



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

## Stadt Weil am Rhein

CIMA Beratung + Management GmbH  
Neue Weinsteige 44 70180 Stuttgart  
T 0711-64 864 61  
F 0711-64 864 69  
cima.stuttgart@cima.de  
www.cima.de

## Wirkungsanalyse Dreiländergalerie

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Ihr Ansprechpartner:  
Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Stuttgart, Mai 2015

© 2015 CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Urheberrechte und sämtliche nicht geregelten Nutzungsrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1 Auftrag</b> .....	<b>4</b>
<b>2 Daten zum Planvorhaben</b> .....	<b>5</b>
2.1 Sortimentbezogene Verkaufsflächenplanung für die Dreiländergalerie.....	5
2.2 Abgleich Planung Dreiländergalerie mit der Warengruppensystematik und den Bestandsdaten aus dem Märkte- und Zentrenkonzept Weil am Rhein.....	6
2.3 Abgleich der Plandaten Dreiländergalerie mit den Prognosedaten zum Verkaufsflächenpotential aus dem Märkte- und Zentrenkonzept 2013.....	7
<b>3 Abgrenzung Einzugsgebiet und sortimentsbezogene Kaufkraftvolumina</b> .....	<b>8</b>
3.1 Räumliche Gliederung des Einzugsgebietes .....	8
3.2 Sortimentbezogene Kaufkraftvolumina im Einzugsgebiet.....	10
<b>4 Bewertung der künftigen Kaufkraftströme und Umsatzeffekte durch die Dreiländergalerie</b> .....	<b>11</b>
4.1 Bewertung der Branchenmix-Planung Dreiländergalerie .....	11
4.2 Erforderliche Kaufkraftabschöpfung zum Erreichen des rechnerischen Planumsatzes der Dreiländergalerie.....	12
4.3 Umsatzanteile durch eine verstärkte Kaufkraftbindung durch die Dreiländergalerie am Standort Weil am Rhein.....	15
4.4 Umsatzumverteilung durch die Dreiländergalerie gegenüber dem Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Weil am Rhein .....	17
<b>5 Beurteilung der Auswirkungen auf das Einzelhandelsstandortgefüge in der Stadt Weil am Rhein</b> .....	<b>21</b>
5.1 Umverteilungsquoten nach Standortlagen .....	21
5.2 Qualitative Bewertung der voraussichtlichen städtebaulichen Auswirkungen innerhalb der Stadt Weil am Rhein.....	25
5.3 Städtebauliche Bewertung der Dreiländergalerie im Kontext mit der handelsbezogenen Stadtentwicklung der Stadt Weil am Rhein.....	26
<b>6 Anhang</b> .....	<b>27</b>

## 1 Auftrag

Im Januar 2015 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, von der Stadt Weil am Rhein mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse der Dreiländergalerie am Europaplatz beauftragt.

Auf Basis der Angaben der CEMAGG GmbH zur geplanten Sortimentsgliederung der Dreiländergalerie erfolgt eine sortimentsbezogene Analyse der Auswirkungen des Vorhabens innerhalb der Stadt Weil am Rhein selbst.

Im Einzelnen werden folgende Aspekte bearbeitet:

- Darstellung der Planumsätze nach Sortimenten bei Zugrundelegung von abgestimmten Flächenleistungen
- Abgrenzung und Bewertung des Einzugsgebietes und Berechnung der sortimentsbezogenen Kaufkraftvolumina
- Darstellung und Bewertung der gegenwärtigen Einzelhandelsstruktur in der Stadt Weil am Rhein
- Darstellung der voraussichtlichen Kaufkraftabschöpfungsquoten im deutschen Einzugsgebiet und der Kaufkraftzuflüsse aus der Schweiz und aus Frankreich
- Berechnung der voraussichtlichen Umsatzumverteilungseffekte nach Sortimenten und Standortlagen in der Stadt Weil am Rhein
- Qualitative Bewertung der Auswirkungen auf das Einzelhandelsstandortgefüge in der Stadt Weil am Rhein
- Städtebauliche Bewertung der Dreiländergalerie im Kontext mit der handelsbezogenen Stadtentwicklung der Stadt Weil am Rhein

Eine Analyse der raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens und insbesondere eine Analyse der Auswirkungen auf die Stadt Lörrach ist ausdrücklich **nicht** Gegenstand der CIMA-Untersuchung.

Für die Bearbeitung der Auswirkungsanalyse konnte u.a. auf die umfangreiche Datenbasis der CIMA, welche im Rahmen der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2013 erarbeitet wurde, zurückgegriffen werden.

## 2 Daten zum Planvorhaben

### 2.1 Sortimentsbezogene Verkaufsflächenplanung für die Dreiländergalerie

Für die Dreiländergalerie ist von Seiten der CEMAGG GmbH nachfolgende sortimentsbezogene Verkaufsflächengliederung vorgesehen.

Für die Ermittlung des Planumsatzes wurden die mit dem Regierungspräsidium Freiburg abgestimmten Flächenleistungen, welche für die Auswirkungsanalyse für das Postareal in Lörrach 2012 angesetzt wurden, zugrunde gelegt.

Tab. 1 Sortimentsbezogene Verkaufsflächenplanung Dreiländergalerie

Sortiment	Verkaufsfläche in qm	Umsatzerwartung in Mio. € p.a.	Flächenproduktivität in €/qm VK
Lebensmittel	2.877	13,3	4.600
Bekleidung	7.008	23,8	3.400
Sportartikel und -bekleidung	1.533	4,9	3.200
Haushaltswaren/Geschenke	966	2,7	2.800
Schmuck	300	3,0	10.000
Elektrowaren	1.270	9,5	7.500
Schuhe/Lederwaren	957	3,3	3.500
Parfümerie/Drogerie	805	3,7	4.600
Optik	200	1,4	7.000
Bücher/Zeitschriften	589	2,4	4.100
<b>Summe</b>	<b>16.505</b>	<b>68,0</b>	<b>4.100</b>

Quelle: CEMAGG GmbH; Stand März 2015; Rundungsdifferenzen möglich

## 2.2 Abgleich Planung Dreiländergalerie mit der Warengruppensystematik und den Bestandsdaten aus dem Märkte- und Zentrenkonzept Weil am Rhein

Zur Einordnung der Plandaten der CEMAGG GmbH in die Warengruppensystematik der CIMA, welche dem Märkte- und Zentrenkonzept zugrunde gelegt ist, sind nachfolgend die Daten zum Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Weil am Rhein dargelegt.

Tab. 2 Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Weil am Rhein 2009 und 2013 nach Warengruppen

Warengruppen	Anzahl der Betrieb		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €	
	2009	2013	2009	2013	2009	2013
Lebensmittel	77	66	26.895	26.355	144,3	145,1
restl. kurzfristiger Bedarf <sup>1</sup>	31	28	4.945	4.570	32,0	33,1
<b>kurzfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>108</b>	<b>94</b>	<b>31.840</b>	<b>30.925</b>	<b>176,3</b>	<b>178,2</b>
Oberbekleidung, Wäsche, Heimtextilien	41	52	15.475	16.960	34,7	39,2
Schuhe und Sport	11	10	2.080	2.305	7,1	7,5
Bücher, Schreib- und Spielwaren	12	9	1.935	1.810	7,3	7,2
restl. mittelfristiger Bedarf <sup>2</sup>	4	3	245	1.315	2,9	5,4
<b>mittelfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>68</b>	<b>74</b>	<b>19.735</b>	<b>22.390</b>	<b>52,0</b>	<b>59,3</b>
Einrichtung und Zubehör	21	24	3.230	8.960	11,3	16,4
Elektrowaren	7	7	1.320	1.320	7,2	7,2
Foto/Optik, Uhren/ Schmuck	16	17	1.310	1.360	7,4	8,0
restl. langfristiger Bedarf <sup>3</sup>	25	20	5.875	6.065	17,6	18,3
<b>langfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>69</b>	<b>68</b>	<b>11.735</b>	<b>17.705</b>	<b>43,5</b>	<b>49,9</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>245</b>	<b>236</b>	<b>63.310</b>	<b>71.020</b>	<b>271,8</b>	<b>287,4</b>

<sup>1</sup> Im restlichen kurzfristigen Bedarf sind enthalten: Reformwaren, Apothekerwaren, Drogerien, Parfümerien, Blumen

<sup>2</sup> Im restlichen mittelfristigen Bedarf sind enthalten: Sanitätsbedarf, Zoobedarf

<sup>3</sup> Im restlichen langfristigen Bereich sind enthalten: u.a. Musikalien, Lederwaren, Kfz - Bedarf, Gartenbedarf

Quelle: CIMA-Bestandserhebungen Februar 2009 und Mai 2013; Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

Der vorgesehene Branchenmix für die Dreiländergalerie umfasst nur einen Teil des gesamten Einzelhandelsspektrums. So sind die Sortimente Möbel, Küchen, Bau- und Heimwerkerbedarf etc. für den Standort Dreiländergalerie nicht vorgesehen. Bei den weiteren Berechnungen wird deshalb ausschließlich auf die vorgesehenen Sortimente in der Dreiländergalerie als sog. projektrelevante Sortimente Bezug genommen.

