STADT REGENSBURG

Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030 | Kurzfassung

27 REGENSBURG PLANT & BAUT

Impressum

Herausgeber: © Stadt Regensburg, Planungs- und Baureferat
Amt für Stadtentwicklung
Minoritenweg 10 | 93047 Regensburg

Bearbeiterin: Alexandra Schellenberger, Amt für Stadtentwicklung
Verantwortlich für den Inhalt: Anton Sedlmeier, Amt für Stadtentwicklung
Basis/Datengrundlage: „Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030“, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Februar 2020 (im Folgenden: GMA 2020)
Gestaltung: Ibañez Design, Regensburg
Fotos Titel: Bilddokumentation, Stadt Regensburg, Peter Ferstl, Stefan Effenhauser
Fotos: Bilddokumentation, Stadt Regensburg (soweit nicht anders angegeben)
Druck: Hausdruckerei, D.-Martin-Luther-Str. 1, 93047 Regensburg

Regensburg, Juni 2020
ISBN 978-3-943222-62-3

Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030 | Kurzfassung

Regensburger Leitlinien, Ziele und Ansiedlungsgrundsätze zur Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels

Hinweis: Dies ist nur ein Auszug der wesentlichen Inhalte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Bei Detailfragen, wie bspw. zur parzellenscharfen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, wird grundsätzlich auf das „Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030“ verwiesen.

Die Stadt Regensburg ist ein vitaler Wirtschafts-, Dienstleistungs-, Verwaltungs-, Kultur- und Wohnstandort mit einer überaus attraktiven und lebendigen Altstadt. Damit dies auch künftig so bleibt, kommt dem Einzelhandel eine Schlüsselrolle zu.

Im Städtebau und in der Stadtentwicklung nimmt der Einzelhandel grundsätzlich einen großen Stellenwert ein, mit einer besonderen Bedeutung für

- das Stadtbild (Lebendigkeit, Vielfalt und Anziehungskraft der Innenstadt und Stadtteile)
- den Verkehr (motorisierter Einkaufsverkehr, öffentlicher Personennahverkehr, Wirtschaftsverkehr)
- die Stadtgestalt (Denkmalschutz, Maßstäblichkeit etc.) und
- die soziale Integration (Nahversorgung, öffentlicher Raum und Kommunikation).

Die Einzelhandels- und Versorgungsstruktur zukunftsfähig auszubauen, ist ein wichtiges Handlungsfeld in der Stadtentwicklung. Auch zukünftig ist davon auszugehen, dass der Handel eine wesentliche Leitfunktion in den Innenstädten übernimmt. Insbesondere die Sicherung der Nahversorgung ist eine wichtige Zielsetzung der Stadtentwicklung – gerade vor dem Hintergrund der alternden Bevölkerung. Der Handel und die Stadt müssen gute Lösungen finden, damit die Lebensqualität für alle auch in Zukunft gesichert wird.

Das Regionalzentrum Regensburg setzt sich bereits seit vielen Jahren mit der Thematik intensiv auseinander – so geschehen in den Einzelhandelskonzepten 1997 und 2009. Mit dem vorliegenden „Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030“ begleitet die Stadt den Wandel im Handel aktiv. Aufgrund des Umfangs und der Detailtiefe des von der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH erarbeiteten Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde für die Handhabung des Konzeptes durch Stadtverwaltung, Politik und Bürgerschaft die hier vorliegende prägnante Kurzfassung erstellt.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes erfolgte in enger Zusammenarbeit mit Politik, Verwaltung und weiteren Akteuren aus Wissenschaft, Handel und Tourismus. Mein Dank gilt allen Personen, die sich in den Fortschreibungsprozess eingebracht haben. Ihre Mitwirkung trägt ganz wesentlich dazu bei, dass auch dieses Konzept erneut eine allgemein akzeptierte Grundlage darstellen wird.

Das vorliegende Konzept schafft wichtige Voraussetzungen für die positive räumliche Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg im Einklang mit den Zielen der Stadtentwicklung. Wenn sich einerseits der Einzelhandel seiner Verantwortung für die Stadtentwicklung bewusst ist und ein gewisses Ausmaß an Planung und Steuerung der Planungsbehörden als notwendig und sogar hilfreich anerkennt und die Stadtentwicklungsplanung andererseits die berechtigten wirtschaftlichen Interessen des Einzelhandels berücksichtigt, steht einer weiterhin konstruktiven Zusammenarbeit zur Weiterentwicklung und Gestaltung unserer lebens- und liebenswerten Stadt nichts mehr im Weg.

Regensburg, im Juni 2020

Christine Schimpfermann
Planungs- und Baureferentin

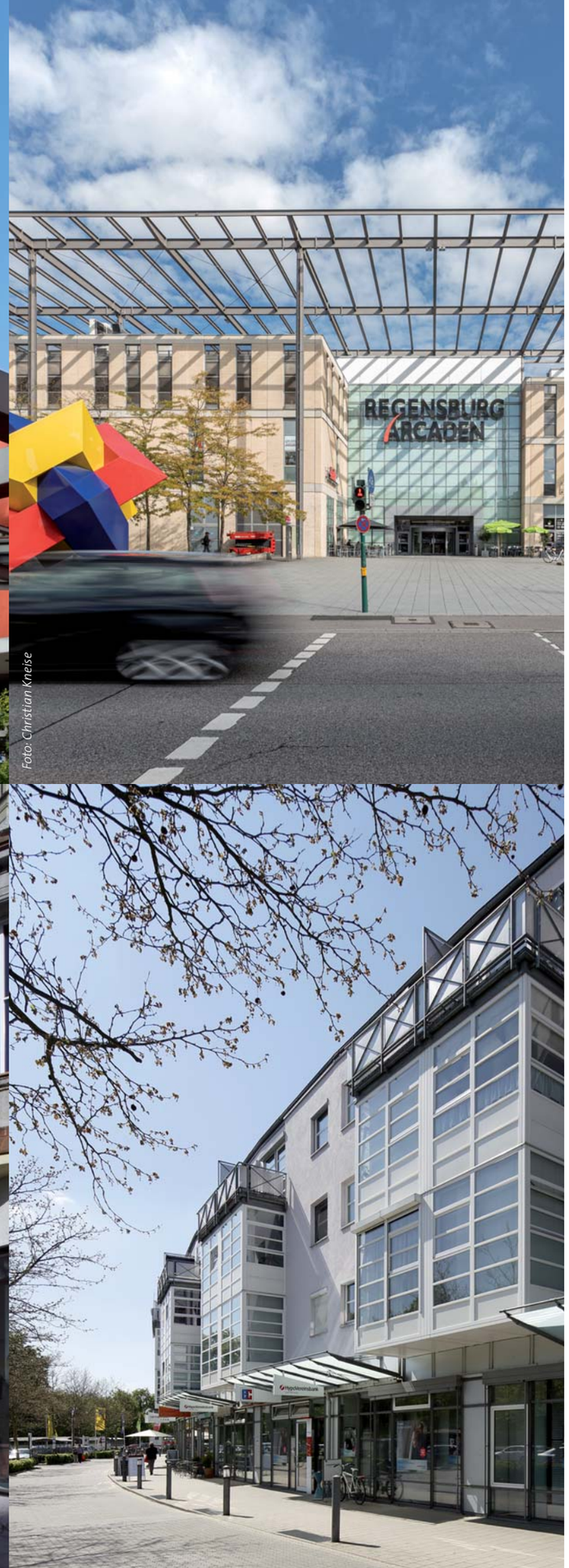


Foto: Christian Kneise

1.	**Einführung**	9
1.1	Auftrag und Zielsetzung	9
1.2	Vorgehensweise	10
1.3	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklungen	11
2.	**Regensburg – Daten und Fakten**	13
2.1	Räumliche Einordnung	13
2.2	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	13
2.3	Wirtschaft und Wissenschaft	13
2.4	Tourismus	14
3.	**Einzelhandel in Regensburg – 2008 und 2018 im Vergleich**	16
3.1	Marktgebiet	16
3.2	Entwicklung des Regensburger Einzelhandels	18
3.3	Entwicklung der Regensburger Einzelhandelsstandorte / Zentren	19
3.4	Einzelhandelsbestand 2018	21
4.	**Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2030**	22
4.1	Übergeordnete Handlungsmaximen für das Regionalzentrum Regensburg	22
4.2	Leitziele des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Regensburg	24
4.3	Sortiments- und Standortkonzept	36
4.3.1	Regensburger Sortimentskonzept (Sortimentsliste)	
4.3.2	Regensburger Standortkonzept	
5.	**Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung**	57
5.1	Steuerungsempfehlungen zum Einzelhandel innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	58
5.1.1	Oberzentrale Standorte: Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum	
5.1.2	Nebenzentrum Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)	
5.1.3	Nahversorgungszentren	
5.2	Steuerungsempfehlungen zum Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	59
5.2.1	Städtebaulich integrierte Lagen: Nahversorgungslagen und -standorte	
5.2.2	Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen: Grundversorgungsstandorte	
5.2.3	Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen: Fachmarktstandorte	
5.3	Prüfschema	59
6.	**Fazit und Ausblick**	63

1. Einführung

1.1 Auftrag und Zielsetzung

Der Einzelhandel stellt einen der bedeutendsten Wirtschaftszweige einer Stadt dar, der sich in vielfältiger Weise auf ihre städtebauliche Strukturen, das Verkehrsaufkommen und die überregionale Bedeutung auswirkt. Dabei ist der Handel durch einen stetigen Wandel geprägt – die Konkurrenz führt ständig 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. Mit einem Einzelhandelskonzept können Kommunen den Wandel im Handel aktiv gestalten und begleiten. Ein solches Konzept bildet insbesondere die fachliche Grundlage für die fundierte Bewertung von Einzelhandelsvorhaben und für eine rechtssichere Steuerung im Wege der Bauleitplanung.

