ausgebaut wurde und heute einen Großteil der Regensburger Wohnbevölkerung qualifiziert in geringer Laufdistanz versorgt. Dies gilt in zunehmendem Maße auch für den Standort Altstadt.

- Hinzu kommen die vier **Fachmarktstandorte** an der Bajuwaren-/Langobardenstraße, Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee, Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) und Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) mit dem dort vorzufindenden attraktiven Einzelhandelsangebot aus dem mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich. Die Fachmarktstandorte haben sich überwiegend positiv entwickelt, befinden sich auf einem stabilen Niveau und tragen neben den oberzentralen Standorten zur Versorgung der Region bei.

- Bezogen auf die in Regensburg vorhandenen Verkaufsflächen entfallen rd. 31 % auf die oberzentralen Standorte, 8 % auf das Nebenzentrum (Nordgaustraße, u. a. mit Alex-Center) bzw. die Nahversorgungszentren, rd. 19 % auf städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte sowie rd. 42 % auf sonstige städtebaulich nicht-integrierte Standorte. Sieht man von den flächenintensiven Angebotsformaten am Fachmarktstandort Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) ab, tritt die Innenstadt (mit Altstadt und Regensburg Arcaden) mit rd. 19 % der Regensburger Gesamtverkaufsfläche an die erste Position. Danach folgen der Stadtbezirk Weichs (mit dem Donau-Einkaufszentrum) mit rd. 18 % der Verkaufsflächen in Regensburg und das Kasernenviertel (Fachmarktstandort Bajuwaren-/Langobardenstraße) mit rd. 11 % der Verkaufsflächen in der Domstadt. Hieraus wird deutlich, dass insbesondere die oberzentralen Standorte sowie die Fachmarktstandorte als Angebotsschwerpunkte mit regionaler Ausstrahlungskraft in Erscheinung treten.

Eine regional vergleichende Bewertung des Einzelhandelsbestands in Regensburg macht deutlich, dass das Regionalzentrum sehr gut ausgestattet ist und keine wesentlichen Versorgungsdefizite existieren. Im überregionalen Vergleich mit anderen „Schwarmstädten“ (solitäre Lage in einem ländlich geprägten Umland, ähnlich positive Einwohnerentwicklung, Status als Universitätsstadt) zeigt sich die Attraktivität des Angebotsstandortes Regensburg (Verkaufsflächenausstattung, Zentralität). Trotzdem sind die qualitative Steigerung des stationären Angebots und Orientierung auf aktuelle Kundenerfordernisse und zukünftige Einkaufstrends (u. a. zunehmende Bedeutung des Online-Handels und daraus folgenden Erfordernissen der Logistik und Lieferinfrastruktur, stärker visuell aufgeladenes Einkaufserlebnis) dringend notwendig.

Insgesamt stellt sich die Situation des Einzelhandels in Regensburg als stabil dar, wenngleich in der Altstadt punktuell auf einen Bedeutungsverlust des Facheinzelhandels hinzuweisen ist. Bemerkenswert ist hingegen der qualitativ sehr hochwertige Besatz mit inhabergeführten Fachgeschäften aus allen Warengruppen, die das Einkaufen in der historischen Altstadt zu einem Erlebnis machen. Hierin unterscheidet sich der Altstadthandel deutlich von den eher standardisierten Angeboten innerhalb der Einkaufszentren und an den Fachmarktstandorten.

VI. Evaluierung der Entwicklungsziele 2008

Das derzeit gültige „Rahmenkonzept für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020“ basiert auf der Erfassung des Regensburger Einzelhandelsbestandes im Januar/Februar 2008, die vom Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie der Universität Regensburg durchgeführt wurde. Auf Grundlage dieses Konzeptes wurde in den vergangenen Jahren die Einzelhandelsentwicklung in Regensburg gesteuert und geregelt.

Vor einer Aktualisierung des Rahmenkonzeptes 2008 ist es notwendig, zu prüfen, ob

- das aktuelle Konzept in den vergangenen zehn Jahren die damit verbundenen Zielsetzungen erfüllt hat und
- die darin verankerten Instrumente wirksam waren.

Die Überprüfung der 2008 formulierten Maßnahmen und Empfehlungen erfolgt anhand quantitativer sowie qualitativer Kriterien. Darauf aufbauend werden die Empfehlungen durch eine übergeordnete Handlungsmaximen und die daraus ableitbaren Leitziele weiterentwickelt und so die künftige Handelsentwicklung in Regensburg auf ein tragfähiges Fundament gestellt.

1. Verkaufsflächenentwicklung Regensburg

Die Verkaufsflächenausstattung des Einzelhandels der Gesamtstadt Regensburg hat sich im Vergleichszeitraum 2008 bis 2018 positiv entwickelt. Wurden im Jahr 2008 noch auf rd. 433.000 m² Verkaufsfläche Waren aller Sortimentsgruppen angeboten, stieg die Verkaufsfläche bis 2018 auf rd. 460.035 m² an. Dies entspricht einem Zuwachs von 28.190 m² bzw. rd. 7 %. Damit wurde das Ziel von 475.000 m² Verkaufsfläche für den gesamtstädtischen Einzelhandel aus quantitativer Sicht zunächst nicht erreicht. Jedoch ist es in den letzten zehn Jahren gelungen, neue attraktive und überregional wirksame Angebote in Regensburg zu etablieren und den Handelsstandort somit weiter zu qualifizieren (z. B. Ansiedlung Decathlon, Mömax, toom Baumarkt, Globetrotter). Parallel dazu haben kontinuierliche Modernisierungsleistungen dazu beigetragen, das bestehende Angebot zukunftsfähig zu positionieren und die Konkurrenzfähigkeit mit anderen Standorten in der Region zu erhalten.

2. Oberzentrale Standorte

Die oberzentralen Standorte der Stadt Regensburg haben eine unterschiedliche Entwicklung durchlaufen. Nach wie vor sind sie die Haupthandelsplätze innerhalb der Stadt mit einer ausgeprägten regionalen Versorgungsfunktion.

Nachfolgende Tabelle 20 zeigt die 2008 erfassten Verkaufsflächen, die für 2020 formulierten Ziele und die heutige Verkaufsflächenausstattung der drei oberzentralen Standorte:

Tabelle 20: Vorhandene und angestrebte Verkaufsflächen in den oberzentralen Standorten

	Ausstattung 2008		Ziel 2020		Ausstattung 2018	
	VK in m²	Anteil an Gesamt-VK	VK in m²	Anteil an Gesamt-VK	VK in m²	Anteil an Gesamt-VK
Innenstadt*	107.500	25 %	121.000	25 %	91.430	20 %
Altstadt	*76.500*	*18 %*	*90.000*	*19 %*	*65.155*	*14 %*
Regensburg Arcaden*	*22.700*	*5 %*	*22.700*	*5 %*	*22.935*	*5 %*
erweiterte Innenstadt ***	*8.300*	*2 %*	*8.300*	*2 %*	*3.340*	*< 1%*
Donau-Einkaufszentrum	51.500	12 %	55.000	12 %	53.140	12 %
Summe OZS	150.700	35 %	176.000	37 %	144.570	31 %
Gesamtstadt	**433.000**	**100 %**	**475.000**	**100 %**	**460.035**	**100 %**

* 2010 – 2020 wird als Innenstadt das Welterbe Altstadt mit Stadtamhof und den Wöhrden sowie die Entwicklungsgebiete „Süd“ zwischen Altstadt und Friedenstraße und „Ost“ zwischen Altstadt und Weißenburger Straße definiert. 2020 erfolgt die Betrachtung auf Basis der Stadtbezirksgrenzen (ohne Stadtamhof), um innerhalb der vorliegenden Fortschreibung eine konsistente und vergleichbare Datenbasis zu gewährleisten. Zum Vergleich: inkl. Stadtamhof insgesamt 95.550 m² VK.

** Für die Regensburg Arcaden wurden 2008 keine eigenständigen verkaufsflächenbezogenen Entwicklungsziele formuliert, sondern gemeinsam für die weitere Innenstadt mit Bahnhofsviertel, Wöhrden. Zum Zweck der Vergleichbarkeit wurden in der Analyse die Regensburg Arcaden rückwirkend herausgerechnet.

*** bestehend aus Bahnhofsviertel, Wöhrden und sonstige Streulagen im Stadtbezirk Innenstadt (ohne Stadtamhof).

Quelle: GMA-Berechnungen 2019

Für die **Altstadt** ist bezogen auf die vorhandene Verkaufsflächenausstattung eine Nutzungsverschiebung festzuhalten. So ist der Verkaufsflächenanteil zwischen 2008 und 2018 zwar um vier Prozentpunkte gesunken, jedoch haben im selben Zeitraum neue Nutzungsformen den Handel als Leitfunktion der Altstadt gestärkt. So haben sich in den letzten zehn Jahren zunehmend vor allem gastronomische Einrichtungen in der Altstadt niedergelassen und bereichern seitdem die Haupthandelslage in Regensburg. Auch ist es gelungen, zwischenzeitlich einzelne leerstehende Ladeneinheiten durch namhafte Anbieter neu zu belegen und damit neue Angebote im Zentrum der Domstadt zu etablieren (z. B. Globetrotter, aber auch der Nahversorgung, wie Netto-City, in Vorbereitung: Wiederbelegung von Stadler in der Altstadt, Penny Filiale in der Obermünsterstraße).

Der Verkaufsflächenrückgang in der Altstadt ist einerseits u. a. auf die Angebotsausweitungen der zentrenrelevanten Sortimente auch an dezentralen Standorten zurückzuführen. Andererseits sind aber auch spezifische Probleme des inhabergeführten Facheinzelhandels (Nachfolgeproblematik, hohe Mietkosten) oder die Konsumgewohnheiten der Kunden (Bequemlichkeit, Autoorientierung, Online-Shopping) als Gründe für den Betriebs- und Verkaufsflächenrückgang anzuführen. Trotz der wechselvollen Entwicklung bleibt die Altstadt der absolut und relativ größte oberzentrale Einzelhandelsstandort in Regensburg.

Die folgende Übersicht zeigt die qualitativen Entwicklungsbestrebungen für die Altstadt aus dem Jahr 2008 und die Evaluierung der Ziele 2020 und deren Erreichung.

Übersicht 3: Entwicklungsbestrebungen für die Altstadt bis 2020

Teilbereich	Strategie/Zielsortimente 2020	Stand 2018	Zielerreichung 2018
Sortimentsbezogene Entwicklungsbestrebungen	Ansiedlung Lebensmittelmarkt/Markthalle	REWE, Alnatura, Markthalle am Dachauplatz; Netto-City, Schwarze-Bären-Straße; vorgesehen: Penny, Obermünsterstraße	Ziel erreicht
	Größerer Spielwarenanbieter	In der Altstadt nicht vorhanden.	Ziel nicht erreicht
	Bekleidung (Trendmode, Herrenmode, Babyfachmarkt)	Zara, TKMaxx, Superdry, H&M, keine Herrenmode, kein Babyfachmarkt	Ziel teilweise erreicht
	Überregionales Angebot mit Schuhen/Lederwaren	Qualitativ hochwertige Geschäfte vorhanden, überregionalen Anbieter ansässig (z. B. ara, Ecco)	Ziel erreicht
	Elektrofachmarkt	In der Altstadt nicht vorhanden.	Ziel nicht erreicht
	Hausrat/Einrichtung (Ergänzung durch bundesweit agierenden Filialisten)	Z. B. Butlers, weitere Markenanbieter fehlen	Ziel teilweise erreicht
	Ergänzung Uhren/Schmuck	U. a. Swarovski, Oro Vivo, zahlreiche kleinteilige und hochwertige Angebote	Ziel erreicht
	Handel mit Sport- und Campingartikeln	Globetrotter in der Maximilianstraße, Bündelung namhafter Anbieter im Bereich Ludwigstraße	Ziel erreicht
Städtebauliche Entwicklungsbestrebungen	Attraktiver Rundlauf durch die Altstadt, Schaffung/Erhöhung der Aufenthaltsqualität, konsumfreie Sitzgelegenheiten	Neugestaltung der Fußgängerzone, Dachauplatz	Ziel größtenteils erreicht
	Aufwertung Achse Bahnhof – Maximilianstraße	Stadtbildprägende Leerstandsquote, vereinzelte Nachbelegung, häufig Mindernutzungen	Ziel nicht erreicht
	Qualifizierung Obermünsterviertel	Geplante Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters (Penny), jedoch erfolgte noch nicht die gestalterische Aufwertung des öffentlichen Raums	Ziel teilweise erreicht
	Schaffung größerer Ladenflächen in der Altstadt	Es konnten keine größeren Ladeneinheiten geschaffen werden.	Ziel nicht erreicht
	Vernetzung der oberzentralen Standorte	Ausweitung der ÖPNV-Altstadtzone in eine Innenstadtzone	Ziel erreicht

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf Basis der Ziele des Rahmenkonzeptes 2008

Auch wenn punktuell noch Potenziale existieren und die 2008 für 2020 vorgesehene Verkaufsflächenausstattung nicht erreicht wurde, kann der Altstadt insbesondere hinsichtlich der sortimentsspezifischen und städtebaulichen Entwicklungsbestrebungen ein relativ hoher Zielerreichungsgrad bescheinigt werden. Ausgesprochen positiv entwickelt sich die Nahversorgung in der Altstadt mit der erfolgten und vorgesehenen Ansiedlung von Lebensmittelmärkten. Dies unterstützt die Qualifizierung der Altstadt auch als Wohnstandort.

Die Entwicklung der beiden Einkaufszentren **Regensburg Arcaden** und **Donau-Einkaufszentrum** verlief in den vergangenen zehn Jahren auf einem gleichbleibenden Niveau und somit stabil. Dies zeigt sich an der nahezu konstant gebliebenen Verkaufsfläche, die innerhalb der jeweiligen Immobilie allenfalls durch einzelbetriebliche Veränderungen (z. B. Nutzungsänderungen Einzelhandel/Gastronomie) variiert. Bezogen auf die Zielsetzung 2020 kann festgehalten werden, dass die Ziele hinsichtlich der Verkaufsflächenentwicklung erreicht wurden (vgl. Tabelle 20).

In der Summe aller **oberzentralen Standorte** konnte bedingt durch die Altstadtentwicklung das Gesamtziel von 176.000 m² Verkaufsfläche zunächst nicht erreicht werden. Trotzdem ist die quantitative Ausstattung der oberzentralen Standorte als gut zu bewerten, können sie doch fast ein Drittel des gesamten Verkaufsflächenbestandes in Regensburg auf sich vereinen. Auch aus qualitativer Sicht sind die zentrenprägenden Angebotslagen Altstadt, Regensburg Arcaden und das Donau-Einkaufszentrum als attraktive Einkaufsstandorte zu bewerten; sie sichern die oberzentrale Versorgungsfunktion vor allem im zentrenrelevanten Segment ab. Sie zeichnen sich durch eine Vielfalt lokaler Einzelhändler und inhabergeführter Geschäfte sowie überregionaler Filialisten aus. Dies gilt insbesondere für die Altstadt, die mehrheitlich ein individuelles Angebot im Rahmen kleinteiliger Handelsstrukturen besitzt und damit ein spezifisches Einkaufserlebnis bietet. Demgegenüber sind in den Einkaufszentren vor allem überregional bekannte Filialisten angesiedelt.

Für die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird eine Anpassung der Entwicklungsbestrebungen empfohlen. Zum einen wird eine Abkehr von quantitativen Entwicklungszielen für die jeweiligen Standorte dringend empfohlen (kein verkaufsflächenorientierter Entwicklungsrahmen). Zum anderen sind übergeordnete Strategie- und Leitziele zu formulieren, die die 2008 gefassten Handlungsempfehlungen/den Maßnahmenkatalog im Sinne einer übergeordneten Entwicklungsstrategie ergänzen und die qualitative Entwicklung der Zentren stärker berücksichtigen (vgl. Kapitel VII.2 und Kapitel VIII.1).

3. Nahversorgungszentren

Für den Themenkomplex der Nahversorgung hat das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Regensburg aus dem Jahr 2008 verschiedene Zentrentypen festgelegt und mit unterschiedlichen Zielen, hinterlegt:

Übersicht 4: Zentrentypen der Nahversorgung in Regensburg 2008

Zentrentypen der Nahversorgung	Definition
Nahversorgung allgemein	▪ Gewährleistung der wohnortnahen, fußläufig erreichbaren Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs ▪ idealerweise Lebensmittel zzgl. Konsumgüter und Dienstleistungen ▪ Konzentration an Einzelhandelsgeschäften in einem definierten räumlichen Umgriff ohne größere Funktionsunterbrechung (weder Handel noch Dienstleistung) ▪ unterschiedliche Hierarchiestufen abhängig von Angebotsbesatz im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sowie Gesamtverkaufsfläche
Ladengruppe 1. Ordnung (LG 1)	▪ VK mindestens 100 m² VK (meist 100 m² bis 400 m²) ▪ mind. drei räumlich benachbarte Geschäfte mit mind. 100 m² ▪ Ausnahmefall: größeres Lebensmittelgeschäft (100 bis 400 m²) ersetzt Einzelbetriebe, Vorliegen der kompletten Grundausstattung mit Lebensmitteln, Back-, Wurst- und Fleischwaren
Ladengruppe 2. Ordnung (LG 2)	▪ VK zwischen 400 m² und 1.000 m² ▪ meist ein größerer Lebensmitteldiscounter ▪ Gewährleistung komplette Grundversorgung
Nachbarschaftszentrum (NZ)	▪ VK mind. 500 m² (meist 1.000 m² bis 1.500 m²) ▪ mind. 400 m² VK Grundversorgung ▪ meist mehrere Einzelhandelsbetriebe
Viertelszentrum (VZ)	▪ VK mind. 1.500 m² (meist 2.000 m²) ▪ allgemeine und spezielle Grundversorgung ▪ einzelne Sortimente des mittelfristigen Bedarfs
Stadtteilzentrum (SZ)	▪ VK über 3.000 m² (meist über 5.000 m²) ▪ breites Angebot in der Grundversorgung ▪ Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs

Quelle: GMA-Übersicht nach Stadt Regensburg (2008): Rahmenkonzept für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020, S. 26

Entsprechend dieser Kategorisierung wurden 2008 insgesamt 33 zentrale Versorgungsbereiche mit Nahversorgungsfunktion und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 60.225 m² sowie zusätzlich 14 Nahversorgungsstandorte mit Aufstufungspotenzialen zu zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen. Für die Zentrentypen wurden darüber hinaus verkaufsflächen- sowie sortimentsbezogene Zielsetzungen formuliert, die in nachfolgender Übersicht zusammengefasst werden.

Übersicht 5: Vorhandene und angestrebte Ausstattung in den Regensburger Nahversorgungszentren 2008 – 2020*; Abgleich mit 2018

Zentrum 2008	Einordnung 2008		Ziel 2020		Strategie / Zielsortimente 2020	Ausstattung 2018 (VK in m²)	Zielerreichung 2018
	Zentrumstyp	VK in m²	Zentrums-typ	VK in m²			
Agnesstraße	NZ	615	NZ	615	bestehendes Angebot sichern	1.000	Ziel erreicht
Alfons-Auer-Straße	LG 2	710	LG 2	710	bestehendes Angebot sichern	600	Ziel erreicht
Arnulfsplatz	NZ	1.265	NZ	1.265	bestehendes Angebot sichern	1.455	Ziel erreicht
Aussiger Straße	LG 1	530	VZ	1.500	Bäcker, Drogerie, Erweiterung Lebens-mittel (bestehende Ansätze integrieren)	895	Ziel teilweise erreicht (konkrete Planung Lebensmittelmarkt)
Bahnhofstraße	NZ	795	NZ	795	bestehendes Angebot sichern	900	Ziel erreicht
Balwinusstraße	LG 2	1.000	LG 2	1.000	bestehendes Angebot sichern	1.440	Ziel erreicht
Berliner Straße	NZ	985	NZ	985	bestehendes Angebot sichern	1.215	Ziel erreicht
Boelckestraße/Augsburger Straße	xxx	-	NZ	1.500	Lebensmittel, Bäcker, Metzger, Getränke	1.800	Ziel erreicht
Brandlberger Straße	LG 2	950	LG 2	950	bestehendes Angebot sichern	880	Ziel erreicht
Burgunderstraße/Unterislinger Weg (ehem. Nibelungenkaserne)	xxx	-	NZ	800	Lebensmittel, Bäcker, Metzger	2.025	Ziel erreicht/B-Plan für Ansiedlung Lebensmittelmarkt
Donaumarkt	xxx	-	LG 2	800	Lebensmittel, Bäcker	1.690	Ziel erreicht (Standort Dachauplatz)
Dornierstraße	LG 2	420	LG 2	420	bestehendes Angebot sichern	490	Ziel erreicht
Dr.-Gessler-Straße, K-Center (Königswiesen-Nord)	VZ	1.380	VZ	1.380	bestehendes Angebot sichern	3.800 (geplant)	Ziel erreicht/B-Plan für Ansiedlung modernes Nahversorgungsangebot
Erbprinz-Franz-Josef-Straße	LG 1	720	LG 1	720	bestehendes Angebot sichern	580	Ziel erreicht
Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)	VZ	2.705	SZ	3.500	Ergänzung Lebensmitteldiscounter, ggf. Spielwaren	3.200	Ziel erreicht
Gewerbepark	NZ	1.745	NZ	1.745	bestehendes Angebot sichern	3.285	Ziel erreicht
Harting*	xxx	-	LG 1	250	Lebensmittel, Bäcker, Metzger	100	Ziel nicht erreicht (kein Handel)
Hochweg	LG 1	250	LG 1	250	bestehendes Angebot sichern	390	Ziel erreicht
Hofgartenweg	LG 1	415	LG 1	415	bestehendes Angebot sichern	100	Ziel nicht erreicht (nur Streubesatz)
Holzgartenstraße (Reinhausen)	NZ	1.110	NZ	1.110	bestehendes Angebot sichern	1.095	Ziel erreicht
Hornstraße/Landshuter Straße	SZ	7.965	SZ	7.965	bestehendes Angebot sichern	7.290	Ziel erreicht
Karl-Stieler-Straße	LG 2	815	LG 2	815	bestehendes Angebot sichern	750	Ziel erreicht
Keilberg*	xxx	-	NZ	800	Lebensmittel, Bäcker, Metzger (vorhandene Ansätze integrieren)	30	Ziel teilweise erreicht (Ansiedlung Lebensmittelmarkt am Brandlberg, Mitversorgung Keilberg)
Kirchfeldallee	xxx	-	LG 1	150	Bäcker, Metzger, Obst/Gemüse	30	Ziel teilweise erreicht (nur Bäcker)

Fortsetzung auf nächster Seite

Zentrum 2008	Einordnung 2008		Ziel 2020		Strategie / Zielsortimente 2020	Ausstattung 2018 (VK in m²)	Zielerreichung 2018
	Zentrums-typ	VK in m²	Zentrums-typ	VK in m²			
Kumpfmühler Straße (Kumpfmühl)	VZ	2.540	VZ	2.540	bestehendes Angebot sichern	1.820	Ziel erreicht
Ladehofstraße	xxx	-	NZ	1.500	Lebensmittel, Bäcker, Metzger, Getränke, Drogerie	2.440	Ziel erreicht (modernes Nahversor-gungsangebot im Dörnberg-Forum)
Lechstraße	LG 1	475	LG 1	475	bestehendes Angebot sichern	410	Ziel erreicht
Lilienthalstraße	NZ	2.966	NZ	2.965	bestehendes Angebot sichern	2.310	Ziel erreicht
Metzgerweg (Schwabelweis)	NZ	1.675	NZ	1.675	bestehendes Angebot sichern	1.230	Ziel erreicht
Minoritenweg	LG 1	220	LG 1	220	bestehendes Angebot sichern	55	Ziel nicht erreicht
Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)	SZ	15.500	SZ	15.500	bestehendes Angebot sichern	14.100	Ziel erreicht
Oberisling*	xxx	-	LG 1	150	Bäcker (bestehende Ansätze ergänzen, ggf. neue Konzepte wie „rollender Versorger“)	60	Ziel nicht erreicht (nur Metzger)
Ostpark	xxx	-	LG 1	400	Lebensmittel, Bäcker, Metzger	0	Ziel nicht erreicht (kein Handel)
Prüfeninger Schloßstraße	LG 2	1.110	LG 2	1.110	bestehendes Angebot sichern	1.410	Ziel erreicht
Prüfeninger Straße (ehem. Rilkestraße)	LG 1	450	VZ	2.000	Lebensmittel, Bäcker, Metzger, Getränke, Droge-rie, Blumen	630	Ziel nicht erreicht (nur Streubesatz)
Rennweg (u. a. REZ)	SZ	4.920	SZ	4.920	bestehendes Angebot sichern	4.250	Ziel erreicht
Roter-Brach-Weg	xxx	-	LG 1	400	Lebensmittel, Bäcker, Metzger	85	Ziel nicht erreicht (nur Streubesatz)
Sallern*	xxx	-	LG 1	250	Lebensmittel, Bäcker, Metzger	70	Ziel nicht erreicht (nur Streubesatz)
Stadtamhof	VZ	1.135	VZ	1.135	bestehendes Angebot sichern	640	Ziel nicht erreicht (nur Streubesatz)
Steinweg	NZ	1.435	NZ	1.435	bestehendes Angebot sichern	610	Ziel nicht erreicht
Stobäusplatz	xxx	-	LG 2	1.500	Lebensmittel, Bäcker	0	Ziel nicht erreicht (kein Handel)
Straubinger Straße	xxx	-	NZ	1.500	Lebensmittel, Bäcker, Metzger, Getränke, Droge-rie, Apotheke	3.050	Ziel erreicht
Theodor-Heuss-Platz (Königswiesen-Süd)	NZ	460	NZ	460	bestehendes Angebot sichern	510	Ziel erreicht
Universität	LG 1	695	LG 1	695	bestehendes Angebot sichern	90	Ziel nicht erreicht
Von-Donle-Straße	LG 1	765	LG 1	765	bestehendes Angebot sichern	530	Ziel nicht erreicht
Von-Seeckt-Straße/Bajuwarenstraße	xxx	-	NZ	2.000	Lebensmittel, Bäcker, Getränke, Drogerie, ggf. Apotheke	2.120	Ziel erreicht
Wernerwerkstr. (ehem. Puricellistr.)	LG 2	1.505	LG 2	1.505	bestehendes Angebot sichern	1.920	Ziel erreicht
Summe		60.225		76.000		73.400	

SZ = Stadtteilzentrum, VZ = Viertelszentrum, NZ = Nachbarschaftszentrum, LG 1 / LG 2 = Ladengruppe 1. Ordnung / Ladengruppe 2. Ordnung, xxx = 2008 noch kein Zentrum

* Angaben basieren auf den räumlich in 2008 nicht definierten und abgegrenzten Umgriffen und weichen daher i. T. Teilen von den Werten in den nun abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen ab (z. B. Hornstraße: Herausnahme Ladenzeile Landshuter Straße; vgl. Anlage 2)

** Hinweis: Realisierung tragfähiger Handelsstrukturen aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung nur schwer umsetzbar.

Quelle: GMA-Übersicht nach Stadt Regensburg (2008): Rahmenkonzept für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020, S. 28, 46; Rundungsdifferenzen mögl.

Im Vergleichszeitraum hat sich gezeigt, dass die in 2008 festgelegten 33 zentralen Versorgungsbereiche sowie 14 Nahversorgungsstandorte mit Aufstufungspotenzialen eine Gesamtverkaufsfläche von 60.225 m² aufwiesen. Das für 2020 geplante Ziel von rd. 76.000 m² Verkaufsfläche konnte nahezu erreicht werden. So umfassen die insgesamt 47 zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte mit Aufstufungspotenzialen 2018 insgesamt rd. 73.400 m² Verkaufsfläche (bezogen auf ihren räumlichen Umgriff aus dem Jahr 2008).[82] Es hat sich jedoch gezeigt, dass die ausgewiesenen Zentren und Standorte der Nahversorgung nicht (mehr) in Gänze den ihnen zugewiesenen Versorgungsauftrag erfüllen. Insbesondere die Ladengruppen 1. und 2. Ordnung haben sich in der Regel nicht (weiter-)entwickelt.

Aufgrund der hohen Dynamik im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ist eine noch stärkere Konzentration auf städtebaulich sinnvolle Nahversorgungsstandorte notwendig, die im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung zu einer Neuklassifikation der zentralen Versorgungsbereiche führt (vgl. Kapitel VIII.3.2).

4. Fachmarktstandorte

Für die Fachmarktstandorte wurden 2008 weitgehend standortgebundene Expansionsziele bezogen auf die Verkaufsfläche formuliert. Dabei sollte an den bestehenden Standorten ein weiterer Ausbau der Fachmarktstandorte mit zentrenrelevanten Sortimenten zum Schutz der oberzentralen Standorte, insbesondere der Altstadt und der Nahversorgungszentren soweit als möglich unterbunden werden. Großflächige Bekleidungsfachmärkte wurden generell für nicht zulässig erachtet, um die Funktionsfähigkeit der Altstadt, aber auch der weiteren oberzentralen Standorte, die zu einem großen Teil auf einem umfangreichen und vielfältigen Angebot aus dieser Schlüsselbranche basieren, nicht zu beeinträchtigen. Darüber hinaus wurde es als zielführend erachtet, auch weitere zentrenrelevante Sortimente wie Schuhe und Lederwaren außerhalb der oberzentralen Standorte auszuschließen. Zudem sollte an den einzelnen Fachmarktstandorten festgehalten werden; eine Ausweisung weiterer Fachmarktstandorte erfolgt nicht. Für die Entwicklung der Fachmarktstandorte wurden jeweils eigenständige Angebotsschwerpunkte festgelegt. Die Sortimente Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf gehören dabei jedoch zur Grundausstattung eines jeden Fachmarktstandortes (d. h. Bau- und Gartenmarkt).

Für die Fachmarktstandorte wurden folgende Verkaufsflächen und Strategien angestrebt:

82 Die angegebenen Verkaufsflächen umfassen für jeden Standort seine Gesamtverkaufsfläche über alle Warengruppen hinweg. 2018 wurden in den neu abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen ein nahversorgungsrelevantes Angebot im Umfang von rd. 52.580 m² Verkaufsfläche erfasst.

Übersicht 6: Vorhandene und angestrebte Ausstattung in den Regensburger Fachmarktstandorten 2008 – 2020; Abgleich mit 2018

Fachmarktstandort	Ausstattung 2008		Ziel 2020		Strategie / Zielsortimente 2020	Ausstattung 2018		Zielerreichung 2018
	VK in m²	Anteil an Regensburger Gesamt-VK in %	VK in m²	Anteil an Regensburger Gesamt-VK in %		VK in m²	Anteil an Regensburger Gesamt-VK in %	
Bajuwaren-/Langobardenstraße	37.000	9	39.000	8	Schwerpunkt im Bereich Computer, Elektronik, Büroausstattung	40.460	9	Ziel erreicht
Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee	20.000	5	40.000	8	u. a. Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes, räumliche Konzentration	31.025	7	Ziel erreicht
Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)	14.000	3	18.000	4	ausschließliche weitere Entwicklung im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente, mit Ergänzungen im Dienstleistungsbereich (Schwerpunkt Fitness / Sport)	17.405	4	Ziel nicht erreicht
Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“)	70.500	16	85.000	18	weitere Schwerpunktsetzung im Bereich Möbel/Einrichtung; Abrundung des Sortimentes durch Ansiedlung eines Einrichtungshauses im gehobenen / hochwertigen Segment; Ergänzung durch ein Dienstleistungs- bzw. bauhandwerkliches Angebot	93.005	20	Ziel teilweise erreicht
Summe Fachmarktstandorte	141.500	34	182.000	38	Festhalten an den bestehenden Fachmarktstandorten, keine Ausweisung weiterer Standorte, Strategie der differenzierten dezentralen Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Profilierung / Themenschwerpunktsetzung der Einzelstandorte, Ausschluss bzw. starke Restriktion zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, Erweiterungen im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente	181.895	40	Ziel erreicht
Gesamtstadt	433.000	100	475.000	100		460.035	100	

Quelle: GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Bezogen auf die Fachmarktstandorte konnten die angestrebten Verkaufsflächenumfänge und Ansiedlungsstrategien mit standortbezogenen Zielsortimenten weitgehend realisiert werden.

Mit Ausnahme des Fachmarktstandortes „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“, der den angestrebten Verkaufsflächenumfang von 40.000 m² trotz Baumarktansiedlung nicht erreicht hat, konnten alle Fachmarktstandorte die gesteckten quantitativen Ziele realisieren. Die Umsetzung der 2008 formulierten Ansiedlungsstrategien standortbezogener Zielsortimente war mit Ausnahme des „KÖWE-Centers“ erfolgreich:

- Am Fachmarktstandort „Bajuwaren-/Langobardenstraße“ konnte mit Media Markt und Conrad Electronics der Schwerpunkt im Bereich Computer, Elektronik und Büroausstattung erhalten bzw. ausgebaut werden, der von einem umfassenden Angebot aus dem Bereich Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf flankiert wird.
- Am Fachmarktstandort „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“ ist die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes im ehemaligen Max-Bahr-Gebäude gelungen. Insgesamt konnte der Verkaufsflächenrahmen in Höhe von 40.000 m² nominell zwar nicht erreicht werden, jedoch ist in diesem Zusammenhang auf die 2018 erfolgte Neuabgrenzung hinzuweisen (Herausnahme des Bereiches östlich der Vilsstraße), wodurch die Gesamtverkaufsfläche an diesem Standort insgesamt gesunken ist.
- Das „KÖWE-Center“ hat eine bemerkenswerte Flächenerweiterung im Bereich Sport erfahren. Dies jedoch nicht ausschließlich im angestrebten Dienstleistungsbereich (Fitnessstudio), sondern u. a. durch die deutliche Erweiterung von Handelsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten (Sportbekleidung, -schuhe und -kleingeräte, Bekleidung, Schuhe), was als nicht zielführend für die Gesamtentwicklung des Handelsstandortes Regensburg bewertet wird.
- Das „Ostbayerische Möbelzentrum“ an der Sulzfeldstraße konnte sich weiter profilieren. Die Strategie zur Einrichtung eines Möbelclusters war von Erfolg gekrönt und wird perspektivisch weiter fortgesetzt.

Auch die Strategie der dezentralen Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe wurde konsequent umgesetzt, weitere Fachmarktstandorte haben sich nicht herausgebildet. Kritisch zu beurteilen ist das nicht unerhebliche Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten. Vor allem am Fachmarktstandort „Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)“ erfolgte keine konsequente Umsetzung der selbstgesteckten Entwicklungsziele, weshalb nicht zuletzt deutliche Konkurrenzbeziehungen zu den oberzentralen Standorten in Regensburg bestehen.

5. Zwischenfazit: Entwicklung des Einzelhandels 2008 – 2018

Bei einer Gegenüberstellung der heutigen Einzelhandelssituation mit den Zielsetzungen des Rahmenkonzeptes 2008 wird deutlich, dass die formulierten Entwicklungsziele und -strategien bezogen auf die unterschiedlichen Standortlagen in großen Teilen erfolgreich waren:

- Während die oberzentralen Standorte Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum ihre relative Position in der Regensburger Einzelhandelslandschaft erhalten konnten, hat die Altstadt durch den Verkaufsflächenverlust an Handelsbedeutung verloren. Hinzu kamen jedoch neue Angebote an Komplementärnutzungen (z. B. Gastronomie), sodass von einer Nutzungsverschiebung zu sprechen ist.

- Insbesondere die Entwicklung der in 2008 definierten Nahversorgungszentren zeigt, dass die hohe Dynamik im Lebensmitteleinzelhandel einer stärkeren Fokussierung auf starke Standorte bedarf. Vor allem die Ladengruppen 1. und 2. Ordnung haben die definierten Ziele in der Regel nicht erreicht. Demgegenüber ist es gelungen, das Viertelszentrum Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ) durch die Ansiedlung eines Discounters zu qualifizieren sowie vormals noch nicht klassifizierte Standorte in ihrer Entwicklung zum Nahversorgungsstandort voranzubringen (z. B. Von-Seeckt-Straße).

- Die strategische Weiterentwicklung der Fachmarktstandorte mit eigenen Schwerpunkten sowie den Sortimenten Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf ist insgesamt als positiv und gelungen zu bewerten. Hier wurden die verkaufsflächenbezogenen Ziele für das Jahr 2020 weitestgehend erreicht.

Zur künftigen konzeptionellen und räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Regensburg stellt die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Regensburg bis 2030 den maßgeblichen Orientierungsrahmen dar. Dafür werden zunächst übergeordnete Handlungsmaximen sowie standort- und warengruppenbezogene Entwicklungspotenziale herausgearbeitet, die als Grundlage zukünftiger Handlungsstrategien dienen.

VII. Entwicklungsstrategien des Einzelhandelsstandortes Regensburg

1. Übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Die nachstehenden Empfehlungen zur gezielten Weiterentwicklung des Regionalzentrums Regensburg im Einzelhandel können nicht losgelöst von den übergeordneten Entwicklungen sowohl nachfrage- als auch angebotsseitig formuliert werden. Aber auch stadtseitig werden wesentliche Weichenstellungen in anderen Bereichen (wie z. B. Stadtentwicklung, Verkehr/Mobilität, Wohnungsbau, Wirtschaft, Gastronomie oder Tourismus) die zukünftige Einzelhandelsentwicklung von Regensburg bis 2030 maßgeblich beeinflussen. Wesentliche übergeordnete Trends sowie die Entwicklung auf Angebots- und Nachfrageseite wurden bereits in Kapitel II beschrieben und sind in nachfolgender Grafik nochmals zusammengefasst.

Abbildung 28: Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Quelle: GMA-Darstellung 2019

Folgende wesentliche Einflussfaktoren auf die künftige Einzelhandelsnachfrage in Regensburg sind hinsichtlich der mittelfristigen **demografischen, ökonomischen und handelsstrukturellen Rahmenbedingungen** hervorzuheben:

- bis 2030 weiterhin wachsende Bevölkerungszahl in Regensburg und in der Region verbunden mit einem nominellen Kaufkraftanstieg um rd. 5 % (jedoch auch steigende Bedeutung des Online-Handels als relativierender Faktor)
- künftiges Verbraucherverhalten (Ausgabe- und Sparverhalten), konjunkturelle und staatliche Einflüsse auf die Einkommenssituation der Haushalte (voraussichtlich positive Entwicklung), Bereitschaft zu höheren Konsumausgaben bei gleichzeitig steigenden Qualitätsstandards (z. B. Biolebensmittel, Fair-Trade-Produkte)

- anhaltende Preissensibilität der Konsumenten, insbesondere im Nonfood-Bereich; dadurch hohe Akzeptanz für preiswerte Angebotskonzepte und Zwang zur Reduzierung der (Standort-)Kosten bei den Anbietern
- steigendes Anspruchsniveau der Kunden an die Einkaufsstätten (Angebotsumfang, Anfahrbarkeit, Parkierung, Niveau, Sicherheit, Witterungsunabhängigkeit, Bequemlichkeit) begünstigen Einzelhandelsstandorte mit breitem Sortiment und hohen Synergiepotenzialen in verkehrsgünstiger Lage, insbesondere aber den Online-Handel und darauf basierende Mischkonzepte (z. B. Click-and-Collect)
- zunehmende Differenzierung des Angebots (einfach versus hochwertig, individuell versus massentauglich)
- zunehmende Unternehmenskonzentration und Marktmacht von Filialisten wird zur weiteren Verringerung von leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten außerhalb der Haupteinkaufslagen/Angebotsschwerpunkte führen

Als limitierende Faktoren für die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Regensburg sind die **Konkurrenzbeziehungen zu benachbarten Zentren** und zum **Online-Handel** zu beachten:

- normale Bedarfsdeckung wird praktisch überall gewährleistet, zentrale Orte aller Stufen „rüsten auf“ mit Discountern, Fachmärkten und Filialisten
  → übliche Fachmarkt- und Filialkonzepte sind kein Profilierungsmerkmal mehr, Erlebnisorientierung muss entwickelt werden; dies gilt in Regensburg vor allem für die Altstadt
- Viele Städte entwickeln Einzelhandelsstrategien bzw. verfügen über entsprechende Potenziale (Entwicklung neuer Handelsstandorte, Stadtmarketingkonzepte), sodass sich die Standortkonkurrenz unter den Städten weiter verschärft
  → Notwendigkeit der weiteren Profilierung
- intensive Bewerbung (z. B. soziale Medien, Radio/Print, Events, Stadtmarketingaktivitäten), gute verkehrliche Infrastruktur, hohe individuelle Mobilität, Neugier und erkannte Preisunterschiede führen zu verstärktem „Standort-Hopping“
  → Konkurrenz im Internet und in der Region, aber auch durch weiter entfernte Einkaufsstädte

2. Übergeordnete Handlungsmaximen zur strategischen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung in Regensburg

Die Stadt Regensburg zählt zu den ältesten Städten Deutschlands. Das Glück, die zum Teil verheerenden Bombardements des Zweiten Weltkriegs weitgehend unbeschadet überstanden zu haben, beschert der Stadt heute ein historisches Welterbe, das sowohl aus städtebaulicher Perspektive als auch im Bereich des Tourismus einzigartig und wertvoll ist. Die historische Bausubstanz

der Altstadt sowie weite Teile der gewachsenen Stadt müssen dabei auch gegenüber den tiefgreifenden Umwälzungen der Gegenwart bestehen. So stellen veränderte Anforderungen an das Wohnen, jahrzehntelange Gewohnheiten und Abhängigkeiten der automobilen Fortbewegung, zunehmend internetbasierte Konsumgewohnheiten, ein individualisiertes Freizeitverhalten sowie der erfolgte Maßstabssprung im Einzelhandel Städte wie Regensburg mit ihrer kleinmaßstäblichen Stadtstruktur in der Altstadt vor immer neue Herausforderungen. Dabei wird die lokale Entwicklung zugleich von global wirksamen Sachzwängen beeinflusst, die vor allem im Bereich des Klimawandels und der daraus folgenden Notwendigkeit zu einem nachhaltigen Handeln an Aktualität und Brisanz gewinnen. Auch die gesellschaftliche Transformation hin zu einer Wissensgesellschaft stellt das historische Regensburg in ein modernes Licht und befördert Themen wie Digitalisierung, Smart City oder multilokales Arbeiten vor dem Hintergrund einer wachsenden räumlichen Mobilitätsbereitschaft und -notwendigkeit zu Treibern der Stadtentwicklung.

Diese übergeordneten Entwicklungspfade schlagen sich lokal nieder und resultieren in Regensburg im sogenannten **„TOWN-Ansatz“**:

- **T**ourismus ist eine tragende Säule der UNESCO-Welterbestätte Regensburg. Ihn zu befördern und das touristische Erlebnis der Stadt an neue Formen des Reisens, Erlebens und der kulturellen Bildung anzupassen, muss insbesondere für die historische Altstadt ein Ziel sein. Schon heute zeichnet sich Regensburg durch einen hochwertigen Städte- und Kulturtourismus aus, dessen Potenziale auch in Zukunft den hochwertigen Einzelhandels- und Gastronomieangeboten – vor allem in der Altstadt – zu Gute kommen sollen. Auf diese Weise profitieren die lokalen Akteure der Altstadt in besonderem Maße von der Attraktivität der Tourismusdestination Regensburg.

- **O**nline-Handel und die zunehmende Bedeutung von Digitalisierungsansätzen sind zugleich Grundlage und Resultat für moderne Formen des Lebens und Einkaufens in Regensburg. Produkte und Waren werden tageszeit- und ortsunabhängig im Internet eingekauft, Unterhaltung zunehmend unterwegs online konsumiert und Recherchen gerne zwischendurch im Bus oder auf der Parkbank, im Café oder auch zu Hause online durchgeführt. Eine immer schnelllebigere Gesellschaft und Ansätze zu einer multilokalen und zeitunabhängigen Arbeitswelt machen es notwendig, den klassischen Behördengang, Versorgungseinkäufe oder die private Freizeitplanung zunehmend auch außerhalb klassischer Öffnungszeiten abzuwickeln. Regensburger Strukturen und Angebote müssen diese Entwicklung berücksichtigen.

  Hierbei ist der Einzelhandel mehr als je zuvor gefordert, den Vorzügen des anonymen Internets mit individuellen und erlebnisorientierten Angebotsformen, bspw. gemeinsam mit der Gastronomie, zu begegnen. Aber auch die Kommune ist in der Pflicht, über die Gestaltung der öffentlichen Räume hinaus, den modernen Anforderungen einer

ambitionierten, kreativen Avantgarde von jungen, hippen, global denkenden urbanen Performern an eine allumfassende Vernetzung in der *smart city* mittels moderner technischer Infrastrukturen gerecht zu werden.

- **W**elterbe und Wissen sind in Regensburg keine Gegensätze. Während das historische Erbe der Stadt auf eine nahezu 2.000-jährige Geschichte zurückblicken kann, existiert die Universität erst seit knapp 60 Jahren. Dabei war die Stadt schon immer ein Hort des Wissens und der Wissensschöpfung. Sich dieser Tradition bewusst zu sein und die Einheit von Welterbe und innovativem Wissen zu befördern, muss ein Ziel der künftigen Entwicklung der Stadt Regensburg sein. Dabei kommt der Universität und dem akademischen Milieu der Stadt eine Schlüsselrolle zu. Die hiesigen Studenten verteilen sich nicht zuletzt aufgrund ihrer Wohnstandorte und Freizeitgewohnheiten räumlich über das gesamte Stadtgebiet und durchdringen auf diese Weise die urbane Gesellschaft Regensburgs. Während die Sichtbarkeit der Studenten im Stadtraum deutlich gegeben ist, muss die institutionelle Verquickung von Universität und Stadt bzw. Altstadt in den kommenden Jahren weiter vorangetrieben werden. Vor diesem Hintergrund ist die Altstadt eine geeignete „Spielwiese“, Innovation und Moderne in ein historisches Ambiente einzubetten.

- **N**achhaltigkeit ist zu einem zentralen Schlagwort unserer Zeit geworden. Ihre ökologische, ökonomische, soziale und nicht zuletzt kulturelle Dimension sind die Basis gesellschaftlichen Handelns und Strebens geworden. So steht urbanes Leben in Zeiten des Klimawandels mehr denn je im Licht nachhaltiger Ansätze im Bereich des Konsums, Fortbewegens, Wohnens, sozialen Miteinanders und der Besinnung auf das kulturelle Erbe. Für Regensburg eröffnen sich vor diesem Hintergrund zahlreiche Themenfelder, z. B. bioregionale Produkte, lokale und regionale Wirtschaftskreisläufe, alternative Formen des Fortbewegens und Verkehrsreduktion, gesellschaftliche Teilhabe sowie bezahlbares Wohnen in einer Stadt der kurzen Wege mit qualitativ hochwertigen sowie gut und schnell erreichbaren Versorgungsangeboten.

Bezug nehmend auf diese übergeordneten Handlungsmaximen (auch „Leitthemen“) werden nachfolgend warengruppenbezogene (vgl. Kapitel VII.3) sowie standortbezogene Entwicklungspotenziale (vgl. Kapitel VII.4) formuliert, die für die Regensburger Stadt- und Einzelhandelsentwicklung grundlegenden Charakter besitzen.

3. Warengruppenbezogene Entwicklungspotenziale

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in Regensburg konnte aufgezeigt werden, dass trotz der aktuellen Einzelhandelsausstattung auf einem sehr hohen Niveau (qualitativ wie quantitativ) noch Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Warengruppenstruktur vorhanden sind. Hinsichtlich der warengruppenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Stadt Regensburg die in nachfolgender Übersicht dargestellten Bewertungen und Empfehlungen vor dem Hintergrund der vorab formulierten Handlungsmaximen zu treffen.

Mit Blick auf die einzelnen Warengruppen ist aufgrund des in Regensburg vorhandenen Besatzes mit diesen Sortimenten, aber auch aufgrund des unterschiedlich intensiven Einflusses des Online-Handels eine differenzierte Betrachtung nötig:

- Der Regensburger Einzelhandel ist mit Blick auf die existierenden Angebote insgesamt sehr gut aufgestellt. In nahezu allen Warengruppen sind sowohl kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte mit einer hohen Beratungsintensität und Produktqualität als auch flächengroße Angebotsformate im standardisierten Fachmarktbereich vorzufinden.
- Insbesondere in den Warengruppen mit einer überdurchschnittlich hohen Verkaufsflächenausstattung (z. B. Bekleidung, Schuhe, Sport, Hausrat, Einrichtung, Möbel) sind künftig nur noch bedingt Entwicklungspotenziale im Sinne eines Verkaufsflächenzuwachses denkbar. Die Entwicklungsperspektiven liegen hier vielmehr in der Schließung noch vorhandener Angebotslücken (z. B. Baby- und Kleinkinderartikel, Herrenbekleidung, Berufsbekleidung) und einer weiteren Profilbildung sowie einem Qualitätsupgrade (Stichwort: hochwertige Produkte, nachhaltige Waren). Im Bereich Bau-/ Heimwerker-/Gartenbedarf sind Arrondierungsmöglichkeiten hinsichtlich des Anbieterportfolios denkbar.
- Weiterhin besteht eine Stärke des stationären Handels in der Beratungsqualität. Es ist davon auszugehen, dass standardisierte Produkte und Fachmarktkonzepte künftig weiter durch den Online-Handel unter Druck geraten. Die zentrenrelevanten Sortimente Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Elektrowaren, Medien, Foto sind davon heute schon betroffen. In Zukunft werden also vor allem jene Angebotsformate bestehen können, die sich in puncto Individualität, Beratungsqualität durch geschultes Verkaufspersonal und schnelle Reaktion auf entstehende Konsumtrends auszeichnen.

Übersicht 7: Warengruppenbezogene Entwicklungspotenziale für den Handelsstandort Regensburg

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Online-Handel [2]
Nahrungs- und Genussmittel	▰ durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (600 m²/1.000 Einwohner[1]), durchschnittliche Betriebsgröße 570 m² VK[2] ▰ Ansprache verschiedener Kundengruppen im Regensburger Stadtgebiet (umfassender Betriebstypenmix, Mehrfachbesatz der einzelnen Anbieter) ▰ innerhalb des Stadtgebietes nahezu flächendeckende Ausstattung mit nur wenigen räumlichen Versorgungslücken (rd. 70 % der Wohnbevölkerung mit Zugang zu einem Lebensmittelmarkt über 400 m² in 800 m fußläufiger Entfernung), Versorgungslücken vor allem in den ländlich geprägten, räumlich abgesetzten Stadtbezirken mit geringer Einwohnerzahl/in Stadtrandlagen ▰ überwiegend moderne Marktauftritte, nur teilweise Modernisierungsbedarf	▰ Sicherung der bestehenden verbrauchernahen Angebote ▰ generell Prüfung der Möglichkeiten für die Modernisierung bestehender Märkte ▰ Schließung von Versorgungslücken ▰ Entwicklung alternativer Anbieter in den ländlich geprägten, räumlich abgesetzten Stadtteilen wie Winzer, Kager, Harting (z. B. rollender Versorger, Ausbau/Erweiterung des Wochenmarktangebotes) ▰ Prüfung der Möglichkeiten für eine zukunftsfähige Aufstellung der Anbieter in den abgesetzten Stadtteilen ▰ ggf. weitere Entwicklung von Nischen-/Spezialanbietern für junge/alternative Zielgruppen (z. B. Kaffeerösterei, vegane Anbieter, Unverpacktläden), vor allem in der Altstadt ▰ Kombination mit erlebnisorientierten Dienstleistungen und Gastronomie (Kochschule, Cocktailkurse), vor allem in der Altstadt ▰ Ausbau des Wochenmarktansatzes ▰ vgl. Kapitel VII.4.2	▰ geringe Marktanteile von < 2 % ▰ perspektivisch allenfalls geringes Wachstum erwartet
Gesundheit/ Körperpflege	▰ überdurchschnittliche Ausstattung in Regensburg ▰ zwei große Drogeriekaufhäuser (Müller), mehrere Drogeriemärkte (dm, Rossmann), Parfümerien, Frisörbedarf, Apotheken und Sanitätshäuser ▰ überwiegend zeitgemäßer Marktauftritt ▰ räumliche Konzentration auf oberzentrale Standorte und Nahversorgungszentren ▰ umfassende Ergänzung des Fachangebots über den Lebensmittelhandel	▰ Verkaufsflächenschwerpunkte an den oberzentralen Standorten sowie den Nahversorgungszentren ▰ Ergänzungen im Sinne von Modernisierung/ Arrondierung von Bestandsbetrieben ▰ Weiterentwicklung auf zentrale Versorgungsbereiche fokussieren	▰ Bedeutung vergleichbar mit Nahrungs- und Genussmitteln, allerdings höhere Wachstumspotenziale (vor allem im Parfümeriesegment)

[1] Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt

[2] Daten des Deutschen Handelsverbandes, Europäischen Handelsinstituts 2018; GMA Grundlagenforschung

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Online-Handel [2]
Blumen/Floristik, Tierfutter, Zeitschriften	▪ Ausstattung mit vor allem inhabergeführten Blumen- und Pflanzenfachgeschäften, qualitativ hochwertige Ausstattung, teilweise überlagert durch Baumarktbereich und Gartenfachmarkt ▪ kurzfristiger Tierbedarf überwiegend über den Lebensmittelhandel bzw. Zoofachmärkte ▪ Zeitschriften vor allem über den Lebensmittelhandel	▪ nur noch begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten vorhanden ▪ Stärkung und Sicherung bestehender Anbieter ▪ weitere Ausdifferenzierung in Verbindung mit Angebotsergänzung im Bau- und Gartenfachmarktbereich möglich	▪ typische Anbieter sind Fleurop oder Blume 2000 ▪ Einfluss begrenzt
Bücher, Papier-/ Büro-/Schreibwaren, Spielwaren	▪ gute Mischung inhabergeführter Fachgeschäfte (z. B. Bücherwurm, Schreibwaren Ernst, Selmair) und größerer filialisierter Anbieter (z. B. Thalia) ▪ räumliche Konzentration des Buchhandels, Papier- und Schreibwaren meist auf oberzentrale Standorte ▪ wenig Spielwarenangebot in kleinteiliger Form an den oberzentralen Standorten, großflächige Angebote/Verkaufsflächenschwerpunkte in Streulagen (Spiele Max, Lilienthalstraße) oder dezentralen Standorten (Smyths Toys, KÖWE-Center) ▪ Spezialfachmarkt für Büro- und Bastelbedarf (Papier Liebl) ebenfalls in Streulage vorhanden	▪ Sicherung und Stärkung bestehender Anbieter, sowie ggf. weitere Besetzung von Angebotsnischen (z. B. Hochschulnähe und entsprechende Spezialisierung) ▪ Chancen zur Ausweitung im Bereich Bücher, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren, aber auch Bürobedarf begrenzt ▪ Chancen für zielgruppenspezifische Anbieter (z. B. Jako-o, Rofu), die über reine „Spielwaren“ hinausgehen) ▪ räumlicher Fokus auf die Altstadt bzw. oberzentrale Standorte ▪ ergänzende Serviceleistungen/Dienstleistungen, z. B. Post-/Paketservice oder Kopierer in Schreibwarengeschäft, Paketstationen an Nahversorgungsstandorten	▪ starke Internetaffinität ▪ Online-Marktanteile aktuell bei rd. 23 % ▪ perspektivisch weiter steigende Online-Marktanteile auf 30 – 35 %

[2] Daten des Deutschen Handelsverbandes, Europäischen Handelsinstituts 2018; GMA Grundlagenforschung

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Online-Handel [2]
Bekleidung, Schuhe, Sport	▪ quantitativ sehr gute Verkaufsflächenausstattung bei hoher Zentralität, allerdings fehlende Angebote in Spezialsegmenten (Herrenausstatter, Baby- und Kinderbedarf) ▪ gut Dreiviertel der Verkaufsflächen an den oberzentralen Standorten, davon jeweils rd. 41 % in der Altstadt und im Donau-Einkaufszentrum sowie rd. 18 % in den Regensburg Arcaden; guter Mix aus spezialisierten Fachgeschäften und filialisierten Modekaufhäusern ▪ Schwerpunkte außerhalb der oberzentralen Standorte vor allem in dezentralen Lagen (insbesondere KÖWE-Center) ▪ Sport-/Outdoorangebot mit Vollsortimentern, Fachmärkten und Fachgeschäften umfassend und breit aufgestellt	▪ Stärkung und Sicherung des attraktiven kleinteiligen, häufig individuellen und spezialisierten Angebotsbesatzes in der Altstadt ▪ Möglichkeiten für Angebotsentwicklung vorhanden; upgrading und Profilbildung (z. B. attraktive Markenstores, Fokus „Junge Zielgruppe“ wie z. B. Primark; Luxussegment) ▪ nachhaltige Mode / fair trade / independent fashion (z. B. FAEX Fashion Exchange) ▪ Nachbelegung größerer Handelsflächen (Potenzialflächen, z. B. Pohland) ▪ Spezialanbieter für Berufsbekleidung in Ergänzung (z. B. Engelbert Strauss) ▪ Ergänzung Kinderbekleidung (z. B. Jako-o, Rofu), Herrenausstattung in der Altstadt ▪ Entwicklung von Mischformaten/Themen- bzw. Concept-Stores mit ergänzenden Angeboten (z. B. Cafélounge) im Sinne der Erlebnisorientierung ▪ Ansiedlung eines Trendsportanbieters sowie Markenshops / überregionalen Anbietern aus dem Schuhbereich (z. B. Roland) in der Altstadt	▪ starke Internetaffinität ▪ Marktanteile aktuell bei rd. 24 % ▪ perspektivisch weiter steigend auf 30 – 35 %
Elektrowaren, Medien, Foto	▪ alle namhaften überregional tätigen Anbieter sind in Regensburg vertreten (Saturn, MediaMarkt, Medimaxx, Conrad Electronics, EP) ▪ quantitativ gute, leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ▪ in der Altstadt kleinteilige und hochwertige Spezialangebote im Bereich Medien und Unterhaltungselektronik (z. B. CompuStore, Bang & Olufsen), viele Handyläden; großflächige Fachmarktangebote außerhalb der Altstadt	▪ Stärkung des Angebotes durch weitere Luxuslabels; kleinteilig und in der Altstadt ▪ Ansiedlung/Verlagerung eines Elektrofachmarktes in die Altstadt ▪ innovative Kleinflächenkonzepte mit umfassenden Serviceangebot (z. B. Saturn connect) ▪ Reparaturcafés / Werkstätten zum „Selberschrauben“ (Fokus Altstadt in 2b- und 3er-Lagen) ▪ alternative Angebote mit umfassenden Serviceangebot (z. B. Schallplattenladen mit Werkstatt und Plattenaufbereitung)	▪ Angesichts des steigenden Drucks des Online-Handels nur begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten für kleinere Anbieter vorhanden ▪ hohe Onlinekonkurrenz ▪ Marktanteile aktuell bei rd. 26 % ▪ perspektivisch weiter steigend auf 30 – 35 %

[2] Daten des Deutschen Handelsverbandes, Europäischen Handelsinstituts 2018; GMA Grundlagenforschung

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Online-Handel [2]
Hausrat, Einrichtung, Möbel	▰ deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Möbel- und Einrichtungssegment, umfassende Auswahl durch Vollsortimenter und Mitnahmemärkte (u. a. „Ostbayerisches Möbelzentrum“ mit XXXLutz, Mömax, IKEA, Poco sowie Anbieter im Küchenmöbelbereich, z. B. Reddy Küchen) ▰ weiterhin Fachgeschäfte mit hochwertigen Produkten (z. B. Möbelum Naturmöbel, Polster Beck, Swiss Sense Regensburg) ▰ im Bereich Dekoration, Haushaltswaren sehr guter Angebotsmix aus Fachhandel und kleineren Fachmarktkonzepten, inhabergeführter Fachhandel vor allem in der Altstadt ▰ im Bereich Heimtextilien wird das Angebot vor allem über die entsprechenden Fachabteilungen der Möbelanbieter und Kaufhäuser abgebildet	▰ Möglichkeiten zur Weiterentwicklung im Möbelbereich durch weitere Aufwertung des Möbelclusters an der Sulzfeldstraße ▰ Positionierung in kleinteiligen Angebotsnischen und individuelle Spezialangebote (z. B. Designer-/Vintagemöbel) ▰ nachhaltige Trends nach Re- und Upcycling aufgreifen, Angebot individueller Waren (junge, studentische Zielgruppe), Fokus auf kleinflächige Ladeneinheiten in der Altstadt ▰ Ergänzungen im Bereich Dekoration/Haushaltswaren/Geschenkartikel nur vereinzelt denkbar, allenfalls in Altstadt durch bundesweite Filialisten (z. B. Depot)	▰ Möbel: aufgrund niedriger Transportfähigkeit geringe Internetaffinität ▰ Hausrat, Einrichten: Marktanteile aktuell bei rd. 11 %, perspektivisch steigend (15 – 18 %)
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Zoologie)	▰ sehr gute Ausstattung im Bau- und Heimwerkerbereich mit Globus, Bauhaus und toom sowie klein- und mittelflächigen Fachmärkten und Fachgeschäften im Bereich Bauen und Baustoffhandel ▰ Darstellung des Gartenbereichs mit Bellandris Gartencenter, toom Gartenmarkt und 1A Garten Hauner ▰ Ausstattung im Segment zoologischer Bedarf vor allem über bundesweit agierende Anbieter (Fressnapf, Zoo & Co. Haubensak) ▰ bei Spezialanbietern insgesamt gutes Angebot	▰ kleinflächige Entwicklungen im Bestand ▰ Möglichkeit zur Modernisierung der bestehenden Anbieter ▰ Neuentwicklung/Abrundung Betreiberspektrum (z. B. OBI, Hornbach) ▰ Ergänzung eines Gartenfachmarkts (z. B. am Fachmarktstandort Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee)	▰ geringe Internetaffinität ▰ Marktanteile aktuell bei 4 – 5 % ▰ perspektivisch steigend auf ca. 15 %

[2] Daten des Deutschen Handelsverbandes, Europäischen Handelsinstituts 2018; GMA Grundlagenforschung

Warengruppen	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen	Einfluss Online-Handel [2]
Optik/Akustik, Uhren/Schmuck	▪ quantitativ und qualitativ gute Verkaufsflächenausstattung bei ausgeprägter Zentralität ▪ Uhren/Schmuck vor allem in der Altstadt ▪ Optik/Akustik auch außerhalb der Haupthandelslagen vorhanden	▪ überschaubare Entwicklungsspielräume vorhanden ▪ Profilierung im Luxussegment ▪ individuelle Manufakturlabels im Uhrenbereich ▪ Ergänzung durch bundesweite Filialisten (z. B. Swatch, Christ) in der Altstadt	▪ steigende Bedeutung des Online-Handels ▪ Marktanteile aktuell bei ca. 15 % ▪ perspektivisch steigend auf 18 – 20 %
Sonstige Sortimente	▪ Angebot besteht im Wesentlichen aus Sonderpostenmärkten und mehreren Spezialanbietern (Musikinstrumente, Erotik, Second Hand etc.) ▪ Sportgeräte (Fahrräder) werden vor allem über den kleinteiligen Fachhandel angeboten, Zweirad Stadler als einziger Anbieter mit regionaler Ausstrahlungskraft und umfassendem Angebot	▪ denkbare Angebotsergänzungen: Grill-/Barbecuefachmarkt, Babyfachmarkt oder Kinderwagenfachmarkt (z. B. Familienbande, Baby Walz, Jako-o), ggf. weitere Spezialfachmärkte ▪ Fokus E-Mobilität, Lastenräder im Fahrradbereich ▪ Einzelfallbewertung auf Basis des konkreten Betreiberkonzeptes erforderlich	▪ großteilige Sportgeräte mit geringer Onlineaffinität

[2] Daten des Deutschen Handelsverbandes und Europäischen Handelsinstituts 2018

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019

Unabhängig von den einzelnen Warengruppen und ihren spezifischen Entwicklungspotenzialen sind bei der künftigen Gestaltung und Steuerung der Einzelhandelsentwicklung die unter Kapitel VII.2 dargestellten Handlungsmaximen zu berücksichtigen:

- Der Verknüpfung von Handel und **T**ourismus kommt insbesondere in der Altstadt eine besondere Bedeutung zu. Regensburg verfügt über einen hochwertigen Tourismus, dessen Kaufkraftpotenziale durch hochwertige und individuelle Angebote abgeschöpft werden können (Stichwort: Souvenirs vs. handgemachte, regionale Produkte).
- Generell wird die zunehmende Digitalisierung und die wachsende Bedeutung des **O**nline-Handels als maßgebliche Herausforderung der Einzelhandelsentwicklung in Regensburg zu begreifen sein. Daher ist dem stationären Handel zu empfehlen, sich in einer hochattraktiven historischen Altstadt auf einen erlebnisorientierten Einkauf sowie die Kombination aus Einkaufen, Gastronomie und Dienstleistung (z. B. Kochschule) auszurichten. Dies ist vor allem in Zeiten der zunehmenden Digitalisierung und Verfügbarkeit von in der Regel preisgünstigeren Online-Artikeln angezeigt. In diesem Zusammenhang bedient der Handel nicht nur die materielle Bedürfnisbefriedigung, sondern ist soziale Interaktionsplattform. Hier kann der stationäre Einzelhandel seine Stärken ausspielen und sich gegenüber den verschiedenen Online-Plattformen profilieren. Insbesondere inhabergeführten Betrieben ist die digitale Sichtbarkeit nahezulegen, wodurch auch auf kleinen Verkaufsflächen das Angebot online abgebildet werden kann.
- Die **W**elterbestätte Altstadt soll sich im Kontext ihrer sortimentsspezifischen, inhaltlichen Ausrichtung von allen anderen Angebotsstandorten in Regensburg abheben. In einem historischen Ambiente werden klassische Handwerke und Produkte wiederentdeckt und zeitgemäß inszeniert. Mit den kleinstrukturierten Ladenlokalen bietet sich ein optimales Versuchsfeld für „untypische“ und noch zu erprobende Ladenkonzepte und Angebote, die sowohl kaufkräftige Touristen wie preissensible Zielgruppen ansprechen.
- Gerade zur Ansprache im gehobenen Luxussegment, aber auch junger Zielgruppen, sind etablierte Marken sowie individuelle Independent-Labels entscheidend. Dabei werden Trends zum nachhaltigen Konsum im Rahmen entsprechender Angebote aufgegriffen und durch innovative Shop-Konzepte erlebbar gemacht. Dadurch wird die (Alt-)Stadt als attraktiver Einzelhandelsstandort wahrgenommen; eine breitere Zielgruppenansprache wird möglich. Gleichzeitig ergibt sich aus einem guten Mix der Betriebs- und Angebotsformen und einem **N**achhaltigkeitsfokus auf eine hochwertige Produktion mit regionaler Wertschöpfung die Chance für Regensburg, ihren individuellen Charakter zu erhalten bzw. zu stärken und damit als Einzelhandelsstandort wiedererkennbar zu bleiben. Dabei sind Unverpacktläden und Handgemachtes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel genauso denkbar wie Fair-Trade-Handel bei Textilien und Schuhen/Lederwaren oder Uhren und Schmuck aus lokalen Handwerksschmieden.

Themen rund um eine nachhaltige Entwicklung sollten zu jeder Zeit von übergeordneter Bedeutung sein. Aber auch Experimentiermöglichkeiten, z. B. durch Popup-Stores und temporäre Angebote, innovative Concept-Stores, Raum für Eigeninitiative und Do-it-yourself-Betätigungen müssen angemessen berücksichtigt werden, um das Einkaufserlebnis zu attraktivieren und gleichzeitig aktuellen und absehbaren Konsumgewohnheiten Rechnung zu tragen.

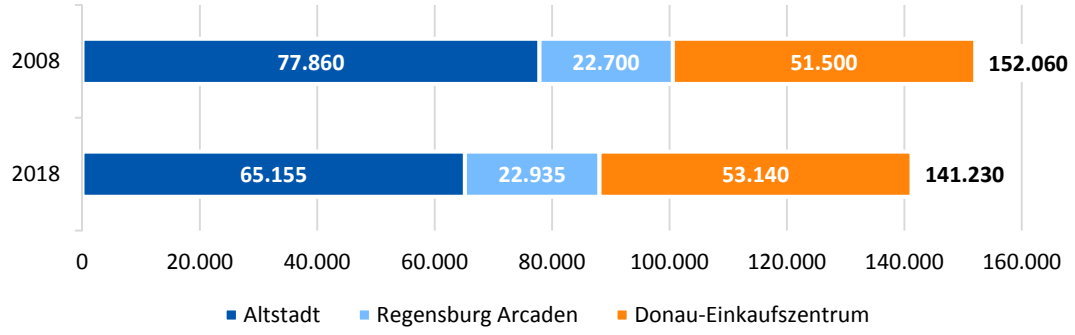
4. Standortbezogene Entwicklungspotenziale

Ausgehend vom „Rahmenkonzept für die Entwicklung des Einzelhandels für die Stadt Regensburg bis 2020“ wurden die 2008 dargestellten Standortlagen einer eingehenden Betrachtung unterzogen. In enger Abstimmung mit dem Amt für Stadtentwicklung der Stadt Regensburg konnten die bisherigen Zielsetzungen geprüft und hinsichtlich einer standort- bzw. lagebezogenen Weiterentwicklung fortentwickelt werden (vgl. hierzu v. a. auch Kapitel VI).

4.1 Oberzentrale Standorte: Fokus zentrenrelevante Sortimente

Innerhalb der oberzentralen Standorte mit insgesamt 141.230 m² Verkaufsfläche nimmt die Altstadt mit 46 % der Verkaufsfläche die führende Rolle ein, während dem Donau-Einkaufszentrum 38 % und den Regensburg Arcaden 16 % der Verkaufsfläche zuzuschreiben sind. Wie bereits bei der Einzelhandelsanalyse 2008 bleibt die Altstadt die „Nummer 1“ unter den oberzentralen Standorten, jedoch mit leicht abnehmender Bedeutung (vgl. Abbildung 29).

Abbildung 29: Verkaufsflächenvergleich der oberzentralen Standorte 2008 bis 2018



Quelle: GMA-Darstellung 2019

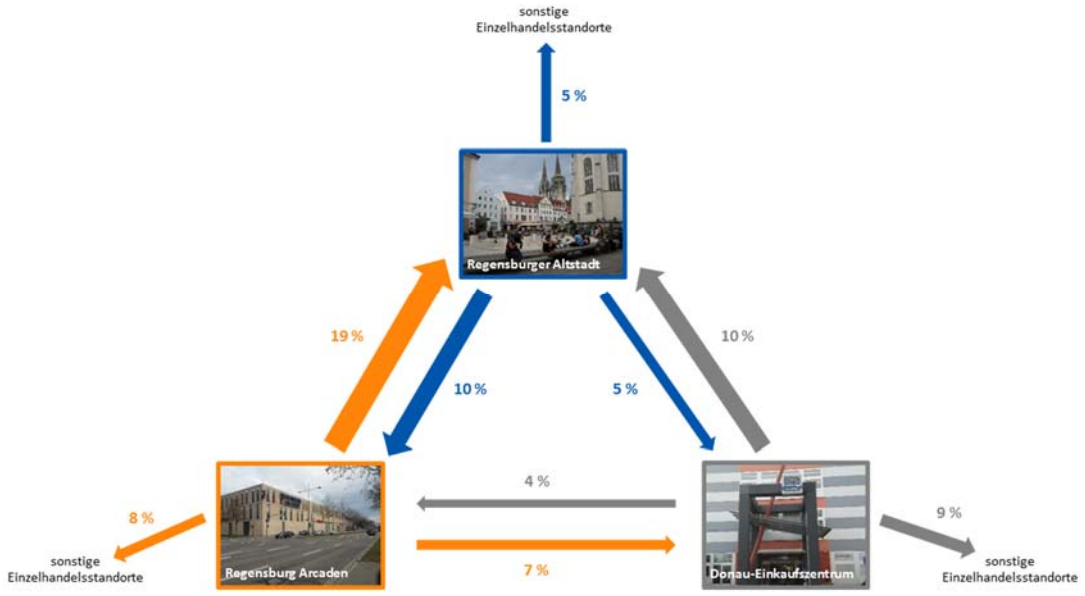
Mit Blick auf die Austauschbeziehungen zwischen den oberzentralen Standorten bestehen allein aufgrund der räumlichen Nähe intensivste Kundenverflechtungen zwischen der Altstadt und den Regensburg Arcaden, aber auch zwischen dem Donau-Einkaufszentrum und der Altstadt.

- So gaben im Rahmen der Passantenbefragung rd. ein Fünftel der interviewten Personen in den Regensburg Arcaden an, nach ihrem Besuch des Einkaufszentrums auch noch in die Altstadt gehen zu wollen bzw. waren bereits dort. Daneben wollten noch zehn Prozent der befragten Passanten im Donau-Einkaufszentrum ihren Aufenthalt ebenfalls noch in der Altstadt fortsetzen bzw. haben dies bereits getan.

- Unter den Einkaufszentren ergeben sich – aufgrund des ähnlichen Angebots – deutlich geringere Verflechtungen. So hatten lediglich sieben Prozent der Arcaden-Besucher noch vor, das Donau-Einkaufszentrum zu besuchen; weniger als fünf Prozent der befragten Passanten im Donau-Einkaufszentrum hatten noch einen Besuch der Arcaden geplant.

Die jeweils stark ausgeprägten Kundenbeziehungen zwischen der Altstadt und den Einkaufszentren unterstreichen die Bedeutung der Altstadt als dominierende Handelslage, die durch das Angebot der zwei Einkaufszentren ergänzt wird. So ist fast die Hälfte der befragten Passanten der Ansicht, dass sich Altstadt und beide Einkaufszentren ergänzen.

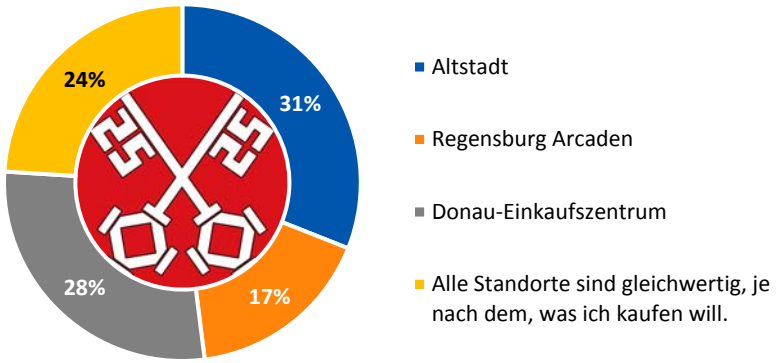
Abbildung 30: Austauschbeziehungen zwischen den oberzentralen Standorten



Quelle: GMA-Darstellung 2019 auf Basis der Ergebnisse der Passantenbefragung in Regensburg 2019

In den räumlich orientierten Einkaufsabsichten spiegelt sich die Bedeutung aller drei oberzentraler Standorte wider. Dies bestätigt sich auch mit Blick auf die Kundenherkunft, die für die Einzelstandorte ein differenziertes Bild zeigt, wobei die Altstadt die geringste Durchdringung des Marktgebietes, zumindest unter Einzelhandelsgesichtspunkten, aufweist (höhere Durchdringung der Einkaufszentren im weiteren Marktgebiet). Neben dem touristisch geprägten Standort mit kundenbezogenen Konzentrationstendenzen auf Regensburg und das engere Umland strahlen vor allem die beiden Einkaufszentren in das erweiterte Umland aus. Dennoch werden zur Begründung der Anziehungskraft von Regensburg immer wieder die individuellen und facettenreichen Angebote der Altstadt in einem historisch-reizvollen Ambiente sowie die Existenz der gut erreichbaren Einkaufszentren als Attraktivitätsfaktoren für die Gesamtstadt angeführt. So dominiert auch hinsichtlich des „Lieblingsplatzes“ zwar der jeweilige Befragungsstandort; in der Zusammenschau aller Standorte liegt die Altstadt mit 31 % jedoch vorne. Ein Viertel der befragten Passanten gab an, alle Standorte seien gleich wichtig und würden in Abhängigkeit vom benötigten Sortiment entsprechend besucht werden.