### 2.3 Abgleich der Plandaten Dreiländergalerie mit den Prognosedaten zum Verkaufsflächenpotential aus dem Märkte- und Zentrenkonzept 2013

Zur ersten Einordnung der Planung Dreiländergalerie erfolgt ein Abgleich mit den Prognosedaten hinsichtlich des Verkaufsflächenpotentials, welche in der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes 2013 ausgewiesen wurden.

Als oberer Wertansatz (Offensivszenario) wurde ein Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt Weil am Rhein und für alle Sortimente (inkl. Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf etc.) ein Verkaufsflächenpotential von ca. 16.800 qm ermittelt (inkl. 10 % Potentialreserve).

Tab. 3 Abgleich der prognostizierte Potentialfläche mit der geplanter Verkaufsfläche in der Dreiländergalerie

Sortimente	prognostizierte Potentialfläche CIMA in qm	geplante Verkaufsfläche CEMAGG in qm
Lebensmittel		2.875
Drogerie-/ Parfümeriewaren		805
restl. kurzfristiger Bedarf		0
<b>kurzfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>4.600</b>	<b>3.680</b>
Bekleidung		7.010
Sportartikel		1.530
Schuhe/ Lederwaren		955
Bücher/ Zeitschriften		590
restl. mittelfristiger Bedarf		0
<b>mittelfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>5.800</b>	<b>10.085</b>
Haushaltswaren/ Geschenkartikel		965
Elektrowaren		1.270
Uhren/Schmuck		300
Foto/Optik		200
restl. langfristiger Bedarf		0
<b>langfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>6.400</b>	<b>2.735</b>
<b>EH Gesamt</b>	<b>16.800</b>	<b>16.500</b>

Quelle: Märkte- und Zentrenkonzept Weil am Rhein 2013; Angaben der CEMAGG GmbH; Stand März 2015; Werte leicht gerundet; Sortiment Lederwaren wurde aus Gründen der Vergleichbarkeit der Warengruppe „Schuhe/Lederwaren“ und damit dem mittelfristigen Bedarf zugeordnet

Die Gegenüberstellung der Prognosewerte der CIMA zum Verkaufsflächenpotential in der Stadt Weil am Rhein mit den Werten der CEMAGG zeigt, dass die Gesamtverkaufsfläche der Dreiländergalerie in etwa dem Prognosewert für die Gesamtstadt Weil am Rhein entspricht. Eine deutliche Überschreitung des Prognosewertes der CIMA ist beim mittelfristigen Bedarf (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, etc.) vorhanden. Auf der anderen Seite wird speziell beim langfristigen Bedarf das Verkaufsflächenpotential deutlich unterschritten.

### 3 Abgrenzung Einzugsgebiet und sortimentsbezogene Kaufkraftvolumina

#### 3.1 Räumliche Gliederung des Einzugsgebietes

Auf Basis der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2013 kann das Einzugsgebiet für den Einzelhandel in der Stadt Weil am Rhein wie folgt abgegrenzt und untergliedert werden:

Marktzone	zugehörige Kommunen	Bevölkerungspotential
Zone I	<b>Gesamtstadt Weil am Rhein</b>	ca. 30.200 Einwohner
Zone II	Binzen, Eimeldingen, Fischingen, Rümmlingen, Schallbach, Wittlingen, Kandern, Efringen-Kirchen, Grenzach-Wyhlen, Bad Bellingen, Schliengen	ca. 49.470 Einwohner
<b>Zone I-II</b>	<b>Engeres deutsches Einzugsgebiet insgesamt</b>	<b>ca. 79.670 Einwohner</b>
Zone III	<b>Weiteres deutsches Einzugsgebiet:</b> Lörrach, Inzlingen, Malsburg-Marzell, Rheinfeldern, Schwörstadt, Steinen	ca. 98.000 Einwohner
<b>Deutsches Einzugsgebiet insgesamt (Zone I – III)</b>		<b>ca. 177.670 Einwohner</b>
Potentialgebiet	Schweiz (Basel-Stadt und angrenzende Teilbereiche des Kantons Basel-Land)	ca. 305.230 Einwohner
	Frankreich (Huningue, Village-Neuf, Saint-Louis)	ca. 30.500 Einwohner
<b>Einzugsgebiet insgesamt (Zone I – III) + Potentialgebiet</b>		<b>ca. 513.400 Einwohner</b>

Bei der Untergliederung des deutschen Einzugsgebietes wurde der Bereich, der räumlich der Stadt Weil am Rhein zugewandt ist (Markgräfler Land) in das „engere“ Marktgebiet einbezogen (ca. 79.670 Einwohner in Zone I-II).

Im weiteren deutschen Einzugsgebiet ist ein Bevölkerungspotential von ca. 98.000 Einwohnern (Zone III) vorhanden, wobei hier von einer deutlich abgeschwächten Einkaufsorientierung nach Weil am Rhein ausgegangen werden kann.

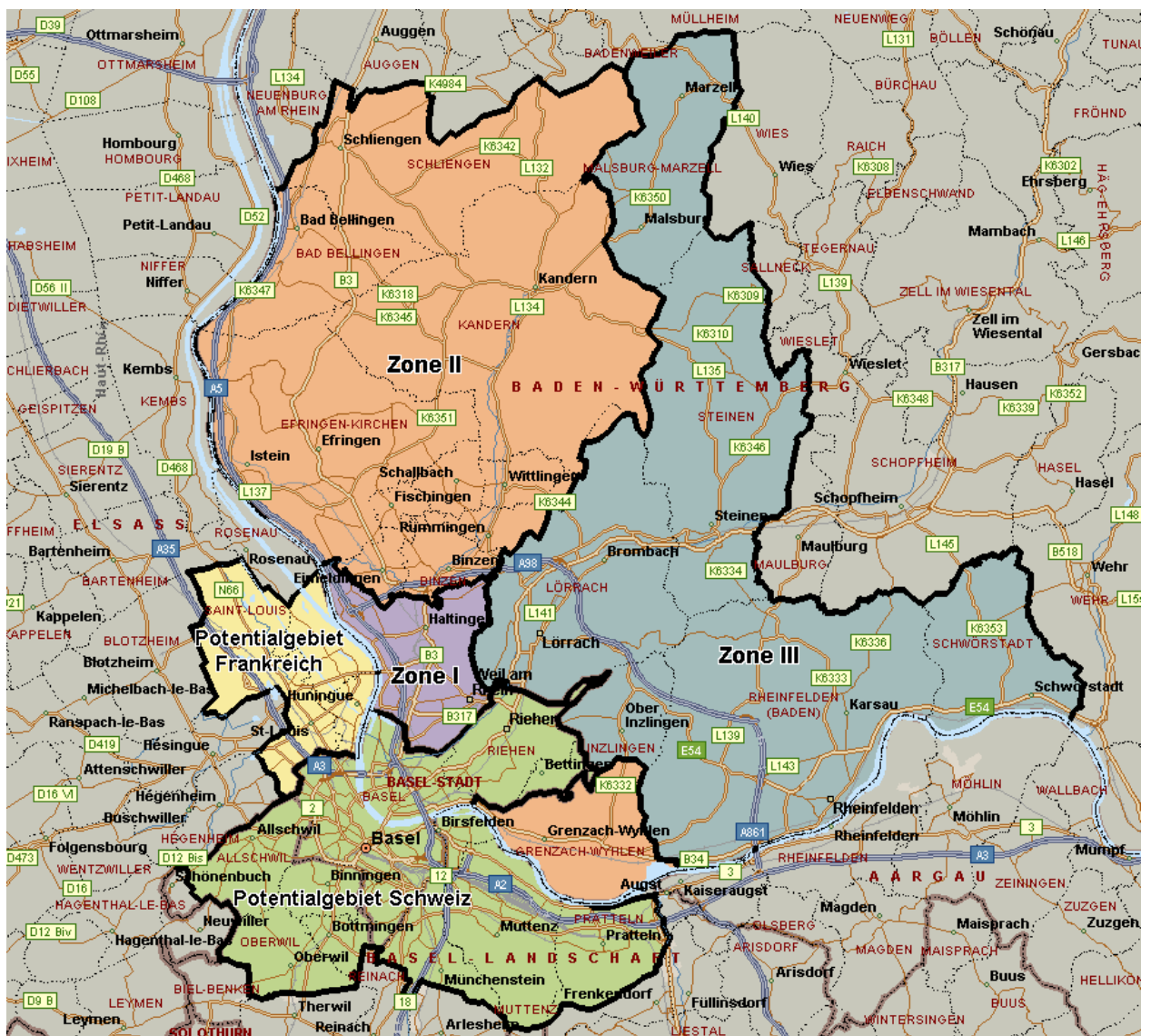
Weiterhin können Einkaufsbeziehungen zu den weiteren Kommunen im Landkreis Lörrach sowie zu den angrenzenden Landkreisen Breisgau-Hochschwarzwald und Waldshut auftreten, welche allerdings von untergeordneter Bedeutung sind.



Aufgrund der Lage der Stadt Weil am Rhein im Dreiländereck sind durch die grenzüberschreitenden Einkaufsverflechtungen Sonderstrukturen vorhanden. Bei Einbeziehung der grenznahen Gebiete in der Schweiz und in Frankreich ist ein zusätzliches Potentialgebiet mit gut 335.000 Personen einzubeziehen.

Sowohl innerhalb des deutschen Einzugsgebietes als auch in den grenznahen Gebieten in der Schweiz und in Frankreich ist in den vergangenen Jahren ein Bevölkerungswachstum zu verzeichnen gewesen.

