



München Stuttgart Forchheim Köln
Leipzig Berlin Lübeck Berlin Ried(A)

Gutachterliche Stellungnahme „Sport- und Fachmarktzentrum Ulmer Straße“

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45 80333 München
T 089-55 118 154
F 089-55 118 250
cima.muenchen@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien

Bearbeitung:

Dipl.-Geograph Christian Hörmann (Projektleitung)
M.Sc. Wirtschafts- und Sozialgeographie Susanne André
M.Sc. Human Geography and Sustainability Marie-Theres Schuster

München, 25. Mai 2021

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangslage und Aufgabenstellung	5
1.1 Auftrag und Ausgangslage.....	5
1.2 Standortbeschreibung und -bewertung.....	7
1.2.1 Makrostandort Kempten	7
1.2.2 Mikrostandort Ulmer Straße.....	9
1.3 Einzelhandelskonzept für die Stadt Kempten 2019	11
1.3.1 Grundlagen, Ziele, Standort- und Sortimentskonzept.....	11
1.3.2 Einordnung des Standortes Ulmer Straße	15
2 Bewertung der Einzelhandelsplanungen	17
2.1 Aktuelle Entwicklungen in der Einzelhandelsbranche	17
2.2 Ausgangssituation in Kempten: Status Quo	20
2.3 Entwicklungsperspektiven im Einzelhandelsbereich	23
2.4 Einordnung der geplanten Handelsnutzungen	25
3 Bewertung der Entwicklungen aus dem Sportbereich	30
3.1 Aktuelle Trends und Entwicklungen in der Sportbranche	30
3.2 Sportangebot und Entwicklungspotenziale in Kempten	34
3.3 Qualitative Bewertung der möglichen Sportentwicklung	36
4 Abwägung möglicher Effekte auf Kundenfrequenzen.....	39
4.1 Einzugsgebiet und Zielgruppe des Vorhabenstandortes	39
4.2 Einordnung des Gesamtvorhabens	40
4.3 „Gefahren“ für die Einkaufsinnenstadt	42
4.4 Positivfaktoren	44
5 Konklusion	46

Verzeichnis von Abbildungen, Tabellen und Karten

Abbildung 1: Planareal Ulmer Straße.....	9
Abbildung 2: Beispiel: Attraktive Fahrradfachmärkte in städtebaulichen Randlagen.....	25
Abbildung 3: Beispiel: Moderne Babyfachhändler in städtebaulichen Randlagen.....	26
Abbildung 4: Beispiel: Fachgeschäfte für Motorradzubehör.....	27
Abbildung 5: Beispiel: Attraktive Bäder-Konzepte in städtebaulichen Randlagen.....	27
Abbildung 6: Beispiel: Küchenstudios in städtebaulichen Randlagen.....	28
Abbildung 7: Beispiel: Baumarktorientierte Fachmärkte für Heimtextilien.....	28
Abbildung 8: Anzahl der Fitness-Anlagen nach Betriebsstruktur.....	32
Abbildung 9: Entwicklung der Anzahl an Mitgliedern in Sportstudios (in Millionen).....	32
Abbildung 10: Beispiel: Gastronomiebetriebe mit eigener Destinationswirkung.....	41
Tabelle 1: Standortkategorien gemäß EHK Kempten 2019.....	12
Tabelle 2: „Kemptener Sortimentsliste“ gemäß EHK Kempten 2019.....	14
Tabelle 3: Entwicklungsmatrix gemäß EHK Kempten 2019.....	15
Tabelle 4: Pro- und Contra-Faktoren einer Einzelhandelsentwicklung an der Ulmer Straße.....	29
Tabelle 5: Pro- und Contra-Faktoren einer Sportentwicklung an der Ulmer Straße.....	38
Karte 1: Mikrostandort Ulmer Straße mit Umfeldnutzungen.....	11
Karte 2: Standortstruktur gemäß EHK Kempten 2019.....	13
Karte 3: Einzelhandelsbestand im Kemptener Stadtgebiet gemäß EHK Kempten 2019.....	21
Karte 4: Sportangebote im Kemptener Stadtgebiet.....	35

1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

1.1 Auftrag und Ausgangslage

Ausgangslage

Der Kemptner Projektentwickler Walter Bodenmüller (IBO GmbH) plant im Bereich der ehemals von der Bundeswehr genutzten Flächen an der Ulmer Straße nordöstlich der Einkaufsinnenstadt von Kempten (Allgäu) eine umfangreiche Neuentwicklung. Die Planung sieht vor, auf dem Areal ein Sport- und Fachmarktzentrum zu etablieren.

Das Konzept des Vorhabenträgers für das rd. 30.000 – 40.000 m² große Areal ist bislang noch vergleichsweise wenig konkret. Für mögliche Einzelhandelsnutzungen am Standort (mit Sortimentsschwerpunkten im sonstigen Bedarf) wurden in den vergangenen Jahren bereits umfangreiche Verträglichkeitsuntersuchungen erarbeitet und vorgelegt. Die möglichen Auswirkungen dieser Einzelhandelsbetriebe zusammen mit den im Raum stehenden sonstigen Freizeitnutzungen und deren mögliche Auswirkungen auf die Frequenzen in der Einkaufsinnenstadt sowie an anderen Standorten im Stadtgebiet waren bislang nicht Gegenstand einer gutachterlichen Auseinandersetzung.

Das Vorhaben hat in der Stadt Kempten (Allgäu) in der Vergangenheit bereits kontroverse Diskussionen ausgelöst. Die CIMA Beratung + Management GmbH, München war u.a. im Rahmen der Lenkungsgruppensitzungen zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Kempten (Allgäu) 2019/2020 an Gesprächen hierzu beteiligt. Von Seiten einzelner politischer Träger sowie insbesondere auch des City-Management Kempten e.V. wurden Befürchtungen laut, die Neuansiedlung eines Sport- und Fachmarktzentrums am Standort Ulmer Straße würde sich negativ auf die Einzelhandels- und sonstigen Strukturen in der Kemptener Innenstadt auswirken. Hierbei stehen jedoch nicht nur die geplanten Handelsnutzungen, sondern vielmehr auch die vorgesehenen Sporteinrichtungen in der Diskussion. Befürworter des umfangreichen Projekts sehen hingegen vielmehr Chancen durch einen neuen attraktiven Handels- und Dienstleistungsplatz für den Gesamtstandort Kempten. In diesem Zusammenhang wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, München, mit einer gutachterlichen Untersuchung zu den geplanten Entwicklungen im Sport- und Fachmarktbereich in der Ulmer Straße beauftragt. Im Ziel sollen seitens der cima vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen der Einzelhandels- und Innenstadtentwicklung (u.a. zunehmende Bedeutung des Online-Handels, Frequenzrückgängen in Innenstadtlagen) mögliche Effekte auf die Kemptener Einkaufsinnenstadt durch eine umfangreiche Einwicklung in der Ulmer Straße abgeleitet werden.

Aktueller Planungsstand

Planungen hinsichtlich einer Neugestaltung des Areals in der Ulmer Straße sind angesichts der Aufgabe des Bundeswehr-Standortes seit einigen Jahren im Gespräch. Insgesamt soll in der Gesamtplanung ein Fachmarktzentrum mit einem umfangreichen Branchenmix und ergänzenden Nutzungen insbesondere im Sportbereich sowie einer hohen Aufenthaltsqualität für die Bewohner und Beschäftigten in Kempten entstehen. Nach derzeitigem Planungsstand der IBO GmbH¹ stehen nunmehr Handelsflächen in einer Größenordnung von in Summe 15.750 m² Verkaufsfläche in Rede. Folgende Einzelhandelsbetriebe sollen dabei realisiert werden:

- Bettenfachmarkt (rd. 1.100 m² VK)
- Gartencenter (rd. 5.200 m² VK)
- Fahrradfachmarkt (rd. 1.800 m² VK)

¹ Angaben des Vorhabenträgers Dezember 2020

- Getränkefachmarkt (rd. 850 m² VK)
- Babyfachmarkt (rd. 1.100 m² VK)
- Handel für Motorradzubehör (rd. 600 m² VK)
- Bäderfachgeschäft (rd. 700 m² VK)
- Küchenstudio (rd. 1.800 m² VK)
- Elektronikfachmarkt „Weiße Ware“ (rd. 900 m² VK)
- Fachmarkt für Heimtextilien (rd. 1.700 m² VK)

Die aufgeführten Einzelhandelsbetriebe sollen alle im Erdgeschoss angesiedelt und durch zwei Gastronomiebetriebe (in Planung: Café und Fast-Food Lokal, zusammen rd. 700 m²) und eine Textilreinigung (ca. 250 m²) ergänzt werden. Im Obergeschoss soll der Fokus auf den Bereich Sport gelegt werden:

- Fitnesscenter mit Physiotherapie und Bereich für medizinische Rehabilitation (rd. 3.000 m²)
- Tanzstudio (rd. 1.000 m²)
- Boxstudio bzw. weitere Kampfsportarten (rd. 800 m²)

Büroflächen mit insgesamt rd. 3.000 m² sollen die Sporteinrichtungen im Obergeschoss komplettieren. In den für publikumswirksame Nutzungen unattraktiven Bereichen im Untergeschoss ist ein Selfstorage-Bereich mit mietbaren Lagerräumen ebenfalls auf rd. 3.000 m² in Planung.

Die Parkmöglichkeiten für den ruhenden Verkehr sollen sich auf ca. 600 Stellplätze belaufen.

Aufgabenstellung

Im Anbetracht der Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen und weiteren Nutzungen am Standort Ulmer Straße stehen mögliche Frequenzverlagerungen innerhalb des Kemptener Stadtgebietes im Raum. Insbesondere durch die Einrichtungen im Sport- und Freizeitbereich gekoppelt mit Gastronomiebetrieben ist anzunehmen, dass die geplanten Entwicklungen in der Ulmer Straße eine perspektivisch hohe Kundenbindung aufweisen werden. Dementsprechend liegt der Fokus der Untersuchung auf mögliche schädliche Frequenzverluste für die Einkaufsinnenstadt durch die Etablierung eines Sport- und Fachmarktzentums in der Ulmer Straße.

Bereits heute steht der innerstädtische Einzelhandel sowie sonstige innenstadtprägenden Nutzungen (wie Dienstleister, Gastronomie) durch die Corona-Krise mit Ihren Einschränkungen (u.a. temporäre Ladenschließungen, Zugangsbeschränkungen, Abstandsgebot, Maskenpflicht) unter enormen Druck. Dabei geraten nicht nur kleinere Betriebsformate in Schieflage, auch große Einzelhandelsketten wie bspw. Galeria Karstadt Kaufhof reagieren bundesweit mit Ladenschließungen. Insgesamt wirkt die Corona-Krise entsprechend als Beschleuniger des ohnehin fortschreitenden Strukturwandels, die langfristigen Folgen sind derzeit nicht abzusehen.

Vor diesem Hintergrund gilt es, auf Basis der standortspezifischen Rahmenbedingungen vor Ort und der derzeitigen Angebotssituation innerhalb Kemptens, zunächst qualitativ zu prüfen, ob die zur Planung stehenden Nutzungen am Standort Ulmer Straße nachfragegerecht und tragfähig sind. In diesem Schritt gilt es zu eruieren, ob die definierten Einzelhandelbestrebungen am Standort aus qualitativer Sicht verträglich sind und im Einklang mit den Zielen und Vorgaben zur Handelsentwicklung des EHK Kempten 2019 stehen. Dabei sind außerdem mit Blick auf die zukünftige Innenstadtentwicklung und die gesamtstädtische Fortentwicklung der Einzelhandelsituation v.a. die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes auf Basis der Bestandserhebungen sowie Bürger- und Expertenbefragungen herausgestellten Sortiments- und Branchenlücken in Kempten zu berücksichtigen. Auch die möglichen Entwicklungen aus dem Sport- und Freizeitbereich gilt es vor dem Hintergrund aktueller Trends in dieser Branche sowie bereits bestehender Angebotsformate im Stadtgebiet und Umland abzuwägen und mögliche Chancen und Risiken herauszustellen. Abschließend werden neben der Ableitung von erwartbaren Zielgruppen am Standort Ulmer Straße

und etwaigen Bindungs- bzw. Kopplungseffekten zu anderen Standorten auch Einschätzungen über mögliche positive und negative Effekte auf die Kundenfrequenzen der Kemptener Innenstadt durch das Vorhaben getroffen.

Methodik

Analysen bezüglich des Einzelhandelsbestands und offener Entwicklungspotenziale basieren auf einer vor-Ort-Erhebung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Kempten im April 2019. Im Kemptener Stadtgebiet wurde eine Erhebung sämtlicher Betriebe mit unterschiedlichen Haupt- und Nebensortimenten durchgeführt und mithilfe der umfangreichen Beteiligungsbausteine eine Ableitung im Kemptener Branchenmix fehlender Sortimente bzw. Betriebstypen und Marken erarbeitet. Darüber hinaus wurde zur Einzelhandelssteuerung u.a. eine Sortimentsliste kategorisiert nach verschiedenen Standortlagen erarbeitet. Diese bildet u.a. die Basis für die vorliegende Untersuchung.

Weiterhin wurde eine umfangreiche Desktop-Recherche zu vorhandenen Einrichtungen aus der Sport- und Freizeitbranche durchgeführt. An welchen Standorten und in welchem Umfang sind derzeit entsprechende Angebote in Kempten und dem Umland vorhanden? Welche Standortanforderungen stellen die gängigen Betreiber aus dem Sportsegment an Neuansiedlungen? Auf Basis dieser Informationen können das Areal an der Ulmer Straße und auch die Kemptener Einkaufsinnenstadt einer Bewertung als möglicher Standort für eine Nutzung aus dem Sportbereich unterzogen werden.

Darüber hinaus wurden intensive Gespräche mit den Vorhabenträger sowie der Stadt Kempten geführt, um einen Einblick in die derzeitigen Planungsprozesse sowie eine grundsätzliche Haltung gegenüber dem Standort Ulmer Straße zu erhalten. Die Ergebnisse fließen in die Untersuchung ein.

Auftraggeber

City-Management Kempten e.V.
Herr Niklas Ringeisen
Vogtstraße 13
87435 Kempten (Allgäu)

Bearbeitung

Dipl.-Geograph Christian Hörmann (Projektleitung)
M.Sc. Susanne André
M.Sc. Marie-Theres Schuster

1.2 Standortbeschreibung und -bewertung

1.2.1 Makrostandort Kempten

Die kreisfreie Stadt Kempten mit aktuell **rd. 68.975 Einwohnern²** liegt im Regierungsbezirk Schwaben in Bayern, zwischen den Städten Memmingen und Immenstadt im Allgäu. Die **Siedlungsstruktur** der Stadt Kempten kennzeichnet sich durch die Gemarkungen Kempten, Sankt Lorenz und Sankt Mang. Außerdem weist das Stadtgebiet eine kompakte Kernstadt sowie 155 weitere, z.T. sehr kleine und ländlich strukturierte Siedlungsbereiche auf. Die Stadtstruktur Kemptens ist geprägt durch einen zusammenhängenden Siedlungskörper, welcher durch den Fluss Iller als Nord-Süd-Achse geteilt wird. Der größere Teil der Siedlungsfläche sowie die Innenstadt Kemptens befinden sich am westlichen Ufer der Iller. Markant für das topographische Erscheinungsbild der Stadt ist außerdem die Lage am Alpennordrand. Gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern 2018 (LEP) kommt der Stadt Kempten die Funktion eines Oberzentrums zu.

² Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: 30.09.2020

Die **Bevölkerungsentwicklung** der kreisfreien Stadt Kempten verlief in der vergangenen Dekade sehr positiv, sodass seit 2010 insgesamt ein Bevölkerungszuwachs von rd. 11,5 % zu verzeichnen ist.³ Mit Blick auf die **Bevölkerungsprognosen** des Statistischen Landesamtes bis 2037 wird für die Stadt Kempten von einem weiteren, wenngleich deutlich geringeren Anstieg der Einwohnerzahl ausgegangen (+ 0,3 %).⁴ Diese positive Entwicklung wird durch neue Wohnbauprojekte in der Kommune begünstigt (u.a. durch das Neubaugebiet Halde oder das Wohnbauprojekt „Funkenwiese“). Mit 80 % der Beschäftigten prägt der Dienstleistungssektor die **Wirtschaftsstruktur** Kemptens wesentlich. Die übrigen 20 % sind fast ausschließlich dem produzierenden Gewerbe zugeordnet. Insgesamt sind in der Stadt Kempten derzeit rd. 37.186 Beschäftigte am Arbeitsort tätig. Dem gegenüber stehen rd. 28.813 Beschäftigte am Wohnort, sodass sich für Kempten ein positiver Pendlersaldo von + 8.373 ergibt.⁵ Die Stadt nimmt damit die Funktion als wichtiger Arbeitsstandort in der Region ein. Zu den wichtigsten Arbeitgebern vor Ort gelten u.a. Dachser SE, Allgäuer Überlandwerke, Feneberg Lebensmittel GmbH, Liebherr Verzahntechnik GmbH, Allgäuer Zeitungsverlag GmbH oder das Edelweiss Käsewerk. Mit der Gründung der Hochschule für angewandte Wissenschaften im Jahr 1977 sowie verschiedener Institute stellt Kempten zudem einen attraktiven Standort für **Wissenschaft und Forschung** dar. Mit ca. 6.000 eingeschriebenen Studierenden zählt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Kempten zu einer der größten Bayerns mit einer überregional akademischen Bedeutung.⁶ Die Kaufkraftkennziffer beläuft sich in Kempten auf 103,1.⁷ Der gemäß LEP Bayern zugewiesene Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich umfasst 310.300 Einwohner.⁸

Ein weiterer wesentlicher Wirtschaftsfaktor in der Urlaubsregion Allgäu ist der **Tourismus**. Als eine der ältesten Städte Deutschlands, einstige Römerstadt und zentraler Ort im Allgäu nimmt dieser auch in der Stadt Kempten eine wichtige Stellung ein. Folgende Kennziffern sind für das Jahr 2019 festzuhalten⁹:

- ca. 4.800.000 Tagesreisen
- ca. 354.000 Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben¹⁰
- ca. 400.000 VFR-Übernachtungen¹¹
- ca. 5.554.000 Aufenthaltstage
- ca. 209,5 Mio. € Umsatz im Tourismussegment

Mit einem vielseitigen Angebot aus u.a. Museen, Residenz, Archäologischem Park Cambodunum (APC) sowie unterschiedlicher Veranstaltungen wie dem Kemptener Jazzfrühling oder der Allgäuer Festwoche, ist die Stadt Kempten ein beliebtes Ausflugsziel. Nicht zuletzt gilt sie seit jeher als Einkaufsmetropole in der Region. Vor allem aber stellt die Stadt Kempten aufgrund ihrer zentralen Lage im Allgäu einen beliebten Ausgangspunkt in der Urlaubsregion dar. Mit einem Angebot an unterschiedlichen Freizeitaktivitäten, u.a. einer Vielzahl von Wander- und Fahrradwegen sowie

³ Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: 30.09.2010

⁴ Bayerisches Landesamt für Statistik, Demographie-Spiegel für Bayern. Berechnungen für die Stadt Kempten bis 2037. Prognosen basieren auf Annahmen der Entwicklung verschiedener Faktoren und sind daher immer mit einer gewissen Unsicherheit verbunden.

⁵ Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: 30.06.2019

⁶ Hochschule für angewandte Wissenschaften Kempten 2019

⁷ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland, Michael Bauer Research GmbH, 2020 basierend auf dem Statistischen Bundesamt. Der Kaufkraft-Index beschreibt die lokal vorhandene Kaufkraft in Bezug auf den bundesdeutschen Durchschnitt. Ein Wert von 100 steht hierbei für die durchschnittliche Kaufkraft eines Bürgers in Deutschland.

⁸ Die Einwohnerzahl der Verflechtungsbereiche ist in der Aktualisierung des LEP 2018 mit Stand 01.02.2019 angegeben. Es ist davon auszugehen, dass bei einem Bevölkerungswachstum der Verflechtungsbereich an die aktuellen Einwohnerzahlen angepasst wird.

⁹ Dwif e.V; Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Kempten 2019, August 2020

¹⁰ Inkl. Privatquartiere (u.a. Ferienwohnungen), Touristikcamper und Reisemobilisten

¹¹ VFR = „Visits of Friends and Relatives“, Verwandten und Bekanntenbesucher

Wintersportmöglichkeiten, gilt die Allgäuer Landschaft als eine der bedeutendsten Urlaubsziele Deutschlands. Somit verzeichnet Kempten neben den übernachtenden Touristen auch eine Vielzahl Tagesbesucher.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Kempten für den motorisierten Individualverkehr ist vor allem durch die Bundesstraßen B 19, B 309 sowie B 12 gekennzeichnet. Während sowohl die B 12 im Nordosten als auch die B 309 im Süden in die B 19 münden, führt die B 19 als Nord-Süd-Achse unmittelbar durch den Stadtkern und verbindet Kempten mit den Oberzentren Immenstadt im Allgäu und Sonthofen sowie, über die A 7, mit Memmingen. Neben der Autobahn A 7, welche durch das östliche Stadtgebiet verläuft und über drei Anschlussstellen anfahrbar ist („Kempten“, „Kempten Leubas“ und „Betzigau“), ist Kempten unweit südlich der Stadt an die A 980 angeschlossen. Kempten ist durch ein engmaschiges Busliniennetz erschlossen. Der Verkehrsverbund mona bedient in Kempten 26 Buslinien, welche die Stadt mit den umliegenden Städten und Gemeinden im Allgäu verbinden. Ein Anschluss an das Schienennetz und somit an den Regionalverkehr ist durch den Hauptbahnhof Kempten südlich der Innenstadt und die Bahnhalte Ostbahnhof und St. Mang gegeben.