Abbildung 31: „Lieblingsstandort“



Quelle: GMA-Darstellung 2019 auf Basis der Ergebnisse der Passantenbefragung in Regensburg 2019 (n = 1.118)

Die Ergebnisse der einzelnen Beteiligungsmodule bestätigen empirisch das **tripolare Standortmodell** in Regensburg (vgl. Begleitband Beteiligungsmodule). Zwar besitzt jeder der drei oberzentralen Einzelstandorte eine eigene Versorgungsfunktion (Altstadt für Innenstadtbewohner, Regensburg Arcaden eher südliches Regensburg und Umland, Donau-Einkaufszentrum eher nördliches Regensburg und Umland), jedoch leisten alle drei Standorte einen hohen Beitrag zur Sicherung der Versorgungsfunktion für die Stadt Regensburg sowie für das gesamte Marktgebiet und sind zur Aufrechterhaltung der oberzentralen Versorgungsfunktion notwendig.

Im Sinne der Stärkung und weiteren Profilierung der oberzentralen Versorgungsfunktion ist die Sicherung und Weiterentwicklung aller drei oberzentralen Standorte in den Fokus zu stellen. Zentrenrelevante Sortimente sind insbesondere diesen Standorten vorbehalten.

Weiterführende Aussagen zur standort- und sortimentsbezogenen Ausrichtung der oberzentralen Standorte sind den Kapiteln VIII.1.2 und VIII.3.2.1 zu entnehmen.

4.1.1 Altstadt

Aktuell sind nur wenige **Potenzialflächen** innerhalb der Altstadt zu identifizieren. So umfassen leerstehende Ladenlokale lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.330 m².[83] Diese sind in der Einzelbetrachtung in der Regel zu klein, um zeitgemäße Ladenkonzepte zu realisieren, befinden sich in renovierungsbedürftigem Zustand oder liegen abseits der Haupteinkaufslagen (1a- und 1b-Lagen). Hinzu kommt die Tatsache, dass Handelsflächen zunehmend nur noch im Erdgeschoss realisiert werden, während die oberen Geschosse anderen Nutzungen dienen (z. B. Dienstleistung, Wohnen). Als Potenzialfläche in der Altstadt wird das ehemalige Pohland-Haus am Neupfarrplatz erkannt. Weiterhin ergeben sich durch den zunehmenden Rückzug von Banken und anderen Dienstleistungen aus den Erdgeschosszonen künftig Möglichkeiten für eine handelsorientierte Nachbelegung. Dieses Ziel ist umso mehr vor dem Hintergrund einer sich abzeichnenden Konkurrenzsituation zwischen Handel und Gastronomie zu betonen (Balance zwischen Handel und Gastronomie in den Hauptlagen der Altstadt). Im Sinne einer Intensivierung der Handelsnutzung wäre in Zukunft die Konzentration des Einzelhandels auf die zentralen Hauptlaufachsen

83 Zusammenstellung der Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung (Stand: September 2018).

denkbar. Die geringer frequentierten 2b- und 3er-Lagen könnten somit verstärkt für Dienstleistungs-, Gastronomie- oder Handwerksnutzungen zur Verfügung stehen.

Generell wird die Entwicklung des „Schmuckkästchens Altstadt“ zu einem hochwertigen Angebotsstandort empfohlen. Dabei finden vor allem junge, unbekannte Produkte und Labels Raum in den eher kleinmaßstäblichen Ladenlokalen der historischen Mitte von Regensburg. Die Altstadt soll zur „ersten Adresse“ für Angebote, Produkte und Dienstleistungen werden, die es im übrigen Regensburg und der Region nicht gibt. Mit Blick auf die Warengruppen des Einzelhandels ist die Konkurrenzsituation zu den Einkaufszentren aufzulösen und die Altstadt stattdessen mit „alternativen“ Angeboten zu befüllen. Diese greifen aktuelle Konsumtrends erlebnisorientiert auf, womit sich der Gesamtstandort zukünftigen gesamtgesellschaftlichen Trends (Digitalisierung, Individualisierung, nachhaltiger Konsum, Regionalität, gesellschaftliche Teilhabe) öffnet und als Experimentierfeld zur Verfügung steht. Dies geschieht beispielsweise durch explorative und temporäre Flächenbelegungen (Popup-Stores), die Einbindung Regensburger Kultur- und Bildungsinstitutionen (Kunst und Wissenschaft im öffentlichen Raum) oder individualisierte Angebote, die sich vom standardisierten Filialkonzept der Einkaufszentren abheben. Zudem ist der öffentliche Raum durch geeignete Maßnahmen (Begrünung, Beleuchtung, Möblierung) zu attraktivieren, um so die Aufenthaltsqualität und die damit verbundene Verweildauer in der Altstadt zu erhöhen. Auf diese Weise treffen sich Alt und Neu, Tradition und Moderne sowie Bewährtes und Innovatives.

4.1.2 Regensburg Arcaden

Für die angebots- und verkaufsflächenbezogene Weiterentwicklung des Einkaufszentrums als **Ergänzungsstandort für die Altstadt** sind maßvolle Spielräume zu gewähren. Betriebsansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten erst dann in den Regensburg Arcaden erfolgen, wenn für die angestrebten Verkaufsflächengrößen in der Altstadt keine Standorte zur Verfügung stehen und diese das Angebotsportfolio der oberzentralen Standorte sinnvoll ergänzen. Hierbei ist darauf zu achten, dass sich die Angebote zwischen beiden oberzentralen Standorten der Innenstadt ergänzen (nicht duplizieren).

4.1.3 Donau-Einkaufszentrum

Standortbezogene Entwicklungspotenziale für das Donau-Einkaufszentrum als **Entlastungsstandort für die Altstadt** sind vor allem vor dem Hintergrund der Bestandsimmobilie zu formulieren. So haben in der Vergangenheit bereits umfassende Angebots- und Verkaufsflächenerweiterungen stattgefunden, deren weitere Ausdehnung durch den bestehenden Bebauungsplan begrenzt wird. In der „Trilogie der oberzentralen Standorte“ sollte es das vornehmliche Ziel sein, das bestehende Angebot im Donau-Einkaufszentrum in seiner Vielfalt und Attraktivität zu sichern und damit auch zukünftig zur oberzentralen Versorgungsfunktion der Gesamtstadt Regensburg, v. a. für das nordöstliche Marktgebiet beizutragen.

4.2 Nahversorgungsstandorte: Fokus nahversorgungsrelevante Sortimente

Der Wandel der Nahversorgungsstrukturen löste in den vergangenen Jahrzehnten kleinere Tante-Emma-Läden durch moderne Supermärkte und Discounter ab (Wandel der Betriebsformen). In Folge dessen bildeten sich im Versorgungsnetz zunehmend Lücken und die Entfernungen zu den Nahversorgungbetrieben nahmen zu. Vielfältige Entwicklungen, wie das veränderte Mobilitätsverhalten, der demographische Wandel oder Trends im Einkaufs- und Konsumverhalten verschärfen diese Problematik. Der Erhalt – und nach Möglichkeit eine Verdichtung – der Versorgungsnetze sind daher wichtige Ziele.

In Regensburg werden die bestehenden Nahversorgungsstrukturen durch ein **dezentral organisiertes Netz leistungsfähiger Nahversorgungslagen** sowie nahversorgungsrelevanten Einzelstandorten charakterisiert. Auf diese Weise erhalten schon heute rd. 70 % der Bevölkerung wohnortnahen Zugang zu einem Lebensmittelmarkt mit mindestens 400 m² VK in fußläufiger Entfernung von 800 m. Obwohl in den vergangenen Jahren der konsequente Ausbau der Nahversorgungsstrukturen in Form von Neuansiedlungen und Betriebsmodernisierungen erfolgreich vorangetrieben werden konnte, sind noch wenige Versorgungslücken zu identifizieren.

Im Folgenden werden die Nahversorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in den einzelnen Teilräumen der Stadt Regensburg beurteilt und erste Entwicklungspotenziale aufgezeigt. Als Standortbereiche mit räumlichen **Versorgungslücken** können im Wesentlichen folgende Teile des Regensburger Stadtgebietes auf Stadtbezirksebene benannt werden (vgl. Karte 9):

- **Brandlberg-Keilberg:** In dem nordöstlichen Stadtbezirk mit aktuell rd. 2.600 Einwohnern[84] ist erst seit kurzer Zeit ein REWE Supermarkt mit Bäckerei und Café an der Glashüttenstraße ansässig. Beide Betriebe übernehmen die qualifizierte Nahversorgung für die Bewohner des sich in Aufsiedlung befindlichen Neubaugebietes Brandlberg entlang der Glashüttenstraße (perspektivisch 1.200 Einwohner[85]). Demgegenüber ist die Nahversorgungssituation im Unterbezirk Keilberg seit Jahren unzureichend. Aktuell wird nur noch eine Bäckerei an der Keilberger Hauptstraße betrieben. Diese ist als modernisierungsbedürftig einzuordnen und erfüllt nicht mehr die Anforderungen an ein modernes Bäckereiangebot. Da in Keilberg zum einen nur ein begrenztes Bevölkerungs- und damit Kundenpotenzial zur Verfügung steht und zum anderen nur sehr eingeschränkt geeignete Standorte aufgrund der prägenden Topographie verfügbar sind, ist auch mittel- bis langfristig nicht mit der Ansiedlung eines klassischen Nahversorgungsbetriebes zu rechnen. Vor Ort können jedoch Wochenmärkte und temporär-mobile Angebote („rollender Versorger“) die Nahversorgung zumindest in Teilen übernehmen.

84 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

85 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Prognose).

- **Burgweinting, Bereich Kirchfeldallee:** Entlang der Kirchfeldallee ist es in der vergangenen Jahren gelungen, ein neues Wohngebiet im Stadtsüden in Stadtrandlage zu entwickeln, in dem heute rd. 2.850 Personen[86] leben. Betriebe der Nahversorgung sind lediglich in Form eines Bäckers an der Römerstraße existent, dessen Sortiment trotz der modernen Angebotspräsentation nicht für die qualifizierte tägliche Versorgung ausreichend ist. Gemäß den Planungen der Stadt Regensburg ist hier aufgrund der fehlenden Mantelbevölkerung und damit der wirtschaftlichen Tragfähigkeit auch in den nächsten Jahren keine Ansiedlung eines Lebensmittel- oder Drogeriewarenmarktes vorgesehen, sodass die hier lebende Bevölkerung auf den Einkauf in angrenzenden Bereichen angewiesen ist. In diesem Zusammenhang ist auf die Angebote an der Johann-Hösl-Straße (Aldi, Netto) bzw. an der Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ mit EDEKA, Lidl und Getränkemarkt) zu verweisen. Außerdem wird an der Kirchfeldstraße einmal wöchentlich ein grüner Markt ausgerichtet. Um die Nahversorgung in diesem Bereich Burgweintings zu stärken, wäre die Ausweitung des Wochenmarktes auf mehrere Tage sowie eine ggf. kostengünstigere Anbindung (Kurzstreckentarif) an das Nahversorgungszentrum in Burgweinting zu empfehlen. Darüber hinaus ist die Realisierung ergänzender kleinteiliger Angebote (z. B. Metzgerei oder rollender Versorger) denkbar.

- **Harting:** In Harting leben derzeit rd. 1.600 Personen[87], die für die tägliche Versorgung Standorte außerhalb des Ortes aufsuchen müssen. Aufgrund der geringen Mantelbevölkerung vor Ort erscheint die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auch vor dem Hintergrund der vor allem nach Neutraubling (Kaufpark) abfließenden Kaufkraft unrealistisch. Künftige Versorgungsstrategien liegen daher eher in der Aufwertung des Nahversorgungszentrums an der Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ), das mit einem Vollsortimenter, Discounter und Getränkemarkt die Versorgung für die in Harting lebende Bevölkerung übernehmen könnte. Durch eine entsprechend dichtere ÖPNV-Taktung könnte dies unterstützt werden.

- **Ober- und Niederwinzer – Kager:** In dem von der Kernstadt Regensburg räumlich abgesetzten Stadtbezirk Ober- und Niederwinzer – Kager leben derzeit knapp 1.000 Personen.[88] Neben einigen Direktvermarktern (Hofläden, Obst- und Gemüseanbieter) und zwei Gärtnereien sind hier ansonsten keine weiteren Lebensmittelanbieter ansässig, die die Nahversorgung – auch nur rudimentär – leisten könnten. Aufgrund der geringen Mantelbevölkerung erscheint es auch mittel- bis langfristig nicht wahrscheinlich, einen Lebensmittelmarkt an dem Standort wirtschaftlich betreiben zu können. Auch

86 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

87 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

88 Quelle: ebd.

hier stellen Grüne Wochenmärkte und alternative Versorgungskonzepte wie „rollende Versorger“ einen Ansatz dar, die Nahversorgung in Grundzügen zu gewährleisten.

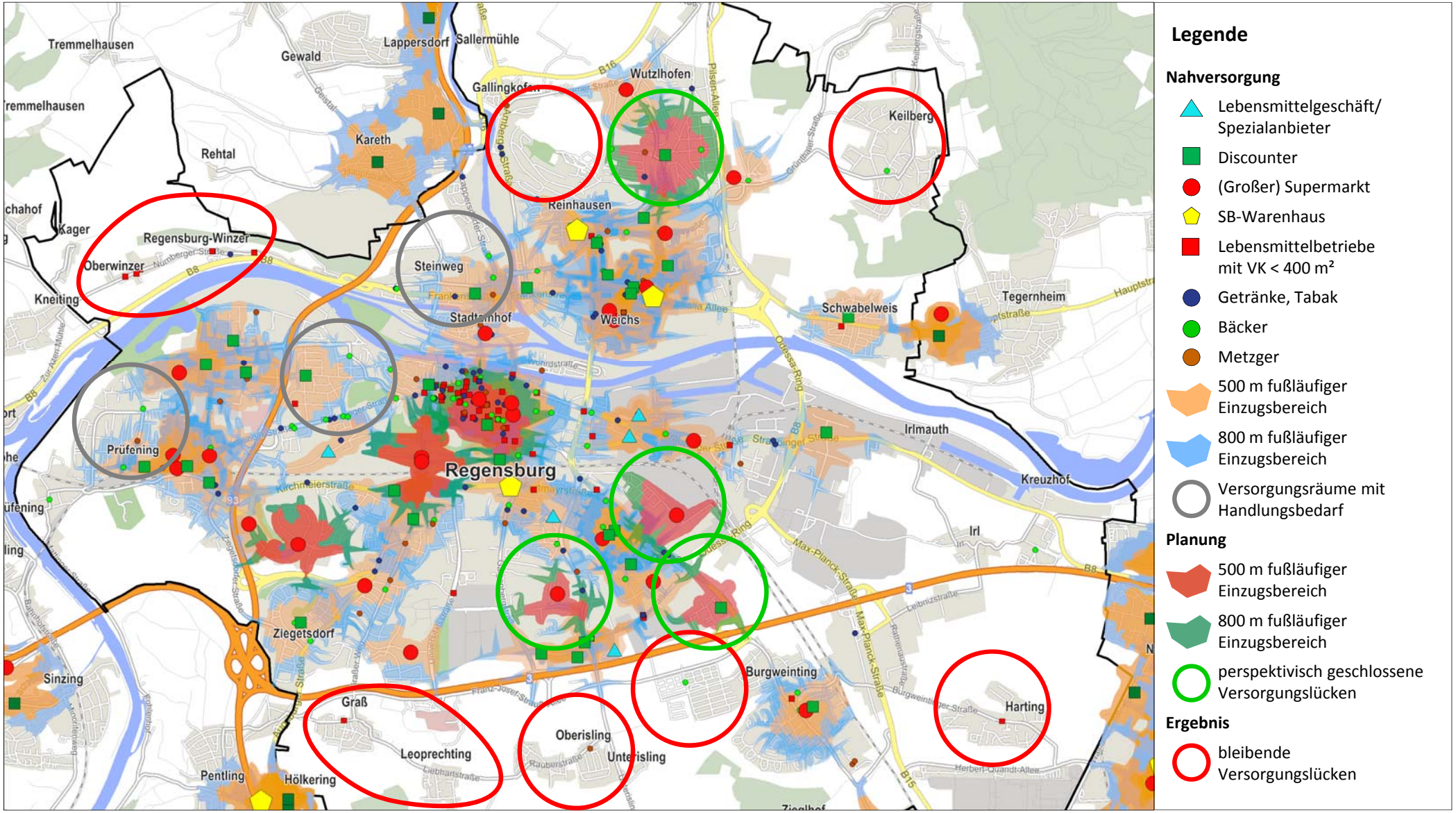
- **Oberisling – Leoprechting – Graß:** Wie in den anderen ländlich geprägten, räumlich abgesetzten Regensburger Stadtbezirken existieren aktuell auch in dem rd. 3.640 Einwohner[89] großen Stadtbezirk keine größeren Betriebe der Nahversorgung. Die aktuelle Angebotssituation wird lediglich durch zwei Metzger und einen Hofladen abgebildet. Jedoch sind aufgrund der dortigen Standortrahmenbedingungen schwierige Zukunftsaussichten vorhanden, so dass perspektivisch ggf. über eine Neuausrichtung der Nahversorgungsstrukturen für den südlichen Bereich der Stadt Regensburg nachgedacht werden sollte. Obwohl mögliche Standorte aktuell nicht vorhanden sind, sind die Möglichkeiten zur langfristigen Sicherung der Nahversorgung im Fokus zu behalten. Dies ist hier insbesondere mit der potenziell nach Pentling mit den dortigen Angebotsstrukturen abfließenden Kaufkraft zu begründen. So wäre bei einer weiteren Siedlungsentwicklung die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes entlang der Liebhartstraße/Rauberstraße in Oberisling (Scharnierlage) denkbar, der gleichermaßen gut und schnell auch aus den Ortsteilen Unterisling, Leoprechting und Graß zu erreichen ist.

- **Sallern – Gallingkofen:** Im nördlichen Stadtbezirk Sallern – Gallingkofen mit aktuell rd. 3.650 Einwohnern[90] besteht seit Jahren eine Versorgungslücke im Lebensmittelbereich. In diesem Teil des Stadtgebietes wirken sich insbesondere die Topographie, die nahezu ausschließlich auf Wohnen ausgerichtete Bebauung sowie das Fehlen möglicher Entwicklungsflächen negativ auf die Möglichkeiten der Schaffung einer Quartiersversorgung aus. Als nächstgelegener größerer Lebensmittelmarkt ist auf das SB-Warenhaus Kaufland im Alex-Center an der Nordgaustraße hinzuweisen, welches für diesen Bereich auch aufgrund seiner guten verkehrlichen Erreichbarkeit eine hervorgehobene Versorgungsfunktion übernimmt. Zwar wurde in den vergangenen Jahren die Etablierung eines Quartiersversorgers im Kreuzungsbereich Amberger Straße/Chamer Straße angestrebt, jedoch ließ sich das Vorhaben mangels Betreiber nicht realisieren. An dieser Stelle werden heute jedoch ein Bäcker und ein Metzger betrieben. Aufgrund der Standortgegebenheiten ist in diesem Bereich von Regensburg auch perspektivisch nicht mit der Realisierung eines größeren Lebensmittelmarktes zu rechnen, da dies die Standortrahmenbedingungen (geringes Bevölkerungspotenzial, fehlende Flächen) hier nicht zulassen.

89 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

90 Quelle: ebd.

Karte 9: Versorgungslücken, Versorgungsräume mit Handlungsbedarf und bestehende Planungen in Regensburg 2018



Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019 (Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2018)

Zusätzlich zu den genannten Versorgungslücken sind in Regensburg Stadtbereiche zu identifizieren, die zwar über einen Lebensmittelmarkt verfügen, das lokale Angebot jedoch als eingeschränkt zu bewerten ist und sich perspektivisch mit dem Fortbestand auseinandergesetzt werden muss. Zu diesen **Versorgungsräumen mit Handlungsbedarf** gehören:

- **Bereich Hochweg:** Im Bereich Hochweg ist derzeit ein Netto Discounter mit rd. 260 m² Verkaufsfläche ansässig, der einen Stadtbereich mit rd. 5.120 Einwohnern[91] zu versorgen hat. Der Markt ist aktuell der einzige Lebensmittelanbieter im nordöstlichen Westenviertel, verfügt jedoch über keinerlei Entwicklungsmöglichkeiten. Der Betrieb entspricht nicht den aktuellen Kundeneinkaufsanforderungen an einen vollumfänglichen Versorgungseinkauf (breite Gänge, überschaubarer Verkaufsraum, niedrige Regale). Perspektivisch ist jedoch die Sicherung der Nahversorgung in diesem Bereich des Stadtgebietes wichtig (z. B. Modernisierung und Erweiterung des bestehenden Netto Discounters/Ersatz durch modernen Markt im Standortumfeld).

- **Bereich Kumpfmühl-Ost/-West:** Im Nahversorgungszentrum „Kumpfmühl“ wird die Nahversorgung derzeit durch einen Norma Lebensmitteldiscounter mit rd. 340 m² Verkaufsfläche sowie zweimal wöchentlich über einen grünen Markt auf dem Norma-Parkplatz für rd. 8.900 Einwohner[92] sichergestellt. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch kleinteilige Geschäftsstrukturen in dem historisch gewachsenen Zentrum, das als Versorgungsmittelpunkt die Nahversorgung in einem fußläufigen Einzugsbereich übernimmt. Angesichts der Größe des Stadtbezirks, dem Status als zentraler Versorgungsbereich, der demographischen Voraussetzungen (vor allem ältere Quartiersbewohner) sowie der aktuellen Angebotsausstattung ist für die zukünftige Sicherstellung der Nahversorgung, die Modernisierung des Norma Marktes sowie der Ausbau im Bereich Biolebensmittel und ggf. Drogeriewaren zu empfehlen.

- **Stadtamhof:** Der Stadtbezirk mit rd. 2.500 Einwohnern[93] wird im Wesentlichen durch seine Insellage in der Donau zwischen der historischen Altstadt im Süden und den Siedlungsbereichen der Stadt nördlich der Donau charakterisiert. Die hier vorhandenen kleinteiligen Baustrukturen beherbergen einen abwechslungsreichen Handelsbesatz, der jedoch lediglich durch das Angebot eines Biomarktes mit rd. 300 m² Verkaufsfläche sowie zwei Anbietern des Lebensmittelhandwerks die Nahversorgung der lokalen Wohnbevölkerung in Ansätzen gewährleistet. Durch das Fehlen eines Supermarktes oder Lebensmitteldiscounters kann aktuell keine vollumfängliche Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs sichergestellt werden. Künftig ist daher die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes zu empfehlen, der eine fußläufige Nahversorgung für

91 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

92 Quelle: ebd.

93 Quelle: ebd.

die Bevölkerung im Stadtbezirk übernehmen kann. Aufgrund der gegebenen städtebaulichen Strukturen (kleinteilige historische Bausubstanz) wäre auch ein Standort außerhalb von Stadtamhof denkbar, der jedoch explizit der Versorgung des Stadtbezirks dient (ggf. gemeinsam mit Steinweg – Pfaffenstein)

- **Steinweg – Pfaffenstein:** Im Stadtbezirk Steinweg – Pfaffenstein mit aktuell rd. 4.220 Einwohnern[94] wird die Nahversorgungsfunktion durch den Norma Lebensmitteldiscounter in Steinweg sichergestellt. Dieser weist derzeit mit einer Verkaufsfläche von rd. 380 m² nur eine sehr geringe Größe auf. Angesichts der ansonsten fehlenden Versorgungsbetriebe (Betriebsaufgabe von Frischemarkt Dollmann) wäre grundsätzlich eine Erweiterung am Standort zur Sicherung der Nahversorgung zu prüfen. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund zu empfehlen, da der Anbieter im Steinweg heute die erste Einkaufsmöglichkeit für die Bewohner aus Ober- und Niederwinzer bzw. Kager darstellt. Andere Standorte in zentraler Lage sind innerhalb des Stadtbezirks nicht zu identifizieren. Schon heute sind im nördlichen Siedlungsbereich des Stadtbezirks Kaufkraftabflüsse an die in Lappersdorf ansässigen Angebotsformate zu vermuten. Aus diesem Grund wäre die Sicherung und Attraktivierung lokaler, im Stadtbezirk angesiedelter Nahversorgungsstrukturen zu empfehlen (z. B. Modernisierung und Erweiterung des bestehenden Norma Marktes).

Weiterhin existieren in Regensburg Stadtbereiche, die heute über keine Versorgungsstrukturen in Form eines Lebensmittelmarktes verfügen und angesichts der umgebenden Wohnbevölkerung räumliche Versorgungslücken aufweisen. Jedoch bestehen bereits **Planungen** zur Ansiedlung eines Lebensmittelanbieters, der perspektivisch diese Versorgungslücken schließen wird (vgl. auch Kapitel V.5):[95]

- **Fort-Skelly-Straße (ehemalige Nibelungenkaserne):** Die ehemalige Nibelungenkaserne wird als Konversionsfläche gegenwärtig einer neuen Nutzung zugeführt. Auf dem Gebiet zwischen Unterislinger Weg im Osten und Galgenbergstraße im Westen entstehen mittelfristig ca. 1.230 Wohneinheiten für rd. 2.300 Einwohner.[96] Um die Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten, ist hier die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes sowie ggf. ergänzender Angebote auf rd. 1.850 m² VK geplant. Auf diese Weise würde der Lückenschluss zwischen den Lebensmittelangeboten in den Regensburg Arcaden im Norden und jenen an der Johann-Hösl-Straße im Süden realisiert.

- **Grunewaldstraße:** Im Umgriff der Grunewaldstraße werden im Rahmen eines „Urbanen Gebietes“ insgesamt rd. 360 Wohneinheiten (knapp 700 Einwohner) geplant. Aktuell bestehen leistungsfähige Angebote im Bereich Lebensmittel und Drogeriewaren

94 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

95 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung 2019. Berechnungsschlüssel: geplante Wohneinheiten x 1,8 = Wohnbevölkerung.

96 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

an der Von-Seeckt-Straße (REWE, dm). Die geplante Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit rd. 1.200 m² Verkaufsfläche verbessert die Versorgungssituation perspektivisch.

- **Konradsiedlung:** In der Konradsiedlung existiert für die rd. 4.350 Bewohner[97] ebenfalls nicht die Möglichkeit zur fußläufig erreichbaren Nahversorgung. Zwar besteht in der Aussiger Straße ein rudimentäres Angebot im Bereich des Lebensmittelhandwerks, jedoch ist dieser Anbieter seit dem Marktaustritt des an der Kreuzung Aussiger Straße/Sandgasse befindlichen Getränkemarktes der einzige Anbieter von Lebensmitteln. Einkaufsalternativen können derzeit in nördlicher Richtung an der Berliner Straße (EDEKA Supermarkt) bzw. in Richtung Süden an der Brandlberger Straße (Penny Discounter) wahrgenommen werden. Wie in Sallern – Gallingkofen erschwert die nach Norden ansteigende Topographie den fußläufigen Einkauf insbesondere für ältere und mobilitätseingeschränkte Personengruppen. Zur Schließung der Versorgungslücke bestehen gegenwärtig jedoch Planungen, die die Ansiedlung eines Netto Discounters mit rd. 800 m² Verkaufsfläche am Standort des ehemaligen Getränkemarktes vorsehen. Auf diese Weise kann die Versorgungslücke kurz- bis mittelfristig geschlossen und eine qualifizierte Nahversorgung in diesem Teil des Stadtgebietes gewährleistet werden.

- **Zeißstraße:** Im Umfeld des Caritas-Krankenhauses St. Josef nördlich der Landshuter Straße sind aktuell keine nahversorgungsrelevanten Betriebe angesiedelt. Die Etablierung eines Lebensmittelmarktes war in der Vergangenheit trotz ausreichender Wohnbevölkerung im Umfeld (rd. 5.580 Einwohner[98]) nicht erfolgreich. Es bestehen jedoch aussichtsreiche Planungen zur Ansiedlung eines Nahversorgers zzgl. Bäckerei und Metzgerei im Bereich Guerickestraße/Zeißstraße. Dieser würde die heute noch existierende räumliche Versorgungslücke schließen und vor dem Hintergrund der geplanten Wohnbauentwicklung mit insgesamt knapp 1.000 Wohneinheiten (ca. 1.800 Einwohner) auf dem Gebiet der ehemaligen Prinz-Leopold-Kaserne und der ehemaligen Pionierkaserne einen wichtigen Beitrag zur fußläufigen Nahversorgung leisten.

Nachfolgende Übersicht 8 zeigt die Entwicklungsziele 2030 mit konkreten standort- und langebezogenen Handlungsempfehlungen für die Nahversorgungslagen und -standorte in Regensburg.

97 Quelle: Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik (2018): Amtliche Bevölkerungsstatistik der Stadt Regensburg (Stichtag: 30.06.2018).

98 Quelle: ebd.

Übersicht 8: Standort- und lagebezogene Strategien und Entwicklungsziele bis 2030 – Fokus Nahversorgung

Standort / Lage	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Altstadt insgesamt, mit Nahversorgungsschwerpunkte Arnulfsplatz Dachauplatz Neupfarrplatz Obermünsterstraße (persp.) Schwarze-Bären-Straße	Oberzentraler Standort Teil des oberzentr. Standortes Teil des oberzentr. Standortes Teil des oberzentr. Standortes Teil des oberzentr. Standortes Teil des oberzentr. Standortes	▰ Sicherung der Nahversorgung für die Altstadtbewohner und -besucher ▰ Verteilung der Nahversorgungsschwerpunkte in der Altstadt, nach Möglichkeit Nutzung von Synergien, z. B. in der Nähe von Parkhäusern, größeren ÖPNV-Haltestellenpunkten	▰ Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der südlichen Altstadt (Obermünsterstraße / Jesuitenplatz) ▰ Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente, z. B. Ansiedlung weiterer Drogeriemarkt ▰ Nischen-/ Spezialanbieter (z. B. Kaffeerösterei, vegane Anbieter, Unverpacktläden) ▰ Kombination mit erlebnisorientierten Dienstleistungen und Gastronomie (z. B. Kochschule, Cocktailkurse)
Regensburg Arcaden	Oberzentraler Standort	▰ Sicherung der Nahversorgung für umliegende Wohnquartiere	▰ ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Donau-Einkaufszentrum (DEZ)	Oberzentraler Standort	▰ Sicherung der Nahversorgung für umliegende Wohnquartiere	▰ ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Agnesstraße	Nahversorgungszentrum	▰ Sicherung der Nahversorgung für das Quartier mit perspektivisch wachsender Bevölkerung	▰ Bestandssicherung / Modernisierung ▰ ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Alfons-Auer-Straße	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Bestandssicherung
Altmühlstraße	Grundversorgungsstandort	▰ Kein weiterer Ausbau*	- / -
Aussiger Straße	Nahversorgungslage (persp.)	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit Bäckerei ▰ ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Bahnhofstraße	Grundversorgungsstandort	▰ Kein weiterer Ausbau* ▰ Versorgungsfunktion Reisebedarf	▰ Bereitstellung von Sortimenten für den Reisebedarf
Balwinus-/Kirchmeierstraße	Nahversorgungslage (persp.)	▰ Entwicklung eines urbanen Gebietes und Etablierung von Nahversorgungsstrukturen für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Standortverbund mit Aldi und Getränkemarkt

Fortsetzung auf nächster Seite

Standort / Lage	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Berliner Straße	Nahversorgungszentrum	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegenden Wohngebiete in der Konradsiedlung-Nord ▰ Sicherung der Nahversorgung auch für perspektivisch wachsende Wohnbevölkerung im Bereich der Chamer Straße	▰ Bestandssicherung ▰ ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Blumen/Floristik, Kiosk, Schreibwaren)
Boelckestraße	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Bestandssicherung ▰ ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Blumen/Floristik)
Brandlberger Straße	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Bestandssicherung
Bukarester Straße	Grundversorgungsstandort	▰ Kein weiterer Ausbau*	- / -
Dechbettener Straße	Grundversorgungsstandort	▰ Kein weiterer Ausbau*	- / -
Dornierstraße	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Modernisierung, Erweiterung auf marktübliche Größe / Standortverlagerung
Dr.-Gessler-Straße (Königstor)	Nahversorgungszentrum (persp.)	▰ Entwicklung eines leistungsfähigen Nahversorgungszentrums mit umfassender Versorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere mit perspektivischem Bevölkerungszuwachs	▰ Ansiedlung eines Supermarktes, eines Discounters und einer Apotheke (in Entwicklung: 3.800 qm VK)
Erbprinz-Franz-Josef-Straße	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Bestandssicherung
Fort-Skelly-Straße	Nahversorgungslage (persp.)	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ▰ Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Franz-Hartl-Straße	Grundversorgungsstandort	▰ Kein weiterer Ausbau*	- / -

Fortsetzung auf nächster Seite

Standort / Lage	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)	Nahversorgungszentrum	▰ Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil Burgweinting zzgl. Harting	▰ Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente, z. B. Drogeriewaren ▰ Etablierung qualitativ hochwertiger Angebote, z. B. im Bereich der Gastronomie ▰ Optimierung der Anbindung an das BUZ durch ÖPNV-Kurzstreckentarife ▰ Erhöhung der Aufenthaltsqualität (Platzgestaltung etc.)
Gewerbepark	Nahversorgungszentrum	▰ Sicherung der Nahversorgung für die Bewohner der nördlich und perspektivisch westlich angrenzenden Wohnbebauung	▰ Bestandssicherung ▰ städtebauliche Öffnung nach Norden durch offizielle Zuwegung (Geh- und Radwege aus dem nördlichen Wohngebiet)
Glashüttenstraße	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Bestandssicherung
Greflingerstraße	Grundversorgungsstandort	▰ Kein weiterer Ausbau*	- / -
Grunewaldstraße	Nahversorgungsstandort (persp.)	▰ Entwicklung eines urbanen Gebietes und Etablierung von Nahversorgungsstrukturen für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ▰ Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Hochweg	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	- / -
Holzgartenstraße	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Bestandssicherung / Modernisierung
Hornstraße	Nahversorgungszentrum	▰ Sicherung der Nahversorgung des Stadtteils	▰ Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Blumen/Floristik)
Isarstraße	Nahversorgungsstandort	▰ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▰ Bestandssicherung / Modernisierung
Johann-Hösl-Straße	Grundversorgungsstandort	▰ Kein weiterer Ausbau*	- / -

Fortsetzung auf nächster Seite

Standort / Lage	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)	Nahversorgungszentrum (persp.)	Entwicklung eines leistungsfähigen Nahversorgungszentrums zur Sicherung der Nahversorgung für das entstehende Quartier (Lebensmittelmarkt, zwei Biomärkte)	- / -
Karl-Stieler-Straße	Nahversorgungsstandort	Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	Bestandssicherung / Modernisierung
Kastenmaierstraße	Grundversorgungsstandort	Kein weiterer Ausbau*	Ausdifferenzierung im Bestand möglich (Sortimente)
Kumpfmühl	Nahversorgungszentrum	Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil Kumpfmühl Sicherung und Weiterentwicklung des Angebots zur Erhaltung der Versorgungsfunktion	Qualifizierung des Nahversorgungszentrums durch qualitativen und quantitativen Ausbau der nahversorgungsrelevanten Sortimente im Bestand (z. B. Biolebensmittel, Drogeriewarenangebot) Arrondierung durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente mit Magnetwirkung (z. B. Schreibwaren) Etablierung eines Magnetbetriebes im Lebensmittelbereich in marktüblicher Größe (falls möglich)
Lilienthalstraße	Grundversorgungsstandort	Kein weiterer Ausbau über das 2019 genehmigte Maß hinaus	- / -
Merowingerstraße	Grundversorgungsstandort	Kein weiterer Ausbau*	- / -
Metzgerweg	Nahversorgungslage	Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	Bestandssicherung
Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)	Nebenzentrum	Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil und den weiteren Regensburger Norden durch ein breites Angebot in der Nahversorgung	künftige Beibehaltung des Verkaufsflächenschwerpunkts im Bereich der Nahversorgung Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Oberisling	Nahversorgungsstandort (persp.)	Sicherung der Nahversorgung der Wohnbevölkerung in Oberisling, Leoprechting und Graß durch die Entwicklung von Nahversorgungsstrukturen	Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes, Standortsuche im Bereich der Liebhartstraße/Rauberstraße (Scharnierlage)

Fortsetzung auf nächster Seite

Standort / Lage	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Prüfeninger Schloßstraße	Grundversorgungsstandort	Kein weiterer Ausbau*	- / -
Prüfeninger Straße	Nahversorgungslage (persp.)	Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung durch die Entwicklung von Nahversorgungsstrukturen	Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes, Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente Standortsuche entlang der Prüfeninger Straße (ggf. ehem. FH-Standort)
Puricellistraße	Nahversorgungsstandort	Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	- / -
Rennplatz (REZ)	Nahversorgungszentrum	Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil / die Quartiere im Mittleren Westen mit einer perspektivischen Bevölkerungszunahme	Bestandssicherung
Rennweg I (Aldi)	Grundversorgungsstandort	Kein weiterer Ausbau*	- / -
Rennweg II (Netto)	Grundversorgungsstandort	Kein weiterer Ausbau*	- / -
Stadtamhof	Nahversorgungslage (persp.)	Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung durch Erhöhung des nahversorgungsrelevanten Angebotes	Bestandssicherung Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (falls möglich)
Steinweg	Nahversorgungsstandort	Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	Modernisierung und Erweiterung des bestehenden Norma Marktes ggf. Entwicklung eines stadtteilübergreifenden Zentrums (auch für Stadtamhof)
Theodor-Heuss-Platz	Nahversorgungslage	Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	Modernisierung / Erweiterung Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente städtebauliche Aufwertung Verbesserung der Erreichbarkeit (Platz)
Von-Seeckt-Straße	Nahversorgungszentrum	Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	Bestandssicherung

Fortsetzung auf nächster Seite

Standort / Lage	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Wernerwerkstraße	Nahversorgungslage	▪ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	▪ Bestandssicherung
Zeißstraße	Nahversorgungslage (persp.)	▪ Sicherung der Nahversorgung der Wohnbevölkerung im Bereich des Kasernenviertels durch die Entwicklung von Nahversorgungsstrukturen	▪ Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ▪ ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente ▪ Standortsuche im Bereich Guerickestraße/ Zeißstraße
Standortbereiche in Stadtrandlagen bzw. ländlich geprägten, räumlich abgesetzten Stadtbezirken mit räumlichen Versorgungslücken aufgrund der fehlenden Mantelbevölkerung und damit der wirtschaftlichen Tragfähigkeit: Burgweinting – Kirchfeldallee Harting Keilberg Ober- und Niederwinzer – Kager Sallern		▪ Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung durch die Etablierung kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen bzw. temporärer Nahversorgungsangebote**	▪ Ansiedlung kleinteiliger Nahversorgungsangebote wie Bäcker oder Metzger ▪ ggf. Etablierung oder Ausweitung von Wochenmärkten ▪ temporär-mobile Angebote („rollender Versorger“) ▪ kostengünstigere ÖPNV-Anbindung durch Kurzstreckentarif

* keine Weiterentwicklung; Betriebe bis maximal 1.200 m² Verkaufsfläche, sofern diese ganz überwiegend dem Verkauf von nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen

** Hinweis: Realisierung tragfähiger Handelsstrukturen aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung nur schwer umsetzbar.

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf Basis der aktuellen Analyse

4.3 Fachmarktstandorte: Fokus nicht-zentrenrelevante Sortimente

Die gegenwärtige räumliche Verteilung der Fachmarktstandorte in Regensburg zeigt eine dezentrale Anordnung über das Stadtgebiet. Diese planvolle Ansiedlungsstrategie steht im Lichte des oberzentralen Versorgungsgedankens für die gesamte Region in Verbindung mit einer optimalen Erreichbarkeit aus allen Teilen des Stadt- und Marktgebietes. Um die Stadt- und Regionsversorgung mit dem nicht-zentrenrelevanten Grundbedarf (Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf) auch weiterhin zu sichern und Einkaufsverkehr so weit wie möglich zu vermeiden, wird auch künftig die Beibehaltung der dezentralen Standortorganisation empfohlen.

4.3.1 Bajuwaren-/Langobardenstraße

Für den Fachmarktstandort „Bajuwaren-/Langobardenstraße“ im Süden der Stadt ist künftig die Weiterentwicklung im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente mit Schwerpunkt im Bereich Elektronik, Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Gartenbau zu empfehlen. Mit Media Markt und Conrad Electronics haben sich in den vergangenen Jahren zwei namhafte Anbieter aus dem Elektroniksegment (Haushaltsgeräte, Informationstechnologie, Unterhaltungselektronik) etabliert, weshalb Elektrowaren neben Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf auch zukünftig zum Ausstattungsschwerpunkt dieses Standortes gehören sollen.

4.3.2 Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee

Der Fachmarktstandort „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“ im Norden der Stadt hat in den letzten Jahren zum Teil bedeutende Umstrukturierungen erfahren und wird sich auch zukünftig neu positionieren. So ist im Rahmen der Verlagerung des an der Abensstraße ansässigen POCO Möbelmitnahmemarkts in das „Ostbayerische Möbelzentrum“ an die Sulzfeldstraße perspektivisch von einer Verringerung der Handelsflächen auszugehen. An dem frei werdenden Standort sind gewerbliche Nutzungen geplant. Eine Weiterentwicklung mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist hier auszuschließen; eine Entwicklung dieser Sortimente soll nur noch im Bestand möglich sein. Demgegenüber sind nicht-zentrenrelevante Sortimente, die zur Erhaltung der oberzentralen Versorgungsfunktion beitragen, an diesem Fachmarktstandort weiter zu entwickeln (z. B. Ansiedlung eines Gartenmarktes). Im Rahmen der neuen räumlichen Definition des Fachmarktstandortes sollen die im Bereich östlich der Vilsstraße/nördliche Walhalla-Allee verorteten Flächen zukünftig einer gewerblichen Nutzung zugeführt werden (Ziel: Stärkung des Gebietscharakters eines Gewerbegebietes). Auf diese Weise erfolgt die gezielte Schrumpfung des Fachmarktstandortes auf eine kompaktere Dimensionierung zugunsten von gewerblichen Entwicklungen.

4.3.3 Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“)

Entwicklungspotenziale für den Fachmarktstandort „Sulzfeldstraße“ im Osten der Stadt ergeben sich in der weiteren Qualifikation des Möbelsortiments. In diesem Zusammenhang sind die jüngsten Planungen zu sehen, den Poco Einrichtungsmarkt von seinem aktuellen Standort an der

Abensstraße in das „Ostbayerische Möbelzentrum“ nordwestlich des XXXL Hiendl zu verlagern. Mit dem Bebauungsplan Nr. 246 „Sulzfeldstraße West“, der die Erweiterung der Sondergebietsflächen an der Sulzfeldstraße um bis zu 30.000 m² Verkaufsfläche beinhaltet, bestehen Potenzialflächen für den weiteren Ausbau der Fachmarkstandortes. Ziel ist die weitere Konsolidierung des Standortes als bedeutendster Möbelstandort in der Region. Dabei sollten die zentrenrelevanten Randsortimente jedoch maßvoll dimensioniert werden, um die Konkurrenzsituation zu den Angeboten in der Altstadt und den weiteren oberzentralen Standorten nicht weiter zu verschärfen.

4.3.4 Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)

Hinsichtlich der zukünftigen Aufstellung des Fachmarktstandortes „Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)“ im Westen der Stadt ist eine mögliche Weiterentwicklung konsequent auf nicht-zentrenrelevante Sortimente zu beschränken. Im Falle von Betriebsaufgaben ist im Sinne der weiteren Verwendungsfähigkeit der Immobilie die handelsergänzende Belegung frei gewordener Flächen mit Dienstleistungen (z. B. öffentliche Dienstleistungen zusätzlich zur heute schon bestehenden Stadtteilbücherei) und weiteren nicht-handelsbezogenen Nutzungen (aus dem Sport-/ Fitness- oder Eventbereich, z. B. Jumphouse, Kletterhalle, Trampolinpark, Escaperooms) zu prüfen. Diese Nutzungen sollen geeignet sein, den thematischen Schwerpunkt „Spiel, Sport, Freizeit“ sinnvoll zu unterstützen. Für das KÖWE-Center ist kein Verkaufsflächenwachstum vorgesehen; der Bestand ist jedoch geschützt.

4.4 Zwischenfazit: Entwicklungsstrategien

Zusammenfassend ist hinsichtlich möglicher Entwicklungsstrategien festzuhalten, dass die weitere Profilierung der **oberzentralen Standorte im Mittelpunkt** der Anstrengungen in Regensburg stehen muss. Hier sind die zentrenrelevanten Sortimente im Rahmen der warengruppenbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten und vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels weiter auszubauen und das Markenportfolio zu stärken. Neue Shop-Konzepte, die neben dem Einkaufen auch gastronomische Angebote oder Möglichkeiten der Freizeitgestaltung beinhalten (Abkehr von den klassischen Betriebstypen, Entwicklung von warengruppenübergreifenden Concept-Stores) unterstützen den Erlebniseinkauf vor allem in der historischen **Altstadt** mit ihrer hohen städtebaulichen Attraktivität und Aufenthaltsqualität. Eine konsequente Marketingstrategie hilft, den oberzentralen Standort entsprechend zu positionieren (z. B. Altstadt als ökologischer Kristallisationspunkt von Ostbayern mit nachhaltigen, fair gehandelten bzw. regional produzierten Waren, „attraktiver Einzelhandel in einer einzigartigen lebendigen Altstadt“, „Einkaufserlebnis Welterbe“). Insgesamt sollte sich die Altstadt durch besondere, zu den übergeordneten Handlungsmaximen („TOWN-Ansatz“) passende Angebote aus Handel, Gastronomie, Dienstleistungen und Kultur von den standardisierten Angeboten der Einkaufszentren und Fachmarktstandorte abheben. Flankiert wird die thematische Neuausrichtung des „Schmuckkästchens Altstadt im zeitgemäßen Gewand“ durch städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen in den

Bereichen Begrünung, Beleuchtung, Möblierung, schnelle Erreichbarkeit bei gleichzeitiger Minimierung des motorisierten Individualverkehrs.

Die Einkaufszentren **Regensburg Arcaden** und **Donau-Einkaufszentrum** halten ein einkaufszentrentypisches Angebot vor. Ihre Weiterentwicklung wird im Zusammenhang einer stärkeren Profilbildung und damit verbundenen Angeboten gesehen (z. B. „trendige Arcaden", „familienfreundliches Donau-Einkaufszentrum"). Die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente steht hier im Vordergrund, jedoch sollte dies mit der Maßgabe des Altstadtschutzes geschehen. Dabei bieten die Regensburg Arcaden die Möglichkeit, den attraktiven Einzelhandel der Altstadt zu ergänzen; das Donau-Einkaufszentrum soll die Altstadt weiterhin als „Nebencity" entlasten. Gemeinsam sichern die drei Standorte die oberzentrale Versorgungsfunktion für die Region.

Die **Standorte der Nahversorgung** bilden das räumliche Netzwerk der täglichen Versorgung der Bevölkerung. Die hier bestehenden Angebote innerhalb eines dezentral organisierten, wohnortnahen Geflechts von Lebensmittel- und Drogeriewarenanbietern sind zu sichern und zu erhalten. Der Fokus liegt hierbei auf starken Nahversorgungszentren und dazwischen liegenden leistungsfähigen Versorgungsstandorten. Darüber hinaus bestehen innerhalb des Stadtgebietes von Regensburg vor allem in den ländlich geprägten, räumlich abgesetzten Stadtteilen Nahversorgungslücken. Aufgrund fehlender Mantelbevölkerung und damit der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist dort mittel- bis langfristig nicht mit der Ansiedlung von leistungsfähigen, modernen Lebensmittelmärkten zu rechnen. Ergänzende Versorgungsangebote können vor allem durch die konsequente Ausweitung des Wochenmarktangebotes (Stichwort: grünes Wochenmarktnetz) auf mehrere Tage sowie alternative Versorgungskonzepte (z. B. „rollender Versorger") realisiert werden. Darüber hinaus bestehen Versorgungsräume mit Handlungsbedarf, die zwar über einen Lebensmittelmarkt verfügen, dieser aber häufig nicht mehr zeitgemäß ist. Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich ergeben sich somit punktuelle Modernisierungspotenziale. Diese Bereiche sind langfristig zu sichern, um auch zukünftig den fußläufigen Einkauf der Wohnbevölkerung zu gewährleisten (insbesondere vor dem Ziel der Minimierung des Einkaufsverkehrs durch die Aufrechterhaltung des dezentralen Nahversorgungsnetzes). Weiterhin bestehen Planungen für Ansiedlungsvorhaben, die perspektivisch heute noch bestehende räumliche Versorgungslücken schließen werden. Die Standorte der Nahversorgung sollten ihrem Wesen entsprechend vor allem nahversorgungsrelevante Sortimente vorhalten.

An den **Fachmarktstandorten** sollen im Wesentlichen die nicht-zentrenrelevanten Sortimente weiterentwickelt werden. So ist das jeweils bestehende Profil durch Betriebsmodernisierungen bzw. punktuelle Ergänzungen durch Verlagerungen oder Neuansiedlungen zu ergänzen. Dabei sind die zentrenrelevanten Randsortimente maßvoll zu dimensionieren, um die Konkurrenzsituation zu den Angeboten in der Altstadt bzw. den weiteren oberzentralen Standorten nicht weiter zu verschärfen.

VIII. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030

Aufbauend auf den Analyseergebnissen zur Angebots- und Nachfragesituation, der Evaluierung der bisherigen Strategien zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Regensburg sowie den ermittelten Entwicklungsstrategien erfolgt die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2008 zur künftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Dabei sind die Einzelhandelslagen und -standorte hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion zu überprüfen und anzupassen. Erstmalig wird auch eine räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen. Des Weiteren ist das Sortimentskonzept zu aktualisieren und anzupassen.

Das vorliegende Konzept ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Regensburg bis 2030 zu verstehen. Dabei handelt es sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das nach Ablauf des Planungshorizontes einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Die im folgenden Kapitel 1 formulierten Leitziele stellen die Basis und den Rahmen der planerischen Konzeption zur Steuerung des Einzelhandels der Stadt Regensburg dar. Die ergänzend dazu formulierten und zusammengestellten Handlungsempfehlungen und Maßnahmen, die zum Teil über Themen der Handels- und Zentrenentwicklung hinausgehen, sind als nicht abgeschlossener „Ideenpool“ zu verstehen. Darauf aufbauend wird in den Kapiteln 2 und 3 die Fortschreibung des Sortiments- und Standortkonzepts erarbeitet, die die Grundlage einer rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels und den Rahmen zur Umsetzung der Leitziele in Regensburg bilden.

1. Entwicklungsstrategien für den Einzelhandelsstandort Regensburg bis 2030

Nach Evaluierung der Zielerreichung des Rahmenkonzeptes 2008 empfiehlt die GMA, die wesentlichen übergeordneten Zielsetzungen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung im Regionalzentrum Regensburg – mit etwas unterschiedlicher Akzentuierung – beizubehalten und weiterzuentwickeln. Eine strategische Entwicklung des Regensburger Einzelhandels einerseits sowie die rechtlich wirksame Umsetzung der räumlichen Steuerung der Entwicklung andererseits greifen auf die in Abbildung 32 zusammenfassend dargestellten Leitziele zurück.

Abbildung 32: Aufbau und Leitziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Regensburg 2030

Quelle: GMA-Darstellung 2019 in Abstimmung mit dem „Kleinen Arbeitskreis Einzelhandel“

1.1 Leitziel 1: Regensburg ist und bleibt das Handelszentrum Ostbayerns

Strategie: Sicherung und Weiterentwicklung der oberzentralen Versorgungsfunktion des Regionalzentrums Regensburg für Stadt und Umland. Dabei ist zur Bereitstellung eines vielfältigen Warenangebots in zumutbarer Entfernung für die Bevölkerung ein funktionsfähiges und hierarchisches System von Einzelhandelszentren zu schaffen und zu sichern.

Der Handelsstandort Regensburg bildet das wirtschaftliche Zentrum in einer überwiegend ländlich geprägten Region. Die Stadt ist das „Schaufenster der Region“ und Standort für überregional bedeutsame Handels-, Gastronomie- und Kulturangebote, Bildungsstätten und Wissenschaftsbetriebe, Verwaltungseinrichtungen und Wirtschaftsinstitutionen. Sie sollen zur räumlichen und wirtschaftlichen Stärkung eines weiten Umlandes positive Impulse setzen.

Zur Umsetzung dieses sowie der nachfolgenden Leitziele 3 – 4 dient eine den aktuellen Gegebenheiten angepasste Zentrenhierarchie, die eine räumlich-funktionale Aufgabenverteilung zwischen den Versorgungsbereichen im Stadtgebiet verfolgt (vgl. Kapitel VIII.3, Abbildung 33).

Handlungsempfehlungen / Maßnahmen

- Regensburg zum ökologischen Kristallisationspunkt von Ostbayern / ökologisch-innovativen Regionsmittelpunkt entwickeln, dies bedeutet u. a.
  - Strukturierung des Stadtgebiets entsprechend ökologischer Zielvorgaben, insbesondere Minimierung von Wegen zur Erledigung der Grunddaseinsfunktionen
  - konsequente Ausrichtung der Mobilität unter dem Aspekt seiner Umweltkosten sowohl innerstädtisch als auch in der Region-Stadt-Beziehung
  - Reduzierung des Ressourcenverbrauchs, Entwicklung eines „grünen Märktekonzeptes“ mit lokalen Produkten (Stichwort: lokale und regionale Wirtschaftskreisläufe)
- Sicherung und Weiterentwicklung der dezentralen Versorgungsstrukturen innerhalb der Stadt Regensburg zur Minimierung des Einkaufsverkehrs – „Stadt der kurzen Wege“
- Schaffung erstklassiger Kulturangebote für hochwertigen Tourismus in den Bereichen
  - Kultur- und Städtetourismus
  - moderner und innovativer Wissenstourismus („Von Walhalla bis what’s new?“)
- Etablierung nachhaltiger Konsumangebote, „die es nur in Regensburg gibt“ (Schaufenster der Region)

1.2 Leitziel 2: „Trilogie der oberzentralen Standorte mit dem Einkaufserlebnis Altstadt als erste unter Gleichen – Vielfalt, Qualität, Leidenschaft“

Strategie: Sicherung und Weiterentwicklung der oberzentralen Standorte für Stadt und Umland, dabei gilt „City first“, d. h. Schutz, Stärkung und strategische Weiterentwicklung der Altstadt als dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage.

Die oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum stellen gemeinsam („Trilogie der Standorte“) die oberzentrale Versorgung für die Stadt und das gesamte Einzugsgebiet sicher und sollen weiterentwickelt werden. Der Altstadt kommt hierbei eine Sonderrolle zu, die durch die Regensburg Arcaden ergänzt und durch das Donau-Einkaufszentrum entlastet werden soll. Die Altstadt ist als oberzentraler Einkaufsstandort für das gesamte Einzugsgebiet mit einem vielfältigen und attraktiven Einzelhandelsbesatz und einem angenehmen Umfeld für den Erlebniseinkauf zu erhalten und zu stärken.

Die Altstadt von Regensburg ist schon heute nicht nur das historische Zentrum, sondern auch Mittelpunkt des gesellschaftlichen Lebens. Hier trifft man sich, kauft ein und verbringt Zeit. Im Gegensatz zu den meist standardisierten Warenangeboten von Ketten und Systemgastronomie der Einkaufszentren punktet die Altstadt durch Tradition, Individualität, Innovation und Vielfalt; in ihrem historischen Ambiente wird zugleich Zukunft gemacht.

Handlungsempfehlungen / Maßnahmen

- Profilierung der einzelnen oberzentralen Standorte über thematische Angebotsschwerpunkte und/oder unterschiedliche Zielgruppenansprachen mit sich ergänzenden Angeboten:
  - Altstadt: „junge ALTstadt als traditionsreicher Hort für moderne Innovation“

    Standort für kleine Handelsbetriebe mit individuellen, hochwertigen Angeboten (Zielgruppe: klassische Einkäufer) und abwechslungsreichen, trendigen Gastronomiekonzepten (Zielgruppe: junge Leute, Studenten und Touristen), Nahversorgungsfunktion für die Altstadtbewohner und -besucher
  - Regensburg Arcaden: „trendige Arcaden“

    trendiges Einkaufszentrum mit Versorgungsfunktion für den Regensburger Süden und südliches Marktgebiet
  - Donau-Einkaufszentrum: „familienfreundliches Donau-Einkaufszentrum“

    familienfreundliches Einkaufszentrum mit Versorgungsfunktion für den Regensburger Norden und das nördliche Marktgebiet
- Verbindung der drei oberzentralen Standorte zu einem „Einkaufsverbund“ über ein geeignetes Mobilitätskonzept – umweltfreundlich und hochfrequent:
  - u. a. bessere Vermarktung der ÖPNV-Innenstadtzone, die bereits der Vernetzung der oberzentralen Standorte als ein Gesamtpaket dient

1.2.1 Ziel 1: „Die Altstadt ist und bleibt die dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage“

Strategie

- Sicherstellung einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 70.000 m² der Altstadt (Erhalt des Status Quo) und damit umfassendster Einzelhandelsstandort mit größtem Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten
- ausgewogene Balance zwischen individuellen mittelständischen, zum Teil inhabergeführten Fach- und Spezialgeschäften sowie bekannten Markenlabels und Filialisten
- Positionierung durch eine leistungsstarke Mischung aus Warengruppen, Betriebsgrößen und Betriebstypen „für jeden Geschmack und Geldbeutel sowie Jung und Alt“

Zielsortimente / Geschäfte / Marken

- Nahrungs- und Genussmittel: weitere Entwicklung von Nischen-/Spezialanbietern für junge/alternative Zielgruppen (z. B. Kaffeerösterei, vegane Anbieter, Unverpacktläden); Kombination mit erlebnisorientierten Dienstleistungen und Gastronomie (Kochschule, Cocktailkurse)
- Spielwaren: Ansiedlung größerer zielgruppenspezifischer Anbieter, auch über reine „Spielwaren“ hinaus
- Bekleidung: Baby-, Kinderbekleidung, junge Damen- und Herrenmode, Herrenausstatter, Upgrading und Profilbildung durch Ergänzung um attraktive Markenstores sowie Ausbau Luxussegment; nachhaltige Mode/fair trade/independent fashion, Ergänzung Spezialanbieter (z. B. Berufsbekleidung)
- Schuhe und Lederwaren: Ansiedlung von Markenshops/überregionalen Anbietern
- Sport-/Campingartikel: Ansiedlung eines Trendsportanbieters
- Hausrat, Einrichtung, Möbel: Ergänzung durch individuelle Spezialangebote in kleinteiligen Angebotsnischen (z. B. Designer-/Vintagemöbel), nachhaltige Trends nach Re- und Upcycling aufgreifen, Angebot individueller Waren (junge, studentische Zielgruppe), Ergänzungen im Bereich Dekoration/Haushaltswaren/Geschenkartikel durch bundesweite Filialisten
- Uhren- und Schmuckhandel: Ergänzung durch bundesweite Filialisten (z. B. Swatch, Christ), Profilierung im Luxussegment, individuelle Manufakturlabels im Uhrenbereich

Handlungsempfehlungen / Maßnahmen

- Sicherung einer Verkaufsfläche von rd. 70.000 m² (Status Quo), u. a. durch Potenzialflächen wie bspw. den zunehmenden Rückzug von Banken im Erdgeschossbereich
- Synergieeffekte und Kopplungspotenziale durch warengruppenübergreifende Verknüpfung von Handel – Gastronomie – Kultur- und Bildungseinrichtungen sollen insbesondere in der Altstadt genutzt werden (z. B. über lokale Partnerschaften/lokale Ökonomie)
- Altstadt als Experimentierfeld für moderne Shop-Konzepte mit ergänzenden Angeboten (z. B. Cafélounge/Bar im Textilkaufhaus) und Popup-Stores zur Stärkung des stationären Handels; kurzfristige und flexible Nutzungen ermöglichen
- „Einkaufserlebnis Altstadt“ sicherstellen und weiterentwickeln, d. h. „city first“
  - Erarbeitung und Umsetzung eines ISEK für die zentrale Altstadt
  - Ansiedlungsstrategie: Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten erst dann außerhalb der Altstadt, wenn dort aufgrund historischer Bausubstanz und Kleinmaßstäblichkeit nicht darstellbar (in der Regel ab einer Verkaufsflächengröße

von 500 m² Prüfung, ob eine Ansiedlung in den Regensburg Arcaden oder im Donau-Einkaufszentrum zur Stärkung des Gesamtstandortes möglich ist)

- Konzentration: Bündelung zukünftiger Ansiedlungs- und Aufwertungsmaßnahmen auf die Haupteinkaufsbereiche (insbesondere 1a- und 1b-Lagen); Umnutzung und Entwicklung von Gebäuden in ungeeigneten Geschäftslagen (außerhalb der Haupt- und Nebeneinkaufslagen), beispielsweise für Dienstleistungen, kleinere Werkstätten (z. B. Kunsthandwerk, do-it-yourself-Reparaturcafé) oder als Wohnflächen
- Adressbildung: Altstadt soll zur „ersten“ Adresse werden, z. B. durch Profilbildung einzelner Straßen und Quartiere / Entwicklung und Förderung von Einzelhandelsclustern (wie bspw. Kunsthandwerk und Werkstätten, Konzentration von thematischen Schwerpunkten)
- Entwicklungsmaßnahmen: Umsetzung des Möblierungskonzepts zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität, Aufwertung der Achse Maximilianstraße (Leerstände beseitigen, Ansiedlung qualitätsvoller Nutzungen auch außerhalb des Handels), städtebauliche Aufwertung Obermünsterviertel und Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zur Versorgung der Bevölkerung
- Vermarktung: Fortführen der Aktion „Einkaufserlebnis Welterbe“ – Herausstellen des Einkaufserlebnisses in einer historischen Altstadt

Altstadt als das Zentrum zwischen den oberzentralen Standorten und als Tourismus-Hotspot weiterentwickeln

- Schaffung einer Verbindung und Aufwertung der Achse Bahnhof – Maximilianstraße – Altstadt zur besseren Verknüpfung der Regensburg Arcaden mit der Altstadt: Umgestaltung des Neuen Zentralen Omnibusbahnhofes und Schaffung eines attraktiven Durchgangs- und Aufenthaltsbereichs
- Ansiedlung eines altstadtnahen Regensburger Kultur- und Kongresszentrums als Frequenzbringer
- Stärkung des Shopping-Tourismus durch verbesserte Wegweisung für Touristen von den zentralen Ankunftsstellen beginnend (z. B. Bahnhof, Schiffsanlegestelle, Touristenbus-Terminal)
- Erhalt und Ausbau der Erreichbarkeit des innerstädtischen Einzelhandels über alle Verkehrsträger hinweg: u. a. Verkehrskonzept Gesamtstadt und Altstadt, Erreichbarkeitsmarketing, vorausschauende Verkehrslenkung durch den Einsatz von Parkleitsystemen, aktives und professionelles Baustellenmanagement unter Einbindung aller Akteure, Neubau Zentraler Omnibusbahnhof, Umsetzung Mobilitätsdrehscheibe Unterer Wöhrd

- Smarte Altstadt der Wissenschaft fördern
  - Altstadt bietet Ausstellungsraum / Ausstellungsfläche für „Wissen und Innovation“: Universität in der Altstadt sichtbar und erlebbar machen
  - Sicherstellung der digitalen Infrastruktur, um Kunden ein ganz neues Einkaufs- und Serviceerlebnis zu bieten (z. B. flächendeckendes WLAN in der Altstadt, Handyparken). Aber auch Handels-, Gastronomie- und Kulturbetriebe sind gefordert, gemeinsame Strategien für ihre Stadt zu entwickeln.
  - Berücksichtigung der verkehrlichen Auswirkungen des Online-Handels (z. B. Aufbau von Mikrodepots und Urban Logistic-Hubs)
- fortlaufendes Monitoring und gezielte Ansprache zur Stärkung des Standortes Altstadt
  - Akquisitionsplanung (Instrument: Akquisitionsliste)
  - „Einzelhandelsmonitor Altstadt“ zur Evaluierung fortsetzen (inkl. Passantenfrequenzanalysen; Einzelhandels-Web-GIS)
- „Wir in der Altstadt“ – Kooperation fördern
  - Fortführung des Immobilienforums Altstadt zur Information und zum Austausch für das aktive Mitwirken der Immobilieneigentümer (= change-managment)
  - Fortführung und Stärkung der Netzwerke, insbesondere der „Faszination Altstadt“ und des Stadtmarketings (Händlervereinigungen und Werbegemeinschaften als Schlüsselakteure): Fortführen der Straßenfeste, Finden gemeinsamer Maßnahmen zur Belebung der frequenzschwachen Zeiten (z. B. Eislaufbahn von Januar bis März), Entwicklung eines Marktkonzeptes für die Altstadtplätze

1.2.2 Ziel 2: „Die Regensburg Arcaden ergänzen die Altstadt und stärken die Innenstadt“

Strategie

- Sicherstellung bzw. behutsame Weiterentwicklung der Verkaufsfläche (rd. 22.000 m² Einzelhandelsverkaufsfläche, rd. 1.700 m² Dienstleistungs-/Gastronomiefläche)
- Die Regensburg Arcaden sollen das Hauptgeschäftszentrum der Altstadt ergänzen
- Die Regensburg Arcaden sollen sich hinsichtlich der Größe der Verkaufsfläche insgesamt wie auch hinsichtlich der Größe der zentrenrelevanten Sortimente (Bekleidung und Schuhe) der Altstadt unterordnen

Zielsortimente / Geschäfte / Marken

- Akzentuierung insbesondere in den Bereichen Sport, Spiel und Unterhaltungselektronik

Handlungsempfehlungen / Maßnahmen

- Prüfung der Verträglichkeit bei großflächigen Sortimentsansiedlungen/-erweiterungen im zentrenrelevanten Sortiment durch die Erarbeitung entsprechender Gutachten
- Keine Duplizierung, sondern Ergänzung des Einzelhandelsangebots in der Altstadt
- Neuansiedlungen sind per Saldo ab einer Verkaufsflächengröße ≥ 500 m² zu realisieren, um nicht in Konkurrenz zur Altstadt zu treten, sondern diese zu ergänzen.

1.2.3 Ziel 3: Das Donau-Einkaufszentrum entlastet die Altstadt als „Neben-City“

Strategie

- Sicherstellung bzw. behutsame Weiterentwicklung der Verkaufsfläche (rd. 53.000 m²)
- mögliche Erweiterung im Rahmen des geltenden Bebauungsplans (bis zu 55.000 m²)
- Das Donau-Einkaufszentrum soll das Hauptgeschäftszentrum der Altstadt entlasten
- Das Donau-Einkaufszentrum soll sich hinsichtlich der Größe der Verkaufsfläche insgesamt wie auch hinsichtlich der Größe der zentrenrelevanten Sortimente (Bekleidung und Schuhe) der Altstadt unterordnen

Zielsortimente / Geschäfte / Marken

- nach Möglichkeit Stärkung der Sortimentsbreite
- Zurückhaltung bei den zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung und Schuhe

Handlungsempfehlungen / Maßnahmen

- Prüfung der Verträglichkeit bei großflächigen Sortimentsansiedlungen/-erweiterungen im zentrenrelevanten Sortiment durch die Erarbeitung entsprechender Gutachten
- keine Duplizierung, sondern Ergänzung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt

1.3 Leitziel 3: Kurze Wege für den täglichen Einkauf – soziale Treffpunkte sichern und entwickeln

Strategie: Sicherung, Weiterentwicklung und Ausbau einer flächendeckenden dezentralen, verbrauchernahen Nahversorgung. In fußläufiger Entfernung zu den Wohngebieten, d. h. in einem Radius von bis zu 800 Metern, soll ein ausreichendes Angebot mit Gütern der Grundversorgung gewährleistet sein, das an einigen gut mit dem ÖPNV erreichbaren zentralen Standorten durch ein spezialisierteres Angebot des kurz- und mittelfristigen Bedarfs sowie ggf. ergänzende Dienstleistungen komplementiert wird. So sollen an zentralen Stellen Treffpunkte für die Kommunikation und das Zusammenleben gesichert und weiterentwickelt werden.

In Regensburg kann mit einer Abdeckungsquote von rd. 70 % der Bevölkerung, die fußläufig zu einem Lebensmittelmarkt wohnen, eine insgesamt gute wohnortnahe Versorgung festgehalten werden (vgl. hierzu V. 3. 2: Fokus Nahversorgung).

Dem demographischen Wandel begegnen, Versorgung erhalten, Qualitäten sichern – dies sind zentrale Herausforderungen für eine Gesellschaft, die älter und bunter wird. Die zunehmende Singularisierung in einer schnelllebigen Gesellschaft trägt auch an die bestehenden Nahversorgungsstrukturen neue Aufgaben und Lösungsansätze heran. Der Versorgungseinkauf der Zukunft zeichnet sich in erster Linie durch Zeitersparnis und hohe Qualitätsansprüche aus. Dies drückt sich in einer schnellen und unkomplizierten Erreichbarkeit sowie einem hochwertigen Sortiment in ansprechender Umgebung aus. Einkaufsstätten übernehmen dabei die Rolle als soziale Treffpunkte, sind Orte der Kommunikation und tragen zur Identifikation mit dem Quartier bei. Die heute schon in Regensburg dezentral und insgesamt modern ausgeprägte Nahversorgungslandschaft auf überwiegend hohem Niveau ist auch in Zukunft eine tragende Säule. Eine allumfassende Versorgung von Jung und Alt in zumutbarer Entfernung ist weiterhin zu gewährleisten.

Handlungsempfehlungen / Maßnahmen

- Stadt der kurzen Wege als Grundlage eines dichten, dezentral organisierten Versorgungsnetzes mit größeren und kleineren Standorten sichern[99]
- verbrauchernahe Versorgung bei künftigen Wohnbauprojekten mitplanen
- gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln sicherstellen
- Möglichkeiten zur E-Mobilität ausbauen (E-Ladesäulen)
- Entwicklung und Umsetzung neuer, moderner Betriebs- und Sortimentskonzepte
  - Convenience, aber auch moderne Nahversorger, die Kundenbedürfnissen entsprechen
  - Ausbau Bio- und regionale Produkte, Diät- und Allergikerprodukte, internationale Produkte, fair gehandelte Produkte
  - Gewinnung lokaler/regionaler Produzenten als starke Partner im Lebensmittelhandel
  - Berücksichtigung aktueller Konsumgewohnheiten (z. B. Unverpacktläden)
  - Verknüpfung mit gastronomischen Ansätzen
- Versorgungsqualitäten erhalten, zukünftige Versorgung sichern
  - Versorgungsstandorte durch Betriebsmodernisierungen sichern und weiterentwickeln
  - Versorgungslücken – wenn möglich – durch Neuansiedlungen schließen

99 Zur Evaluierung des Erreichten sind neben der gezielten Auswertung der Einzelhandelsdatenbank der Stadt Regensburg auch Erreichbarkeits- und Abdeckungsanalysen heranzuziehen. Darin wird untersucht, welcher Anteil der Wohnbevölkerung innerhalb einer definierten Wegstrecke den nächsten größeren Lebensmittelmarkt (VK > 400 m²) fußläufig erreichen kann (aktuell rd. 70 % der Regensburger Bevölkerung).

- alternative Versorgungskonzepte für räumlich abgesetzte Stadtteile mit geringer Mantelbevölkerung und ohne moderne Versorgungsstrukturen (z. B. temporär-mobile Angebote wie „rollender Versorger“, bürgerschaftlich organisierte Modelle)
- Qualifizierung kleinteiliger Strukturen (z. B. Lebensmittelhandwerk mit Ergänzungsprodukten)
- Funktions- und Angebotsbündelungen in Nahversorgungszentren und Berücksichtigung der verkehrlichen Auswirkungen des Online-Handels (z. B. Aufbau von Mikrodepots und Urban Logistic-Hubs, Mobilitätspunkte für Car-Sharing, Fahrradausleihe)

- Ausbau eines „Grünen Märktesystems“ (Instrument: Märktekonzept) zur Sicherung der Versorgung, insbesondere in räumlich abgesetzten Stadtteilen mit geringer Mantelbevölkerung und ohne moderne Versorgungsstrukturen, und Realisierung nachhaltigen Wirtschaftens durch Einbindung regionaler Produzenten; häufigere Wochenmärkte/grüne Märkte

1.4 Leitziel 4: Sicherung und Profilierung der dezentralen Fachmarktstandorte

Strategie: Sicherung und standortspezifische Weiterentwicklung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente mit jeweils eigenständigem Angebotsprofil

Dezentral über das Stadtgebiet verteilt tragen die vier Fachmarktstandorte zur Versorgung mit den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bzw. den Gütern des mittel- bis langfristigen Bedarfsbereichs bei. Um den langfristigen Grundbedarf an allen Standorten zu bedienen, gehören die Sortimente Bauen, Heimwerken und Gartenbedarf zur Grundausstattung eines jeden Fachmarktstandortes. Darüber hinaus zeichnet sich jeder Standort durch ein eigenes Angebotsprofil aus, das in Zukunft erhalten, weiterentwickelt bzw. geschärft werden soll.

Erläuterung

Fachmarktstandorte sind ein wichtiger Teil des Wirtschaftsstandortes Regensburg, deren Angebot zum Teil weit in das Einzugsgebiet ausstrahlt. Sie tragen damit erheblich zur Erhaltung der oberzentralen Versorgungsfunktion bei und halten in der Regel hauptsächlich nicht-zentrenrelevante Sortimente vor, die es im Umland nicht gibt. Im Sinne einer optimalen Erreichbarkeit und bestmöglichen Versorgung der Stadt sowie der Region sind die vier bestehenden Fachmarktstandorte mit jeweils eigenem Angebotsprofil das Ergebnis einer erfolgreich umgesetzten dezentralen Ansiedlungsstrategie.

Gleichwohl müssen die Standorte auch auf aktuelle Konsumgewohnheiten reagieren (können). So sind insbesondere die mittelfristigen Warengruppen stark vom Online-Handel betroffen, weshalb Anbieter zunehmend Verkaufsflächen reduzieren. Zukünftig ist somit nicht mehr durchgängig von einer Wachstumsstrategie auszugehen. Standortspezifische Entwicklungsleitlinien tragen zur Erhaltung der oberzentralen Bedeutung der einzelnen Fachmarktstandorte wie auch der Gesamt-

stadt Regensburg bei. Um der lokalen Wirtschaft (Gewerbe und Industrie) auch künftig die Existenzgrundlage in Regensburg zu erhalten, ist daher der Erhalt der Gewerbeflächen ein wichtiges Ziel.

Zielsortimente / Themenschwerpunkte

- Fachmarktstandort Bajuwaren-/Langobardenstraße
  - Angebotsschwerpunkt: Elektronik, Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf
- Fachmarktstandort Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee
  - Angebotsschwerpunkt: Bau- und Heimwerkerbedarf, Ansiedlung eines Gartenmarktes
- Fachmarktstandort Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“)
  - Angebotsschwerpunkt: Möbel und Einrichtungsbedarf, Bau- und Heimwerkerbedarf
- Fachmarktstandort Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)
  - Angebotsschwerpunkt: Angebote aus dem Bereich „Spiel, Sport, Freizeit“ (insbesondere handelsergänzende Belegung frei werdender Flächen mit Dienstleistungen und weiteren nicht-handelsbezogenen Nutzungen aus dem Sport-/Fitness- oder Eventbereich) prüfen

Handlungsempfehlungen / Maßnahmen

- Verfolgung der dezentralen Ansiedlungsstrategie zur Versorgung der Stadt und Region unter gleichzeitiger Minimierung des Einkaufsverkehrs
- Beibehaltung bzw. Schärfung thematischer Schwerpunkte für die vier existierenden Fachmarktstandorte
- Schutz der innerstädtischen Handelslagen durch Sortiments- und Verkaufsflächenbegrenzungen (z. B. verkaufsflächenbezogene Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 800 m² je Sortiment)
- Reaktion auf aktuelle Handelsentwicklungen durch Ermöglichung punktueller Schrumpfungsüberlegungen bzw. Vorhalten wertvoller Flächen für die gewerbliche Entwicklung
- genereller Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten
  - strategische Gewerbeflächenentwicklung für ortsansässige und neue Gewerbe- und Handelsbetriebe
  - Sicherung und Entwicklung von Gewerbestandorten, Sicherung des Gebietscharakters

2. Überprüfung des Sortimentskonzeptes

Das Sortimentskonzept bildet die warengruppenbezogene Grundlage für die weitere Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung und Steuerung zukünftiger Ansiedlungs-/Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

2.1 Überprüfung und Empfehlungen zur Weiterentwicklung

Bei der Überprüfung des Sortimentskonzeptes für Regensburg wird wie folgt vorgegangen (vgl. Anlage 3):

- Zunächst wird ein Abgleich der bislang verwendeten Liste[100] der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente sowie der nicht-zentrenrelevanten Sortimente mit dem aktuellen Bestand in zentralen Lagen durchgeführt (vgl. Übersicht 9). Dabei ist zu prüfen, ob die für die Stadt Regensburg als zentren- bzw. nahversorgungsrelevant definierten Sortimente nach wie vor in zentralen Lagen vertreten sind.