Abb. 1 Das Marktgebiet des Einzelhandels Weil am Rhein insgesamt



Quelle: MapPoint; Bearbeitung: CIMA

### 3.2 Sortimentsbezogene Kaufkraftvolumina im Einzugsgebiet

In der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2013 wurden nachfolgende sortimentsbezogene Kaufkraftvolumina ausgewiesen, wobei das deutlich überdurchschnittliche Kaufkraftniveau der Schweizer Kunden berücksichtigt wurde.

Tab. 4 Das Kaufkraftpotential nach Sortimenten im Marktgebiet Weil am Rhein in Mio. €

Bedarfsgruppe	Marktzone			Deutsches Einzugsgebiet	Potentialgebiet			Zone I-III + Potentialgebiet
	Zone I	Zone II	Zone III		CH	F	insg.	
Lebensmittel	61,7	105,7	206,4	373,8	983,1	76,7	1.059,8	1.433,6
restlicher kurzfristiger Bedarf <sup>1</sup>	26,8	45,8	89,5	162,1	426,3	33,3	459,6	621,7
<b>kurzfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>88,5</b>	<b>151,5</b>	<b>295,9</b>	<b>535,9</b>	<b>1.409,4</b>	<b>110,0</b>	<b>1.519,4</b>	<b>2.055,3</b>
Oberbekleidung, Wäsche, Textilien	17,3	29,6	57,7	104,6	274,9	21,5	296,4	401,0
Schuhe und Sport	6,3	10,8	21,1	38,2	100,6	7,9	108,5	146,7
Bücher, Schreib- und Spielwaren	5,7	9,8	19,1	34,6	90,8	7,1	97,9	132,5
restlicher mittelfristiger Bedarf <sup>2</sup>	3,6	6,1	12,0	21,7	57,1	4,5	61,6	83,3
<b>mittelfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>32,9</b>	<b>56,3</b>	<b>109,9</b>	<b>199,1</b>	<b>523,5</b>	<b>40,9</b>	<b>564,4</b>	<b>763,5</b>
Einrichtung und Zubehör	20,9	35,9	70,0	126,8	333,6	26,0	359,6	486,4
Elektrowaren	8,9	15,3	29,8	54,0	142,1	11,1	153,2	207,2
Foto/ Optik, Uhren/ Schmuck	4,4	7,6	14,9	26,9	70,8	5,5	76,3	103,2
restlicher langfristiger Bedarf <sup>3</sup>	13,2	22,5	44,0	79,7	209,5	16,4	225,9	305,6
<b>langfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>47,5</b>	<b>81,3</b>	<b>158,7</b>	<b>287,5</b>	<b>756,0</b>	<b>59,0</b>	<b>815,0</b>	<b>1.102,5</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>168,8</b>	<b>289,0</b>	<b>564,5</b>	<b>1.022,3</b>	<b>2.688,9</b>	<b>209,9</b>	<b>2.898,8</b>	<b>3.921,1</b>

<sup>1</sup> Im restlichen kurzfristigen Bedarf sind enthalten: Reformwaren, Apothekerwaren, Drogerien, Parfümerien, Blumen

<sup>2</sup> Im restlichen mittelfristigen Bedarf sind enthalten: Sanitätsbedarf, Zoobedarf

<sup>3</sup> Im restlichen langfristigen Bereich sind enthalten: u.a. Musikalien, Kfz - Bedarf, Gartenbedarf

Quelle: CIMA Berechnungen, leichte Rundungsdifferenzen möglich

## 4 Bewertung der künftigen Kaufkraftströme und Umsatzeffekte durch die Dreiländergalerie

### 4.1 Bewertung der Branchenmix-Planung Dreiländergalerie

In der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes wurden von Seiten der CIMA Empfehlungen zur Ergänzung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Weil am Rhein formuliert. Hierbei wurden sowohl Aussagen zu den Branchen/Sortimenten getroffen, welche in der Stadt Weil am Rhein derzeit eher unterrepräsentiert sind und bei denen Kaufkraftabflüsse an konkurrierende Einkaufslagen vorliegen. Weiterhin wurden Aussagen zu Betriebstypen im Einzelhandel getroffen, welche für eine Ansiedlung in der Stadt Weil am Rhein hinsichtlich einer Angebotsergänzung Sinn geben.

Mit dem vorgesehenen Branchenkonzept für die Dreiländergalerie wurden von der CEMAGG GmbH wesentliche Punkte aus der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes aufgenommen. Dies betrifft insbesondere die Betriebstypen Elektrofachmarkt und Sportfachmarkt, welche als Ankernutzungen in der Dreiländergalerie vorgesehen sind und welche derzeit in der Stadt Weil am Rhein als Fachmarktangebot nicht vertreten sind.

Weiterhin wurde der Bereich Bekleidung/Textilien, welcher von Seiten der CIMA in Teilsegmenten ebenfalls als ausbaufähig eingestuft wurde, bei der Center-Planung entsprechend berücksichtigt. Auf den großzügig dimensionierten Flächenanteil für diese Sortimente in der Dreiländergalerie ist allerdings hinzuweisen.

Eine Reihe von weiteren Nutzungen, welche in der Dreiländergalerie vorgesehen sind, sind weniger vor dem Hintergrund des tatsächlichen Bedarfs, sondern unter dem Aspekt der Centerplanung einzustufen. Dies betrifft z.B. die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches (Lebensmittel/Drogeriewaren), welche innerhalb eines funktionierenden Centers vor allem die Funktion der Kundenfrequenzerzeugung übernehmen.

Hinsichtlich der Gesamtdimensionierung der Dreiländergalerie erfolgte eine Orientierung an dem von der CIMA ausgewiesenen Verkaufsflächenpotential von ca. 16.800 qm VK (rechnerischer Wert; oberer Prognoseansatz).

Von Seiten der CIMA ist an dieser Stelle ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass als räumliche Bezugsgröße für das rechnerische Verkaufsflächenpotential die Gesamtstadt Weil am Rhein heranzuziehen ist (nicht nur der Europaplatz als Planstandort für die Dreiländergalerie). Weiterhin

bezieht sich das Verkaufsflächenpotential auf alle Sortimente des Einzelhandels (nicht nur die in der Dreiländergalerie vorgesehenen Sortimente).

Insgesamt ist damit festzuhalten, dass bei einigen Sortimenten das rechnerisch ermittelte Verkaufsflächenpotential für die Gesamtstadt Weil am Rhein mit der Planung der Dreiländergalerie überschritten wird und damit Umsatzumverteilungseffekte vorprogrammiert sind. Auf die konkreten Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur in Weil am Rhein wird nachfolgend näher eingegangen.

Hinzuweisen ist weiterhin darauf, dass die aktuelle Planung der Dreiländergalerie gegenüber der ursprünglichen Planung der mfi Management für Immobilien AG, welche eine Verkaufsfläche bis zu 25.000 qm vorgesehen hatte, hinsichtlich der Gesamtdimensionierung eine deutlich reduzierte Verkaufsflächengröße aufweist und sich „maßstäblicher“ in die vorhandenen Strukturen der Stadt Weil am Rhein einfügt.

#### 4.2 Erforderliche Kaufkraftabschöpfung zum Erreichen des rechnerischen Planumsatzes der Dreiländergalerie

Zur Abschätzung der Auswirkungen auf die bestehenden Einzelhandelslagen in der Stadt Weil am Rhein erfolgt in einem ersten Schritt die Darstellung der erforderlichen Kaufkraftabschöpfungsquoten innerhalb des deutschen Einzugsgebietes bzw. der erforderlichen Kaufkraftzuflüsse aus dem benachbarten Ausland.

Zur sachgerechten Einordnung der nachfolgenden Modellrechnungen sind folgende Prämissen bzw. grundsätzliche Aussagen voranzustellen:

- Die Ermittlung des Planumsatzes der Dreiländergalerie von 68 Mio. € erfolgte auf Basis der Flächenleistungen, welche für das Projekt Postareal in Lörrach angesetzt wurden. Hierbei handelt es sich um eher überdurchschnittliche Werte, so dass mit allen Berechnungen der „worst case“ Ansatz abgedeckt ist.
- Die Planung der Dreiländergalerie mit 16.500 qm VK in der Stadt Weil am Rhein ist ausschließlich durch die Lage im Dreiländereck und durch die grenzüberschreitenden Einkaufsverflechtungen begründet. Ohne Kaufkraftzuflüsse aus Frankreich und insbesondere aus der Schweiz ist eine wirtschaftliche Tragfähigkeit des Centers weder nachweisbar noch begründbar.
- Die Umsatzanteile des Centers, welche durch Kunden aus Frankreich und aus der Schweiz zu erwarten sind, wurden aus den Ergebnissen des Märkte- und

Zentrenkonzeptes abgeleitet. Demnach kann für den kurzfristigen Bedarf (Lebensmittel, Drogeriewaren etc.) ein Umsatzanteil von 45 % durch Kunden aus dem Ausland, für den mittelfristigen Bedarf (Bekleidung, Sport, Schuhe etc.) ein Umsatzanteil von 50 % durch Kunden aus dem Ausland und für den langfristigen Bedarf (Haushaltswaren, Elektrowaren, Uhren/Schmuck/Optik etc.) ein Umsatzanteil von 40 % durch Kunden aus dem Ausland angenommen werden (Orientierungswerte).