1.2.2 Mikrostandort Ulmer Straße

Grundlegende Einordnung des Vorhabenstandortes

Der Projektstandort Ulmer Straße, wo das Sport- und Fachmarktzentrum angesiedelt werden soll, befindet sich in ca. 1,9 km Entfernung nordöstlich der Einkaufsinnenstadt in Kempten (Allgäu). Das Areal erstreckt sich westlich an der Ulmer Straße und wird nördlich neben kleineren Wohnhäusern durch die B 12 (Stephanstraße) begrenzt. Gegenstand des umfangreichen Planungsprozesses ist ein insgesamt rd. 30.300 m² großes Quartier. Die auf dem Planungsareal vormals befindlichen Versorgungsgebäude der Bundeswehr sowie ein Nebengebäude (vgl. Abbildung 1) wurden bereits abgerissen. Durch seine Lage entlang der Ulmer Straße sowie dem direkten Anschluss an die hochfrequentierte B 12 sowie der Nähe zur B 19 und zum Schumacherring ist eine **gute Sichtbarkeit** des Areals von den Hauptverkehrsträgern gegeben.

Abbildung 1: Planareal Ulmer Straße



Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2020

Nutzungen im Standortumfeld

Das unmittelbare Standortumfeld des Vorhabenstandortes ist durch eine vielfältige Nutzungsstruktur gekennzeichnet:

- Im **Osten** des Planstandortes befinden sich mit dem Discounter Norma und dem Getränkefachmarkt Micha's zwei Einzelhandelsnutzungen im direkten Umgriff. Weitere Nutzungen stellen u.a. das Unternehmen Würth, eine Tankstelle sowie ein größerer Gewerbebetrieb dar. Daran anschließend sind weiter östlich mehrere mehrgeschossige Reihenhäuser anzutreffen.
- Das **südliche** Umfeld umfasst verschiedene Nutzungsstrukturen. Direkt an den Planungsstandort angrenzend befindet sich der Toom Baumarkt mit der Bäckerei Schwarz in der Vorkassenzzone. Südöstlich ist außerdem der größere Kundenparkplatz des toom Baumarktes anzutreffen. Neben dem großflächigen Baumarkt sind überwiegend gewerbliche Strukturen im südlichen Bereich

verortet, welche im östlichen Bereich durch Bahngleise und den Bahnhof Kempten (Allgäu) Ost eingegrenzt werden. Weiter südlich erstreckt sich ein weitläufiges Wohngebiet, welches aus heterogenen Baustrukturen besteht. Neben der Wohnbebauung ist dort außerdem das Nahversorgungszentrum (NVZ) Brodkorbweg anzutreffen, in welchem die Märkte Feneberg und Kristall Markt die Leitbetriebe darstellen. Die Einzelhandelsangebote im NVZ werden darüber hinaus durch ein Fitnessstudio (Fitnesspoint Kempten) ergänzt.

- Entlang des Schumacherrings, **westlich** des Planareals, sind vor allem verschiedene Gewerbeeinheiten und einige Einzelhandelsbetriebe wie Louis Motorradbekleidung und das Farbenfachgeschäft Farbtex verortet. Westlich des hochfrequentierten Schumacherrings erstreckt sich eine Grünfläche, worauf südlich davon Wohngebäude sowie der Discounter Penny anschließen.
- Das Standortumfeld **nördlich** der B 12 ist vor allem durch weitere leerstehende, ehemals von der Bundeswehr genutzte, Gebäudestrukturen geprägt. Ergänzt werden diese u.a. durch verschiedene Gewerbeeinheiten, einer Filiale des Fast-Food-Anbieters McDonald's sowie weitere einzelne Einzelhandelsbetriebe (u.a. Zoofachmarkt Fressnapf, Farbenfachgeschäft Brillux). Diesen heterogenen Strukturen folgt weiter nördlich eine weitläufige Grünfläche, welche durch die B 19 und A 7 eingegrenzt wird.

Die direkte Umgebung des Planareals Ulmer Straße ist somit durch eine vielfältige Nutzungsstruktur und überwiegend größere Gebäudestrukturen gekennzeichnet.

Verkehrliche Erreichbarkeit

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes Ulmer Straße gestaltet sich dank der Lage an der Bundesstraße B 12 für den **motorisierten Individualverkehr** sehr gut. Die B 12 führt vom Planstandort ausgehend in nur ca. 2 Fahrminuten zur A 7 (Handewitt – Füssen, Auffahrt „Kempten“), welche Kempten u.a. mit den Städten Memmingen (Norden) und Füssen (Süden) verbindet. Die B 12 führt darüber hinaus im Westen über Isny im Allgäu nach Lindau (Bodensee), im Osten über Marktoberdorf nach Kaufbeuren. Über die westlich verlaufende B 19 ist die Kemptener Einkaufsinnenstadt schnell vom Planstandort zu erreichen (ca. 1,6 km). Darüber hinaus verbindet die B 19 Kempten mit den im Süden gelegenen Städten und Gemeinden (u.a. Immenstadt im Allgäu) bis zur österreichischen Grenze, in nördlicher Richtung geht sie in die A 7 über (Anschlussstelle „Kempten-Leubas“). Neben der B 19 verläuft westlich des Standortes auch der Schumacherring, welcher einen Teil der städtischen Ringstraße Kemptens darstellt und somit vor allem eine gute Verbindung des Standortes mit den weiteren Stadtteilen gewährleistet. Für den ruhenden Verkehr sollen am Planstandort 600 Parkplätze realisiert werden.

Eine Anbindung an den örtlichen **ÖPNV** besteht über die nächstgelegenen Bushaltestellen „Stephanstr./Berliner Platz“ und „Stephanstr./Ulmer Str.“, welche 2 sowie 4 Minuten Fußweg von dem Planstandort entfernt liegen. Die Buslinien 2 und 11 verkehren an beiden Haltestellen, die Haltestelle „Stephanstr./Berliner Platz“ wird außerdem von der Linie 3 bedient. In ca. 400 m südöstlicher Entfernung ist außerdem der Bahnhof Kempten (Allgäu) Ost zu erreichen.

Für **Fußgänger und Fahrradfahrer** ist der Planstandort ebenfalls über Fuß- und Radwege entlang der B 12 und des Schumacherrings zu erreichen.

Karte 1: Mikrostandort Ulmer Straße mit Umfeldnutzungen



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2020, Kartengrundlage: © OpenStreetMap 2020

Zusammenfassende Bewertung des Standortes für die vorgesehenen Nutzungen

Aufgrund der bereits bestehenden Einzelhandelsbetriebe und sonstigen ergänzenden Nutzungen im Umfeld kann der Planungsstandort und seine Umgebung bereits als etablierter und überwiegend autokundenorientierter Einzelhandelsstandort eingestuft werden. Das Planungsareal ist hinsichtlich seiner räumlichen Lage und der weiteren Nutzungen im Umfeld grundsätzlich als perspektivischer Handelsstandort mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs geeignet. Eine genauere Betrachtung bzgl. der Einordnung in das EHK Kempten 2019 folgt im nachstehenden Kapitel.

Auch für die weiteren vorgesehenen Nutzungen (z.B. Sportsegment) ist der Standort aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage an einer wesentlichen Verkehrsachse im Kemptener Stadtgebiet ebenfalls grundsätzlich gut geeignet (vgl. Kapitel 3).

1.3 Einzelhandelskonzept für die Stadt Kempten 2019

1.3.1 Grundlagen, Ziele, Standort- und Sortimentskonzept

Die Stadt Kempten hat sich im Jahr 2018 zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes entschieden und die CIMA Beratung + Management GmbH mit der Erarbeitung des Steuerungskonzeptes beauftragt. Das bis dahin gültige Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2013 sowie das Nahversorgungskonzept aus dem Jahr 2015 waren angesichts der veränderten

Rahmenbedingungen sowohl auf Angebotsseite (u.a. Strukturwandel im Einzelhandel, E-Commerce) als auch auf der Nachfrageseite (u.a. Bevölkerungsentwicklung, Einkaufsgewohnheiten) nicht mehr zeitgemäß. Mit der Fortschreibung 2019 sollte ein an die aktuellen Rahmenbedingungen angepasstes Konzept erstellt werden, welches der Stadt Kempten eine zukunftsgerichtete Einzelhandelsentwicklung aufzeigt.

Im Bearbeitungsprozess des Einzelhandelskonzeptes wurden neben der fachgutachterlichen Bestandsaufnahme und -analyse auch die „Betroffenen“ vor Ort wie Kunden, Einwohner, Händler, Dienstleister und Eigentümer sowie weitere Akteure (z.B. Stadtmarketing, Handelsverband Bayern, IHK) in einem Beteiligungsprozess integriert. Die Bearbeitung des Einzelhandelskonzeptes erfolgte in enger Abstimmung mit der für das EHK installierten Lenkungsgruppe bestehend aus dem Oberbürgermeister, Mitgliedern der Politik, Vertretern der Stadtverwaltung sowie Vertretern der Einzelhändlerschaft. Zur Beteiligung der Bürger wurden darüber hinaus mehrere empirische Leistungsbausteine durchgeführt. Darunter wurden zum einen Passanten mehrtäglich an unterschiedlichen Standorten im Kemptener Stadtgebiet zu Besuchsgründen, Einkaufsgewohnheiten und Wünschen seitens der Bevölkerung befragt. Zum anderen erfolgte eine telefonische Haushaltsbefragung in der Stadt Kempten und einigen Kommunen im Umland (Einzugsgebiet). Im Rahmen einer Informationsveranstaltung wurden die Bürger darüber hinaus über die Fortschritte der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes informiert und bekamen die Gelegenheit, sich zu einzelhandelsrelevanten Themen auszutauschen.

Das Einzelhandelskonzept wurde vom Kemptener Stadtrat am 19. November 2020 beschlossen.

Ziele für die Handelsentwicklung

Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurden zunächst – basierend auf einer Detailanalyse der Einzelhandelsstrukturen im Stadtgebiet – folgende wesentliche Entwicklungsziele für den Kemptener Einzelhandel definiert:

- Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion des Einzelhandelsstandortes Kempten
- Positionierung der Innenstadt als zentralen Einkaufs-, Versorgungs- und Kommunikationsraum
- Stabilisierung und Weiterentwicklung einer möglichst flächendeckenden, fußläufigen Nahversorgung in den Wohngebieten

Sämtliche Einzelhandelsentwicklungen im Kemptener Stadtgebiet sind in die o.g. Ziele zu integrieren.

Standort- und Sortimentskonzept

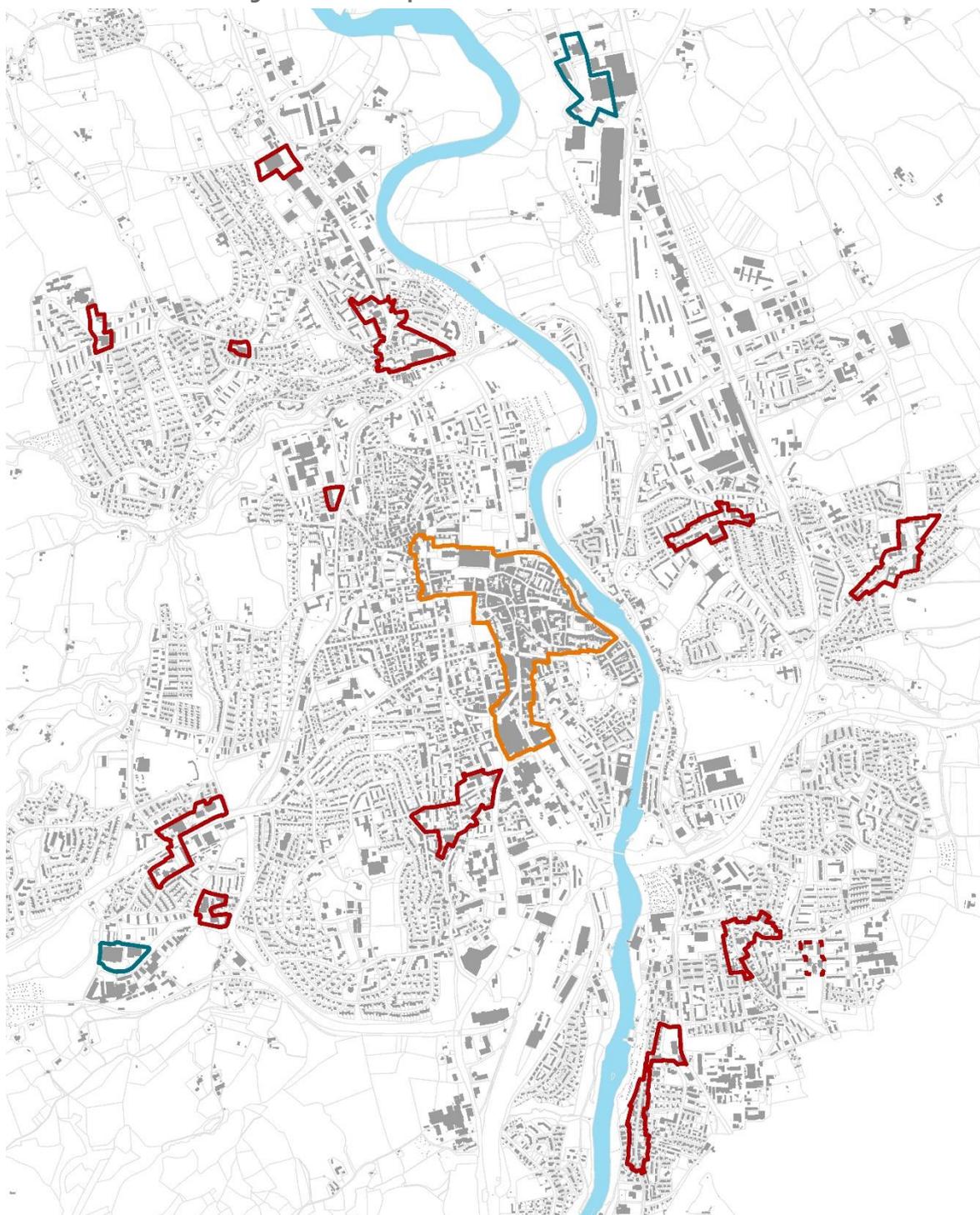
Im Rahmen des Standort- und Sortimentskonzeptes wurde des Weiteren erarbeitet, wo bzw. an welchen Standorten künftig Einzelhandel mit welchen Sortimenten stattfinden soll. Das eigens für die Stadt Kempten erarbeitete **Standortkonzept** umfasst dabei folgende Struktur:

Tabelle 1: Standortkategorien gemäß EHK Kempten 2019

Standortkategorie	
Einkaufsinnenstadt	Zentraler Versorgungsbereich (ZVB)
12 Nahversorgungszentren	Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)
Bereich lokaler Versorgungsfunktion	Integrierte Lage
Sonderstandorte	Dezentrale Lage

Quelle: EHK Kempten 2019 Kapitel 7.3.2

Karte 2: Standortstruktur gemäß EHK Kempten 2019



Die Zentrenstruktur in Kempten

-  Abgrenzung der Innenstadt
-  Abgrenzungen der Nahversorgungszentren
-  Abgrenzung des Bereichs lokaler Versorgungsfunktion
-  Abgrenzungen der Sonderstandorte



Quelle: EHK Kempten 2019, Kapitel 7.3.2

Neben den in Tabelle 1 aufgeführten Standortbereichen gibt es im Kemptener Stadtgebiet außerdem sonstige integrierte Lagen (Standortbereiche mit Wohngebietsbezug und Anbindung an den ÖPNV) sowie städtebauliche Randlagen. Der Innenstadt kommt als zentraler Versorgungsbereich 1. Ordnung in diesem Zusammenhang eine wesentliche Bedeutung für die gesamtstädtische Einzelhandelslandschaft zu. Zwischen den o.g. Standortkategorien herrscht eine Arbeitsteilung. Während die Einkaufsinnenstadt im Wesentlichen auf die Sortimente des Innenstadtbedarfs orientiert ist, liegt der Angebotsschwerpunkt in den Nahversorgungszentren und sonstigen integrierten Lagen im Bereich der nahversorgungsrelevanten Angebote. Darüber hinaus bilden die Sonderstandorte (perspektivisch) den Angebotsschwerpunkt im sonstigen Bedarfsbereich. In Karte 2 sind die Standortkategorien gemäß EHK Kempten 2019 räumlich dargestellt.

Im Rahmen des **Sortimentskonzeptes** wurde eine Unterteilung der Sortimente in die Bedarfsgruppen „Innenstadtbedarf“, „Nahversorgungsbedarf“ sowie „sonstiger Bedarf“ vorgenommen. In der nachfolgenden Tabelle ist die sog. Kemptener Liste dargestellt.

Tabelle 2: „Kemptener Sortimentsliste“ gemäß EHK Kempten 2019

Sortimente des Innenstadtbedarfs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parfümeriewaren ▪ Baby- und Kinderartikel* ▪ Bücher ▪ Spielwaren ▪ Bekleidung, Wäsche ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Sportbekleidung und -schuhe ▪ kleinteilige Sport- und Campingartikel ▪ Haushaltselektronik („weiße Ware“) ▪ Unterhaltungselektronik („braune Ware“) ▪ Computer und Zubehör, Foto, Film ▪ Wohnaccessoires (ohne Möbel), Heimtextilien, Bettwaren, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör ▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Antiquitäten/Kunst ▪ Uhren, Schmuck ▪ Papier- und Schreibwaren, Bastelbedarf, Schul- und Bürobedarf ▪ Optik, Hörgeräteakustik ▪ Musikinstrumente, Musikalien
Sortimente des Nahversorgungsbedarfs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel, Getränke ▪ Drogeriewaren, Kosmetik ▪ Apothekenwaren ▪ Sanitätswaren ▪ Zeitungen/Zeitschriften ▪ Blumen/Floristik
Sortimente des sonstigen Bedarfs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autozubehör, -teile, -reifen ▪ Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse ▪ Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren ▪ Boote und Zubehör ▪ Fahrräder und Zubehör ▪ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen ▪ Leuchten und Zubehör ▪ Möbel, Küchen ▪ Zooartikel, Tiere

* beinhaltet Baby- und Kinderbekleidung, Schuhe, Schulranzen/Rucksäcke, Zubehör (sonstige Erstausrüstung, Schnuller)
Quelle: EHK Kempten 2019, Kapitel 7.2.2

Bei der Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben können die Ansiedlungsoptionen der Ansiedlungsmatrix entnommen werden. Einzelhandelsbetriebe mit Sortimenten des Innenstadtbedarfs sind entsprechend der Matrix (vgl. Tabelle 3) ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt zulässig. Sortimente des Nahversorgungsbedarfs (insb. Lebensmittel) sind hingegen nach einer Einzelfallabwägung mit Ausnahme der städtebaulichen Randlagen in sämtlichen Standortkategorien möglich. Sortimente des sonstigen Bedarfs unterliegen keiner räumlichen Beschränkung.

Tabelle 3: Entwicklungsmatrix gemäß EHK Kempten 2019

Standort	Sortimente des Innenstadtbedarfs	Sortimente des Nahversorgungsbedarfs	Sortimente des sonstigen Bedarfs
Einkaufsinnenstadt (zentraler Versorgungsbereich)	Ja	Ja	Ja
Nahversorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche)	Nein	Ja**	Ja
Integrierte Lagen* inkl. Bereich lokaler Versorgungsfunktion	Nein	Ja** nur Lebensmittel	Ja
Sonderstandorte	Nein	Ja**	Ja
Städtebauliche Randlagen	Nein	Nein	Ja

Quelle: EHK Kempten 2019, Kapitel 8.1

* städtebaulich integrierte Lage, wesentliche Wohnnutzung im unmittelbaren Standortumfeld;

** Ansiedlung von Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs grundsätzlich möglich, Zulässigkeit (u.a. Standort, Größenordnung) bei Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit im Rahmen einer Einzelfallprüfung

Bei Betrieben mit Hauptsortiment des sonstigen Bedarfs außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Einkaufsinnenstadt sind bei Neuansiedlungen außerdem Randsortimente des Innenstadt- und des Nahversorgungsbedarfs zur Abrundung des betrieblichen Angebotsspektrums zulässig, sofern sie branchentypisch sind und in einem untergeordneten Rahmen bleiben. Sie dürfen nachweislich keine schädlichen Auswirkungen auf bestehende Strukturen (zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt, Nahversorgungszentren, sonstige Nahversorgungsstrukturen) nach sich ziehen. Dies gilt es jedoch in Einzelfallprüfungen fundiert zu untersuchen und abzuwägen.

