

# REGIONALES EINZELHANDELSKONZEPT

für die Region Bodensee-Oberschwaben

Band 2: Regionalatlas

erstellt im Auftrag des

**Regionalverbandes Bodensee-Oberschwaben**

**in Kooperation mit der IHK Bodensee-Oberschwaben**

Auftr.-Nr.: 2007-12320

BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt

Claus Ciuraj M.A.

Köln / Stuttgart, im Februar 2010

Geschäftsführer: Thomas Grunewald  
Aufsichtsratsvorsitzender: Josef Sanktjohanser, Präsident des HDE e.V.  
Sitz der Gesellschaft: Köln/Registergericht Köln: HRA 25675  
Komplementär: BBE Verwaltungs GmbH  
Geschäftsführer: Thomas Grunewald  
Sitz der Gesellschaft: Köln/Registergericht Köln: HRB 62231

**BBE RETAIL EXPERTS**  
Unternehmensberatung  
GmbH & Co. KG  
Agrippinawerft 30/D-50678 Köln  
Telefon +49(0)221 93655- 01  
Telefax +49(0)221 93655-101  
info@bbe-retail-experts.de  
www.bbe-retail-experts.de

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	<u>Seite</u>
0 Anmerkungen zum Regionalatlas	1
1 Oberzentren	7
1.1 Friedrichshafen	8
1.2 Ravensburg	25
2 Mittelzentren	42
2.1 Bad Saulgau	43
2.2 Bad Waldsee	52
2.3 Leutkirch i. A.	62
2.4 Pfullendorf	72
2.5 Sigmaringen	79
2.6 Überlingen	91
2.7 Wangen i. A.	101
2.8 Weingarten	119
3 Unterzentren	127
3.1 Bad Wurzach	128
3.2 Gammertingen	132
3.3 Isny i. A.	140
3.4 Markdorf	148
3.5 Mengen	154
3.6 Meßkirch	158
3.7 Tettnang	164
4 Kleinzentren	170
4.1 Altshausen	171
4.2 Aulendorf	175
4.3 Herbertingen	179
4.4 Hohentengen	183
4.5 Kißlegg	187
4.6 Krauchenwies	193
4.7 Kressbronn a. B.	197
4.8 Meckenbeuren	201

4.9	Meersburg	207
4.10	Ostrach	211
4.11	Salem	215
4.12	Stetten am kalten Markt	219
4.13	Vogt	223
4.14	Wilhelmsdorf	227
4.15	Wolfegg	231
5	Nahversorgungsstandorte	235
5.1	Aitrach	236
5.2	Amtzell	240
5.3	Argenbühl	244
5.4	Baindt	248
5.5	Baienfurt	252
5.6	Berg	258
5.7	Bergatreute	262
5.8	Bermatingen	266
5.9	Bingen	270
5.10	Daisendorf	274
5.11	Deggenhausertal	278
5.12	Eriskirch	282
5.13	Frickingen	290
5.14	Grünkraut	294
5.15	Heiligenberg	300
5.16	Immenstaad a. B.	304
5.17	Langenargen	308
5.18	Neukirch	312
5.19	Oberteuringen	316
5.20	Owingen	320
5.21	Sigmaringendorf	324
5.22	Sipplingen	328
5.23	Uhdlingen-Mühlhofen	332
5.24	Wald	336
5.25	Waldburg	340
5.26	Wolpertswende	344

6	Gemeinden ohne zentralörtliche Bedeutung	348
6.1	Achberg	349
6.2	Aichstetten	351
6.3	Beuron	353
6.4	Bodnegg	355
6.5	Boms	357
6.6	Ebenweiler	359
6.7	Ebersbach-Musbach	361
6.8	Eichstegen	363
6.9	Fleischwangen	365
6.10	Fronreute	367
6.11	Guggenhausen	369
6.12	Hagnau am Bodensee	371
6.13	Herdwangen-Schönach	373
6.14	Hettingen	375
6.15	Horgenzell	377
6.16	Hoßkirch	379
6.17	Illmensee	381
6.18	Inzigkofen	383
6.19	Königseggwald	385
6.20	Leibertingen	387
6.21	Neufra	389
6.22	Riedhausen	391
6.23	Sauldorf	393
6.24	Scheer	395
6.25	Schlier	397
6.26	Schwenningen	399
6.27	Stetten	401
6.28	Unterwaldhausen	403
6.29	Veringenstadt	405

## 0 Anmerkungen zum Regionalatlas

Der Regionalatlas stellt für alle Gemeinden in der Region Bodensee-Oberschwaben einen zusammenfassenden Überblick zu den wesentlichen Strukturdaten mit Relevanz für den Einzelhandel dar. Entsprechend der Auflistung im Übersichtsblatt zu jeder Gemeinde (Abschnitt „Einzelhandelsstruktur“) werden dabei jeweils zuerst die Haupt- und Nebenzentren (soweit vorhanden) abgebildet, anschließend funktional herausragende Nahversorgungsstandorte und ggf. vorhandene Fachmarktstandorte und -agglomerationen sowie sonstige regional bedeutsame Angebotsschwerpunkte (v.a. Baumärkte/Gartencenter, Möbel-/Einrichtungshäuser), sofern sie aufgrund ihrer Dimension und Ausstrahlung von überörtlicher Bedeutung sind („Ergänzungsstandorte“). Soweit mehrere Ergänzungsstandorte vorhanden sind, werden sie nach ihrer Gesamtverkaufsfläche absteigend geordnet dargestellt.

Im Regionalatlas wurden die Einwohnerzahlen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg mit Stand vom 31.12.2007 verwendet. Zur Wahrung der Vergleichbarkeit wurde hier nicht auf die von den Gemeinden gemeldeten Daten zurückgegriffen. Sofern die Gemeinden weiter untergegliederte Bevölkerungsdaten zur Verfügung gestellt haben und diese von besonderer Bedeutung für die strukturellen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel sind, werden diese zusätzlich erwähnt. Regelmäßig ist dies bei Gemeinden der Fall, die mehrere, teils räumlich auseinander liegende Siedlungsschwerpunkte haben.

Gleiches gilt für die ausgewiesenen Übernachtungszahlen. Um auch hier eine übergemeindliche Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden die jeweiligen Kennziffern des Statistischen Landesamtes aufgeführt. Aufgrund der engen definitorischen Abgrenzung kommt es allerdings zu teilweise großen Abweichungen zu den von den Gemeinden zur Verfügung gestellten Daten, so dass diese in Einzelfällen zusätzlich aufgeführt werden.

## Begriffsdefinitionen

### *Verkaufsfläche<sup>1</sup>*

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes umfasst die Fläche, die dem Verkauf dient, die dem Kunden zugänglich ist und die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt wird.

### *Arealität<sup>2</sup>*

Die Arealität ist eine Kennziffer, die die relative Ausstattung einer Region, einer Kommune oder einer sonstigen Gebietseinheit mit Verkaufsflächen des Einzelhandels beschreibt. Sie wird gebildet als Quotient aus dem vorhandenen Besitz (in m<sup>2</sup>) und der Einwohnerzahl. So ergibt sich bei einer Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> in einer Gemeinde mit 5.000 Einwohnern eine Arealität von 0,40 m<sup>2</sup> je Einwohner. Arealitäten können sich auf einzelne Sortimentsgruppen oder alle Branchen insgesamt beziehen.

### *Einzelhandelsrelevante Kaufkraft<sup>3</sup>*

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Teil des verfügbaren Einkommens, der voraussichtlich in einem festgelegten Zeitraum (i.d. Regel ein Jahr) für Einkäufe bei Anbietern des stationären Einzelhandels oder im Versand-/Onlinehandel ausgegeben wird. Das Kaufkraftvolumen für einen bestimmten Raum (z.B. eine Kommune) und bestimmte Sortimente ergibt sich durch Multiplikation der prognostizierten Pro-Kopf-Ausgaben mit der Einwohnerzahl.

Die Pro-Kopf-Ausgaben unterscheiden sich regional. Diese Unterschiede werden mit Kaufkraftkennziffern dargestellt werden, die den Bezug zum Bundesdurchschnitt herstellen. So entspricht eine Kaufkraftkennziffer von 110 einem Kaufkraftniveau von 10 % über dem Bundesdurchschnitt.

### *Umsatz-Kaufkraft-Relation*

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich aus der Gegenüberstellung des Einzelhandelsumsatzes mit dem einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen in einem Gebiet. Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 gibt an, dass der Gesamtumsatz genau dem vorhandenen Nachfragevolumen in einem Stadtgebiet entspricht und Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb ausgeglichen werden. Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation über 100, so signalisiert dies per Saldo Kaufkraftzuflüsse; liegt sie unter

---

<sup>1</sup> Quelle: IfH, Katalog E, 5. Ausgabe

<sup>2</sup> Quelle: IfH, Katalog E, 5. Ausgabe

<sup>3</sup> Quelle: [www.handelswissen.de](http://www.handelswissen.de)

100, bedeutet dies per Saldo Kaufkraftabflüsse. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation kann auch als Maß für die Zentralität dienen.

#### *Fachgeschäft*

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet.<sup>4</sup>

#### *Fachmarkt*

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, einem Bedarfsbereich oder einem Zielgruppenbereich in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.

Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z.B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.<sup>5</sup>

#### *Kaufhaus*

Ein Kaufhaus ist ein Einzelhandelsfachgeschäft auf größerer Fläche mit einem breiten, tiefen branchenbetonten Sortiment (z.B. Bekleidungskaufhaus)<sup>6</sup>

#### *Supermarkt*

Ein Supermarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m<sup>2</sup>, das Lebensmittel einschließlich Frischwaren führt und in dem der Anteil der für Non-Food vorgesehenen Fläche nicht über 25 % liegt.<sup>7</sup>

#### *Lebensmittel-Discountmarkt*

Ein Lebensmittel-Discountmarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht.<sup>8</sup>

---

<sup>4</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

<sup>5</sup> Quelle: IfH, Katalog E, 5. Ausgabe

<sup>6</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

<sup>7</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

### *Verbrauchermarkt*

Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 1.500 qm Verkaufsfläche, das überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs anbietet.<sup>9</sup>

### *SB-Warenhaus*

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 5.000 qm Verkaufsfläche, das seinen Standort außerhalb von Innenstädten hat und überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie ein umfangreiches Sortiment an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz-, mittel- und teilweise auch langfristigen Bedarfs anbietet.<sup>10</sup>

### *Warenhaus*

Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren, verschiedener Bedarf und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Das Angebot wird überwiegend in Kundenvorwahl verkauft.<sup>11</sup>

### *Einkaufszentrum/Shopping-Center*

Shopping-Center sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken. Sie sind charakterisiert durch:

- räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben
- unterschiedlicher Größe,
- eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus/Kaufhaus/SB-Warenhaus)
- ein großzügig bemessenes Angebot an PKW-Stellplätzen
- zentrales Management bzw. Verwaltung
- gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (z.B. Werbung)

---

<sup>8</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

<sup>9</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

<sup>10</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

<sup>11</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

Sie verfügen im Allgemeinen über eine Einzelhandels(geschäfts)fläche von mindestens 10.000 qm. Soweit ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb baulich und/oder rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Verbraucher mit diesem jedoch eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shopping-Centers. Hotels, Wohnungen und neutrale Büroflächen werden nicht als Bestandteile des Shopping-Centers betrachtet.<sup>12</sup>

#### *Galerien und Passagen*

Galerien und Passagen sind bauliche Einheiten in Citylagen, in denen vorwiegend mittlere und kleine Handels-, Gastronomie- und sonstige Dienstleistungsbetriebe angesiedelt sind, deren Sortiment und Einrichtung gehobenen Ansprüchen gerecht wird.

Bei einer Passage handelt es sich um eine für Fußgänger geschaffene Verbindung von zwei Verkehrszonen; bei einer Galerie liegen die Betriebe gewöhnlich auf zwei oder mehr Verkaufsebenen.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

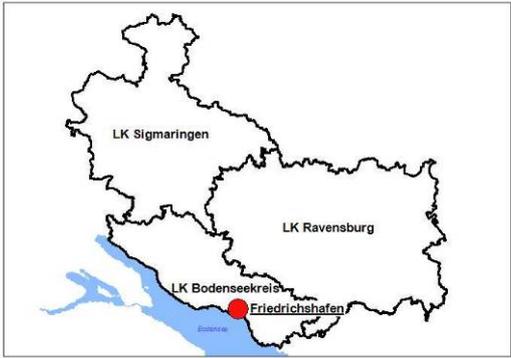
<sup>13</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

## Abkürzungsverzeichnis

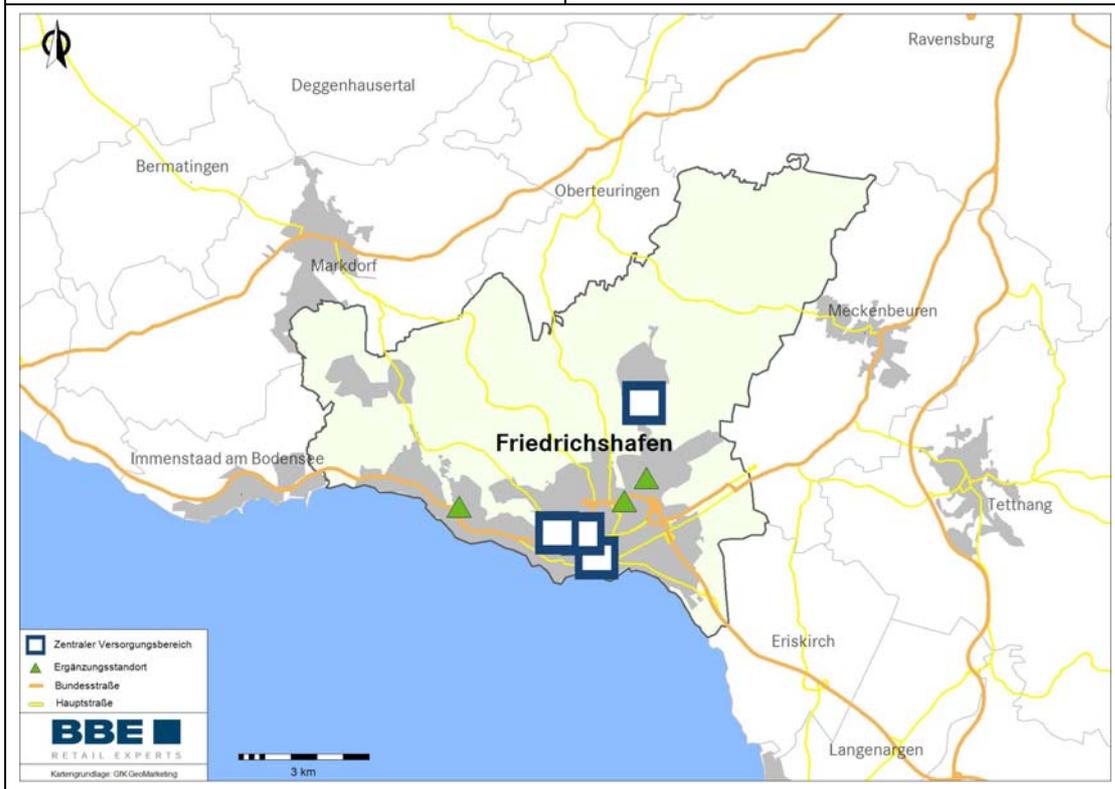
E	Ergänzungsstandort
FM	Fachmarkt
GPK	Glas, Porzellan, Keramik
i. A.	im Allgäu
Kfz	Kraftfahrzeug
Klz	Kleinzentrum
MB	Mittelbereich
NVS	Nahversorgungsstandort
ÖPNV	Öffentlicher Personen-Nahverkehr
Pkw	Personenkraftwagen
REHK	Regionales Einzelhandelskonzept
UE	Unterhaltungselektronik
Uz	Unterzentrum
VKF	Verkaufsfläche
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

## 1 Oberzentren

## 1.1 Friedrichshafen

<p>Oberzentrum Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>54.129 Ew. 58.484 Ew. 54.406 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Kernstadt mit rd. 38.810 Ew., sowie vier weitere Ortsteile: Ailingen, Ettenkirch, Kluffern, Raderach mit jeweils rd. 370 bis 7.360 Ew. (Stand 31.12.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p> <p>Zepelin Museum Schloss Friedrichshafen (Schlosskirche) 21 internationale Fachmessen, 600.000 Besucher (2006)</p>	<p>531.006 908</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>29.396 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 16.171 Einpendler / 7.362 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Flughafen Friedrichshafen Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 30 (Ulm – Ravensburg – Friedrichshafen), B 31 (Stockach – Überlingen – Lindau), Anschluss an die A 96 in rd. 24 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr u.a. IC, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell – Lindau), Südbahn (Ulm – Friedrichshafen) Zentraler Omnibus-Bahnhof Schiffsverkehr: u.a. Autofähre (Friedrichshafen – Romanshorn/Schweiz), Katamaranverbindung (Friedrichshafen – Konstanz)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)</p> <p>Kaufkraftniveau</p>	<p>330,2 Mio. € 332,8 Mio. €</p> <p>103,55</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>451,3 Mio. € 136,7 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p>	<p>122.580 m<sup>2</sup> 21.520 m<sup>2</sup> 101.060 m<sup>2</sup></p>

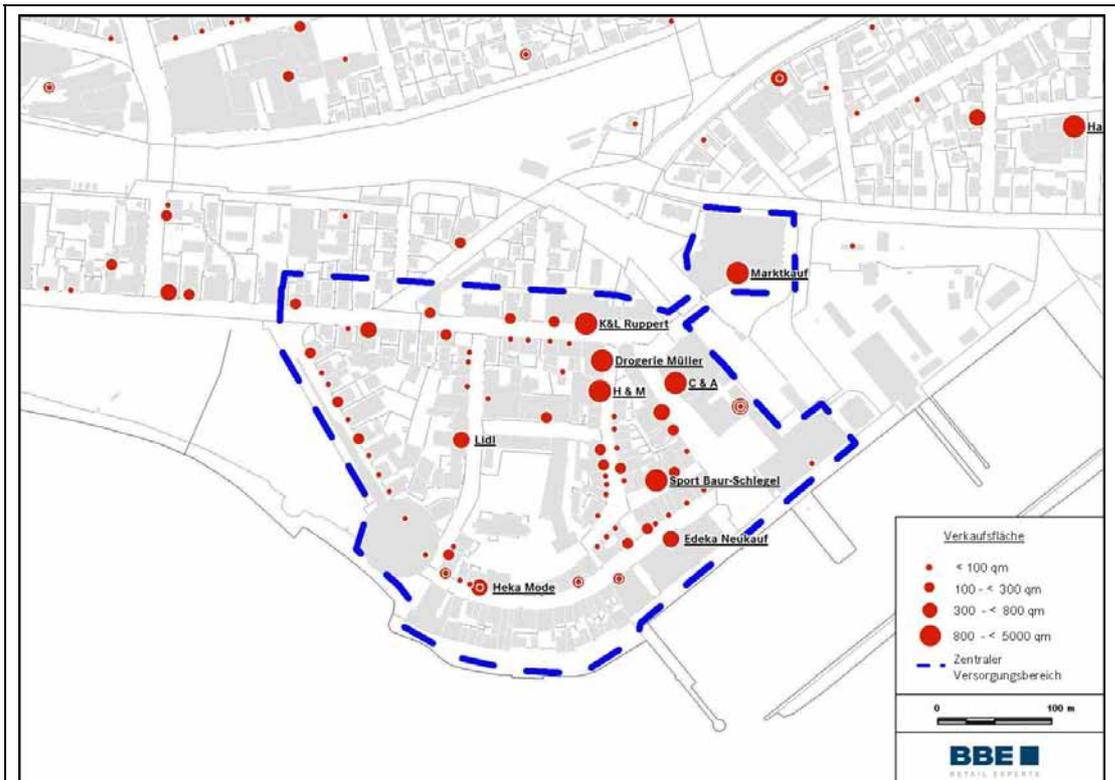
Einzelhandelsstruktur (Fortsetzung)	Arealität (2008)	2,10 m <sup>2</sup> /Ew.
	- Nahrungs- und Genussmittel	0,37 m <sup>2</sup> /Ew.
	- sonstige Sortimente	1,73 m <sup>2</sup> /Ew.
Angebotsschwerpunkte		
- Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)		
- Nebenzentrum Ailingen (NVS)		
- Nebenzentrum Charlottenstraße (NVS)		
- Nebenzentrum Hofen (NVS)		
- Fachmarkttagglomeration Bodenseecenter (E)		
- Fachmarkttagglomeration Rheinstraße (E)		
- Solitärstandort Kaufland (Manzell) (E)		



## Hauptzentrum Innenstadt

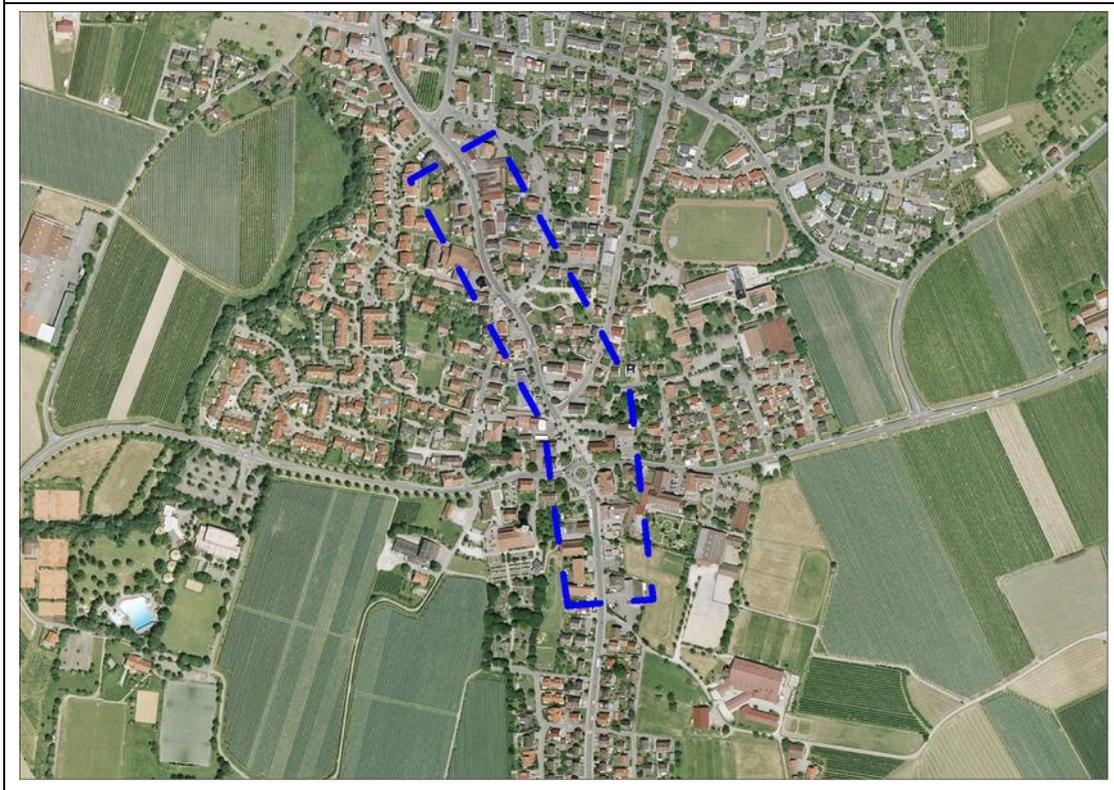
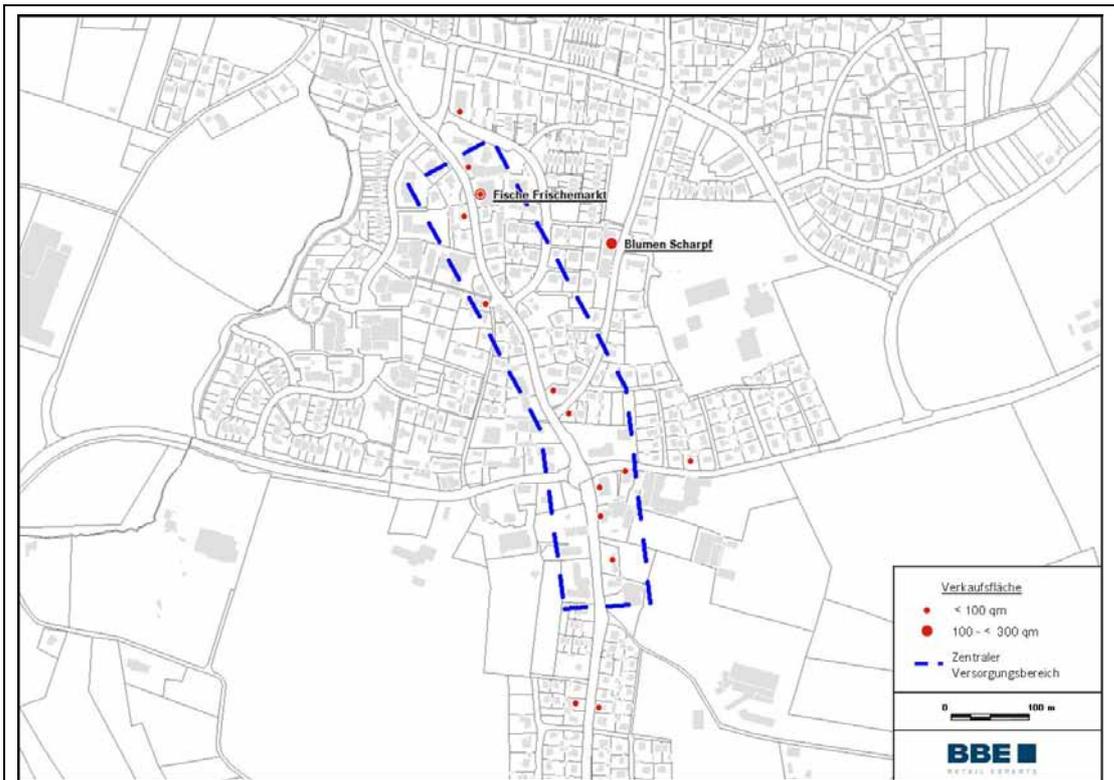
Versorgungsfunktion	Oberzentrum für die Region			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	24.075 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	4.690 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	19.130 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	255 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	112		
	- Anzahl Leerstände	3		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Marktkauf	4.190 m <sup>2</sup>		
	- C&A	2.820 m <sup>2</sup>		
- K&L Ruppert	1.900 m <sup>2</sup>			
- H&M	1.455 m <sup>2</sup>			
- Drogerie Müller	1.125 m <sup>2</sup>			
- Ravensbuch	700 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• die Uferpromenade entlang des Bodensees bietet durch die dort ansässigen gastronomische Betriebe eine hohe Aufenthaltsqualität</li> <li>• mit dem zentral gelegenen Parkhaus Altstadt am SB-Warenhaus Marktkauf sowie dem Parkhaus am See/Karlstraße verfügt Friedrichshafen über zwei gut zu erreichende Innenstadtparkhäuser</li> <li>• ZOB in zentraler Lage am Bahnhof Hafen und der Innenstadt</li> <li>• das Einzelhandelsangebot erstreckt sich über alle Bedarfe, allerdings sind in einigen für die Innenstadt bedeutsame Sortimente z. T. deutlich erkennbare Schwächen in der Verkaufsflächenausstattung vorhanden (z.B. im Elektro- und Unterhaltungselektroniksortiment)</li> <li>• das Stadtbild wird systematisch durch neue, wertige Architektur ergänzt</li> <li>• Platzsituation „Buchhornplatz“ mit hoher Verweilqualität</li> <li>• Das im östlichen Bereich der Innenstadt liegende SB-Warenhaus ist marktgerecht aufgestellt und gewährleistet die Nahversorgung nicht nur für die im direkten Wohnumfeld lebenden Personen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aufgrund der besonderen topographischen Lage ist die Zufahrt zum Innenstadtbereich für den motorisierten Verkehr auf die nördliche Tangente Friedrichstraße (B 31) beschränkt</li> <li>• Dominanz funktionaler und wenig ansprechender</li> </ul>			

<p>Schwächen (Fortsetzung)</p>	<p>Nachkriegsarchitektur, die nur teilweise durch architektonisch attraktive Gebäude unterbrochen wird</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• innerstädtische Aufenthaltsqualität beschränkt sich auf einige wenige Lagen (s.o.)</li> <li>• zum Teil wenig ansprechende sowie nicht mehr zeitgemäße Laden- und Schaufenstergestaltung</li> <li>• schwacher Einzelhandelbesatz in einigen in der Innenstadt gelegenen Straßenzügen</li> </ul>
<p>Entwicklungsperspektive</p>	<p>Die Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion durch Ansiedlung eines UE-Fachmarktes sollte Zielsetzung der Friedrichshafener Innenstadtentwicklung sein. Zudem berücksichtigt der derzeitige Einzelhandelsbesatz die touristischen Potenziale der Stadt nur unbefriedigend – eine stärkeres Angebot in den Segmenten Sport/Outdoor/Trendsport würde hier Abhilfe leisten.</p> <p>Das sich östlich an den Haupteinkaufsbereich anschließende Areal zwischen Werft und hinterem Hafbereich (evtl. inkl. jetzigem Marktkauf-Standort) birgt innerstädtische Entwicklungspotenziale.</p> <p>Die funktionale Aufgabenteilung mit Ravensburg bietet der Stadt Friedrichshafen die Möglichkeit, sich nicht ausschließlich als Konkurrenzstandort, sondern als sich ergänzender Wettbewerber zu verstehen. Diesbezüglich passende Angebotsformate sollten identifiziert und angesiedelt werden.</p>



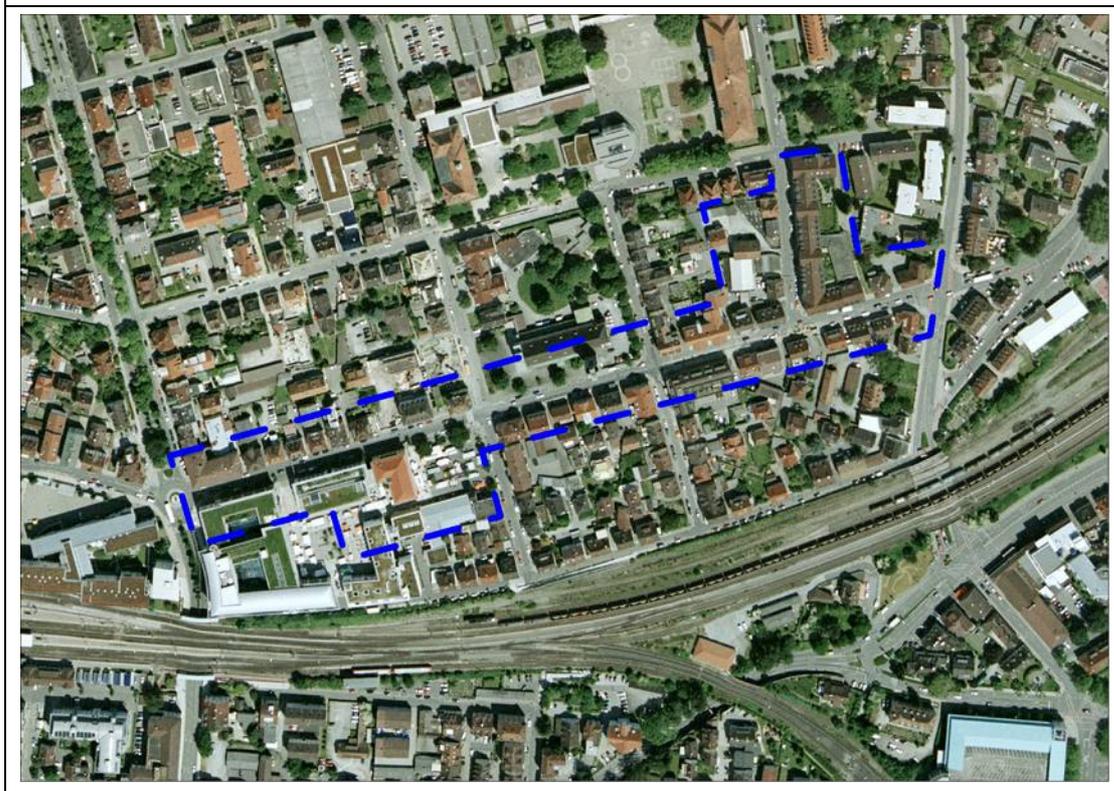
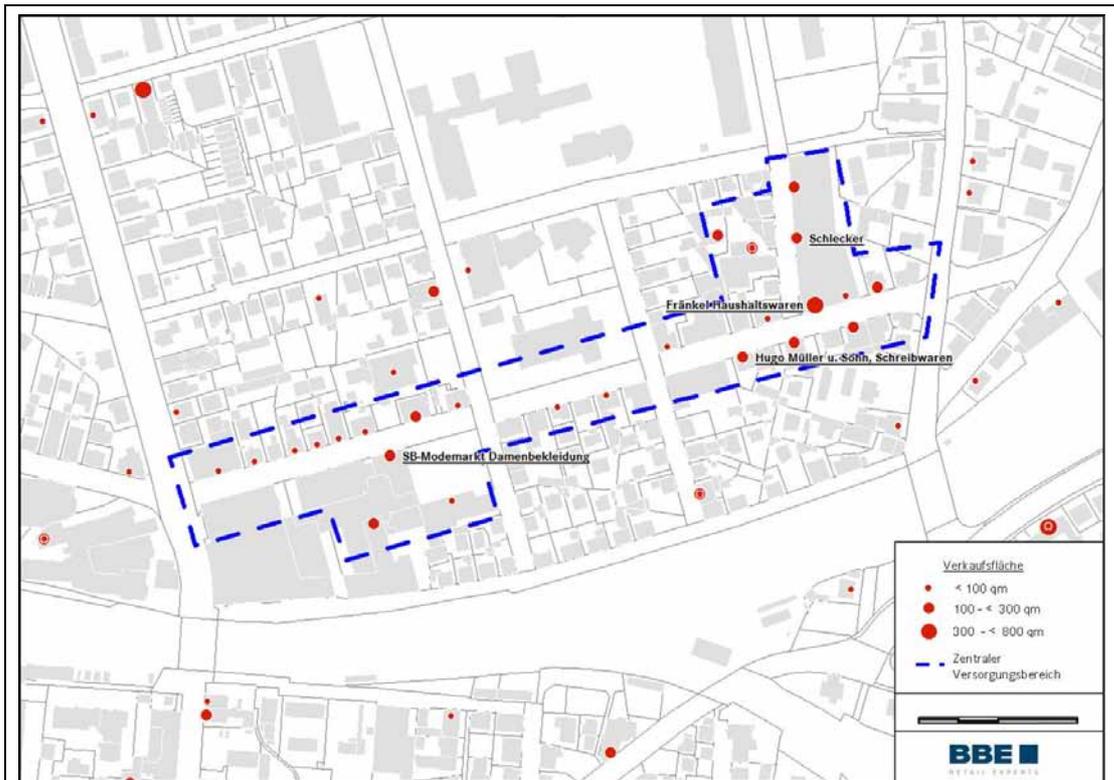
## Nebenzentrum Ailingen

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Stadtteil Ailingen			
Standortprofil	<b>Nebenzentrum</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	725 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	585 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	135 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	5 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	10		
	- Anzahl Leerstände	2		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- nah und gut Fischer	370 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	120 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wohnortnahe Grundversorgung durch Lebensmittelsupermarkt</li> <li>• Ergänzung des vorhandenen Einzelhandelsbesatz durch verschiedenen Dienstleistungs- und Gastronomieangebote</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funktionale Zweiteilung des Zentrums</li> <li>• Hohes Verkehrsaufkommen im Kreuzungsbereich</li> <li>• Lebensmittelmarkt mit vergleichsweise geringer Verkaufsflächenausstattung</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Erhaltung/Stärkung der Grundversorgung durch einen entsprechenden Nahversorger ist anzuraten. Potenzielle Standorte für eine evtl. notwendige Verlagerung bzw. Vergrößerung des Lebensmittelmarktes sind im südlichen Bereich des abgegrenzten Raumes vorhanden.			



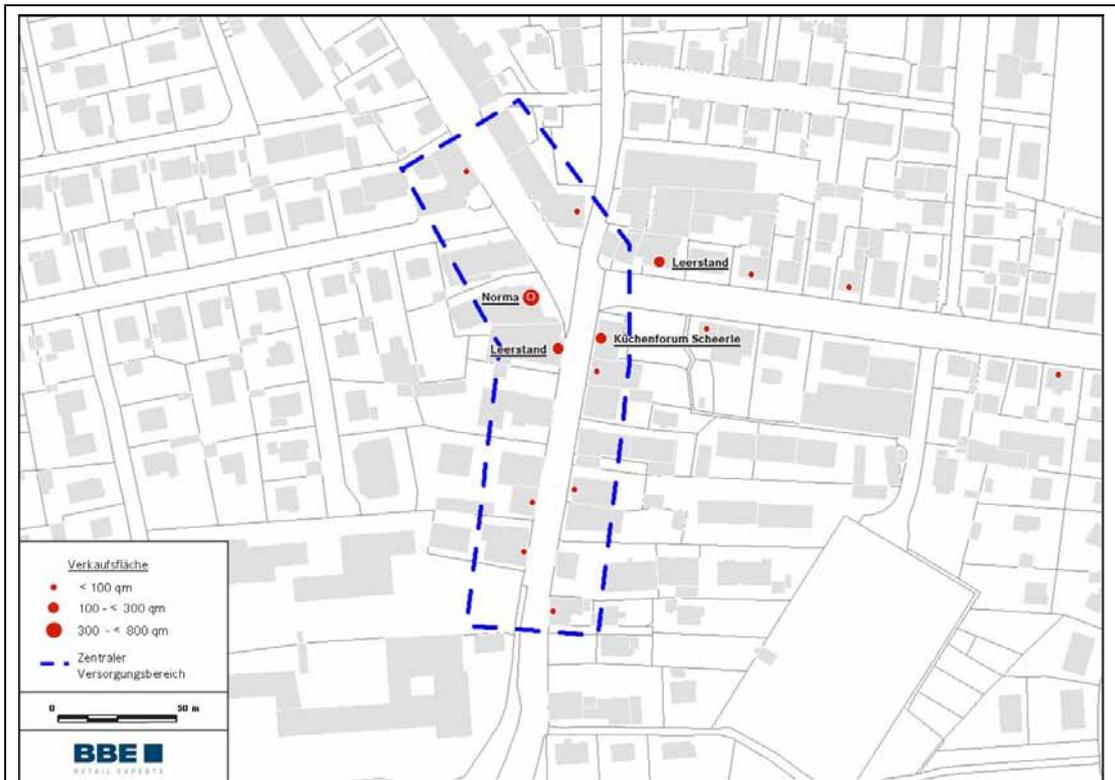
## Nebenzentrum Charlottenstraße

Versorgungsfunktion	Grundversorgung																				
Standortprofil	<b>Nebenzentrum</b> <table border="1" style="float: right; margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">+</th> <th style="text-align: center;">Ø</th> <th style="text-align: center;">-</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtebauliche Integration</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aufenthaltsqualität</td> <td></td> <td style="background-color: #ffc107;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pkw-Erreichbarkeit</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Parkmöglichkeiten</td> <td></td> <td style="background-color: #ffc107;"></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		+	Ø	-	Städtebauliche Integration				Aufenthaltsqualität				Pkw-Erreichbarkeit				Parkmöglichkeiten			
		+	Ø	-																	
	Städtebauliche Integration																				
	Aufenthaltsqualität																				
	Pkw-Erreichbarkeit																				
Parkmöglichkeiten																					
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 3.280 m<sup>2</sup></p> <p>- nahversorgungsrelevante Sortimente 910 m<sup>2</sup></p> <p>- zentrenrelevante Sortimente 2.310 m<sup>2</sup></p> <p>- sonstige Sortimente 60 m<sup>2</sup></p> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <p>- Anzahl Betriebe 31</p> <p>- Anzahl Leerstände 2</p> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <p>- Fränkel Haushaltswaren 305 m<sup>2</sup></p> <p>- REWE Nahkauf 300 m<sup>2</sup></p> <p>- Schlafen &amp; Sitzen 245 m<sup>2</sup></p> <p>- Hugo Müller &amp; Sohn Schreibwaren 235 m<sup>2</sup></p> <p>- SB-Modemarkt Damenoberbekleidung 215 m<sup>2</sup></p>																				
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nahversorgung über Lebensmittelmarkt in Allmandstraße sowie die entsprechenden Angebote in der Markthalle gewährleistet</li> <li>Gute verkehrliche Erreichbarkeit innerhalb Friedrichhafens</li> <li>Vergleichsweise hohe Ausstattung mit Einzelhandelsangeboten der verschiedenen Bedarfsbereichen sowie Dienstleistungen</li> </ul>																				
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geringe Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes</li> <li>Kaum Konkurrenzsituationen im Einzelhandelsbesatz</li> <li>Lineare Struktur des Versorgungsbereiches mit nur bedingter Verweilqualität</li> </ul>																				
Entwicklungsperspektive	Die vorhandene Marktstruktur ist zu erhalten. Evtl. Potenzialflächen für weitere Lebensmittelmärkte bzw. eine Vergrößerung/Verlagerung sind nicht erkennbar.																				



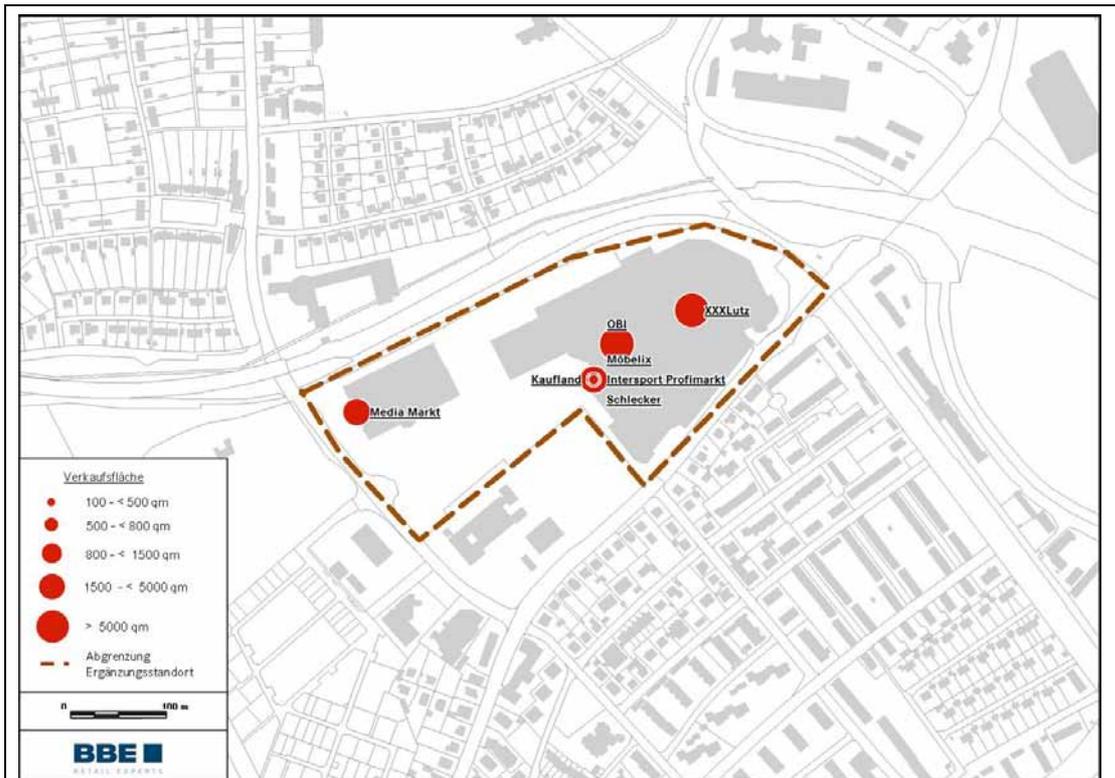
## Nebenzentrum Hofen

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Stadtteil Hofen			
Standortprofil	<b>Nebenzentrum</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.315 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	465 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	530 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	320 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	13		
	- Anzahl Leerstände	1		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- Norma	410 m <sup>2</sup>			
- Küchenforum Scheerle	150 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompakte Nutzungsstrukturen im Kreuzungsbereich Werastraße/Eugenstraße von Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten</li> <li>• Vor allem durch den vorhandenen Lebensmittel-Discounter wird die Nahversorgung gewährleistet</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohes Verkehrsaufkommen im oben genannten Kreuzungsbereich</li> <li>• Der Lebensmitteldiscounter verfügt über eine nicht mehr marktgerechte Verkaufsflächenausstattung</li> <li>• Städtebaulich wenig attraktives Gesamtbild</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Nahversorgungsfunktion des Nebenzentrums ist zu erhalten. Evtl. ist dazu die Erweiterung/Vergrößerung des vorhandenen Lebensmittelanbieters (Norma) erforderlich.			



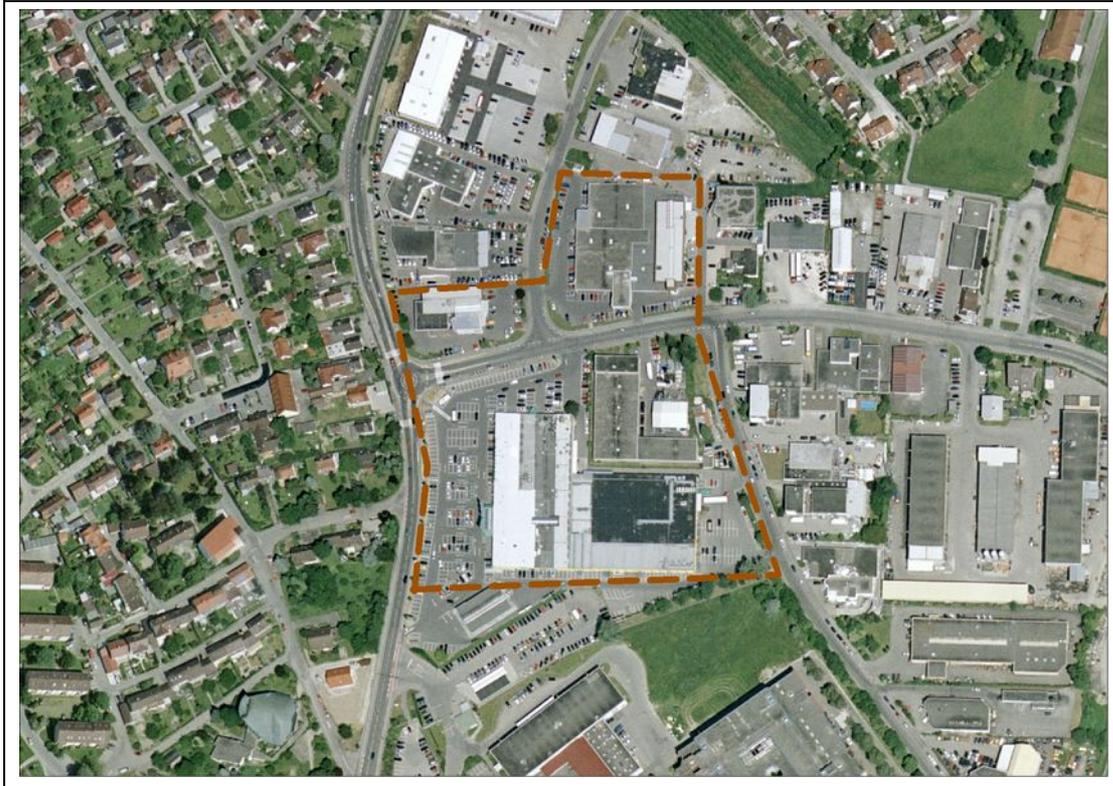
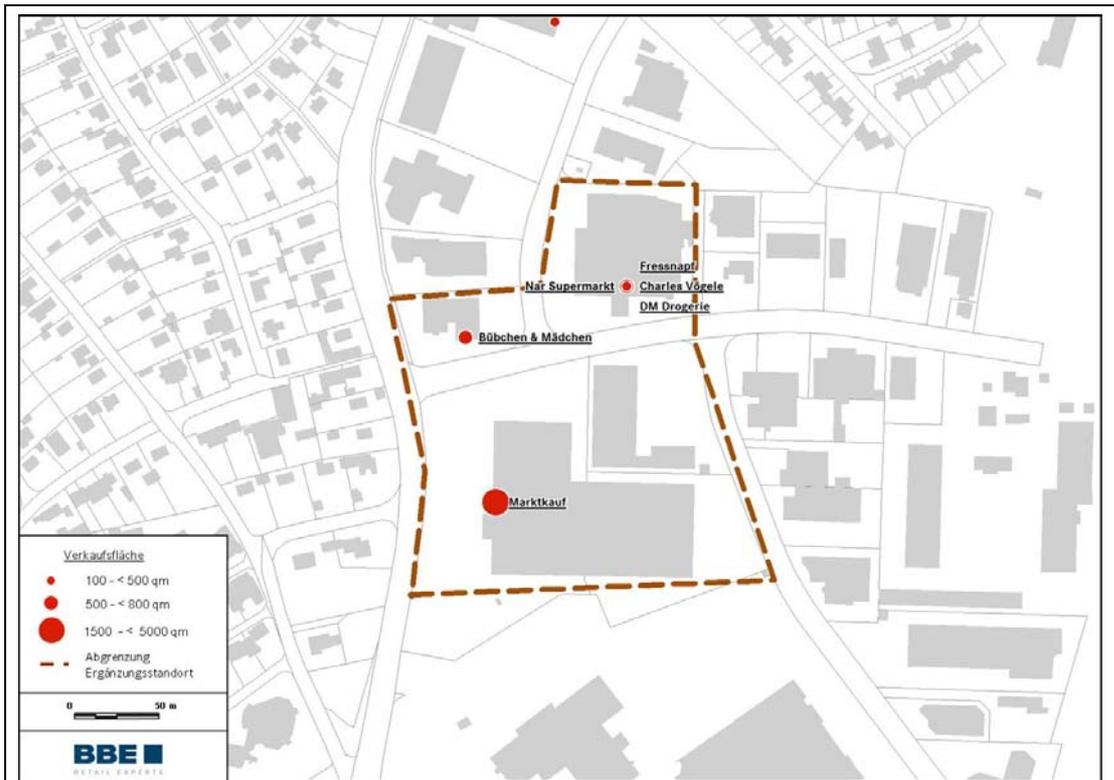
## Fachmarkttagglomeration Bodenseecenter

Versorgungsfunktion	Regional bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	49.660 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	4.385 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	14.830 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	30.445 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		18	
	- Anzahl Leerstände		0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- XXXLutz	23.000 m <sup>2</sup>		
	- OBI	12.000 m <sup>2</sup>		
	- Kaufland	4.900 m <sup>2</sup>		
	- Media Markt	3.900 m <sup>2</sup>		
	- Möbelix	3.600 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute (überregionale) verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage in Kreuzungsnähe der Bundesstraßen B 30 (Freiburg – Überlingen – Lindau) und B 31 (Ulm – Ravensburg – Friedrichshafen)</li> <li>• Interessanter Branchen- und Betriebstypenmix aus allen Bedarfsbereichen</li> <li>• Großflächige, frequenzerzeugende Magnetbetriebe (u.a. Media Markt, XXXLutz, Obi, Kaufland) die dementsprechende Kundenströme generieren</li> <li>• Hoher Aufenthaltswert durch Verbindung mit Freizeitangeboten verschiedenster Art (u.a. Cineplex Kino, Seaside Bowling, Fitness-Center) sowie diversen gastronomischen Einrichtungen</li> <li>• Großes, ebenerdiges Parkraumangebot</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unübersichtliche Parkführung</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Das Verkaufsflächenangebot der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente der Fachmarkttagglomeration Bodenseecenter soll auf den derzeitigen Bestand begrenzt werden. Eine evtl. Erweiterung ist nur für nicht zentrenrelevante Sortimente möglich.			



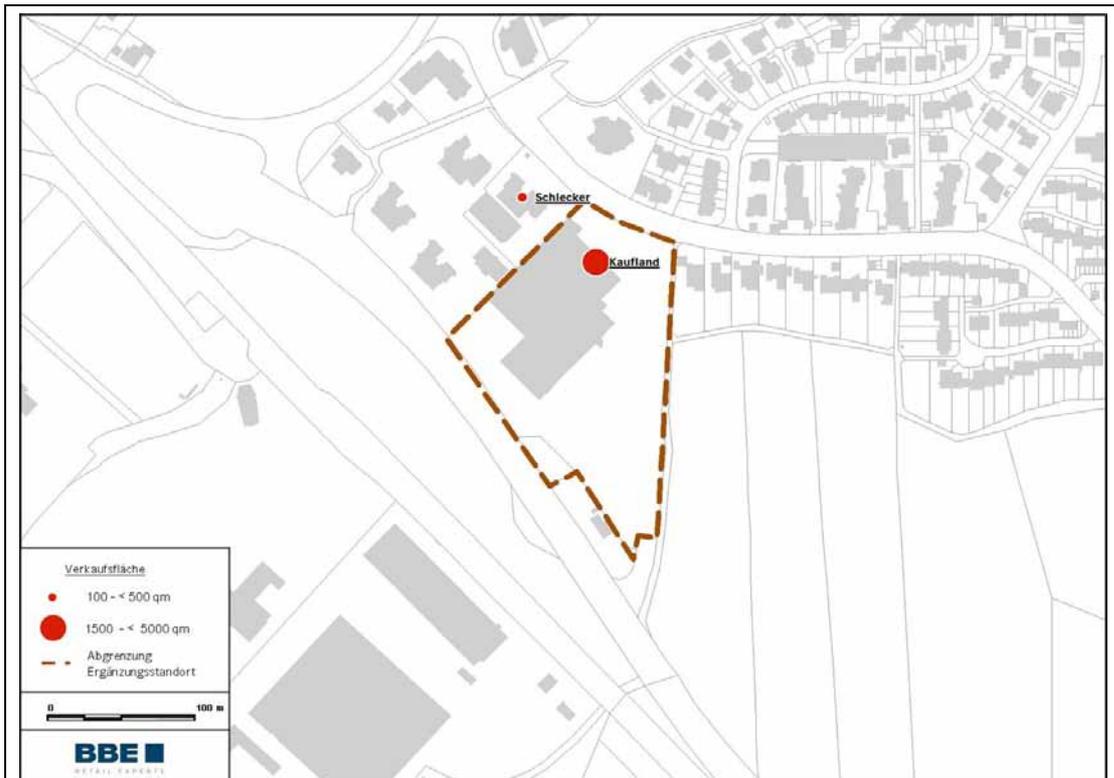
## Fachmarkttagglomeration Rheinstraße

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	7.510 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	3.995 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	3.425 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	90 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	10		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Marktkauf	4.480 m <sup>2</sup>		
	- Bübchen & Mädchen	600 m <sup>2</sup>		
	- Charles Vögele	580 m <sup>2</sup>		
	- Nar-Supermarkt	630 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachmarkttagglomeration mit verhältnismäßig hohem Anteil zentrenrelevanter Sortimente</li> <li>• Gute innerörtlich erreichbare Verkehrslage durch direkte Anbindung an die L 328a, die als Ausfallstraße nach Friedrichshafen-Ailingen führt</li> <li>• Ausreichendes Parkraumangebot</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen			



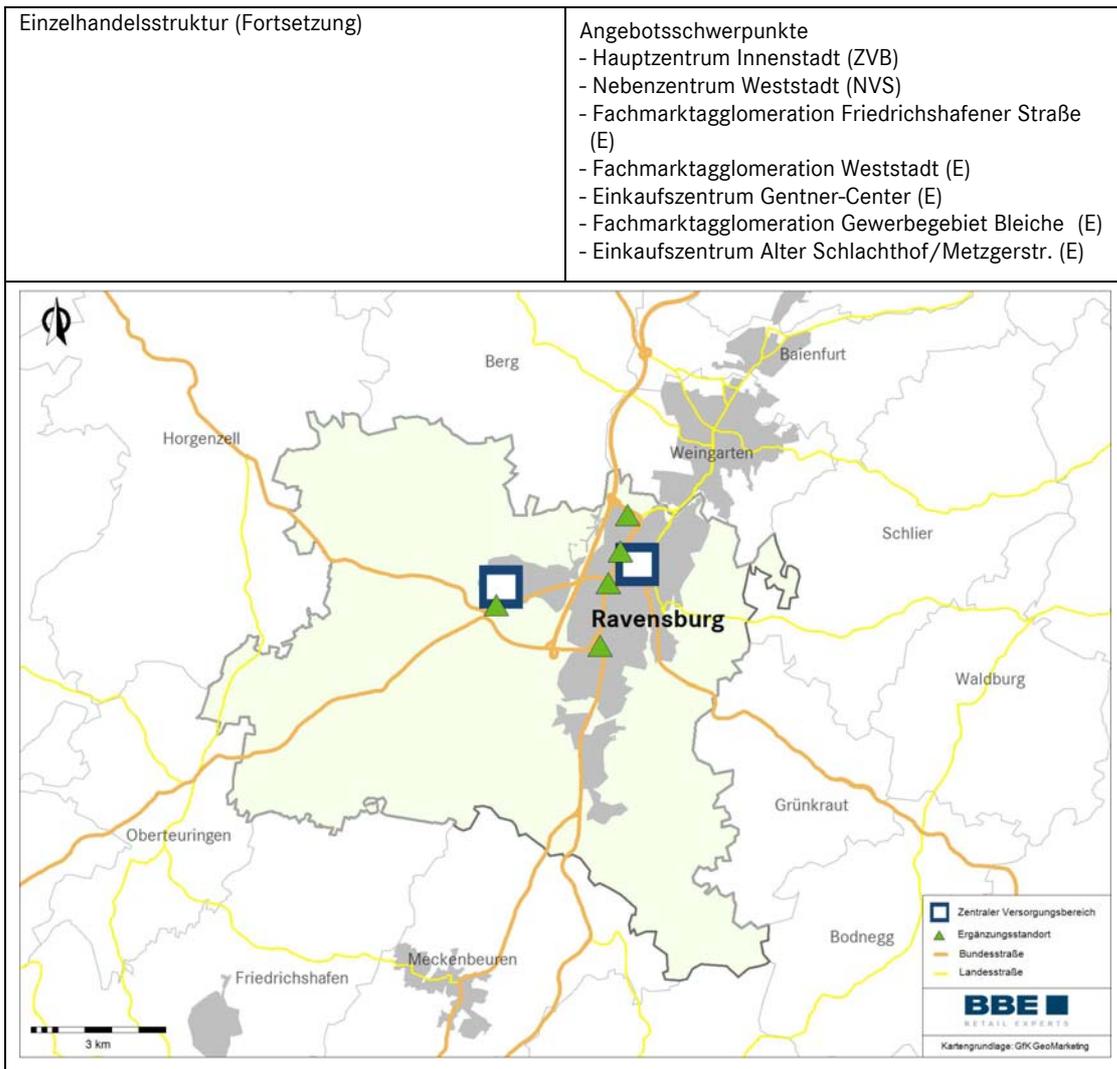
## Solitärstandort Kaufland (Manzell)

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	4.165 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	2.990 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.175 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Kaufland	4.100m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für den motorisierten Individualverkehr (direkte Anbindung an die B 31 nach Friedrichshafen) gut zu erreichen</li> <li>• Standort mit verhältnismäßig hohem Wohnbevölkerungsanteil im direkten Umfeld</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			



## 1.2 Ravensburg

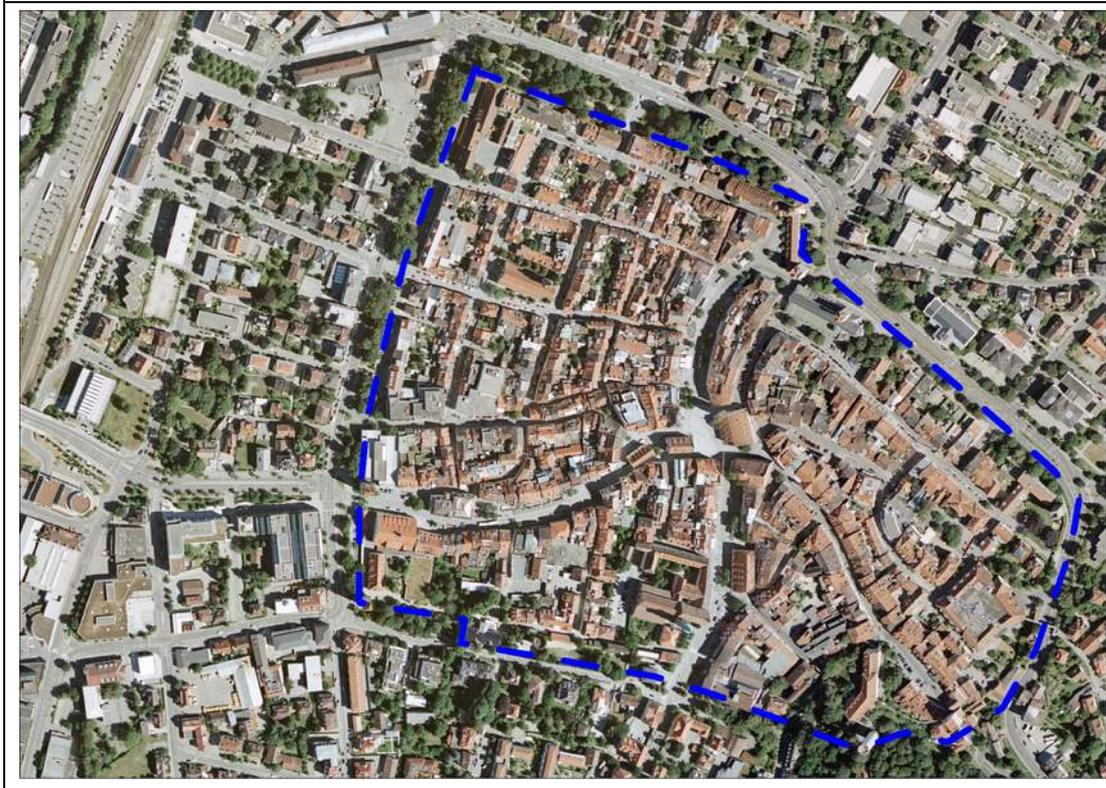
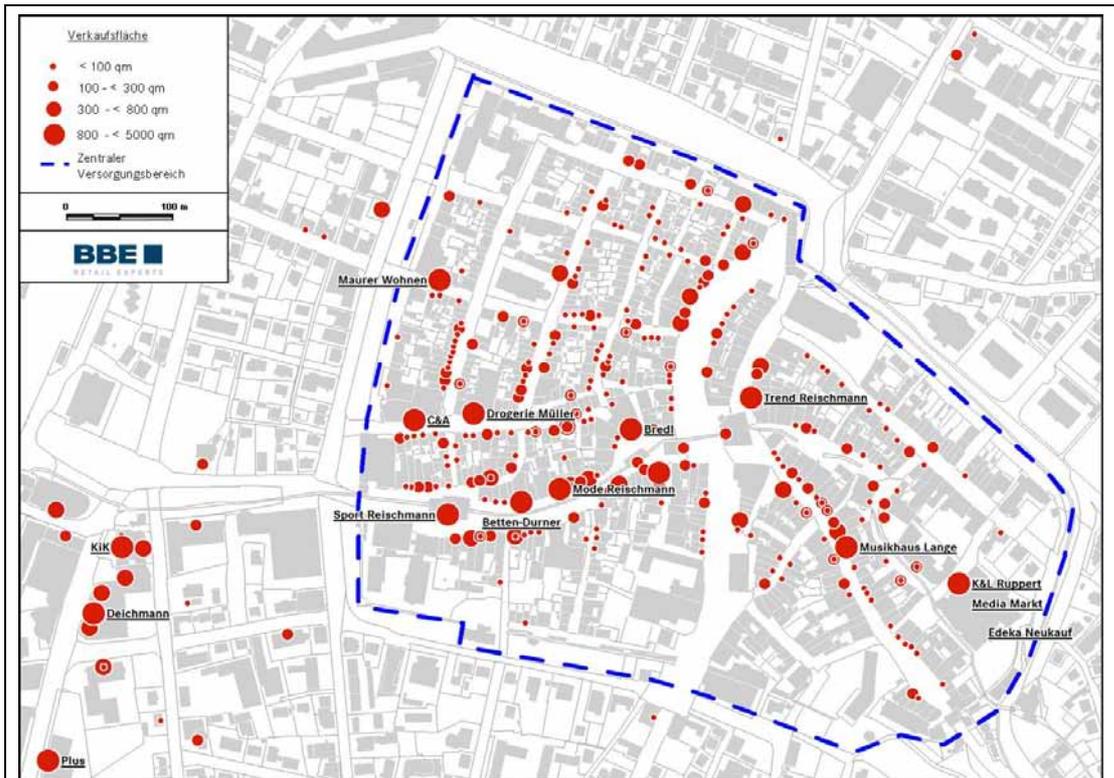
<p>Oberzentrum Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>45.650 Ew. 49.327 Ew. 46.418 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Hochverdichtete Kernstadt mit rd. 32.160 Ew. sowie drei weiter untergliederte Ortschaften: Taldorf: rd. 4.050 Ew., Eschach: rd. 8.240 Ew., Schmalegg: rd. 2.100 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p> <p>Kloster Weißenau; Historische Innenstadt „Ravensburg spielt“ Open-Air-Spielefest Städtische Galerie Ravensburg</p>	<p>89.823 182</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>29.132 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 20.387 Einpendler / 7.351 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die z.T. vierspurig ausgebauten B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.), B 30 (Ulm – Biberach a. d. Riß – Friedrichshafen), B 33 (Ravensburg – Meersburg), Anschluss an A 96 in rd. 25 km</p> <p>Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr u.a. IC, Südbahn (Ulm – Friedrichshafen)</p> <p>Zentraler Omnibus-Bahnhof</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)</p> <p>Kaufkraftniveau</p>	<p>278,6 Mio. € 282,4 Mio. €</p> <p>103,61</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>507,8 Mio. € 182,2 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p>	<p>157.810 m<sup>2</sup> 20.595 m<sup>2</sup> 137.215 m<sup>2</sup></p> <p>3,20 m<sup>2</sup>/Ew. 0,42 m<sup>2</sup>/Ew. 2,78 m<sup>2</sup>/Ew.</p>



## Hauptzentrum Innenstadt

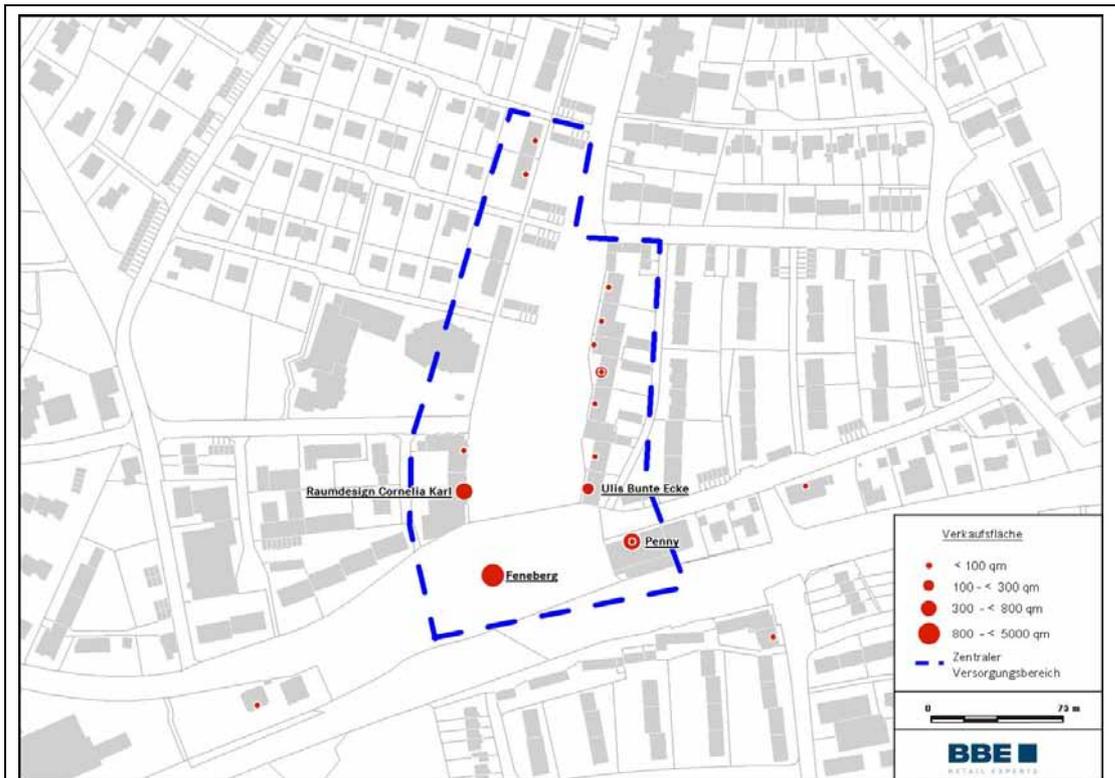
Versorgungsfunktion	Oberzentrum für die Region			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	58.725 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	6.910 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	48.170 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	3.645 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	318		
	- Anzahl Leerstände	24		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Trend Reischmann	4.800 m <sup>2</sup>		
	- Bredl	4.500 m <sup>2</sup>		
	- Mode Reischmann	3.180 m <sup>2</sup>		
	- C&A	3.140 m <sup>2</sup>		
	- Sport Reischmann	2.380 m <sup>2</sup>		
- Maurer Wohnen	2.380 m <sup>2</sup>			
- Drogerie Müller	2.150 m <sup>2</sup>			
- K&L Ruppert	2.130 m <sup>2</sup>			
- Media Markt	2.130 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quantitative und qualitative Ausrichtung des Einzelhandelsangebotes auf zentrenrelevante Sortimente, allen voran Bekleidung (u.a. Bekleidungskaufhäuser Reischmann und Bredl) und Sport</li> <li>• Große Individualität der Ravensburger Innenstadt durch Dominanz inhabergeführter Einzelhandelsbetriebe</li> <li>• Vielfältiges Gastronomieangebot mit z.T. ansprechender Außengastronomie</li> <li>• Innenstadt von hoher städtebaulicher Attraktivität: weitgehend erhaltene Altstadt mit großem Anteil renovierter Gebäude/Fassaden, Platzgestaltungen mit hoher Aufenthaltsqualität, ansprechende Stadtmöblierung</li> <li>• Günstige verkehrliche Erreichbarkeit des Innenstadtbereichs für den motorisierten Verkehr durch die die Innenstadt umgebende Ringstraße</li> <li>• Ausreichend und gut beschildertes (z.T. dynamisches Park-Leit-System) Parkangebot</li> <li>• Einzelhandels- und Gastronomieangebot wird durch eine Vielzahl an kulturellen Einrichtungen ergänzt (z.B. Konzerthaus, Schwörssaal, Städtische Galerie etc.)</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebotslücken in einigen Branchen (z.B. Hausrat)</li> </ul>			

Schwächen (Fortsetzung)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlen eines großen Kauf- bzw. Warenhauses, der das Einzelhandelsangebot diesbezüglich abrundet</li> <li>• Kaum überregional agierende Filialisten im Innenstadtbereich vertreten – diese besitzen allerdings eine hohe Attraktivität für den Innenstadtbesucher</li> <li>• Unzureichende Anbindung des in randseitiger Innenstadtlage befindlichen Einkaufszentrums „Gänsbühl-Center“ an die Haupteinkaufsbereiche</li> </ul>
Entwicklungsperspektive	<p>In Ravensburg sollte die oberzentrale Versorgungsfunktion durch den Ausbau im Bereich Wohnaccessoires vervollständigt werden. In die Innenstadt passende Betreiberkonzepte sind vergleichbar mit denen von Strauss Innovation, Manufactum etc.</p> <p>Das in der Innenstadt liegende Einkaufszentrum „Gänsbühl-Center“ ist ein bedeutender Kundenmagnet und sollte in dieser Form erhalten bleiben. Allerdings ist eine Verbesserung der innerstädtischen Erschließung bzw. der Anbindung an den Haupteinkaufsbereich anzuraten.</p>



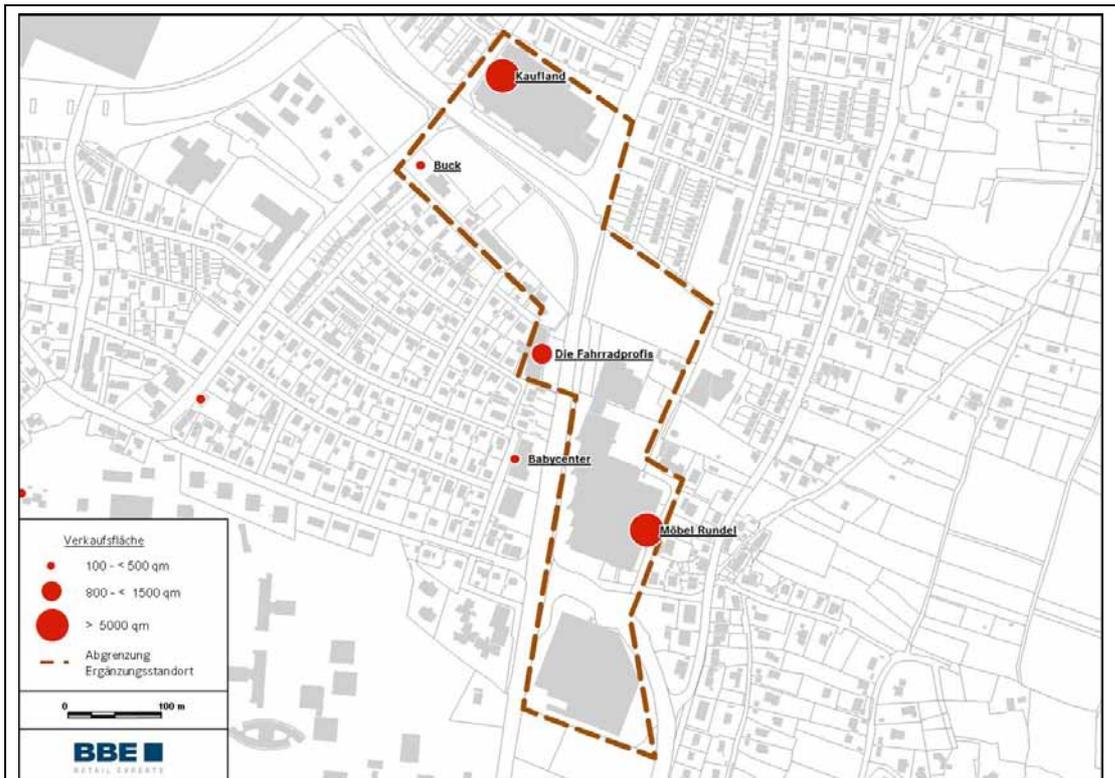
## Nebenzentrum Weststadt

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Weststadt			
Standortprofil	<b>Nebenzentrum</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.245 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.325 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	835 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	85 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	17		
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Feneberg	835 m <sup>2</sup>		
	- Penny	400 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit dem neu gebauten Feneberg-Supermarkt sowie dem Lebensmittel-Discounter Penny verfügt die Weststadt über zwei leistungsstarke Nahversorger</li> <li>• Daneben werden weitere Einzelhandelsangebote vor allem des kurz- und mittelfristigen Bedarfes vorgehalten, die durch einige (zumeist einzelhandelsnahe) Dienstleistungsbetriebe ergänzt werden</li> <li>• Die verkehrliche Erreichbarkeit ist durch die direkte Lage an der Meersburger Straße (L 288) als gut zu bewerten</li> <li>• Gepflegte und stark begrünte Platzsituation mit separiertem, ausreichend dimensioniertem Parkplatzangebot</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wenig ansprechende 60er-Jahre Wohnblöcke, die nur eine geringe städtebauliche Attraktivität besitzen</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Zur Verbesserung der Nahversorgungssituation sollte der Einzelhandelsbesatz des Nebenzentrums Weststadt um einen marktfähigen Drogeriemarkt ergänzt werden.			



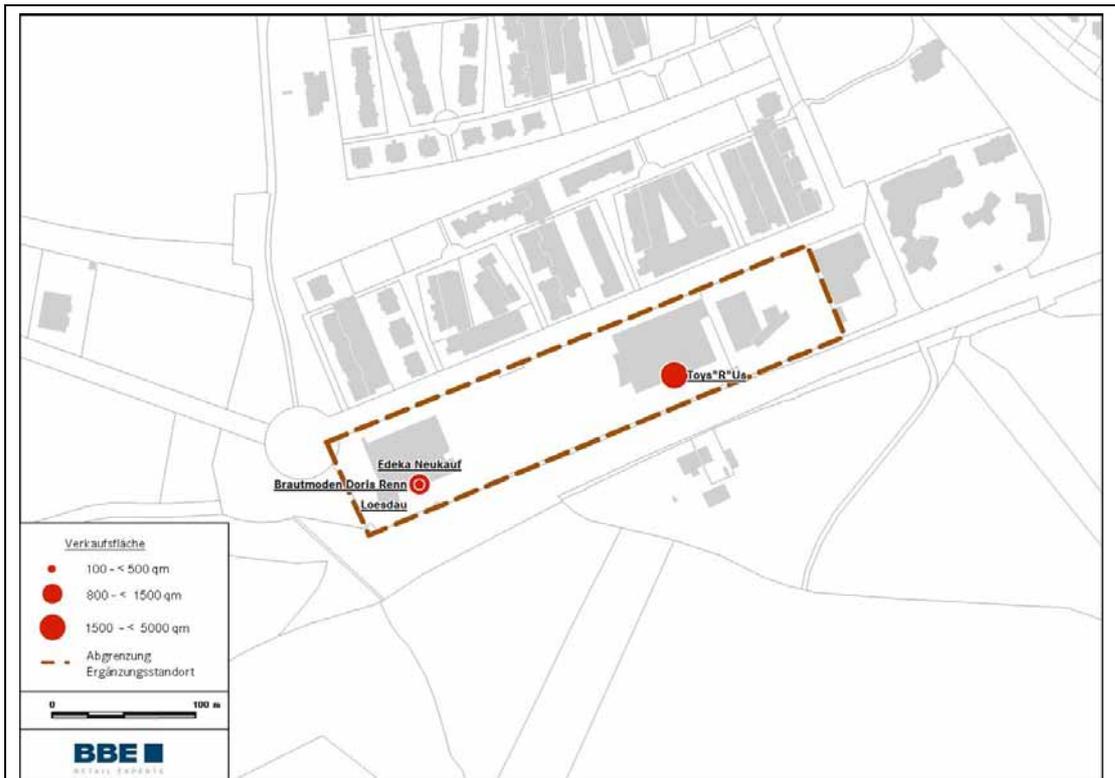
## Fachmarkttagglomeration Friedrichshafener Straße

Versorgungsfunktion	Regional bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	43.125 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	5.735 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	3.210 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	34.180 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		15	
	- Anzahl Leerstände		0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Möbel Rundel	34.000 m <sup>2</sup>		
	- Kaufland	6.950 m <sup>2</sup>		
	- Die Fahrradprofis	1.400 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direkt an der B 30 gelegen, somit gute verkehrliche Erreichbarkeit</li> <li>• Möbel Rundel als flächenmäßig größter Möbelanbieter von überregionaler Bedeutung mit dementsprechender Frequenz</li> <li>• Gut aufgestelltes Kaufland SB-Warenhaus</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insgesamt eher lockere Agglomeration, die zudem durch die vielbefahrene Bundesstraße räumlich getrennt wird</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Das Verkaufsflächenangebot der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente der Fachmarkttagglomeration Friedrichshafener Straße soll auf den derzeitigen Bestand begrenzt werden. Eine evtl. Erweiterung ist nur für nicht zentrenrelevante Sortimente möglich.			



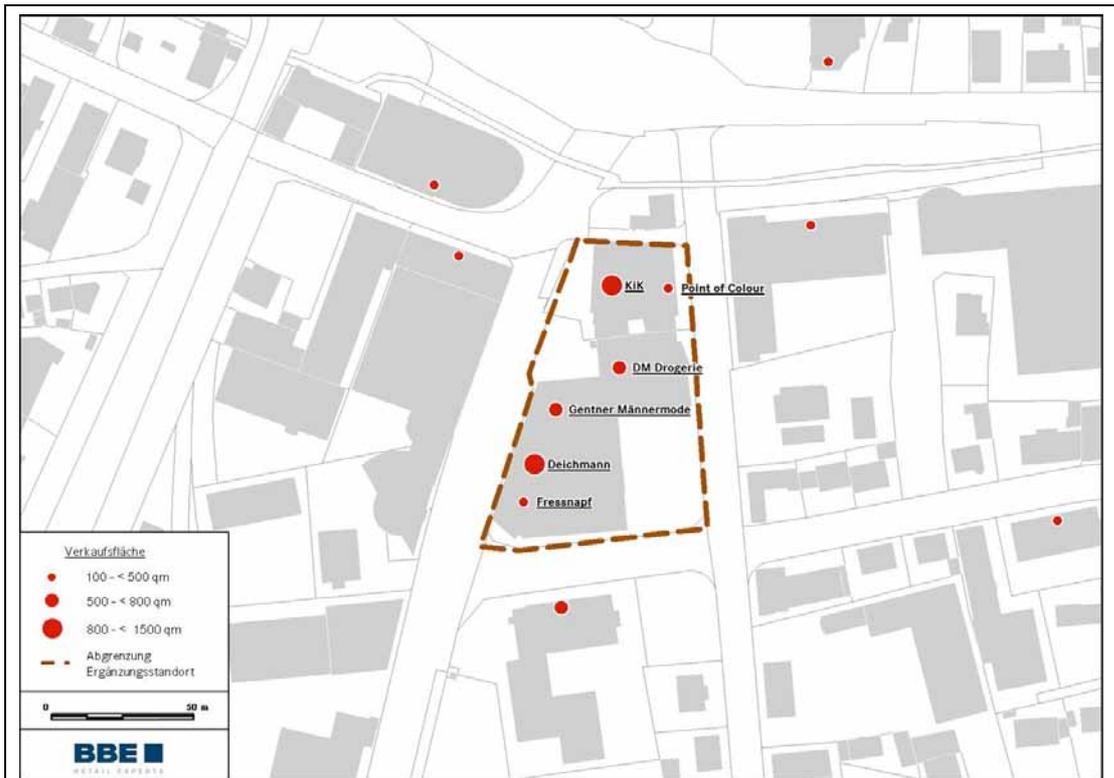
## Fachmarkttagglomeration Weststadt

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel		
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	4.175 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.020 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	2.990 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	165 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	6	
	- Anzahl Leerstände	0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Toys“R“Us	2.050 m <sup>2</sup>	
	- Edeka Neukauf	1.120 m <sup>2</sup>	
	- Loesdau	800 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standort mit relativ hohem Wohnbezug durch den direkt nördlich angrenzenden Siedlungskörper</li> <li>• Mit Toys“R“Us ist ein bundesweit tätiger, namhafter Spielwarenfilialist ansässig</li> <li>• Gute verkehrliche Anfahrbarkeit durch direkte Lage an der Meersburger Straße (L 288) sowie Nähe zu den Bundesstraßen B 30 sowie B 33</li> <li>• Großzügig dimensionierter, ebenerdiger Parkraum</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.		



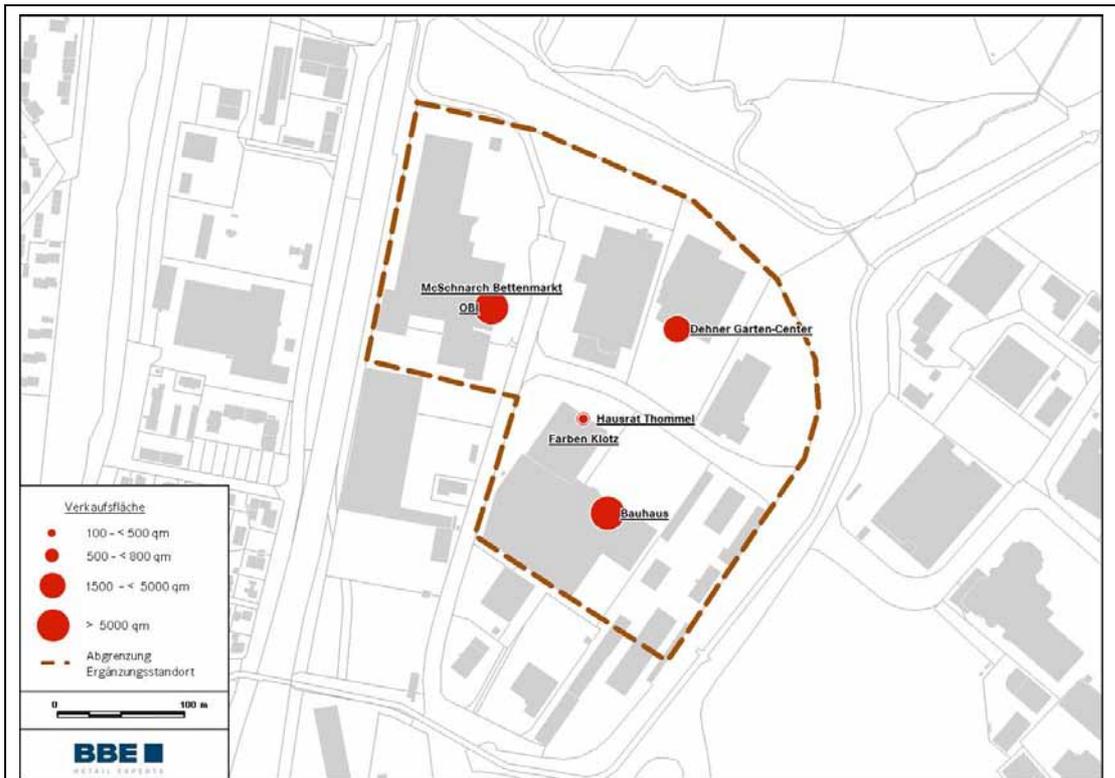
## Einkaufszentrum Gentner-Center

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Einkaufszentrum</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration		Ø	
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	4.045 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	500 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	3.145 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	400 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	7		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- KiK	1.175 m <sup>2</sup>		
	- Deichmann	880 m <sup>2</sup>		
	- Gentner Männermode	620 m <sup>2</sup>		
	- DM Drogerie	550 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bei dem Gentner-Center handelt es sich um einen voll integrierten Standort – es befindet sich rd. 500 m vom Stadtzentrum entfernt</li> <li>• Gute innerörtliche Erreichbarkeit durch Lage im Kreuzungsbereich von Meersburger Straße und der L 288</li> <li>• Innerstädtisches Parkhaus mit Anschluss an das Ravensburger Parkleitsystem</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebotsausrichtung auf das mittlere bis untere Preis- und Qualitätsgenre</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			



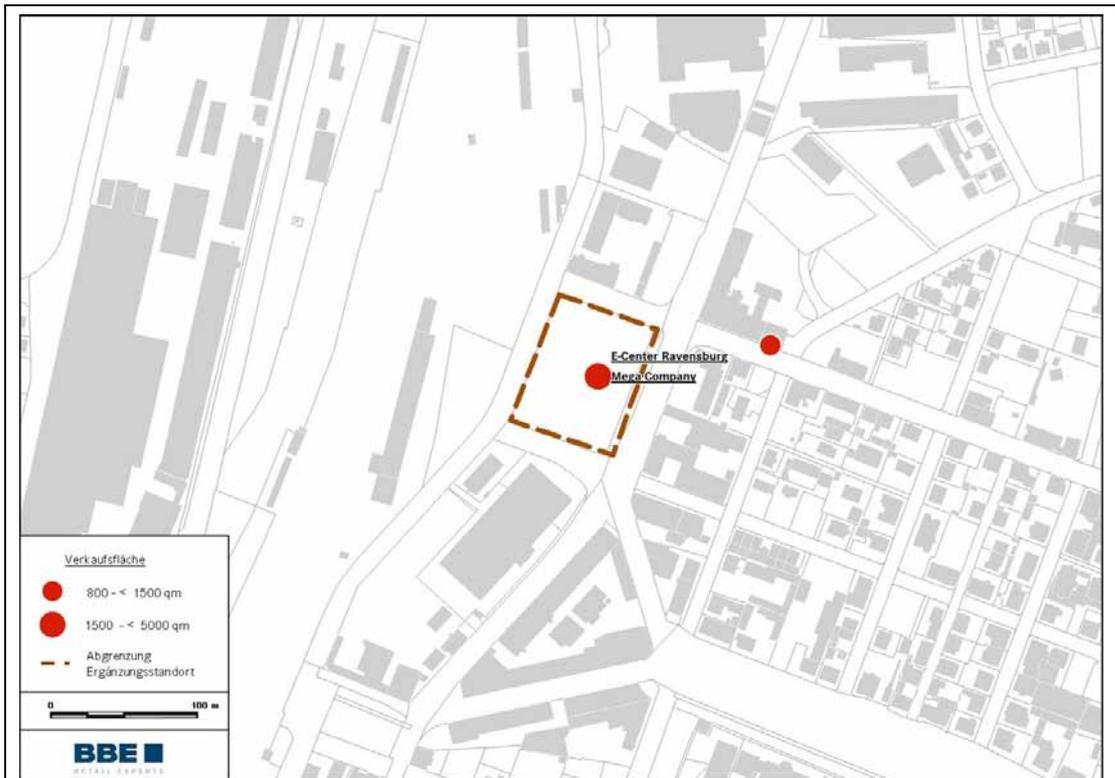
## Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Bleiche

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	16.185 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	30 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	2.985 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	13.170 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	8		
	- Anzahl Leerstände	1		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- OBI	6.815 m <sup>2</sup>		
	- Bauhaus	5.760 m <sup>2</sup>		
	- Dehner Garten-Center	1.775 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standort mit hoher Angebotskompetenz im Garten- bzw. Baumarktsegment durch in unmittelbarer räumlichen Nähe zueinander verstandortete Anbieter (u.a. Obi, Bauhaus und Dehner)</li> <li>• Sehr gute (auch überörtliche) verkehrliche Erreichbarkeit durch direkte Lage an bzw. Nähe zu den überörtlich bedeutsamen Bundesstraße (B 32 sowie B 30)</li> <li>• Ausreichend Parkraum vor den jeweiligen Geschäften</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Angebotskompetenz im Bau- und Gartenmarktsegment soll auch zukünftig erhalten bleiben. Ggf. Ausbau entsprechender Sortimente im Rahmen eines regional bedeutsamen Bau- und Gartenmarktstandorts.			