Bereits seit 1997 wird die Einzelhandelsentwicklung in Regensburg mit Hilfe von Einzelhandelskonzepten gesteuert, zuletzt auf Grundlage des 2009 beschlossenen „Rahmenkonzeptes für die Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis 2020“ (in Folge: Rahmenkonzept 2008). 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.

Das Regionalzentrum* Regensburg ist ein attraktiver Einzelhandels- und Versorgungsstandort mit einer herausragenden Stellung der Altstadt. Um den Handelsstandort Regensburg in einem sich dynamisch ändernden Marktumfeld zukunftsfähig aufstellen zu können und sich den Herausforderungen zu stellen, war die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes unter Berücksichtigung der grundlegenden Ziele notwendig. Ab August 2018 arbeitete das Münchner Büro der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH an der Fortschreibung des „Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Regensburg 2030.“

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde das Ziel verfolgt, den Rahmen zu schaffen:

- **zur Weiterentwicklung der Altstadt / Innenstadt,**
- **zur Weiterentwicklung der oberzentralen Versorgungsfunktion im Handel insgesamt (Gesamtstadt), aber auch**
- **für eine attraktive und möglichst flächendeckende verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs.**

**) Regionalzentrum: Erläuterung siehe 2.1.*

1.2 Vorgehensweise

Die Fortschreibung basiert auf einer umfassenden Analyse von Nachfrage und Angebot sowie einer städtebaulich-funktionalen Analyse. Auch die übergeordneten Planwerke der Stadt Regensburg werden dabei berücksichtigt.

Konzipiert als dialogorientiertes Projekt wurden die nachfolgenden Arbeitskreise gebildet und eng in den Fortschreibungsprozess einbezogen:

- „Kleiner Arbeitskreis Einzelhandel“ zur fachlich fundierten Begleitung und Abstimmung (neutrale Einzelhandelsexperten mit 7 Vertretern; IHK Regensburg, Handelsverband Bayern, Universität Regensburg, Stadtmarketing Regensburg GmbH, Amt für Wirtschaft und Wissenschaft, Amt für Stadtentwicklung)
- „Großer Arbeitskreis Einzelhandel“ zur inhaltlichen Einbindung (inkl. „Kleiner Arbeitskreis Einzelhandel“ insgesamt 27 Teilnehmer; Vertreter des städtischen Einzelhandels, des Tourismus, der politischen Fraktionen und der Stadtverwaltung)

Die in enger Abstimmung mit dem Kleinen Arbeitskreis Einzelhandel festgelegte Vorgehensweise untergliedert sich in die folgenden Grundlagen-Bausteine:

- Erhebung und Analyse des gesamtstädtischen Einzelhandelsbestandes inklusive Komplementärnutzungen und Vergleich mit Daten und Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes 2008
- Abgrenzung des Marktgebietes und Ermittlung der einzelhandelsspezifischen Nachfragepotenziale
- umfangreiche Leitfadengespräche mit Einzelhändlern und Experten bzw. Verbandsvertretern
- telefonische Haushaltsbefragungen in der Stadt Regensburg und im Marktgebiet
- eine mehrtägige Passantenbefragung in den oberzentralen Standorten Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum, ergänzt um eine Gästebefragung in der Altstadt
- zwei Nahversorgungstage zur Einbindung der Bürgerschaft zum Thema der Nahversorgung ihres Stadtteils

Damit stützt sich die Grundlagenermittlung zuzüglich Konzeptfortschreibung auf einen breiten fachlich orientierten Prozess, wodurch die Erfahrungen und Meinungen von rund 4000 Personen einfließen konnten.

Im Juni 2020 beschloss der Stadtrat das „Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030“ als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des §1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB im Stadtrat. Damit ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept in der bauleitplanerischen Abwägung und der bauordnungsrechtlichen Beurteilung zu berücksichtigen – es dient als Grundlage und Orientierungsrahmen für die angestrebte Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis zum Jahr 2030.

1.3 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklungen

Die Erarbeitung der Einzelhandelskonzeption für das Regionalzentrum Regensburg kann nicht losgelöst von den wesentlichen Entwicklungstrends, sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite, erfolgen.

Die zentralen Herausforderungen lassen sich u. a. wie folgt zusammenfassen:

- **Veränderte Konsum- und Flächenbedarfe:** Die Digitalisierung bestimmt die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels. Die zweistelligen Wachstumsraten des Online-Handels gehen vor allem zu Lasten der Umsätze im stationären Handel. Das Flächenwachstum im Einzelhandel hat sich seit 2011 deutlich abgeschwächt bzw. ist zum Stillstand gekommen.
- **Polarisierung zwischen dem sogenannten „Run-Shopping“ (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem „Fun-Shopping“ (freizeitorientierter Spaßeinkauf):** In der Folge verliert die „unprofilierte 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.
- **Zunehmende Konzentrationstendenzen im Einzelhandel:** Räumlich betrachtet profitieren insbesondere die leistungsfähigen Mittel- und Oberzentren sowie auf der Mikroebene die sogenannten 1-A-Lagen. Die Anforderungen der Betriebe und Investoren an Standortqualitäten nehmen zu.
- **Neue Leitbetriebe der Innenstädte:** Warenhäuser und der inhabergeführte Fachhandel verlieren als Leitbetriebe vielerorts an Bedeutung. Vertriebsstarke und bei den Kunden bekannte Handelsmarken treten an ihre Stelle.
- **Auswirkungen des demografischen Wandels auf das Einkaufsverhalten:** Zunehmend kleinere Haushaltsgrößen, die älter werdende Bevölkerung, Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund – auch diese Entwicklungen beeinflussen die Angebots- und Nachfrageentwicklung.

Regensburg verfügt über beste Ausgangsbedingungen als Fun-Shopping-Standort: Die Stadt wird zu den agilen Standorten gezählt, die sich im stationären Handel weiterentwickeln können. Mit der multifunktionalen Altstadt identifizieren sich Bürgerschaft und Gäste gleichermaßen. Es liegt ein ausgeprägtes touristisches Umfeld mit einer hohen Aufenthaltsqualität vor. Für die Zukunft bedeutet dies dennoch in erster Linie die Sicherung der quantitativen Einzelhandelsausstattung bei einer Steigerung der Qualität.

Z

Zwischenfazit

Foto: ArcTron 3D GmbH, 2018

2. Regensburg – Daten und Fakten

2.1 Räumliche Einordnung

Die Landes- und Regionalplanung stuft die Stadt Regensburg als Regionalzentrum ein. 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. 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), B15 neu (Regensburg – Landshut) und B 16 (Roding – Ingolstadt) als sehr gut einzustufen. Außerdem ist Regensburg ein Eisenbahnknoten mit Bahnverbindungen nach Nürnberg, Passau, Weiden i. d. OPf., München und Ingolstadt. Mit dem Flughafenexpress besteht eine Direktanbindung von Regensburg an den Flughafen München. Der öffentliche Personennahverkehr wird über ca. 70 Buslinien des Regensburger Verkehrsverbundes (RVV) organisiert. Die Donau als Wasserstraße hat nicht zuletzt eine wichtige ökonomische Funktion für die Stadt – zum einen als Logistikumschlagplatz für die Wirtschaft, zum anderen im Hinblick auf die touristische Wertschöpfung (Binnenkreuzfahrten sowie Donauradweg).

2.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Das Stadtgebiet verfügt auf knapp 81 Quadratkilometern über einen relativ kompakten Siedlungskörper, der sich durch die Lage an Donau und Regen auszeichnet. Stadtraumprägend, insbesondere für die Einzelhandelsentwicklung, ist die attraktive Altstadt. 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 %. 2018 leben rund 166 720 Personen in Regensburg, davon rund 10% mit Nebenwohnsitz (knapp 17 000 Einwohner). Auch für die kommenden Jahre wird von einer Fortsetzung dieser Entwicklung ausgegangen. So wird für das Jahr 2030 eine Gesamtbevölkerung von 177 050 Einwohnern prognostiziert.

2.3 Wirtschaft und Wissenschaft

Die positive ökonomische Entwicklung des Regionalzentrums hat auch Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur und -entwicklung. In Regensburg sind im Jahr 2018 rund 125 115 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort tätig (2008: 99 000). Der Wirtschaftsstandort ist durch einen außerordentlich hohen positiven Pendlersaldo (+ 60 690 Beschäftigte) geprägt – ein zusätzliches Nachfragepotenzial für den Einzelhandel. Der im Vergleich mit anderen Städten hohe Beschäftigtenbesatz spiegelt die Arbeitsplatzzentralität der Stadt Regensburg wider: Auf 1 000 Einwohner kommen in Regensburg knapp 400 Einpendler. 2018 zählte Regensburg zu den stärksten Wachstumsregionen in Deutschland. Die wirtschaftliche Stärke beruht in erster Linie auf der Produktion und unternehmensorientierten Dienstleistungen. Viele der in Regensburg ansässigen Global Player sind im High-Tech-Bereich tätig und exportorientiert. Knapp 32 000 Studierende in der Universitätsstadt beeinflussen ebenfalls die Angebotsstruktur und Nachfrageentwicklung beim Einzelhandel und in der Gastronomie.