1.3.2 Einordnung des Standortes Ulmer Straße

Seit Beschluss der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Kempten 2019 im November 2020 bildet das neu aufgelegte Steuerungskonzept den Rahmen für die strategische Weiterentwicklung des Einzelhandels in Kempten (vgl. Kapitel 1.2).

Am Standort Ulmer Straße ist gemäß EHK eine handelsseitige Weiterentwicklung grundsätzlich denkbar. Das Areal ist im Hinblick auf das Steuerungskonzept in einer städtebaulichen Randlage und damit außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sowie abgegrenzter Sonderstandorte gelegen und weist bereits heute im unmittelbaren Standortumgriff Handelsbetriebe auf. Da dem Standort keine wesentliche Nahversorgungsbedeutung zukommt und eine fußläufige Anbindung an die umliegenden Wohngebiete aktuell sowie perspektivisch nicht gegeben ist (u.a. fehlende Wegeverbindungen, Topographie, Distanz), wird der Standort nahezu ausschließlich von Autokunden frequentiert. Entsprechend würde eine Entwicklung der Nahversorgung keinen Beitrag zur Verbesserung der fußläufigen Versorgungsqualität im Kemptener Stadtgebiet leisten. In städtebaulichen Randlagen sind daher gemäß Konzept **Sortimente des Nahversorgungsbedarfs** als Hauptsortiment unzulässig.

Allerdings sind am Vorhabenstandort **Sortimente des sonstigen Bedarfs** grundsätzlich denkbar. Jedoch ist hierbei die Begrenzung der Randsortimente des Innenstadt- und Nahversorgungsbedarfs zu beachten (Einzelfallabwägung im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung). Einzelhandels-

ansiedlungen mit **Hauptsortiment des Innenstadtbedarfs** (z.B. Bekleidungsfachmarkt) sind am Standort Ulmer Straße hingegen ausgeschlossen.

Die gemäß EHK Kempten 2019 grundsätzlich möglichen Einzelhandelsformate für den Vorhabenstandort decken sich auch mit den Ergebnissen der Bürgerbeteiligung. Bei einer Bürgerveranstaltung im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurden seitens der Bürger insbesondere einzelhandelsrelevante Weiterentwicklungen des Areals angemerkt.¹²

Aus Sicht des Einzelhandelskonzeptes ist der Standort Ulmer Straße somit ein Potenzialstandort für mögliche Einzelhandelsansiedlungen mit Sortimenten des sonstigen Bedarfs. Jedoch stellt sich im weiteren Schritt die Frage, welche Einzelhandelspotenziale im Bereich des sonstigen Bedarfs innerhalb des Kemptener Stadtgebietes generell bestehen und wie die bereits angestrebten Einzelhandelsplanungen am Standort Ulmer Straße u.a. im Kontext des EHK sowie weiterer Rahmenbedingungen bewertet werden können.

¹² vgl. Empiriebericht im Zuge der Fortschreibung des EHK Kempten 2019, S. 43f.

2 Bewertung der Einzelhandelsplanungen

Im geplanten Sport- und Fachmarktzentrum an der Ulmer Straße nehmen die vorgesehenen Einzelhandelsflächen den größten Raum ein. Insgesamt ist ein Flächenvolumen im Handelsbereich in einer Größenordnung von rd. 15.000 m² vorgesehen. Diese teilt sich in folgende Einzelbetriebe auf:

- Bettenfachmarkt (rd. 1.100 m² VK)
- Gartencenter (rd. 5.200 m² VK)
- Fahrradfachmarkt (rd. 1.800 m² VK)
- Getränkefachmarkt (rd. 850 m² VK)
- Babyfachmarkt (rd. 1.100 m² VK)
- Handel für Motorradzubehör (rd. 600 m² VK)
- Bäderfachgeschäft (rd. 700 m² VK)
- Küchenstudio (rd. 1.800 m² VK)
- Elektronikfachmarkt „Weiße Ware“ (rd. 900 m² VK)
- Fachmarkt für Heimtextilien (rd. 1.700 m² VK)

Die angesprochene Planung setzt sich vornehmlich aus Angeboten des sonstigen Bedarfs (vgl. Kapitel 1.3.1) zusammen. Jedoch sind insbesondere Randsortimente aus dem Innenstadtsegment zu berücksichtigen.

2.1 Aktuelle Entwicklungen in der Einzelhandelsbranche

Bereits im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Kempten (Fortschreibung 2019) fand eine intensive Auseinandersetzung mit den aktuellen Rahmenbedingungen und Entwicklungen im Einzelhandel statt. Im Folgenden werden die für den Standort Ulmer Straße sowie die Einkaufsinnenstadt Kempten wesentlichen Punkte noch einmal kurz aufgeführt.

Trends im innerstädtischen Einzelhandel / Sondersituation Corona

Bundesweit ist bereits seit Jahren in der Einzelhandelslandschaft ein tiefgreifender Strukturwandel festzustellen.¹³ Während v.a. kleine, inhabergeführte Betriebe aus dem Markt ausscheiden, dominieren zunehmend Filialisten den Einzelhandel. Dabei hat sich in einigen Kommunen ein Konkurrenzverhältnis unterschiedlicher Lagen herausgebildet. Die cima beobachtete in diesem Zusammenhang in der Vergangenheit in Städten ähnlicher Größenklasse wie Kempten handelsseitige Entwicklungen, welche sich negativ auf die Handelsstrukturen in der Innenstadt auswirken. Vielerorts wurden in den vergangenen Jahren großformatige Neuansiedlungen mit innerstädtischen Leitsortimenten (z.B. Bekleidung) außerhalb der Innenstadt vorgenommen. Es entstanden Einkaufszentren in verkehrsgünstigen Lagen, welche einen Kaufkraftabzug aus der Innenstadt auslösten und langfristig zu einer Verödung des Zentrums beitragen. Ein solcher Kaufkraftabfluss ist insbesondere an denjenigen Standorten zu konstatieren, an welchen dieselben Sortimente, Warengruppen und Marken angeboten werden, welche es ebenfalls in der Innenstadt gibt (z.B. Mode). V.a. große Einkaufszentren auf der grünen Wiese (z.B. ECE, mfi), die neben einem innenstadtrelevanten Einzelhandelsangebot auch die zentrenüblichen Komplementärnutzungen wie Gastronomie und Dienstleister vorhalten, nehmen hier eine enorme Konkurrenzposition ein. Deutlich geringer fallen die Konkurrenzbeziehungen aus, sofern die Sortimente auf den jeweiligen Standort (z.B. Sortimente des sonstigen Bedarfs an autokunden-

¹³ Eine detaillierte Beschreibung und Erläuterung des Strukturwandelprozesses ist der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Kempten 2019 zu entnehmen. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung erfolgt lediglich ein Kurzauszug der wesentlichen Punkte.

orientierten Standorten) angepasst sind. So sind Handelsformate mit bspw. Bau- und Gartenmarktsortiment für Lagen abseits der zentralen Standorte geeignet. Dezentrale Standorte mit Angebotsschwerpunkt im sonstigen Bedarf (z.B. Möbel, Baumarkt) können außerdem i.S. einer ausgewogenen Handelslandschaft eine sinnhafte Ergänzung zum Innenstadthandel darstellen. Es bilden sich oftmals Kopplungen heraus.

In der Stadt Kempten (Allgäu) wurde mit Blick auf handelsseitige Entwicklungen außerhalb der Einkaufsinnenstadt eine vergleichsweise restriktive Standortstrategie verfolgt. Zum Schutz der Innenstadt als wesentlicher Handelsplatz wurde weitestgehend auf Neuansiedlungen außerhalb des Stadtzentrums verzichtet. In der Folge zeigt sich die Einkaufsinnenstadt Kemptens auch heute als attraktive Einkaufsdestination. Allerdings werden auch Versäumnisse von Ansiedlungen aus dem sonstigen Bedarfsbereich sichtbar.

Waren es vormals die Handelsstandorte auf der grünen Wiese, so ist es heute überwiegend der steigende Marktanteil des Online-Handels welcher die Innenstadt unter Druck setzt. Dies bleibt nicht ohne Folgen. Während sich der Strukturwandel fortsetzt und der kleinteilige inhabergeführte Einzelhandel immer mehr aus der Einzelhandelslandschaft verschwindet, prägen (internationale) Filialisten zunehmend das Gesicht der Städte. Doch auch diese geraten zunehmend in Bedrängnis. Die Flächenanforderungen der großformatigen Einzelhandelsbetriebe passen oftmals nicht in die in den Innenstädten vorhandene, zumeist kleinteilige Bebauungsstruktur. Entsprechend streben Filialkonzepte neben den Stadtzentren auch andere Standorte im Stadtgebiet für Neuansiedlungen an. Zudem steigert der Online-Handel seine Marktanteile und übt intensiven Druck auf den stationären Einzelhandel aus. Leerstände, insbesondere von kleineren Ladenlokalen auch in zentralen Lagen, sind vielerorts die Folge. Auch in Kempten stehen insbesondere in den Nebenlagen heute einzelne Ladenlokale leer. Je nach Stadtgröße sowie allgemeiner Strukturkennziffern einer Kommune können diese durch eine handelsseitige Wiederbelegung oder durch andere Nutzungen (z.B. Gastronomie, Dienstleister) kompensiert werden. Doch nicht jeder Handelsleerstand kann künftig durch eine publikumswirksame Nachnutzung wiederbelegt werden. An einigen Orten, v.a. in sehr kleinen strukturschwachen Kommunen, lösen sie jedoch Trading-Down-Prozesse aus und tragen zur Verödung der Innenstädte bzw. Ortszentren bei.

Auch attraktive Filialkonzepte werden angesichts der tiefgreifenden Veränderungen in der Handelswelt bedrängt. Nicht zuletzt aufgrund der Corona-Krise, einhergehend mit tiefgreifenden Einschnitten in das öffentliche Leben (Lockdown mit temporären Geschäftsschließungen, Abstandsgebot, Maskenpflicht) sowie Einkommensrückgängen in der Bevölkerung durch Kurzarbeit sehen sich Einzelhändler jeder Couleur mit enormen Herausforderungen konfrontiert. Insbesondere der innerstädtische Handel ist hiervon in besonderem Maße betroffen, da weitere Faktoren, wie die Absage von Großveranstaltungen und Kulturangeboten sowie Einschränkungen in der Gastronomie die Frequenzen in den Hauptlagen weiterhin schmälern. In der Folge gilt im Speziellen die Modebranche (Bekleidung, Schuhe) als Verlierer der Corona-Krise. So werden in den vergangenen Monaten immer wieder Meldungen von Insolvenzen und Schließungen von Filialkonzepten publik (z.B. Esprit, Douglas, Hallhuber), die für die Bevölkerung vergleichsweise überraschend kommen. Auch inhabergeführte Handelsbetriebe, die von den Unterstützungsleistungen der Bundesregierung abhängig sind, stehen einer ungewissen Zukunft gegenüber.

Andere Branchen wie bspw. der Lebensmittel- und Drogeriehandel konnten hingegen ihre Umsätze im ersten Halbjahr 2020 deutlich steigern. Auch Handelsformate, die ohnehin nahezu ausschließlich außerhalb der Stadtzentren ansässig sind, wie bspw. Bau- und Gartenmärkte sowie der Fahrrad Einzelhandel können als „Gewinner“ der Krise bezeichnet werden und Umsatzzuwächse gegenüber dem Vorjahr erzielen. Insgesamt werden schnell zu erreichende, autokundenorientierte Einzelhandelsstandorte mit großen Kundenparkplätzen von der Bevölkerung während der Krise bevorzugt.

Wenngleich zwischenzeitlich in den Sommer- und Herbstmonaten 2020 eine neue Normalität eingeleitet war, wirkt die Pandemie im Winter mit erneuten Schließungen von Gastronomie, Dienstleistern und Einzelhandel wieder erneut enorm auf den stationären Einzelhandel und die Innenstadt als Erlebnisraum ein. Die Zulassung unterschiedlicher Impfstoffe und der Beginn der Impfung in der Bevölkerung können zwar als Lichtblick gewertet werden, die weiterhin steigenden Fallzahlen lassen jedoch bislang kein Ende der Pandemie absehen. Zum heutigen Zeitpunkt können die langfristigen Folgen der Corona-Krise für die Einzelhandelslandschaft entsprechend nicht abschließend eingeschätzt werden. Die cima geht davon aus, dass sich der ohnehin stattfindende Strukturwandel mit einem Rückgang v.a. der kleineren Einzelhandelsbetriebe im Zuge der Corona-Krise zunehmend beschleunigen wird. So ist mittelfristig mit der Schließung einiger v.a. kleinerer Ladeneinheiten vor allem in den Innenstadtlagen zu rechnen. Während vormals überwiegend die Nebenlagen in Schwierigkeiten geraten sind (u.a. Leerstände, Trading-Down), zeichnen sich heute auch in den A-Lagen der Stadtzentren vermehrt leerstehende Ladenlokale ab.

Die Entwicklungen in der Einzelhandelslandschaft stellen die Kommunen, so auch die Stadt Kempten, entsprechend vor wesentliche Herausforderungen. Den Bedürfnissen der unterschiedlichen Anforderungen gerecht zu werden und eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung zu steuern, ist eine der wesentlichen Aufgaben der Stadtentwicklung. Entsprechend sollten große Einzelhandelsneuanordnungen mit Bedacht realisiert werden.

Zukunftsperspektive für die Innenstadt als Handelsplatz

Bereits vor Einsetzen der Corona-Pandemie hat sich die Innenstadt in ihrer Funktion als Handelsplatz gewandelt. Während der Einzelhandel einen zunehmenden Bedeutungsverlust erleidet, werden andere Besuchsgründe für die Innenstadt wichtiger. Attraktive Gastronomiebetriebe sowie Kultur- und Freizeitangebote nehmen aus Sicht der Besucher einen immer höheren Stellenwert ein. Diese Ansicht wird auch durch den cima.MONITOR bestätigt. In der regelmäßig durch die cima durchgeführten Befragung zeigt sich, dass der Einzelhandel zwar nach wie vor das Leitmotiv für einen Besuch in der Innenstadt ist, aber auch Faktoren wie Aufenthaltsqualität, Sauberkeit und ein ansprechendes Angebot an Grünflächen besondere Merkmale eines Innenstadtbesuchs sind.¹⁴ Aktuelle Untersuchungen und Befragungen zufolge zeigen sich die Leute während des Lockdowns „innenstadthungrig“ und vermissen ihr jeweiliges Stadtzentrum als Erlebnisraum, Einkaufsort und Treffpunkt. Die cima geht davon aus, dass der Einzelhandel auch nach der Corona-Pandemie den wesentlichsten Besuchsgrund für die Innenstadt darstellen wird. Allerdings wird der Faktor „Erlebnis“ im Rahmen des Einkaufens in Verbindung mit Gastronomie, Kultur und Dienstleistungen in seiner Magnetfunktion an Bedeutung gewinnen.

Der klassische Versorgungseinkauf findet heute nicht mehr allein an Standorten in der Innenstadt oder anderorts im Stadtgebiet statt. Durch den Online-Handel stehen den Kunden ubiquitär nahezu sämtliche Waren und Produkte rund um die Uhr zur Verfügung. Meist können die Online-Händler darüber hinaus günstigere Preise für die Kunden generieren. Durch die temporären Ladenschließungen im Zuge der Corona-Pandemie konnte der Online-Handel insbesondere in den innerstädtischen Leitsortimenten seine Marktanteile erhöhen und z.T. bislang wenig online-affine Kundengruppen für sich gewinnen.

Um sich dennoch gegen die enorme Konkurrenz im Internet durchsetzen zu können, benötigt der stationäre Einzelhandel in einer Zeit Post-Corona entsprechend Ideen den Einkauf in ein Erlebnis zu übersetzen, welches nicht im Internet substituierbar ist. (Inter-)Nationale Filialkonzepte wie bspw. Globetrotter, aber auch in Kempten ansässige inhabergeführte Kaufhäuser wie bspw. Reischmann übernehmen in diesem Zusammenhang eine Vorbildfunktion mit bspw. einer speziellen Produktauswahl durch ein attraktives Ladenlayout mit Erlebniselementen (z.B. Kletterwand), ein hohes Serviceversprechen sowie Verweilangebote (z.B. Kaffeebar). Insbesondere im Hinblick auf die für die

¹⁴ Vgl. cima.MONITOR 2019

Innenstadt bedeutsamen Sortimentsbereiche Bekleidung, Schuhe, Sport stehen den Händlern vielfältige Möglichkeiten zur Inszenierung der Produkte zur Verfügung.

Neben den Aktivitäten einzelner Händler steht bei den Kunden zunehmend das Gesamtprodukt Innenstadt im Fokus. Wenn der Besuch der Innenstadt seitens der Besucher als Erlebnis oder Event wahrgenommen wird, ist ein Einkauf im Internet nicht (mehr) konkurrenzfähig. Gleiches gilt für funktional ausgestaltete Standorte auf der grünen Wiese bzw. in Fachmarktlagen. Das Bestreben der Stadtverwaltung und/oder des City-Managements sollte folglich sein, gemeinsam mit sämtlichen Innenstadtakteuren einen attraktiven Erlebnisraum zu generieren.

Auswirkungen auf die Kemptener Einzelhandelslandschaft

Noch sind die langfristigen Folgen des Strukturwandels und der Corona-Krise nicht absehbar. Es ist jedoch zu erwarten, dass auch in der Kemptener Handelslandschaft vermehrt Marktaustritte zu verzeichnen sein werden. Nicht jedes Ladenlokal wird künftig wieder mit einem Handelsbetrieb oder einer sonstigen publikumsorientierten Einrichtung (z.B. Gastronomie, Dienstleistung) belegt werden. Konzentrationsprozesse sind die Folge. Bereits heute, ca. 1 Jahr nach Beginn der Pandemie, verzeichnet die Kemptener Innenstadt zunehmend Leerstände. Hiervon sind sowohl Ladenlokale in den Neben- als auch den Hauptlagen betroffen.

Trotz dieser negativen Prognose wird die Stadt Kempten in ihrer zentralörtlichen Funktion als Oberzentrum und als Tourismusdestination im Allgäu auch zukünftig eine wesentliche Handelsdestination darstellen. Vor diesem Hintergrund hat das Oberzentrum die Aufgabe, die Bewohner ihres Verflechtungsbereichs mit Waren sämtlicher Bedarfsgruppen zu versorgen.

Die Arbeitsteilung der unterschiedlichen Standortbereiche, d.h. Innenstadt als „Erlebnisraum“ auf der einen, und sonstige Lagen im Stadtgebiet als reine Versorgungsstandorte auf der anderen Seite, erfüllt hier weiterhin einen wesentlichen Zweck. Wenngleich die Innenstadt als Handelsplatz auch aus Sicht des EHK Kempten 2019 grundsätzlich Priorität genießt, können bestimmte Einzelhandelsformate aufgrund ihrer Flächenerforderlichkeiten sowie starken Pkw-Affinität nicht in den kleinteiligen Innenstadtlagen verortet werden. Aufgrund der aktuell sehr angespannten Situation in der Einzelhandelswelt sollten jedoch sämtliche Neuentwicklungen im Einzelhandelsbereich auf eine möglichst erfolgreiche Weiterentwicklung der Innenstadt abgestimmt werden.

2.2 Ausgangssituation in Kempten: Status Quo

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Kempten 2019 wurde eine umfassende Vor-Ort-Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Kemptener Stadtgebietes durchgeführt (vgl. Karte 3).¹⁵ Dabei wurden die Betriebe entsprechend ihres Hauptsortiments (Umsatzschwerpunkt) einer Warengruppe zugeordnet und nach Betriebszahl, Verkaufsfläche und Umsatz¹⁶ differenziert. Folgende Kennziffern ergaben sich dabei für den **gesamten Einzelhandelsstandort** Kempten:

- Das Oberzentrum Kempten verfügt über einen gesamtstädtischen Einzelhandelsbestand von 553 Betrieben.
- Die o.g. Einzelhandelsbetriebe operieren auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 249.995 m².
- Der rechnerisch ermittelte Einzelhandelsumsatz über alle Branchen hinweg liegt bei insgesamt rd. 741,0 Mio. € (brutto p.a.).

¹⁵ Die Erhebung der Einzelhandelsbetriebe sowie der ergänzenden Nutzungen innerhalb des Stadtgebietes Kempten fand im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes im März/April 2019 statt.

¹⁶ Die Ermittlung der Umsätze erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2019/2020 (Brutto-Umsatz je m² Verkaufsfläche p.a.) für die insgesamt 32 Einzelbranchen gemäß cima-Systematik und orientierten sich dabei an anerkannten, deutschlandweiten Durchschnittswerten sowie örtlichen Rahmenbedingungen.