## Einkaufszentrum Alter Schlachthof/Metzgerstraße

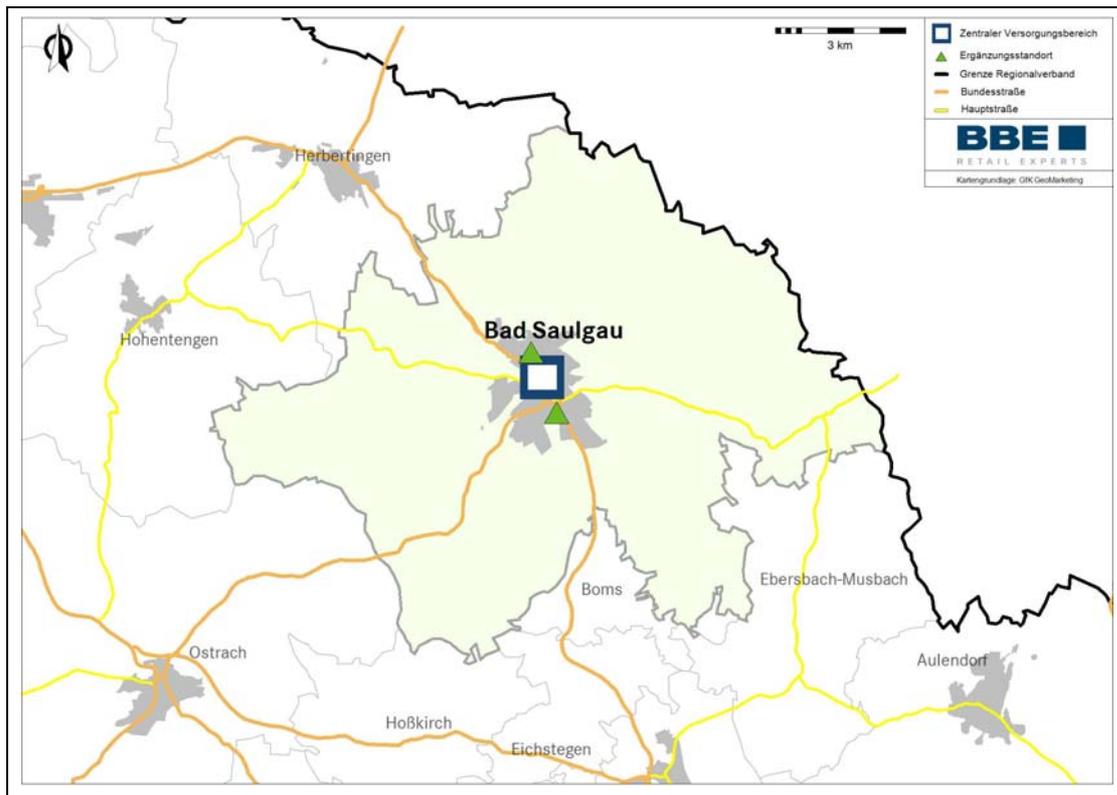
Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Einkaufszentrum</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	3.510 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.710 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.775 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	25 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	3		
	- Anzahl Leerstände	0		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- E-Center	1.800 m <sup>2</sup>			
- Mega Company	1.500 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktgerecht aufgestellte, kompetente Anbieter in verkehrlich gut erreichbarer Lage</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Räumlich und funktional durch die vielbefahrene B 32 von der Ravensburger Innenstadt getrennt</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			



## 2 Mittelzentren

## 2.1 Bad Saulgau

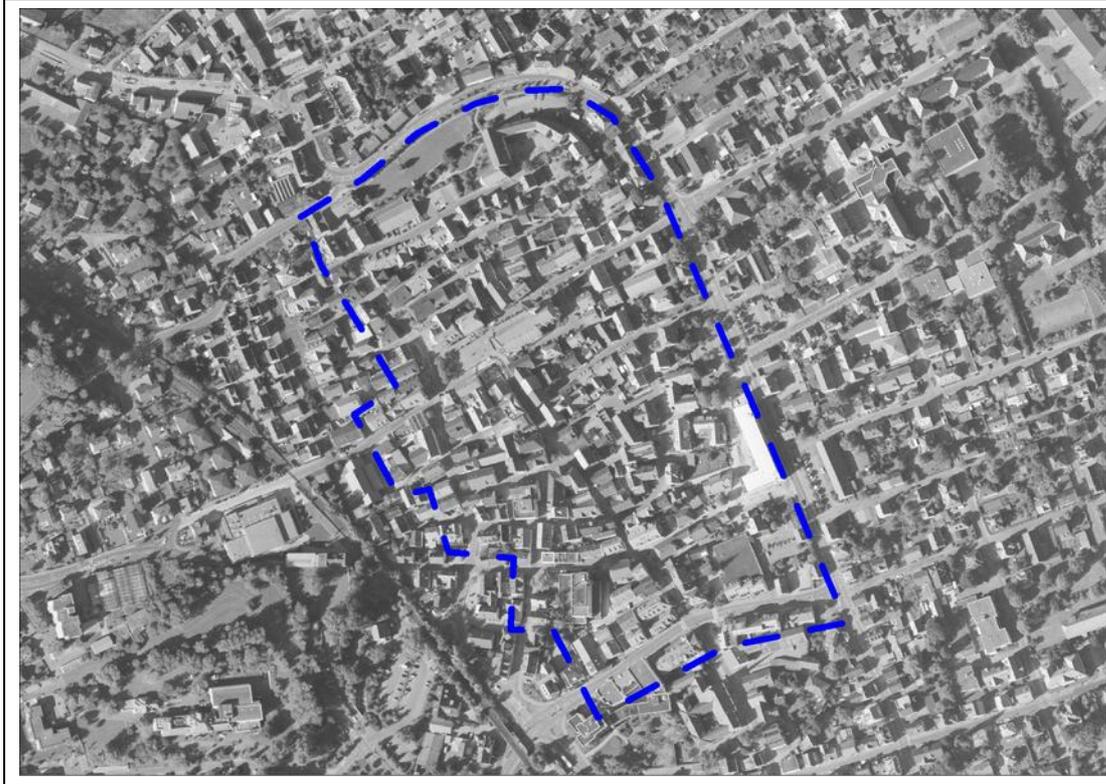
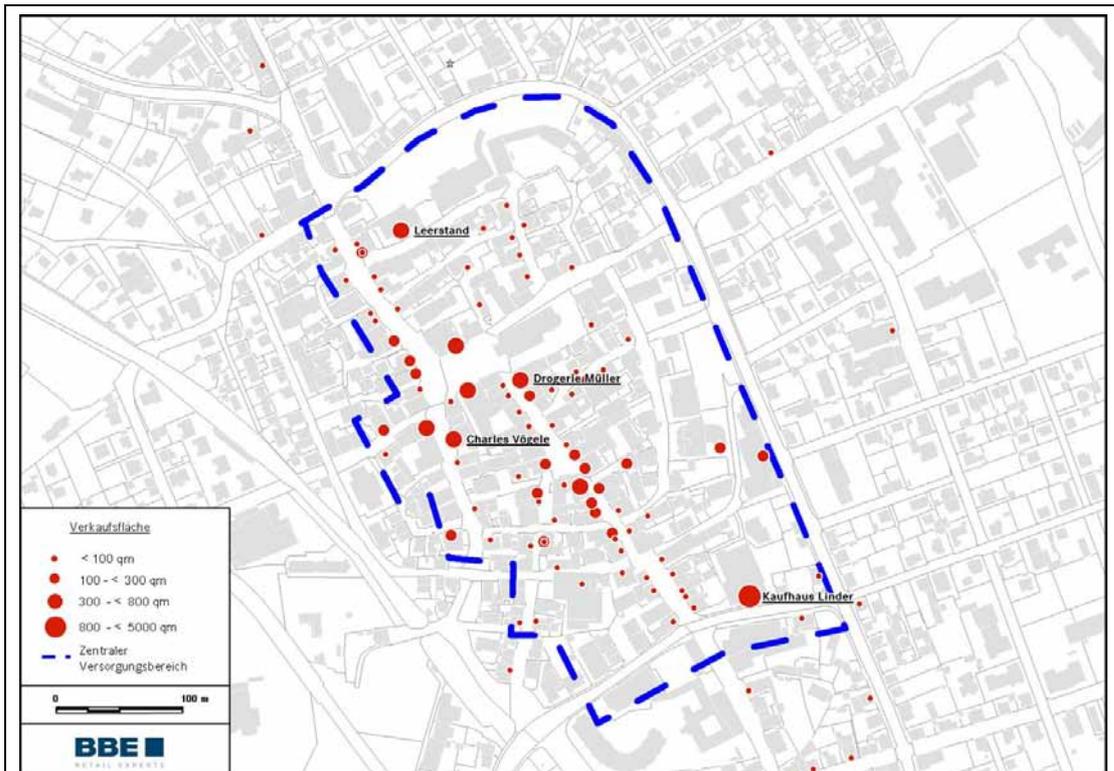
<p>Mittelzentrum Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>15.541 Ew. 17.604 Ew. 17.094 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 11.580 Ew. sowie 13 weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 300 bis 800 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>212.281 1.206</p> <p>Sonnenhof-Therme Bad Saulgau, Kureinrichtungen</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>5.454 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 2.782 Einpendler / 3.062 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.) Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Zollern-Alb-Bahn 1 (Tübingen – Aulendorf)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>94,4 Mio. € 97,3 Mio. €  98,39</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>167,3 Mio. € 177,1 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Fachmarkttagglomeration Salgo (E) - Fachmarkttagglomeration Süd (E)</p>	



## Hauptzentrum Innenstadt

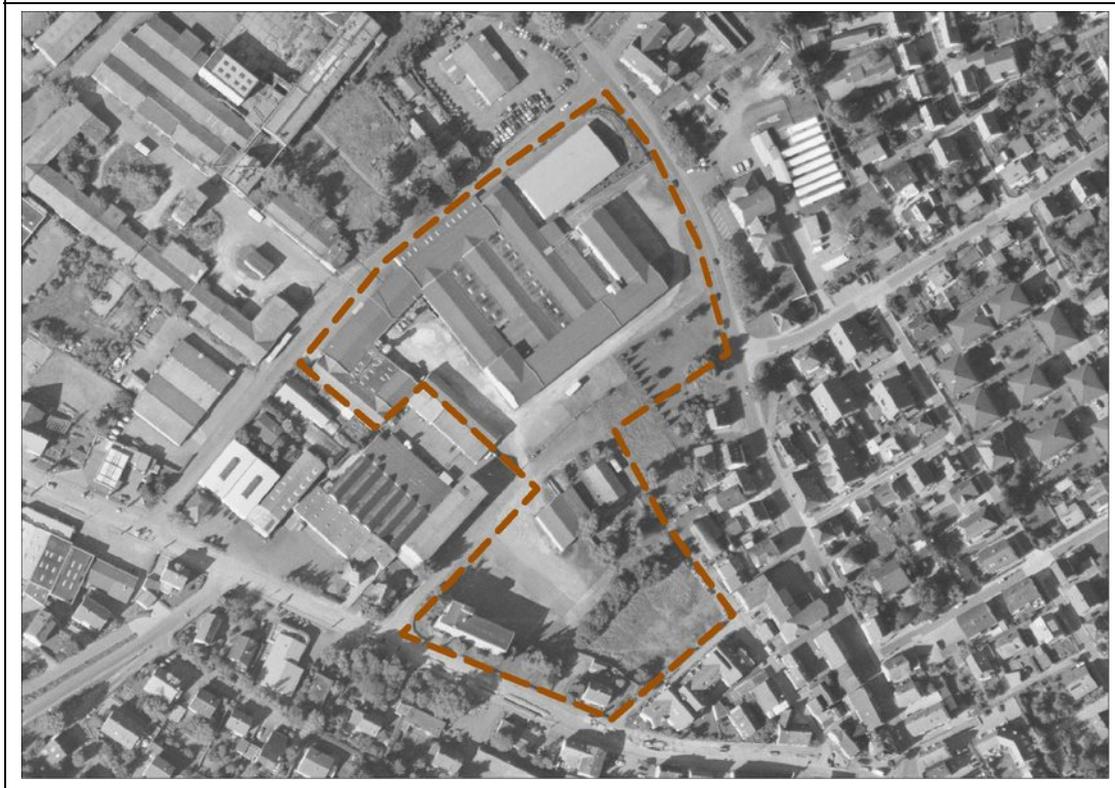
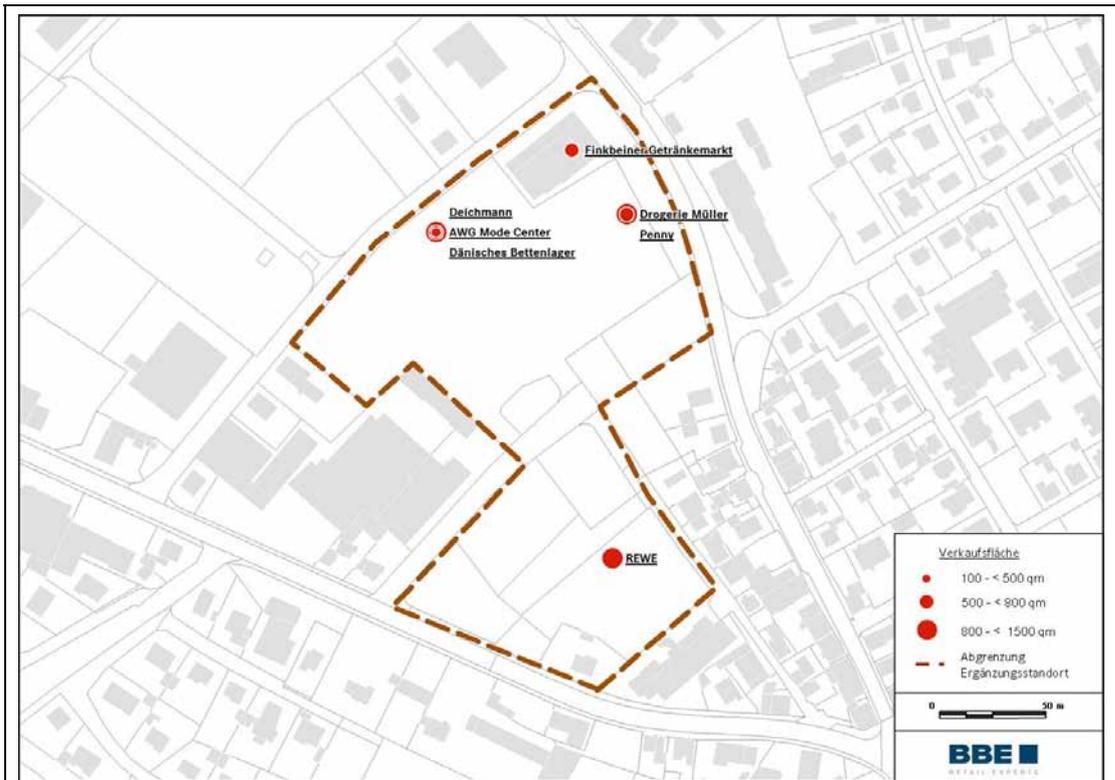
Versorgungsfunktion	Mittelzentrum für den Mittelbereich Bad Saulgau																												
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>																												
	Städtebauliche Integration																												
	Aufenthaltsqualität																												
	Pkw-Erreichbarkeit																												
	Parkmöglichkeiten																												
Angebotsstruktur	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (ohne Leerstand)</td> <td>10.045 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- nahversorgungsrelevante Sortimente</td> <td>1.915 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- zentrenrelevante Sortimente</td> <td>7.505 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>625 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td colspan="2">Einzelhandelsbesatz</td> </tr> <tr> <td>- Anzahl Betriebe</td> <td>84</td> </tr> <tr> <td>- Anzahl Leerstände</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Wesentliche Anbieter (Auswahl)</td> </tr> <tr> <td>- Kaufhaus Linder</td> <td>1.100 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Paulus Mode</td> <td>650 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Charles Vögele</td> <td>540 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Drogerie Müller</td> <td>455 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Norma</td> <td>385 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Elektro Buck KG</td> <td>355 m<sup>2</sup></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	10.045 m <sup>2</sup>	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.915 m <sup>2</sup>	- zentrenrelevante Sortimente	7.505 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	625 m <sup>2</sup>	Einzelhandelsbesatz		- Anzahl Betriebe	84	- Anzahl Leerstände	11	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		- Kaufhaus Linder	1.100 m <sup>2</sup>	- Paulus Mode	650 m <sup>2</sup>	- Charles Vögele	540 m <sup>2</sup>	- Drogerie Müller	455 m <sup>2</sup>	- Norma	385 m <sup>2</sup>	- Elektro Buck KG	355 m <sup>2</sup>
Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	10.045 m <sup>2</sup>																												
- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.915 m <sup>2</sup>																												
- zentrenrelevante Sortimente	7.505 m <sup>2</sup>																												
- sonstige Sortimente	625 m <sup>2</sup>																												
Einzelhandelsbesatz																													
- Anzahl Betriebe	84																												
- Anzahl Leerstände	11																												
Wesentliche Anbieter (Auswahl)																													
- Kaufhaus Linder	1.100 m <sup>2</sup>																												
- Paulus Mode	650 m <sup>2</sup>																												
- Charles Vögele	540 m <sup>2</sup>																												
- Drogerie Müller	455 m <sup>2</sup>																												
- Norma	385 m <sup>2</sup>																												
- Elektro Buck KG	355 m <sup>2</sup>																												
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Marktplatz verfügt aufgrund der ansprechenden Außengastronomie über eine hohe Aufenthaltsqualität</li> <li>• Der Innenstadtbereich ist für den motorisierten Verkehr gut erreichbar</li> <li>• Das Parkplatzangebot ist räumlich gut verteilt sowie ausreichend dimensioniert – das stationäre Parkleitsystem ist gut erkennbar und wird durch Übersichtskarten mit sonstigen Parkmöglichkeiten komplettiert</li> <li>• Die historische Altstadt ist in weiten Teilen erhalten und ansprechend restauriert – neuere Gebäude fügen sich in das Gesamtbild gut ein</li> <li>• Der Einzelhandelsbesatz hält Angebot in allen Bedarfsbereichen vor – Schwerpunkt ist vor allem das Bekleidungs- und Schuhsegment</li> <li>• Das Einzelhandelsangebot wird vornehmlich von inhabergeführten Fachgeschäften vorgehalten und bedingt somit einen abwechslungsreichen Besatz</li> <li>• Über die ganze Innenstadt verteilte, sehr ansprechende Stadtmöblierungen (u.a. diverse gut platzierte Sitzgelegenheiten, Brunnen, Skulpturen etc.)</li> <li>• Das zentral gelegene Stadtforum ist Tagungs- und Kultureinrichtung gleichzeitig und überzeugt durch seine architektonische Gestaltung</li> </ul>																												
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besonders im flächenmäßig stark vertretenen Bekleidungssegment fehlen die von Innenstadtbere-</li> </ul>																												

	<p>suchen oft nachgefragten Modefilialisten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der für die Altstadt bzw. die angrenzenden Wohngebiete bedeutsame Nahversorger (Norma) ist mit einer Verkaufsfläche von rd. 390 qm verhältnismäßig klein dimensioniert</li> </ul>
Entwicklungsperspektive	<p>Die Nahversorgungsfunktion der Bad Saulgauer Innenstadt ist zu sichern. Evtl. Erweiterungen/Verlagerungen sind ausschließlich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu verstandorten.</p>



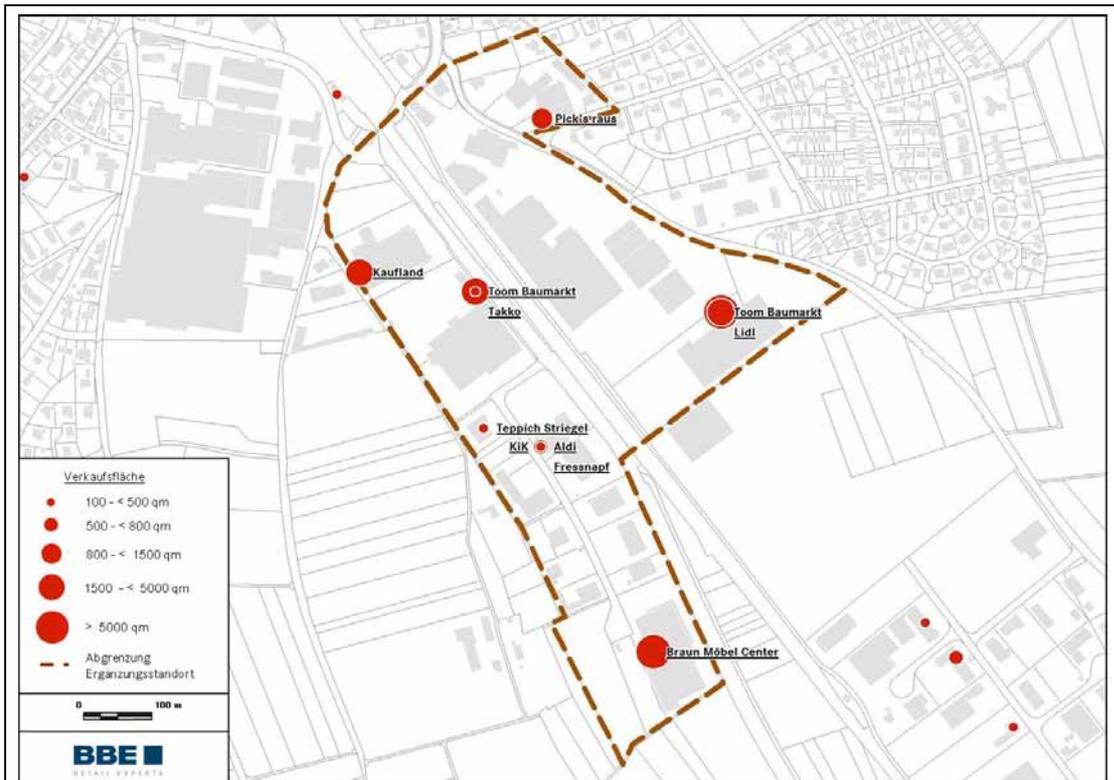
## Fachmarkttagglomeration Salgo

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	5.535 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	2.885 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	2.280 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	370 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		8	
	- Anzahl Leerstände		0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- REWE	1.490 m <sup>2</sup>		
	- Drogerie Müller	1.080 m <sup>2</sup>		
	- AWG Mode Center	900 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortverbund mehrere bundesweit agierender Anbieter aus unterschiedlichen Angebotsgenres</li> <li>• Großer gemeinsamer Parkplatz, der direkt von der B 32 aus anfahrbar ist</li> <li>• Vermarktung als ein Standort mit dem Slogan „Salgo – entspannt einkaufen“</li> <li>• Sehr gepflegter Zustand des Standortes</li> <li>• Gute Werbesichtanbindung des Geländes von Bundesstraße B 32 aus</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist auf das derzeitige Angebot zu beschränken. An diesem Standort sind diesbezügliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			

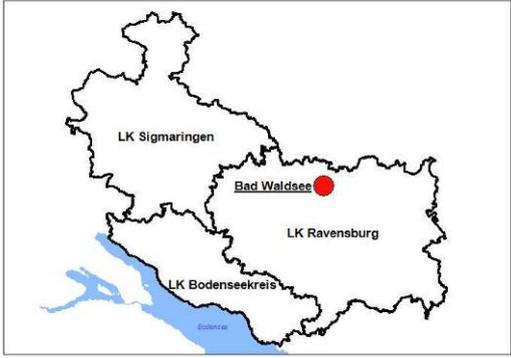


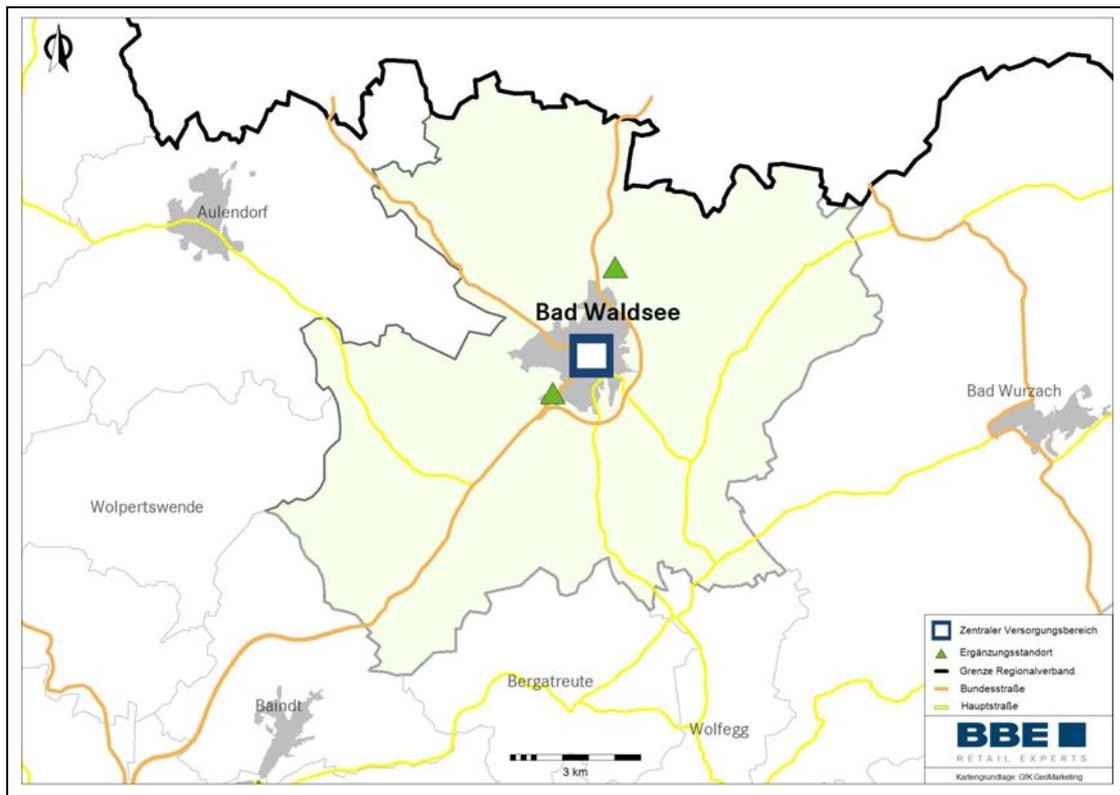
## Fachmarkttagglomeration Süd

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	28.175 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	5.450 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	5.215 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	17.510 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		20	
	- Anzahl Leerstände		0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Toom Baumarkt	10.680 m <sup>2</sup>		
	- Braun Möbel Center	8.000 m <sup>2</sup>		
	- Kaufland	3.900 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Toom Baumarkt und Braun Möbel Center zwei Anbieter von überörtlicher Bedeutung ansässig, darüber hinaus hohe Angebotskompetenz in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (u.a. Kaufland, Aldi, Lidl)</li> <li>• Gute (überörtliche) Erreichbarkeit über die Bundesstraße B 32</li> <li>• Ebenerdige Parkplätze vor den jeweiligen Betrieben</li> <li>• Räumliche Trennung durch vielbefahrene Bundesstraße</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist auf das derzeitige Angebot zu beschränken. An diesem Standort sind diesbezügliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			



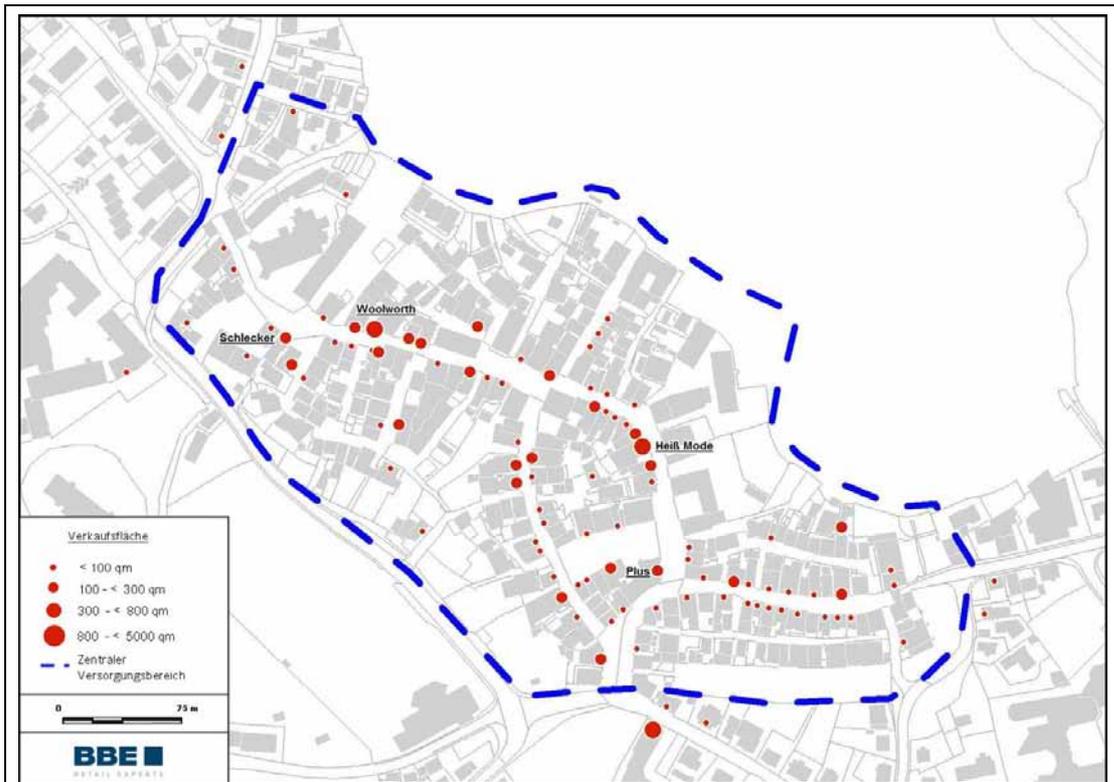
## 2.2 Bad Waldsee

Mittelzentrum Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	16.451 Ew. 19.823 Ew. 19.424 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichtete Kernstadt mit rd. 11.880 Ew. sowie fünf weiter untergliederte Ortschaften mit jeweils rd. 640 bis 2.400 Ew. (Stand 31.12.2006)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	360.020 1.816
Sonstige relevante Strukturdaten	Gesundheitszentrum Waldsee-Therme, Kureinrichtungen	
	6.657 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 3.278 Einpendler / 3.551 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 30 (Ulm – Ravensburg- Friedrichshafen) Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Württemberg-Allgäu-Bahn (Aulendorf – Wangen i. A. / Memmingen)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)	107,8 Mio. € 111,2 Mio. €
	Kaufkraftniveau 99,74	
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	131,8 Mio. € 122,3 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	36.400 m <sup>2</sup> 9.785 m <sup>2</sup> 26.615 m <sup>2</sup>
	Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	1,84 m <sup>2</sup> /Ew. 0,49 m <sup>2</sup> /Ew. 1,34 m <sup>2</sup> /Ew.
	Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Nebenzentrum Eschlestraße (NVS) - Fachmarkttagglomeration Im Ballenmoos (E) - Solitärstandort Hagebaumarkt (E)	



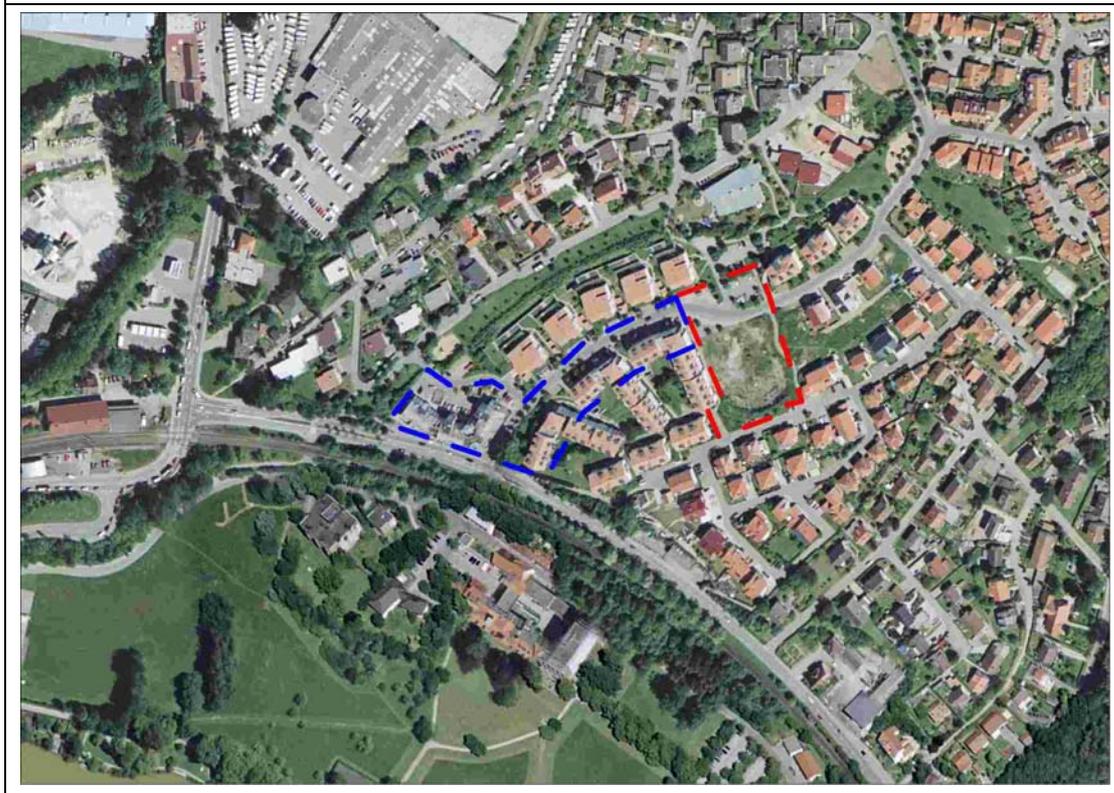
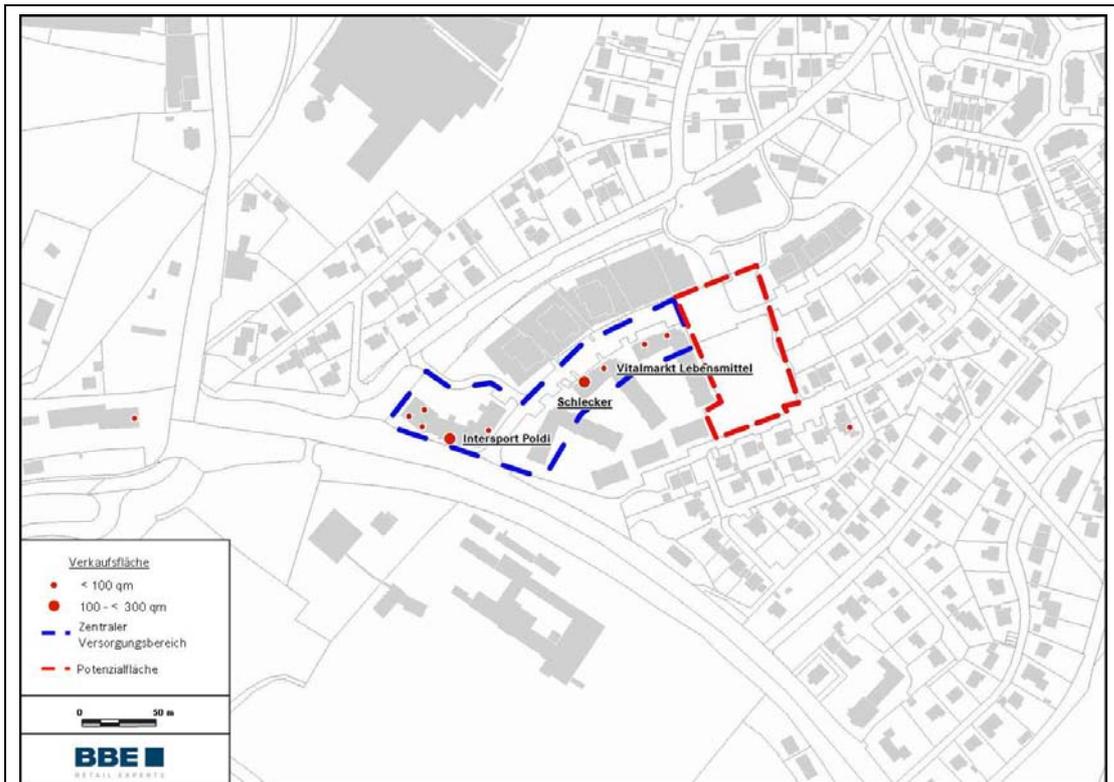
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Mittelzentrum für den Mittelbereich Bad Waldsee																				
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>+</th> <th>∅</th> <th>-</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtebauliche Integration</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aufenthaltsqualität</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pkw-Erreichbarkeit</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Parkmöglichkeiten</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		+	∅	-	Städtebauliche Integration				Aufenthaltsqualität				Pkw-Erreichbarkeit				Parkmöglichkeiten			
		+	∅	-																	
	Städtebauliche Integration																				
	Aufenthaltsqualität																				
Pkw-Erreichbarkeit																					
Parkmöglichkeiten																					
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 7.310 m<sup>2</sup></p> <p>- nahversorgungsrelevante Sortimente 1.655 m<sup>2</sup></p> <p>- zentrenrelevante Sortimente 5.450 m<sup>2</sup></p> <p>- sonstige Sortimente 205 m<sup>2</sup></p> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <p>- Anzahl Betriebe 85</p> <p>- Anzahl Leerstände 5</p> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <p>- Woolworth 425 m<sup>2</sup></p> <p>- Heiß Mode 420 m<sup>2</sup></p> <p>- Mayer Schuhe 290 m<sup>2</sup></p> <p>- Quick Schuh 285 m<sup>2</sup></p>																				
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe Individualität durch den dominierenden Betriebstyp des kleinteiligen (teilweise sehr hochwertigen) Fachgeschäftes</li> <li>• Positiv auffällige Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung</li> <li>• Städtebauliche Attraktivität durch das Schloss, die sich in gutem Zustand befindlichen Altbauten (Fachwerkhäuser) sowie mehrere ansprechend gestaltete Platzsituationen</li> <li>• Kostengünstiges Parkraumangebot, das gut und übersichtlich gekennzeichnet und anfahrbar ist</li> </ul>																				
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vereinzelt stark renovierungsbedürftige Gebäude, die das ansonsten sehr positive Gesamtbild (s.o.) beeinträchtigen</li> <li>• Lebensmittelanbieter (Plus) mit geringer Verkaufsflächenausstattung</li> </ul>																				
Entwicklungsperspektive	Die Nahversorgungsfunktion der Bad Waldseer Innenstadt ist auch zukünftig zu garantieren. Evtl. Neuansiedlungen/Verlagerungen sind vorzugsweise innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches anzusiedeln.																				



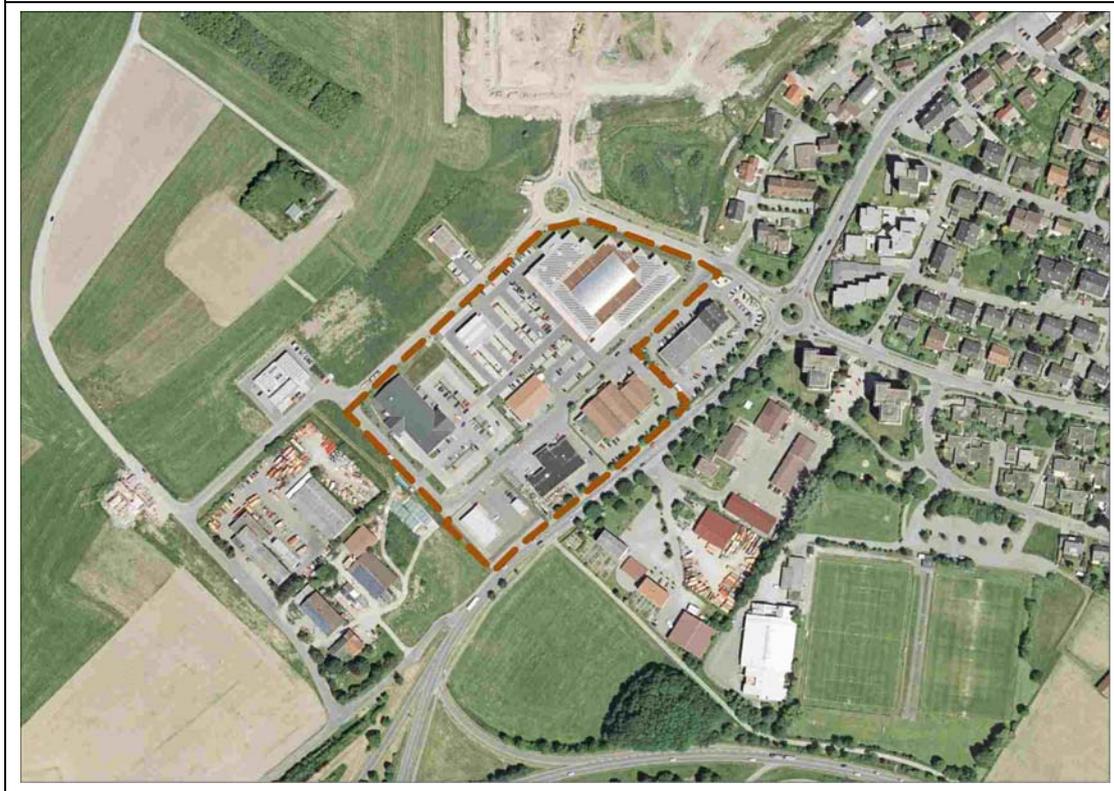
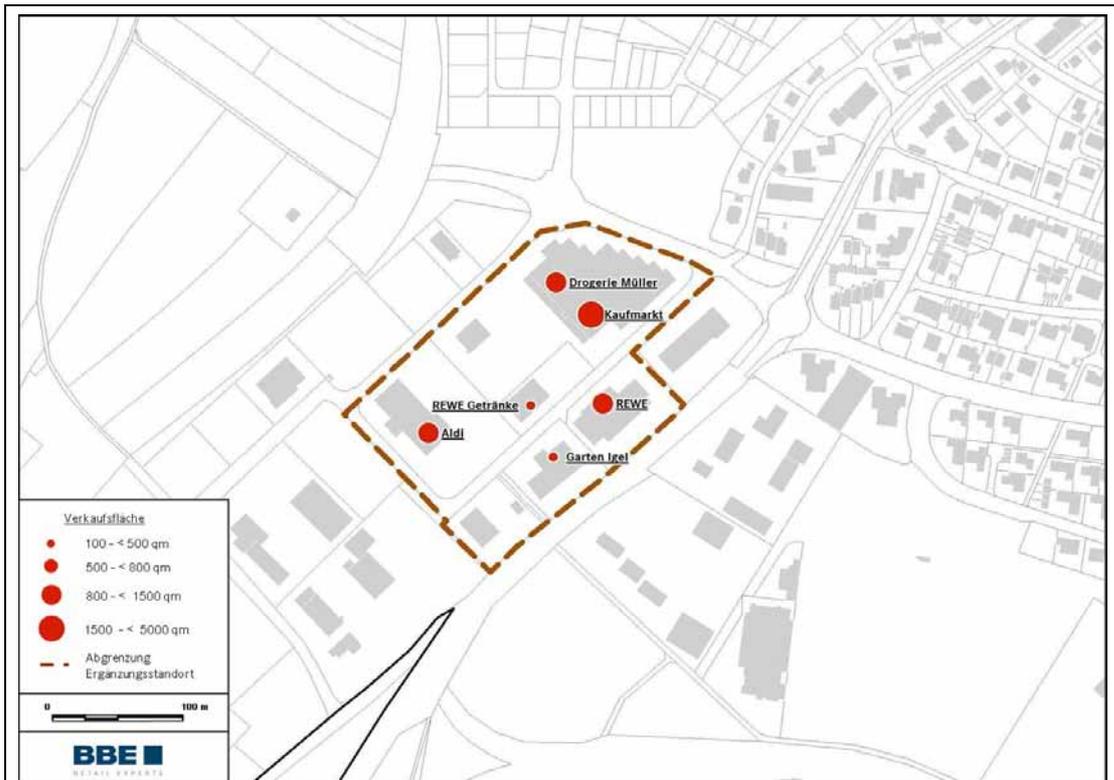
## Nebenzentrum Eschlestraße

Versorgungsfunktion	Grundversorgung nördliches Stadtgebiet (Lindele/Eschle)			
Standortprofil	<b>Nebenzentrum</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	950 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	390 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	410 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	150 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	11		
	- Anzahl Leerstände	1		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Intersport Poldi	280 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	180 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gut aufgestelltes Nahversorgungsangebot mit kompakter Struktur entlang der Eschlestraße sowie im Kreuzungsbereich Eschle-/Schützenstraße</li> <li>• Über die Schützenstraße (L 300), die Teil des Ringstraßensystem Bad Waldsees ist, verkehrlich gut erreichbar</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zweckmäßige Verstandortung der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe, ohne dass ein wirklicher „zentraler“ Bereich entsteht</li> <li>• Zwar sind mit der Kombination aus Lebensmittelmarkt/Bäcker/Metzger/Getränke-/Drogeriemarkt die Grundbedarfe abgedeckt, allerdings verfügt der Lebensmittelmarkt über eine sehr geringe Verkaufsfläche</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Das Nebenzentrum Eschlestraße soll auch in Zukunft die Grundversorgung der Bevölkerung gewährleisten. Maßnahmen zur Sicherung der Versorgungsfunktion sind primär innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorzunehmen.			



## Fachmarkttagglomeration Im Ballenmoos

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)		7.310 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente		6.015 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente		915 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente		380 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe			11
	- Anzahl Leerstände			0
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Kaufmarkt		3.070 m <sup>2</sup>	
	- REWE		1.235 m <sup>2</sup>	
	- Aldi		1.000 m <sup>2</sup>	
	- Drogerie Müller		960 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standort mit großer Angebotskompetenz in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten</li> <li>• Marktgerecht aufgestellte Anbieter, die durch ihre räumliche Nähe zueinander eine hohe Ausstrahlungskraft haben</li> <li>• Ebenerdiges, großzügig dimensioniertes Parkraumangebot</li> <li>• Direkte Lage an der L 275 mit Anschluss an die südlich verlaufende Bundesstraße B 30</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voneinander durch Bordsteine getrennte Parkplätze des Standortverbundes Kaufland/Drogerie Müller sowie des benachbarten Rewe Getränkemarktes</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist auf das derzeitige Angebot zu beschränken. An diesem Standort sind diesbezügliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			

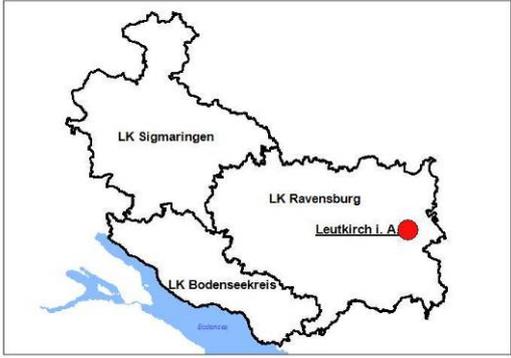


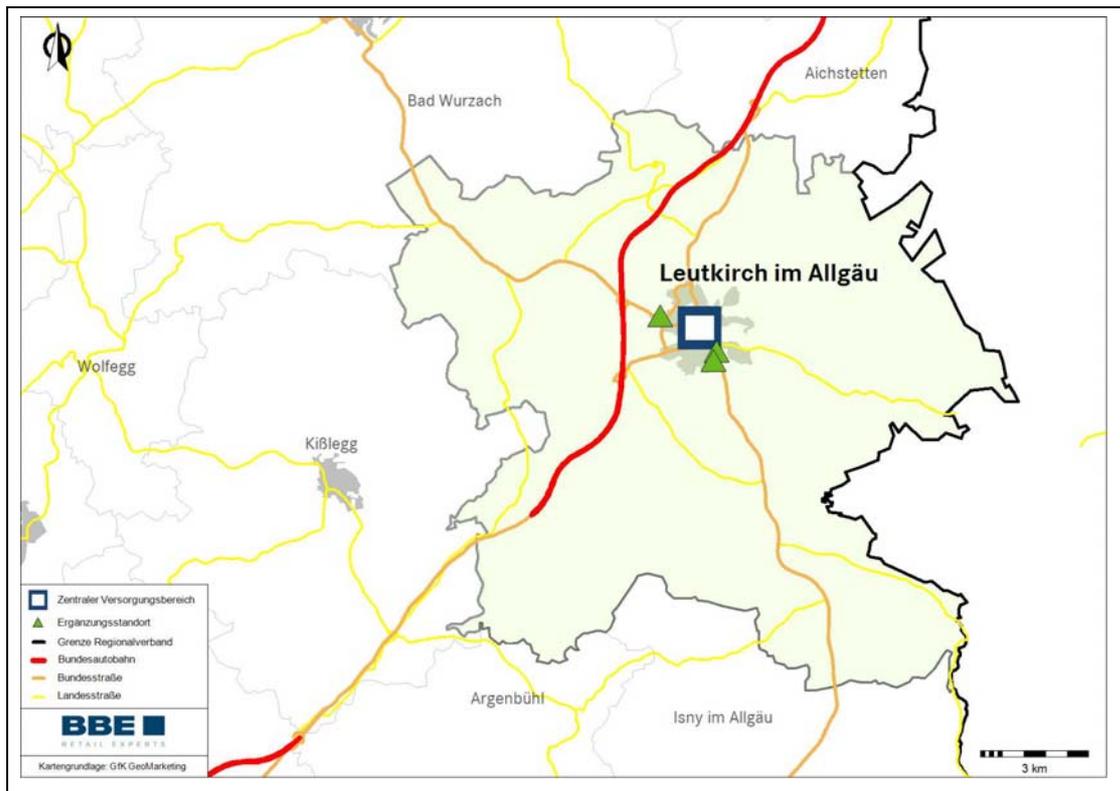
## Solitärstandort Hagebaumarkt

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	9.775 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	15 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	910 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	8.850 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		3	
	- Anzahl Leerstände		0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Hagebaumarkt	9.650 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderner Baumarkt mit großer Anzahl von Stellplätzen</li> <li>• Hohes Erweiterungspotenzial durch die umliegenden Freiflächen</li> <li>• Gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Nähe zur Bundesstraße B 30</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schlechte Werbesichtanbindung durch relativ große Distanz (rd. 500 m) zu Hauptverkehrsstraße</li> <li>• Durch Solitär-lage keine Agglomerationseffekte</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung des Solitärstandortes ist auf den jetzigen Besatz zu beschränken. Weiterer Einzelhandel ist nicht genehmigungsfähig.			



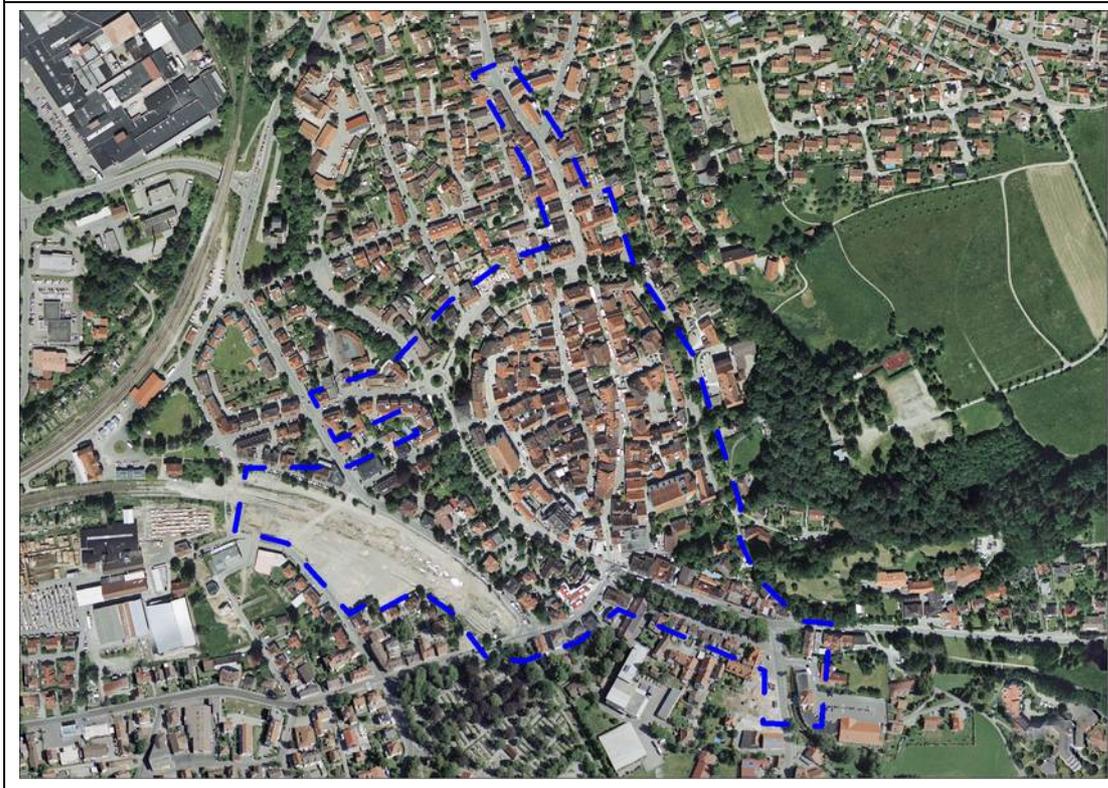
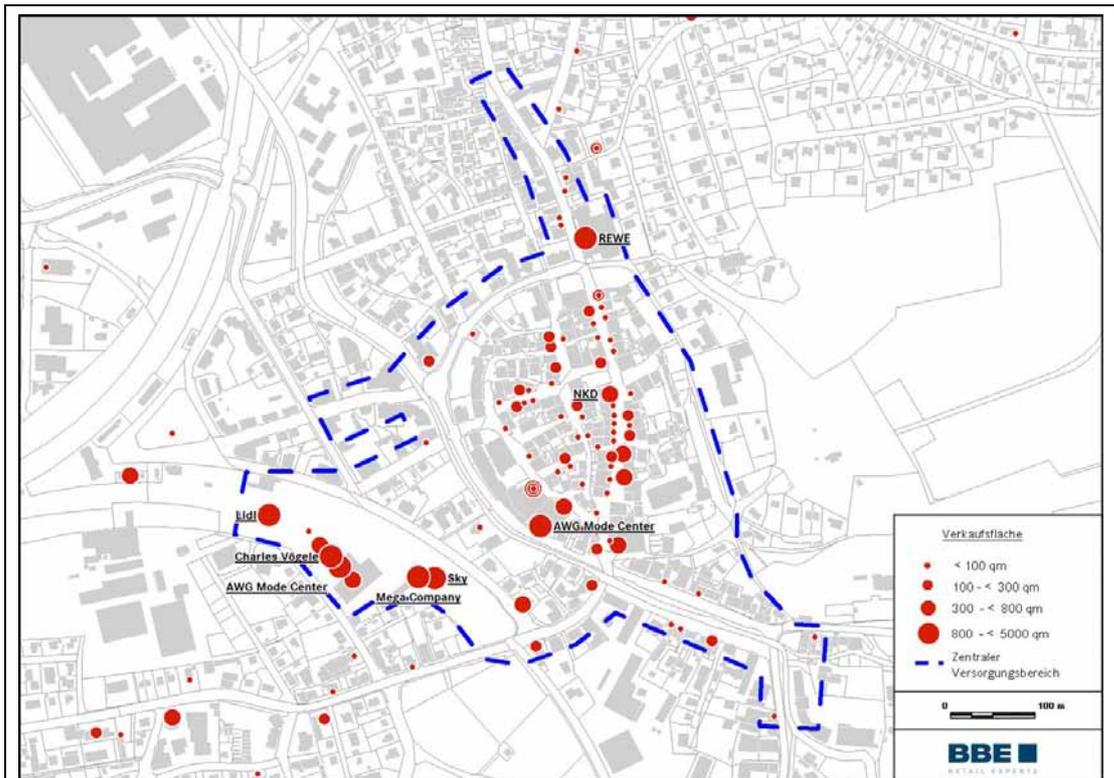
## 2.3 Leutkirch i. A.

<p>Mittelzentrum Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>20.722 Ew. 22.181 Ew. 22.250 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 11.510 Ew. sowie acht weiter untergliederte Ortschaften mit jeweils rd. 600 bis 2.500 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>37.014 167</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>6.614 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 2.728 Einpendler / 3.665 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Autobahnanschluss an die A 96 Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 465 (Biberach a. d. Riß – Bad Wurzach - Leutkirch i. A.), B 18 (Memmingen – Wangen i. A. - Lindau) Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Württemberg-Allgäu-Bahn (Aulendorf – Memmingen)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>120,6 Mio. € 125,9 Mio. €  99,73</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>145,2 Mio. € 120,4 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Fachmarkttagglomeration Künkelin-/Blaichstraße (E) - Solitärstandort Toom Baumarkt (E) - Solitärstandort Delta Möbel (E)</p>	



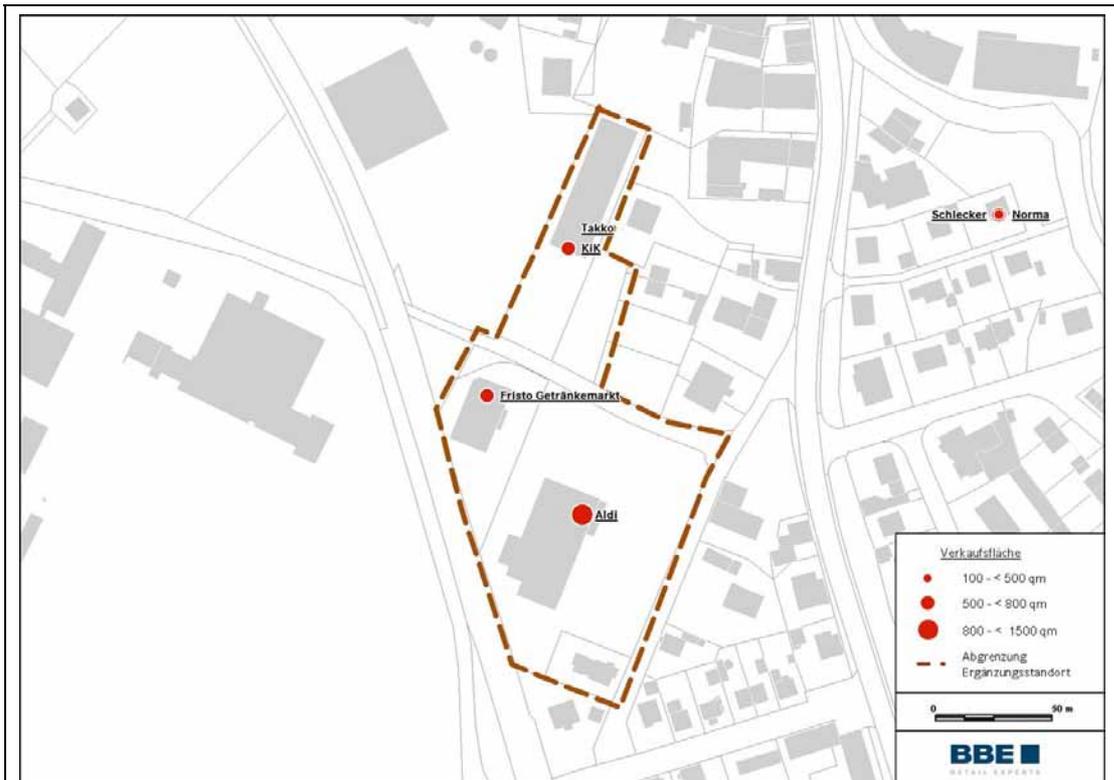
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Mittelzentrum für den Mittelbereich Leutkirch																																																								
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>																																																								
	Städtebauliche Integration																																																								
	Aufenthaltsqualität																																																								
	Pkw-Erreichbarkeit																																																								
Parkmöglichkeiten																																																									
Angebotsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>+</th> <th>∅</th> <th>-</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Verkaufsfläche (ohne Leerstand)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- nahversorgungsrelevante Sortimente</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- zentrenrelevante Sortimente</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Einzelhandelsbesatz</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Anzahl Betriebe</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Anzahl Leerstände</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Sky</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- AWG Mode Center</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Mega Company</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Charles Vögele</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Lidl</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		+	∅	-	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)				- nahversorgungsrelevante Sortimente				- zentrenrelevante Sortimente				- sonstige Sortimente				Einzelhandelsbesatz				- Anzahl Betriebe				- Anzahl Leerstände				Wesentliche Anbieter (Auswahl)				- Sky				- AWG Mode Center				- Mega Company				- Charles Vögele				- Lidl			
		+	∅	-																																																					
Verkaufsfläche (ohne Leerstand)																																																									
- nahversorgungsrelevante Sortimente																																																									
- zentrenrelevante Sortimente																																																									
- sonstige Sortimente																																																									
Einzelhandelsbesatz																																																									
- Anzahl Betriebe																																																									
- Anzahl Leerstände																																																									
Wesentliche Anbieter (Auswahl)																																																									
- Sky																																																									
- AWG Mode Center																																																									
- Mega Company																																																									
- Charles Vögele																																																									
- Lidl																																																									
	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>Verkaufsfläche (ohne Leerstand)</td> <td>19.510 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- nahversorgungsrelevante Sortimente</td> <td>7.335 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- zentrenrelevante Sortimente</td> <td>11.040 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>1.135 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Einzelhandelsbesatz</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Anzahl Betriebe</td> <td>102</td> </tr> <tr> <td>- Anzahl Leerstände</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Sky</td> <td>2.810 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- AWG Mode Center</td> <td>1.500 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Mega Company</td> <td>1.300 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Charles Vögele</td> <td>1.100 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Lidl</td> <td>1.000 m<sup>2</sup></td> </tr> </tbody> </table>	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	19.510 m <sup>2</sup>	- nahversorgungsrelevante Sortimente	7.335 m <sup>2</sup>	- zentrenrelevante Sortimente	11.040 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	1.135 m <sup>2</sup>	Einzelhandelsbesatz		- Anzahl Betriebe	102	- Anzahl Leerstände	0	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		- Sky	2.810 m <sup>2</sup>	- AWG Mode Center	1.500 m <sup>2</sup>	- Mega Company	1.300 m <sup>2</sup>	- Charles Vögele	1.100 m <sup>2</sup>	- Lidl	1.000 m <sup>2</sup>																														
Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	19.510 m <sup>2</sup>																																																								
- nahversorgungsrelevante Sortimente	7.335 m <sup>2</sup>																																																								
- zentrenrelevante Sortimente	11.040 m <sup>2</sup>																																																								
- sonstige Sortimente	1.135 m <sup>2</sup>																																																								
Einzelhandelsbesatz																																																									
- Anzahl Betriebe	102																																																								
- Anzahl Leerstände	0																																																								
Wesentliche Anbieter (Auswahl)																																																									
- Sky	2.810 m <sup>2</sup>																																																								
- AWG Mode Center	1.500 m <sup>2</sup>																																																								
- Mega Company	1.300 m <sup>2</sup>																																																								
- Charles Vögele	1.100 m <sup>2</sup>																																																								
- Lidl	1.000 m <sup>2</sup>																																																								
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das südwestlich an die eigentliche Innenstadt angedockte Einkaufszentrum „Bahnhofsarkaden“ mit den beiden Schwerpunkten Lebensmittel und Bekleidung/Schuhe besitzt eine hohe Ausstrahlungskraft</li> <li>• Punktuell hohe Aufenthaltsqualität, die sich vor allem auf die sanierte Altstadt beschränkt. Hier überzeugen insbesondere die gastronomisch genutzten Plätze sowie die ansprechende Stadtmöblierung (Brunnen, Skulpturen, Bänke)</li> </ul>																																																								
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fußläufige Anbindung der Bahnhofsarkaden an die Innenstadt noch verbesserungsfähig</li> <li>• Aufgrund der topographischen Bedingungen (Wilhelmshöhe) ist die Anfahbarkeit aus nordöstlicher Richtung nicht möglich</li> <li>• Geringe Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Textilien/Bekleidung im eigentlichen Innenstadtbereich</li> </ul>																																																								
Entwicklungsperspektive	Die gewachsene Einkaufslage (Innenstadtbereich) des Mittelzentrums Leutkirch ist dauerhaft zu sichern/stärken.																																																								



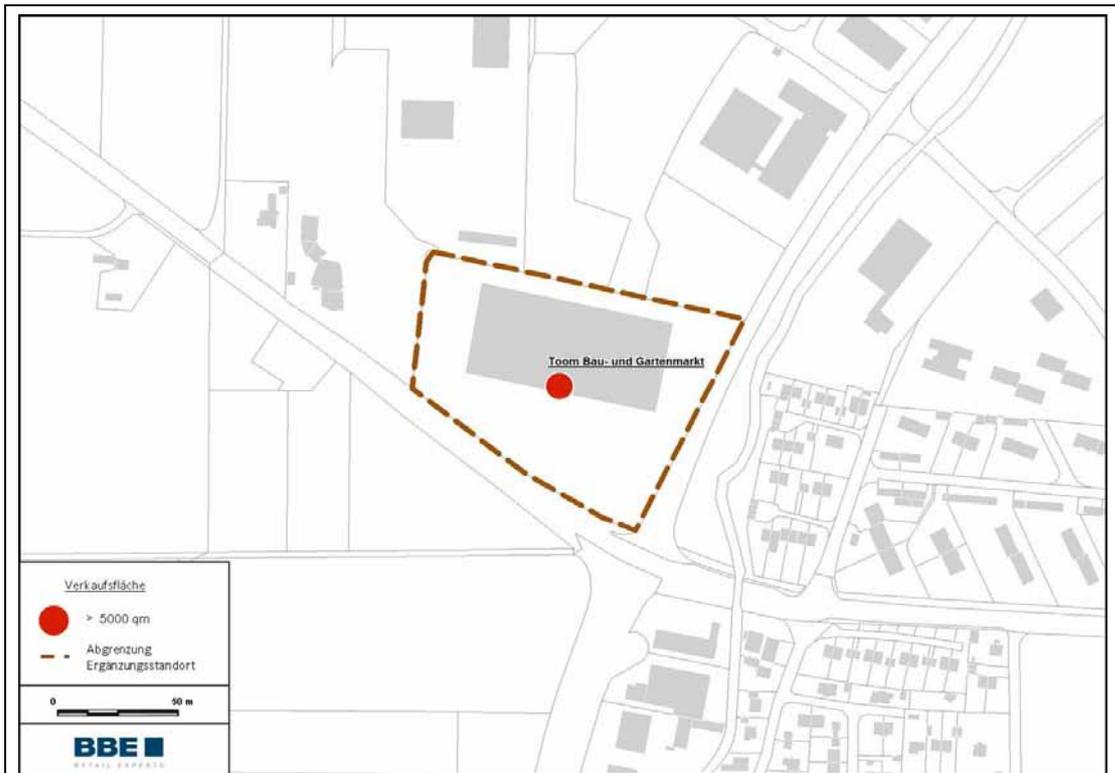
## Fachmarkttagglomeration Künkelin-/Blaichstraße

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration		Ø	
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit		Ø	
Parkmöglichkeiten	+			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.500 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.250 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.170 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	80 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	4		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Aldi	800 m <sup>2</sup>		
	- Kik	700 m <sup>2</sup>		
	- Fristo	500 m <sup>2</sup>		
	- Takko	500 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch die beiden Textildiscounter besitzt der Standort einen relativ hohen Anteil zentrenrelevanter Sortimente an der Gesamtverkaufsfläche</li> <li>• Ausreichendes Parkraumangebot vor den jeweiligen Anbietern</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besatz vornehmlich aus dem mittleren und unteren Preis-/Qualitätsgenre</li> <li>• Schlechte/kaum Werbesichtanbindung von der östlich verlaufenden Landstraße L 318 (von/nach Isny i.A.)</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			



## Solitärstandort Toom Baumarkt

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	7.720 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	30 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	620 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	7.070 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	1		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Toom Bau- und Gartenmarkt	7.720 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nichtintegrierter Standort in Ortsrandlage mit Anschluss an die direkt südlich verlaufende Bundesstraße B 465 sowie die rd. 1,2 km westlich verlaufende Bundesautobahn 96</li> <li>• Moderner und attraktiver Bau- und Gartenmarkt</li> <li>• Großzügig dimensioniertes, dem Baukörper vorgelegertes Parkraumangebot</li> <li>• Gute Werbesichtanbindung durch verkehrsorientierte Lage</li> </ul>			
Schwächen	• -			
Entwicklungsperspektive	Allenfalls im Baumarktsegment sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig. In den nahversorgungs- sowie zentrenrelevanten Sortimenten sind die Verkaufsflächen auf den jetzigen Bestand zu beschränken.			

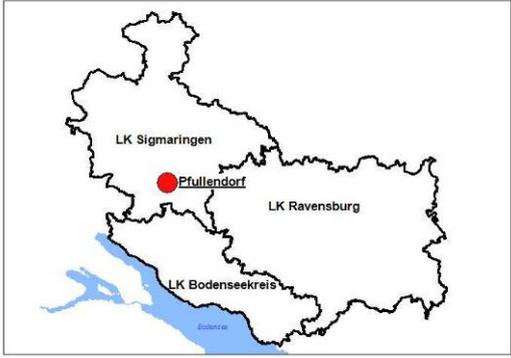


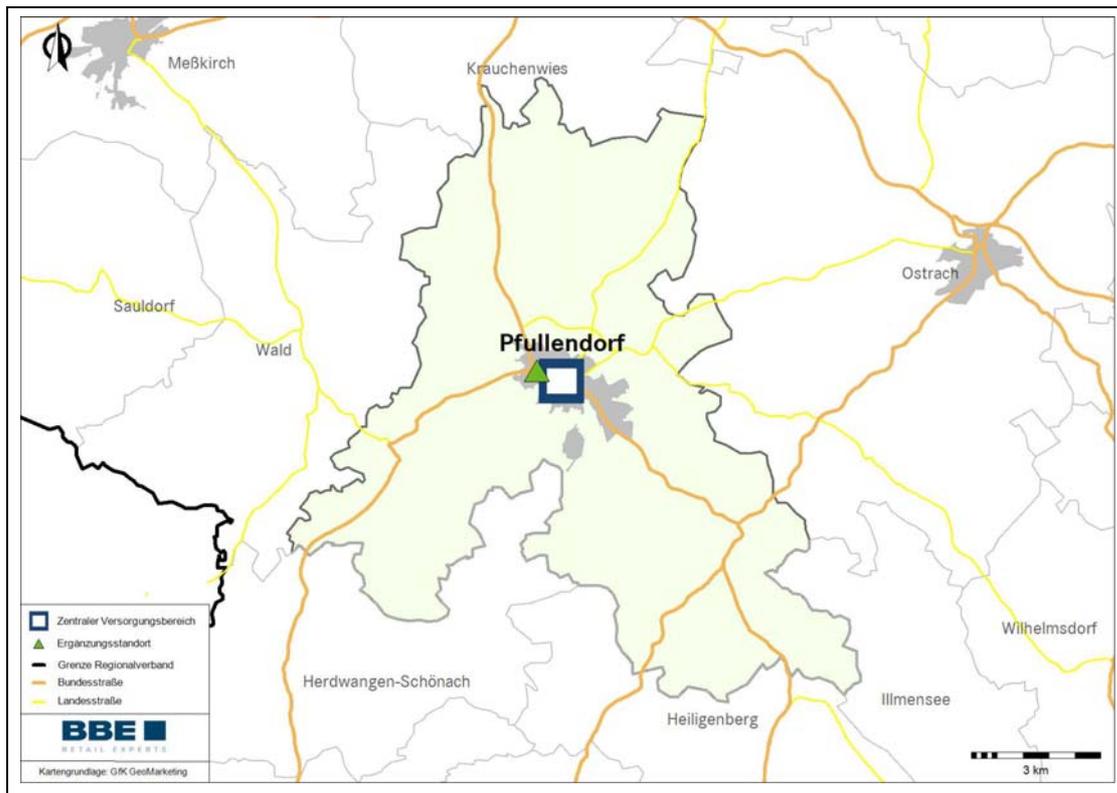
## Solitärstandort Delta Möbel

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	7.000 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	250 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	6.750 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	1		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Delta Möbel	7.000 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausreichend Parkraum ebenerdig vor dem Gebäude</li> <li>• Erweiterungspotenzial durch angrenzende Freiflächen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• keine Werbesichtanbindung von einer vielbefahrenen Straße aus</li> <li>• eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit, da keine direkte Anbindung an überörtlich bedeutsamer Verkehrsachse</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. Allenfalls im nicht zentrenrelevanten Sortiment Möbel sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



## 2.4 Pfullendorf

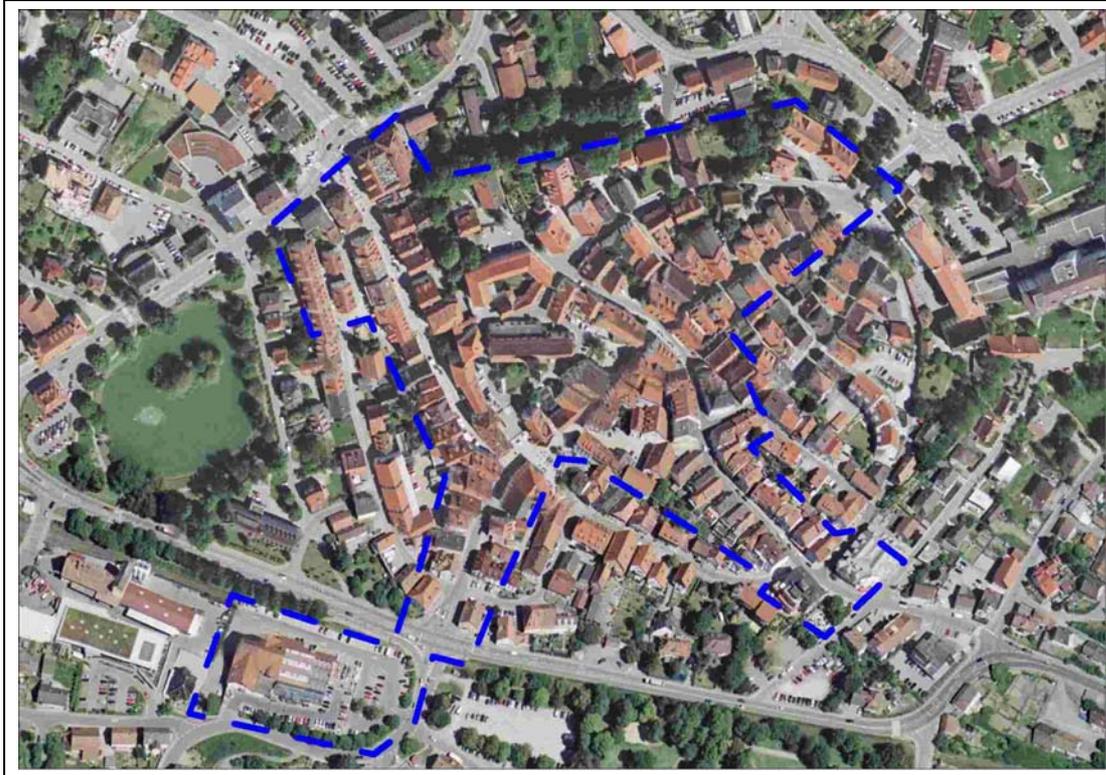
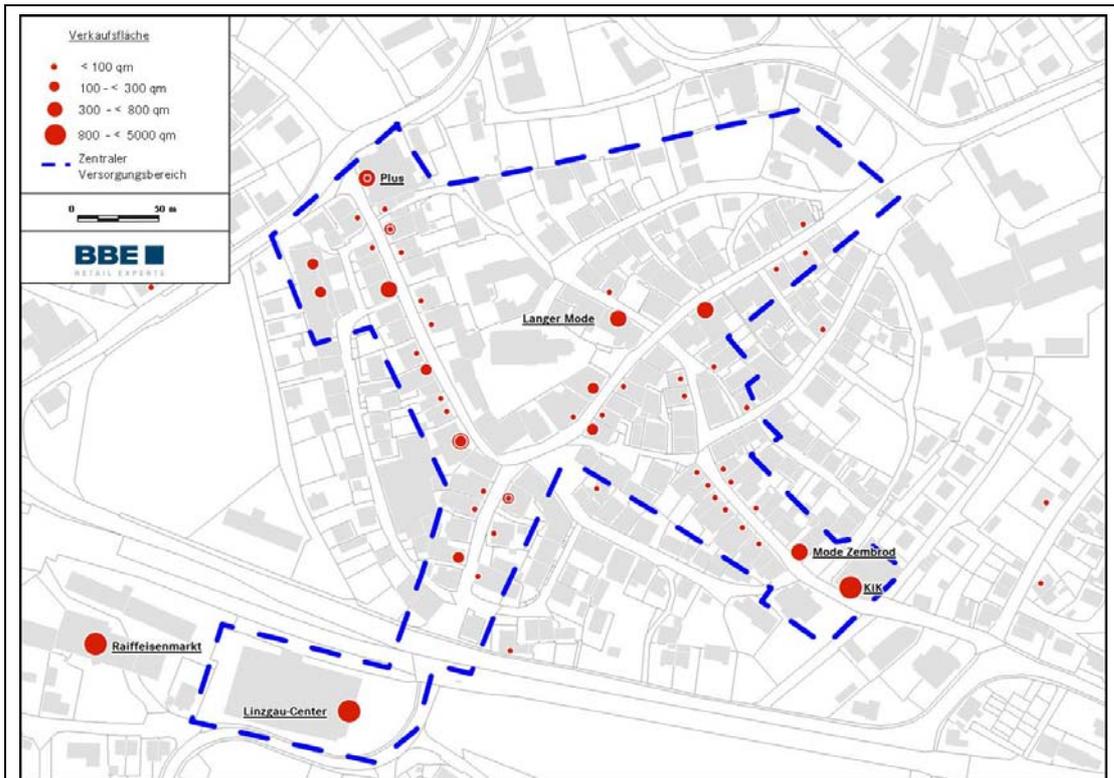
Mittelzentrum Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	11.158 Ew. 13.123 Ew. 13.657 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichtete Kernstadt mit rd. 10.500 Ew. sowie sieben weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften (Stand 31.12.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)  Seepark Linzgau	21.472 164
Sonstige relevante Strukturdaten	5.882 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 3.296 Einpendler / 2.027 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Über div. Landes- und Kreisstraßen Anschluss an Krauchenwies, Ostrach, Salem, Überlingen, Wilhelmshof	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	68,8 Mio. € 73,2 Mio. €  96,15
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	83,5 Mio. € 121,3 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Fachmarkttagglomeration West (E)	23.770 m <sup>2</sup> 4.920 m <sup>2</sup> 18.850 m <sup>2</sup>  1,81 m <sup>2</sup> /Ew. 0,37 m <sup>2</sup> /Ew. 1,44 m <sup>2</sup> /Ew.



## Hauptzentrum Innenstadt

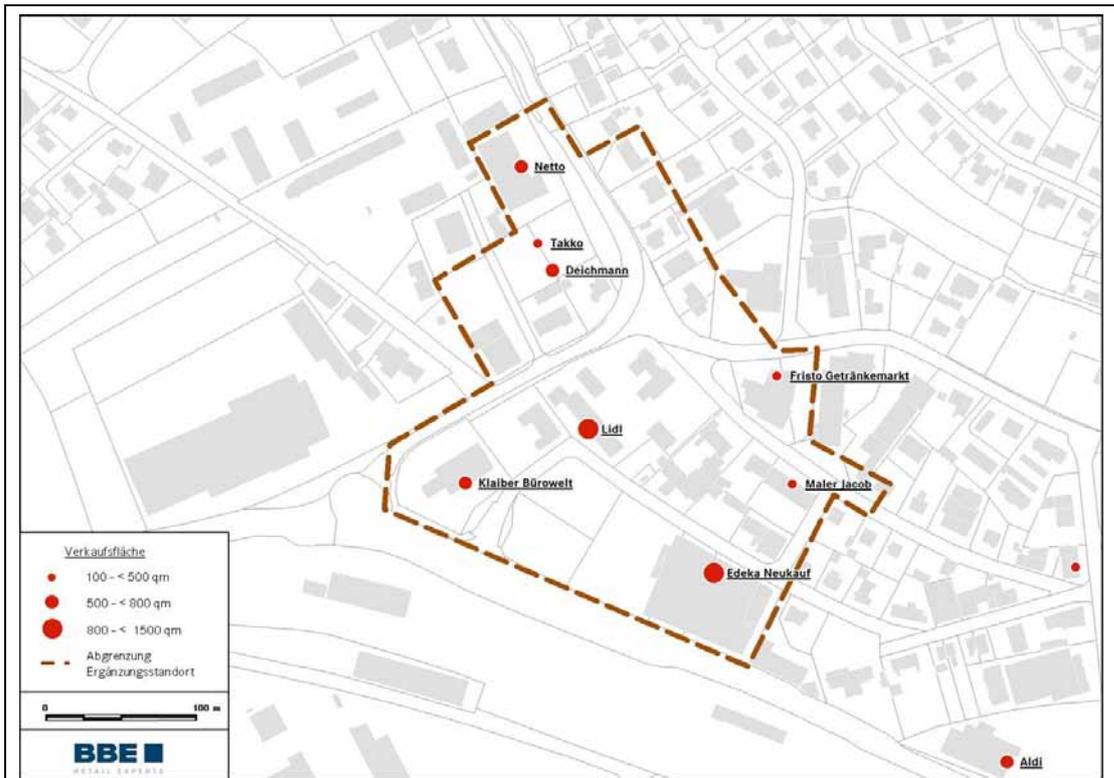
Versorgungsfunktion	Mittelzentrum für den Mittelbereich Pfullendorf																				
Standortprofil	<b>Innenstadt</b> <table border="1" style="float: right; margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>+</th> <th>∅</th> <th>-</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtebauliche Integration</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aufenthaltsqualität</td> <td></td> <td style="background-color: #ffc107;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pkw-Erreichbarkeit</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Parkmöglichkeiten</td> <td></td> <td style="background-color: #ffc107;"></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		+	∅	-	Städtebauliche Integration				Aufenthaltsqualität				Pkw-Erreichbarkeit				Parkmöglichkeiten			
		+	∅	-																	
	Städtebauliche Integration																				
	Aufenthaltsqualität																				
	Pkw-Erreichbarkeit																				
Parkmöglichkeiten																					
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 10.010 m<sup>2</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nahversorgungsrelevante Sortimente 1.350 m<sup>2</sup></li> <li>- zentrenrelevante Sortimente 6.380 m<sup>2</sup></li> <li>- sonstige Sortimente 2.280 m<sup>2</sup></li> </ul> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl Betriebe 56</li> <li>- Anzahl Leerstände 12</li> </ul> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obi (Linzgau-Center) 1.640 m<sup>2</sup></li> <li>- KiK 800 m<sup>2</sup></li> <li>- Langer Mode 790 m<sup>2</sup></li> <li>- Charles Vögele (Linzgau-Center) 670 m<sup>2</sup></li> <li>- Reno (Linzgau-Center) 480 m<sup>2</sup></li> <li>- NKD (Linzgau-Center) 440 m<sup>2</sup></li> <li>- Mode Zembrod 420 m<sup>2</sup></li> <li>- Plus 420 m<sup>2</sup></li> </ul>																				
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die verkehrliche Erreichbarkeit ist aus allen Richtungen gegeben</li> <li>• Parkmöglichkeiten sind in ausreichender Dimensionierung innenstadtnah vorhanden und prinzipiell gut anfahrbar (s.u.) sowie zum Teil kostenfrei</li> <li>• Attraktives Gastronomieangebot im Platzbereich um das Bürgerbüro</li> <li>• Relativ kurze Wege durch kompaktes Angebot von Einzelhandel-, Dienstleistungs- und Verwaltungseinrichtungen</li> <li>• Historische Altstadt mit überwiegend sanierter Bausubstanz und entsprechender Atmosphäre</li> <li>• Innenstadtnahes Einkaufszentrum „Linzgau-Center“ (rd. 250 m von Stadtzentrum entfernt) mit vornehmlich zentrenrelevanten Anbietern in Standortunion mit OBI Bau- und Gartenmarkt</li> </ul>																				
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es fehlen wirkliche Magnetbetriebe in der Innenstadt die entsprechende Kundenfrequenzen generieren – teilweise sind potenzielle Magneten nicht im Innenstadtbereich sondern etwas außerhalb angesiedelt (bspw. Drogerie Müller)</li> <li>• Schwächen in der Verkaufsflächenausstattung von innenstadtrelevanten Sortimenten, z.B. Unterhaltungselektronik und Haushaltswaren</li> <li>• Zudem beschränkt sich das Textilangebot auf</li> </ul>																				

Schwächen (Fortsetzung)	<p>lediglich einige wenige Fachgeschäfte – hierunter allerdings das stark positionierte Modehaus Langer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Hauptstraße ist als Spielstraße für den motorisierten Verkehr zugänglich, dadurch verliert sie als Einkaufstraße an Attraktivität</li> <li>• Pfullendorf verfügt zwar über ein statisches Parkplatz-Beschilderungssystem, allerdings schränken fehlende Richtungsangaben die Alltags-tauglichkeit stark ein</li> <li>• Starke Trennwirkung der vielbefahrenen Franz-Xaver-Heilig-Straße bzw. Konrad-Heilig-Straße zwischen dem südlich angrenzenden Einkaufszentrum und der historischen Stadtmitte</li> </ul>
Entwicklungsperspektive	<p>Der Stadt Pfullendorf ist anzuraten, einen Magnetbetrieb für den Innenstadtbereich (zurück) zu gewinnen. Ein solcher Betrieb würde durch die von ihm generierte Kundenfrequenz die gesamte Innenstadt beleben und so auch den restlichen Einzelhandelsbesatz stärken.</p> <p>Ein Ausbau der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente in der eigentlichen Stadtmitte sollte dabei Vorrang vor einem Ausbau im Linzgau-Center haben.</p> <p>Darüber hinaus gilt es, das bestehende Einkaufszentrum „Linzgau-Center“ städtebaulich und funktional mittels geeigneter Maßnahmen besser an die historische Innenstadt anzubinden, damit diese besser von der Kundenfrequenz des Einkaufszentrums profitieren kann.</p>



## Fachmarkttagglomeration West

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel		
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	5.290 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	3.020 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	1.825 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	445 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe		14
	- Anzahl Leerstände		0
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Edeka Neukauf	1.200 m <sup>2</sup>	
	- Lidl	990 m <sup>2</sup>	
	- Netto	750 m <sup>2</sup>	
	- Deichmann	590 m <sup>2</sup>	
	- Klaiber Bürowelt	580 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vornehmlich auf die Nahversorgung ausgerichteter Standort mit ergänzenden Angeboten durch einen Schuh-, Textil- sowie Bürofachmarkt in teilintegrierter Stadtrandlage</li> <li>• Durch die Lagesituation im Kreuzungsbereich der Landstraßen L 194 und L 456 gute verkehrsinfrastrukturale Erschließung</li> <li>• Ausreichende Parkplatzangebote vor den jeweiligen Einzelhandelsbetrieben</li> <li>• Verhältnismäßig hohes Agglomerationspotenzial</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist auf das derzeitige Angebot zu beschränken. An diesem Standort sind diesbezügliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.		