2.4 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. Damit verfügt Regensburg über eine hohe Bedeutung für den Tourismus. Die Zahl der Übernachtungsgäste in Regensburg hat sich zwischen 2008 und 2018 kontinuierlich um 48 % erhöht. 2018 wurden mehr als 600 000 Gästeankünfte und mehr als 1,1 Millionen Gästeübernachtungen (gewerbliche Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten) registriert. Hinzu kommen geschätzt rd. 1,2 Mio. Gästeübernachtungen im Bereich der sogenannten Parahotellerie, d. h. Übernachtungen in Privatquartieren und Kleinbetrieben. Ergänzend verzeichnete Regensburg 2018 geschätzt ca. 3,5 Mio. Tagesbesucher, d. h. Besucher, die mindestens 100 bis 120 Kilometer von Regensburg entfernt leben. Eine besondere Bedeutung für Regensburg besitzt mittlerweile der Schifffahrttourismus mit seinem kaufkräftigen Publikum. Die in der Domstadt landenden Kreuzfahrtschiffe brachten 2018 insgesamt ca. 150 000 Gäste in die historische Altstadt.

Die sozioökonomischen Wirkungen des Tourismus verdeutlichen aktuelle Kennwerte des Deutschen wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. (dwif e.V.) sowie die gewonnenen Erkenntnisse aus der Gästebefragung. Auf den Einzelhandel entfallen rund 90,7 Mio. € Umsatz von Übernachtungsgästen (Gästeübernachtungen inkl. Parahotellerie) und rund 78,1 Mio. € von Tagestouristen. Somit errechnet sich für den Einzelhandel in der Stadt Regensburg ein zusätzliches touristisches Nachfragevolumen in Höhe von insgesamt rd. 168,8 Mio. €.

Alle relevanten sozioökonomischen Kennwerte haben sich positiv entwickelt. Regensburg ist eine junge und dynamische Stadt – die Bevölkerungszahl inklusive Studierender, die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, die Anzahl der Übernachtungen und auch der Tagesgäste haben sich in den letzten zehn Jahren beachtlich gesteigert. In der Gesamtbetrachtung liegen damit stabilisierende Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Regensburg vor.

Z

Zwischenfazit

3. Einzelhandel in Regensburg – 2008 und 2018 im Vergleich

3.1 Marktgebiet

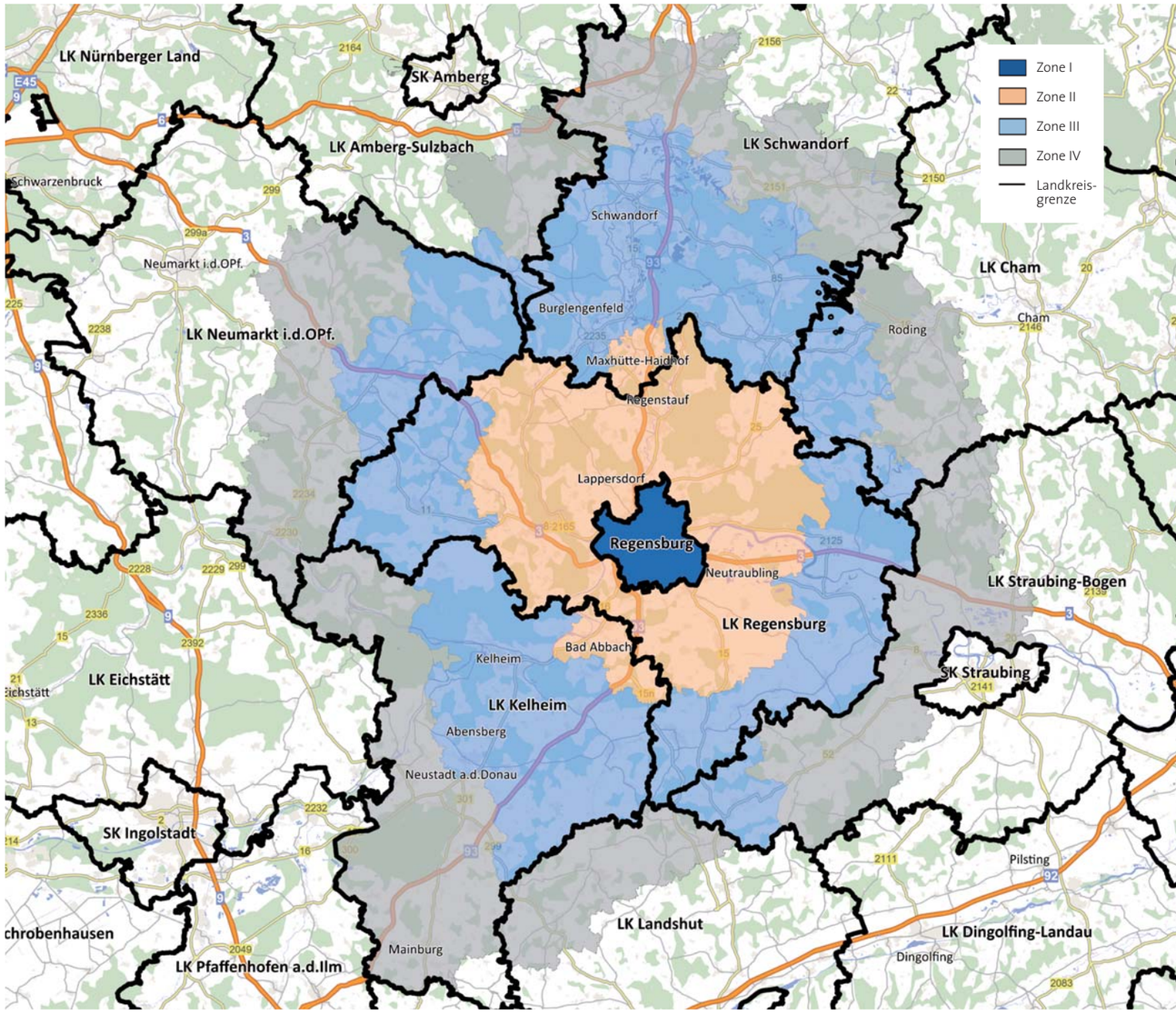
Als Marktgebiet wird der Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen zum Standort Regensburg gerechnet werden kann. Das Marktgebiet lässt sich darüber hinaus nach Zonen untergliedern, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an 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. Die Zonierung des Marktgebietes trägt diesem Umstand Rechnung.

Zone	Erläuterung	Einwohner*
Zone I	**Kernzone** (Stadt Regensburg): höchste Kundenbindung	rd. 150 400
Zone II	**Naheinzugsgebiet:** ausgeprägte Kundeneinkaufsbeziehungen aufgrund der unmittelbaren räumlichen Nähe zu Regensburg	rd. 173 630
Zone III	**Erweitertes Einzugsgebiet:** 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. Die oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum üben eine Magnetfunktion bis in das erweiterte Einzugsgebiet aus.	rd. 213 200
Zone IV	**Ergänzendes Einzugsgebiet:** nur partielle Kundenanziehung aufgrund der räumlichen Entfernung und der zum Teil starken Überlagerungen mit anderen Ober- bzw. Regionalzentren. 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.	rd. 162 950
Summe		**rd. 700 180**

Abbildung 1: Marktgebiet von Regensburg 2018

Quelle: eigene Darstellung; GMA 2020, S. 43

**) nur Hauptwohnsitze*



Karte 1: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Regensburg 2018

Quelle: GMA 2020, S. 46

Das Marktgebiet der Stadt Regensburg aus dem Jahr 2008 konnte im Wesentlichen bestätigt werden. 2018 lebten im Marktgebiet rund 700 180 Personen mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 4 439,7 Mio. € (2008: rd. 655 160 Personen, rd. 3 542,6 Mio. €).

3.2 Entwicklung des Regensburger Einzelhandels

Wesentliche Einzelhandels-kennziffern/-daten	2008	2018	Veränderung 2008-2018 absolut	relativ
Zentralitätskennziffer	165,4	160	– 5,4	– 3 %
Kaufkraftkennziffer	112,8	110,3	– 2,5	– 2 %
Umsatzkennziffer	186,6	184,4	– 2,2	– 1 %
Marktgebiet	655 160 Personen	700 180 Personen	+ 45 020 Personen	+ 7 %
einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Jahr	3 542,6 Mio. €	4 439,7 Mio. €	+ 897,1 Mio. €	+ 25 %
touristische Zusatzpotenziale*:				
Gästeübernachtungen Beherbergungsbetriebe	743 761	1 100 390	+ 356 629	+ 48 %
Gästeübernachtungen Parahotellerie	1 120 000	1 200 000	+ 80 000	+ 7 %
Tagesbesucher	2,6 Mio.	3,5 Mio.	+ 0,9 Mio.	+ 35 %
touristisches Nachfragevolumen pro Jahr**	84,9 Mio. €	168,8 Mio. €	+ 83,9 Mio. €	+ 99 %
Gesamtverkaufsfläche Einzelhandel	433 026 m²	460 035 m²	+ 27 009 m²	+ 6 %
davon Lebensmittel	63 980 m²	90 465 m²	+ 26 485 m²	+ 41 %
davon Nicht-Lebensmittel	369 046 m²	369 570 m²	+ 524 m²	+ <1 %
Gesamtanzahl der Einzelhandelsbetriebe	1 418	1 252	– 166	– 12 %
jährliche Bruttoumsatzleistung	1 344,2 Mio. €	1 684 Mio. €	+ 340 Mio. €	+ 25 %
Betriebsgröße im Durchschnitt	305 m²	370 m²	+ 65 m²	+ 20 %
Flächenproduktivität	3 100 €/m² VK	3 660 €/m² VK	+ 560 €/m² VK	+ 18 %

Abbildung 2: Gesamtstadt – Entwicklung 2008 bis 2018

Quelle: eigene Darstellung; GMA 2020, u. a. S. 16/17

Erläuterung: VK = Verkaufsfläche
gerundete Werte

/ touristische Zusatzpotentiale / touristisches Nachfragevolumen pro Jahr: Zusätzlich zu der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Marktgebiet ist in Regensburg aufgrund der touristischen Prägung ein touristisches Zusatzpotenzial zu berücksichtigen (Gästeübernachtungen im Bereich gewerbliche Beherbergungsbetriebe ab 9 Betten, Gästeübernachtungen im Bereich der Parahotellerie und Tagesbesucher). Hieraus kann das touristische Nachfragevolumen ermittelt werden.*

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 wurde (Schleckerinsolvenz, mehrere Textilkaufhausschließungen). Der Einzelhandelsbestand konnte in quantitativer 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.