- Anhaltspunkte für die Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten ergeben sich aus dem vorhandenen Angebotsbestand in zentralen Lagen in Verbindung mit städtebaulichen Kriterien. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Regensburg orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt.

100 Quelle: Stadt Regensburg (2009): Rahmenkonzept für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020, S. 51 f.

Übersicht 9: Sortimentsbezogenes Leitbild der Stadt Regensburg 2008

Definition zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente der Stadt Regensburg
(Auszug aus dem „Rahmenkonzept für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020“, Stadt Regensburg 2009)

Als **zentrenrelevant** werden die nachfolgenden Sortimente (Warengruppen) definiert:

Zentrenrelevante Sortimente der Grundversorgung bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente
▪ Apotheken (Pharmazeutika)
▪ Blumenhandel (Schnittblumen)
▪ Handel mit Drogerie- und Parfümeriewaren
▪ Lebensmittelhandel (Nahrungs- und Genussmittel, Backwaren, Fleischwaren, Getränke)
▪ Handel mit Reformartikeln und Naturkostwaren (Nahrungs- und Genussmittel)
▪ Handel mit Papierwaren, (kleinerer) Bürobedarf, Schreibwaren (PBS)

Zentrenrelevante Sortimente
▪ Buchhandel
▪ Handel mit Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Geschenkartikeln, Hausrat
▪ Lederwarenhandel
▪ Handel mit Musikinstrumenten und Musikalien
▪ Schuhhandel
▪ Spielwarenhandel
▪ Handel mit Sportartikeln
▪ Textilhandel/-bekleidung
▪ Fotohandel
▪ Handel mit Gardinen, Heimtextilien
▪ Optiker
▪ Uhren- und Schmuckartikel
▪ Sammlerbedarf
▪ Elektrohandel (Elektrokleingeräte)
▪ Sanitätshäuser und medizinischer Fachhandel

Als **nicht-zentrenrelevant** werden die nachfolgenden Sortimente (Warengruppen) definiert:

Nicht-zentrenrelevante Sortimente
▪ Gartenmärkte und Gartencenter (Pflanzen, Gartenbedarf)
▪ Möbelhandel (Möbel und Einrichtungsgegenstände)
▪ Bau- und Heimwerkermärkte, Eisenwaren (Werkzeuge, Maschinen und -zubehör, Baustoffe, Bauelemente, Sanitärartikel, Herde, Öfen)
▪ Handel mit Farben, Lacken, Tapeten, Bodenbelägen, Teppichen
▪ Zweiradhandel (Fahrrad, Zweirad- und -zubehörhandel)
▪ Autoteile- und -zubehörhandel (Kraftfahrzeug-, Autoteile- und -zubehörhandel)
▪ Elektrohandel (Elektrogroßgeräte, größerer Bürobedarf, Computer, Lampen, Beleuchtung, Elektroinstallationsbedarf)
▪ Handel mit Campingartikeln
▪ Handel mit zoologischen Artikeln
▪ Handel mit Bettwaren (Bettwaren, Matratzen)

Quelle: Stadt Regensburg (2009): Rahmenkonzept zur Entwicklung des Einzelhandels für die Stadt Regensburg bis 2020, S. 51 f.

Folgende wesentliche Änderungen werden zur Weiterentwicklung empfohlen:

- Zusammenführung der Sortimente Lebensmittel und Reformartikel/Naturkostwaren
- Auflösung des Sortiments Fotohandel, da dieses Sortiment in den vergangenen Jahren zunehmend vom Markt verdrängt wurde (Substitution durch Mobilfunkgeräte, Angebote in Elektronikfachgeschäften/-fachmärkten)
- Verschiebung der Papier-/Büro-/Schreibwaren-Sortimente in die Kategorie der zentrenrelevanten Sortimente, da überwiegend nicht in den Nahversorgungszentren vertreten
- Verschiebung der Sortimente „Handel mit Campingartikeln“ in die Kategorie der zentrenrelevanten Sortimente und Zusammenführung mit kleinteiligen Sportartikeln
- Auflösung des Sortiments „Sammlerbedarf/Geschenkartikel“, da inhaltlich unbestimmt
- Auflösung des Sortiments „Handel mit Bettwaren (Bettwaren/Matratzen)“ und Zuordnung der Bettwaren zum Sortiment „Heimtextilien“ und Matratzen zum Sortiment „Möbelhandel“
- Weiterentwicklung der Begrifflichkeiten im Elektrosortiment und Sportbereich (Anpassung an dynamische Branche und Anbieter/Betriebstypen) und Aufteilung nach Groß- und Kleingeräten

2.2 Fortschreibung des Sortimentskonzeptes

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Regensburg dar und orientiert sich damit zum einen an der aktuellen räumlichen Verteilung der Warengruppen sowie an den übergeordneten Handlungsmaximen zur zukünftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Regensburg orientiert (Status quo), sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Warengruppen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Demgegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die in früheren Sortimentslisten der Stadt Regensburg oder im LEP Bayern 2018 als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränder-

ter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, in der Regensburger Sortimentsliste anders zugeordnet werden (vgl. Definition Zentrenrelevanz der Sortimente in Anlage 3).

Übersicht 10: Regensburger Sortimentsliste 2030

zentrenrelevante Sortimente	nicht-zentrenrelevante Sortimente*
▪ Bekleidung	▪ Autoteile und Autozubehör
▪ Bücher	▪ Baby- und Kinderartikel großteilig (z. B. Kinderwagen, Autositz)
▪ Elektrokleingeräte (Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik)	▪ Bau- und Heimwerkerbedarf, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren inkl. Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik	▪ Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)
▪ Heimtextilien (inkl. Bettwaren, Gardinen)	▪ Elektrogroßgeräte, großer Bürobedarf, Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Leuchten und Zubehör
▪ Musikinstrumente und Musikalien	▪ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
▪ Optik, Akustik	▪ Gartenbedarf, Pflanzen
▪ Papier-, Büro und Schreibwaren, Bürobedarf (kleinteilig)	▪ Informationstechnologie (Computer, Drucker)
▪ Sanitätswaren (medizinische und orthopädische Produkte)	▪ Möbel (inkl. Matratzen)
▪ Schuhe, Lederwaren	▪ Sportgroßgeräte, Fahrräder (inkl. E-Antriebe, Lastenräder), Fahrradzubehör, Reitsportartikel
▪ Spielwaren (ohne Elektrospiele)	▪ Zoologische Artikel (Tiere, Tierbedarf; außer Tierfutter)
▪ Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe, Sportkleingeräte)	
▪ Uhren und Schmuck	
davon nahversorgungsrelevante Sortimente	
▪ Blumen/Floristik	
▪ Gesundheit, Körperpflege, Drogerie-, Kosmetik-artikel, Parfümerie	
▪ Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabakwaren, Lebensmittelhandwerk)	
▪ Pharmazeutische Artikel/Arzneimittel (Apothekerwaren)	
▪ Tierfutter	
▪ Zeitschriften	

* Die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht als kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Sie erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Quelle: GMA-Empfehlung 2019

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung nach Zentrenrelevanz hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der verbindlichen Bauleitplanung die zentrenrelevanten Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. in den dezentralen/städtebaulich nicht-integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden. Dabei bestehen zwei Wege der Festsetzung:

- die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen,
- die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Regensburg in Verbindung mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Regensburg gesteuert werden kann.

3. Überprüfung des Standortkonzeptes

Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der zukünftigen Bewertung von Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Aus diesem Grund erfolgt im Rahmen des Standortkonzeptes eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Regensburg in eine Zentren- und Standortstruktur. Dazu werden sogenannte zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

Das geltende **Standortkonzept** der Stadt Regensburg aus dem Jahr **2008** ist vierstufig angelegt:

- Es umfasst als oberste Stufe die oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum.
- Weiterhin wurden Nahversorgungszentren abhängig von ihrer Verkaufsfläche und dem Angebot festgelegt:[101] Stadtteilzentren, Viertelszentren, Nachbarschaftszentren sowie Ladengruppen 1. und 2. Ordnung
- Hinzu kamen Fachmarktstandorte, die zum Teil ebenfalls starke Magnetwirkung auf Kunden aus dem regionalen Umfeld ausüben und zur oberzentralen Versorgungsfunktion der Gesamtstadt beitragen.
- Unter dem Begriff der „weiteren Standorte“ wurden alle sonstigen, meist solitären Einzelhandelsstandorte zusammengefasst.

Innerhalb der zuvor genannten Standortkategorien wurden 2008 als zentrale Versorgungsbereiche unterschieden:

- drei oberzentrale Standorte bzw. Teilbereiche davon mit Nahversorgungsschwerpunkt: Altstadt, Regensburg Arcaden, Donau-Einkaufszentrum

101 Vom breitesten Angebot bis hin zum kleinsten erfassten Zentrum.

- Zentren der Nahversorgung: drei Stadtteilzentren (u. a. Nordgaustraße mit Alex-Center), vier Viertelszentren (u. a. Friedrich-Viehbacher-Allee/BUZ, Kumpfmühler Straße), zehn Nachbarschaftszentren (u. a. Berliner Straße, Gewerbepark, Theodor-Heuss-Platz), sieben Ladengruppen 2. Ordnung (u. a. Brandlberger Straße, Prüfeninger Schloßstraße, Wernerwerkstraße) sowie neun Ladengruppen 1. Ordnung (u. a. Aussiger Straße, Hochweg, Prüfeninger Straße, Von-Donle-Straße) mit überwiegend Nahversorgungsfunktionen; 14 Nahversorgungsstandorte mit Aufstufungspotenzialen zu zentralen Versorgungsbereichen

Zur Überprüfung des Standortkonzeptes 2008 wurden alle ausgewiesenen Zentren und Standorte mit Aufstufungspotenzialen zu einem Zentrum ergebnisoffen anhand aktueller Abgrenzungskriterien aus der Rechtsprechung, der aktuellen Verkaufsflächenausstattung, der Versorgungsbedeutung, des Fristigkeitenmixes sowie der Zentralität[102] untersucht. Zentral waren dabei die Fragen, ob die 2008 ausgewiesenen Zentren den rechtlich bzw. städtebaulich begründeten Festlegungskriterien 2018 entsprechen und ihren zugewiesenen Versorgungsauftrag noch wahrnehmen (können).

3.1 Fortschreibung des Standortkonzeptes

Im Sinne einer **handhabbaren Zentrenstruktur** wurden die verschiedenen Zentrentypen der Nahversorgung aufgelöst und neu definiert. Im Ergebnis empfiehlt die GMA ein Standortkonzept, das folgende Zentren- und Standorttypen umfasst:

- drei oberzentrale Standorte,
- ein Nebenzentrum,
- zehn Nahversorgungszentren (davon zwei „perspektivische Nahversorgungszentren“, welche sich aktuell in der Entwicklung befinden),
- integrierte Nahversorgungslagen und -standorte sowie
- sonstige nicht-integrierte Standorte (Grundversorgungsstandorte, Fachmarktstandorte)

Die ausführliche Zentrenüberprüfung sowie Neuklassifikation und erstmalige räumliche Abgrenzung inkl. Begründung ist der Anlage 2 zu entnehmen; eine Übersicht über die Regensburger Zentrenentwicklung von 1987 bis 2030 ist in Anlage 4 dargestellt.

Unter Berücksichtigung der in Regensburg bestehenden räumlichen Einzelhandelsausstattung und der damit ausgeübten Versorgungsfunktion und Entwicklungsfähigkeit ergibt sich vor dem Hintergrund der Überprüfung des Standortkonzeptes 2008 die in Abbildung 33 bzw. Karte 10 zusammenfassend dargestellte Zentren- und Standortstruktur Regensburg 2030.

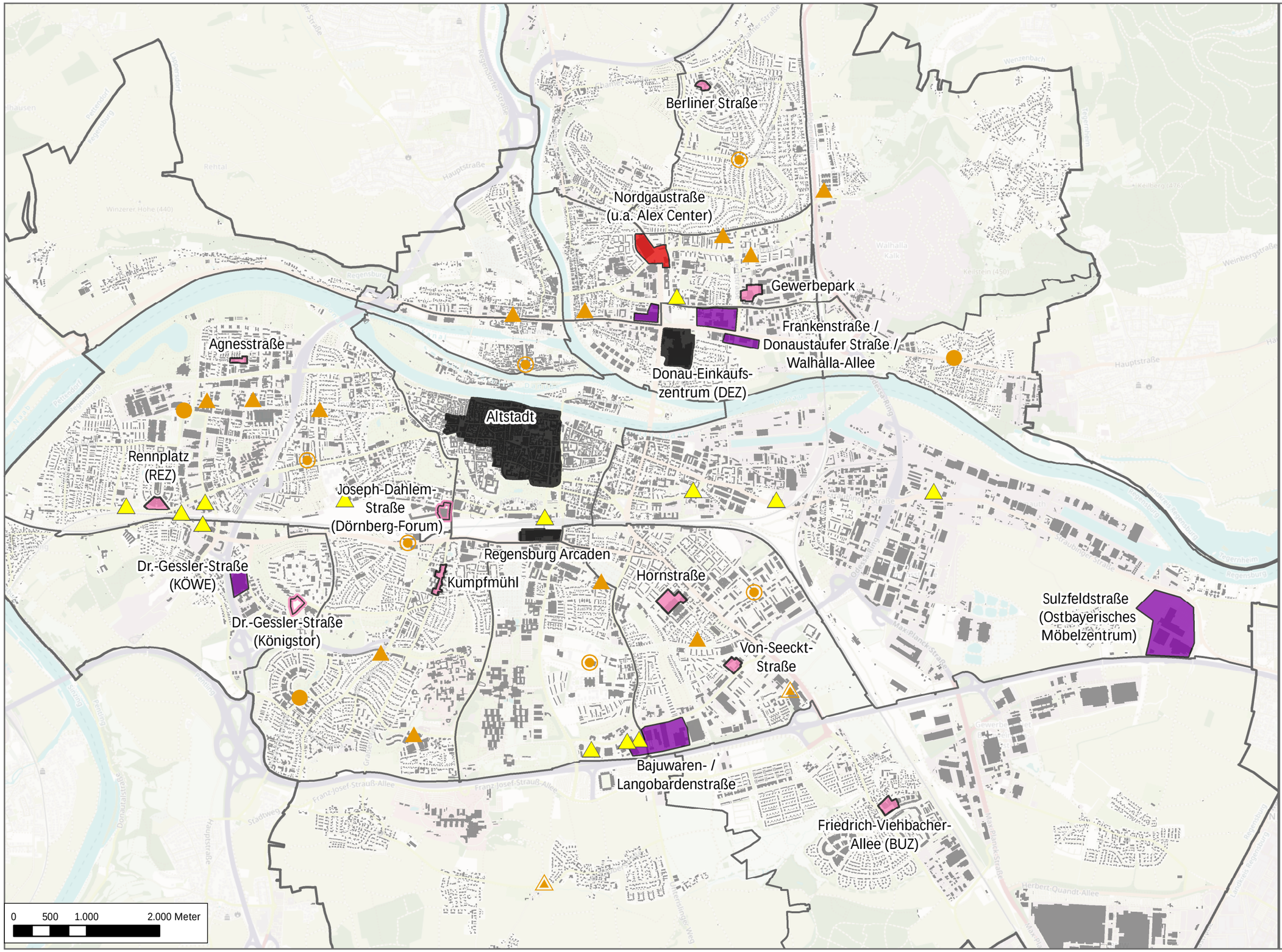
102 Umsatz-Kaufkraft-Relation in Bezug auf die Kaufkraft der Wohnbevölkerung in einem 500 – 800 m-Einzugsgebereich (tatsächliche Laufdistanzen) um das entsprechende Zentrum.

Abbildung 33: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Regensburg 2030

	zentraler Versorgungs-bereich	Versorgungs-funktion	Sortiments-schwerpunkt	Beschreibung	Standort / Lage
Innenstadt Altstadt + Regensburg Arcaden (Sonderstellung) (Ergänzungsfunktion) Donau-Einkaufszentrum (Entlastungsfunktion)	ja	gesamtstädtisch und regional	Sortimente aller Bedarfsstufen, überwiegend zentrenrelevante Sortimente	Zentrale Versorgungsbereiche gemäß: § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG	Altstadt Regensburg Arcaden Donau-Einkaufszentrum (abschließend)
Nebenzentrum	ja	teilstädtisch, zum Teil überörtlich	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente		Nordgaustraße (u. a. Alex Center) (abschließend)
Nahversorgungszentrum	ja	stadtteil-bezogen, nicht überörtlich	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente		Agnesstraße, Berliner Straße, Dr.-Gessler-Straße (Königstor), Fr.-Viehbacher-Allee (BUZ), Gewerbepark, Hornstraße, Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum), Kumpfmühl, Rennplatz (REZ), Von-Seeckt-Straße (abschließend)
integrierte Nahversorgungslage	nein	nicht über Nahbereich hinaus	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente	wohnortnahe, fußläufig erreichbare, städtebaulich integrierte Lagen mit kleinteiliger Angebotsstruktur	Beispiel: Aussiger Straße, Balwinus-/Kirchmeierstraße, Metzgerweg, Theodor-Heuss-Platz, Wernerwerkstraße (nicht abschließend)
integrierter Nahversorgungsstandort	nein	nicht über Nahbereich hinaus	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente	städtebaulich integrierte Standorte mit einem nahversorgungs-relevanten Solitärbetrieb	Beispiel: Boelckestraße, Dornierstraße, Glashüttenstraße, Hochweg, Holzgartenstraße, Steinweg (nicht abschließend)
nicht-integrierter Grundversorgungsstandort	nein	stadtteil-bezogen	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente	autokundenorientierte, städtebaulich nicht integrierte Standorte/Lagen	Beispiel: Altmühlstraße, Bukarester Straße, Franz-Hartl-Straße, Johann-Hösl-Straße, Kastenmaierstraße, Rennweg I + II (nicht abschließend)
Fachmarktstandort	nein	gesamtstädtisch und regional	überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente		Bajuwaren-/Langobardenstraße, Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee, Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum"), Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) (abschließend)

Quelle: GMA-Darstellung 2019

Karte 10: Zentren- und Standortstruktur Regensburg 2030



Legende

Zentrale Versorgungsbereiche

- Oberzentraler Standort
- Nebenzentrum
- Nahversorgungszentrum
- NVZ perspektivisch

Integrierte Lagen

- Nahversorgungslage (NVL)
- NVL perspektivisch
- Nahversorgungsstandort (NVS)
- NVS perspektivisch

Nicht-Integrierte Lagen

- Grundversorgungsstandort (GVS)
- Fachmarktstandort

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

3.2 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Entwicklungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass sich die Handelsaktivitäten vor allem in den Versorgungszentren und weniger in solitären oder dezentralen Lagen abzeichnen. Dementsprechend fokussieren die Einzelhandelsentwicklung und -steuerung der nächsten Jahre auf die zentralen Versorgungsbereiche, die als „starke Zentren" gemeinsam mit den Fachmarktstandorten sowohl die städtische als auch regionale Versorgung sichern und zur Erhaltung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Regensburg für die Region beitragen.

3.2.1 Oberzentrale Standorte

In Regensburg werden insgesamt **drei oberzentrale Standorte** mit jeweils gesamtstädtischer sowie regionaler Versorgungsfunktion ausgewiesen:

- Die **Altstadt** ist die dominierende Einkaufslage in Regensburg. Der zentrale Versorgungsbereich Altstadt beherbergt eine abwechslungsreiche Einzelhandelslandschaft, die durch attraktive Angebote an Komplementärnutzungen wie Dienstleistungen, einem umfassenden Besatz an Gastronomie oder Handwerk flankiert wird. Im Sinne einer strategischen Weiterentwicklung der Haupthandelslage ist besonderes Augenmerk auf die Stärkung der Altstadt im Sinne eines „City first"-Grundsatzes zu legen (d. h. Altstadt vor den weiteren oberzentralen Standorten). Auch in Zukunft soll sich die historische Altstadt durch einen vielfältigen und attraktiven Einzelhandelsbesatz mit einer ausgewogenen Balance zwischen individuellen mittelständischen, zum Teil inhabergeführten Fach- und Spezialgeschäften sowie bekannten Markenlabels und Filialisten auch aus dem Luxussegment in ihrem historischen Ambiente auszeichnen.
- Das moderne Einkaufszentrum **Regensburg Arcaden** befindet sich am südlichen Innenstadtrand und ergänzt als zweiter oberzentraler Standort das Angebot der Altstadt (= Ergänzungsfunktion). Gleichzeitig beherbergt es vor allem flächenintensivere Angebotsformate, für die in der Altstadt keine ausreichend großen Flächen zur Verfügung stehen. Die Regensburg Arcaden stellen einen attraktiven und regional bedeutsamen Einzelhandelsstandort innerhalb der Regensburger Innenstadt dar und tragen zur Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Gesamtstadt für die Region bei.
- Dem **Donau-Einkaufszentrum** kommt als drittem oberzentralem Standort im Regensburger Norden eine Entlastungsfunktion für die Altstadt zu. Im Stadtbezirk Weichs gelegen stellt es als „Nebencity" den größten Einkaufsstandort nördlich der Donau mit regionaler Ausstrahlungskraft dar. Wie die Regensburg Arcaden trägt auch das Donau-Einkaufszentrum zur Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Gesamtstadt für die Region bei.

Mit Blick auf die Zentrenhierarchie nehmen alle drei Standorte die gleiche Bedeutung ein. Vor dem Hintergrund der übergeordneten Handlungsmaximen wird auch weiterhin die konsequente Vernetzung der oberzentralen Standorte empfohlen (z. B. noch engere Bustaktung innerhalb der Innenstadtzone zur Minimierung des Einkaufsverkehrs).

3.2.2 Nebenzentrum Nordgaustraße (Alex-Center)

Als **Nebenzentrum** wird in Regensburg der Umgriff des Alex-Centers an der Nordgaustraße mit dem gegenüberliegenden Bürgerbüro, dem Bereich mit dem Norma Discounter und einem Getränkemarkt sowie der Ladenzeile „Isarstraße 1“ ausgewiesen. Das Nebenzentrum „Nordgaustraße, u. a. Alex-Center“ liegt am Rande des Stadtbezirkes Reinhausen und verfügt über eine teilstädtische, ausschnittsweise sogar über eine überörtliche Bedeutung. Das Nebenzentrum übernimmt aufgrund seiner spezifischen Handelsausstattung im Stadtbezirk sowie im weiteren Standortumfeld sowohl im Lebensmittel- als auch im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich wichtige Versorgungsfunktionen. Darüber hinaus wird die Funktion des Nebenzentrums durch das Vorhandensein öffentlicher wie privater Dienstleistungsangebote sowie Bildungseinrichtungen (u. a. Bank, Bürgerbüro, Stadtteilbücherei) begründet. Aufgrund der überörtlichen Bedeutung unterscheidet es sich von den Nahversorgungszentren. Gleichzeitig verfügt das Nebenzentrum nicht über die Angebotsvielfalt der oberzentralen Standorte und nimmt somit eine „Zwischenposition“ ein.

3.2.3 Nahversorgungszentren (NVZ)

Des Weiteren werden in Regensburg insgesamt zehn **Nahversorgungszentren** (NVZ) als zentrale Versorgungsbereiche zur Versorgung der Wohnquartiere – überwiegend im kurzfristigen Bedarfsbereich – ausgewiesen. Hiervon werden aktuell noch zwei Nahversorgungszentren als „perspektivische Nahversorgungszentren“ geführt, da eine Entwicklung zum gegenwärtigen Zeitpunkt bereits stattfindet oder konkrete Entwicklungsplanungen vorliegen. In dem Interesse, zukünftig starke Nahversorgungszentren mit einer hohen Leistungsfähigkeit zu erhalten und in einem dezentralen Standortnetz zur optimalen Versorgung der Wohnbevölkerung weiter zu entwickeln, erfolgt hier die Bündelung der Angebote zur Nahversorgung sowie öffentlicher Einrichtungen, Dienstleistungen aller Art sowie die Abhaltung von Märkten (z. B. Kumpfmühl).

Im Einzelnen werden folgende Standortbereiche als Nahversorgungszentren ausgewiesen:

- **NVZ Agnesstraße** im Stadtbezirk Westenviertel, rd. 1.000 m² VK, Magnetbetrieb Netto (800 m² VK) zzgl. ergänzende Angebote
- **NVZ Berliner Straße** im Stadtbezirk Konradsiedlung – Wutzlhofen, rd. 1.215 m² VK, Magnetbetrieb EDEKA (1.080 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk sowie Apotheke
- **NVZ Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)** im Stadtbezirk Burgweinting, rd. 3.200 m² VK, Magnetbetriebe EDEKA (1.200 m² VK) und Lidl (1.050 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk, Getränkemarkt, Floristik- und Bekleidungsgeschäft
- **NVZ Gewerbepark** im Stadtbezirk Reinhausen, rd. 3.285 m² VK, ausschließlich klein- und mittelflächige Betriebe, Angebot überwiegend im Bereich nahversorgungsrelevanter Sortimente, hohe Versorgungsfunktion auch für Büros/gewerbliche Nutzungen im unmittelbaren Standortumfeld

- **NVZ Hornstraße** im Stadtbezirk Kasernenviertel, rd. 5.480 m² VK, Magnetbetriebe E-Center (2.200 m² VK), Penny (800 m² VK) und Norma (750 m² VK) zzgl. Drogeriefachmarkt, Getränkemarkt, Apotheke, Bekleidungsgeschäft
- **NVZ Kumpfmühl** im Stadtbezirk Kumpfmühl – Ziegetsdorf – Neuprüll, rd. 1.730 m² VK, historisch gewachsene Baustruktur mit kleinteiligem Geschäftsbesatz, keine Magnetbetriebe (Handelsbesatz ausschließlich unter 400 m² VK je Einzelbetrieb), Angebote im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich sowie Wochenmarkt an zwei Vormittagen
- **NVZ Rennplatz (REZ)** im Stadtbezirk Westenviertel, rd. 2.925 m² VK, Magnetbetrieb EDEKA (1.200 m² VK) zzgl. Biosupermarkt und Drogeriefachmarkt, außerdem Angebote im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich (u. a. Bücher, Schreibwaren, Optiker, Sanitätswaren) sowie Dienstleistungen (u. a. Post)
- **NVZ Von-Seeckt-Straße** im Stadtbezirk Kasernenviertel, rd. 2.220 m² VK, Magnetbetrieb REWE (870 m² VK) zzgl. Getränkemarkt und Drogeriefachmarkt sowie Apotheke und Elektrofachgeschäft

Geplant (perspektivisch) sind folgende Nahversorgungslagen:

- **NVZ (perspektivisch) Dr.-Gessler-Straße (Königstor)** im Stadtbezirk Großprüfening - Dechbetten – Königswiesen, Nahversorgungszentrum in Planung, Magnetbetriebe perspektivisch REWE (rd. 2.750 m² VK) und Netto (rd. 1.100 m² VK) zzgl. Apotheke
- **NVZ (perspektivisch) Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)**[103] im Stadtbezirk Westenviertel, aktuell rd. 2.440 m² VK, Nahversorgungszentrum in Entwicklung, Magnetbetriebe EDEKA (1.850 m² VK) und Alnatura (830 m² VK) zzgl. weiter Biosupermarkt und Lebensmittelhandwerk

3.3 Sonstige integrierte Lagen (Nahversorgungslagen und -standorte)

3.3.1 Integrierte Nahversorgungslagen

Die integrierten **Nahversorgungslagen** (NVL) in Regensburg bilden Standorte, welche der wohnortnahen, fußläufigen Nahversorgung dienen. Diese Lagen weisen vereinzelt Ansätze der Zentrumsbildung auf, sofern sie im Verbund mit anderen Einzelhandelsbetrieben oder Dienstleistern stehen. Die Gesamtausstattung reicht jedoch insbesondere hinsichtlich des funktionalen Gewichts (Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus) bzw. der Multifunktionalität nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs aus. Folgende Nahversorgungslagen wurden in Regensburg identifiziert:

- NVL Metzgerweg mit Lidl, rd. 1.000 m² VK
- NVL Theodor-Heuss-Platz mit Norma, rd. 590 m² VK
- NVL Wernerwerkstraße mit REWE und Rossmann, rd. 1.920 m² VK

103 Stand der Einzelhandelserfassung: 09/2018 – 10/2018. Zwischenzeitlich haben EDEKA mit rd. 1.850 m² VK und Alnatura mit rd. 830 m² VK am Standort „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“ eröffnet. Vereinbarungsgemäß wird der Standortbereich als „perspektivisches“ Nahversorgungszentrum geführt.

Geplant (perspektivisch) sind folgende Nahversorgungslagen:

- NVL (perspektivisch) Aussiger Straße mit Netto, rd. 800 m² VK
- NVL (perspektivisch) Balwinus-/Kirchmeierstraße mit Aldi, rd. 1.080 m² VK sowie einem weiterem Lebensmittelmarkt
- NVL (perspektivisch) Fort-Skelly-Straße mit einem Lebensmittelmarkt sowie ergänzenden Angeboten auf rd. 1.850 m² VK
- NVL (perspektivisch) Prüfeninger Straße mit einem Lebensmittelmarkt und ergänzenden Angeboten
- NVL (perspektivisch) Stadtamhof mit einem Lebensmittelmarkt und ergänzenden Angeboten
- NVL (perspektivisch) Zeißstraße mit einem Nahversorger zzgl. Bäckerei und Metzgerei

3.3.2 Integrierte Nahversorgungsstandorte

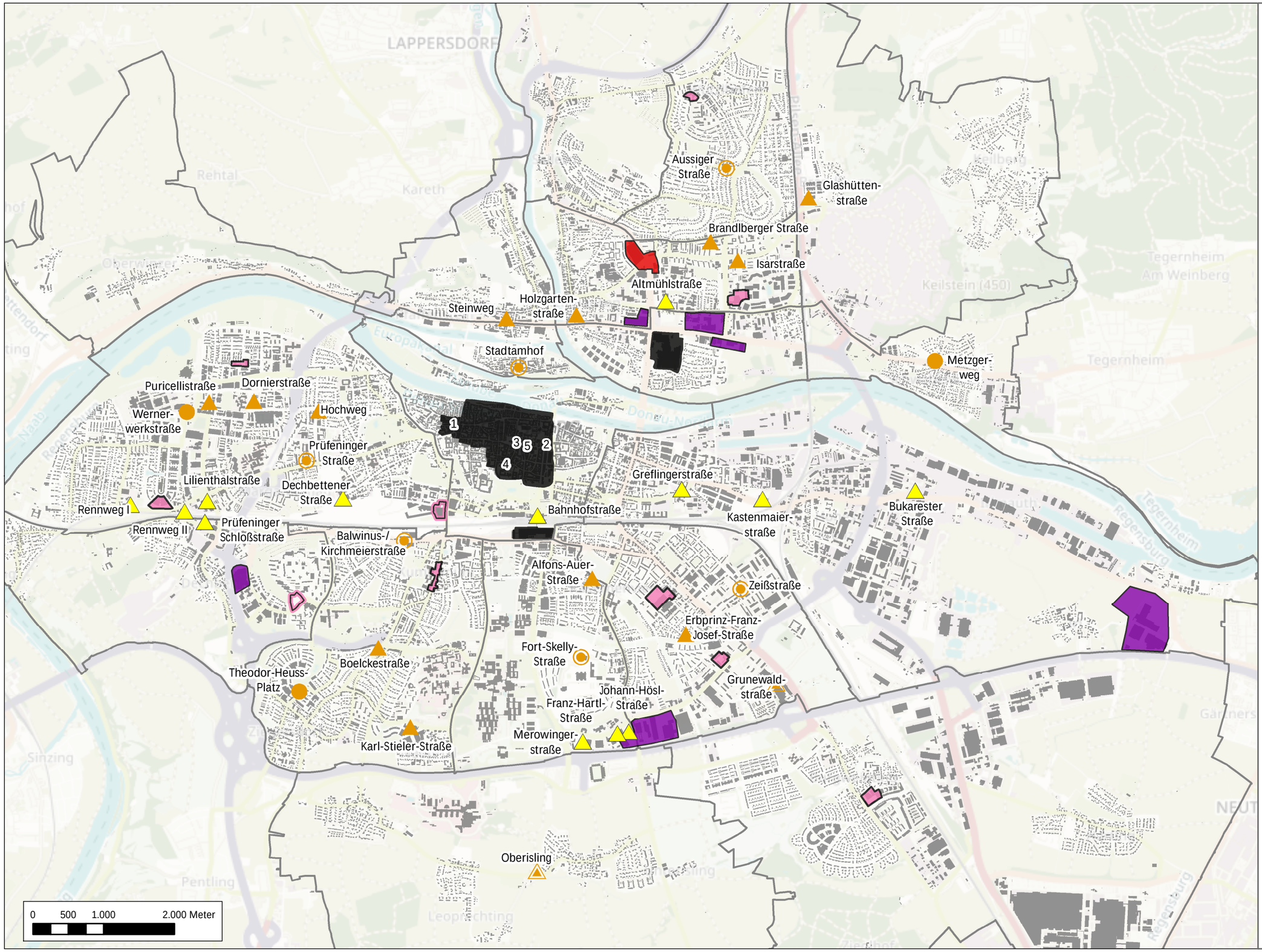
Die integrierten **Nahversorgungsstandorte** (NVS) bestehen in der Regel aus solitär gelegenen Lebensmittelmärkten, die fußläufig gut erreichbar sind und ebenfalls wichtige, wohnortnahe Versorgungsfunktionen in der Fläche übernehmen. Da sie ebenfalls keine maßgeblichen Versorgungsfunktionen über den unmittelbaren Nahbereich entfalten, stellen sie keine zentralen Versorgungsbereiche dar. In Regensburg wurden folgende Standorte als Nahversorgungsstandorte klassifiziert:

- NVS Alfons-Auer-Straße mit Prima Markt, rd. 600 m² VK
- NVS Boelckestraße mit EDEKA, rd. 1.270 m² VK
- NVS Brandlberger Straße mit Penny, rd. 530 m² VK
- NVS Dornierstraße mit Netto, rd. 430 m² VK
- NVS Erbprinz-Franz-Joseph-Straße mit Netto, rd. 580 m² VK
- NVS Glashüttenstraße mit REWE, rd. 1.480 m² VK
- NVS Hochweg mit Netto, rd. 260 m² VK
- NVS Holzgartenstraße mit Netto, rd. 670 m² VK
- NVS Isarstraße mit EDEKA, rd. 300 m² VK
- NVS Karl-Stieler-Straße mit EDEKA, rd. 730 m² VK
- NVS Puricellistraße mit Norma, rd. 880 m² VK
- NVS Steinweg mit Norma, rd. 380 m² VK

Geplant (perspektivisch) sind folgende Nahversorgungsstandorte:

- NVS (perspektivisch) Grunewaldstraße mit einem Lebensmitteldiscounter, rd. 1.200 m² VK
- NVS (perspektivisch) Oberisling mit einem Lebensmittelmarkt

Karte 11: Nahversorgungskonzept Regensburg 2030



Legende

Zentrale Versorgungsbereiche

- Oberzentraler Standort
- Nebenzentrum
- Nahversorgungszentrum
- NVZ perspektivisch

Integrierte Lagen

- Nahversorgungslage (NVL)
- NVL perspektivisch
- Nahversorgungsstandort (NVS)
- NVS perspektivisch

Nicht-Integrierte Lagen

- Grundversorgungsstandort (GVS)
- Fachmarktstandort

Fokus Altstadt Nahversorgungsschwerpunkte

(1) Arnulfsplatz
(2) Dachauplatz
(3) Neupfarrplatz
(4) Obermünsterstraße (perspektivisch)
(5) Schwarze-Bären-Straße

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

3.4 Sonstige nicht-integrierte Lagen (Grundversorgungsstandorte, Fachmarktstandorte)

3.4.1 Nicht-integrierte Grundversorgungsstandorte

Bei den **nicht-integrierten Grundversorgungsstandorten** (GVS) handelt es sich um überwiegend autokundenorientierte Standorte. Diese Standorte sind siedlungsräumlich nicht eingebunden und weisen in der Regel kein ausgeprägtes Wohnumfeld auf. Einzelhandels- und Komplementärnutzungen sind in diesen Lagen kaum vorhanden und tragen – falls vorhanden – nicht zur wohnortnahen Grundversorgung bei.

In Regensburg sind folgende strukturprägende **Lebensmittelanbieter in siedlungsräumlich nicht-integrierten Lagen** vorhanden:

- GVS Altmühlstraße mit Lidl, rd. 1.150 m² VK
- GVS Bahnhofstraße mit Norma, rd. 490 m² VK
- GVS Bukarester Straße mit Norma, rd. 780 m² VK
- GVS Dechbettener Straße mit Il Mercato, rd. 550 m² VK
- GVS Franz-Hartl-Straße mit Netto, rd. 900 m² VK
- GVS Greflingerstraße mit Lukullus, rd. 400 m² VK
- GVS Johann-Hösl-Straße mit Aldi, rd. 1.200 m² VK
- GVS Kastenmaierstraße mit REWE Center, rd. 3.050 m² VK
- GVS Lilienthalstraße mit REWE, rd. 880 m² VK
- GVS Merowingerstraße mit Lidl, rd. 1.200 m² VK
- GVS Prüfeninger Schloßstraße mit Lidl, rd. 1.050 m² VK
- GVS Rennweg I mit Aldi, rd. 900 m² VK
- GVS Rennweg II mit Netto, rd. 800 m² VK

3.4.2 Fachmarktstandorte

In Regensburg werden insgesamt vier **Fachmarktstandorte** ausgewiesen. Bei diesen Standorten handelt es sich vorwiegend um autokundenorientierte Standorte mit großflächigen Angebotsformaten des überwiegend nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereichs in städtebaulich nicht-integrierten Lagen. Für die zukünftige Entwicklung dieser Standorte soll an dem bisherigen Grundsatz der dezentralen Konzentration festgehalten werden, großflächige Einzelhandelsbetriebe bzw. Fachmärkte des mittel- bis langfristigen Bedarfs mit in erster Linie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an wenige Standorte mit einem jeweils eigenständigen Angebotsschwerpunkt zu bündeln. Diese Strategie ist insbesondere vor dem Hintergrund zu sehen, dass alle vier Fachmarktstandorte bereits heute in hohem Maße zur Erhaltung und Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Regensburg beitragen. Dabei verfügen einzelne Standorte über eine zum Teil deutlich überregionale Ausstrahlungskraft (z. B. Möbelcluster an der Sulzfeldstraße).

In Regensburg sind die folgenden Fachmarktstandorte zu nennen:

- Fachmarktstandort Bajuwaren-/Langobardenstraße
- Fachmarktstandort Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee
- Fachmarktstandort Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“)
- Fachmarktstandort Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind auch weiterhin standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich. Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter/nahversorgungsrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss des großflächigen Einzelhandels im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsbereich orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der zuvor beschriebenen Zentren- und Standortstruktur in Regensburg sortiments- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.[104]

[104] Hinweis: Die sich aktuell in Genehmigung und in Vorbereitung befindlichen Standorte (vor allem Kirchmeierstraße) bleiben hiervon ausgenommen.

Übersicht 11: Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zentrale Versorgungsbereiche (abschließend)	Zentrenrelevante Kernsortimente	Nahversorgungs-relevante Kernsortimente	Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente	Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (nicht abschließend)
Oberzentrale Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden, Donau-Einkaufszentrum	uneingeschränkte Ansiedlung in der Altstadt[1]	uneingeschränkte Ansiedlung in der Altstadt[1]	uneingeschränkte Ansiedlung in der Altstadt[1]	
Nebenzentrum Nordgaustraße (u. a. Alex Center)	großflächig[2]	großflächig[2]	großflächig	
Nahversorgungszentren (z. B. Agnesstraße, Berliner Straße, Rennplatz (REZ)	kleinflächig	großflächig[2]	kleinflächig[3]	
	kleinflächig[3]	kleinflächig und ausnahmsweise großflächig[2]	kleinflächig[3]	**Integrierte Nahversorgungslagen** (z. B. Th.-Heuss-Platz)
	kleinflächig[3]	kleinflächig und ausnahmsweise großflächig[2]	kleinflächig[3]	**Integrierte Nahversorgungsstandorte** (z. B. Holzgartenstraße, Hochweg)
	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	**nicht-integrierte Grundversorgungs-standorte** (z. B. Prüfeninger Schloßstraße)
	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	großflächig[4]	**Fachmarktstandorte** (z. B. Sulzfeldstraße)

[1] Beibehaltung der bisherigen Größenbeschränkungen für Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum unter der Maßgabe des Schutzes der Altstadt; maßvolle Entwicklung der Regensburg Arcaden und des Donau-Einkaufszentrums nach Einzelfallprüfung möglich

[2] Einzelfallprüfung ab 800 m² VK (zentrenrelevant) bzw. 1.200 m² VK (nahversorgungsrelevant) erforderlich: keine negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und integrierte Nahversorgungslagen und -standorte (vgl. Prüfschema Kapitel VIII.5); Vorbehaltlich der Entwicklung von Sonderfällen, die dazu geeignet sind, einen nennenswerten Beitrag zur Handelsattraktivität der Stadt Regensburg zu leisten (vgl. Prüfschema Kapitel VIII.5)

[3] Einzelfallprüfung erforderlich (Abgleich mit städtebaulichen Zielsetzungen und Erhaltung des Nahversorgungsschwerpunktes)

[4] Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 800 m² je Sortiment

Quelle: GMA-Empfehlungen 2019

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.1.1 Oberzentrale Standorte: Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum

Für die oberzentralen Standorte sollte zunächst keine Beschränkung hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Innerhalb der Altstadt, der Regensburg Arcaden und des Donau-Einkaufszentrums sind grundsätzlich alle Sortimentsgruppen sowohl klein- als auch großflächig möglich.

Jedoch ist auf die vorrangige Position der **Altstadt** zu verweisen, die als dominierende Einkaufslage besondere Aufmerksamkeit erfahren soll. Die zukünftigen Entwicklungsbestrebungen sind auf die Erhaltung des verkaufsflächenmäßigen Status quo (rd. 70.000 m²) zu konzentrieren, um den quantitativ größten Handelsstandort zu erhalten. Mögliche Potenzialstandorte innerhalb der Altstadt sind – wenn auch in überschaubarem Umfang – vorhanden. Darüber hinaus kann eine Weiterentwicklung der Altstadt innerhalb des Einzelhandelsbestandes erfolgen oder durch eine Verknüpfung des Einzelhandels mit anderen Nutzungen (Stichwort: Gastronomie, Kultur, Wissenschaft) die Zentrenfunktion gestärkt werden. Mit der Ausweisung als oberzentraler Standort und einer Konzentration zentrenrelevanter Sortimente in Größenordnungen mit gesamtstädtischer und regionaler Bedeutung wird der hervorgehobenen Versorgungsbedeutung der Altstadt von Regensburg Rechnung getragen (vgl. Kapitel VIII.1.2).

Für die **Regensburg Arcaden** und das **Donau-Einkaufszentrum** ist anzumerken, dass sie als Managementimmobilien gewisse Spielräume hinsichtlich der Angebotslenkung und Schwerpunktbildung besitzen. In ihrer Funktion als oberzentrale Standorte tragen sie maßgeblich zur Gewährleistung der oberzentralen Versorgungsfunktion bei. Eine Weiterentwicklung der Einkaufszentren ist allerdings nur im Bestand unter Beibehaltung der bisherigen Größenbeschränkungen und unter der Maßgabe des Altstadtschutzes vorgesehen (vgl. Kapitel VIII.1.2).

4.1.2 Nebenzentrum Nordgaustraße (u. a.Alex-Center)

Das Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“ übernimmt im Regensburger Norden stadtbezirksübergreifende Versorgungsaufgaben und verfügt teilweise über eine überörtliche Versorgungsfunktion. Auch hier ist grundsätzlich die Realisierung von zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sowohl groß- als auch kleinflächig möglich. Allerdings ist auf eine standortangepasste Dimensionierung der geplanten Flächen zu achten. So sind bei großflächigen Vorhaben mit über 800 m² Verkaufsfläche bzw. mit über 1.200 m² mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten Einzelfallprüfungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO erforderlich, die zur Bewertung möglicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und integrierte Nahversorgungslagen geeignet sind. Hier ist der Einflussbereich möglicher Neuansiedlungen im Detail zu untersuchen. Der schon heute bestehende Verkaufsflächenschwerpunkt im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente soll auch zukünftig erhalten bleiben.

4.1.3 Nahversorgungszentren

Innerhalb der Nahversorgungszentren soll perspektivisch insbesondere nahversorgungsrelevanter Einzelhandel (groß- und kleinflächig) realisiert werden (Angebotsschwerpunkt). Darüber hinaus trägt nicht-großflächiger Handel mit zentrenrelevanten Sortimenten zur arrondierenden Ergänzung bei. Die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit zentrenrelevanten und mit nicht-zentren-

relevanten Sortimenten wird hier ausgeschlossen. Die Nahversorgungszentren übernehmen insbesondere eine Versorgungsfunktion im Bereich der Nahversorgung auf Unterbezirks-/Quartiersebene. Entsprechend ist auch hier bei einer Prüfung der Zulässigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auf eine der Versorgungsbedeutung des zentralen Versorgungsbereiches entsprechende Dimensionierung der Verkaufsflächen zu achten.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.2.1 Städtebaulich integrierte Lagen (Nahversorgungslagen und -standorte)

Insbesondere Nahversorgungslagen weisen häufig bereits Zentrumsansätze auf und übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wenngleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht bzw. auch nicht beabsichtigt ist. Zu den siedlungsräumlich integrierten Lagen zählen alle wohnortnahen Lagen des Einzelhandels. Neben kleinflächigen Betrieben können großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ausnahmsweise zulässig sein, sofern sie keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO hervorrufen. Darüber hinaus muss die Ansiedlung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen. Dabei sind insbesondere folgende Kriterien im Rahmen der erforderlichen Einzelfallbetrachtung zu überprüfen: Netzabdeckung, fußläufige Erreichbarkeit, Einbindung in das ÖPNV-Netz, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen. Die Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (klein-/großflächig) sind im Sinne der vorrangigen Nahversorgungsfunktion dieser Standorte auszuschließen. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen (vgl. Kapitel VIII.1.3).

4.2.2 Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen (Grundversorgungsstandorte)

Grundversorgungsstandorte in städtebaulich nicht-integrierten, zum Teil dezentralen Lagen sollen künftig nicht weiterentwickelt werden.

Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten sollten im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Regensburg bis 2030 in Gewerbe- und Industriegebieten vollständig ausgeschlossen werden. Diese Lagen sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden.

Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevante) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitete Produkte (sogenannter

Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sogenannten Annexhandels ist gegeben, wenn dieser

- in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetriebes steht,
- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse deutlich untergeordnet ist und
- das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, die handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden, besteht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung innerhalb von Regensburg zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, vor allem im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen (vgl. hierzu Kapitel VIII.5).

4.2.3 Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen (Fachmarktstandorte)

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte an den Fachmarktstandorten Bajuwaren-/Langobardenstraße, Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee, Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) sowie Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (großflächig und nicht-großflächig) zukünftig planungsrechtlich ausgeschlossen werden.[105] An diesen Standorten sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (insbesondere großflächige Betriebe) konzentriert werden, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Hierbei ist die thematische Ausrichtung des jeweiligen Fachmarktstandortes zu beachten (vgl. Kapitel VII. 4.3 und VIII.3.4). Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz. Zur Sicherung der Standorte und der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zwingend zu untersuchen.

105 In diesem Zusammenhang ist auf den heute vorhandenen umfassenden Besatz an Nahversorgungsbetrieben (real,- SB-Warenhaus, Alnatura, Aldi, Netto) an der Donaustaufer Straße hinzuweisen, die Bestandsschutz genießen.

durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen und Erweiterungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. Im Rahmen des Bebauungsplans gilt es, die zentrenrelevanten Randsortimente abschließend zu definieren. Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente[106] auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m² je Sortiment notwendig.

5. Prüfschema

Ergänzend zu den vorab klar formulierten Steuerungsregelungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsansiedlungen wurden für die beiden Fallkonstellationen

- Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowie
- Vorhaben als Sonderfälle des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten

zwei Prüfschemata entwickelt, die der ersten transparenten und vergleichbaren Einordnung von Anfragen durch die Verwaltung dienen. Diese beiden Fallkonstellationen werden selbst im Lichte der Online-Entwicklung auch zukünftig im Rahmen der täglichen Praxis vor Ort ihre Relevanz, zumindest mittelfristig, behalten.

106 Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben (z. B. Möbelhaus mit Kernsortiment Möbel und Randsortimenten im Bereich Glas/Porzellan/Keramik, Dekorationsartikel, Heimtextilien etc.). Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

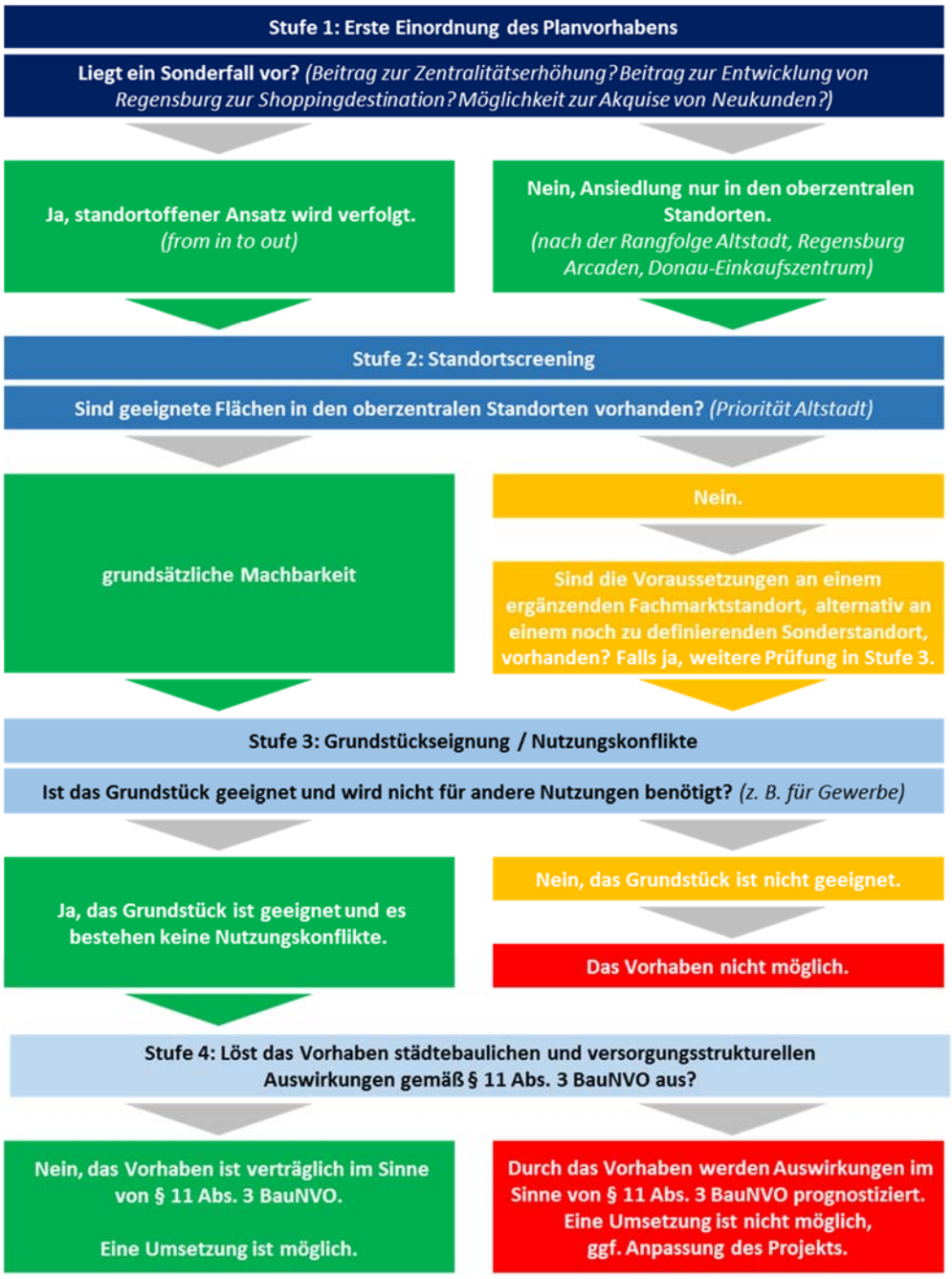
Übersicht 12: Prüfschema zur Steuerung von Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (Erweiterung, Neuansiedlung)

- Ziel: Sicherung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung

Quelle: GMA-Darstellung 2019

Übersicht 13: Prüfschema im Umgang mit Sonderfällen des Einzelhandels für zentrenrelevante Sortimente

- Ziel: Beitrag zur Sicherung und zum Ausbau der oberzentralen Versorgungssituation sowie der Attraktivität von Regensburg als Handelsstandort



Quelle: GMA-Darstellung 2019

6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2030

Das vorliegende „Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030“ wurde in enger Abstimmung mit der Stadt Regensburg, dem Kleinen und Großen Arbeitskreis Einzelhandel sowie unter der Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern und weiteren Interessierten zur Thematik der Nahversorgung erarbeitet. Unterstützt wurden die Erkenntnisse durch ein umfassendes Befragungsset.

Um eine Verbindlichkeit dieser sogenannten informellen Planung herzustellen, sind folgende Punkte notwendig:

- **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Stadtrat von Regensburg**[107] als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage der vorliegenden Analyse. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
  - Städtebauliche Ziele der Stadt Regensburg für die Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel VIII. 1)
  - Regensburger Sortimentsliste (vgl. Kapitel VIII. 2 in Verbindung mit Anlage 3)
  - Festlegung der Zentren- und Standortstruktur zzgl. Festlegung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel VIII. 3 in Verbindung mit Anlage 2)
  - Steuerungsempfehlungen für die Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel VIII. 4)
- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung:** Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten vor allem im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes entgegensteht. [108]
- Ein häufiges Abweichen vom Konzept entwertet dieses nicht nur, sondern wird auch von den Gerichten als „vorsätzliche Missachtung“ gewertet. In diesem Fall stellt auch ein beschlossenes Einzelhandelskonzept keinen Abwägungsbelang im Sinne des BauGB dar, Rechtssicherheit von Planungen ist nicht mehr gegeben.

107 Eine sortiments- und standortregelnde Bauleitplanung ohne Beschluss als Konzept nach § 1 Abs. 3 Nr. 11 BauGB ist nicht möglich.

108 Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

- Schlussendlich haben Erfahrungen auch aus anderen Städten gezeigt, dass es nicht ausreichend ist, ein gutes Konzept zu erarbeiten und dieses zu beschließen; vielmehr geht es um einen fortwährenden Umsetzungsprozess, getragen von allen Beteiligten. Hier kann ein Konsultationskreis, ggf. gemeinsam mit dem Umland, zur Abstimmung großflächiger Einzelhandelsvorhaben einen wichtigen Beitrag leisten.

Das vorliegende Gutachten ist zzgl. aller Anlagen als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Regensburg zu verstehen. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das mittelfristig (in der Regel etwa 5 – 10 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

IX. Zusammenfassung

1. Ausgangssituation

Die einzelhandelsbezogenen Entwicklungen in Regensburg in den vergangenen zehn Jahren sind das Ergebnis intensiver Anstrengungen der Stadt Regensburg hinsichtlich einer geordneten und zielgerichteten (Weiter-)Entwicklung des lokalen Einzelhandels. Die Stadt steuert seit 1987 die Einzelhandelsentwicklung, aktuell auf Grundlage des 2009 beschlossenen „Rahmenkonzeptes für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020".

In den zurückliegenden Jahren hat sich der Handel selbst wie auch seine Umfeldbedingungen in Regensburg sowie in ganz Europa gewandelt:

- Der Handel verändert sich ständig: Die Einzelhandelsunternehmen setzen in einem ausdifferenzierten Wettbewerb der Betriebsformen, Standorte und Vertriebskanäle zunehmend auf **ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien**.
- In der europäischen Konkurrenz der Regionen und im regionalen Wettbewerb der Zentralen Orte stehen die **strategischen Zielsetzungen für die Handelsentwicklung** auf dem Prüfstand.
- Die **rechtlichen Rahmenbedingungen** haben ebenfalls Veränderungen erfahren: Hier ist neben der landes- und regionalplanerischen Steuerung die mittlerweile ausdifferenzierte Rechtsprechung (z. B. hinsichtlich der Begrifflichkeiten, der Festsetzungs- und Abgrenzungserfordernisse zentraler Versorgungsbereiche) zu nennen. Zudem beobachtet die EU die räumliche Einzelhandelssteuerung kritisch.

Vor diesem Hintergrund und um den Handelsstandort Regensburg in einem sich dynamisch ändernden Marktumfeld zukunftsfähig aufstellen zu können, hat die Stadt Regensburg 2018 die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro München, mit der Fortschreibung des „Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Regensburg 2030" beauftragt.

Die Fortschreibung basiert auf einer umfassenden Nachfrage- und Angebots- sowie städtebaulich-funktionalen Analyse und berücksichtigt übergeordnete Planwerke der Stadt Regensburg. Ferner wurde sie als dialogorientiertes Projekt in enger Zusammenarbeit mit Politik, Verwaltung und weiteren Akteuren aus Wissenschaft, Handel und Tourismus entwickelt und gemeinsam mit der Auftraggeberin ausgearbeitet. Dabei gewährleistete die Facharbeitsgruppe „Kleiner Arbeitskreis Einzelhandel" die fachlich aktive Begleitung und Abstimmung. Die Einbindung von Einzelhandel, Innenstadtakteuren und Politik wurde über die Einrichtung des „Großen Arbeitskreises Einzelhandel" sichergestellt. Zur Erhöhung der empirischen Dichte wurden weiterhin mit Einzelhändlern, Experten bzw. Verbandsvertretern umfangreiche Leitfadengespräche geführt und die Bürgerinnen und Bürger durch telefonische Haushaltsbefragungen, eine mehrtägige Passanten- und Gästebefragung in den oberzentralen Standorten Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-

Einkaufszentrum sowie an zwei Nahversorgungstagen eingebunden. Die Grundlagenermittlung zzgl. Konzeptfortschreibung stützt sich somit auf einen breiten fachlich orientierten Prozess, wodurch die Erfahrungen und Meinungen von rund 4.000 Personen eingeflossen sind. Auf diese Weise ermöglicht das fortgeschriebene Konzept die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene auf der Basis einer breiten Akzeptanz.

Durch Beschluss des Stadtrates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem „städtebaulichen Entwicklungskonzept" gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage besonders zu berücksichtigen.

Nachstehend werden die grundlegenden Eckpfeiler des aktualisierten Rahmenkonzepts zusammenfassend dargestellt:

- Rahmendaten zur Angebots- und Nachfragesituation (GMA-Datengrundlage 2018)
- übergeordnete Leitziele für eine nachhaltige Einzelhandelssteuerung in Regensburg
- aktualisiertes Sortimentskonzept
- aktualisiertes Standortkonzept
- verbindliche Ansiedlungsregelungen

2. Rahmendaten zur Nachfrage- und Angebotssituation in Regensburg

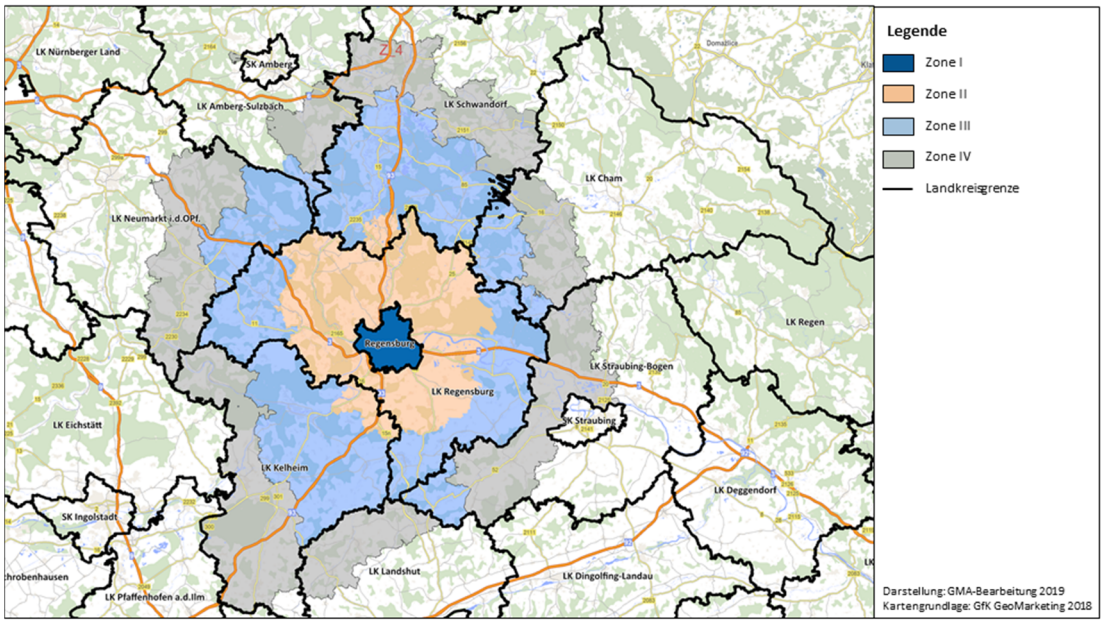
Trotz eines ständigen Wandels im Handel, übergeordneter Einflüsse, wie der zunehmenden Digitalisierung oder sich stetig änderndem Konsumverhalten der Kunden, zeigen sich in Regensburg zahlreiche, erfolgreich beschrittene Pfade.

2.1 Status quo 2018

Die Rahmendaten zur aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation des Handelsstandortes Regensburg lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Das Regionalzentrum Regensburg ist das „Schaufenster der Region" und Standort für überregional bedeutsame Handels-, Gastronomie- und Kulturangebote, Bildungsstätten und Wissenschaftsbetriebe, Verwaltungseinrichtungen und Wirtschaftsinstitutionen. In dem rd. 700.180 Personen umfassenden **Marktgebiet** (vgl. Karte Marktgebiet) steht eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** von rd. 4.439,7 Mio. € zur Verfügung, davon knapp ein Viertel in Regensburg.
- Unterstützt wird der lokale Einzelhandel darüber hinaus von **touristischen Zusatzpotenzialen**. Etwa 3,5 Mio. Tagesgäste und nahezu 2,3 Mio. Übernachtungen stellen 2018 ein touristisches Nachfragevolumen von rd. 168,8 Mio. € bereit, von dem der Regensburger Einzelhandel – wenn auch nicht in vollem Umfang – profitiert.

Karte: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Regensburg 2018



Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019; Kartengrundlage: GfK GeoMarketing 2018

- Auf einer **Gesamtverkaufsfläche** von rd. 460.035 m² bieten 1.252 **Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks ihre Waren an. Diese erwirtschaften eine **jährliche Bruttoumsatzleistung** in Höhe von ca. 1.683,5 Mio. €.
  - Der Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel sind davon 376 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 90.465 m² zugeordnet, die jährlich zusammen rd. 461,3 Mio. € erwirtschaften.
  - Nach Warengruppen dominiert der Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel mit rd. 28 % Verkaufsflächenanteil, gefolgt von Nahrungs- und Genussmitteln mit rd. 20 % und dem Bekleidungssegment mit rd. 16 %. Auch das Bau-, Heimwerker- und Gartensegment hat mit rd. 14 % Verkaufsflächenanteil noch einen großen Anteil am Gesamtbesatz des Einzelhandels.
  - Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt mit knapp 370 m² Verkaufsfläche über dem bundesdeutschen Durchschnitt (ca. 240 m² Verkaufsfläche).
- Hinsichtlich der **Einzelhandelsstrukturen** treten die **oberzentralen Standorte** Altstadt (65.155 m² VK), Regensburg Arcaden (22.935 m² VK) und Donau-Einkaufszentrum (53.140 m² VK) als dominierende Angebotsstandorte mit den innenstadttypischen zentrenrelevanten Sortimenten in Erscheinung. Mit 471 Betrieben befinden sich die meisten Betriebe in der Altstadt, was diese nach wie vor zur Nummer 1 unter den Einzelhandelslagen in Regensburg macht. Hinzu kommen die vier **Fachmarktstandorte** an der Bajuwaren-/Langobardenstraße, Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee, Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) und Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) mit dem dort vorzufindenden attraktiven Einzelhandelsangebot auf

insgesamt rd. 181.895 m² Verkaufsfläche. Hieraus wird deutlich, dass insbesondere die oberzentralen Standorte sowie die Fachmarktstandorte als **Angebotsschwerpunkte mit regionaler Ausstrahlungskraft** die oberzentrale Versorgungsfunktion für die Stadt Regensburg sowie für das gesamte Marktgebiet sichern.

- Die Analyse des Einzelhandelsbestandes im Lebensmittelbereich in Regensburg zeigt mit Blick auf die **verbrauchernahe Grundversorgung** in quantitativer wie qualitativer Hinsicht eine insgesamt sehr gute Angebotssituation. In der Domstadt Regensburg beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ca. 435 m² je 1.000 Einwohner und liegt damit auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts (ca. 433 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner). Aus der Analyse des Nahversorgungsnetzes wird deutlich, dass ausgehend von dem aktuellen Angebotsbesatz knapp 70 % der Wohnbevölkerung in einer fußläufigen Entfernung von ca. 800 m einen Lebensmittelbetrieb mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche erreichen und somit qualifiziert versorgt sind.

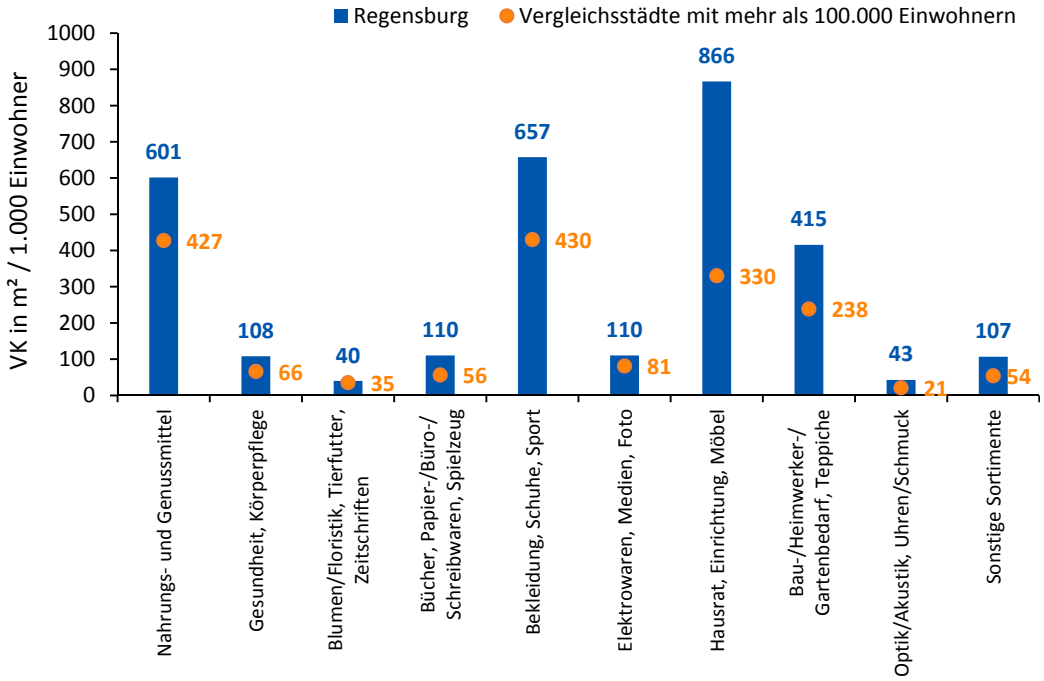
2.2 Handelsbezogene Veränderungen zwischen 2008 und 2018

Die wesentlichen Veränderungen von 2008 bis 2018 für Regensburg lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Während die **Gesamtverkaufsfläche** im Vergleichszeitraum um 6 % anstieg, ging die Anzahl der Betriebe um 12 % zurück. Diese Entwicklung geht mit einer durchschnittlichen Vergrößerung der Betriebsstätten um 20 % einher und bestätigt den bundesweiten Trend (Konzentrationsprozesse auf weniger Standorte, Maßstabsvergrößerung).
- **Betriebsstättenrückgänge** betrafen schwerpunktmäßig den Stadtteil Innenstadt mit einem Abgang von insgesamt 103 Geschäften (– 15 %, saldiert). Dies ging einher mit Nutzungsverschiebungen, die sich insbesondere im Bereich des gestiegenen gastronomischen Angebots verdeutlichen. Der strukturelle Wandel betraf insbesondere die Randbereiche der Regensburger Innenstadt (östliche und westliche Randbereiche der Altstadt) sowie die 2b- und 3er-Lagen innerhalb der Altstadt. Nach wie vor weist die vitale Altstadt jedoch einen sehr guten innerstädtischen Mix aus Einzelhandel, Gastronomie und Kultur/Freizeit auf und ist mit einem positiven Image als Einkaufsstandort verknüpft.
- **Sortimentsbezogen** ist in der Summe eine positive Entwicklung für den nahversorgungsrelevanten Bestand nachzuweisen. So haben sie die Verkaufsflächenzuwächse nahezu vollständig im Lebensmittelbereich im Rahmen von Betriebsansiedlungen oder -modernisierungen niedergeschlagen.

- **Umsatzseitig** verzeichnet der Regensburger Einzelhandel zwischen 2008 und 2018 einen Zuwachs von 25 %. Der Geschäftserfolg korrespondiert mit einem allgemeinen **Kaufkraftanstieg** im selben Maß.
- Die in Regensburg durch den stationären Handel gebundene Kaufkraft (= **Zentralität**[109] von 160 %) unterstreicht die hohe Versorgungsfunktion des Regionalzentrums Regensburg für die gesamte Region mit rd. 700.000 Personen im Marktgebiet. Zwischen 2008 (164 %) und 2018 (160 %) ist ein geringfügiger Rückgang der Zentralität um 4 Prozentpunkte festzuhalten, der vor dem Hintergrund der gestiegenen Bedeutung des Online-Handels sowie neuer Wettbewerbsstandorte im Umland als sehr positiv herauszustellen ist und in Summe keinen Attraktivitätsverlust des Handelsstandortes Regensburg bedeutet.
- Die **Verkaufsflächenausstattung** in der Stadt Regensburg ist – auch im bundesweiten Vergleich – in sämtlichen Sortimentsbereichen als **überdurchschnittlich** zu bezeichnen. Dies wird insbesondere im Bereich Lebensmittel, Bekleidung, Schuhe, Sport, Hausrat, Einrichtung, Möbel sowie Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf deutlich.

Abbildung: Verkaufsflächenausstattung nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018



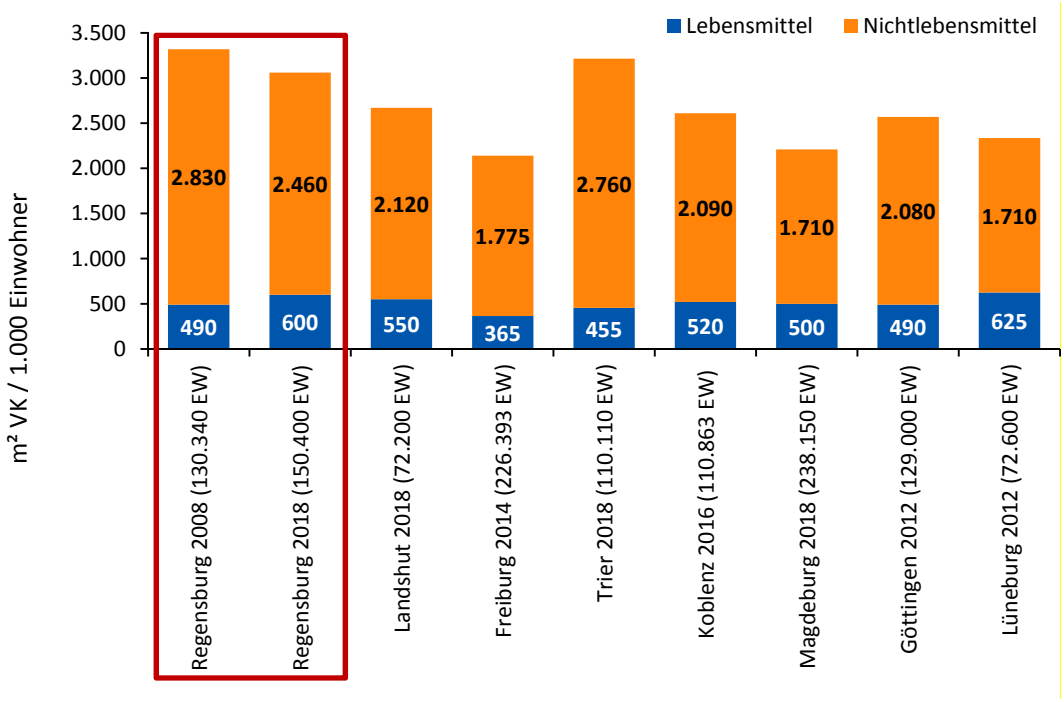
Quelle: GMA-Erhebung 2018, GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“, Durchschnitt für Kommunen über 100.000 Einwohnern

- Die **regional vergleichende Betrachtung** der Verkaufsflächenausstattung mit anderen Städten vergleichbarer Größe, Struktur und Entwicklung (Schwarmstädte) zeigt eine

109 Umsatz-Kaufkraft-Relation.

überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung für Regensburg. Dabei konnte die Domstadt vor allem bei der Lebensmittelausstattung nochmals kräftig zulegen.

Abbildung: Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner* (Kriterium: Schwarmstädte)



* nur Hauptwohnsitze

Quelle: GMA-Erhebungen der vergangenen Jahre

3. Übergeordnete Leitziele für eine nachhaltige Einzelhandelssteuerung in Regensburg

Im Sinne einer ganzheitlichen strategischen Weiterentwicklung der Stadt Regensburg wurden übergeordnete **„Handlungsmaximen“** zu den städtebaulichen Zielsetzungen formuliert, an denen schließlich auch die Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels auszurichten ist. Diese Handlungsmaximen folgen dem **Regensburg-spezifischen „TOWN-Ansatz“** und greifen

- **T**ourismus,
- **O**nline-Handel als eine Ausdrucksform der zunehmenden Digitalisierung,
- **W**elterbe und Wissensgesellschaft sowie
- **N**achhaltige Entwicklungsstrategien

als wesentliche Säulen der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung auf. Bezug nehmend auf diese übergeordneten Handlungsmaximen wurden warengruppenbezogene sowie standortbezogene Leitlinien formuliert, die für die Regensburger Stadt- und Einzelhandelsentwicklung grundlegenden Charakter besitzen.

Nach Evaluierung der Zielerreichung des Rahmenkonzeptes 2008 stellt die GMA fest, dass sich die wesentlichen Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung in Regensburg im Wesentlichen bewährt haben. Mit etwas unterschiedlicher Akzentuierung und unter Beachtung des oben genannten TOWN-Ansatzes sind diese weiterzuentwickeln und unter Gewährleistung einer rechtssicheren Umsetzung anzupassen.