- Die Attraktivität und Kundenakzeptanz der Dreiländergalerie hängt in erheblichem Umfang von den künftigen Betreiberfirmen/Markenanbietern ab. Bei einem attraktiven Mieterbesatz kann ein modernes Shopping-Center eine entsprechende Eigenattraktivität entfalten und neue Kundenzielgruppen erschließen, welche bislang keine Einkaufsbeziehungen in der Stadt Weil am Rhein haben.
- Bei den nachfolgenden Berechnungen werden ausschließlich die Branchen/Sortimente berücksichtigt, welche in der Dreiländergalerie (Angaben der CEMAGG GmbH, Stand März 2015) vorgesehen sind. Aus Sicht der CIMA ist anzumerken, dass einige Branchen/Sortimente, die üblicherweise in einem innerstädtischen Shopping-Center vertreten sind, im Branchenkonzept der CEMAGG nicht explizit genannt sind (dies reicht von Apothekerwaren über Blumen bis zu Spielwaren).
- Speziell beim langfristigen Bedarf kommen Branchen/Sortimente wie Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf etc. nicht in Betracht und können bei den nachfolgenden Berechnungen vernachlässigt werden.

In der nachfolgenden Tabelle sind die erforderlichen Marktanteile/Kaufkraftabschöpfungsquoten dargelegt, welche durch die Dreiländergalerie für die projektrelevanten Sortimente zu erzielen sind, um den rechnerischen Planumsatz zu erreichen.

Die Marktanteile sind in der räumlichen Differenzierung für die Stadt Weil am Rhein (Marktzone I), das engere deutsche Einzugsgebiet (Markgräfler Land/Marktzone II) und das weitere deutsche Einzugsgebiet (Raum Lörrach/Marktzone III) dargestellt. Weiterhin wurden die Umsatzanteile durch Kunden aus dem Ausland berücksichtigt.

Tab. 5 Erforderliche Kaufkraftabschöpfung/Marktanteile durch die Dreiländergalerie zum Erreichen der sortimentsbezogenen Planumsätze

Branche	Ums. gesamt in Mio. €	Ums. aus Weil a. R. (Zone I) in Mio. €	Kaufkraft Weil a. R. in Mio. €	Marktanteil Weil a. R.	Ums. aus Zone II in Mio. €	Kaufkraft Zone II in Mio. €	Marktanteil Zone II	Ums. aus Zone III in Mio. €	Kaufkraft Zone III in Mio. €	Marktanteil Zone III	Ums. aus Dt. gesamt in Mio.€	Ums. Ausland in Mio. €
Lebensmittel	13,3	4,6	61,7	7,5%	1,6	105,7	1,5%	1,0	206,4	0,5%	7,2	6,1
Drogerie-/Parfümeriewaren	3,7	1,3	8,2	15,0%	0,7	14,1	5,0%	0,1	27,6	0,5%	2,1	1,6
<b>kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>17,0</b>	<b>5,9</b>	<b>69,9</b>	<b>8,4%</b>	<b>2,3</b>	<b>119,8</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,1</b>	<b>234,0</b>	<b>0,5%</b>	<b>9,3</b>	<b>7,7</b>
Bekleidung	23,8	3,9	17,3	22,5%	3,7	29,6	12,5%	4,3	57,7	7,5%	11,9	11,9
Sport	4,9	1,1	3,1	35,0%	0,8	5,2	15,0%	0,5	10,3	5,0%	2,4	2,5
Schuhe/ Lederwaren	3,3	0,7	4,2	17,5%	0,7	7,2	10,0%	0,4	14,1	2,5%	1,8	1,5
Bücher/ Zeitschriften	2,4	0,7	2,1	35,0%	0,5	3,6	12,5%	0,1	7,1	1,0%	1,2	1,2
<b>mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>34,4</b>	<b>6,4</b>	<b>26,7</b>	<b>24,0%</b>	<b>5,7</b>	<b>45,6</b>	<b>12,5%</b>	<b>5,3</b>	<b>89,2</b>	<b>5,9%</b>	<b>17,3</b>	<b>17,1</b>
Haushaltswaren/ Geschenke	2,7	0,8	2,8	30,0%	0,6	4,8	12,5%	0,2	9,3	2,5%	1,6	1,1
Elektrowaren	9,5	2,7	8,9	30,0%	1,5	15,2	10,0%	1,5	29,8	5,0%	5,7	3,8
Uhren/ Schmuck	3,0	0,8	2,0	35,0%	0,6	3,5	17,5%	0,4	6,8	6,5%	1,8	1,2
Foto/ Optik	1,4	0,4	2,5	15,0%	0,2	4,1	5,0%	0,2	8,1	2,5%	0,8	0,6
<b>langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>16,6</b>	<b>4,7</b>	<b>16,2</b>	<b>29,0%</b>	<b>2,9</b>	<b>27,6</b>	<b>10,5%</b>	<b>2,3</b>	<b>54,0</b>	<b>4,3%</b>	<b>9,9</b>	<b>6,7</b>
<b>Projektrelevanter Einzelhandel gesamt</b>	<b>68,0</b>	<b>17,0</b>	<b>112,8</b>	<b>15,1%</b>	<b>10,9</b>	<b>193,0</b>	<b>5,6%</b>	<b>8,7</b>	<b>377,2</b>	<b>2,3%</b>	<b>36,5</b>	<b>31,5</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung; Rundungsdifferenzen möglich

#### 4.3 Umsatzanteile durch eine verstärkte Kaufkraftbindung durch die Dreiländergalerie am Standort Weil am Rhein

Im Märkte- und Zentrenkonzept wurden die gegenwärtigen Kaufkraftbindungsquoten bzw. Handelszentralitäten sortimentsbezogen ermittelt. Während bei einigen Branchen (z.B. Lebensmittel) bereits eine hohe Marktabdeckung und Handelszentralität vorhanden ist, welche in Zukunft nur noch in einem geringen Umfange gesteigert werden kann, sind bei anderen Branchen (z.B. Bekleidung, Elektrowaren) relativ hohe Kaufkraftabflüsse aus Weil am Rhein vorhanden.

Für diese Branchen kann, bei einem entsprechend attraktiven Branchen- und Mieterbesatz in der Dreiländergalerie, sowohl eine stärkere Bindung der Kaufkraft der Weiler Wohnbevölkerung als auch eine stärkere Anziehungskraft für Kunden aus dem näheren und weiteren Umland der Stadt Weil am Rhein unterstellt werden.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Umsatzanteile, welche durch eine Erhöhung der Kaufkraftbindung in der Stadt Weil am Rhein in den Marktzone I bis III (Deutsches Einzugsgebiet) erzielt werden können, dargestellt. Die Umsatzanteile aus dem Ausland wurden bei diesem Ansatz unverändert übernommen.

Die Umsatzanteile, welche durch eine Erhöhung der Kaufkraftbindung am Standort Weil am Rhein selbst bzw. durch einen verstärkten Kaufkraftzufluss aus dem Umland erzielt werden, sind für den Einzelhandelsbestand in der Stadt Weil am Rhein als „neutral“ einzustufen. Die Umsatzumverteilungseffekte werden hier vorrangig gegenüber den umliegenden Kommunen wirksam, wobei dies vorrangig die Stadt Lörrach als Teil des gemeinsamen Oberzentrums betreffen wird.

Grundsätzlich ist an dieser Stelle anzumerken, dass die Umsatzanteile durch Kunden aus dem Ausland hinsichtlich der Umsatzumverteilungseffekte gegenüber dem Bestand in Weil am Rhein nur dann als „neutral“ einzustufen sind, falls es sich um „neue“ Kunden aus der Schweiz bzw. Frankreich handelt. Dies setzt einen attraktiven Mietermix und neue Anbieter/Angebotsformen, die gegenwärtig nicht in Weil am Rhein vorhanden sind, in der Dreiländergalerie voraus.

Tab. 6 Umsatzanteil der Dreiländergalerie durch Erhöhung der Kaufkraftbindung in Weil am Rhein selbst bzw. verstärktem Kaufkraftzufluss aus dem Umland