In sämtlichen Sortimenten ist eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung* – auch im bundesweiten Vergleich – festzuhalten. Dabei erfolgte insbesondere im Lebensmittelbereich eine positive Verkaufsflächenentwicklung. Die Verkaufsflächenausstattung im Jahr 2018 mit 435 m² je 1000 Einwohner (2008: 430 m² je 1000 Einwohner) entspricht ungefähr dem Niveau des Bundesdurchschnitts. Rund 70 % der Wohnbevölkerung können in einer fußläufigen Entfernung von ca. 800 Metern einen Lebensmittelbetrieb mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche erreichen und sind somit qualifiziert versorgt.

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Regensburg deutlich höhere Umsätze getätigt werden. Die hohe Einzelhandelszentralität von 160 deutet per Saldo auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Dies zeigt die hervorgehobene Stellung des Handelsplatzes Regensburg für die gesamte Region Ostbayern.

3.3 Entwicklung der Regensburger Einzelhandelsstandorte / Zentren

Das Standortkonzept der Stadt Regensburg aus dem Jahr 2008 war vierstufig angelegt:

- Es umfasste als oberste Stufe die oberzentralen Standorte Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum.
- Weiterhin wurden Nahversorgungszentren abhängig von ihrer Verkaufsfläche und dem Angebot an Komplementärnutzungen festgelegt: Stadtteilzentren, Viertelszentren, Nachbarschaftszentren sowie Ladengruppen 1. und 2. Ordnung (vom größten Zentrum bis hin zur kleinsten erfassten Einheit).
- Hinzu kamen Fachmarktstandorte, die zum Teil ebenfalls starke Magnetwirkung auf Kunden aus dem regionalen Umfeld ausüben und zur oberzentralen Versorgungsfunktion der Gesamtstadt beitragen: Fachmarktstandort Bajuwarenstraße/Langobardenstraße, Fachmarktstandort Donaustaufer Straße/Walhalla Allee, Fachmarktstandort Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) und Fachmarktstandort Dr.-Gessler-Straße (KÖWE-Zentrum).
- Unter dem Begriff der „weiteren Standorte“ wurden alle sonstigen, meist solitären Einzelhandelsstandorte zusammengefasst.

**) 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).

Einzelhandelsstandorte	2008	2018	Veränderung 2008-2018 absolut	relativ
Altstadt oberzentraler Standort	76500 m² VK 613 Betriebe	65155 m² VK 471 Betriebe	- 11345 m² VK - 142 Betriebe	- 15 % - 23 %
Regensburg Arcaden oberzentraler Standort	22700 m² VK 73 Betriebe	22935 m² VK 71 Betriebe	+ 235 m² VK - 2 Betriebe	+ 1 % - 3 %
Donau-Einkaufszentrum oberzentraler Standort	51500 m² VK 100 Betriebe	53140 m² VK 107 Betriebe	+ 1640 m² VK + 7 Betriebe	+ 3 % + 7 %
Nahversorgungszentren	60225 m² VK	73400 m² VK	+ 13175 m² VK	+ 22 %
Fachmarktstandorte	141500 m² VK	181895 m² VK	+ 40395 m² VK	+ 29 %

Abbildung 3: Einzelhandelsstandorte – Entwicklung 2008 bis 2018 *Erläuterung: VK = Verkaufsfläche*

Quelle: eigene Darstellung; GMA 2020, S. 100 ff.

Bei einer Gegenüberstellung der heutigen Einzelhandelssituation mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes 2008 wird deutlich, dass die formulierten Entwicklungsziele und -strategien bezogen auf die unterschiedlichen Standortlagen, in großen Teilen erfolgreich umgesetzt werden konnten.

Oberzentrale Standorte

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.

Zielsetzung für die Altstadt war eine Erhöhung der Verkaufsfläche auf 90000 m² mit einem Anteil von 19 Prozent an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. 2018 entfällt auf den Standort Altstadt nur noch eine Verkaufsfläche von etwa 65000 m², der Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ist damit auf 14 Prozent gesunken. Durch die neuen Angebote an Komplementärnutzungen in der Altstadt (z. B. Gastronomie) kann von einer Nutzungsverschiebung gesprochen werden.

Das Donau-Einkaufszentrum konnte das quantitative Ziel von 55000 m² Verkaufsfläche und 12 Prozent der gesamtstädtischen Verkaufsfläche weitestgehend erreichen. Für die Arcaden wurde mit Bezug auf die Zielsetzung der Status Quo von 2008 aufrecht erhalten.

Nahversorgungszentren

Das für 2020 geplante Ziel von rund 76000 m² Verkaufsfläche mit einem Anteil von 16 Prozent, bezogen auf die gesamte Verkaufsfläche, konnte nahezu erreicht werden. 2018 liegen, bezogen auf den räumlichen Umgriff aus dem Jahr 2008, insgesamt rund 73400 m² Verkaufsfläche vor, dies entspricht einem Anteil von 16 Prozent an der Gesamtverkaufsfläche.

Es hat sich jedoch gezeigt, dass die ausgewiesenen Zentren und Standorte der Nahversorgung nicht (mehr) vollständig den ihnen zugewiesenen Versorgungsauftrag erfüllen. Vor allem die kleineren Nahversorgungsstandorte konnten sich in der Regel nicht (weiter-)entwickeln (meist Ladengruppen 1. und 2. Ordnung). Demgegenüber ist es gelungen, einige Nahversorgungsstandorte zu qualifizieren (z. B. Friedrich-Viehbacher-Allee, BUZ) sowie vormals noch nicht klassifizierte Standorte in ihrer Entwicklung zum Nahversorgungsstandort voranzubringen (z. B. Von-Seeckt-Straße). Aufgrund der hohen Dynamik im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ist letztendlich eine noch stärkere Konzentration auf städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte notwendig.

Fachmarktstandorte

Die strategische Weiterentwicklung der Fachmarktstandorte mit eigenen Schwerpunkten ist insgesamt als positiv und gelungen zu bewerten. Auch die verkaufsflächenbezogenen Ziele für das Jahr 2020 mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 182000 m² und einem Anteil von 38 Prozent an der Gesamtverkaufsfläche Regensburgs wurden erreicht. 2018 liegt die Verkaufsfläche der Fachmarktstandorte bei knapp 182000 m², dies entspricht einem Anteil von 39 Prozent an der gesamtstädtischen Einzelhandelsverkaufsfläche.

3.4 Einzelhandelsbestand 2018

Standortlage	Betriebe Anzahl	in %	Verkaufsfläche in m²	in %	Umsatz in Mio. €	in %
Oberzentrale Standorte	649	52	141230	31	662,8	39
davon Altstadt	471	38	65155	14	290,8	17
davon Regensburg Arcaden	71	6	22935	5	114,3	7
davon Donau-Einkaufszentrum	107	8	53140	12	257,7	15
weitere zentrale Versorgungsbereiche	92	8	35565	8	174,4	10
Städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte	402	32	85255	19	319,1	19
Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Standorte	109	9	197985	42	527,2	31
davon Grundversorgungsstandorte	35	3	16090	3	91,5	5
davon Fachmarktstandorte	74	6	181895	39	435,7	26
Regensburg gesamt	**1.252**	**100**	**460035**	**100**	**1.683,5**	**100**

Abbildung 4: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen, Gesamtstadt Regensburg 2018

Quelle: eigene Darstellung; GMA 2020, S. 69 *Erläuterung: Einordnung gemäß Standortkonzept, siehe 4.3.2*

Der Regensburger Handel greift auf ein sehr stabiles Umfeld zurück – dies belegt das nahezu unveränderte Marktgebiet. Auch wenn dem Strukturwandel im Einzelhandel folgend die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe auch in Regensburg rückläufig war, so zeigt die Verkaufsflächenentwicklung grundsätzlich eine stabile Situation. Die Einzelhandelszentralitätskennziffer von 160 veranschaulicht die hervorgehobene Stellung des Handelsplatzes Regensburg für die gesamte Region. Dabei ist die Altstadt nach wie vor der Handelsstandort Nr. 1, auch wenn diese durch weitere Verluste an Einzelhandelsbetrieben und damit Verkaufsflächen geprägt war. Die Dienstleistungen und die Gastronomie haben sich hier zu einem stabilisierenden Faktor entwickelt.

Z
Zwischenfazit

4. Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2030

4.1 Übergeordnete Handlungsmaximen für das Regionalzentrum Regensburg

Die Stadt Regensburg zählt zu den ältesten Städten Deutschlands. Das historische Welterbe Regensburger Altstadt mit Stadtamhof ist sowohl aus städtebaulicher Perspektive als auch im Bereich des Tourismus einzigartig und wertvoll. 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 eine Stadt 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 fordert das historische Regensburg heraus und macht 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“:

- **Tourismus** 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.

- **Online-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.

- **Welterbe und Wissen** sind in Regensburg keine Gegensätze. Während das historische Erbe der Stadt auf eine nahezu 2000-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 kommen der Universität / Hochschule und dem akademischen Milieu der Stadt eine Schlüsselrolle zu. Die hiesigen Studierenden 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 / Hochschule 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.

- **Nachhaltigkeit** 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 sowie standortbezogene Entwicklungspotenziale formuliert, die für die Regensburger Stadt- und Einzelhandelsentwicklung grundlegenden Charakter besitzen.