Abbildung: Aufbau und Leitziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Regensburg 2030

Quelle: GMA-Darstellung 2019 in Abstimmung mit dem „Kleinen Arbeitskreis Einzelhandel“

Die in enger Abstimmung mit dem „Kleinen Arbeitskreis Einzelhandel“ erarbeiteten Leitziele bilden fortan eine verbindliche Basis für eine geordnete Entwicklung und Steuerung des Regensburger Einzelhandels vor dem Hintergrund der Tripolarität der oberzentralen Standorte, des dichten Netzes der Nahversorgungslagen und -standorte sowie der dezentral angeordneten Fachmarktstandorte.

3.1 Leitziel 1: Regensburg ist und bleibt das Handelszentrum Ostbayerns

Strategie: Sicherung und Weiterentwicklung der oberzentralen Versorgungsfunktion des Regionalzentrums Regensburg für Stadt und Umland. Dabei ist zur Bereitstellung eines vielfältigen Warenangebots in zumutbarer Entfernung für die Bevölkerung ein funktionsfähiges und hierarchisches System von Einzelhandelszentren zu schaffen und zu sichern.

3.2 Leitziel 2: „Trilogie der oberzentralen Standorte mit dem Einkaufserlebnis Altstadt als erste unter Gleichen – Vielfalt, Qualität, Leidenschaft“

Strategie: Sicherung und Weiterentwicklung der oberzentralen Standorte für Stadt und Umland, dabei gilt „City first“, d. h. Schutz, Stärkung und strategische Weiterentwicklung der Altstadt als dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage.

3.2.1 Ziel 1: „Die Altstadt ist und bleibt die dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage“

Strategie

- Sicherstellung einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 70.000 m² der Altstadt (Erhalt des Status Quo) und damit umfassendster Einzelhandelsstandort mit größtem Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten
- ausgewogene Balance zwischen individuellen mittelständischen, zum Teil inhabergeführten Fach- und Spezialgeschäften sowie bekannten Markenlabels und Filialisten
- Positionierung durch eine leistungsstarke Mischung aus Warengruppen, Betriebsgrößen und Betriebstypen „für jeden Geschmack und Geldbeutel sowie Jung und Alt“

3.2.2 Ziel 2: „Die Regensburg Arcaden ergänzen die Altstadt und stärken die Innenstadt“

Strategie

- Sicherstellung bzw. Weiterentwicklung der Verkaufsfläche (rd. 22.000 m² Einzelhandelsverkaufsfläche, rd. 1.700 m² Dienstleistungs-/Gastronomiefläche)
- Die Regensburg Arcaden sollen das Hauptgeschäftszentrum der Altstadt ergänzen
- Die Regensburg Arcaden sollen sich hinsichtlich der Größe der Verkaufsfläche insgesamt wie auch hinsichtlich der Größe der zentrenrelevanten Sortimente (Bekleidung und Schuhe) der Altstadt unterordnen

3.2.3 Ziel 3: Das Donau-Einkaufszentrum entlastet die Altstadt als „Neben-City“

Strategie

- Sicherstellung bzw. behutsame Weiterentwicklung der Verkaufsfläche (rd. 53.000 m²)
- mögliche Erweiterung im Rahmen des geltenden Bebauungsplans (bis zu 55.000 m²)

- Das Donau-Einkaufszentrum soll das Hauptgeschäftszentrum der Altstadt entlasten
- Das Donau-Einkaufszentrum soll sich hinsichtlich der Größe der Verkaufsfläche insgesamt wie auch hinsichtlich der Größe der zentrenrelevanten Sortimente (Bekleidung und Schuhe) der Altstadt unterordnen

3.3 Leitziel 3: Kurze Wege für den täglichen Einkauf – soziale Treffpunkte sichern und entwickeln

Strategie: Sicherung, Weiterentwicklung und Ausbau einer flächendeckenden dezentralen, verbrauchernahen Nahversorgung. In fußläufiger Entfernung zu den Wohngebieten, d. h. in einem Radius von bis zu 800 Metern, soll ein ausreichendes Angebot mit Gütern der Grundversorgung gewährleistet sein, das an einigen gut mit dem ÖPNV erreichbaren zentralen Standorten durch ein spezialisierteres Angebot des kurz- und mittelfristigen Bedarfs sowie ggf. ergänzende Dienstleistungen komplementiert wird. So sollen an zentralen Stellen Treffpunkte für die Kommunikation und das Zusammenleben gesichert und weiterentwickelt werden.

3.4 Leitziel 4: Sicherung und Profilierung der dezentralen Fachmarktstandorte

Strategie: Sicherung und standortspezifische Weiterentwicklung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente mit jeweils eigenständigem Angebotsprofil.

4. Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument

Kommunale Einzelhandels- bzw. Zentrenkonzepte dienen vor allem der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelssteuerung. Diese wird in Form eines Sortiments- und Standortkonzeptes konkretisiert. Das für Regensburg erarbeitete Sortimentskonzept („Regensburger Sortimentsliste“) bildet einen Baustein zur künftigen Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht-zentrenrelevante Sortimente. Mithilfe des Standortkonzeptes soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen, städtebaulich integrierten und städtebaulich nicht-integrierten Einzelhandelslagen erfolgen. Das Einzelhandelskonzept der Stadt Regensburg 2030 bildet in Verbindung mit dem BauGB und der BauNVO somit ein planungsrechtliches Instrument zur Standortentwicklung.

4.1 Regensburger Sortimentsliste

Das Sortimentskonzept bildet die warengruppenbezogene Grundlage für die weitere Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung und Steuerung zukünftiger Ansiedlungs-/Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.[110]

110 Die der Überprüfung zugrunde gelegten Kriterien und die Methodik wurden umfassend hergeleitet.

- Die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente zeigt auf, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht als kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden.[111]
- Die Regensburger Sortimentsliste wurde von der GMA hinsichtlich Sortimentsbezeichnungen geringfügig überarbeitet; neue Sortimentsbereiche, die sich aus Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft ergeben, wurden ergänzt.

Folgende wesentliche Änderungen werden zur Weiterentwicklung empfohlen:

- Zusammenführung der Sortimente Lebensmittel und Reformartikel/Naturkostwaren
- Auflösung des Sortiments Fotohandel, da dieses Sortiment in den vergangenen Jahren zunehmend vom Markt verdrängt wurde (Substitution durch Mobilfunkgeräte, Angebote in Elektronikfachgeschäften/-fachmärkten)
- Verschiebung der Papier-/Büro-/Schreibwaren-Sortimente in die Kategorie der zentrenrelevanten Sortimente, da überwiegend nicht in den Nahversorgungszentren vertreten
- Verschiebung der Sortimente „Handel mit Campingartikeln“ in die Kategorie der zentrenrelevanten Sortimente und Zusammenführung mit kleinteiligen Sportartikeln
- Auflösung des Sortiments „Sammlerbedarf/Geschenkartikel“, da inhaltlich unbestimmt
- Auflösung des Sortiments „Handel mit Bettwaren (Bettwaren/Matratzen)“ und Zuordnung der Bettwaren zum Sortiment „Heimtextilien“ und Matratzen zum Sortiment „Möbelhandel“
- Weiterentwicklung der Begrifflichkeiten im Elektrosortiment und Sportbereich (Anpassung an dynamische Branche und Anbieter/Betriebstypen) und Aufteilung nach Groß- und Kleingeräten

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung nach Zentrenrelevanz ist rechtssicher. So können im Rahmen der verbindlichen Bauleitplanung die zentrenrelevanten Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. in den dezentralen/städtebaulich nicht-integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Grundlage der Einordnung der einzelnen Sortimente bilden die ermittelten Bestandsstrukturen in Regensburg und seine Einkaufslagen, die realistischen Ansiedlungschancen in den zentralen Versorgungsbereichen und das aus städtebaulichen Gründen erwünschte Sortimentsspektrum in den Zentren.

111 Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente hat lediglich exemplarischen Charakter und ist um weitere Sortimente ergänzbar.

Übersicht: Regensburger Sortimentsliste 2030

zentrenrelevante Sortimente	nicht-zentrenrelevante Sortimente
▪ Bekleidung ▪ Bücher ▪ Elektrokleingeräte (Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik) ▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik ▪ Heimtextilien (inkl. Bettwaren, Gardinen) ▪ Musikinstrumente und Musikalien ▪ Optik, Akustik ▪ Papier-, Büro und Schreibwaren, Bürobedarf (kleinteilig) ▪ Sanitätswaren (medizinische und orthopädische Produkte) ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Spielwaren (ohne Elektrospiele) ▪ Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe, Sportkleingeräte) ▪ Uhren und Schmuck	▪ Autoteile und Autozubehör ▪ Baby- und Kinderartikel großteilig (z. B. Kinderwagen, Autositz) ▪ Bau- und Heimwerkerbedarf, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren inkl. Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse ▪ Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) ▪ Elektrogroßgeräte, großer Bürobedarf, Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Leuchten und Zubehör ▪ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge ▪ Gartenbedarf, Pflanzen ▪ Informationstechnologie (Computer, Drucker) ▪ Möbel (inkl. Matratzen) ▪ Sportgroßgeräte, Fahrräder (inkl. E-Antriebe, Lastenräder), Fahrradzubehör, Reitsportartikel ▪ Zoologische Artikel (Tiere, Tierbedarf; außer Tierfutter)
davon nahversorgungsrelevante Sortimente	
▪ Blumen/Floristik ▪ Gesundheit, Körperpflege, Drogerie-, Kosmetik-artikel, Parfümerie ▪ Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabakwaren, Lebensmittelhandwerk) ▪ Pharmazeutische Artikel/Arzneimittel (Apothekerwaren) ▪ Tierfutter ▪ Zeitschriften	

Quelle: GMA-Empfehlung 2019

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der **zentrenrelevanten Randsortimente** bei Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 800 m² je Sortiment notwendig.

4.2 Standortkonzept

Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der zukünftigen Bewertung von Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Aus diesem Grund erfolgte im Rahmen des Standortkonzeptes eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Regensburg in eine Zentren- und Standortstruktur. Dazu werden sogenannte zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

4.2.1 Definition „zentraler Versorgungsbereich“

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit den Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) im Jahr 2004 und im Jahr 2007 erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baurecht einen wesentlichen Bedeutungszuwachs. Die Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche und deren Schutzwürde werden in § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB, § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG wesentlich hervorgehoben.

Ausgehend von den rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche wurden folgende einheitliche Kriterien zur Identifikation von zentralen Versorgungsbereichen formuliert:

- städtebaulich integrierte Lage,
- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus),
- Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote sowie ggf. Kultur und Freizeit),
- Entwicklungsfähigkeit (Flächenpotenziale).

Wenngleich es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, gelten die Kriterien **städtebauliche Integration** und **zentrale Versorgungsfunktion** (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare **„Muss-Kriterien“**.

4.2.2 Der Blick zurück: Entwicklung der Regensburger Zentren bis 2018

Das geltende **Standortkonzept** der Stadt Regensburg aus dem Jahr **2008** ist vierstufig angelegt:

- Es umfasst als oberste Stufe die oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum.
- Weiterhin wurden Nahversorgungszentren abhängig von ihrer Verkaufsfläche und dem Angebot festgelegt:[112] Stadtteilzentren, Viertelszentren, Nachbarschaftszentren sowie Ladengruppen 1. und 2. Ordnung
- Hinzu kamen Fachmarktstandorte, die zum Teil ebenfalls starke Magnetwirkung auf Kunden aus dem regionalen Umfeld ausüben und zur oberzentralen Versorgungsfunktion der Gesamtstadt beitragen.
- Unter dem Begriff der „weiteren Standorte“ wurden alle sonstigen, meist solitären Einzelhandelsstandorte zusammengefasst.

112 Vom breitesten Angebot bis hin zum kleinsten erfassten Zentrum.

4.2.3 Regensburger Zentren und Einzelhandelslagen 2030

Zur Überprüfung des Standortkonzeptes 2008 wurden alle ausgewiesenen Zentren und Standorte mit Aufstufungspotenzialen zu einem Zentrum ergebnisoffen anhand aktueller Abgrenzungskriterien aus der Rechtsprechung, der aktuellen Verkaufsflächenausstattung, der Versorgungsbedeutung, des Fristigkeitenmixes sowie der Zentralität untersucht. Zentral waren dabei die Fragen, ob die 2008 ausgewiesenen Zentren den rechtlich bzw. städtebaulich begründeten Festlegungskriterien 2018 entsprechen und ihren zugewiesenen Versorgungsauftrag noch wahrnehmen (können).

Es hat sich gezeigt, dass die ausgewiesenen Zentren und Standorte der Nahversorgung nicht (mehr) in Gänze den ihnen zugewiesenen Versorgungsauftrag erfüllen. Insbesondere die Ladengruppen 1. und 2. Ordnung haben sich in der Regel nicht (weiter-)entwickelt.

Im Sinne einer **handhabbaren Zentrenstruktur** wurden die verschiedenen Zentrentypen der Nahversorgung aufgelöst und neu definiert. Im Ergebnis empfiehlt die GMA ein Standortkonzept, das folgende Zentren- und Standorttypen umfasst:

- drei oberzentrale Standorte (Status zentraler Versorgungsbereiche),
  - Altstadt
  - Regensburg Arcaden
  - Donau-Einkaufszentrum
- ein Nebenzentrum (Status zentraler Versorgungsbereiche),
  - Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)
- zehn Nahversorgungszentren
- integrierte Nahversorgungslagen (NVL) und -standorte (NVS) sowie
- sonstige städtebaulich nicht-integrierte Standorte (Grundversorgungsstandorte [GVS], Fachmarktstandorte)

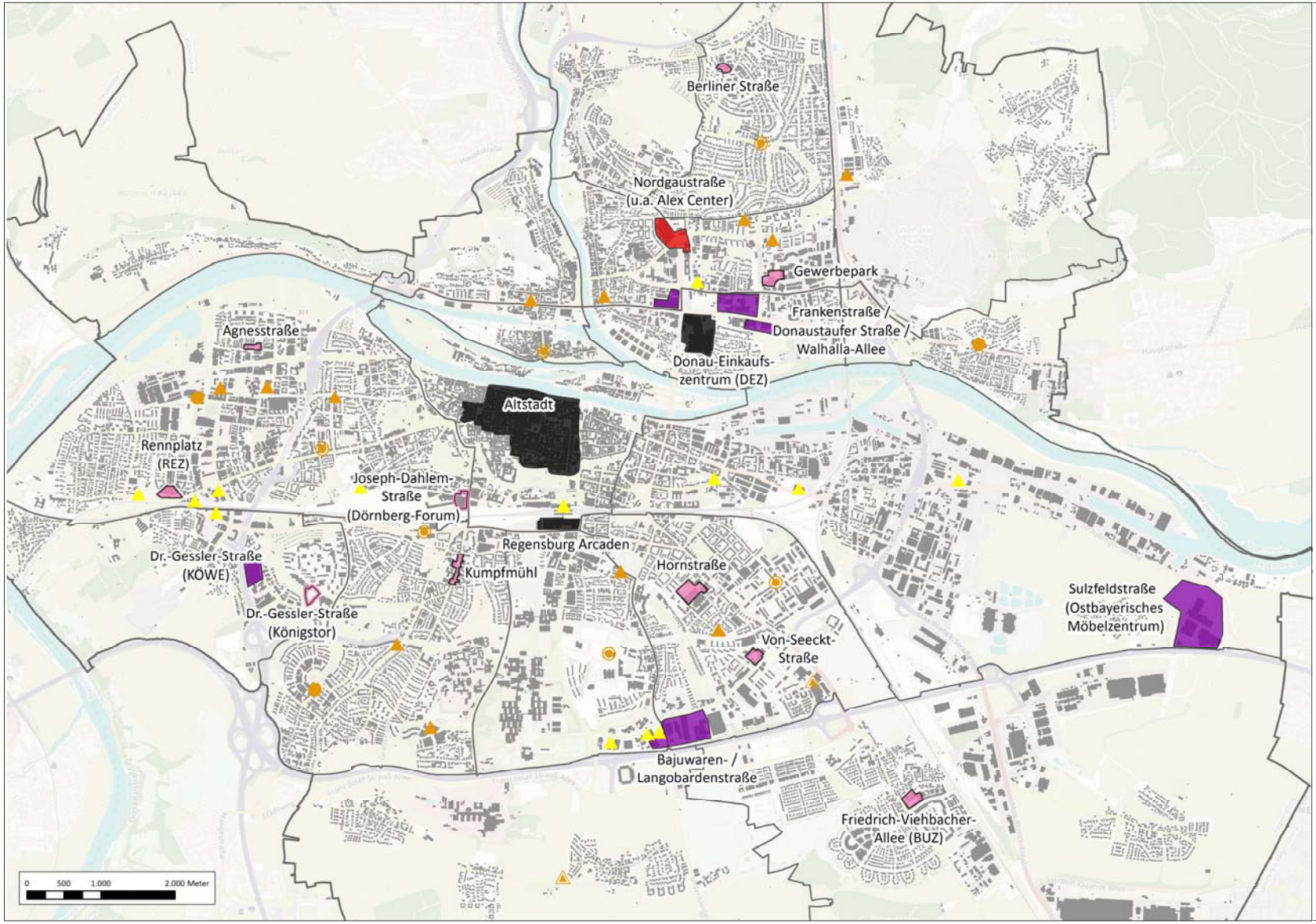
Zusammenfassend ergibt sich die nachfolgend dargestellte Zentren- und Standortstruktur Regensburg 2030:

Abbildung: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Regensburg 2030

	zentraler Versorgungs-bereich	Versorgungs-funktion	Sortiments-schwerpunkt	Beschreibung	Standort / Lage
Innenstadt Altstadt + Regensburg Arcaden (Sonderstellung) (Ergänzungsfunktion) Donau-Einkaufszentrum (Entlastungsfunktion)	ja	gesamtstädtisch und regional	Sortimente aller Bedarfsstufen, überwiegend zentrenrelevante Sortimente	Zentrale Versorgungsbereiche gemäß: § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG	Altstadt Regensburg Arcaden Donau-Einkaufszentrum (abschließend)
Nebenzentrum	ja	teilstädtisch, zum Teil überörtlich	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente		Nordgaustraße (u. a. Alex Center) (abschließend)
Nahversorgungszentrum	ja	stadtteil-bezogen, nicht überörtlich	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente		Agnesstraße, Berliner Straße, Dr.-Gessler-Straße (Königstor), Fr.-Viehbacher-Allee (BUZ), Gewerbepark, Hornstraße, Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum), Kumpfmühl, Rennplatz (REZ), Von-Seeckt-Straße (abschließend)
integrierte Nahversorgungslage	nein	nicht über Nahbereich hinaus	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente	wohnortnahe, fußläufig erreichbare, städtebaulich integrierte Lagen mit kleinteiliger Angebotsstruktur	Beispiel: Aussiger Straße, Balwinus-/Kirchmeierstraße, Metzgerweg, Theodor-Heuss-Platz, Wernerwerkstraße (nicht abschließend)
integrierter Nahversorgungsstandort	nein	nicht über Nahbereich hinaus	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente	städtebaulich integrierte Standorte mit einem nahversorgungs-relevanten Solitärbetrieb	Beispiel: Boelckestraße, Dornierstraße, Glashüttenstraße, Hochweg, Holzgartenstraße, Steinweg (nicht abschließend)
nicht-integrierter Grundversorgungsstandort	nein	stadtteil-bezogen	vorrangig nahversorgungs-relevante Sortimente	autokundenorientierte, städtebaulich nicht integrierte Standorte/Lagen	Beispiel: Altmühlstraße, Bukarester Straße, Franz-Hartl-Straße, Johann-Hösl-Straße, Kastenmaierstraße, Rennweg I + II (nicht abschließend)
Fachmarktstandort	nein	gesamtstädtisch und regional	überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente		Bajuwaren-/Langobardenstraße, Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee, Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum"), Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center) (abschließend)

Quelle: GMA-Darstellung 2019

Karte: Zentren- und Standortstruktur Regensburg 2030



Legende

Zentrale Versorgungsbereiche

- Oberzentraler Standort
- Nebenzentrum
- Nahversorgungszentrum (NVZ)
- NVZ perspektivisch

Integrierte Lagen

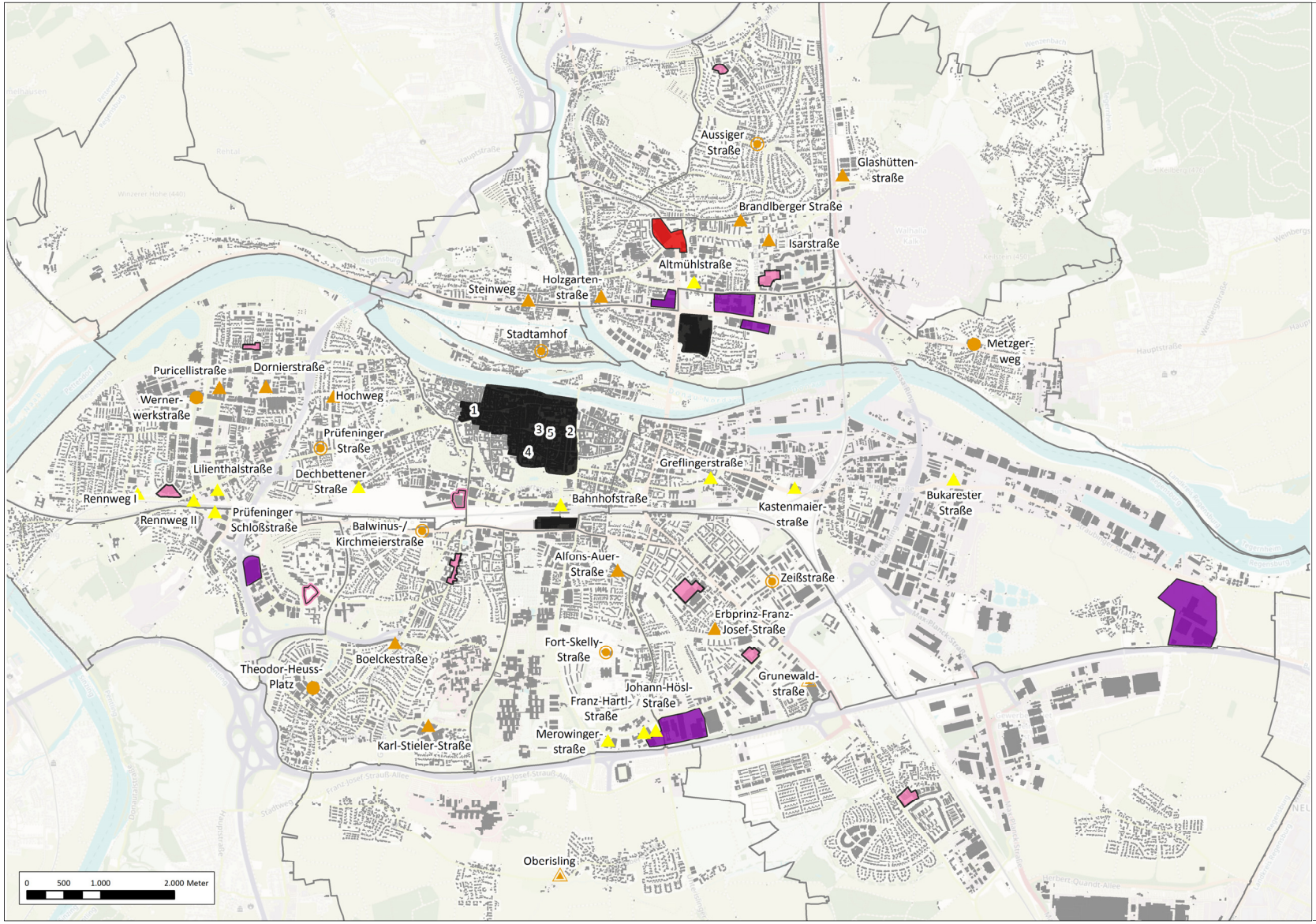
- Nahversorgungslage (NVL)
- NVL perspektivisch
- Nahversorgungsstandort (NVS)
- NVS perspektivisch

Nicht-integrierte Lagen

- Grundversorgungsstandort (GVS)
- Fachmarktstandort

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

Karte: Nahversorgungskonzept Regensburg 2030



Legende

Zentrale Versorgungsbereiche

- Oberzentraler Standort
- Nebenzentrum
- Nahversorgungszentrum (NVZ)
- NVZ perspektivisch

Integrierte Lagen

- Nahversorgungslage (NVL)
- NVL perspektivisch
- Nahversorgungsstandort (NVS)
- NVS perspektivisch

Nicht-integrierte Lagen

- Grundversorgungsstandort (GVS)
- Fachmarktstandort

Fokus Altstadt Nahversorgungsschwerpunkte:

(1) Arnulfsplatz
(2) Dachauplatz
(3) Neupfarrplatz
(4) Obermünsterstraße (perspektivisch)
(5) Schwarze-Bären-Straße

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

5. Steuerungsempfehlungen/Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind auch weiterhin standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben auf Grundlage der in Punkt 4.1 und 4.2 festgelegten Sortiments- und Standortkonzepte erforderlich. Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsbereich orientieren muss.

Im Folgenden werden sortiments- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

Übersicht: Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zentrale Versorgungsbereiche (abschließend)	Zentrenrelevante Kernsortimente	Nahversorgungs-relevante Kernsortimente	Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente	Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (nicht abschließend)
Oberzentrale Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden, Donau-Einkaufszentrum	uneingeschränkte Ansiedlung in der Altstadt[1]	uneingeschränkte Ansiedlung in der Altstadt[1]	uneingeschränkte Ansiedlung in der Altstadt[1]	
Nebenzentrum Nordgaustraße (u. a. Alex Center)	großflächig[2]	großflächig[2]	großflächig	
Nahversorgungszentren (z. B. Agnesstraße, Berliner Straße, Rennplatz (REZ)	kleinflächig	großflächig[2]	kleinflächig[3]	
	kleinflächig[3]	kleinflächig und ausnahmsweise großflächig[2]	kleinflächig[3]	**Integrierte Nahversorgungslagen** (z. B. Th.-Heuss-Platz)
	kleinflächig[3]	kleinflächig und ausnahmsweise großflächig[2]	kleinflächig[3]	**Integrierte Nahversorgungsstandorte** (z. B. Holzgartenstraße, Hochweg)
	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	**nicht-integrierte Grundversorgungs-standorte** (z. B. Prüfeninger Schloßstraße)
	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	großflächig[4]	**Fachmarktstandorte** (z. B. Sulzfeldstraße)

1 Beibehaltung der bisherigen Größenbeschränkungen für Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum unter der Maßgabe des Schutzes der Altstadt; maßvolle Entwicklung der Regensburg Arcaden und des Donau-Einkaufszentrums nach Einzelfallprüfung möglich

2 Einzelfallprüfung ab 800 m² VK (zentrenrelevant) bzw. 1.200 m² VK (nahversorgungsrelevant) erforderlich: keine negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und integrierte Nahversorgungslagen und -standorte (vgl. Prüfschema Kapitel VIII.5); Vorbehaltlich der Entwicklung von Sonderfällen, die dazu geeignet sind, einen nennenswerten Beitrag zur Handelsattraktivität der Stadt Regensburg zu leisten (vgl. Prüfschema Kapitel VIII.5)

3 Einzelfallprüfung erforderlich (Abgleich mit städtebaulichen Zielsetzungen und Erhaltung des Nahversorgungsschwerpunktes)

4 Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 800 m² je Sortiment

Quelle: GMA-Empfehlungen 2019

5.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Oberzentrale Standorte: Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum

- keine Beschränkung hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen
- grundsätzlich alle Sortimentsgruppen sowohl klein- als auch großflächig möglich.
- vorrangige Position der **Altstadt:** dominierende Einkaufslage
- **Regensburg Arcaden** und **Donau-Einkaufszentrum:** gewisse Spielräume hinsichtlich der Angebotslenkung und Schwerpunktbildung
  - tragen maßgeblich zur Gewährleistung der oberzentralen Versorgungsfunktion bei
  - Weiterentwicklung der Einkaufszentren nur im Bestand unter Beibehaltung der bisherigen Größenbeschränkungen und unter Maßgabe des Altstadtschutzes

Nebenzentrum Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)

- stadtbezirksübergreifende Versorgungsaufgaben im Regensburger Norden, teilweise überörtliche Versorgungsfunktion
- Realisierung von zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sowohl groß- als auch kleinflächig grundsätzlich möglich
  - standortangepasste Dimensionierung der geplanten Flächen
  - Einzelfallprüfungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO bei großflächigen Vorhaben über 800 m² Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten und 1.200 m² mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erforderlich
- Erhaltung des heutigen Verkaufsflächenschwerpunktes im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Nahversorgungszentren

- Versorgungsfunktion auf Unterbezirks-/Quartiersebene
- nahversorgungsrelevanter Einzelhandel (groß- und kleinflächig)
- nicht-großflächiger Handel mit zentrenrelevanten Sortimenten zur Arrondierung möglich (Prüfung der Zulässigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO), großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten und mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen
- Dimensionierung der Verkaufsflächen entsprechend der Versorgungsbedeutung des zentralen Versorgungsbereiches

5.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Städtebaulich integrierte Lagen (Nahversorgungslagen und -standorte)

- Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, Gesamtausstattung zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs jedoch nicht ausreichend
- kleinflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment möglich, großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment nach Einzelfallprüfung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO

  Zu beachtende Kriterien im Rahmen der Einzelfallprüfung: Netzabdeckung, fußläufige Erreichbarkeit, Einbindung in das ÖPNV- Netz, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen
- Ausschluss zentrenrelevanter sowie nicht-zentrenrelevanter Sortimente (klein- und großflächig)
- Bestandsschutz ansässiger Betriebe

Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen

Grundversorgungsstandorte

- keine Weiterentwicklung städtebaulich nicht-integrierter Grundversorgungsstandorte
- vollständiger Ausschluss von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in Gewerbe- und Industriegebieten (Ausnahme: Annexhandel, insbesondere unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe)

Fachmarktstandorte

- planungsrechtlicher Ausschluss von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten (klein- und großflächig)
- Beachtung thematischer Ausrichtung des jeweiligen Fachmarktstandortes
- Bestandsschutz ansässiger Betriebe und in diesem Rahmen geringfügige Entwicklungen möglich
- Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente bei Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 800 m² je Sortiment)

5.3 Prüfschema

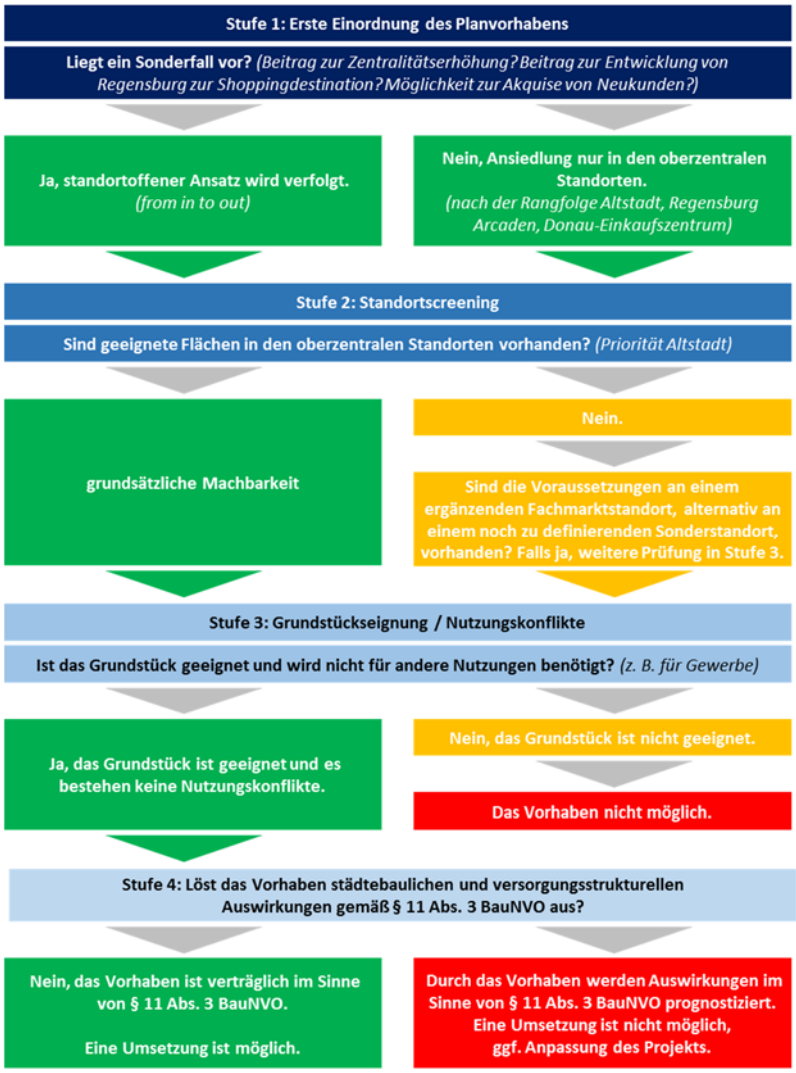
Als Ergänzung zu den Steuerungsregelungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsansiedlungen wurden zur ersten Einordnung von Ansiedlungs-/Erweiterungsvorhaben Prüfschemen für zwei Fallkonstellationen entwickelt:

- Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Sortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowie
- Vorhaben als Sonderfälle des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten

Übersicht 14: Prüfschema zur Steuerung von Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Quelle: GMA-Darstellung 2019

Übersicht 15: Prüfschema im Umgang mit Sonderfällen des Einzelhandels für zentrenrelevante Sortimente



Quelle: GMA-Darstellung 2019

6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2030

Wie Erfahrungen zeigen, ist es nicht damit getan, ein gutes Konzept zu erarbeiten, sondern dieses muss auch stringent umgesetzt werden. Eine Absicherung und Akzeptanz des vorliegenden Konzeptes wurde über die breit angelegten Beteiligungsmodule hergestellt.

Um eine Verbindlichkeit herzustellen, sind folgende Punkte unabdingbar:

- **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Stadtrat von Regensburg**[113] als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Damit ist

113 Eine sortiments- und standortregelnde Bauleitplanung ohne Beschluss als Konzept nach § 1 Abs. 3 Nr. 11 BauGB ist nicht möglich.

das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- Städtebauliche Ziele der Stadt Regensburg für die Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel VIII. 1)
- Regensburger Sortimentsliste (vgl. Kapitel VIII. 2 in Verbindung mit Anlage 3)
- Festlegung der Zentren- und Standortstruktur zzgl. Festlegung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel VIII. 3 in Verbindung mit Anlage 2)
- Steuerungsempfehlungen für die Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel VIII. 4)

- Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung

Es ist herauszustellen, dass der Grad an Planungs- und Rechtssicherheit des Konzepts unmittelbar mit der „Konformität“ im Alltagshandeln einhergeht: durch jede Ausnahme und jedes Abweichen von den Regeln verliert es an Wirkungskraft und folglich an Rechtssicherheit.

Das vorliegende Gutachten ist zzgl. aller Anlagen als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Regensburg zu verstehen. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das mittelfristig (in der Regel etwa 5 – 10 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Regensburg und zentralörtliche Struktur der Region	30
Karte 2:	Gliederung der Stadt Regensburg – Planungsbezirke und Stadtbezirke	32
Karte 3:	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Regensburg 2018	46
Karte 4:	Verkaufsflächen im kurz- und mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich in den Regensburger Stadtbezirken 2018	66
Karte 5:	Räumliche Verteilung der Betriebsstätten des Einzelhandels, Gesamtstadt Regensburg, 2018	68
Karte 6:	Einzelhandelsgeschäftslagen in der zentralen Altstadt 2018	76
Karte 7:	Nahversorgungssituation in Regensburg und im angrenzenden Umland 2018	83
Karte 8:	Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich im Regensburger Umland 2018	90
Karte 9:	Versorgungslücken, Versorgungsräume mit Handlungsbedarf und bestehende Planungen in Regensburg 2018	129
Karte 10:	Zentren- und Standortstruktur Regensburg 2030	160
Karte 11:	Nahversorgungskonzept Regensburg 2030	165

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel 2011 bis 2018 (netto)	12
Abbildung 2:	Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	13
Abbildung 3:	Entwicklung der Betriebstypen im Einzelhandel nach Lebenszyklusphase	13
Abbildung 4:	Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel Food/Nonfood 2008 bis 2018*	14
Abbildung 5:	Anforderungen an Grund- und Nahversorgungsstandorte	15
Abbildung 6:	Entwicklungsszenarien des Online-Handels bis 2025; Marktanteile in %	16
Abbildung 7:	Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels	17
Abbildung 8:	Untersuchungsablauf	26
Abbildung 9:	Einwohnerentwicklung in Regensburg 2008 bis 2018	34
Abbildung 10:	Altersstruktur der Stadt Regensburg 2018 im Vergleich	35
Abbildung 11:	Beschäftigungsprofil der Stadt Regensburg 2018 im Vergleich	37

Abbildung 12:	Entwicklung der Gästeankünfte und -übernachtungen sowie der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer in Regensburg 2008 bis 2018	39
Abbildung 13:	Übernachtungsintensität pro 1.000 Einwohner im regionalen Vergleich 2018	40
Abbildung 14:	Einkaufsverhalten bezüglich Online-Shoppen der befragten Passanten in Regensburg (in %), 2019	51
Abbildung 15:	Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018	58
Abbildung 16:	Größenstruktur der Betriebe, Gesamtstadt Regensburg, 2018	58
Abbildung 17:	Wesentliche Ursachen der Verkaufsflächenentwicklung zwischen 2008 und 2018	60
Abbildung 18:	Verteilung der Verkaufsflächen in m² nach Bedarfsbereichen in den Regensburger Stadtbezirken 2018	63
Abbildung 19:	Verkaufsflächenbestand nach Standortlagen, Gesamtstadt Regensburg, 2018	67
Abbildung 20:	Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen und Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018	71
Abbildung 21:	Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen, Altstadt, 2018	73
Abbildung 22:	Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen, Regensburg Arcaden, 2018	79
Abbildung 23:	Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen, Donau-Einkaufszentrum, 2018	80
Abbildung 24:	Verkaufsflächenausstattung nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018	93
Abbildung 25:	Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner*	94
Abbildung 26:	Einzelhandelszentralität nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018	95
Abbildung 27:	Regionaler Vergleich der Zentralitätskennziffer	96
Abbildung 28:	Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	111
Abbildung 29:	Verkaufsflächenvergleich der oberzentralen Standorte 2008 bis 2018	122
Abbildung 30:	Austauschbeziehungen zwischen den oberzentralen Standorten	123
Abbildung 31:	„Lieblingsstandort“	124
Abbildung 32:	Aufbau und Leitziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Regensburg 2030	143
Abbildung 33:	Zentren- und Standortstruktur der Stadt Regensburg 2030	159

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Warengruppensystematik Regensburg	25
Tabelle 2:	Einwohnerverteilung in der Stadt Regensburg 2018	33
Tabelle 3:	Einwohnerentwicklung im regionalen Vergleich 2008 bis 2018	35
Tabelle 4:	Beschäftigtenaufkommen in Regensburg 2018 im regionalen Vergleich	36
Tabelle 5:	Entwicklung der Gästeankünfte und -übernachtungen im regionalen Vergleich 2008 bis 2018	39
Tabelle 6:	Marktgebiet von Regensburg 2018	44
Tabelle 7:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet von Regensburg 2018	48
Tabelle 8:	Touristisches Potenzial für die Stadt Regensburg 2018	50
Tabelle 9:	Einwohnerentwicklung im Marktgebiet von Regensburg bis 2030	52
Tabelle 10:	Entwicklung des Kaufkraftpotenzials in Regensburg bis 2030	53
Tabelle 11:	Einzelhandelsbestand nach Warengruppen, Gesamtstadt Regensburg, 2018	57
Tabelle 12:	Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen, Gesamtstadt Regensburg, 2018	59
Tabelle 13:	Veränderungen im Regensburger Einzelhandel zwischen 2008 und 2018	60
Tabelle 14:	Betriebe und Verkaufsflächen nach Stadtbezirken 2018	65
Tabelle 15:	Einzelhandelsbesatz nach Standortlagen, Gesamtstadt Regensburg, 2018	69
Tabelle 16:	Einzelhandelsbestand nach Warengruppen, Altstadt, 2018*	72
Tabelle 17:	Einzelhandelsbestand nach Warengruppen, Regensburg Arcaden, 2018*	78
Tabelle 18:	Einzelhandelsbestand nach Warengruppen, Donau-Einkaufszentrum, 2018*	80
Tabelle 19:	Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich im Regensburger Umland 2018	88
Tabelle 20:	Vorhandene und angestrebte Verkaufsflächen in den oberzentralen Standorten	101

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Schlüsselprojekte der Regensburger Stadtentwicklung seit 2008	41
Übersicht 2:	Stärken-Schwächen-Profil für Regensburg 2018	97
Übersicht 3:	Entwicklungsbestrebungen für die Altstadt bis 2020	102
Übersicht 4:	Zentrentypen der Nahversorgung in Regensburg 2008	104
Übersicht 5:	Vorhandene und angestrebte Ausstattung in den Regensburger Nahversorgungszentren 2008 – 2020; Abgleich mit 2018	105
Übersicht 6:	Vorhandene und angestrebte Ausstattung in den Regensburger Fachmarktstandorten 2008 – 2020; Abgleich mit 2018	108
Übersicht 7:	Warengruppenbezogene Entwicklungspotenziale für den Handelsstandort Regensburg	116
Übersicht 8:	Standort- und lagebezogene Strategien und Entwicklungsziele bis 2030 – Fokus Nahversorgung	133
Übersicht 9:	Sortimentsbezogenes Leitbild der Stadt Regensburg 2008	154
Übersicht 10:	Regensburger Sortimentsliste 2030	156
Übersicht 11:	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	168
Übersicht 12:	Prüfschema zur Steuerung von Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (Erweiterung, Neuansiedlung)	173
Übersicht 13:	Prüfschema im Umgang mit Sonderfällen des Einzelhandels für zentrenrelevante Sortimente	174

Glossar

Bedarf, kurz-/mittel-/langfristig

Sortimente lassen sich aufgrund von Nachfragehäufigkeit und Beschaffungsrhythmus kategorisieren. Die Fristigkeit ist vor allem auch ein beurteilungsrelevantes Kriterium zur Festlegung und Hierarchisierung zentraler Versorgungsbereiche; die Klassifikation der Wirtschaftszweige wird berücksichtigt. Unterschieden werden insbesondere:

- **kurzfristiger Bedarf**
  Waren (und Dienstleistungen) mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus. Diese Sortimente werden, wie beispielsweise Nahrungs- und Genussmittel, regelmäßig (periodisch) und mitunter täglich nachgefragt.
- **mittelfristiger Bedarf**
  Waren (und Dienstleistungen) mit mittelfristigem Beschaffungsrhythmus, die regelmäßig, aber nicht täglich nachgefragt werden (aperiodisch). Hierzu zählen Sortimente wie beispielsweise Bücher, Spielwaren oder Bekleidung, Schuhe, Sport.
- **langfristiger Bedarf**
  Waren (und Dienstleistungen) mit langfristigem Beschaffungsrhythmus, die seltener nachgefragt werden (aperiodisch). Hierzu zählen beispielsweise Elektrogroßgeräte, Möbel sowie Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf.

Absprachegemäß wurde in der vorliegenden Untersuchung der mittel- bis langfristige Bedarf zusammengelegt.

Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Definitionen gemäß EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2018): Handelsdaten aktuell 2018 bzw. GMA-eigene Definitionen:

- **Lebensmittelfachgeschäft:**
  Ein Lebensmittelfachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitätenfachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüsegeschäfte, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Metzgereien.
- **Kleines Lebensmittelgeschäft:**
  Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment anbietet.
- **Convenience-Store:**
  Ein Convenience-Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von weniger als 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte anbietet. Ein Convenience-Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience-Stores gehören Kioske, Tankstellenshops oder Trinkhallen.

- **Discounter:**

  Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mittlerweile meist 1.200 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittel- und Nonfood I[1]-Sortiment sowie regelmäßig wechselnde Aktionsangebote mit Schwerpunkt Nonfood II[2] führt.

- **Supermarkt:**

  Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

- **Großer Supermarkt:**

  Ein großer Supermarkt ist ein großflächiges Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und Nonfood II-Artikel führt.

- **SB-Warenhaus:**

  Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Betriebstypen mit Schwerpunkt Nonfood

Definitionen gemäß EHI Europäisches Handelsinstitut Köln (2018): Handelsdaten aktuell 2018 bzw. GMA-eigene Definitionen:

- **Kauf- und Warenhaus**

  Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Der Begriff Kaufhaus unterstreicht die branchenbetonte Orientierung (z. B. Textil-, Elektrokaufhaus).

- **Fachgeschäft**

  Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet.

- **Fachmarkt**

  Ein Fachmarkt ist ein großflächiges Fachgeschäft, das ein branchenbestimmtes breites und tiefes Angebot weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche erkennbar zu machen, bezeichnen sich die Fachmärkte als Drogeriemarkt, Baumarkt, Tapetenmarkt etc.

- **Fachmarktagglomerationen und Fachmarktzentren**

  Die Ansammlung von Fachmarkt- oder fachmarktähnlichen Betrieben, die überwiegend Sortimente des längerfristigen Bedarfs anbieten sowie einzelhandelsnahe Dienstleistungsbetriebe beherbergen, wird als Fachmarktagglomeration bezeichnet. Neben Fachmarktagglomerationen gibt es auch sogenannte Fachmarktzentren, die – im Gegensatz zu einer Fachmarktagglomeration – von einem Betreiber verwaltet und vermarktet werden und eine Sonderform des Einkaufszentrums darstellen.

1 Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

2 Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- bis langfristigen Bedarfs, wie Bücher und Presseartikel, Blumen, Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte usw

Einwohnerzahlen

Alle Einwohnerzahlen für die Stadt Regensburg (Haupt- und Nebenwohnsitze) basieren auf Angaben des Amtes für Stadtentwicklung, Abteilung Statistik, und stammen aus der kommunalen Bevölkerungsstatistik auf Blockgruppenebene (Stand: 30.06.2008 und 30.06.2018). Weitere Bevölkerungsdaten (Hauptwohnsitze) stammen vom Bayerischen Landesamt für Statistik (Stand: 30.06.2018).

Einzelhandel

Einzelhandel im funktionellen Sinne umfasst grundsätzlich Betriebe, die Produkte für den Endverbraucher anbieten, die sie zumeist nicht selbst produziert haben (Handelswaren).

Einzelhandel im institutionellen Sinne, auch als Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandelsbetrieb oder Einzelhandlung bezeichnet, umfasst jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzurechnen ist. In der amtlichen Statistik wird ein Unternehmen oder ein Betrieb dann dem Einzelhandel zugeordnet, wenn aus der Einzelhandelstätigkeit eine größere Wertschöpfung resultiert als aus einer zweiten oder aus mehreren sonstigen Tätigkeiten.[3]

Kaufkraft und Kaufkraftkennziffer

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft stellt den Teil des verfügbaren Einkommens der Bevölkerung dar, der pro Jahr im Einzelhandel ausgegeben wird.

Die Kaufkraft der Einwohner eines Raumes (z. B. Stadtbezirk, Nahbereich) berechnet sich durch Multiplikation der Einwohnerzahl (Hauptwohnsitze) mit der durchschnittlichen Pro-Kopf-Kaufkraft (je Einwohner und Jahr in €), gewichtet mit der sogenannten regionalen Kaufkraftkennziffer:

Kaufkraft in € = **Einwohner** x **Pro-Kopf-Kaufkraft** in € x **Kaufkraftkennziffer***

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland 2018 bei rd. 6.035 €.

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel — rd. 2.210 € pro Jahr
- Nichtlebensmittel — rd. 3.825 € pro Jahr

[3] Quelle: IFH Köln (2006): Katalog E – Definitionen zu Handel und Distribution.

Differenziert nach Fristigkeitsstufen entfallen auf den

- kurzfristigen Bedarf ca. 2.859 € pro Jahr
- mittel- bis langfristigen Bedarf ca. 3.176 € pro Jahr

* Das Kaufkraftniveau einer Region hängt vom Einkommen der Bevölkerung ab, das sich wiederum aus der Wirtschaftskraft dieser Region ergibt. Angegeben wird das Kaufkraftniveau durch die Kaufkraftkennziffer. Verwendet werden die regionalen Kaufkraftkennziffern von MB Research 2018 auf Postleitzahlenebene. Dabei deuten Werte über 100 auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau hin.

Komplementärnutzungen

Komplementärnutzungen ergänzen den Einzelhandelsbestand einer Innenstadt/eines Zentrums und stellen in Standortkombination eine von Kunden gewünschte Multifunktionalität sicher. Durch den dadurch erreichten Funktionsmix erhöhen sich der Kundenzustrom sowie die Kundenaustauschbeziehungen. Neben gastronomischen Einrichtungen, Beherbergungsbetrieben, Banken, Versicherungen und Reisebüros zählen auch Freizeitangebote (z. B. Kino, Theater, Museum) sowie Verwaltungseinrichtungen (z. B. Rathaus), kulturelle Einrichtungen (z. B. Museen), Bildungs- und Sozialeinrichtungen (z. B. Volkshochschule, Kindergarten) zu wichtigen Komplementärangeboten.

Erfasste Komplementärnutzungen (exemplarisch)

Dienstleistung		
▪ Dentallabor	▪ Fahrschule	▪ Versicherung
▪ Allgemeinarzt	▪ Reisebüro	▪ Bausparkasse
▪ Zahnarzt	▪ Friseur	▪ Krankenkasse
▪ Hautarzt	▪ Kosmetikstudio	▪ Fotograf
▪ Massagepraxis	▪ Nagelstudio	▪ Energie-/Wasserversorgung
▪ Ergotherapie	▪ Sonnenstudio	▪ ÖPNV-Servicestelle
▪ Krankenhaus	▪ Tattoostudio	▪ Presse-Servicestelle/-Niederlassung
▪ Altenheim	▪ Textilreinigung	
▪ Rechtsanwalt	▪ Waschsalon	▪ Post/Postagentur
▪ Notar	▪ Änderungsschneiderei	▪ Packstation
▪ Architekt	▪ Schuh-/Schlüsseldienst	▪ Bestattungsinstitut
▪ Ingenieur	▪ Copyshop	
▪ Makler	▪ Refillstation	▪ EDV-Dienstleistungen
▪ Steuerberater	▪ Bank/Sparkasse	▪ Haus- und Grundstücksverwaltung
▪ Werbeagentur		
▪ Personalservice		
Gastronomie/Hotellerie		
▪ Restaurant	▪ Diskothek	▪ Hotel
▪ Café	▪ Club	▪ Pension
▪ Eiscafé	▪ Bar	▪ Systemgastronomie
▪ Kneipe	▪ Imbiss	▪ Lieferservice

Freizeit/Kultur		
▪ Stadttheater	▪ Fitnessstudio	▪ Callshop
▪ Kleinkunstbühne	▪ Kegelbahn	▪ Spielhalle
▪ Veranstaltungshalle	▪ Bowling-Center	▪ Wettbüro
▪ Stadtmuseum	▪ Schwimmbad	▪ Videothek
▪ Ausstellungsräume	▪ Tennis-Center	▪ Kulturzentrum
▪ Galerie	▪ Jugendzentrum	▪ Kirche
▪ Kino	▪ Internet-/Telecafé	▪ Gemeindehaus
Öffentliche Einrichtungen		
▪ Rathaus	▪ Finanzamt	▪ Polizei
▪ Arbeitsagentur	▪ Gericht	▪ Feuerwehr
Bildungseinrichtungen		
▪ Grundschule	▪ Kindergarten	▪ Volkshochschule
▪ Mittel-/Realschule	▪ Kindertagesstätte	▪ Stadtbibliothek
▪ Gymnasium	▪ (Fach-) Hochschule	▪ Stadtteilbibliothek
▪ Berufsschule	▪ Universität	▪ Tanzschule
▪ Nachhilfeeinrichtungen	▪ Musikschule	
Handwerk/Gewerbe		
▪ Elektroinstallation	▪ Schreiner	▪ Druckerei
▪ Sanitärinstallation	▪ Glaser	▪ Tankstelle (ohne Shop)
▪ Maler		

GMA-Zusammenstellung 2019

Lagekategorien

Im Rahmen der vorliegenden Expertise, die sich an den Begrifflichkeiten und dem Wesen der Landes-, Regional- bzw. Bauleitplanung orientiert, werden vier Kategorien definiert, die sich jeweils aus der Unterscheidung ihrer städtebaulichen Integration bzw. des bereits vorliegenden Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2008 ergeben. Für den Begriff der städtebaulichen Integration liegt keine Legaldefinition vor. Sie unterliegt letztlich einer gutachterlichen Vor-Ort-Einschätzung im Rahmen einer Ist-Analyse. Somit wurden in der vorliegenden Expertise gemeinsam mit der Auftraggeberin folgende Lagekategorien definiert und unterschieden:

- **städtebaulich integrierte Lagen und Standorte:** Eine städtebaulich integrierte Lage ist grundsätzlich durch die Einbettung in eine zusammenhängende Wohnbebauung charakterisiert. Hierzu ist in der Regel ein baulicher Zusammenhang mit Wohnbebauung in der näheren Umgebung in mindestens zwei Himmelsrichtungen notwendig. In Einzelfällen kann von diesen Mindestvoraussetzungen abgewichen werden, z. B. wenn es sich einerseits um eher einwohnerschwächere Gebietseinheiten handelt sowie andererseits keine alternativen Standorte zur Verfügung stehen (verbrauchernahe Versorgungsfunktion). Eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes ist jedoch zwingende Voraussetzung (also in der Regel keine städtebaulichen, natürlichen oder topografischen Barrieren, wie z. B. Flüsse, Autobahnen, Bahntrassen). Unter dieser Kategorie wurden

auch die sogenannten **„zentralen Versorgungsbereiche“** (in Regensburg die oberzentralen Standorte, ein Nebenzentrum, zehn Nahversorgungszentren) sowie Nahversorgungslagen und -standorte gefasst.[4]

- **städtebaulich nicht-integrierte Lagen und Standorte:** Städtebaulich nicht-integrierte Lagen sind außerhalb zusammenhängender Wohnbebauung zu finden, z. B. in Gewerbe-/Industriegebieten. Sie weisen in der Regel kein prägendes Wohnumfeld auf. Auch hier wird eine gebietsscharfe Definition und Präzisierung für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen, sogenannte Fachmarktstandorte. Darunter fallen auch gewerbegebietsorientierte Standorte des Lebensmittelhandels, sogenannte Grundversorgungsstandorte.

Tagestourismus

Gemäß dwif e.V. (Tagesreisen der Deutschen, 2013) und in Absprache mit der Regensburg Tourismus GmbH ergibt sich aus der nachfrageseitigen Definition der Welttourismusorganisation (UNWTO) folgende Abgrenzung für die Tourismusbranche:

Als **Tagestourismus** werden alle Aktivitäten von Personen bezeichnet, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen, sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken (z. B. Einkaufen, Shoppen) aufhalten und deren Besuch mit keiner Übernachtung verbunden ist. Ausgenommen sind Fahrten zur oder von der Schule, zum Arbeitsplatz oder zur Berufsausübung, Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfs sowie einer gewissen Routine unterliegende Fahrten (z. B. regelmäßige Vereinsaktivitäten, tägliche Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge, Gottesdienstbesuche). Als **Tagesgast** werden gemäß der Regensburger Tourismus GmbH Besucher definiert, die 100 bis 120 km von Regensburg entfernt leben.

Umsatz

Die Umsatzberechnungen erfolgten einzelbetrieblich auf Basis durchschnittlicher branchen- sowie betreibertypischer Flächenproduktivitäten. Unter Verkaufsflächenproduktivität, auch Flächenproduktivität oder Raumleistung, versteht man wiederum das Verhältnis von Jahresumsatz (brutto) eines Einzelhandelsunternehmens in Bezug zu der vorhandenen Verkaufsfläche. Hierzu wird der Umsatz (in €) durch die Verkaufsfläche (in m²) geteilt. Die Verkaufsflächenproduktivität wird in €/m² angegeben.

[4] Unter städtebaulich integrierte Lagen fallen ebenfalls einzelne oder wenige gemeinsam gelegene Betriebe, die siedlungsräumlich eingebunden sind. Diese werden auch als Streu- und Nebenlagen bezeichnet.

Neben der GMA-Anbieterdatenbank (Echtdaten) wurden insbesondere Daten des Europäischen Handelsinstituts Köln (Handelsdaten aktuell), der Hahn Gruppe (Hahn Retail Real Estate Report), des IFH Köln, des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017) und sonstige Branchenreports verwendet. Diese wurden im Rahmen der vorliegenden Expertise transparent hergeleitet und festgelegt (Durchschnittsprinzip).

Verkaufsfläche (VK)

Die Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert:

> „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung/Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen, Stellplätze für Einkaufswagen.“ (vgl. hierzu BVerwG Urteile 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005 sowie Urteil Az. 4 C1/16 vom 09.11.2015, Beschluss vom 20.01.2015, Az. 2 C 2327/13).

Warengruppen und Sortimente

Zur Systematik der Warengruppen und Sortimente siehe auch Kapitel II.7 bzw. Anlage 3.

Analog zur Vorgängererhebung wurde die Systematik in enger Abstimmung mit der Auftraggeberin abgestimmt (vgl. nachstehende Übersicht).

Mehrbranchenbetrieb: Einzelhandelsbetrieb, der mehrere Hauptwarengruppen in seinem festen Sortiment führt (Bsp. Lebensmittel-, Drogerie-, Möbel-, Baumärkte, Kauf- und Warenhäuser).

Kernsortiment: In diesem Sortiment (Bsp. Nahrungs- und Genussmittel bei einem Lebensmittelmarkt) wird in einem Mehrbranchenbetrieb der Großteil des Umsatzes erzielt. Der übrige Umsatz wird in den Randsortimenten (Bsp. Nonfood-Sortimente bei einem Lebensmittelmarkt) erzielt.

GMA-Warengruppensystematik

Fristigkeit	nicht-zentrenrelevante Sortimente / zentrenrelevante Sortimente / nahversorgungsrelevante Sortimente
kurzfristiger Bedarf	**Nahrungs- und Genussmittel**
	Lebensmittel, Reformwaren
	Getränke, Spirituosen, Tabak
	Bäckereihandwerk
	Metzgerhandwerk
	Gesundheit, Körperpflege
	Drogeriewaren, Kosmetik, Parfümeriewaren
	pharmazeutische Artikel/Arzneimittel (z. B. Apotheken)
	Blumen, Floristik, Tierfutter, Zeitschriften
	Blumen, Floristik,
	Tierfutter
	Zeitungen, Zeitschriften
mittel- bis langfristiger Bedarf	**Bücher, Papier-, Büro-, Schreib-, Spielwaren**
	Bücher
	Papier-, Büro-, Schreibwaren (nur Privatverbrauch; ohne Computer, Zubehör), Bastelbedarf
	Spielwaren (ohne PC-Games inkl. Modellbau)
	Bekleidung, Schuhe, Sport
	Oberbekleidung, gem. Sortiment
	Damenbekleidung
	Herrenbekleidung
	Kinderbekleidung
	Spezialbekleidung (z. B. Hochzeitsmode, Berufsbekleidung)
	Schuhe
	Lederwaren (Handtaschen, Koffer, Rucksäcke, Schirme, Hüte)
	Sport
	Sportbekleidung
	Sportschuhe
	Sportkleingeräte
	Elektrowaren, Medien, Foto
	Elektrohaushaltsgeräte
	Kleingeräte
	Großgeräte
	Telekommunikationsgeräte
	Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto)
	Informationstechnologie (Computer, Drucker)
	Hausrat, Einrichtung, Möbel
	Haushaltswaren (GPK), Hausrat
	Möbel (inkl. Matratzen)
	Küchenmöbel/-einrichtung
	Antiquitäten, Kunst, Galerie
	Heimtextilien (inkl. Bettwaren)
	Leuchten und Zubehör
	Sonstiger Einzelhandel
	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Farben/Lacke/Tapeten
	Teppiche, Bodenbeläge
	Optik, Akustik
	Uhren, Schmuck
	Kfz-Zubehör (inkl. Bekleidung)
	Sportgroßgeräte (z. B. Fitnessgeräte, Anglerbedarf, Surfboards)
	Fahrräder (inkl. E-Bikes)
	Sanitätswaren (med., orthop.)
	Zoologische Artikel (inkl. Lebendtiere)
	Sonstiges (z. B. Musikalien, Waffen, Sammelhobbies, Erotik)

Quelle: GMA-Systematik 2019 in Abstimmung mit der Stadt Regensburg, Amt für Stadtentwicklung

Sortimente des Lebensmittelhandels

Bezüglich der **Sortimente des Lebensmittelhandels** ist zwischen dem Kernsortiment und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden:

- Nahrungs- und Genussmittel (= **Food**) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost sowie Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren.
- Als **Nonfood** sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind.

Nach Warengruppen können Nichtlebensmittel weiterhin wie folgt unterschieden werden:

- **Nonfood I:** Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung
- **Nonfood II:** Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- bis langfristigen Bedarfs, wie Bücher und Presseartikel, Blumen, Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte usw.

Zentrenrelevanz der Sortimente

Des Weiteren werden Sortimente nach ihrer Zentrenrelevanz eingeteilt. Damit werden raumstrukturelle und städtebauliche Ziele verfolgt und bilden die Basis des Steuerungsinstruments (vgl. Anlage 3).

Bei der Einordnung der Sortimente nach Zentrenrelevanz wurde die überarbeitete Regensburger Sortimentsliste herangezogen. Grundsätzlich wird zwischen folgenden Sortimenten unterschieden:

- **Zentrenrelevante Sortimente:** Im Allgemeinen sind zentrenrelevante Sortimente Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente:** Sortimente, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel), werden als nahversorgungsrelevante Sortimente bezeichnet. Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten diese Angebote verbrauchernah lokalisiert werden.

- **Nicht-zentrenrelevante Sortimente:** Das Angebot von nicht zentrenrelevanten Sortimenten stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

Zentralität

Die (Einzelhandels-)Zentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage (= einzelhandelsrelevante Kaufkraft). Werte über 100 bedeuten Kaufkraftzufluss, Werte unter 100 weisen auf einen Kaufkraftabfluss hin. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine „Sogkraft“ auf die Kaufkraft im Umland bzw. die Bedeutung „über den Nahbereich hinaus“. Mit Blick auf die Nahversorgung wurde für die Zentralität der zentralen Versorgungsbereiche der Umsatz im jeweiligen Zentrum ins Verhältnis zur Kaufkraft im jeweiligen Nahbereich (500 m/800 m) gesetzt.

$$\text{Zentralität} = \frac{\text{Einzelhandelsumsatz am Standort}}{\text{einzelhandelsrelevante Kaufkraft}} * 100$$

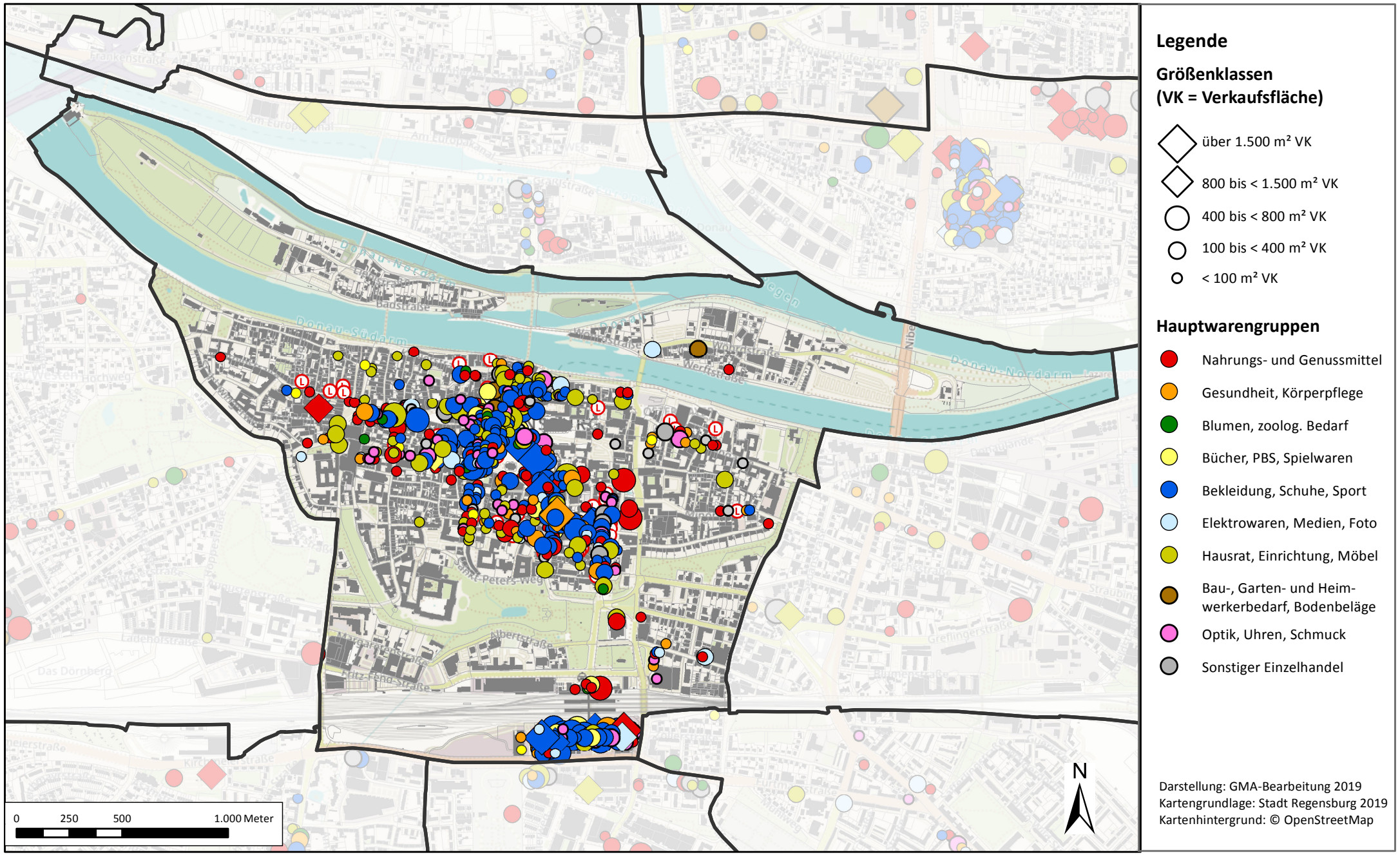
Von unterschiedlichen Instituten (z. B. MB Research, GfK) werden regelmäßig Zentralitätswerte für alle Städte und Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern veröffentlicht. Diese Werte ersetzen keine aus dem Standort heraus abgeleiteten Kennziffern. In der vorliegenden Untersuchung basieren die hergeleiteten Werte auf einer einzelbetrieblichen Schätzung über durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivitäten in Verbindung mit Echtwerten eines Teils des Bestandes. Damit bildet das Ergebnis letztlich eine Schätzung ab.

Anlage 1:

Einzelhandelsbestand und -entwicklung nach Stadtbezirken

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Karte 1: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Innenstadt, 2018



Die nachstehenden Ausführungen verdeutlichen die aktuelle Angebotssituation in den einzelnen Stadtbezirken von Regensburg. Neben einem Zeitvergleich zum Bestand 2008 werden die vorhandenen Betriebe nach Sortimenten und Größenklassen kartographisch verortet.

Absprachegemäß wurde in der vorliegenden Untersuchung der mittel- bis langfristige Bedarf zusammengelegt. Außerdem ist darauf zu verweisen, dass die Sortimente der einzelnen Warengruppen im Rahmen der Entwicklung 2008 bis 2018 für 2008 jeweils nach Verkaufsflächenschwerpunkt angegeben werden. 2018 wurden die Verkaufsflächen bei Betrieben ab 800 m² bzw. 1.500 m² im Lebensmittelhandel nach Teilsortimenten aufgeteilt und sind entsprechend in die Berechnung eingegangen.

1. Innenstadt

Der Stadtbezirk Innenstadt weist im Jahr 2018 590 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 91.430 m² den Verkaufsflächenschwerpunkt in Regensburg auf. Mit ca. 71.485 m² VK dominiert hier der mittel- bis langfristige Bedarfsbereich deutlich. Dabei sind insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Elektrowaren, Medien, Foto und Hausrat, Einrichtung, Möbel zu nennen. Als wesentliche Magnetbetriebe im Stadtbezirk Innenstadt fungieren das Kaufhaus Galeria Kaufhof, H&M und TK Maxx in der Altstadt sowie das Einkaufszentrum Regensburg Arcaden. Dort sind vor allem die großflächigen Textilanbieter Wöhrl und New Yorker sowie Medimax im Elektrowarensektor als Magnetbetriebe zu nennen.

Im Betrachtungszeitraum 2008 bis 2018 sind in Summe ein Rückgang der Betriebe um 15 % sowie ein Rückgang der Verkaufsflächen um 11 % festzuhalten. Gleichzeitig konnte der Umsatz um 11 % gesteigert werden.

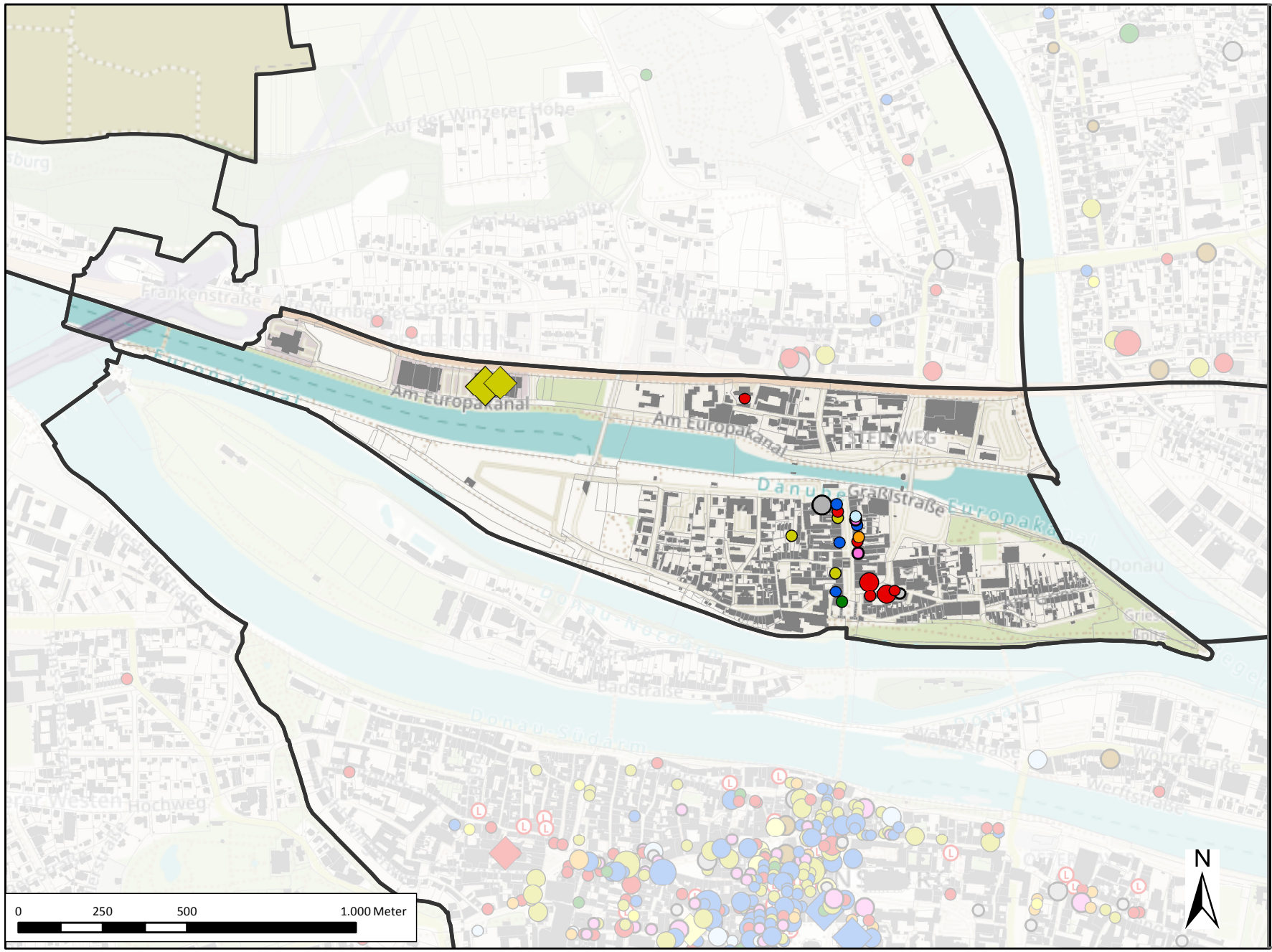
Tabelle 1: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Innenstadt nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	180	158	-12%	21.040	19.945	-5%	115,0	130,4	13%
Mittel- bis langfr. Bedarf	513	432	-16%	81.662	71.485	-12%	265,9	292,2	10%
Gesamt	**693**	**590**	**-15%**	**102.702**	**91.430**	**-11%**	**380,9**	**422,6**	**11%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung

Karte 2: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Stadtamhof, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

2. Stadtamhof

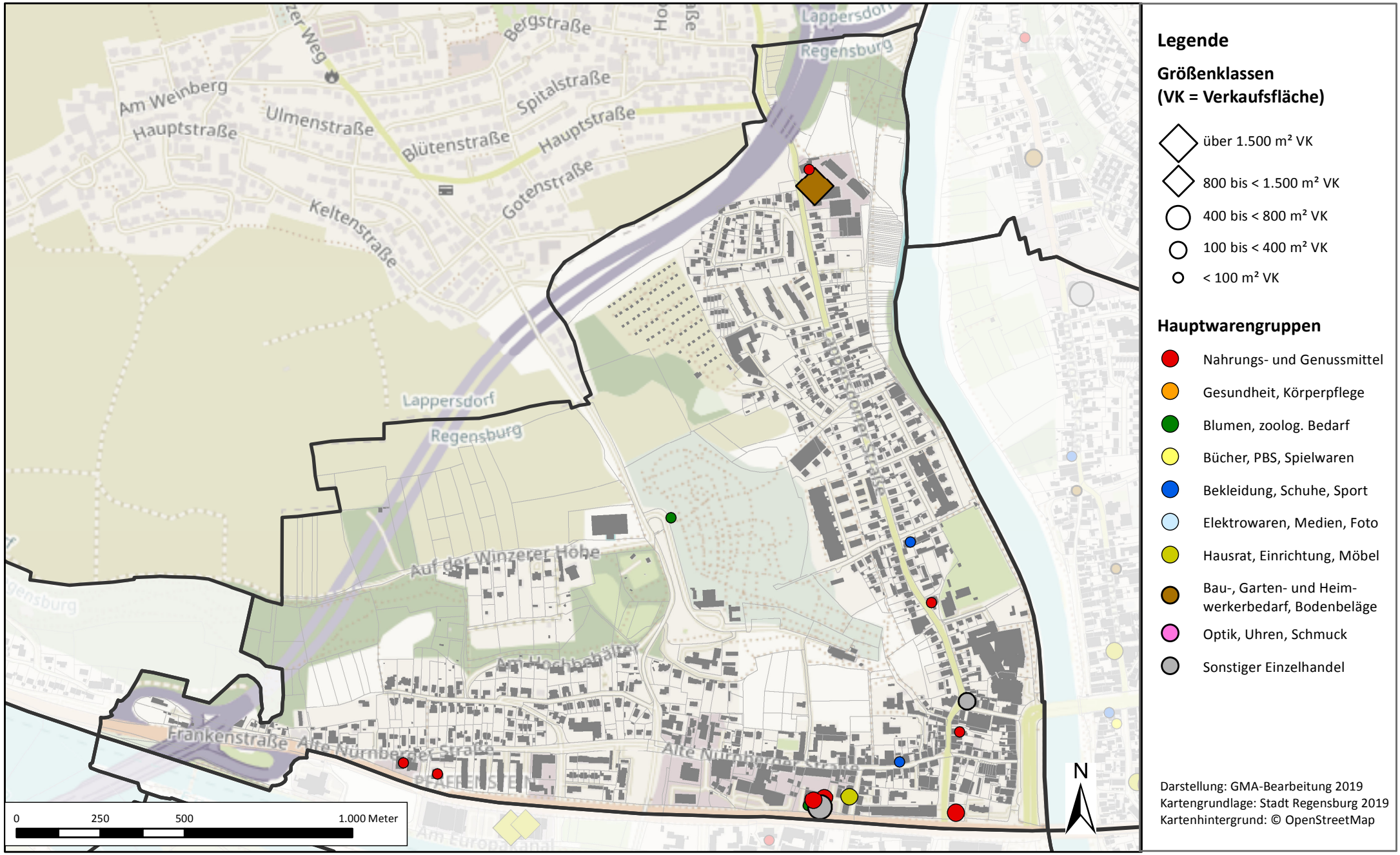
Im Stadtbezirk Stadtamhof werden in 23 Betrieben auf einer Gesamtfläche von ca. 4.120 m² Waren aller Fristigkeiten angeboten, wobei die Waren des kurzfristigen Bedarfs eine deutlich untergeordnete Rolle spielen. Der Schwerpunkt in Stadtamhof liegt auf den Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs, was vor allem durch die beiden Möbelgeschäfte „Polster Beck“ und „Swiss Sense“ begründet ist. Beide Betriebe sind erst nach 2008 eröffnet worden, woraus eine deutliche Zunahme der Verkaufsfläche (+ ca. 144 %) bei nur geringer Zunahme der Anzahl der Betriebe folgte.