Branche	Ums. gesamt in Mio. €	Ums. aus Weil a. R. (Zone I) in Mio. €	Kaufkraft Weil a. R. in Mio. €	Erhöhung Kaufkraftbindung Weil a. R.	Ums. aus Zone II in Mio. €	Kaufkraft Zone II in Mio. €	Erhöhung Kaufkraftbindung Zone II	Ums. aus Zone III in Mio. €	Kaufkraft Zone III in Mio. €	Erhöhung Kaufkraftbindung Zone III	Zusatzumsatz aus Dt. gesamt in Mio.€	Umsatzanteil aus dem Ausland in Mio. €
Lebensmittel	13,3	1,5	61,7	2,5%	0,5	105,7	0,5%	0,4	206,4	0,2%	2,4	6,1
Drogerie-/ Parfümeriewaren	3,7	0,4	8,2	5,0%	0,4	14,1	2,5%	0,1	27,6	0,5%	0,9	1,6
<b>kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>17,0</b>	<b>1,9</b>	<b>69,9</b>	<b>2,7%</b>	<b>0,9</b>	<b>119,8</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,5</b>	<b>234,0</b>	<b>0,2%</b>	<b>3,3</b>	<b>7,7</b>
Bekleidung	23,8	3,0	17,3	17,5%	2,9	29,6	10,0%	2,0	57,7	3,5%	7,9	11,9
Sport	4,9	0,9	3,1	30,0%	0,4	5,2	7,5%	0,3	10,3	2,5%	1,6	2,5
Schuhe/ Lederwaren	3,3	0,6	4,2	15,0%	0,4	7,2	5,0%	0,2	14,1	1,5%	1,2	1,5
Bücher/ Zeitschriften	2,4	0,6	2,1	30,0%	0,4	3,6	10,0%	0,1	7,1	1,0%	1,1	1,2
<b>mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>34,4</b>	<b>5,1</b>	<b>26,7</b>	<b>19%</b>	<b>4,1</b>	<b>45,6</b>	<b>9%</b>	<b>2,6</b>	<b>89,2</b>	<b>2,9%</b>	<b>11,8</b>	<b>17,1</b>
Haushaltswaren/ Geschenke	2,7	0,7	2,8	25,0%	0,2	4,8	5,0%	0,1	9,3	1,0%	1,0	1,1
Elektrowaren	9,5	2,2	8,9	25,0%	0,8	15,2	5,0%	0,7	29,8	2,5%	3,7	3,8
Uhren/ Schmuck	3,0	0,5	2,0	25,0%	0,2	3,5	5,0%	0,2	6,8	2,5%	0,9	1,2
Foto/ Optik	1,4	0,1	2,5	5,0%	0,1	4,1	2,5%	0,1	8,1	1,0%	0,3	0,6
<b>langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>16,6</b>	<b>3,5</b>	<b>16,2</b>	<b>21,6%</b>	<b>1,3</b>	<b>27,6</b>	<b>4,7%</b>	<b>1,1</b>	<b>54,0</b>	<b>2,0%</b>	<b>5,9</b>	<b>6,7</b>
<b>Projektrelevanter Einzelhandel gesamt</b>	<b>68,0</b>	<b>10,5</b>	<b>112,8</b>	<b>9,1%</b>	<b>6,3</b>	<b>193,0</b>	<b>3,2%</b>	<b>4,2</b>	<b>377,2</b>	<b>1,1%</b>	<b>21,0</b>	<b>31,5</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung; Rundungsdifferenzen möglich



#### 4.4 Umsatzumverteilung durch die Dreiländergalerie gegenüber dem Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Weil am Rhein

In der nachfolgenden Tabelle sind die Umsatzanteile, welche durch eine verstärkte Kaufkraftbindung am Standort Weil am Rhein generiert werden können, mit dem rechnerischen Planumsatz der Dreiländergalerie gegenübergestellt.

Für die projektrelevanten Sortimente in der Dreiländergalerie kann bei einem Planumsatz von ca. 68,0 Mio. € von folgenden Umsatzkomponenten ausgegangen werden:

- Umsatzanteil durch verstärkte Kaufkraftbindung im deutschen Einzugsgebiet: ca. 21,0 Mio. € (entspricht ca. 30,9 % des Planumsatzes)
- Umsatzanteil durch Kaufkraftzufluss durch Kunden aus dem Ausland: ca. 31,5 Mio. € (entspricht ca. 46,3 % des Planumsatzes)
- Umsatzanteil, der durch Umverteilung gegenüber den bestehenden Einzelhandelslagen in der Stadt Weil am Rhein erzielt werden muss: ca. 15,5 Mio. € (entspricht ca. 22,8 % des Planumsatzes)

Der Umsatz, welcher durch Umverteilung in der Stadt Weil am Rhein erzielt werden muss, ist dem Umsatz der bestehenden Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Weil am Rhein gegenübergestellt.

Bei einem Gesamtumsatz von ca. 221,0 Mio. €, der durch den bestehenden Einzelhandel in den projektrelevanten Sortimenten in der Stadt Weil am Rhein erzielt wird und einem umverteilungsrelevanten Umsatz in Höhe von ca. 15,5 Mio. € beläuft sich die rechnerische Umverteilungsquote auf ca. 7,0 %.

Der Wert liegt damit für alle projektrelevanten Sortimente insgesamt unter dem Schwellenwert von 10 %, welcher im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg als kritischer Wert genannt wird, ab dem negative städtebauliche Auswirkungen zu vermuten sind.

Innerhalb der Einzelsortimente sind allerdings deutliche Unterschiede vorhanden. Während für den kurzfristigen Bedarf eine vergleichsweise geringe Umverteilungsquote vorliegt, treten im mittel- und langfristigen Bedarf in Einzelsortimenten z.T. deutlich überdurchschnittliche Umverteilungsquoten auf.

Bei der Bewertung ist ausdrücklich auf die statistischen Effekte hinzuweisen, welche insbesondere bei Sortimenten, die derzeit in Weil am Rhein nur in geringem Umfang vertreten sind (z.B.

Haushaltswaren), auftreten. Ferner ist eine Betrachtung von Einzelsortimenten aufgrund der sortimentsübergreifenden Betriebsformen im Einzelhandel nur bedingt sinnvoll.

Deshalb wird zusätzlich zu den ausgewiesenen rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten für Einzelsortimente eine Ausweisung der Umverteilungsquoten nach zusammengefassten Warengruppen vorgenommen. Hierdurch werden die „statistischen Ausreißer“ relativiert.

Zum anderen ist bei einer Vielzahl von Einzelhandelssortimenten die eindeutige Zuordnung nach Angebotsformen mittlerweile kaum mehr möglich. So wird zum Beispiel der Bereich Freizeitbekleidung sowohl durch den Sportfachhandel wie auch durch den traditionellen Bekleidungshandel und zusätzlich noch durch sog. Mono-Label-Stores angeboten (Bsp. Anbieter wie Jack Wolfskin).

An dieser Stelle ist **ausdrücklich** darauf hinzuweisen, dass eine Erhöhung der Kaufkraftbindung in Weil am Rhein selbst bzw. eine verstärkte Kaufkraftbindung aus dem Umland attraktive und „neue“ Anbieter, die bislang nicht in Weil am Rhein ansässig sind, in der Dreiländergalerie zwingend voraussetzt. Insbesondere die Umsatzanteile durch Kunden aus dem Ausland sind hinsichtlich der Umsatzumverteilungseffekte gegenüber dem Bestand in Weil am Rhein nur dann als „neutral“ einzustufen, falls es sich um neue bzw. zusätzliche Kunden aus der Schweiz bzw. Frankreich handelt.

Tab. 7 Umsatzkomponenten der Dreiländergalerie nach Zusatzumsatz und Umverteilungsumsatz und Umverteilungsquoten gegenüber dem Bestand in der Stadt Weil am Rhein nach Einzelsortimenten

Branche	Planums. Dreiländer- galerie in Mio. €	Zusatzums. aus Zone I in Mio. €	Zusatzums. aus Zone II in Mio. €	Zusatzums. aus Zone III in Mio. €	Zusatzums. aus Dt. insg. in Mio. €	Umsatz aus dem Aus- land in Mio. €	Zusatzums. aus Dt. und Ums. Ausland insg. in Mio. €	Differenz Plan- umsatz zu Umsatzzuwachs Dt. und Aus- land in Mio. €	Ist-Umsatz. Weil a. R. in Mio. €	Umverteilung gegen Be- stand in Weil a. R.
Lebensmittel	13,3	1,5	0,5	0,4	2,4	6,1	8,5	4,8	145,1	3,3%
Drogerie-/ Parfümeriewaren	3,7	0,4	0,4	0,1	0,9	1,6	2,5	1,2	10,4	11,5%
<b>kurzfristiger Bedarfs- bereich gesamt</b>	<b>17,0</b>	<b>1,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>3,3</b>	<b>7,7</b>	<b>11,0</b>	<b>6,0</b>	<b>155,5</b>	<b>3,9%</b>
Bekleidung/Textilien	23,8	3,0	2,9	2,0	7,9	11,9	19,8	4,0	39,2	10,2%
Sport	4,9	0,9	0,4	0,3	1,6	2,5	4,1	0,8	2,2	36,4%
Schuhe/Lederwaren	3,3	0,6	0,4	0,2	1,2	1,5	2,7	0,6	6,1	9,8%
Bücher/Zeitschriften	2,4	0,6	0,4	0,1	1,1	1,2	2,3	0,1	1,1	9,1%
<b>mittelfristiger Bedarfs- bereich gesamt</b>	<b>34,4</b>	<b>5,1</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>11,8</b>	<b>17,1</b>	<b>28,9</b>	<b>5,5</b>	<b>48,6</b>	<b>11,3%</b>
Haushaltswaren/ Geschenke	2,7	0,7	0,2	0,1	1,0	1,1	2,1	0,6	2,1	28,6%
Elektrowaren	9,5	2,2	0,8	0,7	3,7	3,8	7,5	2,0	7,2	27,8%
Uhren/ Schmuck	3,0	0,5	0,2	0,2	0,9	1,2	2,1	0,9	1,7	52,9%
Foto/ Optik	1,4	0,1	0,1	0,1	0,3	0,6	0,9	0,5	5,9	8,5%
<b>langfristiger Bedarfs- bereich gesamt</b>	<b>16,6</b>	<b>3,5</b>	<b>1,3</b>	<b>1,1</b>	<b>5,9</b>	<b>6,7</b>	<b>12,6</b>	<b>4,0</b>	<b>16,9</b>	<b>24,0%</b>
<b>Projektrelevanter Ein- zelhandel gesamt</b>	<b>68,0</b>	<b>10,5</b>	<b>6,3</b>	<b>4,2</b>	<b>21,0</b>	<b>31,5</b>	<b>52,5</b>	<b>15,5</b>	<b>221,0</b>	<b>7,0%</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung; Rundungsdifferenzen möglich