4.2 Leitziele des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Regensburg

Im Sinne einer ganzheitlichen strategischen Weiterentwicklung der Stadt Regensburg wurden die übergeordneten „Handlungsmaximen" zu den städtebaulichen Zielsetzungen neu formuliert, an denen schließlich die Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels auszurichten ist.

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 (Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum), des dichten Netzes der Nahversorgung sowie der dezentral angeordneten Fachmarktstandorte.

Abbildung 5: Aufbau und Leitziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Regensburg 2030

Quelle: GMA 2020, S. 143

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 Leitziele 3 und 4 dient eine den aktuellen Gegebenheiten angepasste Zentrenhierarchie, die eine räumlich-funktionale Aufgabenverteilung zwischen den Versorgungsbereichen im Stadtgebiet verfolgt.

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)

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, Studierende 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

Leitziel 2 Ziel 1 Die Altstadt ist und bleibt die dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage

Strategie

- **Sicherstellung einer Gesamtverkaufsfläche von rund 70 000 m² in der Altstadt (Erhalt des Status Quo) und damit Stärkung als 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 rund 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 integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (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), bspw. 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 Hauptbahnhof-Maximilianstraße-Altstadt zur besseren Verknüpfung der Regensburg Arcaden mit der Altstadt: Umgestaltung des 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. Hauptbahnhof, 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 W-LAN 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

Leitziel 2
Ziel 2
Die Regensburg Arcaden ergänzen die Altstadt und stärken die Innenstadt

Strategie

- **Sicherstellung bzw. behutsame Weiterentwicklung der Verkaufsfläche (rund 22 000 m² Einzelhandelsverkaufsfläche, rund 1700 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 ab einer Verkaufsflächengröße größer/gleich 500 m² zu realisieren, um nicht in Konkurrenz zur Altstadt zu treten, sondern diese zu ergänzen

Leitziel 2
Ziel 3
Das Donau-Einkaufszentrum entlastet die Altstadt als „Neben-City“

Strategie

- **Sicherstellung bzw. behutsame Weiterentwicklung der Verkaufsfläche 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

Foto: Clemens Mayer

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 rund 70 % der Bevölkerung, die fußläufig zu einem Lebensmittelmarkt wohnen, eine insgesamt gute wohnortnahe Versorgung festgehalten werden. 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
- 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
  - 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, Bike-Sharing)

- 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

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

Foto: Lars Kienle

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; eine flächenbezogene Weiterentwicklung soll insbesondere am Fachmarktstandort Sulzfeldstraße („Ostbayerisches Möbelzentrum“) erfolgen
- Schutz der innerstädtischen Handelslagen durch Sortiments- und Verkaufsflächenbegrenzungen (z. B. verkaufsflächenbezogene Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente insgesamt 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

4.3 Sortiments- und Standortkonzept

Kommunale Einzelhandels- bzw. Zentrenkonzepte dienen vor allem der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelssteuerung. Eine Konkretisierung erfolgt in Form eines Sortiments- und Standortkonzeptes. Dieses hat sich in Regensburg in der Vergangenheit bewährt, sodass die Fortschreibung darauf aufbauen und dieses im Sinne der Rechtssicherheit (Stichwort „Zentrale Versorgungsbereiche“) weiterentwickeln kann.

4.3.1 Regensburger Sortimentskonzept (Sortimentsliste)

Bedeutung 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.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung nach Zentrenrelevanz hat sich 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.

Definition zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante, nicht-zentrenrelevante Sortimente
Bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes fand die Systematik des Landesentwicklungsprogramms (LEP) Bayern 2018 Berücksichtigung. Das LEP 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
- 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

davon nahversorgungsrelevante Sortimente
- hohe Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung
- häufige Nachfrage (täglich bzw. mehrmals pro Woche)
- räumliche Nähe ist wichtig

Nicht-zentrenrelevante Sortimente
- 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

Abbildung 6: Differenzierung der Sortimente nach Zentrenrelevanz
Quelle: eigene Darstellung; GMA 2020, S. 335

Kriterien zur Bestimmung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten lassen sich im Wesentlichen folgende Kriterien ableiten:

Kriterium 1: „Warenbeschaffenheit/Transport“
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.

Kriterium 2: „Flächenbedarf“
Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich (u. a. Warenpräsentation), weist dies auf eine tendenzielle Nicht-Zentrenrelevanz hin. Dies liegt u. a. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

Kriterium 3: „Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt“
Die Bedeutung für die Attraktivität der Innenstadt gibt 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.

Kriterium 4: „Magnetfunktion“
Dieses Kriterium 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.

Kriterium 5: „Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“
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.

Kriterium 6: „Stadtentwicklungspolitische und städtebauliche Zielsetzungen“
Auch die stadtentwicklungspolitischen und städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Regensburg sind bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

Regensburger Sortimentsliste
Die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Regensburg (siehe Abbildung 7, S.39) orientiert sich

- an der aktuellen räumlichen Verteilung der Warengruppen (Bestandsstrukturen),
- an den realistischen Ansiedlungschancen in den zentralen Versorgungsbereichen, aber auch
- an den übergeordneten Handlungsmaximen zur zukünftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung, d. h. das aus städtebaulichen Gründen erwünschte Sortimentsspektrum in den Zentren.

Umgang mit Randsortimenten
Bei Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente zu empfehlen.
Laut Oberverwaltungsgericht 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 26.1.2000, 7 B 2023/99).

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg wird für den Umgang mit Randsortimenten folgendes festgehalten: Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente insgesamt auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 800 m² Verkaufsfläche pro Sortiment notwendig.

■ nahversorgungsrelevante Sortimente ■ zentrenrelevante Sortimente ■ nicht-zentrenrelevante Sortimente

kurzfristiger Bedarf	**Nahrungs- und Genussmittel**		
	Lebensmittel, Reformwaren	■	
	Getränke, Spirituosen, Tabak	■	
	Bäckereihandwerk	■	
	Metzgerhandwerk	■	
	Gesundheit, Körperpflege		
	Drogeriewaren, Kosmetik, Parfumeriewaren	■	
	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, Hute)		■
	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)	■	■

Abbildung 7: Regensburger Sortimentsliste

Quelle: GMA 2020, Glossar, S. 9

4.3.2 Regensburger Standortkonzept

Bedeutung des Standortkonzeptes
Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelssteuerung. Dabei liegt ein wesentliches Augenmerk auf der zukünftigen Bewertung von Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Standortkonzeption erfolgte eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Regensburg in eine Zentren- und Standortstruktur (zentrale, städtebaulich integrierte und städtebaulich nicht-integrierte Einzelhandelslagen). Dazu wurden sogenannte zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

Definition „zentraler Versorgungsbereich"
Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs" bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit den Novellierungen des BauGB in den Jahren 2004 und 2007 erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs im Baurecht einen wesentlichen Bedeutungszuwachs. Die Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche und deren Schutzwürdigkeit 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 Raumordnungsgesetz (ROG) hervorgehoben.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, eine allgemeingültige Definition liegt nicht vor. Durch die Rechtsprechung der letzten Jahre wurden jedoch die bestehenden Begrifflichkeiten thematisiert und in Teilen konkretisiert. 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 Versorgungsbereichs 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"**.

Weiterhin sieht der Gesetzgeber für zentrale Versorgungsbereiche unterschiedliche Stufen vor. Diese richten sich nach der Größe der Stadt oder Gemeinde sowie der Struktur der jeweiligen Einzugsbereiche (vgl. Begründung zu § 9 Abs. 2 a BauGB). Somit lassen sich drei Grundtypen von Zentren ausmachen, die als Grundlage für eine Hierarchisierung heranzuziehen sind:

- **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 auch eine Versorgungsfunktion darüber hinaus aus. In begrenztem Umfang werden auch Waren für den mittelfristigen Bedarf angeboten, sind jedoch keine Voraussetzung.

Kriterien zur Identifikation „zentraler Versorgungsbereiche"
Der Prozess zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche erfolgte anhand der nachfolgenden Methodik:

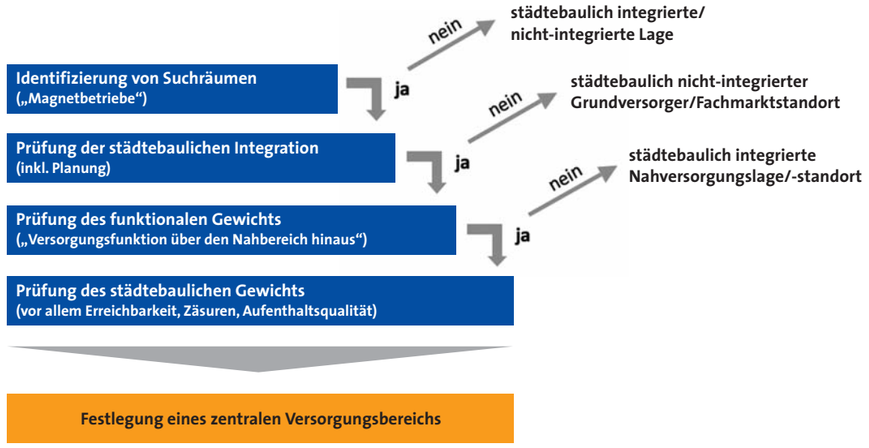


Abbildung 8: Methodik zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche
Quelle: GMA 2020, S. 269

In einem ersten Schritt erfolgte die Identifizierung von „Suchräumen" für einen zentralen Versorgungsbereich auf Grundlage der Einzelhandelserhebung, d. h. den tatsächlichen Gegebenheiten (Geschäftslagen mit Magnetbetrieben). Eine Ausnahme bilden hierbei die sogenannten „planerischen Zentren", die sich derzeit noch nicht aus den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen ableiten lassen, für die jedoch konkrete Planungen und Entwicklungsvorstellungen bestehen (u. a. planerische Festlegungen, raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen). Im Anschluss erfolgte die Prüfung der Schritte „städtebauliche Integration", „funktionales Gewicht" und „städtebauliches Gewicht". Bei positiver Bewertung der vier aufeinanderfolgenden Schritte war eine Festlegung und anschließende Abgrenzung der Geschäftsbereiche als zentraler Versorgungsbereich vorzunehmen. Die räumliche Abgrenzung erfolgte sodann anhand der tatsächlichen Vor-Ort-Situation (vgl. Abbildung 9).