Tabelle 2: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Stadtamhof nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	11	9	-18%	1.015	670	-34%	4,6	4,0	-13%
Mittel- bis langfr. Bedarf	10	14	40%	674	3.450	412%	3,1	7,9	155%
Gesamt	**21**	**23**	**10%**	**1.689**	**4.120**	**144%**	**7,7**	**11,9**	**55%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 3: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Steinweg - Pfaffenstein, 2018



3. Steinweg – Pfaffenstein

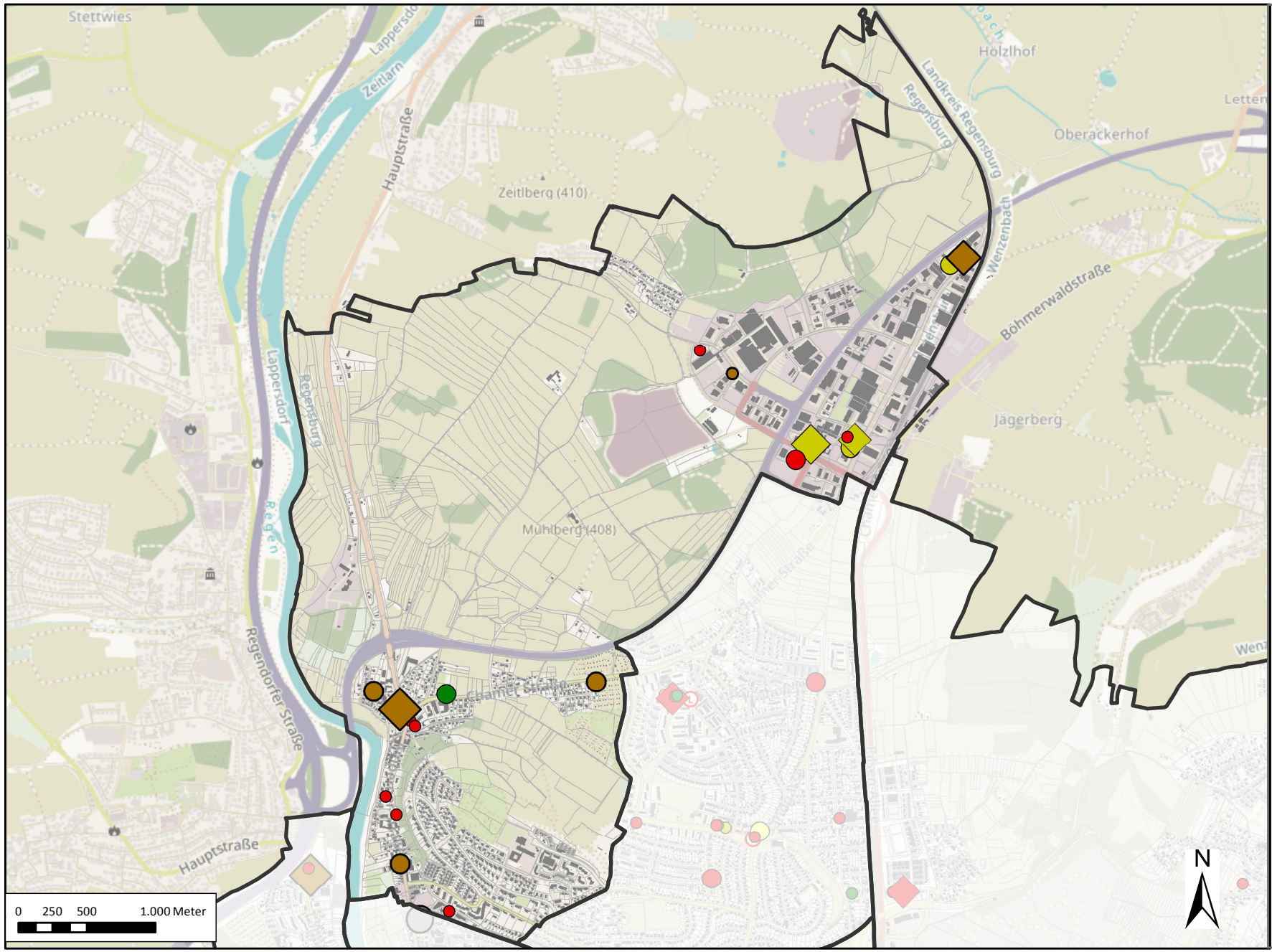
Der Stadtbezirk Steinweg – Pfaffenstein weist 16 Betriebe mit ca. 3.460 m² Verkaufsfläche auf. Waren nahezu aller Sortimente werden angeboten. Flächenmäßig liegt der Schwerpunkt auf den Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs, was vor allem dem Gartenfachmarkt „1A Garten Hauner“ geschuldet ist, welcher allein über eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² verfügt. Knapp die Hälfte des Umsatzes wird jedoch in den Betrieben erwirtschaftet, welche Waren des kurzfristigen Bedarfs anbieten. In der Zeitspanne zwischen 2008 und 2018 ist ein Rückgang der Verkaufsfläche um knapp 57 % zu verzeichnen.

Tabelle 3: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Steinweg - Pfaffenstein nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	12	10	-17%	922	1.065	16%	5,4	5,6	4%
Mittel- bis langfr. Bedarf	8	6	-25%	7.130	2.395	-66%	9,8	5,4	-45%
Gesamt	**20**	**16**	**-20%**	**8.052**	**3.460**	**-57%**	**15,2**	**11,1**	**-27%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 4: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Sallern - Gallingkofen, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

4. Sallern – Gallingkofen

Im Stadtbezirk Sallern – Galllingkofen werden auf einer Gesamtverkaufsfläche von 8.200 m² Waren in 21 Betrieben angeboten. Der Schwerpunkt liegt dabei eindeutig auf Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Strukturprägende Leitsortimente sind dabei Möbel und Einrichtungen sowie Bau- und Gartenbedarf.

Seit 2008 ist eine Zunahme der Anzahl der Betriebe, der Gesamtverkaufsfläche und der Umsätze in allen Sortimenten zu beobachten.

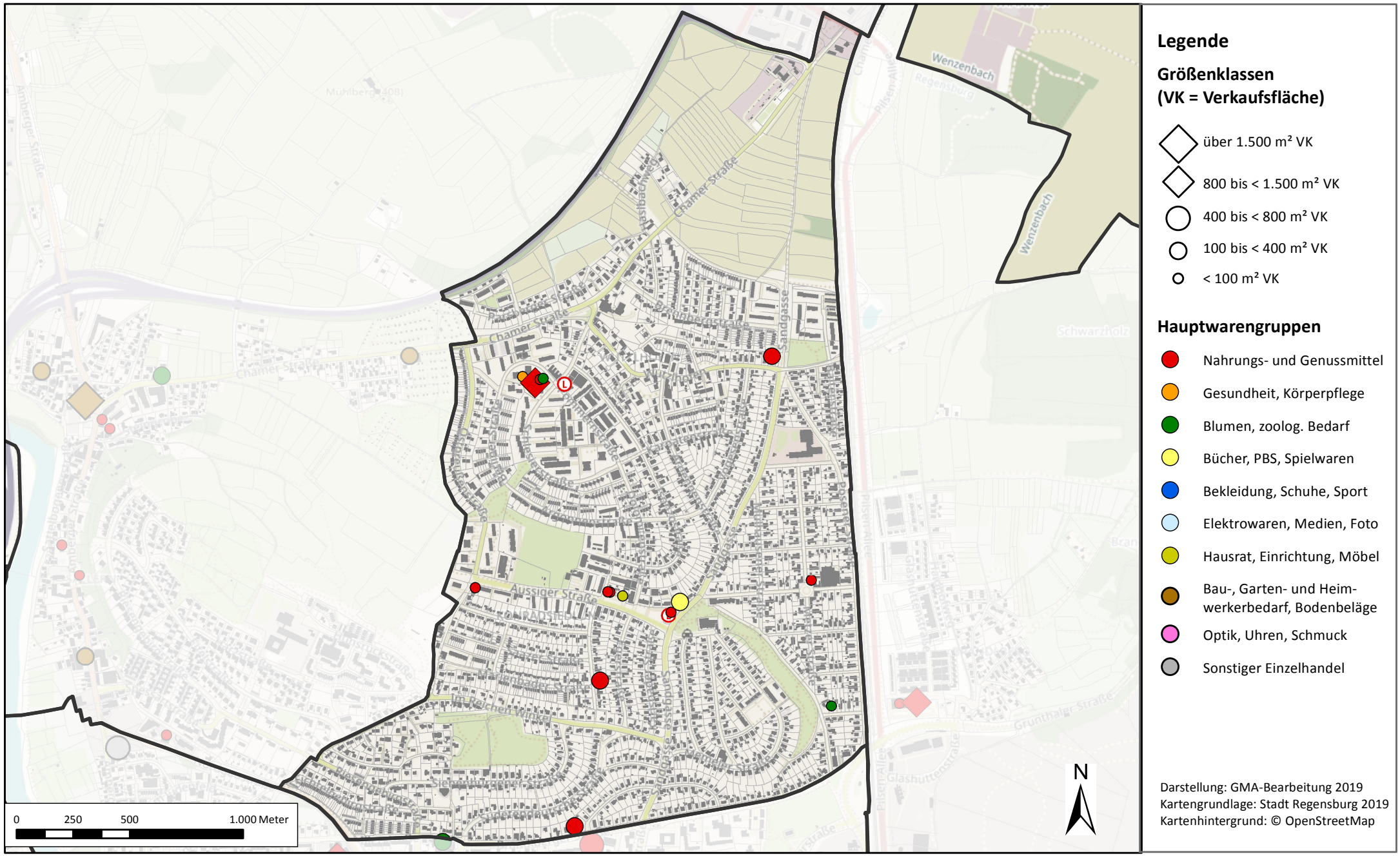
Tabelle 4: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Sallern – Gallingkofen nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	3	9	200%	310	550	77%	*	3,8	*
Mittel- bis langfr. Bedarf	6	12	100%	2.750	7.650	178%	*	16,2	*
Gesamt	**9**	**21**	**133%**	**3.060**	**8.200**	**168%**	**6,3**	**20,0**	**218%**

* kein Umsatznachweis bei drei und weniger Betrieben

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Konradsiedlung - Wutzlhofen, 2018



5. Konradsiedlung – Wutzlhofen

Der Stadtbezirk Konradsiedlung – Wutzlhofen verfügt über 17 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.440 m². Der ansässige Einzelhandel dient mit einem starken Fokus auf Waren des kurzfristigen Bedarfs in erster Linie der Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung. Als zentraler Betrieb ist der Edeka an der Berliner Straße zu nennen.

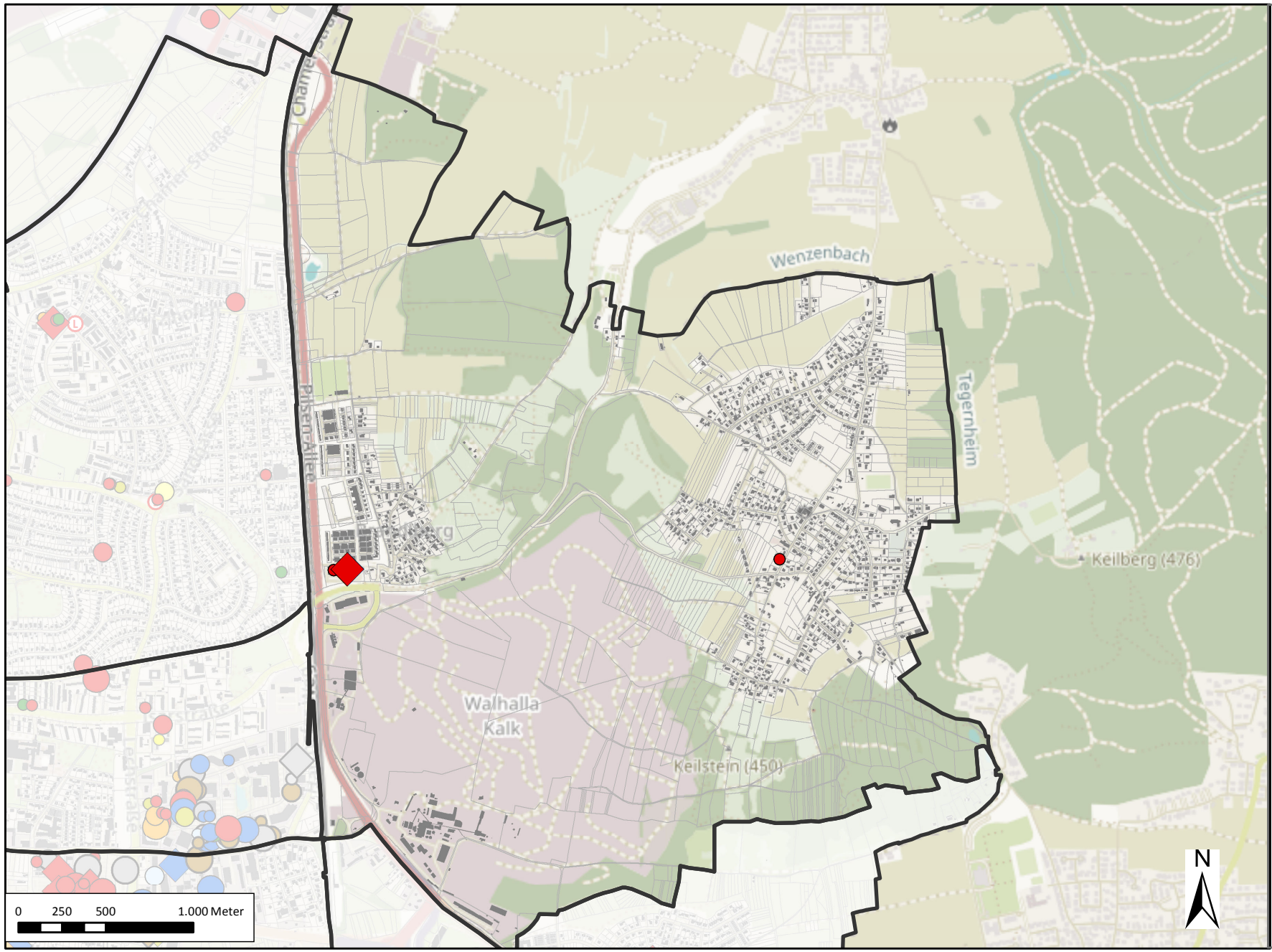
Auffällig ist, dass sich seit 2008 die Anzahl der Betriebe in diesem Gebiet annähernd halbiert hat und die Verkaufsfläche um ca. 40% gesunken ist. Damit einhergehend nahm der jährliche Umsatz um ca. 25 % ab.

Tabelle 5: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Konradsiedlung – Wutzlhofen nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	23	15	-35%	3.530	2.260	-36%	14,4	11,3	-21%
Mittel- bis langfr. Bedarf	9	2	-78%	542	180	-67%	1,8	0,9	-50%
Gesamt	**32**	**17**	**-47%**	**4.072**	**2.440**	**-40%**	**16,2**	**12,2**	**-25%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 6: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Brandlberg - Keilberg, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

6. Brandlberg – Keilberg

Mit nur drei Lebensmittelgeschäften und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.530 m² ist in dem Bezirk Brandlberg – Keilberg mit Ausnahme von REWE an der Glashüttenstraße kein strukturgebender Einzelhandel vorhanden.

Seit 2008 ist im Zuge der Wohngebietsentwicklung in Brandlberg mit REWE ein neuer Nahversorgungsbetrieb hinzugekommen.

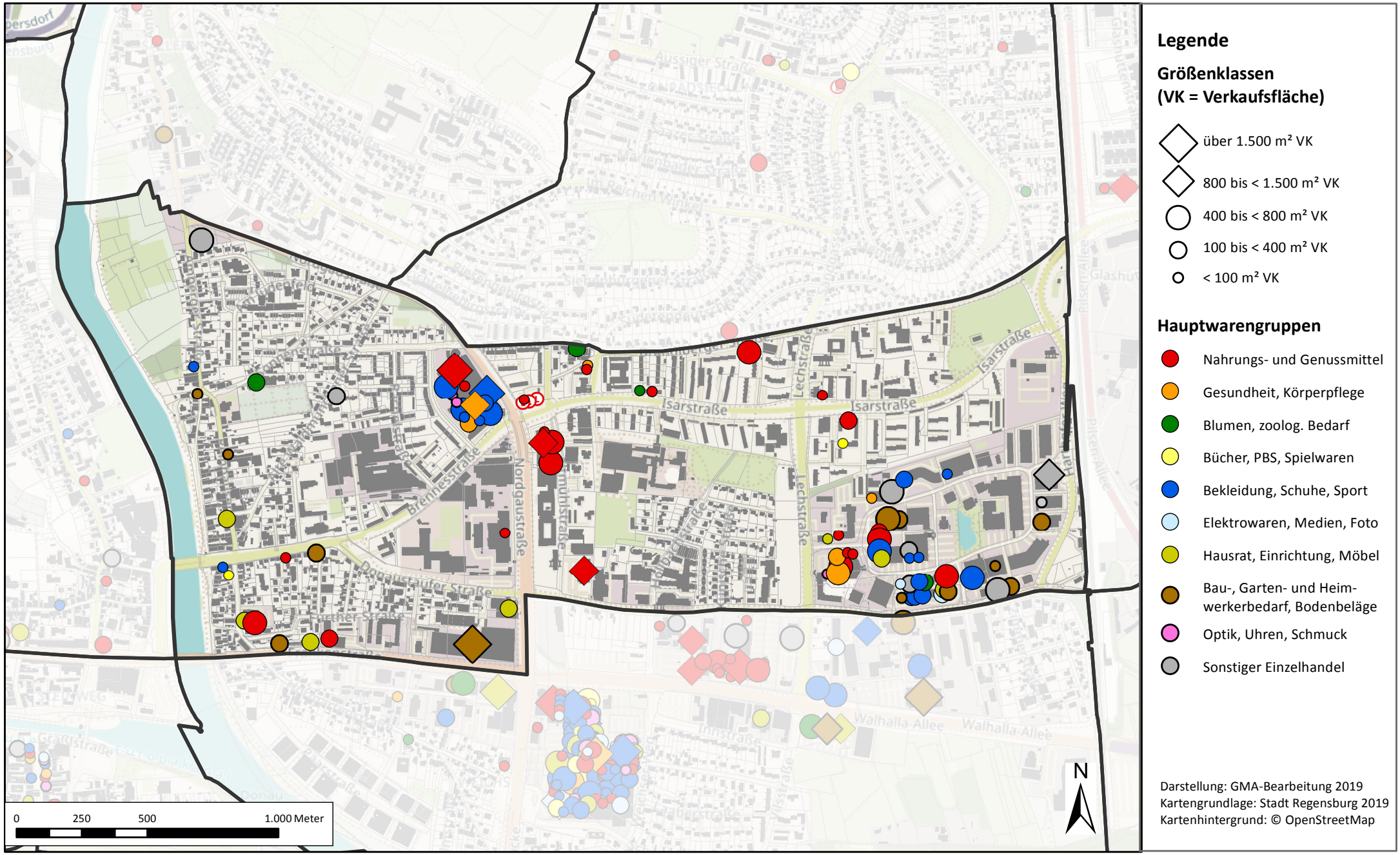
Tabelle 6: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Brandlberg – Keilberg nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	1	3	200%	30	1.530	5.000%	*	*	*
Mittel- bis langfr. Bedarf	0	0	-	0	0	-	*	*	*
Gesamt	**1**	**3**	**200%**	**30**	**1.530**	**5.000%**	*****	*****	*****

* kein Umsatznachweis bei drei und weniger Betrieben

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 7: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Reinhausen, 2018



7. Reinhausen

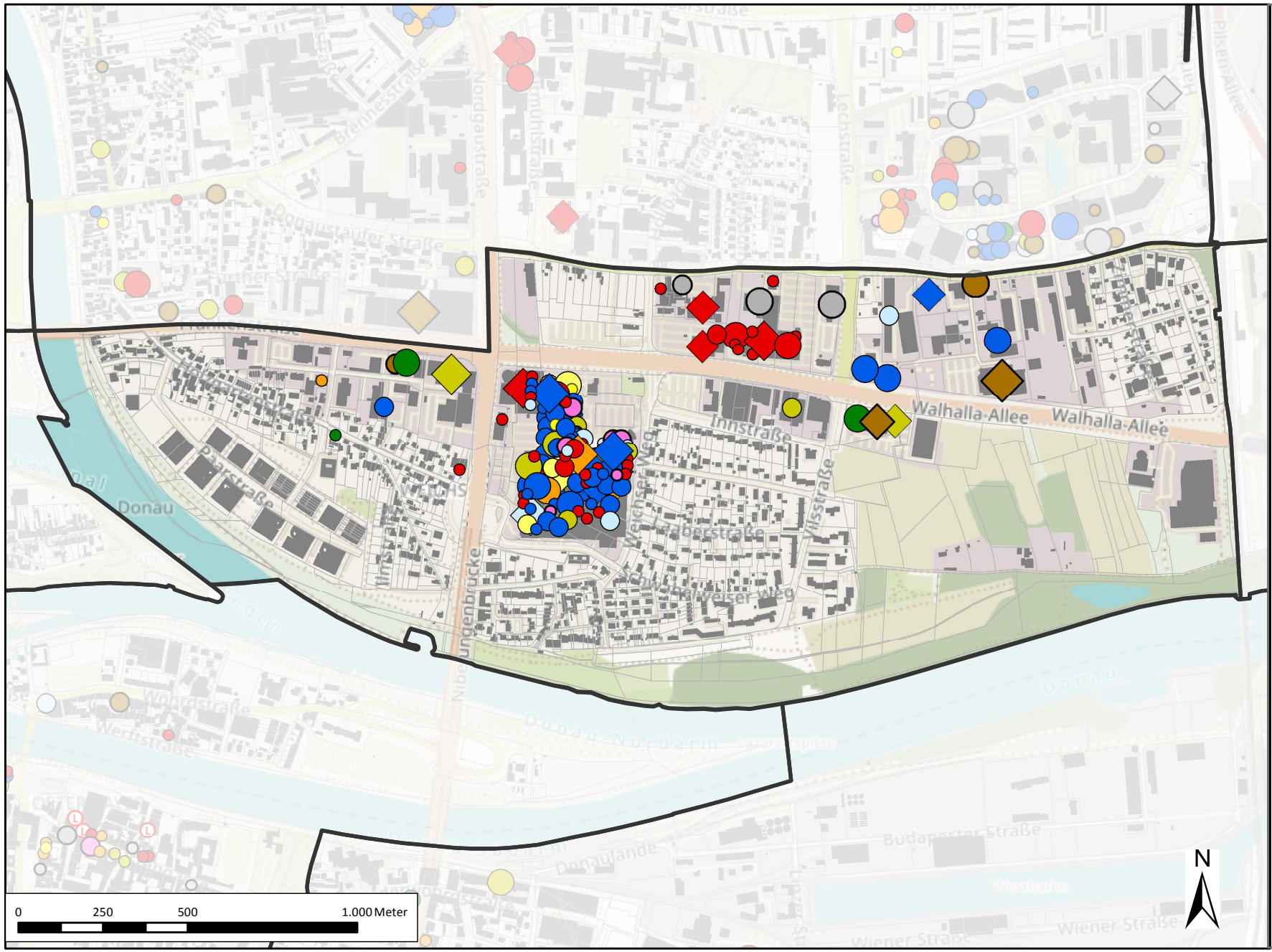
Auf den Stadtbezirk Reinhausen entfallen im Jahr 2018 knapp 38.405 m² Verkaufsfläche verteilt auf 86 Betriebe. Nahezu 45 % des Bestandes entfällt auf das Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“ mit den Magneten Kaufland, Decathlon und Norma sowie auf das Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“. Das Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“ ist Teil des Gewerbeparks, in welchem insgesamt 41 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 10.500 m² ansässig sind. Während die Anzahl der Betriebe zwischen 2008 und 2018 nahezu gleich geblieben ist (+ 3), ist jedoch ein deutlicher Zuwachs an Verkaufsfläche zu verbuchen (+ 20%). Besonders auffällig ist, dass in der Zeitspanne sieben Geschäfte in den Segmenten Bekleidung, Schuhe, Sport (vor allem Decathlon) hinzugekommen sind und in der Summe fünf Geschäfte der Warengruppen Hausrat, Einrichtung, Möbel geschlossen haben.

Tabelle 7: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Reinhausen nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	35	35	0%	17.829	15.780	-11%	89,7	86,0	-4%
Mittel- bis langfr. Bedarf	48	51	6%	14.150	22.625	60%	37,2	50,7	36%
Gesamt	**83**	**86**	**4%**	**31.979**	**38.405**	**20%**	**126,9**	**136,7**	**8%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 8: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Weichs, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heim-werkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

8. Weichs

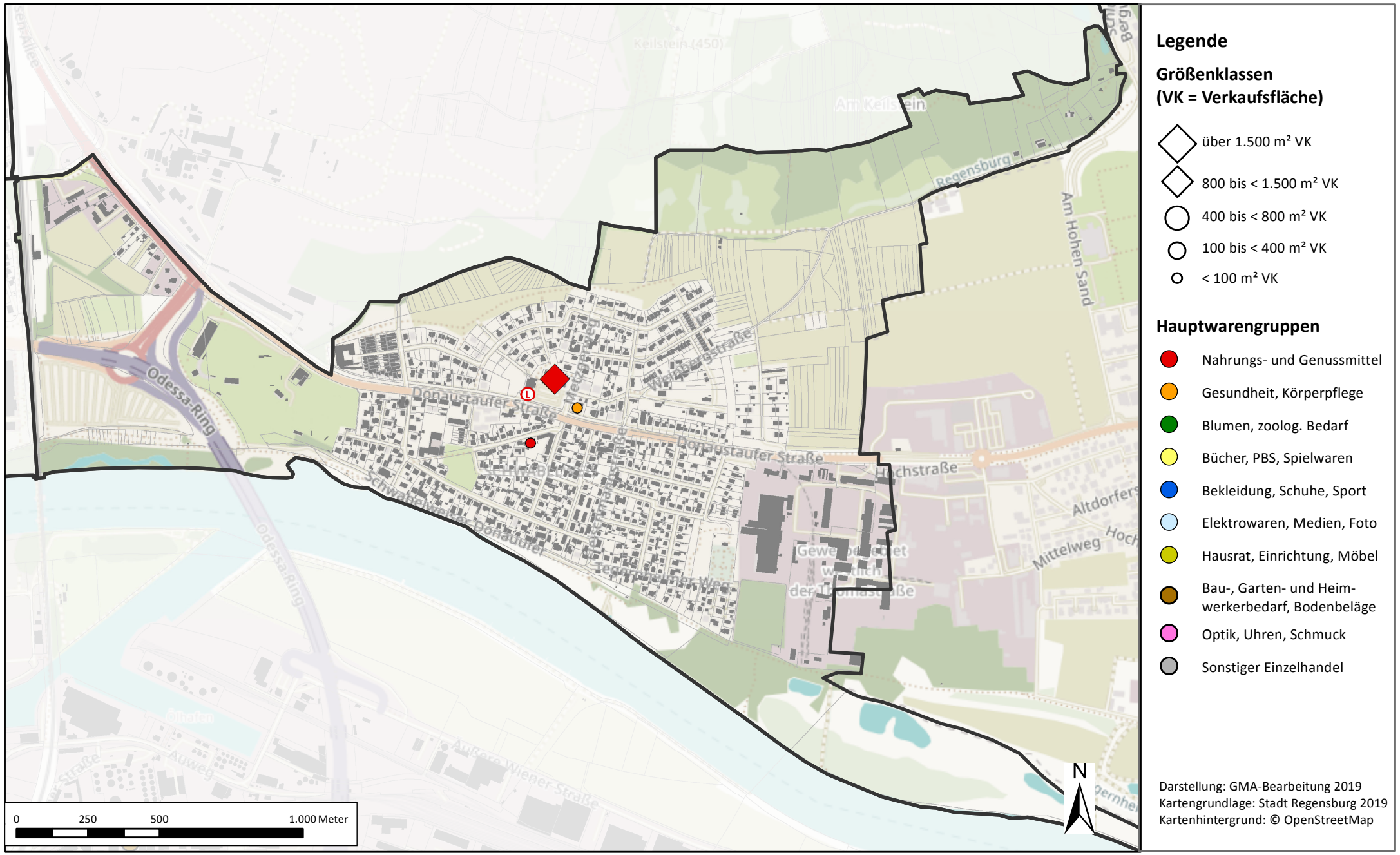
Mit dem Donau-Einkaufszentrum bildet der Stadtbezirk Weichs einen weiteren Einzelhandelsschwerpunkt in Regensburg. Insgesamt sind in diesem Stadtbezirk 141 Betriebe mit knapp 81.315 m² Gesamtverkaufsfläche vorhanden. Rund 65% der Verkaufsflächen sind im Donau-Einkaufszentrum zu verorten. Außerhalb des Einkaufszentrums konzentriert sich der Einzelhandel vor allem am Fachmarktstandort „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“. Dort sind mit toom, real und Trachten Moser verschiedene Magnetbetriebe mit überbezirklicher, zum Teil regionaler Ausstrahlung zu finden. Die Anzahl der Betriebe sowie die Verkaufsfläche sind zwischen den Jahren 2008 und 2018 annähernd gleich geblieben.

Tabelle 8: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Weichs nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	53	51	-4%	21.086	17.815	-16%	97,2	108,0	11%
Mittel- bis langfr. Bedarf	90	90	0%	64.415	63.500	-1%	178,0	246,2	38%
Gesamt	**143**	**141**	**-1%**	**85.501**	**81.315**	**-5%**	**275,2**	**354,2**	**29%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 9: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Schwabelweis, 2018



9. Schwabelweis

In dem Stadtbezirk Schwabelweis sind lediglich drei Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.065 m², welche Waren des kurzfristigen Bedarfs führen, vorhanden. Der Großteil der Fläche entfällt auf den Lebensmitteldiscounter von Lidl mit ca. 900 m² VK. Besonders auffällig ist, dass von den zehn Betrieben im Jahr 2008 aktuell (2018) nur noch drei bestehen. Hier haben vor allem Anbieter des Lebensmittelhandwerks zwischenzeitlich aufgegeben.

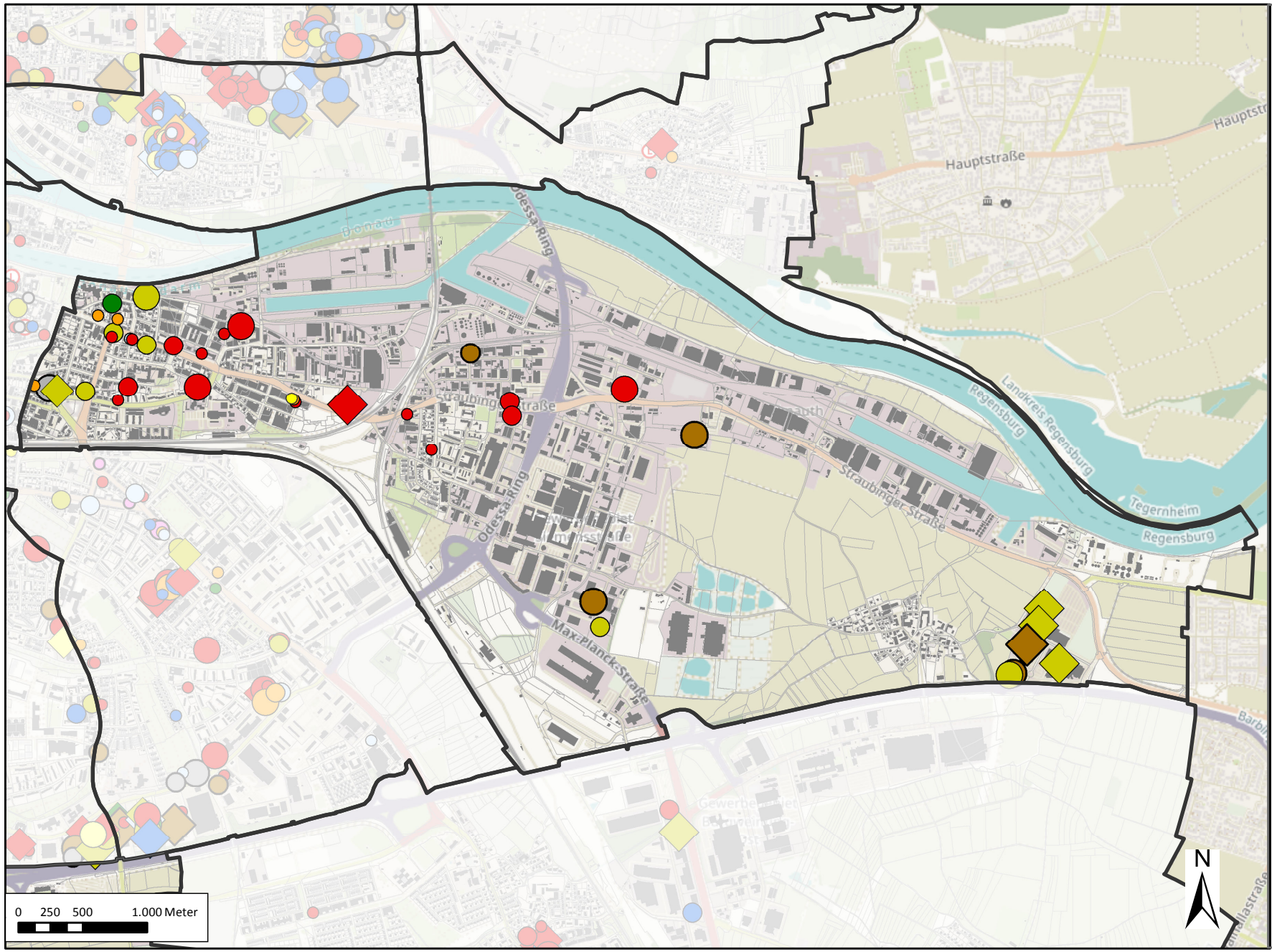
Tabelle 9: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Schwabelweis nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	10	3	-70%	1.855	1.065	-43%	9,4	*	*
Mittel- bis langfr. Bedarf	0	0	-	0	0	-	0,0	*	*
Gesamt	**10**	**3**	**-70%**	**1.855**	**1.065**	**-43%**	**9,4**	*	*

* kein Umsatznachweis bei drei und weniger Betrieben

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 10: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Ostenviertel, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heim-werkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

10. Ostenviertel

Der Stadtbezirk Ostenviertel ist durch eine ausgeprägte Angebotslandschaft mit spezialisierten Fachmärkten (z.B. IKEA, XXXL Hiendl, Mömax, Globus Baumarkt) im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich geprägt. Insgesamt sind in dem Bezirk 43 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 103.445 m² vorhanden. Diese Betriebe konzentrieren sich überwiegend am Fachmarktstandort Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum"). So sind ca. 94 % der Verkaufsfläche dem mittel- bis langfristigen Bedarf zuzuordnen.

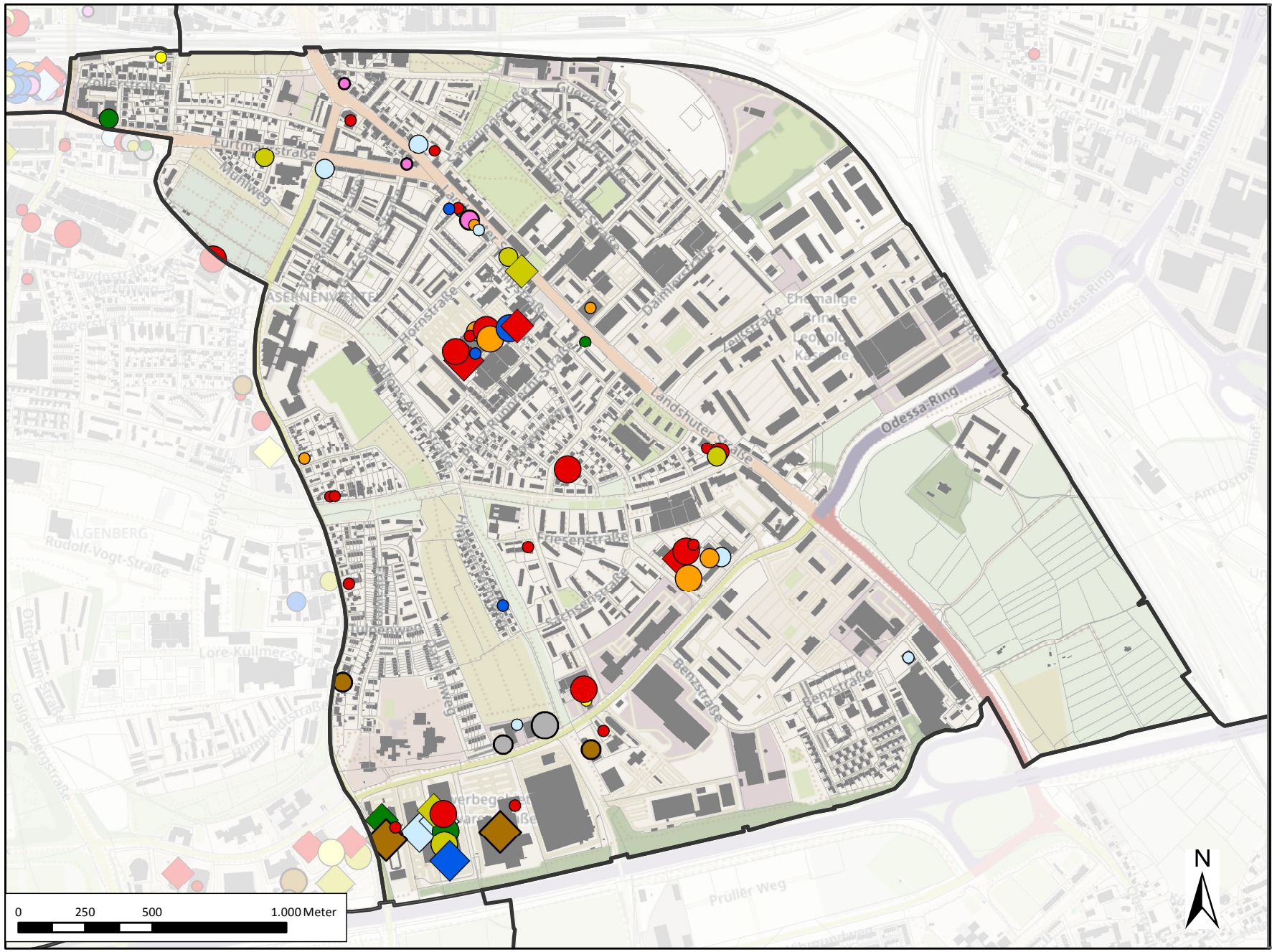
Zwischen 2008 und 2018 konnte eine Flächenzunahme um ca. 23.000 m² VK (u. a. Ansiedlung Mömax) verbucht werden; die Anzahl der Betriebe nahm im Vergleichszeitraum zwar leicht ab, jedoch stieg die Umsatzleistung um rd. 53 %.

Tabelle 10: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Ostenviertel nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	21	25	19%	2.880	6.120	113%	15,0	28,9	93%
Mittel- und langfr. Bedarf	26	18	-31%	77.225	97.325	26%	132,0	195,3	48%
Gesamt	**47**	**43**	**-9%**	**80.105**	**103.445**	**29%**	**147,0**	**224,2**	**53%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 11: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Kasernenviertel, 2018



11. Kasernenviertel

Von insgesamt rd. 48.385 m² Verkaufsfläche in 69 Betrieben in dem Stadtbezirk Kasernenviertel entfallen ca. 35.000 m² auf den Fachmarktstandort „Bajuwaren-/Langobardenstraße“. Dort werden vor allem Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs angeboten. Bedeutende Magnetbetriebe am Fachmarktstandort sind u. a. Bauhaus, das Bellandris Gartencenter, Sports direct, Conrad und Media Markt.

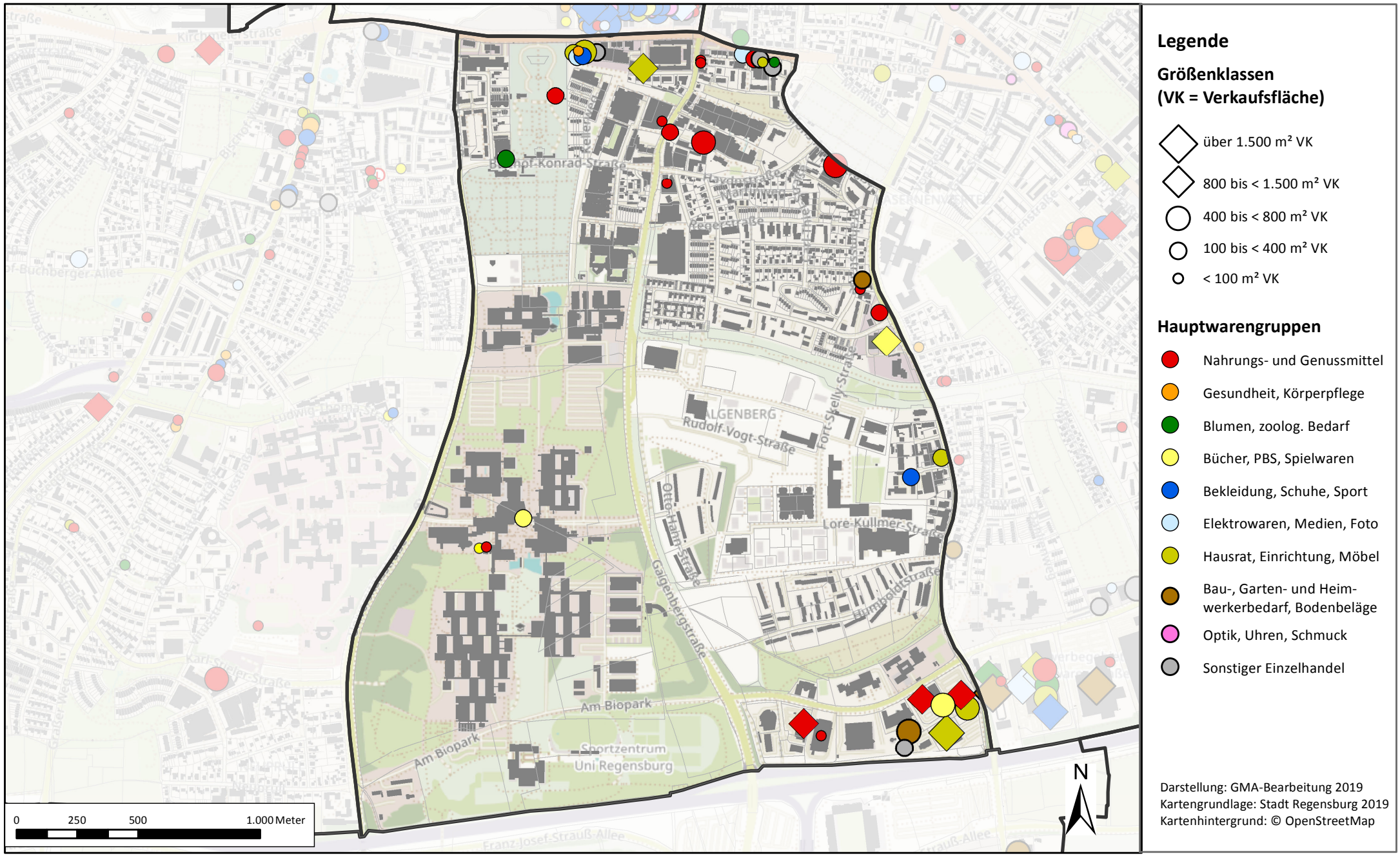
Zwischen 2008 und 2018 war im Stadtbezirk ein geringfügiges Verkaufsflächenwachstum in Höhe von rd. 9 % zu verbuchen. Gleichzeitig stieg der Umsatz um ganze 34 % aufgrund von Betriebserweiterungen und Modernisierungen.

Tabelle 11: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Kasernenviertel nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	37	37	0%	9.750	11.305	16%	44,5	50,3	13%
Mittel- bis langfr. Bedarf	30	32	7%	34.470	37.080	8%	74,0	108,2	46%
Gesamt	**67**	**69**	**3%**	**44.220**	**48.385**	**9%**	**118,5**	**158,5**	**34%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 12: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Galgenberg, 2018



12. Galgenberg

In dem Stadtbezirk Galgenberg ist eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 17.745 m² vorhanden, die sich auf 40 Betriebe verteilt. Dabei liegt ein deutlicher Schwerpunkt auf den Waren im mittel- bis langfristigen Bereich.

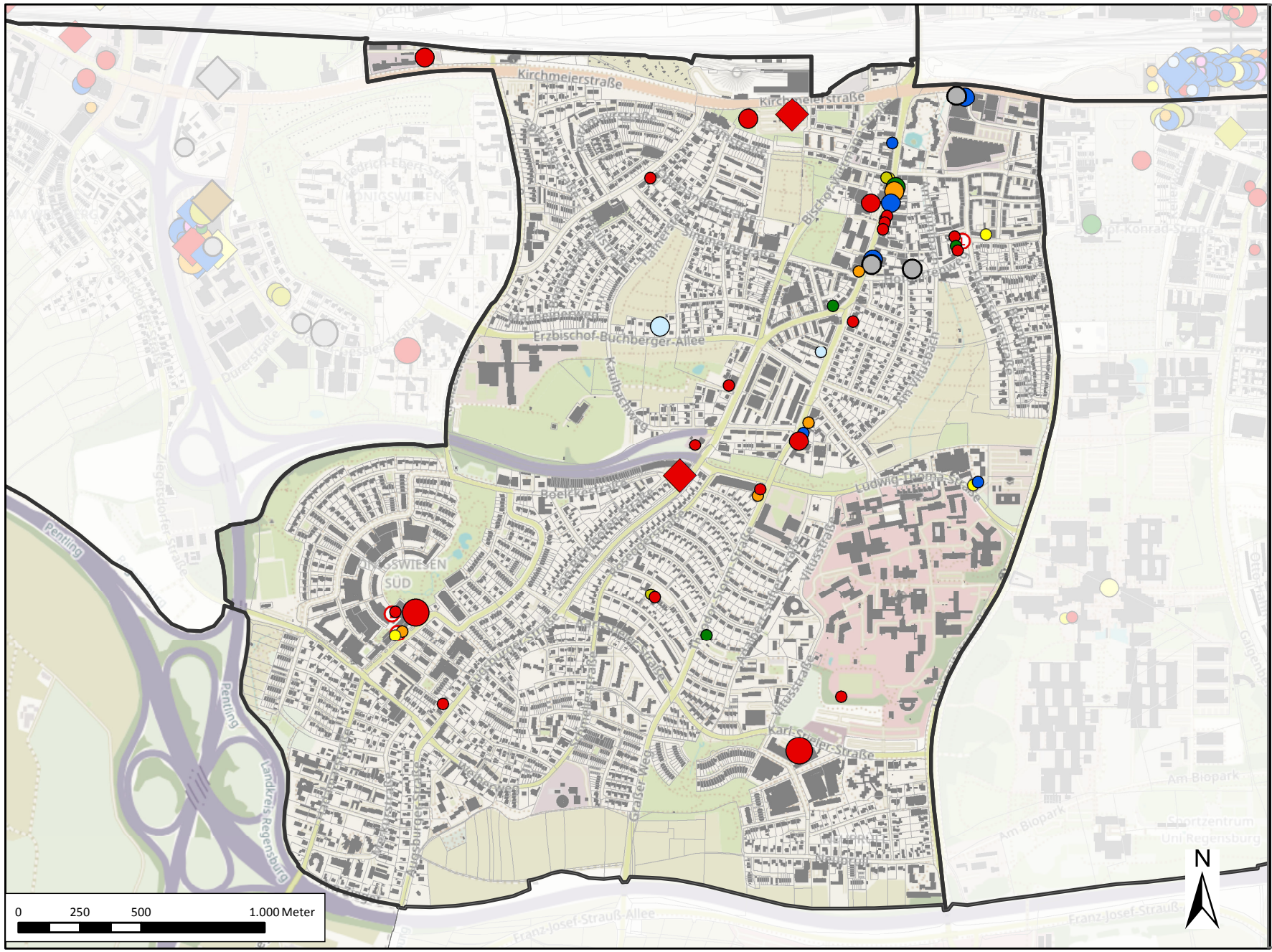
Seit 2008 kam es zu einer geringen Abnahme in der Anzahl der Betriebe, wobei ein Zuwachs an Verkaufsfläche um 17% zu verbuchen ist. Damit einhergehend stieg der Umsatz im Einzelhandel in diesem Bezirk seit 2008 um ca. 50% an.

Tabelle 12: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Galgenberg nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	23	20	-13%	5.495	6.030	10%	26,8	34,8	30%
Mittel- bis langfr. Bedarf	19	20	5%	9.643	11.715	21%	19,0	34,4	81%
Gesamt	**42**	**40**	**-5%**	**15.138**	**17.745**	**17%**	**45,8**	**69,1**	**51%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 13: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Kumpfmühl - Ziegetsdorf - Neuprüll, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

13. Kumpfmühl – Ziegetsdorf – Neuprüll

In dem Stadtbezirk Kumpfmühl – Ziegetsdorf – Neuprüll werden Waren in 51 Betrieben auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.875 m² angeboten. Der Schwerpunkt im Einzelhandel liegt hierbei deutlich auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

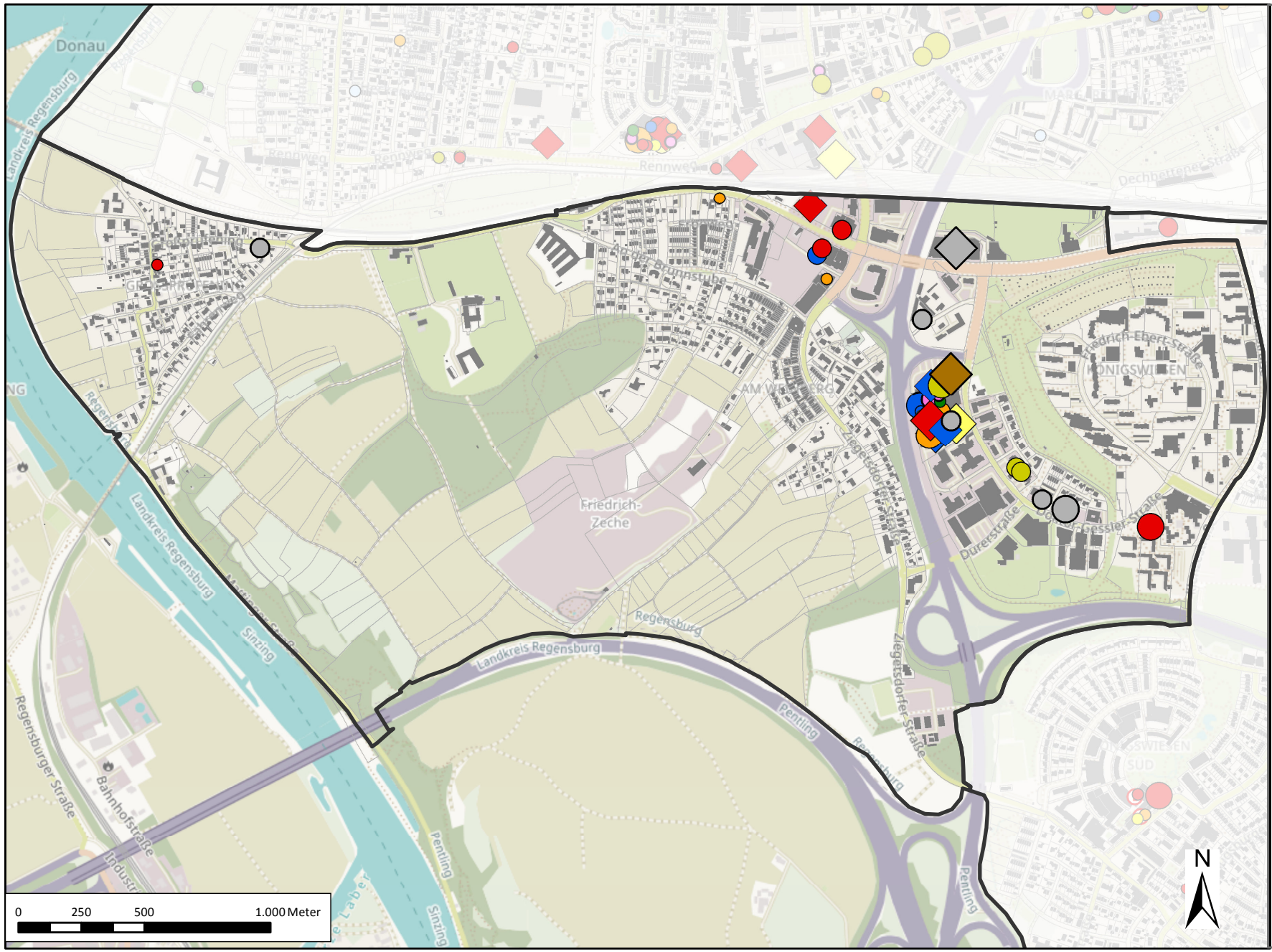
Zwischen 2008 und 2018 hat sich Betriebsanzahl geringfügig verkleinert, gleichzeitig sind Verkaufsflächen von nahezu 1.500 m² hinzugekommen, was sich gleichermaßen positiv in der Umsatzentwicklung von mehr als 10 Mio. € niederschlägt.

Tabelle 13: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Kumpfmühl – Ziegetsdorf – Neuprüll nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	37	33	-11%	5.197	5.720	10%	28,3	35,6	26%
Mittel- bis langfr. Bedarf	18	18	0%	1.205	2.155	79%	5,0	8,0	61%
Gesamt	**55**	**51**	**-7%**	**6.402**	**7.875**	**23%**	**33,3**	**43,7**	**31%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 14: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Großprüfening - Dechbetten - Königswiesen, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

14. Großprüfening – Dechbetten – Königswiesen

In dem Stadtbezirk Großprüfening – Dechbetten – Königswiesen im Südwesten von Regensburg werden auf einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 27.005 m² in 36 Betrieben Waren nahezu aller Sortimente angeboten. Der Verkaufsflächenschwerpunkt ist im Bereich des Fachmarktstandortes „Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)“ zu verorten. Darüber hinaus hat Stadler im Stadtbezirk Großprüfening – Dechbetten – Königswiesen seinen Sitz (der einzige größere Fachmarkt außerhalb der vier ausgewiesenen Fachmarktstandorte).

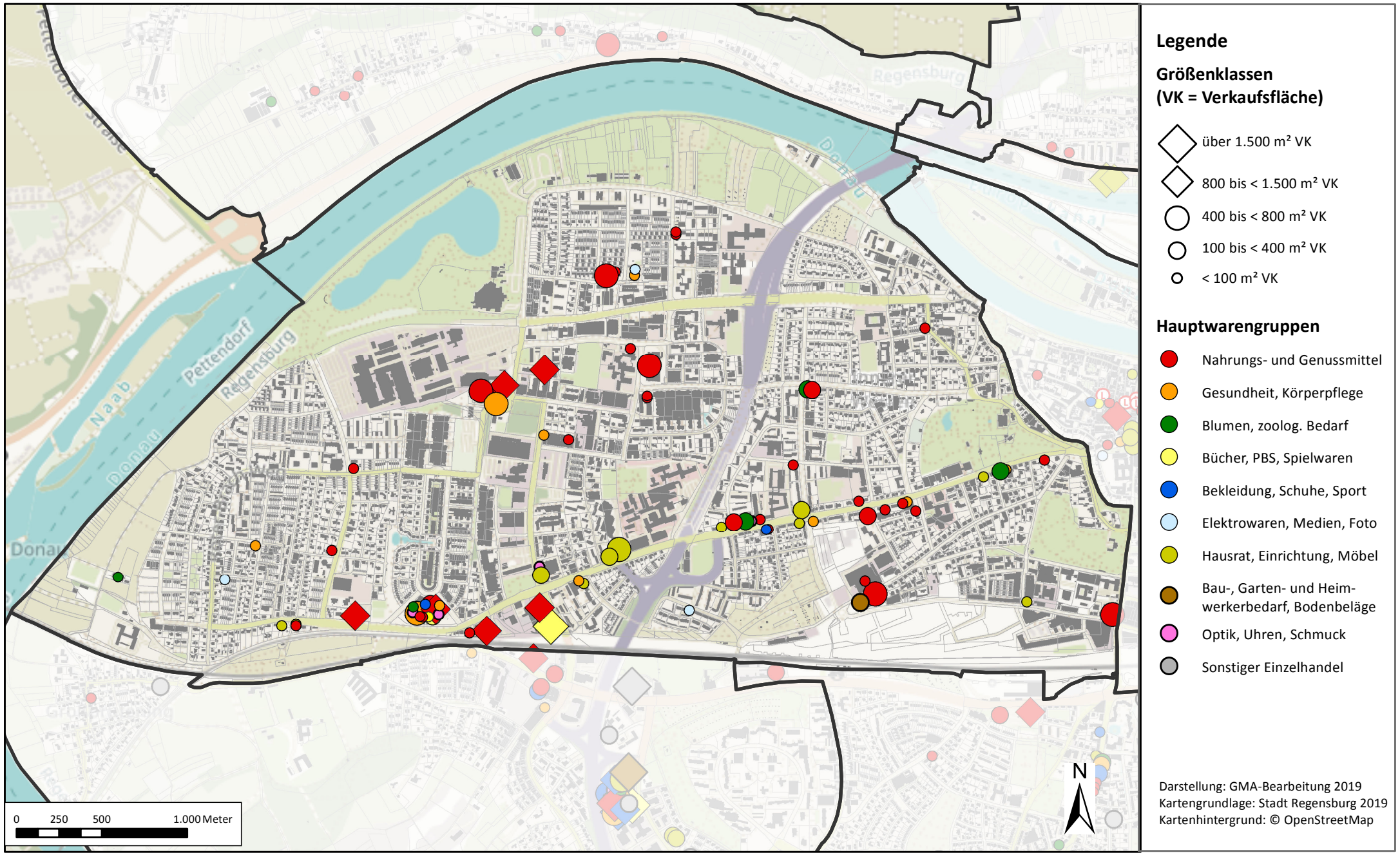
Seit 2008 ist die Verkaufsfläche in dem Bezirk in etwa gleich geblieben, wobei zu erwähnen ist, dass sich die Fläche auf inzwischen 24 Geschäfte weniger verteilt. Perspektivisch ist hier die Eröffnung des Nahversorgungszentrums „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“ auf insgesamt 3.900 m² Verkaufsfläche mit Waren des täglichen Bedarfs geplant.

Tabelle 14: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Großprüfening – Dechbetten – Königswiesen nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	27	13	-52%	7.830	6.035	-23%	33,7	36,0	7%
Mittel- bis langfr. Bedarf	33	23	-30%	18.965	20.970	11%	38,4	56,3	47%
Gesamt	**60**	**36**	**-40%**	**26.795**	**27.005**	**1%**	**72,1**	**92,4**	**28%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 15: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Westenviertel, 2018



15. Westenviertel

In dem Bezirk Westenviertel liegt der Schwerpunkt im Einzelhandel vor allem auf Waren im kurzfristigen Bedarf. Diese werden auf 74 % der Gesamtverkaufsfläche von rd. 16.695 m² angeboten. Für das Gebiet prägende Strukturen befinden sich insbesondere im Nahversorgungszentrum „Rennplatz (REZ)“ mit EDEKA und denn’s Biomarkt, im Nahversorgungszentrum „Agnesstraße“ mit Netto und in der Nahversorgungslage „Wernerwerkstraße“ mit REWE und Rossmann. Für Waren im mittel- bis langfristigen Bedarf ist vor allem der Anbieter Spiele Max als Magnetbetrieb mit 2.000 m² VK zu nennen.

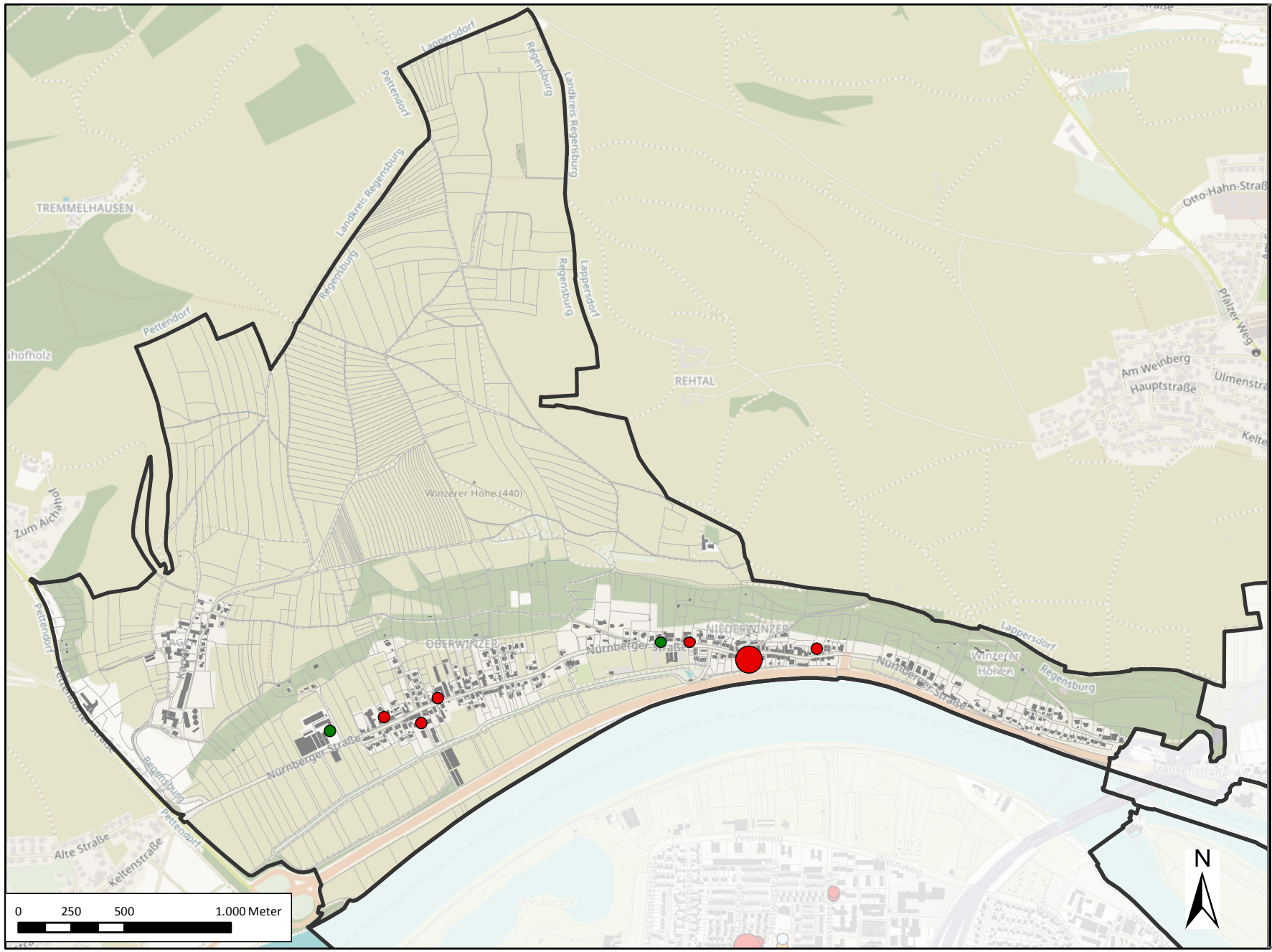
Seit 2008 kam es in dem Stadtbezirk Westenviertel zu Veränderungen im kurzfristigen Bedarfsbereich. So sind in dieser Zeit eine Zunahme von drei Betrieben und ein Verkaufsflächenzuwachs von rd. 20 % zu verzeichnen. Gleichzeitig ist die Umsatzleistung insgesamt um ca. 19 % gestiegen. Zurückzuführen ist diese Entwicklung auf die zwischenzeitlich erfolgte Etablierung von Betrieben an der Wernerwerkstraße sowie diverse Betriebsmodernisierungen.

Tabelle 15: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Westenviertel nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	57	60	5%	10.426	12.520	20%	59,3	69,3	17%
Mittel- bis langfr. Bedarf	29	24	-17%	5.045	4.175	-17%	13,5	17,7	31%
Gesamt	**86**	**84**	**-2%**	**15.471**	**16.695**	**8%**	**72,8**	**87,0**	**19%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 16: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Ober - und Niederwinzer - Kager, 2018



16. Ober- und Niederwinzer – Kager

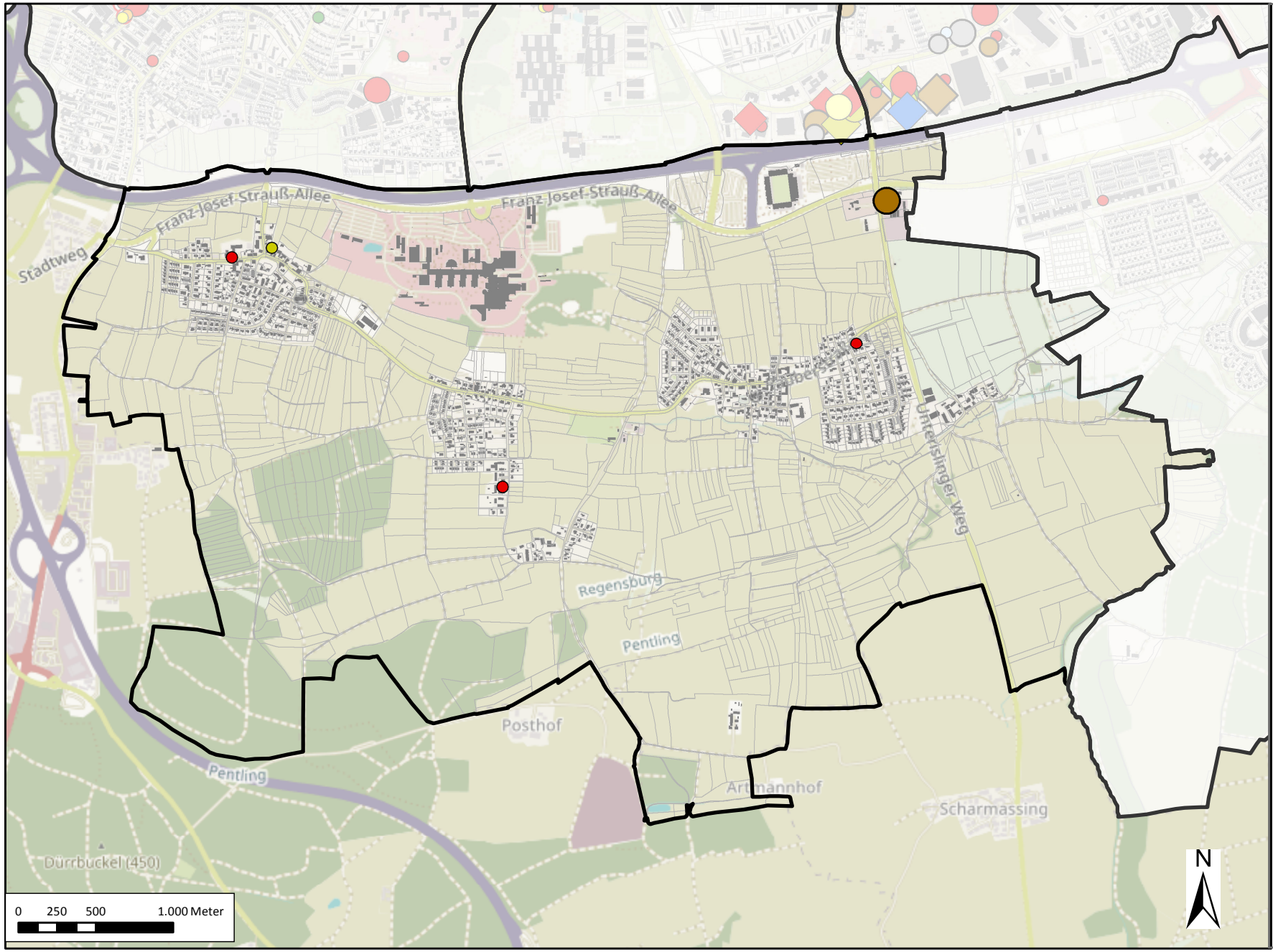
Im räumlich abgesetzten Stadtbezirk Ober- und Niederwinzer – Kager ist das Einzelhandelsangebot mit acht Betrieben auf insgesamt rd. 830 m² Verkaufsfläche (vor allem kleinteilige Direktvermarkter wie Hofläden, Obst- und Gemüseverkauf) als sehr eingeschränkt zu bewerten. Seit 2008 hat keine grundlegende Entwicklung leistungsfähiger Einzelhandelsstrukturen stattgefunden. Seitdem sind lediglich der Marktaustritt eines Betriebes und der damit verbundene Verkaufsflächenrückgang festzuhalten. Aufgrund des gestiegenen Bewusstseins der Bevölkerung für regionale Lebensmittel konnten die verbliebenen Direktvermarkter und Hofläden ihren Umsatz jedoch steigern.

Tabelle 16: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Ober- und Niederwinzer – Kager nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	7	8	14%	1.050	830	-21%	2,1	3,8	83%
Mittel- bis langfr. Bedarf	0	0	-	0	0	-	0,0	0,0	-
Gesamt	**7**	**8**	**14%**	**1.050**	**830**	**-21%**	**2,1**	**3,8**	**83%**

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 17: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Oberisling – Leoprechting - Graß, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

17. Oberisling – Leoprechting – Graß

Im südlich gelegenen, ländlich geprägten und räumlich abgesetzten Stadtbezirk Oberisling – Leoprechting – Graß entfallen insgesamt 790 m² Verkaufsfläche auf fünf überwiegend kleinteilige Betriebe. Hiervon sind drei Betriebe im Lebensmittelbereich (Metzgerei, zwei Hofläden) sowie zwei Betriebe im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich zu verorten. Auch wenn sich die Betriebsanzahl, Verkaufsflächen und Umsätze geringfügig erhöht haben, hat eine grundlegende Entwicklung leistungsfähiger Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk in der Vergangenheit nicht stattgefunden.

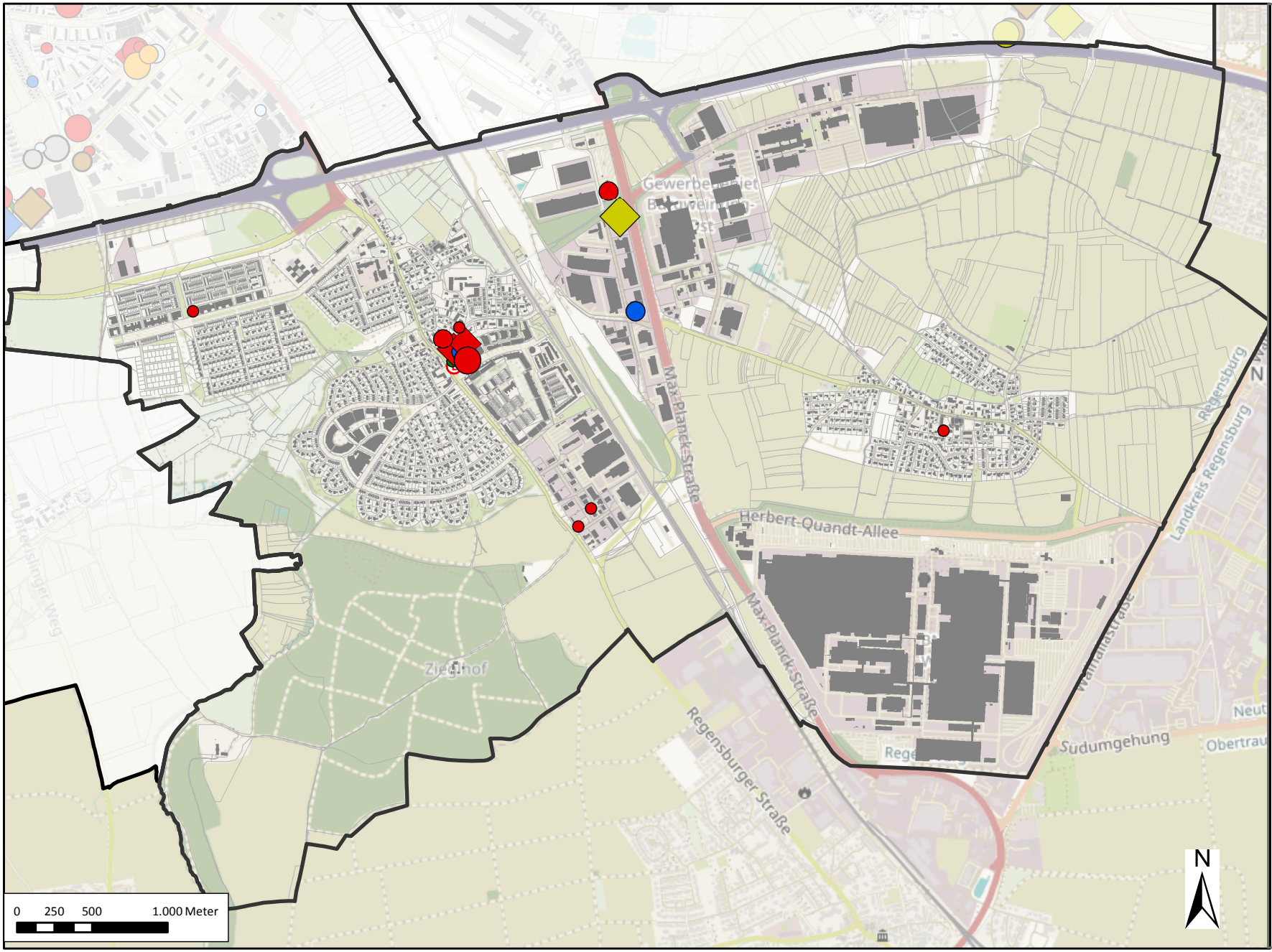
Tabelle 17: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Oberisling – Leoprechting – Graß nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	2	3	50%	145	165	14%	*	*	*
Mittel- bis langfr. Bedarf	1	2	100%	600	625	4%	*	*	*
Gesamt	**3**	**5**	**67%**	**745**	**790**	**6%**	*	*	*

* kein Umsatznachweis bei drei und weniger Betrieben

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Karte 18: Räumliche Verteilung des Einzelhandels nach Größenklassen und Sortimenten in den einzelnen Stadtbezirken - Burgweinting - Harting*, 2018



Legende

Größenklassen (VK = Verkaufsfläche)

- über 1.500 m² VK
- 800 bis < 1.500 m² VK
- 400 bis < 800 m² VK
- 100 bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zoolog. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

* mittlerweile statistisch getrennt geführt

18. Burgweinting – Harting

Der Stadtbezirk Burgweinting – Harting, der seit 2009 statistisch getrennt geführt wird, weist mit einer Verkaufsfläche von ca. 5.300 m² Verkaufsfläche in 16 Betrieben eine starke Ausprägung im kurzfristigen Bedarf auf (ca. 60 %). Die Verkaufsflächen werden vor allem durch die beiden Anbieter EDEKA und Lidl in der Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ) dargestellt und durch Angebote vor allem im kurzfristigen Bereich ergänzt.