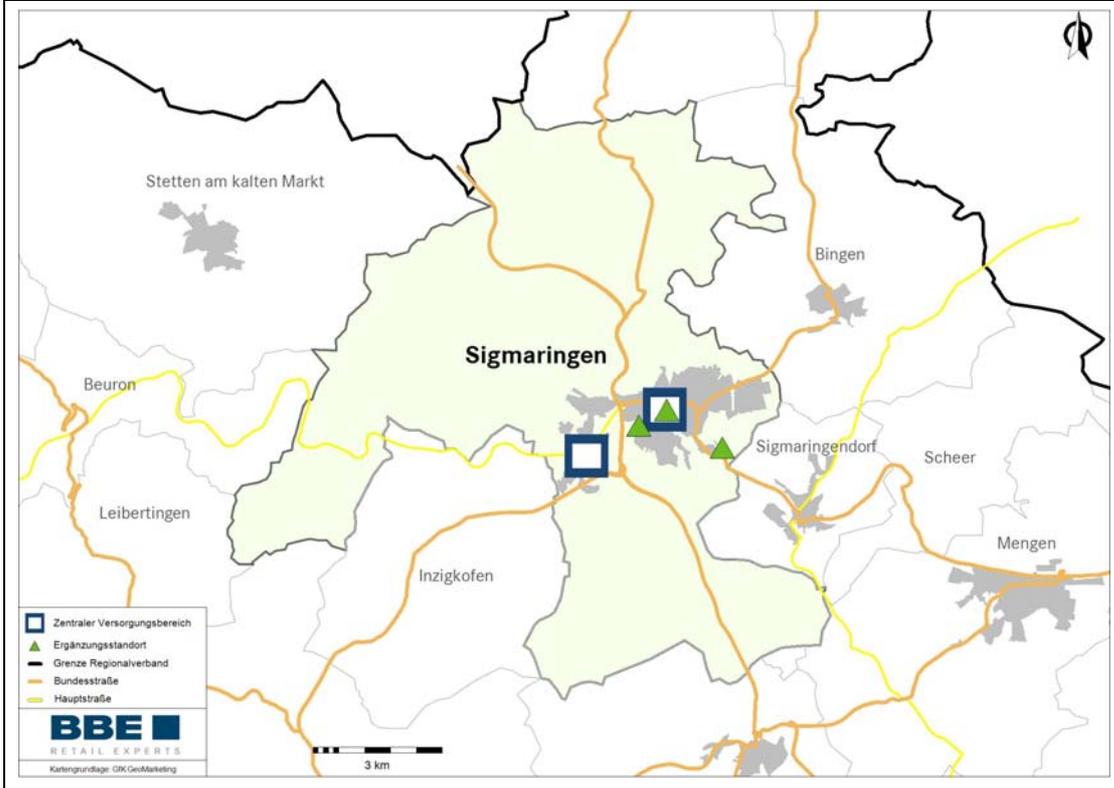


## 2.5 Sigmaringen

<p>Mittelzentrum Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>16.256 Ew. 16.501 Ew. 15.745 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 11.750 Ew. sowie weiterem Siedlungskern in Laiz mit rd. 2.850 Ew. und vier weiter untergliederte Ortschaften mit jeweils rd. 300 bis 750 Ew. (Stand 31.02.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>42.923 260</p> <p>Schloss Sigmaringen, Donautal</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>7.456 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 5.165 Einpendler / 2.310 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.), B 313 (Reutlingen – Stockach), B 463 (Balingen – Sigmaringen) Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Donautalbahn (Tuttlingen – Herbertingen – Ulm), Zollern-Alb-Bahn 1 (Tübingen – Aulendorf), Zollern-Alb-Bahn 2 (Hechingen – Sigmaringen) Zentraler Omnibus-Bahnhof</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>87,7 Mio. € 90,1 Mio. €  97,49</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>171,2 Mio. € 195,2 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Nebenzentrum Laiz (NVS)</p>	

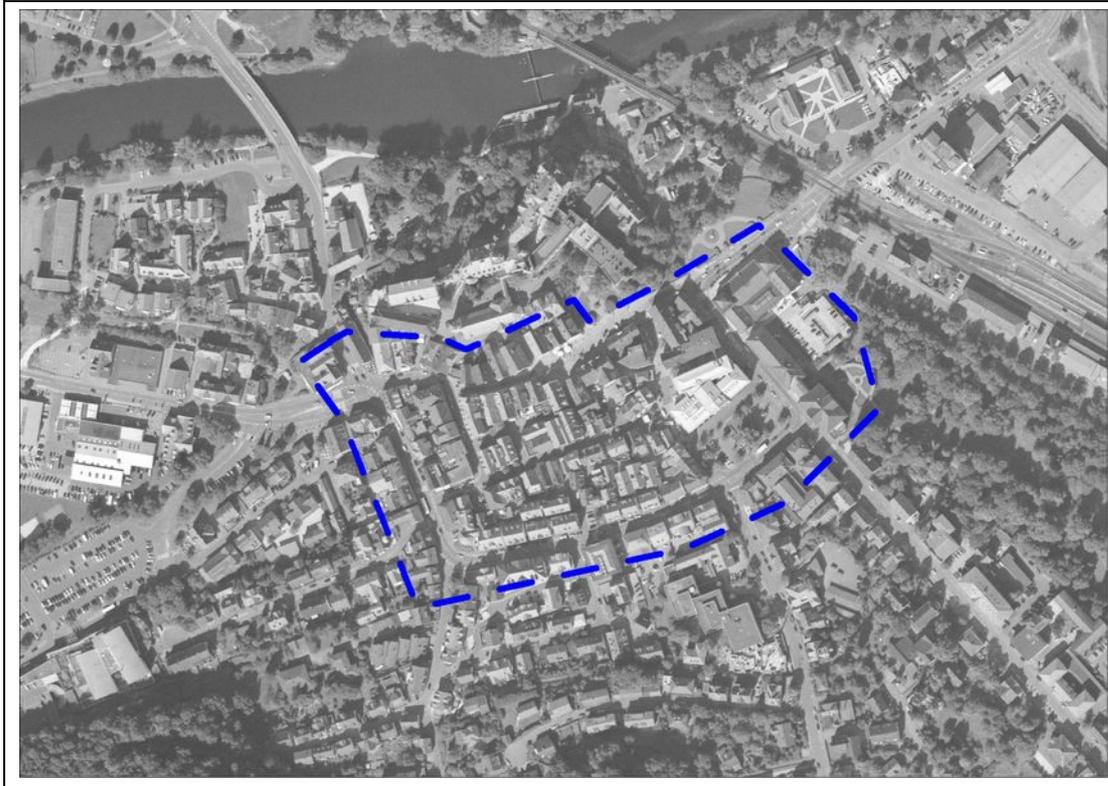
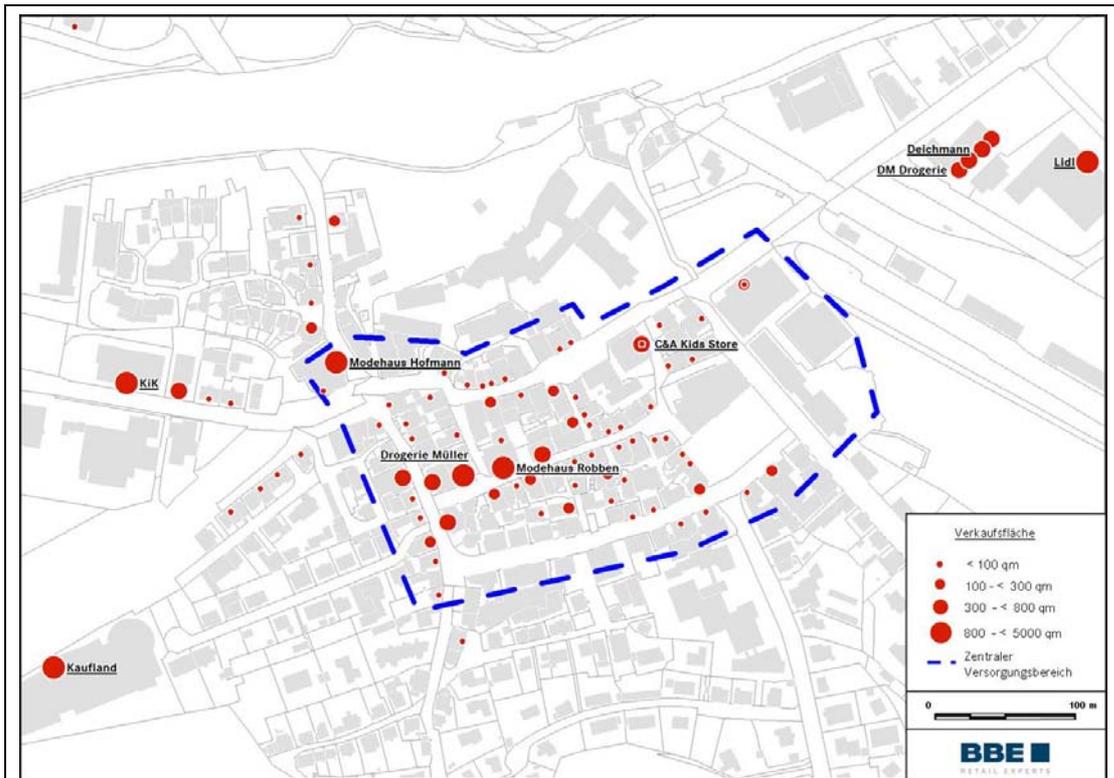
Einzelhandelsstruktur (Fortsetzung)

- Fachmarkttagglomeration In der Au (E)
- Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Schönenberg (E)
- Solitärstandort Kaufland (E)



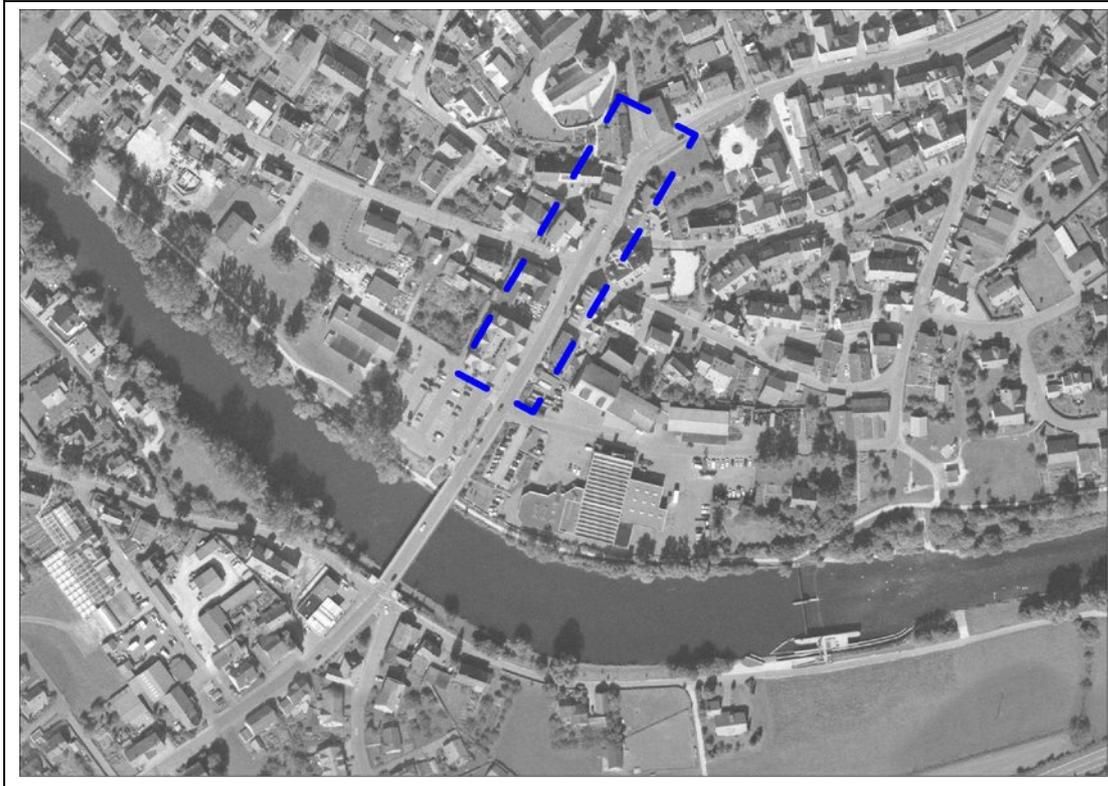
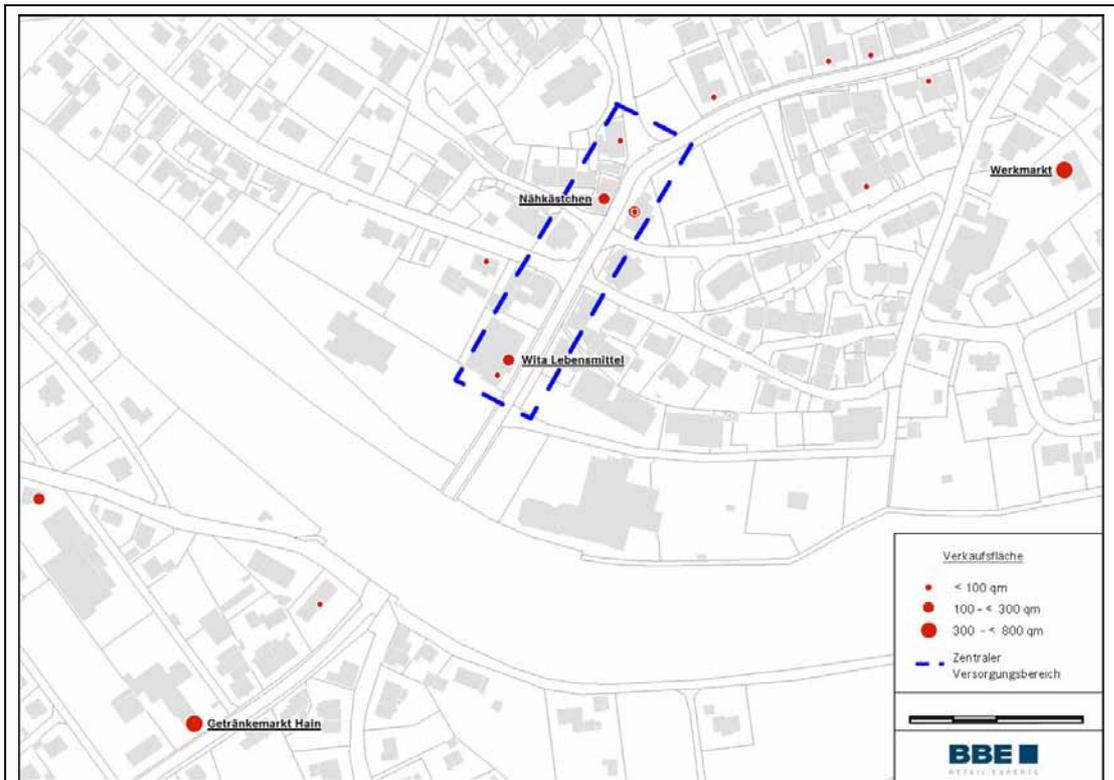
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Mittelzentrum für den Mittelbereich Sigmaringen																				
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>+</th> <th>∅</th> <th>-</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtebauliche Integration</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aufenthaltsqualität</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pkw-Erreichbarkeit</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Parkmöglichkeiten</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		+	∅	-	Städtebauliche Integration				Aufenthaltsqualität				Pkw-Erreichbarkeit				Parkmöglichkeiten			
		+	∅	-																	
	Städtebauliche Integration																				
	Aufenthaltsqualität																				
Pkw-Erreichbarkeit																					
Parkmöglichkeiten																					
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 9.890 m<sup>2</sup></p> <p>- nahversorgungsrelevante Sortimente 1.805 m<sup>2</sup></p> <p>- zentrenrelevante Sortimente 7.990 m<sup>2</sup></p> <p>- sonstige Sortimente 95 m<sup>2</sup></p> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <p>- Anzahl Betriebe 79</p> <p>- Anzahl Leerstände 4</p> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <p>- Modehaus Robben 1.140 m<sup>2</sup></p> <p>- Drogerie Müller 1.010 m<sup>2</sup></p> <p>- Modehaus Hofmann 980 m<sup>2</sup></p> <p>- C&amp;A Kids Store 420 m<sup>2</sup></p>																				
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit den Modehäusern Robben, Hofmann und Maier sind drei großflächige Textilanbieter in der Innenstadt ansässig, zudem befinden sich namhafte Modefilialisten im Haupteinkaufsbereich</li> <li>• Städtebaulich sehr ansprechende Kombination aus alter sanierter und neuer moderner Architektur (z.B. Marstall-Passage). Zudem gewinnt das Stadtbild durch das vorhandene Schloss des Fürsten von Hohenzollern</li> <li>• Durchgängig attraktive Stadtmöblierung (Brunnen, Sitzgelegenheiten, Spielmöglichkeiten), die eine hohe Verweildauer forcieren</li> <li>• Innenstadtbereich auch sehr gut für den ÖPNV erreichbar (Bsp. zentral gelegene Bushaltestelle)</li> <li>• Zum Erhebungszeitpunkt konnten im Innenstadtbereich kaum Leerstände festgestellt werden</li> </ul>																				
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwach ausgeprägte Besitzstrukturen in den Sortimenten GPK (lediglich ein größerer Anbieter) und Unterhaltungselektronik (Teilfläche des Drogerie Müllers als bedeutendstes Angebot)</li> <li>• Durch die zumeist kleinteiligen Besitzstrukturen besitzt die Sigmaringer Innenstadt ein hohes Maß an Individualität, ein großflächiger Magnetbetrieb würde das Einzelhandelsangebot allerdings diesbezüglich abrunden und komplettieren</li> </ul>																				
Entwicklungsperspektive	Die Nahversorgungsfunktion der Sigmaringer Innenstadt ist zu sichern. Evtl. Erweiterungen/Verlagerungen/Neuansiedlungen sind ausschließlich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu verstandorten.																				



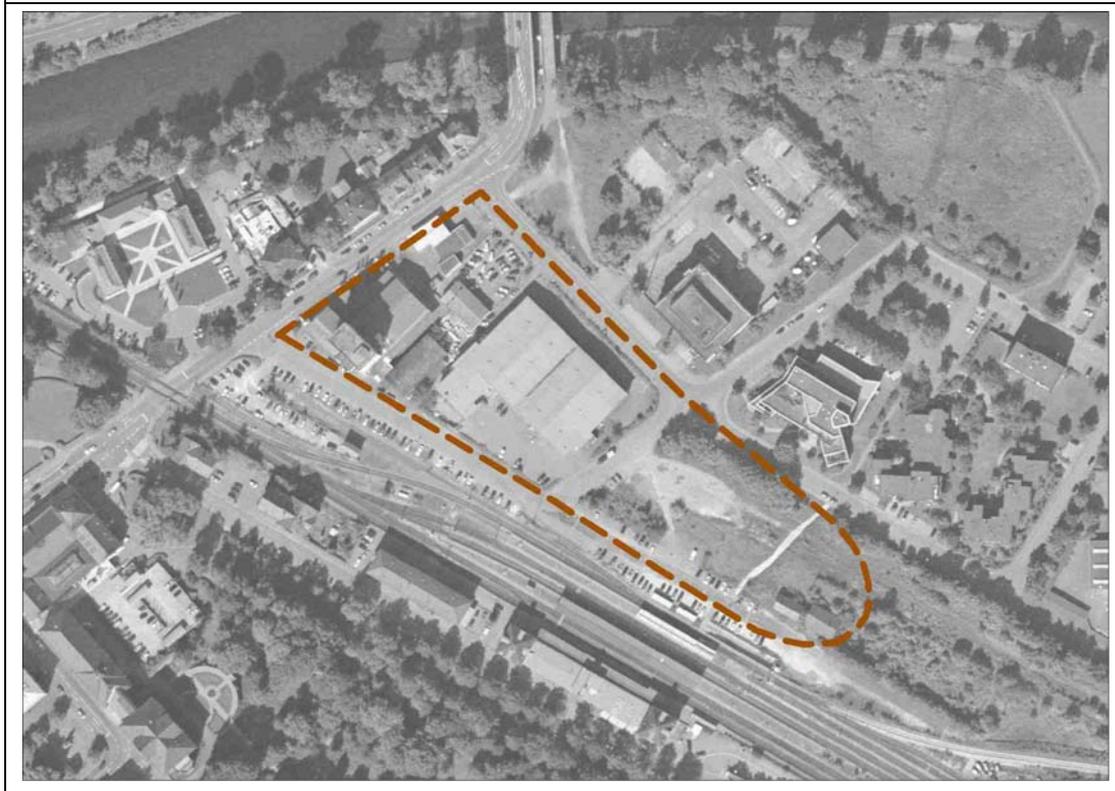
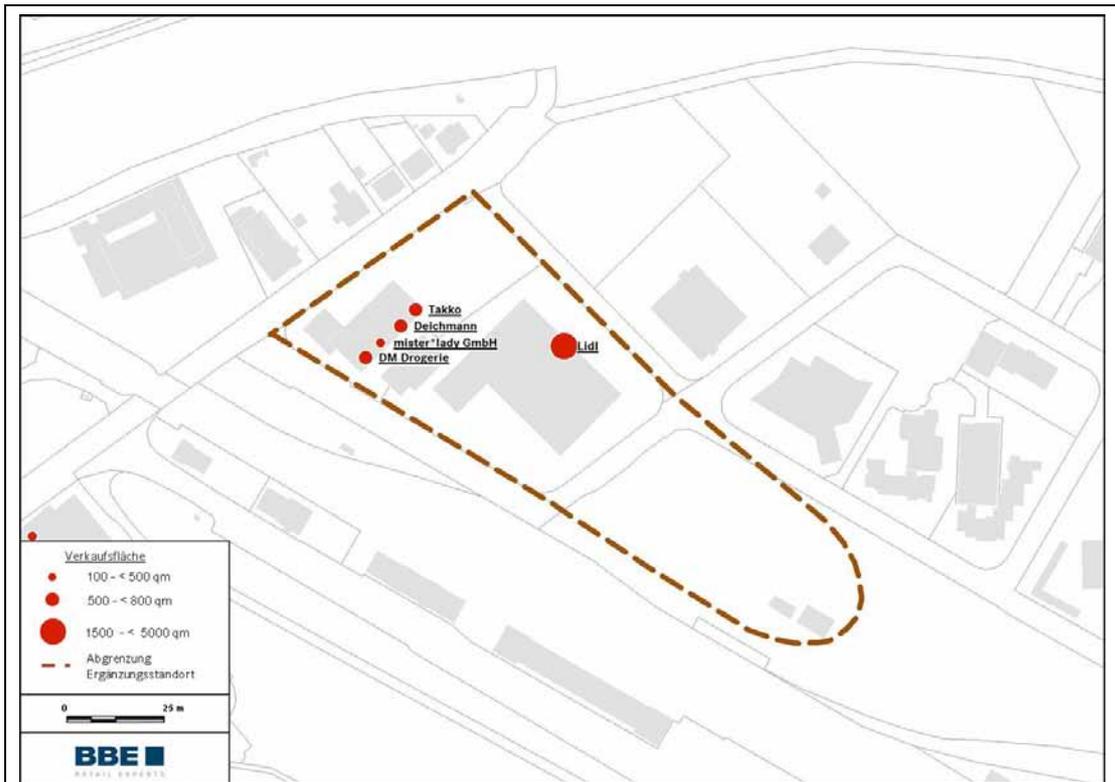
## Nebenzentrum Laiz

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Ortsteil Laiz			
Standortprofil	<b>Nebenzentrum</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	700 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	315 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	375 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	6		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Wita Lebensmittel	250 m <sup>2</sup>		
	- Nähkästchen	240 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	150 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandelsangebot wird durch einzelhandelsnahe Dienstleistungen ergänzt</li> <li>• Kostenfreier und großzügig dimensionierter Parkraum an der Festhalle</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittelanbieter in seiner Verkaufsfläche zu gering dimensioniert</li> <li>• Durch Besatz an vielbefahrener Durchgangsstraße sehr geringe Aufenthaltsqualität</li> <li>• Lediglich loser Besatz entlang Hauptstraße</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Das Nebenzentrum Laiz soll auch zukünftige Nahversorgungsfunktion übernehmen. Entsprechende Maßnahmen (Vergrößerung, Erweiterung, Neuansiedlung) sind vorrangig im abgegrenzten Versorgungsbe- reich zu realisieren.			



## Fachmarkttagglomeration „In der Au“

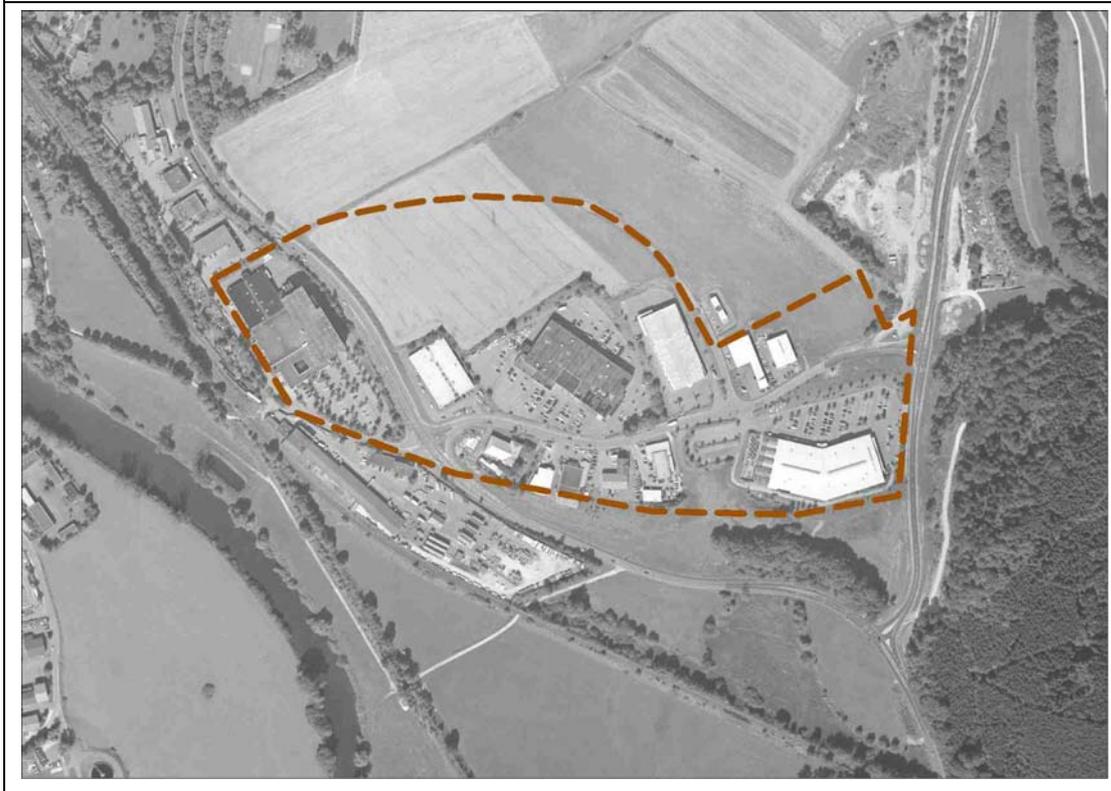
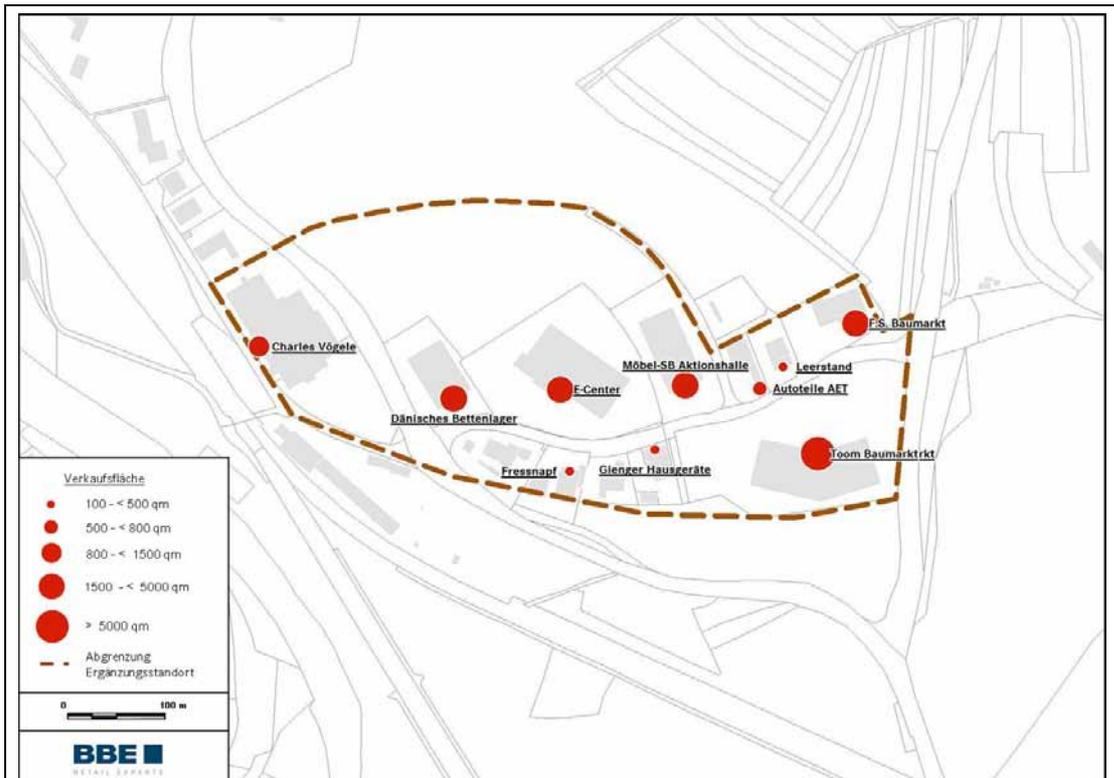
Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	3.585 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.925 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.660 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	6		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Lidl	1.500 m <sup>2</sup>		
	- Takko	650 m <sup>2</sup>		
	- DM Drogerie	600 m <sup>2</sup>		
	- Deichmann	530 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fußläufig gut an die Sigmaringer Innenstadt angeschlossen (rd. 350 m von Innenstadt entfernt)</li> <li>• Ausreichendes Parkplatzangebot; sowohl durch den standorteigenen als auch den am Bahnhof gelegenen Parkraum</li> <li>• Indirekt, d.h. über die Fürst-Wilhelm-Straße, an die nördlich gelegene Bundesstraße B 32 und angebunden</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anbieter agieren zum Großteil im mittleren bzw. unteren Preis- und Qualitätsgenre</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist über den Bestand und bereits genehmigte Nutzungen hinaus auf das derzeitige Angebot zu beschränken. Darüber hinaus gehende Erweiterungsvorhaben in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten sind an diesem Standort auszuschließen.			



## Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Schönenberg

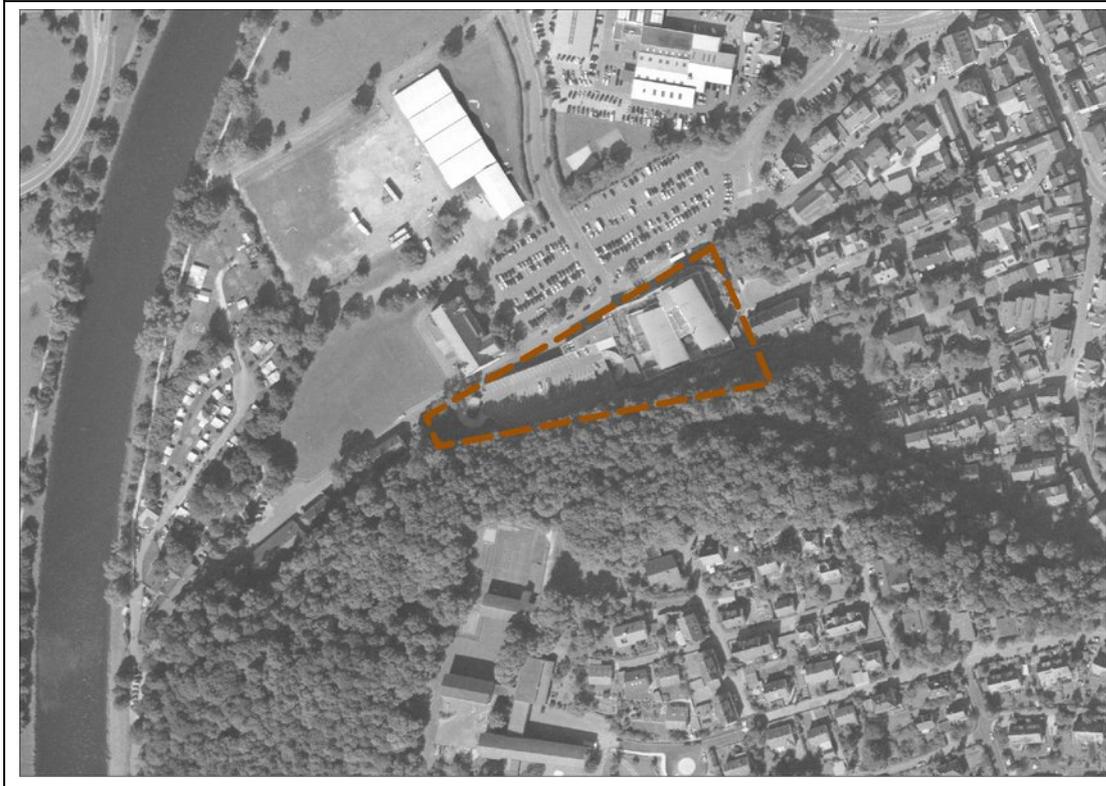
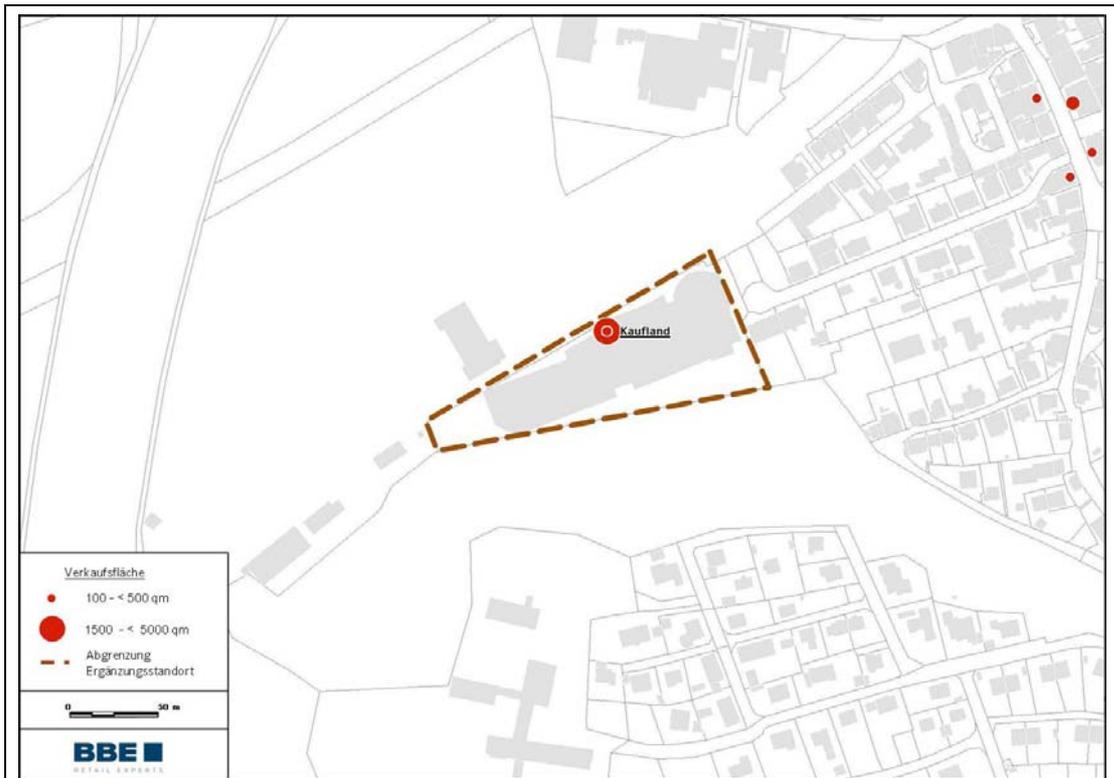
Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	18.855 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	3.075 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	4.540 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	11.240 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	14		
	- Anzahl Leerstände	2		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Toom Baumarkt	5.750 m <sup>2</sup>		
	- E-Center	3.250 m <sup>2</sup>		
	- Möbel SB Aktionshalle	2.270 m <sup>2</sup>		
	- F.S. Baumarkt	1.960 m <sup>2</sup>		
	- Dänisches Bettenlager	1.960 m <sup>2</sup>		
	- Charles Vögele	1.340 m <sup>2</sup>		
	- Toom Gartenmarkt	1.010 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortverbund verschiedenster Fachmärkte mit dementsprechend hohem Agglomerationspotenzial</li> <li>• Direkte Lage an vielbefahrener Bundesstraße B 32 mit ausreichendem Parkraumangebot vor den jeweiligen Anbietern</li> <li>• Insgesamt hohe Verkaufsflächenausstattung des Standortes</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch die Lage außerhalb des Siedlungskörpers ist der Standort hauptsächlich für den motorisierten Individualverkehr erreichbar*</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist über den Bestand und bereits genehmigte Nutzungen hinaus auf das derzeitige Angebot zu beschränken. Darüber hinaus gehende Erweiterungsvorhaben in diesen Sortimenten sind auszuschließen.			

\* Seit dem Frühjahr 2009 wird das Gewerbegebiet Schönenberg durch die Überlandbusse der HzL sowie RAB angefahren und ist somit inzwischen an den öffentlichen Personennahverkehr angebunden

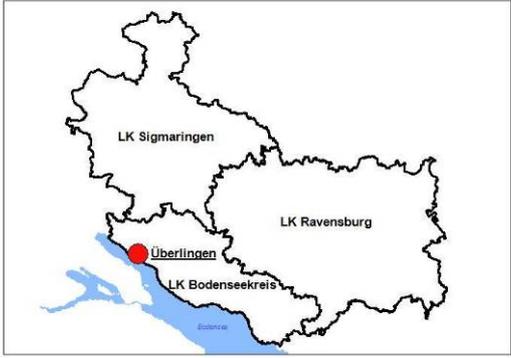


## Solitärstandort Kaufland

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration		Ø	
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit		Ø	
	Parkmöglichkeiten	+		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	5.090 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	4.060 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	960 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	70 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	6		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Kaufland	4.880 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktgerecht aufgestelltes SB-Warenhaus, dem als größter Lebensmittelanbieter in Sigmaringen bedeutende Versorgungsfunktion zukommt</li> <li>• Innenstadtnähe; rd. 350 m vom Stadtkern entfernt</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standort ist nicht direkt an einer Hauptverkehrsachse gelegen bzw. von dieser aus sichtbar</li> <li>• Solitärstandort, von daher keine Agglomerationseffekte durch weitere Anbieter im Standortumfeld</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			

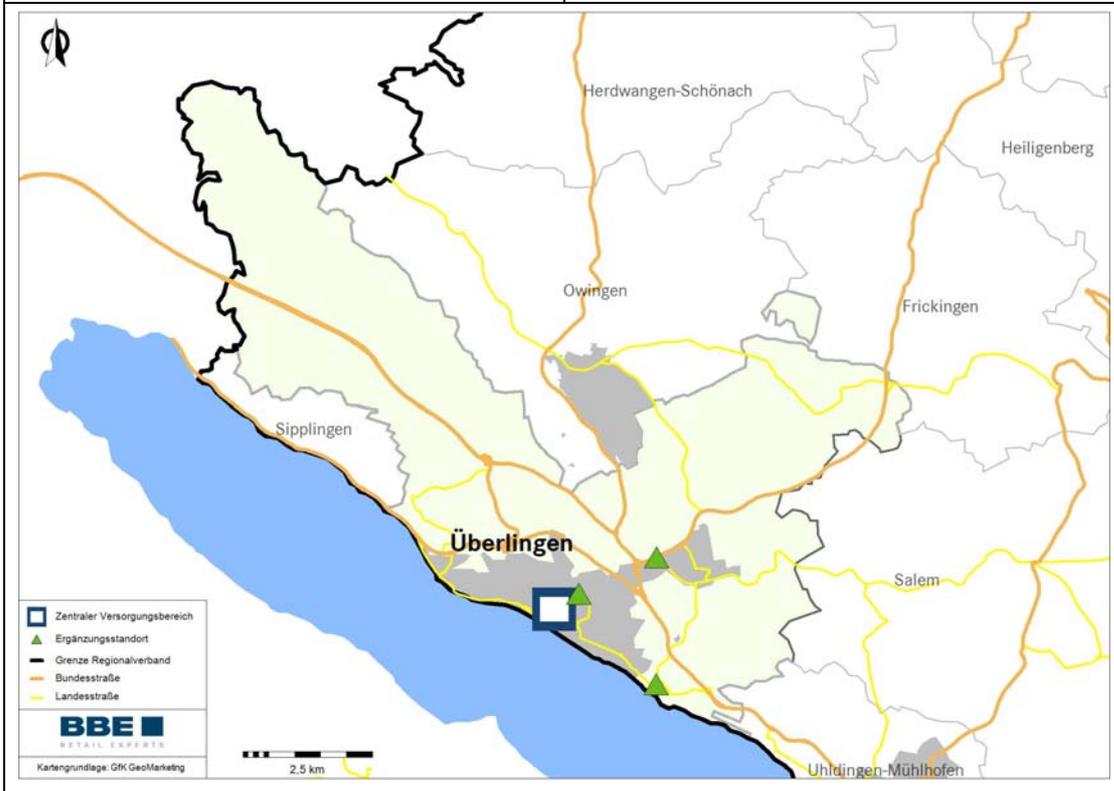


## 2.6 Überlingen

Mittelzentrum Landkreis Bodenseekreis		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	20.102 Ew. 21.608 Ew. 18.612 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichtete Kernstadt mit rd. 16.110 Ew. sowie sieben umliegende Ortschaften mit jeweils rd. 500 bis 1.300 Ew. (Stand 31.07.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	426.078 1.972
Sonstige relevante Strukturdaten	Bodensee-Therme Überlingen, 354.660 Besuchern (2007), Kureinrichtungen	
	8.499 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 5.095 Einpendler / 2.616 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 / 31 n (Stockach – Lindau), Anschluss an die A 98 in rd. 13 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell – Lindau) Zentraler Omnibus-Bahnhof	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)	130,0 Mio. € 124,8 Mio. €
	Kaufkraftniveau 110,30	
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	175,3 Mio. € 134,9 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	40.405 m <sup>2</sup> 12.160 m <sup>2</sup> 28.240 m <sup>2</sup>
	Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	1,87 m <sup>2</sup> /Ew. 0,56 m <sup>2</sup> /Ew. 1,31 m <sup>2</sup> /Ew.

Einzelhandelsstruktur (Fortsetzung)

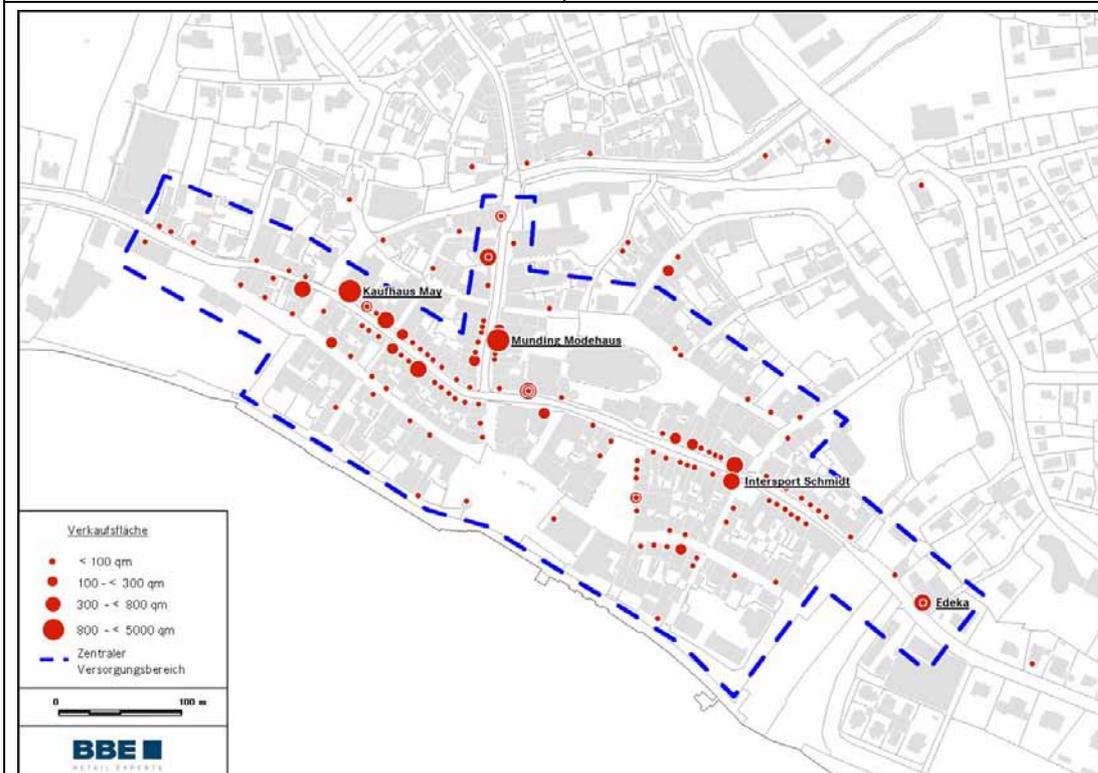
- Angebotsschwerpunkte
- Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)
  - Einkaufszentrum La Piazza (E)
  - Fachmarkttagglomeration Lippertsreuter Straße (E)
  - Solitärstandort Bommer-Center (E)



## Hauptzentrum Innenstadt

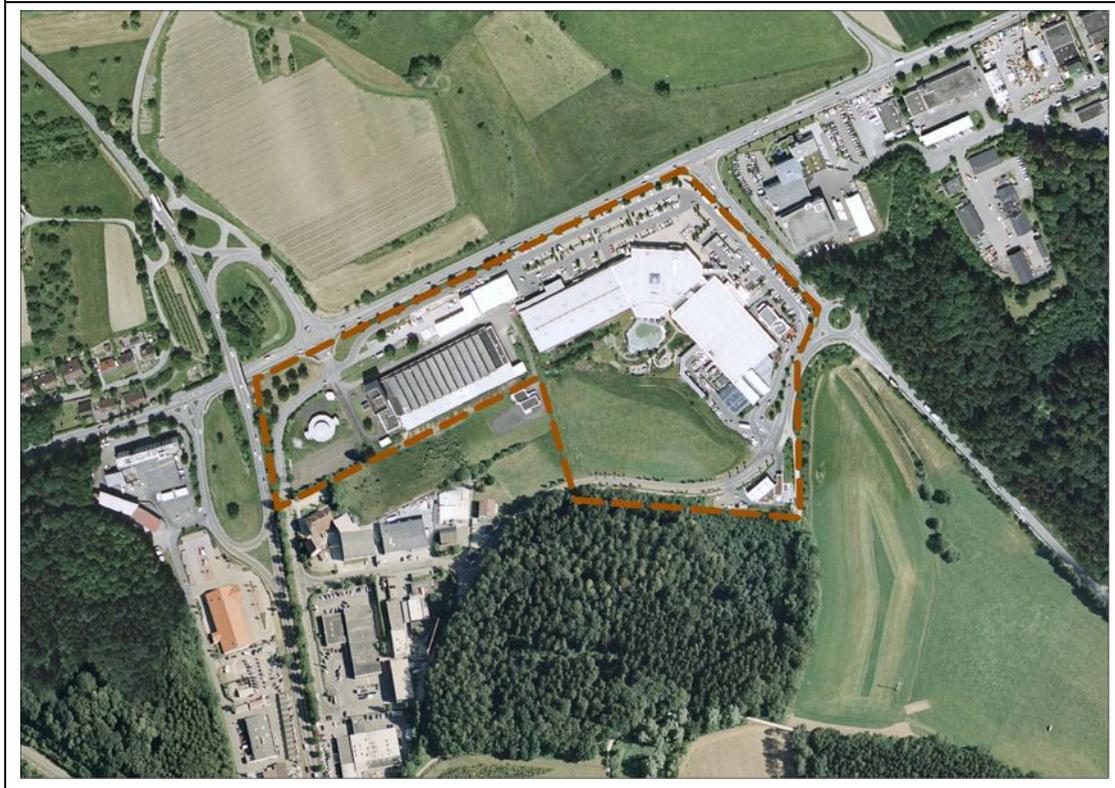
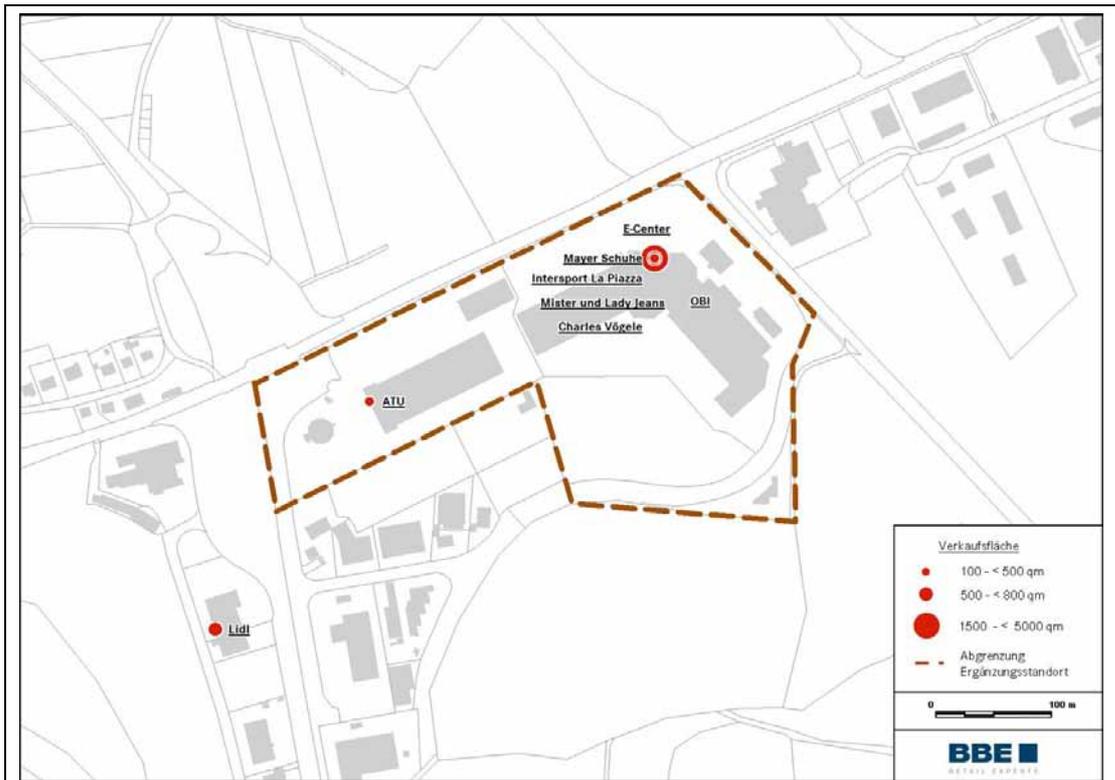
Versorgungsfunktion	Mittelzentrum für den Mittelbereich Überlingen																				
Standortprofil	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Innenstadt</th> <th>+</th> <th>∅</th> <th>-</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtebauliche Integration</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aufenthaltsqualität</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pkw-Erreichbarkeit</td> <td></td> <td style="background-color: #ffc107;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Parkmöglichkeiten</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Innenstadt	+	∅	-	Städtebauliche Integration				Aufenthaltsqualität				Pkw-Erreichbarkeit				Parkmöglichkeiten			
	Innenstadt	+	∅	-																	
	Städtebauliche Integration																				
	Aufenthaltsqualität																				
	Pkw-Erreichbarkeit																				
Parkmöglichkeiten																					
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 13.720 m <sup>2</sup>																				
	- nahversorgungsrelevante Sortimente 2.315 m <sup>2</sup>																				
	- zentrenrelevante Sortimente 10.470 m <sup>2</sup>																				
	- sonstige Sortimente 935 m <sup>2</sup>																				
	Einzelhandelsbesatz																				
	- Anzahl Betriebe 145																				
	- Anzahl Leerstände 4																				
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)																				
	- Munding Modehaus 1.900 m <sup>2</sup>																				
	- Kaufhaus May (demnächst Drogerie Müller) 1.340 m <sup>2</sup>																				
- Drogerie Müller 530 m <sup>2</sup>																					
- Edeka 455 m <sup>2</sup>																					
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modeanbieter „Kaufhaus May“ (demnächst Drogerie Müller) sowie „Modehaus Munding“ als Kundenmagneten</li> <li>• z. T. sehr hochwertige und in ihrer Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung sehr ansprechende Fachgeschäfte (bspw. in Franziskanerstraße)</li> <li>• Historisch geprägtes Stadtbild</li> <li>• Bodenseepromenade mit einladenden Gastronomiebetrieben</li> <li>• Ausreichend Parkangebote an allen drei Anfahrtsrichtungen (v.a. durch die Parkhäuser „Post“, „Stadtmitte“ und „West“ sowie dem Parkplatz am Bushof)</li> <li>• Prinzipiell gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln – fußläufig gut angebundener Bushof sowie S-Bahn Haltestelle</li> </ul>																				
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Segment Elektronik/Unterhaltungselektronik wird in der Überlinger Innenstadt nur unzureichend bedient</li> <li>• Anfahbarkeit für den nicht ortskundigen, motorisierten Innenstadtbesucher verbesserungsfähig</li> <li>• Das Kaufhaus May (70er Jahre) sowie das Sparkasengebäude (80er Jahre) unterbrechen merklich die städtebauliche Struktur der Christophstraße bzw. Münsterstraße</li> </ul>																				
Entwicklungsperspektive	Durch die Ansiedlung eines kompetenten Elektronik-anbieters (evtl. kleiner Elektronikfachmarkt) würde die																				

bestehende Lücke im Branchenmix des innerstädtischen Überlinger Einzelhandels geschlossen werden. Anstrengungen zur Abdeckung des Elektroniksegments innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind von daher zu befürworten.



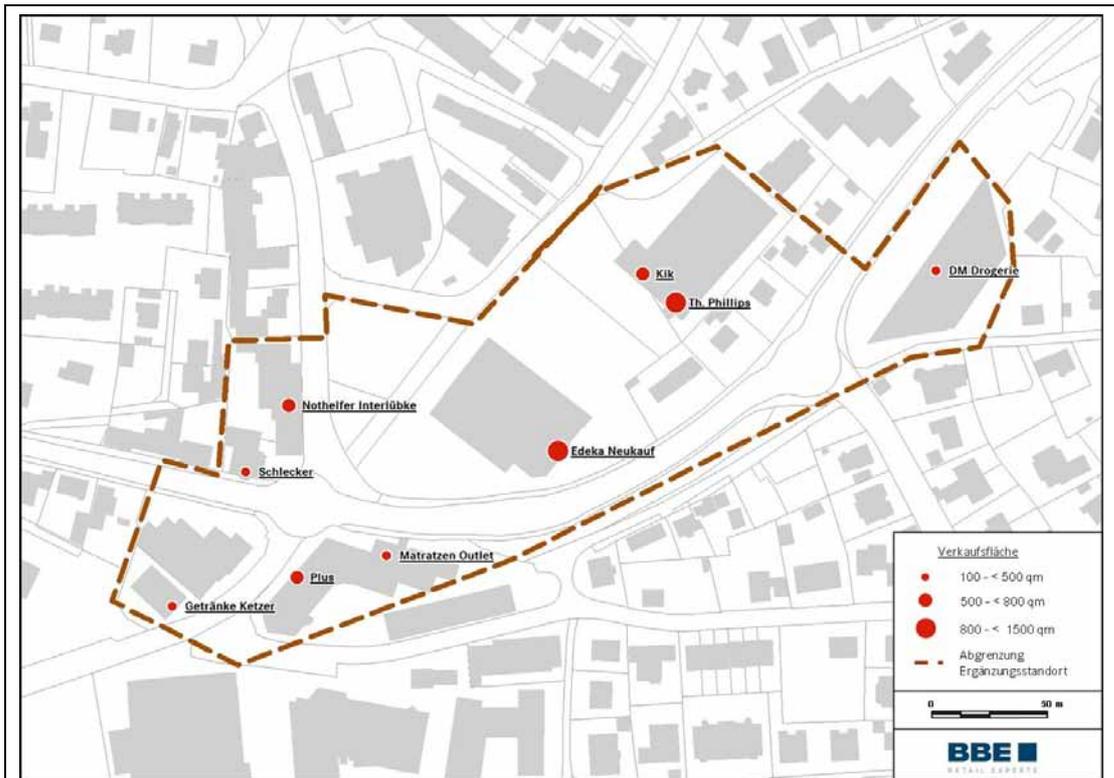
## Einkaufszentrum La Piazza

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel		
Standortprofil	<b>Einkaufszentrum</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	8.815 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	2.425 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	2.180 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	4.210 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe		15
	- Anzahl Leerstände		0
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- OBI Bau- und Gartenmarkt	3.790 m <sup>2</sup>	
	- E-Center	2.450 m <sup>2</sup>	
	- Charles Vögele	730 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Namhafte Ankermieter in Kombination mit gastronomischen Einrichtungen (u.a. Mc Donalds) sowie einzelnen Dienstleistungsbetrieben (Banken, Reisebüro etc.)</li> <li>Grünfläche mit Teichanlage und Spielplatz in rückwärtiger Lage</li> <li>Sehr gut an überörtlich bedeutsame Verkehrswege angeschlossen</li> <li>Gute Werbesichtanbindung von der Lippertsreuter Straße aus</li> <li>Für ein Einkaufszentrum in nicht integrierter Lage verhältnismäßig anspruchsvolle architektonische Gestaltung, u.a. durch einen Lichthof</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rd. 1 Kilometer vom Überlinger Siedlungskörper entfernt, somit ausschließlich auf die motorisierte verkehrliche Erreichbarkeit angewiesen</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist auf das derzeitige Angebot zu beschränken. An diesem Standort sind diesbezügliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.		



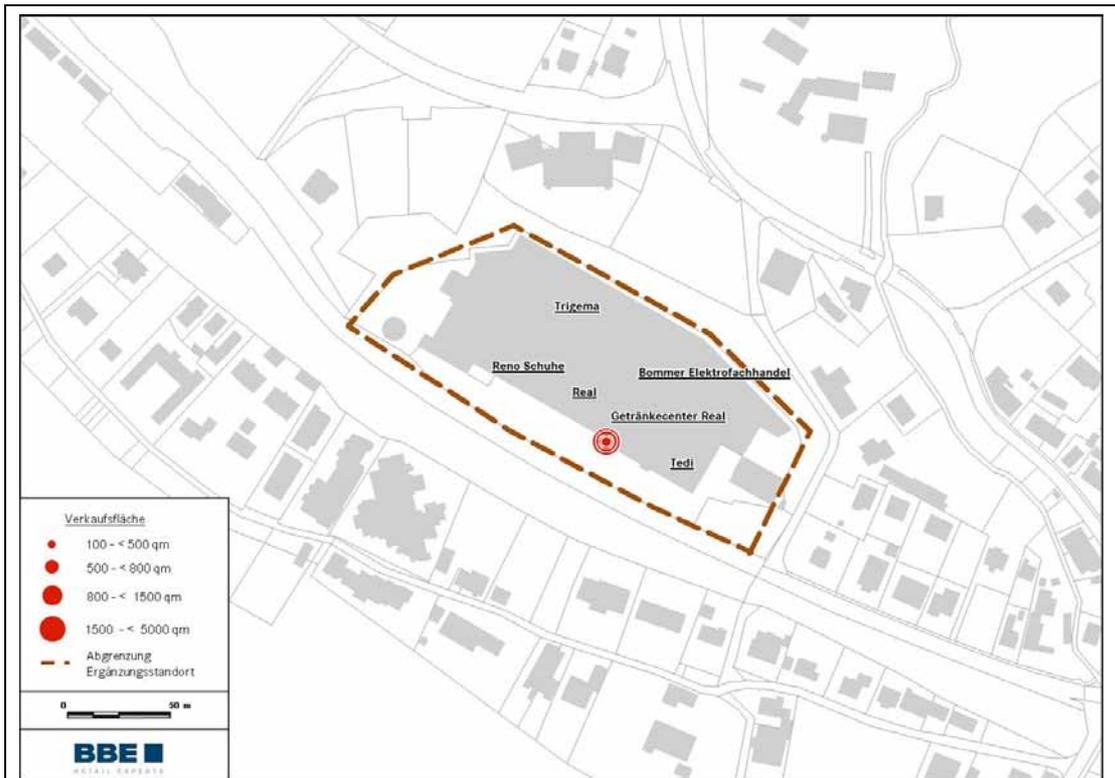
## Fachmarkttagglomeration Lippertsreuter Straße

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel		
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	5.285 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	2.775 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	1.755 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	755 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	14	
	- Anzahl Leerstände	0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Edeka Neukauf	1.150 m <sup>2</sup>	
	- Thomas Philipps	1.100 m <sup>2</sup>	
	- Plus	750 m <sup>2</sup>	
	- Nothelfer Interlübke	550 m <sup>2</sup>	
	- Kik	500 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit dem Edeka Supermarkt sowie dem Discounter Plus sind an diesem Standort zwei sich ergänzende Lebensmittelanbieter vorhanden - abgerundet wird das Nahversorgungsangebot durch die beiden Drogeriemärkte dm und Schlecker</li> <li>• Durch die direkte Lage an der L 200 (Lippertsreuter Straße), einer wichtigen Verbindungsstraße zwischen Innenstadt und der das Stadtgebiet umgebenden Bundesstraße B 31, sowie der Bushaltestelle „Überlingen -Lippertsreuter Straße“ verkehrstechnisch sehr gut erschlossen - sowohl für den motorisierten Individualverkehr als auch für den ÖPNV</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insgesamt wenig ansprechendes Gesamterscheinungsbild der Standortgemeinschaft, maßgeblich hervorgerufen durch die inzwischen in die Jahre gekommenen Gebäudesubstanz sowie die unordentlich/ungepflegt erscheinenden Parkplätze</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist auf das derzeitige Angebot zu beschränken. An diesem Standort sind diesbezügliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.		

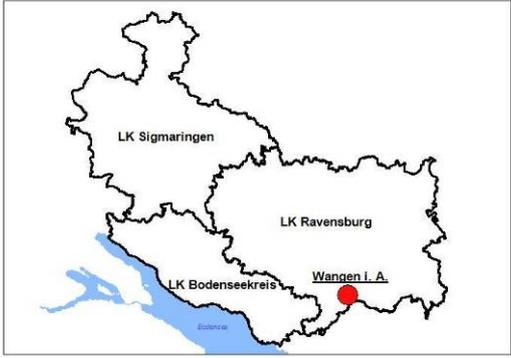


## Solitärstandort Bommer-Center

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel		
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	7.325 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	4.280 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	2.830 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	215 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe		13
	- Anzahl Leerstände		2
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Kaufland	5.000 m <sup>2</sup>	
	- Bommer Elektrofachhandel	890 m <sup>2</sup>	
	- Tedi	620 m <sup>2</sup>	
	- Real Getränkecenter	610 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Verbrauchermarkt übernimmt als größter Lebensmittelanbieter in Überlingen Versorgungsfunktion vor allem für die im Süden der Stadt sowie in den südlich angrenzenden Bereichen lebende Bevölkerung</li> <li>• Positiv zu erwähnen sind die kundenfreundlichen Öffnungszeiten des Kaufland-Verbrauchermarktes, die einen Einkauf von 7:00 bis 22:00 an sechs Tagen die Woche (Montags bis Samstags) ermöglichen</li> <li>• Gute Werbesichtanbindung von vielbefahrener Landstraße aus</li> <li>• Ergänzt wird das vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortiment durch weitere Einzelhandelsangebote verschiedenster Segmente – so ist bspw. ein Elektro-, Bekleidungs- und ein Schuhfachmarkt ebenfalls dort ansässig</li> <li>• Ausreichendes Parkangebot, direkte Lage an der L195c, die die Hauptverbindungsstraße zwischen Überlingen, Meersburg und im weiteren Verlauf Friedrichshafen darstellt</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Verkaufsflächenausstattung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist auf das derzeit. Angebot zu beschränken. An diesem Standort sind diesbezügliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.		



## 2.7 Wangen i. A.

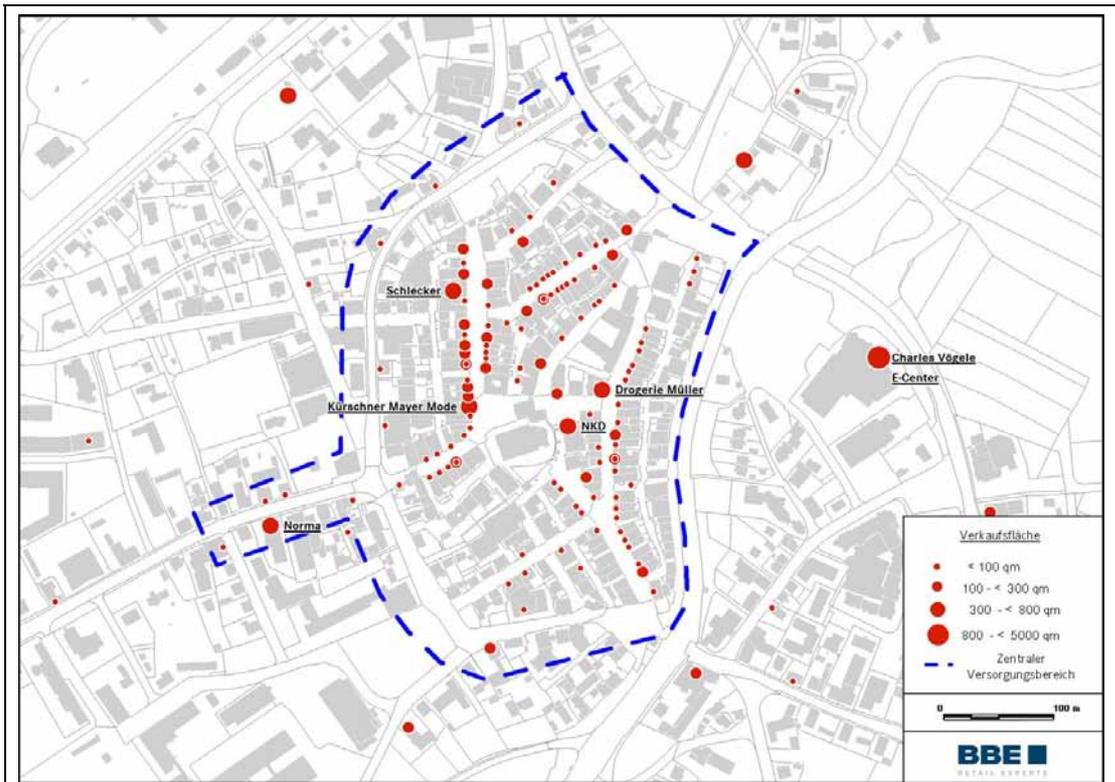
Mittelzentrum Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	24.589 Ew. 27.290 Ew. 26.122 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichtete Kernstadt mit rd. 16.540 Ew. sowie sechs weiter untergliederte Ortschaften mit jeweils rd. 700 bis 2.400 Ew. (Stand 31.12.2006)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007)* Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	74.838 274
Sonstige relevante Strukturdaten	9.445 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 4.877 Einpendler / 4.163 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Autobahnanschluss an die A 96 Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen - Ravensburg - Wangen i. A.), B 18 (Memmingen - Leutkirch i. A. - Lindau) Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Württemberg-Allgäu-Bahn (Aulendorf - Wangen i. A.) Zentraler Omnibus-Bahnhof	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)	150,7 Mio. € 152,7 Mio. €
	Kaufkraftniveau	101,27
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	177,0 Mio. € 117,4 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	55.240 m <sup>2</sup> 11.085 m <sup>2</sup> 44.155 m <sup>2</sup>
	Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	2,02 m <sup>2</sup> /Ew. 0,41 m <sup>2</sup> /Ew. 1,62 m <sup>2</sup> /Ew.

\* Nach eigenen Angaben der Stadt Wangen i. A. liegt die Anzahl der Gesamtübernachtungen im Fremdenverkehrsbereich im Jahr 2007 bei rd. 160.000, von denen allerdings nur 74.838 aufgrund der engen definitorischen Abgrenzung durch das Statistische Landesamt erfasst werden.



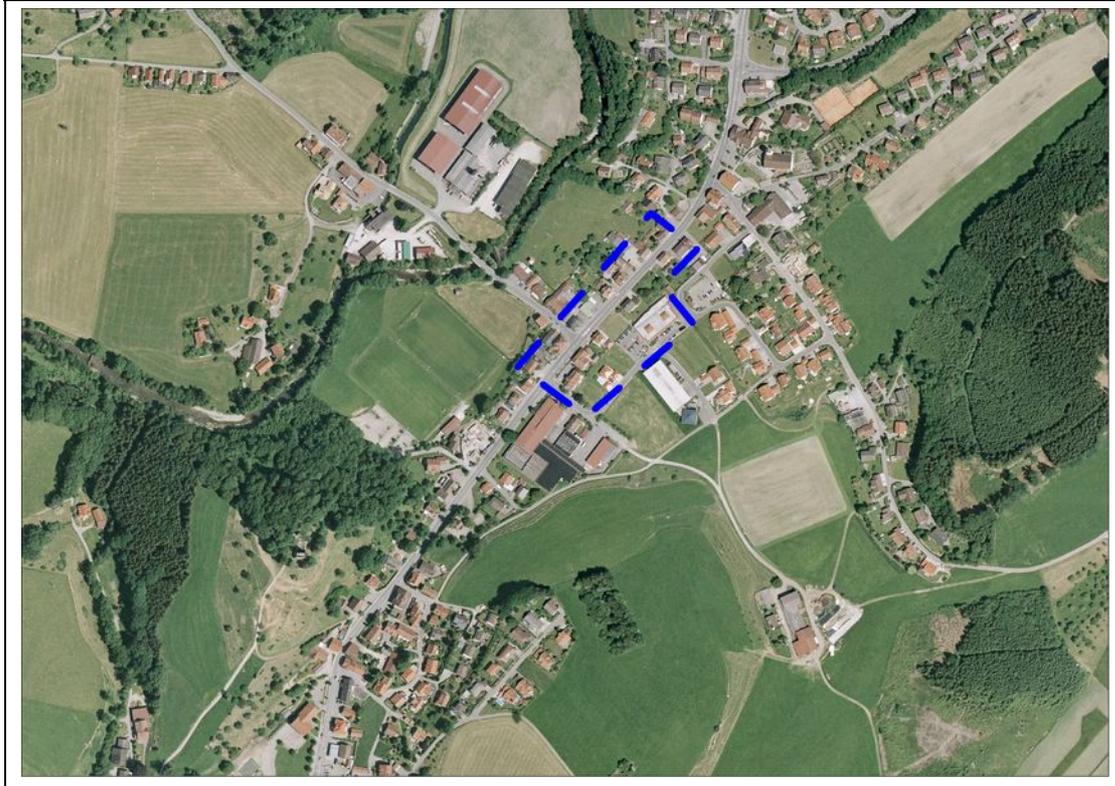
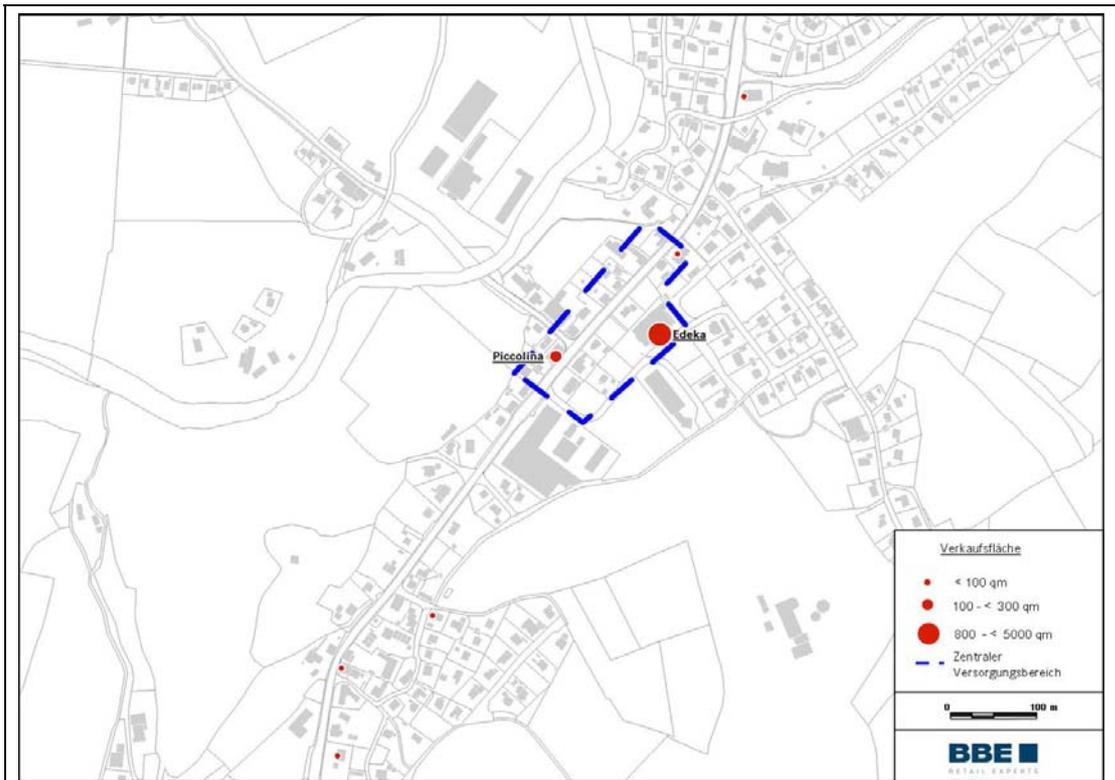
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Mittelzentrum für den Mittelbereich Wangen i. A.																				
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>+</th> <th>∅</th> <th>-</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtebauliche Integration</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aufenthaltsqualität</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pkw-Erreichbarkeit</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Parkmöglichkeiten</td> <td></td> <td style="background-color: #ffc107;"></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		+	∅	-	Städtebauliche Integration				Aufenthaltsqualität				Pkw-Erreichbarkeit				Parkmöglichkeiten			
		+	∅	-																	
	Städtebauliche Integration																				
	Aufenthaltsqualität																				
Pkw-Erreichbarkeit																					
Parkmöglichkeiten																					
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 11.115 m<sup>2</sup></p> <p>- nahversorgungsrelevante Sortimente 2.650 m<sup>2</sup></p> <p>- zentrenrelevante Sortimente 8.235 m<sup>2</sup></p> <p>- sonstige Sortimente 230 m<sup>2</sup></p> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <p>- Anzahl Betriebe 129</p> <p>- Anzahl Leerstände 3</p> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <p>- Drogerie Müller 440 m<sup>2</sup></p> <p>- Norma 350 m<sup>2</sup></p> <p>- NKD 330 m<sup>2</sup></p> <p>- Schlecker 300 m<sup>2</sup></p> <p>- Kürschner Mayer Mode 300 m<sup>2</sup></p>																				
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fußgängerzone verfügt über einen gut durchmischten Branchen- und Betriebstypenmix – hier befinden sich namhafte Filialbetriebe neben inhabergeführten Einzelhandelsgeschäften</li> <li>• Gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Ringsystem um Innen-/Altstadt</li> <li>• Sehr gute Anbindung an den ÖPNV durch Haltestellen in direkter Citylage</li> <li>• Sanierte Altbauten (v.a. im Bereich Schmiedstraße/Marktplatz) in Verbindung mit durchgängig präserter Stadtmöblierung (Brunnen, Sitzmöglichkeiten etc.) verleihen der Innenstadt eine gemütliche Atmosphäre mit hoher Aufenthaltsqualität</li> <li>• Gelungene Gestaltung des Platzbereiches am Eselberg mit ansprechenden Gastronomiebetrieben</li> </ul>																				
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zum Teil auffällige Leerstandssituation (v.a. Gastronomie) in den Randbereichen der Innenstadt, vor allem aber im Bereich der oberen Bindstraße</li> <li>• Kein großflächiger Einzelhandelsbetrieb in Wangener Innenstadt ansässig, der die Funktion eines frequenzerzeugenden Kundenmagneten übernimmt</li> </ul>																				
Entwicklungsperspektive	Der Stadt Wangen wird empfohlen, einen auf die komplette Innenstadt ausstrahlenden Magnetbetrieb anzusiedeln.																				



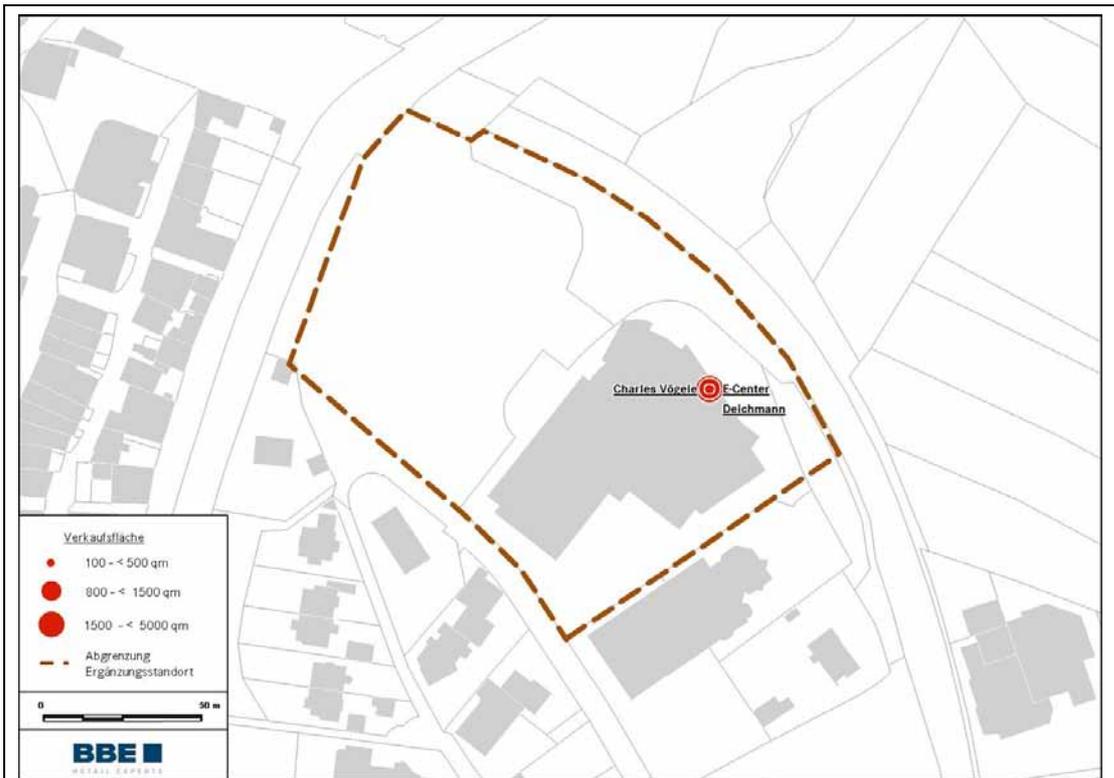
## Nebenzentrum Neuravensburg

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Ortsteil Neuravensburg			
Standortprofil	<b>Nebenzentrum</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.060 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	880 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	155 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	25 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
	- Anzahl Leerstände	0		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Edeka	800 m <sup>2</sup>		
	- Piccolina Kindermode & Spiel	170 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompaktes Nahversorgungsangebot durch Edeka-standort inklusive Bäcker/Metzger</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandels-/Dienstleistungsbesatz mit diffuser Struktur entlang B 18 – dadurch kein eigentliches „Zentrum“ erkennbar</li> <li>• B 18 mit hohem Verkehrsaufkommen</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Zur Verbesserung der Nahversorgungssituation im Nebenzentrum Neuravensburg sollte der Einzelhandelsbesatz um einen marktfähigen Drogeriemarkt ergänzt werden.			



## Einkaufszentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Einkaufszentrum</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	4.155 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	2.535 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.620 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	6		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- E-Center	2.800 m <sup>2</sup>		
	- Charles Vögele	840 m <sup>2</sup>		
	- Deichmann	450 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Standortareal befindet sich direkt nordöstlich an die Wangener Innenstadt angrenzend und ist fußläufig rd. 300 m vom Stadtzentrum entfernt</li> <li>• Des Weiteren liegt der Standort direkt an dem die Innenstadt umgebenden Ringstraßensystem und ist somit aus allen Richtungen gut anfahrbar</li> <li>• Die Parkplätze befinden sich ebenerdig dem Gebäude vorgelagert und sind ausreichend dimensioniert</li> <li>• Der Edeka Verbrauchermarkt ist mit Abstand der größte Lebensmittelanbieter in Wangen und übernimmt in Kombination mit seiner zentralen Lage eine gesamtstädtisch bedeutende Versorgungsfunktion</li> <li>• Neben dem Ankermieter Edeka sind vor allem noch ein Bekleidungsmarkt sowie ein Schuhfachmarkt dort ansässig</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sowohl von außen als auch von innen nicht mehr zeitgemäßer bzw. modernisierungsbedürftiger Eindruck</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung sollte in den zentrenrelevanten Sortimenten auf vorhandene und ggf. bereits genehmigte Nutzungen beschränkt werden. Darüber hinausgehende Verkaufsflächenerweiterungen sollten zum Schutz der Innenstadt an diesem Standort allenfalls in nahversorgungs- bzw. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen.			



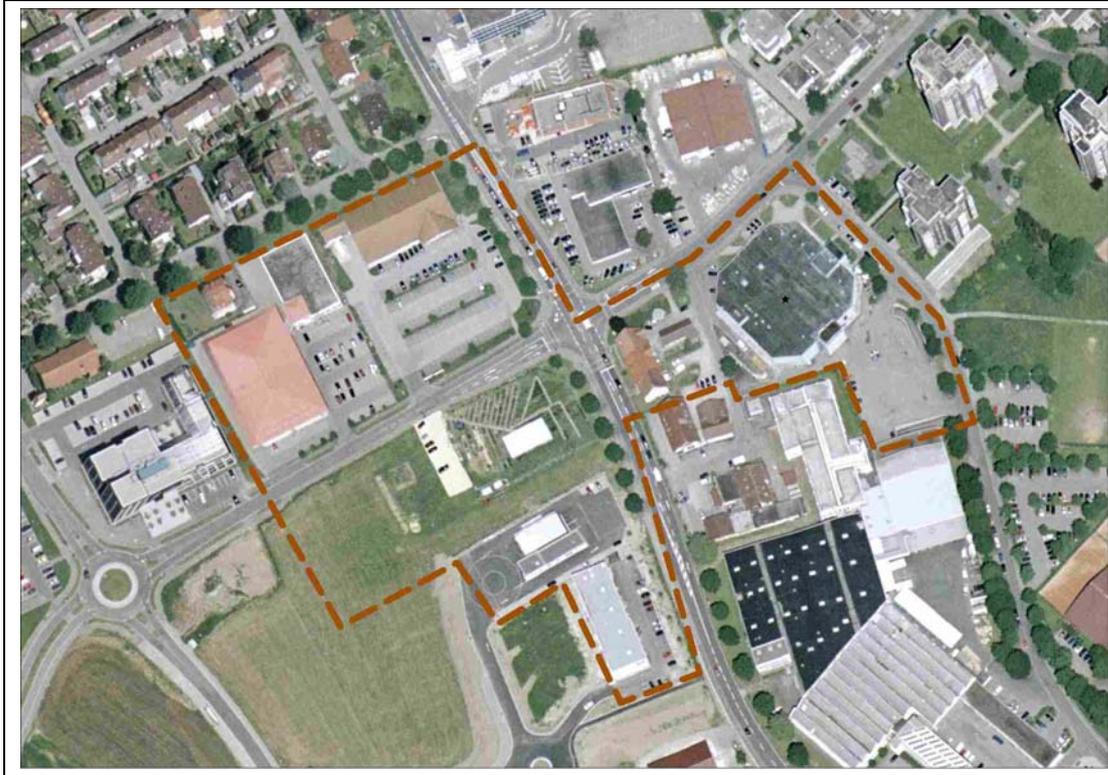
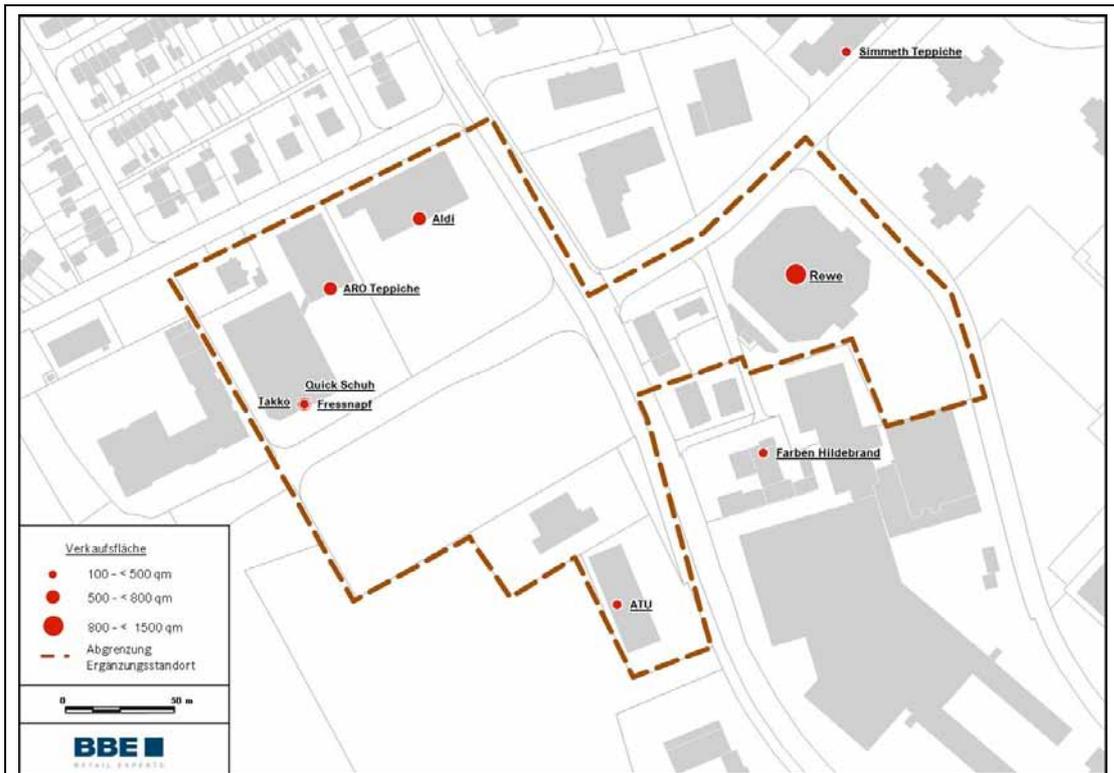
## Fachmarkttagglomeration Haidösch

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	12.330 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	830 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	2.150 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	9.350 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		6	
	- Anzahl Leerstände		0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Toom Baumarkt	10.600 m <sup>2</sup>		
	- Die Fahrradprofis	1.000 m <sup>2</sup>		
	- Weinkauff Getränke	660 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderner und marktgerecht aufgestellter Bau- und Gartenmarkt, der mit einer Verkaufsfläche von mehr als 10.000 qm über eine große Ausstrahlungskraft verfügt</li> <li>• Hohes Agglomerationspotenzial durch die in Standortgemeinschaft agierenden Anbieter „Die Fahrradprofis“ und „Weinkauff“ sowie die umliegenden Ergänzungsstandorte „Siemensstraße“ (u.a. ARO, Aldi, Takko) und „Karl-Hirnbein-Straße“ (u.a. Sky, Edeka, Raab Karcher)</li> <li>• Gute Werbesichtanbindung durch die nordöstlich des Areals vorbeiführende, vielbefahrene Ravensburger Straße (B 32)</li> <li>• Großräumig gut über den in rd. 2,5 km Entfernung liegenden Autobahnanschluss an die A 96 erschlossen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. Allenfalls im Baumarktsegment sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



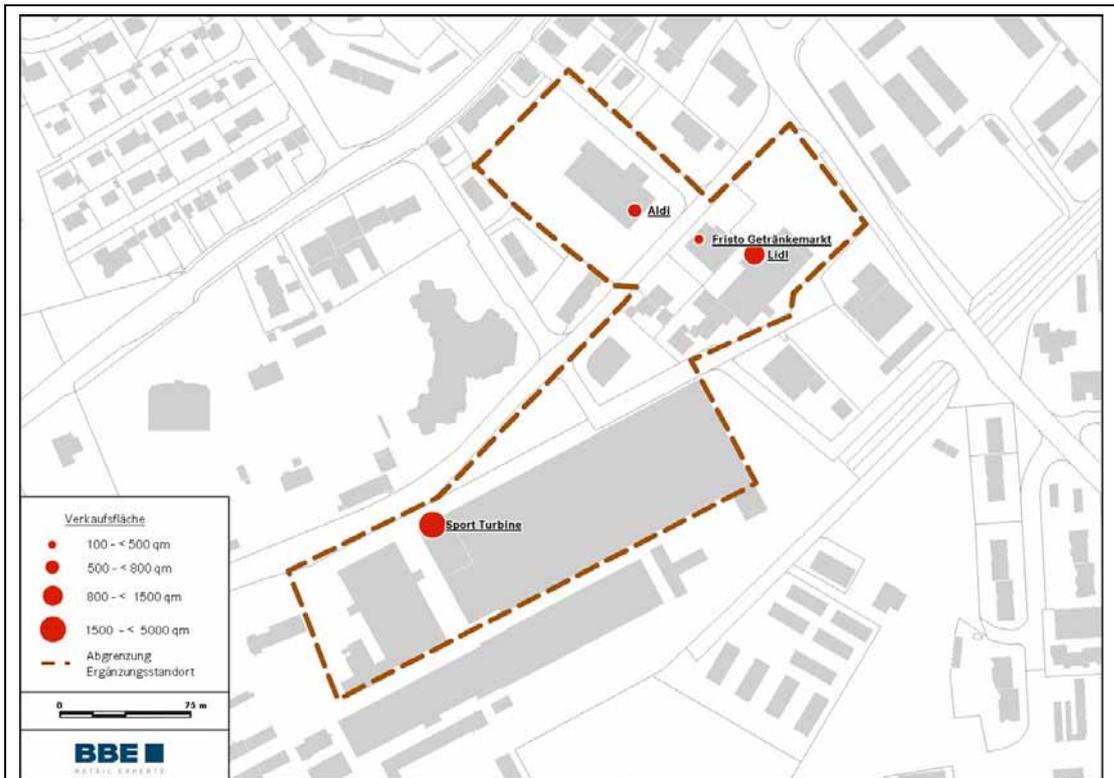
## Fachmarkttagglomeration Siemensstraße

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	4.770 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.920 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	2.430 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	420 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		6	
	- Anzahl Leerstände		0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Rewe	1.400 m <sup>2</sup>		
	- ARO Teppiche	780 m <sup>2</sup>		
	- Aldi	750 m <sup>2</sup>		
	- Takko	580 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fachmarktstandort mit guter verkehrlicher Erreichbarkeit (inkl. ÖPNV) und Parkplatzangebot</li> <li>Inzwischen wurde das derzeitige nahversorgungsrelevante Angebot um einen Rewe Vollsortimentsbetrieb ergänzt</li> <li>Gute Werbesichtanbindung von vielbefahrener Bundesstraße B 32 aus</li> <li>Agglomerationseffekte durch direkte Standortumfeldnutzungen (Burger King, Mc Donalds, Fitness Studio) sowie räumliche Nähe zu den Ergänzungsstandorten „Haidösch“ (u.a. Toom, Die Fahrradprofis) und „Karl-Hirnbein-Straße“ (u.a. Sky, Edeka, Raab Karcher)</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			



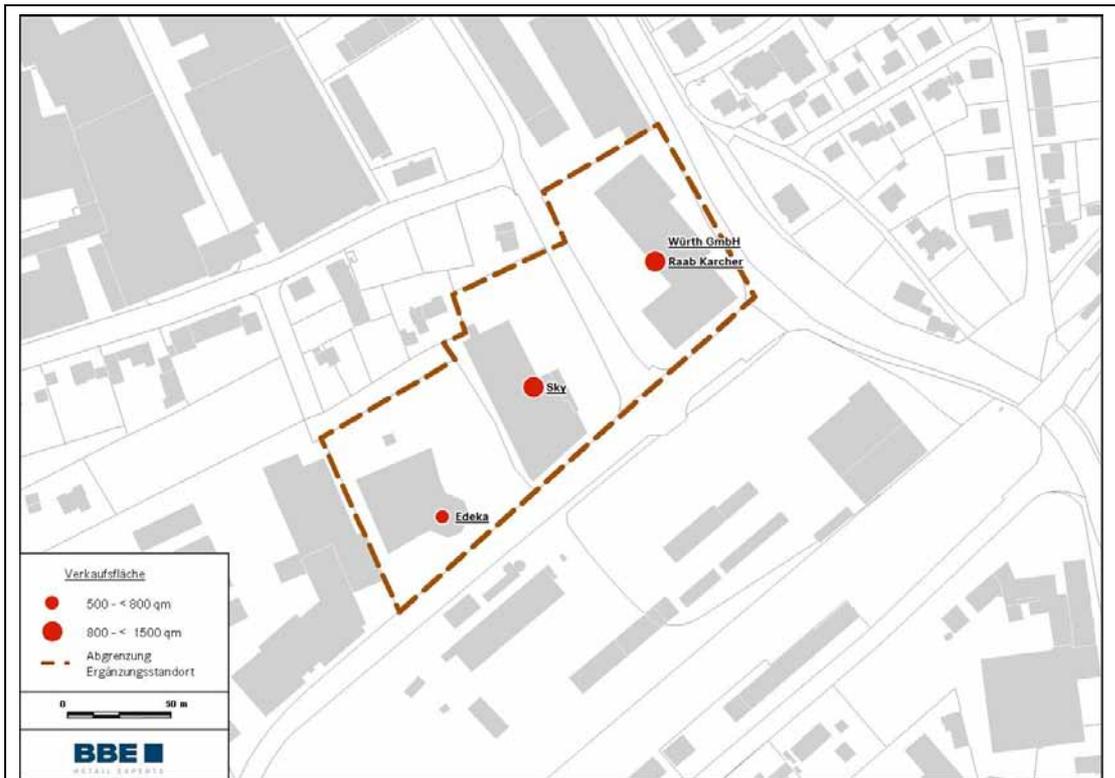
## Fachmarkttagglomeration Südring

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	3.285 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.695 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.590 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Sport Turbine	1.500 m <sup>2</sup>		
	- Lidl	800 m <sup>2</sup>		
	- Aldi	700 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortprägendster Anbieter des Ergänzungsstandortes ist der Sportfachmarkt Sport Turbine, in dessen direkter Nachbarschaft sich eine ca. 2.000 qm große Skatehalle befindet</li> <li>• Darüber hinaus sind zwei für die Versorgung des südwestlich Teil Wangens bedeutende Lebensmittel-discounter in direkter Nachbarschaft zueinander ansässig</li> <li>• Jeder der dort ansässigen Anbieter verfügt über ein ausreichend dimensioniertes Parkraumangebot</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Werbesichtanbindung ist durch die nach hinten versetzte Lage in einem Gewerbegebiet nicht gegeben</li> <li>• Ebenso mindert die Lage die verkehrliche Anfahrbarkeit, da der Standortverbund nicht direkt von der nördlich verlaufenden Bundesstraße B 18 erreicht werden kann</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.			