Tab. 8 Umsatzkomponenten der Dreiländergalerie nach Zusatzumsatz und Umverteilungsumsatz und Umverteilungsquoten gegenüber dem Bestand in der Stadt Weil am Rhein (Warengruppen Lebensmittel/Drogeriewaren, Sport/Schuhe/Lederwaren sowie Uhren/Schmuck/Optik/Foto zusammengefasst)

Branche	Planums. Dreiländer- galerie in Mio. €	Zusatzums. aus Zone I in Mio. €	Zusatzums. aus Zone II in Mio. €	Zusatzums. aus Zone III in Mio. €	Zusatzums. aus Dt. insg. in Mio. €	Umsatz aus dem Aus- land in Mio. €	Zusatzums. aus Dt. und Ums. Ausland insg. in Mio. €	Differenz Plan- umsatz zu Umsatzzuwachs Dt. und Ums. Ausland in Mio. €	Ist-Umsatz. Weil a. R. in Mio. €	Umverteilung gegen Be- stand in Weil a. R.
<b>Lebensmittel/Drogerie- waren (kurzfristiger Bedarfsbereich )</b>	<b>17,0</b>	<b>1,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>3,3</b>	<b>7,7</b>	<b>11,0</b>	<b>6,0</b>	<b>155,5</b>	<b>3,9%</b>
Bekleidung/Textilien	23,8	3,0	2,9	2,0	7,9	11,9	19,8	4,0	39,2	10,2%
Sport/ Schuhe/ Lederwaren	8,2	1,5	0,8	0,5	2,8	4,0	6,8	1,4	8,3	16,9%
Bücher/Zeitschriften	2,4	0,6	0,4	0,1	1,1	1,2	2,3	0,1	1,1	9,1%
<b>mittelfristiger Bedarfs- bereich</b>	<b>34,4</b>	<b>5,1</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>11,8</b>	<b>17,1</b>	<b>28,9</b>	<b>5,5</b>	<b>48,6</b>	<b>11,3%</b>
Haushaltswaren/ Geschenke	2,7	0,7	0,2	0,1	1,0	1,1	2,1	0,6	2,1	28,0%
Elektrowaren	9,5	2,2	0,8	0,7	3,7	3,8	7,5	2,0	7,2	27,6%
Uhren/ Schmuck/ Foto/ Optik	4,4	0,6	0,3	0,3	1,2	1,8	3,0	1,4	7,6	18,4%
<b>langfristiger Bedarfs- bereich</b>	<b>16,6</b>	<b>3,5</b>	<b>1,3</b>	<b>1,1</b>	<b>5,9</b>	<b>6,7</b>	<b>12,6</b>	<b>4,0</b>	<b>16,9</b>	<b>24,0%</b>
<b>Projektrelevanter Ein- zelhandel gesamt</b>	<b>68,0</b>	<b>10,5</b>	<b>6,3</b>	<b>4,2</b>	<b>21,0</b>	<b>31,5</b>	<b>52,5</b>	<b>15,5</b>	<b>221,0</b>	<b>7,0%</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung; Rundungsdifferenzen möglich

## 5 Beurteilung der Auswirkungen auf das Einzelhandelsstandortgefüge in der Stadt Weil am Rhein

### 5.1 Umverteilungsquoten nach Standortlagen

Im Märkte- und Zentrenkonzept wurden für die Weiler Innenstadt sowie für die Stadtteile Friedlingen und Haltingen sog. „Zentrale Versorgungsbereiche“ abgegrenzt (vgl. Anhang).

Bzgl. der räumlichen Differenzierung der Umsatzumverteilungsquoten ist zunächst festzuhalten:

- Der Europaplatz als Standort für die Dreiländergalerie befindet sich in einer städtebaulich voll integrierten Lage innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches der Weiler Innenstadt. Die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte werden damit entweder innerhalb des ZVB Innenstadt bzw. zu Gunsten des ZVB Innenstadt auftreten. In der Gesamtheit wird damit eine Stärkung des ZVB Innenstadt erfolgen.
- Neben der Weiler Innenstadt ist insbesondere der ZVB Friedlingen von Bedeutung, da hier mit dem Rhein-Center der Betriebstyp „Shopping-Center“ vertreten ist und hier vergleichbare Kundenzielgruppen angesprochen werden.
- Für den ZVB Haltingen, der vorrangig eine Nahversorgungsfunktion für diesen Stadtteil übernimmt, können die Umsatzumverteilungsquoten bzw. die unmittelbare Betroffenheit als eher gering eingestuft werden, zumal bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten die Umverteilungsquoten deutlich unter der 10 %-Marke liegen.

Da es sich bei der Dreiländergalerie um ein innerstädtisches Shopping-Center handelt und die geplanten Sortimenten vollständig den zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Sortimenten zugeordnet werden können, werden die Umverteilungseffekte vorrangig gegenüber den Bestandsbetrieben im ZVB Weil (Innenstadt Weil) bzw. im ZVB Friedlingen wirksam. Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente sind in der Gesamtstadt Weil am Rhein weitgehend in den ZVBs konzentriert (Ausnahme Marken-Outlets und Lebensmitteldiscountmärkte im Bereich der „Schusterinsel“).

In der nachfolgenden Tabelle sind die voraussichtlichen Umsatzumverteilungseffekte, welche durch die Dreiländergalerie gegenüber dem bestehenden Einzelhandel in der Stadt Weil am Rhein ausgelöst werden, nach Standortlagen differenziert ausgewiesen.

Da es sich um rechnerische Werte handelt, sind hinsichtlich der tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen gewisse Toleranzen einzubeziehen. Die tatsächliche „Betroffenheit“ von Einzelbe-

etrieben hängt u.a. von der Kundenzielgruppenausrichtung, dem Angebotsgenre, der individuellen Wettbewerbsfähigkeit und von vielen weiteren Aspekten ab. Daneben treten bei Branchen/Sortimenten, die in der Stadt Weil am Rhein nur durch eine kleine Anzahl von Betrieben vertreten sind (z.B. Bücher, Elektrowaren) „statistische Effekte“ bei den rechnerischen Umverteilungsquoten auf, welche zu einer „Überschätzung“ der tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen beitragen können.

Hinsichtlich der voraussichtlichen Umsatzumverteilungseffekte innerhalb der Stadt Weil am Rhein können folgende Aussagen getroffen werden:

- In der Gesamtheit aller projektrelevanten Sortimente ist gegenüber dem Bestand im ZVB Innenstadt von einer Umsatzumverteilungsquote von 8,7 % auszugehen. Gegenüber dem ZVB Friedlingen (ohne Marken-Outlets und Lebensmitteldiscounter im Bereich der „Schusterinsel“) beträgt die Umverteilungsquote 7,1 %. Im restlichen Stadtgebiet von Weil am Rhein ist mit einer Umsatzumverteilungsquote in Höhe von 4,7 % zu rechnen.
- Für den kurzfristigen Bedarfsbereich (Lebensmittel/Drogeriewaren) liegen die Umverteilungsquoten bei 4,6 % für den ZVB Innenstadt, bei 3,9 % für den ZVB Friedlingen und bei 3,2 % für das restliche Stadtgebiet von Weil am Rhein. Die Werte liegen bei allen Standortlagen deutlich unter dem Schwellenwert von 10 % und damit in einem überschaubaren und verträglichen Rahmen.
- Für die Warengruppe „Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren“, welche eine „Leitbranche“ für den Innenstadteinzelhandel darstellt, ist gegenüber dem Bestand im ZVB Innenstadt von einer Umsatzumverteilungsquote von 9,2 % auszugehen. Gegenüber dem ZVB Friedlingen (insbesondere Rhein-Center) demgegenüber ist von einer recht hohen Umverteilungsquote von 19,2 % auszugehen. Im restlichen Stadtgebiet von Weil am Rhein ist mit einer Umsatzumverteilungsquote in Höhe von 7,1 % zu rechnen, welche in erster Linie gegenüber den Marken-Outlets auf der „Schusterinsel“ wirksam wird.
- Bei den weiteren projektrelevanten Sortimenten liegen die rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten zum Teil auf einem recht hohen Niveau, wobei die Werte bei der kleinräumigen Betrachtung nach Standortlagen aufgrund der in den einzelnen Branchen meist nur geringen Angebotsdichte nur sehr bedingt aussagekräftig sind.