Seit 2008 ist im BUZ die Ansiedlung eines Lidl Discounters gelungen, der das Vollsortimentsangebot von EDEKA und einem Getränkemarkt seitdem ergänzt. Weiterhin hat sich im Stadtbezirk ein großflächiger Betrieb für Küchenausstattung und Küchenbedarf angesiedelt.

Tabelle 18: Einzelhandelsentwicklung im Stadtbezirk Burgweinting – Harting nach Warengruppen zwischen 2008 und 2018

Bedarfsgruppe	Anzahl der Betriebe			Verkaufsfläche in m²			Umsatz in Mio. €		
	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ	2008	2018	Δ
Kurzfr. Bedarf	13	13	0%	2.815	3.320	18%	*	*	*
Mittel- bis langfr. Bedarf	2	3	50%	460	1.980	330%	*	*	*
Gesamt	**15**	**16**	**7%**	**3.275**	**5.300**	**62%**	**13,7**	**26,8**	**95%**

* kein Umsatznachweis bei drei und weniger Betrieben

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf der Basis der Einzelhandelserhebungen 2008 und 2018

Nach der allgemeinen Handelsausstattung und -entwicklung in den einzelnen Stadtbezirken wird in der nachstehenden Übersicht der Fokus auf die Nahversorgung gelegt. Darin werden ebenfalls auf Stadtbezirksebene die gegebenen Nahversorgungsstrukturen dargestellt und räumlich eingeordnet sowie eine Bewertung unter qualitativen wie quantitativen Gesichtspunkten vorgenommen. Außerdem werden ausgehend vom Bestand ggf. Empfehlungen für eine mögliche Weiterentwicklung formuliert.

Übersicht 1: Bewertung der Nahversorgung in den Regensburger Stadtbezirken

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
01 Innenstadt	17.380	2x Douglas (ZVB) Lebensmittelhandwerk Obst- und Gemüse	Norma 2x dm (ZVB) REWE (ZVB) Alnatura (ZVB)	Netto (ZVB) EDEKA (ZVB) Müller (ZVB) Kaufland (ZVB)	**quantitativ:** Die Ausstattung bei Lebensmitteln (rd. 518 m² VK je 1.000 EW) ist überdurchschnittlich, bei Drogeriewaren ist sie durch drei Drogeriewarenfachmärkte weit überdurchschnittlich. Perspektivische Verbesserung durch weitere Ansiedlungen (z. B. Penny in Obermünsterstraße, Netto city in der Schwarze-Bären-Straße). **qualitativ:** Strukturprägende Nahversorgungsanbieter sind überwiegend modern und durch ergänzende Angebote (z. B. Café, Markthalle, Einkaufszentrum) attraktiv. **räumlich:** Durch zentrale Lage in der Altstadt von Regensburg ist eine nahezu vollständige fußläufige Abdeckung der Altstadt gewährleistet. **Empfehlung:** Kein akuter Handlungsbedarf, weiterer Ausbau der Nahversorgung in der Innenstadt im Bereich der Lebensmittel möglich, aber nicht notwendig, da bereits heute verschiedene Betriebstypen des Lebensmittelhandels vorhanden und fußläufig zu erreichen sind.
02 Stadtamhof	2.500	Biomarkt „Bio-Insel“			**quantitativ:** Insgesamt unterdurchschnittliche Ausstattung bei Lebensmitteln (rd. 120 m² VK je 1.000 EW), Versorgungsschwerpunkt liegt in nördlichen/nordöstlich benachbarten Stadtbezirken (Steinweg, Reinhausen, Weichs). **qualitativ:** Biomarkt mit zeitgemäßem Marktauftritt, ansonsten keine Lebensmittelangebote. **räumlich:** Durch zentrale Lage im Stadtteil nahezu vollständige fußläufige Abdeckung mit Biolebensmitteln. **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebots; perspektivische Ergänzung durch Discounter / kleiner Supermarkt sinnvoll (Standort: ggf. auch im benachbarten Stadtbezirk Steinweg - Pfaffenstein)

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
03 Steinweg – Pfaffenstein	4.221	Norma Lebensmittel-handwerk			**quantitativ:** Unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 90 m² VK je 1.000 EW), Versorgungsschwerpunkt liegt in östlich benachbarten Stadtbezirken (Reinhausen, Weichs) und nördlich angrenzenden Gemeinden (Lappersdorf). **qualitativ:** Norma nicht mehr zeitgemäß (enger Verkaufsraum, schwierige Anfahrbarkeit), ansonsten Lebensmittelangebote nur im Bereich des Lebensmittelhandwerks. **räumlich:** randständige Lage im Stadtteil. **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebots; perspektivische Ergänzung durch Discounter / kleinen Supermarkt sinnvoll.
04 Sallern – Gallingkofen	3.650	Lebensmittel-handwerk			Bis auf zwei Anbieter des Lebensmittelhandwerks und einen Tankstellenshop keine Angebote im Stadtbezirk Sallern – Gallingkofen. Versorgungsfunktionen übernehmen insbesondere Anbieter im südlichen Stadtbezirk Reinhausen (Kaufland, Norma). **Empfehlung:** Schließung der Angebotslücke durch perspektivische Ergänzung eines Lebensmitteldiscounters / Supermarktes vor dem Hintergrund der Wohngebietsentwicklung an der Chamer Straße.
05 Konradsiedlung – Wutzlhofen	10.990	russische Lebensmittel Lebensmittel-handwerk		EDEKA (ZVB)	**quantitativ:** Unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 130 m² VK je 1.000 EW), Versorgungsschwerpunkt „Berliner Straße“ vor allem für Wohnbevölkerung im Umfeld, ergänzende Versorgung durch Angebote in südlich benachbarten Stadtbezirken (Reinhausen, Weichs). Perspektivische Verbesserung der Nahversorgung durch Netto-Planung an Aussiger Straße. **qualitativ:** EDEKA und ergänzende Angebote zeitgemäß und attraktiv.

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
					räumlich: Durch zentrale Lage im Unterbezirk Wutzlhofen gute fußläufige Erreichbarkeit aus angrenzenden Wohngebieten. Konradsiedlung aktuell noch ohne eigenes Lebensmittelangebot in fußläufiger Entfernung. Netto-Planung an Aussiger Straße schließt Versorgungslücke. **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebots; perspektivische Ergänzung durch Discounter bereits vorgesehen.
06 Brandlberg – Keilberg	2.580	Lebensmittelhandwerk		REWE	**quantitativ:** Durchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 575 m² VK je 1.000 EW), Versorgungsschwerpunkt „Glashüttenstraße“ vor allem für Wohnbevölkerung im Umfeld (Wohngebiet in Entwicklung), ergänzende Versorgung durch Angebote in westlich benachbarten Stadtbezirken (Reinhausen), in Keilberg bis auf einen Bäcker keine Versorgung (mehr) **qualitativ:** vorhandener Supermarkt modern und leistungsfähig, Bäckerei in Keilberg nicht mehr zeitgemäß **räumlich:** Standort vor allem fußläufig aus nördlich angrenzendem Wohngebiet zu erreichen, westlich verlaufende Pilsen Allee als städtebauliche Zäsur, fußläufige Erreichbarkeit aus Keilberg aufgrund vorhandener prägender Topographie nicht gegeben **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebots in Brandlberg, Etablierung temporär-mobiler Angebote in Keilberg (Ausweitung Wochenmarkt, rollender Versorger)

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
07 Reinhausen	9.250	• EDEKA Offenbeck • Lebensmittelhandwerk	• dm (ZVB) • Netto (ZVB) • Netto • Penny	• Rossmann (ZVB) • Norma (ZVB) • Lidl • Kaufland (ZVB)	**quantitativ:** Stark überdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 1.280 m² VK je 1.000 EW), Versorgungsschwerpunkt vor allem im Nebenzentrum „Nordgaustraße“ (Alex-Center und Norma) sowie im Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“, Versorgungsfunktion auch für umliegende Stadtbezirke (vor allem Sallern – Gallingkofen und Konradsiedlung) **qualitativ:** Strukturprägende Nahversorgungsanbieter sind überwiegend modern und durch ergänzende Angebote (z. B. Lebensmittelhandwerk) attraktiv. Nebenzentrum „Nordgaustraße“ darüber hinaus mit komplementären öffentlichen und privaten Dienstleistungen (Bürgerbüro, Stadtteilbücherei, Sparkasse). **räumlich:** durch zentrale Lage sehr gute Erreichbarkeit (fußläufig, per Fahrrad und ÖPNV, Pkw), NVZ „Gewerbepark“ vor allem mit Versorgungsfunktion für umliegende Büros (fußläufige Erreichbarkeit aus nördlichem Wohngebiet lediglich über „Trampelpfad“ möglich). **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebots, auch bei Umstrukturierung im Alex-Center
08 Weichs	3.740	• Lebensmittelhandwerk	• Biomarkt Neuhoff (ZVB) • Alnatura (ZVB) • dm (ZVB)	• Aldi • Netto • Müller (ZVB) • EDEKA (ZVB) • real,-	**quantitativ:** Sehr stark überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 3.450 m² VK je 1.000 EW), Versorgungsschwerpunkte „Donau-Einkaufszentrum“ und Fachmarktstandort „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“ für das gesamte Regensburger Stadtgebiet sowie nordöstliches Umland (regionale Ausstrahlungskraft) **qualitativ:** Ausdifferenziertes Angebot in allen Lebensmittelsegmenten (Discounter, Bio-/Supermärkte, SB-Warenhäuser, Spezialanbieter etc.), umfassendes und attraktives Drogeriewarenangebot

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit…			Bewertung
		VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	
					räumlich: Aufgrund der geringen Bevölkerung im Stadtbezirk Weichs ist das Nahversorgungsangebot vor allem auf Autokunden aus dem gesamten Stadtgebiet und darüber hinaus ausgerichtet (großes Parkplatzangebot vor den Betrieben), fußläufige Erreichbarkeit / mit dem ÖPNV jedoch möglich **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebots, Weiterentwicklung der Angebote im Bestand
09 Schwabelweis	2.320			Lidl	**quantitativ:** durchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 425 m² VK je 1.000 EW), Lidl als einziges Lebensmittelgeschäft mit Nahversorgungsfunktion für Wohnbevölkerung im Umfeld, ergänzende Angebote in der östlichen Nachbargemeinde Tegernheim (Supermarkt, Getränkemarkt, Discounter, Drogeriemarkt) **qualitativ:** Lidl als moderner Discounter mit zeitgemäßem Marktauftritt, ergänzende Dienstleistungen (Geldautomat) **räumlich:** durch zentrale Lage in Schwabelweis sehr gut fußläufig aus umliegenden Wohngebieten erreichbar **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebotes, Qualifizierung des Standortes durch weiteren Einzelhandel im Bestand

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
10 Ostenviertel	10.830	nahkauf Baumann polnische und russische Lebensmittel Lebensmittelhandwerk	Norma	REWE Center	**quantitativ:** durchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 450 m² VK je 1.000 EW), Versorgungsschwerpunkt an Kastenmaierstraße (Grundversorgungsstandort mit großem Supermarkt), weitere kleinteilige spezialisierte Lebensmittelangebote sowie Discounter **qualitativ:** Supermarkt mit ergänzenden Angeboten (Bäckerei, DHL Packstation, Stadtteilbücherei Candis, VHS), moderner Marktauftritt und umfassendes Angebot im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich, Discountangebot durch Norma im östlichen Gewerbegebiet (noch zeitgemäße Präsentation; Grundversorgungsstandort), Nahversorgungsfunktion des großen Supermarktes für Bewohner des westlich gelegenen Marina Quartiers **räumlich:** Discounter an dezentralem, fußläufig nicht erreichbaren Gewerbegebietsstandort; Supermarkt nördlich der ehemaligen Zuckerfabrik (Konversionsfläche) **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Nahversorgungsangebots, Prüfung Erweiterung nahversorgungsrelevanter Sortimente (z. B. Drogeriewaren) im Bestand durch Umstrukturierung

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
11 Kasernenviertel	16.380	Lebensmittel-handwerk	Rossmann (ZVB) Netto dm (ZVB) russische Lebensmittel Norma (ZVB)	Penny (ZVB) REWE (ZVB) E-Center (ZVB)	**quantitativ:** unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 360 m² VK je 1.000 EW), Konzentration vor allem auf die zwei Nahversorgungszentren „Hornstraße“ und „Von-Seeckt-Straße“ **qualitativ:** diversifiziertes Angebot im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich durch verschiedene Betriebstypen (Supermarkt, Discounter, Fachgeschäft, Drogeriefachmärkte), moderne Präsentation der Betriebsräume, ausreichendes Angebot von Kundenparkplätzen **räumlich:** Versorgungsfunktion vor allem für Wohnbevölkerung im Stadtbezirk sowie nördlich bzw. westlich gelegene Wohngebiete, gute fußläufige Erreichbarkeit der Standorte durch städtebauliche Integration und Lage im Umfeld benachbarter Wohngebiete, schnelle Anfahrbarkeit durch Lage an Hauptstraßen (Landshuter Straße bzw. Bajuwarenstraße) **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Angebotes durch Modernisierung und Weiterentwicklung
12 Galgenberg	9.030	türkische Lebensmittel	russische Lebensmittel	Netto Aldi Lidl	**quantitativ:** überdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 450 m² VK je 1.000 EW), umfassendes Angebot von Lebensmitteldiscountern, ergänzende Versorgungsmöglichkeiten im Bereich Lebensmittel- und Drogeriewaren durch Angebote in den Regensburg Arcaden und östlich gelegene Betriebe in der Hornstraße **qualitativ:** große Discounter mit modernen Marktkonzepten, gute Erreichbarkeit mit dem Auto und ÖPNV, kein Angebot im Vollsortimentsbereich **räumlich:** Wesentlicher Anteil des Angebots in städtebaulich nicht integrierten Lagen (Gewerbegebiete), Versorgungslücken im räumlichen Zentrum des Stadtbezirks (Wohngebietsentwicklung auf ehemaligem Kasernengelände vorgesehen) **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Angebots im Süden, Schließung der Angebotslücke durch Ergänzen eines Lebensmittelmarktes (perspektivisch geplant)

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
13 Kumpfmühl – Ziegetsdorf – Neuprüll	21.920	Norma (ZVB) Norma Lebensmittel-handwerk	EDEKA Brumbauer	Aldi EDEKA Ott	**quantitativ:** gemessen an hoher Einwohnerzahl stark unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 180 m² VK je 1.000 EW), keine Angebote von Drogeriewaren, Ergänzung des vorhandenen Angebots durch Standorte in den benachbarten Stadtbezirken (z. B. Regensburg Arcaden in der Innenstadt oder KÖWE-Center in Königswiesen, Dörnberg-Forum im Westenviertel) **qualitativ:** unterdurchschnittliches Angebot des Nahversorgungszentrums „Kumpfmühl“ mit kleinem Lebensmitteldiscounter sowie kleinteiligen Angeboten im mittelfristigen Bedarfsbereich, Ergänzung des Angebots durch Kumpfmühler Wochenmarkt, EDEKA Supermarkt an der Boelckestraße modern und attraktiv, EDEKA im südlichen Bezirksgebiet mit nicht mehr zeitgemäßem Marktauftritt, Lebensmitteldiscounter Norma am Theodor-Heuss-Platz ebenfalls nicht mehr zeitgemäß **räumlich:** räumliche Verteilung des nahversorgungsrelevanten Angebots im gesamten Stadtbezirk mit Konzentrationsansätzen im Bereich des Nahversorgungszentrums „Kumpfmühl“, südwestliches Bezirksgebiet ohne qualifizierte Versorgung (vorhandener Discounter am Theodor-Heuss-Platz nur schwer zugänglich) **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Einzelhandels, Qualifizierung des Nahversorgungszentrums „Kumpfmühl“ mit stadtteilbezogenen Angeboten des täglichen Bedarfs (Drogerie, Biomarkt)

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
14 Großprüfening – Dechbetten – Königswiesen	7.740		dm Netto	Lidl E-Center	**quantitativ:** überdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 610 m² VK je 1.000 EW), große Angebote im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich, insbesondere innerhalb des KÖWE-Centers (= aktueller Einkaufsschwerpunkt mit stadtbezirksübergreifender Versorgungsfunktion), zusätzlicher Discounter in dezentraler Lage, perspektivische Realisierung städtebaulich integrierter und fußläufig erreichbarer Nahversorgungsangebote innerhalb des perspektivischen Nahversorgungszentrums „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“ **qualitativ:** bestehende Angebote zeitgemäß und marktadäquat, geplante Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters und eines Discounters in dem perspektivischen Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“ **räumlich:** Konzentration auf den Fachmarktstandort „Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)“, Angebote zur Nahversorgung in städtebaulich nicht-integrierter Lage, fußläufig aufgrund städtebaulicher Barrieren (Autobahn) nur bedingt zu erreichen. **Empfehlung:** Sicherung des Angebotes im Bestand, kein Ausbau kurzfristiger Sortimente an dezentralen Standorten, Konzentration auf perspektivisches Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“
15 Westenviertel	27.910	Netto denn's Biomarkt (ZVB)	Netto Il Mercato denn's Biomarkt (ZVB) Rossmann dm (ZVB) Netto (ZVB)	Netto REWE Norma REWE Aldi Alnatura (ZVB) EDEKA (ZVB)	**quantitativ:** unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 300 m² VK je 1.000 EW) trotz zahlreicher Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk, mehrere Drogeriemärkte und Biolebensmittel **qualitativ:** umfassender Betriebstypenmix mit Angeboten aus allen Preissegmenten (Discounter, Supermärkte, Biosupermärkte, Drogeriefachmärkte), umfassendes und leistungsstarkes Angebot von modernen Anbietern, Erweiterung des Angebotes im perspektivischen Nahversorgungszentrum „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“

Fortsetzung auf nächster Seite

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
					räumlich: Angebotsschwerpunkte liegen auf den Nahversorgungszentren „Rennplatz (REZ)“ und „Agnesstraße“ sowie Nahversorgungslagen an der Wernerwerkstraße sowie im perspektivischen Nahversorgungszentrum „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“, Versorgungslücken im westlichen Stadtbezirk / im Bereich der Prüfeninger Straße bzw. Hochweg (hier nur kleiner Discounter mit weniger als 300 m² VK) **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Angebots, Stärkung einer zukünftig tragfähigen Nahversorgung im Bereich Hochweg und Prüfeninger Straße (Standort: ggf. ehem. FH-Standort)
16 Ober- und Niederwinzer – Kager	990	Hofläden / Direktvermarkter			**quantitativ:** keine leistungsfähigen Anbieter mit Nahversorgungsfunktion vorhanden, Angebot beschränkt sich auf wenige kleinteilige Direktvermarkter **qualitativ:** hochwertiges Lebensmittelangebot durch lokale Direktvermarkter, die aber keinen vollumfänglichen Versorgungseinkauf gewährleisten können **räumlich:** räumlich abgesetzter, ländlich geprägter Stadtbezirk mit geringem Einwohnerpotenzial, Versorgungseinkäufe in östlich gelegenen Stadtbezirken **Empfehlung:** Etablierung von alternativen Konzepten der Nahversorgung (Bsp. rollender Versorger) zusätzlich zum bestehenden kleinteiligen Angebot
17 Oberisling – Leoprechting – Graß	3.640	Lebensmittelhandwerk			**quantitativ:** keine leistungsfähigen Anbieter mit Nahversorgungsfunktion vorhanden, Angebot beschränkt sich auf wenige Anbieter des Lebensmittelhandwerks, Direktvermarkter **qualitativ:** hochwertiges Lebensmittelangebot durch lokale Direktvermarkter, die aber keinen vollumfänglichen Versorgungseinkauf gewährleisten können **räumlich:** räumlich abgesetzter, ländlich geprägter Stadtbezirk mit geringem Einwohnerpotenzial, Versorgungseinkäufe in nördlich gelegenen Stadtbezirken (Galgenberg) oder Angeboten in südlichen Nachbargemeinden (Pentling) **Empfehlung:** alternative Konzepte der Nahversorgung (Bsp. rollender Versorger) zusätzlich zum bestehenden kleinteiligen Angebot; Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes entlang Liebhartstraße/Rauberstraße in Oberisling denkbar

Stadtteil	Einwohner	Betriebsbestand mit… VK ≤ 400 m²	401 – 799 m² VK	VK ≥ 800 m²	Bewertung
18 Burgweinting – Harting	11.650	asiatische Lebensmittel Lebensmittelhandwerk		Lidl (ZVB) EDEKA (ZVB)	**quantitativ:** unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 210 m² VK je 1.000 Einwohner), grundlegendes Angebot im Lebensmittelbereich durch einen Supermarkt und einen Discounter, kein qualifiziertes Drogeriewarenangebot, keine Versorgungsstrukturen im Unterbezirk Harting, ergänzende Angebote in benachbarten Kommunen (z. B. Kaufpark in Neutraubling, Obertraubling) **qualitativ:** vorhandene Anbieter mit zeitgemäßem Marktauftritt, ergänzende Angebote im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie Dienstleistungen und Gastronomie im unmittelbaren Standortumfeld **räumlich:** zentrale Lage der Anbieter im Nahversorgungszentrum „Friedrich-Viehbacher-Allee“ (BUZ), Versorgungsfunktion ausschließlich für gewachsenen Teil Burgweintings, von hier aus gute fußläufige Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums (trotz bedingter Barrierefreiheit innerhalb des Objekts), Einkaufsorientierung von Bewohnern aus Harting sowie neuem Wohngebiet an der Kirchfeldallee an alternative Standorte (wie z. B. Bajuwarenstraße, Von-Seeckt-Straße) **Empfehlung:** Sicherung des bestehenden Angebots im BUZ, Prüfung Etablierung Drogeriewarenangebot, konsequent behindertengerechte Zugänge, Etablierung von Versorgungsstrukturen (z. B. Tante-Emma-Laden, Nachbarschaftsladen) entlang Kirchfeldallee/Römerstraße bzw. kostengünstigere Anbindung (z. B. Kurzstreckentarif) an das Nahversorgungszentrum

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019

Anlage 2:

Grundlagen und Begründung Standortkonzept

Nachfolgende fachliche Einordnung des Begriffes „zentraler Versorgungsbereich“ soll zur besseren Verständlichkeit der Einordnung dienen.

Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

1. Rechtliche Anforderungen

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches (BauGB) im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baurecht einen wesentlichen Bedeutungszuwachs und wurde im Rahmen der weiteren Novellierung des BauGB im Jahr 2007 als zusätzlich zu berücksichtigender Belang im Rahmen der Aufstellung der Bauleitpläne eingeführt (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“).

Folgende Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche:[1]

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.

- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die grundsätzlich nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zulässig wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.

- **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile im Sinne von § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

- Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung in **§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG** verankert. Nach dieser

[1] Vgl. hierzu u. a. Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, S. 77 f.

Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen. Die Erhaltung gerade der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche ist damit für den Bundesgesetzgeber eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welchem durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB ein erheblicher Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den nunmehr knapp zehn Jahren, die zum Teil von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden durch die **Rechtsprechung** die bestehenden Begrifflichkeiten thematisiert und in Teilen konkretisiert. Als handhabbare und operationalisierbare Gerichtsurteile ist exemplarisch auf folgende Urteile hinzuweisen:

- Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus:[2] „…sind zentrale Versorgungsbereiche **räumlich abgrenzbare Bereiche** einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus** zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“

- In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es:[3] „Zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus** zukommt“[4]. Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich im Sinne des § 34

2 Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.
3 Vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08.
4 Vgl. BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11

Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich **zentrale Funktion** hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.

- Ergänzend ist auf eine gerichtliche Befassung hinsichtlich der notwendigen Ausstattung, insbesondere von Nahversorgungszentren hinzuweisen, die im Rahmen des Urteils des OVG NRW vom 15.02.2012[5] präzisiert wurde. Diesbezüglich wurde das Kriterium des **funktionalen Gewichts eines zentralen Versorgungsbereiches** hervorgehoben, wonach ein zentraler Versorgungsbereich einen über seine Grenzen hinaus reichenden räumlichen Versorgungsauftrag bzw. Einzugsbereich haben muss und somit „über den unmittelbaren Nahbereich" hinauswirken muss. Hierauf wurde bereits im Rahmen des Urteils BVerwG vom 17.12.2009[6] verwiesen.

Entscheidend ist, dass eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage somit nach „Lage, Art und Zweckbestimmung" eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat.[7] Der nach städtebaulich-funktionalen Kriterien abgrenzbare Bereich hat Einzelhandelsnutzungen aufzuweisen, die aufgrund ihrer Qualität und ihres Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich haben; die Nutzungen müssen diese zentrale Funktion erfüllen, was sich letztlich auch an der Stadtgröße bemisst.[8]

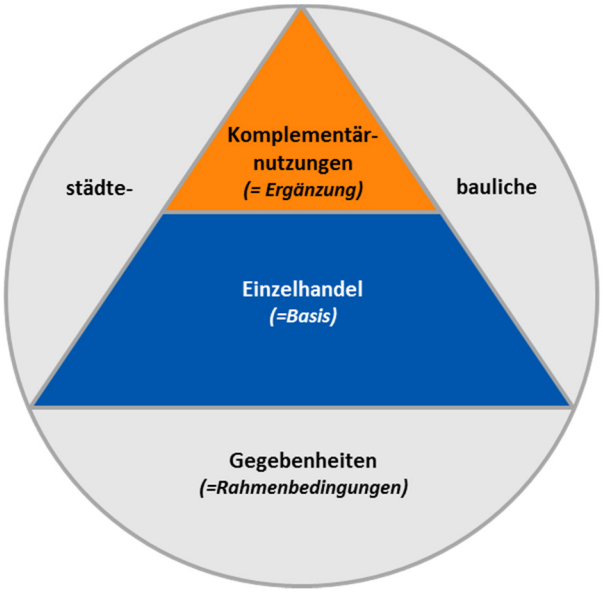
Somit können zentrale Versorgungsbereiche sowohl einen umfassenden als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereich beschränkten Versorgungsbereich abdecken. Es ist kein übergemeindlicher Einzugsbereich vorausgesetzt. Auch ein Standort, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich wohnenden Bevölkerung. Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen gewissen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit funktionalem und städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

5 Vgl. OVG NRW, 10 D 32/11.NE; Urteil vom 15.02.2012.
6 Vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08.
7 Vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.
8 Vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432/10, juris RN 30 ff.

Die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte) und aus den
- nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen[9].
- Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden[10] und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.[11]
- Für einen zentralen Versorgungsbereich ist somit die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird.

Abbildung 1: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche



Einzelhandel/Komplementärnutzungen:
- quantitative Aspekte (z. B. Anzahl, Dimensionierung)
- qualitative Aspekte (z. B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

Städtebauliche Gegebenheiten:
- stadträumliche Zäsuren (z. B. Straße mit Barrierewirkung/Bahngleise/ Topografie/Stadtmauer/markanter Wechsel der Bebauungsstruktur/ geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen)
- Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle)

Quelle: GMA-Darstellung 2019

9 d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.
10 vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.
11 d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

2. Methodik zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche in Regensburg

Ausgehend von den dargelegten rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche wurden Kriterien formuliert, die bei der Identifikation von zentralen Versorgungsbereichen einheitlich zugrunde gelegt wurden:

- städtebaulich integrierte Lage,
- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus),
- Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote sowie ggf. Kultur und Freizeit),
- Entwicklungsfähigkeit (Flächenpotenziale).

Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wenngleich die Kriterien **Integration** und **zentrale Versorgungsfunktion** (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare **„Muss-Kriterien“** gelten.

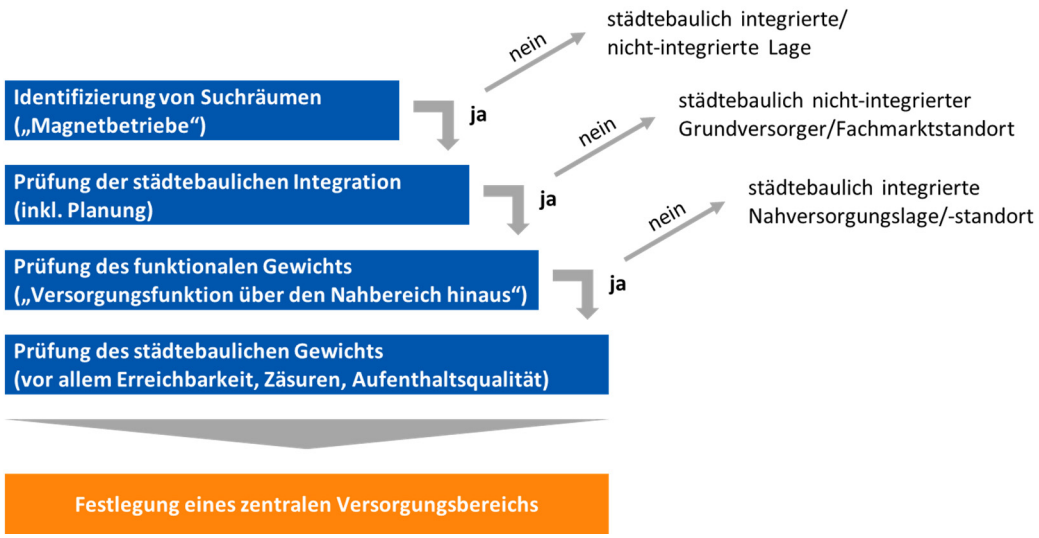
Der Prozess zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche erfolgte in Regensburg mit nachfolgender Methodik:

- **Identifizierung von „Suchräumen“** für einen zentralen Versorgungsbereich auf Grundlage der Einzelhandelserhebung (Geschäftslagen mit Magnetbetrieben). Eine Ausnahme bilden Planungen und Entwicklungsvorstellungen über konkrete Konzeptionen für Teilräume, die aktuell noch nicht als „Suchraum“ zu identifizieren sind, da dort noch kein oder nur unzureichender Handel vorhanden ist. Diese sogenannten „planerischen Zentren“[12], die sich derzeit noch nicht aus den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen ableiten lassen, jedoch einer Entwicklungskonzeption unterliegen, welche eine Umsetzung und Entwicklung in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erkennen lassen.
- Prüfung der städtebaulichen Integration
- Prüfung und Bewertung des funktionalen Gewichts
- Prüfung und Bewertung des städtebaulichen Gewichts

12 In Regensburg wurden das Nahversorgungszentrum „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Foum)“ sowie das Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“ im Sinne einer planerischen Entwicklungskonzeption als „perspektivische“ Nahversorgungszentren abgegrenzt.

Bei positiver Bewertung der vier aufeinanderfolgenden Schritte war eine Festlegung und anschließende Abgrenzung der Geschäftsbereiche als zentraler Versorgungsbereich vorzunehmen.

Abbildung 2: Methodik zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

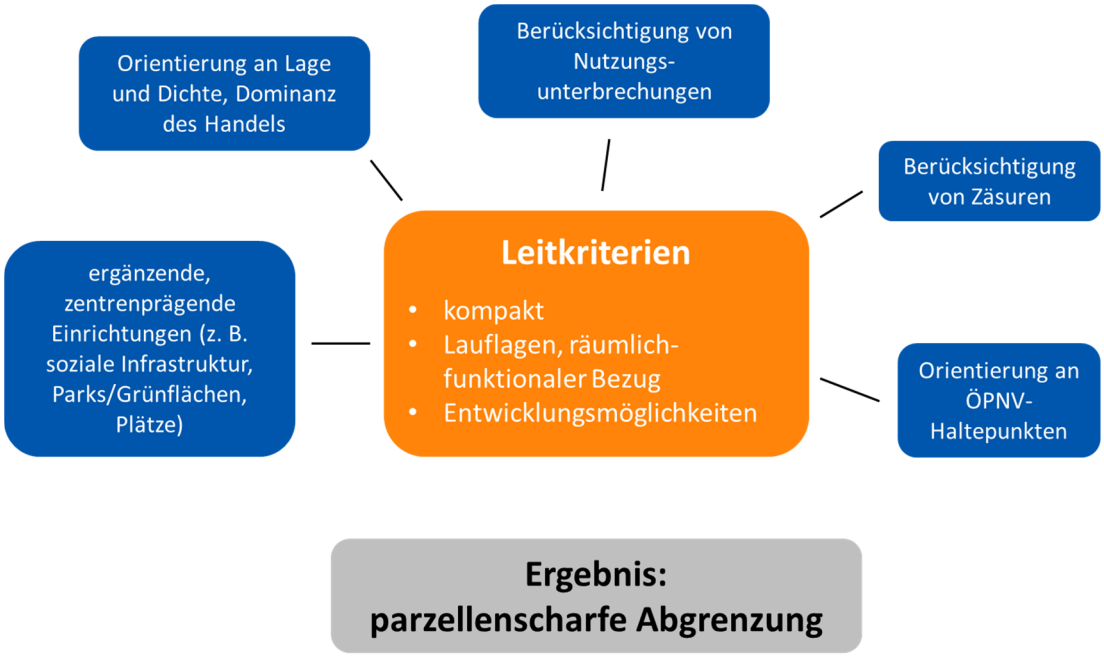


Quelle: GMA-Darstellung 2019

3. Methodik zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Sofern die Kriterien zur Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches vorlagen, wurden diese fachgerecht abgegrenzt. Hierfür wurden Kriterien für die konkrete Abgrenzung anhand der tatsächlichen Vor-Ort-Situation festgelegt (vgl. Abbildung 3):

Abbildung 3: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche



Quelle: GMA-Darstellung 2019

4. Einordnung zentraler Versorgungsbereiche in Regensburg (Zentrenklassifikation)

Der Gesetzgeber sieht für zentrale Versorgungsbereiche unterschiedliche Stufen vor. Diese richten sich nach der Größe der Stadt oder Gemeinde sowie der Struktur der jeweiligen Einzugsbereiche. Der Begründung zu § 9 Abs. 2 a BauGB ist zu entnehmen:

> „Der Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ umfasst Versorgungsbereiche unterschiedlicher Stufen, also insb. Innenstadtzentren v. a. in Städten mit größerem Einzugsbereich, Nebenzentren in Stadtteilen sowie Grund- und Nahversorgungszentren in Stadt- und Ortsteilen und nicht städtischen Gemeinden.“[13]

Es lassen sich somit drei Grundtypen von Zentren ausmachen, die als Grundlage für eine Hierarchisierung heranzuziehen sind:[14]

- **Hauptzentren/Innenstadtzentren:** diese versorgen in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. das weitere Umland vor allem mit einem breiten und großen Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten in allen Fristigkeitsstufen.
- **Nebenzentren:** Die Versorgungsfunktion ist in der Regel auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und weist im Vergleich zur erstgenannten Kategorie ein geringeres Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten auf, mit einem insgesamt deutlich geringeren Angebot.
- **Nahversorgungszentren:** Diese dienen vorzugsweise der Versorgung des Nahbereiches mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, bilden jedoch in Folge eines funktionalen Gewichts und Attraktivität eine Versorgungsfunktion auch darüber hinaus aus. In begrenztem Umfang werden auch Waren für den mittelfristigen Bedarf angeboten, sind jedoch keine Voraussetzung.

Zur Einordnung zentraler Versorgungsbereiche unterschiedlicher Stufen und Versorgungsbedeutung sind vor dem Hintergrund unterschiedlicher Funktionszuweisungen in der Regel folgende Kriterien heranzuziehen:

- Mit Zunahme der zeitlichen Fristigkeit (Anteil mittel- bis langfristiger Sortimente) nimmt die Versorgungsbedeutung über den Nahbereich hinaus deutlich zu. Dies kann auf ein höherrangiges Zentrum („übergeordnetes Zentrum“) hinweisen.
- Bei klassischen Nahversorgungszentren dominiert deutlich das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich.
- Mit zunehmender Hierarchisierung zentraler Versorgungsbereiche nimmt die Anforderung an städtebauliche Kriterien zu. So können im Umkehrschluss Nahversorgungszentren als funktionale Angebotsbereiche auch ein deutlich geringeres städtebauliches Gewicht aufweisen.

13 Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007; Bundestagsdrucksache; 16/2496, S. 11.

14 Vgl. u. a. Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, S. 82 f.

4.1 Oberzentraler Standort „Altstadt“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb			
Einwohner	**2008**	**2018**	**Tendenz**
Stadtbezirk Innenstadt	15.390	17.380	▲
Unterbezirk Altstadt	12.230	13.430	▲
Kaufkraft in Mio. €	**kurzfr. Bedarf**	**mittel- bis langfr. Bedarf**	
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	61,2	67,6	
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	91,6	101,3	

Lage und Umfeld

- Lage zwischen Donau im Norden, entlang der D.-Martin-Luther-Straße im Osten, im Süden entlang des St.-Peters-Weges, über den Emmeramsplatz entlang der Auergasse, Deischgasse, Hinter der Pfannenschmiede, Dänzergasse und Predigergasse sowie im Westen durch den Bismarckplatz, die Jakobstraße bis zum Einmündungsbereich Stahlzwingerweg, den Arnulfsplatz mit dem Netto Markt und entlang des Weißgerbergrabens
- touristisches Zentrum mit hoher städtebaulicher Qualität
- nahezu vollständig erhaltene historische Bausubstanz (mittelalterliche Stadtstruktur, keine Weltkriegsschäden), punktuell von zeitgenössischer Architektur durchsetzt (z. B. Galeria Kaufhof-Gebäude aus den 1960er/1970er Jahren)
- Ausdehnung der Altstadt rd. 680 m in Nord-Süd-Richtung (Luftlinie) und ca. 900 m in West-Ost-Richtung (Luftlinie)
- mit Nahversorgungsschwerpunkten Arnulfsplatz, Dachauplatz, Neupfarrplatz, Obermünsterstraße (persp.) und Schwarze-Bären-Straße

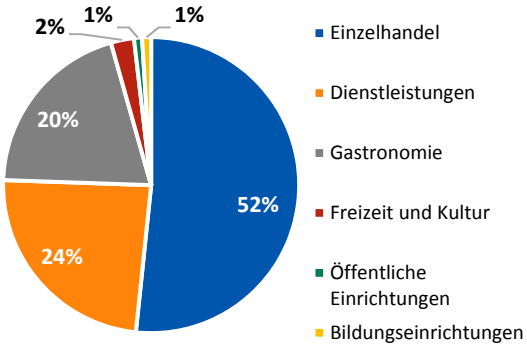
Wettbewerbssituation

- Richtung Nordosten: oberzentraler Standort „Donau-Einkaufszentrum“, ca. 1.500 m (Luftlinie)
- südöstliche Richtung: Nahversorgungszentrum „Hornstraße“, ca. 2.000 m (Luftlinie)
- südliche Richtung: oberzentraler Standort „Regensburg Arcaden“, ca. 700 m (Luftlinie)
- südwestliche Richtung: Nahversorgungszentrum (perspektivisch) „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“, ca. 900 m (Luftlinie)
- westliche Richtung: Nahversorgungszentrum „Agnesstraße“, ca. 2.600 m (Luftlinie)

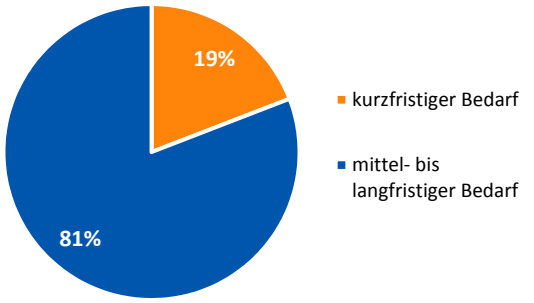
Zentrenprägende Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Betriebe Anzahl	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
kurzfristiger Bedarf	121	12.470	84,6
mittel- bis langfristiger Bedarf	350	52.685	206,1
Einzelhandel gesamt	**471**	**65.155**	**290,7**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)



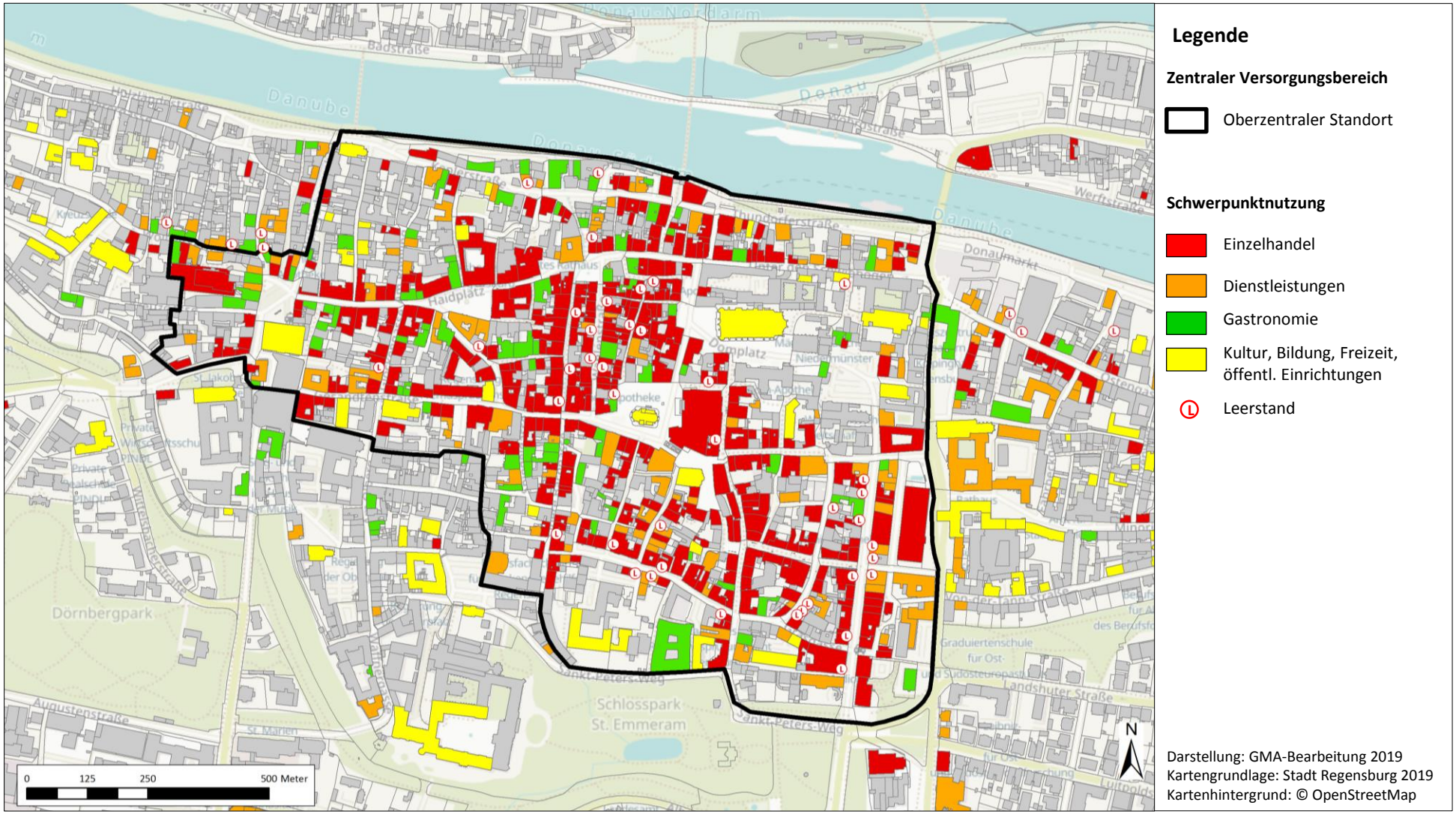
Einzelhandelsangebot

ab 1.500 m² VK	Zara, TK Maxx, H&M, Müller Drogeriemarkt, Galeria Kaufhof
800 – 1.499 m²	Globetrotter, Netto, EDEKA Stadtmarkt, Bücher Pustet
400 – 799 m² VK	Juwelier Mühlbacher, Antikhaus Insam, dm-Drogeriemarkt, REWE, Schreiner Haushaltswaren, Sport Schrott, Alnatura, Lauf & Berg König, Vero Moda
200 – 399 m² VK	Markthalle Regensburg, Elektro Fritsch, Douglas, Salamander, Marco Polo, Butler’s, Tommy Hilfiger, Gerry Weber, Mango, Sutor

Ergänzende Nutzungen

In der Altstadt ist auf ein differenziertes Angebot an Komplementärnutzungen aus allen Bereichen und Segmenten zu verweisen. Neben dem Einzelhandel liegt ein Nutzungsschwerpunkt auf Dienstleistungen, gefolgt von gastronomischen Betrieben sowie weiteren Nutzungen (Kultur-, Verwaltungs-, Bildungseinrichtungen). Insgesamt bilden die Komplementärnutzungen zusammen mit dem Handelsbesatz ein multifunktionales Hauptzentrum für das Regionalzentrum Regensburg aus. Als kulturelle Besonderheit ist auf das Haus der Bayerischen Geschichte – Museum hinzuweisen, das seit 2019 einen weiteren touristischen Anziehungspunkt am Rand der Altstadt bildet.

Karte 1: Oberzentraler Standort „Altstadt“



Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Innerhalb der Altstadt ist eine klare Struktur der Hauptlagen vorzufinden, an denen sich der Haupthandelsbesatz konzentriert. Neben diesen Hauptachsen sind im gesamten Altstadtgebiet ergänzender, überwiegend kleinteiliger und spezialisierter Handelsbesatz sowie Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe vorhanden, der sich ebenso um die zahlreichen Plätze in der Altstadt gruppiert.
  - 1a-Lage (Königsstraße – Weiße-Lilien-Straße – Neupfarrplatz – Gesandtenstraße): dichtester und nahezu durchgängiger Geschäftsbesatz mit Standorten von großflächigen Magnetbetrieben wie etwa GALERIA Kaufhof oder überregional agierenden Filialunternehmen wie u.a. H&M, Hallhuber, Closed, TKMaxx oder Zara, aber auch individuelles und hochwertiges Angebot (Boutiquen), überwiegend Betriebe unter 250 m² VK, hoher Filialisierungsgrad (über 60 %), nahezu alle innenstadt- und nahversorgungstypischen Sortimente (Drogeriewaren, Bücher, Spielwaren, Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Sport, Haushalts-/Einrichtungsbedarf, Optik/Akustik, Uhren/Schmuck), ausgewogene Struktur, teilweise überregionale Versorgungsfunktion, ergänzende Dienstleistungen (v.a. Reisebüro, Gastronomie) sind gut integriert und führen nicht zu einer erheblichen Unterbrechung der Ladenfronten; vielfältige und attraktive Cafés, konsumiges bis luxuriöses Preissegment, keine struktur- und stadtbildprägenden Mindernutzungen/sehr vereinzelte Leerstände (meist Umbau), zunehmende Bedeutung und Attraktivität der Lage „Neupfarrplatz/Gesandtenstraße“ mit neuen Konzepten
  - 1b-Lage (westliche Gesandtenstraße – Ludwigstraße – Haidplatz – Neue-Waag-Gasse – Kohlenmarkt – Goliathstraße – Untere Bachgasse – Pfauengasse – Schwarze-Bären-Straße – nördliche Fröhliche-Türken-Straße): dichter Geschäftsbesatz, vereinzelt Unterbrechungen durch andere Nutzungen (z. B. öffentliche Einrichtungen, Banken, Hotels, Gastronomie, Reisebüros), etwa ein Drittel der Betriebe sind filialisiert, überwiegend inhabergeführte Läden, zum großen Teil Betriebe unter 200 m² VK, Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung, aber auch Hausrat und Einrichtungsbedarf sowie Optik/Akustik, Uhren/Schmuck; auch Sortimente zur täglichen Bedarfsdeckung (u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Zeitschriften), teilweise überregionale Versorgungsfunktion, Dienstleistungsstandorte können den Geschäftsbesatz stellenweise unterbrechen, keine struktur- und stadtbildprägenden Mindernutzungen/vereinzelte Leerstände (meist Umbau), konsumiges Preissegment
  - 2a-Lage (Arnulfsplatz – Rote-Hahnen-Gasse – Wahlenstraße – Brückstraße – Krauterermarkt – Drei-Kronen-Gasse – Maximilianstraße): ausgedünnter Geschäftsbesatz, zunehmende Unterbrechungen durch andere Nutzungen, aktuell Neuansiedlung von Globetrotter in der Maximilianstraße, homogenere Sortimentsstruktur, vor allem Kleinbetriebe unter 100 m² VK, kleinteiliges Bekleidungsangebot, Cityrandsortimente (Einrichtungsbedarf, Heimtextilien), zunehmend touristische Angebote, Dienstleistungen sowie andere Nutzungen, zunehmende Fluktuationen, konsumiges Preisniveau
  - 2b-Lage (Drei-Mohren-Gasse – Glockengasse – Hinter der Grieb – nördliche Obere Bachgasse – Tändlergasse – Kramgasse – Watmarkt – Domplatz – St.-Kassians-Platz – Viereimergasse – südliche Fröhliche-Türken-Straße – Obermünsterstraße): wenig Geschäftsbesatz, abschnittsweise auch Dominanz von anderen Nutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie), spezieller werdende Sortimentsstruktur (z. B. Galerien, Ateliers mit Werkstätten, Antiquitäten, Sammlerbedarf, touristisches Angebot), kostengünstigere Randlage (z. B. für Handwerker), überwiegend kleine Betriebe unter 80 m² VK, verstärktes Auftreten „unerwünschter“ Nutzungen (Spielotheken, Wettbüros etc.), steigende Anzahl an Ladenleerständen und Fluktuationen, konsumiges Preisniveau
  - 3er-Lage (Fischmarkt – Weiße-Lamm-Gasse – Weiße-Hahnen-Gasse – Unter den Schwibbögen – südliche Obere Bachgasse – Pfarrergasse – Malergasse – Simadergasse – Grasgasse – Schäffnerstraße): Streulagen mit geringem Geschäftsbesatz durch Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, spezielle Sortimentsstruktur mit Fokus auf Zielkundschaft, kostengünstigere Randlage (z. B. für Existenzgründer, Popup-Stores), überwiegend kleine Betriebe unter 50 m² VK, verstärktes Auftreten von „unerwünschten“ Nutzungen/Fehlnutzungen (Spielotheken, Wettbüros etc.), Leerstände vorhanden, Nachbelegung häufig schwierig, konsumiges bis günstiges Preisniveau

Insbesondere die 1a- und 1b-Lagen sind durch eine hohe Grundfrequenz charakterisiert. Die Hauptlaufachsen werden immer wieder durch kleinere bis mittlere Plätze (z. B. Haidplatz, Neupfarrplatz, Gutenbergplatz) aufgebrochen, an denen sich in städtebaulicher wertvoller Umgebung kleinere Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe angesiedelt haben.

- **Nutzungen:** Altstadt überwiegend durch Einzelhandels- und Gastronomienutzungen im Erdgeschoss sowie durch Wohnen, Dienstleistungen und Büronutzungen in den Obergeschossen geprägt
- **Magnetbetriebe:** Zara, TK Maxx, H&M, Müller Drogeriemarkt, Galeria Kaufhof, Globetrotter, Netto, EDEKA Stadtmarkt, Bücher Pustet, Juwelier Mühlbacher, dm Drogeriemarkt, REWE, Schreiner Haushaltswaren, Sport Schrott, Alnatura, Lauf & Berg König, Vero Moda
- **Leerstände:** Innerhalb der historischen Altstadt von Regensburg sind zum Begutachtungszeitpunkt keine strukturprägenden Leerstände zu identifizieren. Einzelne vorübergehend leerstehende Ladenlokale sind punktuell vorzufinden, diese sind jedoch nicht stadtbildprägend. Die Leerstandsquote beträgt zum Erhebungszeitpunkt weniger als 4 %.
- **Gesamteindruck:** Eine der am besten erhaltenen Altsädte im Bundesgebiet mit einzigartigem Flair und hoher Authenzität. Positiv hervorzuheben ist die hohe städtebauliche Attraktivität aufgrund des baukulturellen Erbes mit einer nahezu vollständig erhaltenen historischen Bausubstanz (insbesondere entlang der Hauptlaufachsen). Die Attraktivität des vielfältig genutzten öffentlichen Raums als lebendiger und multifunktionaler Ort wird durch kontinuierliche Sanierungs- und Umbaumaßnahmen (aktuell in der Fußgängerzone) gesichert. Unter Handelsgesichtspunkten präsentiert sich die vitale Altstadt mit einem guten Mix aus bundesweit agierenden Filialisten und inhabergeführten Fachgeschäften. Dabei wirkt sich insbesondere die kleinteilige Geschäftsstruktur mit vorwiegend spezialisierten Betrieben und individuellem Sortiment positiv auf das Einkaufserlebnis innerhalb der historischen Altstadt aus. Das abwechslungsreiche und vielfältige Einzelhandelsangebot wird durch attraktive gastronomische Einrichtungen und ansprechende Freizeit- und Kulturangebote umfassend ergänzt und abgerundet. Dies führt zu einem hohen Maß an Urbanität, was die „Marke Altstadt“ positiv unterstützt.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Die **verkehrliche Haupterschließung** der Altstadt erfolgt aus südlicher Richtung hauptsächlich über die Kumpfmühler Straße/Schottenstraße bzw. über die D.-Martin-Luther-Straße. Aus östlicher bzw. westlicher Richtung ist die Zufahrt mit dem Pkw/Individualverkehr möglich, Durchgangsverkehr wird durch die Verkehrsorganisation (Einbahnstraßen, Durchfahrtsbeschränkungen) weitestgehend vermieden. Die Umfahrung der Altstadt entlang dem Verlauf der ehemaligen Stadtmauer ist möglich. Für den ruhenden Verkehr stehen rings um die Altstadt verschiedene Parkhäuser und Tiefgaragen mit insgesamt über 10.000 Stellplätzen zur Verfügung (darunter die Parkhäuser am Dachauplatz und am St.-Peters-Weg sowie die Tiefgaragen am Bismarckplatz und Arnulfsplatz).
- Der zentrale Omnibusbahnhof Albertstraße grenzt südlich an die Altstadt an. Im Altstadtgebiet selbst sind eine Vielzahl an **ÖPNV-Haltestellen** vorhanden. Ein Zugang zur Altstadt für Zugfahrgäste besteht über den Bahnhof, südlich der Altstadt gelegen; fußläufig über die Maximilianstraße gut angebunden.
- Auch für **Fußgänger und Radfahrer** liegt eine sehr gute Erreichbarkeit aus den angrenzenden Quartieren vor; Radfahren ist nahezu in der gesamten Altstadt, auch gegen die Fahrtrichtung in Einbahnstraßen, erlaubt.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches „Altstadt“ begründet sich im Wesentlichen im Norden durch den Verlauf der Donau (naturräumliche Barriere) sowie in östlicher Richtung durch den Verlauf der D.-Martin-Luther-Straße (prägende Verkehrsachse), im Süden entlang des St.-Peters-Weges, über den Emmeramsplatz entlang der Auergasse, Deischgasse, Hinter der Pfannenschmiede, Dänzergasse und Predigergasse sowie im Westen durch den Bismarckplatz, die Jakobstraße bis zum Einmündungsbereich Stahlzwingerweg, den Arnulfsplatz mit dem Netto Markt und entlang des Weißgerbergrabens.
- Der zentrale Versorgungsbereich umfasst damit die historisch kompakte Altstadt von Regensburg mit ihrer typisch mittelalterlichen kleinteiligen Gebäudestruktur. Darin sind ein dichter,

überwiegend kleinstrukturierter Handelsbesatz sowie zahlreiche Komplementärnutzungen mit zentrenbildenden Funktionen vorzufinden.

- Der Verlauf der nahe gelegenen Stadtmauer und des Alleengürtels bildet den Übergangsbereich zwischen mittelalterlicher Altstadt und später durch Stadterweiterungen entstandenen Quartieren mit ihrer jeweilig zeitgenössischen Gebäude- und Verkehrsinfrastruktur (geplante Grundrisse, Verkehrsachsen, Blockränder).
- Der südlich anschließende Gleiskörper bildet eine städtebauliche Barriere, die den zentralen Versorgungsbereich „Altstadt“ vom übrigen Stadtgebiet deutlich abgrenzt (städtebauliche Zäsur).
- **Potenzialflächen** sind innerhalb der Altstadt punktuell durch Brachflächen (ehemaliges Pohland-Gebäude am Neupfarrplatz) oder Umnutzungen vorhanden. Insofern bestehen innerhalb der Altstadt Möglichkeiten für eine endogene Weiterentwicklung des Zentrums im Umfang von ca. 1.500 – 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Dementsprechend orientiert sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt als dominierende Haupteinkaufslage in Regensburg sowohl an der historischen städtebaulichen Struktur, den naturräumlichen Barrieren und städtebaulichen Zäsuren sowie der Dichte des Einzelhandelsbestandes und Komplementärnutzungen.

Entwicklungsziele (Vgl. hierzu auch Kapitel VII.2 und Kapitel VIII.1.2)

Die Altstadt ist als oberzentraler Einkaufsstandort für das gesamt Einzugsgebiet mit einem vielfältigen und attraktiven Einzelhandelsbesatz und einem angenehmen Umfeld für den Erlebniseinkauf zu erhalten und zu stärken.

- Sicherung und Weiterentwicklung der oberzentralen Standorte für Stadt und Umland, dabei gilt „City first“, d. h. Schutz, Stärkung und strategische Weiterentwicklung der Altstadt als dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage
- Sicherstellung einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 70.000 m² der Altstadt (Erhalt des Status Quo) und damit umfassendster Einzelhandelsstandort mit größtem Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten
- ausgewogene Balance zwischen individuellen mittelständischen, zum Teil inhabergeführten Fach- und Spezialgeschäften sowie bekannten Markenlabels und Filialisten
- Positionierung durch eine leistungsstarke Mischung aus Warengruppen, Betriebsgrößen und Betriebstypen „für jeden Geschmack und Geldbeutel sowie Jung und Alt“
- Sicherung der Nahversorgung für die Altstadtbewohner und -besucher
- Verteilung der Nahversorgungsschwerpunkte in der Altstadt, nach Möglichkeit Nutzung von Synergien, z. B. in der Nähe von Parkhäusern, größeren ÖPNV-Haltestellenpunkten
- Zielsortimente/Geschäfte/Marken:
  - Nahrungs- und Genussmittel: weitere Entwicklung von Nischen-/Spezialanbietern für junge/alternative Zielgruppen (z. B. Kaffeerösterei, vegane Anbieter, Unverpacktläden); Kombination mit erlebnisorientierten Dienstleistungen und Gastronomie (Kochschule, Cocktailkurse)
  - Spielwaren: Ansiedlung größerer zielgruppenspezifischer Anbieter, auch über reine „Spielwaren“ hinaus
  - Bekleidung: Baby-, Kinderbekleidung, junge Damen- und Herrenmode/Herrenausstatter, Upgrading und Profilbildung durch Ergänzung um attraktive Markenstores sowie Ausbau Luxussegment; nachhaltige Mode/fair trade/independent fashion, Ergänzung Spezialanbieter (z. B. Berufsbekleidung)
  - Schuhe und Lederwaren: Ansiedlung von Markenshops/überregionalen Anbietern
  - Sport-/Campingartikeln: Ansiedlung eines Trendsportanbieters
  - Hausrat, Einrichtung, Möbel: Ergänzung durch individuelle Spezialangebote in kleinteiligen Angebotsnischen (z. B. Designer-/Vintagemöbel), nachhaltige Trends nach Re- und Upcycling aufgreifen, Angebot individueller Waren (junge, studentische Zielgruppe), Ergänzungen im Bereich Dekoration/Haushaltswaren/Geschenkartikel durch bundesweite Filialisten
  - Uhren- und Schmuckhandel: Ergänzung durch bundesweite Filialisten (z. B. Swatch, Christ), Profilierung im Luxussegment, individuelle Manufakturlabels im Uhrenbereich

Handlungsempfehlungen (Vgl. hierzu auch Kapitel VII.2 und Kapitel VIII.1.2)

- Profilierung der einzelnen oberzentralen Standorte über thematische Angebotsschwerpunkte und/oder unterschiedliche Zielgruppenansprachen mit sich ergänzenden Angeboten:
  - Altstadt: „junge ALTstadt als traditionsreicher Hort für moderne Innovation“
  - Standort für kleine Handelsbetriebe mit individuellen, hochwertigen Angeboten (Zielgruppe: klassische Einkäufer) und abwechslungsreichen, trendigen Gastronomiekonzepten (Zielgruppe: junge Leute, Studenten und Touristen), Nahversorgungsfunktion für die Altstadtbewohner und -besucher
- Synergieeffekte und Kopplungspotenziale durch warengruppenübergreifende Verknüpfung von Handel – Gastronomie – Kultur- und Bildungseinrichtungen sollen insbesondere in der Altstadt genutzt werden (z. B. über lokale Partnerschaften/lokale Ökonomie)
- Altstadt als Experimentierfeld für moderne Shop-Konzepte mit ergänzenden Angeboten (z. B. Cafélounge/Bar im Textilkaufhaus) und Popup-Stores zur Stärkung des stationären Handels; kurzfristige und flexible Nutzungen ermöglichen
- „Einkaufserlebnis Altstadt“ sicherstellen und weiterentwickeln, d. h. „city first“
  - Erarbeitung und Umsetzung eines ISEK für die zentrale Altstadt
  - Ansiedlungsstrategie: Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten erst dann außerhalb der Altstadt, wenn dort aufgrund historischer Bausubstanz und Kleinmaßstäblichkeit nicht darstellbar (in der Regel ab einer Verkaufsflächengröße von 500 m² Prüfung, ob eine Ansiedlung in den Regensburg Arcaden oder im Donau-Einkaufszentrum zur Stärkung des Gesamtstandortes möglich ist)
  - Konzentration: Bündelung zukünftiger Ansiedlungs- und Aufwertungsmaßnahmen auf die Haupteinkaufsbereiche (insbesondere 1a- und 1b-Lagen); Umnutzung und Entwicklung von Gebäuden in ungeeigneten Geschäftslagen (außerhalb der Haupt- und Nebeneinkaufslagen), beispielsweise für Dienstleistungen, kleinere Werkstätten (z. B. Kunsthandwerk, do-it-yourself-Reparaturcafé) oder als Wohnflächen
  - Adressbildung: Altstadt soll zur „ersten“ Adresse werden, z. B. durch Profilbildung einzelner Straßen und Quartiere / Entwicklung und Förderung von Einzelhandelsclustern (wie bspw. Kunsthandwerk und Werkstätten, Konzentration von thematischen Schwerpunkten)
  - Entwicklungsmaßnahmen: Umsetzung des Möblierungskonzepts zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität, Aufwertung der Achse Maximilianstraße (Leerstände beseitigen, Ansiedlung qualitätsvoller Nutzungen auch außerhalb des Handels), städtebauliche Aufwertung Obermünsterviertel und Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zur Versorgung der Bevölkerung
  - Vermarktung: Fortführen der Aktion „Einkaufserlebnis Welterbe“ – Herausstellen des Einkaufserlebnisses in einer historischen Altstadt
- Altstadt als das Zentrum zwischen den oberzentralen Standorten und als Tourismus-Hotspot weiterentwickeln
  - Schaffung einer Verbindung und Aufwertung der Achse Bahnhof – Maximilianstraße – Altstadt zur besseren Verknüpfung der Regensburg Arcaden mit der Altstadt: Umgestaltung des Neuen Zentralen Omnibusbahnhofes und Schaffung eines attraktiven Durchgangs- und Aufenthaltsbereichs
  - Ansiedlung eines altstadtnahen Regensburger Kultur- und Kongresszentrums als Frequenzbringer
  - Stärkung des Shopping-Tourismus durch verbesserte Wegweisung für Touristen (z. B. Bahnhof, Schiffsanlegestelle, Touristenbus-Terminal)
  - Erhalt und Ausbau der Erreichbarkeit des innerstädtischen Einzelhandels über alle Verkehrsträger hinweg: u. a. Verkehrskonzept Gesamtstadt und Altstadt, Erreichbarkeitsmarketing, vorausschauende Verkehrslenkung durch den Einsatz von Parkleitsystemen, aktives und professionelles Baustellenmanagement unter Einbindung aller Akteure, Neubau Zentraler Omnibusbahnhof, Umsetzung Mobilitätsdrehscheibe Unterer Wöhrd

- Smarte Altstadt der Wissenschaft fördern
  - Altstadt bietet Ausstellungsraum / Ausstellungsfläche für „Wissen und Innovation“: Universität in der Altstadt sichtbar und erlebbar machen
  - Sicherstellung der digitalen Infrastruktur (z. B. flächendeckendes WLAN in der Altstadt, Handyparken)
  - Berücksichtigung der verkehrlichen Auswirkungen des Online-Handels (z. B. Aufbau von Mikrodepots und Urban Logistic-Hubs, Mobilitätspunkte für Car-Sharing)
- fortlaufendes Monitoring und gezielte Ansprache zur Stärkung des Standortes Altstadt
  - Akquisitionsplanung (Instrument: Akquisitionsliste)
  - „Einzelhandelsmonitor Altstadt“ zur Evaluierung fortsetzen (inkl. Passantenfrequenzanalysen; Einzelhandels-Web-GIS)
- „Wir in der Altstadt“ – Kooperation fördern
  - Fortführung des Immobilienforums Altstadt zur Information und zum Austausch für das aktive Mitwirken der Immobilieneigentümer (= change-managment)
  - Fortführung und Stärkung der Netzwerke, insbesondere der „Faszination Altstadt“ und des Stadtmarketings (Händlervereinigungen und Werbegemeinschaften als Schlüsselakteure): Fortführen der Straßenfeste, Finden gemeinsamer Maßnahmen zur Belebung der frequenzschwachen Zeiten (z. B. Eislaufbahn von Januar bis März), Entwicklung eines Marktkonzeptes für die Altstadtplätze
- Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der südlichen Altstadt (Obermünsterstraße/ Jesuitenplatz)
- Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente, z. B. Ansiedlung weiterer Drogeriemarkt

4.2 Oberzentraler Standort „Regensburg Arcaden“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb

Einwohner	2008	2018	Tendenz
Stadtbezirk Innenstadt	15.390	17.380	▲
Unterbezirk Bahnhofsviertel	1.580	2.130	▲

Kaufkraft in Mio. €	kurzfr. Bedarf	mittel- bis langfr. Bedarf
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	6,7	7,4
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	24,6	27,3

Lage und Umfeld

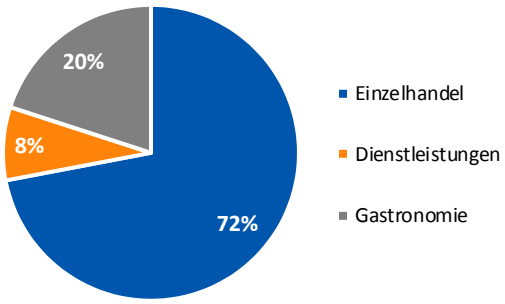
- Einkaufszentrum Regensburg Arcaden südlich an Altstadt angrenzend (Trennung durch Gleiskörper)
- zwischen Gleiskörper im Norden und Friedenstraße im Süden bzw. Galgenbergbrücke im Osten und ungeordnetem Gelände westlich der Paracelusstraße
- Nutzungen im südlichen Umfeld insbesondere durch Handel und Gewerbe bestimmt, im Osten Wohnen und Hotellerie

Wettbewerbssituation

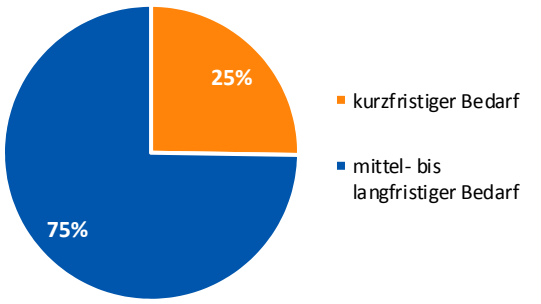
- Richtung Norden: oberzentraler Standort „Altstadt“, ca. 700 m (Luftlinie)
- Richtung Südosten: Nahversorgungszentrum „Hornstraße“, ca. 1.300 m (Luftlinie)
- Richtung Westen: Nahversorgungszentrum (perspektivisch) „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“, ca. 900 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	13	6.155	36,1
mittel- bis langfristiger Bedarf	58	16.780	78,2
Einzelhandel gesamt	**71**	**22.935**	**114,3**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

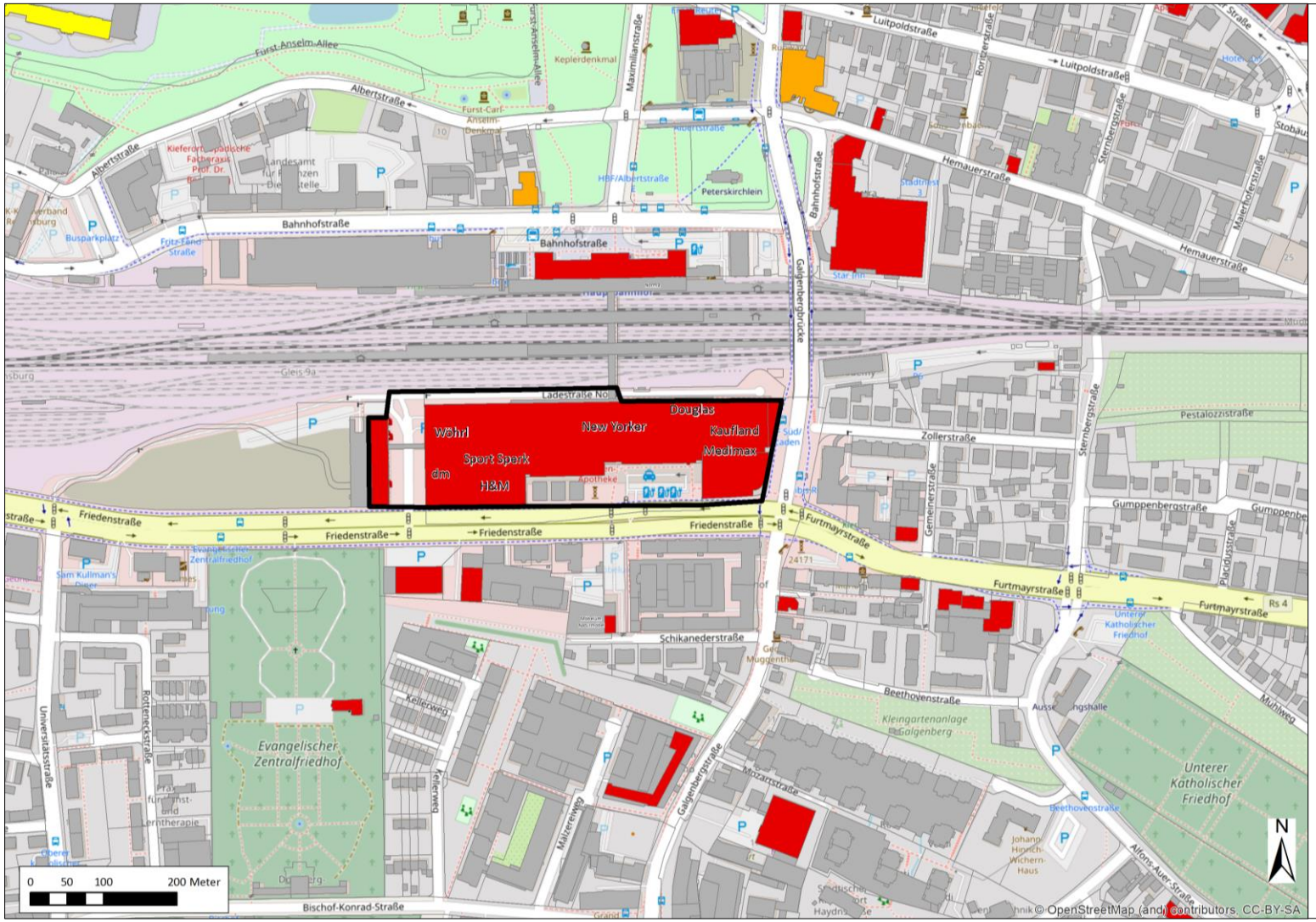


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	Kaufland, Wöhrl
800 – 1.499 m²	New Yorker, Sport Sperk, H&M, Medimax
400 – 799 m² VK	Esprit, dm, Hugendubel, G-fashion, CCC, Mister&Lady Jeans, Dielmann, Deichmann, Douglas
200 – 399 m² VK	Hallhuber, S.Oliver, Jack&Jones, Vero Moda, Depot

Ergänzende Nutzungen

Innerhalb des Einkaufszentrums Regensburg Arcaden besteht ein umfangreiches Angebot an Komplementärnutzungen aus dem Gastronomie- und Dienstleistungsbereich (u. a. Friseur, Kosmetik, Geldautomat, Reisebüro, Reinigung). Der Umfang und die Qualität der ergänzenden Angebote sind als einkaufszentrentypisch zu beschreiben. Als Besonderheit dieses Standortes ist das angeschlossene Kino „Cinemaxx“ zu nennen sowie das angeschlossene Ärztehaus an der Paracelsusstraße im Westen.