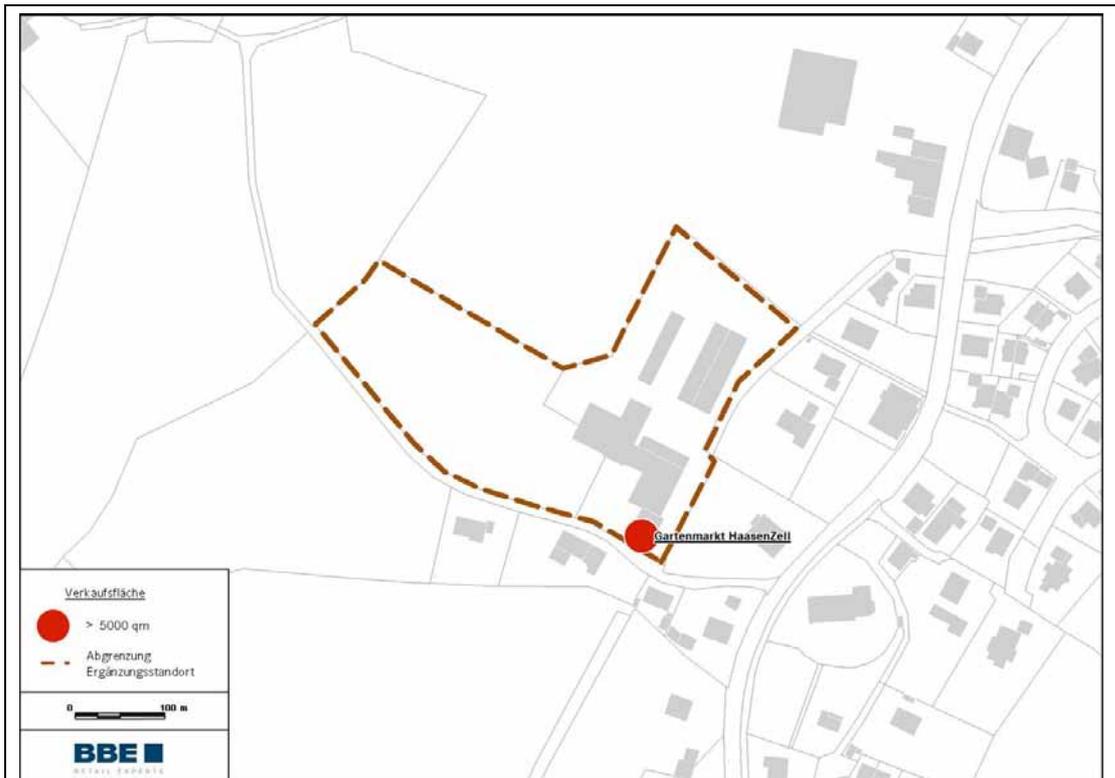
## Fachmarkttagglomeration Karl-Hirnbein-Straße

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	3.970 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	2.020 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	90 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	1.860 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	7		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Sky	1.300 m <sup>2</sup>		
	- Raab Karcher	1.030 m <sup>2</sup>		
	- Würth GmbH	800 m <sup>2</sup>		
	- Edeka	750 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Sky und Edeka sind die zwei einzigen Lebensmittelvollsortimentler im nördlichen Stadtgebiet dort ansässig</li> <li>• Darüber hinaus verfügt das Areal durch die beiden Anbieter Raab Karcher und Würth über Angebotskompetenzen im Baumarktsegment</li> <li>• Durch die Lage an der Bundesstraße B 32 ist der Standortverbund verkehrlich gut erschlossen und verfügt auch über eine Busanbindung</li> <li>• Zudem verfügt der Standort aufgrund der räumlichen Nähe zu den nordwestlich liegenden Ergänzungsstandorten „Haidösch“ (u.a. Toom, Die Fahrradprofis) und „Siemensstraße (u.a. ARO, Aldi, Takko) über ein hohes Agglomerationspotenzial</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine Werbesichtanbindung ist von der nördlich verlaufenden Bundesstraße aufgrund großer Gewerbegebäude nicht gegeben</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. Allenfalls im Baumarktsegment sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			

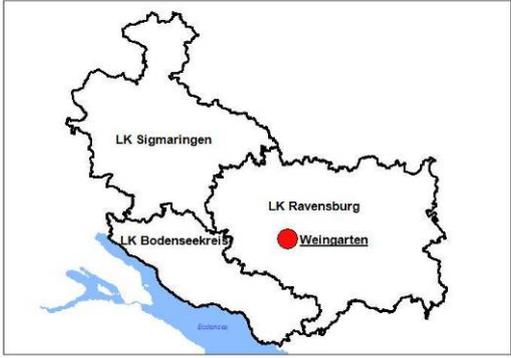


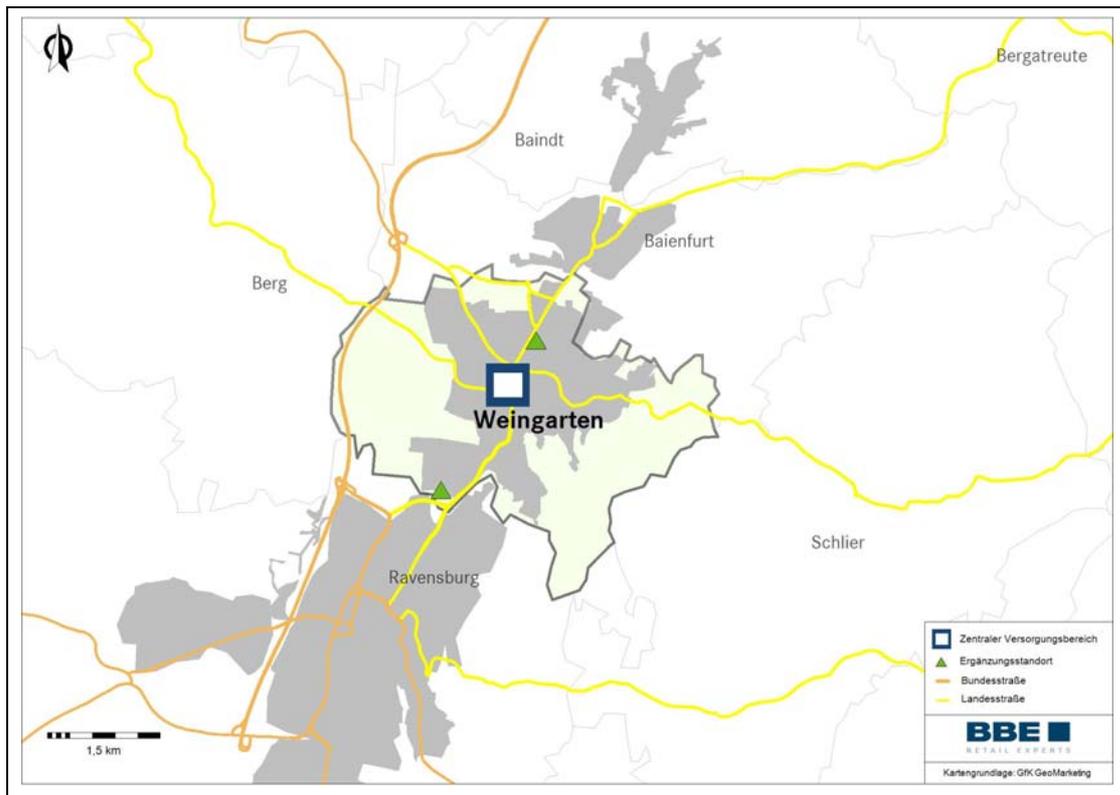
## Solitärstandort Gartencenter Haas

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	5.790 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	190 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	5.600 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		1	
	- Anzahl Leerstände		0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Gartenmarkt HaasenZell	5.790 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetenter Gartenmarkt, der darüber hinaus über ein vielfältiges Dienstleistungsangebot (Gartenpflege, Garten-/Sportplatzplanung) verfügt</li> <li>• Attraktiver Marktauftritt mit ansprechender Freiflächengestaltung</li> <li>• Durch Nähe zur Bundesstraße B 18 ist der Gartenmarkt großräumlich gut zu erreichen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standort befindet sich durch die Lage im Stadtteil Roggenzell (rd. 9 km bis zum Wangener Stadtzentrum) verhältnismäßig weit von Siedlungsschwerpunkten entfernt</li> <li>• Werbewirksamkeit durch Verstandortung in zweiter Reihe nur bedingt vorhanden</li> <li>• Keinerlei Agglomerationseffekte, absoluter Solitärstandort</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. Allenfalls im Gartenmarktsegment sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



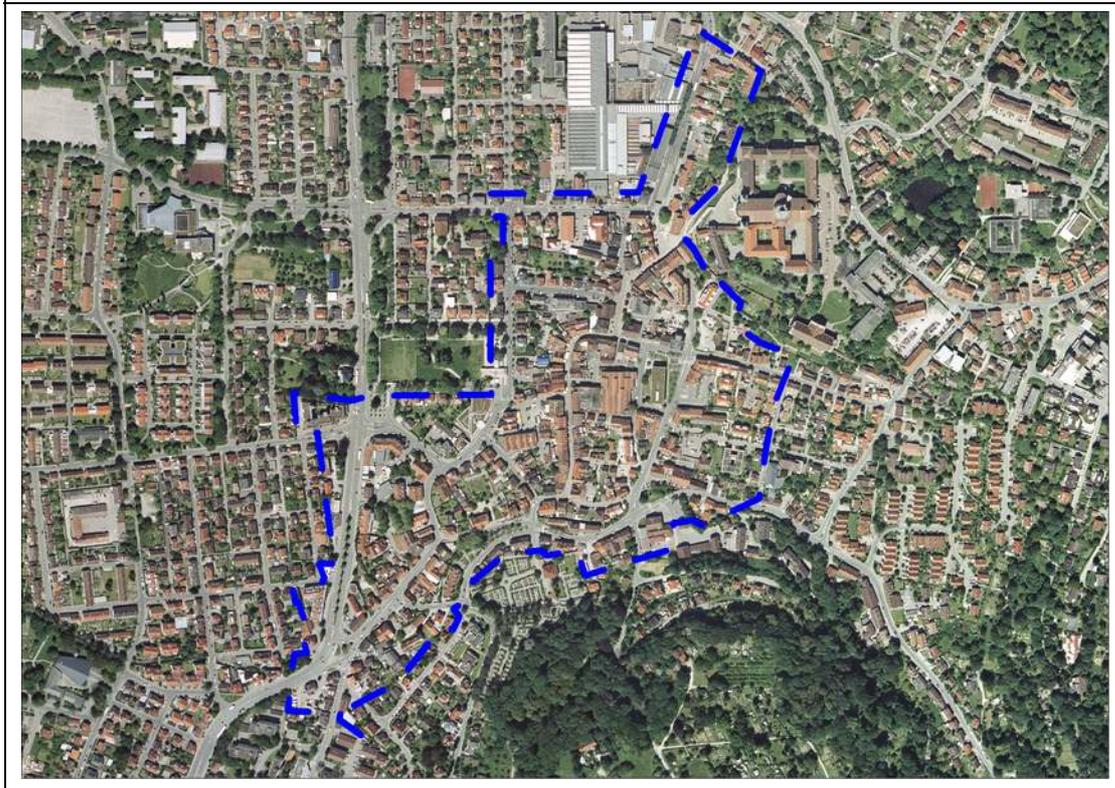
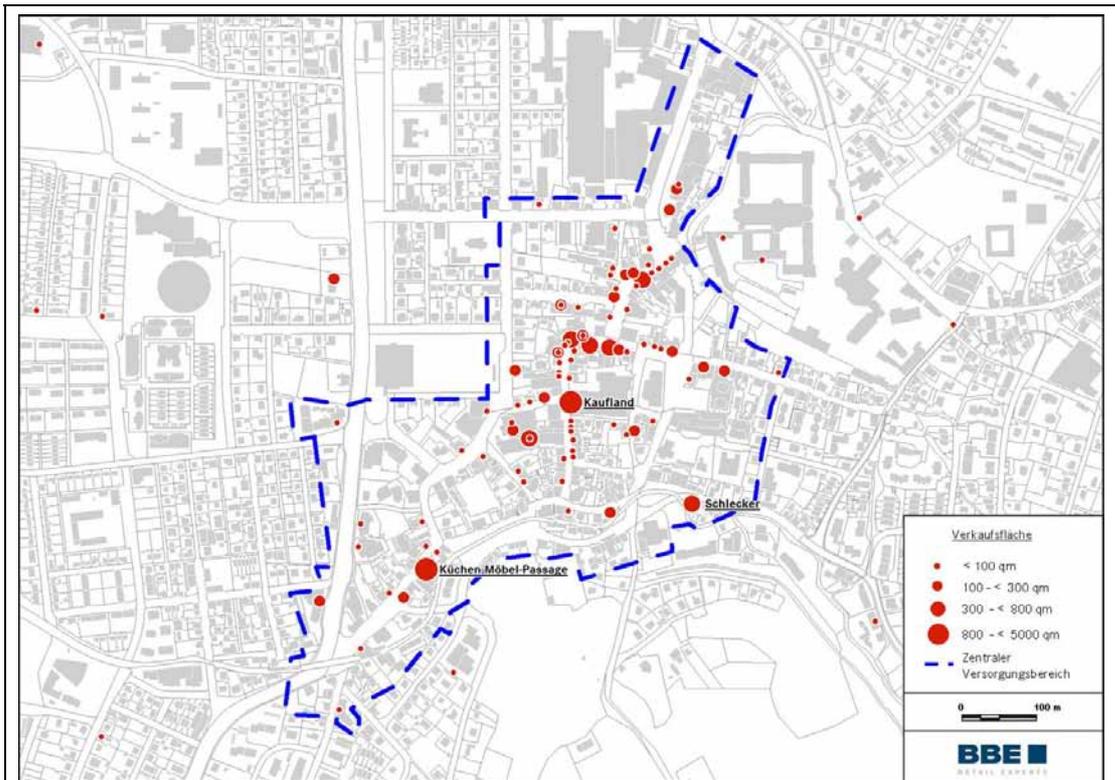
## 2.8 Weingarten

Mittelzentrum Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	22.987 Ew. 23.591 Ew. 21.983 Ew.
Siedlungsstruktur	Hochverdichtete Kernstadt sowie zwölf separat gelegene Wohnplätze mit geringer Einwohnerzahl (Stand 30.12. 2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	52.783 224
Sonstige relevante Strukturdaten	Größte deutsche Barockbasilika (Schwäbisch St. Peter), Blutritt	
Verkehrsanbindung	10.123 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 7.902 Einpendler / 5.503 Auspendler	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Direkter Bundesstraßenanschluss an die z.T. vierspurig ausgebauten B 32 (Hechingen – Wangen i. A.), B 30 (Ulm – Biberach a. d. Riß – Friedrichshafen), Anschluss an A 96 in rd. 22km  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Südbahn (Ulm – Friedrichshafen)	
Umsatz und Zentralität	2008 2015 (Prognose)	128,4 Mio. € 130,6 Mio. €
Einzelhandelsstruktur	Kaufkraftniveau	99,80
	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	136,0 Mio. € 106,0 %
	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	39.830 m <sup>2</sup> 9.075 m <sup>2</sup> 30.755 m <sup>2</sup>
	Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	1,69 m <sup>2</sup> /Ew. 0,38 m <sup>2</sup> /Ew. 1,30 m <sup>2</sup> /Ew.
	Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Nord (E) - Fachmarkttagglomeration Franz-Beer-Straße (E)	



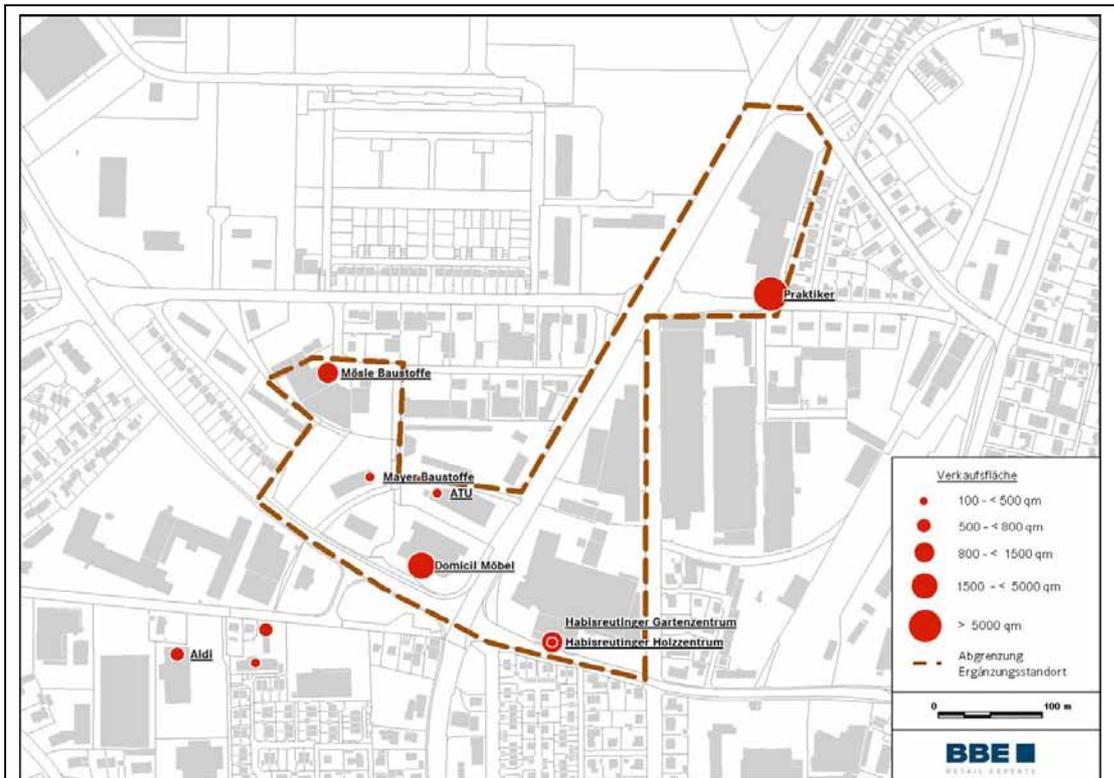
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Mittelzentrum für den Mittelbereich Weingarten																				
Standortprofil	<b>Innenstadt</b> <table border="1" style="float: right; margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">+</th> <th style="text-align: center;">Ø</th> <th style="text-align: center;">-</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Städtebauliche Integration</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aufenthaltsqualität</td> <td></td> <td style="background-color: #ffc107;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Pkw-Erreichbarkeit</td> <td></td> <td style="background-color: #ffc107;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Parkmöglichkeiten</td> <td style="background-color: #92d050;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		+	Ø	-	Städtebauliche Integration				Aufenthaltsqualität				Pkw-Erreichbarkeit				Parkmöglichkeiten			
		+	Ø	-																	
	Städtebauliche Integration																				
	Aufenthaltsqualität																				
	Pkw-Erreichbarkeit																				
Parkmöglichkeiten																					
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 13.080 m<sup>2</sup></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nahversorgungsrelevante Sortimente 3.795 m<sup>2</sup></li> <li>- zentrenrelevante Sortimente 7.990 m<sup>2</sup></li> <li>- sonstige Sortimente 1.295 m<sup>2</sup></li> </ul> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl Betriebe 97</li> <li>- Anzahl Leerstände 3</li> </ul> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kaufland 2.530 m<sup>2</sup></li> <li>- Küchen-Möbel-Passage 875 m<sup>2</sup></li> <li>- KiK 675 m<sup>2</sup></li> <li>- Mayer-Rosa Mode 570 m<sup>2</sup></li> <li>- Drogerie Müller 540 m<sup>2</sup></li> <li>- Takko 510 m<sup>2</sup></li> </ul>																				
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einkaufszentrum in Haupteinkaufsbereich mit frequenzerzeugender Wirkung (u.a. Kaufland, Takko, Kik, dm)</li> <li>• Gut dimensioniertes und kostengünstiges Parkangebot in unmittelbarer Innenstadtnähe</li> <li>• Zentraler Bushof in direkter Innenstadtlage</li> <li>• Städtebaulich attraktive Gestaltung u.a. des Platzbereiches „Löwenplatz“ in Kombination mit Angeboten aus Gastronomie und Kultur sowie des Bereiches am zentralen Bushof („Stadtgarten“)</li> <li>• Basilika als touristische Attraktion</li> </ul>																				
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebotslücken in einigen zentrenrelevanten Sortimenten bspw. Elektronik/Unterhaltungselektronik und Spielwaren</li> <li>• Neben den drei in der Innenstadt ansässigen, vor allem im unteren Preissegment agierenden Textilfachmärkten Kik, Takko und NKD würde ein großflächiges Bekleidungskaufhaus das Textilangebot im mittleren und oberen Preissegment abrunden</li> <li>• Zum Teil auffällige Unterbrechung der historischen Bausubstanz durch Gebäude aus den 1970er Jahren</li> </ul>																				
Entwicklungsperspektive	Dem Mittelzentrum Weingarten ist anzuraten, seine Magnetfunktion im zentrenrelevanten Sortiment Bekleidung auszuweiten und entsprechende Angebotsformate im Innenstadtbereich anzusiedeln.																				



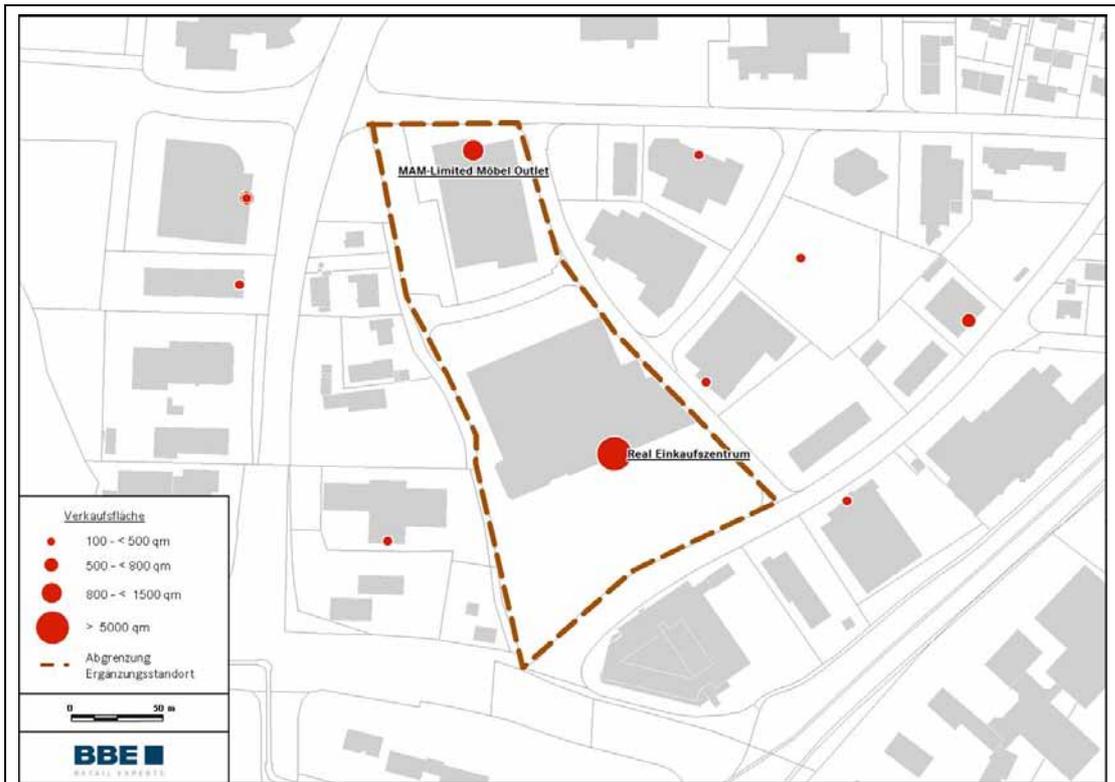
## Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Nord

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	10.235 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	155 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	810 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	9.270 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	9		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Praktiker	5.680 m <sup>2</sup>		
	- Domicil Möbel	1.600 m <sup>2</sup>		
	- Mööle Baustoffe	1.130 m <sup>2</sup>		
	- Habisreutinger Holzzentrum	1.005 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lockerer Standortverbund in Gewerbegebiet mit großer Angebotskompetenz im Baumarktsegment und dem entsprechender räumlicher Ausstrahlung</li> <li>• Für den motorisierten Individualverkehr gut zu erreichen</li> <li>• Einzelhandelsbetriebe mit jeweilig ausreichend dimensioniertem Parkraum</li> <li>• Gute Werbesichtanbindung von Praktiker, Domicil und Habisreutinger</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohes Verkehrsaufkommen auf überörtlich bedeutsamer Verkehrsachse Baienfurt-Ravensburg</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Das vorgehaltene Warenangebot wird auf die nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppen beschränkt. Eine Erweiterung des Verkaufsflächenangebotes von zentrenrelevanten Sortimenten ist auszuschließen.			



## Fachmarkttagglomeration Franz-Beer-Straße

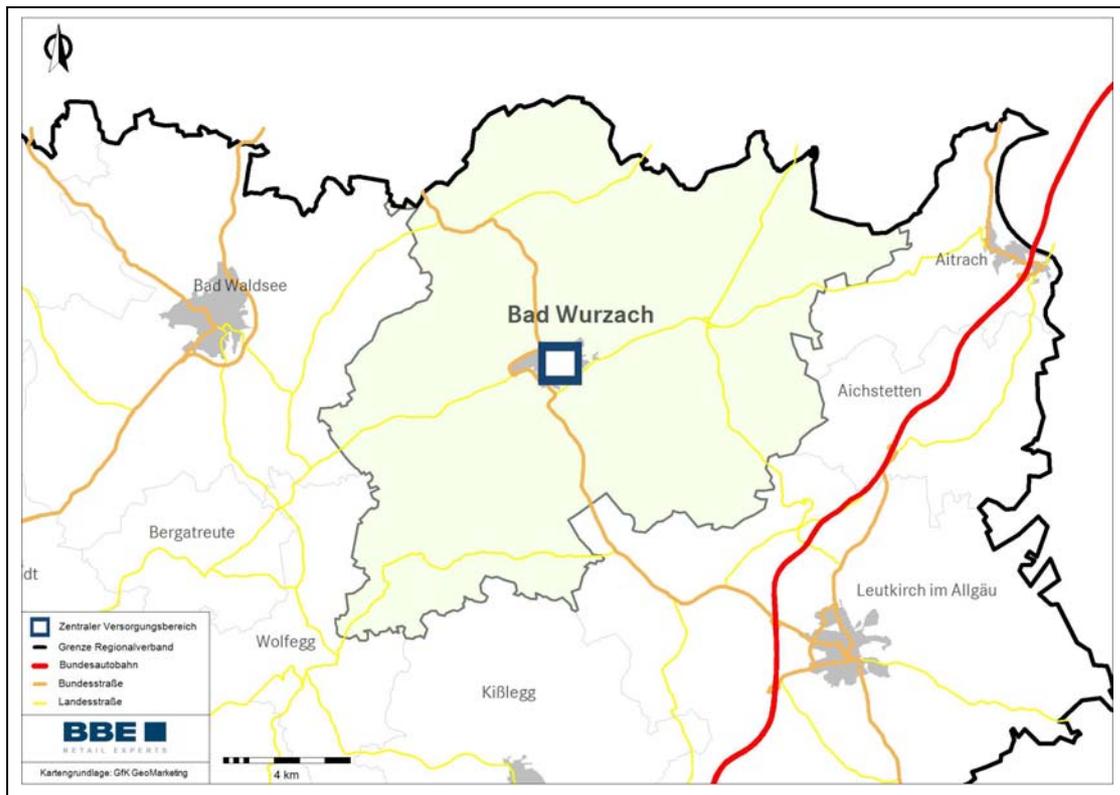
Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	6.880 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	4.395 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.390 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	1.095 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	7		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Real	5.700 m <sup>2</sup>		
	- MAM-Limited Möbel Outlet	1.000 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Real SB-Warenhaus besitzt als größter Anbieter im Nahrungs- und Genussmittelsegment in Weingarten bzw. im nördlichen Ravensburg eine hohe Ausstrahlung</li> <li>• Gute (überörtliche) Erreichbarkeit durch Nähe zum Kreuzungsbereich der Bundesstraßen B 30 und B 32</li> <li>• Groß dimensionierter, ebenerdig dem Gebäude vorgelagerter Parkplatz</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inzwischen in die Jahre gekommene Gebäudesubstanz, die sowohl von innen als auch von außen einer Modernisierung bedürfte</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf das derzeitige Angebot zu beschränken. Allenfalls in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



### **3    Unterzentren**

### 3.1 Bad Wurzach

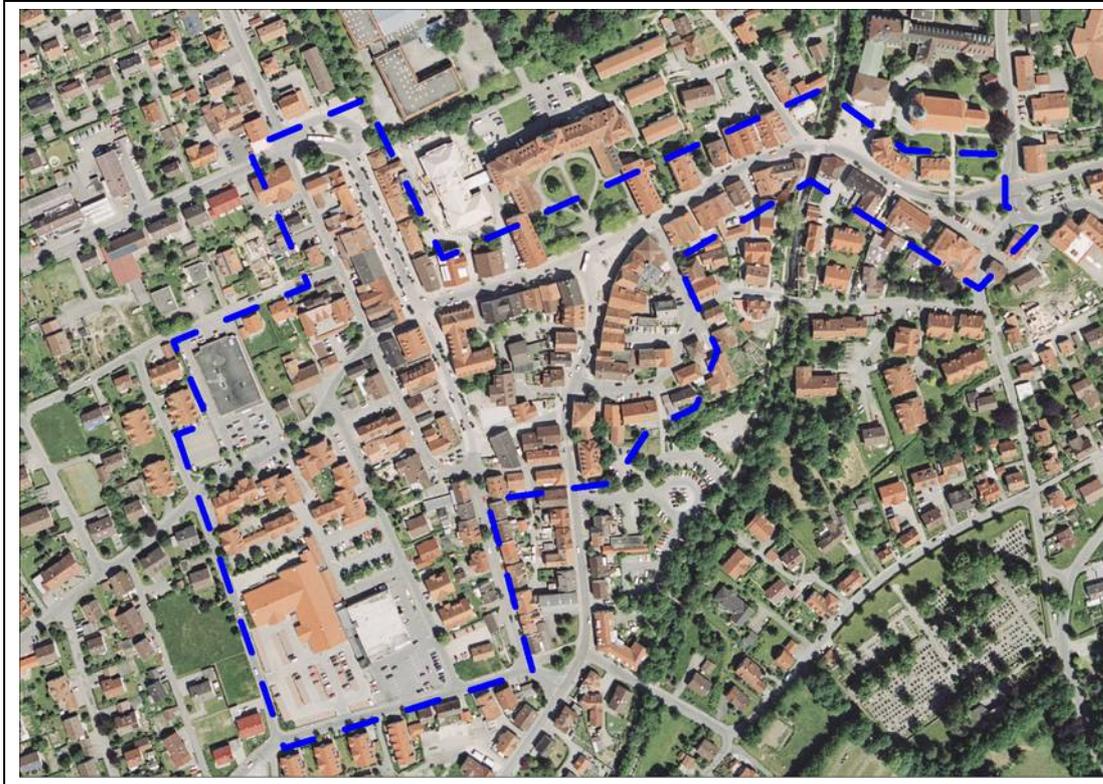
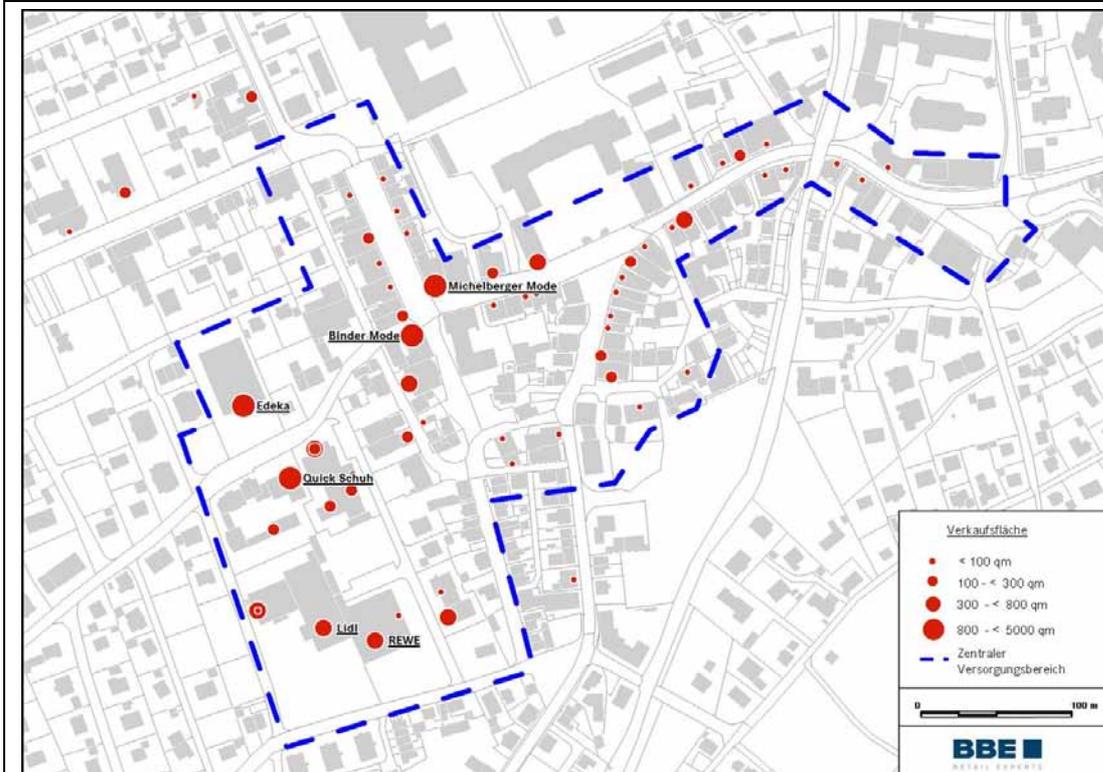
<p>Unterzentrum Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>12.822 Ew. 14.420 Ew. 14.859 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 5.460 Ew. sowie neun weitere umliegende Ortschaften mit jeweils rd. 750 bis 1.400 Ew. (Stand 30.06.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>154.883 1.074</p> <p>Vitalium Thermalbad, 103.000 Besucher (2007), Wurzacher Ried, Kureinrichtungen</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>2.984 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.157 Einpendler / 2.898 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 465 (Biberach a. d. RiB – Leutkirch i. A.), Anschluss an A 96 in rd. 13 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)</p> <p>Kaufkraftniveau</p>	<p>75,6 Mio. € 80,0 Mio. €</p> <p>96,19</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>69,9 Mio. € 92,4 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	<p>16.530 m<sup>2</sup> 6.040 m<sup>2</sup> 10.490 m<sup>2</sup></p> <p>1,15 m<sup>2</sup>/Ew. 0,42 m<sup>2</sup>/Ew. 0,73 m<sup>2</sup>/Ew.</p>



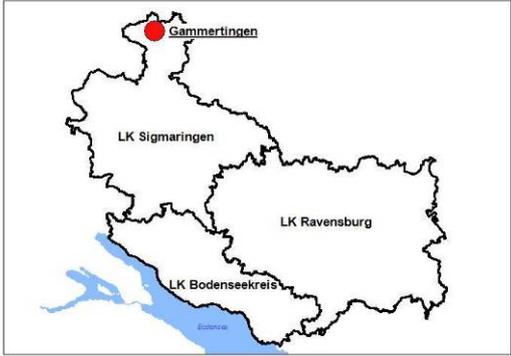
## Hauptzentrum Innenstadt

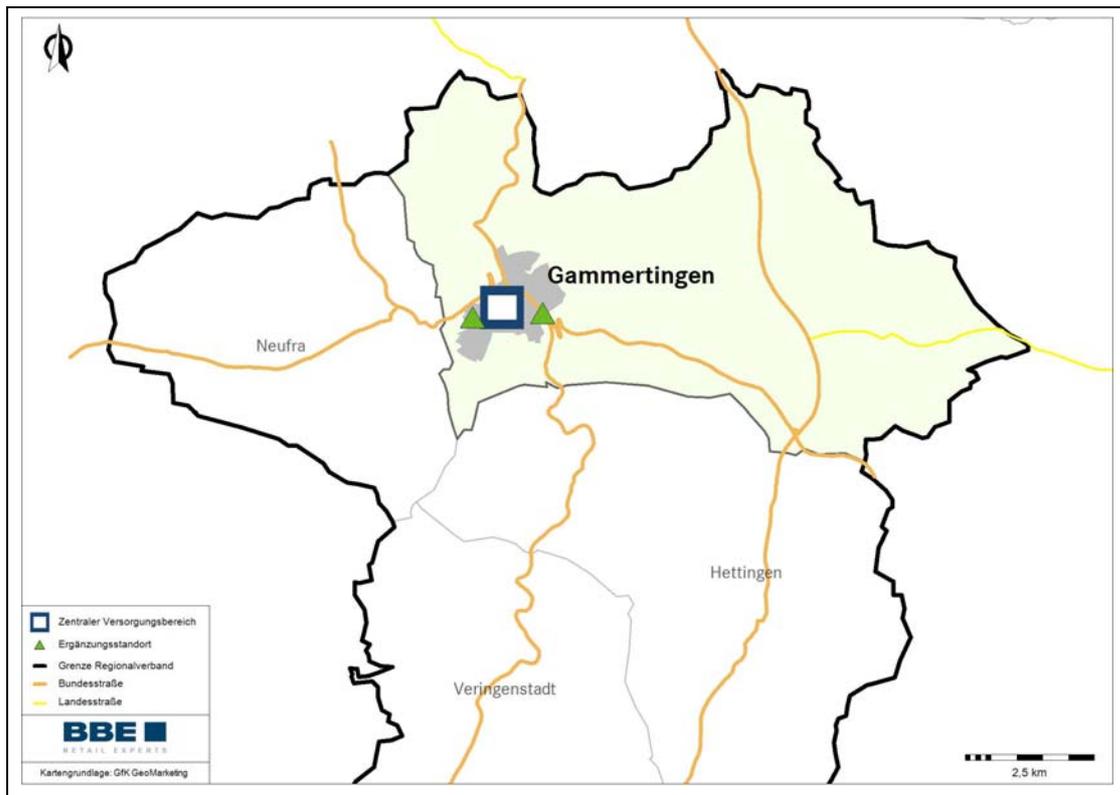
Versorgungsfunktion	Unterzentrum für die Gemeinde			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	11.870 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	3.810 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	7.865 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	195 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	62		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Michelberger	1.300 m <sup>2</sup>		
	- Binder Mode	1.220 m <sup>2</sup>		
- Edeka	850 m <sup>2</sup>			
- Quick Schuh	800 m <sup>2</sup>			
- Lidl	770 m <sup>2</sup>			
- Drogerie Müller	605 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitgemäße Laden- und Schaufenstergestaltung</li> <li>• Breite Bürgersteige im Haupteinkaufsbereich kompensieren die Freigabe für den motorisierten Individualverkehr (zulässige Höchstgeschwindigkeit: 20 km/h)</li> <li>• Verhältnismäßig starker Textilbesatz, v.a. durch die beiden lokalen Modehäuser Michelberger und Binder</li> <li>• Attraktive Kuranlagen sorgen für zusätzliche Kundenfrequenz für den Bad Wurzacher Einzelhandel</li> <li>• Schloss als zusätzliches touristische Attraktion</li> <li>• Mit Edeka, Rewe und Lidl sind gleich mehrere marktgerecht aufgestellte Nahversorger im Innenstadtbereich vorhanden – zudem sind ein Aldi und ein Edeka (Raiffeisenmarkt) fußläufig gut angebunden</li> <li>• Ausreichendes Parkraumangebot, zudem für Kurzparker kostenfrei</li> <li>• Zum Erhebungszeitpunkt konnte kein leerstehendes Ladenlokal festgestellt werden</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Räumliche Verteilung der vorhandenen Einzelhandel- und Dienstleistungsbetriebe bedingt eine weitläufigere Besatzstruktur</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Unterzentrum Bad Wurzach erfüllt seine ihm angedachte Versorgungsfunktion uneingeschränkt. Hier gilt es, den derzeitigen Einzelhandelsbestand</li> </ul>			

zu sichern und zukünftige Planungen im Innenstadtbereich umzusetzen (Positives Bsp.: Neubau Rewe-Supermarkt).



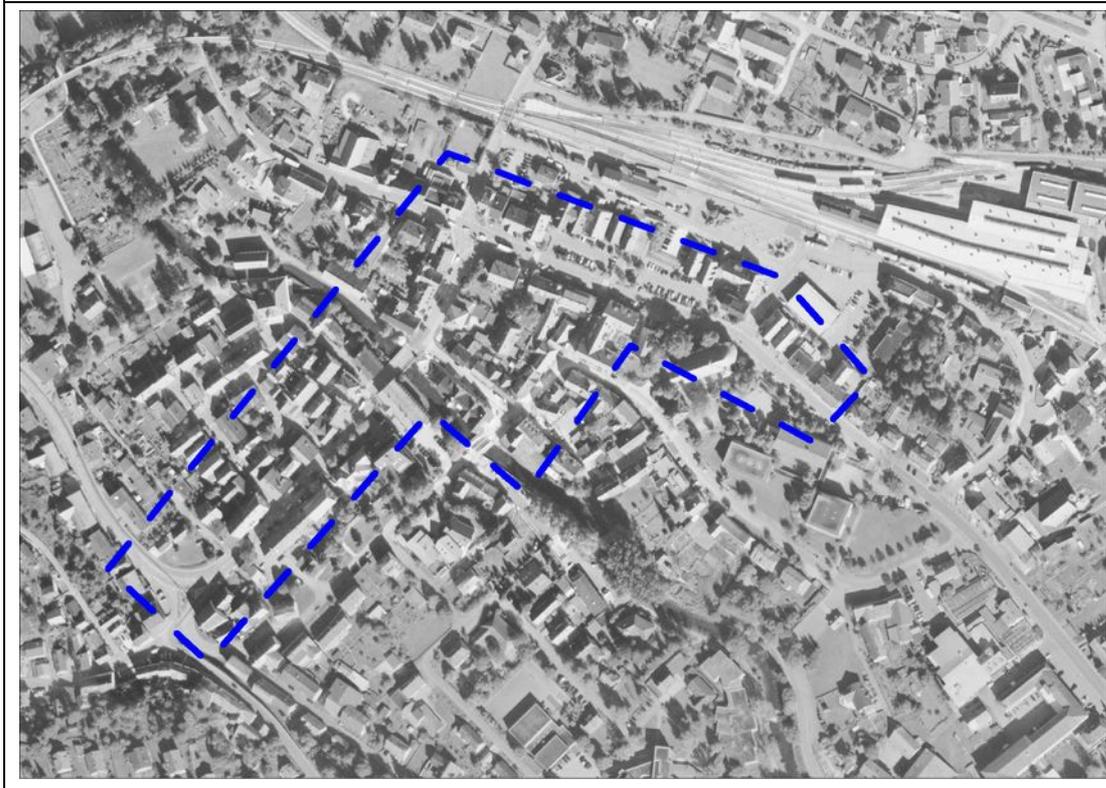
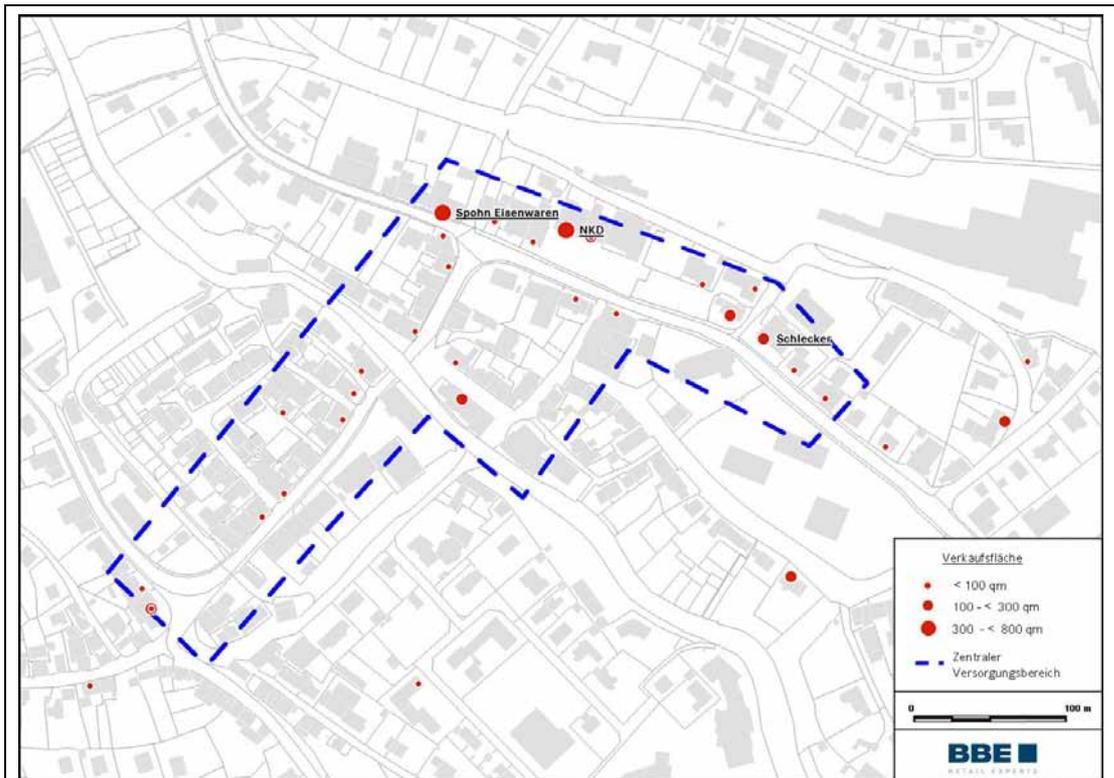
### 3.2 Gammertingen

Unterzentrum Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	6.498 Ew. 6.694 Ew. 6.513 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichtete Kernstadt mit rd. 4.910 Ew. sowie neun weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 250 bis 500 Ew. (Stand 31.12.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	2.401 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.465 Einpendler / 1.305 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesbahnanschluss an die B 32 (Hechingen - Sigmaringen - Ravensburg), B 313 (Reutlingen - Sigmaringen - Stockach) Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Zollern-Alb-Bahn 2 (Hechnigen - Sigmaringen)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose) Kaufkraftniveau	35,0 Mio. € 36,5 Mio. € 95,90
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	46,2 Mio. € 132,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Fachmarkttagglomeration Sigmaringer Straße (E) - Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Herdleäcker (E)	



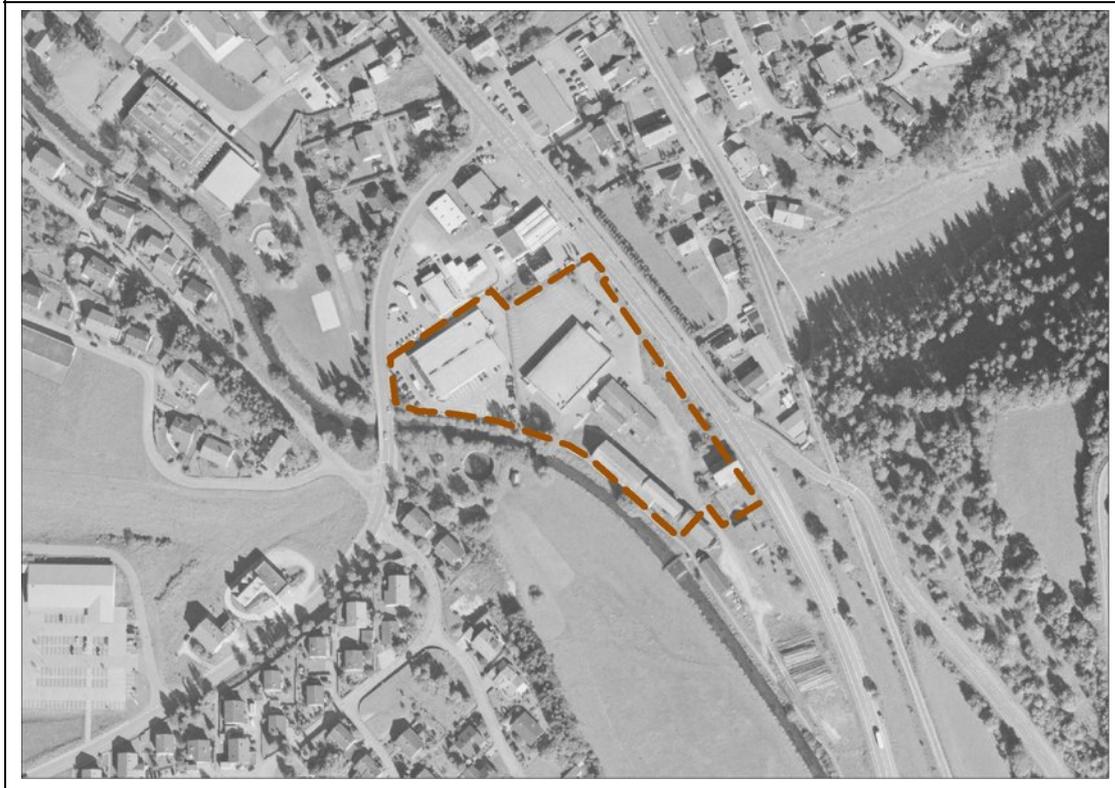
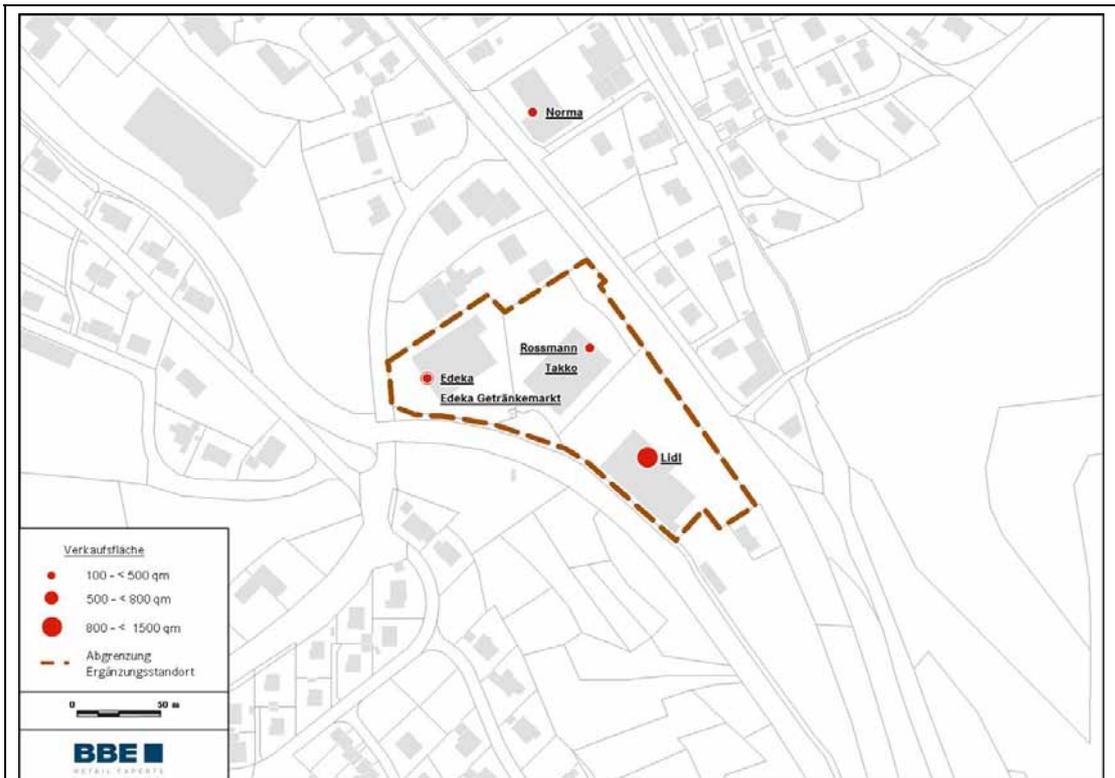
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Unterzentrum für die Gemeinden Gammertingen, Hettingen, Neufra und Veringenstadt		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.505 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	660 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	1.565 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	280 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe		28
	- Anzahl Leerstände		5
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Spohn Eisenwaren	610 m <sup>2</sup>	
	- NKD	350 m <sup>2</sup>	
	- Schlecker	150 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ebenerdiges, kostenfreies und ausreichend dimensioniertes Parkangebot in Ortsmitte</li> <li>• Zentrale Platzsituation mit Einzelhandelsangeboten, Gastronomie und Dienstleistern</li> <li>• Einladendes Gastronomieangebot an der Lauchert</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kein Lebensmittelanbieter im Ortszentrum (mehr) vorhanden</li> <li>• Außer durch den Textildiscounter NKD werden kaum Angebote aus den mittelfristigen Bedarfsbereichen vorgehalten</li> <li>• Leerstandsituation in den Randbereichen, v.a. in der Hohenzollernstraße</li> <li>• Relativ hoher Durchgangsverkehr entlang der B 32, dadurch insgesamt auch nur geringe Aufenthaltsqualität des Innenstadtbereiches</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Das Unterzentrum Gammertingen soll seine Nahversorgungsfunktion im zentralen Versorgungsbereich verbessern. Die (Wieder-) Ansiedlung eines Lebensmittelanbieters sollte diesbezüglich angestrebt werden.		



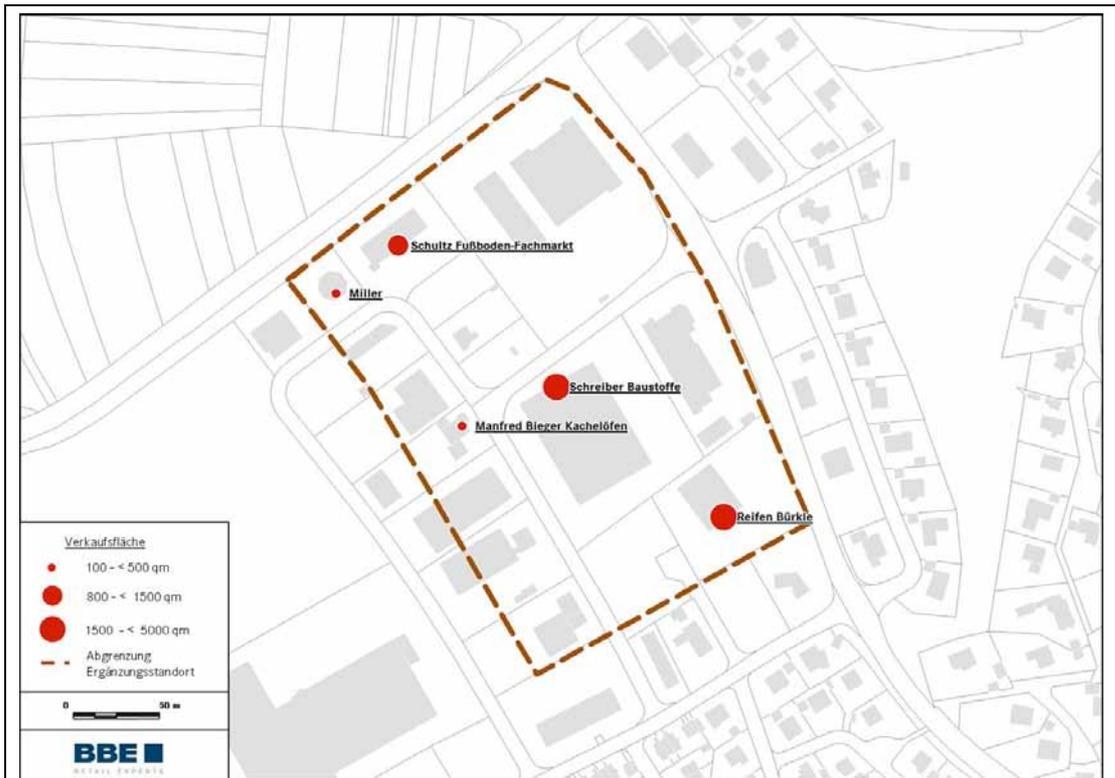
## Fachmarkttagglomeration Sigmaringer Straße

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.965 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	2.120 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	725 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	120 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	7		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Lidl	865 m <sup>2</sup>		
	- Edeka	890 m <sup>2</sup>		
	- Takko	520 m <sup>2</sup>		
	- Rossmann	400 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direkt am Ortseingang an der Bundesstraße B 32 gelegen</li> <li>• Bedeutendster Nahversorgungsschwerpunkt in der Gemeinde (Lidl, Edeka und Rossmann)</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leichte Hanglage</li> <li>• Edeka nicht über gemeinsamen Parkplatz von Lidl, Takko und Rossmann erreichbar, sondern nur über die Europastraße anfahrbar</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf das derzeitige Angebot zu beschränken. Allenfalls in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			

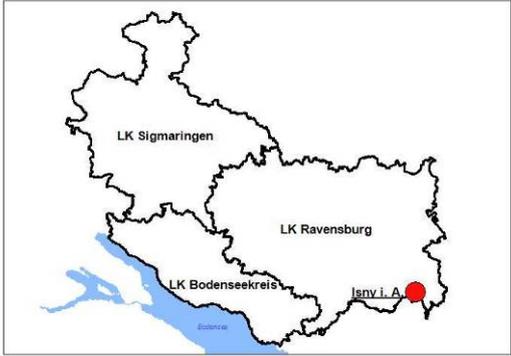


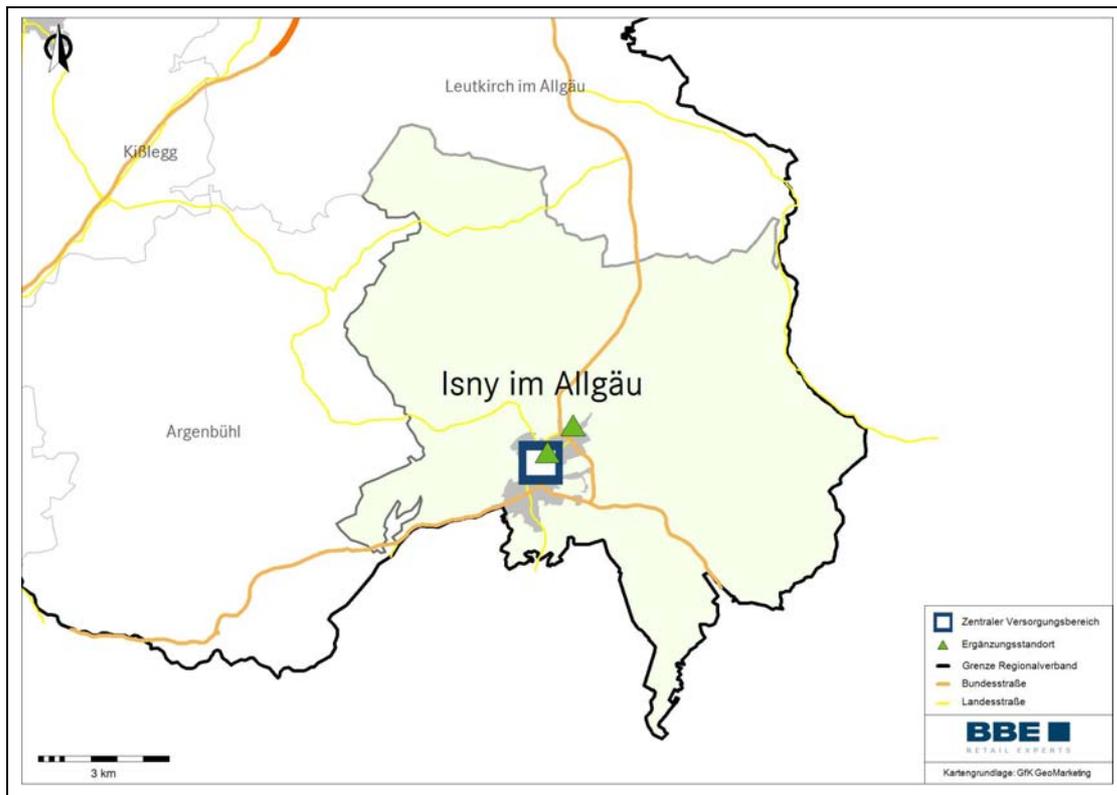
## Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Herdleäcker

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.980 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	35 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	460 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	1.485 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Schultz Fußbodenfachmarkt	890 m <sup>2</sup>		
	- Schreiber Baustoffe	800 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• An der Bundesstraße B 32 zwischen Neufra und Gammertingen gelegen</li> <li>• Hohe Angebotskompetenz in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten Baumarkt und Bodenbeläge</li> <li>• Ausreichende Parkangebote vor den jeweiligen Einzelhandelsbetrieben</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. Allenfalls im nicht zentrenrelevanten Bau- und Gartenmarktsegment sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



### 3.3 Isny i. A.

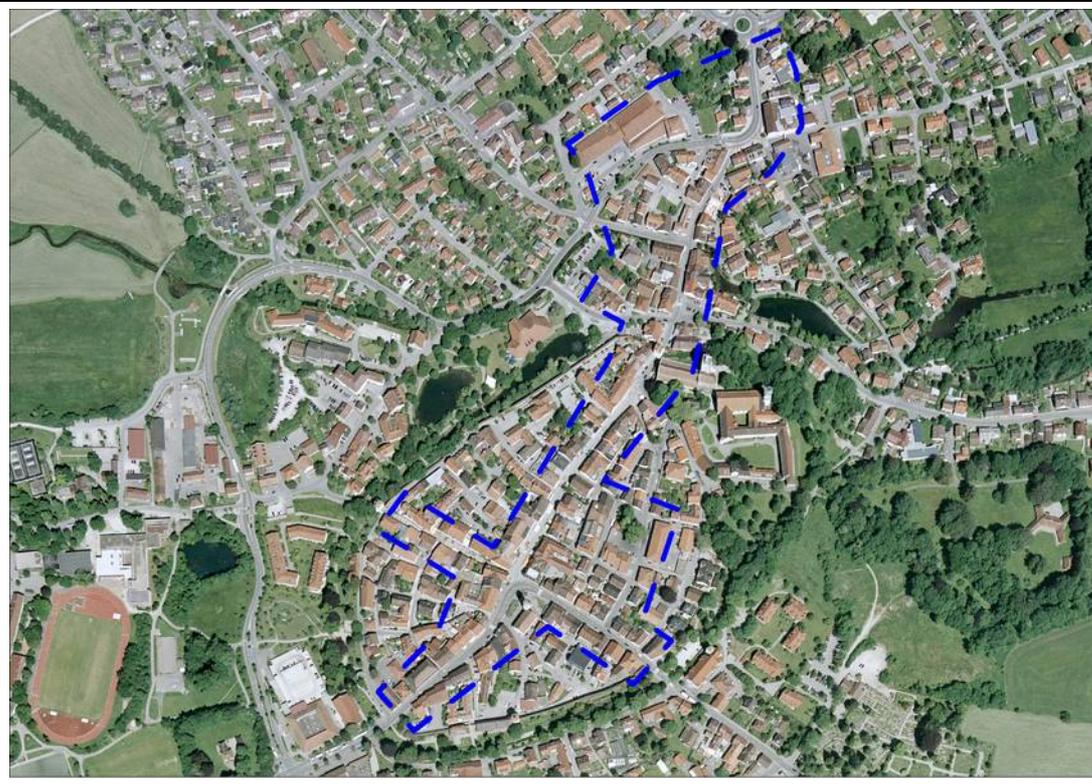
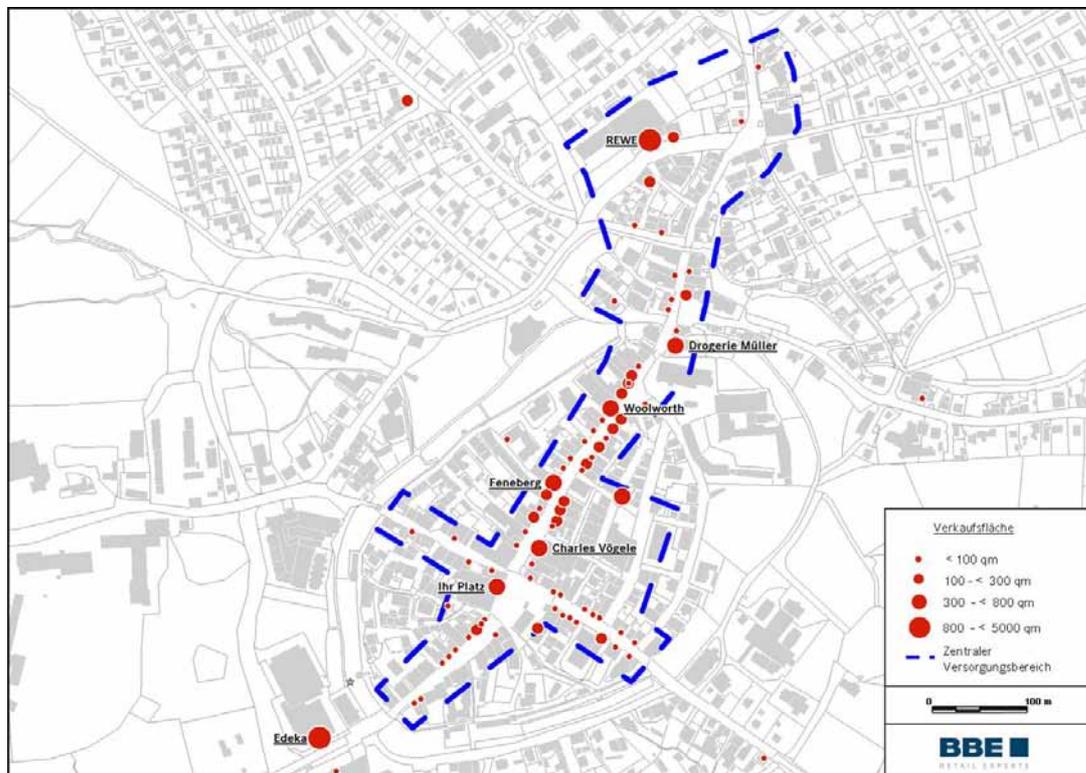
<p>Unterzentrum Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>13.868 Ew. 14.623 Ew. 13.676 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 9.310 Ew. sowie vier weiter untergliederte Ortschaften mit jeweils rd. 720 bis rd. 1.380 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p> <p>Schloss Isny, Kureinrichtungen</p>	<p>456.869 3.124</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>6.551 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 3.713 Einpendler / 1.812 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 12 (Kempten i. A. - Lindau), Anschluss an A 96 in rd. 16 km Zentraler Omnibus-Bahnhof</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>77,5 Mio. € 78,3 Mio. €  97,17</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>105,5 Mio. € 136,2 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Fachmarkttagglomeration Am Bühlberg (E) - Fachmarkttagglomeration Achener Weg/Leutkircher Straße (E)</p>	



## Hauptzentrum Innenstadt

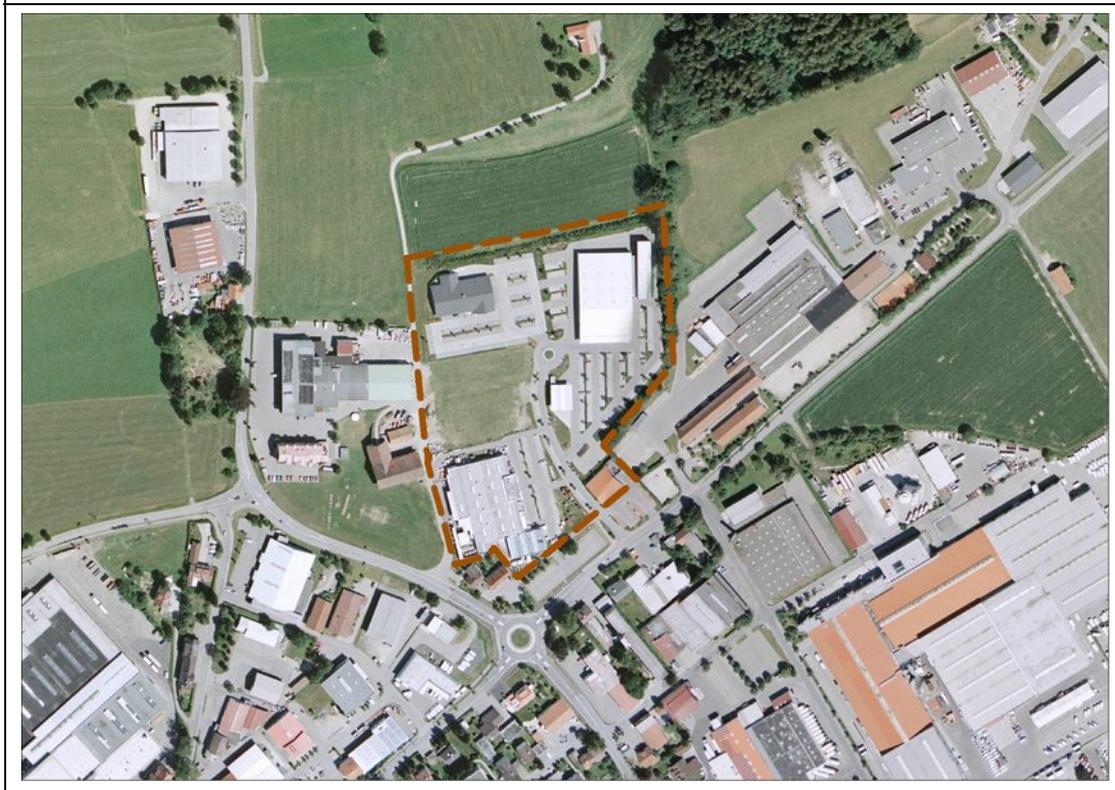
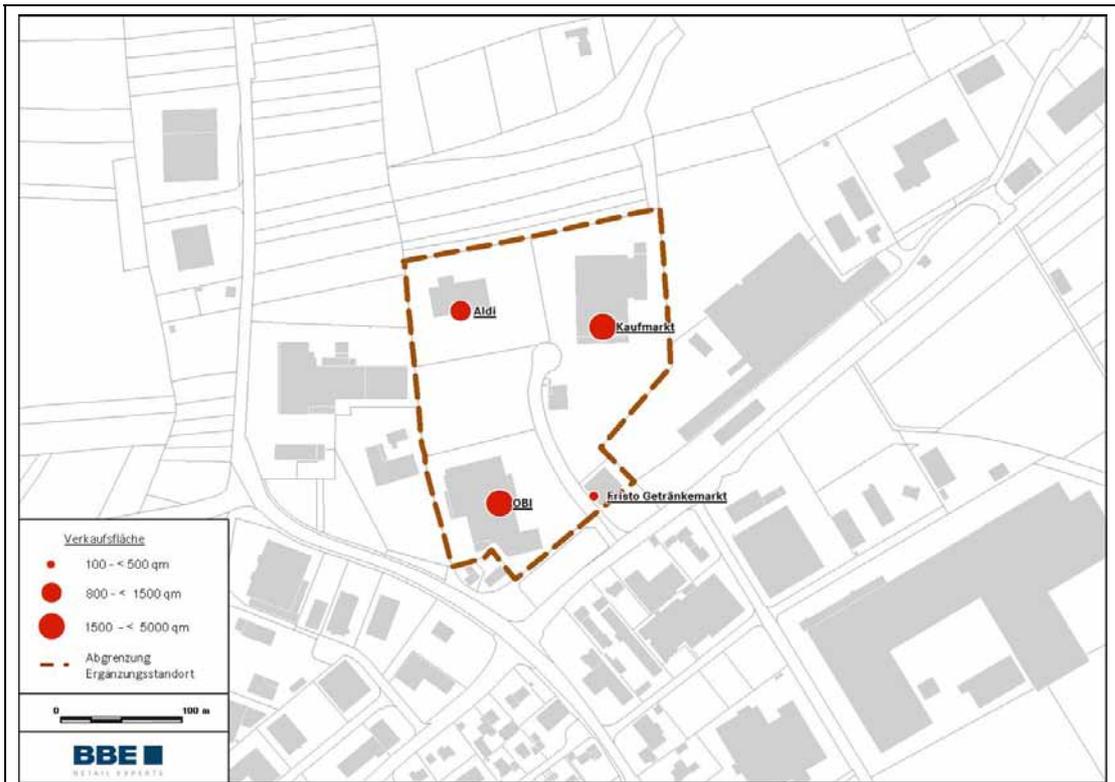
Versorgungsfunktion	Unterzentrum für die Gemeinde			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	10.115 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	3.200 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	6.100 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	815 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	87		
	- Anzahl Leerstände	3		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- REWE	1.200 m <sup>2</sup>		
	- Möbel Haas	720 m <sup>2</sup>		
- Charles Vögele	720 m <sup>2</sup>			
- Drogerie Müller	600 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit dem Modehaus Vögele sowie der Drogerie Müller verfügt Isny über zwei Frequenzbringer</li> <li>• Insgesamt verfügt der Isnyer Einzelhandel über ein starkes Bekleidungs- und Schuhangebot, darunter bundesweit agierende Modefilialisten</li> <li>• Haupteinkaufsbereich ist als Fußgängerzone verkehrsberuhigt und besitzt ein großes Angebot sowohl an Einzelhandels- als auch an gastronomischen Betrieben</li> <li>• Interessanter Branchen- und Betriebstypenmix, der ein breites, allerdings oftmals nicht sehr tiefes Angebot vorhält</li> <li>• Städtebaulich ansprechendes Erscheinungsbild, sowohl der Gebäude als auch der Stadtmöblierung</li> <li>• Sowohl durch den motorisierten Individual-, als auch den öffentlichen Personennahverkehr gut erschlossen</li> </ul>			
	Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im an den Versorgungsbereich angrenzenden unteren Bereich (zwischen Kino „Neues Ringtheater“ und Schlecker) der Obertorstraße relativ hoher Anteil leerstehender Immobilien – v.a. ehemalige gastronomisch genutzte Flächen</li> <li>• Deutliche Zäsur durch die im südöstlichen Bereich verlaufende, vielbefahrene B 12, die eine Ausweitung des Haupteinkaufsbereichs in diese Richtung beschränkt</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Einzelhandelsbestand sollte bezüglich Sortiments- und Betriebstypenvielfalt langfristig gesichert werden. Mittelfristig sind v.a. im südöstlichen</li> </ul>		
	Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Einzelhandelsbestand sollte bezüglich Sortiments- und Betriebstypenvielfalt langfristig gesichert werden. Mittelfristig sind v.a. im südöstlichen</li> </ul>		

Bereich der Innenstadt, entlang der Obertor- und Bergtorstraße, die größten Entwicklungsmöglichkeiten. Aus einer möglichen Verlagerung der B 12 ergeben sich dazu verbesserte Chancen.



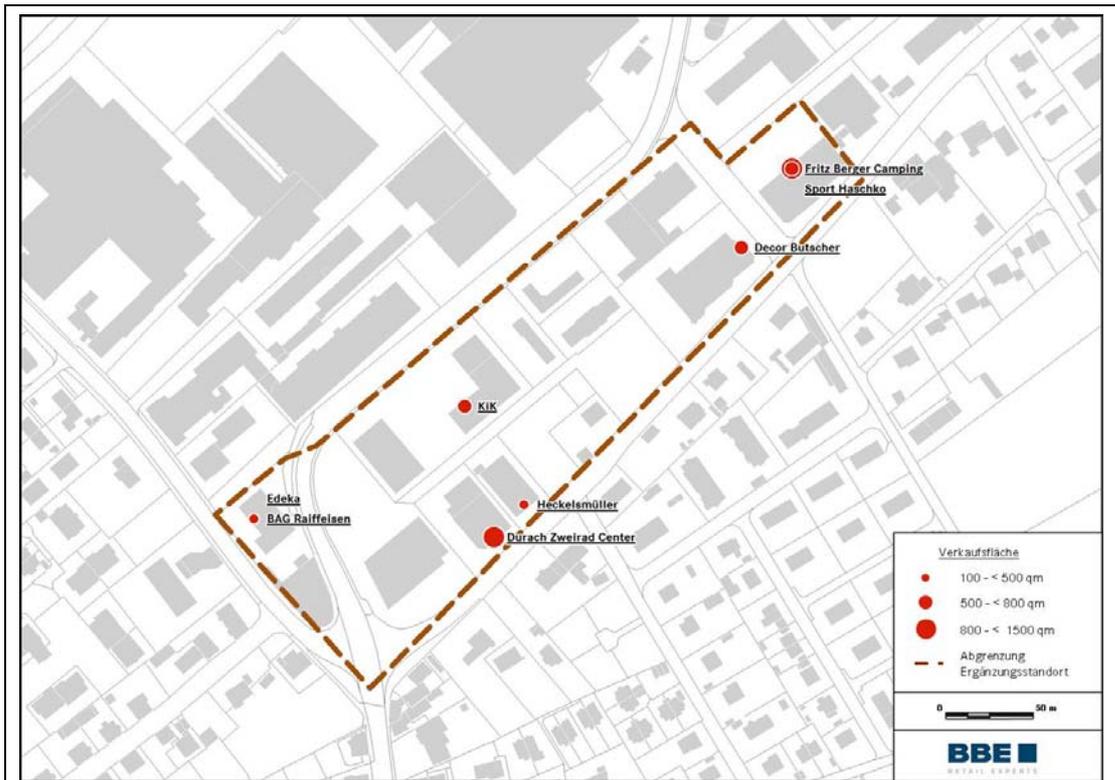
## Fachmarkttagglomeration Am Bühlberg

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	7.215 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	2.830 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.000 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	3.385 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- OBI	3.730 m <sup>2</sup>		
	- Kaufmarkt	2.300 m <sup>2</sup>		
- Aldi	800 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Aldi Discounter und dem Kaufmarkt Verbrauchermarkt bedeutendster Lebensmittelstandort in Isny</li> <li>• Darüber hinaus ist der einzige (großflächige) Baumarkt Isnys ebenfalls dort ansässig</li> <li>• Insgesamt ergibt sich ein hohes Agglomerationspotenzial des Standortes, zumal sich der Ergänzungsstandort „Achener Weg/Leutkircher Straße“ nur wenige hundert Meter entfernt befindet</li> <li>• Verkehrlich gut zu erreichen, da mit der L 318 die Verbindungsstraße von/nach Leutkirch direkt am Standortverbund vorbeiführt</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf das derzeitige Angebot zu beschränken. Allenfalls in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



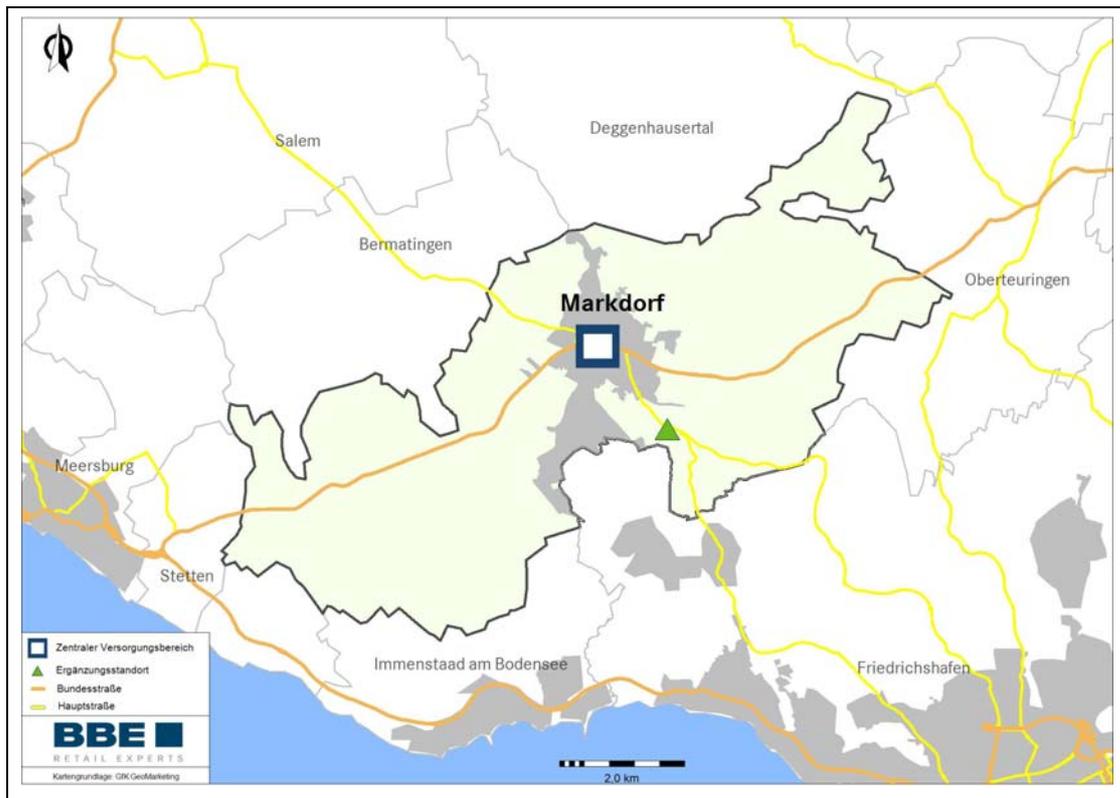
## Fachmarkttagglomeration Achener Weg/Leutkircher Straße

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel		
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	5.435 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	485 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	4.385 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	565 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	14	
	- Anzahl Leerstände	0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Fritz Berger Camping	1.380 m <sup>2</sup>	
	- Durach Zweirad Center	960 m <sup>2</sup>	
	- Decor Butscher	720 m <sup>2</sup>	
	- KiK	700 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebotskompetenz vor allem in den Bereichen Sport, Camping und Fahrrädern</li> <li>• Innerstädtisch verkehrstechnisch gut erschlossen; zwei Bushaltestellen in jeweils rd. 200 m Entfernung</li> <li>• Räumliche Nähe sowohl zu Innenstadt als auch zu Ergänzungsstandort „Am Bühlberg“ (u.a. Obi, Kaufmarkt, Aldi)</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilweise eher gering dimensioniertes Parkraumangebot</li> <li>• Direkte Anbindung an überörtlich bedeutsamen Verkehrsweg nicht gegeben</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf das derzeitige Angebot zu beschränken. Allenfalls in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.		