Soweit es die künftige Marktposition der Innenstadt im Einzelhandelsstandortgefüge der Stadt Weil am Rhein insgesamt betrifft, können folgende Aussagen getroffen werden:

- Der Planumsatz der Dreiländergalerie von ca. 68 Mio. € wird bzw. muss zu einem Großteil durch eine Erhöhung der Kaufkraftbindung in Weil am Rhein selbst bzw. durch eine Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse aus dem deutschen Umland sowie durch einen erheblichen Anteil durch Kunden aus dem Ausland erzielt werden. Dieser Umsatzteil, der gegenüber dem Bestand in Weil am Rhein umverteilungsneutral ist, wird zu einer Stärkung Innenstadt als Einzelhandelsstandort insgesamt beitragen.
- Die prognostizierten Umsatzumverteilungseffekte innerhalb der Stadt Weil am Rhein in Höhe von ca. 15,5 Mio. € werden mit ca. 6,7 Mio. € gegenüber dem Bestand im ZVB Innenstadt und mit ca. 8,8 Mio. € gegenüber dem Bestand im restlichen Stadtgebiet wirksam. Die Umsatzumverteilungseffekte, welche zu Lasten von Standorten außerhalb der Innenstadt stattfinden (insbesondere gegenüber dem Rhein-Center und Standortbereich „Schusterinsel“ in Friedlingen) werden höher ausfallen als gegenüber dem Bestand im ZVB Innenstadt. Per Saldo kann von einer Umsatzumlenkung von ca. 2,1 Mio. € zu Gunsten der Innenstadt ausgegangen werden.

Tab.9 Umverteilungsumsatz und Umverteilungsquoten gegenüber dem Bestand in den ZVBs Innenstadt und Friedlingen sowie in der Reststadt Weil am Rhein (Warengruppen Lebensmittel/Drogeriewaren, Bekleidung/Textilien/Sport/Schuhe/Lederwaren sowie Uhren/Schmuck/Optik/Foto zusammengefasst)

Branche	Ist-Umsatz W.a.R. gesamt in Mio. €	Umverteilung W.a.R. gesamt in Mio. €	Umverteilung W.a.R. in %	Ist-Umsatz ZVB Innenstadt in Mio. €	Umverteilung ZVB Innenstadt in Mio. €	Umverteilung ZVB Innenstadt in %	Ist-Umsatz ZVB Friedlingen in Mio. €	Umverteilung ZVB Friedlingen in Mio. €	Umverteilung ZVB Friedlingen in %	Ist-Umsatz Reststadt in Mio. €	Umverteilung Reststadt in Mio. €	Umverteilung Reststadt in %
Lebensmittel/Drogeriewaren	155,5	6,0	3,9 %	43,3	2,0	4,6 %	64,9	2,5	3,9 %	47,3	1,5	3,2 %
Bekleidung/ Textilien/ Sport/ Schuhe/ Lederwaren	47,5	5,4	11,4 %	21,8	2,0	9,2 %	13,0	2,5	19,2 %	12,6	0,9	7,1 %
Bücher/ Zeitschriften <sup>1</sup>	1,1	0,1	9,1 %	0,7	0,07	10,0 %	*	*	*	0,4	0,03	7,5 %
Haushaltswaren <sup>2</sup> / Geschenke	2,1	0,6	28,0 %	0,7	0,2	28,6 %	1,0	0,35	35,0 %	0,4	0,05	12,5 %
Elektrowaren	7,2	2,0	27,6 %	4,0	1,4	37,1 %	*	*	*	3,2	0,6	18,9 %
Uhren/ Schmuck/ Foto/ Optik	7,6	1,4	18,4 %	6,2	1,0	16,1 %	0,9	0,35	38,9 %	0,5	0,05	10,0 %
<b>Projektrelevanter Einzelhandel gesamt</b>	<b>221,0</b>	<b>15,5</b>	<b>7,0 %</b>	<b>76,7</b>	<b>6,67</b>	<b>8,7 %</b>	<b>79,8</b>	<b>5,7</b>	<b>7,1 %</b>	<b>64,4</b>	<b>3,13</b>	<b>4,7 %</b>

Quelle: CIMA-Modellrechnung; Rundungsdifferenzen möglich ; \* Ausweis nicht sinnvoll

<sup>1</sup> Ohne Zeitungen/Zeitschriften als Randsortimente der Lebensmittelmärkte

<sup>2</sup> Vorrangig bezogen auf Kernsortiment GPK (Glas, Porzellan Keramik)



## 5.2 Qualitative Bewertung der voraussichtlichen städtebaulichen Auswirkungen innerhalb der Stadt Weil am Rhein

Mit der Realisierung der Dreiländergalerie werden, unabhängig von den rechnerischen Umsatzumverteilungseffekten, Verschiebungen bzgl. der Wertigkeit der Einzelhandelslagen innerhalb der Gesamtstadt Weil am Rhein auftreten.

In einer qualitativen Einschätzung sind folgende Aspekte hervorzuheben:

- Der westliche Bereich der Einkaufsinnenstadt von Weil, der mit der Einkaufsinsel und dem Kaufring-Kaufhaus bereits über Kundenmagnetbetriebe verfügt, wird eine weitere Aufwertung als Einzelhandelslage erfahren.
- Insgesamt ist eine deutliche Erhöhung der Kundenfrequenz für diesen Bereich anzunehmen, welcher auch in die angrenzenden Bereiche entlang der Hauptstraße (in etwa bis zur Sparkasse) ausstrahlen wird. Für diese Standortlage können trotz möglicher Umverteilungseffekte gegenüber Einzelbetrieben in der Gesamtheit positive Synergien durch die Dreiländergalerie angenommen werden.
- Tendenziell kann speziell für die Einkaufsinsel und das Kaufring-Kaufhaus ein relatives hohes Maß an Sortimentsüberschneidungen mit der Dreiländergalerie angenommen werden. Die möglichen Umsatzwirkungen sind auch in Abhängigkeit von der Reaktionsfähigkeit dieser Standorte auf die neue Wettbewerbskonstellation zu sehen, wobei insbesondere das Kaufring-Kaufhaus städtebaulich einen nur wenig attraktiven und deutlich „in die Jahre“ gekommenen Eindruck vermittelt.
- Die unmittelbare Betroffenheit der Betriebe in der westlichen Innenstadt von Weil am Rhein hängt in hohem Maße vom Branchen- und Mietermix in der Dreiländergalerie ab. Sofern „neue“ Anbieter in der Dreiländergalerie etabliert werden (z.B. im Bereich Haushaltswaren/Geschenkartikel Anbieter wie die Fa. depot oder die Fa. Butlers) sind die rechnerisch ermittelten sortimentsbezogenen Umsatzumverteilungseffekte zu relativieren.
- Der östliche Innenstadtbereich (Bereich vom Berliner Platz bis zur Römerstraße) besitzt bereits heute den Charakter eines Neben- bzw. Stadtteilzentrums. Tendenziell ist für diesen Bereich ein Bedeutungsverlust als Einzelhandelslage nicht auszuschließen.
- Für den Stadtteil Friedlingen können speziell für den Standort Rhein-Center als vergleichbarer Betriebstyp mit der Dreiländergalerie Verschiebungen hinsichtlich der Lagequalität zu Gunsten der Innenstadt von Weil am Rhein auftreten. Aufgrund der hervorragenden

strategischen Lage in unmittelbarer Grenznähe ist allerdings auch künftig von einer hohen Frequentierung durch Kunden aus der Schweiz und aus Frankreich auszugehen.

- Für den Stadtteil Haltingen, der seinen Versorgungsschwerpunkt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten besitzt, sind keine grundlegenden Veränderungen hinsichtlich der Lagequalitäten zu erwarten.

Schließlich ist noch zu betonen, dass mit der Dreiländergalerie die Marktposition der Weiler Innenstadt als Einkaufslage auch gegenüber städtebaulich nicht integrierten Standorten sowohl in Weil selbst wie auch gegenüber der Nachbarkommune Binzen gestärkt wird.

### 5.3 Städtebauliche Bewertung der Dreiländergalerie im Kontext mit der handelsbezogenen Stadtentwicklung der Stadt Weil am Rhein

Der Europaplatz als Standortlage für die Dreiländergalerie liegt innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Weil am Rhein“ und ist städtebaulich voll integriert. Mit der Ansiedlung der Dreiländergalerie wird damit die städtebauliche Zielsetzung einer Stärkung der Einkaufsinnenstadt von Weil am Rhein unterstützt.

Innerhalb der Stadt Weil am Rhein liegen die rechnerischen Umsatzumverteilungsquoten bei einigen Sortimenten über 10 %, wobei zur Einordnung der rechnerisch ermittelten Umverteilungsquoten ausdrücklich auf Toleranzen hinzuweisen ist, welche durch statistische Effekte (z. B. fallen bei eng abgegrenzten Sortimenten und einem geringen Einzelhandelsbestand die Umverteilungsquoten rechnerisch überproportional hoch aus) begründet sind.