Karte 3: Einzelhandelsbestand im Kemptener Stadtgebiet gemäß EHK Kempten 2019



Einzelhandel im Stadtgebiet Kempten

Periodischer Bedarf

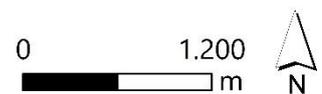
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Zeitschriften, Schnittblumen

Größenklassen

- < 100 m²
- 100 m² - 299 m²
- 300 m² - 799 m²
- > 799 m²

Aperiodischer Bedarf

- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Bücher, Schreibwaren
- Spielwaren, Hobbybedarf
- Sportartikel, Fahrräder
- Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
- Uhren, Schmuck
- Optik, Akustik, Sanitätsartikel
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Einrichtungbedarf
- Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel



CIMA Beratung + Management GmbH
 Quelle: Eigene Erhebung
 Kartengrundlage: Stadt Kempten
 Stand: März 2019

Quelle: EHK Kempten 2019, Kapitel 4.2

Arbeitsteilung zwischen den Standortbereichen

In seiner Rolle als Oberzentrum fungiert die Stadt Kempten als wesentliche Einkaufsdestination im Allgäu. Dabei übernimmt die Stadt nicht nur einen Versorgungsauftrag in den klassischen Innenstadtsortimenten, sondern über den gesamten Einzelhandelsbereich hinweg. Der Kemptener Einzelhandel kommt diesem Versorgungsauftrag nicht in allen Sortimentsbereichen in gleicher Qualität nach. Entsprechend sind für eine zielgerichtete Weiterentwicklung alle Sortimente in den Blick zu nehmen.

In der Kemptener Handelslandschaft erfolgt eine Arbeitsteilung zwischen der Innenstadt, wohnortnah gelegenen Nahversorgungszentren und sonstigen Standorten (inkl. Sonderstandorten) im Stadtgebiet. Während der Angebotsschwerpunkt in der Einkaufsinnenstadt bei den Sortimenten des Innenstadtdarfs (u.a. Bekleidung, Schuhe, Sport) liegt, werden die Waren des sonstigen Bedarfs (z.B. Möbel, Garten- und Baumarktartikel) aufgrund des großen Flächenbedarfs sowie der Notwendigkeit des Pkw-Transports überwiegend in verkehrsgünstigen Lagen angeboten. Darüber hinaus werden nahversorgungsrelevante Waren, wie bspw. Lebensmittel, Apotheker- und Drogerieartikel überwiegend wohnortnah in den Nahversorgungszentren vorgehalten.

Die arbeitsteilige Standortaufteilung verfolgt das Ziel ein umfangreiches Einzelhandelsangebot in sämtlichen Sparten vorzuhalten.¹⁷ Wenngleich die Innenstadt priorisierter Standort für Einzelhandel ist, so ist sie aufgrund der dort vorherrschenden Rahmenbedingungen (u.a. kleinteilige Bebauungsstruktur, hohe Mietbelastungen, keine unmittelbare Pkw-Anfahrbarkeit) nicht für alle Handelsformen geeignet. Unter der Kategorie Sonstiger Bedarf sind all diejenigen Sortimente subsummiert, die hinsichtlich der Flächenanforderungen nicht in der Innenstadt unterkommen können.

Detailbetrachtung Einkaufsinnenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt präsentiert sich als attraktiver Handelsstandort mit überregionaler Bedeutsamkeit. Im Hinblick auf den Gesamtbestand sind in der Kemptener Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt) mehr als die Hälfte der Betriebe (insg. 292 Betriebe) und knapp 38 % der stadtweiten Verkaufsfläche (insg. rd. 94.670 m²) verortet. Als wesentliches Leitsortiment kann sowohl mit Blick auf die Anzahl der Betriebe als auch auf die Verkaufsfläche und den Gesamtumsatz der Bekleidungsbereich identifiziert werden. Mit u.a. Galeria Kaufhof und den Modehäusern der Fa. Reischmann und TK Maxx sind hier wesentliche großflächige, strukturprägende Anbieter zu nennen. Insgesamt sind in der Innenstadt 81 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von knapp 45.000 m² dem Bekleidungs- und Wäschesegment zuzuordnen, dabei sind vor allem kleinteilige Angebotsstrukturen aus filialisierten und inhabergeführten Fachgeschäften vorzufinden. Ergänzt werden die Bekleidungsfachgeschäfte durch weitere Anbieter modischer Artikel wie z.B. Sportfachhändler, Schuhfachgeschäfte, Läden für Uhren und Schmuck sowie Optik. Neben Einzelhandelsbetrieben dominieren im Nutzungsmix der Einkaufsinnenstadt außerdem vielfältige gastronomische Einrichtungen, Dienstleister sowie öffentliche Einrichtungen. Auch der öffentliche Raum präsentiert sich überwiegend als attraktiver Aufenthaltsort, der zum Verweilen einlädt. In der Folge ist die Kemptener Innenstadt gleichermaßen für die Bewohner Kemptens und des Umlands wie auch für Touristen eine beliebte Einkaufsdestination.

Wenngleich der Einzelhandel in den vergangenen Jahren enorm unter Druck steht (Stichwort Strukturwandel) und aktuell die Corona-Pandemie mit ihren unmittelbaren Folgen (u.a. temporäre Betriebsschließungen, Zugangsbeschränkungen, Maskenpflicht) auf die Innenstadthändler einwirkt, kann die Kemptener Einkaufsinnenstadt als stabil und leistungsfähig eingestuft werden. In den Randbereichen des zentralen Versorgungsbereichs (z.B. Bäckerstraße) sind jedoch bereits heute vermehrt Leerstände sowie Mindernutzungen sichtbar. Seit Beginn der Corona-Pandemie sind außerdem vereinzelt Leerstände in den A-Lagen zu verzeichnen, welche nicht unmittelbar wiederbelegt

¹⁷ Die Weiterentwicklung des Einzelhandels in allen Sortimentsbereichen verfolgt dem Ziel „Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion des Einzelhandelsstandortes Kempten“ gemäß EHK Kempten 2019

werden können. Entsprechend sollten Weiterentwicklungen im Einzelhandelsbereich auch außerhalb der Einkaufsinnenstadt mit Augenmaß bewertet werden.

Detailbetrachtung sonstige Lagen

Ein Großteil des Kemptener Einzelhandels findet außerhalb des Innenstadtbereichs statt. Hierbei sind einerseits die gemäß EHK Kempten 2019 definierten Nahversorgungszentren und Sonderstandorte, aber auch Streulagen als Handelsstandorte zu nennen. Der Sortimentsschwerpunkt liegt außerhalb der Einkaufsinnenstadt entsprechend im Nahversorgungs- und sonstigen Bedarf.

Im EHK Kempten 2019 wurden insgesamt 12 Nahversorgungszentren ausgewiesen, welche die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit Waren des periodischen Bedarfs (u.a. Lebensmittel, Drogerie) sicherstellen sollen. Sie verfügen über ergänzende Angebote unterschiedlicher Sortimente. Daneben fungieren die Standorte „Im Allmey“ und „Fenepark“ ebenfalls als Handelsschwerpunkte im Stadtgebiet. Hier sind mit u.a. Modepark Röther und Saturn jedoch auch großformatige Einzelhandelsbetriebe ansässig, die hinsichtlich ihres Sortimentsschwerpunktes grundsätzlich in der Innenstadt vorzusehen sind. In sonstigen Streulagen im Stadtgebiet sind darüber hinaus weitere großflächige sowie kleinteilige Handelsbetriebe vorhanden. Als Flächengrößter Anbieter ist in diesem Zusammenhang die Möbelagglomeration XXXLutz/Mömax zu nennen.

2.3 Entwicklungsperspektiven im Einzelhandelsbereich

Die Stadt Kempten verfügt als Oberzentrum mit großer touristischer Bedeutung über ein umfangreiches Einzelhandelsangebot in nahezu sämtlichen Sortimenten. Im Rahmen der Analyse des Einzelhandelsbestandes wurden für den Einzelhandelsstandort Kempten daher nur wenige wesentliche Lücken im Sortiments- und Betriebstypenmix identifiziert. Aus einer rein quantitativen Perspektive ergeben sich dementsprechend lediglich geringe Potenziale zur Weiterentwicklung des Kemptener Einzelhandelsangebots. Trotz dieser als gut einzustufenden einzelhandelsspezifischen Ausgangslage und der aktuellen Gesamtsituation (Corona) besteht jedoch angesichts derzeitiger gesellschaftlicher Entwicklungen und (inter)nationaler Trends grundsätzlich und stetig fortwährend der Bedarf einer Ausdifferenzierung und Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes. Vor allem aus qualitativer Sicht kann sich die Stadt Kempten u.a. mit spezielleren Angeboten (z.B. ergänzende Handelsmarken) von den Wettbewerbsstandorten hervorheben und sich auch zukünftig als attraktive Einzelhandelsdestination positionieren. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erfolgte eine Ableitung von Weiterentwicklungsmöglichkeiten unterteilt nach Sortimentsbereichen (vgl. EHK Kempten 2019, Kapitel 6.2).

Für den Standortbereich Ulmer Straße kommen angesichts seiner Lage außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche (Einkaufsinnenstadt sowie Nahversorgungszentren) für eine handelsseitige Weiterentwicklung ausschließlich Handelsbetriebe mit Schwerpunkt bzw. Hauptsortiment im Sortimentsbereich des sonstigen Bedarfs in Frage (vgl. Kapitel 1.3). Im Folgenden werden die für diese Sortimente im EHK Kempten 2019 formulierten Entwicklungspotenziale aufgeführt (vgl. EHK Kempten 2019, Kapitel 6.2).

▪ **Sortiment Möbel, Küchen**

Auf einer Fläche von knapp unter 50.000 m² und somit mit einem Flächenanteil von 20 % an der gesamten Verkaufsfläche des Einzelhandelbestandes der Stadt Kempten werden Möbel angeboten. Aus einer rein quantitativen Perspektive ist im aktuellen Bestand zunächst kein Defizit abzuleiten.

- Mit der Eröffnung von XXXLutz und Mömax sowie den etablierten Möbelmärkten R + S Mayer, Forster und Böck werden umfangreiche Angebote im Möbelvollsortiment vorgehalten. Ergänzt werden diese durch eher discountorientierte Formate wie u.a. Poco und Dänisches Bettenlager sowie Matratzenfachmärkte. In der jüngeren Vergangenheit ist jedoch auch der Marktaustritt des Anbieters Clever Maxx festzuhalten.

- Auch der **Küchenbereich** ist mit vier Spezialstudios zunächst umfangreich besetzt. Das großformatige Möbel- und auch Küchenangebot wird durch z.T. eher kleinere Angebotsstrukturen (z.B. Smow, designfunction) ergänzt.
- Insgesamt ist das Möbelangebot in Kempten im Wesentlichen funktional ausgerichtet. Moderne Möbelhauskonzepte aus dem Designbereich wie Maison du Monde oder Kare, welche ein kleineres Möbelsegment, dafür allerdings eine Auswahl an Dekoartikel und Wohnaccessoires, vertreiben, sind in Kempten derzeit nicht vorhanden. Sie sind hinsichtlich ihrer Expansionsfähigkeit zunehmend auf dem Vormarsch. Entsprechend ist eine solche Ansiedlung insbesondere bei Wiederbelegungsmöglichkeit einer leerstehenden Immobilie in einer Stadtgröße wie Kempten zu prüfen.
- Mit Blick auf den Möbelbereich ist außerdem anzuführen, dass kein **Babyfachmarkt** (mehr) in Kempten ansässig ist. Eine dementsprechende Auswahl an Kinderwägen, Wickeltischen etc. ist derzeit lediglich in Form von Randsortimenten in den Möbelvollsortimentern oder bei Rofu Kinderland und Baby Paradies vorzufinden. Wenngleich die Expansionsbestrebungen in diesem Segment in der jüngeren Vergangenheit als eher zurückhaltend einzustufen sind, würde eine Ansiedlung in diesem Segment eine deutliche Attraktivitätssteigerung für den Kemptener Einzelhandel bedeuten. Aktuell sind im Babybereich Kaufkraftabflüsse zu Standorten im weiteren Umland festzuhalten¹⁸.
- **Fahrräder**
Eine der wenigen Angebotslücken im Kemptener Einzelhandel ist im Bereich Fahrräder zu finden. So ist im gesamten Stadtgebiet kein großflächiger Fachmarkt aus dem Bereich Fahrräder verortet. Das Angebot wird lediglich in sechs, z.T. sehr kleinen Fahrradshops angeboten. Entsprechend bleibt die Stadt Kempten insbesondere mit Blick auf die hohen Wachstumsraten in der Fahrradbranche (u.a. Ausdifferenzierung des Angebots, E-Bikes) hinter den Erwartungen an ein Oberzentrum zurück. Moderne Fachmarktkonzepte, wie sie andernorts zum Standard gehören, bieten derzeit neben einem umfangreichen Warenangebot bspw. auch Fahrradstrecken zum Testen der Produkte an. Hierbei sind Anbieter wie Zweirad Stadler oder auch der in Memmingen ansässige Fahrrad Heiss als positive Beispiele zu nennen. Somit ergeben sich, auch vor dem Hintergrund einer verstärkten Nachfrage sportaffiner Touristen, u.E. enorme Potenziale bzgl. der Ansiedlung eines großflächigen Fahrradmarktes.
- **Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel**
Mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 32.200 m² verteilt auf 42 Betriebe gehört die Bau- und Gartenbranche zu den flächengrößten in Kempten.
 - Mit den Baumärkten Hornbach und Toom sind zwei etablierte **Baumärkte** in Kempten vertreten. Beide liegen jedoch im Hinblick auf ihre Verkaufsflächengröße unterhalb der betriebertypischen Größenordnung. Seit Austritt von Bauhaus und Praktiker wird in Kempten ein für ein Oberzentrum vergleichsweise geringes Angebot im Baumarktsegment vorgehalten. Die Empfehlung der cima liegt jedoch angesichts der Rahmenbedingungen vor Ort nicht in einer Neuansiedlung im Baumarktsegment, sondern vielmehr in einer Modernisierung bzw. moderaten Erweiterung der vorhandenen Fachmärkte.
 - In Ergänzung zu den Baumärkten bieten zahlreiche kleinere Fachgeschäfte (z.B. Prosol, Farbtex) ein Spezialangebot an. Im Segment Farben, Tapeten, Bodenbeläge und Teppiche sind außerdem u.a. mit TTL auch preisaggressivere Anbieter vorhanden. Entsprechend ist hier kein Entwicklungsbedarf festzuhalten.

¹⁸ In der telefonischen Haushaltsbefragung gaben 22 % der Befragten (bei denen ein Bedarf an Babywaren besteht) an, Babyartikel außerhalb Kemptens zu erwerben. Ein größerer Anteil an Kaufkraft fließt darüber hinaus in den Online-Handel (vgl. Empiriebericht zum EHK Kempten 2019, S. 34)

- Die größeren Gartenmärkte Bellandris Kutter und Dehner Gartencenter komplettieren das Angebot im Bereich **Pflanzen und Gartenbedarf**, wobei auch hier Modernisierungsbedarfe der Betriebe zu konstatieren sind. Ergänzt werden die Fachmärkte von flächenkleineren, teils inhabergeführten Betrieben. Es bestehen bereits Bestrebungen hier Angebotsausweitungen vorzunehmen. U.A. ist die Etablierung eines Gartenmarktes auf dem derzeit durch den Biomassehof genutzten Gelände im nördlichen Stadtgebiet vorgesehen.
- Mit den gängigen Filialen Fressnapf und Das Futterhaus sowie kleineren Anbietern, wie dem Korallen Center Kempten sowie Blattner Heimtierfutter, ist im Segment **Zoobedarf** ein breiter Angebotsmix vorhanden und es sind keine wesentlichen Angebotsdefizite bzw. Entwicklungspotenziale angezeigt.

2.4 Einordnung der geplanten Handelsnutzungen

Den Rahmen für eine Einordnung der im geplanten Sport- und Fachmarktzentrum an der Ulmer Straße vorgesehenen Einzelhandelsbetriebe bildet das Standort- und Sortimentskonzept gemäß EHK Kempten 2019. Im Nachfolgenden erfolgt entsprechend für jede der geplanten Einzelhandelsflächen eine Kurzeinschätzung:

- **Bettenfachmarkt (rd. 1.100 m² VK)**
Ein Bettenfachmarkt ist mit Blick auf das Hauptsortiment dem Möbelbereich zuzuordnen und entsprechend am Vorhabenstandort grundsätzlich denkbar. Im aktuellen Bestand gibt es in Kempten derzeit keinen dezidierten Bettenfachmarkt, Betten und Zubehör werden jedoch im Möbelhandel vertrieben. Lediglich aus dem Bereich Matratzen sind entsprechend spezialisierte Anbieter vorhanden, sodass eine Ansiedlung hier eine Bereicherung der Kemptener Angebotspalette darstellen würde. Vorsicht ist allerdings im Hinblick auf die Randsortimente geboten. U.a. Bettwäsche ist als Teilbereich der Heimtextilien dem Innenstadtbedarf zuzuordnen und sollte mit Hilfe einer Einzelfalluntersuchung kritisch abgewogen werden.
- **Gartencenter (rd. 5.200 m² VK)**
Ein Gartencenter passt grundsätzlich gemäß EHK Kempten 2019 bei Berücksichtigung der Limitierung der Randsortimente an den Vorhabenstandort. Der bereits vorhandene Toom Baumarkt verfügt bereits über ein Angebot in diesem Segment. Die Gartenfachmärkte Kutter und Dehner, die im Kemptener Stadtgebiet vorhanden sind, bleiben hinter den gängigen Flächenanforderungen zurück, sodass eine Fläche von rd. 5.200 m² in der Ulmer Straße eine gute Flächenreserve ggf. auch für eine Verlagerung darstellt.
- **Fahrradfachmarkt (rd. 1.800 m² VK)**
Wie bereits in Kapitel 2.3 dargestellt, klafft im Fahrradsegment eine Angebotslücke im Kemptener Einzelhandel. Die Neuansiedlung eines Anbieters ist entsprechend grundsätzlich zu befürworten.

Abbildung 2: Beispiel: Attraktive Fahrradfachmärkte in städtebaulichen Randlagen



Quellen: Radcenter Heiss in Memmingen, CIMA Beratung + Management GmbH 2019 (links); Zweirad Stadler in Straubing, Zweirad-Center Stadler GmbH¹⁹ (rechts)

Auch hinsichtlich der Einstufung als Sortiment des sonstigen Bedarfs gliedert sich ein Fahrradfachmarkt am Standort in das EHK Kempten 2019 ein. Innenstadtrelevante Randsortimente sollten aber auch hier einer kritischen Einzelfalluntersuchung unterzogen und infolgedessen limitiert werden.

- **Getränkemarkt (rd. 850 m² VK)**

Getränke sind dem Lebensmittelbereich und somit dem Nahversorgungsbedarf zuzuordnen. Ein entsprechender Anbieter ist gemäß EHK Kempten 2019 in einer städtebaulichen Randlage nicht zulässig.

- **Babyfachmarkt (rd. 1.100 m² VK)**

Neben dem Fahrradhandel stellt ein Babyfachmarkt die zweite wesentliche Betriebstypenlücke in Kempten dar.²⁰ Neuansiedlungen aus diesem Segment werden jedoch in Anbetracht der enormen Wettbewerbsstellung mit dem Internet- und Gebrauchthandel nur noch in wenigen Kommunen und ausschließlich außerhalb der Innenstädte realisiert. Eine Neuansiedlung würde für Kempten somit eine enorme Chance zum Ausbau der Angebotspalette bieten.

Je nach Betreiberkonzept stellt sich die Sortimentsbreite und -tiefe sehr unterschiedlich dar. Für den Vorhabenstandort kommt vor dem Hintergrund des EHK Kempten 2019 ausschließlich ein Anbieter mit Sortimentschwerpunkt im sonstigen Bedarf, d.h. bei Möbeln und Kinderwägen, in Betracht. Die angebotenen Randsortimente aus dem Innenstadtbedarf (z.B. Bekleidung) sind kritisch im Rahmen einer Einzelfalluntersuchung abzuwägen.

Abbildung 3: Beispiel: Moderne Babyfachhändler in städtebaulichen Randlagen



Quellen: Babypark in Bochum, Babypark GmbH²¹ (links); BabyOne in Heidelberg, BabyOne GmbH²² (rechts)

- **Handel für Motorradzubehör (rd. 600 m² VK)**

Da Handel mit Motorrädern und entsprechenden Kfz-Dienstleistungen nicht dem Einzelhandel im klassischen Sinn zuzuordnen ist, ist mit Blick auf den geplanten Handel für Motorradzubehör von einem Anbieter für entsprechende Bekleidung und Zubehörteile (z.B. Helme, Koffer, Rückenpolster) auszugehen. Als beispielhafte Anbieter sind z.B. die namhaften Filialisten Polo oder Louis Motorrad zu nennen.²³ Angesichts der bauleitplanerischen Zuordnung zählt Motorradbekleidung zu den Sortimenten Bekleidung/Sport und ist somit zunächst dem Innenstadtbedarf zuzuordnen. Die zu erwartenden Randsortimente (u.a. Kfz-Teile) stammen hingegen überwiegend aus dem sonstigen Bedarf. Angesichts der spezifischen Standortanforderungen eines Händlers aus dem Motorradsegment (z.B. Erreichbarkeit via Pkw/Motorrad) ist jedoch für dieses Spezialsortiment aus dem Bekleidungshandel ein verkehrsgünstiger Standort passend. Zudem steht

¹⁹ Zweirad-Center Stadler GmbH: <https://shop.zweirad-stadler.de/Straubing/>, Stand: 10.02.2021

²⁰ Auch die Befragungsergebnisse im Rahmen des EHK Kempten 2019 bestätigten die Angebotslücke.