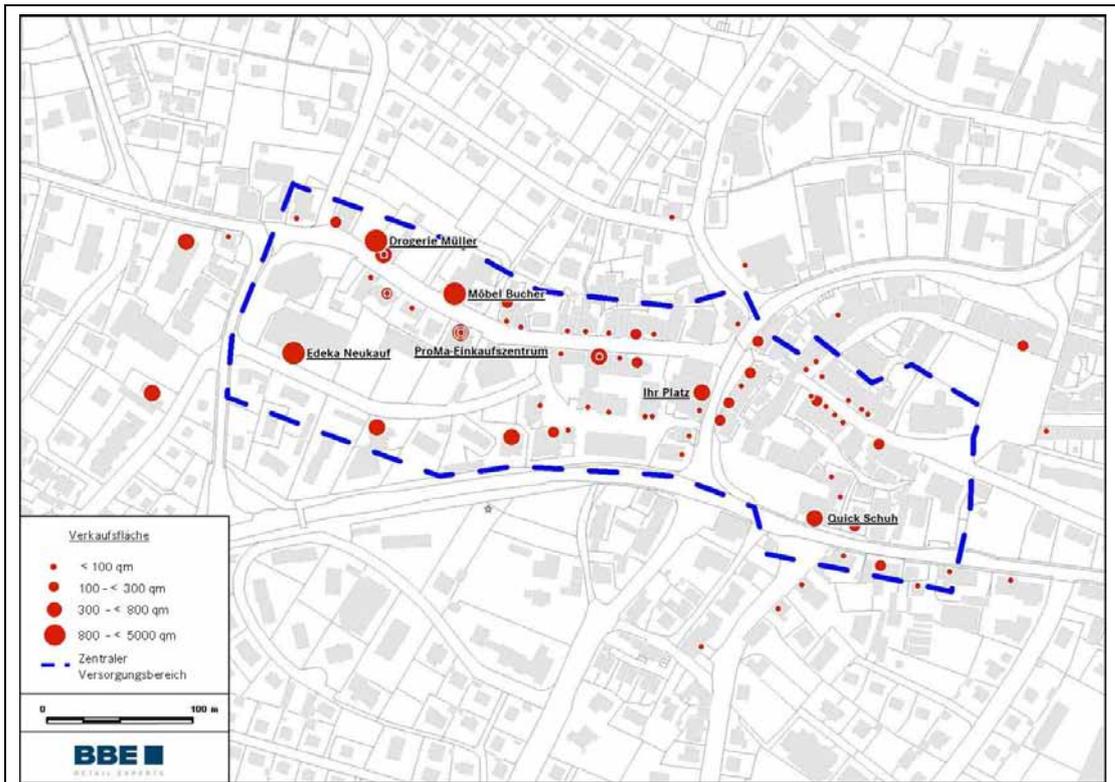
### 3.4 Markdorf

Unterzentrum Landkreis Bodenseekreis		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	11.008 Ew. 12.692 Ew. 12.187 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichtete Kernstadt mit rd. 10.080 Ew. sowie zwei weiter untergliederte Ortschaften mit jeweils rd. 700 und rd. 1.920 Ew. (Stand 31.12.2006)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)  Bischofsschloss	95.814 755
Sonstige relevante Strukturdaten	4.483 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 3.190 Einpendler / 3.254 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 33 (Ravensburg - Meersburg) Über die L 328 b Anschluss an Friedrichshafen in rd. 12 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell - Lindau)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	76,1 Mio. € 78,2 Mio. €  109,96
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	110,9 Mio. € 145,7 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkte - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB) - Solitärstandort Baumarkt Schneider (E)	



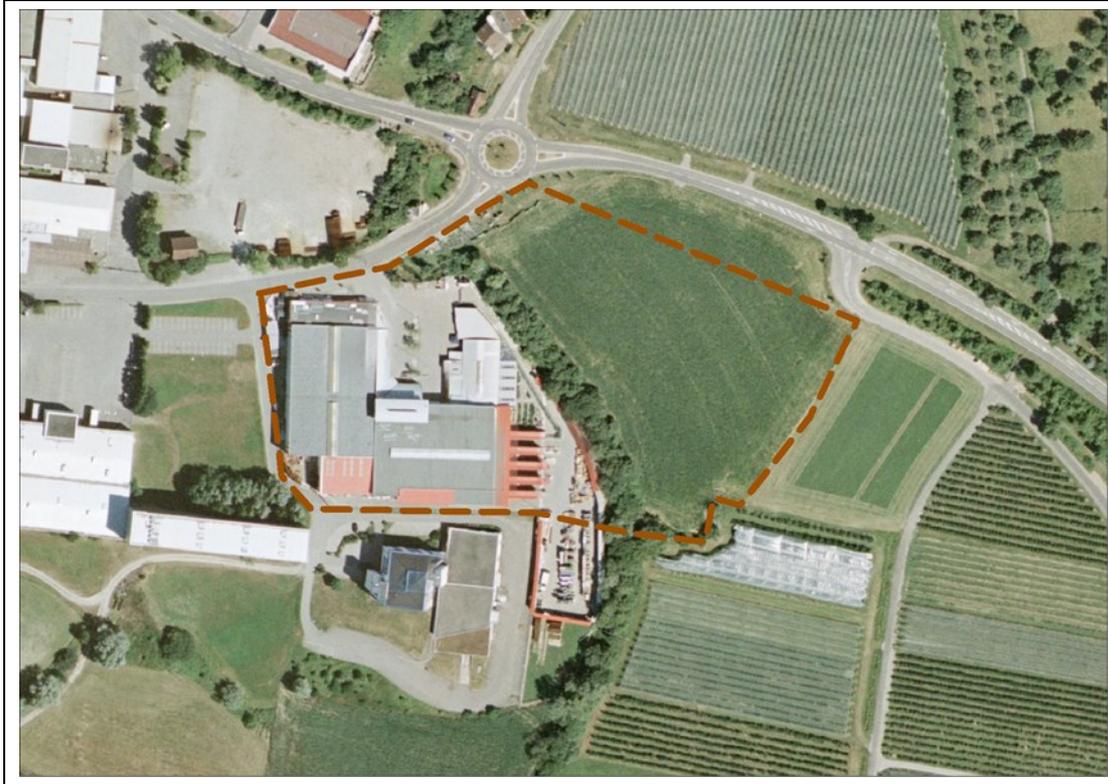
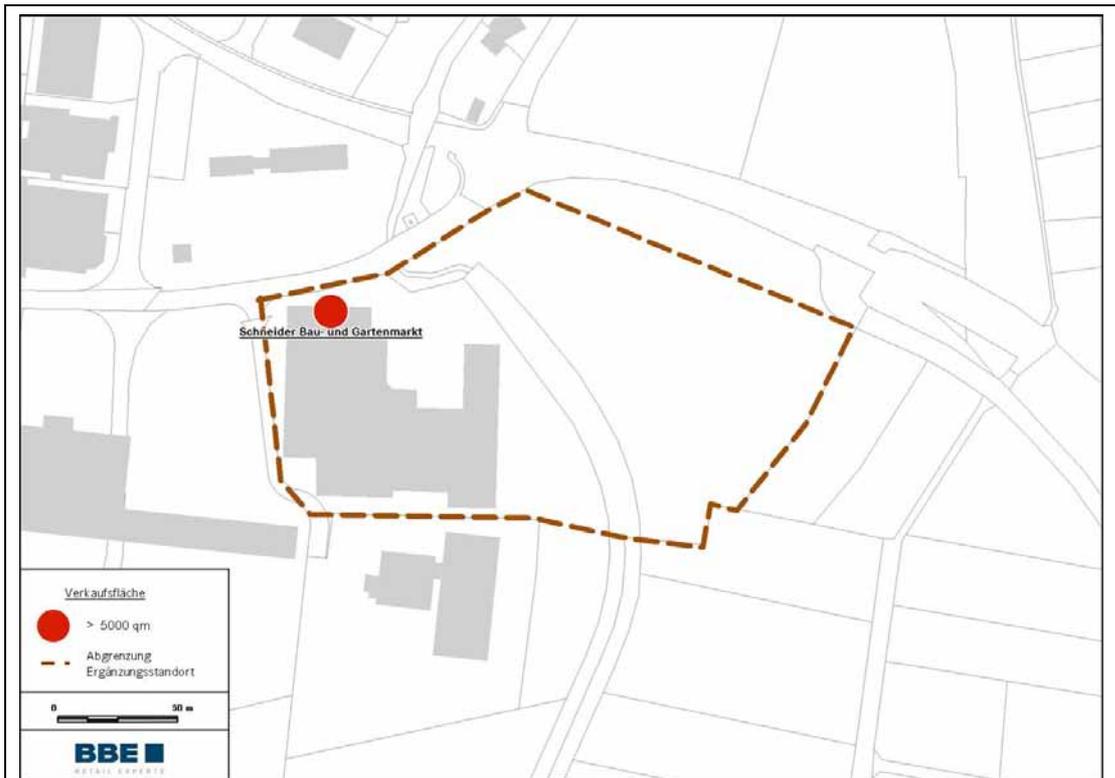
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Unterzentrum für die Gemeinden Markdorf, Bermatingen, Deggenhausertal und Oberteuringen		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 12.075 m<sup>2</sup></p> <p>- nahversorgungsrelevante Sortimente 2.850 m<sup>2</sup></p> <p>- zentrenrelevante Sortimente 7.180 m<sup>2</sup></p> <p>- sonstige Sortimente 2.045 m<sup>2</sup></p> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <p>- Anzahl Betriebe 78</p> <p>- Anzahl Leerstände 2</p> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <p>- Möbel Bucher 1.500 m<sup>2</sup></p> <p>- Edeka Neukauf 1.155 m<sup>2</sup></p> <p>- Drogerie Müller 1.100 m<sup>2</sup></p> <p>- Keilbach Mode 450 m<sup>2</sup></p> <p>- Küchen Krall 450 m<sup>2</sup></p>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderne, wertige Architektur im westlichen Bereich der Innenstadt (Bsp. ProMa-Einkaufszentrum)</li> <li>• Frequenzbetriebe im westlich gelegen Teil, bspw. Drogerie Müller, Edeka und ProMa-Einkaufszentrum</li> <li>• Hoher Besatz an Modefilialisten im Nebeneinander mit inhabergeführten Fachgeschäften - somit insgesamt hohe Einkaufsattraktivität</li> <li>• Vermarktung des Marktdorfer Einzelhandels (u.a. durch den Einzelhandelsführer)</li> <li>• Kostenfreies Parken</li> <li>• Gute Erreichbarkeit des Innenstadtbereichs für den motorisierten Individualverkehr</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zweiteilung der Marktdorfer Innenstadt: Im Osten die an Funktion verlierende Altstadt und im Westen der tatsächliche Haupteinkaufsbereich</li> <li>• Leerstandsituation im Bereich Marktstraße (Altstadt)</li> <li>• Deutliche Zäsur durch den (vielfahrenen) Stadtgraben sowie die B 33</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch die Realisierung der Ortsumfahrung Markdorf wäre eine Entwicklung des Innenstadtbereiches in Richtung Süden mittelfristig möglich.</li> </ul>		

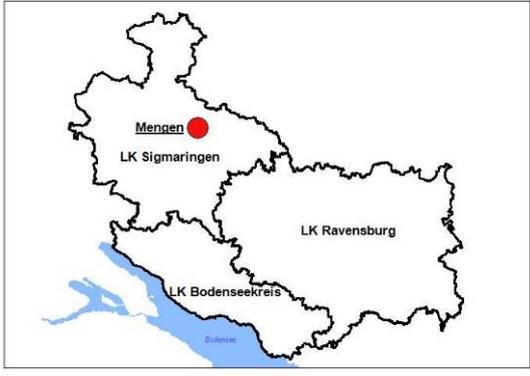


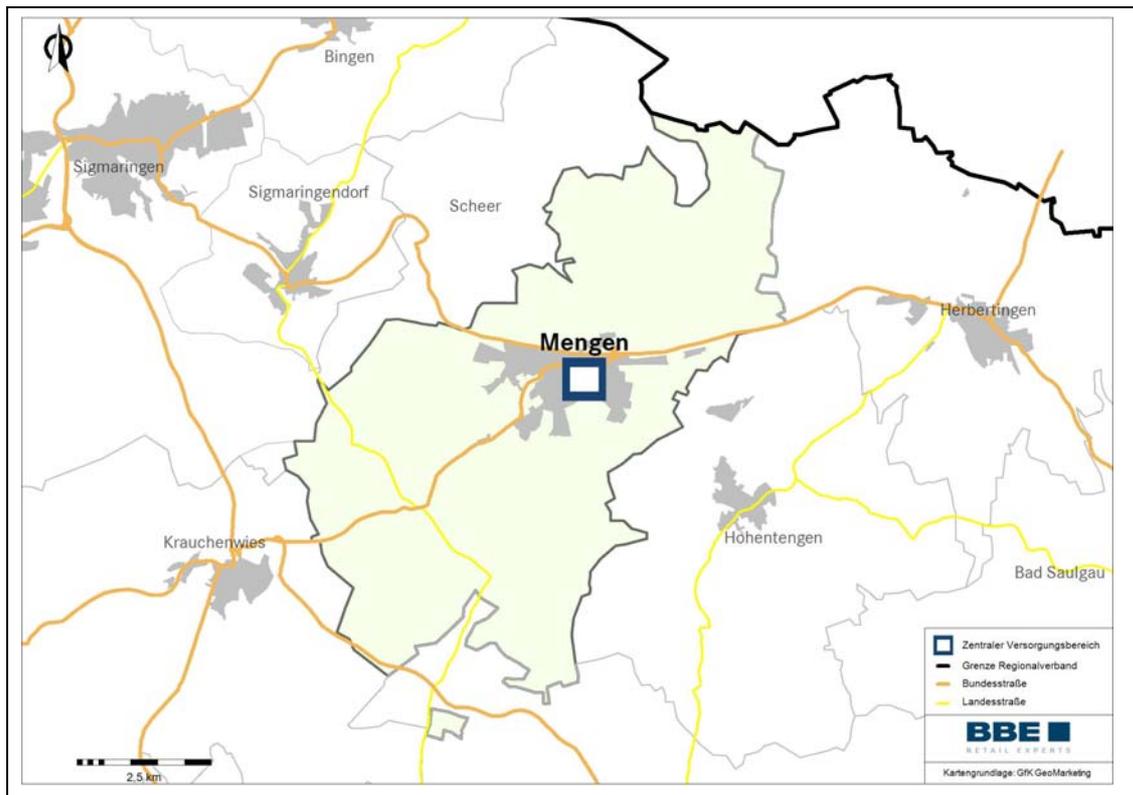
## Solitärstandort Baumarkt Schneider

Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	9.050 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	400 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	8.650 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	1		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Schneider Bau- und Gartenmarkt	9.050 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einziger (großflächiger) Baumarkt in Markdorf, der mit rd. 9.000 qm auch zukünftig marktgerecht aufgestellt sein wird</li> <li>• Ausreichendes Parkraumangebot</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinerlei Agglomerationseffekte, da Standort in Solitärlage</li> <li>• Schlechte Werbesichtanbindung durch Randlage innerhalb eines Gewerbegebietes</li> <li>• Bundesstraße erst in rd. 1,3 km Entfernung, allerdings über die L 207 an einer überörtlich bedeutsamen Straße (von/nach Immenstaad) gelegen</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. Allenfalls im nicht zentrenrelevanten Bau- und Gartenmarktsegment sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



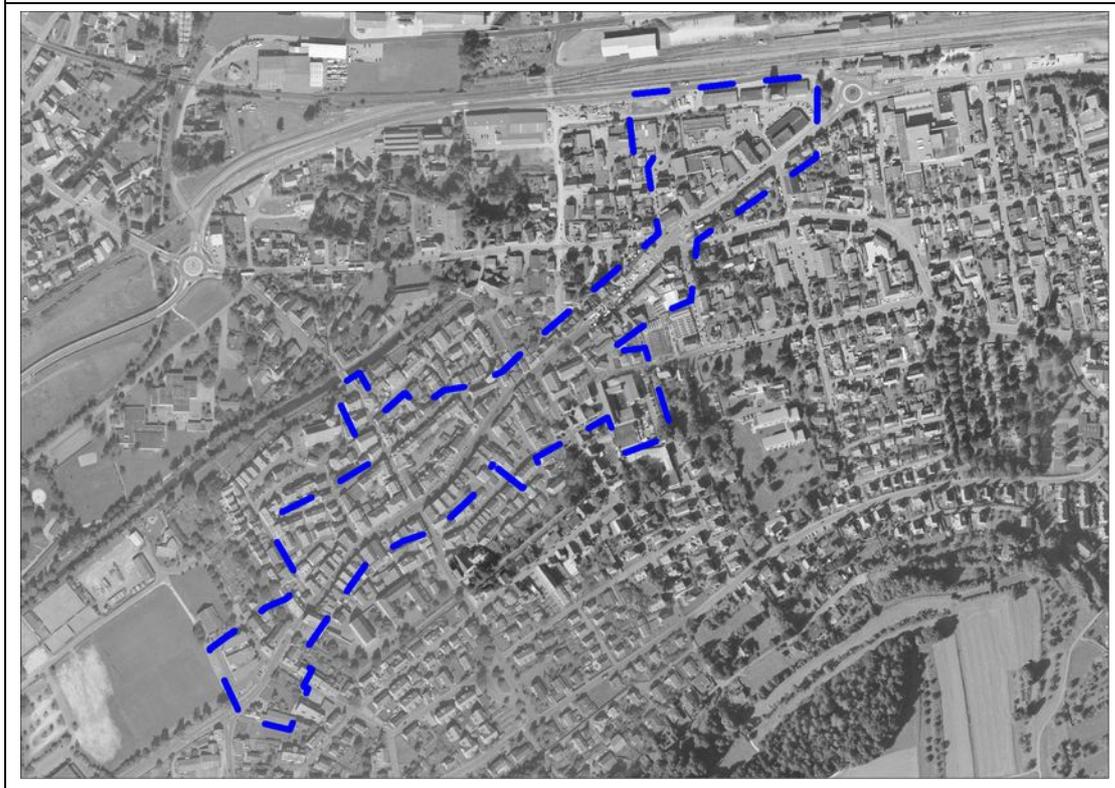
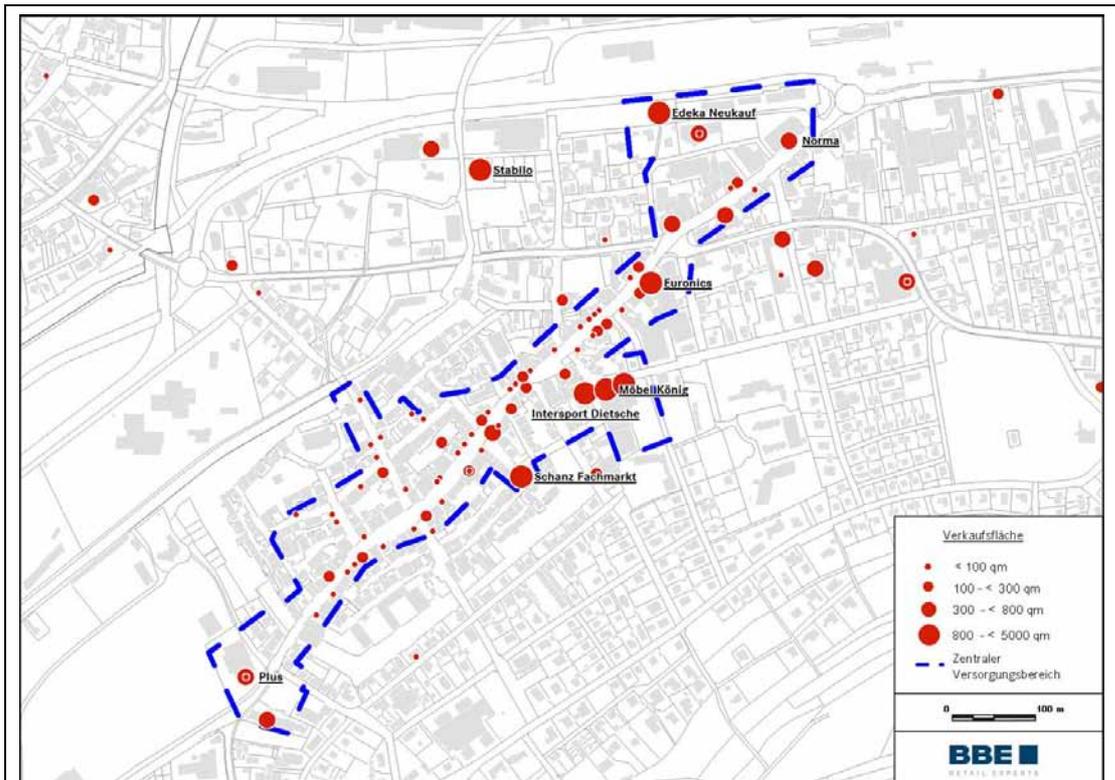
### 3.5 Mengen

<p>Unterzentrum Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>9.226 Ew. 10.072 Ew. 9.972 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 5.890 Ew. sowie fünf weitere umliegende Ortschaften mit jeweils rd. 350 bis 1.680 Ew. (31.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>7.479 74</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>2.821 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.667 Einpendler / 2.326 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen - Sigmaringen - Wangen i. A.), B 311 (Ulm - Tuttlingen)  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Donautalbahn (Tuttlingen - Herbertingen - Ulm), Zollern-Alb-Bahn 1 (Tübingen - Aulendorf)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>54,7 Mio. € 57,1 Mio. €  99,59</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>82,7 Mio. € 151,3 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	

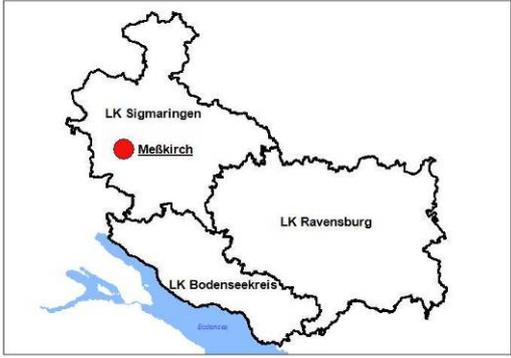


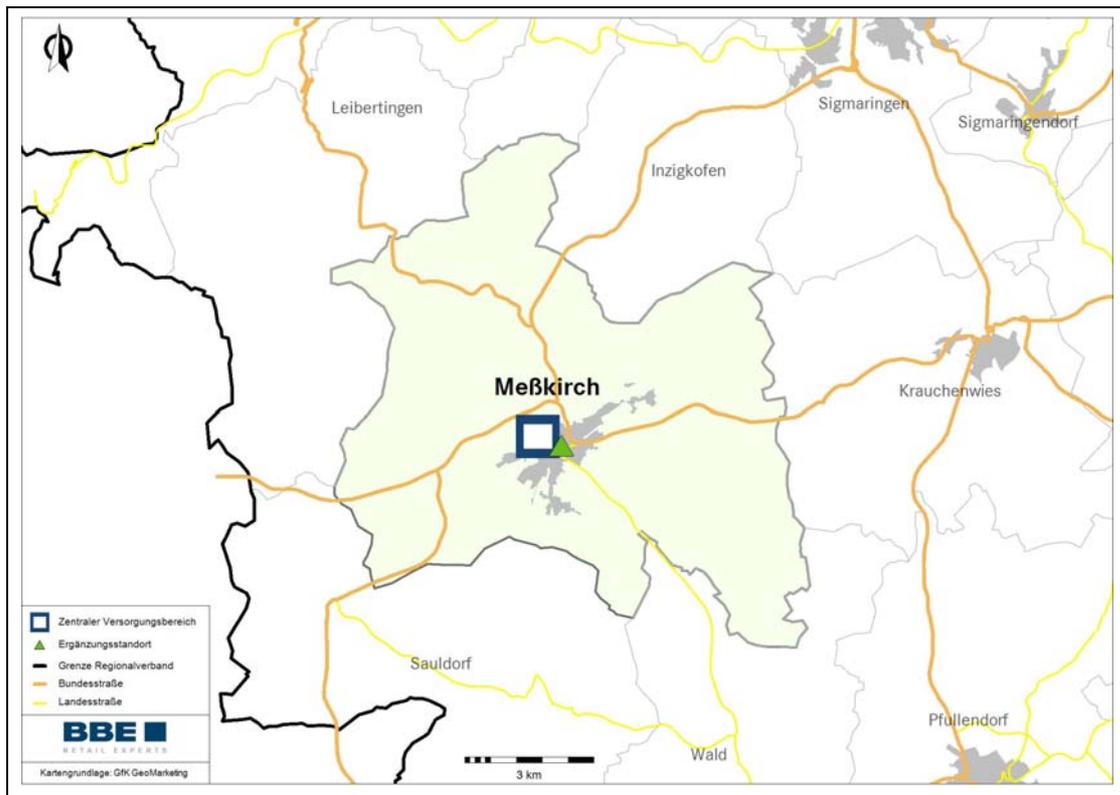
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Unterzentrum für die Gemeinden Mengen, Hohentengen und Scheer		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 14.730 m<sup>2</sup></p> <p>- nahversorgungsrelevante Sortimente 4.015 m<sup>2</sup></p> <p>- zentrenrelevante Sortimente 5.640 m<sup>2</sup></p> <p>- sonstige Sortimente 5.075 m<sup>2</sup></p> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <p>- Anzahl Betriebe 61</p> <p>- Anzahl Leerstände 14</p> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <p>- Möbel König 2.000 m<sup>2</sup></p> <p>- Edeka Neukauf 1.565 m<sup>2</sup></p> <p>- Euronics 1.300 m<sup>2</sup></p> <p>- Schanz Fachmarkt 1.000 m<sup>2</sup></p> <p>- Intersport Dietsche 800 m<sup>2</sup></p>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Breites Angebotsspektrum der verschiedenen Bedarfsbereiche</li> <li>• Gutes Versorgungsangebot im Bereich Elektro/Unterhaltungselektronik sowie im Möbelsegment</li> <li>• Z.T. sehr aufwendig und ansprechend renovierte Fachwerkhäuser</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• hohe Besatzdichte entlang vielbefahrener Durchgangsstraße</li> <li>• durch bandförmige Besatzstruktur fehlt eine wahrnehmbare Ortsmitte</li> <li>• Angebotsschwächen in den zentrenrelevanten Segmenten Bekleidung und Schuhe</li> <li>• Teilweise recht beengte Fußwegsituation</li> <li>• Warenpräsentation/Schaufenstergestaltung in vielen Fällen verbesserungsfähig</li> <li>• Uneinheitliches Bild was den Zustand der Gebäude an Hauptstraße anbelangt</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Angebotspalette des im zentralen Versorgungsbereich vorhandenen Einzelhandels sollte primär um Angebote aus dem Bekleidungssektor ergänzt werden um die aktuelle Besatzzschwäche dahingehend zu minimieren.		



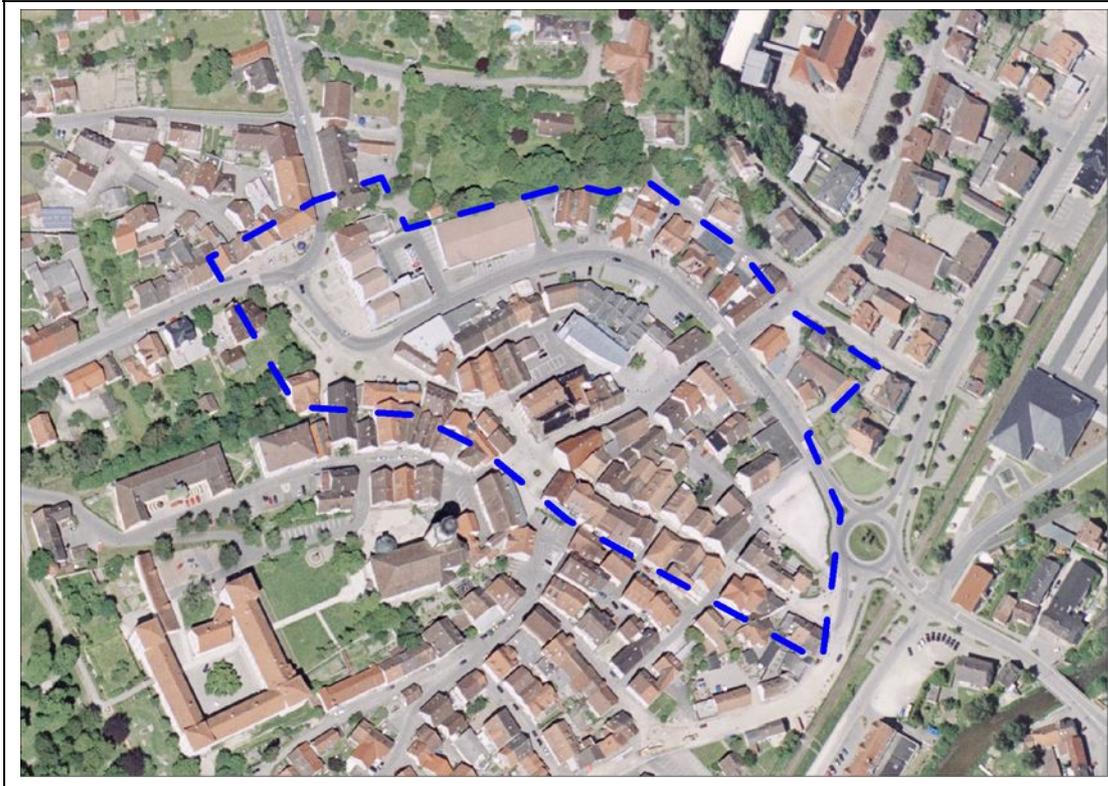
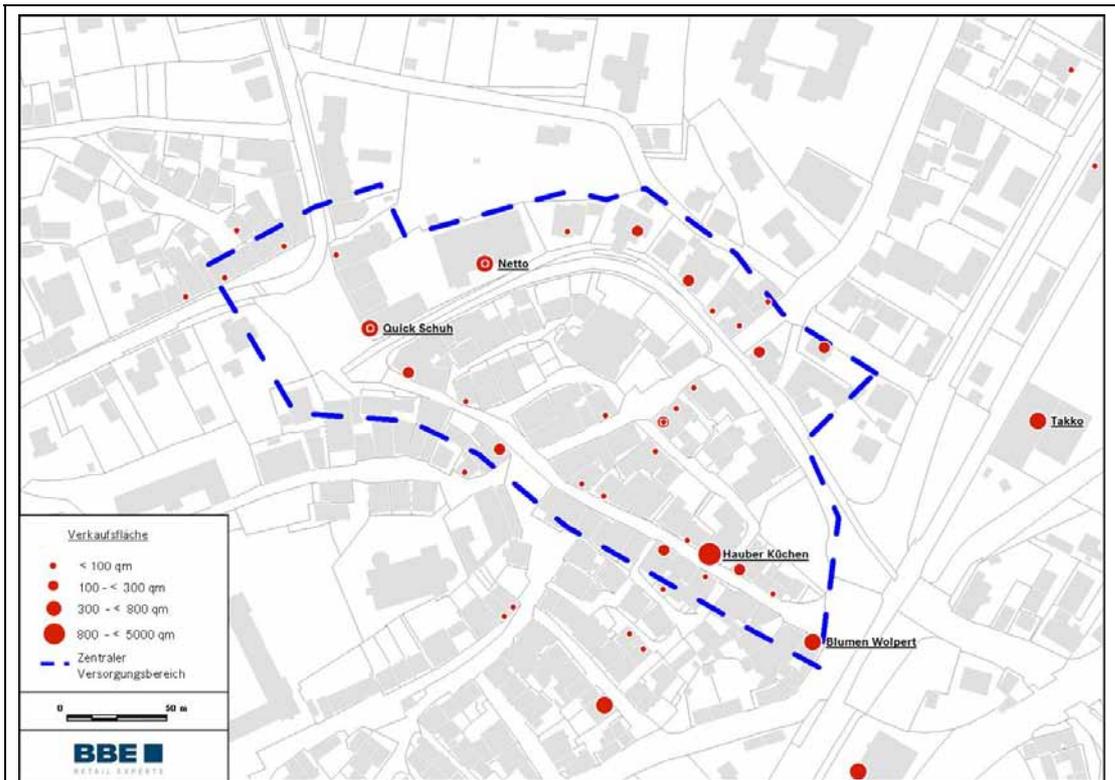
### 3.6 Meßkirch

Unterzentrum Landkreis Sigmaringen													
Bevölkerungsentwicklung	<table> <tr> <td>1990</td> <td>7.632 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>8.442 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>8.425 Ew.</td> </tr> </table>	1990	7.632 Ew.	2007	8.442 Ew.	2025	8.425 Ew.						
1990	7.632 Ew.												
2007	8.442 Ew.												
2025	8.425 Ew.												
Siedlungsstruktur	Verdichtete Kernstadt sowie 10 weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 160 bis 900 Ew. (Stand 31.12.2006)												
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	<table> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>4.653</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>55</td> </tr> </table> <p>Schloss Meßkirch</p>	Übernachtungen (2007)	4.653	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	55								
Übernachtungen (2007)	4.653												
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	55												
Sonstige relevante Strukturdaten	2.069 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.000 Einpendler / 1.807 Auspendler												
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 311 (Ulm - Tuttlingen), B 313 (Reutlingen - Sigmaringen - Stockach)												
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<table> <tr> <td>2008</td> <td>43,8 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>46,0 Mio. €</td> </tr> </table> <p>Kaufkraftniveau 95,21</p>	2008	43,8 Mio. €	2015 (Prognose)	46,0 Mio. €								
2008	43,8 Mio. €												
2015 (Prognose)	46,0 Mio. €												
Umsatz und Zentralität	<table> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>62,7 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>143,0 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	62,7 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	143,0 %								
Umsatz (Prognose 2008)	62,7 Mio. €												
Umsatz-Kaufkraft-Relation	143,0 %												
Einzelhandelsstruktur	<table> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>17.505 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>5.925 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>11.580 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>2,07 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,70 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>1,37 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> </table> <p>Angebotsschwerpunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</li> <li>- Fachmarkttagglomeration Bahnhofstraße (E)</li> </ul>	Verkaufsfläche (2008)	17.505 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	5.925 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	11.580 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	2,07 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,70 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	1,37 m <sup>2</sup> /Ew.
Verkaufsfläche (2008)	17.505 m <sup>2</sup>												
- Nahrungs- und Genussmittel	5.925 m <sup>2</sup>												
- sonstige Sortimente	11.580 m <sup>2</sup>												
Arealität (2008)	2,07 m <sup>2</sup> /Ew.												
- Nahrungs- und Genussmittel	0,70 m <sup>2</sup> /Ew.												
- sonstige Sortimente	1,37 m <sup>2</sup> /Ew.												



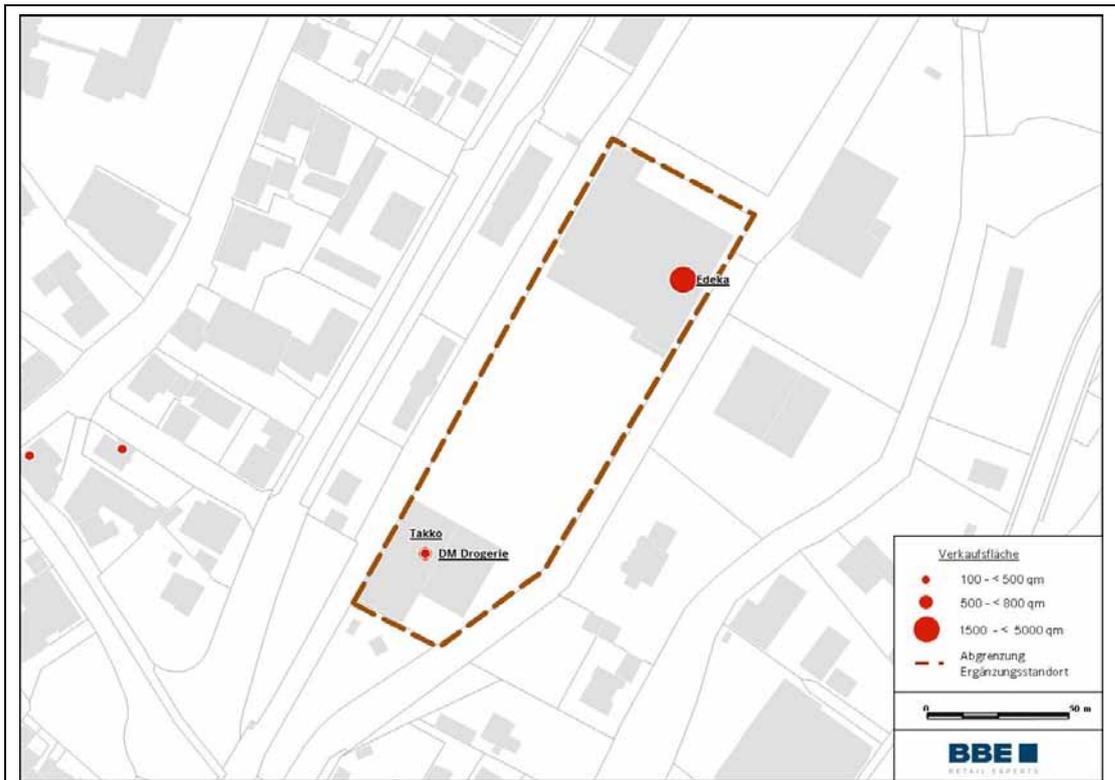
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Unterzentrum für die Gemeinden Meßkirch, Leibertingen und Sauldorf		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	5.585 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.195 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	2.610 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	1.780 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	33	
	- Anzahl Leerstände	4	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Hauber Küchen	1.100 m <sup>2</sup>	
	- Netto	730 m <sup>2</sup>	
	- Wolpert Blumenhaus	450 m <sup>2</sup>	
	- Quick Schuh	400 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansprechende Platzsituation im nördlichen Bereich inklusive Spiel- und Sitzmöglichkeiten sowie kleinem Wasserlauf</li> <li>• Anfahrbarkeit für den motorisierten Individualverkehr</li> <li>• Altstadt mit historischer Gebäudesubstanz, die zum Teil bereits saniert worden ist, sowie das Schloss Meßkirch als Teil der oberschwäbischen Barockstraße</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altbauten in verkehrsberuhigter Zone zum Großteil wenig attraktiv, dadurch geringe Verweilqualität</li> <li>• Zum Teil erkennbare Schwächen was den Branchen- und Betriebstypenmix betrifft - Bsp.: überschaubares Bekleidungs- und Schuhangebot</li> <li>• Auffällige Leerstandssituation in der Hauptstraße</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	<p>Im zentralen Versorgungsbereich des Unterzentrums Meßkirch sollte prinzipiell das Angebot in den zentrenrelevanten Warengruppen vergrößert werden. Schwerpunktmäßig ist eine Ausweitung des Bekleidungssegments anzuraten.</p>		

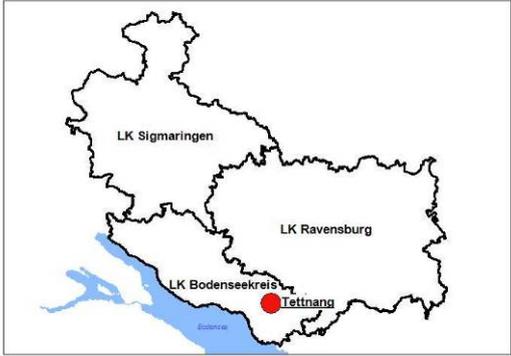


## Fachmarkttagglomeration Bahnhofstraße

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.910 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungrelevante Sortimente	2.285 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	610 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	15 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Edeka	1.770 m <sup>2</sup>		
	- DM Drogerie	620 m <sup>2</sup>		
	- Takko	480 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edeka Verbrauchermarkt als einziger im Zentrum ansässiger Lebensmittelvollsortimentler sowie attraktiver dm Drogeriemarkt in Standortverbund mit dem Bekleidungsfilialisten Takko mit gesamtstädtischer Ausstrahlung</li> <li>Potenziell gute Werbesichtanbindung, da Sichtbeziehung zu innerstädtischen Hauptverkehrsachse - allerdings nicht komplett ausgenutzt</li> <li>Groß dimensionierter, ebenerdiger und gemeinsamer Parkplatz</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nicht direkt von der Hauptverkehrsstraße (Bahnhofstraße) aus anfahrbar</li> <li>Große Trennwirkung der vielbefahrenen Bahnhofstraße, somit nur bedingt fußläufige Anbindung an den Ortskern</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsmaßnahmen auszuschließen.			



### 3.7 Tettngang

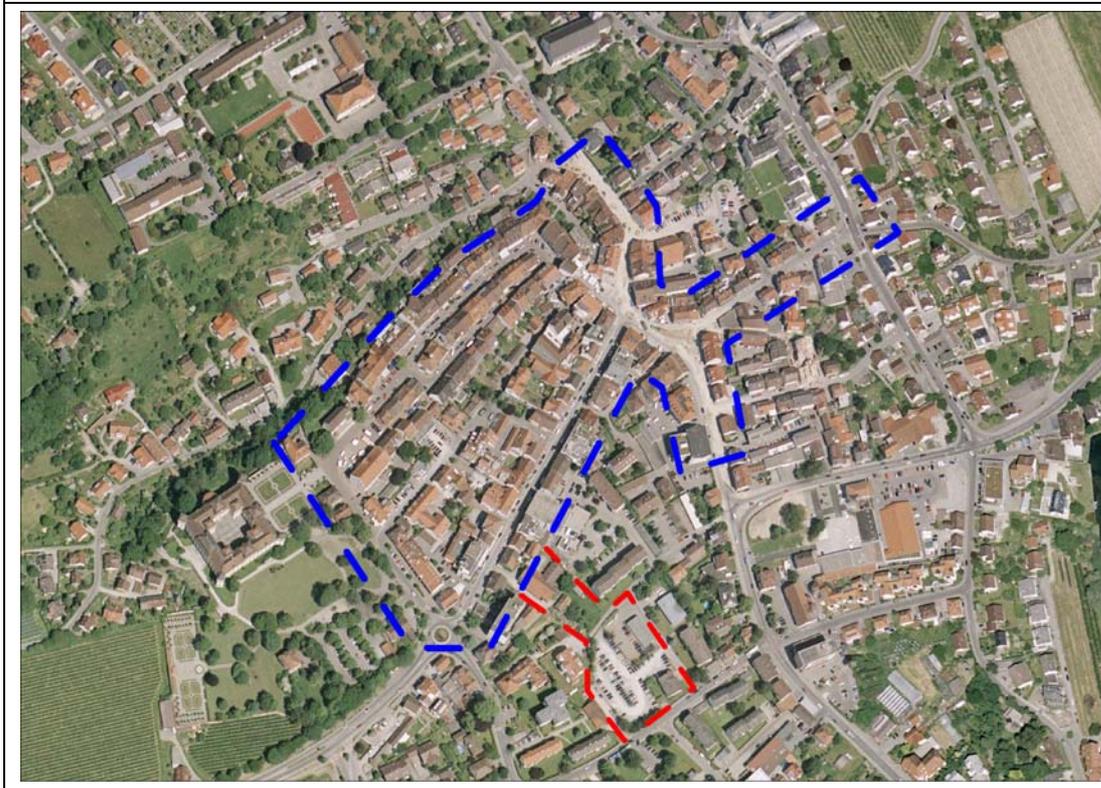
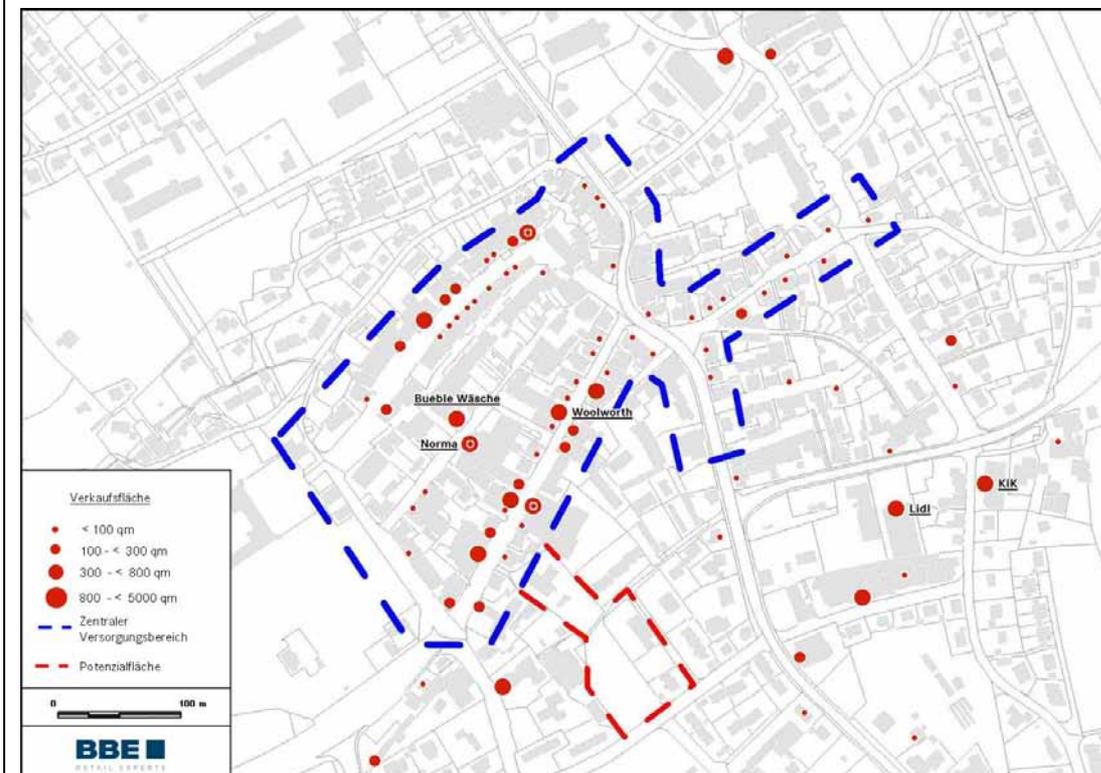
<p>Unterzentrum Landkreis Bodenseekreis</p>													
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>16.251 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>18.467 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>17.940 Ew.</td> </tr> </table>	1990	16.251 Ew.	2007	18.467 Ew.	2025	17.940 Ew.						
1990	16.251 Ew.												
2007	18.467 Ew.												
2025	17.940 Ew.												
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 12.150 Ew. sowie fünf weitere umliegende Ortschaften mit jeweils rd. 1.000 bis 1.480 Ew. und Pfingsweid mit rd. 150 Ew. (Stand 28.12.2007)</p>												
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>55.417</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>300</td> </tr> </table> <p>Neues Schloss Tettngang, 8.000 Besucher (2006)</p>	Übernachtungen (2007)	55.417	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	300								
Übernachtungen (2007)	55.417												
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	300												
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>6.521 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 4.329 Einpendler / 4.329 Auspendler</p>												
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 467 (Ravensburg – Kressbronn a. B.)</p>												
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>108,4 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>111,2 Mio. €</td> </tr> </table> <p>Kaufkraftniveau 107,71</p>	2008	108,4 Mio. €	2015 (Prognose)	111,2 Mio. €								
2008	108,4 Mio. €												
2015 (Prognose)	111,2 Mio. €												
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>92,2 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>85,0 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	92,2 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	85,0 %								
Umsatz (Prognose 2008)	92,2 Mio. €												
Umsatz-Kaufkraft-Relation	85,0 %												
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>26.025 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>4.860 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>21.170 m<sup>2</sup></td> </tr> </table> <table border="0"> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>1,41 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,26 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>1,15 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> </table> <p>Angebotsschwerpunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</li> <li>- Fachmarkttagglomeration GE-Bürgermoos (E)</li> </ul>	Verkaufsfläche (2008)	26.025 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	4.860 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	21.170 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	1,41 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,26 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	1,15 m <sup>2</sup> /Ew.
Verkaufsfläche (2008)	26.025 m <sup>2</sup>												
- Nahrungs- und Genussmittel	4.860 m <sup>2</sup>												
- sonstige Sortimente	21.170 m <sup>2</sup>												
Arealität (2008)	1,41 m <sup>2</sup> /Ew.												
- Nahrungs- und Genussmittel	0,26 m <sup>2</sup> /Ew.												
- sonstige Sortimente	1,15 m <sup>2</sup> /Ew.												



## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Unterzentrum für die Gemeinden Tettngang und Neukirch			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	7.875 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.345 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	6.320 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	210 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	70		
	- Anzahl Leerstände	7		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Bueble Wäsche	600 m <sup>2</sup>		
	- Reno Schuhe	450 m <sup>2</sup>		
	- Bär Bekleidung	400 m <sup>2</sup>		
	- Modehaus Buffler	380 m <sup>2</sup>		
	- Ihr Platz	370 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interessanter Mix aus Filial- und inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben</li> <li>• Angebotsschwerpunkt im Bekleidungs- und Schuhsegment von sowohl Filialisten als auch Fachgeschäften</li> <li>• Attraktive Häuser- und Fassadengestaltung in Montfortstraße, die in diesem Bereich durch eine durchgängige Bepflasterung sowie einen kleinen Wasserlauf ergänzt wird</li> <li>• Ansprechendes gastronomisches Angebot in der oberen Montfortstraße und am Bärenplatz</li> <li>• Hoher Anteil historischer Gebäude (Altes/Neues Schloss, Kavalieregebäude etc.) von zum Teil touristischer Bedeutung</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nahversorgungsangebot in direkter Innenstadtlage etwas unterdimensioniert</li> <li>• Kompletter Haupteinkaufsbereich ist für den Verkehr freigegeben, dadurch wird die Einkaufsaktivität deutlich eingeschränkt</li> <li>• Zwei deutlich erkennbare Leerstände in Montfortstraße sowie der wilde Parkplatz stören den ansonsten positiven Gesamteindruck</li> <li>• Z.T wenig ansprechende Fassaden- und Schaufenstergestaltung (Karlstraße)</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Im Tettnanger zentralen Versorgungsbereich sollte zur Gewährleistung der Grundversorgungsfunktion das Lebensmittelangebot ausgeweitet werden. Entspre-			

chende Maßnahmen sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zu befürworten. Dies schließt die Entwicklung der ehem. Kistenfabrik als möglichen Vollversorgerstandort mit ein.



## Fachmarkttagglomeration GE-Bürgermoos

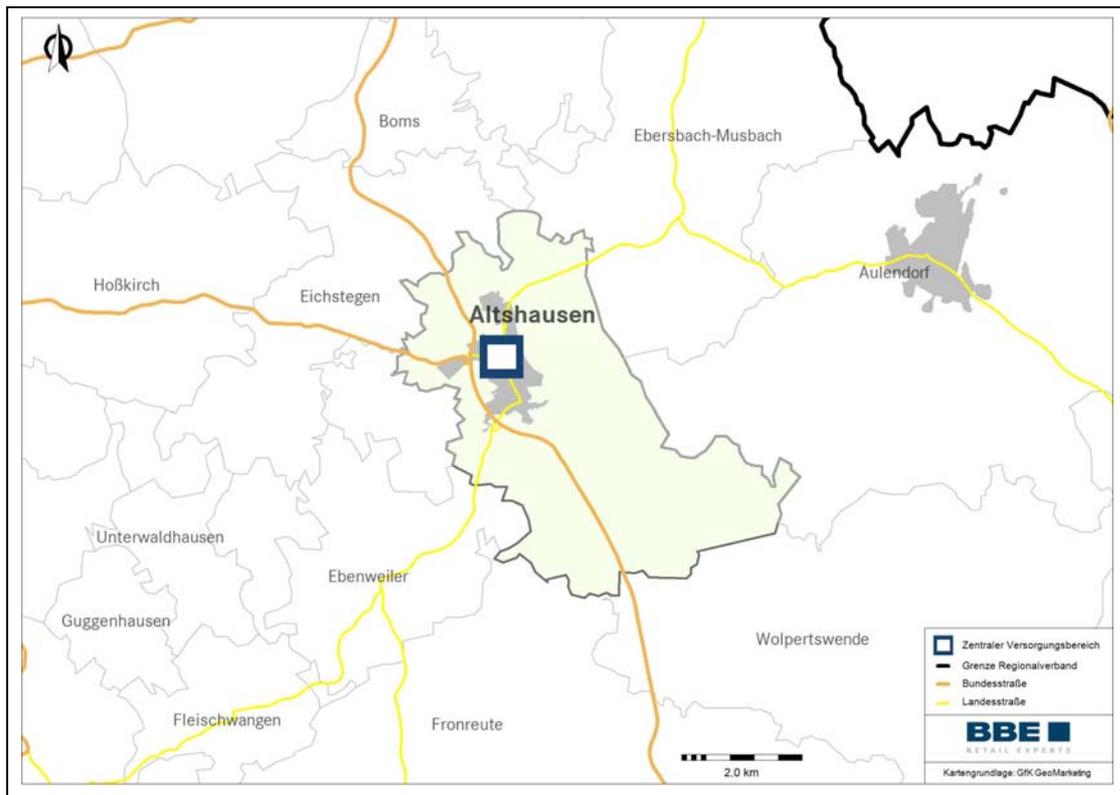
Versorgungsfunktion	Überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	10.345 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.700 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	3.355 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	5.290 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	9		
	- Anzahl Leerstände	0		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- Möbel Stumpp	5.020 m <sup>2</sup>			
- Mega Company	2.160 m <sup>2</sup>			
- Handelshof (demnächst Kaufland)	1.750 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Über die L 233 verfügt der Standort über einen Anschluss an die Bundesstraße B 467 (Ravensburg – Kressbronn)</li> <li>Ausreichend Parkangebote vor den jeweiligen Einzelhandelsbetrieben</li> <li>Mit Möbel Stumpp sowie der Mega Company sind zwei Betriebe mit überörtlicher Bedeutung dort ansässig</li> <li>ergänzt wird das Angebot durch einen Handelshof Verbrauchermarkt (demnächst Kaufland), der Versorgungsfunktion für die gesamte Stadt übernimmt</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>stark eingeschränkte Werbewirksamkeit von Straße mit überörtlicher Bedeutung aus</li> <li>relativ weit (rd. 1,5 km) vom eigentlichen Siedlungskörper Tettnangs entfernt</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf das derzeitige Angebot zu beschränken. Allenfalls in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



## 4 Kleinzentren

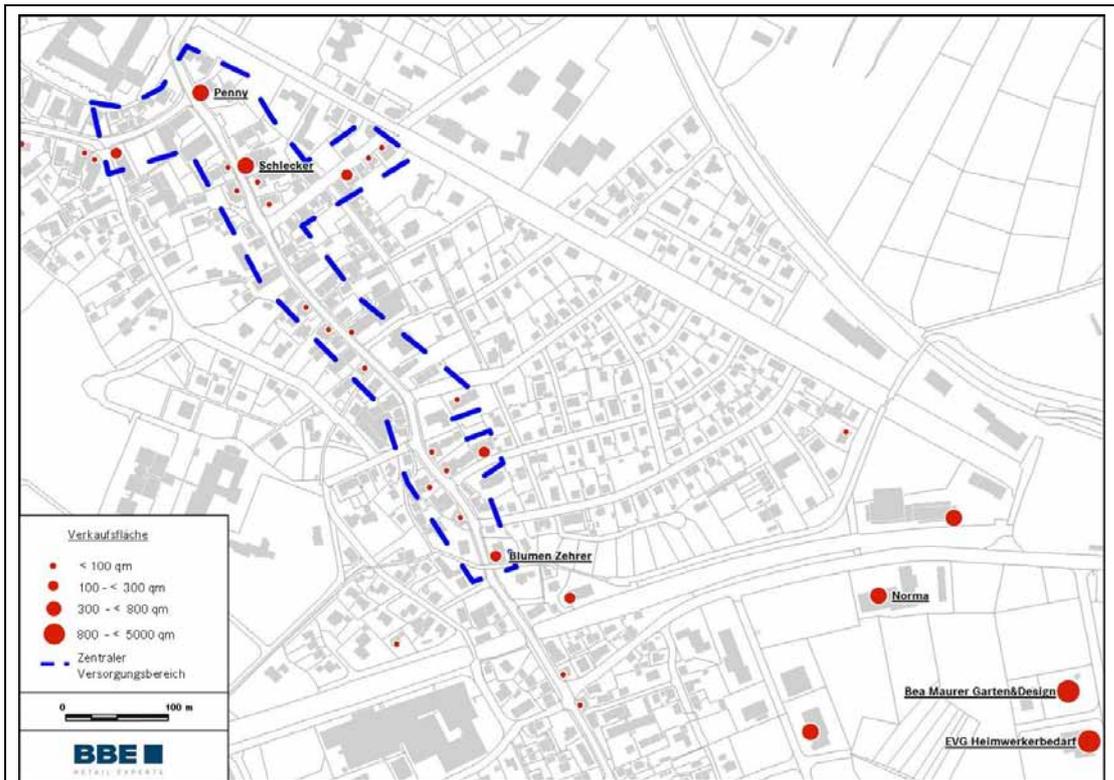
#### 4.1 Altshausen

<p>Kleinzentrum Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>4.188 Ew. 4.674 Ew. 4.192 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 4.490 Ew. sowie drei weitere kleine, ländlich strukturierte Ortschaften: (Stand 31.12.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p> <p>Schloss Altshausen</p>	<p>2.653 57</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.786 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.269 Einpendler / 829 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg Wangen i. A.) Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Zollern-Alb-Bahn1 (Tübingen – Aulendorf)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)</p> <p>Kaufkraftniveau</p>	<p>24,1 Mio. € 24,0 Mio. €</p> <p>94,40</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>32,7 Mio. € 135,9 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	

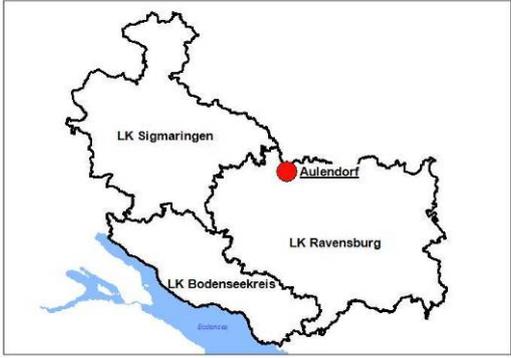


## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinden Altshausen, Boms, Ebenweiler, Ebersbach-Musbach, Eichstegen, Fleischwangen, Guggenhausen, Hoßkirch, Königseggwald, Riedhausen und Unterwaldhausen		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.525 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.465 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	935 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	125 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	23	
	- Anzahl Leerstände	0	
Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
- Penny	565 m <sup>2</sup>		
- Schlecker	385 m <sup>2</sup>		
- Engstler Getränkemarkt	260 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoher Nahversorgungsanteil an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 60 %)</li> <li>• Nahversorger (Penny) in zentraler Lage</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lage an vielbefahrener Ortsdurchgangsstraße ohne Verkehrsberuhigung</li> <li>• Offenbar keine/geringe touristische Ausnutzung von Schloss Altshausen</li> <li>• Fehlender Ortsmittelpunkt, der als solcher wahrgenommen wird</li> <li>• Einzelhandels-/Dienstleistungsbetriebe in lockerer Besatzstruktur entlang Hindenburgstraße</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>		

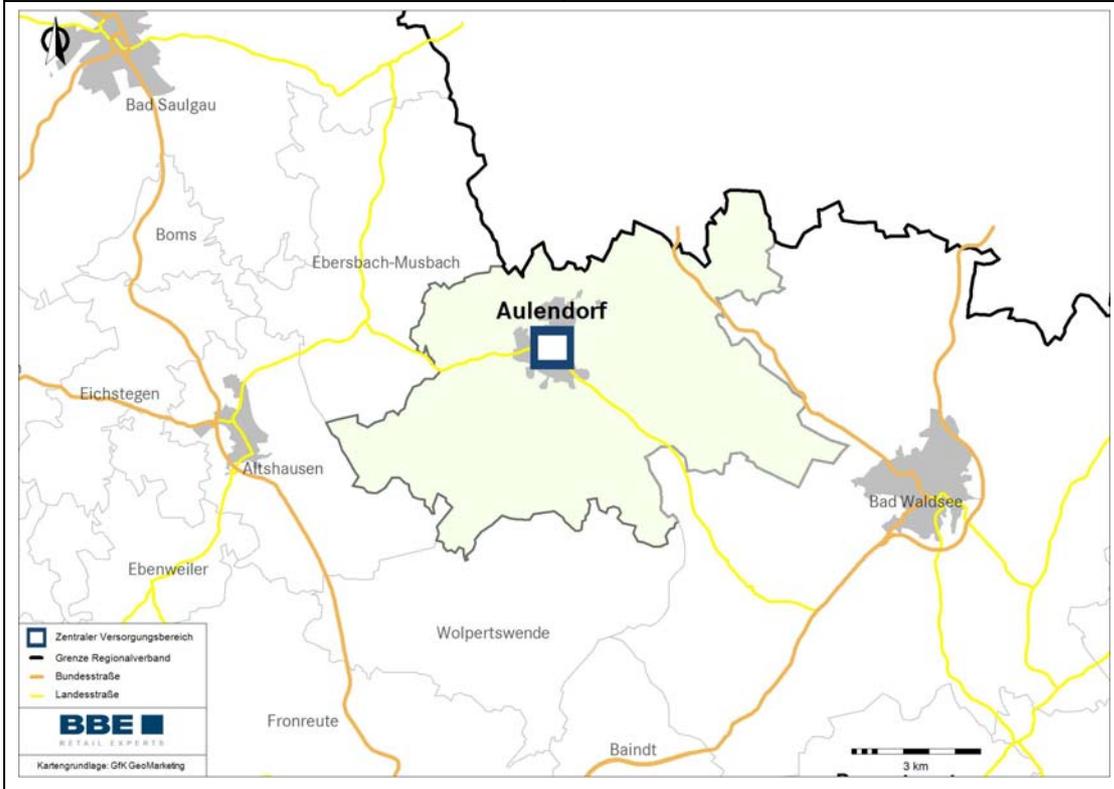


## 4.2 Aulendorf

<p>Kleinzentrum Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>7.733 Ew. 9.727 Ew. 9.963 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 6.870 Ew. sowie drei weiter untergliederte Ortschaften mit jeweils rd. 810 bis rd. 1.210 Ew. (Stand 31.12.2008)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) 160.882 Fremdenverkehrsintensität (2007) 1.629 (Übernachtungen je 100 Ew.)  div. Kur- und Rehabilitationskliniken Schwaben-Therme, 5 Mio. Besucher (1994-2008) Schloss Aulendorf</p>	
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.772 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 947 Einpendler / 2.587 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Über div. Landes- oder Kreisstraßen Anschluss an Altshausen, Bad Saulgau, Bad Schussenried, Bad Waldsee  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Südbahn (Ulm – Friedrichshafen), Württemberg-Allgäu-Bahn (Aulendorf – Wangen i. A. / Memmingen), Zollern-Alb-Bahn 1 (Tübingen – Aulendorf), Zollern-Alb-Bahn 2 (Hechingen – Sigmaringen)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>51,8 Mio. € 54,5 Mio. €  96,23</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>52,0 Mio. € 100,4 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel 4.590 m<sup>2</sup> - sonstige Sortimente 6.765 m<sup>2</sup>  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel 1,15 m<sup>2</sup>/Ew. - sonstige Sortimente 0,46 m<sup>2</sup>/Ew. 0,68 m<sup>2</sup>/Ew.</p>	

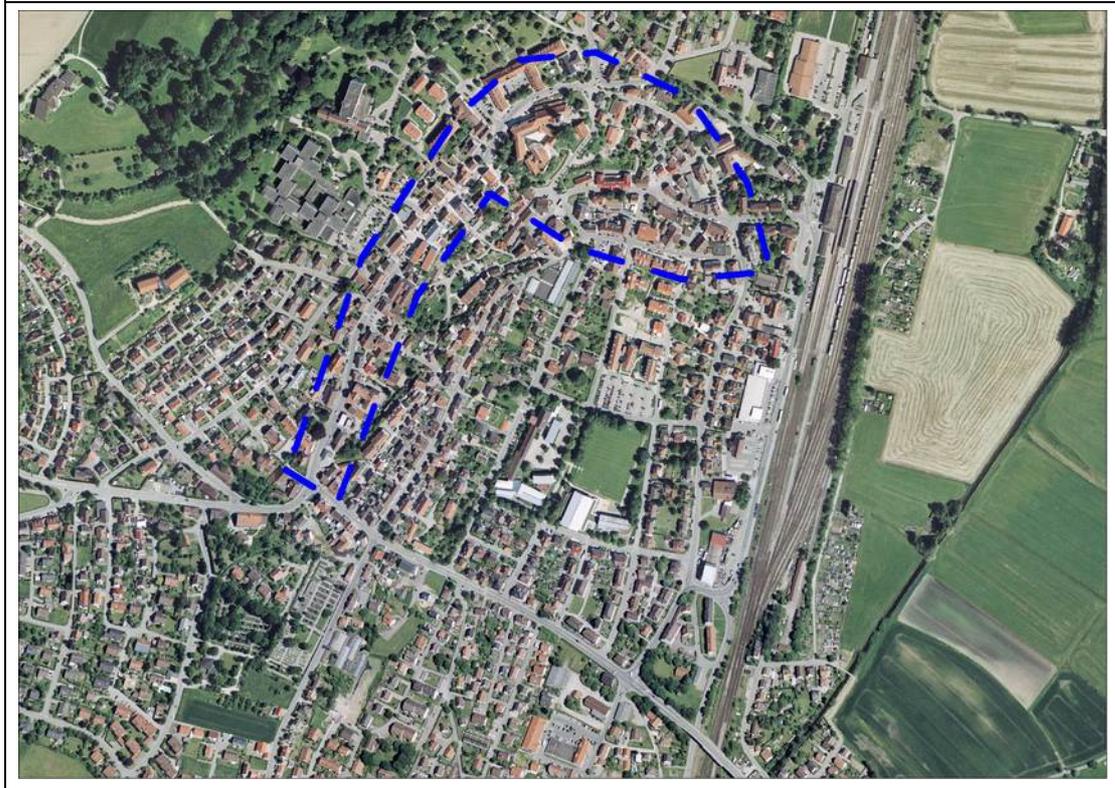
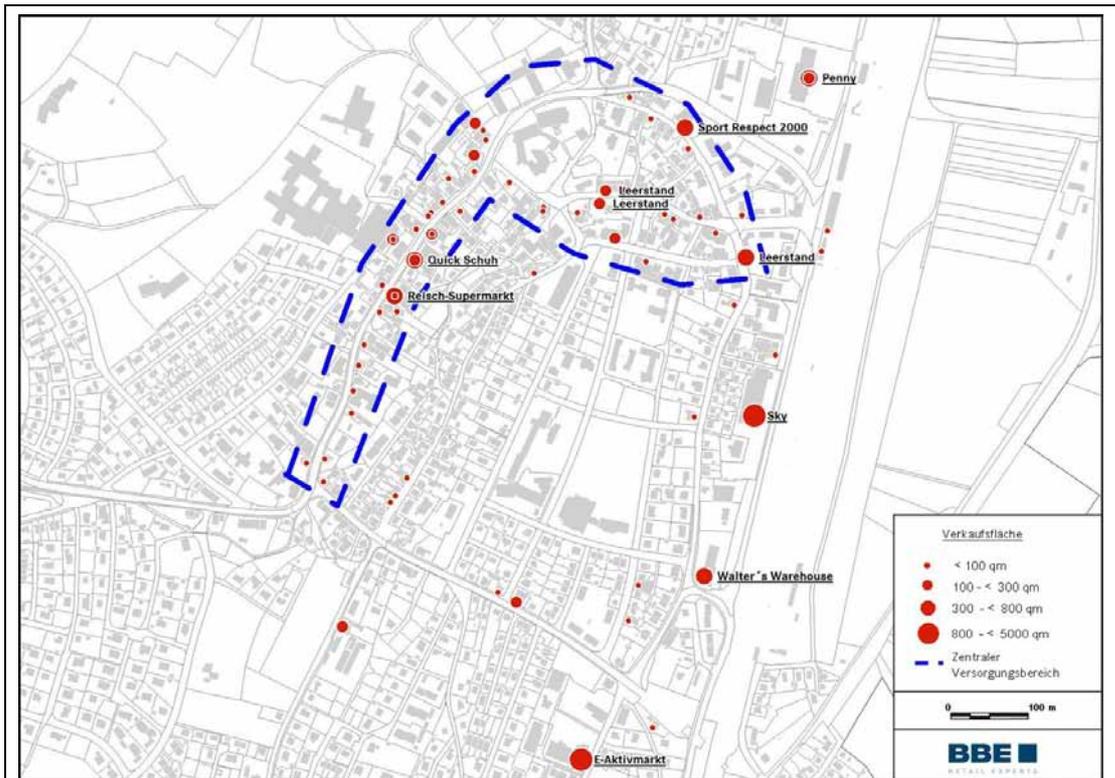
Einzelhandelsstruktur (Fortsetzung)

Angebotsschwerpunkt  
- Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)



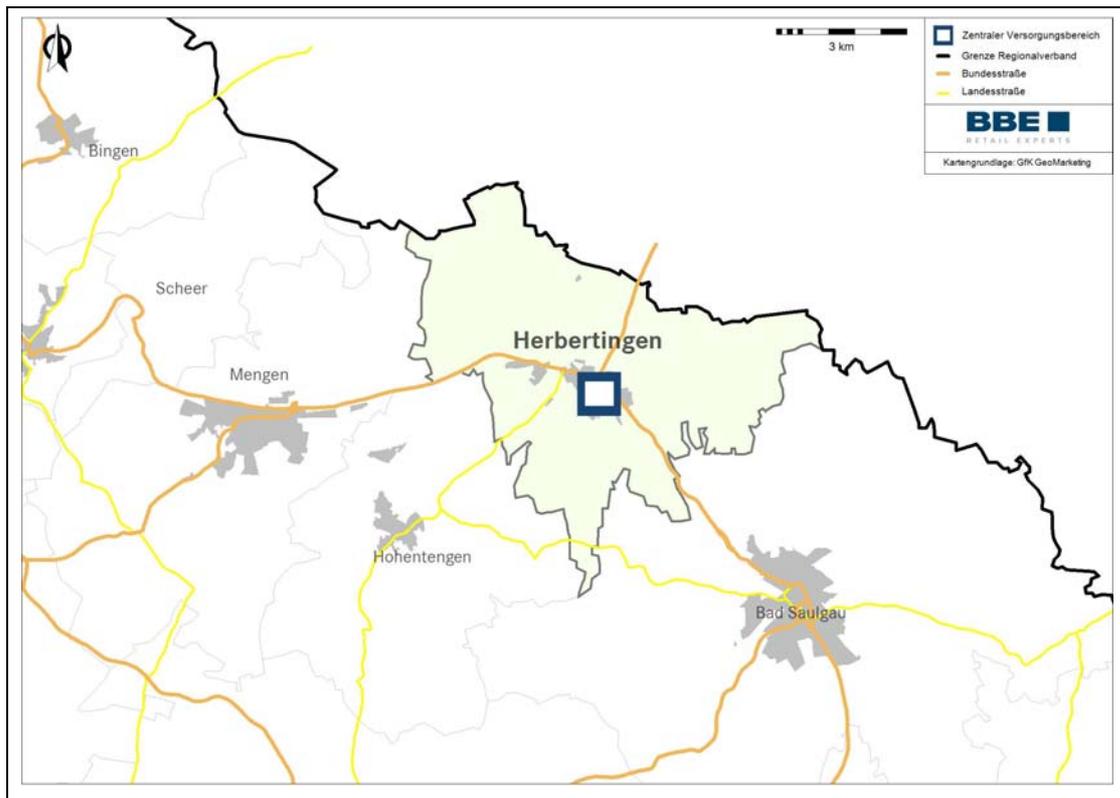
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinde Aulendorf			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	3.595 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	890 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	2.540 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	165 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	41		
	- Anzahl Leerstände	12		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Reisch Supermarkt	365 m <sup>2</sup>		
	- Quick Schuh	310 m <sup>2</sup>		
	- Respect Sport	305 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auf rd. 70 % der Verkaufsfläche werden zentrenrelevante Sortimente vorgehalten</li> <li>• Kleiner Lebensmittelmarkt in zentraler Lage sichert die Grundversorgung in Aulendorf</li> <li>• Haupteinkaufsstraße ist zumindest im nördlichen Teil als Spielstraße verkehrsberuhigt</li> <li>• Breite und neu gepflasterte Gehwege sowie moderne Straßenbeleuchtung (nördlicher Teil der Hauptstraße)</li> <li>• Ansprechende Gastronomieangebote</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutliche Zweiteilung des Haupteinkaufsbereiches: modern gestalteter nördlicher Teil der Hauptstraße (Bepflasterung/Beleuchtung/Fassadengestaltung) und dahinter zurückbleibender südliche Teil</li> <li>• Kein zentraler Parkplatz – allerdings ausreichend Parkangebote vor den Geschäften entlang der Hauptstraße</li> <li>• markante Leerstandsquote im östlichen Teil</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<p>Durch den neuen Fachmarktstandort an der „Alten Kiesgrube“ wird der innerstädtische Einzelhandel an Bedeutung verlieren. Dadurch kann es zu vermehrten Leerständen kommen. Hier gilt es, das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich zu stärken um ein Gegengewicht zu der außerhalb liegenden Fachmarkttagglomeration zu erhalten.</p>			



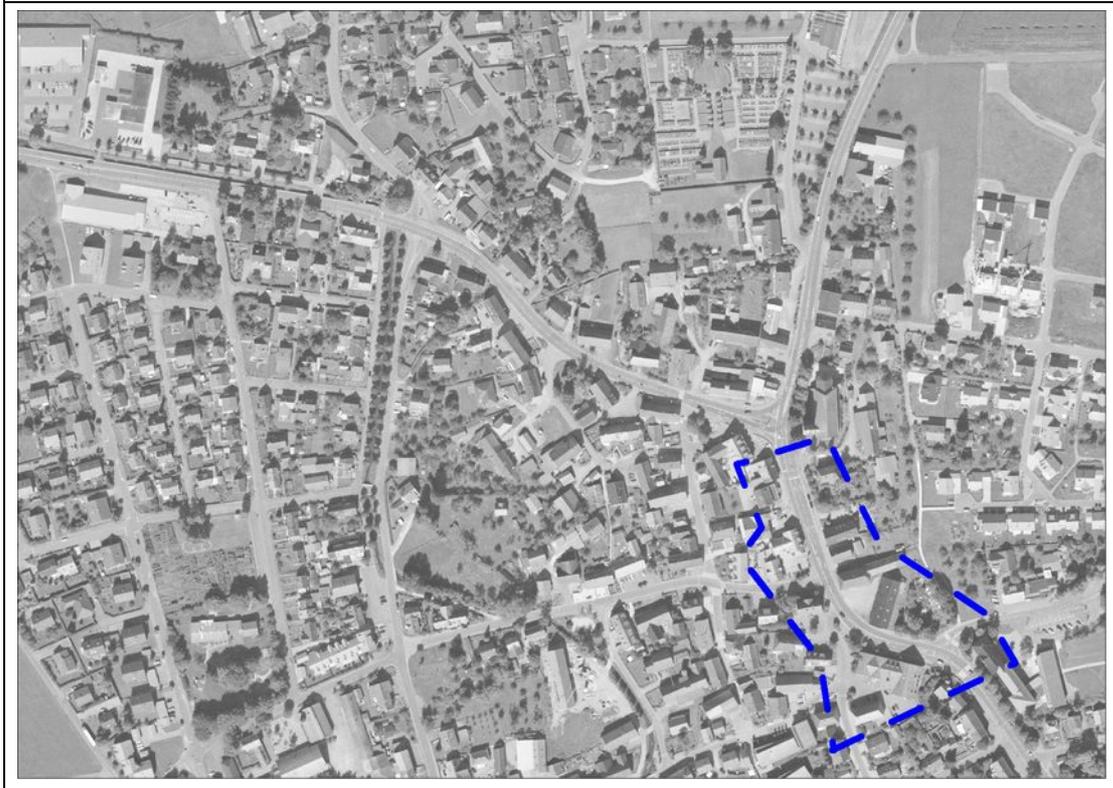
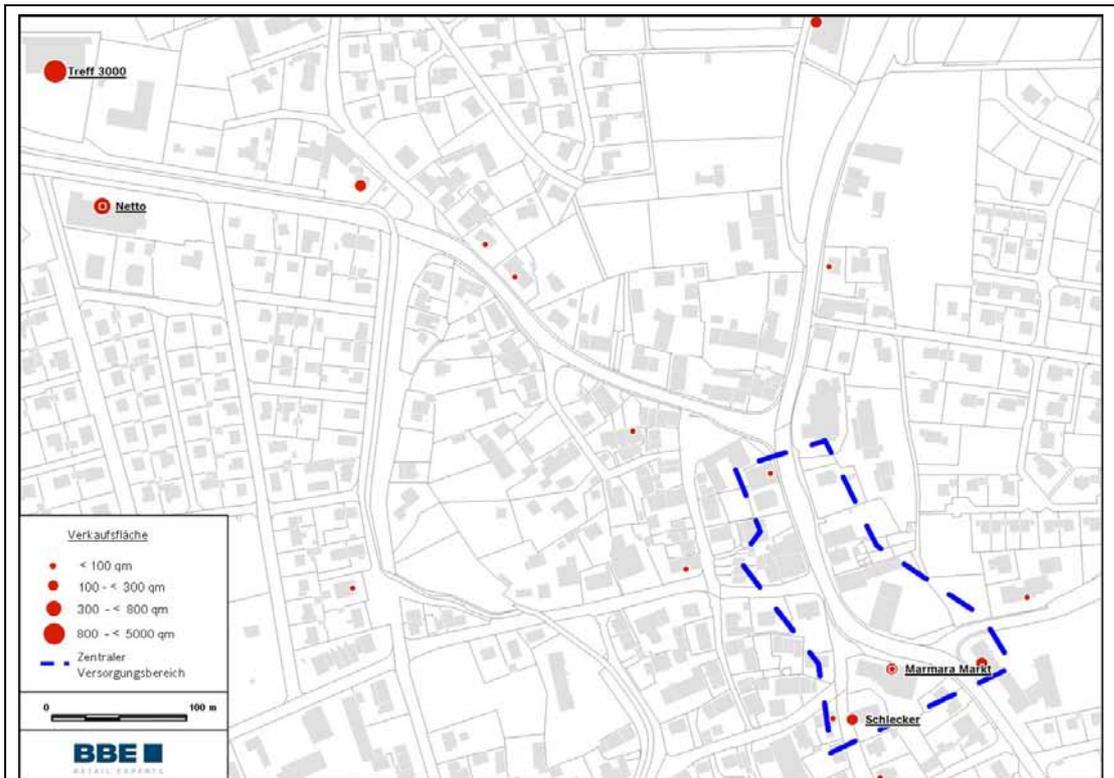
### 4.3 Herbertingen

Kleinzentrum Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	4.206 Ew. 4.948 Ew. 5.021 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichteter Kernort mit rd. 3.200 Ew. sowie drei weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 220 bis rd. 940 Ew. (Stand 31.12.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	n.v. n.v.
Sonstige relevante Strukturdaten	1.112 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 798 Einpendler / 1.446 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen - Sigmaringen - Wangen i. A.), B 311 (Ulm - Tuttlingen)  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Donautalbahn (Tuttlingen - Herbertingen - Ulm), Zollern-Alb-Bahn 1 (Tübingen - Aulendorf)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	25,7 Mio. € 26,9 Mio. €  95,22
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	14,4 Mio. € 56,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)	2.810 m <sup>2</sup> 1.755 m <sup>2</sup> 1.055 m <sup>2</sup>  0,57 m <sup>2</sup> /Ew. 0,35 m <sup>2</sup> /Ew. 0,21 m <sup>2</sup> /Ew.



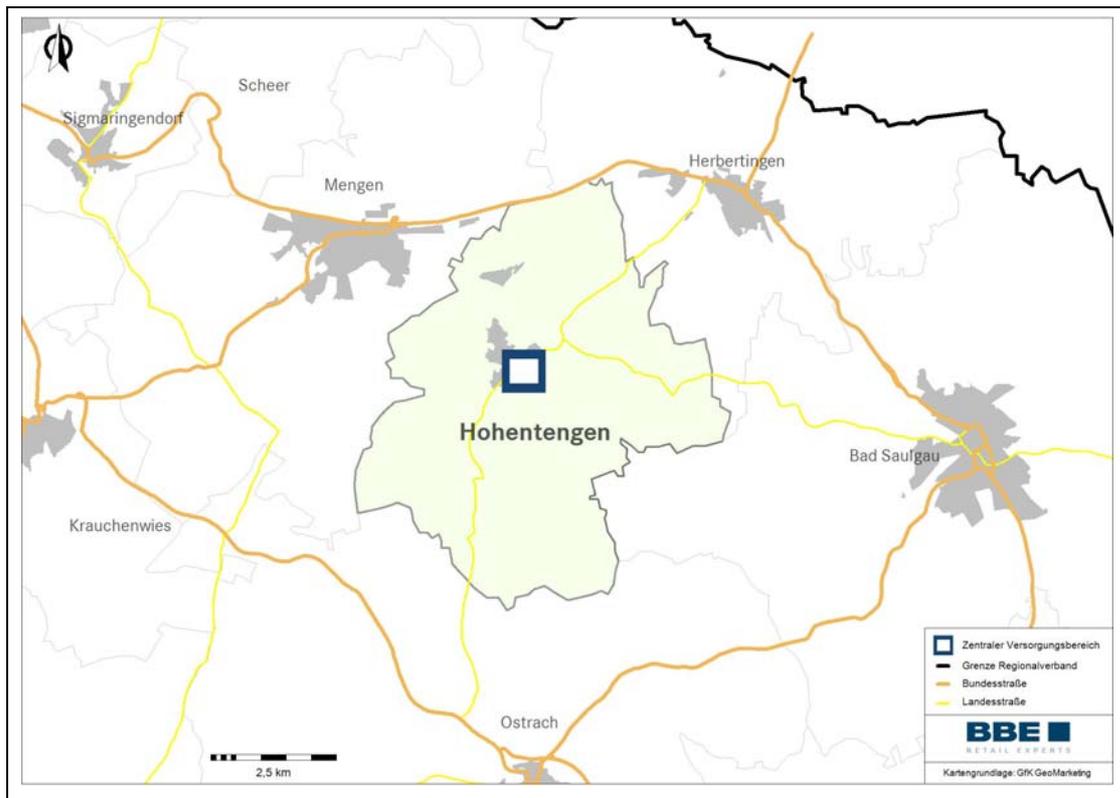
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinde Herbertingen			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	380 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	320 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	50 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	4		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Marmara Markt	185 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	130 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundversorgung über Lebensmittel-Laden und Drogeriemarkt in Ortsmitte gewährleistet – darüber hinausgehend sind zwei Lebensmitteldiscounter rd. 600 m vom Zentrum fußläufig erreichbar</li> <li>• Gute verkehrliche Erreichbarkeit</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insgesamt schwacher Einzelhandelsbesatz im Ortskern (4 Betriebe/rd. 380 qm Verkaufsfläche)</li> <li>• Stark eingeschränkte Aufenthaltsqualität aufgrund durch den Ort führender, vielbefahrener B 32</li> <li>• Hohe Leerstandsquote</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Um die Nahversorgungsfunktion eines Kleinzentrums zu gewährleisten, müssen im zentralen Versorgungsbereich Herbertingens entsprechende nahversorgungsrelevante Angebote ausgeweitet und gestärkt werden.			



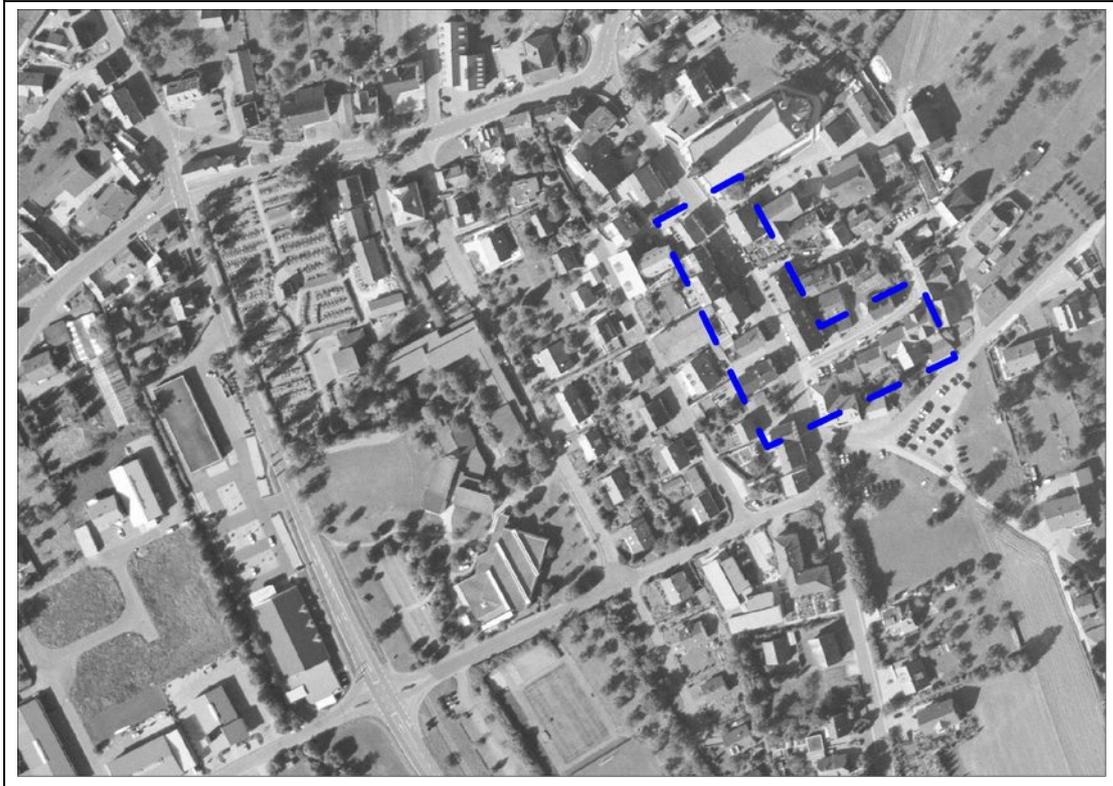
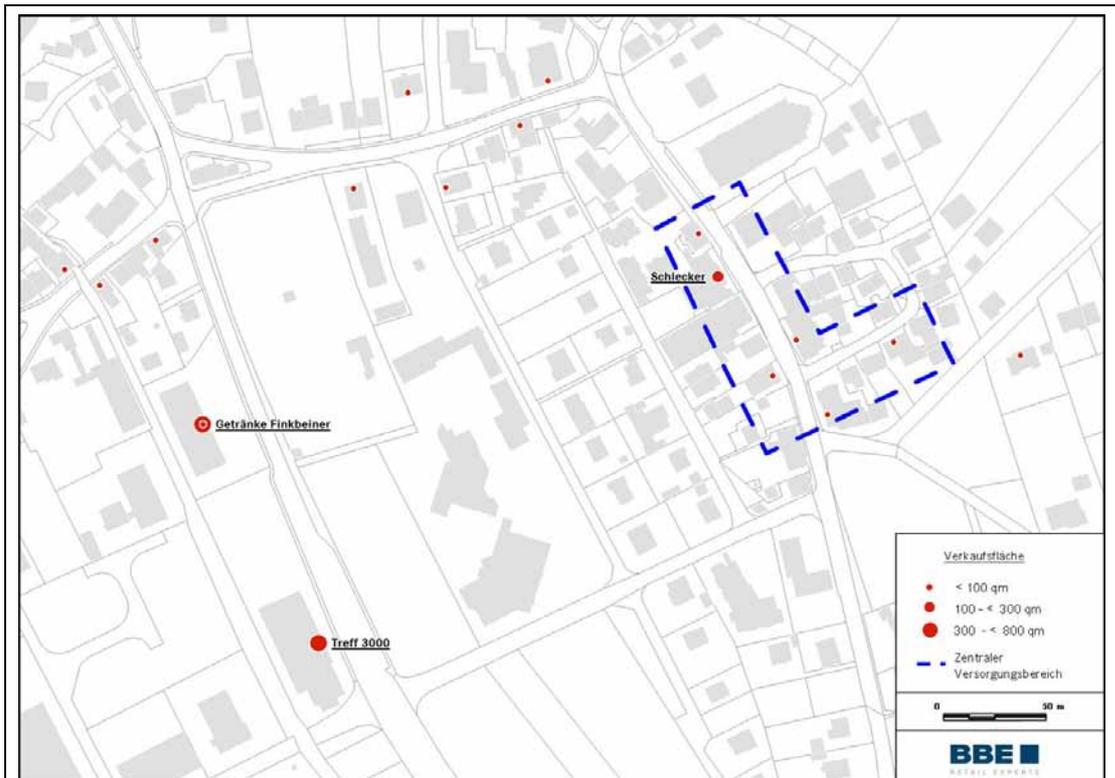
#### 4.4 Hohentengen

<p>Kleinzentrum Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>3.997 Ew. 4.435 Ew. 4.566 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 2.320 Ew. sowie sieben weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 180 bis rd. 500 Ew. (Stand 31.12.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>751 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 468 Einpendler / 1.202 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Über div. Landes- oder Kreisstraßen Anschluss an Bad Saulgau, Herbertingen, Mengen, Ostrach</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>22,7 Mio. € 24,0 Mio. €  93,68</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>11,9 Mio. € 52,7 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	

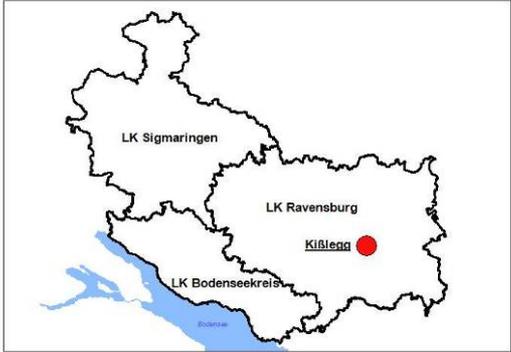


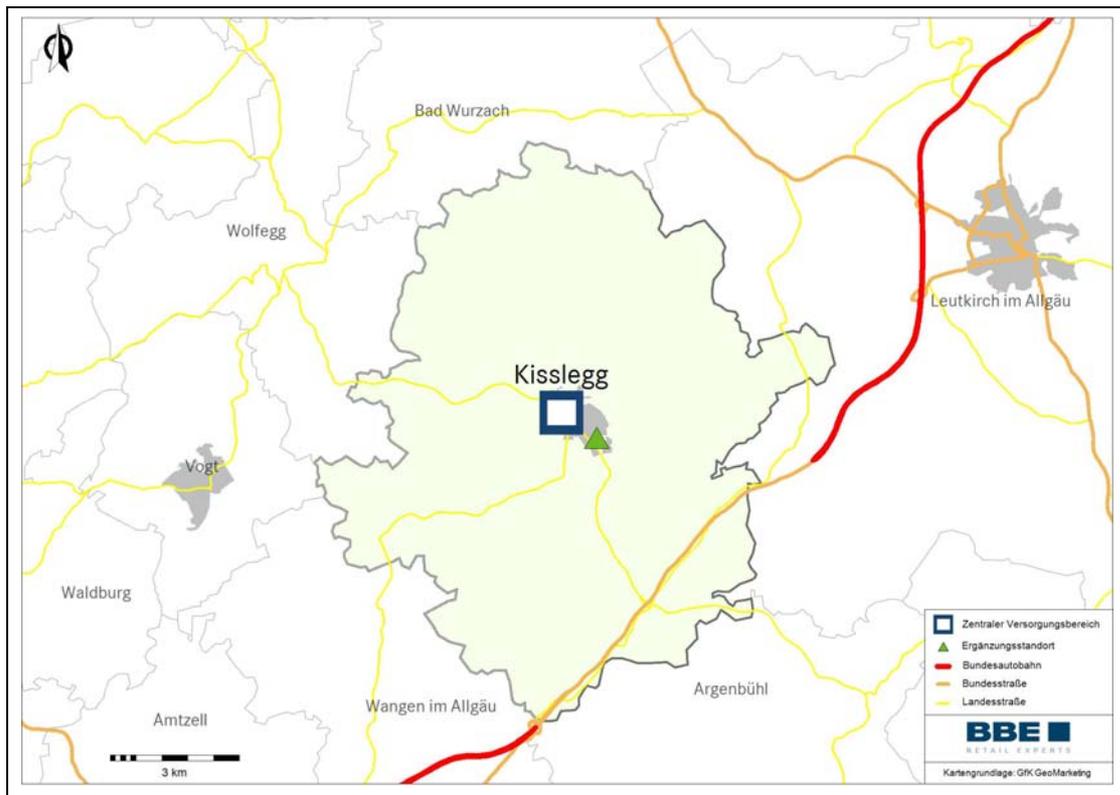
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinde Hohentengen			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	360 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	235 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	115 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
	- Anzahl Leerstände	1		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- Schlecker	195 m <sup>2</sup>			
- Blumenladen Rosenrot	55 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzentration der vorhandenen Betriebe auf den Bereich Hauptstraße/Winkelstraße – hoher Anteil an nahversorgungsrelevanten Sortimenten</li> <li>• Ausreichendes Parkangebot in Seitentaschen entlang der Hauptstraße, zudem „wilder“ Parkplatz Ecke Hauptstraße/Am Seelenbach</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigentliche Nahversorger (Treff 3000/Finkenbeiner Getränkemarkt „Am Friedhof“) liegen rd. 250 m von der Ortsmitte entfernt, allerdings deutliches Gefälle zwischen den beiden Versorgungsbereichen</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<p>Der Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich von Hohentengen muss generell ausgebaut werden. Entwicklungsmöglichkeiten, nicht nur für kleinteilige Strukturen, bietet die Potenzialfläche am Südrand des zentralen Versorgungsbereichs zwischen Hauptstraße und „Am Sellenbach“.</p>			



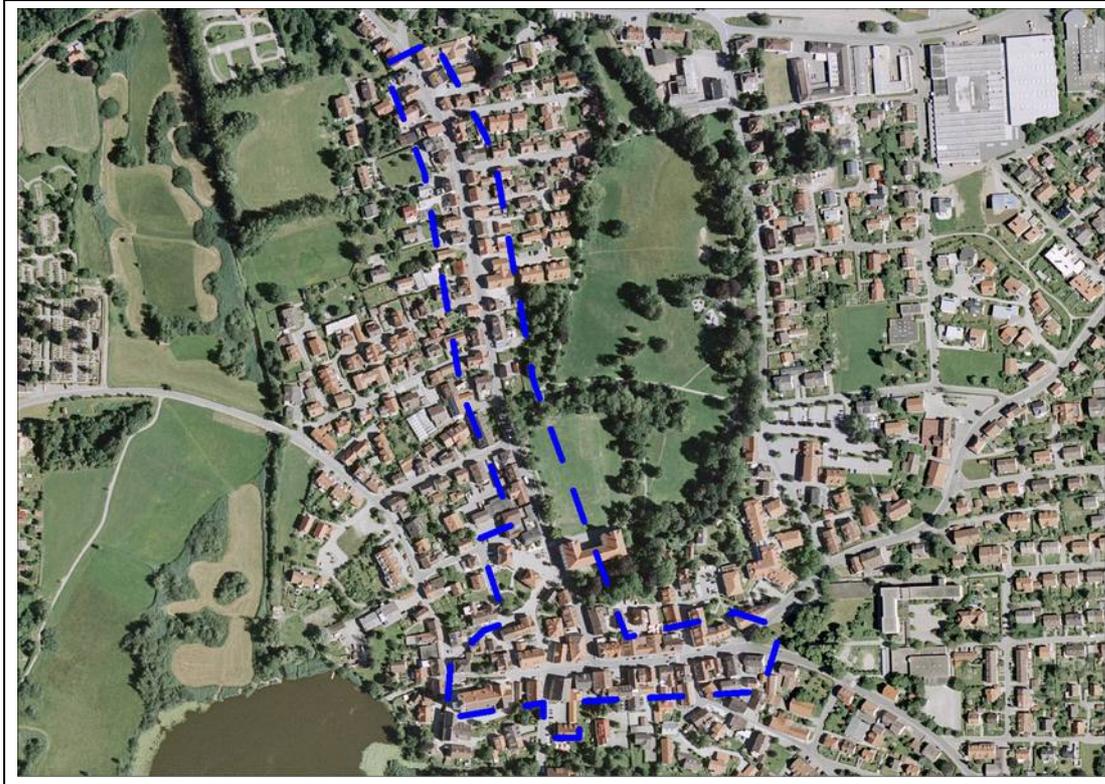
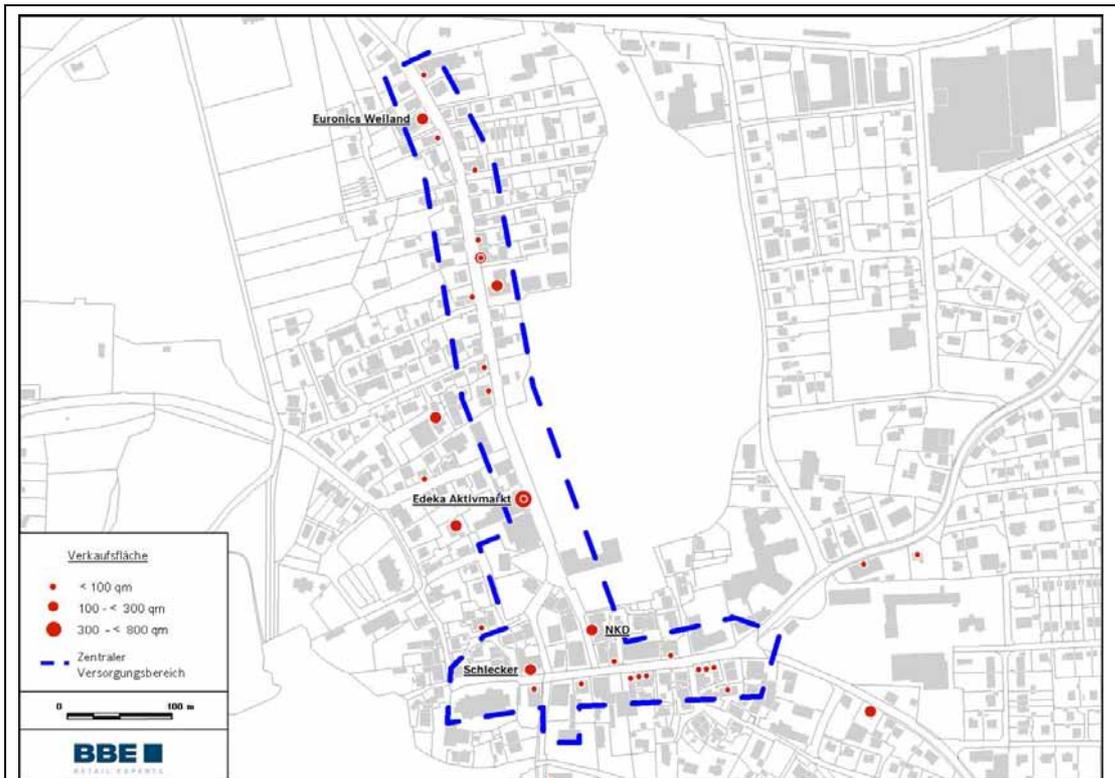
#### 4.5 Kißlegg

<p>Kleinzentrum Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>8.104 Ew. 8.564 Ew. 8.531 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 6.830 Ew. sowie zwei weitere umliegende Ortschaften mit rd. 670 und rd. 1060 Ew. (31.07.2007)</p>	
<p>Fremdenverkeh/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p> <p>Neues Schloss Kißlegg</p>	<p>41.772 488</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.955 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.022 Einpendler / 1.888 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 18 (Memmingen - Leutkirch i .A. - Lindau) in rd. 5 km, Anschluss an die A 96 in rd. 7 km</p> <p>Über div. Landes- oder Kreisstraßen Anschluss an Bad Wurzach, Isny, Leutkirch i. A., Wangen i. A., Wolfegg</p> <p>Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Württemberg-Allgäu-Bahn (Aulendorf - Wangen i. A. / Memmingen)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)</p> <p>Kaufkraftniveau</p>	<p>45,3 Mio. € 47,1 Mio. €</p> <p>96,94</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>36,5 Mio. € 80,6 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nahrungs- und Genussmittel 3.280 m<sup>2</sup></li> <li>- sonstige Sortimente 4.375 m<sup>2</sup></li> </ul> <p>Arealität (2008)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nahrungs- und Genussmittel 0,89 m<sup>2</sup>/Ew.</li> <li>- sonstige Sortimente 0,38 m<sup>2</sup>/Ew.</li> <li>- sonstige Sortimente 0,51 m<sup>2</sup>/Ew.</li> </ul> <p>Angebotsschwerpunkte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</li> <li>- Fachmarktglomeration Erlenweg (E)</li> </ul>	



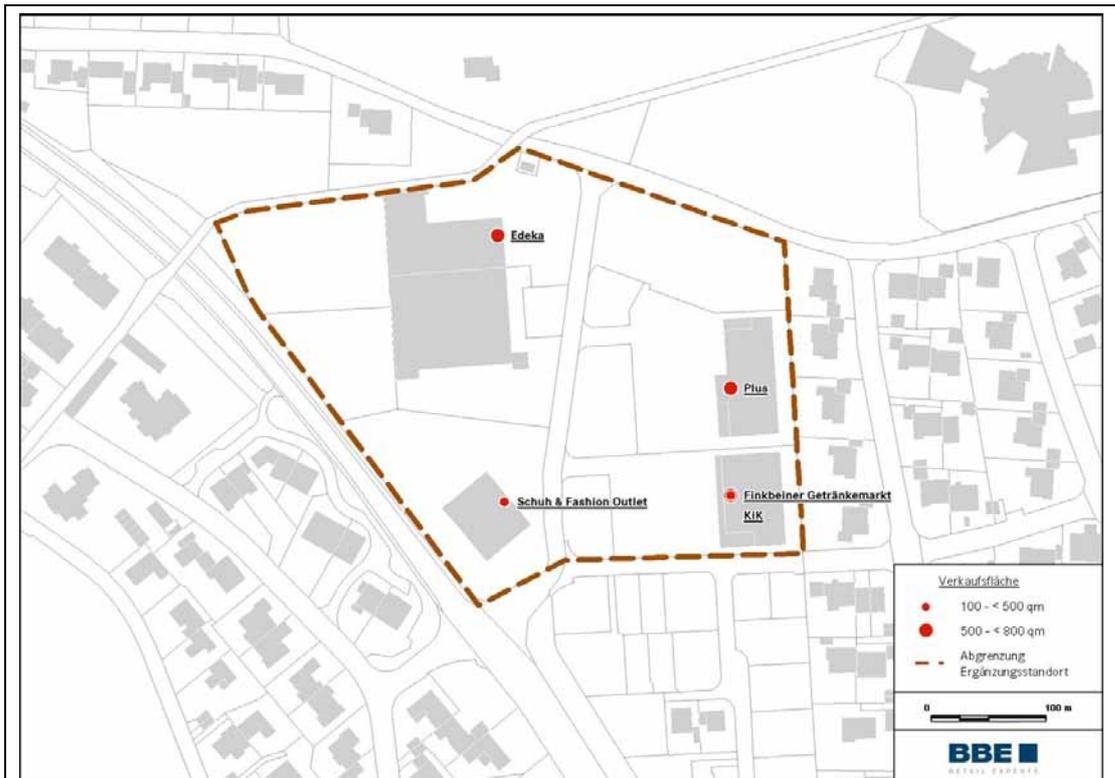
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinde Kißlegg			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>			
		+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.010 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	810 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	1.080 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	120 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	27		
	- Anzahl Leerstände	3		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Edeka Aktivmarkt	470 m <sup>2</sup>		
	- NKD	250 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	170 m <sup>2</sup>		
	- Euronics	145 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoher Anteil an zentrenrelevanten Sortimente ergänzt durch Angebote, die die Nahversorgung garantieren – hier ist vor allem auf den Edeka Aktivmarkt in der Schloßstraße hinzuweisen</li> <li>• Neues Schloss sowie dazugehörige Parkanlage bedingen eine hohe Aufenthaltsqualität in diesen Bereichen</li> <li>• Kostenfreies Parken vor den Geschäften (mit Parkscheibe 1,5 Stunden frei)</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandels-/Dienstleistungsbesatz erstreckt sich recht lose entlang der Durchgangsstraße (Schloßstraße, im weiteren Verlauf Wangener Straße)</li> <li>• Dadurch fehlt ein als solches auch wahrgenommenes Ortszentrum</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Nahversorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs Kißleggs muss auch zukünftig gesichert sein. Hier muss insbesondere auf die Erhaltung des derzeitigen Lebensmittelanbieters (Edeka-Markt) geachtet werden.			