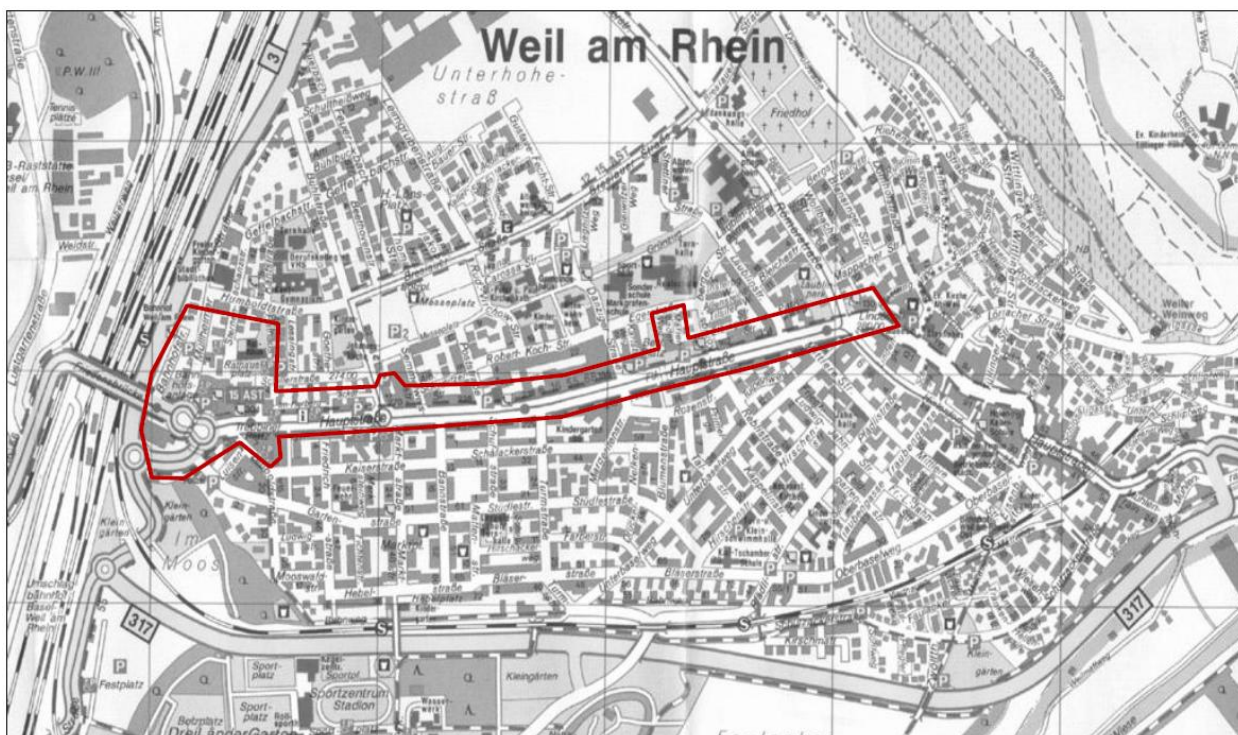
Die Stärkung der Innenstadt von Weil am Rhein als Einzelhandelslage wird auch zu einer Umsatzumverteilung zu Lasten anderer Einkaufsbereiche in der Stadt Weil am Rhein führen, wobei insbesondere die Standorte Rhein-Center und „Schusterinsel“ in Friedlingen betroffen sein werden.

Ein entscheidender Aspekt bei der Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist, dass aufgrund der Lage der Dreiländergalerie im Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Weil am Rhein“ die Umsatzumverteilungseffekte in der Gesamtheit innerhalb bzw. zu Gunsten des ZVB Innenstadt Weil stattfinden werden.

## 6 Anhang

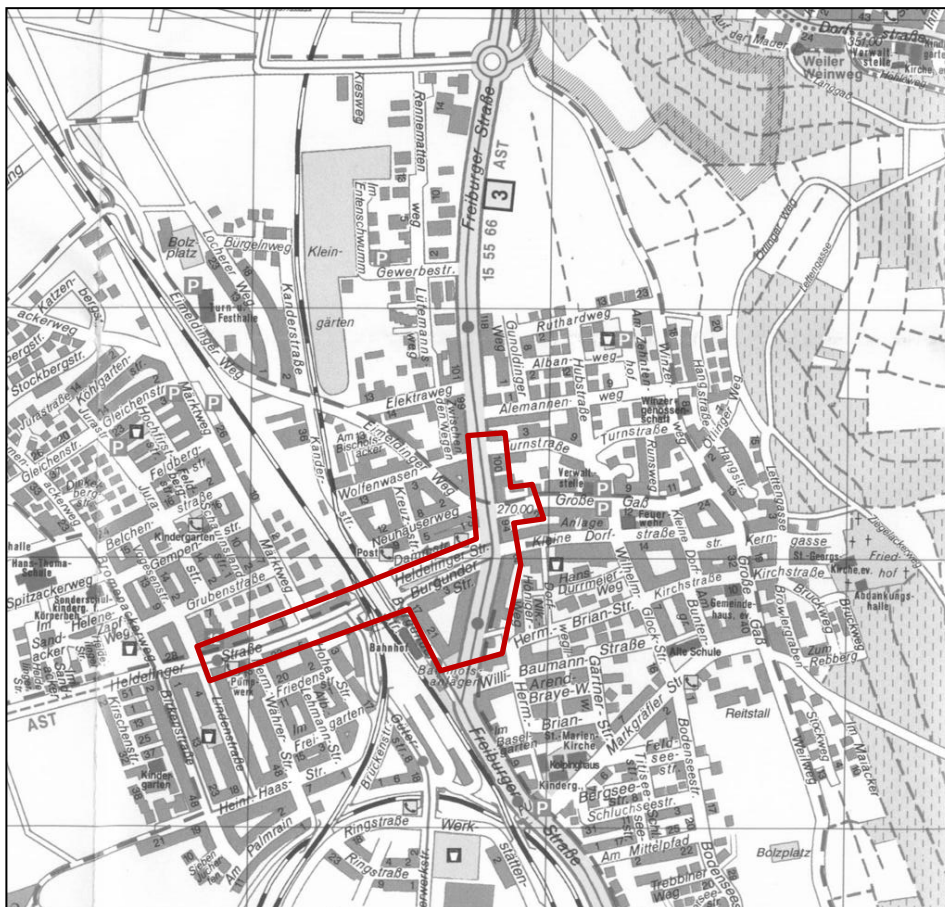
Die räumliche Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche sind dem Märkte- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2009 bzw. der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2013 entnommen.

**Abb. 2** Abgrenzungsvorschlag für die Innenstadt



Quelle: Stadtplan Weil am Rhein; Bearbeitung: CIMA

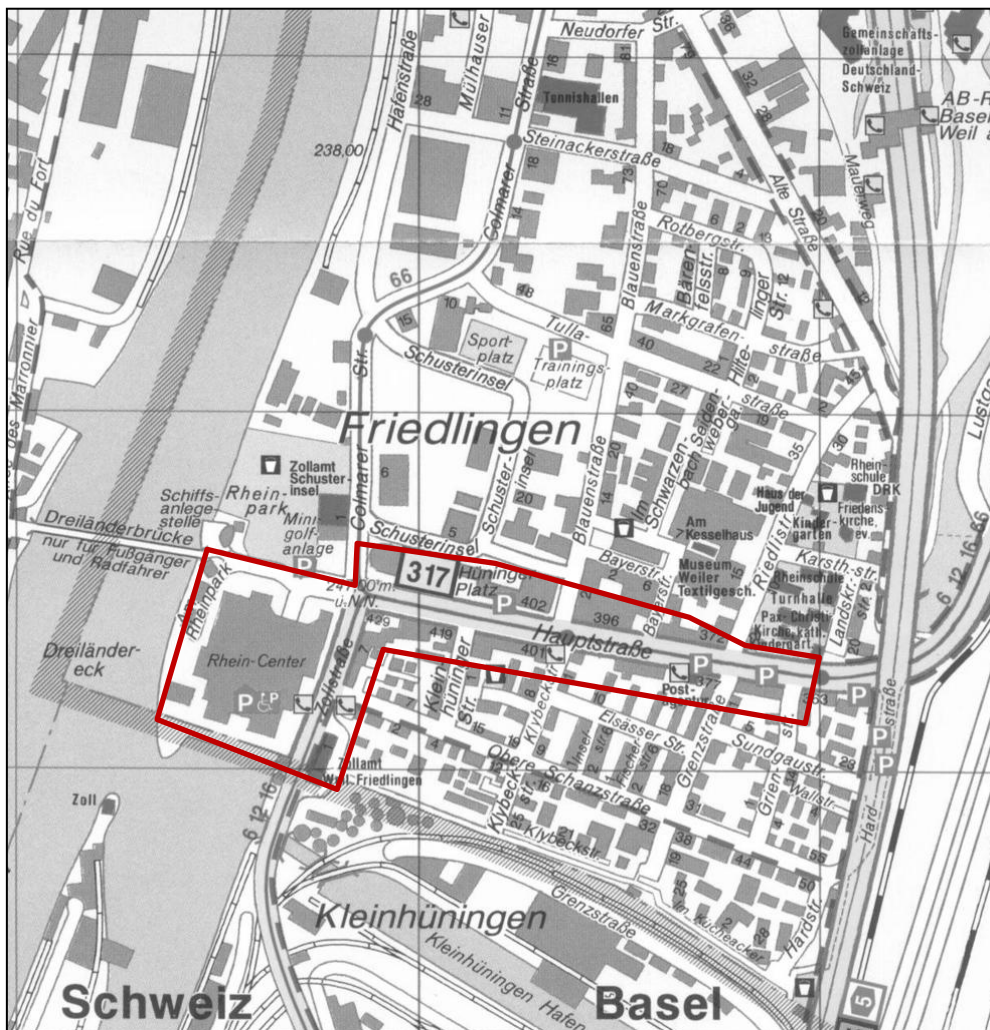
Abb. 3 Abgrenzungsvorschlag für den Stadtteil Haltingen



Quelle: Stadtplan Weil am Rhein; Bearbeitung: CIMA



Abb. 4 Abgrenzungsvorschlag für den Stadtteil Friedlingen



Quelle: Stadtplan Weil am Rhein; Bearbeitung: CIMA