²¹ Babypark GmbH: <https://www.babypark.de/babypark-bochum.html>, Stand: 10.02.2021

²² BabyOne GmbH: <https://www.babyone.de/Fachmarkt?StoreID=017>, Stand: 10.02.2021

²³ Originärer Handel mit Autos bzw. Motorrädern ist nicht dem Einzelhandel zugeordnet und ist entsprechend am Vorhabenstandort grundsätzlich zulässig.

Motorradbekleidung nahezu nicht in Wettbewerb mit den Angeboten in der Einkaufsinnenstadt. Als wesentliche Wettbewerber aus diesem Segment sind in Kempten aktuell die Anbieter Louis und Polo vorhanden, die sich allesamt außerhalb des Zentrums befinden. Damit kann eine Ansiedlung am Standort Ulmer Straße grundsätzlich befürwortet werden.

Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings die bauplanerische Festsetzung. Da das Sortiment „Motorradbekleidung“ nicht festsetzungsfähig ist und lediglich „Bekleidung“ festzuschreiben wäre, könnte hier eine Nachbelegung mit einem klassischen, mit der Innenstadt in Wettbewerb stehenden Anbieter aus dem Modebereich erfolgen. Daher sollte vertraglich darauf geachtet werden, dass nicht die Tür für eine langfristige Fehlentwicklung geöffnet wird.

Abbildung 4: Beispiel: Fachgeschäfte für Motorradzubehör



Quellen: Polo Kempten, Polo Motorrad und Sportswear GmbH²⁴ (links); Louis in Kempten, Detlev Louis²⁵ (rechts)

■ Bäderfachgeschäft (rd. 700 m² VK)

Derzeit gibt es in Kempten mit Elements und Richter+Frenzel mehrere auf Bäder spezialisierte Fachgeschäfte. Darüber hinaus werden solche Waren im Möbel- und Baumarkthandel angeboten. Neben einer Neuansiedlung und damit Ausweitung der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe ist daher auch eine Verlagerung innerhalb Kemptens denkbar. Als Sortiment des sonstigen Bedarfs ist dies am Vorhabenstandort qua EHK Kempten 2019 zulässig.

Abbildung 5: Beispiel: Attraktive Bäder-Konzepte in städtebaulichen Randlagen



Quellen: Elements in Kempten, G.U.T. Gebäude- und Umwelttechnik KG²⁶ (rechts); Richter + Frenzel in Kempten, Manfred Diamani²⁷

■ Küchenstudio (rd. 1.800 m² VK)

Wenngleich es im Kemptener Einzelhandel bereits mehrere Küchenstudios gibt (z.B. Küchen Mayer), ist eine weitere Ansiedlung am Vorhabenstandort grundsätzlich denkbar. Als namhafter Anbieter in diesem Segment ist bspw. Plana Küchenland zu nennen. Ggf. ist hier auch eine Verlagerung in

²⁴ Polo Motorrad und Sportswear GmbH: <https://www.polo-motorrad.com/de-de/stores/polo-motorrad-store-kempten>, Stand: 10.02.2021

²⁵ Detlev Louis Motorrad-Vertriebsgesellschaft mbH: <https://www.louis.de/service/filialen/louis-kempten/120>, Stand: 10.02.2021

²⁶ G.U.T. Gebäude- und Umwelttechnik KG: <https://www.gut-gruppe.de/de/unternehmen/birk-kempten/locations/elements-kempten>, Stand: 10.02.2021

²⁷ Manfred Diamani: <https://www.manfred-damiani.de/richter-und-frenzel.html>, Stand: 10.02.2021

Betracht zu ziehen. Da die vorhandenen Anbieter nicht in der Innenstadt ansässig sind, besteht hier jedoch kein Konkurrenzverhältnis.

Abbildung 6: Beispiel: Küchenstudios in städtebaulichen Randlagen



Quellen: Plana Küchenland Aschaffenburg, CIMA Beratung + Management GmbH 2011 (links); Marquardt Küchen in Kempten, Michael Marquardt GmbH & Co. KG²⁸ (rechts)

- **Elektronikfachmarkt „Weiße Ware“ (rd. 900 m² VK)**

Das Elektroniksegment (sowohl weiße als auch braune Ware) ist gemäß Kemptener Liste dem Innenstadtbedarf zuzuordnen. Die Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters ist gemäß EHK Kempten 2019 in einer städtebaulichen Randlage wie dem Areal an der Ulmer Straße nicht zulässig.

- **Fachmarkt für Heimtextilien (rd. 1.700 m² VK)**

Ähnlich dem Elektrohandel ist auch der Bereich Heimtextilien dem Innenstadtbedarf zugeteilt. Allerdings meint dieses Segment kleinteilige Stoffwaren (z.B. Bettwäsche, Tischdecken). Mit Blick auf die geplante Verkaufsfläche von rd. 1.700 m² ist nicht zu erwarten, dass es bei dem Vorhaben um einen Anbieter mit solch einem Angebotsschwerpunkt handelt. Vielmehr würde in Anbetracht der Standortlage und der umgebenden Handelsbetriebe ein Fachmarktkonzept aus dem discountorientierten Heimtextilienbereich in Frage kommen, das weniger mit dem Innenstadthandel als mit den Bau- und Gartenmärkten konkurriert (z.B. Tedox, TTL). Auch hier sollte eine auf das Betreiberkonzept abgestimmte Einzelfallprüfung erfolgen. Ggf. käme hier baurechtlich auch eine Festsetzung als Baumarktsortiment in Betracht.

Abbildung 7: Beispiel: Baumarktorientierte Fachmärkte für Heimtextilien



Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH (links: ttl in Memmingen 2019; rechts: tedox in Augsburg 2016)

Für sich genommen sind die einzelnen Handelsformate mit Ausnahme des Getränkemarktes und des Elektronikfachmarktes „Weiße Ware“ für den Vorhabenstandort geeignet. Eine Detailuntersuchung der jeweils in den Betrieben (je nach Betreiber) geplanten Randsortimentsanteile insbesondere aus den Sortimenten des Innenstadtbedarfs sollte zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs Einkaufsinnenstadt erfolgen.²⁹

²⁸ Michael Marquardt GmbH & Co. KG: <https://www.marquardt-kuechen.de/kuechenstudios/kempten>, Stand: 10.02.2021

²⁹ Für einige Betriebsformen wurde bereits vom Vorhabenträger eine städtebauliche sowie landesplanerische Verträglichkeitsuntersuchung vorgelegt. Diese gilt es u.a. mit Blick auf das fortgeschriebene Einzelhandelskonzept der Stadt Kempten 2019 zu aktualisieren.

Bei der qualitativen Analyse von Pro- und Contra-Faktoren im Handelsbereich ergibt sich folgende Gegenüberstellung:

Tabelle 4: Pro- und Contra-Faktoren einer Einzelhandelsentwicklung an der Ulmer Straße

	Pro	Contra	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schließen von bisherigen Angebotslücken in der Kemptener Handelslandschaft; Auffächerung der Sortimentsbreite und -tiefe in einzelnen Sortimenten ▪ Verfolgen des Ziels „Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion des Einzelhandelsstandortes Kempten“ ▪ Attraktivierung einer verkehrsgünstig gelegenen Brachfläche (positive Effekte auf das Standortumfeld) ▪ Fokus auf „Corona-stabile“ Branchen (Krisengewinner) ermöglicht langfristige Belegungsperspektive ▪ Kopplungs- und Verbundeffekte mit geplanten Büronutzungen sowie Sporteinrichtungen ▪ Durch mögliche Betriebsverlagerungen an den Vorhabenstandort (z.B. Gartencenter) wird eine räumliche Bündelung von bislang dispers verorteten Einzelhandelsbetrieben erzielt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausweisung von neuen Handelsflächen abseits der gemäß EHK Kempten 2019 definierten Standortbereiche (zentrale Versorgungsbereiche, Sonderstandorte) ▪ Zum Schutz der Einkaufsinnenstadt strenge Restriktion in den innenstadtrelevanten Randsortimenten erforderlich → Umsetzung je nach Betriebstyp und Anbieter schwierig 	

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

Nicht alle der vorgesehenen Handelsnutzungen bieten einen „echten Mehrwert“ in der strukturellen Weiterentwicklung der Kemptener Einzelhandelslandschaft. Während einige Formate zum Schließen einer bestehenden Angebotslücke beitragen, nehmen andere eine eher ergänzende Rolle ein. Positiv treten in diesem Zusammenhang insbesondere der geplante Babyfachmarkt sowie der Fahrradfachmarkt hervor. Bei diesen Segmenten ist in Kempten mit der zentralörtlichen Funktion als Oberzentrum eine deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung festzuhalten. Eine Ausweitung des jeweiligen Angebots ist entsprechend grundsätzlich zu empfehlen. Im Hinblick auf das vorgesehene Gartencenter sowie den Fachmarkt für Motorradzubehör ist angesichts der bereits in Kempten vorhandenen Filialkonzepte nicht von einer Neuansiedlung auszugehen, vielmehr sind Verlagerungen innerhalb des Kemptener Stadtgebiets zu erwarten (z.B. Dehner). Für diese Handelsformate stünden am Vorhabenstandort ausreichend Flächenpotenziale in verkehrsgünstiger Lage zur Verfügung.

Die weiteren Sortimente (z.B. Betten-, Bäderhandel) werden heute bereits in Kempten in umfangreicher Angebotsbreite und -tiefe vorgehalten, sodass die geplanten Handelsflächen zwar zu einer Bereicherung des Angebots beitragen, jedoch keine Ausweitung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Kempten erzeugen würden.

3 Bewertung der Entwicklungen aus dem Sportbereich

Um die möglichen Entwicklungen aus dem Sportbereich am Standort Ulmer Straße bewerten zu können, folgt zunächst ein Kurzüberblick über aktuelle Trends und Entwicklungen in der Sportbranche sowie das derzeitige vorhandene Sportangebot im Stadtgebiet Kempten. Im Anschluss wird aufgezeigt, welche Entwicklungsperspektiven im Sportbereich vor dem Hintergrund des bereits bestehenden Angebotes sinnvoll sind. Basierend auf den geplanten Entwicklungen am Standort liegt der Fokus bei der folgenden Betrachtung auf den Sportarten Fitness, Tanz und Kampfsport. Perspektivisch sollen am Planstandort Ulmer Straße folgende Sporteinrichtungen entstehen:

- Fitnesscenter mit Physiotherapie und Bereich für medizinische Rehabilitation (rd. 3.000 m²)
- Tanzstudio (rd. 1.000 m²)
- Boxstudio bzw. weitere Kampfsportarten (rd. 800 m²)

In einem nächsten Schritt werden die möglichen Entwicklungen am Standort aus qualitativer Sicht bewertet.³⁰

3.1 Aktuelle Trends und Entwicklungen in der Sportbranche

Sport gehört zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen in der Bevölkerung. Demzufolge sind viele Bundesbürger in Vereinen organisiert und besuchen regelmäßig entsprechende Sport- und Fitnessstudios. Zwischenzeitlich existiert eine schier unzählige Auswahl an Sportarten, welche von der Bevölkerung praktiziert werden. Die zahlreichen Trends für neue Sportarten kommen dabei meist aus den Städten und verbreiten sich – je nach Beliebtheit – anschließend auch im ländlichen Raum, dessen Sportangebot ansonsten größtenteils vom Vereins- und Mannschaftssport geprägt ist.

Während beispielsweise für den im Allgäu beliebten Bergsport keine Räumlichkeiten erforderlich sind, stellen die verschiedenen Sportangebote, sowohl die klassischen Fitnessstudios als auch sonstige Individual- und Team sportarten (z.B. Yoga, Spinning, Boxen) auch unterschiedliche Anforderungen an ihre Standorte.

Sondersituation Corona-Pandemie

Während Individualsportarten im Freien (u.a. Joggen, Radfahren, Wandern) sowie Sport in den eigenen vier Wänden enorme Zuwächse im letzten Jahr verzeichneten, können Betreiber von (Indoor-) Sporteinrichtungen wie auch die Modebranche (Bekleidung, Schuhe; vgl. Kap. 2.1) als Verlierer der Corona-Krise angesehen werden.

Die eigentlich wachstumsstarke Sportbranche wurde vergangenes Jahr durch Covid19 und dessen Auswirkungen stark ausgebremst. Nach einer kompletten Schließung im März 2020 durften die bayerischen Fitnessstudios und Indoor-Sportstätten während des Sommers wieder aufatmen: Unter bestimmten Auflagen war eine Öffnung der Anlagen wieder möglich. Trotz der Wiederaufnahme des Betriebes blieben die Nutzerzahlen aufgrund von Unsicherheiten und Angst vor Ansteckungen wegen der Pandemie relativ gering, nur ca. 40% aller früheren Nutzer nahmen das Training im Sportstudio wieder auf. Viele Kunden kündigten ihre Mitgliedschaften, bei größeren Fitnessstudios sank die Mitgliederzahl um ca. 7 %, wogegen kleinere Einrichtungen sogar einen Einbruch von ca. 14 %

³⁰ Da das für den Standort Ulmer Straße geplante Sportangebot bereits vergleichsweise konkret ist und vormals in Rede stehende Freizeitnutzungen (z.B. Trampolinpark, Kletterhalle) mit überregionaler Bedeutsamkeit seitens des Vorhabenträgers für den Standort ausgeschlossen wurden, bezieht sich das nachfolgende Kapitel im Wesentlichen auf das konkrete Planvorhaben.

verzeichneten.³¹ Darüber hinaus erschwerten zusätzliche Auflagen und strenge Hygiene-Maßnahmen (u.a. regelmäßige Desinfektionen, Abstände von mind. 1,5 Meter, Maskenpflicht) die Aufnahme des normalen Sportbetriebs. Trotz der erneuten Schließungen im Zuge des (Teil-)Lockdowns ab November blieb jedoch eine größere Insolvenzwelle wie z.T. in der Einzelhandelsbranche in der Sportindustrie bisher aus. Gründe dafür sind u.a. die konstanten Besuchszahlen während der Sommermonate und die Gewinnung einiger Neukunden nach dem ersten Lockdown. Darüber hinaus haben sich Online-(Live-) Kurse der Sportstudios als beliebte Alternative zum klassischen Vor-Ort-Training bewährt. Vor allem größere Filialen setzten auf zusätzliche digitale Angebote neben dem stationären Sportprogramm. Auch in der Sportbranche lassen sich zum heutigen Zeitpunkt die langfristigen Auswirkungen der Corona-Krise nicht abschließend einschätzen. Derzeit wird eine Erholung der Branche im Jahr 2022/2023 prognostiziert. Die cima geht von einer relativ schnellen Wiederaufnahme der Nachfragesituation auf einem Vor-Corona-Niveau aus. Zunächst sind jedoch Neuansiedlungen eher zögerlich zu erwarten. Jedoch wird sich auch in der Sportindustrie der digitale Wandel beschleunigen, welcher bei stationären Betreibern eine Anpassung der Angebotsformate voraussetzt.

Fitness

Aktuell gibt es in Deutschland knapp 10.000 Fitnessstudios, diese sind teils aus dem unteren Preisgenre (Mitgliedbeitrag weniger als 25 € pro Monat), teils aus deutlich höheren Preissparten.

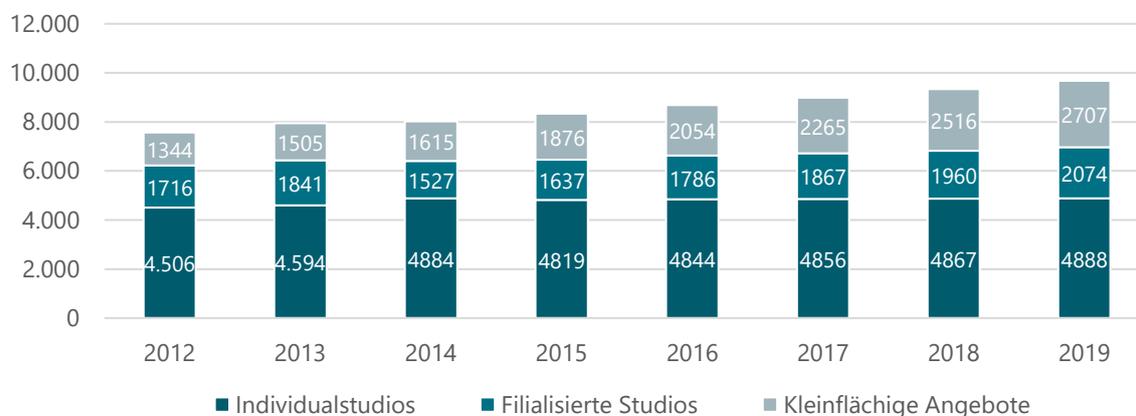
Anfang der 2000er Jahre setzte sich zunehmend der Trend von Sportanbietern im Discountsegment durch, woraufhin die Nutzung von Sportstudios in der breiten Bevölkerung Einzug hielt. Die Anzahl der Mitglieder sowie der Umsatz stiegen exponentiell in die Höhe und neue Studios mit wachsenden Flächengrößen entstanden. Als wichtigste Betreiber in diesem Discount-Kontext sind die Fitness-Ketten CleverFit und McFit zu nennen, welche mit ihrer Studio- sowie Mitgliederanzahl die Marktführer in Deutschland darstellen³². Der Unternehmenserfolg der Fitnessanbieter basiert auf einen vergleichsweise sehr geringen Mitgliedsbeitrag und z.T. flexiblen Konditionen (u.a. monatlich kündbar sowie pausierbar, europaweite Nutzung aller Studios). Die Discount-Betreiber haben ein breit gefächertes Angebotsformat mit einem meist größeren Fokus auf Ausdauer- und Kraftgeräten. Neben der Entwicklung im Discountbereich gibt es auch zunehmend größere Studios mit einer multifunktionellen Angebotspalette im Premiumbereich. Betreiber wie Elements, Fitness First oder body + soul setzen sowohl auf hohe Betreuungs- und Servicequalität als auch auf ein ansprechendes Ambiente, um ein außergewöhnliches Sporterlebnis zu gewährleisten. Darüber hinaus verfügen die Studios meist über größere Wellness- und Saunabereiche, welche potenzielle Kunden für eine Mitgliedschaft überzeugen. Monatliche Mitgliedsbeiträge belaufen sich in diesem Segment z.T. auf mehr als 100 €. Neben diesen Sportketten im Discount- und Premiumbereich gibt es auch weiterhin die klassischen Anbieter (meist Individualstudios), welche mit exklusiven Angeboten spezielle Zielgruppen ansprechen (u.a. nach Sportarten, gesundheitlichen Aspekten, Frauenstudios) und sich im mittel- bis höherpreisigen Segment bewegen.

Demzufolge fanden bundesweit in den letzten Jahren unabhängig der Betriebsstruktur viele Neuansiedlungen von Fitness-Anlagen unterschiedlichster Sportarten statt (seit 2012 wuchs die Anlagenzahl um ca. 28 %; vgl. Abbildung 8).

³¹ Handelsblatt, Stand: 01.10.2020

³² Die Fitnesskette McFit zählt mit 1.290 Mitgliedern die höchste Mitgliederanzahl, während CleverFit die meisten Anlagen in Deutschland besitzt (insgesamt 422 Fitness-Anlagen).

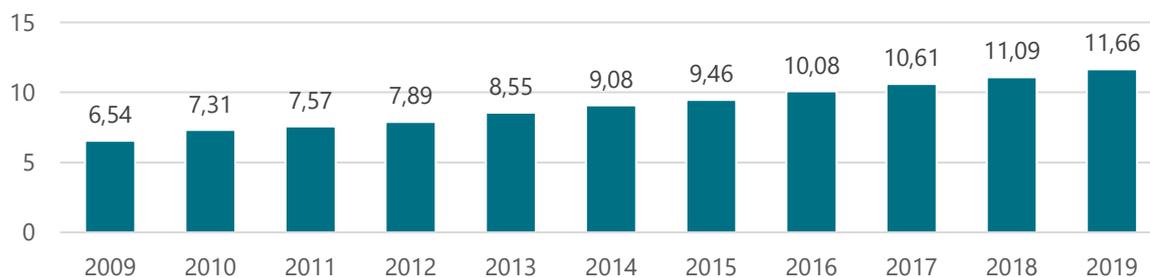
Abbildung 8: Anzahl der Fitness-Anlagen nach Betriebsstruktur³³



Quelle: Statista 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2021

Die boomende Sport- und Fitnessbranche führte 2019 insgesamt zu knapp 11,7 Millionen Mitgliedern (vgl. Abbildung 9). Die Standortanforderungen sind je Fitnessstudio unterschiedlich. Größere Filialisten ziehen generell nur Ansiedlungen an Standorten mit Einzugsgebieten ab 80.000 Einwohner in Betracht. Der Radius des Einzugsgebietes variiert wiederum, jedoch nehmen Fitnesskunden laut Studien durchschnittlich rd. 15 km Fahrt in Kauf (Entfernung zum Wohnort). Wobei in ländlicheren Regionen für bestimmte Sportarten weit größere Distanzen angenommen werden können.