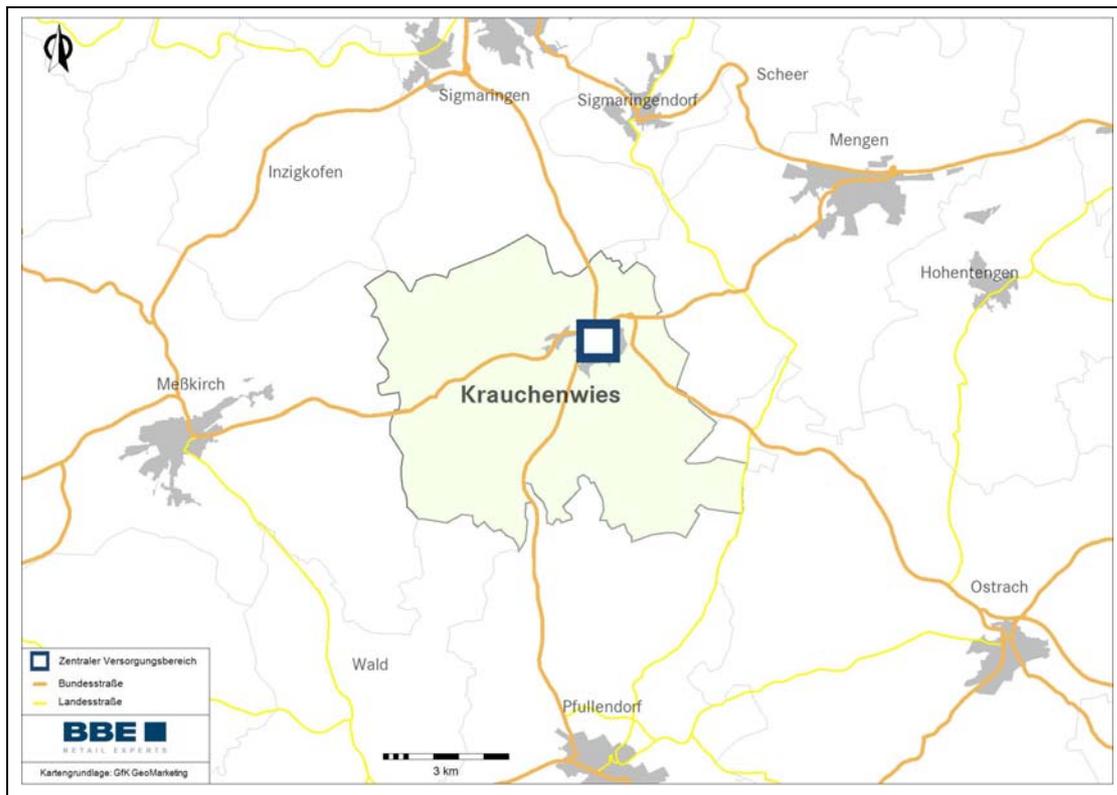
## Fachmarkttagglomeration Erlenweg

Versorgungsfunktion	überörtliche bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel		
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	3.250 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.760 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	1.475 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	15 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	8	
	- Anzahl Leerstände	0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Edeka	675 m <sup>2</sup>	
	- Plus	600 m <sup>2</sup>	
	- Finkbeiner Getränke	500 m <sup>2</sup>	
	- KiK	480 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilintegrierte Lage an Ortseingang mit direktem Wohnbezug</li> <li>• Mit Edeka, Plus, Finkbeiner Getränkemarkt bedeutendster Lebensmittelstandort in Kießlegg</li> <li>• Ausreichendes Parkangebot vor den Geschäften</li> <li>• Das Standortareal ist über die Wangener Straße (L 265), als eine der Hauptverkehrsachsen Kießleggs prinzipiell, gut zu erreichen</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch die nach hinten versetzte Lage bestehen kaum Sichtbeziehungen zu der Hauptverkehrsachse – nach der Realisierung der geplanten Wohnbebauung des Bebauungsplans „Erlenweg“ wird das Areal über keinerlei Fernwirkung mehr verfügen</li> <li>• Der inzwischen in die Jahre gekommene Edeka Supermarkt verfügt über eine heutzutage vergleichsweise geringe Verkaufsflächenausstattung und fällt auch optisch deutlich hinter die gegenüberliegenden Fachmärkte Plus, Finkbeiner und Kik ab</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.		



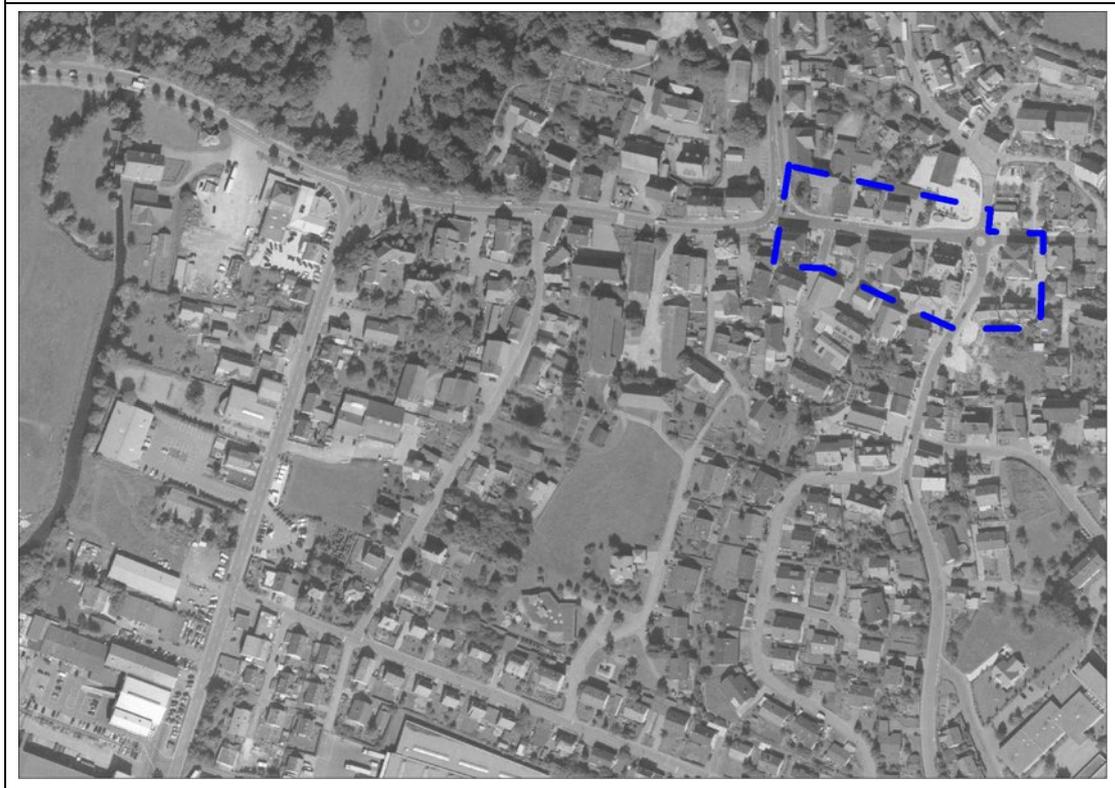
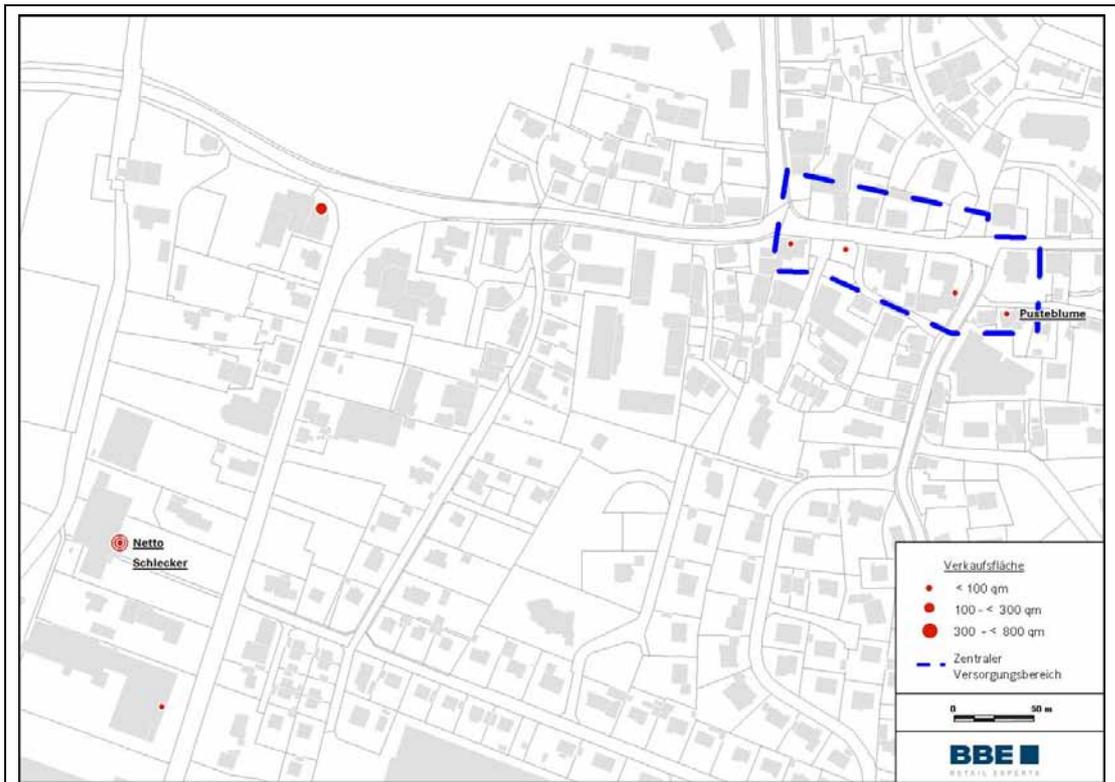
#### 4.6 Krauchenwies

<p>Kleinzentrum Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>4.595 Ew. 5.088 Ew. 5.034 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 2.360 Ew. sowie fünf weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 60 bis 910 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.208 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 807 Einpendler / 1.397 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 311 (Ulm - Tuttlingen) Über die L 456 Anschluss an Sigmaringen / Pfullendorf in rd. 9 / 11 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>27,5 Mio. € 28,5 Mio. €  99,24</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>9,5 Mio. € 34,6 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	

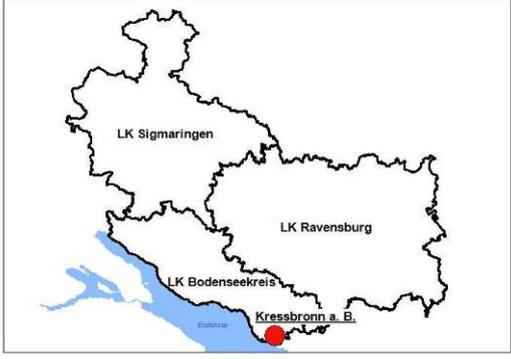


## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinde Krauchenwies			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	145 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	95 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	50 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	6		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Pustebume	40 m <sup>2</sup>		
	- Bäckerei Neher / Lebensmittel	30 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansprechende Platzgestaltung vor/am Rathaus</li> <li>• Ausreichendes Parkangebot in Parktaschen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kein Lebensmittelanbieter in der Ortsmitte vorhanden – Grundversorgung erfolgt über eine Standortkombination aus Netto-Discounter und Schlecker Drogeriemarkt in Siedlungsrandlage</li> <li>• Insgesamt schwach ausgeprägter Einzelhandelsbesatz (5 Betriebe mit rd. 130 qm Verkaufsfläche)</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Um die Versorgungsfunktion eines Kleinzentrums zu gewährleisten muss die Einzelhandelsfunktion im zentralen Versorgungsbereich generell gestärkt werden.			



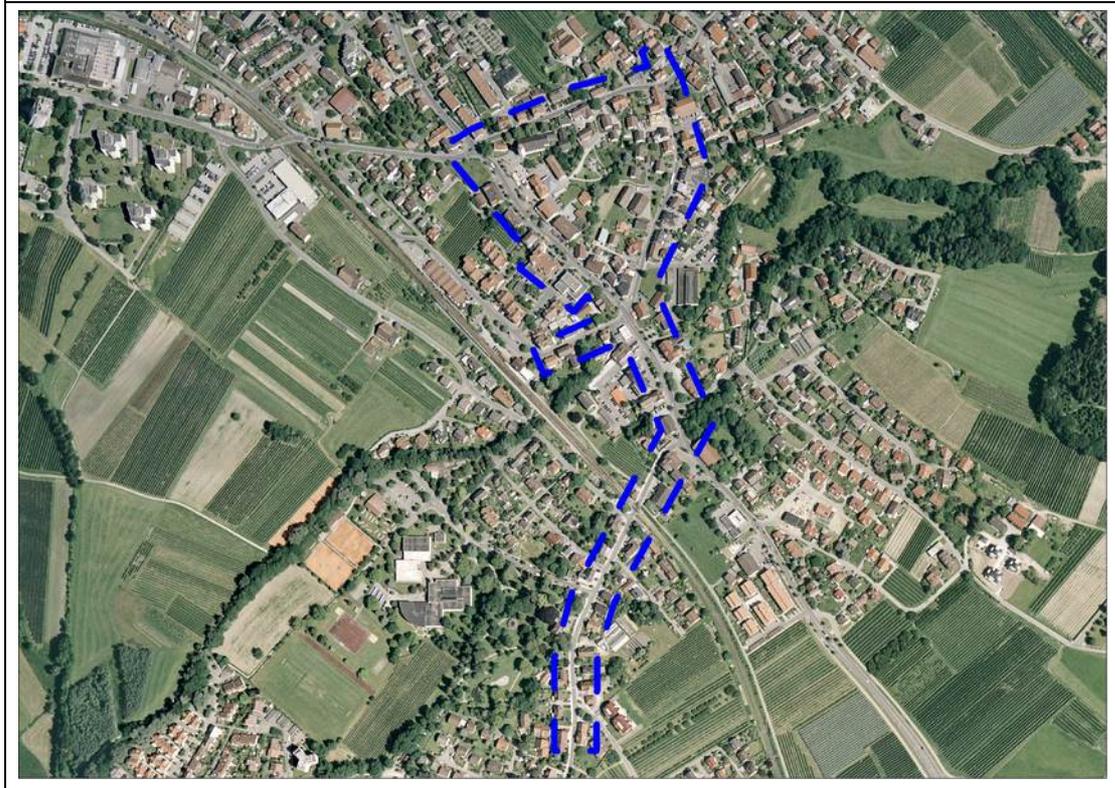
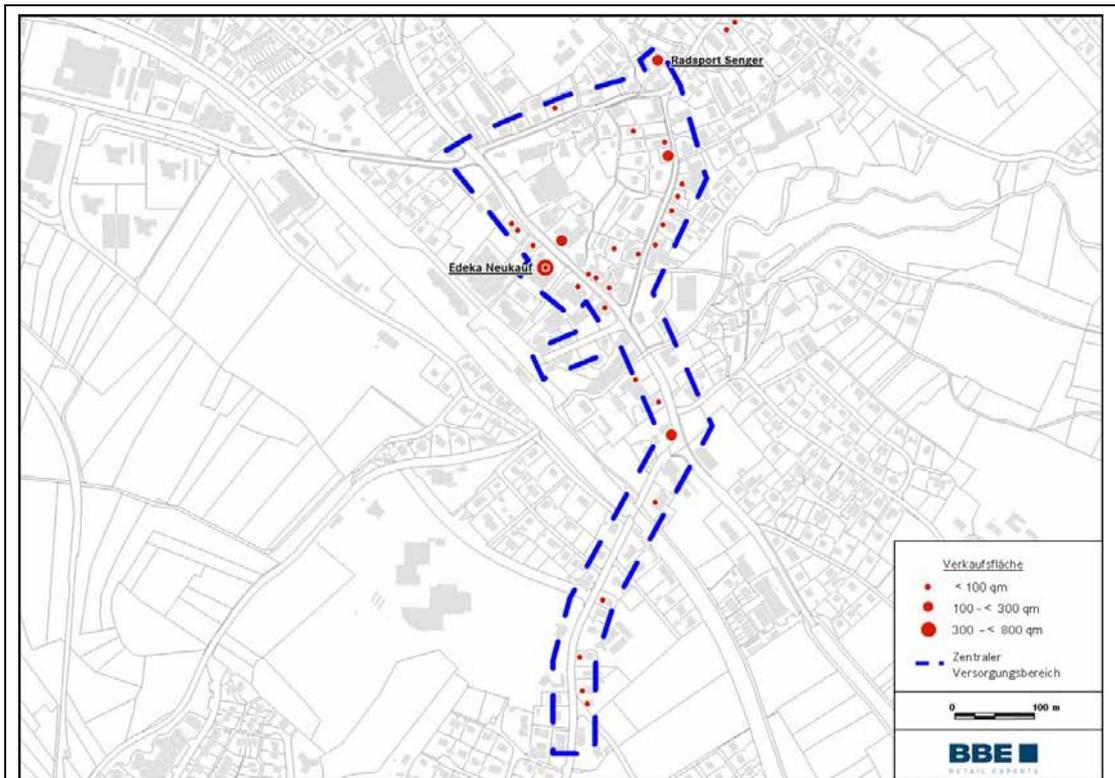
#### 4.7 Kressbronn a. B.

<p>Kleinzentrum Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>7.198 Ew. 8.020 Ew. 7.829 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 6.300 Ew. sowie 28 weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind (Stand 2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>185.130 2.308</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>2.487 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.820 Einpendler / 1.986 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Überlingen – Lindau) sowie B 467 (Ravensburg – Kressbronn a. B.); Anschluss an die A 96 in rd. 10 km Über die Li 16 Anschluss an Lindau in rd. 9 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell – Lindau)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>46,1 Mio. € 47,6 Mio. €  105,50</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>20,3 Mio. € 44,0 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	



## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinden Kressbronn, Eriskirch und Langenargen		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	<p>Verkaufsfläche (ohne Leerstand) 2.090 m<sup>2</sup></p> <p>- nahversorgungsrelevante Sortimente 975 m<sup>2</sup></p> <p>- zentrenrelevante Sortimente 1.085 m<sup>2</sup></p> <p>- sonstige Sortimente 30 m<sup>2</sup></p> <p>Einzelhandelsbesatz</p> <p>- Anzahl Betriebe 33</p> <p>- Anzahl Leerstände 1</p> <p>Wesentliche Anbieter (Auswahl)</p> <p>- Edeka Neukauf 600 m<sup>2</sup></p> <p>- Radsport Senger 175 m<sup>2</sup></p> <p>- Schlecker 140 m<sup>2</sup></p>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modern gestaltete Platzsituation am „Alter Markt“ (Kirche/Neubau Rathaus/Stadtbücherei) mit entsprechenden Außengastronomieangeboten</li> <li>• Kleine Parkanlage inklusive Spielplatz in unmittelbarer Ortsmitte</li> <li>• Edeka-Neukauf in zentraler Lage als Nahversorger</li> <li>• verhältnismäßig hoher Besatz an Einzelhandelsbetrieben – kaum Leerstand</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haupteinkaufsbereich wird durch die vielbefahrene Hauptstraße in zwei Teile getrennt</li> <li>• langgezogene Bandstruktur lässt keinen eigentlichen Versorgungsschwerpunkt erkennen</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Durch die Vergrößerung/Verlagerung des Edeka Supermarktes an den nordwestlichen Rand des zentralen Versorgungsbereichs ist die Nahversorgungsfunktion des Kleinzentrums auch in Zukunft gesichert. Diesbezüglich besteht kein weiterer Handlungsbedarf in Kressbronn.		



## 4.8 Meckenbeuren

Kleinzentrum Landkreis Bodenseekreis							
Bevölkerungsentwicklung	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>11.182 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>13.341 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>13.026 Ew.</td> </tr> </table>	1990	11.182 Ew.	2007	13.341 Ew.	2025	13.026 Ew.
1990	11.182 Ew.						
2007	13.341 Ew.						
2025	13.026 Ew.						
Siedlungsstruktur	Verdichteter Kernort mit rd. 4.330 Ew., zwei daran angrenzende Ortschaften mit rd. 2.710 Ew. und rd. 4.550 Ew. sowie eine nordöstlich gelegene Ortschaft mit rd. 2.040 Ew. (Stand 31.12.2006)						
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>32.893</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>247</td> </tr> </table> <p>Ravensburger Spieleland, 330.000 Besucher (2006)</p> <p>Minimundus Miniaturpark, 80.000 Besucher (2005-2006)</p>	Übernachtungen (2007)	32.893	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	247		
Übernachtungen (2007)	32.893						
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	247						
Sonstige relevante Strukturdaten	3.893 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 2.844 Einpendler / 3.817 Auspendler						
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 30 (Ulm – Friedrichshafen) sowie im Ortsteil Liebenau-Lngentrog an die B 467 (Ravensburg – Kressbronn a. B.); indirekter Anschluss an die A 96 in rd. 15 km Über die L 329 Anschluss an Tettnang in rd. 4 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Südbahn (Ulm – Friedrichshafen); Bodensee-Oberschwaben-Bahn (Aulendorf – Friedrichshafen)						
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>73,1 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>75,7 Mio. €</td> </tr> </table> <p>Kaufkraftniveau 100,45</p>	2008	73,1 Mio. €	2015 (Prognose)	75,7 Mio. €		
2008	73,1 Mio. €						
2015 (Prognose)	75,7 Mio. €						
Umsatz und Zentralität	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>42,8 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>58,6 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	42,8 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	58,6 %		
Umsatz (Prognose 2008)	42,8 Mio. €						
Umsatz-Kaufkraft-Relation	58,6 %						
Einzelhandelsstruktur	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>16.930 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>2.975 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>13.955 m<sup>2</sup></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	16.930 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	2.975 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	13.955 m <sup>2</sup>
Verkaufsfläche (2008)	16.930 m <sup>2</sup>						
- Nahrungs- und Genussmittel	2.975 m <sup>2</sup>						
- sonstige Sortimente	13.955 m <sup>2</sup>						

\* Entgegen den Prognosen des Statistischen Landesamtes, die einen Bevölkerungsrückgang von rd. 2,4 % bis zum Jahr 2025 unterstellen, geht die Gemeinde Meckenbeuren in ihrem Flächennutzungsplan von einem anhaltendem Bevölkerungswachstum von rd. 7,8 % bis zum Jahr 2020 aus.

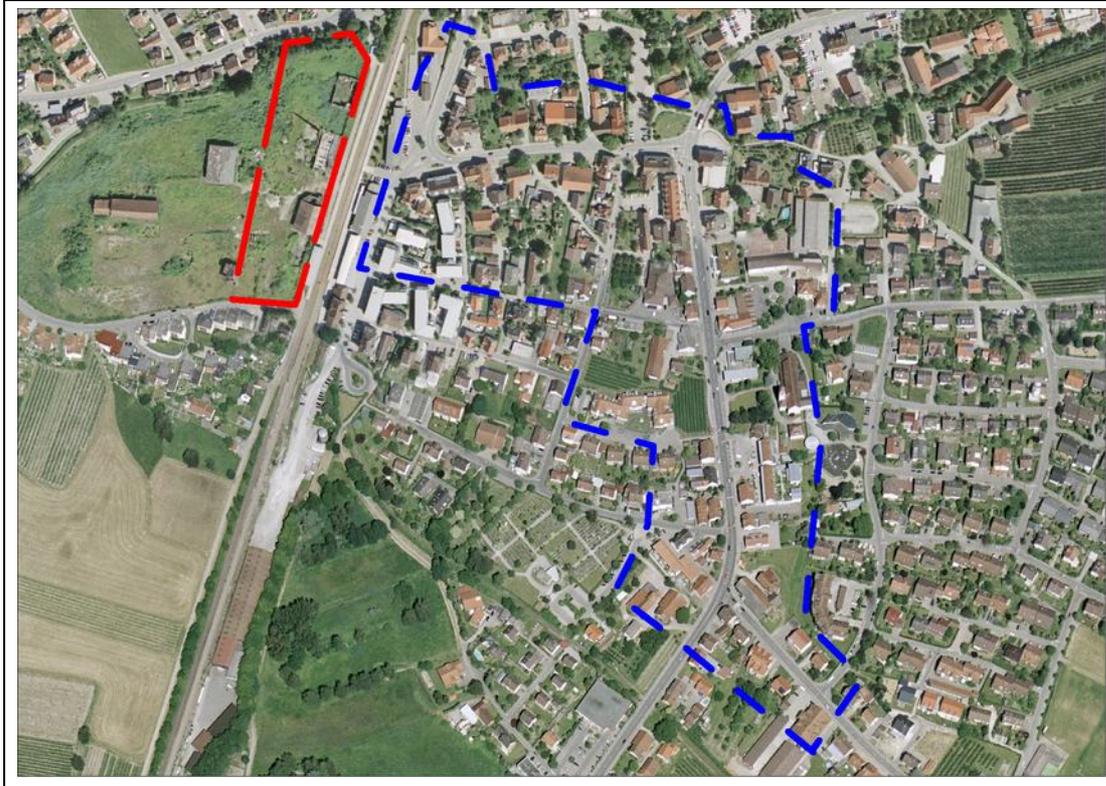
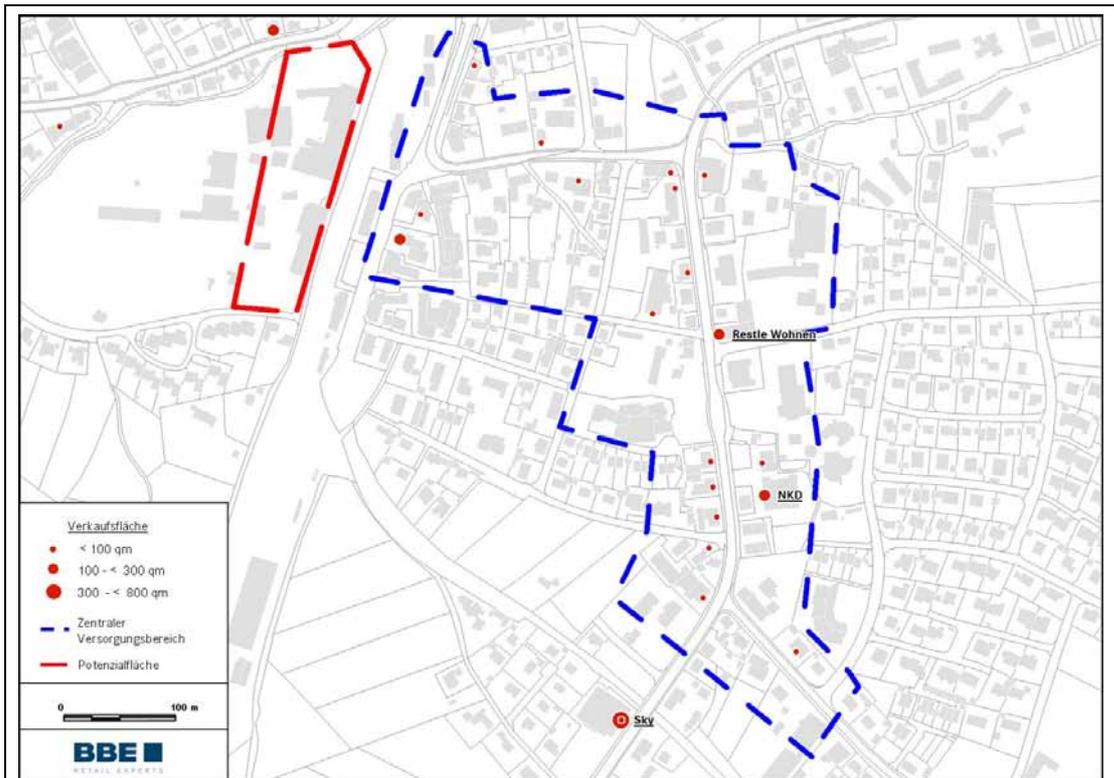
Einzelhandelsstruktur (Fortsetzung)	Arealität (2008)	1,27 m <sup>2</sup> /Ew.
	- Nahrungs- und Genussmittel	0,22 m <sup>2</sup> /Ew.
	- sonstige Sortimente	1,05 m <sup>2</sup> /Ew.
	Angebotsschwerpunkte	
	- Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)	
	- Solitärstandort Möbel Block (E)	



## Hauptzentrum Innenstadt

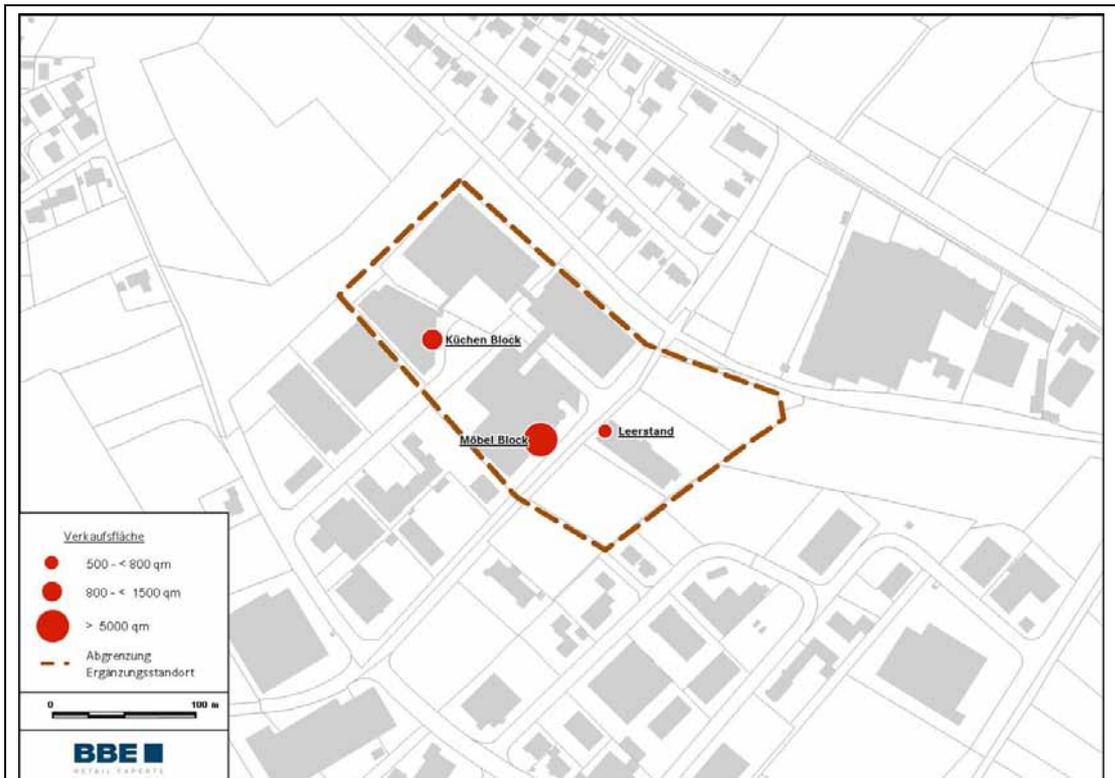
Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinde Meckenbeuren			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.135 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	290 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	805 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	40 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	18		
	- Anzahl Leerstände	1		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)*			
	- NKD	220 m <sup>2</sup>		
	- Restle Kochen Wohnen	170 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzentrierter Geschäftsbesatz entlang der Hauptstraße, allerdings deutlich abnehmende Besatzdichte in den Randbereichen</li> <li>• Zentral gelegener, ebenerdiger Parkplatz, der durch Parkangebote entlang der Hauptstraße ergänzt wird</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch Lage an Bundesstraße B 30 hoher Durchgangsverkehr</li> <li>• Fehlendes Lebensmittelangebot im eigentlichen Ortskern, allerdings ist ein Sky-Supermarkt in rd. 450 m fußläufig erreichbar</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<p>Das mittlerweile realisierte „KIM-Center“ auf dem ehemaligen „Holzindustrie-Gelände“ ergänzt die Versorgungsfunktion des Kleinzentrums und ist fußläufig mittels einer Unterführung gut an die als zentralen Versorgungsbereich abgegrenzte Ortsmitte angebunden. Ein weiterer Ausbau der Einzelhandelsstrukturen sollte sich auf den bestehenden zentralen Versorgungsbereich konzentrieren und dort vorhandene Entwicklungspotenziale (bspw. im Bereich des zentral gelegenen Parkplatzes) nutzen.</p>			

\* Inzwischen wurde das zur Zeit der Erhebung diskutierte Planvorhaben „KIM-Center“ auf dem „Holzindustrie-Gelände“ verwirklicht. Insgesamt sind an diesem Standort rd. 3.700 qm Verkaufsfläche realisiert worden. U.a. sind dort nun ein Feneberg-Supermarkt (rd. 800 m<sup>2</sup>), ein Finkbeiner Getränkemarkt (rd. 400 m<sup>2</sup>), ein Lidl-Discounter (rd. 800 m<sup>2</sup>), ein Müller Drogeriemarkt (rd. 800 m<sup>2</sup>) sowie ein AWG Textilfachmarkt (rd. 800 m<sup>2</sup>) ansässig.

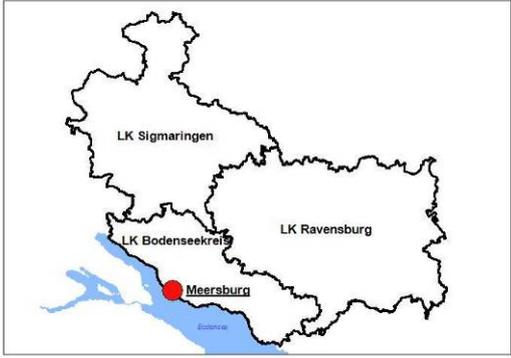


## Solitärstandort Möbel Block

Versorgungsfunktion	regional bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	11.400 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	500 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	10.900 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	2		
	- Anzahl Leerstände	1		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Möbel Block	10.000 m <sup>2</sup>		
	- Küchen Block	1.400 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regional bedeutsames Möbelhaus, das mit einer Verkaufsfläche von über 10.000 qm ausgestattet ist</li> <li>• Ausreichendes Parkraumangebot vor dem Geschäft</li> <li>• Überörtlich prinzipiell gut zu erreichen, da sich der Standort zwischen den parallel verlaufenden Bundesstraßen B 30 (rd. 650 m westlich) und B 457 (rd. 1,3 km östlich) befindet</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die PKW-Erreichbarkeit ist zwar grundsätzlich als gut zu bezeichnen, allerdings fehlt ein direkter Anschluss an einen überörtlich bedeutsamen Verkehrsweg</li> <li>• Das Möbelhaus verfügt über keinerlei Fernwirkung, da es weder von der nordöstlich verlaufenden Tettlinger Straße (L 329) noch von der westlich verlaufenden Hauptstraße (B30) eingesehen werden kann</li> <li>• Als Solitärstandort verfügt Möbel Block über keinerlei Agglomerationspotenzial, besitzt allerdings eine hohe Eigenausstrahlung, die diesen Umstand kompensiert</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. Allenfalls im Möbelsegment sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



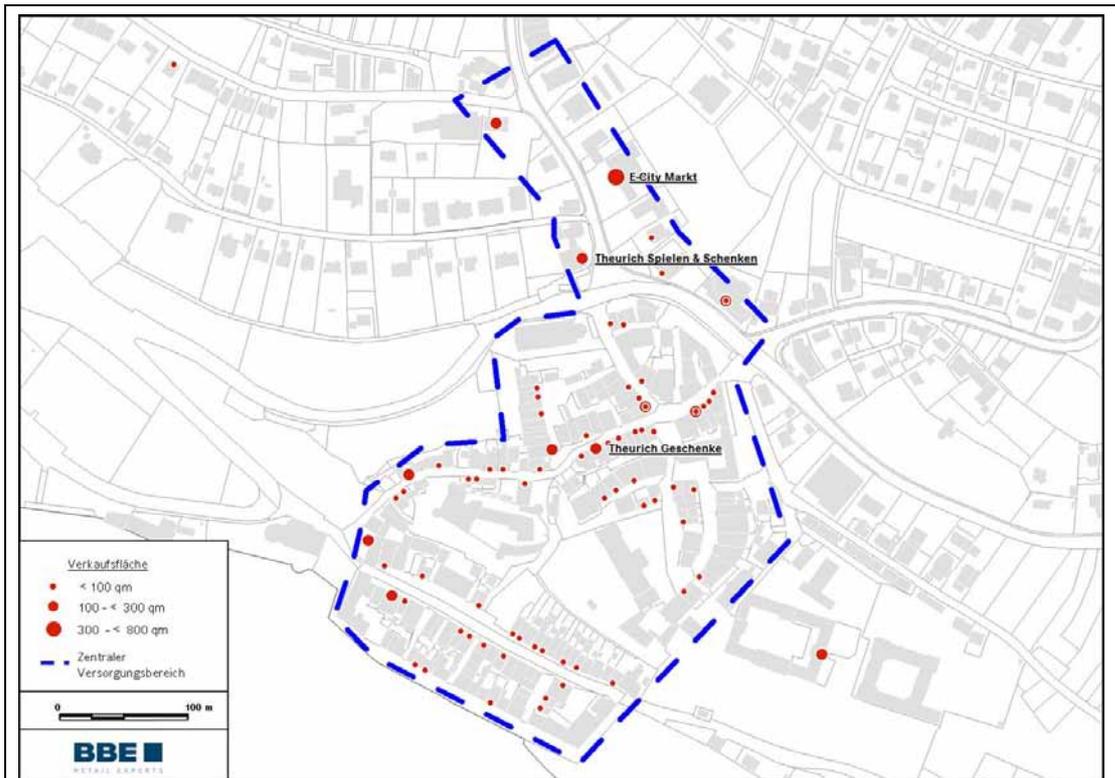
## 4.9 Meersburg

<p>Kleinzentrum Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>5.276 Ew. 5.581 Ew. 5.065 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichtete Kernstadt mit rd. 5.355 Ew. sowie zwei weitere kleine, ländlich strukturierte Ortschaften mit rd. 100 Ew. und rd. 170 Ew. (Stand 31.12.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p> <p>Burg Meersburg, Schloss Meersburg Therme, 1 Mio. Besucher (2003-2007)</p>	<p>168.400 3.017</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.341 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 845 Ependler / 1.259 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach - Lindau), B 33 (Ravensburg - Konstanz) Schiffsverkehr: u.a. Autofähre (Meersburg - Konstanz)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>32,6 Mio. € 32,5 Mio. €  107,19</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>30,0 Mio. € 92,0 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	

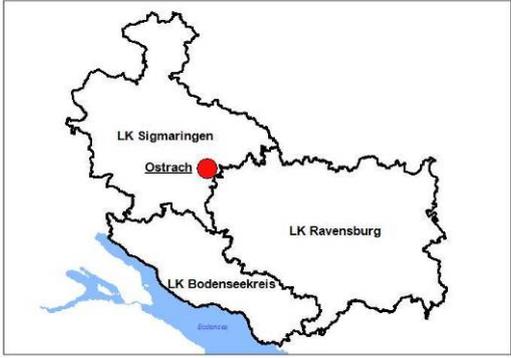


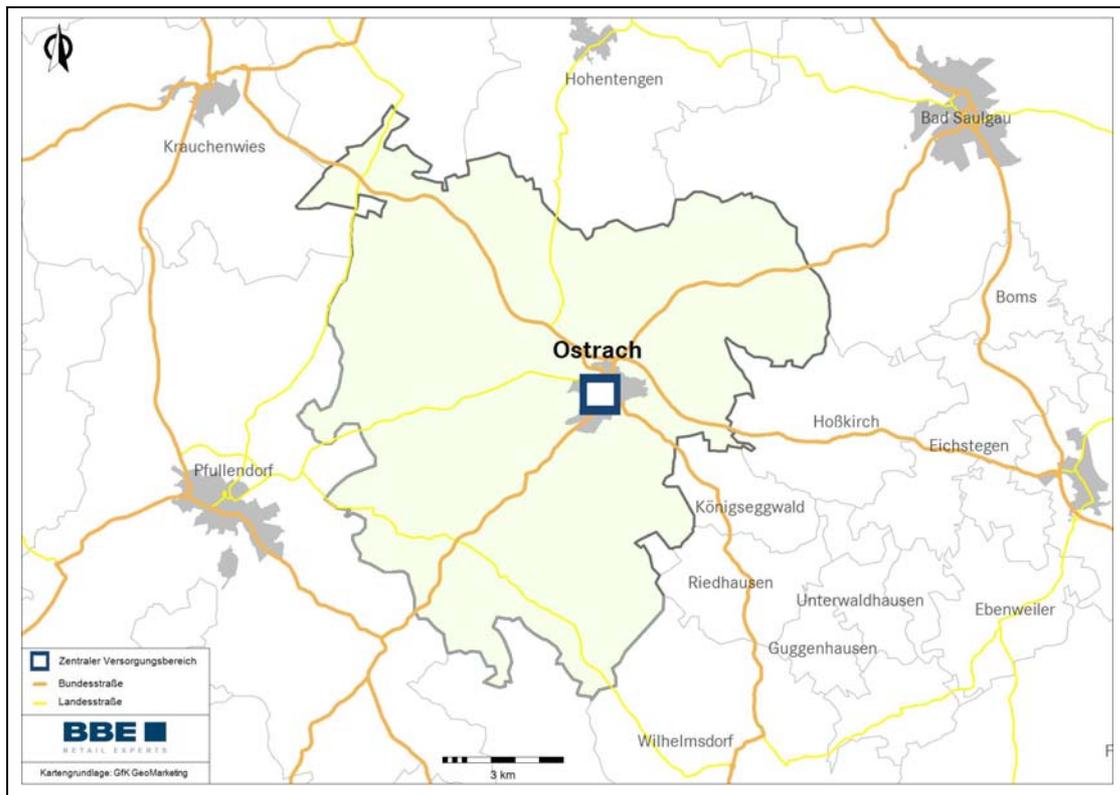
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinde Meersburg, Daisendorf, Hagnau, Stetten und Uhldingen-Mühlhofen			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	4.350 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.345 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	2.785 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	220 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		74	
	- Anzahl Leerstände		6	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Edeka Aktivmarkt	350 m <sup>2</sup>		
	- Theurich Spielen & Schenken	180 m <sup>2</sup>		
	- Georg Hack Weine	175 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohes touristisches Potenzial der Meersburg/Schloss</li> <li>• Durchgehend restaurierte und detailliert gestaltete Fassaden im Altstadtbereich</li> <li>• Hohes gastronomisches Angebot in der gesamten Altstadt, außerdem sind eine Vielzahl an Kultureinrichtungen in Meersburg ansässig (u.a. Museen)</li> <li>• die Uferpromenade entlang des Bodensees bietet durch die dort ansässigen gastronomische Betriebe eine hohe Aufenthaltsqualität</li> <li>• attraktives Gesamtbild wird verstärkt durch mehrere ansprechende Platzsituationen und einer modernen Stadtmöblierung</li> <li>• Edeka Aktivmarkt als Nahversorger in nördlich an die Altstadt angrenzender Lage</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topographisch bedingte Zweiteilung in Ober- und Unterstadt (Hanglage)</li> <li>• Kein Einzelhandelsmagnet vorhanden, zudem starke Ausrichtung des kleinteiligen Einzelhandels auf den Tourismus</li> <li>• Hohe Verkehrsbelastung der B 33</li> <li>• Vergleichsweise teure innenstadtnahe Parkplätze</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Nahversorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs in Meersburg muss auch zukünftig gesichert sein. Hier muss insbesondere auf die Erhaltung des derzeitigen Lebensmittelanbieters (Edeka-Markt) geachtet werden.			



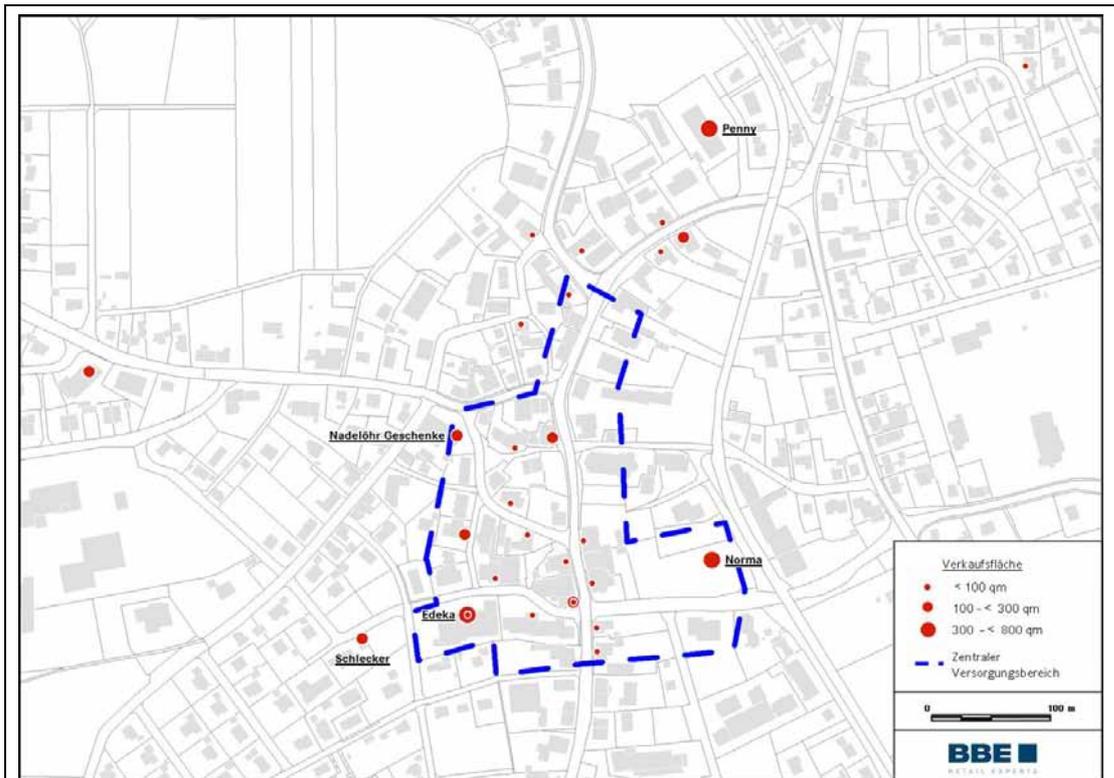
#### 4.10 Ostrach

<p>Kleinzentrum Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>5.575 Ew. 6.850 Ew. 6.981 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 3.620 Ew. sowie 27 weitere, kleine ländlich strukturierte Ortschaften mit max. 400 Ew. (Stand 31.12.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>43.389 633</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.452 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 731 Einpendler / 1.661 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Sigmaringen – Wangen i. A) in rd. 13 km Über div. Landes- oder Kreisstraßen Anschluss an Altshausen, Bad Saulgau, Krauchenwies, Mengen, Pfullendorf, Wilhelmsdorf</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>36,3 Mio. € 38,0 Mio. €  97,26</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>20,0 Mio. € 55,0 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	



## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinde Ostrach			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.345 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.425 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	745 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	175 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	20		
	- Anzahl Leerstände	3		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Norma	750 m <sup>2</sup>		
	- Edeka	650 m <sup>2</sup>		
- Nadelöhr	250 m <sup>2</sup>			
- Schlecker	180 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gute Nahversorgungssituation in der Ortsmitte durch den Lebensmittel-Vollsortimentsanbieter Edeka sowie den Lebensmittel-Discounter Norma</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Z.T. nicht mehr zeitgemäße Schaufenstergestaltung</li> <li>Vergleichsweise hohe Verkehrsbelastung auf der Hauptstraße</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>			



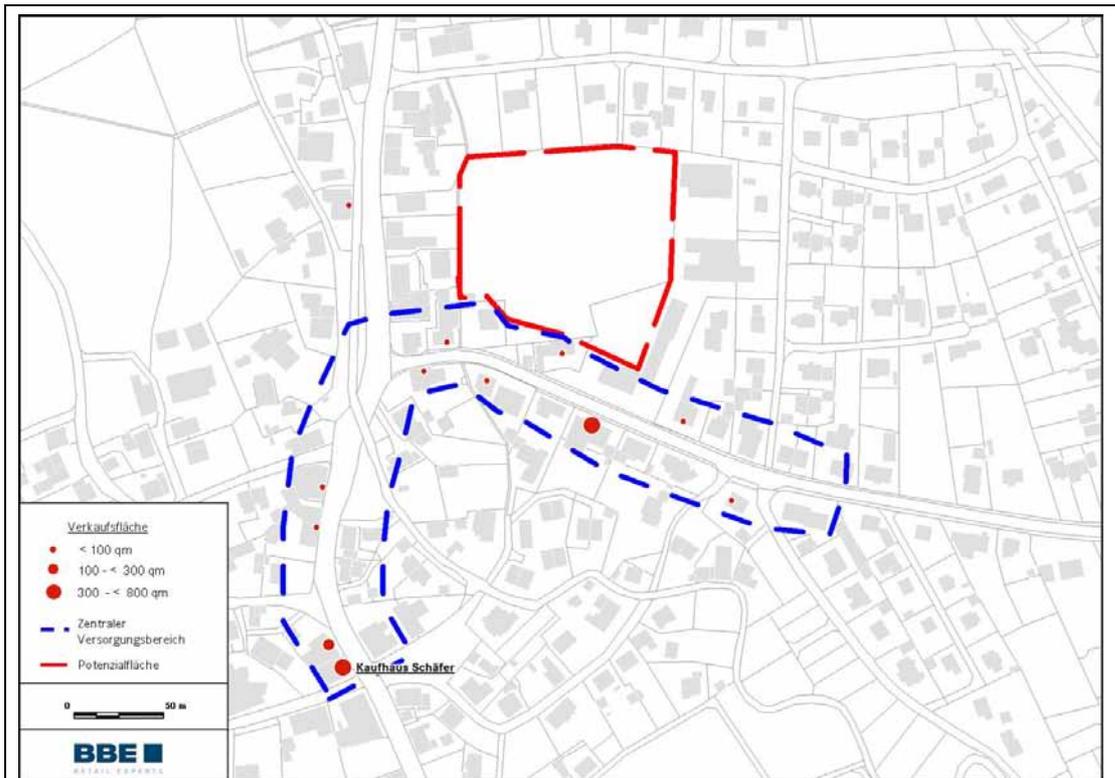
#### 4.11 Salem

<p>Kleinzentrum Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>9.332 Ew. 11.179 Ew. 11.073 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Vier Siedlungsschwerpunkte mit jeweils rd. 1.110 Ew. bis rd. 3.090 Ew. sowie sieben weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 330 bis 800 Ew. (Stand 31.02.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p> <p>Schloss Salem, 130.000 Besucher jährlich Affenberg-Tierpark</p>	<p>50.353 450</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>2.589 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.616 Einpendler / 2.838 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Überlingen – Lindau) in rd. 5 km, B 33 (Ravensburg – Konstanz) in rd. 10 km Über die L 200a Anschluss an Überlingen in rd. 12 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell – Lindau)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)</p> <p>Kaufkraftniveau</p>	<p>62,6 Mio. € 64,6 Mio. €</p> <p>102,64</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>34,8 Mio. € 55,6 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p> <p>Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Salem-Mimmenhausen (ZVB)</p>	



## Hauptzentrum Salem-Mimmenhausen

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinden Salem, Frickingen und Heiligenberg		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.265 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	100 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	945 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	220 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	12	
	- Anzahl Leerstände	0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Kaufhaus Schäfer	530 m <sup>2</sup>	
	- Textilhaus	300 m <sup>2</sup>	
	- Blumen Schauern	130 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relativ dichte Besatzstruktur entlang Bahnhofstraße</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verhältnismäßig geringer Geschäftsbesatz, hinzu kommt eine geringe Verkaufsflächenausstattung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten</li> <li>• Stark begrenztes Parkangebot im Bereich der Bahnhofstraße</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	<p>Der zentrale Versorgungsbereich entlang der Bahnhofstraße sollte durch ergänzende Einzelhandelsfunktionen gestärkt und so zum eigentlichen Versorgungszentrum der Gemeinde entwickelt werden. In diesem Zusammenhang sei auf die Potenziale der momentan als Obstwiese genutzten Brachfläche am westlichen Ende der Bahnhofstraße auf Höhe der Schule hingewiesen.</p>		



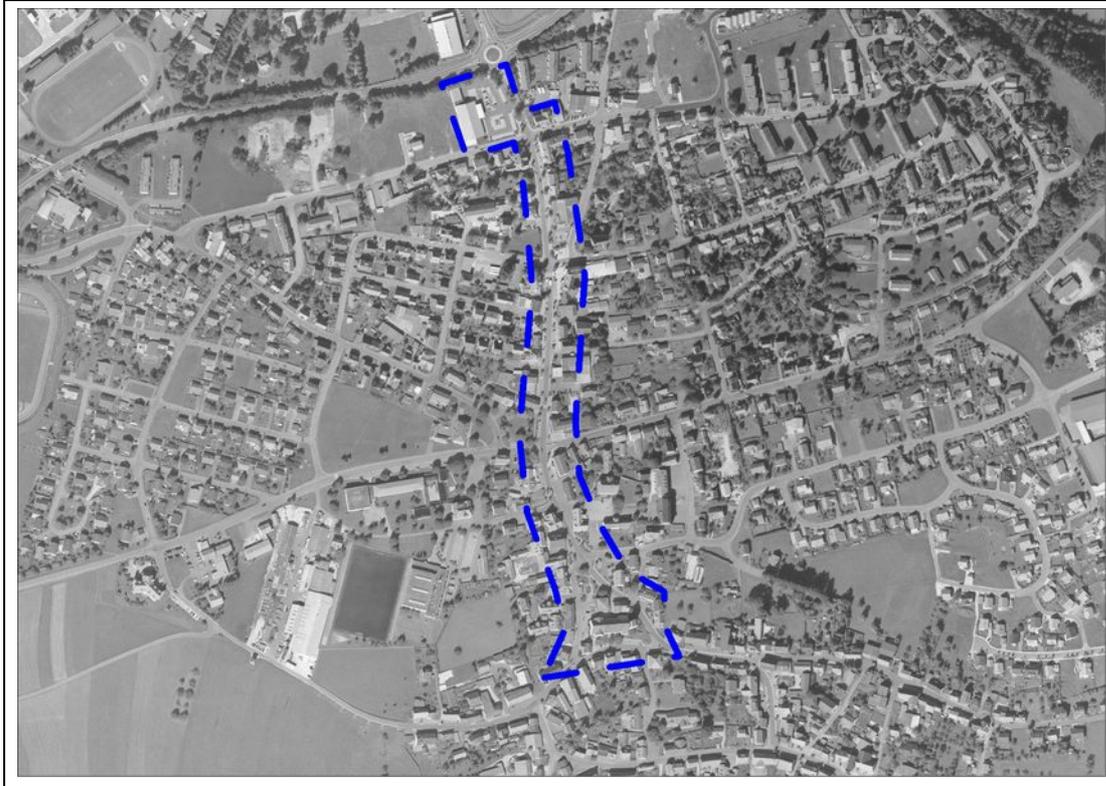
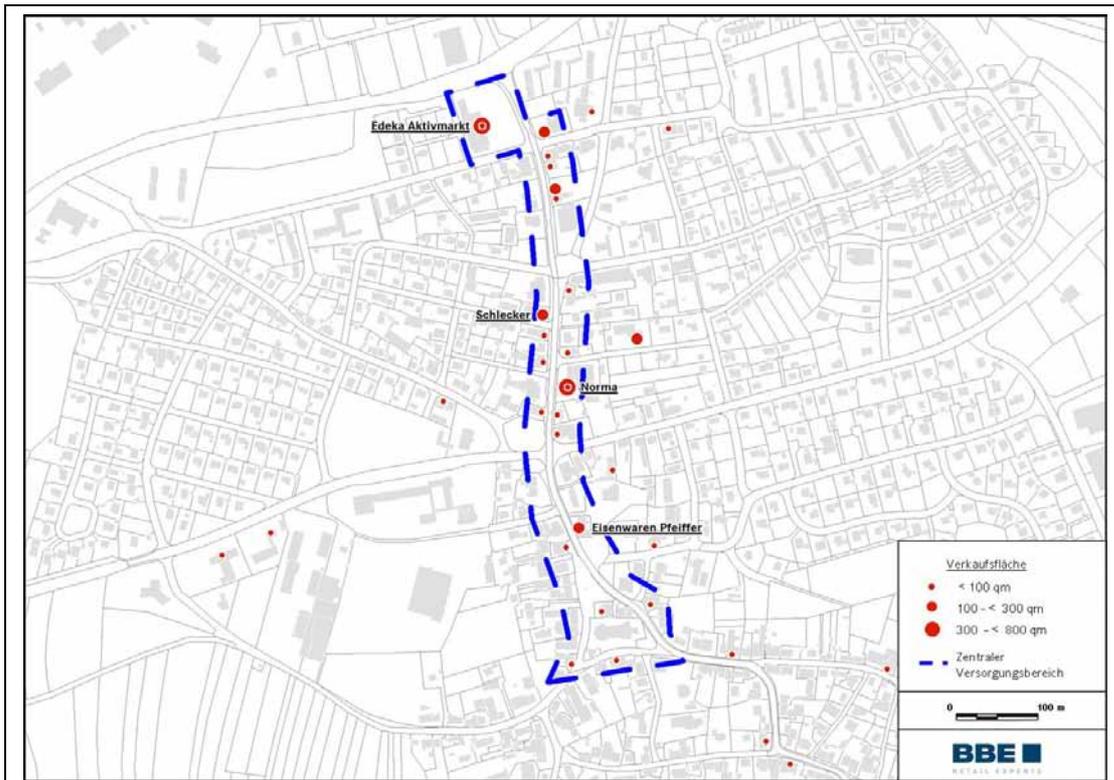
#### 4.12 Stetten am kalten Markt

<p>Kleinzentrum Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>5.347 Ew. 5.241 Ew. 5.229 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 3.370 Ew. sowie drei weitere umliegende Ortschaften: Frohnstetten: rd. 1.140 Ew., Storzinger: rd. 370 Ew., Glashütte: rd. 340 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>10.490 200 (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.425 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 742 Einpendler / 1.068 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 463 (Balingen - Sigmaringen) in rd. 6 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Zollern-Alb-Bahn1 (Tübingen - Aulendorf)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>27,0 Mio. € 28,2 Mio. €  94,31</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>14,5 Mio. € 53,8 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	

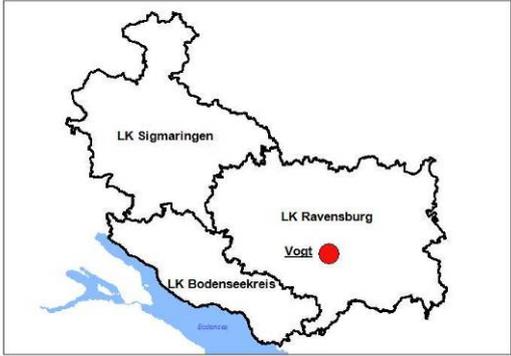


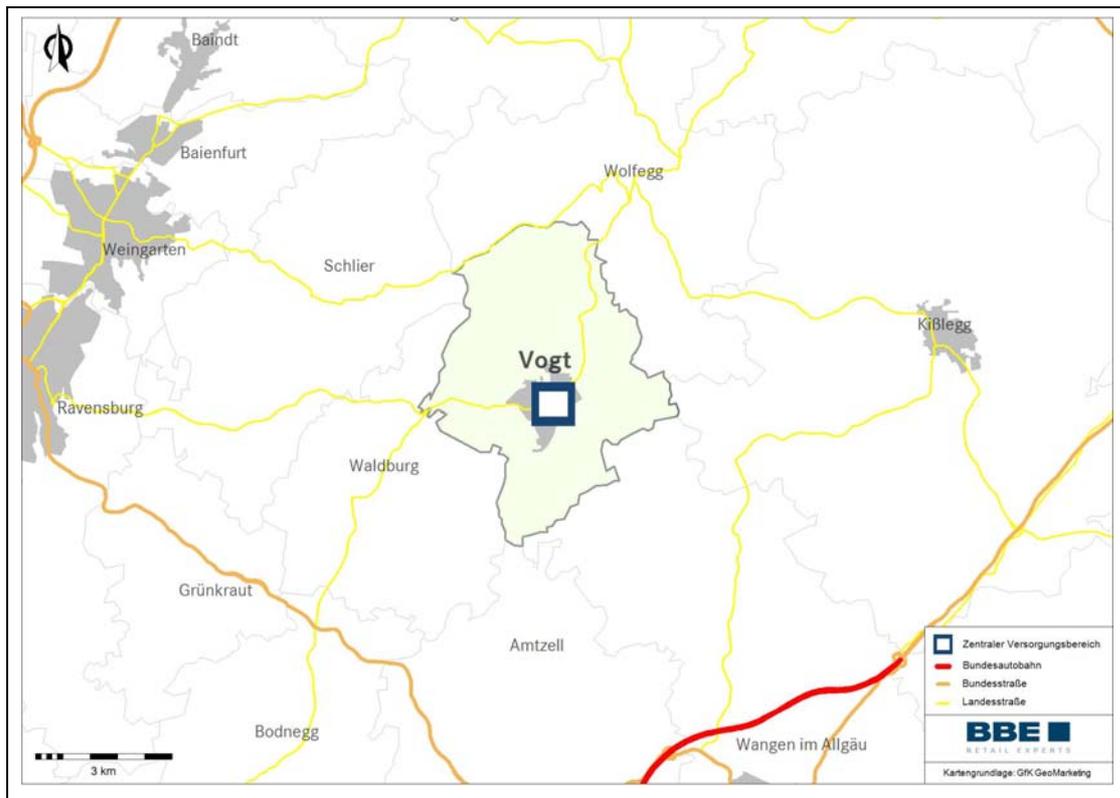
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinden Stetten a.k.M. und Schwenningen			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.485 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.480 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	895 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	110 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe		23	
	- Anzahl Leerstände		1	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Edeka Aktivmarkt	720 m <sup>2</sup>		
	- Norma	510 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	150 m <sup>2</sup>		
	- Getränke Nolle	140 m <sup>2</sup>		
	- Eisenwaren Pfeiffer	110 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute Nahversorgungssituation durch Edeka Aktivmarkt und Norma als zwei leistungsstarke Lebensmittelanbieter in zentraler Lage</li> <li>• Verhältnismäßig große Verkaufsflächenausstattung sowie breiter Branchenmix</li> <li>• Die gute verkehrliche Erreichbarkeit wird durch eine zentral gelegene Bushaltestellen verstärkt</li> <li>• Zentrale Grünfläche mit Sitzmöglichkeiten im Kreuzungsbereich Alb-/Lager-/Haupt- und Storzinger Straße</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vielbefahrene Durchgangsstraße (Hauptstraße/Lagerstraße) ist nicht verkehrsberuhigt und mindert somit die Aufenthaltsqualität der Ortsmitte merklich</li> <li>• Lockerer, allerdings durchgehender Besatz entlang Haupt-/Lagerstraße – dadurch bedingte große räumliche Ausdehnung des Haupteinkaufsbereiches</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



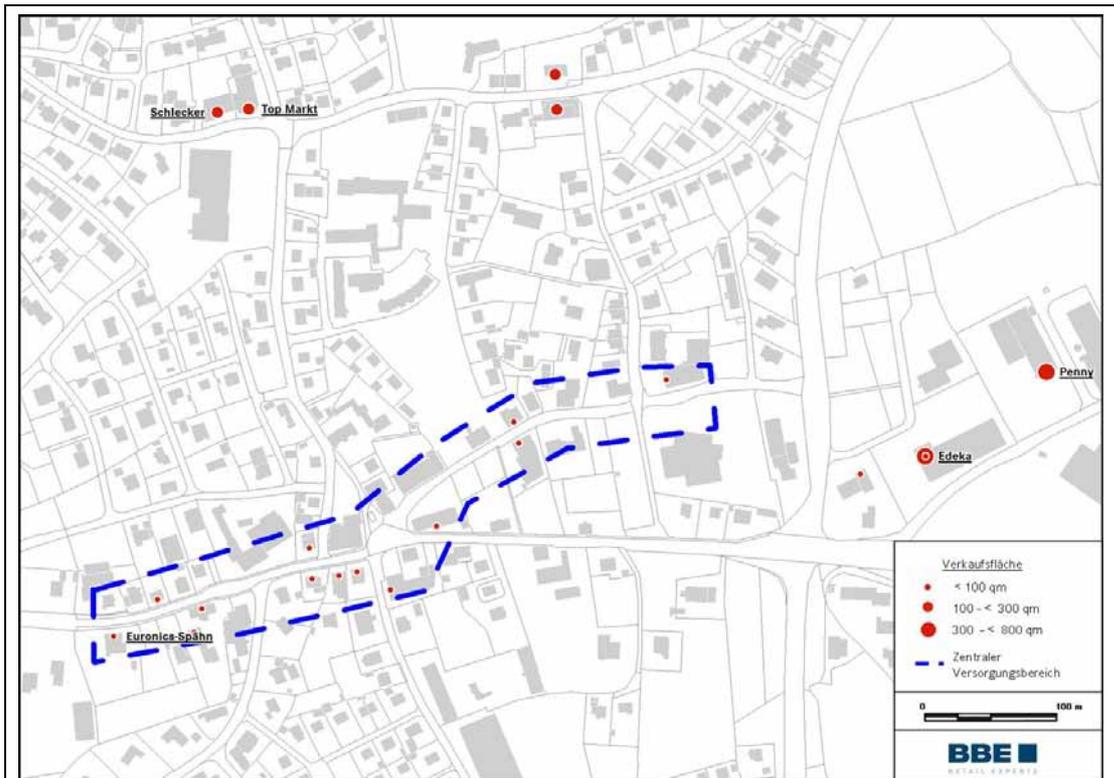
#### 4.13 Vogt

<p>Kleinzentrum (Doppelzentrum mit Wolfegg) Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>4.083 Ew. 4.532 Ew. 4.620 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort sowie weitere, dispers verteilte ländlich strukturierte Ortschaften</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>807 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 501 Einpendler / 1.252 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 18 (Memmingen – Wangen i. A. Lindau) in rd. 10 km, Anschluss an die A 96 in rd. 13 km Über div. Landes- oder Kreisstraßen Anschluss an Kißlegg, Ravensburg, Wangen i. A., Wolfegg</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>25,0 Mio. € 26,5 Mio. €  101,32</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>16,6 Mio. € 66,3 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)</p>	

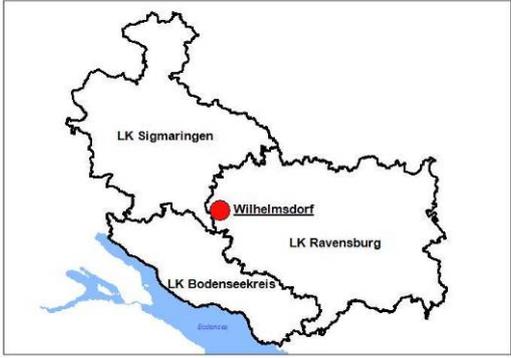


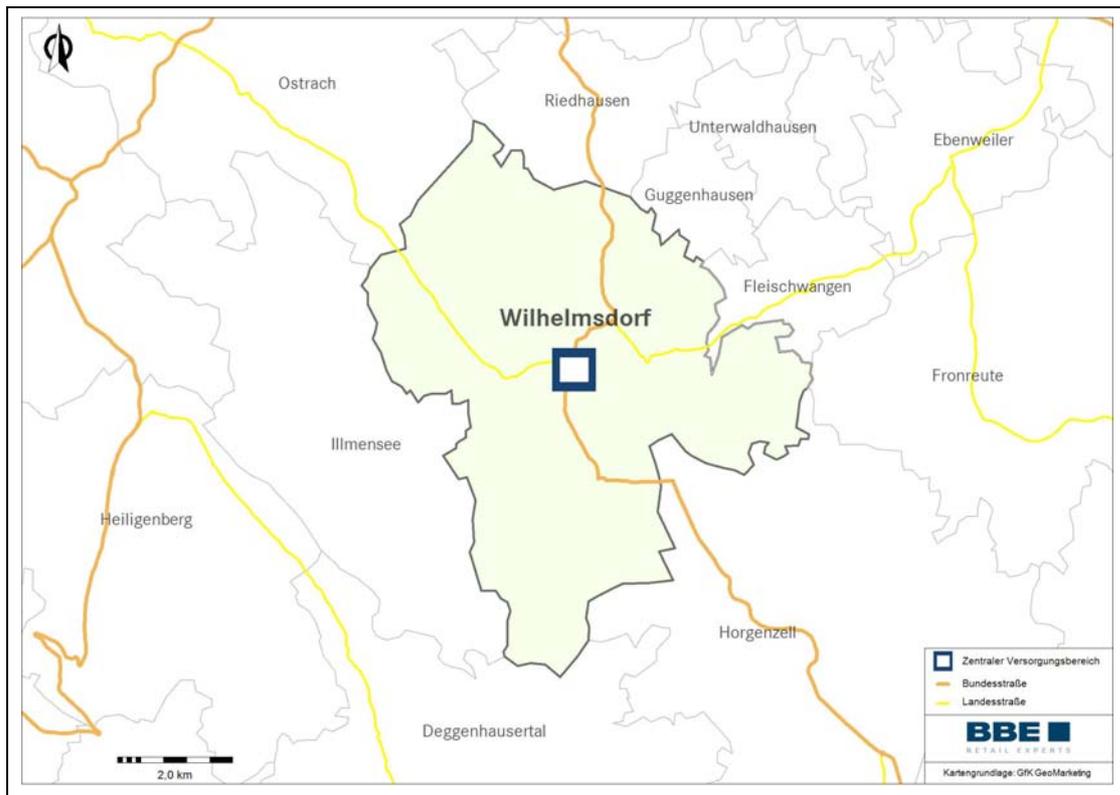
## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinden Vogt und Wolfegg (Doppelzentrum)		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	405 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	200 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	205 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	13	
	- Anzahl Leerstände	2	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Kieber	70 m <sup>2</sup>	
	- Euronics	45 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe Besatzdichte von Einzelhandels-/ Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben entlang Kirchstraße</li> <li>• Verkehrsberuhigung der Kirchstraße</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insgesamt verhältnismäßig geringer Einzelhandelsbesatz</li> <li>• Hoher Durchgangsverkehr der L 325</li> <li>• Nahversorger nicht in eigentlicher Ortsmitte verstandortet sondern an diese angrenzend (Edeka/Penny/Getränkemarkt-Kombination rd. 200 m östlich sowie Topmarkt/Schlecker rd. 300 m nördlich gelegen)</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsfunktion im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Vogt ist in allen Bereichen zu stärken. Fachmarkttagglomerationen am Ortsrand sind zu vermeiden.		



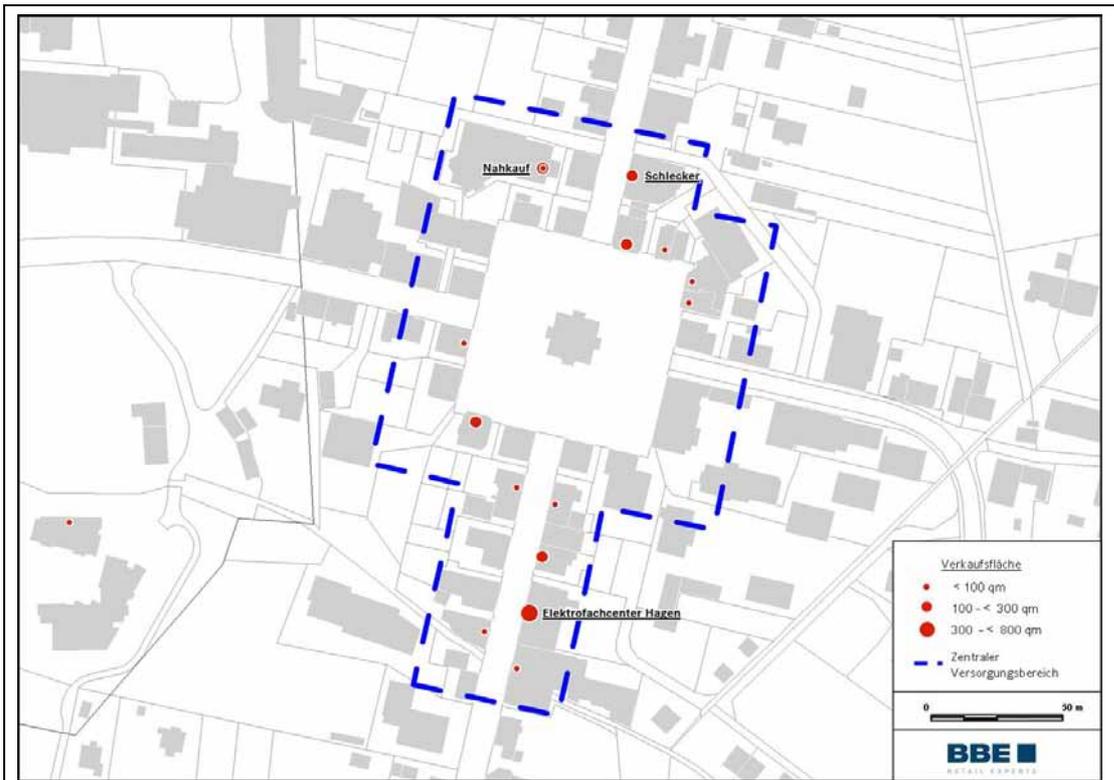
#### 4.14 Wilhelmsdorf

Kleinzentrum Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	4.185 Ew. 4.818 Ew. 4.949 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichteter Kernort mit rd. 2.700 Ew. sowie drei weitere umliegende Ortschaften mit jeweils rd. 500 bis rd. 900 Ew. (Stand 31.12.2006)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	2.569 53
Sonstige relevante Strukturdaten	1.342 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 765 Einpendler / 866 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Sigmaringen – Wangen i. A.) in rd. 12 km Über div. Landes- oder Kreisstraßen Anschluss an Ravensburg, Ostrach, Pfullendorf	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	24,7 Mio. € 26,2 Mio. €  94,13
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	18,0 Mio. € 72,8 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)	

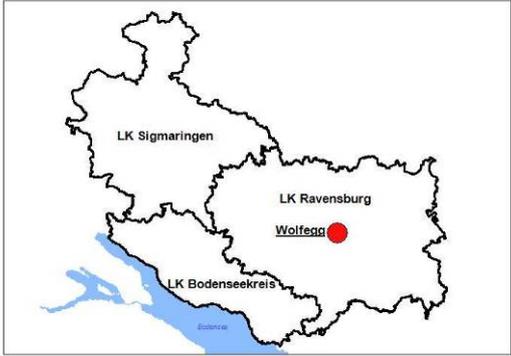


## Hauptzentrum Innenstadt

Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinden Wilhelmsdorf und Horgenzell		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
Angebotsstruktur	Parkmöglichkeiten		
	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)		1.355 m <sup>2</sup>
	- nahversorgungsrelevante Sortimente		500 m <sup>2</sup>
	- zentrenrelevante Sortimente		850 m <sup>2</sup>
	- sonstige Sortimente		5 m <sup>2</sup>
Einzelhandelsbesatz			
- Anzahl Betriebe		16	
- Anzahl Leerstände		0	
Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
- Elektrofachcenter Hagen		310 m <sup>2</sup>	
- Nahkauf		225 m <sup>2</sup>	
- Schlecker		155 m <sup>2</sup>	
- Dengler Mode		130 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In der Ortsmitte gelegener Nahkauf sichert die Nahversorgung</li> <li>• Breiter Angebotsmix mit einem hohen Anteil zentrenrelevanter Sortimenten in den im Versorgungsbereich ansässigen Betrieben</li> <li>• Zentrale Platzstruktur durch Saalplatz und vier, im 90° Winkel davon abgehende Straßen</li> <li>• Einzelhandelsbetriebe werden durch gastronomische Einrichtungen und einzelhandelsnahe Dienstleistungen ergänzt</li> <li>• Zentral gelegener Parkplatz sowie zusätzliche Parkangebote vor den Geschäften am Saalplatz</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittelanbieter Nahkauf mit geringer Verkaufsflächenausstattung</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	<p>In erster Linie muss auch in Zukunft die Nahversorgung im zentralen Versorgungsbereich Wilhelmsdorfs gesichert sein. Von immenser Bedeutung ist diesbezüglich die Erhaltung bzw. Erweiterung des Lebensmittel-Supermarktes im nördlichen Bereich des ZVB's.</p>		

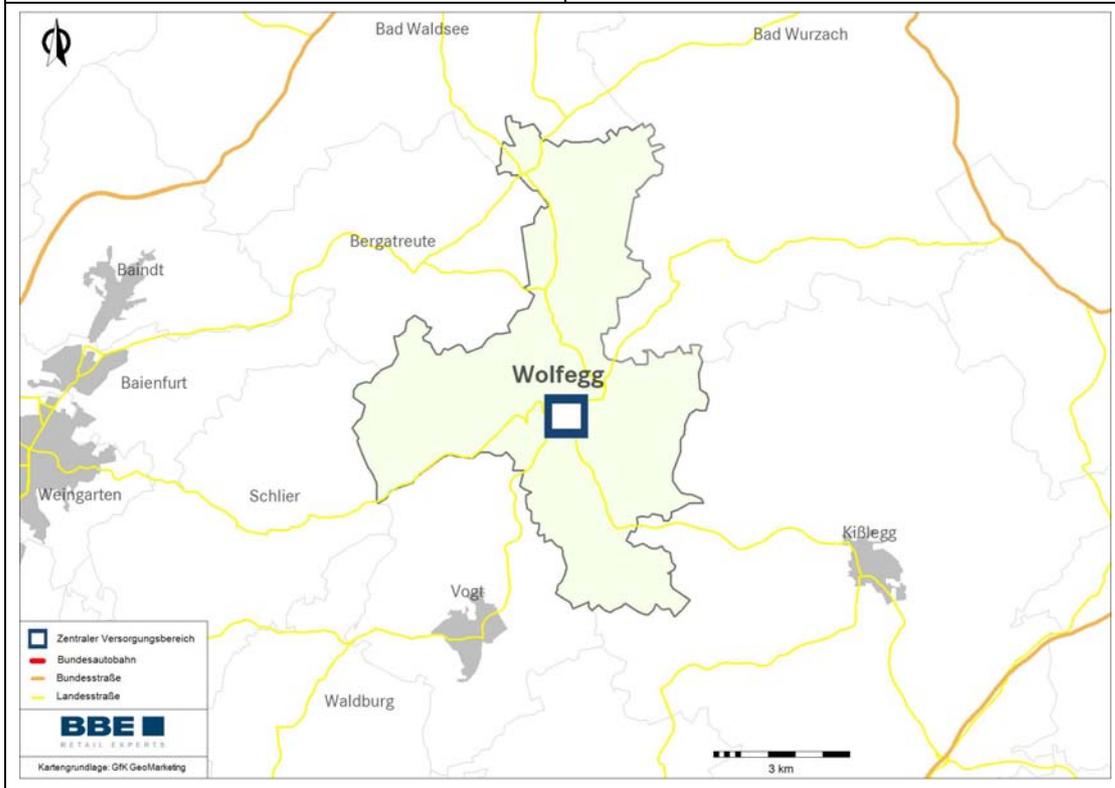


#### 4.15 Wolfegg

<p>Kleinzentrum (Doppelzentrum mit Vogt) Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>3.064 Ew. 3.437 Ew. 3.487 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt mit rd. 1.740 Ew. sowie weiterer Siedlungskern in Altann mit rd. 880 Ew. und zwei weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit rd. 270 Ew. bzw. rd. 570 Ew. (Stand 13.12.2007 )</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007)* 12.659 Fremdenverkehrsintensität (2007) 368 (Übernachtungen je 100 Ew.)</p> <p>Schloss Wolfegg, Automobilmuseum, Bauernhausmuseum</p>	
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>679 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 461 Einpendler / 926 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 18 (Memmingen – Leutkirch i. A. - Lindau) in rd. 14 km, B 30 (Ulm – Ravensburg - Friedrichshafen) in rd. 13 km, B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.) in rd. 13 km, B 465 (Biberach a. d. Riß – Leutkirch i. A.) in rd. 12 km, Anschluss an die A 96 in rd. 12 km Über div. Landes- oder Kreisstraßen Anschluss an Bad Wurzach, Kißlegg, Ravensburg, Vogt, Wangen i. A.</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>18,4 Mio. € 19,2 Mio. €  98,05</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>2,3 Mio. € 12,5 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente</p>	<p>245 m<sup>2</sup> 110 m<sup>2</sup> 135 m<sup>2</sup></p>

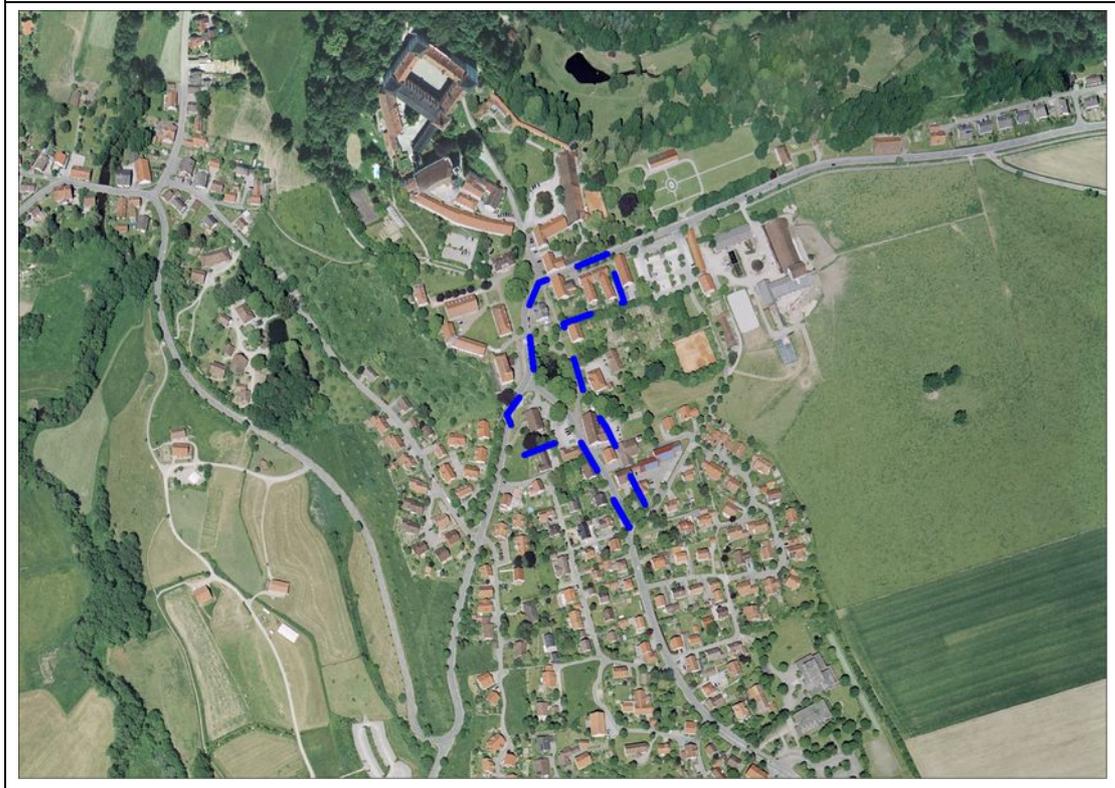
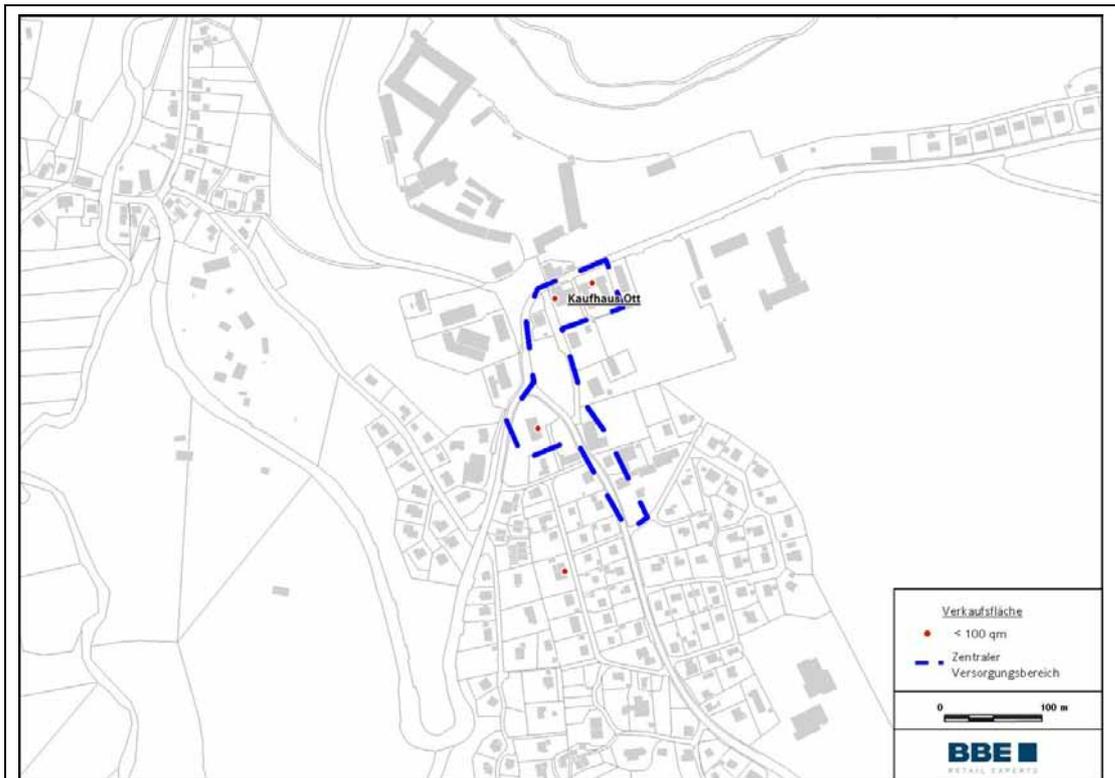
\* Aufgrund von Umbaumaßnahmen im größten Fremdenverkehrsbetrieb kann im Jahr 2007 eine deutlich unterdurchschnittliche Übernachtungszahl unterstellt werden. Dementsprechend liegt die Zahl der Übernachtungen im Jahr 2008 mit 16.658 merklich über der Vorjahreszahl.