Karte 2: Oberzentraler Standort „Regensburg Arcaden“



Legende

Zentraler Versorgungsbereich

- Oberzentraler Standort

Schwerpunktnutzung

- Einzelhandel
- Dienstleistungen
- Kultur, Bildung, Freizeit, öffentl. Einrichtungen

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** 2002 eröffnetes Einkaufszentrum auf zwei Ebenen mit hoher Grundfrequenz aufgrund der Durchgangssituation zwischen Bahnhof und Arcaden-Vorplatz bzw. Kino im Osten sowie angeschlossenes Ärztehaus im Westen an der Paracelsusstraße
- **Magnetbetriebe:** Ankerbetriebe aus dem Lebensmittelbereich (Kaufland) sowie aus den Segmenten Bekleidung (Wöhrl, H&M, New Yorker), Sport (Sport Sperk) und Elektronik (Medimax)
- **Leerstände:** keine Mindernutzungen oder Leerstände vorhanden
- **Gesamteindruck:** funktionale, einkaufszentrentypische Gestaltung innerhalb einer zweckmäßigen Architektur, aufgeräumter und sauberer Mall-Bereich, Schwerpunkt jüngere Zielgruppe (durch vorhandene Freizeiteinrichtungen), attraktiver Gesamteindruck

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Haupterschließungsfunktion aus östlicher bzw. westlicher Richtung übernimmt Friedenstraße; aus nördlicher Richtung über Galgenbergbrücke bzw. Fußgängersteg (Bahnhof) zu erreichen; Parkhaus/-deck mit rd. 1.500 Pkw-Stellplätzen
- **ÖPNV-Haltestelle** im Osten des Einkaufszentrums an der Galgenbergbrücke vorhanden, Anbindung an nördlich gelegenen zentralen Omnibusbahnhof durch Steg über den Gleiskörper, unmittelbar am Hauptbahnhof
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** sehr gut über straßenbegleitende Geh- und Radwege, Ampelübergänge im Kreuzungsbreich Friedenstraße/D.-Martin-Luther-Straße/Furtmayrstraße/Galgenbergstraße, Fußgängersteg über nördlichen Gleiskörper

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Immobilienbezogene Abgrenzung: Einkaufszentrum/geschlossener Baukörper
- In Richtung Norden wird der oberzentrale Standort Regensburg Arcaden durch den Verlauf des Gleiskörpers und den Hauptbahnhof begrenzt, in Richtung Süden durch den Verlauf der Hauptverkehrsachse Friedenstraße. Beide städtebaulich-infrastrukturellen Zäsuren limitieren die Ausdehnung des Areals.
- In Richtung Osten wird der zentrale Versorgungsbereich durch die Galgenbergbrücke und die daran anschließendenden überwiegend gemischt genutzten Quartiere (Wohnen, Hotellerie, Gewerbe) begrenzt.
- In westlicher Richtung schließt das Ärztehaus an, das eine klare Raumkante ausbildet. Im weiteren Verlauf folgt ein ungenutztes/ungeordnetes Areal.
- **Potenzialflächen** zur Weiterentwicklung des Angebots sind zunächst innerhalb des Bestands zu verorten.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und die Region
- Sicherstellung der Verkaufsfläche (rd. 22.000 m² Einzelhandelsverkaufsfläche, rd. 1.700 m² Dienstleistungs-/Gastronomiefläche)
- Die Regensburg Arcaden sollen das Hauptgeschäftszentrum der Altstadt ergänzen und sich hinsichtlich der Größe der Verkaufsfläche insgesamt wie auch hinsichtlich der Größe der zentrenrelevanten Sortimente (Bekleidung und Schuhe) der Altstadt unterordnen
- Sicherung der Nahversorgung für umliegende Wohnquartiere
- Zielsortimente / Geschäfte / Marken
  - Akzentuierung insbesondere in den Bereichen Sport, Spiel und Unterhaltungselektronik

Handlungsempfehlungen

- Profilierung der einzelnen oberzentralen Standorte über thematische Angebotsschwerpunkte und/oder unterschiedliche Zielgruppenansprachen mit sich ergänzenden Angeboten:
  - Regensburg Arcaden: „trendige Arcaden“
  - trendiges Einkaufszentrum mit Versorgungsfunktion für den Regensburger Süden und südliches Marktgebiet
- Prüfung der Verträglichkeit bei Sortimentsansiedlungen/-erweiterungen durch die Erarbeitung entsprechender Gutachten
- Keine Duplizierung, sondern Ergänzung des Einzelhandelsangebots in der Altstadt
- Neuansiedlungen sind per Saldo ab einer Verkaufsflächengröße ≥ 500 m² zu realisieren, um nicht in Konkurrenz zur Altstadt zu treten, sondern diese zu ergänzen
- ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente

4.3 Oberzentraler Standort „Donau-Einkaufszentrum“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb			
Einwohner	**2008**	**2018**	**Tendenz**
Stadtbezirk Weichs	2.880	3.740	▲
Kaufkraft in Mio. €	**kurzfr. Bedarf**	**mittel- bis langfr. Bedarf**	
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	13,8	15,3	
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	38,2	42,2	

Lage und Umfeld

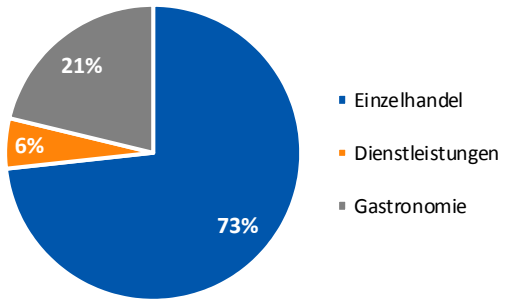
- Das Donau-Einkaufszentrum ist nördlich der Donau im Stadtteil Weichs gelegen.
- Das Umfeld des Standortes ist im Osten, Süden und Südwesten überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt, im Westen und Norden schließen sich Parkplatzflächen bzw. Gewerbegebiete an.
- In nordöstlicher sowie nordwestlicher Richtung ist auf den Fachmarktstandort Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee und den hier ansässigen Fachmarktbestand zu verweisen.

Wettbewerbssituation

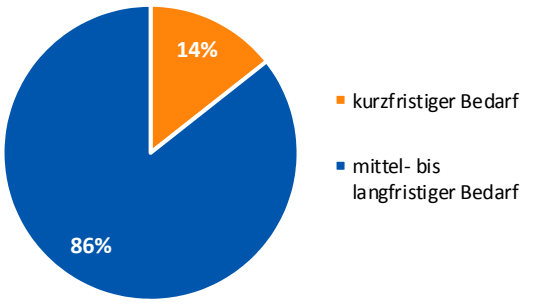
- Richtung Norden: Fachmarktstandort „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“, angrenzend
- Richtung Osten: Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“, ca. 850 m (Luftlinie)
- Richtung Südwesten: oberzentraler Standort „Altstadt“, ca. 1.500 m (Luftlinie)
- Richtung Norden: Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“, ca. 700 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	33	7.640	54,9
mittel- bis langfristiger Bedarf	74	45.500	202,8
Einzelhandel gesamt	**107**	**53.140**	**257,7**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

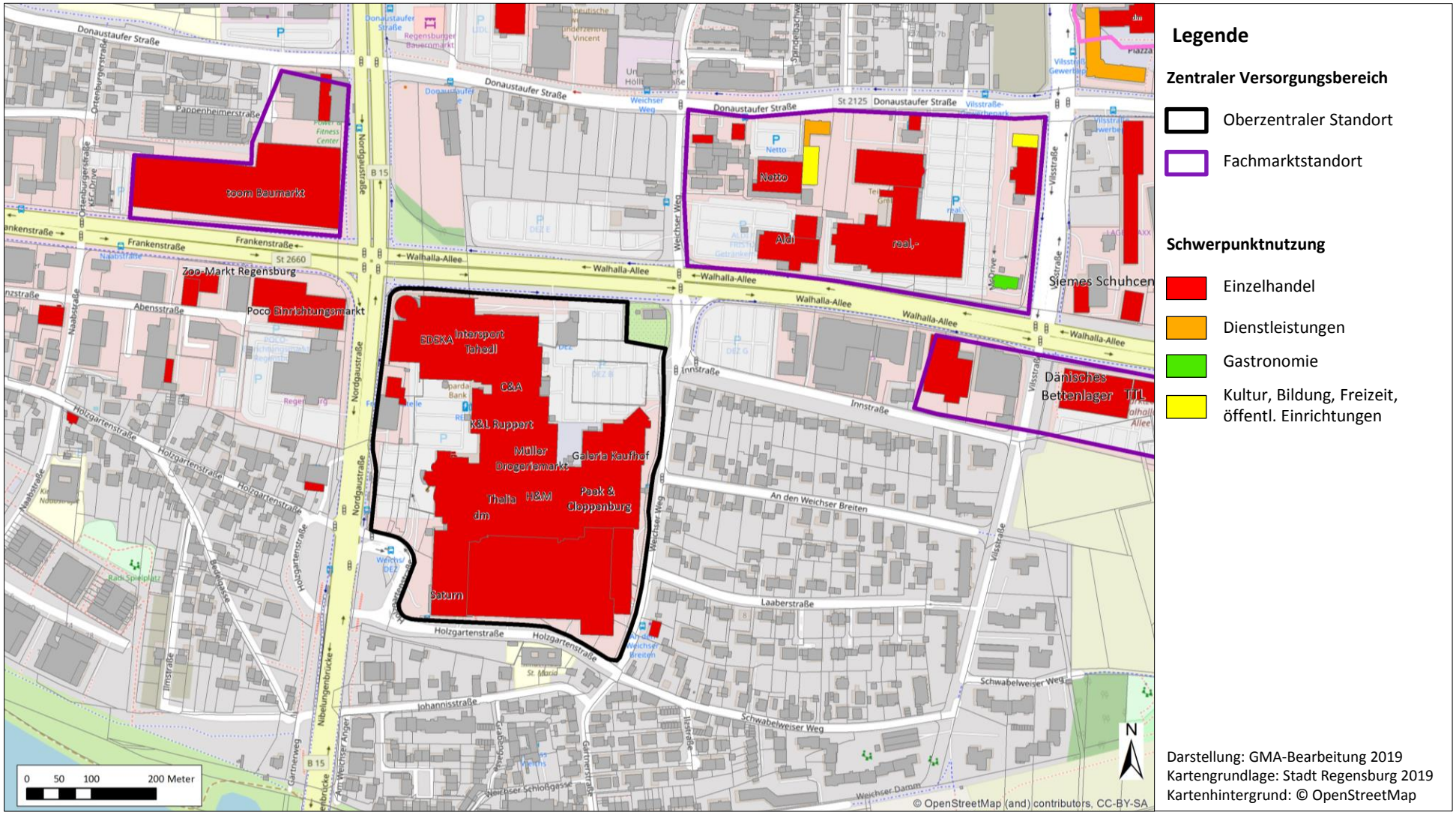


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	Galeria Kaufhof, P&C, Saturn, C&A, K&L, Müller Drogeriemarkt
800 – 1.499 m²	New Yorker, Tretter Schuhe, Douglas
400 – 799 m² VK	dm-Drogeriemarkt, Bücher Pustet, Reno, Siegert Herrenmode, Biomarkt, Mister & Lady Jeans, Mango, Depot
200 – 399 m² VK	Sutor Schuhe, Benetton, Esprit, Cook mal

Ergänzende Nutzungen

Neben den deutlich überwiegenden Einzelhandelsnutzungen bestimmen im Donau-Einkaufszentrum vor allem gastronomische Angebote den Nutzungsmix. Der Dienstleistungsbereich ist als vielfältig und ausdifferenziert zu beschreiben (u. a. mehrere Reisebüro, Friseure, Bankfilialen/Geldautomaten, Fitnesstudio, Copyshop). Der Umfang und die Qualität der ergänzenden Angebote sind insgesamt als einkaufszentrentypisch zu beschreiben. Als Besonderheit dieses Zentrums ist auf das angegliederte Donau-Gesundheitszentrum (Ärztehaus) mit einem vielfältigen Versorgungsangebot im medizinischen Bereich hinzuweisen.

Karte 3: Oberzentraler Standort „Donau-Einkaufszentrum (DEZ)“



Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** seit 1967 mehrfach erweitertes Einkaufszentrum auf mehreren Ebenen und mit verschiedenen, zum Teil ineinander verschachtelten Gebäudekörpern, allseitig geöffnet (insgesamt 19 Eingänge), integriertes medizinisches Versorgungszentrum
- **Magnetbetriebe:** Galeria Kaufhof, P&C, Saturn, C&A, K&L, Müller Drogeriemarkt, dm-Drogeriemarkt, Bücher Pustet, Reno, Siegert Herrenmode, Biomarkt, Mister & Lady Jeans, Mango, Depot
- zeitgemäße funktionale Gestaltung des Einkaufszentrums von außen, hohe Aufenthaltsqualität im Inneren durch ansprechende Gestaltung (Grünpflanzen, Springbrunnen, Wasserläufe)
- **Gesamteindruck:** insgesamt hochfrequentiertes, stabiles Einkaufszentrum mit Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Weichs, aber auch Ausstrahlung ins deutlich überregionale Umland, Kundenschwerpunkt vor allem Familien

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Haupterschließungsfunktionen für den Standort übernehmen die Bundesstraße B 15 aus nördlicher bzw. südlicher Richtung sowie die Walhalla-Allee und Frankenstraße in Ost-West-Richtung. Darüber hinaus besteht ein umfassendes **Pkw-Stellplatzangebot** im Osten, Westen und Süden des Einkaufszentrums in Form von Kundenstellplatzanlagen (über 3.000 kostenlose Parkplätze in Parkhäusern und auf Stellflächen).
- **ÖPNV-Haltepunkte** bestehen im unmittelbaren fußläufigen Standortumfeld an mehreren Seiten des Einkaufszentrums (Haltestelle „Weichs-DEZ“ im Westen an der B 15, „Weichser Breiten“ im Osten am Weichser Weg, „Holzgartenstraße/DEZ“ im Süden an der Holzgartenstraße)
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** eine fußläufige Erreichbarkeit bzw. Erreichbarkeit mit dem Fahrrad ist über straßenbegleitende Geh- und Radwege aus allen Richtungen, insbesondere aber aus den umliegenden bzw. angrenzenden Wohnquartieren sehr gut möglich

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Donau-Einkaufszentrum“ erfolgt anhand der Kubaturen des Donau-Einkaufszentrums mit den dazugehörigen Kundenstellplatzanlagen im Umgriff des Bebauungsplans.
- Das Areal des Einkaufszentrums wird im Norden durch die Walhalla-Allee, im Osten durch den Weichser Weg, im Süden durch die Holzgartenstraße und im Westen durch den Verlauf der Nordgaustraße begrenzt.
- Eine darüber hinausgehende Abgrenzung erfolgt aufgrund fehlender funktionaler Verflechtungen mit dem Standortumfeld (Wohnnutzung, eigenständige großflächige Gewerbebetriebe) bzw. städtebaulicher Diskontinuitäten (Wechsel in der Architektur und Kubatur, infrastrukturelle Zäsuren) nicht.
- **Potenzialflächen** ergeben sich somit innerhalb der Abgrenzung im Bestand bzw. im Bereich der Parkplatzanlagen.

Entwicklungsziele

- Sicherstellung der Verkaufsfläche (rd. 53.000 m²)
- mögliche Erweiterung im Rahmen des geltenden Bebauungsplans (bis zu 55.000 m²)
- Das Donau-Einkaufszentrum soll das Hauptgeschäftszentrum der Altstadt entlasten und sich hinsichtlich der Größe der Verkaufsfläche insgesamt wie auch hinsichtlich der Größe der zentrenrelevanten Sortimente (Bekleidung und Schuhe) der Altstadt unterordnen
- Sicherung der Nahversorgung für umliegende Wohnquartiere
- Zielsortimente / Geschäfte / Marken
  - nach Möglichkeit Stärkung der Sortimentsbreite
  - Zurückhaltung bei den zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung und Schuhe

Handlungsempfehlungen

- Profilierung der einzelnen oberzentralen Standorte über thematische Angebotsschwerpunkte und/oder unterschiedliche Zielgruppenansprachen mit sich ergänzenden Angeboten
  - Donau-Einkaufszentrum: „familienfreundliches Donau-Einkaufszentrum“
  - familienfreundliches Einkaufszentrum mit Nahversorgungsfunktion für den Regensburger Norden und das nördliche Umland
- Prüfung der Verträglichkeit bei Sortimentsansiedlungen/-erweiterungen durch die Erarbeitung entsprechender Gutachten
- keine Duplizierung, sondern Ergänzung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt
- ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente

4.4 Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb			
Einwohner	**2008**	**2018**	**Tendenz**
Stadtbezirk Reinhausen	8.820	9.250	▲
Kaufkraft in Mio. €	**kurzfr. Bedarf**	**mittel- bis langfr. Bedarf**	
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	27,0	29,9	
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	41,3	45,7	

Lage und Umfeld

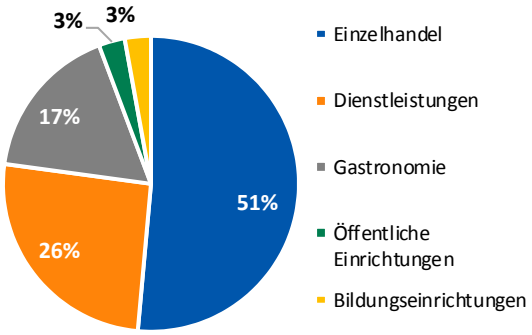
- Das Alex-Center sowie die benachbarten Nahversorgungsbetriebe von Norma und dem Getränkemarkt Hausler befinden sich in dem Stadtbezirk Reinhausen im Norden der Stadt Regensburg.
- Das unmittelbare Standortumfeld ist in Richtung Norden, Osten und Westen vor allem von Wohnnutzung in Form von Einfamilienhäusern sowie Mehrfamilienhäusern in Geschossbauweise der 1950er bis 1980er Jahre geprägt. Im Süden schließen sich gewerbliche (Autowerkstatt) und industrielle Nutzungen (Milchwerk) sowie öffentliche Einrichtungen (u. a. Landratsamt) an den Standort an.

Wettbewerbssituation

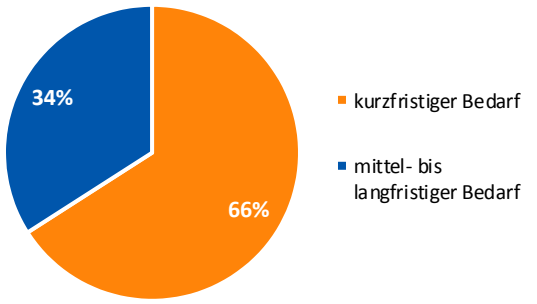
- nordöstliche Richtung: Nahversorgungszentrum „Berliner Straße“, ca. 1.600 m (Luftlinie)
- Richtung Osten: verschiedene Nahversorgungsstandorte, u. a. Penny an der Brandlberger Straße (ca. 800 m Luftlinie) und EDEKA an der Isarstraße (ca. 1.000 m Luftlinie)
- Richtung Süden: oberzentraler Standort „Donau-Einkaufszentrum“, ca. 800 m (Luftlinie) sowie Fachmarktstandort „Frankenstraße/Donaustaufer Straße/Walhalla-Allee“
- südwestliche Richtung: oberzentraler Standort „Altstadt“, ca. 2.000 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	9	9.165	50,7
mittel- bis langfristiger Bedarf	9	4.735	11,2
Einzelhandel gesamt	**18**	**13.900**	**61,9**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

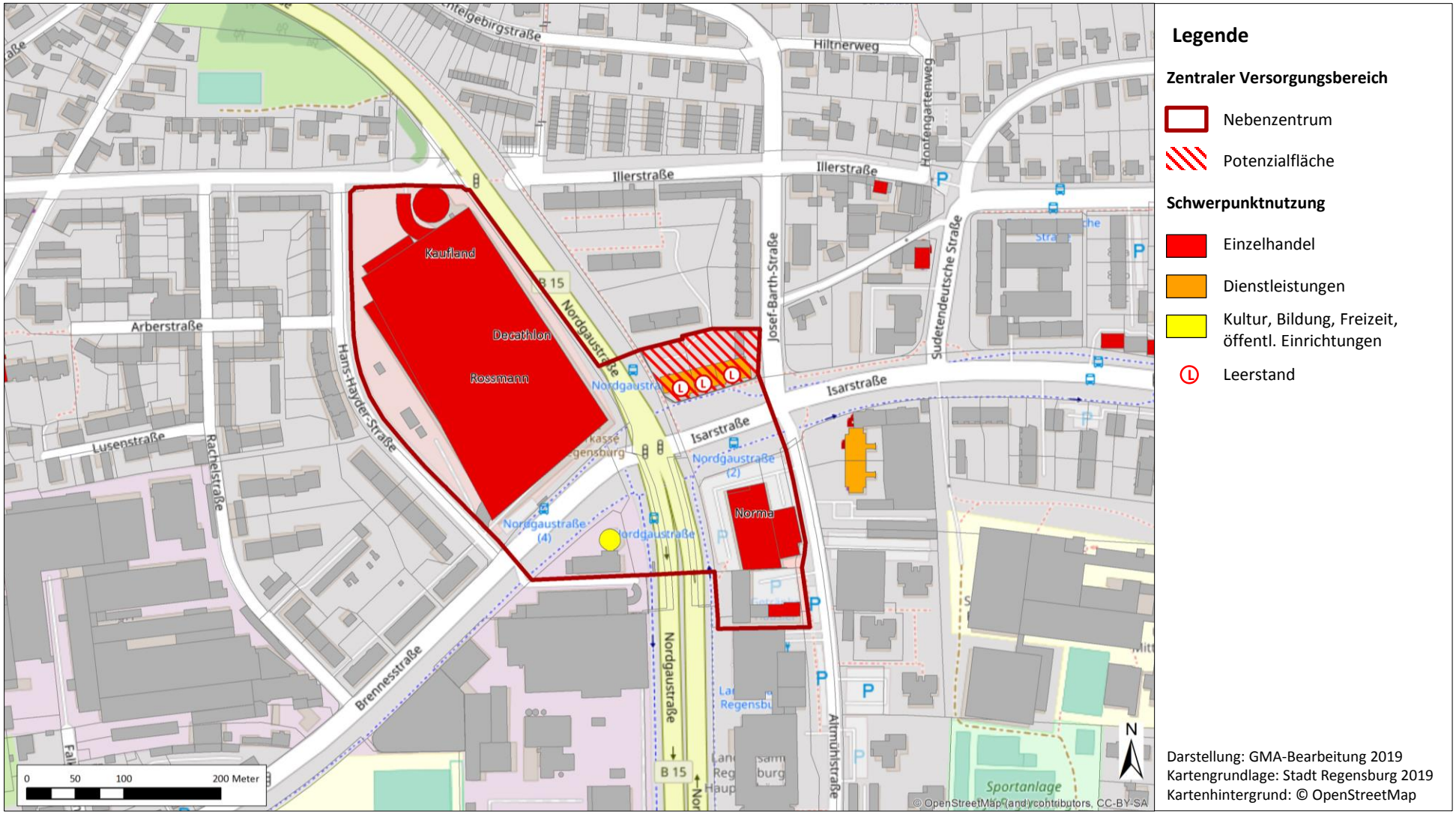


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	Kaufland, Decathlon
800 – 1.499 m²	Norma, Rossmann Drogeriemarkt
400 – 799 m² VK	Kik, Deichmann, Takko, Getränkemarkt Hausler, Bilgro Getränke
200 – 399 m² VK	Ernsting's family

Ergänzende Nutzungen

Im Alex-Center ist neben gastronomischen Einrichtungen insbesondere auf das Angebot stadtteilbezogener öffentlicher und privater Angebote hinzuweisen. So sind neben einer Filiale der Sparkasse Regensburg auch ein Friseur sowie eine Textilreinigung ansässig. Weiterhin beherbert das Center die Stadtteilbücherei Nord; ihm gegenüber ist das Bürgerbüro Nord gelegen. Im Umgriff des Alex-Centers ist auf weitere kleinteilige Dienstleistungsangebote (u. a. Massage, Kosmetik) hinzuweisen.

Karte 4: Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“



Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Der Großteil des Verkaufsflächen im Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“ entfallen auf das Einkaufscenter Alex-Center und den südöstlich gelegenen Grundversorgungsstandort mit Norma und einem Getränkemarkt. Die Handels- und Dienstleistungsflächen sind im Westentlichen auf der Erdgeschossebene organisiert; im Untergeschoss sowie Obergeschoss werden Pkw- und Fahrradstellflächen vorgehalten. Ein Teil des Obergeschosses wird außerdem durch das SB-Warenhaus von Kaufland belegt. Im Umfeld des Alex-Centers ist ein Lebensmitteldiscounter in typischer Flachbauweise angesiedelt, ihm gegenüber in nördlicher Richtung befindet sich eine kleinteilige, überwiegend leerstehende Ladenzeile an der Isarstraße 1.
- Als **Magnetbetriebe** sind Kaufland, Decathlon, Rossmann und Norma zu benennen.
- **Leerstände**: Innerhalb des Alex-Centers waren zum Begutachtungszeitpunkt keine Leerstände zu identifizieren. Lediglich im Bereich der Ladenzeile waren wenige Leerstände zu erkennen.
- **Gesamteindruck:** Bei dem Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“ handelt es sich um ein stabiles Nebenzentrum mit attraktivem, leistungsstarkem Geschäftsbesatz mit zum Teil überregional bekannten, modernen Angebotsformaten (z. B. Decathlon). Darüber hinaus ist auf seine Versorgungsfunktion über den Stadtbezirk hinaus für den Regensburger Norden hinzuweisen.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Die verkehrliche Erschließung des Nebenzentrums erfolgt hauptsächlich über die in Nord-Süd-Richtung verlaufende Nordgaustraße/B 15, welche den Standort mit der Regensburger Innenstadt, aber auch den nördlichen Stadtbezirken verbindet. Weiterhin ist eine Anfahrt aus östlicher Richtung über die Isarstraße und aus westlicher Richtung über die Brennesstraße möglich. Insbesondere die Nordgaustraße ist als Hauptverkehrsachse einzuordnen, die als städtebauliche Zäsur raumprägende Wirkung entfaltet.
- Das Alex-Center verfügt über 800 kostenlose **Parkplätze**, die zum Teil mit E-Ladesäulen ausgestattet sind, sowie zahlreiche Fahrradstellplätze.
- Die **ÖPNV-Anbindung** erfolgt mittels mehrerer im Standortumfeld bestehender Bushaltestellen („Nordgaustraße“).
- Die **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer** ist aufgrund vorhandener kombinierter Geh- und Radwege als sehr gut einzuordnen. So ist es möglich, den Standort aus den angrenzenden Wohnquartieren sowie benachbarten Stadtbezirken bequem und schnell zu erreichen. Zur sicheren Überquerung der Nordgaustraße tragen die im Kreuzungsbereich vorhandenen Ampeleinrichtungen bei.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Das Nebenzentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Nordgaustraße/B 15 und umfasst neben dem Alex-Center die Ladenzeile an der Isarstraße, die Nahversorgungsbetriebe an der Altmühlstraße sowie das Bürgerbüro Nord an der Brennesstraße.
- Im Norden wird das Nebenzentrum von der Sonnenstraße bzw. die Grundstücksgrenze der Isarstraße 1 begrenzt. Im Osten verläuft die Abgrenzung über das südliche Stück der Josef-Barth-Straße sowie den nördlichen Teil der Altmühlstraße bis zum Parkplatz des Landratsamtes. Die südliche Grenze wird durch die Grundstücksgrenze des Hausler Getränkemarktes und über die Nordgaustraße durch die Grundstücksgrenze des Bürgerbüros Nord gebildet. Im Westen stellt die Hans-Hayder-Straße die Grenze dar.
- Trotz signifikanter städtebaulicher Zäsuren wie der Nordgaustraße, die zum Teil eine deutliche Barrierewirkung entfaltet, sowie den städtebaulichen Unstetigkeiten in Form von unterschiedlichsten Baustilen, Nutzungen und Gebietscharakteren, erfolgt eine Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in der dargestellten Form. Entscheidend ist der funktionale Zusammenhang des Alex-Centers als hauptsächliche stadtbildprägende Einrichtung mit den umliegenden ergänzenden Nahversorgungsbetrieben, der handels- und dienstleistungsorientierten Ladenzeile (= **Potenzialfläche**) sowie dem Bürgerbüro. Alle Betriebe des Umgriffs übernehmen eine für

den Stadtbezirk wichtige Versorgungsfunktion im Bereich der Nahversorgung, aber auch mit mittelfristigen Sortimenten und ergänzenden Dienstleistungsangeboten. Insbesondere wegen der fehlenden Handelsausstattung in Richtung Norden (Sallern – Gallingkofen) besitzt das Nebenzentrum stadtbezirksübergreifende Bedeutung. Einzelne Angebotsbereiche (z. B. Sportartikel des Anbieters Decathlon) haben eine deutlich überörtliche Ausstrahlungskraft und qualifizieren das Nebenzentrum als solches. Dies wird auch durch die Stadtteilbücherei „Nord“ und das Bürgerbüro „Nord“ zum Ausdruck gebracht. Die städtebauliche Zäsur Nordgaustraße ist im zentralen Kreuzungsbereich der vier Teilgebiete durch Fußgängerampeln und Fahrradwege sicher passierbar, was ihre Barrierewirkung deutlich relativiert.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung für den Stadt-teil und den weiteren Regensburger Norden durch ein breites Angebot in der Nahversor-gung ergänzende Angebote und öffentliche Dienstleistungen (z. B. Stadtteilbücherei, Bürgerbüro)
- Erhaltung der wohnortnahen Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Reinhausen und weiteren Regensburger Norden

Handlungsempfehlungen

- künftige Beibehaltung des Verkaufsflächenschwerpunkts im Bereich der Nahversorgung
- Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente

4.5 Nahversorgungszentrum „Agnesstraße“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb

Einwohner	2008	2018	Tendenz
Stadtbezirk Westenviertel	25.211	27.911	▲
Unterbezirk Westheim	3.220	3.620	▲

Kaufkraft in Mio. €	kurzfr. Bedarf	mittel- bis langfr. Bedarf
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	24,6	27,2
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	45,3	50,0

Lage und Umfeld

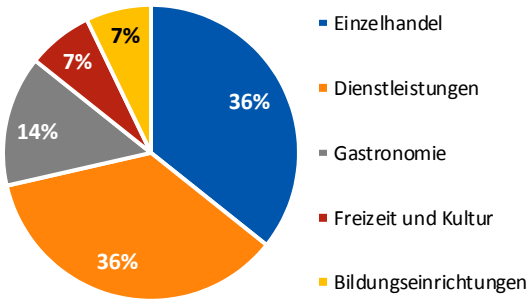
- Das Nahversorgungszentrum Agnesstraße befindet sich im westlichen Stadtbezirk Westenviertel, Unterbezirk Westheim.
- Die Umgebung ist ausschließlich durch Wohnnutzung geprägt. Es dominieren Einfamilienhäuser in Geschoss- und Flachbauweise (Bungalowstil). Weiterhin sind Mehrfamilienhäuser in Geschossbauweise im Umfeld vorzufinden.

Wettbewerbssituation

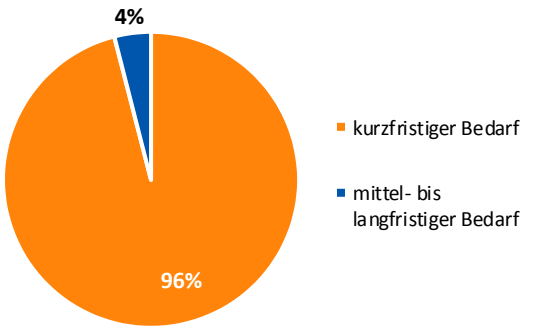
- südöstliche Richtung: Nahversorgungsstandort „Hochweg“, ca. 900 m (Luftlinie)
- südwestliche Richtung: Nahversorgungslage „Wernerwerkstraße“, ca. 650 m (Luftlinie)
- südliche Richtung: Nahversorgungsstandorte „Puricellistraße“ und „Dornierstraße“, jeweils ca. 400 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung (* - keine Umsatzausweis bei 3 unter weniger Betrieben)			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	4	960	*
mittel- bis langfristiger Bedarf	1	40	*
Einzelhandel gesamt	**5**	**1.000**	**5,0**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

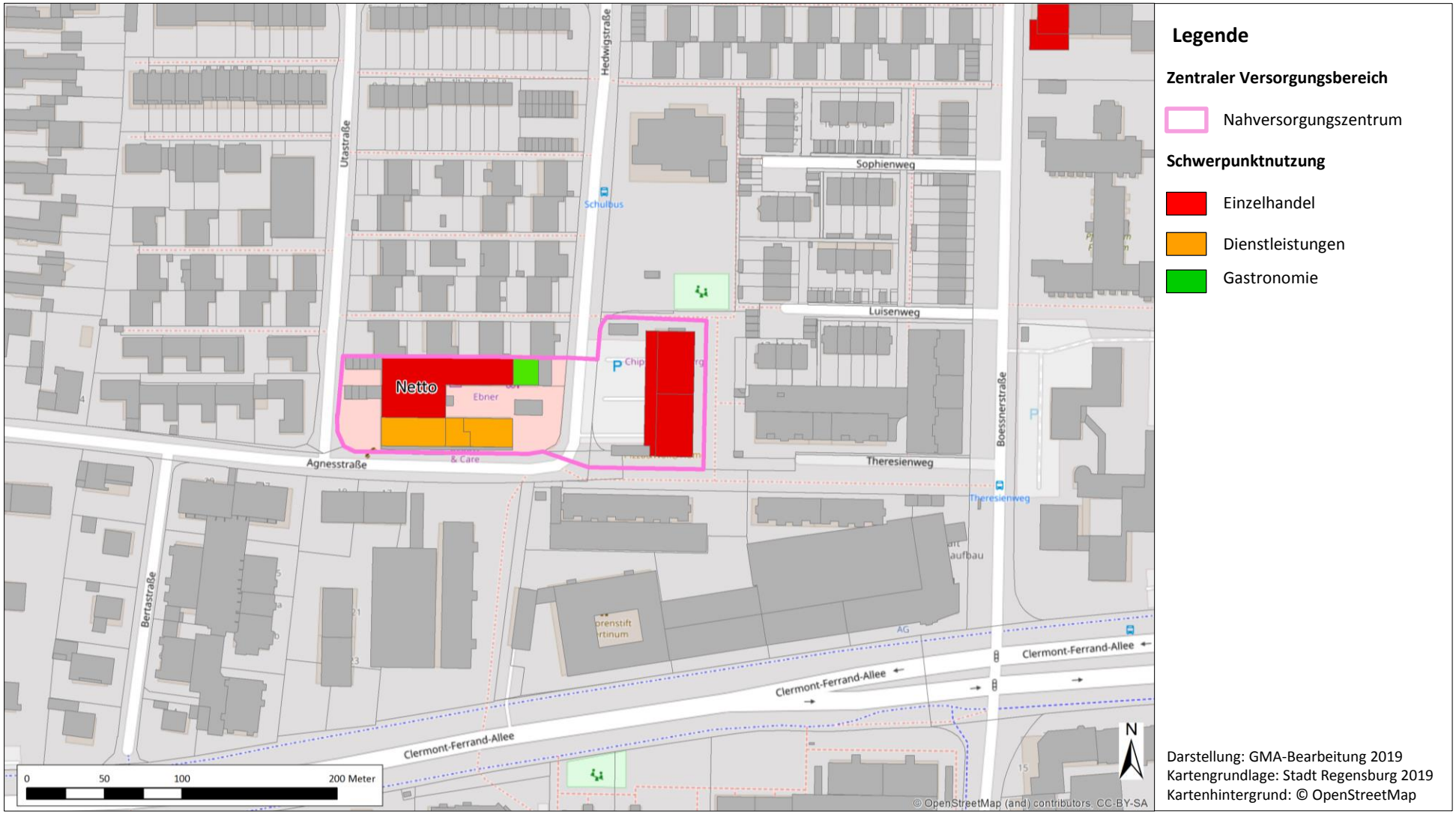


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	-
800 – 1.499 m²	Netto
400 – 799 m² VK	-
200 – 399 m² VK	-

Ergänzende Nutzungen

Als ergänzende Nutzung sind eine Filiale der Sparkasse Regensburg, ein Friseur, eine Bildungseinrichtung (Nachhilfe) sowie eine Pizzeria am Standort ansässig.

Karte 5: Nahversorgungszentrum „Agnesstraße“



Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Geplanter kompakter Gebäudekomplex mit dem Ziel der Quartiersversorgung, ebenerdig, Tiefgarage im Untergeschoss; Ladenzeile in zweitem Gebäude östlich der Hedwigstraße
- **Magnetbetrieb:** Netto
- **Leerstände:** Innerhalb des Nahversorgungszentrums „Agnesstraße“ sind zum Begutachtungszeitpunkt keine strukturprägenden Leerstände zu identifizieren.
- **Gesamteindruck:** Es handelt sich um ein stabiles, robustes Nahversorgungszentrum.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Das Nahversorgungszentrum ist über die Agnesstraße und Hedwigstraße aus den umliegenden Wohngebieten zu erreichen. Aus Richtung des weiteren Stadtgebietes wird die Erreichbarkeit über die Clermont-Ferrand-Allee gewährleistet.
- Eine **ÖPNV-Anbindung** ist durch die nächstgelegene Bushaltestelle „Boessnerstraße“ (ca. 160 Meter, fußläufig über Theresienweg erreichbar) gegeben.
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** sehr gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den angrenzenden Wohngebieten.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Das Nahversorgungszentrum „Agnesstraße“ wird in alle Richtungen durch Wohnbebauung begrenzt. Begrenzende Straßen sind dabei die Agnesstraße (Süden), die Hedwigstraße (Osten) und die Utastraße (Westen).
- Der Gebäudekomplex hebt sich in Gestaltung und Funktion vom Umfeld ab. Gemeinsam mit dem zweiten Gebäude östlich der Hedwigstraße besteht ein funktionaler Zusammenhang, sodass beide Einheiten den zentralen Versorgungsbereich bilden.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung für das Quartier mit perspektivisch wachsender Bevölkerung

Handlungsempfehlungen

- Bestandssicherung / Modernisierung
- ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente

4.6 Nahversorgungszentrum „Berliner Straße“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb

Einwohner	2008	2018	Tendenz
Stadtbezirk Konradsiedlung - Wutzlhofen	10.300	10.990	▲
Unterbezirk Konradsiedlung-Nord	6.120	6.660	▲

Kaufkraft in Mio. €	kurzfr. Bedarf	mittel- bis langfr. Bedarf
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	17,1	18,9
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	25,5	28,2

Lage und Umfeld

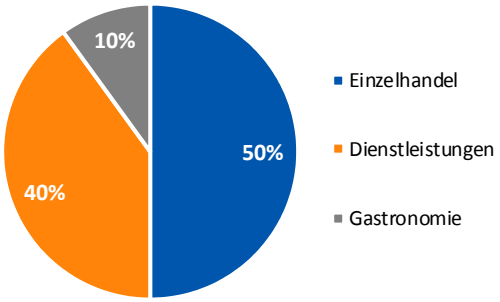
- Das Nahversorgungszentrum „Berliner Straße“ befindet sich in dem Stadtbezirk Konradsiedlung – Wutzlhofen, Unterbezirk Konradsiedlung-Nord am nördlichen Stadtrand von Regensburg.
- Das Standortumfeld ist vor allem durch hochverdichteten Geschosswohnungsbau der 1960er bis 1980er Jahre geprägt, dessen Struktur in westliche Richtung durch aufgelockerte Ein- und Mehrfamilienhausbebauung mit hohem Grünflächenanteil aufgebrochen wird.
- Im nördlichen Umfeld sind vereinzelt öffentliche Nutzungen vorhanden (Kindergarten, Freiwillige Feuerwehr).

Wettbewerbssituation

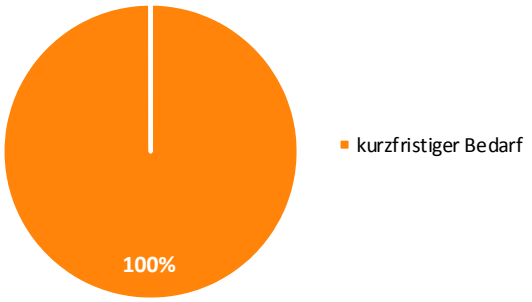
- südwestliche Richtung: Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“, ca. 1.600 m (Luftlinie)
- Richtung Süden: verschiedene Nahversorgungsstandorte, u. a. Penny an der Brandlberger Straße (ca. 1.400 m Luftlinie) und EDEKA an der Isarstraße (ca. 1.600 m Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	5	1.215	6,5
mittel- bis langfristiger Bedarf	-	-	-
Einzelhandel gesamt	**5**	**1.215**	**6,5**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

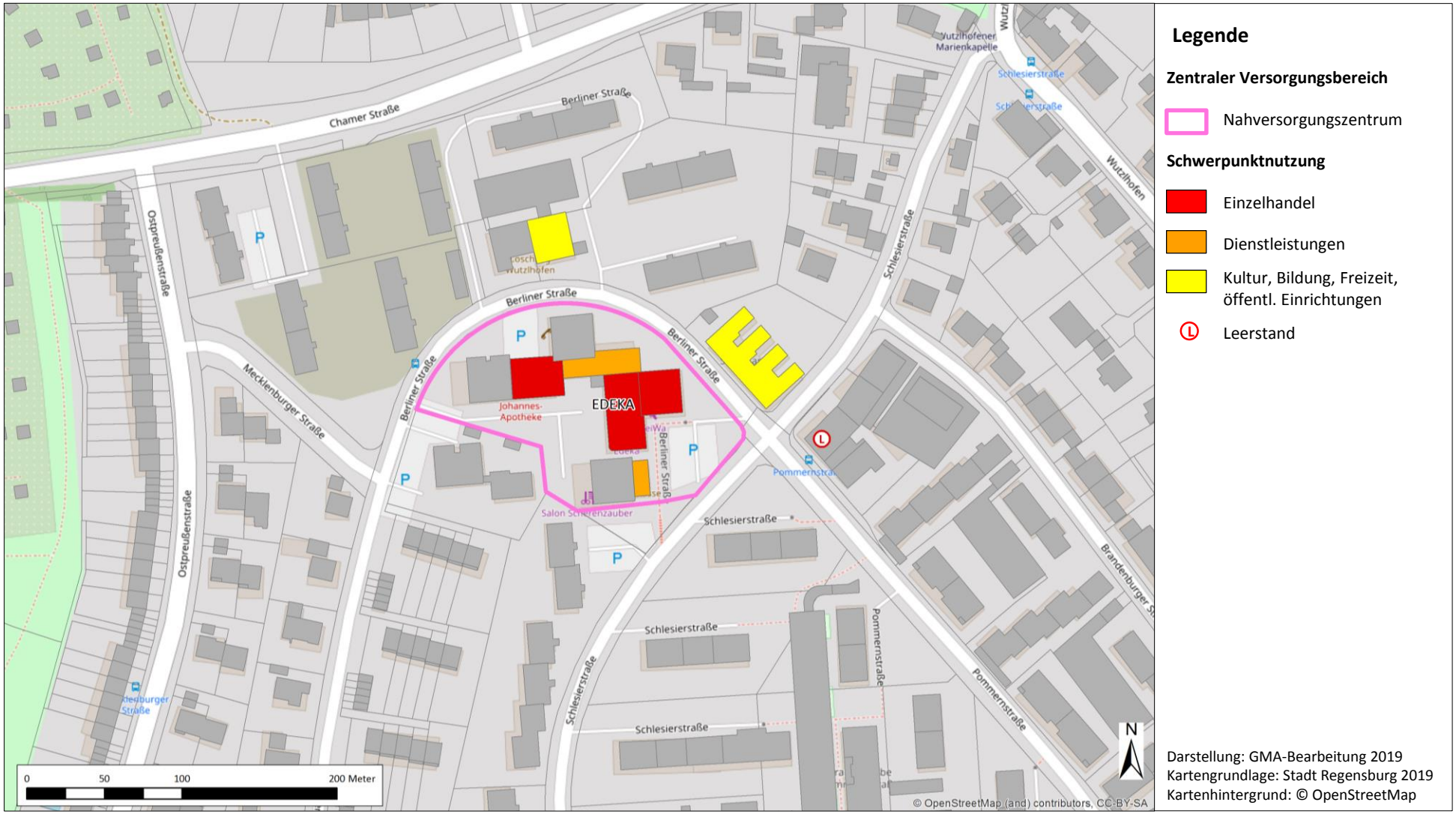


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	-
800 – 1.499 m²	EDEKA
400 – 799 m² VK	-
200 – 399 m² VK	-

Ergänzende Nutzungen

Als ergänzende Nutzung sind eine Filiale der Sparkasse Regensburg, ein Friseur sowie Einrichtungen der medizinischen Versorgung am Standort ansässig.

Karte 6: Nahversorgungszentrum „Berliner Straße“



Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Das Zentrum liegt zentral im Unterbezirk Konradsiedlung-Nord. Es ist im Erdgeschoss als Verbindung zweier Wohnhochhäuser angesiedelt und ebenerdig zu betreten. Es zeigt die typische Architektur der 1960er und 1970er Jahre (Funktionsbau).
- **Magnetbetrieb:** EDEKA, ergänzt durch Lebensmittelhandwerk und eine Apotheke
- **Leerstände:** Innerhalb des Nahversorgungszentrums sind keine Leerstände vorhanden.
- **Gesamteindruck:** Es handelt sich um ein stabiles, robustes Nahversorgungszentrum. Die vorhandenen Nutzungen präsentieren sich mit einem zeitgemäß modernen und funktionierendem Erscheinungsbild.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Die Haupterschließung findet über die Berliner Straße, Schlesierstraße und Pommernstraße aus den umliegenden Wohngebieten statt. An der östlichen Seite (Eingangsbereich) sowie zur westlichen Seite (Rückseite) befinden sich Kundenstellplätze.
- Die **ÖPNV-Anbindung** ist durch die Bushaltestellen „Berliner Straße“ und „Pommernstraße“ in unmittelbarer Nähe zum Standort gegeben.
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** ansteigende Geländesituation, Standort ist jedoch sehr gut für Fußgänger und Radfahrer aus den angrenzenden Wohngebieten erreichbar.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Das Nahversorgungszentrum „Berliner Straße“ wird zu allen Seiten durch Wohnbebauung begrenzt. Die Berliner Straße umfasst das Gebiet im Norden und Westen, im Süden schließt sich unmittelbar Wohnbebauung an den Standort an. Im Osten verläuft die Schlesierstraße.
- Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums „Berliner Straße“ orientiert sich im Wesentlichen an den gegebenen Baustrukturen. Bereits in der Entstehungszeit des Wohngebietes war im Bereich des heutigen Zentrums ein Standort zur Versorgung des Wohngebietes vorgesehen (typische Flachbauarchitektur mit Raum für wohngebietsbezogene Infrastrukturen), der sich bis in die Gegenwart erhalten hat und in den vergangenen Jahren umfangreich modernisiert wurde.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung für die umliegenden Wohngebiete in der Konradsiedlung-Nord
- Sicherung der Nahversorgung auch für perspektivisch wachsende Wohnbevölkerung im Bereich der Chamer Straße

Handlungsempfehlungen

- Bestandssicherung
- ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Blumen/Floristik, Kiosk, Schreibwaren)

4.7 Nahversorgungszentrum (perspektivisch) „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb			
Einwohner	**2008**	**2018**	**Tendenz**
Stadtbezirk Großprüfening - Königswiesen	7.310	7.740	▲
Unterbezirk Königswiesen-Nord	5.100	5.210	▲
Kaufkraft in Mio. €	**kurzfr. Bedarf**	**mittel- bis langfr. Bedarf**	
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	25,6	28,3	
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	41,4	45,7	

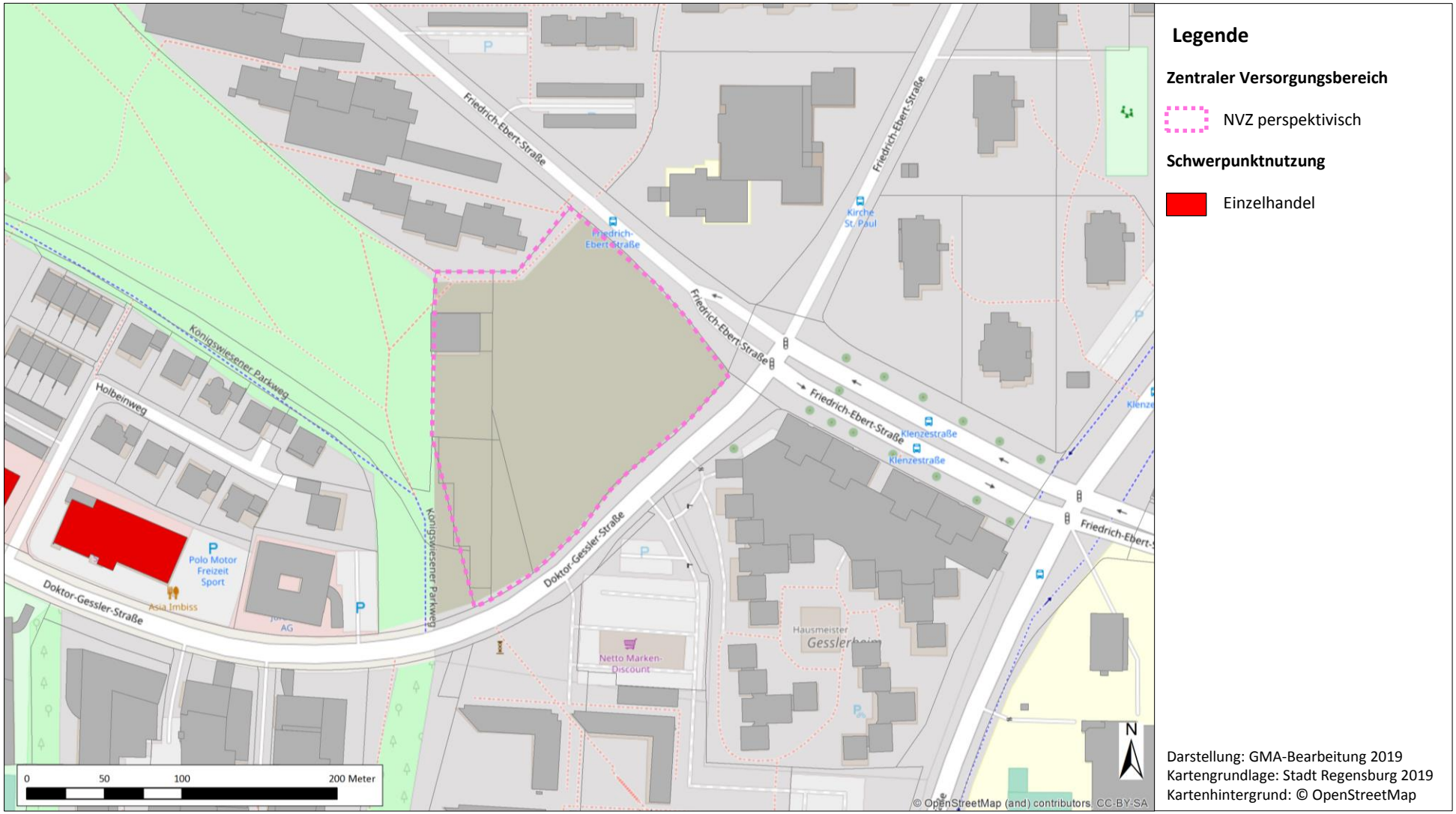
Lage und Umfeld

- Das perspektivische Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“ befindet sich in dem Stadtbezirk Großprüfening – Königswiesen, Unterbezirk Königswiesen-Nord.
- Das Standortumfeld wird in nördlicher Richtung durch eine stark verdichtete Wohnbebauung der 1960er und 1970er Jahre charakterisiert (Großwohnsiedlung). In östlicher und südlicher Richtung schließen sich zwei Studentenwohnheime an der Friedrich-Ebert-Straße und Dr.-Gessler-Straße an.
- Im Westen sind gemischt genutzte Siedlungsbereiche gelegen, die vorrangig jedoch durch gewerbliche Nutzungen entlang der Dr.-Gessler-Straße beschrieben werden können.
- Aktuell befindet sich der Lebensmittelbetrieb des ehemaligen Königswiesen-Centers zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung provisorisch ausgelagert in einem Zelt.

Wettbewerbssituation

- Richtung Westen: Fachmarktstandort „Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Center)“, ca. 550 m (Luftlinie)
- Richtung Süden: Nahversorgungslage „Theodor-Heuss-Platz“, ca. 800 m (Luftlinie)
- Richtung Südosten: Nahversorgungsstandort „Boelckestraße“, ca. 850 m (Luftlinie)
- Richtung Nordosten: perspektivische Nahversorgungslage „Balwinus-/Kirchmeierstraße“, ca. 1.200 m (Luftlinie)

Karte 7: Perspektivisches Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“



Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Das perspektivische Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“ befindet sich derzeit im Bau. Geplant sind ein REWE Supermarkt sowie ein Netto Discounter im Erdgeschoss; in den Obergeschossen sind Wohnnutzungen vorgesehen.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Die verkehrliche Erschließung des perspektivischen Nahversorgungszentrums erfolgt maßgeblich über die Dr.-Gessler-Straße und die Friedrich-Ebert-Straße.
- **ÖPNV-Anbindung:** Bushaltestellen „Friedrich-Ebert-Straße“, „Kirche St. Paul“ und „Klenzestraße“ sind im unmittelbaren Standortumfeld gelegen.
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** ansteigendes Gelände, gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den angrenzenden Wohngebieten

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt im Wesentlichen auf der Basis der Standortrahmenbedingungen, wie geplante städtebauliche Strukturen, Nutzungen im Standortumfeld und naturräumliche Gegebenheiten.
- Das perspektivische Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“ wird als eigenständiger Gebäudekomplex geplant, dessen Erdgeschoss durch Handelsnutzungen mit Schwerpunkt im Bereich der Nahversorgung belegt werden soll. Darüber werden in mehreren Geschossen Wohnungen untergebracht sein. Die geplanten Lebensmittelmärkte übernehmen somit nicht nur die Versorgung für die „neuen“ Bewohner, sondern leisten darüber hinaus einen Beitrag zur Versorgung der angrenzenden Quartiere.
- Das perspektivische Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“ fügt sich hinsichtlich seiner Kubatur in die bestehenden städtebaulichen Strukturen (Großwohnsiedlung) ein. Aufgrund fehlender funktionaler Verflechtungen in das Standortumfeld (keine ergänzenden Handelsnutzungen) ist eine Ausweitung des perspektivischen zentralen Versorgungsbereiches nicht sinnvoll.
- Eine Ergänzung des künftigen Handelsangebotes wird perspektivisch aufgrund der ausgeprägten Topographie (ansteigendes Gelände) am Standort nicht realisiert werden (keine Potenzialflächen).
- Die Verläufe der Dr.-Gessler-Straße und der Friedrich-Ebert-Straße begrenzen den Standort zusätzlich.

Entwicklungsziele

- Entwicklung eines leistungsfähigen Nahversorgungszentrums mit umfassender Versorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere mit perspektivischem Bevölkerungszuwachs

Handlungsempfehlungen

- Ansiedlung eines Supermarktes, eines Discounters und einer Apotheke (in Entwicklung: 3.800 qm VK)

4.8 Nahversorgungszentrum „Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb

Einwohner	2008	2018	Tendenz
Stadtbezirk Burgweinting – Harting	8.970	11.650	▲
Unterbezirk Burgweinting	7.350	10.010	▲

Kaufkraft in Mio. €	kurzfr. Bedarf	mittel- bis langfr. Bedarf
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	17,0	18,8
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	18,9	20,9

Lage und Umfeld

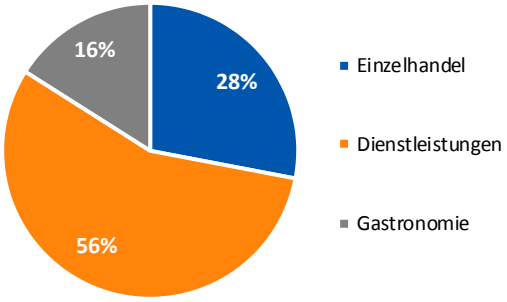
- Das Nahversorgungszentrum „Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)“ ist zentral im Stadtbezirk Burgweinting – Harting, Unterbezirk Burgweinting im Südosten von Regensburg gelegen.
- Das Standortumfeld wird überwiegend durch Wohnnutzung bestimmt. Punktuell sind weitere kleine Handelsbetriebe (z. B. Lebensmittelhandwerk) und gastronomische Einrichtungen (Gasthof Parzefall) angesiedelt.

Wettbewerbssituation

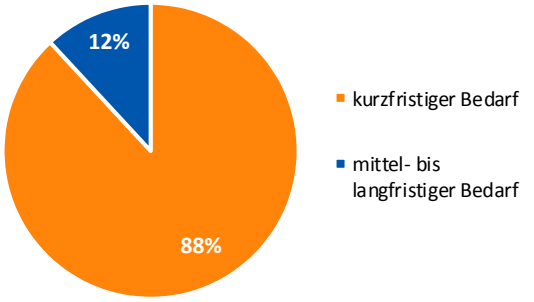
- Richtung Nordwesten: Nahversorgungszentrum „Von-Seeckt-Straße“, ca. 1.900 m (Luftlinie)
- Richtung Nordwesten: Grundversorgungsstandorte an der Johann-Hösl-Straße, ca. 2.400 m (Luftlinie)
- Richtung Osten: Mittelzentrum Neutraubling mit Einzelhandelsagglomeration „Kaufpark“, ca. 4.000 m (Luftlinie)
- Richtung Südosten: Obertraubling mit EDEKA, Netto und Rossmann an der Regensburger Straße, ca. 2.000 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung (* - keine Umsatzausweis bei 3 unter weniger Betrieben)			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	6	2.820	*
mittel- bis langfristiger Bedarf	1	380	*
Einzelhandel gesamt	**7**	**3.200**	**17,3**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

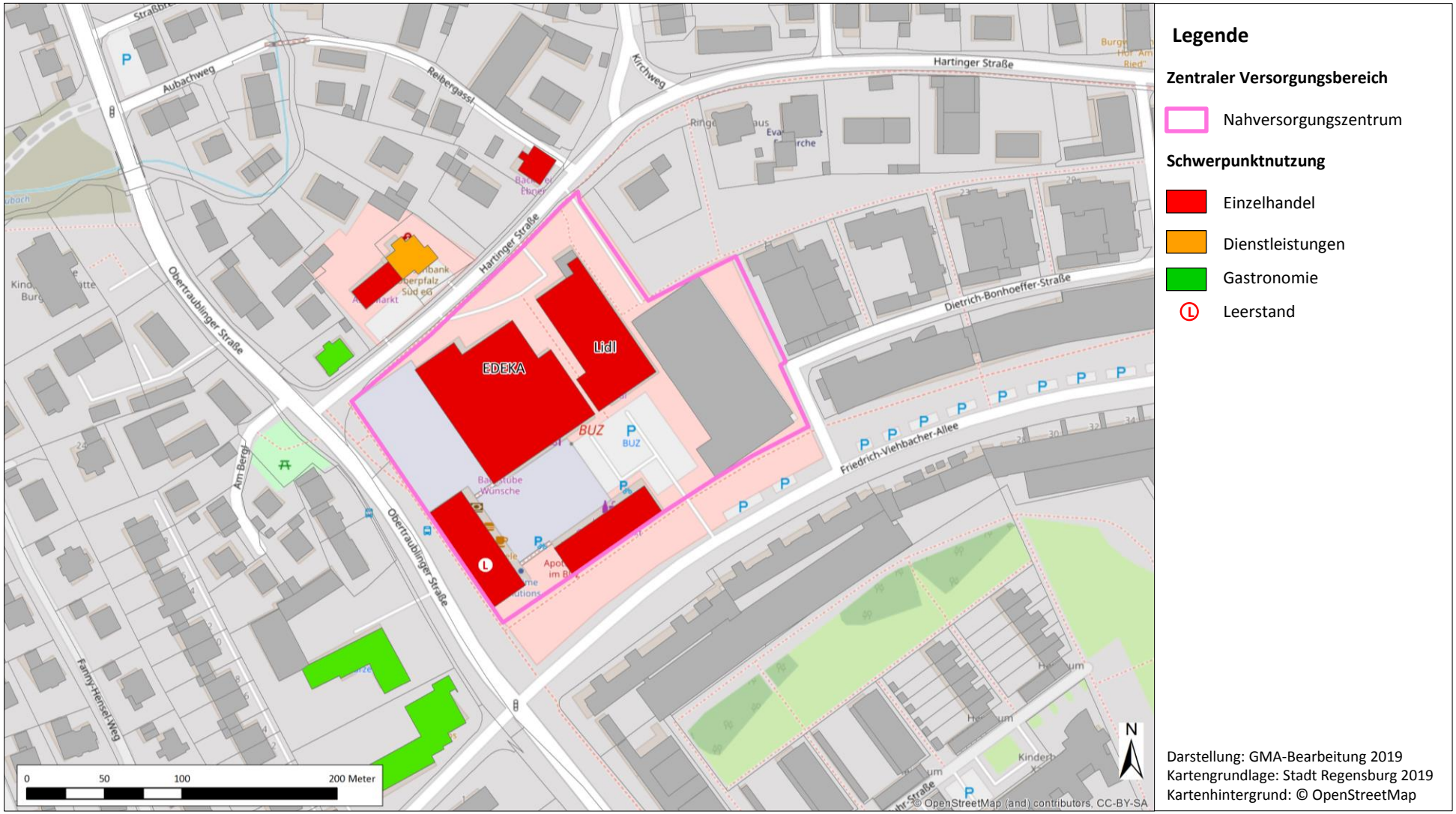


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	-
800 – 1.499 m²	EDEKA, Lidl
400 – 799 m² VK	Getränkemarkt Hausler
200 – 399 m² VK	Kik

Ergänzende Nutzungen

Ergänzende Nutzungen bestehen in Form privater wie öffentlicher Dienstleistungen. So sind neben verschiedenen Arztpraxen (Allgemeinmedizin, Zahnarztpraxis, Physio- und Ergotherapie) auch das Bürgerbüro und die Stadtteilbücherei Burgweinting sowie verschiedene gastronomische Angebote in dem Nahversorgungszentrum untergebracht.

Karte 8: Nahversorgungszentrum „Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)“



Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Bei dem Nahversorgungszentrum „Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)“ handelt es sich um ein zweigeschossiges, introvertiertes Nahversorgungszentrum. Es ist kompakt geplant und verfügt nur im Erdgeschoss über Einzelhandelsnutzungen. Das Obergeschoss wird durch ergänzende stadtbezirksbezogene Angebote (Bürgerbüro, Stadtteilbibliothek, Arztpraxen) belegt. Im Zentrum befindet sich ein zentraler Aufenthaltsplatz, auf den die Betriebe ausgerichtet sind.
- **Magnetbetriebe:** EDEKA, Lidl
- **Leerstände:** ein Ladenleerstand (ca. 60 m²), keine prägende Wirkung
- **Gesamteindruck:** Es handelt sich um ein attraktives Nahversorgungszentrum mit leistungsfähigem Geschäftsbesatz. Trotz wechselnder Flächenbelegung in der Vergangenheit ist das BUZ als solches positiv hervorzuheben. Die bestehenden Angebote, die siedlungsräumliche Lage sowie die Erreichbarkeit entsprechen den Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum. Hinsichtlich des Erscheinungsbildes (Sauberkeit) ist Entwicklungspotenzial erkennbar.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Die verkehrliche Erschließung des Standortes erfolgt über die Hartinger Straße (Zufahrt zum BUZ Parkhaus) und Friedrich-Viehbacher-Allee (Zufahrt zum zentralen Platz, teilweise als Pkw-Stellfläche genutzt).
- Eine **Anbindung an den ÖPNV** wird durch die Haltestelle „Friedrich-Viehbacher-Allee“ unmittelbar vor dem Nahversorgungszentrum an der Obertraubliner Straße gewährleistet. Der Bahnhof Burgweinting ist in ca. 450 m erreichbar.
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** grundsätzlich sehr gute Erreichbarkeit des Standortes für Fußgänger und Radfahrer aus den angrenzenden Wohngebieten; noch keine konsequent behindertengerechte Erreichbarkeit (Freitreppe) der Angebote.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die städtebaulich-funktionale Abgrenzung des Nahversorgungszentrums „Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)“ ergibt sich durch den Gebäudekomplex selbst. Das BUZ ist als Nahversorgungszentrum in der Mitte des Stadtbezirks planvoll angelegt. Aufgrund seiner introvertierten Organisationsstruktur bestehen keine Verflechtungen mit dem Standortumfeld.
- Weiterhin hebt sich das Burgweintingzentrum architektonisch von seinem Umfeld deutlich ab und geht aufgrund der angrenzenden Straßenzüge Friedrich-Viehbacher-Allee, Obertraublinger Straße und Hartinger Straße bzw. des existierenden Parkhauses keine Austauschbeziehungen mit diesem ein (z. B. durch Verbindungswege in angrenzende Wohnquartiere, trennende Wirkung der Straßenverläufe).
- Das Nahversorgungszentrum liegt in einem durch intensive Wohnnutzung geprägten Umfeld.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil Burgweinting zzgl. Harting

Handlungsempfehlungen

- Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente, z. B. Drogeriewaren
- Etablierung qualitativ hochwertiger Angebote, z. B. im Bereich der Gastronomie
- Optimierung der Anbindung an das BUZ durch ÖPNV-Kurzstreckentarife
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität (Platzgestaltung etc.)

4.9 Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb

Einwohner	2008	2018	Tendenz
Stadtbezirk Reinhausen	8.820	9.250	▲
Unterbezirk Isarstraße – Lechstraße	5.170	5.430	▲

Kaufkraft in Mio. €	kurzfr. Bedarf	mittel- bis langfr. Bedarf
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	14,6	16,2
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	25,0	27,6

Lage und Umfeld

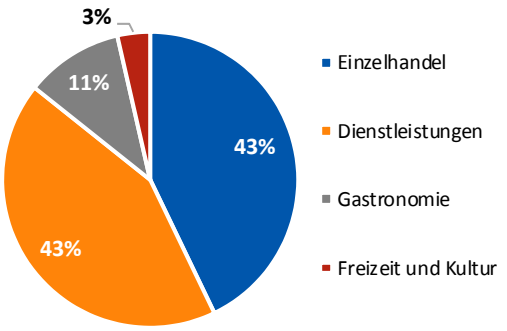
- Das Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“ befindet sich in dem Stadtbezirk Reinhausen, Unterbezirk Isarstraße – Lechstraße im Kreuzungsbereich Lechstraße/Donaustaufer Straße.
- Der Standort selbst sowie sein Umfeld sind geprägt von gewerblichen Nutzungen. Bürogebäude, Parkhäuser und Handelsbetriebe bestimmen das Erscheinungsbild. Das Nahversorgungszentrum ist in den weiteren Gewerbepark integriert.
- Im Norden existiert verdichtete Wohnbebauung entlang der Isarstraße (Geschosswohnungsbau der 1960er und 1970er Jahre), im Westen zeigen sich aufgelockerte Wohngebiete mit Ein- und Mehrfamilienhäusern aus jüngerer Zeit.
- Im Südwesten schließt sich der Fachmarktstandort Frankenstraße/Donaustaufer Straße/ Walhalla-Allee mit seinen zumeist großflächigen Fachmarktangeboten an.

Wettbewerbssituation

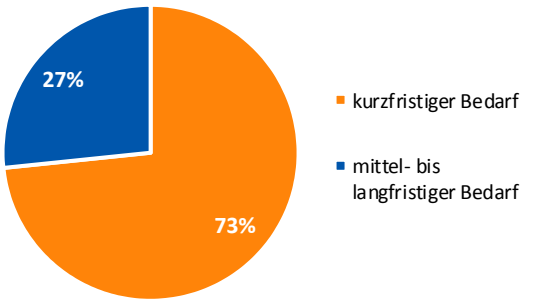
- Richtung Norden: verschiedene Nahversorgungsstandorte (Penny an der Brandlberger Straße, ca. 400 m Luftlinie, EDEKA an der Isarstraße ca. 350 m Luftlinie)
- Richtung Südwesten: oberzentraler Standort „Donau-Einkaufszentrum“, ca. 700 m (Luftlinie)
- Richtung Westen: Nebenzentrum „Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)“, ca. 1.000 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung (* - keine Umsatzausweis bei 3 unter weniger Betrieben)			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	9	2.410	*
mittel- bis langfristiger Bedarf	3	875	*
Einzelhandel gesamt	**12**	**3.285**	**16,2**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

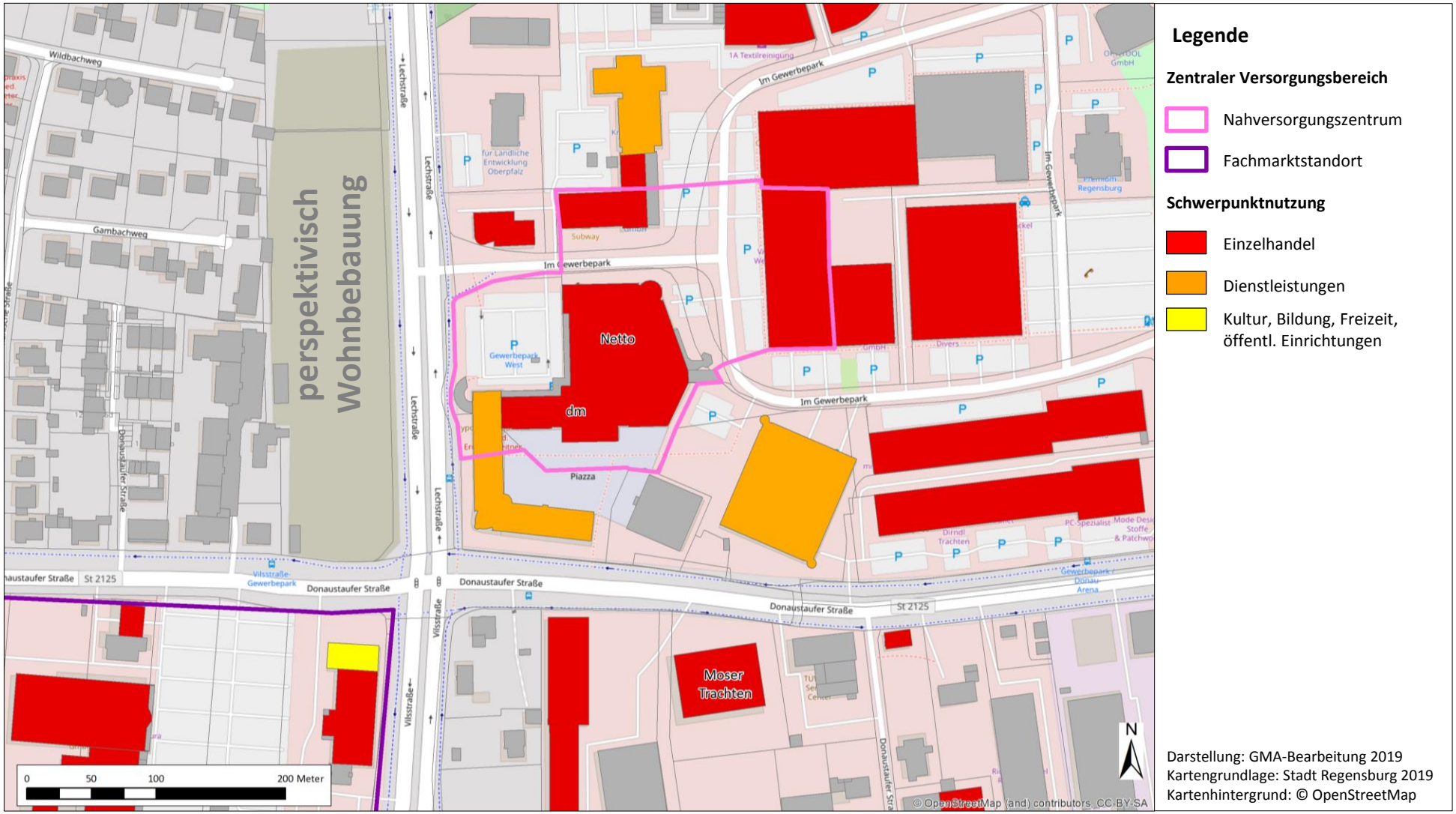


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	-
800 – 1.499 m²	-
400 – 799 m² VK	Netto, dm Drogeriemarkt, NKD
200 – 399 m² VK	Die Küche – Direkt.de

Ergänzende Nutzungen

In dem abgegrenzten Gebiet befinden sich zusätzlich mehrere Arztpraxen (u. a. Orthopäde, Gemeinschaftspraxis, Neurochirurgie), gastronomische Angebote sowie eine Filiale der HypoVereinsbank. Der Standort selbst sowie sein Umfeld werden darüber hinaus von Bürokomplexen mit vielfältiger Büronutzung bestimmt.

Karte 11: Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“



Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Das Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“ ist Teil des Gewerbeparks in Regensburg. Der Mittelpunkt des Zentrums wird durch die Handelsnutzungen im Erdgeschoss um den Parkplatz an der westlichen Zufahrt gebildet, wo Netto und dm untergebracht sind. Die Obergeschosse werden durch gewerbliche Nutzungen bzw. medizinische Dienstleistungen und Versorgungsinfrastrukturen belegt.
- **Magnetbetriebe:** Netto, dm
- **Leerstände:** keine
- **Gesamteindruck:** Bei dem Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“ handelt es sich um ein modernes, robustes Nahversorgungszentrum, das insbesondere für die nördlich angrenzenden Wohngebiete und Beschäftigten innerhalb des Gewerbeparks Versorgungsfunktionen übernimmt.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Die verkehrliche Erschließung des Standortes erfolgt über die Lechstraße im Westen des Zentrums.
- **ÖPNV-Anbindung:** Bushaltestelle „Vilsstraße-Gewerbepark“ unmittelbar am Gewerbepark gelegen
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** Gute Erreichbarkeit über Fuß- und Radwege aus den nördlich und westlich angrenzenden Wohngebieten sowie innerhalb des Gewerbeparks.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Das Nahversorgungszentrum „Gewerbepark“ wird räumlich vor allem durch den Einzelhandelsbestand mit Nahversorgungsfunktion begründet. Die entsprechenden Betriebe sowie ergänzenden Nutzungen (z. B. Ärzte) befinden sich im westlichen Abschnitt des Gewerbeparks.
- Hier bestehen die intensivsten funktionalen Verflechtungen der Betriebe untereinander, aber auch mit dem Standortumfeld. So sind Netto und dm die Hauptanbieter von Waren des täglichen Bedarfs in diesem Teil des Stadtgebiets und übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen für die nördlich und westlich angrenzenden Wohngebiete.
- Eine weitere räumliche Abgrenzung erfolgt aufgrund der städtebaulich-infrastrukturellen Zäsuren, welche die Donaustaufer Straße und Lechstraße darstellen, nicht. Auch nimmt die Handelsnutzung in östlicher Richtung deutlich ab bzw. ist der Handelsbesatz von deutlichen Funktionsunterbrechungen gekennzeichnet.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung für die Bewohner der nördlich und perspektivisch westlich angrenzenden Wohnbebauung

Handlungsempfehlungen

- Bestandssicherung
- städtebauliche Öffnung nach Norden durch offizielle Zuwegung (Geh- und Radwege aus dem nördlichen Wohngebiet)

4.10 Nahversorgungszentrum „Hornstraße“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb

Einwohner	2008	2018	Tendenz
Stadtbezirk Kasernenviertel	13.241	16.380	▲
Unterbezirk Burgunderstraße – Napoleonstein	4.620	5.200	▲

Kaufkraft in Mio. €	kurzfr. Bedarf	mittel- bis langfr. Bedarf
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	26,4	29,2
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	42,0	46,5

Lage und Umfeld

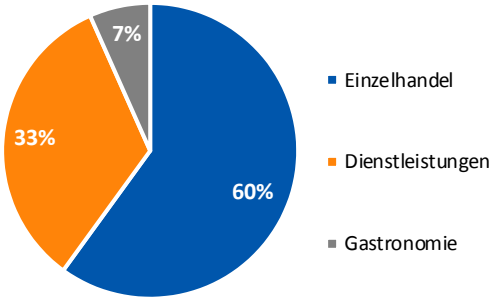
- Das Nahversorgungszentrum „Hornstraße“ befindet sich südöstlich der Innenstadt in dem Stadtbezirk Kasernenviertel, Unterbezirk Burgunderstraße – Napoleonstein.
- Die überwiegend nahversorgungsrelevanten Angebote am Standort sind in eine dichte Wohnbebauung eingebettet. Hierbei dominieren im Nordwesten der Märkte Gebäudestrukturen in Zeilenbauweise aus den 1950er Jahren, während im Südosten Gebäudeformationen aus jüngerer Zeit bestehen.
- Weiterhin sind unterschiedliche öffentliche Einrichtungen in der Umgebung etabliert (u. a. Eichamt, Studentenwohnheime, Bayerische Staatsforsten).
- Das Umfeld wird weiterhin durch einen vergleichsweise hohen Grünflächenanteil geprägt (Freizeit- und Erholungsflächen, Sportplatz); in der Nähe befindet sich der Ostpark sowie das Caritas Krankenhaus St. Josef in nördlicher Richtung.