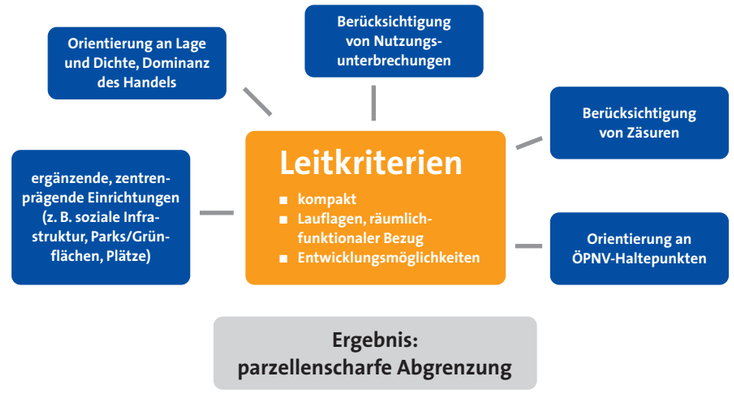


Abbildung 9: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche
Quelle: GMA 2020, S. 269

Definition der Lagekategorien

- **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).
- **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.

Regensburger Standortkonzept

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).

Im Ergebnis sieht die Fortschreibung des bestehenden Standortkonzeptes wie folgt aus:

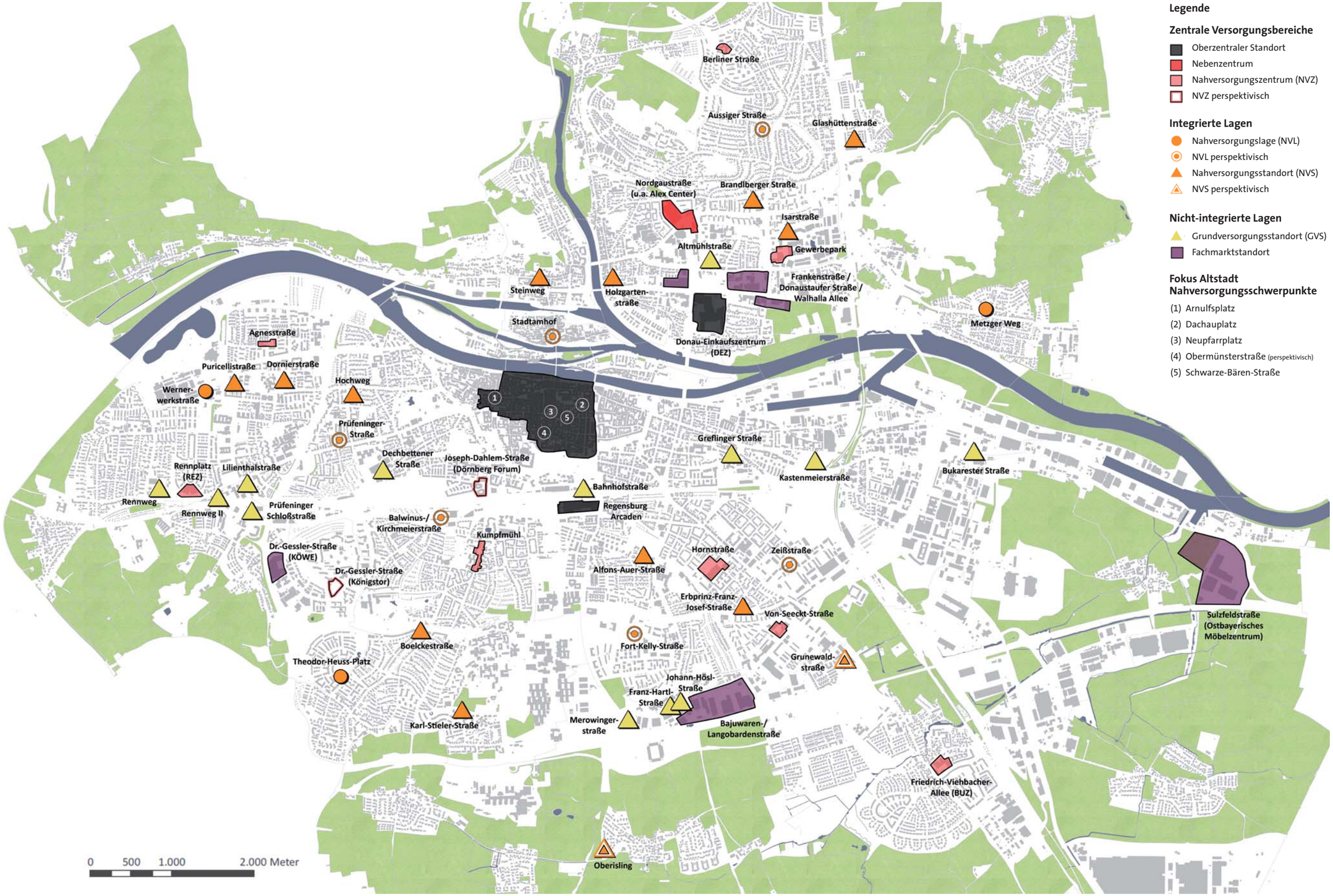
- drei oberzentrale Standorte (Status zentraler Versorgungsbereiche):
  Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum
- ein Nebenzentrum (Status zentraler Versorgungsbereiche):
  Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)
- zehn Nahversorgungszentren (Status zentraler Versorgungsbereiche)
- städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen (NVL) und -standorte (NVS) sowie
- sonstige städtebaulich nicht-integrierte Grundversorgungsstandorte (GVS) und
- sonstige städtebaulich nicht-integrierte Fachmarktstandorte.

Zusammenfassend ergibt sich die nachfolgend dargestellte Zentren- und Standortstruktur Regensburg 2030:

	zentraler Versorgungs-bereich	Versorgungs-funktion	Sortiments-schwerpunkt	Beschreibung	Standort/Lage
Innenstadt **Altstadt** + **Regensburg Arcaden** (Sonderstellung) (Ergänzungsfunktion)	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)
Donau-Einkaufszentrum (Entlastungsfunktion)					
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)

Abbildung 10: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Regensburg 2030
Quelle: GMA 2020, S. 159

Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2030



Karte 2: Zentren- und Standortstruktur Regensburg 2030 (inkl. Nahversorgungskonzept)

Quelle: eigene Darstellung; GMA 2020, S. 160 u. 165

Fokus Nahversorgung

Ziel des Nahversorgungskonzeptes ist es, über das gesamte Stadtgebiet Regensburgs ein „Netz“ an leistungsfähigen, fußläufig, mit dem Fahrrad und dem ÖPNV gut erreichbaren Versorgungsstandorten (insbesondere mit Lebensmitteln) sicherzustellen. Nachfolgend sind die Entwicklungsziele 2030 für die Nahversorgung in Regensburg zusammengefasst.

Abbildung 11: Standort- und lagebezogene Strategien und Entwicklungsziele bis 2030 – Fokus Nahversorgung

Quelle: eigene Darstellung; GMA 2020, u. a. S. 133-138

Standort/Lage	Verkaufsfläche/Magnetbetrieb 2018	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Altstadt insgesamt, mit Nahversorgungsschwerpunkten		Oberzentraler Standort	• Sicherung der Nahversorgung für die Altstadtbewohner und -besucher • Verteilung der Nahversorgungsschwerpunkte in der Altstadt, nach Möglichkeit Nutzung von Synergien, z. B. Nähe von Parkhäusern, größeren ÖPNV-Haltestellen	• Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (Penny, rd. 800 m² VK) 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)
• **Arnulfsplatz**	• mit Magnetbetrieb Netto (800 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk	Teil des oberzentralen Standortes		
• **Dachauplatz**	• mit Magnetbetrieben REWE (600 m² VK) und Alnatura (710 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk und Markthalle	Teil des oberzentralen Standortes		
• **Neupfarrplatz**	• mit Magnetbetrieb EDEKA Stadtmarkt in der GALERIA Kaufhof (1 195 m² VK), Müller Drogeriemarkt (2 750 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk und umfassendes Angebot an Komplementärnutzungen	Teil des oberzentralen Standortes		
• **Obermünsterstraße** (perspektivisch)	–/–	Teil des oberzentralen Standortes		
• **Schwarze-Bären-Straße**	• mit Magnetbetrieb Netto City Filiale (rd. 500 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk	Teil des oberzentralen Standortes		
Regensburg Arcaden	• mit Magnetbetrieben Kaufland (rd. 5 380 m² VK) und dm (630 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk sowie umfassendes Angebot an Komplementärnutzungen	Oberzentraler Standort	• Sicherung der Nahversorgung für umliegende Wohnquartiere	• ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Donau-Einkaufszentrum (DEZ)	• mit Magnetbetrieben EDEKA (2 300 m² VK), Biomarkt Neuhoff (480 m² VK), Müller Drogeriemarkt (2 700 m² VK), dm Drogeriemarkt (750 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk sowie umfassendes Angebot an Komplementärnutzungen	Oberzentraler Standort	• Sicherung der Nahversorgung für umliegende Wohnquartiere	• ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Agnesstraße	• insgesamt rd. 1000 m² VK, Magnetbetrieb Netto (800 m² VK) zzgl. ergänzende Angebote	Nahversorgungszentrum	• Sicherung der Nahversorgung für das Quartier mit perspektivisch wachsender Bevölkerung	• Bestandssicherung / Modernisierung • ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Alfons-Auer-Straße	• Prima Markt (rd. 600 m² VK)	Nahversorgungsstandort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung
Altmühlstraße	• Lidl (rd. 1 150 m² VK)	Grundversorgungsstandort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Aussiger Straße	–/–	Nahversorgungslage (perspektivisch)	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (Netto, rd. 800 m² VK) mit Bäckerei • ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente

Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2030

Standort/Lage	Verkaufsfläche/Magnetbetrieb 2018	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Bahnhofstraße	• Norma (rd. 490 m² VK)	Grundversorgungs-standort	• Kein weiterer Ausbau* • Versorgungsfunktion Reisebedarf	• Bereitstellung von Sortimenten für den Reisebedarf
Balwinus-/Kirchmeierstraße	• Aldi (rd. 1080 m² VK) zzgl. Getränkemarkt (360 m² VK)	Nahversorgungslage (perspektivisch)	• Entwicklung eines urbanen Gebietes und Etablierung von Nahversorgungsstrukturen für die umliegende Wohnbevölkerung	• Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes bzw. von Sortimenten der Nahversorgung (1800 m² VK) (Standortverbund mit Aldi und Getränkemarkt)
Berliner Straße	• insgesamt rd. 1215 m² VK; Magnetbetrieb EDEKA (1080 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk sowie Apotheke	Nahversorgungs-zentrum	• 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	• EDEKA (rd. 1270 m² VK)	Nahversorgungs-standort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung • ggf. Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Blumen / Floristik)
Brandlberger Straße	• Penny (rd. 530 m² VK)	Nahversorgungs-standort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung
Bukarester Straße	• Norma (rd. 780 m² VK)	Grundversorgungs-standort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Dechbettener Straße	• Il Mercato (rd. 550 m² VK)	Grundversorgungs-standort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Dornierstraße	• Netto (rd. 430 m² VK)	Nahversorgungs-standort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Modernisierung, Erweiterung auf marktübliche Größe / Standortverlagerung
Dr.-Gessler-Straße (Königstor)	–/–	Nahversorgungs-zentrum (perspektivisch)	• Entwicklung eines leistungsfähigen Nahversorgungszentrums mit umfassender Versorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere mit perspektivischem Bevölkerungszuwachs	• Ansiedlung eines Supermarktes (REWE, rd. 2750 m² VK), eines Discounters (Netto, rd. 1100 m² VK) und einer Apotheke (in Entwicklung: insgesamt rd. 3800 m² VK)
Erbprinz-Franz-Josef-Straße	• Netto (rd. 580 m² VK)	Nahversorgungs-standort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung
Fort-Skelly-Straße	–/–	Nahversorgungs-lage (perspektivisch)	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (insgesamt maximal 1850 m² VK)
Franz-Hartl-Straße	• Netto (rd. 900 m² VK)	Grundversorgungs-standort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–

Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2030

Standort/Lage	Verkaufsfläche/Magnetbetrieb 2018	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Friedrich-Viehbacher-Allee (BUZ)	• insgesamt rd. 3 200 m² VK; Magnetbetriebe EDEKA (1 200 m² VK) und Lidl (1 050 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk, Getränkemarkt, Floristik- und Bekleidungsgeschäft	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	• insgesamt rd. 3 285 m² VK; Magnetbetriebe Netto (rd. 700 m² VK) und dm Drogeriemarkt (600 m² VK); Angebot überwiegend im Bereich nahversorgungsrelevanter Sortimente	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	• REWE (rd. 1 480 m² VK)	Nahversorgungsstandort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung
Greflingerstraße	• Lukullus (rd. 400 m² VK)	Grundversorgungsstandort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Grunewaldstraße	–/–	Nahversorgungsstandort (perspektivisch)	• Entwicklung eines urbanen Gebietes und Etablierung von Nahversorgungsstrukturen für die umliegende Wohnbevölkerung	• Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes • Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Hochweg	• Netto (rd. 260 m² VK)	Nahversorgungsstandort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	–/–
Holzgartenstraße	• Netto (rd. 670 m² VK)	Nahversorgungsstandort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung / Modernisierung
Hornstraße	• insgesamt 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	Nahversorgungszentrum	• Sicherung der Nahversorgung des Stadtteils	• Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Blumen/Floristik)
Isarstraße	• EDEKA (rd. 300 m² VK)	Nahversorgungsstandort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung / Modernisierung
Johann-Hösl-Straße	• Aldi (rd. 1 200 m² VK)	Grundversorgungsstandort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Joseph-Dahlem-Straße (Dörnberg-Forum)	• in Entwicklung	Nahversorgungszentrum (perspektivisch)	• Entwicklung eines leistungsfähigen Nahversorgungszentrums zur Sicherung der Nahversorgung für das entstehende Quartier (Lebensmittelmarkt, zwei Biomärkte)	• insgesamt rd. 2 800 m² VK; Magnetbetriebe EDEKA (1 850 m² VK) und Alnatura (830 m² VK) zzgl. Lebensmittelhandwerk; denn's Biomarkt (580 m² VK) im Standortumfeld
Karl-Stieler-Straße	• EDEKA (rd. 730 m² VK)	Nahversorgungsstandort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung / Modernisierung

Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2030

Standort/Lage	Verkaufsfläche/Magnetbetrieb 2018	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Kastenmaierstraße	• REWE Center (rd. 3050 m² VK)	Grundversorgungs-standort	• Kein weiterer Ausbau*	• Ausdifferenzierung im Bestand möglich (Sortimente)
Kumpfmühl	• insgesamt rd. 1730 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	Nahversorgungs-zentrum	• 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, Drogeriewaren) • Arrondierung durch weitere nahversorgungs-relevante Sortimente mit Magnetwirkung (z. B. Schreibwaren) • Etablierung eines Magnetbetriebes im Lebens-mittelbereich in marktüblicher Größe (falls möglich)
Lilienthalstraße	• REWE (rd. 880 m² VK)	Grundversorgungs-standort	• Kein weiterer Ausbau über das 2019 genehmigte Maß hinaus (Neubau REWE mit rd. 1550m² VK, Ergänzung um REWE Getränkemarkt mit rd. 540 m² VK zzgl. Bäcker)	–/–
Merowingerstraße	• Lidl (rd. 1200 m² VK)	Grundversorgungs-standort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Metzgerweg	• Lidl (rd. 1000 m² VK)	Nahversorgungslage	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung
Nordgaustraße (u. a. Alex-Center)	• insgesamt rd. 13900 m² VK; Magnetbetriebe Kaufland (7500 m² VK), Rossmann Drogeriemarkt (800 m² VK), Norma (1000 m² VK), zwei Getränkemärkte (mit jeweils 450 m² VK), zzgl. Lebensmittel-handwerk und großes Angebot an Komplementärnutzungen	Nebenzentrum	• Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil und den weiteren Regensburger Norden durch ein breites Angebot in der Nahversorgung	• künftige Beibehaltung des Verkaufsflächen-schwerpunkts im Bereich der Nahversorgung • Arrondierung des Angebots durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente
Oberisling	–/–	Nahversorgungs-standort (perspektivisch)	• Sicherung der Nahversorgung der Wohn-bevölkerung in Oberisling, Leoprechting und Graß durch die Entwicklung von Nahver-sorgungsstrukturen	• Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes • Standortsuche im Bereich der Liebhartstraße / Rauberstraße (Scharnierlage)
Prüfeninger Schloßstraße	• Lidl (rd. 1050 m² VK)	Grundversorgungs-standort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Prüfeninger Straße	–/–	Nahversorgungslage (perspektivisch)	• Sicherung der Nahversorgung fur die umlie-gende Wohnbevölkerung durch die Entwicklung von Nahversorgungsstrukturen	• Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes, Arrondie-rung des Angebots durch weitere nahversorgungs-relevante Sortimente • Standortsuche entlang der Prüfeninger Straße (ggf. ehem. OTH-Standort)
Puricellistraße	• Norma (rd. 880 m² VK)	Nahversorgungs-standort	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	–/–

Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2030

Standort/Lage	Verkaufsfläche/Magnetbetrieb 2018	Ziel 2030	Entwicklungsziele	Handlungsempfehlungen
Rennplatz (REZ)	• insgesamt rd. 2 925 m² VK; Magnetbetriebe EDEKA (1 200 m² VK), dm Drogeriemarkt (600 m² VK) zzgl. Biosupermarkt, außerdem Angebote im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich sowie Dienstleistungen	Nahversorgungszentrum	• Sicherung der Nahversorgung für den Stadtteil/die Quartiere im Mittleren Westen mit einer perspektivischen Bevölkerungszunahme	• Bestandssicherung
Rennweg I (Aldi)	• Aldi (rd. 900 m² VK)	Grundversorgungsstandort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Rennweg II (Netto)	• Netto (rd. 800 m² VK)	Grundversorgungsstandort	• Kein weiterer Ausbau*	–/–
Stadtamhof	• insgesamt rd. 640 m² VK; Biomarkt „Bio-Insel“ (rd. 300 m² VK) zzgl. Streubesatz	Nahversorgungslage (perspektivisch)	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung durch Erhöhung des nahversorgungsrelevanten Angebotes	• Bestandssicherung • Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (falls möglich)
Steinweg	• Norma (rd. 380 m² VK)	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	• Norma (rd. 590 m² VK)	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	• insgesamt rd. 2 220 m² VK; Magnetbetrieb REWE (870 m² VK) zzgl. Getränkemarkt (450 m² VK) und dm Drogeriemarkt (670 m² VK) sowie Apotheke und Elektrofachgeschäft	Nahversorgungszentrum	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung
Wernerwerkstraße	• insgesamt rd. 1 920 m² VK; Magnetbetrieb REWE (800 m² VK) zzgl. Getränkemarkt (500 m² VK) und Drogeriemarkt Rossmann (590 m² VK)	Nahversorgungslage	• Sicherung der Nahversorgung für die umliegende Wohnbevölkerung	• Bestandssicherung
Zeißstraße	–/–	Nahversorgungslage (perspektivisch)	• 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- u. 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 1200 m² Verkaufsfläche, sofern diese ganz überwiegend dem Verkauf von nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen*
** *Hinweis: Realisierung tragfähiger Handelsstrukturen aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung nur schwer umsetzbar.*