Einzelhandelsstruktur (Fortsetzung)	Arealität (2008)	0,07 m <sup>2</sup> /Ew.
	- Nahrungs- und Genussmittel	0,03 m <sup>2</sup> /Ew.
	- sonstige Sortimente	0,04 m <sup>2</sup> /Ew.
	Angebotschwerpunkt	
	- Hauptzentrum Innenstadt (ZVB)	



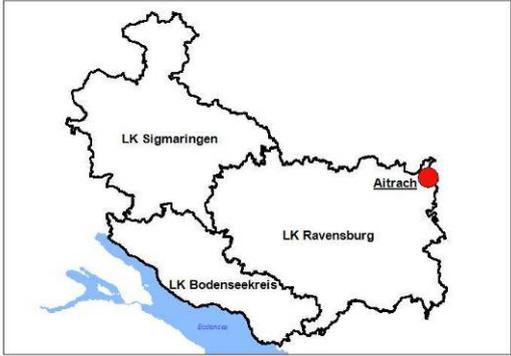
## Hauptzentrum Innenstadt

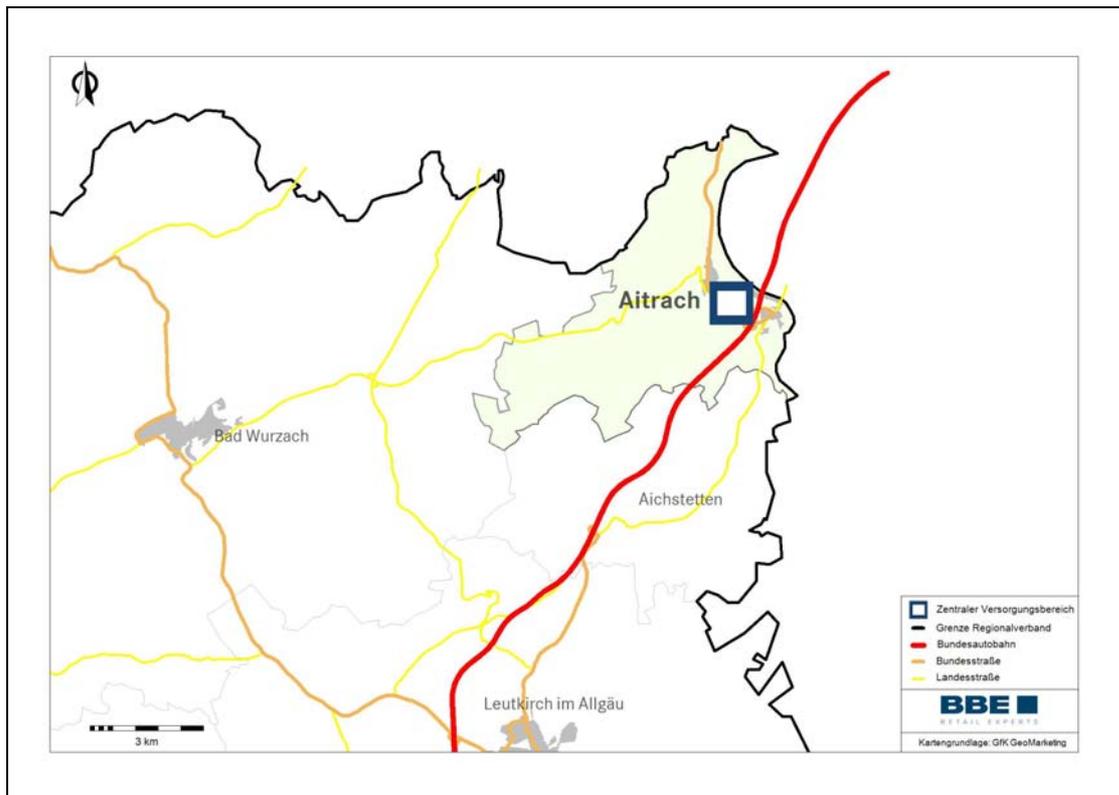
Versorgungsfunktion	Kleinzentrum für die Gemeinden Wolfegg und Vogt (Doppelzentrum)		
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	120 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	90 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	30 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	3	
	- Anzahl Leerstände	0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- Kaufhaus Ott	50 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kleine Parkanlage mit Teich sowie ansprechendem Gastronomieangebot in zentraler Lage</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringer Einzelhandelsbesatz in Einklang mit einer dementsprechenden Verkaufsflächenausstattung</li> <li>• Lebensmittelversorgung in Ortsmitte schwach ausgeprägt</li> <li>• Rathaus, vor allem aber die Post ist relativ abseitig gelegen</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Wie für die Gemeinde Vogt auch gilt es, die Einzelhandelsfunktion im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Wolfegg in allen Bereichen zu stärken.		



## 5 Nahversorgungsstandorte

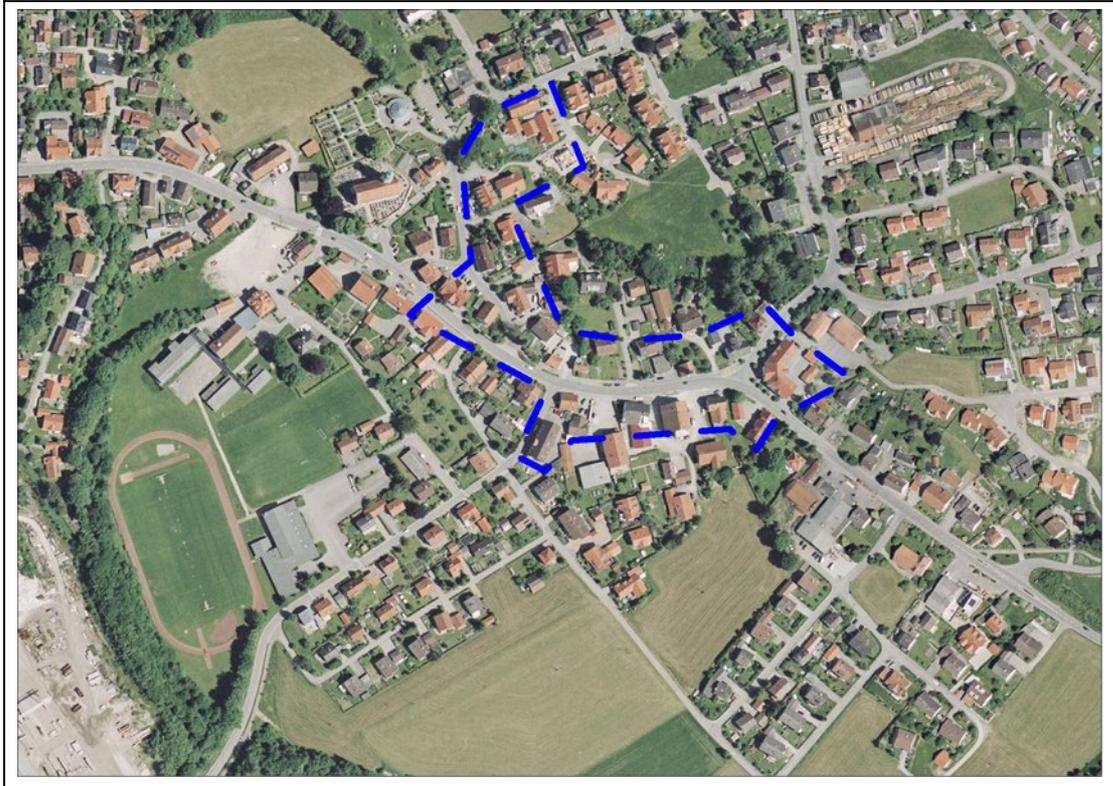
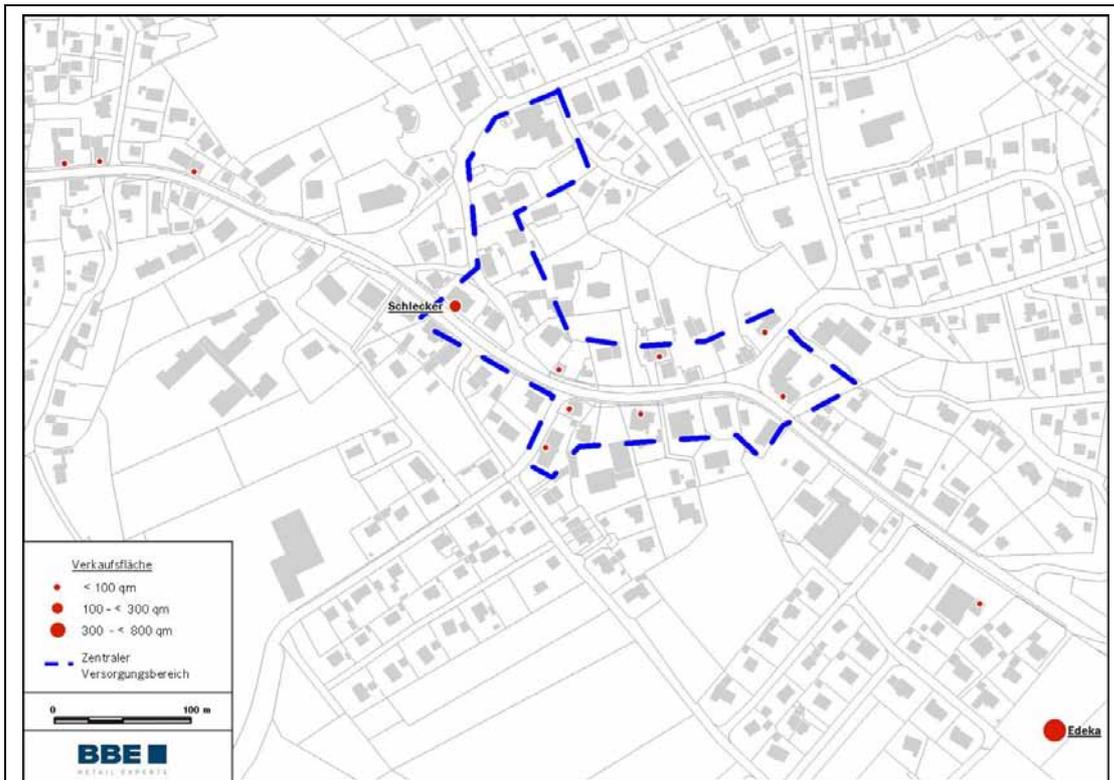
## 5.1 Aitrach

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>																	
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<table> <tr> <td>1990</td> <td>2.566 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>2.561 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>2.480 Ew.</td> </tr> </table>	1990	2.566 Ew.	2007	2.561 Ew.	2025	2.480 Ew.										
1990	2.566 Ew.																
2007	2.561 Ew.																
2025	2.480 Ew.																
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt sowie zwei weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortsteile</p>																
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<table> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>9.641</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>376</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	9.641	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	376												
Übernachtungen (2007)	9.641																
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	376																
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>703 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 517 Einpendler / 649 Auspendler</p>																
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Autobahnanschluss an die A 96 Über die St 2009 Anschluss an Memmingen in rd. 9 km, L 314 Anschluss an Bad Wurzach in rd. 14 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Württemberg-Allgäu-Bahn (Aulendorf - Memmingen)</p>																
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<table> <tr> <td>2008</td> <td>13,8 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>14,3 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>99,04</td> </tr> </table>	2008	13,8 Mio. €	2015 (Prognose)	14,3 Mio. €	Kaufkraftniveau	99,04										
2008	13,8 Mio. €																
2015 (Prognose)	14,3 Mio. €																
Kaufkraftniveau	99,04																
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<table> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>10,3 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>74,3 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	10,3 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	74,3 %												
Umsatz (Prognose 2008)	10,3 Mio. €																
Umsatz-Kaufkraft-Relation	74,3 %																
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<table> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>1.705 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>1.145 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>565 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,67 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,45 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,22 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>Angebotsschwerpunkt</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Ortsmitte „Hauptstraße“ (NVS)</td> <td></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	1.705 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	1.145 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	565 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,67 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,45 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,22 m <sup>2</sup> /Ew.	Angebotsschwerpunkt		- Ortsmitte „Hauptstraße“ (NVS)	
Verkaufsfläche (2008)	1.705 m <sup>2</sup>																
- Nahrungs- und Genussmittel	1.145 m <sup>2</sup>																
- sonstige Sortimente	565 m <sup>2</sup>																
Arealität (2008)	0,67 m <sup>2</sup> /Ew.																
- Nahrungs- und Genussmittel	0,45 m <sup>2</sup> /Ew.																
- sonstige Sortimente	0,22 m <sup>2</sup> /Ew.																
Angebotsschwerpunkt																	
- Ortsmitte „Hauptstraße“ (NVS)																	



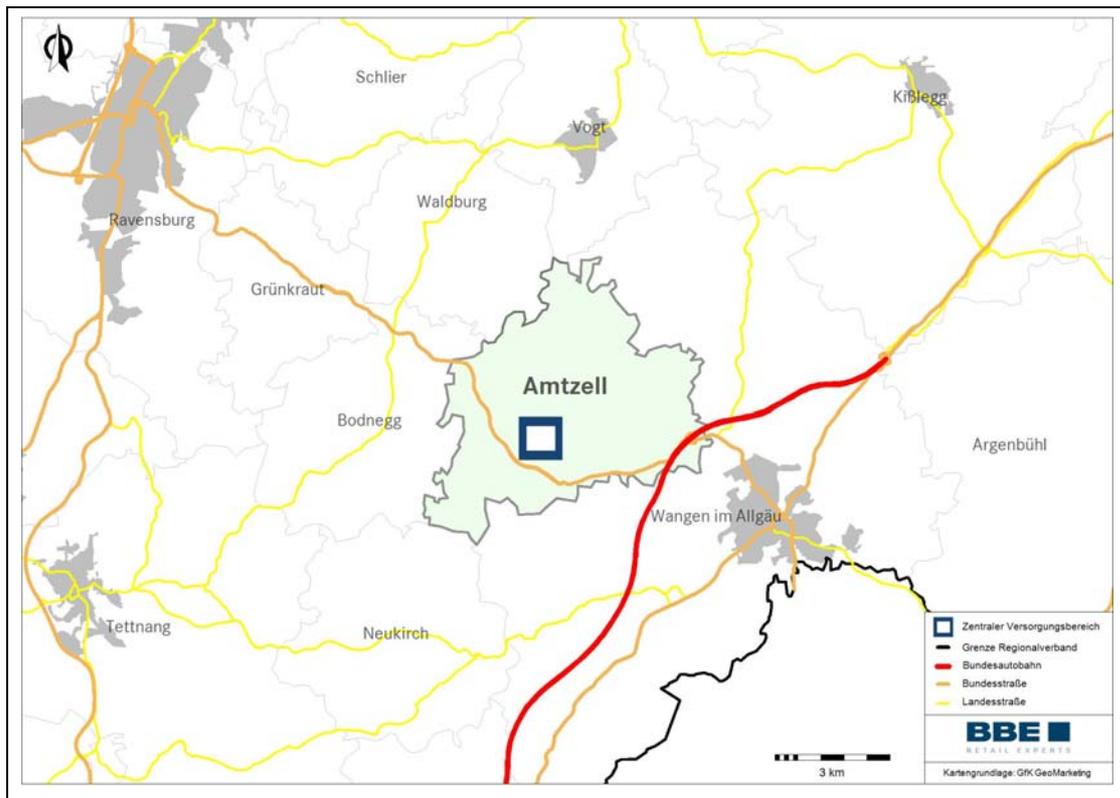
## Ortsmitte „Hauptstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Aitrach			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	465 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	330 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	135 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	8		
	- Anzahl Leerstände	1		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Schlecker	115 m <sup>2</sup>		
	- Hauser Getränke	90 m <sup>2</sup>		
	- Fahrrad & Spielzeugecke	90 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aitrach verfügt über einen eigenen Autobahnanschluss an die A 96, über den der Ortskern von Aitrach in rd. 1,2 km erreicht werden kann</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kein Lebensmittelanbieter in zentraler Lage vorhanden, allerdings Edeka Supermarkt rd. 500 m von Ortsmitte entfernt (Ortseingang)</li> <li>Die Ortsmitte erstreckt sich für die vereinzelt vorhandenen Geschäfte/ Dienstleister sehr weitläufig (ca. 300 m).</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>			



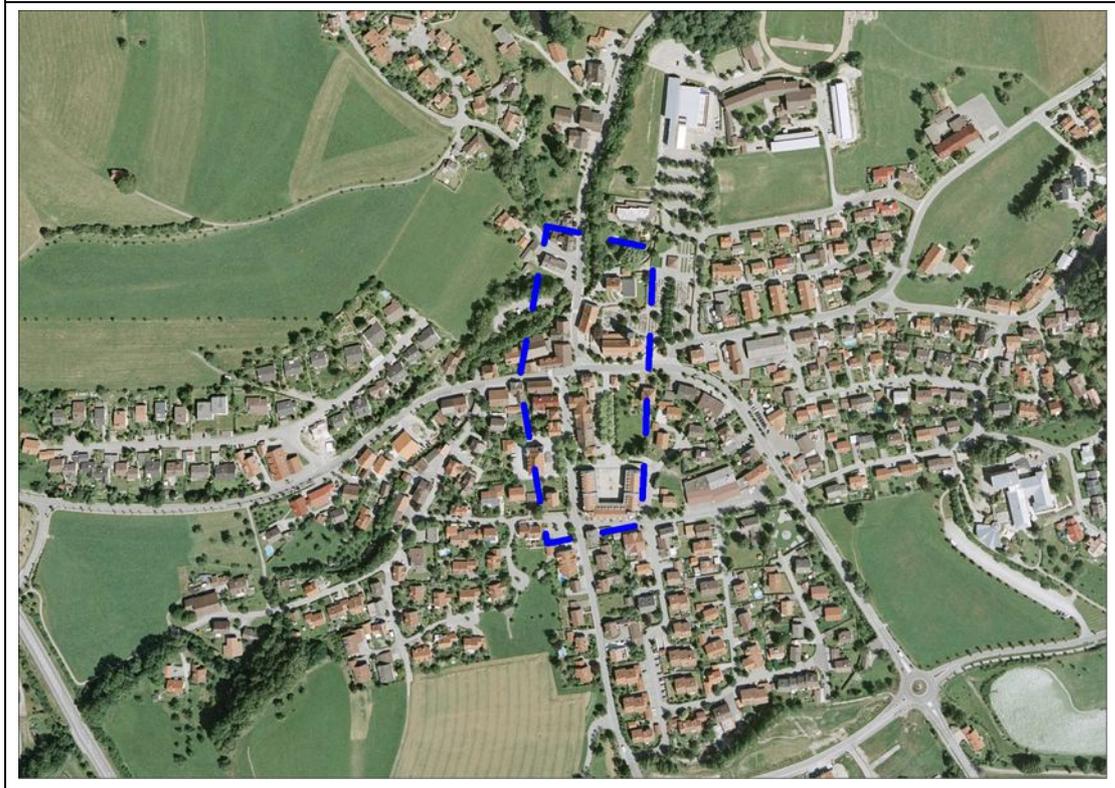
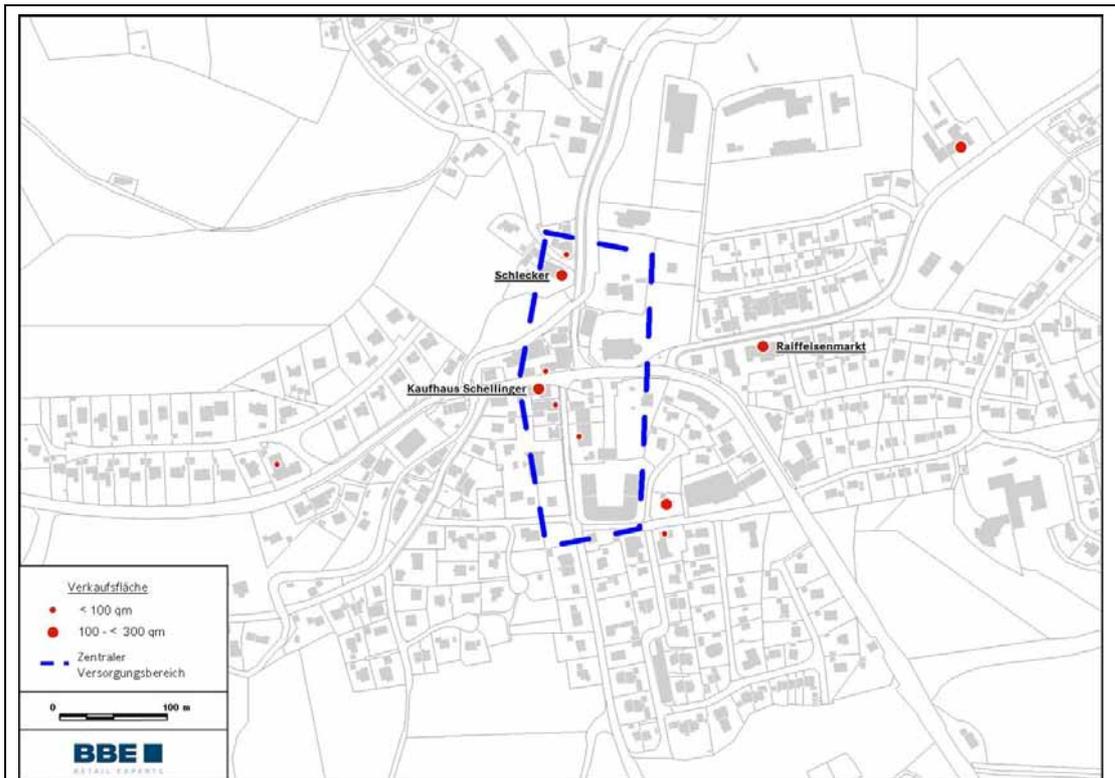
## 5.2 Amtzell

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.854 Ew. 3.698 Ew. 3.601 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt sowie weitere umliegende, kleine ländlich strukturierte Ortschaften</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>683 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 457 Einpendler / 1.041 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.), Anschluss an Wangen i. A. in rd. 8 km, Anschluss an die A 96 in 5 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>20,9 Mio. € 20,9 Mio. €  103,63</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>11,9 Mio. € 56,9 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Waldburger/Haslacher Straße“ (NVS)</p>	

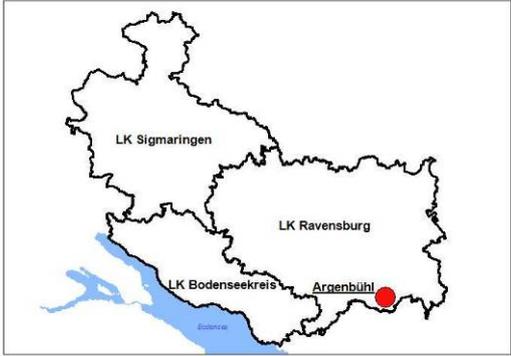


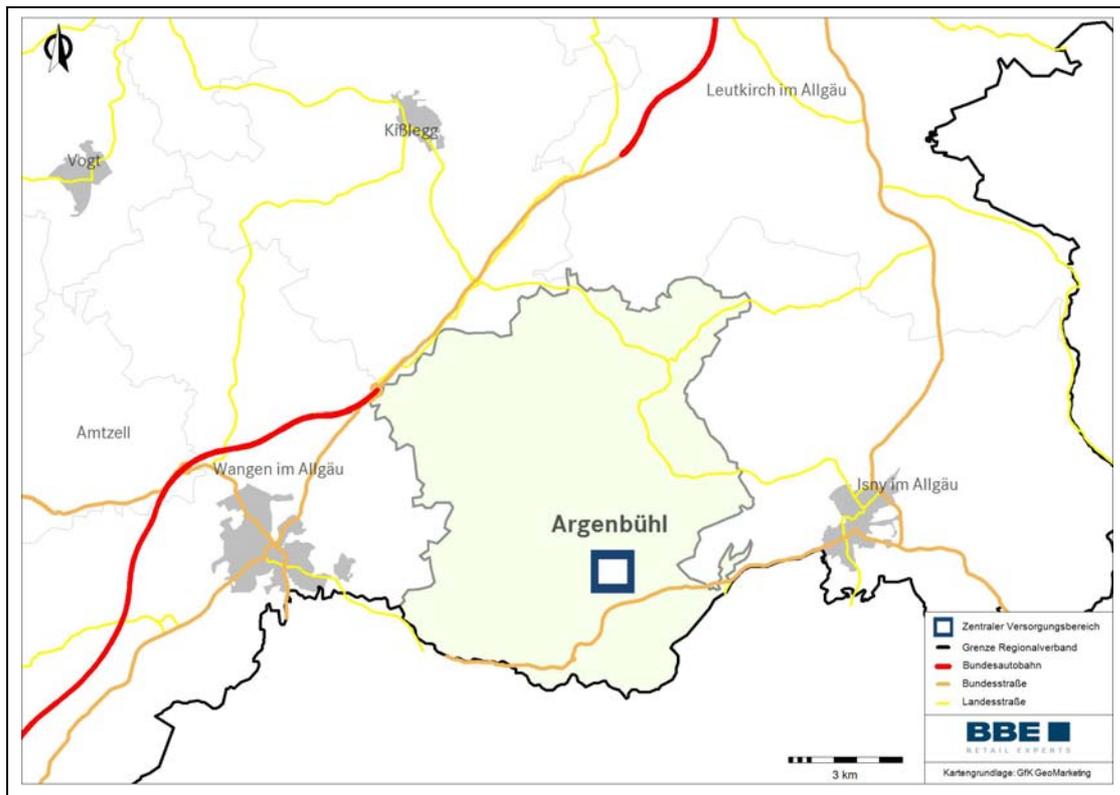
## Ortsmitte „Waldburger/Haslacher Straße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Amtzell			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>			
		+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)		440 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente		275 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente		140 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente		25 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe			6
	- Anzahl Leerstände			0
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Kaufhaus Schellinger			180 m <sup>2</sup>
	- Schlecker			120 m <sup>2</sup>
	- Boutique La Fontaine			70 m <sup>2</sup>
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Cosner Platz bietet Platz zum Verweilen - ebenso wie der gesamte zentrale Bereich ist auch er durch ein insgesamt grünes Erscheinungsbild geprägt</li> <li>• Der zentrale Info-Punkt gegenüber des Rathauses ist gut zu erkennen, neuwertig und gibt einen Überblick über alle wichtigen Angeboten in der Gemeinde</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrenztes Lebensmittelangebot in der Ortsmitte - insgesamt geringer Einzelhandelsbesatz</li> <li>• Der örtliche Discounter liegt im Gewerbegebiet an der Ortsumgehung (B32) und nicht fußläufig zur Ortsmitte</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Als Nahversorgungsstandort übernimmt der zentrale Versorgungsbereich von Amtzell Grundversorgungsfunktion für die Gemeinde. Um dies zukünftig auch zu gewährleisten, muss das Lebensmittelangebot in der Ortsmitte gestärkt/ausgeweitet werden.			



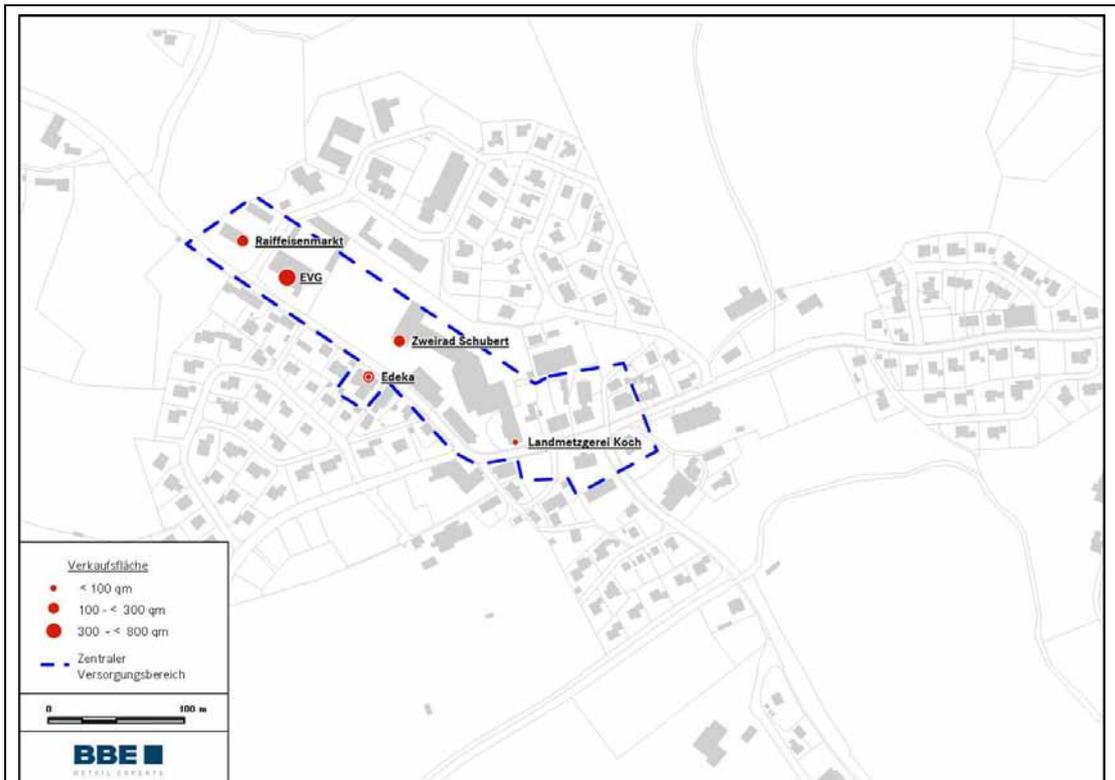
### 5.3 Argenbühl

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>5.372 Ew. 5.986 Ew. 6.048 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Drei Siedlungsschwerpunkte: Eglofs: rd. 1.570 Ew., Eisenharz: rd. 1.490 Ew., Ratzenried: rd. 1.240 Ew. sowie drei weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 205 bis rd. 900 Ew.</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>88.736 1.482</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>690 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 360 Einpendler / 1.718 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 12 (Kempten i. A. – Lindau), Anschluss an Wangen i. A. in rd. 6 km, Anschluss an Isny in rd. 7 km, Anschluss an die A 96 in rd. 5 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>31,9 Mio. € 33,1 Mio. €  97,89</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>10,0 Mio. € 31,3 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkte - Ortsmitte Eisenharz „Kirchstraße“ (NVS)</p>	

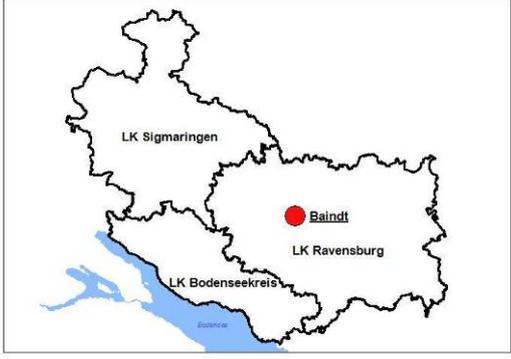


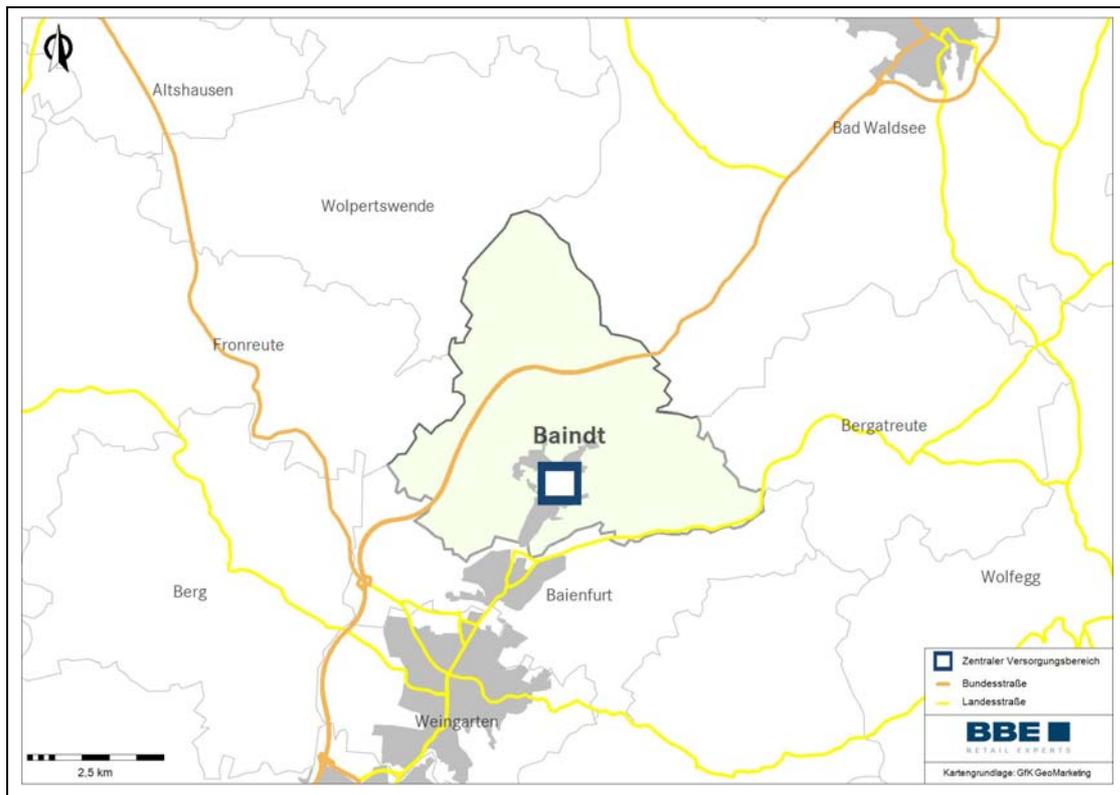
## Ortsmitte Eisenharz „Kirchstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Ortsteil Eisenharz		
Standortprofil	<b>Ortsmitte Eisenharz</b>		
		+	Ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.285 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	615 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	220 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	450 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	7	
	- Anzahl Leerstände	0	
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- EVG	600 m <sup>2</sup>	
	- Edeka	250 m <sup>2</sup>	
	- Raiffeisenmarkt	230 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Nähe zur Bundesstraße B 12</li> <li>• Positiver Gesamteindruck des Ortskerns</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittelmarkt (Edeka) mit geringer Verkaufsflächenausstattung</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Sicherung als Grundversorgungsstandort für den Ortsteil Eisenharz		



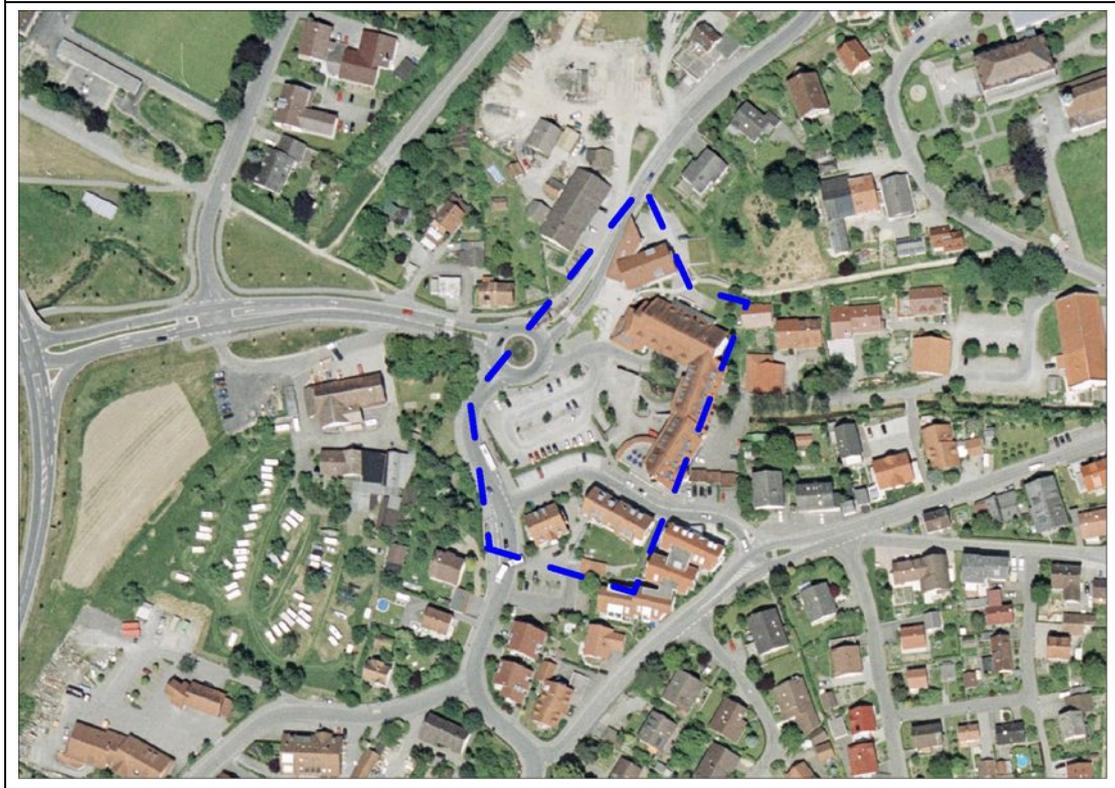
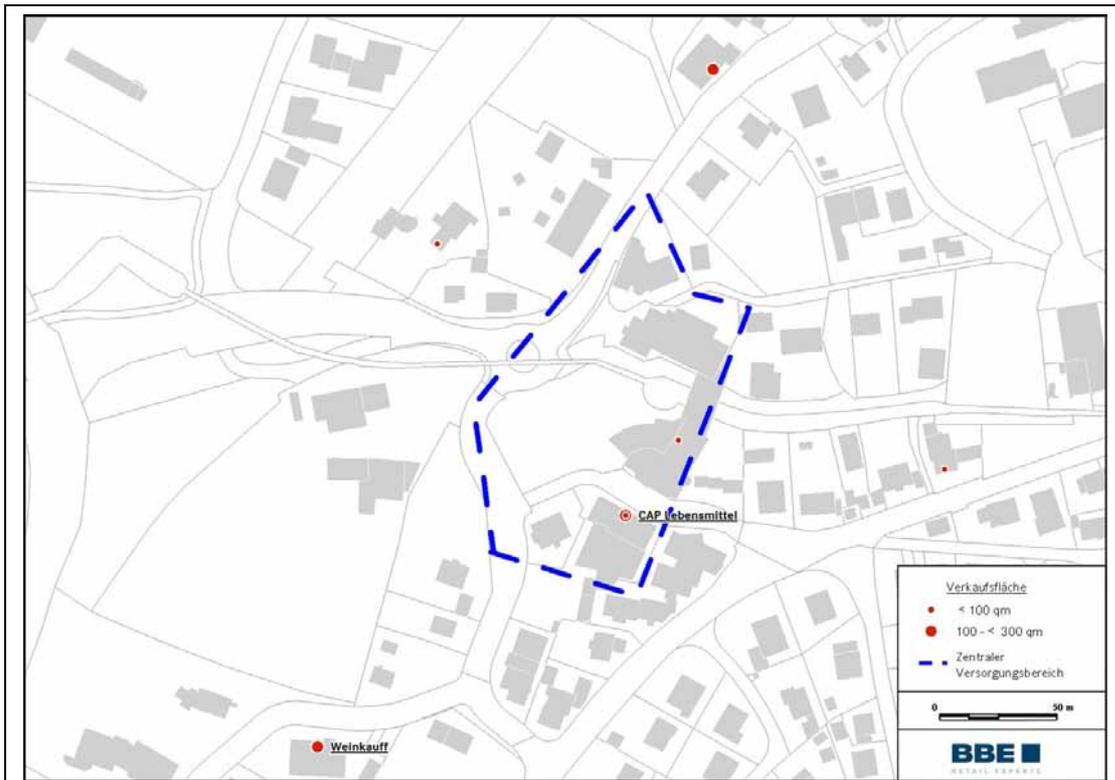
## 5.4 Baidt

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>4.397 Ew. 4.806 Ew. 4.613 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort sowie zwei weitere, kleine umliegende Ortschaften</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>719 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 558 Einpendler / 1.625 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die z.T. vierspurig ausgebauten B 30 (Ulm –Ravensburg - Friedrichshafen), Anschluss an Weingarten in rd. 7,5 km, Ravensburg in rd. 10 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>27,4 Mio. € 27,9 Mio. €  104,38</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>4,3 Mio. € 15,7 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Dorfplatz“ (NVS)</p>	

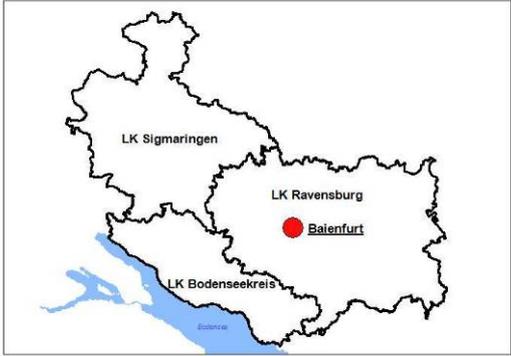


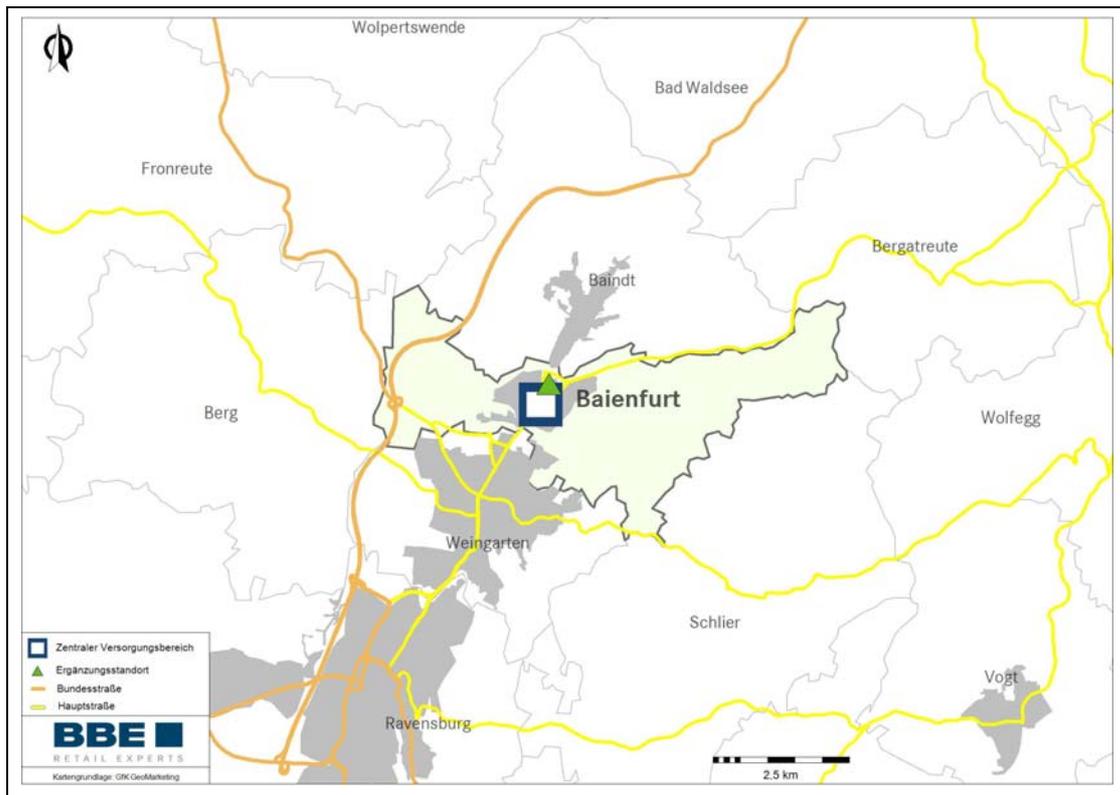
## Ortsmitte „Dorfplatz“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Baidt			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	265 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	250 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	5 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	3		
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- CAP Lebensmittel	205 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sehr kompakte Ortsmitte mit Rathaus, Lebensmittel-, Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten</li> <li>• Zentrales, kostenfreies Parken</li> <li>• Attraktiver CAP Lebensmittelmarkt</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kein weiterer Einzelhandel trotz der zentralen Struktur des Dorfplatzes ansässig</li> <li>• Lebensmittelanbieter allerdings mit verhältnismäßig geringer Verkaufsflächenausstattung</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



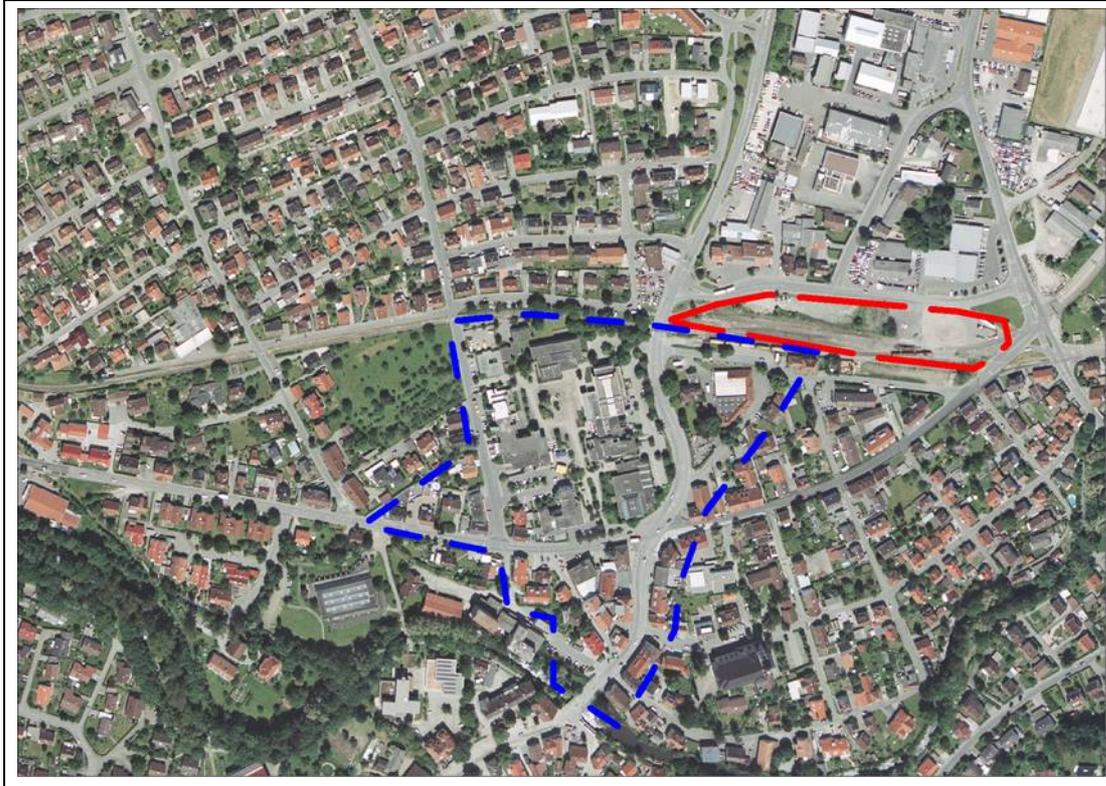
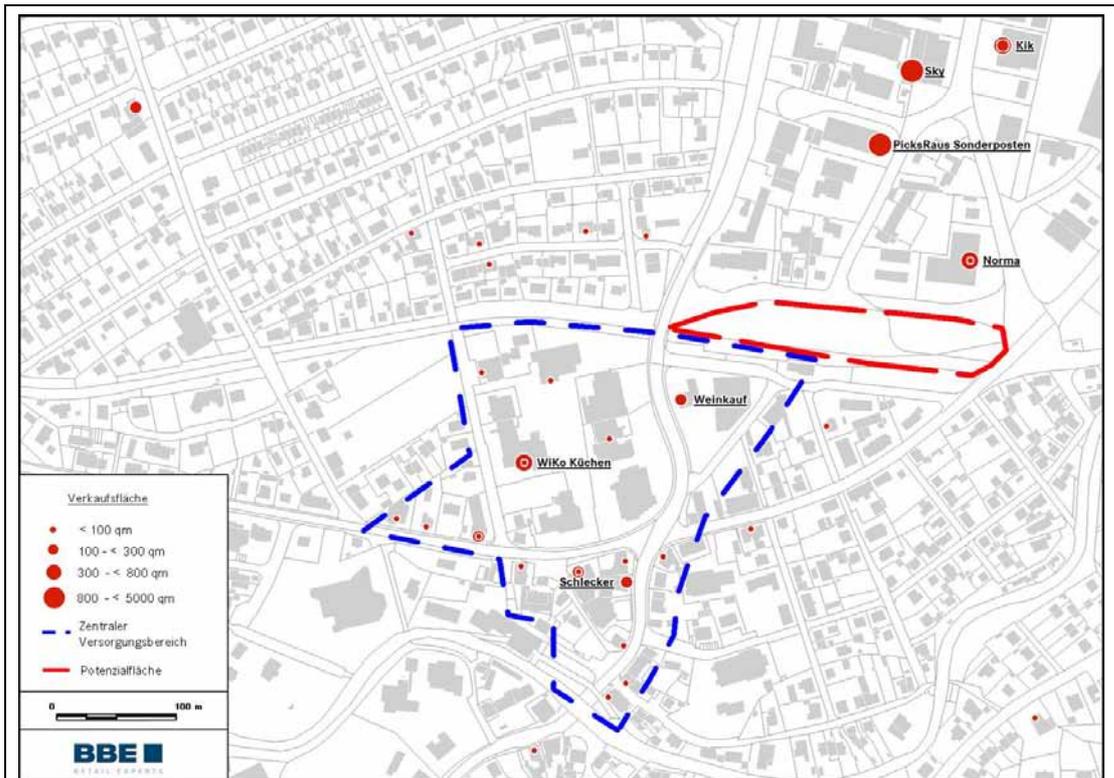
## 5.5 Baienfurt

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>																			
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<table> <tr> <td>1990</td> <td>6.617 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>7.190 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>7.013 Ew.</td> </tr> </table>	1990	6.617 Ew.	2007	7.190 Ew.	2025	7.013 Ew.												
1990	6.617 Ew.																		
2007	7.190 Ew.																		
2025	7.013 Ew.																		
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort sowie vier weitere, kleine umliegende Ortschaften</p>																		
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<table> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>5.297</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>74</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	5.297	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	74														
Übernachtungen (2007)	5.297																		
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	74																		
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.842 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.436 Einpendler / 2.247 Auspendler</p>																		
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die z.T. vierspurig ausgebaute B 30 (Ulm – Ravensburg – Friedrichshafen), z.T. vierspurig ausgebaute B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.), Anschluss an Weingarten in rd. 2,5 km, Ravensburg in rd. 6 km</p> <p>Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Südbahn (Ulm – Friedrichshafen)</p>																		
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<table> <tr> <td>2008</td> <td>40,3 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>42,0 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>102,68</td> </tr> </table>	2008	40,3 Mio. €	2015 (Prognose)	42,0 Mio. €	Kaufkraftniveau	102,68												
2008	40,3 Mio. €																		
2015 (Prognose)	42,0 Mio. €																		
Kaufkraftniveau	102,68																		
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<table> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>29,4 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>73,0 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	29,4 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	73,0 %														
Umsatz (Prognose 2008)	29,4 Mio. €																		
Umsatz-Kaufkraft-Relation	73,0 %																		
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<table> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>5.935 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>2.955 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>2.980 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,83 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,41 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,41 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>Angebotsschwerpunkte</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Ortsmitte „Marktplatz/Waldseer Straße“ (NVS)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet „Baindter Ösch“ (E)</td> <td></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	5.935 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	2.955 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	2.980 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,83 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,41 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,41 m <sup>2</sup> /Ew.	Angebotsschwerpunkte		- Ortsmitte „Marktplatz/Waldseer Straße“ (NVS)		- Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet „Baindter Ösch“ (E)	
Verkaufsfläche (2008)	5.935 m <sup>2</sup>																		
- Nahrungs- und Genussmittel	2.955 m <sup>2</sup>																		
- sonstige Sortimente	2.980 m <sup>2</sup>																		
Arealität (2008)	0,83 m <sup>2</sup> /Ew.																		
- Nahrungs- und Genussmittel	0,41 m <sup>2</sup> /Ew.																		
- sonstige Sortimente	0,41 m <sup>2</sup> /Ew.																		
Angebotsschwerpunkte																			
- Ortsmitte „Marktplatz/Waldseer Straße“ (NVS)																			
- Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet „Baindter Ösch“ (E)																			



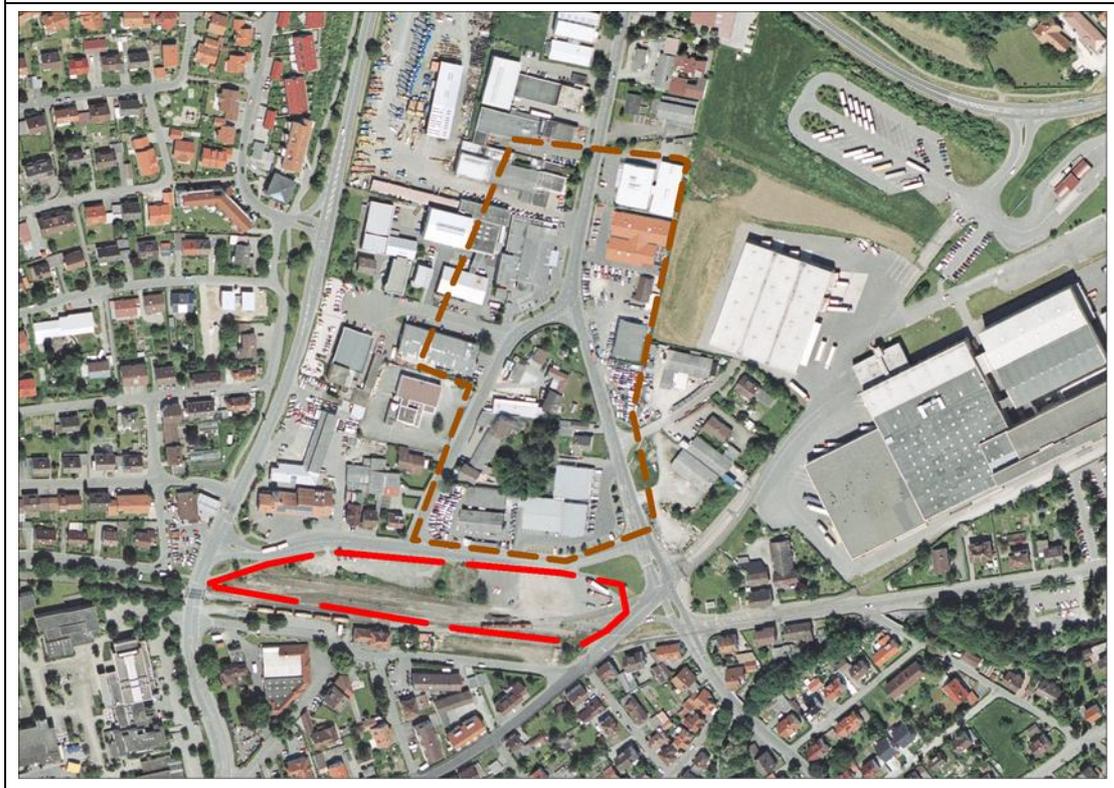
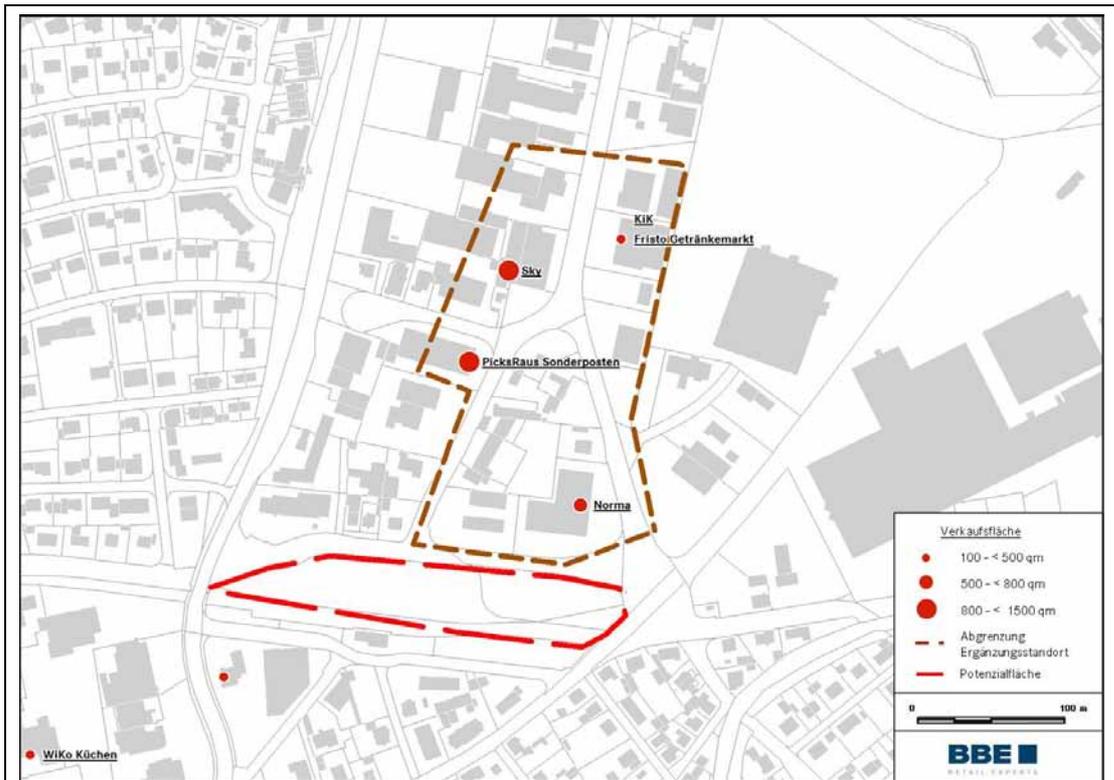
## Ortsmitte „Marktplatz/Waldseer Straße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Baienfurt			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.545 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	830 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	385 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	330 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	18		
	- Anzahl Leerstände	2		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- WiKo Küchen	300 m <sup>2</sup>		
	- Türkischer Supermarkt	250 m <sup>2</sup>		
	- Weinkauf	225 m <sup>2</sup>		
	- NKD	210 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	165 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zentral gelegener Marktplatz mit Sitzgelegenheiten, Spielplatz und Begrünung, ergänzt durch das Baienfurter Hallenbad</li> <li>• Ebenerdiger, ausreichend dimensionierter Parkraum in zentraler Lage</li> <li>• Vergleichsweise hoher Einzelhandelsbesatz</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Architektur des Marktplatzes/Umliegende Gebäude nicht mehr zeitgemäß (80er Jahre Architektur)</li> <li>• Nahezu kein Einzelhandel am Marktplatz, dadurch:</li> <li>• Diffuse Struktur des Haupteinkaufsbereiches</li> <li>• Lebensmittler Sky/Norma im östlich angrenzenden Gewerbegebiet „Baindter Ösch“ verstandortet – einziger Lebensmittelanbieter im Ortskern mit deutlichen Schwächen (Marktauftritt, Sortiment etc.)</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<p>Durch die Verlagerung des Sky-Marktes auf die momentane Brach-/Potenzialfläche nördlich der Bahntrasse, rückt das Angebot des Lebensmittelvollsortimentlers näher an den eigentlichen zentralen Versorgungsbereich an. Die Nahversorgungsfunktion in der Ortsmitte der Gemeinde wird dadurch auch in Zukunft gesichert sein.</p>			



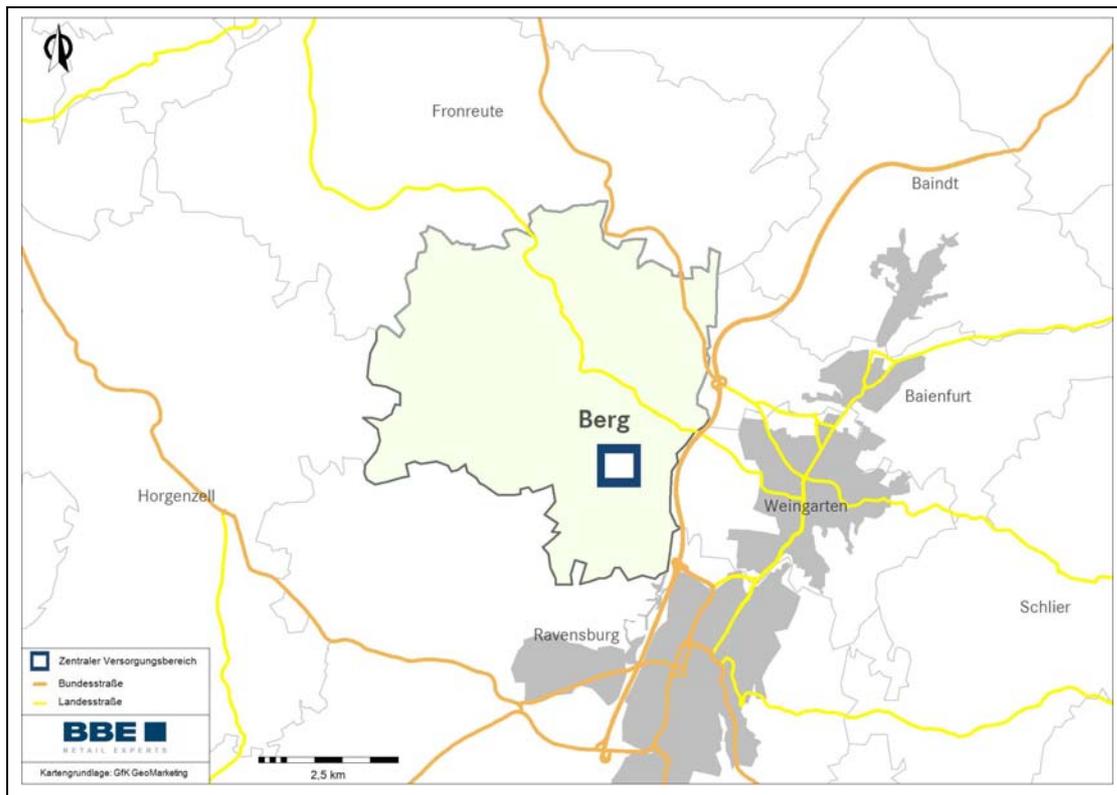
## Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet „Baindter Ösch“

Versorgungsfunktion	Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und (nicht) zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel		
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>		
		+	ø
	Städtebauliche Integration		
	Aufenthaltsqualität		
	Pkw-Erreichbarkeit		
	Parkmöglichkeiten		
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	3.195 m <sup>2</sup>	
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.705 m <sup>2</sup>	
	- zentrenrelevante Sortimente	1.225 m <sup>2</sup>	
	- sonstige Sortimente	265 m <sup>2</sup>	
	Einzelhandelsbesatz		
	- Anzahl Betriebe	8	
	- Anzahl Leerstände	0	
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)		
	- PicksRaus Sonderposten	965 m <sup>2</sup>	
	- Sky	800 m <sup>2</sup>	
	- Norma	615 m <sup>2</sup>	
	- KiK	470 m <sup>2</sup>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Sky Supermarkt und Norma Discounter bedeutendster Lebensmittelstandort in Baienfurt</li> <li>• Randseitige Lage zu Ortsmitte – von dieser rd. 400 m entfernt und fußläufig erreichbar</li> <li>• Das Gewerbegebiet verfügt über eine eigene Bushaltestelle und ist somit auch über den ÖPNV erschlossen</li> </ul>		
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Marktauftritt sowie die Parkplatzsituation des Sky-Marktes genügt nicht mehr den aktuellen Marktanforderungen - Sky eröffnet im Spätsommer 2008 seinen Neubau, der ebenfalls im Gewerbegebiet liegt, sich allerdings näher zur Innenstadt befindet</li> <li>• Das Gewerbegebiet verfügt über keinen direkten oder indirekten Anschluss an eine Bundesstraße, wird allerdings durch die Verkehrsachsen Bergatreuter und Waldseer Straße innerörtlich gut erschlossen</li> </ul>		
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind prinzipiell jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen.		



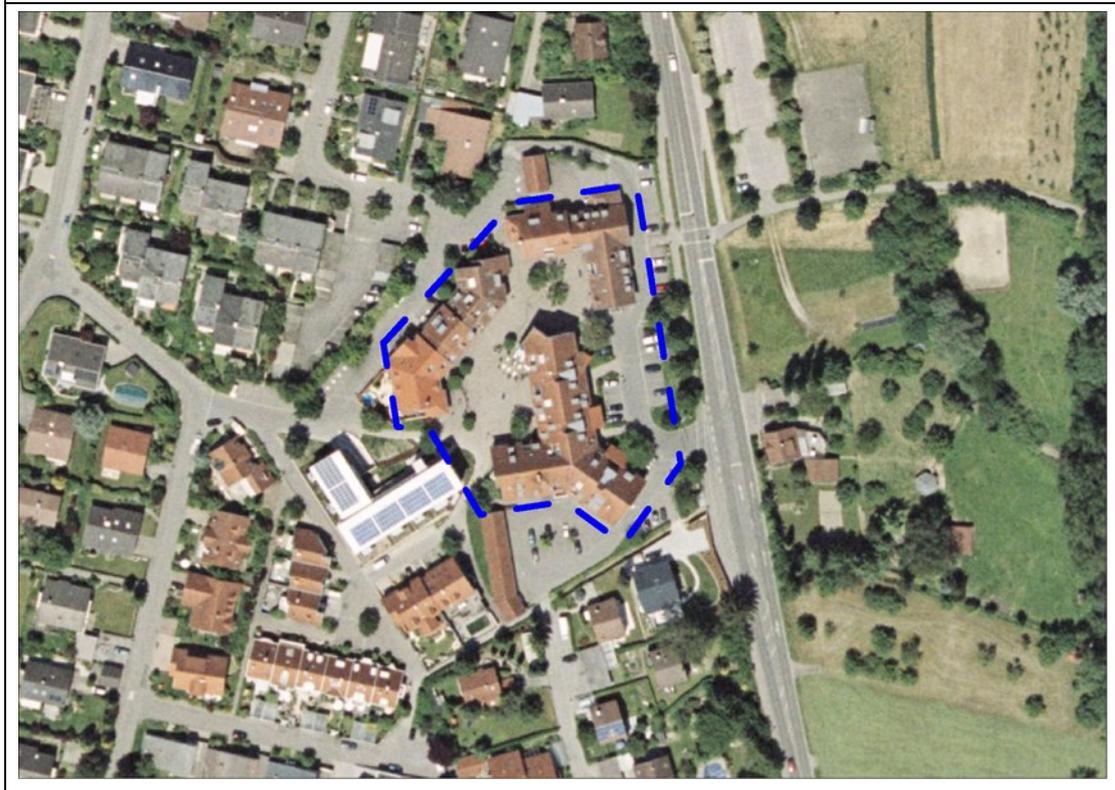
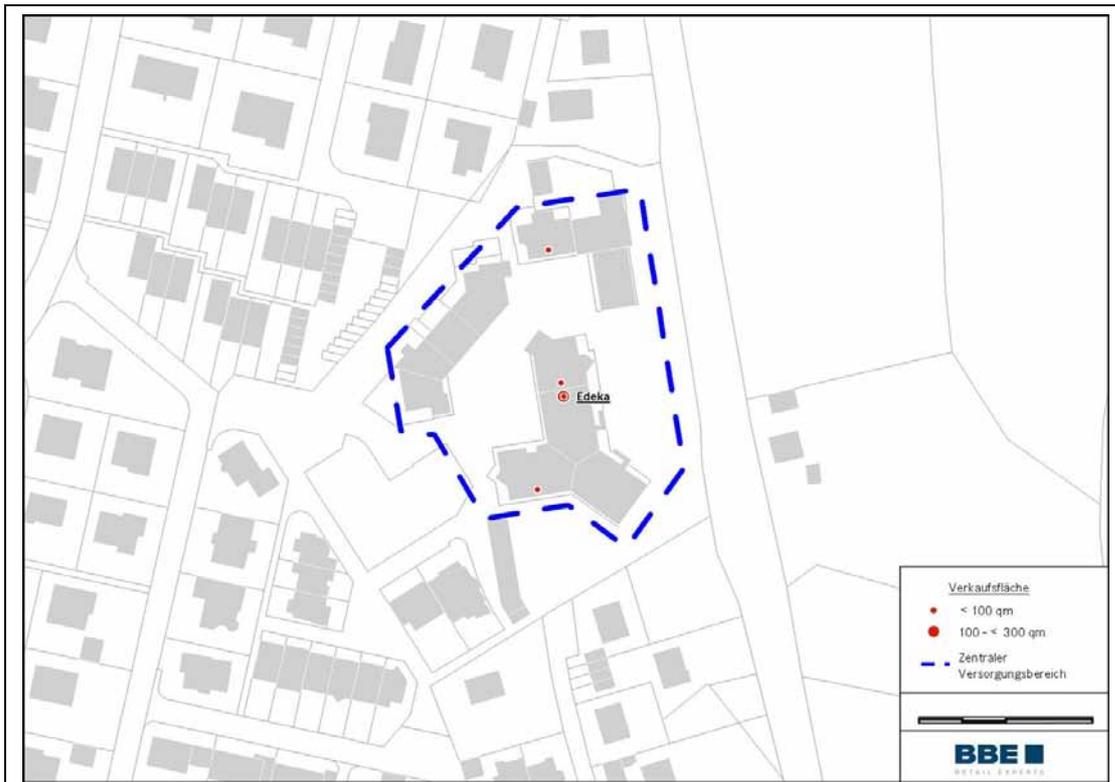
## 5.6 Berg

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>																	
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<table> <tr> <td>1990</td> <td>3.742 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>3.938 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>3.771 Ew.</td> </tr> </table>	1990	3.742 Ew.	2007	3.938 Ew.	2025	3.771 Ew.										
1990	3.742 Ew.																
2007	3.938 Ew.																
2025	3.771 Ew.																
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt in Vorberg sowie viele weitere, kleine ländlich strukturierte Ortschaften, die z. T. nur aus einzelnen Höfen oder einer Ansiedlungen von wenigen Häusern bestehen, wovon die wichtigsten Ortschaften Berg, Ettishofen, Kellenried und Weiler darstellen</p>																
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<table> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>12.941</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>329</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	12.941	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	329												
Übernachtungen (2007)	12.941																
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	329																
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.796 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.620 Einpendler / 1.133 Auspendler</p>																
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die z.T. vierspurig ausgebaute B 30 (Ulm – Ravensburg – Friedrichshafen), z.T. vierspurig ausgebaute B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.), Anschluss an Weingarten in rd. 4 km, Ravensburg in rd. 5,5 km</p> <p>Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Südbahn (Ulm – Friedrichshafen)</p>																
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<table> <tr> <td>2008</td> <td>23,5 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>23,7 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>109,56</td> </tr> </table>	2008	23,5 Mio. €	2015 (Prognose)	23,7 Mio. €	Kaufkraftniveau	109,56										
2008	23,5 Mio. €																
2015 (Prognose)	23,7 Mio. €																
Kaufkraftniveau	109,56																
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<table> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>5,2 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>22,2 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	5,2 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	22,2 %												
Umsatz (Prognose 2008)	5,2 Mio. €																
Umsatz-Kaufkraft-Relation	22,2 %																
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<table> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>945 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>615 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>330 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,24 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,16 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,08 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>Angebotsschwerpunkt</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- „Brunnenplatz“ (NVS)</td> <td></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	945 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	615 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	330 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,24 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,16 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,08 m <sup>2</sup> /Ew.	Angebotsschwerpunkt		- „Brunnenplatz“ (NVS)	
Verkaufsfläche (2008)	945 m <sup>2</sup>																
- Nahrungs- und Genussmittel	615 m <sup>2</sup>																
- sonstige Sortimente	330 m <sup>2</sup>																
Arealität (2008)	0,24 m <sup>2</sup> /Ew.																
- Nahrungs- und Genussmittel	0,16 m <sup>2</sup> /Ew.																
- sonstige Sortimente	0,08 m <sup>2</sup> /Ew.																
Angebotsschwerpunkt																	
- „Brunnenplatz“ (NVS)																	



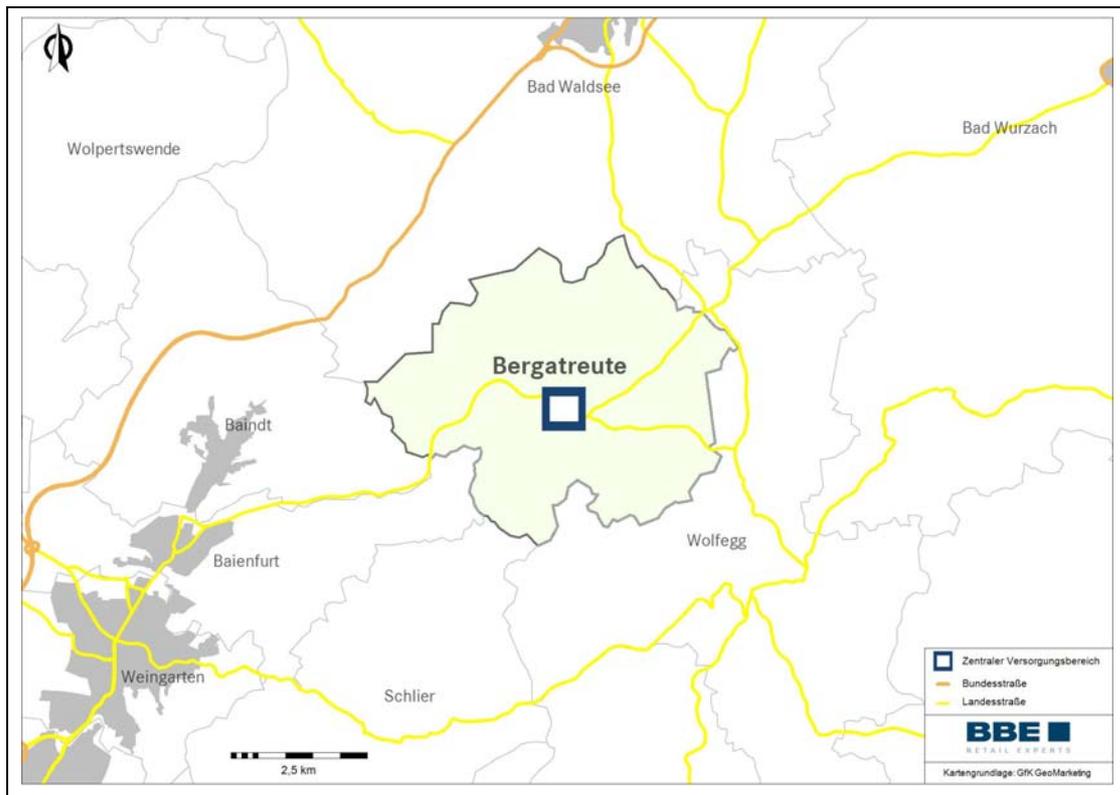
## „Brunnenplatz“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Berg			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	300 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	265 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	35 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
- Anzahl Betriebe	6			
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- Edeka	200 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zentrales „Einkaufszentrum“ zur Nahversorgung mit Bäcker, Metzger, Lebensmittelmarkt, Apotheke ergänzt durch entsprechende Dienstleistungen</li> <li>• Kompakte Angebotsstruktur</li> <li>• Ansprechende Platzgestaltung inkl. Brunnen und Außengastronomie</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch Lage in Wohngebiet kein Bezug zu sonstigen zentralen Einrichtungen wie Rathaus/Kirche etc.</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



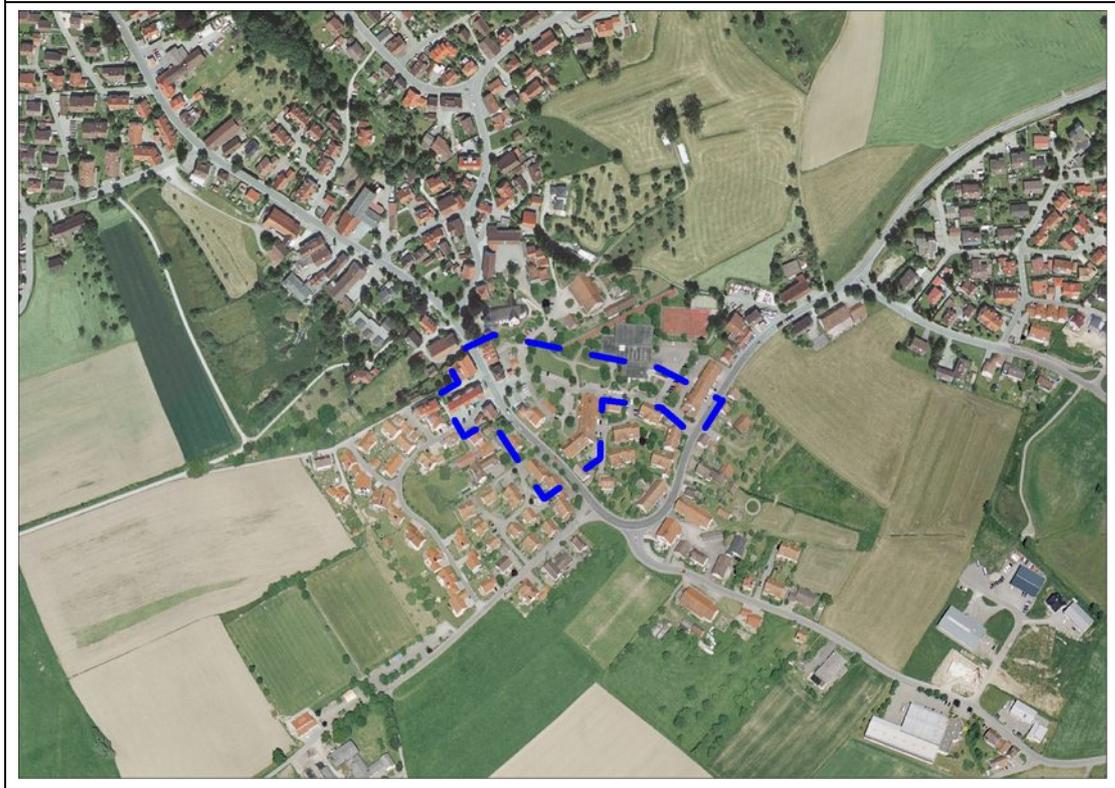
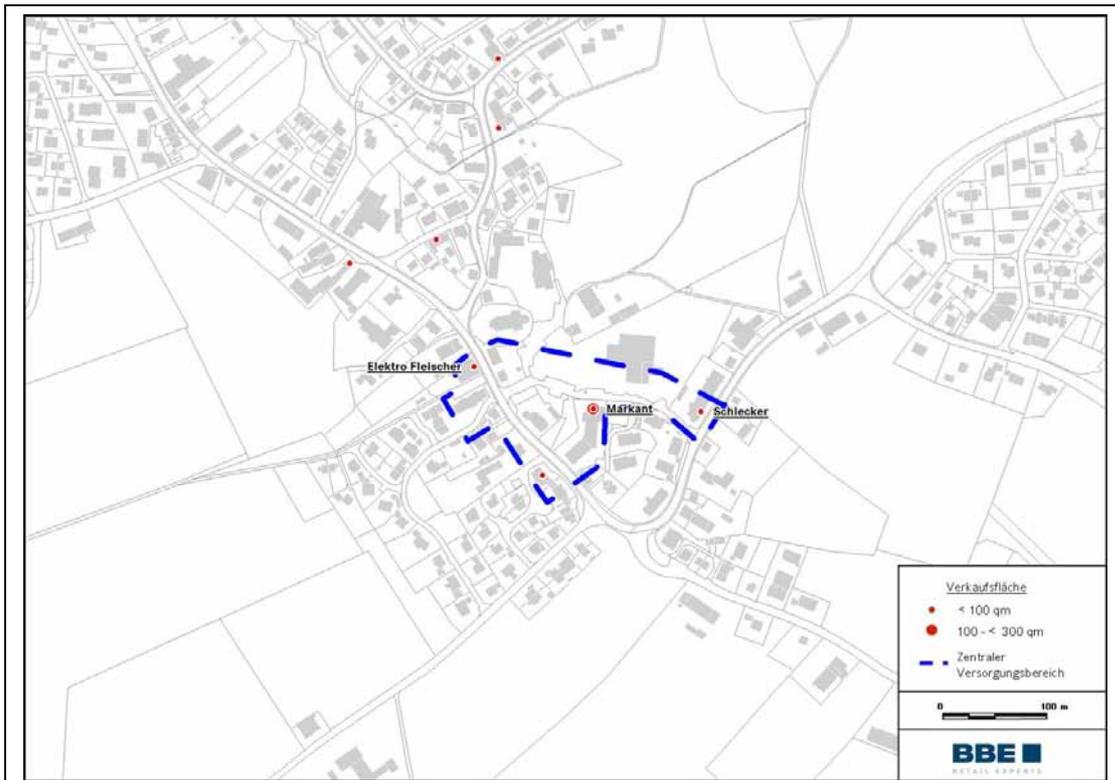
## 5.7 Bergatreute

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.608 Ew. 3.211 Ew. 3.408 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort sowie weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>220 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 92 Einpendler / 1.025 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 30 (Ulm – Ravensburg – Friedrichshafen) in rd. 5 km Über div. Landes- oder Kreisstraßen Anschluss an Bad Walsdsee, Bad Wurzach, Baienfurt, Wolfegg</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>17,4 Mio. € 18,5 Mio. €  99,14</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>4,4 Mio. € 25,3 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Schmidstraße“ (NVS)</p>	

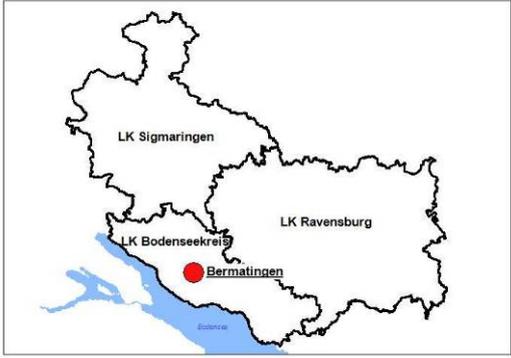


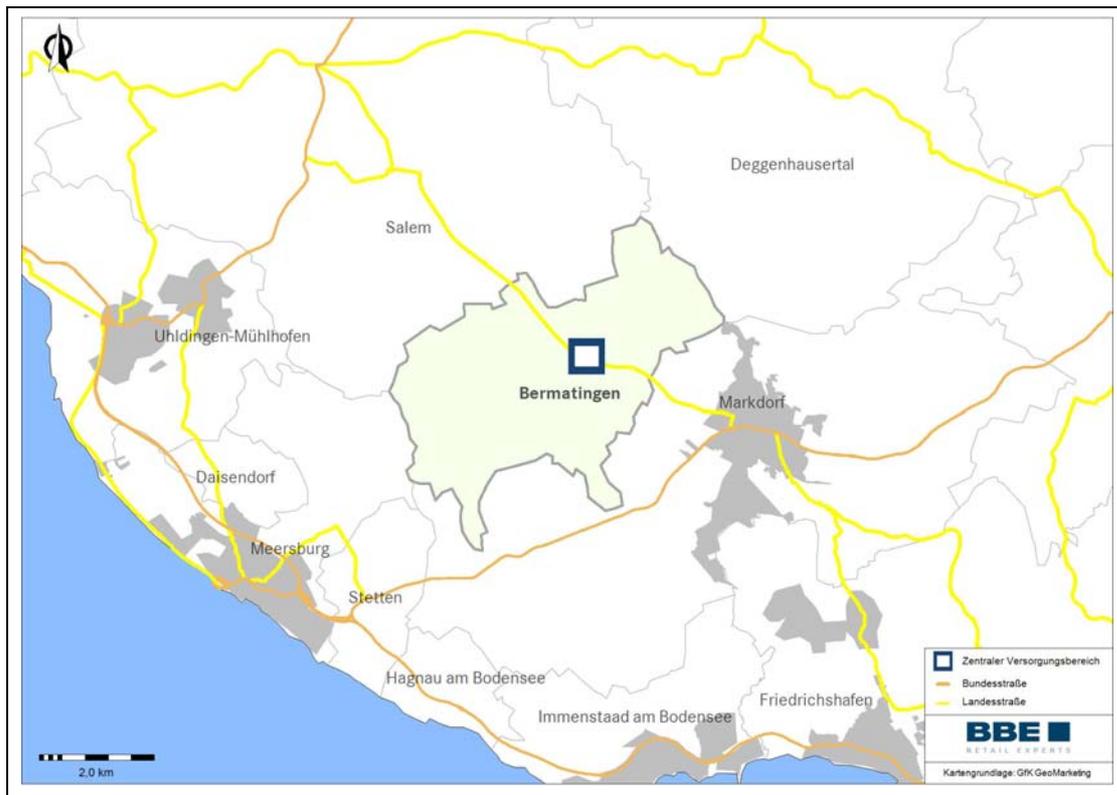
## Ortsmitte „Schmidstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Bergatreute			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	405 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	290 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	110 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	5 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	7		
	- Anzahl Leerstände	0		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Markant	140 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	90 m <sup>2</sup>		
	- Elektro Fleischer	80 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoher Grünanteil durch Parkanlage in Ortskern</li> <li>• Grundversorgung durch direkt in Ortsmitte ansässigen Lebensmittler</li> <li>• Kostenlose und großzügig dimensionierte Parkangebote in Schmidstraße</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittelanbieter mit geringer Verkaufsfächenausstattung</li> <li>• Ansonsten eher geringer Einzelhandelsbesatz</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



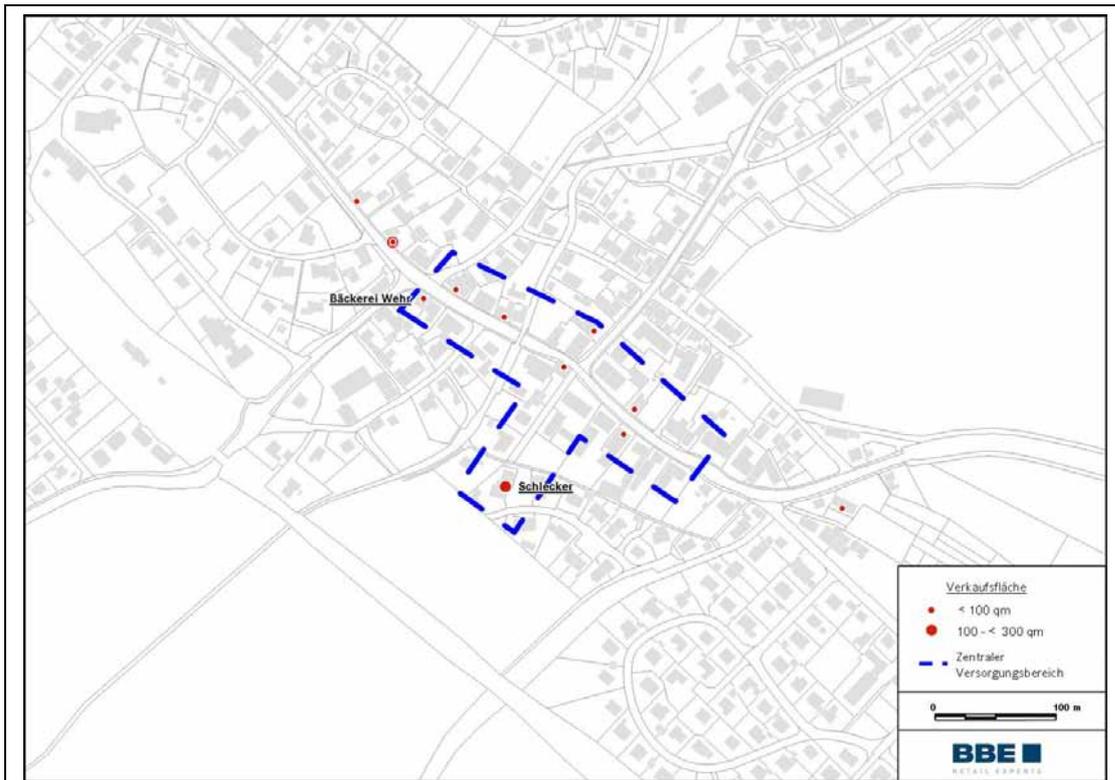
## 5.8 Bermatingen

Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	3.281 Ew. 3.886 Ew. 3.609 Ew.
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt sowie weiterem, kleinerem Siedlungskern in Ahausen	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	742 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 551 Einpendler / 1.197 Auspendler	
Verkehrsanbindung	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach - Lindau) in rd. 8 km, B 33 (Meersburg - Ravensburg) in rd. 3 km</p> <p>Über die L 205 Anschluss an Markdorf in rd. 3,5 km / Salem in rd. 8 km</p> <p>Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell - Lindau)</p>	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	22,5 Mio. € 22,2 Mio. €  106,09
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	9,5 Mio. € 42,2 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Markdorfer/Salemer Straße“ (NVS)	1.790 m <sup>2</sup> 970 m <sup>2</sup> 825 m <sup>2</sup>  0,46 m <sup>2</sup> /Ew. 0,25 m <sup>2</sup> /Ew. 0,21 m <sup>2</sup> /Ew.