Wettbewerbssituation

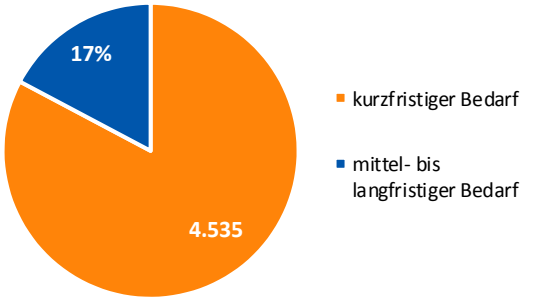
- Richtung Nordwesten: oberzentraler Standort „Regensburg Arcaden“, ca. 1.500 m (Luftlinie)
- Richtung Südosten: Nahversorgungszentrum „Von-Seeckt-Straße“, ca. 800 m (Luftlinie)
- Richtung Südwesten: Grundversorgungsstandorte an der Johann-Hösl-Straße, ca. 1.300 m (Luftlinie)
- Richtung Süden: Nahversorgungsstandort an der Erbprinz-Franz-Joseph-Straße (Netto), ca. 400 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung (* - keine Umsatzausweis bei 3 unter weniger Betrieben)			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	7	4.535	*
mittel- bis langfristiger Bedarf	2	945	*
Einzelhandel gesamt	**9**	**5.480**	**25,6**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

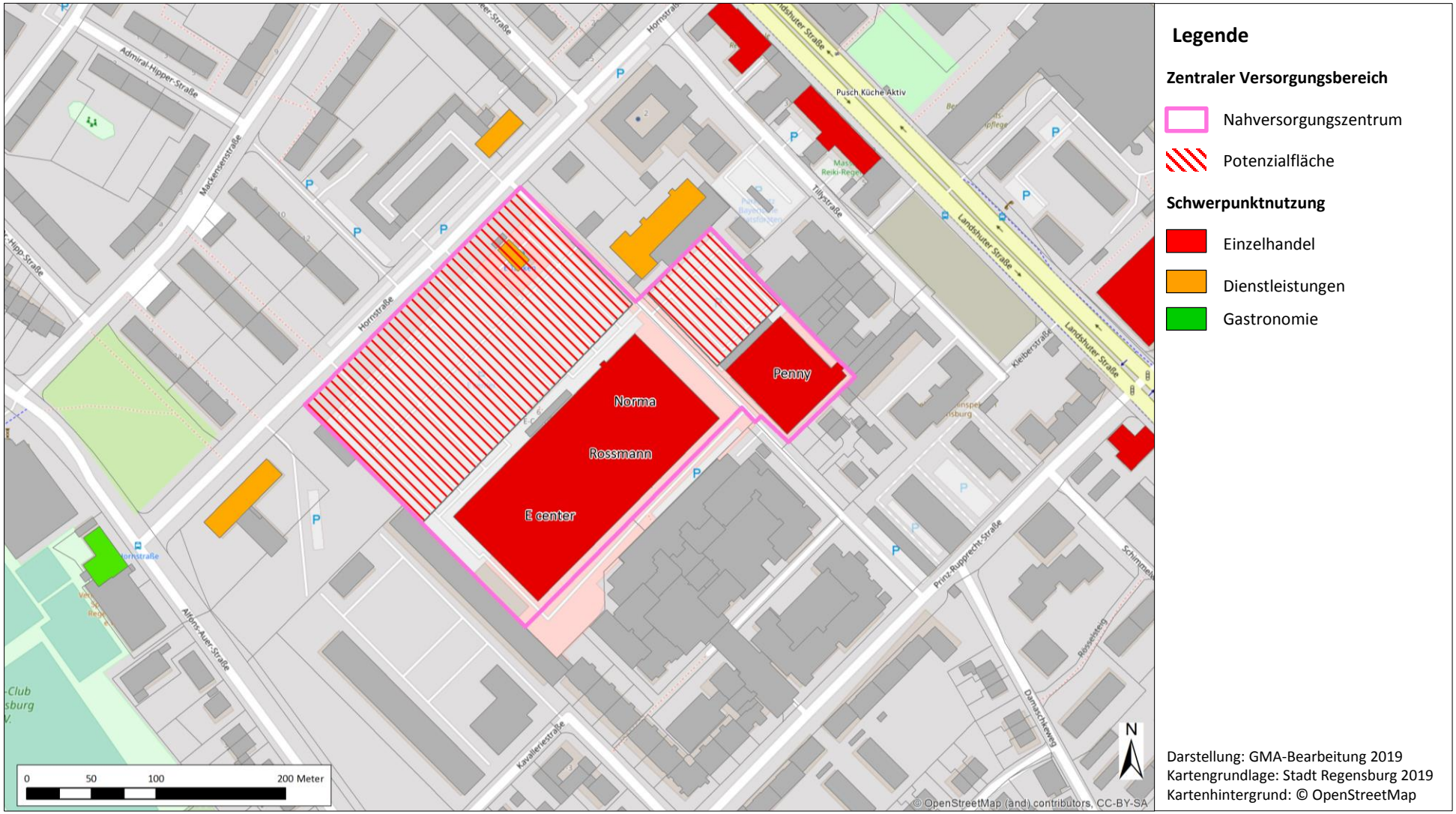


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	E-Center
800 – 1.499 m²	Penny
400 – 799 m² VK	Norma, Kik, EDEKA Getränkemarkt, Rossmann Drogeriemarkt
200 – 399 m² VK	-

Ergänzende Nutzungen

Neben dem Einzelhandel gibt es auf dem Gelände einen Geldautomat der Sparkasse Regensburg, eine Postfiliale sowie einen Friseur. Außerdem betreibt EDEKA auf dem Gelände eine Tankstelle.

Karte 10: Nahversorgungszentrum „Hornstraße“



Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Das E-Center, Norma und Rossmann sowie die Sparkasse und die Post sind in einem großen Gebäudekomplex zusammengefasst, das Eigenschaften eines kleinen Einkaufszentrums mit Mall Bereich aufweist. Ein großer Kundenparkplatz steht Autokunden zur Verfügung. Penny und Kik befinden sich ebenfalls in einem Gebäude auf der gegebüberliegenden Straßenseite der Hornstraße.
- **Magnetbetriebe:** E-Center, Penny, Norma, Rossmann
- **Leerstände:** Innerhalb des Nahversorgungszentrums sind zum Begutachtungszeitpunkt keine strukturprägenden Leerstände zu identifizieren gewesen.
- **Gesamteindruck:** Insgesamt handelt es sich bei dem Nahversorgungszentrum Hornstraße um ein stabiles Nahversorgungszentrum mit attraktivem, leistungsfähigem Geschäftsbesatz.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Das Nahversorgungszentrum „Hornstraße“ wird über die Hornstraße erschlossen. Diese verbindet den Standort mit der Landshuter Straße/B 15, welche Erschließungsfunktionen in die Innenstadt besitzt. Ein umfangreiches Kundenstellplatzangebot steht zur Verfügung.
- **ÖPNV-Anbindung:** Bushaltestelle „Regensburg Hornstraße“ an der Alfons-Auer-Straße (ca. 200 m Entfernung), „Regensburg Krankenhaus Sankt Josef“ an der Landshuter Straße (ca. 200 m Entfernung)
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** Sehr gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den angrenzenden Quartieren.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums „Hornstraße“ ergibt sich im Wesentlichen aus den gegebenen städtebaulichen Strukturen sowie den vorhandenen Nutzungen.
- So sticht der Handelsstandort an der Hornstraße insbesondere durch seine typische Fachmarktarchitektur (Flachbau) hervor und hebt sich mit der weitreichenden Pkw-Stellplatzanlage von der Umgebung ab.
- Das Umfeld ist hingegen durch typische Wohnstrukturen gekennzeichnet, die sich in ihrer zeitgenössischen Präsentation (z. B. Zeilenbebauung der 1950er Jahre, freistehende Einfamilienhausbebauung) von dem Nahversorgungszentrum unterscheiden.
- Aus funktionaler Sicht konzentriert sich das Handels- und Dienstleistungsangebot auf das Nahversorgungszentrum zwischen Hornstraße im Nordwesten, den Gebäuden des Eichamts im Süden, den Gebäuden des Studentenwerks im Osten und den Gebäudeformationen nördlich des Penny Marktes. Verflechtungen mit dem näheren und weiteren Umfeld bestehen nicht.
- Die den Betrieben vorgelagerte Kundenstellplatz wird als **Potenzialfläche** aufgrund des funktionalen Zusammenhangs in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches aufgenommen.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung des Stadtteils

Handlungsempfehlungen

- Arrondierung des Angebots durch weitere Sortimente der Nahversorgung (z. B. Blumen/Floristik)

4.11 Nahversorgungszentrum (perspektivisch) „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“*

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb			
Einwohner	**2008**	**2018**	**Tendenz**
Stadtbezirk Westenviertel	25.211	27.911	▲
Unterbezirk Margaretenau – Dörnbergpark	3.750	3.920	▲
Kaufkraft in Mio. €	**kurzfr. Bedarf**	**mittel- bis langfr. Bedarf**	
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	23,7	26,2	
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	61,3	67,8	

Lage und Umfeld

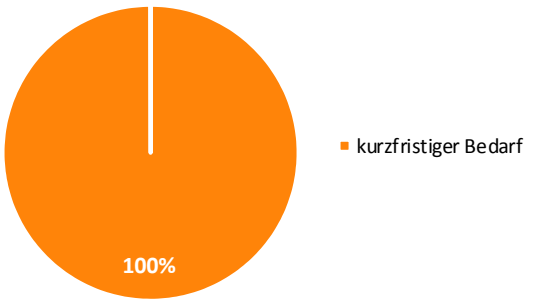
- Bei dem Standort „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“ handelt es sich um ein Nahversorgungszentrum in Planung im Stadtbezirk Westenviertel, Unterbezirk Margaretenau – Dörnbergpark.
- Das Standortumfeld ist überwiegend durch Mischnutzungen geprägt. So befinden sich nördlich des perspektivischen Nahversorgungszentrums sowohl Wohn- als auch Gewerbenutzungen sowie die Justizvollzugsanstalt und das Landgericht Regensburg.
- Im Osten sind vor allem Hotellerie und Gewerbebetriebe angesiedelt.
- Das südliche Umfeld wird durch den Verlauf der Bahngleise charakterisiert, die zugleich eine städtebauliche Barriere ausbilden. Sie ist nur über die Kumpfmühler Brücke/Kumpfmühler Straße zu überwinden.
- Im Westen entstehen vor allem wohngenutzte Gebäudekomplexe.

Wettbewerbssituation

- Richtung Osten: oberzentrale Standorte „Altstadt“ und „Regensburg Arcaden“, jeweils ca. 900 m (Luftlinie)
- Richtung Süostden, südlich der Bahntrassen: perspektivische Nahversorgungslage „Balwinus-/ Kirchmeierstraße“, ca. 350 m (Luftlinie)
- Richtung Westen: Grundversorgungsstandort „Lilienthalstraße“, ca. 2.000 m (Luftlinie)
- Richtung Nordwesten: Nahversorgungsstandort „Hochweg“, ca. 1.400 m (Luftlinie) und perspektivische Nahversorgungslage „Prüfeninger Straße“, ca. 1.300 m (Luftlinie)

* Stand der Einzelhandelserfassung: 09/2018 – 10/2018. Zwischenzeitlich haben EDEKA mit rd. 1.850 m² VK und Alnatura mit rd. 830 m² VK am Standort „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“ eröffnet. Vereinbarungsgemäß finden die mittlerweile umgesetzten Planungen keinen Eingang in den Einzelhandelsbestand.

Zentrenprägende Ausstattung (* - keine Umsatzausweis bei 3 unter weniger Betrieben)			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	3	2.440	*
mittel- bis langfristiger Bedarf	-	-	-
Einzelhandel gesamt	**3**	**2.440**	*

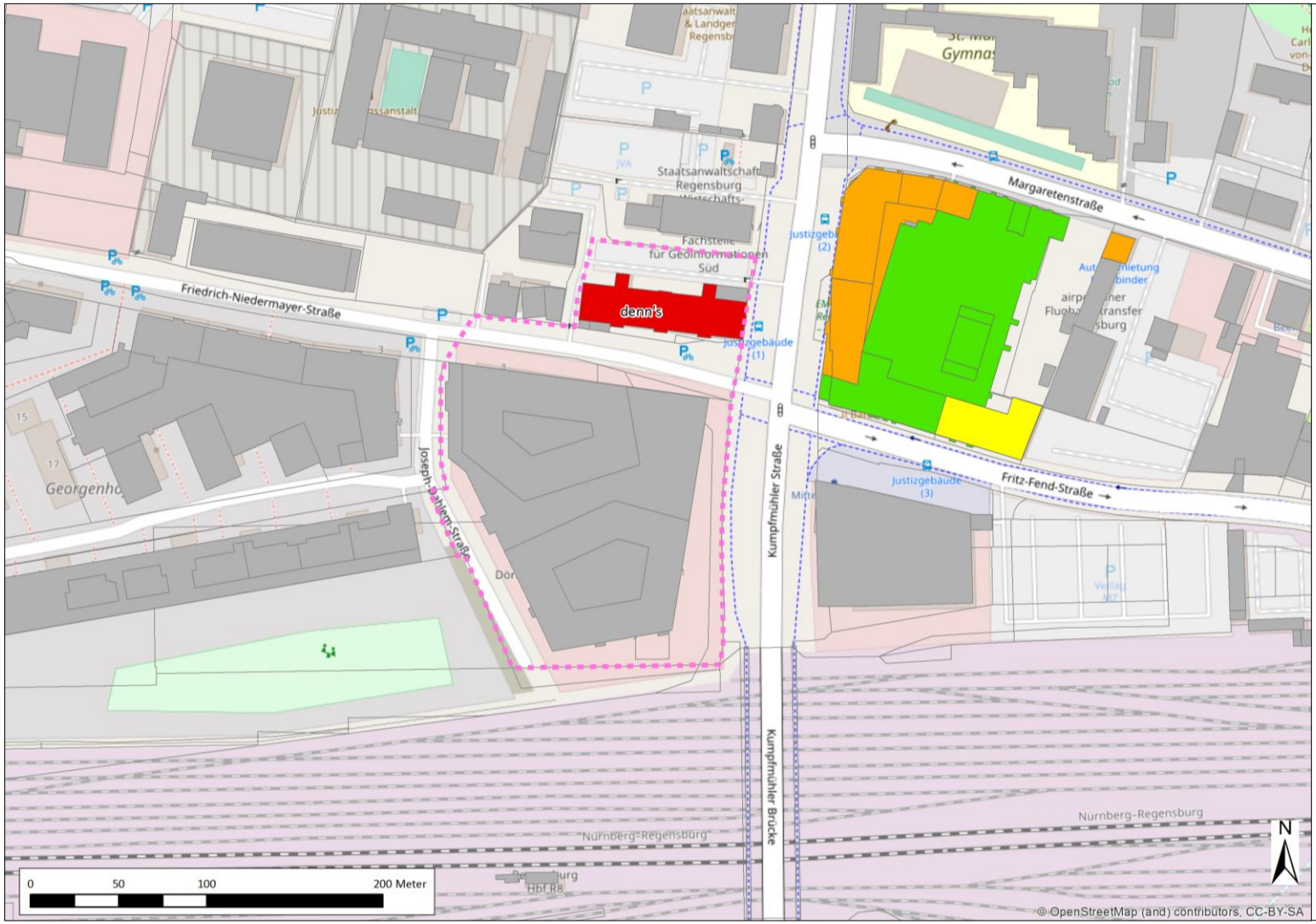
Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)	**Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)**
in Entwicklung	

Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	EDEKA
800 – 1.499 m²	Alnatura
400 – 799 m² VK	denn's Biomarkt
200 – 399 m² VK	-

Ergänzende Nutzungen

In den neuen Gebäudekomplexen befindet sich u. a. eine Orthopädiepraxis. Außerdem werden Büroflächen von Firmen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie genutzt.

Karte 11: Perspektivisches Nahversorgungszentrum „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“



Legende

Zentraler Versorgungsbereich

- NVZ perspektivisch

Schwerpunktnutzung

- Einzelhandel
- Dienstleistungen
- Gastronomie
- Kultur, Bildung, Freizeit, öffentl. Einrichtungen

Stand der Einzelhandelserfassung: 09/2018 – 10/2018. Zwischenzeitlich haben EDEKA mit rd. 1.850 m² VK und Alnatura mit rd. 830 m² VK am Standort „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“ eröffnet. Vereinbarungsgemäß finden die mittlerweile umgesetzten Planungen keinen Eingang in den Einzelhandelsbestand und werden als „perspektivisch“ geführt.

Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Es handelt sich bei dem Standort „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“ um ein Nahversorgungszentrum in Entstehung. Die Betriebe der Nahversorgung werden vollständig in den Erdgeschossebenen der Gebäude untergebracht sein.
- **Magnetbetriebe:** EDEKA, Alnatura
- **Gesamteindruck:** perspektivisch modernes, zeitgemäßes Nahversorgungszentrum mit hochwertigen Angeboten im Vollsortiments- und Biobereich.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Das perspektivische Nahversorgungszentrum „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“ liegt unmittelbar an der Kumpfmühler Straße und Ladehofstraße. Über beide Straßen ist die Anfahrt aus dem übrigen Stadtgebiet möglich. Kundenparkplätze befinden sich in der Tiefgarage im Untergeschoss.
- **ÖPNV-Anschluss:** Die Bushaltestelle „Justizgebäude Regensburg“ ist unmittelbar vor den Betrieben an der Kumpfmühler Straße gelegen. Die fußläufige Entfernung zum Regensburger Hauptbahnhof beträgt rd. 850 Meter.
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** sehr gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den angrenzenden Quartieren.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die räumliche Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrums Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum) wird im Westentlichen durch den Verlauf der Bahngleise im Süden sowie der Kumpfmühler Straße im Osten begründet.
- Aufgrund des funktionalen Zusammenhangs mit dem denn’s Biomarkt nördlich der Friedrich-Niedermayer-Straße wird dieser in den zentralen Versorgungsbereich eingeschlossen.
- Zwar setzen sich die städtebaulichen Strukturen in Richtung Westen bautypengleich fort, jedoch sind lediglich die Gebäude an der Kumpfmühler Straße einer Handels- und Dienstleistungsnutzung mit Versorgungscharakter vorbehalten.
- Zudem wird die Bebauung durch die Joseph-Dahlem-Straße unterbrochen, über die die Anfahrt der beiden Märkte von EDEKA und Alnatura erfolgt bzw. die Tiefgaragenstellplätze erreicht werden.

Entwicklungsziele

- Entwicklung eines leistungsfähigen Nahversorgungszentrums zur Sicherung der Nahversorgung für das entstehende Quartier (Lebensmittelmarkt, zwei Biomärkte)

Handlungsempfehlungen

- Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und eines Biomarktes
- Arrondierung des Angebots durch weitere Sortimentes der Nahversorgung (z. B. Drogeriewaren)

4.12 Nahversorgungszentrum „Kumpfmühl“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb

Einwohner	2008	2018	Tendenz
Stadtbezirk Kumpfmühl - Ziegetsdorf - Neuprüll	20.130	21.920	▲
Unterbezirk Kumpfmühl-Ost	4.740	5.350	▲

Kaufkraft in Mio. €	kurzfr. Bedarf	mittel- bis langfr. Bedarf
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	22,8	25,3
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	40,8	45,1

Lage und Umfeld

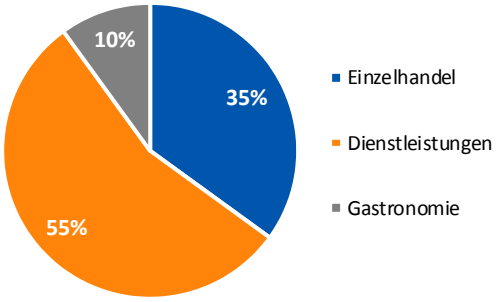
- Der Versorgungsbereich befindet sich in dem Stadtbezirk Kumpfmühl - Ziegetsdorf - Neuprüll, Unterbezirk Kumpfmühl-Ost und ist Teil der historischen Ortsmitte von Kumpfmühl.
- Das kleinteilige tradierte Geschäftszentrum des Stadtteils ist überwiegend von Wohnbebauung in Form von Mehrfamilienhäusern aus dem 19. Jahrhundert geprägt und wird durch zeitgenössische Baustile des 20. Jahrhunderts punktuell ergänzt.
- In westlicher Richtung ist auf den Karl-Bauer-Park hinzuweisen, der als grüne Mitte des Stadtteils fungiert.
- Im Norden schließen sich im weiteren Umfeld Gewerbebetriebe (Einzelhandel, Gastgewerbe) an, die Bahngleise bilden hier eine städtebauliche Barriere.

Wettbewerbssituation

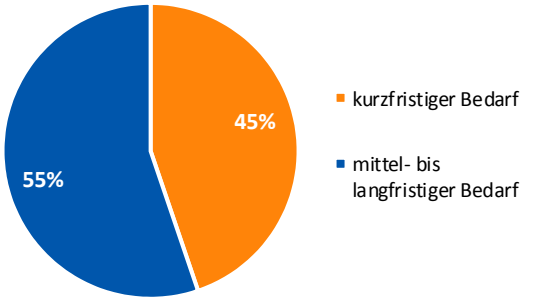
- Richtung Nord: perspektivische Nahversorgungslage „Balwinus-/Kirchmeierstraße“, ca. 350 m (Luftlinie) sowie perspektivisches Nahversorgungszentrum „Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)“, ca. 550 m (Luftlinie)
- Richtung Nordosten: oberzentraler Standort „Regensburg Arcaden“, ca. 900 m (Luftlinie)
- Richtung Süden: Nahversorgungsstandort „Boelckestraße“, ca. 850 m (Luftlinie)
- Richtung Westen: perspektivisches Nahversorgungszentrum „Dr.-Gessler-Straße (Königstor)“, ca. 1.100 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	8	775	4,3
mittel- bis langfristiger Bedarf	6	955	2,4
Einzelhandel gesamt	**14**	**1.730**	**6,7**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

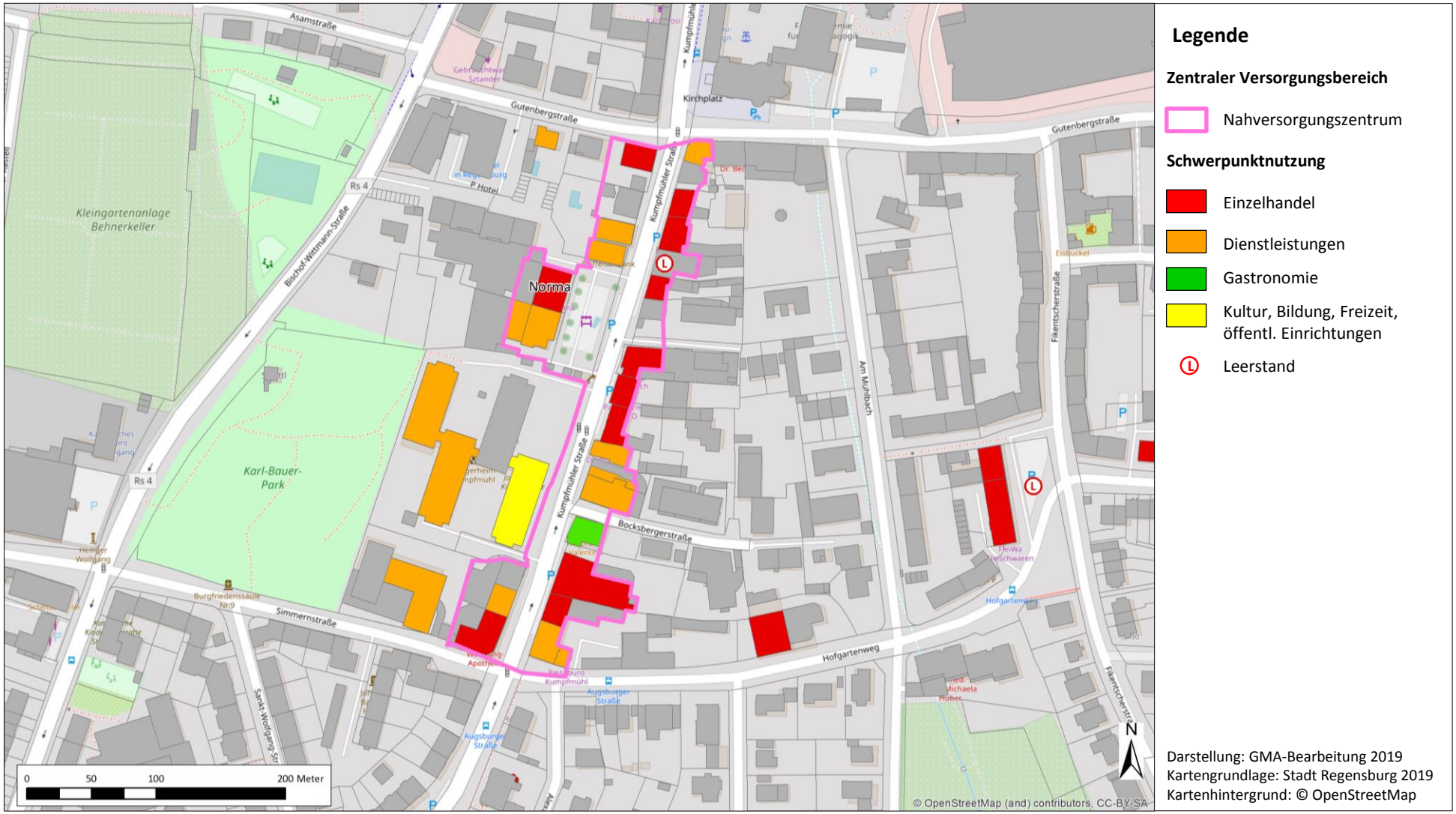


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	-
800 – 1.499 m²	-
400 – 799 m² VK	-
200 – 399 m² VK	NKD, TEDi, Norma

Ergänzende Nutzungen

Neben dem kleinteiligen Einzelhandel existiert ein gastronomisches Angebot, öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (Bürgerheim Kumpfmühl) sowie zwei Arztpraxen. Zwei mal pro Woche (samstags und mittwochs) findet der „Wochenmarkt Kumpfmühl“ statt. Weiterhin wird das Angebot durch private Dienstleistungsbetriebe (u. a. Textilreinigung, Immobilienmakler, Versicherungsagentur) bestimmt. Hinsichtlich des Nutzungsmixes nimmt der Einzelhandel eine untergeordnete Position ein.

Karte 12: Nahversorgungszentrum „Kumpfmühl“



Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Das Nahversorgungszentrum „Kumpfmühl“ ersteckt sich bandartig entlang der Kumpfmühler Straße in Form von straßenbegleitendem Geschäftsbesatz. Die Gebäude- und Handelsstrukturen werden durch die Kleinteiligkeit der Betriebe geprägt. Mittelpunkt des historisch gewachsenen Zentrums ist der Norma Discounter mit dem vorgelagerten Kundenstellplatz, auf welchem der Wochenmarkt stattfindet.
- **Magnetbetrieb:** Norma (ca. 340 m² VK)
- **Leerstände:** Im Nahversorgungszentrum sind zum Begutachtungszeitpunkt einzelne Ladenleerstände erkennbar gewesen, die Hinweise auf eine einsetzende Negativentwicklung geben.
- **Gesamteindruck:** Attraktiver kleinteiliger Handelsbesatz in einem historisch gewachsenen Zentrum, der nicht mehr den aktuellen Betriebskonzepten und Kundeneinkaufsanforderungen entspricht. Moderne Angebotsformate lassen sich in den gegebenen Gebäudestrukturen kaum darstellen. Einige, zum Teil geringwertige Nachnutzungen (Waschsalon) weisen auf eine instabile Handelssituation hin. Jedoch besitzt das Nahversorgungszentrum „Kumpfmühl“ auch in seiner Kleinteiligkeit Bedeutung als Kommunikations- und Begegnungsort (sozialer Treffpunkt).

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Die verkehrliche Erschließung des Nahversorgungszentrums „Kumpfmühl“ erfolgt in erster Linie über die zentrale Kumpfmühler Straße. Diese fungiert als Hauptverbindungsachse in die Innenstadt und südlichen Stadtbezirke. Hinzuweisen ist in diesem Zusammenhang auf die derzeitige Einbahnstraßenregelung, die die Erreichbarkeit des Zentrums erschwert.
- Eine **ÖPNV-Anbindung** ist durch die Bushaltestellen „Theresienkirche“ und „Augsburger Straße“ gegben. Der Hauptbahnhof liegt fußläufig ca. 1,5 km entfernt.
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** Sehr gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer über straßenbegleitende Geh- und Radwege (Radweg auch entgegen der Fahrtrichtung) aus den angrenzenden Wohngebieten.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums „Kumpfmühl“ wird durch die bandartige Verteilung des Einzelhandelsbesatzes entlang der Kumpfmühler Straße zwischen Gutenbergstraße im Norden und Hofgartenweg/Simmernstraße im Süden begründet.
- In diesem städtebaulichen Umgriff ist die Betriebsdichte am höchsten und zeichnet sich durch eine Kompaktheit ohne größere Funktionsunterbrechnungen aus. **Potenzialflächen** stehen hier allenfalls im Rahmen der gegebenen Geschäftsstrukturen zur Verfügung.
- Aus städtebaulicher Sicht wird dieser Bereich aufgrund der verschiedenen Handelsnutzungen, aber auch Gastronomieangebote und öffentlichen Einrichtungen als Zentrum in einem historisch gewachsenen Bestand wahrgenommen und übt somit Magnetfunktionen aus.
- Aus funktionaler Sicht erhält der Standort insbesondere im Zusammenhang mit den lokalen demographischen Grundbedingungen besonderes Gewicht als Nahversorgungszentrum (hoher Anteil älterer Bevölkerungsgruppen und Notwendigkeit kurzer Einkaufswege).
- Dennoch fehlen größere Magnetbetriebe. Der Hauptbetrieb im nahversorgungsrelevanten Angebotsbereich ist mit ca. 340 m² Verkaufsfläche klein und verwinkelt und entspricht nicht mehr den gängigen Marktkonzepten des Lebensmittelhandels. Dennoch nimmt dieser innerhalb des Zentrums eine wichtige Versorgungsfunktion wahr.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil Kumpfmühl
- Sicherung und Weiterentwicklung des Angebots zur Erhaltung der Versorgungsfunktion

Handlungsempfehlungen

- Qualifizierung des Nahversorgungszentrums durch qualitativen und quantitativen Ausbau der nahversorgungsrelevanten Sortimente im Bestand (z. B. Biolebensmittel, Drogeriewaren)
- Arrondierung durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente mit Magnetwirkung (z. B. Schreibwaren)
- falls möglich Etablierung eines Magnetbetriebes im Lebensmittelbereich in marktüblicher Größe

4.13 Nahversorgungszentrum „Rennplatz (REZ)“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb			
Einwohner	**2008**	**2018**	**Tendenz**
Stadtbezirk Westenviertel	25.211	27.911	▲
Unterbezirk Mittlerer Westen	7.390	8.020	▲
Kaufkraft in Mio. €	**kurzfr. Bedarf**	**mittel- bis langfr. Bedarf**	
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	19,3	21,4	
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	34,2	37,8	

Lage und Umfeld

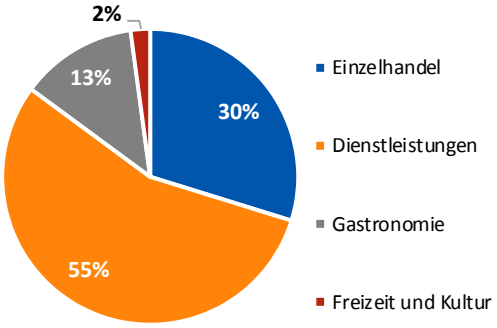
- Im Stadtbezirk Westenviertel, Unterbezirk Mittlerer Westen befindet sich das Nahversorgungszentrum „Rennplatz (REZ)“ an der südlichen Spitze der ehemaligen Pferderennbahn.
- Nördlich daran angrenzend sind in den letzten Jahren Ein- und Mehrfamilienhäuser in Geschossbauweise entstanden, die in ihrer räumlichen Anordnung (Grundriss) die räumliche Struktur des ehemaligen Pferderennplatzes nachempfinden.
- Im Westen des Standortes ist auf die Grundschule Prüfening hinzuweisen; im Westen sowie im Südosten befinden sich weitere Nahversorgungsstandorte.
- Im Süden bildet der Verlauf der Bahnlinie zwischen dem Hauptbahnhof Regensburg und dem Bahnhof Prüfening eine städtebauliche Zäsur mit Barrierewirkung, die jedoch mittels eines Durchgangs und Unterführung abgemildert werden soll.

Wettbewerbssituation

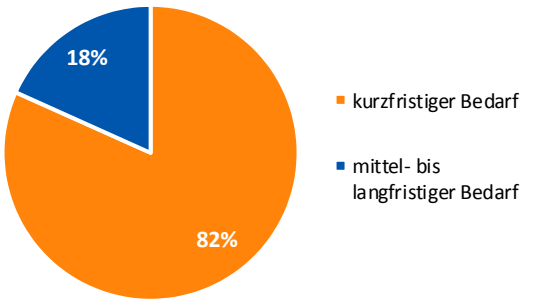
- Richtung Norden: Nahversorgungslage „Wernerwerkstraße“, ca. 850 m (Luftlinie)
- Richtung Osten: Grundversorgungsstandort „Lilienthalstraße“, ca. 380 m (Luftlinie)
- Richtung Südosten: Grundversorgungsstandort „Rennweg II (Netto)“, ca. 220 m (Luftlinie)
- Richtung Westen: Grundversorgungsstandort „Rennweg I (Aldi)“, ca. 220 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	9	2.390	15,5
mittel- bis langfristiger Bedarf	5	535	3,7
Einzelhandel gesamt	**14**	**2.925**	**19,2**

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

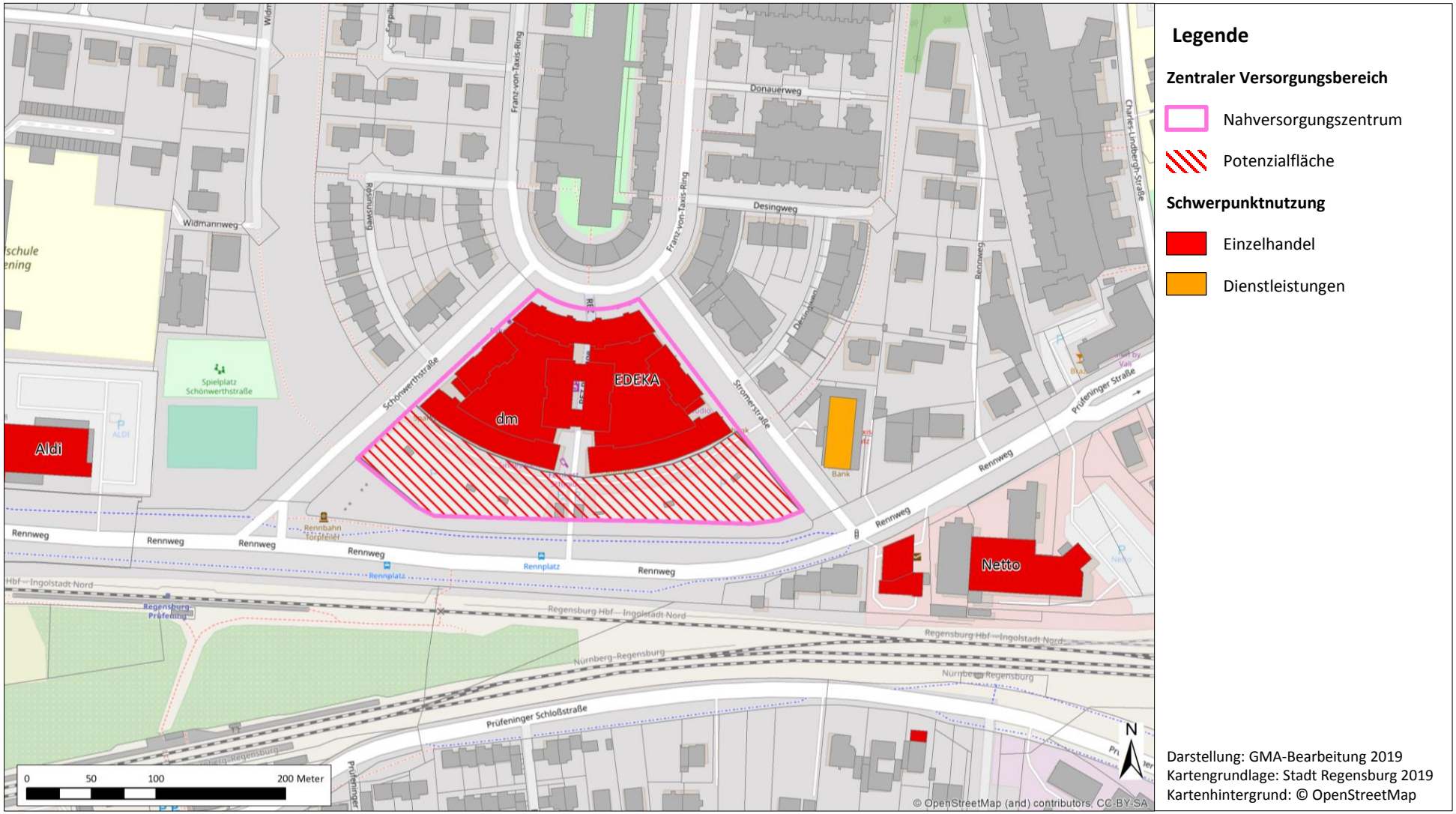


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	-
800 – 1.499 m²	EDEKA
400 – 799 m² VK	dm Drogeriemarkt
200 – 399 m² VK	Buchhandlung Bücherwurm, denn's Biomarkt

Ergänzende Nutzungen

In dem Nahversorgungszentrum gibt es zusätzlich Dienstleistungsanbieter (Personaldienstleistungen, Friseur, Postfiliale, Banken) sowie eine Gemeinschaftsarztpraxis, einen Kinderhort sowie gastronomische Angebote. Gemessen an der Anzahl der Betriebe überwiegen Nutzungen außerhalb des Einzelhandels.

Karte 13: Nahversorgungszentrum „Rennplatz (REZ)“



Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Das Nahversorgungszentrum „Rennplatz (REZ)“ ist als Passage organisiert. Der Hauptzugang erfolgt aus südlicher Richtung (Entrée); über die Passage können die nördlich angrenzenden Wohngebiete erreicht werden
- **Magnetbetriebe:** EDEKA, dm Drogeriemarkt
- **Leerstände:** Innerhalb des Nahversorgungszentrums sind zum Begutachtungszeitpunkt keine strukturprägenden Leerstände zu identifizieren gewesen.
- **Gesamteindruck:** Bei dem Nahversorgungszentrum Rennplatz handelt es sich um ein attraktives Nahversorgungszentrum mit leistungsfähigem Geschäftsbesatz und umfassenden ergänzenden Dienstleistungen.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Die verkehrliche Erschließung erfolgt hauptsächlich über die Straße Rennweg, welche das Gebiet mit der östlich gelegenen Innenstadt und dem Umland verbindet.
- Die **Anbindung an den ÖPNV** wird durch die Bushaltestelle „Rennplatz“ in unmittelbarer Standortnähe sowie den Zugang zum Bahnhof „Prüfening“ sicher gestellt.
- **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer:** Sehr gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den angrenzenden Wohngebieten.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Das Nahversorgungszentrum „Rennplatz (REZ)“ bildet den südlichen Abschluss der gesamten Rennplatz-Wohnanlage entlang des Franz-von-Taxis-Rings. Es wird durch den Rennweg im Süden, die Schönwerthstraße im Westen, den Franz-von-Taxis-Ring im Norden und die Stromerstraße im Osten begrenzt.
- Aus architektonischer Sicht fügt sich das Zentrum übergangslos in die Baustrukturen der nördlich angrenzenden Wohngebäude ein. Infolge der baulichen Nachempfindung der ehemaligen Pferderennbahn bildet das Nahversorgungszentrum unter städtebaulichen Gesichtspunkten eine Einheit mit der Wohnanlage.
- Auch zu den umliegenden Stadtstrukturen wird ein städtebaulicher Zusammenhang ausgebildet, womit sich das Nahversorgungszentrum lückenlos einfügt.
- Die tatsächliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist indes vor allem über seine Funktion und die Funktion des Standortumfeldes zu begründen. So liegen im Norden, Osten und Westen vor allem intensive Wohnnutzungen vor, während das Nahversorgungszentrum ein umfassendes Angebot aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie vorhält. Damit hebt es sich von seinem Umfeld ab.
- Als **Potenzialflächen** werden die dem Zentrum vorgelagerten Pkw-Stellplätze eingeordnet.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil/die Quartiere im Mittleren Westen mit einer perspektivischen Bevölkerungszunahme

Handlungsempfehlungen

- Bestandssicherung

4.14 Nahversorgungszentrum „Von-Seeckt-Straße“

Einwohner/ Kaufkraft/Lage/Wettbewerb

Einwohner	2008	2018	Tendenz
Stadtbezirk Kasernenviertel	13.241	16.380	▲
Unterbezirk Kasernenviertel – Benzstraße	1.951	3.300	▲

Kaufkraft in Mio. €	kurzfr. Bedarf	mittel- bis langfr. Bedarf
500 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	14,5	16,0
800 m-Umfeld (tatsächliche Laufdistanz)	22,3	24,7

Lage und Umfeld

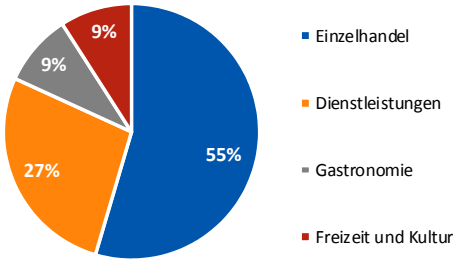
- Der Standort befindet sich im südöstlichen Bereich von Regensburg im Stadtbezirk Kasernenviertel, Unterbezirk Kasernenviertel – Benzstraße an der Von-Seeckt-Straße bzw. Bajuwarenstraße.
- Das Standortumfeld ist durch eine Vielzahl unterschiedlicher Nutzungen geprägt und kann nicht eindeutig eingeordnet werden. So überwiegen im Norden und Osten vor allem Wohnnutzungen, während im Osten mit dem Polizeipräsidium und der Bundeswehr öffentliche Nutzungen angesiedelt sind. Im Süden ist auf den Telekom-Standort sowie verschiedene strukturprägende Gewerbebetriebe hinzuweisen.

Wettbewerbssituation

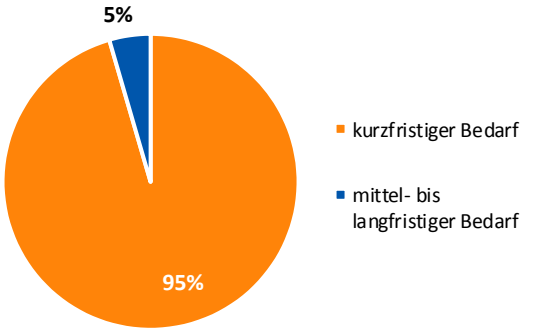
- Richtung Nordwesten: Nahversorgungszentrum „Hornstraße“, ca. 850 m (Luftlinie)
- Richtung Südwesten: Grundversorgungsstandorte an der Johann-Hösl-Straße, ca. 1.200 m (Luftlinie)
- Richtung Südosten: Nahversorgungszentrum „Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)“, ca. 1.800 m (Luftlinie)
- Richtung Norden: Nahversorgungsstandort an der Erbprinz-Franz-Joseph-Straße (Netto), ca. 400 m (Luftlinie)

Zentrenprägende Ausstattung (* - keine Umsatzausweis bei 3 unter weniger Betrieben)			
Einzelhandelsdaten	**Betriebe Anzahl**	**Verkaufsfläche in m²**	**Umsatz in Mio. €**
kurzfristiger Bedarf	5	2.120	*
mittel- bis langfristiger Bedarf	1	100	*
Einzelhandel gesamt	6	2.220	13,0

Nutzungsstruktur (Anzahl der Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)

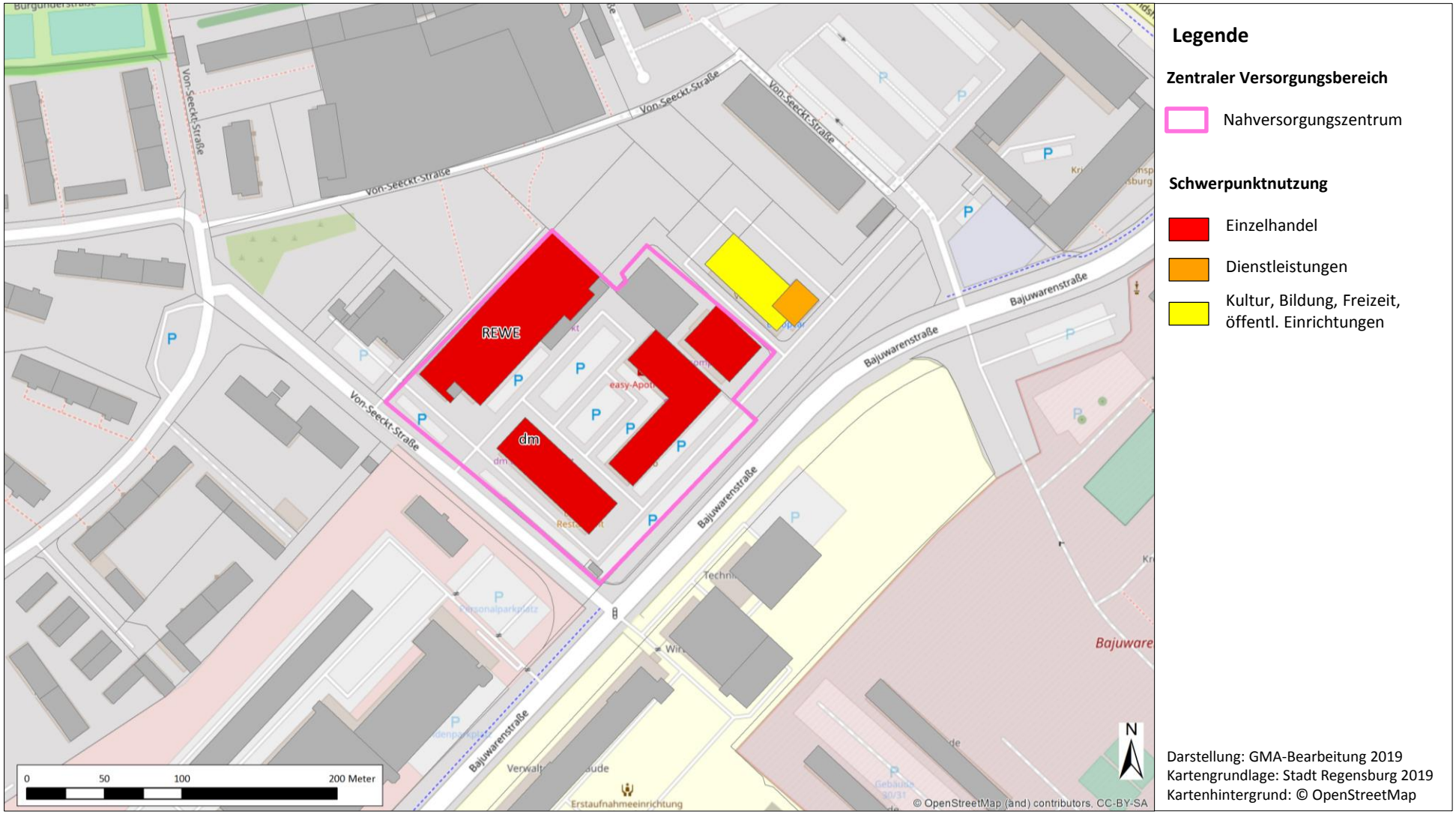


Einzelhandelsangebot	
ab 1.500 m² VK	-
800 – 1.499 m²	REWE
400 – 799 m² VK	dm Drogeriemarkt, REWE Getränkemarkt
200 – 399 m² VK	-

Ergänzende Nutzungen

Ergänzend zum vorhandenen Einzelhandelsbesatz (Lebensmittel, Drogeriewaren, pharmazeutische Produkte) sind ein Friseur, gastronomische Angebote sowie eine Spielhalle in dem Nahversorgungszentrum ansässig.

Karte 14: Nahversorgungszentrum „Von-Seeckt-Straße“



Darstellung: GMA-Bearbeitung 2019
Kartengrundlage: Stadt Regensburg 2019
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Bei dem Nahversorgungszentrum „Von-Seeckt-Straße“ handelt es sich um ein geplantes, introvertiertes Nahversorgungszentrum. Im Zentrum der Anlage befindet sich ein Verbundparkplatz, auf welchen alle Einzelhandelsbetriebe ausgerichtet sind.
- **Magnetbetriebe:** REWE, dm Drogeriemarkt
- **Leerstände:** Innerhalb des Nahversorgungszentrums sind zum Begutachtungszeitpunkt keine strukturprägenden Leerstände zu identifizieren gewesen.
- **Gesamteindruck:** Insgesamt handelt es sich bei dem Nahversorgungszentrum „Von-Seeckt-Straße“ um ein robustes Nahversorgungszentrum mit leistungsfähigem Handelsbesatz.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- **Haupterschließung:** Die verkehrliche Erschließung erfolgt über die Bajuwarenstraße/Von-Seeckt-Straße. In ca. 400 m Entfernung wird die Landshuter Straße als Zubringer zur Autobahn A 3 erreicht.
- **ÖPNV-Anbindung:** Bushaltestelle „Schwabenstraße“ in ca. 300 m Entfernung
- Sehr gute **Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer** aus den nördlich angrenzenden Wohngebieten sowie über straßenbegleitende Geh- und Radwege.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die städtebaulich-funktionale Abgrenzung des Nahversorgungszentrums „Von-Seeckt-Straße“ ergibt sich aus dem Gebäudekomplex selbst. Der Standort wurde als Nahversorgungszentrum planvoll angelegt. Seine introvertierte Organisationsstruktur um den zentralen Parkplatz sieht keine funktionale Einbeziehung des Standortumfeldes vor, weshalb zu diesem auch keine Verflechtungen im Sinne ergänzender Nutzungen bestehen.
- Weiterhin hebt sich das Nahversorgungszentrum architektonisch von seinem Umfeld deutlich ab und geht aufgrund der angrenzenden Straßenzüge Von-Seeckt-Straße und Bajuwarenstraße bzw. der Grünanlage im Norden (trennende Wirkung) keine Austauschbeziehungen mit diesem ein.
- Die räumliche Abgrenzung erfolgt somit entlang der Von-Seeckt-Straße im Westen bis zu dem Gebäude des REWE Supermarktes, verläuft hinter dem REWE Supermarkt, schließt im Norden die beiden einzelnen Gebäude (u. a. CompuStore) ein und führt im Osten den Verlauf der Bajuwarenstraße fort.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung

Handlungsempfehlungen

- Bestandssicherung

Anlage 3:

Grundlagen und Begründung des Sortimentskonzeptes

Grundlage der Einordnung der einzelnen Sortimente bilden die ermittelten Bestandsstrukturen in Regensburg und seine Einkaufslagen, die realistischen Ansiedlungschancen in den zentralen Versorgungsbereichen und das aus städtebaulichen Gründen erwünschte Sortimentsspektrum in den Zentren.

Darüber hinaus wurde das aktuelle Landesentwicklungsprogramm (LEP) Bayern 2018 berücksichtigt. Das LEP Bayern unterscheidet dabei in Sortimente des Innenstadtbedarfs (= in Regensburg **zentrenrelevante Sortimente**), Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (= in Regensburg **nahversorgungsrelevante Sortimente**) sowie Sortimente des sonstigen Bedarfs (= in Regensburg **nicht-zentrenrelevante Sortimente**):

- **Zentrenrelevante Sortimente** tragen maßgeblich zu einem aus städtebaulicher Sicht wünschenswerten Einkaufserlebnis bei. Sie kennzeichnet eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, ein begrenzter Flächenbedarf in der Präsentation sowie eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit. Als zentrenrelevante Sortimente sind grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu nennenswerten Umsatzumlenkungen zu Lasten zentraler Lagen führen kann, woraus Verdrängungseffekte und Funktionsverluste der zentralen Lagen resultieren („Gefährdungspotenzial“ für gewachsene Zentren). Die Einstufung eines zentrenrelevanten Sortiments setzt nicht zwingend voraus, dass dieses zum Zeitpunkt der Bewertung in einem zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. So können auch Sortimente dementsprechend eingestuft werden, die zwar derzeit nicht oder nur in geringem Umfang in einem zentralen Versorgungsbereich angeboten werden, deren Etablierung dort aber einen wesentlichen Beitrag zu dessen Gesamtattraktivität leisten würde.

- Des Weiteren sind **nahversorgungsrelevante Sortimente** definiert, die vorwiegend der Nahversorgung der Wohnbevölkerung dienen. Es handelt sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolgedessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten befinden. Aber auch zur Belebung und Frequenzsteigerung in den Zentren sollen nahversorgungsrelevante Sortimente berücksichtigt werden.

- **Nicht-zentrenrelevante Sortimente** sind dagegen nicht oder nur in geringem Umfang in zentralen Versorgungsbereichen vertreten. Zudem würden sie nur geringe Synergieeffekte und Frequenzwirkungen für das innerstädtische Angebotsspektrum hervorrufen. Es handelt sich dabei vorwiegend um voluminöse, schwere oder sperrige Güter, die ganz überwiegend von Pkw-Kunden nachgefragt werden. Dies bedingt einen großen ebenerdigen Flächenbedarf, einen hohen Anspruch an die Verkehrsgunst und ein möglichst niedriges Mietkostenniveau des Standortes. Derartige Angebotskonzepte können daher in zentralen Lagen meist gar nicht errichtet werden. Eine Ansiedlung

solcher Anbieter außerhalb zentraler Lagen ist häufig nicht nur betriebswirtschaftlich sinnvoll, sondern auch aus städtebaulichen Gründen wünschenswert. Allerdings ist dabei auf den Umfang und die Struktur von Randsortimenten zu achten, damit Schädigungen der zentralen Lagen ausgeschlossen werden können.

Kriterien zur Bestimmung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auf der Basis folgender Kriterien und Prüfmaßstäbe:

Übersicht 1: Differenzierung der Sortimente nach Zentrenrelevanz

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
▪ Magnetfunktion, Steigerung der Attraktivität der Innenstadt ▪ für einen leichten Transport ohne Pkw geeignet ▪ geringe bis mittlere Flächenansprüche ▪ Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes ▪ Synergien mit anderen Sortimenten in der Innenstadt	▪ hohe Flächenansprüche ▪ Beschaffenheit des Sortiments erfordert einen Transport mit dem Pkw ▪ nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen (z. B. Möbel, Baumarktartikel) ▪ keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten ▪ keine Bedeutung als Frequenzbringer
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
▪ hohe Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung ▪ häufige Nachfrage (täglich bzw. mehrmals pro Woche) ▪ räumliche Nähe ist wichtig	

Quelle: GMA-Darstellung 2019

Aus der oben aufgeführten Darstellung lassen sich im Wesentlichen folgende Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten ableiten:

- Das erste Kriterium wurde allgemein als **„Warenbeschaffenheit/Transport“** definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln in der Regel mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.

- Das zweite Kriterium **„Flächenbedarf“** zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nicht-Zentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

- Als drittes Kriterium gibt die **„Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt“** Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.

- Das vierte Kriterium **„Magnetfunktion“** bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden. Dies deutet auf eine Zentrenrelevanz hin. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

- Als fünftes Bewertungskriterium gehen die **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“** in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt in der Regel die Intensität von Kopplungskäufen ab.

- Als sechstes Bewertungskriterium sind die **„stadtentwicklungspolitischen und städtebaulichen Zielsetzungen“** der Stadt Regensburg bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

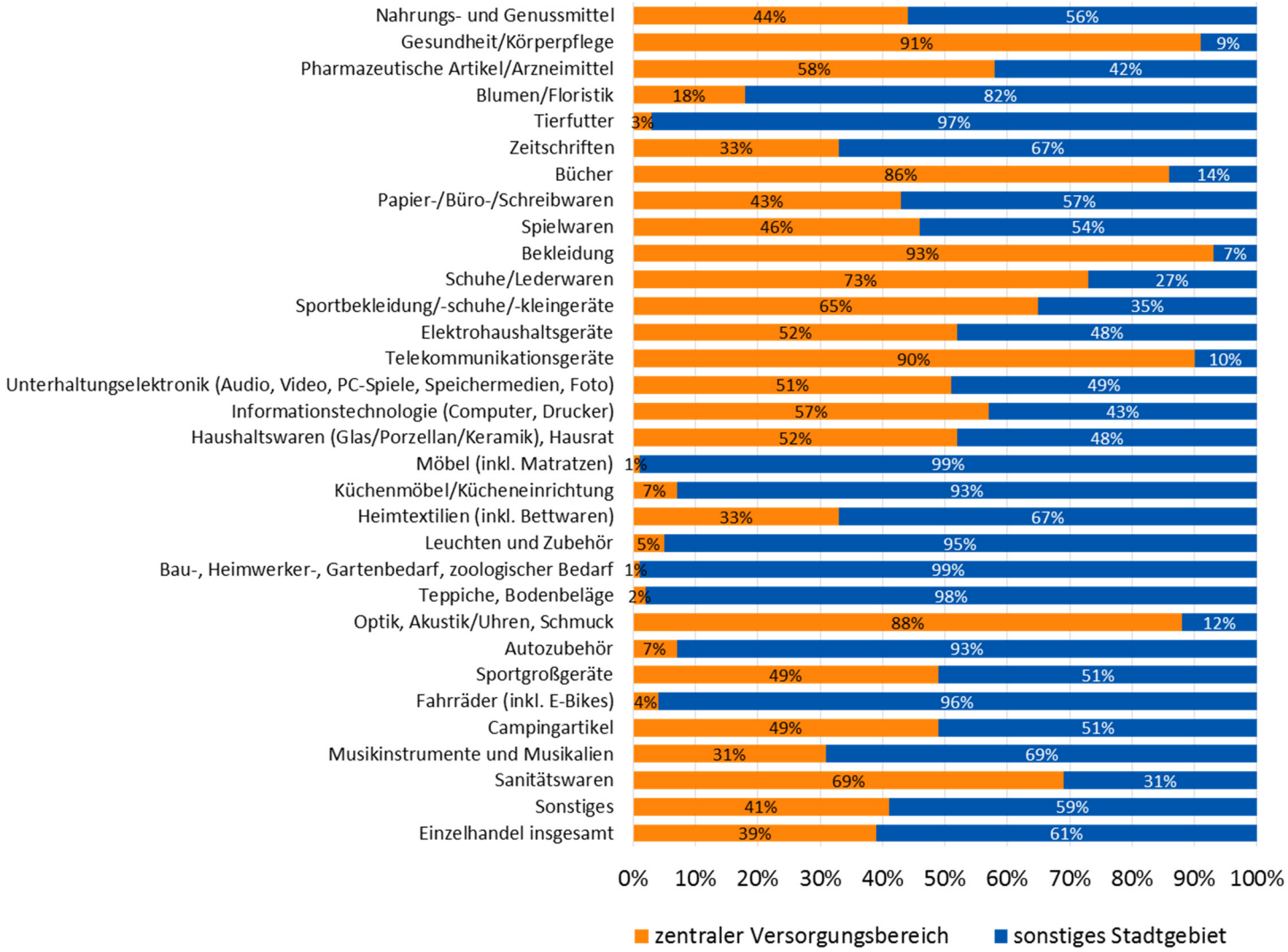
Bei der Überprüfung des Sortimentskonzeptes für Regensburg wird wie folgt vorgegangen:

- Zunächst wird ein Abgleich der bislang verwendeten Sortimentsliste mit dem aktuellen Bestand in zentralen Lagen durchgeführt (vgl. Abbildung 1). Dabei ist zu prüfen, ob die für die Stadt Regensburg als zentrenrelevant definierten Sortimente nach wie vor in zentralen Lagen vertreten sind.

- Anhaltspunkte für die Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten ergeben sich aus dem vorhandenen Angebotsbestand in zentralen Lagen in Verbindung mit städtebaulichen Kriterien. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Regensburg orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Warengruppen, die derzeit nicht innerhalb der Zentren angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern ent-

sprechende Ansiedlungen in den Zentren möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die Zentren nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Regensburger Sortimentsliste herausgenommen werden.

Abbildung 1: Lageverteilung der Sortimente 2018



Quelle: GMA-Erhebung 2018

Übersicht 2: Grundlage und Begründung des Sortimentskonzepts der Stadt Regensburg (Vorschlag)

Sortiment	Zuordnung 2008	Bewertungskriterien								Zuordnung 2019
		derzeitiger Verkaufsflächenschwerpunkt im Stadtgebiet		Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Städtebauliche / stadtentwicklungspolitische Zielsetzung	
		ZVB	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Spirituosen, Getränke, Tabak, Lebensmittelhandwerk)	●	X	X	●	●	●	●	●	●	●
Gesundheit/Körperpflege/Kosmetikartikel, Parfümeriewaren	●	X		●	●	●	●	●	●	●
Pharmazeutische Produkte, Arzneimittel (Apotheken)	●	X		●	●	●	●	●	●	●
Blumen, Floristik	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Tierfutter	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Zeitschriften	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Bücher	●	X		●	●	●	●	●	●	●
Papier-, Büro- und Schreibwaren	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Spielwaren	●	X	X	●	●	●	●	●	●	●
Bekleidung	●	X		●	●	●	●	●	●	●
Schuhe (inkl. Lederwaren, Schirme, Hüte)	●	X		●	●	●	●	●	●	●
Sportbekleidung (inkl. -schuhe)	●	X		●	●	●	●	●	●	●
	● = nahversorgungsrelevante Sortimente ● = zentrenrelevante Sortimente ● = nicht-zentrenrelevante Sortimente n. n. = Sortiment derzeit in Regensburg nicht vorhanden									

Sortiment	Zuordnung 2008	Bewertungskriterien								Zuordnung 2019
		derzeitiger Verkaufsflächenschwerpunkt im Stadtgebiet		Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Städtebauliche / stadtentwicklungspolitische Zielsetzung	
		ZVB	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Sportkleingeräte	●	X	X	● / ●	● / ●	●	●	●	●	●
Elektrohaushaltsgeräte (Großteile wie Kühlschränke)	●		X	●	●	● / ●	●	●	●	●
Telekommunikation	●	X		●	●	●	●	●	●	●
Informationstechnologie (Computer, Drucker)	●	X	X	● / ●	● / ●	● / ●	●	● / ●	●	●
Elektrohaushaltsgeräte (Kleinteile wie Mixer, Bügeleisen, keine Elektrogroßgeräte)	●	X	X	●	●	●	●	●	●	●
Unterhaltungselektronik (kleinteilig)	●	X	X	●	●	●	●	●	●	●
Unterhaltungselektronik (großteilig)	●	X	X	●	●	●	●	●	●	●
Großer Bürobedarf (großteilige Bürogeräte, Büromaschinen)	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Haushaltswaren (Glas, Porzellan, Keramik), Hausrat	●	X	X	●	●	●	●	●	●	●
Möbel (inkl. Küchenmöbel)	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Heimtextilien (inkl. Bettwaren)	●	X	X	●	● / ●	●	●	●	●	●
Leuchten und Zubehör	●		X	● / ●	● / ●	●	●	●	●	●

● = nahversorgungsrelevante Sortimente
● = zentrenrelevante Sortimente
● = nicht-zentrenrelevante Sortimente
n. n. = Sortiment derzeit in Regensburg nicht vorhanden

Sortiment	Zuordnung 2008	Bewertungskriterien								Zuordnung 2019
		derzeitiger Verkaufsflächenschwerpunkt im Stadtgebiet		Warenbeschaffenheit/ Transport	Flächenbedarf	Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Städtebauliche/stadtentwicklungspolitische Zielsetzung	
		ZVB	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Bau- und Heimwerkerbdarf, (Eisenwaren, Baustoffe, Bauelemente)	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Gartenbedarf (Gartengeräte, Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel)	●		X	●	●/●	●	●	●	●	●
Zoologische Artikel	●		X	●/●	●/●	●	●	●	●	●
Teppiche, Bodenbeläge	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Optik / Akustik	●	X		●	●	●	●	●	●	●
Uhren, Schmuck	●	X		●	●	●	●/●	●	●	●
Autoteile und -zubehör	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Sportgroßgeräte	●		X	●	●	●	●	●	●	●
Zweiradhandel (Fahrrad-, Zweirad- und -zubehörhandel)	●		X	●	●	●/●	●	●	●	●
Campingartikel inkl. Großteile (z. B. Zelte, Campingmöbel)	●	X	X	●	●	●	●/●	●/●	●	●
Musikinstrumente und Musikalien	●	X	X	●/●	●/●	●	●	●	●	●
Sanitätswaren (medizinisch-orthopädischer Fachhandel)	●	X		●	●	●	●	●	●	●
	● = nahversorgungsrelevante Sortimente ● = zentrenrelevante Sortimente ● = nicht-zentrenrelevante Sortimente n. n. = Sortiment derzeit in Regensburg nicht vorhanden									

Sortiment	Zuordnung 2008	Bewertungskriterien								Zuordnung 2019
		derzeitiger Verkaufsflächenschwerpunkt im Stadtgebiet		Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Städtebauliche / stadtentwicklungspolitische Zielsetzung	
		ZVB	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Baby- und Kinderartikel (sperrige Ware wie Kinderwägen, Autositze)	●		X	●	●	●	●	● / ●	●	●
Reitsportartikel	n. n.	n. n.	n. n.	●	●	●	●	●	●	●
Bettwaren, Matratzen	●		X	●	●	●	●	●	●	●
	● = nahversorgungsrelevante Sortimente ● = zentrenrelevante Sortimente ● = nicht-zentrenrelevante Sortimente n. n. = Sortiment derzeit in Regensburg nicht vorhanden									

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Regensburg; nicht abschließend

Anlage 4:

Zentrenentwicklung in Regensburg 1987 – 2030

Zur Überprüfung der Zentrenstruktur von 2008 wurden alle Zentren, die 2008 als solche ausgewiesen waren, sowie jene Standorte / Standortlagen, für die 2008 Entwicklungsziele bis 2020 formuliert wurden, ergebnisoffen überprüft und anhand einschlägiger Kriterien (vgl. Anlage 2) aus der aktuellen Rechtsprechung neu eingeordnet. Die Ergebnisse wurden intensiv mit dem kleinen Arbeitskreis diskutiert und hergeleitet. Das Konzept für 2030 (Ziel 2030) zzgl. der „Zentrenhistorie“, ausgehend vom Jahr 1987, sind der nachstehenden Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 1: Zentrenentwicklung Regensburg von 1987 bis 2030

Standort / Lage	Einordnung 1987		Einordnung 1994		Einordnung 2008		Ziel 2020		Ziel 2020 erreicht?	Einordnung 2018		Ziel 2030
	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²		Zentrum	VK in m²	
Altstadt	OZS		OZS		OZS	76.500	OZS	90.000	(✓)	OZS	65.155	OZS
Regensburg Arcaden	noch nicht vorhanden		noch nicht vorhanden		OZS	22.700	OZS	31.000*	✓	OZS	22.935	OZS
Donau-Einkaufszentrum (DEZ)	OZS	k. A.	OZS	40.000	OZS	51.500	OZS	max. 55.000	✓	OZS	53.140	OZS
Agnesstraße	NZ	1.021	NZ	825	NZ	615	NZ	615	✓	NVZ	1.000	NVZ
Alfons-Auer-Straße	noch kein Zentrum		LG 1	715	LG 2	710	LG 2	710	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Arnulfsplatz	VZ	1.278	kein Zentrum mehr		NZ	1.265	NZ	1.265	✓	Teil des OZS Altstadt		NVSP Altstadt
Aussiger Straße	NZ	1.039	NZ	1.020	LG 1	530	VZ	1.500	(✓)	kein Zentrum mehr		NVL persp.
Bahnhofstraße	noch kein Zentrum		VZ	6.013	NZ	795	NZ	975		kein Zentrum mehr		GVS
Balwinus-/Kirchmeierstraße (ehem. Balwinusstraße)	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 2	1.000	LG 2	1.000	✓	kein Zentrum mehr		NVL persp.
Berliner Straße	NZ	619	NZ	845	NZ	985	NZ	985	✓	NVZ	1.215	NVZ
Boelckestraße (ehem. Boelckestraße/ Augsburger Straße)	NZ	380	LG 1	185	kein Zentrum mehr		NZ	1.500	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Brandlberger Straße	LG 1	265	LG 1	1.172	LG 2	950	LG 2	950	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Bukarester Straße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		-	-	-	kein Zentrum		GVS
Dachauplatz (ehem. Donaumarkt)	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 2	800	✓	Teil des OZS Altstadt		NVSP Altstadt
Danziger Freiheit	LG 1	445	kein Zentrum mehr		kein Zentrum mehr							
Dechbettener Straße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		-	-	-	kein Zentrum		GVS
Dornierstraße	LG 1	1.100	LG 1	715	LG 2	420	LG 2	420	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Dr.-Gessler-Straße (Königstor)	VZ	1.772	VZ	1.563	VZ	1.380	VZ	1.380	✓	NVZ	in Entwickl.	NVZ persp.
Erbprinz-Franz-Josef-Straße	noch kein Zentrum		LG 1	1.114	LG 1	720	LG 1	720	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Ernst-Reuter-Platz	NZ	775	LG 1	479	kein Zentrum mehr							
Fort-Skelly-Straße (ehem. Burgunder-straße/Unterislinger Weg)	LG 1	140	LG 1	133	kein Zentrum mehr		NZ	800	✓	kein Zentrum mehr		NVL persp.

Fortsetzung auf nächster Seite

Standort / Lage	Einordnung 1987		Einordnung 1994		Einordnung 2008		Ziel 2020		Ziel 2020 erreicht?	Einordnung 2018		Ziel 2030
	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²		Zentrum	VK in m²	
Furtmayrstraße	NZ	941	kein Zentrum mehr		kein Zentrum mehr							
Franz-Hartl-Straße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		-	-	-	kein Zentrum		GVS
Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)	noch kein Zentrum		LG 1	296	VZ	2.705	SZ	3.500	✓	NVZ	3.200	NVZ
Gewerbepark	noch kein Zentrum		LH 1	1.020	NZ	1.745	NZ	1.745	✓	NVZ	3.285	NVZ
Glashüttenstraße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		-	-	-	kein Zentrum		NVS
Greiflingerstraße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		-	-	-	kein Zentrum		GVS
Grunewaldstraße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		-	-	-	noch kein Standort		NVS persp.
Harting**	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 1	250	✗	kein Zentrum mehr		-
Hochweg	LG 1	350	LG 1	340	LG 1	250	LG 1	250	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Hofgartenweg	LG 1	195	kein Zentrum mehr		LG 1	415	LG 1	425	✗	kein Zentrum mehr		-
Hohes Kreuz	LG 1	460	LG 1	420	kein Zentrum mehr							
Holzgartenstraße	NZ	875	NZ	1.759	NZ	1.110	NZ	1.110	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Hornstraße (ehem. Hornstraße/ Landshuter Straße)	SZ	10.726	SZ	10.287	SZ	7.965	SZ	7.965	✓	NVZ	5.480	NVZ
Isarstraße (ehem. Lechstraße)	LG 1	680	LG 1	615	LG 1	475	LG 1	475	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Johann-Hösl-Straße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		-	-	-	kein Zentrum		GS
Josef-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum ehem. Ladehofstraße)	LG 1	1.035	LG 1	880	kein Zentrum mehr		NZ	1.500	✓	NVZ	in Entwickl.	NVZ persp.
Karl-Stieler-Straße	noch kein Zentrum		LG 1	765	LG 2	815	LG 2	815	✓	kein Zentrum mehr		NVS
Kastenmaierstraße (ehem. Straubinger Straße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		NZ	1.500	✓	kein Zentrum mehr		GVS
Keilberg**	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		NZ	800	✗	kein Zentrum mehr		-
Killermannstraße	LG 1	159	kein Zentrum mehr		kein Zentrum mehr							
Kirchfeldallee	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 1	150	✗	kein Zentrum mehr		-
Kumpfmühl (ehem. Kumpfmühler Straße)	SZ	3.556	SZ	2.926	VZ	2.540	VZ	2.540	✓	NVZ	1.730	NVZ
Lederergasse	LG 1	107	LG 1	100	kein Zentrum mehr							
Lilienthalstraße	NZ	3.921	NZ	3.173	NZ	2.966	NZ	2.966	✓	kein Zentrum mehr		GVS

Fortsetzung auf nächster Seite

Standort / Lage	Einordnung 1987		Einordnung 1994		Einordnung 2008		Ziel 2020		Ziel 2020 erreicht?	Einordnung 2018		Ziel 2030
	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²		Zentrum	VK in m²	
Merowingerstraße	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		-	-	-	kein Zentrum		GVS
Metzgerweg (Schwabelweis)	LG 1	242	LG 1	172	NZ	1.675	NZ	1.675	✓	kein Zentrum mehr		NVL
Minoritenweg	LG 1	335	LG 1	266	LG 1	220	LG 1	220	✗	kein Zentrum mehr		-
Neupfarrplatz	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		-	-	-	Teil des OZS Altstadt		NVSP Altstadt
Nibelungenbrücke	NZ	1.268	NZ	1.460	kein Zentrum mehr							
Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)	SZ	14.912	SZ	14.717	SZ	15.500	SZ	15.500	✓	NebenZ	13.900	NebenZ
Oberisling**	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 1	150	✗	kein Zentrum mehr		NVZ persp.
Obermünsterplatz	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		-	-	-	Teil des OZS Altstadt		NVSP persp. Altstadt
Ostengasse	NZ	3.486	NZ	4.800	kein Zentrum mehr							
Prüfeninger Schloßstraße	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 2	1.110	LG 2	1.110	✓	kein Zentrum mehr		GVS
Prüfeninger Straße	LG 1	522	LG 1	502	LG 1	450	VZ	2.000	✗	kein Zentrum mehr		NVL persp.
Puricellistraße	noch kein Standort		noch kein Standort		noch kein Standort		-	-	-	kein Zentrum		NVS
Rennplatz (REZ; ehem. Rennweg)	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		SZ	4.920	SZ	4.920	✓	NVZ	2.925	NVZ
Rennweg I (Aldi)										nicht mehr Teil des NVZ Rennplatz (REZ)		GVS
Rennweg II (Netto)												GVS
Roter-Brach-Weg	LG 1	480	LG 1	500	kein Zentrum mehr		LG 1	400	✗	kein Zentrum mehr		-
Sallern**	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 1	250	✗	kein Zentrum mehr		-
Schwarze-Bären-Straße	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		-	-	-	Teil des OZS Altstadt		NVSP Altstadt
Stadtamhof	VZ	1.737	VZ	1.570	VZ	1.135	VZ	1.135	✗	kein Zentrum mehr		NVL persp.
Steinmetzstraße	NZ	265	NZ	382	kein Zentrum mehr							
Steinweg	noch kein Zentrum		NZ	1.191	NZ	1.435	NZ	1.435	✗	kein Zentrum mehr		NVS
Stobäusplatz	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 2	1.500	✗	kein Zentrum mehr		-
Sudetendeutsche Straße	NZ	492	NZ	514	kein Zentrum mehr							
Theodor-Heuss-Platz	noch kein Zentrum		NZ	1.060	NZ	460	NZ	460	✓	kein Zentrum mehr		NVL
Universität	LG 1	505	LG 1	447	LG 1	695	LG 1	695	✗	kein Zentrum mehr		-

Fortsetzung auf nächster Seite

Standort / Lage	Einordnung 1987		Einordnung 1994		Einordnung 2008		Ziel 2020		Ziel 2020 erreicht?	Einordnung 2019		Ziel 2030
	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²	Zentrum	VK in m²		Zentrum	VK in m²	
Von-Donle-Straße	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 1	765	LG 1	765	✗	kein Zentrum mehr		-
Von-Seeckt-Straße	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		NZ	2.000	✓	NVZ	2.220	NVZ
Waldvereinsweg	LG 1	115	kein Zentrum mehr		kein Zentrum mehr							
Wernerwerkstraße	LG 1	778	LG 1	1.062	LG 1	1.505	LG 1	1.505	✓	NVL	1.920	NVL
Wilhelm-Raabe-Straße	LG 1	193	LG 1	188	kein Zentrum mehr							
Wutzlhofen	LG 1	515	LG 1	615	kein Zentrum mehr							
Zeißstraße (ehem. Ostpark)	noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		noch kein Zentrum		LG 1	400	✗	kein Zentrum mehr		NVL persp.

OZS = oberzentraler Standort, SZ = Stadtteilzentrum, VZ = Viertelszentrum, NZ (1987 – 2018 bzw. Ziel 2020) = Nachbarschaftszentrum, LG / LG 2 = Ladengruppe 1. Ordnung / Ladengruppe 2. Ordnung, NZ (ab 2018 bzw. Ziel 2030) = Nebenzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, NVL = Nahversorgungslage, NVS = Nahversorgungsstandort, NVSP = Nahversorgungsschwerpunkt innerhalb des OZS Altstadt;
✓ Ziel erreicht (✓) Ziel teilweise erreicht ✗ Ziel nicht erreicht

* inkl. weitere Innenstadt mit Bahnhofsviertel, Wöhrden, Stadtamhof; für die Regensburg Arcaden wurden 2008 keine eigenen verkaufsflächenbezogenen Entwicklungsziele formuliert.

** Hinweis: Realisierung tragfähiger Handelsstrukturen aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung nur schwer umsetzbar.

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2019 auf Basis des Rahmenkonzepts für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020, S. 28 f., 46