Abbildung 9: Entwicklung der Anzahl an Mitgliedern in Sportstudios (in Millionen)



Quelle: Statista 2020; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2021

Hinsichtlich der Mikrolage bevorzugen größere Fitnessstudios Innenstädte oder Standorte an stark frequentierten Verkehrsstraßen mit einer hohen Bevölkerungsdichte im nahen Umfeld. Neue Anlagen werden ab einer Flächengröße von ca. 1.300 m² (bis ca. 4.000 m²) realisiert, wobei die Flächengröße vor allem hinsichtlich des jeweiligen Standortes variieren. So werden bspw. bei einer sehr guten Innenstadtlage Abzüge im Wellness- und Saunabereich in Kauf genommen. Eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, ÖPNV-Anbindung sowie ausreichend Stellplätze sowohl für den motorisierten Individualverkehr als auch für Fahrräder sind bei einer Neuansiedlung unumgänglich. Dabei spielen für Lagen außerhalb der Innenstädte vor allem die Pkw-Erreichbarkeit und Parkmöglichkeiten für den ruhenden Verkehr eine Rolle. Da die größeren Fitness-Konzepte z.T. 24 Stunden geöffnet haben, sollte zudem ein separater Eingang zu der Einrichtung gewährleistet werden.

³³ Betriebsstruktur:

- Individualstudios = 1 bis 4 Betriebsstätten, > 200 m²
- Filialisierte Studios = 5 und mehr Betriebsstätten, > 200 m²
- Kleinflächige Angebote = beliebig viele Betriebsstätten < 200 m²

Individualsport

Die zunehmende Nutzung von Sportstudios wurde in den letzten Jahren vor allem durch einen neuen Lifestyle bedingt, welcher sich insbesondere auf Themen wie Gesundheit, Ernährung sowie Fitness fokussierte. Motive einer sportlichen Betätigung waren nicht mehr nur die Steigerung der körperlichen Leistungsfähigkeit, sondern auch Aspekte wie eine ausgewogene Work-Life-Balance/Ausgleich zum Alltag und Beruf oder die Verbeugung von altersbedingten Krankheiten. Auch in den sozialen Medien wie Instagram oder YouTube ist dieser Lifestyle-Trend so präsent wie noch nie und motiviert viele Nutzer zu mehr sportlicher Betätigung. Das tägliche Sportprogramm ist mittlerweile bei Vielen fest in den Alltag verankert und schafft Nachfrage für neue und vielfältige Angebote im Sportbereich. Dabei hat sich insbesondere in den vergangenen Jahren ein umfangreiches und enorm ausdifferenziertes Sportangebot in den Städten entwickelt. Neue und komplexere Sportarten werden dabei vor allem zunächst in den Metropolen angeboten und haben sich je nach Erfolg auch in weiteren Städten unterschiedlicher Größe etabliert. Hat sich früher die deutsche Bevölkerung hauptsächlich klassischen Sportarten wie Joggen oder Schwimmen sowie Vereinsangeboten gewidmet, gehen heutzutage die Sportgewohnheiten Richtung Individual- und Trendsport. Neben Mountainbiken, Freeletics, Stand-up-Paddeling und anderen Sportarten, die vor allem auch ohne Trainer und/oder in freier Natur stattfinden, haben sich somit auch zunehmend viele kleinere Einrichtungen unterschiedlichster Sportarten und Anbieter angesiedelt. Als einer der bekanntesten Trends ist in diesem Zusammenhang Yoga zu nennen. Aber auch die Bereiche Tanz und Kampfsport erfreuen sich immer größerer Beliebtheit und vergrößern ihr Angebotspektrum mit neuen Trends. Seit mehreren Jahren erfreut sich z.B. Zumba als eine Kombination zwischen Tanz und Aerobic stetiger Beliebtheit. Auch klassische Tanzsportarten wie Standardtänze, lateinamerikanische Tänze oder Ballett werden wieder zunehmend in Tanzschulen gelernt und z.T. neu interpretiert (z.B. Barre Workout – eine Mischung aus Pilates, Yoga und Ballett). Eine Sportart, welche Tanz und Kampfsport in sich vereint, ist Capoeira. Die brasilianische Kampfkunst wird bereits in vielen deutschen Städten in eigenen Studios angeboten. Doch nicht nur relativ neue Sportarten (für den europäischen Raum) wie Capoeira, sondern auch klassische Kampfsportarten finden immer mehr Anklang in der Bevölkerung. Hierunter fallen insbesondere Formen aus dem asiatischen Raum wie Karate, Taekwondo oder Judo aber auch Ringen und das Boxen. Derzeit beliebte Trends in deutschen Städten sind außerdem u.a. die Kampfsportarten Krav Maga, MMA (Mixed Martial Arts, Mix aus klassischen Boxen, Kickboxen, Judo uvm.) oder Jiu-Jitsu.

Individualsportarten in Innenräumen haben bis auf Ausnahmen wie bspw. Bouldern sehr ähnliche Standortanforderungen. Die Sportangebote sind meist ubiquitär im Stadtgebiet angesiedelt. Häufiges Kriterium ist jedoch eine hohe Dichte an Wohnbevölkerung im Umfeld und/oder eine gute verkehrliche Erreichbarkeit mit Stellplätzen. Auch die sozio-demographische Struktur prägt die Entscheidungen für Neuansiedlungen. So findet in einem hippen Studentenviertel wohl eher ein modernes Yoga- oder Indoorcycling-Studio Anklang als ein Studio für gesundheitsorientierte Gymnastik. Somit sollten bei Neuansiedlungen auch die „Sportbedürfnisse“ des direkten Umfeldes betrachtet werden. In diesem Zusammenhang spielen auch Faktoren wie die Kaufkraft eine Rolle, um u.a. ein Sportangebot im passenden Preissegment für die umliegende Bevölkerung anbieten zu können. Auch weitere Nutzungen im Umfeld wie Einzelhandel- oder Gastronomiebetriebe können die Entscheidung für einen Standort beeinflussen. Diese Nutzungen spielen zwar für etablierte Kunden nur eine untergeordnete Rolle, jedoch können potenzielle Kunden durch andere Nutzungen im Umfeld gewonnen werden. Aufgrund der geringen Anforderungen an die Nutzflächen selbst, sind die Sportflächen dementsprechend auch nachhaltig und flexibel nutzbar. Bis auf individuelle Sportgeräte muss grundsätzlich keine besondere Ausstattung der Immobilien gegeben sein. So können bspw. die Räumlichkeiten eines Yogastudios leicht in ein Tanz- oder Boxstudio oder sogar in u.a. Büroflächen umfunktioniert werden.

Digitale Sportplattformen / Abonnements

Ein weiterer wichtiger Trend, der alle Sportarten umfasst und sich bislang hauptsächlich auf Mittel- und Großstädte begrenzt, sind digitale Plattformen, bei welchen der anhaltende Sportboom in den vergangenen Jahren Einzug hielt. Am Beispiel von anderen erfolgreichen digitalen Formaten wie Netflix oder Spotify positionierten sich auch zunehmend Sportplattformen auf den Markt. Flatrate-Anbieter im Sportbereich ermöglichen einen einfachen und unkomplizierten Zugang zu verschiedenen Sport- und Wellnesseinrichtungen. Die Entscheidung für ein Sportprogramm und das passende Studio liegt individuell bei den Mitgliedern. Gleichzeitig bekommen die Nutzer personalisierte Empfehlungen und entdecken somit neue Angebote in ihrer Stadt. Der bekannteste Anbieter Urban Sports Club umfasst derzeit in Deutschland das größte Angebotsspektrum und bietet verschiedene Abo-Modelle für individuelle Anpassungen an (Angebotspakete von S bis XL). Die Mitgliedschaften können in allen verfügbaren Städten weltweit genutzt werden. Allein in München können die Mitglieder von Urban Sports aus derzeit 495 Sportanbietern im gesamten Stadtgebiet wählen. Neben Urban Sports Club gibt es auch weitere Plattformen wie My Fitness Card, Fitfix oder ClassPass. Aufgrund der positiven Aspekte wie gesteigerte Belastbarkeit, mentale und körperliche Gesundheit und Ausgeglichenheit durch sportliche Betätigung entsteht darüber hinaus auch bei Unternehmen gesteigerte Nachfrage an Sport-Abonnements, weshalb sich mittlerweile mehrere digitale Anbieter ausschließlich auf Firmenkunden fokussieren. Neben den bekannten Vorteilen ermöglichen die Plattformen den Mitarbeitern auch unabhängig vom Firmenstandort, bspw. am Wohnort, auf Geschäftsreisen, verschiedene Sportangebote zu nutzen. Bei Anbietern wie qualitrain, Hansefit oder Gympass können Unternehmen individuelle Sportpakete für ihre Angestellten buchen.

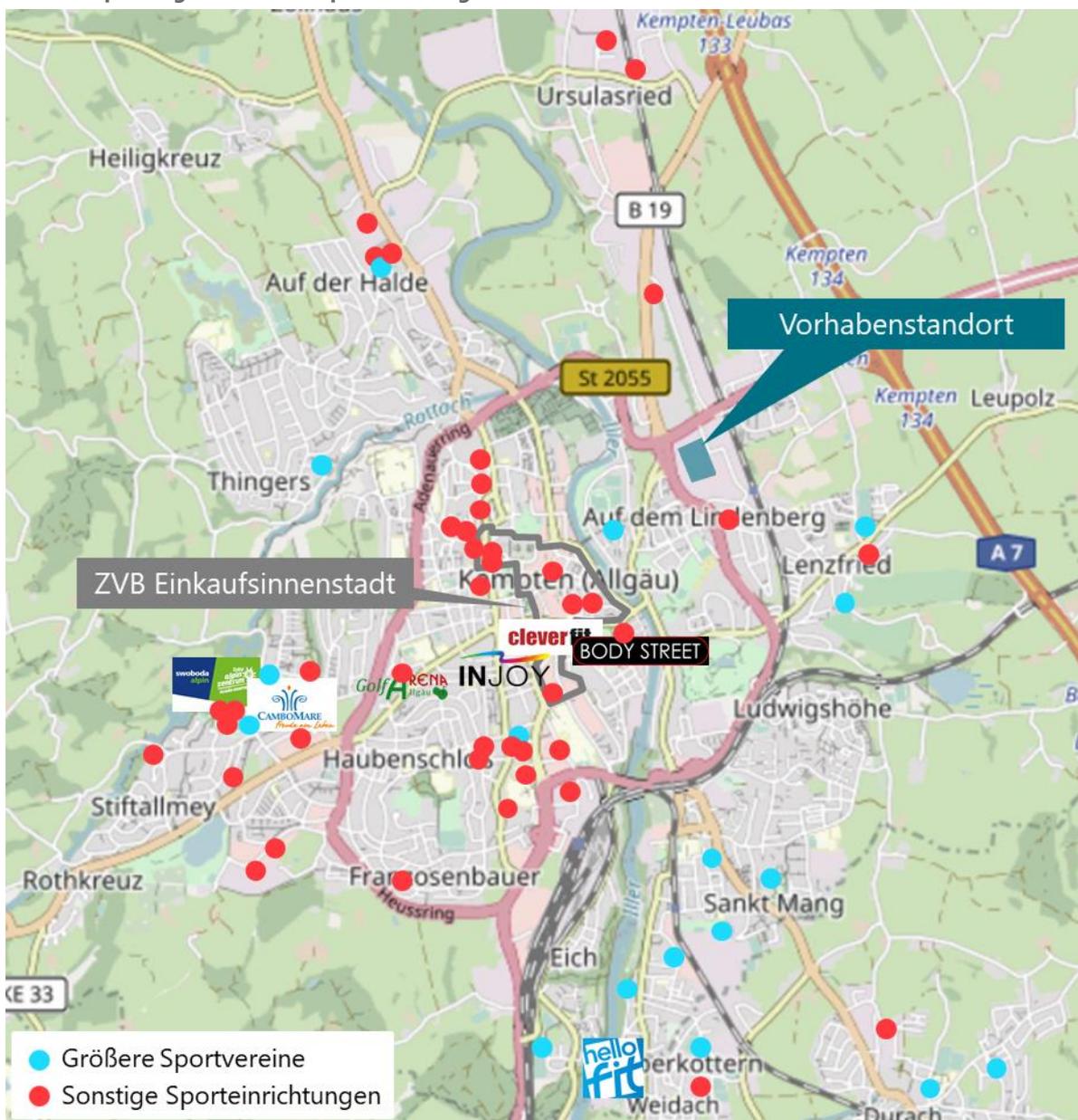
Für eine Gesamtstadt bedeutet dieser Trend zu digitalen Plattformen ein enormes Kopplungspotenzial zwischen Anbietern, die nicht bzw. nicht unbedingt in räumlicher Nähe zueinander gelegen sind. Nutzer eines entsprechenden Abonnements suchen an einem Tag das verkehrsgünstig gelegene Fitness-Center auf, an einem anderen besuchen sie das Yoga Studio im Stadtzentrum oder ein Schwimmbad in Wohngebietslage. Ursprünglich konkurrierende Standorte profitieren in Folge voneinander.

3.2 Sportangebot und Entwicklungspotenziale in Kempten

Neben 50 Kemptener Sportvereinen, welche bis zu 100 Sportangebote für die Kemptener Bürgerinnen und Bürger anbieten³⁴, gibt es auch eine Vielzahl an privaten Sporteinrichtungen mit unterschiedlichen Spezialisierungen (vgl. Karte 4). Anhand der räumlichen Verteilung der Sportangebote im Stadtgebiet Kemptens wird ersichtlich, dass die Einrichtungen überwiegend in autokundenorientierten Lagen (z.B. an größeren Ausfallstraßen) sowie in Wohngebietslagen angesiedelt sind (vgl. Kapitel 3).

³⁴ vgl. Desktop Recherche; Stadt Kempten

Karte 4: Sportangebote im Kemptener Stadtgebiet



Quelle: Google Maps 2021; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH, 2021

Mit Blick auf die am Vorhabenstandort geplanten Ansiedlungen aus dem Sportbereich können folgende angebotsspezifische sowie räumliche Schwerpunkte festgehalten werden:

▪ **Fitness**

Bezüglich der filialisierten Fitnessstudios ist in der Einkaufsinnenstadt lediglich die Fitnesskette CleverFit ansässig. Dieser Anbieter wird von der Körperschmiede im Forum Allgäu sowie weiteren kleineren Sportanbietern in den Bereichen Yoga, Kampfsport oder Tanz ergänzt. Weitere bekannte flächenintensive Einrichtungen im Sport- und Fitnessbereich wie Bodystreet, Fetzer+Pfund, INJOY oder hellofit sind außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Einkaufsinnenstadt im übrigen Stadtgebiet Kemptens vorzufinden. Eine Bereicherung hinsichtlich größerer Sporteinrichtungen würde die Ergänzung um ein Fitnessstudio aus dem Premiumbereich darstellen, z.B. die Anbieter Elements, Fitness First oder body + soul.

- **Kampfkunst**

Mit u.a. Taekwon-Do, WingTsun, Tai-Chi, Karate und Aikido sind außerdem eine Vielzahl an fernöstlichen Kampfsportarten im Stadtgebiet vertreten. Auch ein Studio für Mixed Martial Arts (verschiedene Kampfkunstarten) und Capoeira ist innerhalb des Stadtgebietes vorzufinden. Lediglich im Fightclub Kempten werden westliche Kampfkünste angeboten. Vor allem Ergänzungen in diesem Bereich wären in Kempten wünschenswert (z.B. Kickboxen).

- **Tanz**

In Kempten gibt es darüber hinaus mehrere klassische Tanzschulen, welche von einigen Einrichtungen mit modernen Tanzarten ergänzt werden. Neben Standard- und lateinamerikanischen Tänzen sowie Ballett werden somit auch Hip-Hop, Modern Dance oder Stepp in Kempten angeboten. Auch die größeren Sport- und Fitnessstudios verfügen über Kursangebote im Tanzbereich (u.a. Zumba, Dance Aerobic). Insgesamt ist ein recht ausdifferenziertes Tanzangebot in Kempten vorhanden, weitere spezialisierte Anbieter im Tanzbereich können jedoch das bestehende Angebot durchaus weiter bereichern.

- **Digitale Sportplattformen/ Abonnements**

Fitness-Flatrates können Kemptner vor allem in Form von Firmenfitness nutzen (vgl. Kapitel 3.1). Bei der digitalen Plattform qualitrain sind derzeit 18 Sporteinrichtungen in Kempten und Umland (bis 20 km Umkreis) vermerkt, die von Kemptener Unternehmen bzw. deren Mitarbeitern aufgesucht werden können. Darüber hinaus wird ihnen auch der Zugang zu allen weiteren bundesweit angemeldeten Studios (insgesamt ca. 3.000 Sport-, Fitness- und Wellnesseinrichtungen) gewährleistet. Ein weiterer Firmenfitness-Anbieter ist mit Hansefit in Kempten vertreten. Das Netzwerk besteht derzeit jedoch nur aus zwei Studios innerhalb Kemptens. Abseits von Firmenanbietern ist in Kempten nur Fitfox mit einem Partner (HelloFit) vertreten. Der deutsche Marktführer Urban Sports Club hat in Kempten noch kein Netzwerk aufgebaut. Nächste Einrichtungen gibt es lediglich in Ulm, Augsburg und München. Angesichts des bundesweit stetigen Zuwachses an teilnehmenden Studios in digitalen Plattformen ist mittel- bis langfristig von einem Wachstum auch in Kempten auszugehen.

3.3 Qualitative Bewertung der möglichen Sportentwicklung

Eine entsprechende Ausstattung an Sporteinrichtungen ist für die Attraktivität und die zukünftige Entwicklung eines Oberzentrums wie der Stadt Kempten grundsätzlich unumgänglich. Laut LEP Bayern 2020 soll in den Oberzentren ein spezialisierter höherer Bedarf an zentralörtlichen Einrichtungen gegeben sein, darunter fallen neben einem attraktiven Einzelhandelsangebot u.a. auch Einrichtungen des Sports wie spezialisierte Sport- und Freizeiteinrichtungen.³⁵ Neben den eigentlichen Nutzen von Sport- und Fitnessanlagen, wie u.a. die Förderung von physischer und mentaler Gesundheit, erhöhen sie auch die Funktionsvielfalt und -dichte in einer Stadt. Darüber hinaus können Sportanbieter und andere städtische Nutzungen voneinander profitieren: Bspw. können Sporteinrichtungen Nutzen von den vorhandenen Passantenfrequenzen des Einzelhandels ziehen, wiederum andere Einrichtungen in der Stadt gewinnen durch die sportliche Zielkundschaft eine zusätzliche Belebung. In der nächsten Stufe profitieren auch Einzelhändler mit einem Angebotsschwerpunkt im Sportartikelbereich von einer sportlichen Gesellschaft, die entsprechende Waren nachfragt.

Die Ausgangslage in Kempten verspricht generell gute Rahmenbedingungen für zukünftige Entwicklungen im Sportbereich (u.a. Bevölkerungszuwachs, Pendlerüberschuss, Studenten; vgl. Kapitel 2.1), welche die derzeitigen Planungen am Standort Ulmer Straße begünstigen.

Mit Blick auf die Trends im Sportbereich lässt sich ein stetiges Wachstum der Nachfrage nach Sportangeboten feststellen. In diesem Zuge ist auch ein Wachstum von Sporteinrichtungen ermittelt

³⁵ vgl. LEP Bayern 2.1.3 (B), Stand 2020

worden, welches auf Nachverdichtungen in der räumlichen Verteilung hindeutet. Im Zusammenhang mit den positiven sozioökonomischen Rahmendaten lässt sich somit eine verlässliche Planungsgrundlage für weitere Angebote im Sportbereich für die Stadt Kempten konstatieren.

Die Analyse der Standortanforderungen der gängigen Sportformate hat außerdem gezeigt, dass bei Neuansiedlungen vor allem eine städtebaulich integrierte Lage mit einer hohen Dichte an Wohnbevölkerung im Umfeld und/oder eine verkehrsgünstige Lage mit ausreichend Parkmöglichkeiten bevorzugt wird. Dies wird auch in der aktuellen räumlichen Verteilung von Sporteinrichtungen im Kemptener Stadtgebiet verdeutlicht. Das derzeit ansässige Sportangebot befindet sich dabei größtenteils an hochfrequentierten Straßenzügen und Ausfallstraßen. Demzufolge schafft der Standort Ulmer Straße an der B 12 eine gute Ausgangsbedingung für eine weitere Ansiedlung im Sportbereich.