Zwischenfazit

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept setzt sich im Wesentlichen aus zwei Komponenten zusammen, dem Sortiments- und dem Standortkonzept. Das Sortimentskonzept der Stadt Regensburg orientiert sich am aktuellen Landesentwicklungsprogramm, berücksichtigt jedoch auch die besonderen städtebaulichen Rahmenbedingungen. Es definiert die zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente. Wichtige zentrenrelevante Sortimente stellen Bekleidung und Schuhe dar, die in erster Linie in der Altstadt angesiedelt bzw. entwickelt werden sollen.
Die räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung erfolgt über das Standortkonzept. Es unterscheidet zwischen den oberzentralen Standorten (Altstadt, Regensburg Arcaden und Donau-Einkaufszentrum), dem Nebenzentrum (Nordgaustraße mit u. a. Alex-Center), den Nahversorgungszentren, städtebaulich integrierten Nahversorgungslagen und -standorten sowie städtebaulich nicht-integrierten Grundversorgungsstandorten und Fachmarktstandorten. Der Altstadt als Handelsstandort Nr. 1 („city first“) kommt dabei eine Sonderrolle zuteil.
Teil des Standortkonzeptes ist das Nahversorgungskonzept. Dieses setzt sich zum Ziel, eine möglichst wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit „Gütern des täglichen Bedarfs“ (nahversorgungsrelevanten Sortimenten) über das gesamte Stadtgebiet sicherzustellen.
Insgesamt wird es in der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung weniger um das quantitative Verkaufsflächenwachstum als um die Schließung einiger weniger Angebotslücken sowie die qualitative Weiterentwicklung gehen.

Foto: Sabrina Lehner

5. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich. Dabei kommen grundsätzlich 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.

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**	
Nahversorgungszentrem (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. Holzgartenstr., Hochweg)
	keine Ansiedlung (Bestandsschutz)	**keine Ansiedlung** (Bestandsschutz)	**keine Ansiedlung** (Bestandsschutz)	**Nicht-integrierte Grundversorgungsstandorte** (z. B. Prüfeniger Schloßstr.)
	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 VK je Sortiment

Abbildung 12: Übersicht – Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Quelle: GMA 2020, S. 168

5.1 Steuerungsempfehlungen zum Einzelhandel innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

5.1.1 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** („city first"): 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

5.1.2 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

5.1.3 Nahversorgungszentren

- Versorgungsfunktion auf Unterbezirks-/Quartiersebene
- nahversorgungsrelevanter Einzelhandel (klein- und großflächig)
- 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 zum Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

5.2.1 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- u. großflächig)
- Bestandsschutz ansässiger Betriebe

5.2.2 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)

5.2.3 Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen: 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 Verkaufsfläche je Sortiment)

5.3 Prüfschema

Als Ergänzung zu den Steuerungsregelungen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsansiedlungen wurden weiterhin zur ersten Einordnung von Ansiedlungs-/Erweiterungsvorhaben Prüfschemata für folgende Fallkonstellationen entwickelt:

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

Diese Prüfschemata sollen der ersten transparenten und vergleichbaren Einordnung von Anfragen durch die Verwaltung dienen.

Ziel: Sicherung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung

Stufe 1: Erste Einordnung des Planvorhabens

Dient das Vorhaben tatsächlich überwiegend der Nahversorgung?
(Mindestanteil nahversorgungsrelevanter Sortimente 90 % der Verkaufsfläche)

- **Ja, das Vorhaben dient der Nahversorgung.**
- **Nein, es handelt sich um keinen Nahversorger.** → **Vorhaben nicht möglich.**

Stufe 2: Standortbewertung

Handelt es sich um einen städtebaulich integrierten Standort im Siedlungszusammenhang eines bestehenden oder perspektivischen Wohnbereiches?
(Wohnen in mindestens zwei Himmelsrichtungen, Umfeld mit überwiegendem Wohnanteil)

- **Ja, es handelt sich um einen städtebaulich integrierten Standort.**
- **Nein, kein städtebaulich integrierter Standort.** → **Vorhaben nicht möglich.**

Stufe 3: Grundstückseignung / Nutzungskonflikte

Ist das Grundstück geeignet und wird nicht für andere Nutzungen benötigt? *(z. B. für Wohnen)*

- **Ja, das Grundstück ist geeignet und es bestehen keine Nutzungskonflikte.**
- **Nein, das Grundstück ist nicht geeignet.** → **Vorhaben nicht möglich.**

Stufe 4: Dient das Vorhaben dazu, eine Versorgungslücke zu schließen oder die bestehenden Nahversorgungsstrukturen zu ergänzen?

- **Ja, das Vorhaben dient zur Schließung einer Versorgungslücke bzw. ergänzt die bestehenden Nahversorgungsstrukturen.**
- **Nein, kein Lückenschluss, keine Ergänzung.** → **Vorhaben nicht möglich.**

Stufe 5: Löst das Vorhaben städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO aus?

- **Nein, das Vorhaben ist verträglich im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.**
  Eine Umsetzung ist möglich.
- **Durch das Vorhaben werden Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO prognostiziert. Eine Umsetzung ist nicht möglich, ggf. Anpassung des Projekts.**

Abbildung 13: Prüfschema zur Steuerung von Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (Erweiterung, Neuansiedlung)

Quelle: GMA 2020, S. 173

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

Stufe 1: Erste Einordnung des Planvorhabens

Liegt ein Sonderfall vor? *(Beitrag zur Zentralitätserhöhung? Beitrag zur Entwicklung von Regensburg zur Shoppingdestination? Möglichkeit zur Akquise von Neukunden?)*

- **Ja, standortoffener Ansatz wird verfolgt.**
  (from in to out)
- **Nein, Ansiedlung nur in den oberzentralen Standorten.**
  (nach der Rangfolge Altstadt, Regensburg Arcaden, Donau-Einkaufszentrum)

Stufe 2: Standortscreening

Sind geeignete Flächen in den oberzentralen Standorten vorhanden? *(Priorität Altstadt)*

- **grundsätzliche Machbarkeit**
- **Nein.**
  Sind die Voraussetzungen an einem ergänzenden Fachmarktstandort, alternativ an einem noch zu definierenden Sonderstandort, vorhanden? Falls ja, weitere Prüfung in Stufe 3.

Stufe 3: Grundstückseignung / Nutzungskonflikte

Ist das Grundstück geeignet und wird nicht für andere Nutzungen benötigt? *(z. B. für Gewerbe)*

- **Ja, das Grundstück ist geeignet und es bestehen keine Nutzungskonflikte.**
- **Nein, das Grundstück ist nicht geeignet.** → **Vorhaben nicht möglich.**

Stufe 4: Löst das Vorhaben städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO aus?

- **Nein, das Vorhaben ist verträglich im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.**
  Eine Umsetzung ist möglich.
- **Durch das Vorhaben werden Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO prognostiziert. Eine Umsetzung ist nicht möglich, ggf. Anpassung des Projekts.**

Abbildung 14: Prüfschema im Umgang mit Sonderfällen des Einzelhandels für zentrenrelevante Sortimente

Quelle: GMA 2020, S. 174

Zwischenfazit

Mit standortbezogenen Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben kann die Einzelhandelsentwicklung effektiv gesteuert werden. Grundlage ist das Regensburger Sortiments- und Standortkonzept. Zentraler Grundsatz hierbei ist, 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.

6 Fazit und Ausblick

Das „Einzelhandels- und Zentrenkonzept“ wurde am 17. Juni 2020 als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Es dient als Grundlage und Orientierungsrahmen für die angestrebte Entwicklung des Einzelhandels in Regensburg bis zum Jahr 2030 und damit auch für die Beurteilung von Einzelvorhaben.

Es ist herauszustellen, dass der Grad an Planungs- und Rechtssicherheit des Konzeptes unmittelbar mit der „Konformität“ im Alltagshandeln einhergeht – durch jede Ausnahme und jedes Abweichen von den Regeln verliert es an Wirkungskraft und folglich an Rechtssicherheit. In diesem Fall stellt auch ein beschlossenes Einzelhandelskonzept keinen Abwägungsbelang mehr im Sinne des BauGB dar. Es ist nicht ausreichend, ein gutes Konzept zu erarbeiten und dieses zu beschließen; vielmehr geht es um einen fortwährenden Umsetzungsprozess, getragen von allen Beteiligten.

Das „Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Regensburg 2030“ ist zuzüglich 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 bis 10 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Die qualitätsorientierte (Weiter-)Entwicklung des Reginalzentrums Regensburg als Einzelhandels- und Versorgungsstandort kann letztlich nur im intensiven Dialog aller Akteure in Regensburg sowie in Abstimmung mit den Umlandkommunen gelingen.

Fazit

Amt für Stadtentwicklung
Abteilung Entwicklungsplanung

Minoritenweg 10
93047 Regensburg