Generell ist für die geplanten Sportangebote v.a. im Vergleich mit großformatigen Freizeitangeboten³⁶ (z.B. Trampolinpark) mit einer überwiegenden Nachfrage durch die örtliche Bevölkerung zu rechnen. Die cima geht bei Sportvorhaben von einer Erreichbarkeitszone von bis zu 15 km aus, d.h. die künftigen Nutzer liegen innerhalb des festgelegten Einzugsgebiets des Kemptener Einzelhandels. Mit einer weiteren Nachfrage von Tagesgästen und Touristen für das Planvorhaben ist nur sehr nachgeordnet zu rechnen. Bei der Zielgruppe handelt es sich somit überwiegend um die Kemptener Bevölkerung und speziell im größeren Umfang um die Wohnbevölkerung im Umkreis des Standortes. Da Sportangebote überwiegend gezielt und vor bzw. nach den Arbeitszeiten besucht werden, ist die Konkurrenz zu innerstädtischen Nutzungen dabei als sehr gering einzustufen.

Darüber hinaus bieten die Sportplanungen am Standort eine hohe Multifunktionalität und Flexibilität. Die gängigen Räumlichkeiten von Sporteinrichtungen sind so konzipiert, dass eine schnelle Nachnutzung gewährleistet wird. Dementsprechend stellen die geplanten Sportstudios zusammen mit den Büroflächen eine ideale Ergänzung für das Fachmarktzentrum dar.

Insgesamt sind die geplanten Entwicklungen im Sportbereich am Standort Ulmer Straße grundsätzlich zu begrüßen. Bei der qualitativen Analyse von Pro- und Contra-Faktoren der Sportplanungen ergibt sich folgendes Bild:

³⁶ In einer früheren Planungsphase sah der Vorhabenträger für den Standort größere Sport- und Freizeiteinrichtungen, wie bspw. eine Indoor-Fußballhalle oder einen Trampolin-Park, vor. Ein Ansiedlungsvorhaben dieser Dimension wurde jedoch zwischenzeitlich verworfen. So handelt es sich im aktuellen Planungsstand um Sportangebote mit geringerer Reichweite.

Tabelle 5: Pro- und Contra-Faktoren einer Sportentwicklung an der Ulmer Straße



Pro

- Zusätzliche Attraktivität des Standortes Ulmer Straße
 - ➔ Erhöhung der Funktionsvielfalt und -dichte
- Ideale Ergänzung der geplanten Einzelhandelsformate im Erdgeschoss
 - ➔ Frequenzsteigerungen durch Kopplungseffekte
- Bei Teilnahme an digitalen Fitnessanbietern Erhöhung der Kopplungsmöglichkeiten mit Sporteinrichtungen in der Einkaufsinnenstadt
- Belebung eines leerstehenden und ungenutzten Standortes
 - ➔ Aufwertung des Standortumfeldes
- Sportmöglichkeiten in fußläufiger Entfernung für die wohnortnahe Bevölkerung
- Zukunftsfähige Konzeption aufgrund des Sport- und Fitnessbooms und steigender Nachfrage

Contra



- Einbruch der Sport- und Fitnessbranche durch Covid19 und dessen Folgen
 - ➔ Kunden müssen zunächst wieder vom „Home Sport“ an Fitnessstudio gewöhnt werden
- Verstärkung der Konkurrenzsituation zu bestehenden Nutzungsstrukturen im Sportbereich
 - ➔ ggf. Frequenzrückgänge in anderen Teilbereichen des Kemptener Stadtgebietes
- Geringeres Einzugsgebiet im Gegensatz zu anderen Einrichtungen (u.a. Freizeitbereich)
 - ➔ Überwiegende Beschränkung auf lokale Bevölkerung
 - ➔ Geringe touristische Nachfrage

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, 2020

4 Abwägung möglicher Effekte auf Kundenfrequenzen

Wesentliches Ziel der vorliegenden gutachterlichen Stellungnahme ist es, zu eruieren, ob durch die vorgesehenen Ansiedlungen im Einzelhandels- und Sportbereich negative Effekte für die Kundenfrequenzen in der Kemptener Innenstadt abzuleiten sind. Hierfür folgt im folgenden Kapitel ein kurzer Verweis auf das am Standort Ulmer Straße erzielbare Einzugsgebiet und die angesprochenen Zielgruppen sowie eine Einordnung des Gesamtvorhabens. In der Folge werden Gefahren für die Einkaufsinnenstadt und Positivfaktoren durch die geplante Ansiedlung abgeleitet.

4.1 Einzugsgebiet und Zielgruppe des Vorhabenstandortes

Sowohl die geplanten Einzelhandels- als auch Sportnutzungen stellen eine gute Ergänzung für das in Kempten bereits in beiden Segmenten vorhandene Angebot dar. Es handelt sich dabei um für ein Oberzentrum typische Angebotsformate, welche zur Ausdifferenzierung der Angebotspalette beitragen.

Einzugsgebiet

Bei den geplanten Ansiedlungen handelt es sich nicht um überregional bedeutsame Formate aus dem Handels- und Sportbereich. Es sind vielmehr für ein Oberzentrum typische Angebote. Es ist in der Folge davon auszugehen, dass die geplante Ansiedlung ein Einzugsgebiet erschließt, welches in etwa deckungsgleich mit dem Marktgebiet des Gesamtstandortes Kempten ist. Lediglich ein Babyfachmarkt könnte, in Anbetracht des äußerst geringen Angebotsbestands in der Region insgesamt, ein etwas größeres Einzugsgebiet erschließen. Die Anziehung neuer, bislang nicht nach Kempten kommender Kundengruppen ist mit Blick auf die sonstigen Sortimente nicht zu erwarten (keine Sonderbindung). Es könnte jedoch innerhalb des gemäß EHK Kempten 2019 abgegrenzten Marktgebiets zu einer Verstärkung der Kaufkraftbindung in einzelnen Sortimenten kommen. Gleiches kann auch für das vorgesehene Sportangebot attestiert werden. Die geplanten Nutzungen Fitnessstudio, Box- und Tanzschule sind allesamt auf regelmäßige Kunden (ca. 1–3mal pro Woche) ausgerichtet, sodass eine schnelle Erreichbarkeit und damit eingeschränkte Bindung ins Umland zu erwarten ist (vgl. Kapitel 3.3). Einmalbesuche, die bspw. in einer Therme oder einem Freizeitpark üblich sind, für die deutlich längere Anfahrtszeiten in Kauf genommen werden würden, sind am Standort nicht zu erwarten. In der zunächst seitens des Vorhabenträgers vorgelegten Planung mit umfangreichen Freizeitarealen (z.B. Indoor Fußball, Trampolinarena) wäre dies anders gewesen.

Zielgruppen

In Bezug auf das geplante Einzelhandelsvolumen am Standort wird keine spezielle Zielgruppe angesprochen. Das Fachmarktzentrum wird vornehmlich dem Versorgungseinkauf mit Waren des sonstigen Bedarfs für Pkw-Kunden dienen. Besucher, die im Einzelhandel vornehmlich Bummeln und Stöbern sind am Standort angesichts der angestrebten Handelsformate nicht zu erwarten. In diesem Zusammenhang ist auch nicht von einer wesentlichen Zielgruppenüberschneidung mit den typischen Innenstadtkunden („Shoppern“) auszugehen. Vielmehr konkurrieren die geplanten Handels-, aber auch Sportformate mit den Angeboten in den sonstigen Lagen Kemptens bzw. den definierten Sonderstandorten im Stadtgebiet.

Auch im Sportbereich werden keine außergewöhnlichen Zielgruppen angesprochen, sondern die in Kempten und dem näheren Umfeld der Stadt lebende Bevölkerung adressiert. Touristen sowie Tagesgäste von weiter her spielen wie bereits beschrieben keine Rolle.

4.2 Einordnung des Gesamtvorhabens

In der Vergangenheit wurden die Weiterentwicklung und geplante Ansiedlung zukünftiger Nutzungen am Standort Ulmer Straße kontrovers diskutiert. Einige fürchteten negative Auswirkungen der Neuansiedlung eines Sport- und Fachmarktzentrums auf die weiteren Einzelhandels- und sonstigen Strukturen in der Kemptener Einkaufsinnenstadt. Neben den geplanten Handelsflächen wurden insbesondere die angestrebten Sporteinrichtungen und ergänzenden Nutzungen als kritisch angesehen, durch welche Frequenzverluste in den innerstädtischen Lagen befürchtet werden.

Für die am Vorhabenstandort vorgesehenen Einzelhandels- und Sportflächen wurde in den vorangegangenen Kapiteln bereits eine umfangreiche Einzelbetrachtung vorgenommen. Die in Rede stehenden Nutzungen können insgesamt als geeignet für eine zielgerichtete Weiterentwicklung des Mikrostandortes im Speziellen sowie des Oberzentrums Kempten insgesamt angesehen werden, wobei mit Blick auf den Handelsbereich z.T. Einzelfalluntersuchungen (z.B. bzgl. Innerstädtischer Randsortimente) erforderlich sind (vgl. Kapitel 2). Allerdings können die geplanten Nutzungen in der Ulmer Straße nicht isoliert voneinander betrachtet werden, es ist vielmehr eine Symbiose der Planungen erforderlich. Neben Einzelhandelsbetrieben und Sporteinrichtungen sind am Vorhabenstandort darüber hinaus weitere Nutzungen vorgesehen. Diese gilt es ebenfalls in eine Gesamtbetrachtung einzubeziehen.

Ergänzende Nutzungen am Vorhabenstandort

Neben dem Handelsschwerpunkt am Standort Ulmer Straße sollen auch verschiedene Nutzungsstrukturen etabliert werden, welche eine Ergänzungsfunktion des Fachmarktzentrums darstellen. Seitens der Stadt Kempten wurden gegenüber diesen ergänzenden Nutzungen kritische Stimmen hinsichtlich der Auswirkungen auf die innerstädtischen Frequenzen laut.

Besonders im Anbetracht der sich ändernden Rahmenbedingungen im Handel u.a. durch die zunehmenden Konkurrenzsituation mit dem Online-Handel sind jedoch solche Nutzungsmischungen auch für Fachmarktzentren mittlerweile unumgänglich. Neben klassischen Handelssegmenten steigt die Wichtigkeit von ergänzenden Angeboten aus bspw. dem Gastronomie- und Dienstleistungsbereich, um die wirtschaftliche Existenz von Fachmarktzentren auch langfristig gewährleisten zu können.

Neben den Angeboten im Handels- und Sportbereich sollen konkret folgende weitere Nutzungen am Standort realisiert werden:

- Textil-Reinigung (ca. 250 m²)
- Gastronomiebetriebe (derzeitiger Planungsstand: Café mit ca. 300 m² und Fast-Food Lokal mit ca. 400 m²)
- Büroflächen (ca. 3.000 m²)
- Self-Storage (ca. 3.000 m²)

Aufgrund deren Bedeutsamkeit für den wirtschaftlichen Erfolg eines Handelsstandortes, sind die geplanten sonstigen Nutzungen grundsätzlich nicht auszuschließen. Es bedarf jedoch mit Blick auf die Einkaufsinnenstadt Kempten einer weiteren Konkretisierung und Eingrenzung von potenziell ergänzenden Formaten für den Standort.

▪ **Gastronomie**

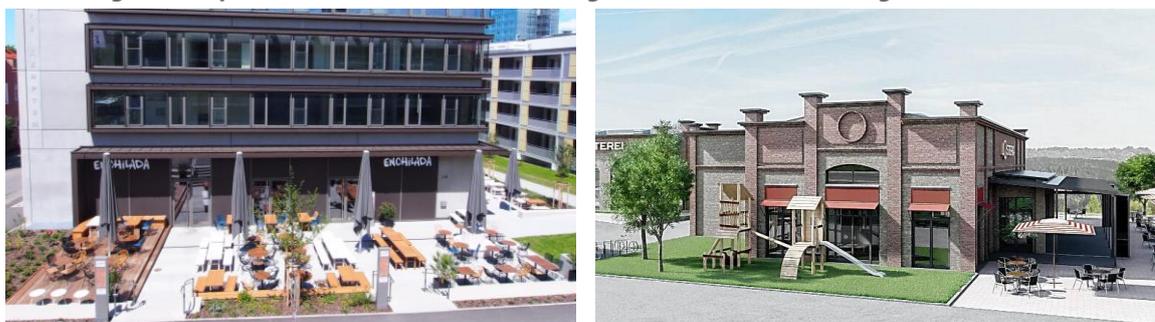
Grundsätzlich ist gegen die Planungen des Vorhabenträgers (Café, Fast Food) nichts einzuwenden. Jedoch ist bei gastronomischen Ansiedlungen an Fachmarktzentren sowohl die qualitative Ausstattung als auch die Quantität der Betriebe zu beachten, um eine In-Sich-Bindung und damit einhergehende Agglomerationseffekte zu verhindern.

Geeignete qualitative Formate für Fachmarktzentren sind neben der klassischen Bäckerei mit kleinen Cafébereich auch Fast-Food Filialen und Imbisse, welche als Pause während des Besuches

der Fachmärkte oder von Autokunden schnell frequentiert werden können. Darüber hinaus bieten sich Konzepte an, welche die weiteren Planungen am Standort komplettieren. In Bezug auf die Planungen im Sportbereich am Standort Ulmer Straße sind insbesondere fitnessgerechte Formate, welche bspw. eine ausgewogene oder proteinreiche Ernährung in den Fokus setzen (z.B. Café mit größerem Angebot an Bowls, Salate oder Shakes) zu priorisieren.

Von einer umfangreichen gastronomischen Entwicklung i.S.v. bspw. Food Courts, wie es sich in Einkaufszentren beobachten lässt, ist jedoch stark abzuraten. Auch Gastronomiebetriebe mit hoher Aufenthaltsqualität und attraktiven Außenbereichen, wie sie u.a. am Rathausplatz anzutreffen sind, sollten weiterhin der Innenstadt vorbehalten werden. Dies gilt gleichermaßen für attraktive und hoch frequentierte Gastronomiekonzepte, welche eine eigene Destinationswirkung entfalten (vgl. Abbildung 4). Eine In-Sich-Bindung wie in der Fasshalle auf dem ehemaligen Brauhausgelände Kempten, welche eine zusätzliche Konkurrenz zur Einkaufsinnenstadt darstellt, gilt es ausdrücklich zu verhindern. Formate dieser Art erzeugen eine Konkurrenzstellung zu Innenstadtformaten und sollten entsprechend auf den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt konzentriert werden. Für den Vorhabenstandort Ulmer Straße sind sie nicht geeignet.

Abbildung 10: Beispiel: Gastronomiebetriebe mit eigener Destinationswirkung



Quellen: Entwicklungen Fasshalle Kempten, Wirth Immobilien & Marketing³⁷ (links); Pizzeria L'Osteria im Gewerbegebiet Almosenberg in Wertheim, Stadt Wertheim³⁸ (rechts)

Die Anzahl der geplanten Gastronomiebetriebe (insg. zwei Betriebe) ist aus Sicht der cima unproblematisch. In dieser geringen Anzahl ist nicht von einer Sogwirkung dieser Betriebe auszugehen. Jedoch sollte bei zusätzlichen Ansiedlungen (ab drei Betriebe) hinsichtlich verstärkter Agglomerationseffekte (z.B. eine generierte „In-Sich-Bindung“ der einzelnen Betriebe) eine gesonderte Abwägung und Prüfung durchgeführt werden. Die Herausbildung einer „Gastro-Meile“ würde aus Sicht der cima eine zu starke Anziehungskraft entfalten, die einem klassischen Fachmarktzentrum mit Handelsbetrieben aus dem sonstigen Bedarfsbereich sowie Sportangeboten, Selfstorage und Büro nicht gerecht wird.

■ Self-Storage

Auf rd. 3.000 m² Fläche soll in der Ulmer Straße eine Self-Storage Anlage errichtet werden. Der Markt für Stauraum-Lösungen verzeichnete in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum, weshalb Self-Storage-Konzepte am Standort eine zukunftsichere Ergänzung zum Einzelhandel darstellen. Aufgrund der Voraussetzung von größeren Flächen sowie einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit mit dem MIV und ausreichend Parkmöglichkeiten werden bei Ansiedlungen von Self-Storage-Bereichen insbesondere Ausfallstraßen bevorzugt. Der Vorhabenstandort an der Ulmer Straße / B 12 bietet somit die idealen Voraussetzungen für eine Neuansiedlung von Lagerräumen. Ein Konkurrenzverhältnis zur Innenstadt besteht nicht.

³⁷ Wirth Immobilien & Marketing: <https://www.wirthimmo.de/start>, Stand: 10.02.2021

³⁸ Stadt Wertheim: <https://www.wertheim.de/Lde/startseite/aktuelles/eine+neue+attraktion+am+almosenberg.html>, Stand: 10.02.2021

- **Büronutzung**

Auch Büroflächen sind mittlerweile eine klassische Ergänzung im Fachmarktbereich, welche keine zusätzliche Publikumswirkung erzeugen. Sie sind am Vorhabenstandort in einer Dimensionierung von ca. 3.000 m² vorgesehen. Wie auch die Fitness- und Sportstudios bieten Büroeinrichtungen ein hohes Maß an Multifunktionalität und Flexibilität, wodurch zudem eine schnelle Nachnutzung gewährleistet wird.

- **Dienstleistungen**

In Ergänzung zu den o.g. großformatigen Nutzungen runden Dienstleistungen das Angebotsspektrum statt. Laut Unterlagen des Vorhabenträgers ist aus diesem Bereich lediglich eine Textilreinigung vorgesehen. Eine Wettbewerbssituation mit dem zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt ist demnach nicht zu unterstellen.

Die Ergänzungen aus dem Dienstleistungsbereich sollten sich wie bei den Gastronomien auf ein Minimum beschränken. Zudem sollte eine hohe Funktionalität im Vordergrund stehen, welche den Fachmarktcharakter des Projektes insgesamt unterstreicht. Einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie eine Textil-Reinigung ergänzen das in Planung stehende Angebot, generieren aber keine zusätzlichen Frequenzen, welche der Innenstadt schaden könnten. Entsprechend ist die vorgelegte Planung unproblematisch. Dagegen sollten Dienstleistungen, welche klassische frequenzbringende Ergänzungen des nahversorgungsrelevanten Bedarfs darstellen (u.a. Bank, Friseur) vermieden werden. Arztpraxen oder gar ein Ärztehaus sind am Standort auszuschließen.

Wie auch die geplanten Handels- und Sportflächen sind die weiteren für den Standort vorgesehenen Nutzungen für sich genommen unproblematisch. Zwischen den einzelnen Strukturen vor Ort sind in gewissem Umfang Kopplungseffekte zu erwarten. Angesichts der geringen Anzahl der ergänzenden publikumswirksamen Nutzungen Gastronomie und Dienstleistungen sind in diesem Segment jedoch keine umfangreichen Magnetwirkungen zu erwarten.

Diese würden aus Sicht der CIMA erst ab einer gewissen Nutzungsdichte und -mischung entstehen. Bei einer umfangreichen Angebotspalette in diesem Segment bestünde außerdem die Gefahr einer Konkurrenzposition zur Innenstadt. Eine „Innenstadtkopie“ ist entsprechend auch im Hinblick auf die ergänzenden Nutzungen nicht anzuraten. Mit großen Flächen für Self-Storage wird diesem Umstand bereits Rechnung getragen. Zum Schutz der Innenstadt ist dennoch eine entsprechende Limitierung auf die avisierten Nutzungszahlen empfehlenswert.

Wesentlich bei der Bewertung des Gesamtvorhabens sind außerdem dessen bauliche Struktur sowie Aspekte zu Aufenthaltsqualität u.Ä. Nach Angaben des Vorhabenträgers soll am Standort Ulmer Straße ein funktional ausgerichtetes Fachmarkt- und Sportzentrum entstehen, welches überwiegend von Pkw-Kunden frequentiert wird. Von einem klassischen Einkaufszentrum mit einem Mall-Bereich kann bei der Planung nicht die Rede sein.

Je näher ein Entwicklungsstandort einem städtebaulich-funktionalen Abbild der Innenstadt gleicht, desto größer fallen die Gefahrenpotenziale für die Innenstadt aus. Darunter sind neben angebotenen Sortimenten und Betriebstypen, der sonstigen Nutzungen in Auswahl und Menge, der Qualität der Gastronomie usw. auch städtebauliche Aspekte zu subsummieren. So gehen von dem Vorhaben sowohl Gefährdungspotenziale aus (vgl. Kapitel 4.3), welche es zu minimieren gilt, als auch Chancen für den Einzelhandelsstandort Kempten (vgl. Kapitel 4.4).

4.3 „Gefahren“ für die Einkaufsinnenstadt

Wenngleich die einzelnen Elemente (u.a. geplante Einzelhandelsnutzungen) für sich genommen zunächst unkritisch einzustufen sind, gehen dennoch in gewissem Umfang Gefahrenpotenziale von dem Vorhaben aus. Diese gilt es im weiteren Verfahren der Projektentwicklung zu minimieren.

Folgende Gefahren lassen sich zusammenfassend benennen:

- Durch die umfangreiche Entwicklung an der Ulmer Straße entsteht ein im Vergleich mit dem sonstigen Stadtgebiet flächenseitig enorm großer Standort. Mit in Summe rd. 15.750 m² Einzelhandelsverkaufsfläche, rd. 4.800 m² Sportflächen sowie weiteren insgesamt rd. 7.000 m² sonstigen Flächennutzungen (u.a. Büro, Selfstorage, Gastronomie) wird ein Standort geschaffen, der die Flächen in den ausgewiesenen Sonderstandorten Im Allmey sowie Fenepark übersteigt. So ist bei dem Standort allein aufgrund der Flächendimensionierung von einer **eigenständigen Anziehungskraft** auszugehen.
- Bei einer unzureichenden Limitierung der ergänzenden Nutzungen am Vorhabenstandort ist mit einer erhöhten **Agglomerationswirkung** zu rechnen, welche dementsprechende Auswirkungen i.S.v. Frequenzverlusten für die Einkaufsinnenstadt bedingt. Gefahren wie Zielüberschneidungen mit der Innenstadt wären insbesondere bei der Entstehung eines kleinteiligen, frequenzbringenden Nutzungsmixes festzustellen, welcher mit einer erhöhten Aufenthaltsqualität und Attraktivität zusätzliche Bindungseffekte erzeugt und entsprechende Frequenzsteigerungen zur Folge hat. Eine Limitierung der sonstigen Nutzungen (v.a. Gastronomie) und der Erhalt der Fachmarktcharakteristik ist im Bezug auf Folgen für die Einkaufsinnenstadt unumgänglich. Eine „**Innenstadtkopie**“ der vorgesehenen Nutzungen am Standort sollte dementsprechend vermieden werden.
- Die geplanten Einzelhandelsnutzungen sind zwar überwiegend aus dem sonstigen Bedarfsbereich, weisen jedoch jeweils einen gewissen Anteil an **Randsortimenten** auf, welche in erster Linie den innenstadtrelevanten Sortimenten zugeordnet werden können. Diese können je nach Umfang negativ auf die Innenstadt wirken.
- Zudem sind am Standort Handelsbetriebe mit Sortimenten vorgesehen, welche eine komplexe **baurechtliche Steuerung** bzw. Sortimentsfestsetzung erfordern (z.B. Motorradzubehör, vgl. Kapitel 3.3). Bei einer unzureichenden baurechtlichen Steuerung des Vorhabens besteht die Möglichkeit einer versehentlichen Öffnung von Lücken für innenstadtrelevante Sortimente, was weitreichende Folgen für die bestehenden innerstädtischen Angebotsformate zur Folge haben könnte. Eine solche Fehlentwicklung könnte für den Handelsplatz Innenstadt negative Effekte auslösen.
- Derzeit wirkt die **Corona-Pandemie** durch aktuelle Schließungen enorm auf den stationären Einzelhandel und die Einkaufsinnenstadt ein. Zum heutigen Zeitpunkt können die langfristigen Folgen der Corona-Krise für die Einzelhandelslandschaft nicht abschließend eingeschätzt werden. Die cima geht derzeit von einer Beschleunigung des stattfindenden Strukturwandels (u.a. Online-Handel) aus, was eine Schließung einiger v.a. kleinerer Ladeneinheiten zur Folge hätte. Diese kleinen Ladeneinheiten befinden sich meist in innerstädtischen Lagen. Die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben am Standort Ulmer Straße könnte den „corona-bedingten“ Druck auf die Einkaufsinnenstadt zusätzlich erhöhen. Darüber hinaus besteht am Standort selbst die Gefahr von Markteintrittsbarrieren durch die Pandemie. Da es sich jedoch beim Ansiedlungsvorhaben auch z.T. um sogenannte „Gewinnersortimente“ (Fahrrad, Bau- und Gartenmarkt) der Krise handelt, sind diese als sehr gering einzustufen.
- Wenngleich das vom Vorhabenträger vorgelegte Nutzungskonzept mit wenigen Ausnahmen (z.B. Getränke- oder Elektronikfachmarkt „Weiße Ware“) am Standort grundsätzlich denkbar ist, so kann es insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie sowohl kurz- als auch langfristig zu **Schwierigkeiten bei der Belegung der Flächen** kommen. Spätestens nach Ablauf der ersten Mietperiode sind mit Blick auf die Ladenflächen Kündigungen möglich. Eine exakte Nachbelegung mit einem vergleichbaren Handelsbetrieb (derselbe Betriebstyp, Sortimentsgestaltung) lässt sich meist nur schwer realisieren. In der Folge steigt angesichts drohender Leerstände und einer Abwertung des Areals insgesamt der Druck auf Stadtverwaltung und politische Entscheidungsträger dem Vorhabenträger größere Freiheiten in der Nachbelegung der Ladenflächen zu gewähren sowie unter Umständen mangels Alternativen auch innenstadtrelevante Sortimente zuzulassen.

4.4 Positivfaktoren

Neben den genannten „Gefahren“ für die Einkaufsinnenstadt birgt das Vorhaben auch Chancen, welche eine positive Entwicklung der innerstädtischen Lagen sowie den Handelsstandort Kempten insgesamt begünstigen:

- Die Stadt Kempten verfolgt in ihrer Funktion als Oberzentrum die Aufgabe, für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs eine entsprechende **Einzelhandelsversorgung** zu gewährleisten. In Anbetracht der vorhandenen Einkaufsmöglichkeiten (u.a. verfügbare Sortimente, Betriebstypen, Preisstufen) kommt das Kemptener Einzelhandelsangebot diesem Auftrag in vielen Bereichen sehr gut nach. So ist die Einkaufsinnenstadt als enorm attraktiver Handelsplatz in der Region positioniert und bietet insbesondere in den Sortimenten des Innenstadtbedarfs ein umfangreiches Angebotspektrum. In den Sortimenten des sonstigen Bedarfs bestehen bezogen auf die Gesamtstadt jedoch z.T. Lücken im vorhandenen Besatz. Diese wurden im Rahmen des EHK Kempten 2019 aufgezeigt und in Weiterentwicklungspotenziale überführt. Wesentlich sind in diesem Zusammenhang bspw. das Fehlen eines größeren Fahrradfachmarktes oder eines spezialisierten Babyfachmarktes anzuführen. Durch die Projektentwicklung an der Ulmer Straße mit der Neuansiedlung bislang in Kempten fehlender bzw. das vorhandene Angebot gut ergänzender Handelsformate können entsprechende Angebotslücken geschlossen werden. Ferner wird hierdurch die Kaufkraftbindung innerhalb des Kemptener Marktgebiets intensiviert und in Folge eine Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Kempten erzielt. Jene ist qua EHK Kempten 2019 erklärtes Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung in Kempten.

In diesem Zusammenhang ist jedoch festzuhalten, dass die Ausweitung des Einzelhandelsangebots mit bislang nicht bzw. nicht ausreichend in Kempten (Allgäu) vorhandenen Handelskonzepten (z.B. Babyfachmarkt, Fahrradfachmarkt) auch an anderen Standorten im Stadtgebiet möglich ist. Aufgrund des Flächenbedarfs der angesprochenen Einzelhandelsbetriebe kommt hier zwar nicht die Einkaufsinnenstadt in Betracht, jedoch bieten ggf. die gemäß Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Sonderstandort Im Allmey oder Fenepark entsprechende Flächen an. Eine dezidierte Prüfung möglicher Flächenpotenziale in den Sonderstandorten hat bislang nicht stattgefunden.

- Darüber hinaus hat sich der Bedarf nach bestimmten Sortimenten im sonstigen Bedarf im Zuge der **Corona-Pandemie** verstärkt. Die erhöhte Nachfrage im Fahrradsegment sowie von Bau- und Gartenmärkte, haben die Priorisierungen hinsichtlich neuer Ansiedlungen und Sortimentsausgestaltung in Oberzentren verändert. Die Kompensierung der derzeit bestehenden Angebotslücken innerhalb des Stadtgebietes Kempten rückten somit weiter in den Fokus.
- Auch geht mit der Ansiedlung der geplanten Sportangebote (z.B. Fitnessstudio) eine Ausweitung des für ein Oberzentrum ebenfalls wichtigen Versorgungsaspektes einher, welche eine Chance zur Bindung der Bevölkerung aus dem Kemptener Marktgebiet an den Standort Kempten bildet.
- Bereits heute bestehen im Kemptener Stadtgebiet Kaufkraftbindungen zwischen dezentralen Einkaufsstandorten und der Einkaufsinnenstadt. Diese **Kopplungseffekte** wurden im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes durch Befragungen bestätigt. So sucht bspw. jeder vierte Kunde des Feneparks im Anschluss an seinen dortigen Einkauf den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt auf.³⁹ Angesichts der geplanten Nutzungen an der Ulmer Straße, die das in der Innenstadt vorhandene Angebot aufgrund der geplanten deutlich anderen Sortimentsausgestaltung grundsätzlich gut ergänzen, sind ebenfalls entsprechende Kopplungswirkungen zu erwarten. Begünstigt wird dieser Umstand außerdem durch die räumliche Nähe der Standort Ulmer Straße und Einkaufsinnenstadt zueinander (ca. 1 km Luftlinie).

³⁹ vgl. Empiriebericht zum EHK Kempten 2019, S. 14

Auch die geplanten Sporteinrichtungen können einen positiven Beitrag zu Kopplungseffekten zwischen Ulmer Straße und Innenstadt leisten. Diese würden durch die Etablierung von entsprechend verknüpfenden Abonnements (z.B. Urban Sports Club) intensiviert und gefördert werden.

- Neben der Stärkung der oberzentralen Funktion Kemptens und der Schließung von Lücken im vorhandenen Besatz bietet das Planvorhaben die Chance der **Aufwertung** von derzeit brachliegenden, ehemals von der Bundeswehr genutzten, Flächen. Eine Entwicklung des Areals mit einer ansprechenden Nutzungsstruktur ist insgesamt für die Weiterentwicklung des Kemptener Stadtgebietes zu begrüßen. Die Etablierung von Einzelhandels- und ergänzenden Nutzungen am Standort birgt aufgrund von erhöhten Kaufkraftbindungen zur Einzelhandelsdestination Kempten auch Chancen für die Einkaufsinnenstadt. Durch die Neugestaltung des Areals kann von einem positiven Impuls auf die gesamte Einzelhandelslandschaft ausgegangen werden (Kopplungseffekte, Trading up im Standortumfeld).

Eine Aufwertung des Areals könnte jedoch auch durch die Ansiedlung von anderen Nutzungen bspw. aus dem Gewerbesegment (u.a. Handwerker, Büros) erzielt werden. Die Unterbringung von großformatigen Handelsnutzungen aus dem sonstigen Bedarfsbereich gepaart mit Sport- und Büroflächen ist nur eine von viele Nutzungsszenarien. Es ergibt sich nachfrageseitig ggf. auch die Möglichkeit, unterschiedliche Nutzungsformen (z.B. Gewerbe mit reduzierten Handelsflächen) zu kombinieren.

5 Konklusion

Wenngleich das Planvorhaben am Standort Ulmer Straße in Kempten den Wettbewerbsdruck in Stadt und Umland erhöht, gehen von diesem nicht automatisch negative Effekte auf die Einkaufsinnenstadt und die dortigen Passantenfrequenzen aus. Es wird mit der Neuansiedlung zwar ein Konkurrenzstandort geschaffen, diesem können jedoch nur bedingt Schadenspotenziale im städtebaulichen Sinne unterstellt werden. Durch die Neuansiedlung von bislang in Kempten nicht oder nur in geringer Angebotsbreite vorgehaltener Angebotsformate kann eine Weiterentwicklung des Kemptener Einzelhandels generiert werden, welche mögliche Kaufkraftabflüsse in diesen Segmenten aus Kempten an Standorte im Umland sowie den Online-Handel abmildert. Die Angebotsüberschneidungen zwischen Innenstadt und Planvorhaben fallen bei Regulierung der Randsortimentsflächen sowohl im Einzelhandels- als auch im Sportbereich vergleichsweise gering aus.

Wesentlich ist bei der abschließenden Beurteilung des Ansiedlungsvorhabens jedoch der weitere Planungsprozess im Verfahren. Folgende Handlungsempfehlungen für den weiteren Verlauf des Planungsprozesses sollten für eine zielgerichtete Stadtentwicklung und gleichzeitigem Schutz der Einkaufsinnenstadt berücksichtigt werden:

„Checkliste“ zur verträglichen Weiterentwicklung des Standortes Ulmer Straße

▪ **Konzentration des Einzelhandels auf den sonstigen Bedarf**

Mit Blick auf die geplanten Einzelhandelsnutzungen sind überwiegend Angebote aus dem sonstigen Bedarfsbereich für den Standort vorgesehen. Diese sind grundsätzlich gemäß kommunalem Einzelhandelskonzept an der Ulmer Straße zulässig und zugleich werden die Standortanforderungen typischer Betreiber in den einzelnen Sparten am Standort erfüllt. Betriebe mit Hauptsortiment im Nahversorgungs- oder Innenstadtbedarf (z.B. Getränkefachmarkt, Elektronikhandel „Weiße Ware“) sind am Standort nicht zulässig, sodass auf diese zu verzichten ist. Da der Stadt Kempten ein Versorgungsauftrag in sämtlichen Sortimentsbereichen zukommt, sind auch in gewissem Umfang Neuansiedlungen in den Sortimenten des sonstigen Bedarfs (Schließen von Betriebstypenlücken, Angebotsdifferenzierung) anzustreben. Da die Flächenanforderungen jedoch nicht in der Innenstadt erfüllt werden können und auch die Preisstruktur des Stadtzentrums nicht bedient werden kann, muss hier auf Standorte im sonstigen Stadtgebiet ausgewichen werden.

– **Limitierung der Randsortimentsflächen**

Einige der seitens des Vorhabenträgers geplanten Einzelhandelsbetriebe (z.B. Babyfachmarkt, Fahrradfachmarkt) sind im Hinblick auf das Hauptsortiment dem sonstigen Bedarf zuzuordnen, führen jedoch i.d.R. in unterschiedlichem Umfang innenstadtrelevante Randsortimente. Zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs Einkaufsinnenstadt sollte für die entsprechenden Randsortimente und deren möglichen negativen Effekte eine Einzelfallprüfung durchgeführt, und entsprechende Obergrenzen definiert werden. Die jeweiligen Obergrenzen je Randsortiment sind im Bebauungsplan in Detail festzuschreiben.

– **Enge baurechtliche Festsetzung**

Einige am Standort vorgesehene Handelsformate sind hinsichtlich des Sortiments keinem klassischen, baurechtlich festsetzungsfähigen Sortimentsbereich zuzuordnen. Als Beispiel ist hier der Motorradhandel (Bekleidung/Zubehör) zu nennen, welcher zwar aufgrund des zu erwartenden Sortiments sachlogisch dem Bekleidungsbereich zuzuordnen ist, aber nicht in Konkurrenzstellung zum Innenstadthandel steht. Um hier nicht die Tür für etwaige

Fehlentwicklungen in der Zukunft zu öffnen⁴⁰, sollte hier seitens der Genehmigungsbehörde eine rechtssichere Festsetzung im Bebauungsplan getroffen werden. Ein vorhabenbezogener Bebauungsplan mit einer dezidierten Aufgliederung und entsprechender Festsetzung der geplanten Sortimentsstruktur (u.a. Bekleidung, Technik, Zubehör) ist in diesem Zusammenhang als wesentlicher Schritt einzuordnen.

– **Keine Ausweitung der Sortimente bei Leerständen**

Spätestens nach Ablauf der ersten Mietperiode der Einzelhandelsbetriebe kann es zu Kündigungen und damit Leerständen im Fachmarktzentrum kommen. In Anbetracht der sinkenden Nachfrage nach Handelsflächen ist eine Wiedervermietung oftmals mit Schwierigkeiten behaftet, sodass in der Folge der Druck auf Stadtverwaltung und Politik wächst, zur langfristigen Stabilisierung des Standortes auch andere, u.a. Sortimente des Innenstadtbedarfs zuzulassen. Dies sollte dringend vermieden und an der ursprünglichen Festsetzung mit einer Beschränkung auf den sonstigen Bedarf festgehalten werden.

▪ **Städtebaulicher Charakter als Fachmarktzentrum**

Die städtebauliche Struktur des geplanten Sport- und Fachmarktzentrums sollte sich an einem klassischen auf Autokunden ausgerichteten Handelsplatz orientieren und kein Abbild der Innenstadt darstellen. Wie auch die sonstigen Handelsstandorte in Kempten, welche nicht als zentrale Versorgungsbereiche definiert sind, sollte hier die Ausrichtung klar versorgungsstrukturell ausgestaltet werden und nicht einer erhöhten Aufenthaltsqualität dienen. So wird die Konkurrenzstellung zwischen Innenstadt auf der einen, und Fachmarktzentrum auf der anderen Seite minimiert.

– **Funktionale Optik**

Es gilt folgende Faustregel „Je stärker die Struktur einer Innenstadt (u.a. Nutzungs- und Angebotsmix, Aufenthaltsqualität) am Standort nachgebildet wird, desto eher sind negative Effekte auf das Stadtzentrum zu erwarten.“ Daher soll das gesamte Baugebiet im öffentlichen Raum keine besonderen städtebaulichen Qualitäten entwickeln, die es in besondere Konkurrenzstellung zur qualitätvollen Innenstadt bringen. Klimaanpassungsziele (Begrünung, nachhaltiges Bauen, nachhaltige Energiebereitstellung etc.) sind davon ausgenommen.

– **Vorhabenbezogener Bebauungsplan**

Das Vorhaben soll durch den Vorhabensträger möglichst genau beschrieben werden. Darauf abgestimmt ist das Baurecht vorhabenbezogen zu entwickeln. Der Durchführungsvertrag ergänzt und verfeinert die Detailregelungen zwischen Stadt und Investor/Bauträger.

– **Feinsteuerung über Baufelder/Baufenster**

In der Folge ist bspw. auch die Errichtung einer Mall ähnlich eines Einkaufszentrums (z.B. Forum Allgäu) für den Standort nicht empfehlenswert. In der Bauleitplanung kann die funktionale Trennung der Gebäude und damit der Nutzungen über Baufenster/Baufelder gesteuert werden. Es bietet sich an, Baulinien und Baugrenzen festzulegen.

▪ **Limitierung der ergänzenden publikumswirksame Nutzungen (keine „Innenstadtkopie“)**

Am Vorhabenstandort sind neben Handel und Sport auch ergänzende Nutzungen, wie bspw. Gastronomie / Dienstleistungen vorgesehen. Diese sind zum Gelingen des Gesamtprojekts sinnvoll und zu befürworten. Die ergänzenden Nutzungen sind in ihrer Anzahl jedoch auf ein Minimum zu reduzieren. Insbesondere das Gastronomiesegment nimmt wichtige Magnetfunktionen für die Innenstadt wahr, sodass hier ebenfalls die Konkurrenzwirkungen reduziert werden sollten.

⁴⁰ Sollte für den geplanten spezialisierten Motorradbekleidungshandel im Bebauungsplan eine Festsetzung für das Sortiment Bekleidung festgeschrieben werden, so könnte hier bei Wegfall eines Erst-Mieters eine Nachfolgenutzung aus einem innenstadtrelevanten Bekleidungssegment (Mode) erfolgen.

– **Beschränkung auf weniger als 3 funktionale Gastronomien**

In Folge sollte die Anzahl an gastronomischen Einrichtungen bei weniger als drei liegen, welche thematisch auf die geplanten Sport- und Handelsnutzungen abzustimmen sind. Restaurants mit attraktiven Außensitzbereichen, wie sie in einer Vielzahl im zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt ansässig sind, sind am Standort Ulmer Straße zu vermeiden. Sofern die Zahl der geplanten Gastronomien zwei Betriebe überschreitet, sollte eine gesonderte und detaillierte Untersuchung erfolgen. Bei mehr als zwei Betrieben besteht die Gefahr einer In-Sich-Bindung, welche eine eigene Destinationswirkung entfalten könnte (bspw. Mall-Charakter, Food-Courts). Einen solchen Agglomerationstatbestand gilt es zu vermeiden (vgl. Kap. 4.2). Gleiches gilt für publikumswirksame Dienstleistungen (z.B. Reinigung).

– **Keine Beschränkung für Nutzungen ohne Publikumsverkehr**

Büroflächen, welche lediglich durch die dort arbeitenden Personen aufgesucht werden, stellen eine passende Ergänzung für den Standort da und erlauben eine Grundfrequenz vor Ort, welche nicht in Konkurrenz zum zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt steht.

Die „Checkliste“ dient sowohl dem Vorhabensträger als auch der Stadtverwaltung und den politischen Gremien als Orientierungsrahmen für das weitere Verfahren. Im Hinblick auf die geplanten Einzelhandelsnutzungen mit innenstadtrelevanten Randsortimenten ist außerdem eine dezidierte Einzelfallabwägung möglicher schädlicher Auswirkungen auf die Einkaufsinnenstadt durchzuführen.