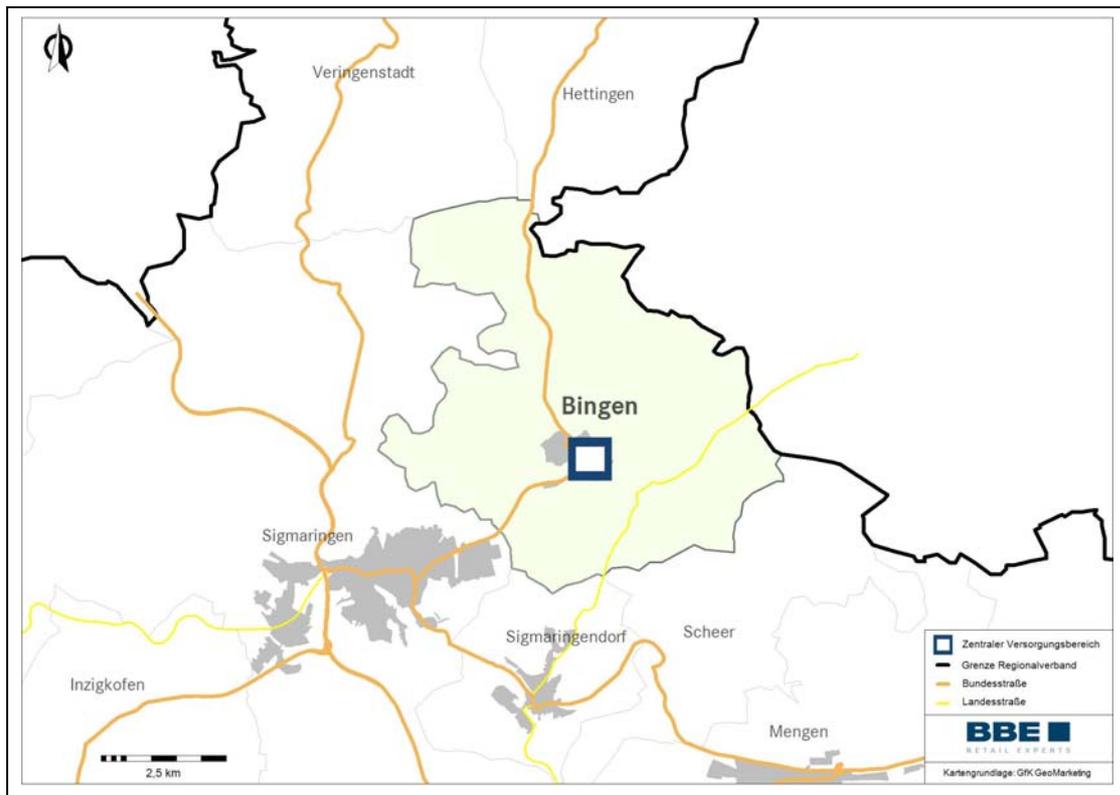
## Ortsumite „Markdorfer/Salemer Straße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Bermatingen			
Standortprofil	<b>Ortsumite</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	415 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	280 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	120 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	15 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	7		
- Anzahl Leerstände	2			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Schlecker	145 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansprechend restaurierte Fachwerkhäuser in der Ortsumite</li> <li>• Einzelhandelsangebot wird durch Dienstleistungs-/ Verwaltungseinrichtungen ergänzt (Sparkasse, Rathaus etc.)</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlender (größerer) Lebensmittelanbieter im Ortskern</li> <li>• Teilweise recht enge Bürgersteige</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



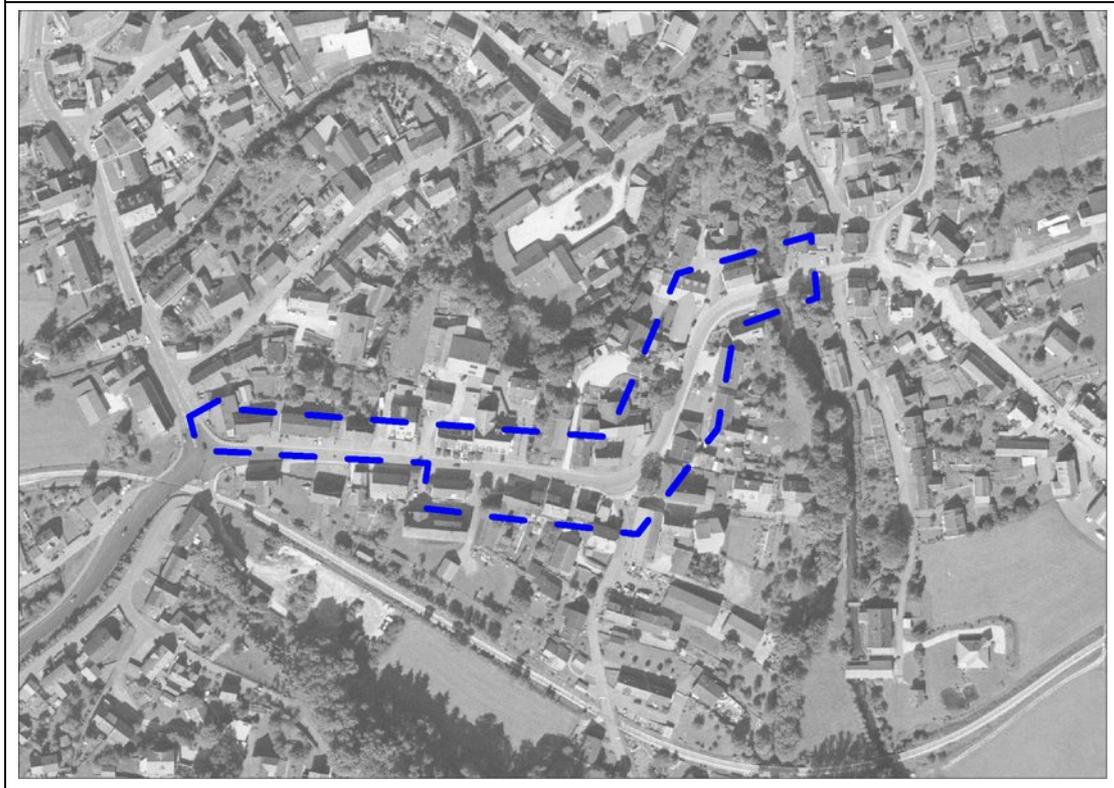
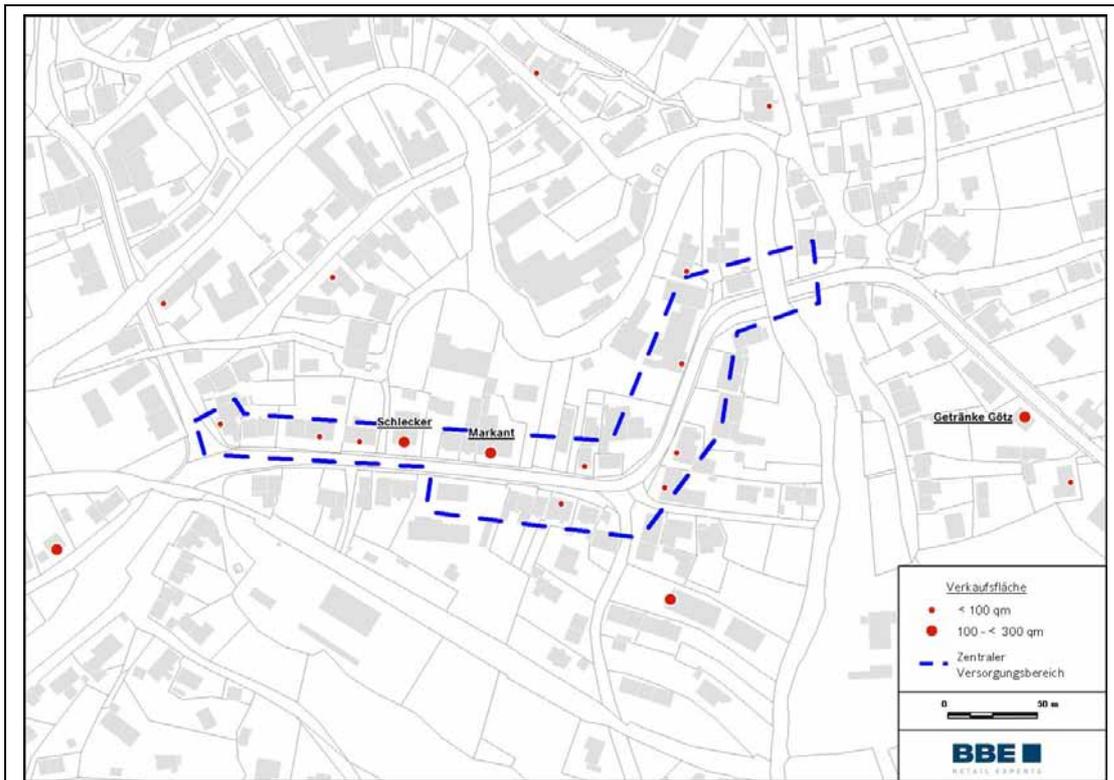
## 5.9 Bingen

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.756 Ew. 2.852 Ew. 2.951 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt (2.151 Ew.) sowie drei weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 105 bis 475 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>230 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 125 Einpendler / 896 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.) in rd. 4,5 km, B 313 (Reutlingen – Sigmaringen – Stockach) in rd. 6 km, B 463 (Balingen – Sigmaringen) in rd. 7 km Über die L 277 Anschluss an Sigmaringen in rd. 6 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>15,8 Mio. € 17,0 Mio. €  101,84</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>7,5 Mio. € 47,5 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Hauptstraße“ (NVS)</p>	

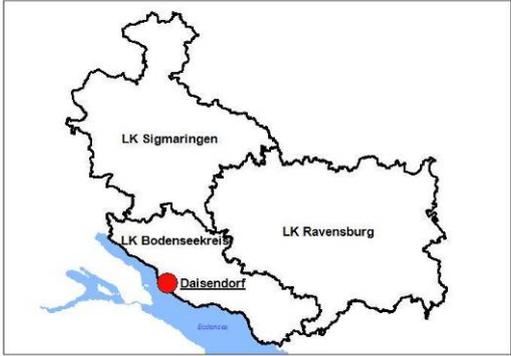


## Ortsmitte „Hauptstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Bingen			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	715 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	475 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	85 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	155 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	9		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Markant	285 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	170 m <sup>2</sup>		
	- Widmer Kachelöfen	80 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundversorgung der Bevölkerung ist durch den an der Hauptstraße verstandorteten Markant Lebensmittelmarkt gewährleistet</li> <li>• Gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an Ortsdurchgangsstraße</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insgesamt geringer Einzelhandelsbesatz, der sich zudem weiträumig entlang der Hauptstraße verteilt und somit eine als solche wahrgenommene Ortsmitte nicht erkennen lässt</li> <li>• Geringe Dimensionierung des Lebensmittelanbieters</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



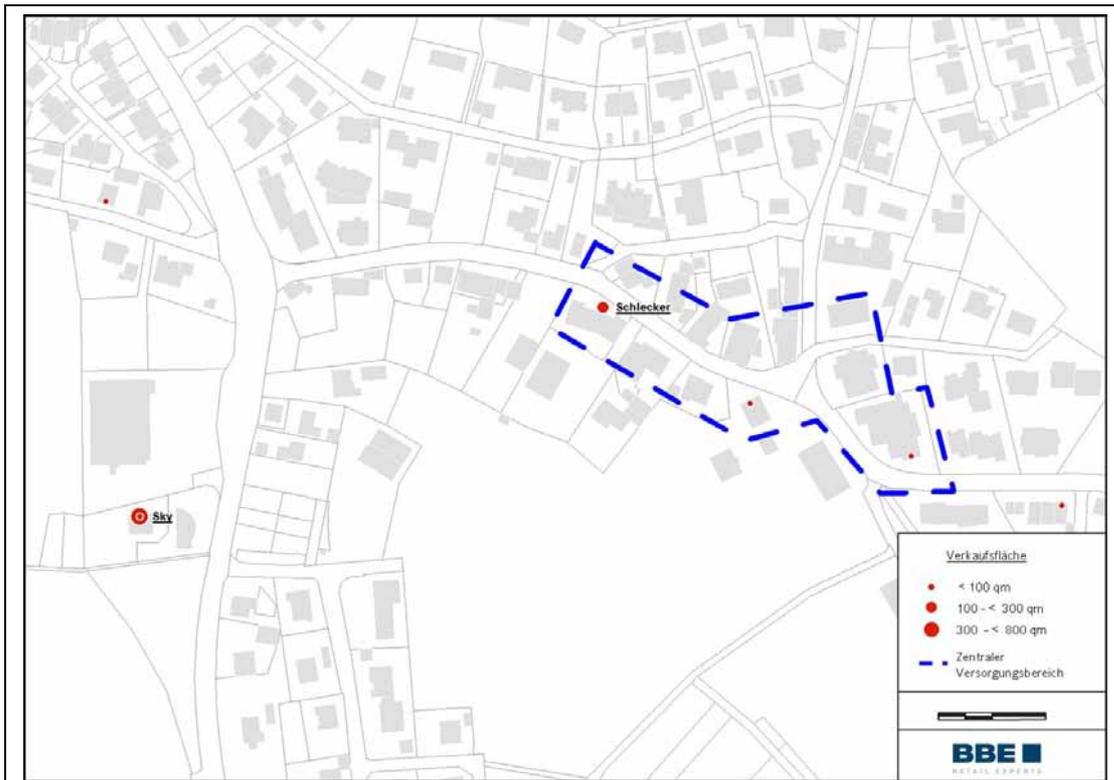
## 5.10 Daisendorf

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>1.177 Ew. 1.548 Ew. 1.362 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Ein Siedlungsschwerpunkt</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) k.A. Fremdenverkehrsintensität (2007) k.A. (Übernachtungen je 100 Ew.)  Nähe zu Meersburg</p>	
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>68 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 51 Einpendler / 427 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach - Lindau), indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 33 (Ravensburg - Meersburg) in rd. 4 km Über die L 7783 Anschluss an Meersburg in rd. 2,5 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>10,0 Mio. € 9,8 Mio. €  118,91</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>4,5 Mio. € 44,9 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) 895 m<sup>2</sup> - Nahrungs- und Genussmittel 595 m<sup>2</sup> - sonstige Sortimente 305 m<sup>2</sup>  Arealität (2008) 0,58 m<sup>2</sup>/Ew. - Nahrungs- und Genussmittel 0,38 m<sup>2</sup>/Ew. - sonstige Sortimente 0,20 m<sup>2</sup>/Ew.  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Ortsstraße“ (NVS)</p>	

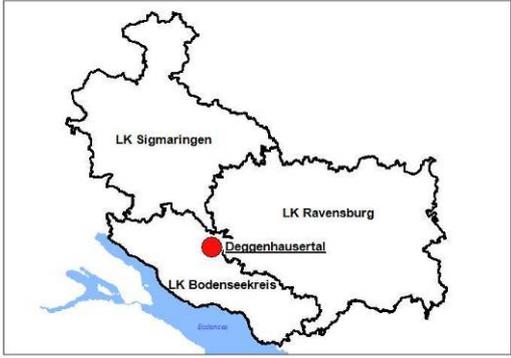


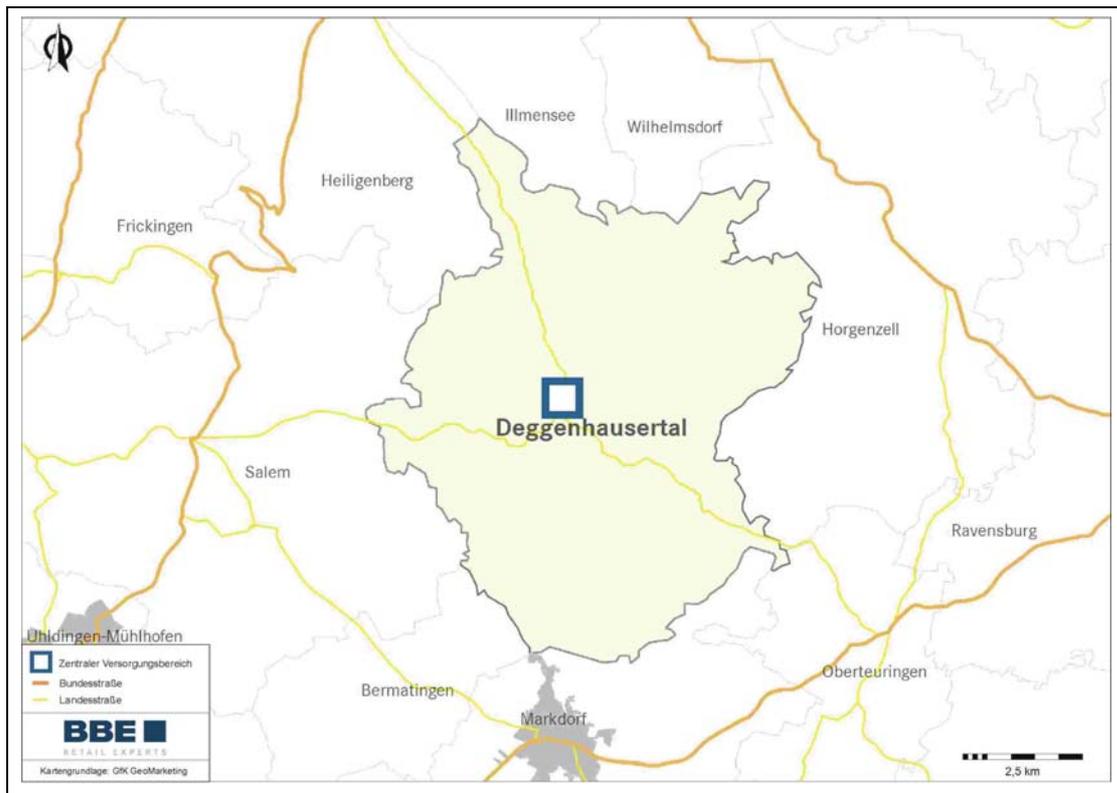
## Ortsmitte „Ortsstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Daisendorf			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	165 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	145 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	20 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	3		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Schlecker	100 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ergänzende, ebenfalls zentral gelegene Dienstleistungs- und Verwaltungseinrichtungen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sky Lebensmittelmarkt rd. 300 m entfernt von Ortskern an vielbefahrener Meersburger Straße (K 7783) ansässig</li> <li>Sehr geringer Einzelhandelsbesatz sowohl die Anzahl der Betriebe als auch die Verkaufsfläche betreffend</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>			



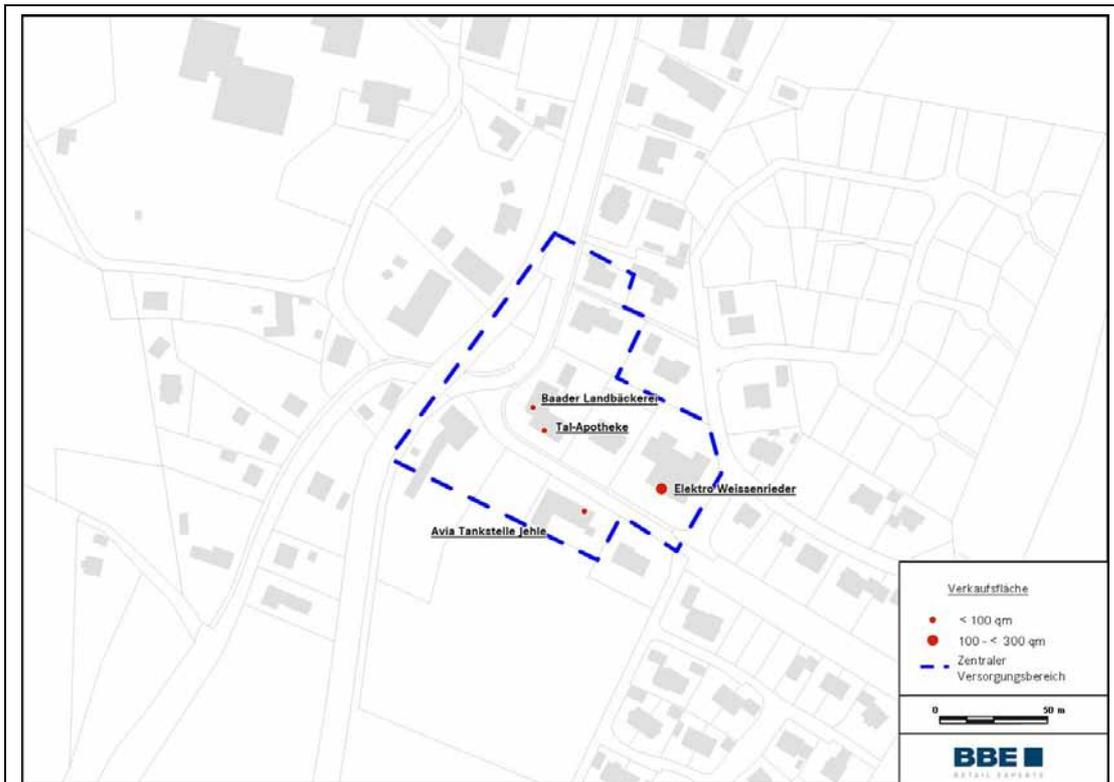
## 5.11 Deggenhausertal

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>																	
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>3.494 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>4.212 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>4.216 Ew.</td> </tr> </table>	1990	3.494 Ew.	2007	4.212 Ew.	2025	4.216 Ew.										
1990	3.494 Ew.																
2007	4.212 Ew.																
2025	4.216 Ew.																
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Sechs weiter untergliederte Ortschaften mit jeweils rd. 170 bis 1.050 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>																
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>64.098</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>1.522</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	64.098	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	1.522												
Übernachtungen (2007)	64.098																
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	1.522																
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>688 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 382 Einpendler / 1.161 Auspendler</p>																
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 33 (Ravensburg - Meersburg) in rd. 8 km Über die L 204 Anschluss an Salem in rd. 9 km</p>																
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>22,5 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>23,4 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>98,05</td> </tr> </table>	2008	22,5 Mio. €	2015 (Prognose)	23,4 Mio. €	Kaufkraftniveau	98,05										
2008	22,5 Mio. €																
2015 (Prognose)	23,4 Mio. €																
Kaufkraftniveau	98,05																
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>8,9 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>39,6 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	8,9 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	39,6 %												
Umsatz (Prognose 2008)	8,9 Mio. €																
Umsatz-Kaufkraft-Relation	39,6 %																
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>1.750 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>1.130 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>620 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,42 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,27 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,15 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>Angebotsschwerpunkt</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Ortsmitte „Wittenhofen“ (NVS)</td> <td></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	1.750 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	1.130 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	620 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,42 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,27 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,15 m <sup>2</sup> /Ew.	Angebotsschwerpunkt		- Ortsmitte „Wittenhofen“ (NVS)	
Verkaufsfläche (2008)	1.750 m <sup>2</sup>																
- Nahrungs- und Genussmittel	1.130 m <sup>2</sup>																
- sonstige Sortimente	620 m <sup>2</sup>																
Arealität (2008)	0,42 m <sup>2</sup> /Ew.																
- Nahrungs- und Genussmittel	0,27 m <sup>2</sup> /Ew.																
- sonstige Sortimente	0,15 m <sup>2</sup> /Ew.																
Angebotsschwerpunkt																	
- Ortsmitte „Wittenhofen“ (NVS)																	



## Ortsmitte Wittenhofen

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Deggenhausertal			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	175 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	150 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	15m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	3		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Elektro Weissenrieder	120 m <sup>2</sup>		
	- Tal-Apotheke	20 m <sup>2</sup>		
	- Baader Landbäckerei	10 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandelsangebot durch diverse Dienstleistungen und Rathaus in Ortsmitte ergänzt</li> <li>• Ansprechend gestaltete Ortsmitte (Bsp. kleine Parkanlage)</li> <li>• Zentrale Lage innerhalb der Gemeinde Deggenhausertal und verkehrlich gut zu erreichen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Ausnahme der Baader Landbäckerei keine weiteren Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Ortsmitte vorhanden</li> <li>• Treff Discountmarkt liegt außerhalb der gewachsenen Ortsmitte</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherung der Grundversorgungsfunktion in den beiden Ortsteilen Wittenhofen und Untersiggingen</li> </ul>			



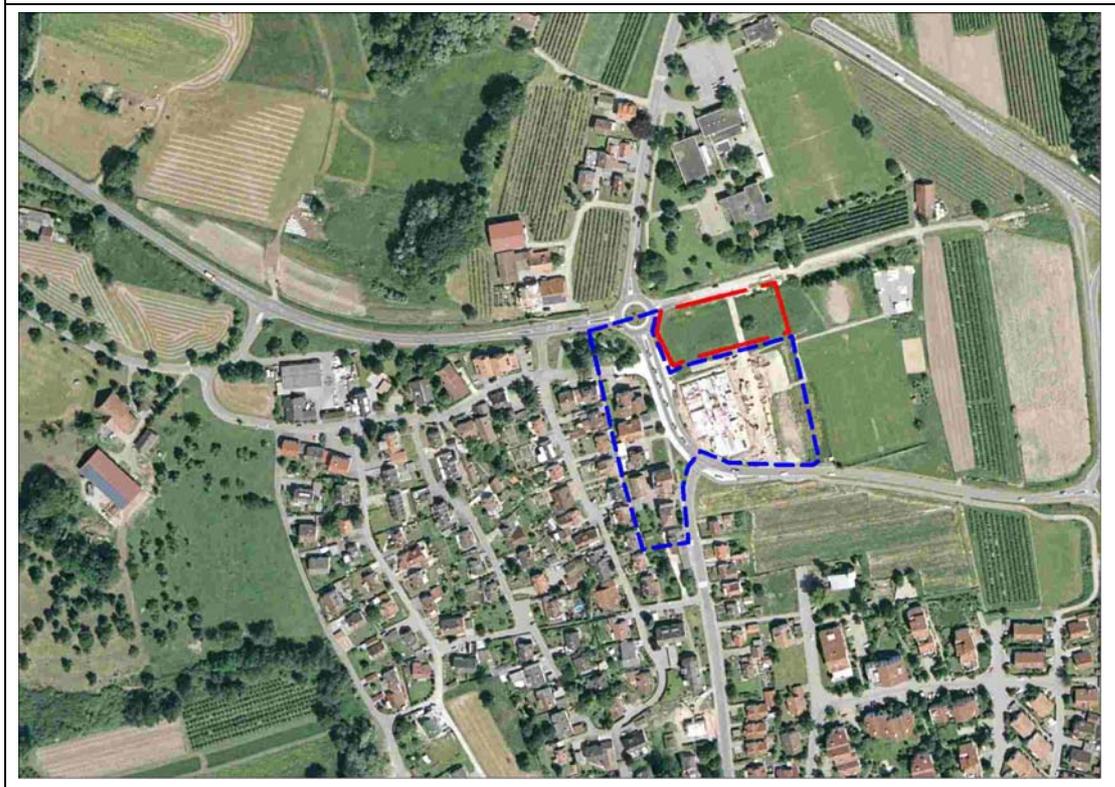
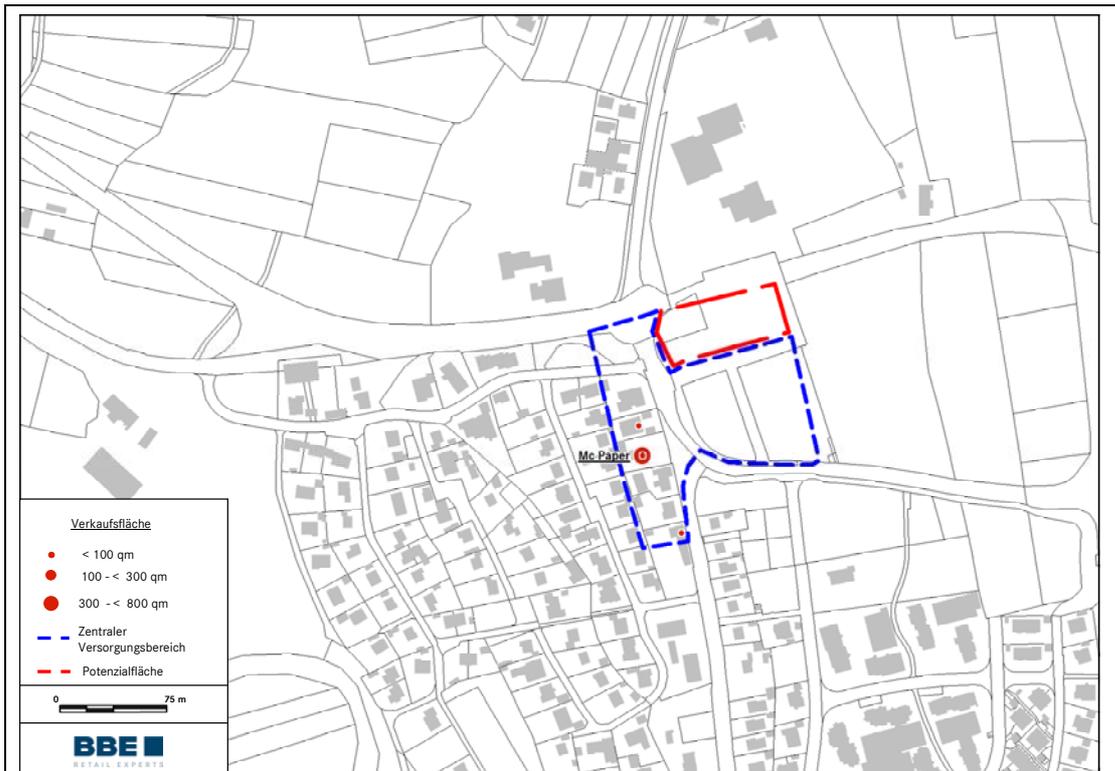
## 5.12 Eriskirch

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>																					
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>4.060 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>4.514 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>4.398 Ew.</td> </tr> </table>	1990	4.060 Ew.	2007	4.514 Ew.	2025	4.398 Ew.														
1990	4.060 Ew.																				
2007	4.514 Ew.																				
2025	4.398 Ew.																				
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Drei Siedlungsschwerpunkte mit jeweils rd. 1.050 bis rd. 1.990 Ew. (Stand 31.12.2006)</p>																				
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>17.808</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>395</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	17.808	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	395																
Übernachtungen (2007)	17.808																				
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	395																				
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>582 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 405 Einpendler / 1.493 Auspendler</p>																				
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach- Lindau), Anschluss an Friedrichshafen in rd. 5,5 km, Anschluss an die A 96 15 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell - Lindau)</p>																				
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>26,3 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>26,9 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>106,97</td> </tr> </table>	2008	26,3 Mio. €	2015 (Prognose)	26,9 Mio. €	Kaufkraftniveau	106,97														
2008	26,3 Mio. €																				
2015 (Prognose)	26,9 Mio. €																				
Kaufkraftniveau	106,97																				
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>37,3 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>141,8 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	37,3 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	141,8 %																
Umsatz (Prognose 2008)	37,3 Mio. €																				
Umsatz-Kaufkraft-Relation	141,8 %																				
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>7.720 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>3.055 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>4.665 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>1,71 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,68 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>1,03 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>Angebotsschwerpunkte</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- „Neue Ortsmitte“ Schlatt</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Ortsmitte Mariabrunn</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Fachmarktglomeration „Friedrichshafener Straße“ (E)</td> <td></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	7.720 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	3.055 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	4.665 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	1,71 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,68 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	1,03 m <sup>2</sup> /Ew.	Angebotsschwerpunkte		- „Neue Ortsmitte“ Schlatt		- Ortsmitte Mariabrunn		- Fachmarktglomeration „Friedrichshafener Straße“ (E)	
Verkaufsfläche (2008)	7.720 m <sup>2</sup>																				
- Nahrungs- und Genussmittel	3.055 m <sup>2</sup>																				
- sonstige Sortimente	4.665 m <sup>2</sup>																				
Arealität (2008)	1,71 m <sup>2</sup> /Ew.																				
- Nahrungs- und Genussmittel	0,68 m <sup>2</sup> /Ew.																				
- sonstige Sortimente	1,03 m <sup>2</sup> /Ew.																				
Angebotsschwerpunkte																					
- „Neue Ortsmitte“ Schlatt																					
- Ortsmitte Mariabrunn																					
- Fachmarktglomeration „Friedrichshafener Straße“ (E)																					



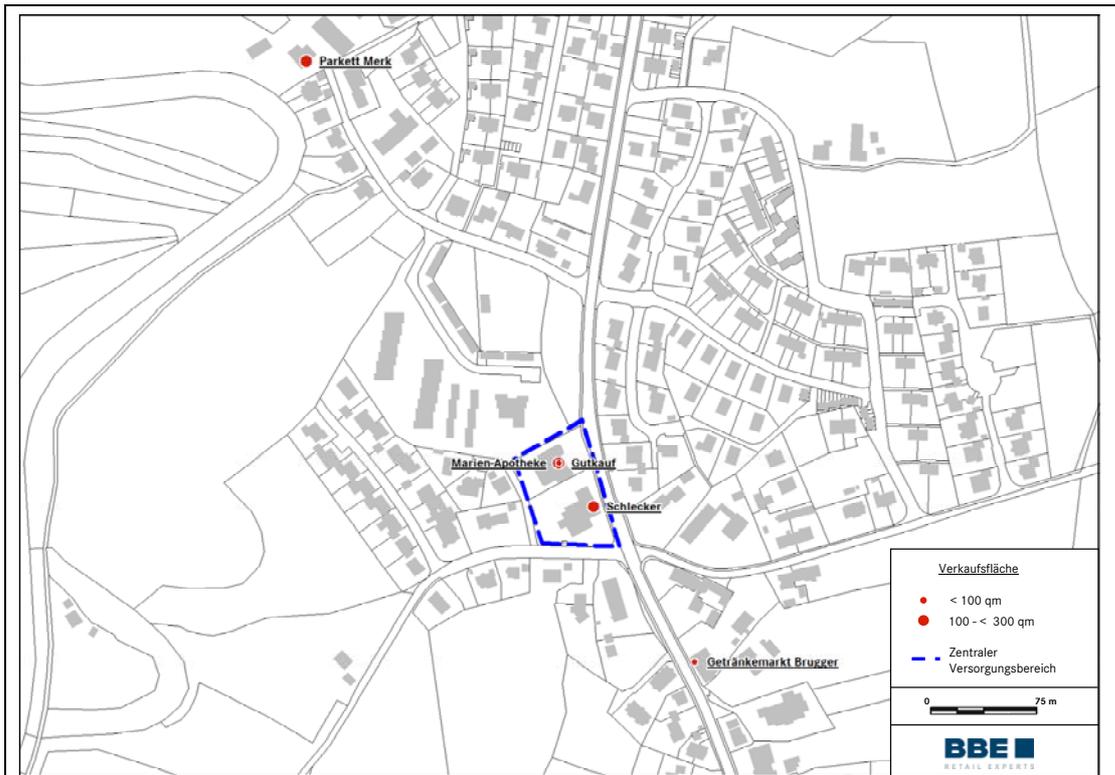
## Ortsmitte („Neue Ortsmitte“) Schlatt

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Eriskirch			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	642 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	32 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	610 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
- Anzahl Betriebe	4			
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- McPaper	550 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktiver Neubau mit angrenzender Potenzialfläche</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Noch kein vollständiges Nahversorgungsangebot</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ergänzung um einen der Versorgungsaufgabe entsprechenden Lebensmittelmarkt</li> </ul>			



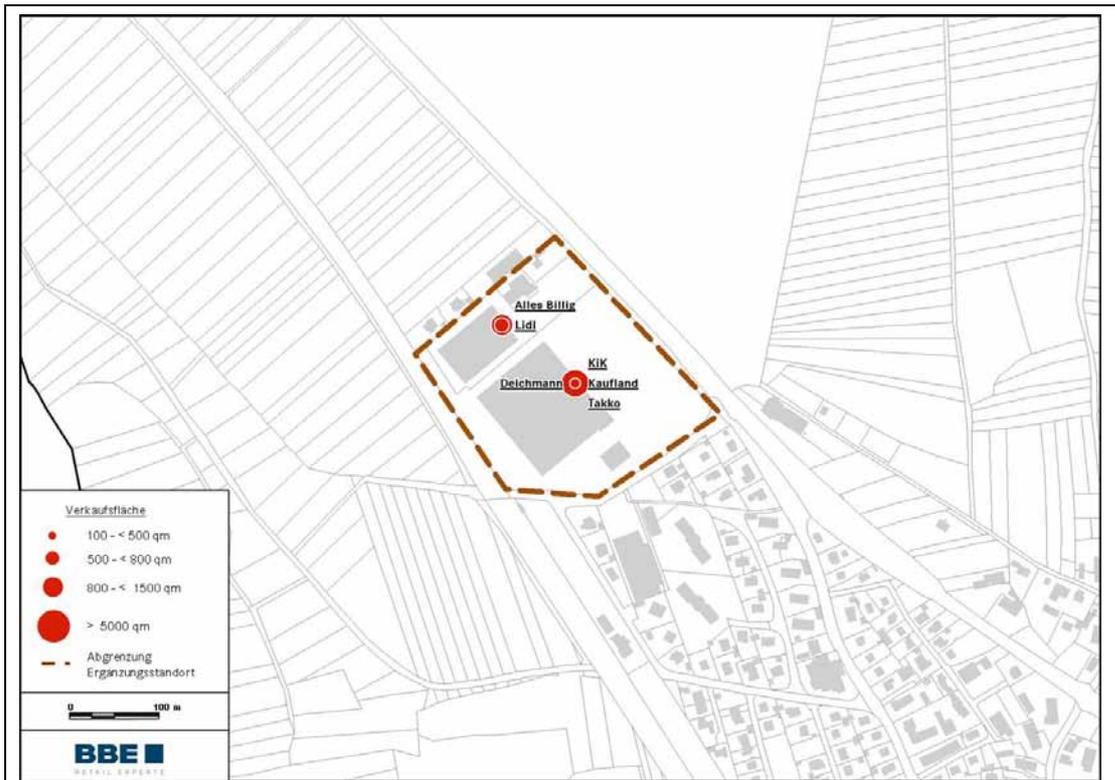
## Ortsumite „Mariabrunn“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Eriskirch			
Standortprofil	<b>Ortsumite</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	450 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	445 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	5 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
	- Anzahl Leerstände	0		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Gutkauf	200 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	180 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verdichtete Nahversorgung mit Bäcker, Metzger, Schlecker, Apotheke und Lebensmittelgeschäft</li> <li>• Ergänzende Dienstleistung (Gesundheitszentrum)</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittelmarkt mit geringer Verkaufsfläche</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherung als Grundversorgungsstandort für den Ortsteil Mariabrunn</li> </ul>			



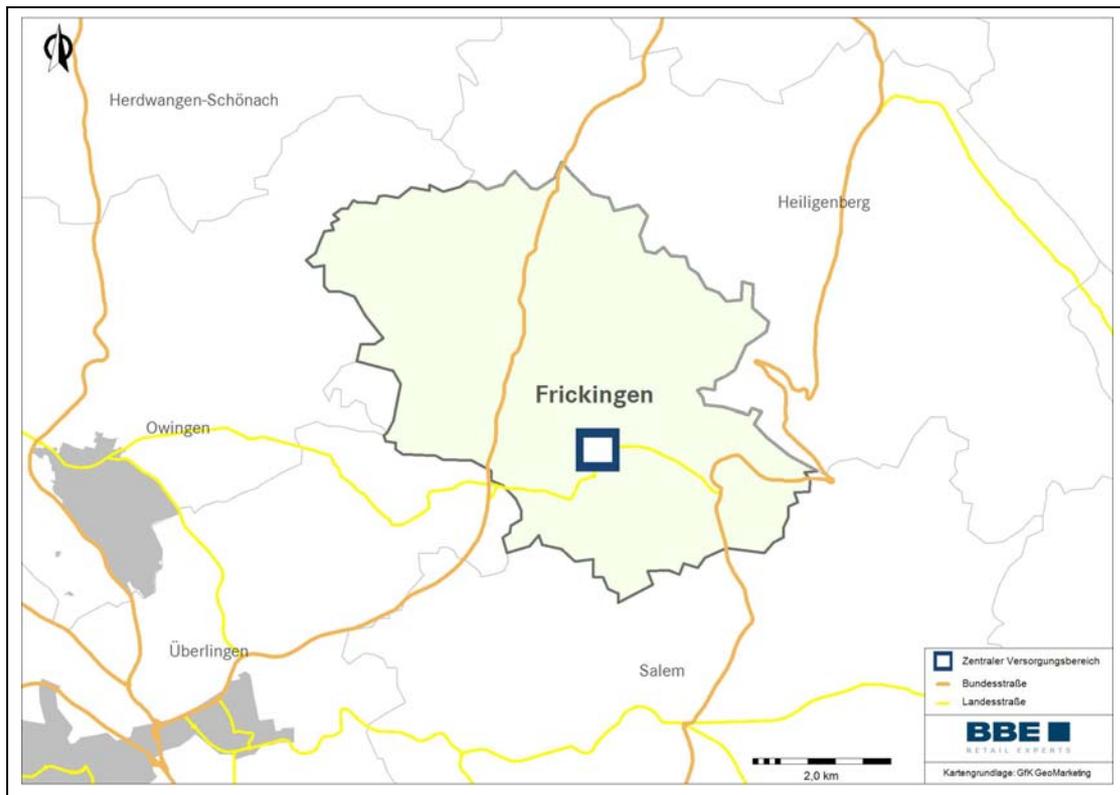
## Fachmarkttagglomeration „Friedrichshafener Straße“

Versorgungsfunktion	überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Fachmarktstandort</b>			
		+	ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (2008)	5.865 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	3.335 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	2.210 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	320 m <sup>2</sup>		
	Wesentliche Anbieter			
	- Kaufland	3.310 m <sup>2</sup>		
	- Kaufhaus X	890 m <sup>2</sup>		
	- Lidl	660 m <sup>2</sup>		
	- Takko	310 m <sup>2</sup>		
	- Deichmann	310 m <sup>2</sup>		
	- Kik	190 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaufland Verbrauchermarkt als mit Abstand größter Lebensmittelanbieter in Eriskirch ist in Verbindung mit weiteren Betrieben der Einzelhandelschwerpunkt der Gemeinde mit überörtlicher Ausstrahlung</li> <li>• Verkehrsgünstig Lage direkt an der Bundesstraße B 31, die als Hauptverbindungsstraße mit Friedrichshafen fungiert</li> <li>• Gute Werbesichtanbindung durch ungehinderte Einsehbarkeit des Standortareals</li> <li>• Gemeinsamer, großzügig dimensionierter Parkplatz</li> <li>• Hohe Agglomerationseffekte durch den Standortverbund</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zweckmäßige, inzwischen etwas altmodisch wirkende Gebäudesubstanz sorgt für einen insgesamt eher unzeitgemäßen Gesamteindruck</li> <li>• Anbieter vornehmlich aus dem mittleren und unteren Qualitäts- und Preisgenre</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. An diesem Standort sind grundsätzlich jegliche Erweiterungsvorhaben auszuschließen. Stattdessen ist die Nahversorgungsfunktion der beiden Ortsmitten Mariabrunn und Schlatt („Neue Ortsmitte“) zu sichern bzw. zu stärken.			



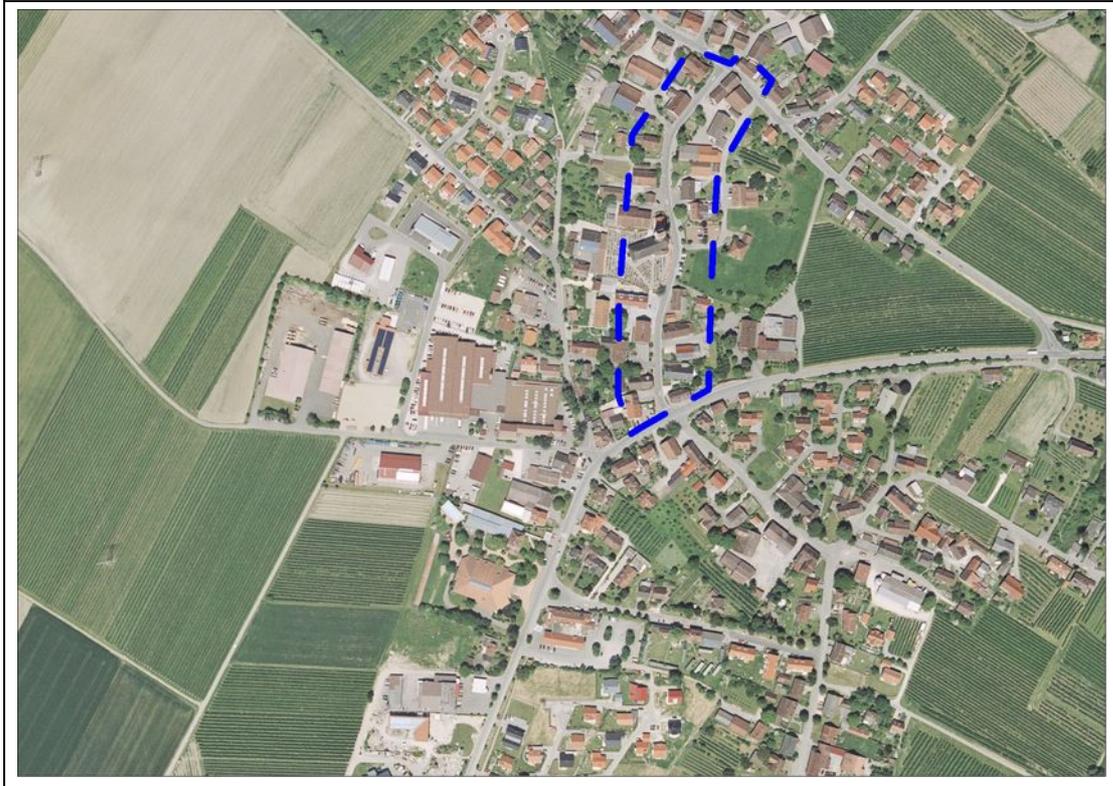
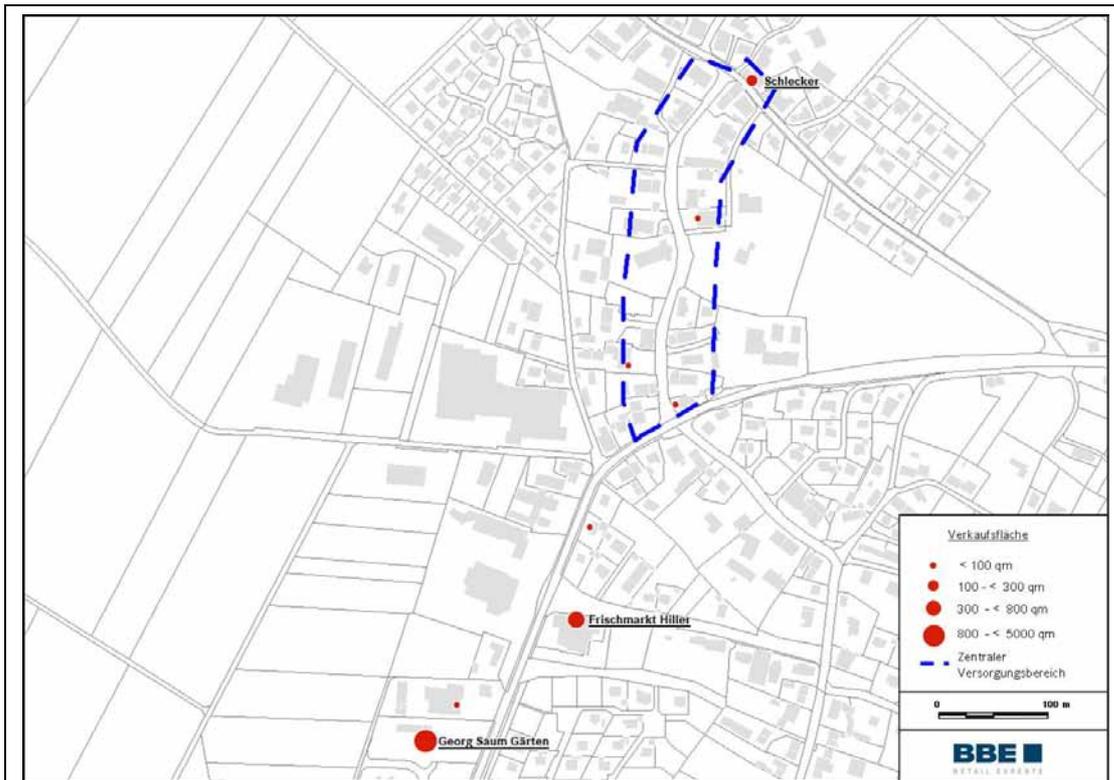
### 5.13 Frickingen

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.280 Ew. 2.747 Ew. 2.864 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt mit rd. 1.590 Ew. sowie zwei weitere, umliegende Ortschaften mit rd. 430 bzw. rd. 860 Ew. (Stand 30.06.2008)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>9.404 342</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>512 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 359 Einpendler / 747 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 31 / 31n (Stockach – Lindau) in rd. 8 km, Anschluss an die A 98 in rd. 15 km Über die L 200 Anschluss an Überlingen in rd. 10 km, L 201 Anschluss an Salem in rd. 5 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>15,8 Mio. € 16,8 Mio. €  105,49</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>10,3 Mio. € 65,3 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Kirchstraße“ (NVS)</p>	

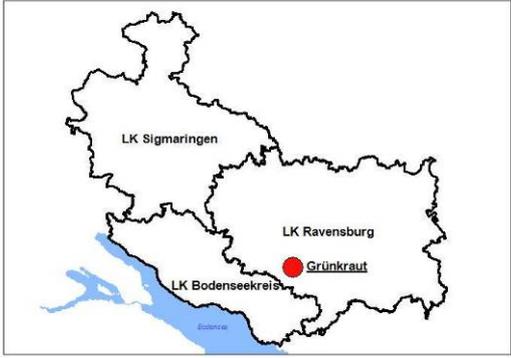


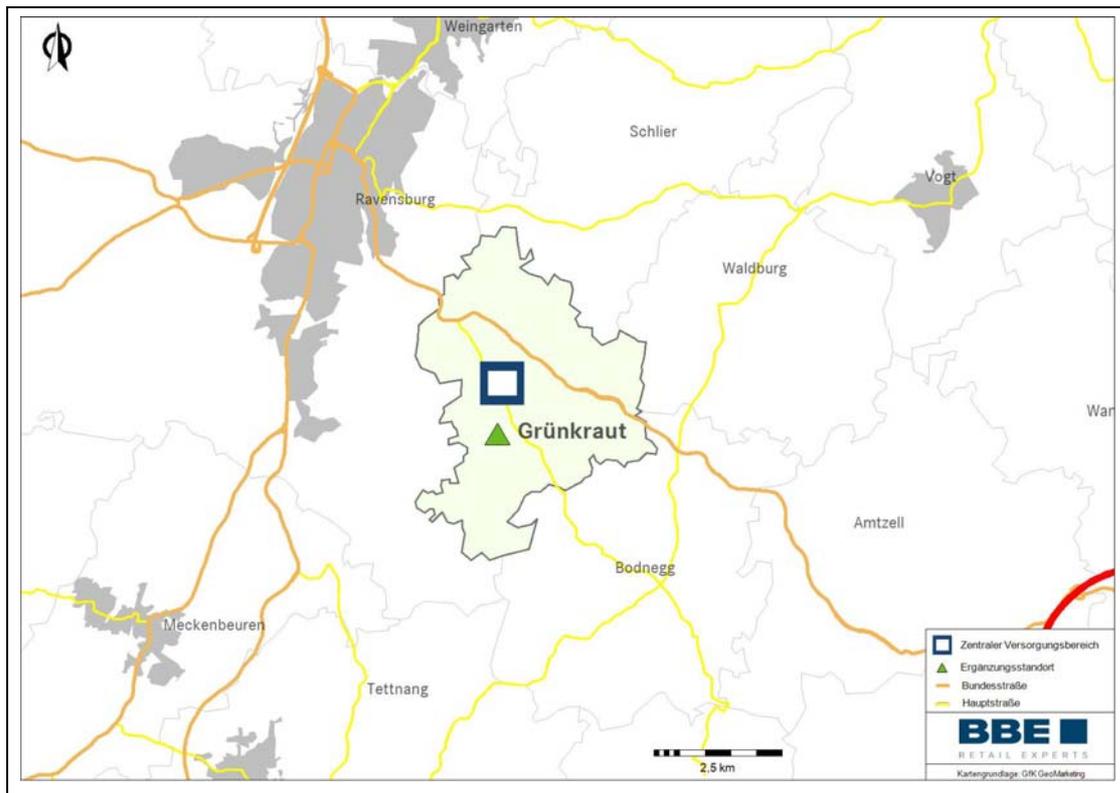
## Ortsmitte „Kirchstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Frickingen			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	235 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	195 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	40 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
- Anzahl Betriebe	4			
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- Schlecker	160 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansprechend gestaltete Ortsmitte (Bsp. Bachlauf)</li> <li>• Kirchstraße als 30er-Zone verkehrsberuhigt</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringer Einzelhandelsbesatz, zudem weitläufig verteilt</li> <li>• Lebensmittelmarkt (Frischemarkt Hiller) rd. 300 m fußläufig von Ortsmitte entfernt liegend und nicht in dieser ansässig</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



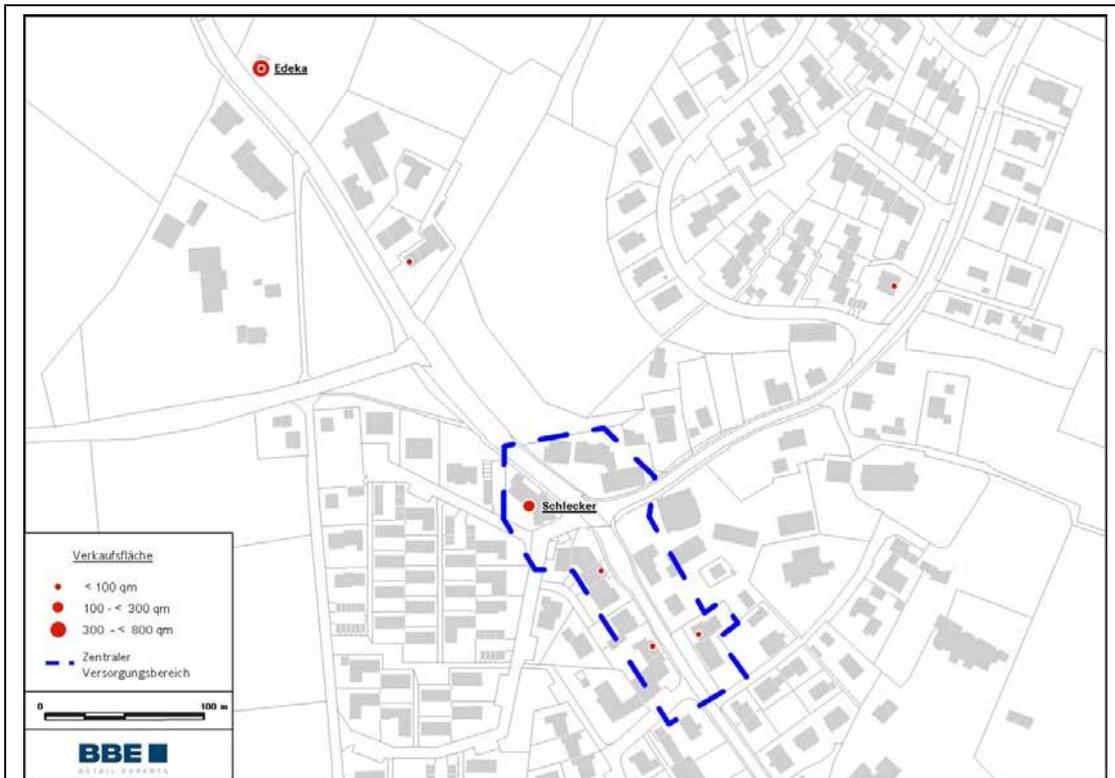
## 5.14 Grünkraut

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.554 Ew. 2.978 Ew. 2.992 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt sowie weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>740 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 608 Einpendler / 851 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A), Anschluss an Ravensburg in rd. 7 km sowie an die A 96 in rd. 14 km Die das Gemeindegebiet querende L 335 führt ab der B 32 bei Staig nach und durch Grünkraut und im weiteren Verlauf über Bodnegg nach Neukirch</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>16,7 Mio. € 17,6 Mio. €  102,87</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>31,6 Mio. € 189,3 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel* - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkte - Ortsmitte „Bodnegger Straße“ (NVS) - Solitärstandort Gartencenter Fleischer (E)</p> <hr/> <p>*Hinweis: Der zum Zeitpunkt der Erhebung vorhandene ALMI-Supermarkt im Gewerbegebiet Gullen soll demnächst geschlossen werden.</p>	



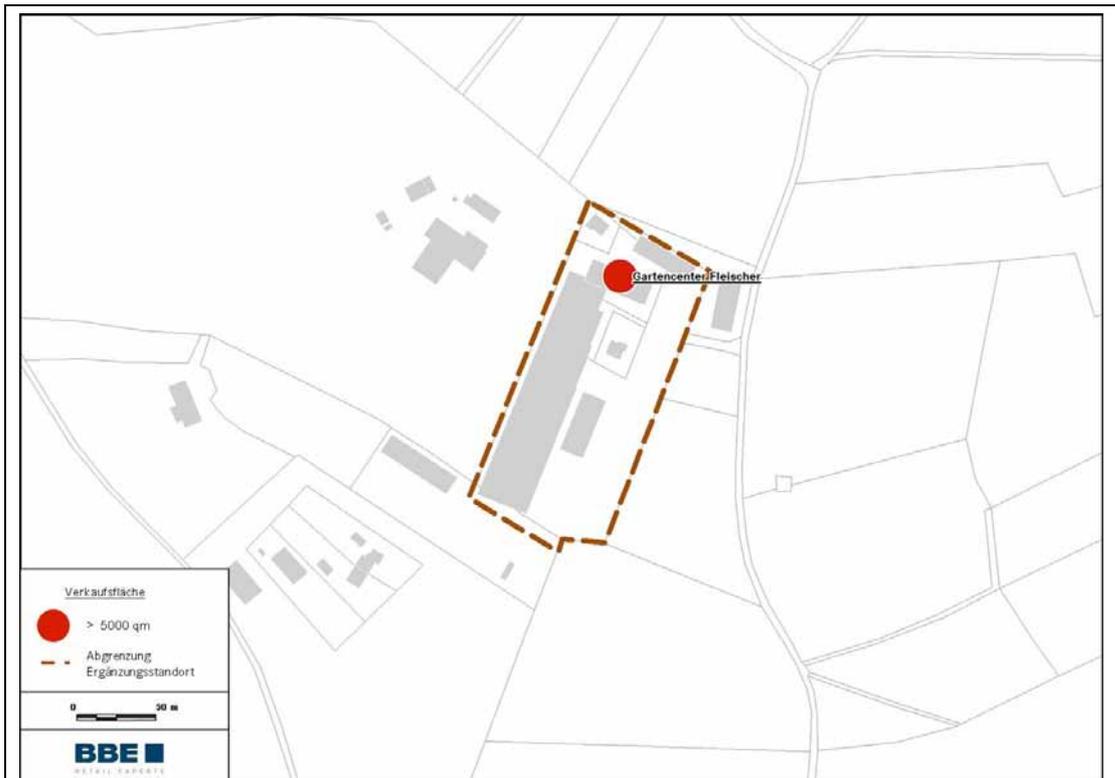
## Ortsmitte „Bodnegger Straße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Grünkraut			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	255 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	215 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	30 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	4		
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Schlecker	105 m <sup>2</sup>		
	- Bäckerei Glahs	95 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandelsangebot durch Dienstleistungen und Rathaus in Ortsmitte ergänzt</li> <li>• Gute verkehrliche Erreichbarkeit sowie ausreichendes Parkangebot in zentraler Lage</li> <li>• Modern gestaltetes Rathaus mit Rathausvorplatz inkl. Brunnen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringer Einzelhandelsbesatz in der Ortsmitte</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Nahversorgungsangebote der Gemeinde sollten bevorzugt im Bereich der Ortsmitte ausgebaut werden</li> </ul>			

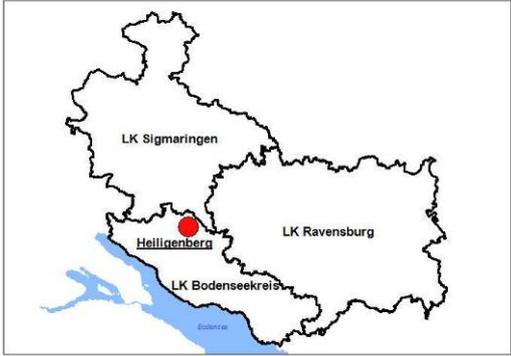


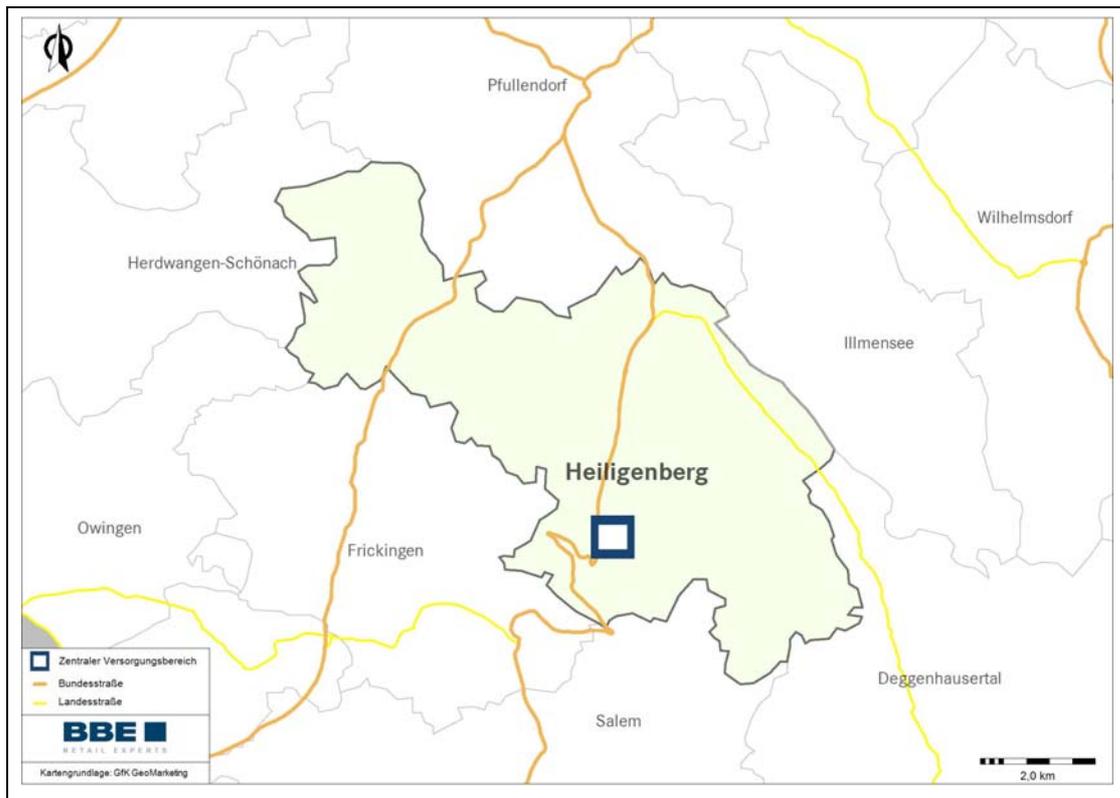
## Solitärstandort Gartencenter Fleischer

Versorgungsfunktion	überörtlich bedeutsamer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel			
Standortprofil	<b>Solitärstandort</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	5.895 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	125 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	5.770 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	1		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Gartencenter Fleischer	5.895 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetenter Gartenmarkt mit Zooabteilung, der darüber hinaus über ein eigenes Cafe/Restaurant verfügt</li> <li>• Zusätzlich zu der überdachten Verkaufsfläche verfügt das Gartencenter über eine rd. 25.000 m<sup>2</sup> große Freilandfläche</li> <li>• Großer Parkplatz, der dem Hauptgebäude vorgelagert ist</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keine Werbesichtanbindung des Gartencenters, dadurch auch keine Fernwirkung des Standortes</li> <li>• Als Solitäranlage besitzt das Gartencenter über keinerlei Agglomerationsvorteile</li> <li>• Das Gartencenter grenzt weder an eine Bundes- noch an eine Landstraße, verfügt allerdings über eine separat ausgeschilderte Zufahrtsstraße an die rd. 500 m entfernte, östlich verlaufende Landstraße L 335</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Die Einzelhandelsnutzung ist auf das derzeitige Angebot sowohl hinsichtlich der Fläche als auch der vorgehaltenen Sortimente zu beschränken. Allenfalls im Gartenmarktsegment sind Erweiterungsvorhaben genehmigungsfähig.			



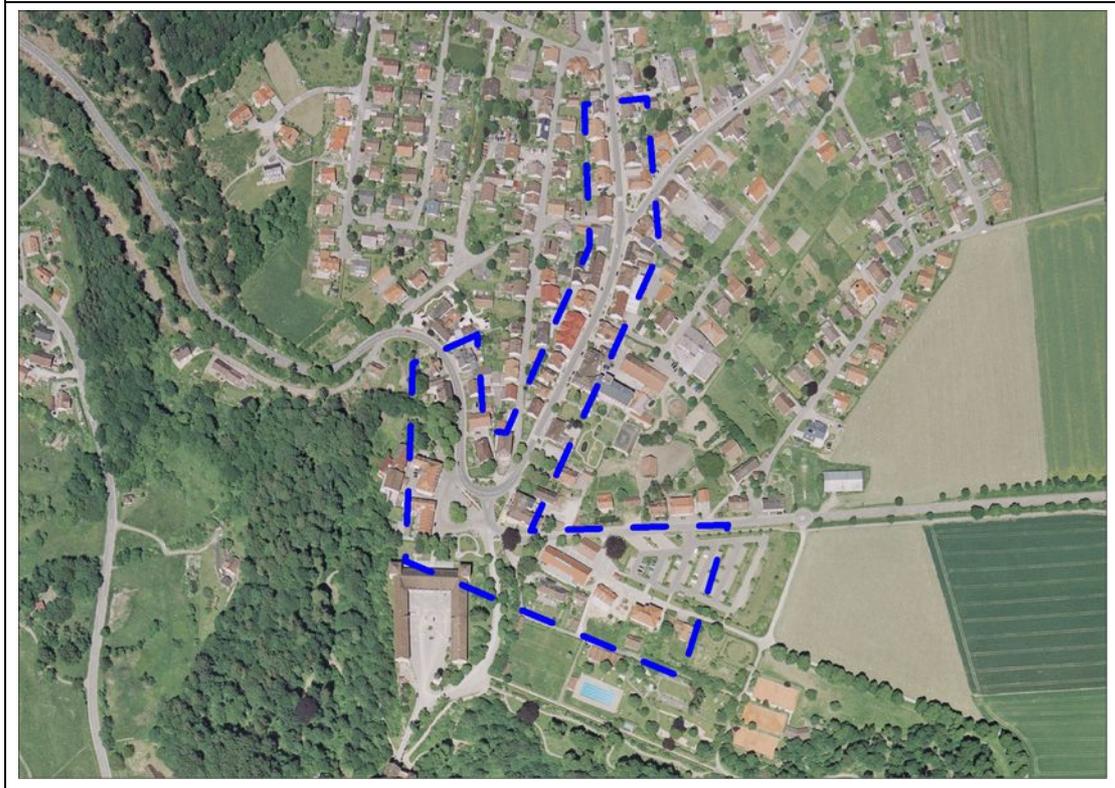
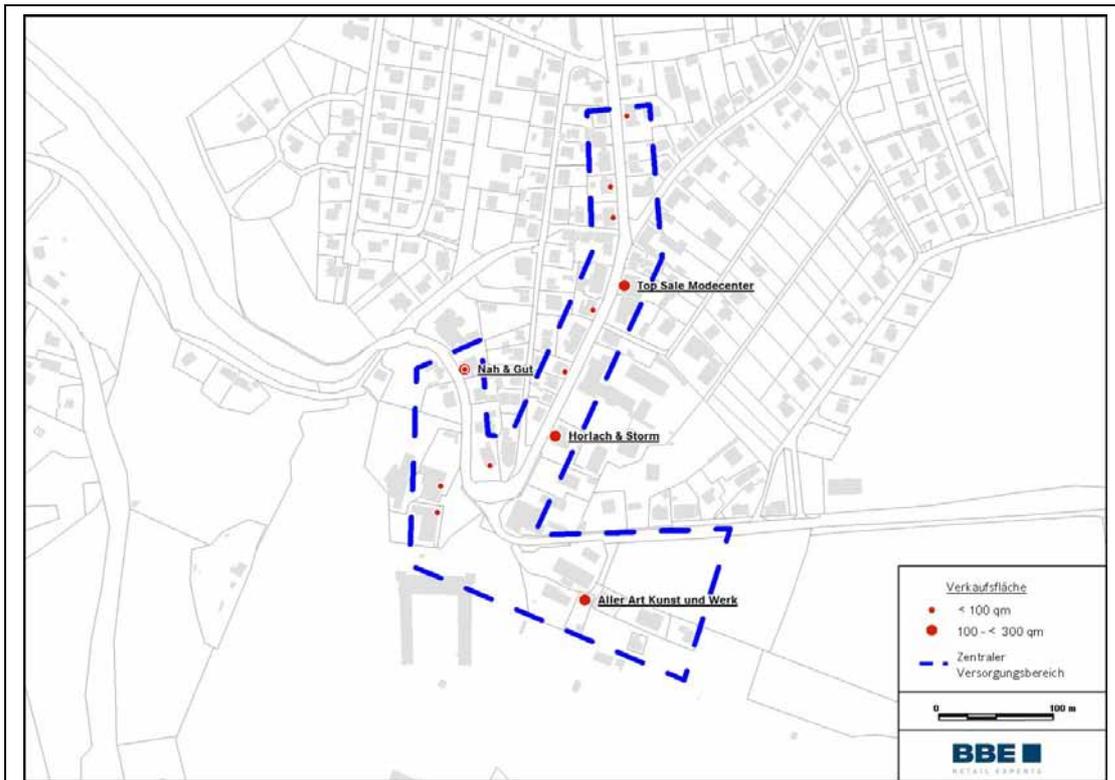
## 5.15 Heiligenberg

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.596 Ew. 2.863 Ew. 2.724 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt sowie zwei weiter untergliederte Ortschaften</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)  Schloss Heiligenberg</p>	<p>12.001 419</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>618 sozialversicherungspflichtige Beschäftigt 309 Einpendler / 630 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Über die L 201 Anschluss an Salem in rd. 9 km / Pfullendorf in rd. 15 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>15,0 Mio. € 15,3 Mio. €  96,05</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>8,7 Mio. € 57,9 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Fürstenbergstraße“ (NVS)</p>	<p>1.630 m<sup>2</sup> 365 m<sup>2</sup> 1.265 m<sup>2</sup>  0,57 m<sup>2</sup>/Ew. 0,13 m<sup>2</sup>/Ew. 0,44 m<sup>2</sup>/Ew.</p>

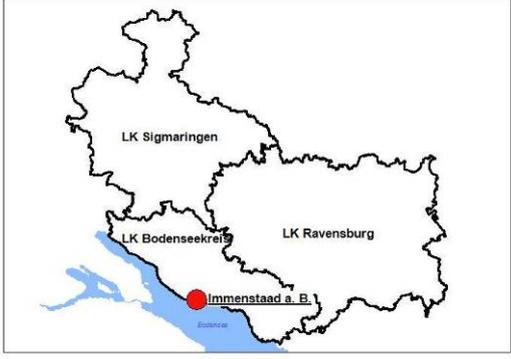


## Ortsmitte „Fürstenbergstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Heiligenberg			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.050 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	475 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	575 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	14		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Aller Art Kunst und Werk	180 m <sup>2</sup>		
	- Horlach & Storm	175 m <sup>2</sup>		
- Nah & Gut	120 m <sup>2</sup>			
- Top Sale Modecenter	100 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Großes touristisches Potenzial durch Schloss Heiligenberg</li> <li>• Hohe Verweilqualität durch attraktives Gesamtbild (Schloss, Parkanlage, restaurierte historische Gebäude, Gebäudefassaden, Stadtmöblierung etc.)</li> <li>• Großzügig dimensioniertes Parkraumangebot, inkl. Wohnmobil-Stellplatz</li> <li>• Vergleichsweise dichter Besatz entlang Fürstenbergstraße/Postplatz aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittelanbieter mit geringer Verkaufsfläche</li> <li>• Zentraler Platz als „gefühlte“ Ortsmitte fehlt offenbar durch bandförmigen Besatz entlang Fürstenbergstraße</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



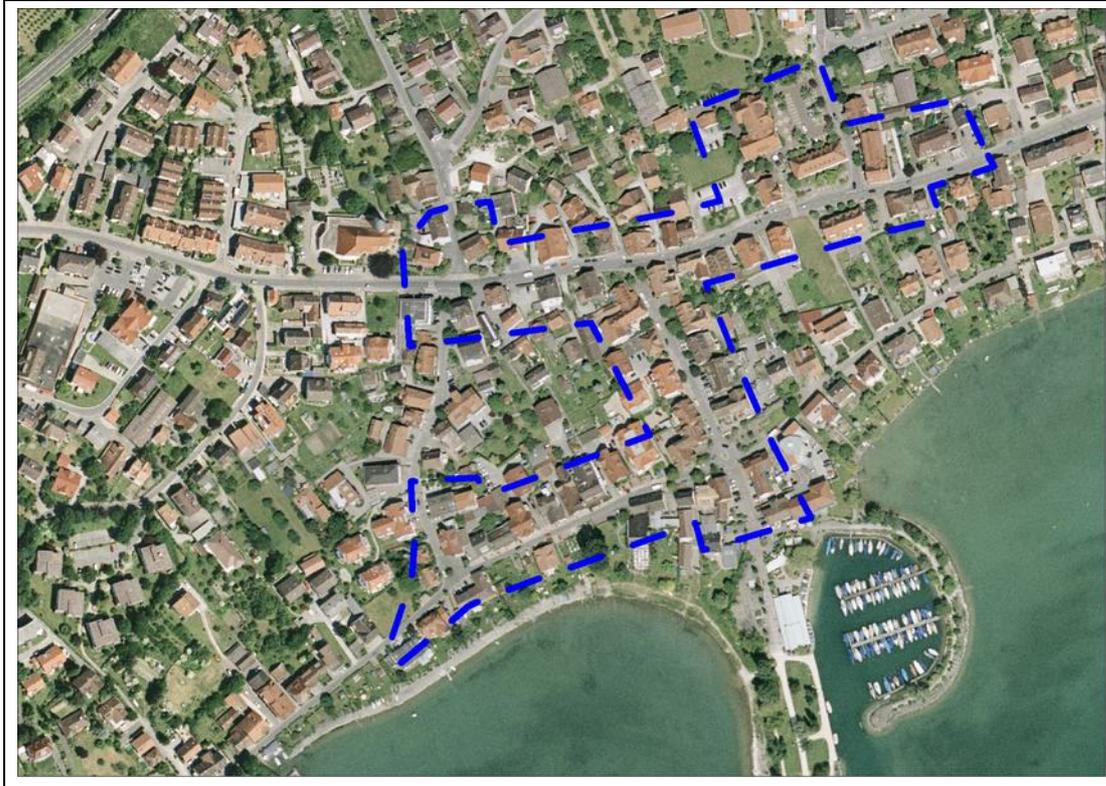
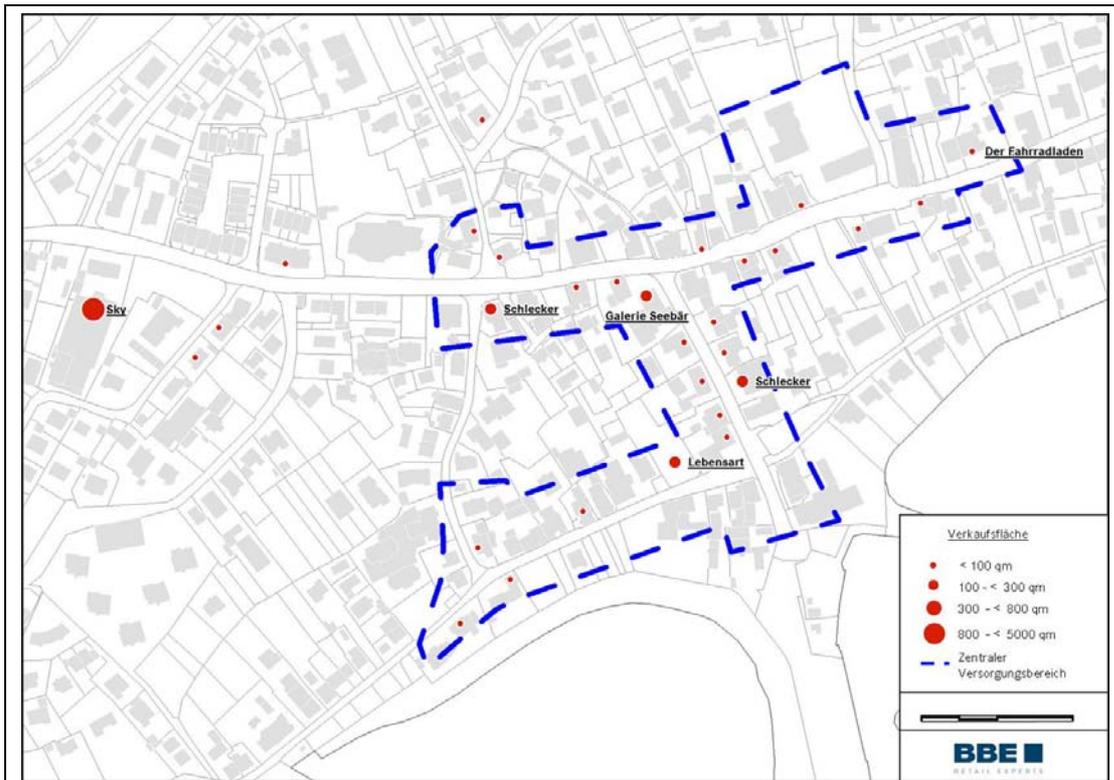
## 5.16 Immenstaad a. B.

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>5.642 Ew. 6.071 Ew. 5.519 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt sowie weiteren, kleineren Siedlungskern</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)  Abenteuer-Hochseil Park</p>	<p>224.984 3.706</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>4.181 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 3.475 Einpendler / 1.354 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach - Lindau), indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 33 (Ravensburg - Konstanz) in rd. 6,5 km, Anschluss an Friedrichshafen in rd. 9,5 km, Meersburg in rd. 9 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>40,9 Mio. € 40,8 Mio. €  123,45</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>32,3 Mio. € 79,0 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Haupt-/Bach-/Seestraße“ (NVS)</p>	<p>5.115 m<sup>2</sup> 2.775 m<sup>2</sup> 2.340 m<sup>2</sup>  0,84 m<sup>2</sup>/Ew. 0,46 m<sup>2</sup>/Ew. 0,39 m<sup>2</sup>/Ew.</p>

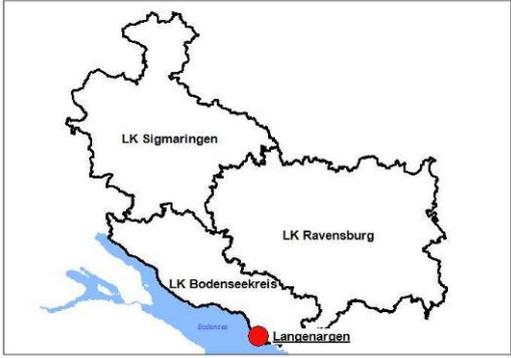


## Ortsmitte „Haupt-/Bach-/Seestraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Immenstaad			
Standortprofil	<b>Innenstadt</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.475 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	480 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	755 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	240 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	26		
	- Anzahl Leerstände	4		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Galerie Seebär	200 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	160 m <sup>2</sup>		
- Schlecker	120 m <sup>2</sup>			
- Lebensart	105 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergleichsweise hoher Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten (Mode/Schuhe)</li> <li>• Leistungsstarker Sky-Supermarkt fußläufig rd. 400 m von Ortsmitte entfernt erreichbar</li> <li>• Durch Lage an Bodensee (Ferienwohnungen/Hafen) hohes touristisches Potenzial</li> <li>• Insgesamt sehr gepflegtes Gesamterscheinungsbild der Ortsmitte</li> <li>• Ansprechend gestalteter Bereich um den Yachthafen mit Gastronomie, kleiner Parkanlage etc. mit hoher Aufenthaltsqualität</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe Verkehrsbelastung der Hauptstraße</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



## 5.17 Langenargen

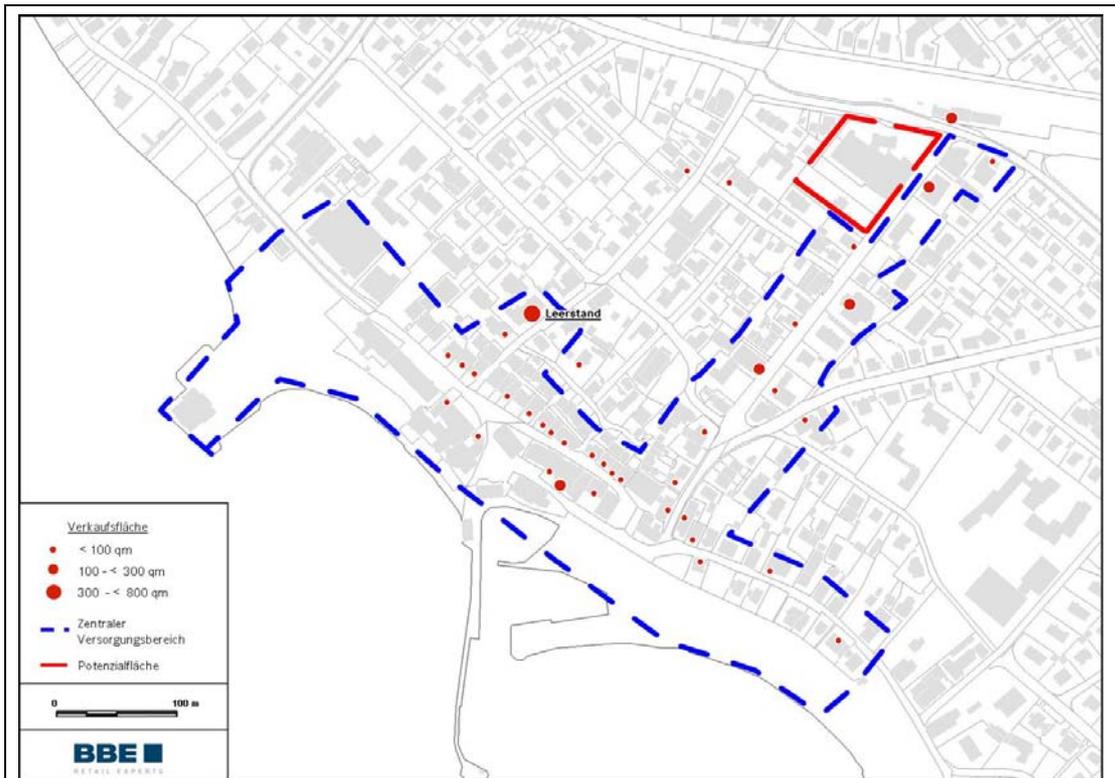
Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	6.598 Ew. 7.692 Ew. 6.735 Ew.
Siedlungsstruktur	Verdichteter Kernort mit rd. 5.970 Ew. sowie zwei weitere umliegende Ortschaften mit rd. 640 und rd. 780 Ew. (Stand 31.12.2006)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007)* Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)  Schloss Montfort	151.120 1.965
Sonstige relevante Strukturdaten	1.446 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 970 Einpendler / 1.917 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach – Lindau), Anschluss an Friedrichshafen in rd. 10 km, Lindau in rd. 19 km  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell – Lindau)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	45,9 Mio. € 44,5 Mio. €  109,56
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	19,8 Mio. € 43,1 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Bahnhof-/Obere Seestraße“ (NVS)	4.155 m <sup>2</sup> 2.080 m <sup>2</sup> 2.075 m <sup>2</sup>  0,54 m <sup>2</sup> /Ew. 0,27 m <sup>2</sup> /Ew. 0,27 m <sup>2</sup> /Ew.

\* Nach eigenen Angaben der Gemeinde Langenargen liegt die Anzahl der Gesamtübernachtungen im Fremdenverkehrsbereich im Jahr 2007 bei rd. 230.000, von denen allerdings nur 151.120 aufgrund der engen definitiven Abgrenzung durch das Statistische Landesamt erfasst werden.

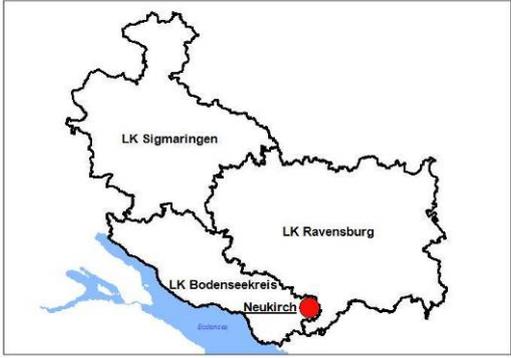


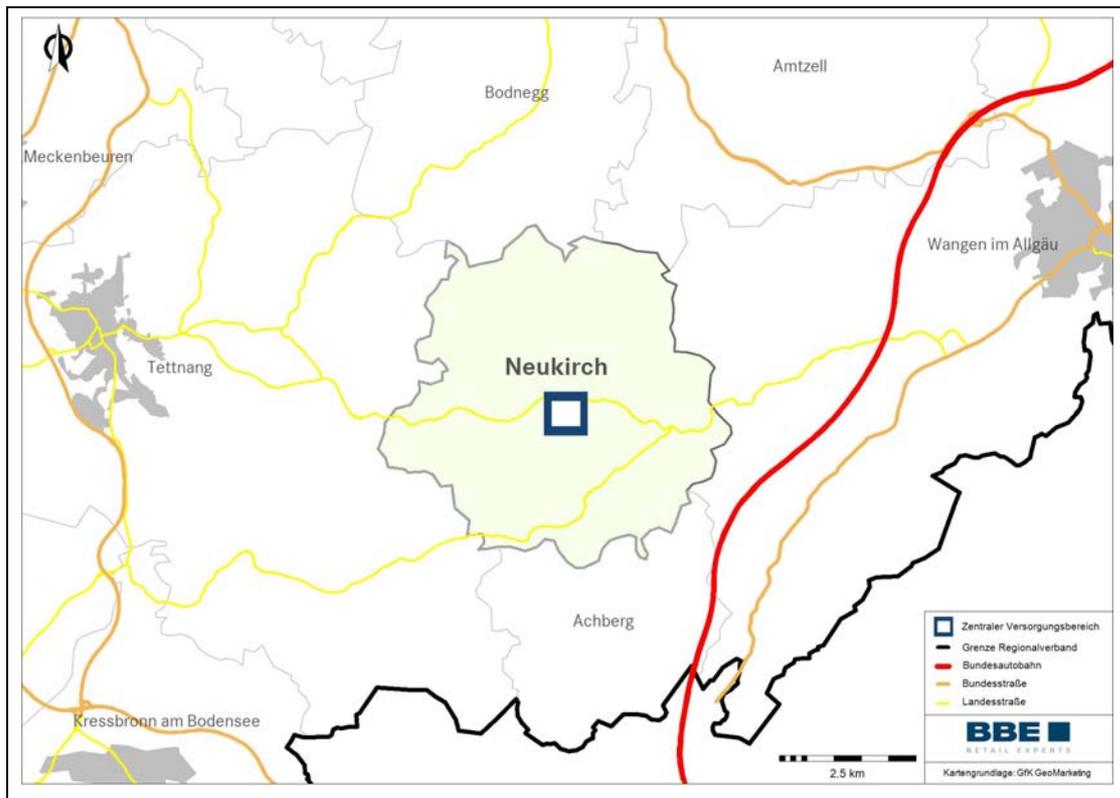
## Ortsmitte „Bahnhof-/Obere Seestraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Langenargen			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>			
		+	Ø	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.870 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	950 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	900 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	20 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	34		
	- Anzahl Leerstände	4		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Schlecker	225 m <sup>2</sup>		
	- Nah & Gut	170 m <sup>2</sup>		
	- Weinkauff	160 m <sup>2</sup>		
	- Biohaus am See	125 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergleichsweise hoher Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz</li> <li>• die Uferpromenade entlang des Bodensees bietet durch die dort ansässigen gastronomische Betriebe eine hohe Aufenthaltsqualität – im östlichen Teil lädt eine Parkanlage, im westlichen Teil der ansprechend gestaltete Marktplatz zum Verweilen ein</li> <li>• hohes touristisches Potenzial durch die Lage am Bodensee in Kombination mit der touristischen Anziehungskraft des Schloss Montfort</li> <li>• Grundversorgung über den im nördlichen Bereich ansässigen Lebensmittelmarkt; darüber hinausgehende Angebote vor allem in den zentrenrelevanten Sortimenten</li> <li>• Durchgängig vorhandene, wertige Stadtmöblierung</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmittelmarkt mit geringer Flächendimensionierung</li> <li>• Obere/Untere Seestraße für den Verkehr freigegeben; wenngleich sie als Spielstraße/Einbahnstraße verkehrsberuhigt ist, schränkt der PKW-Verkehr die Verweilqualität ein</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	Durch die geplante Verlagerung des Edeka-Marktes auf die am nördlichen Ende des zentralen Versorgungsbereiches befindlichen Potenzialfläche wird die Nahversorgungsfunktion in der Ortsmitte von Langenargen auch in Zukunft gewährleistet sein.			



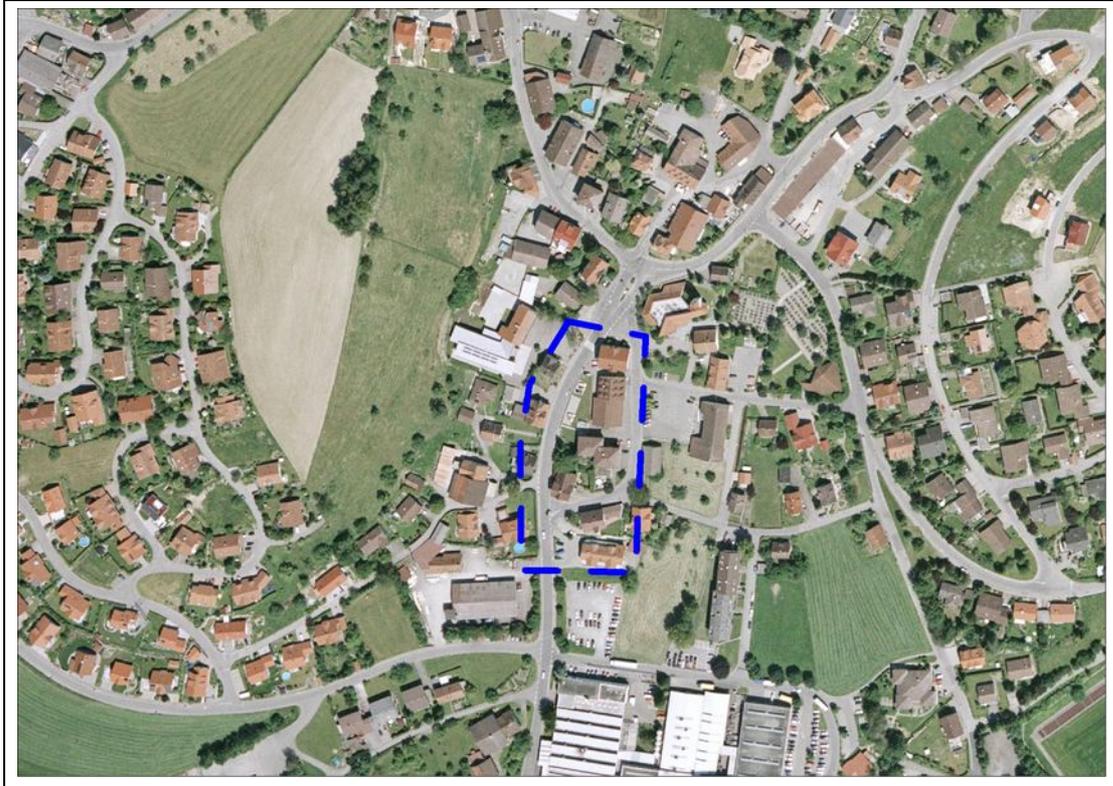
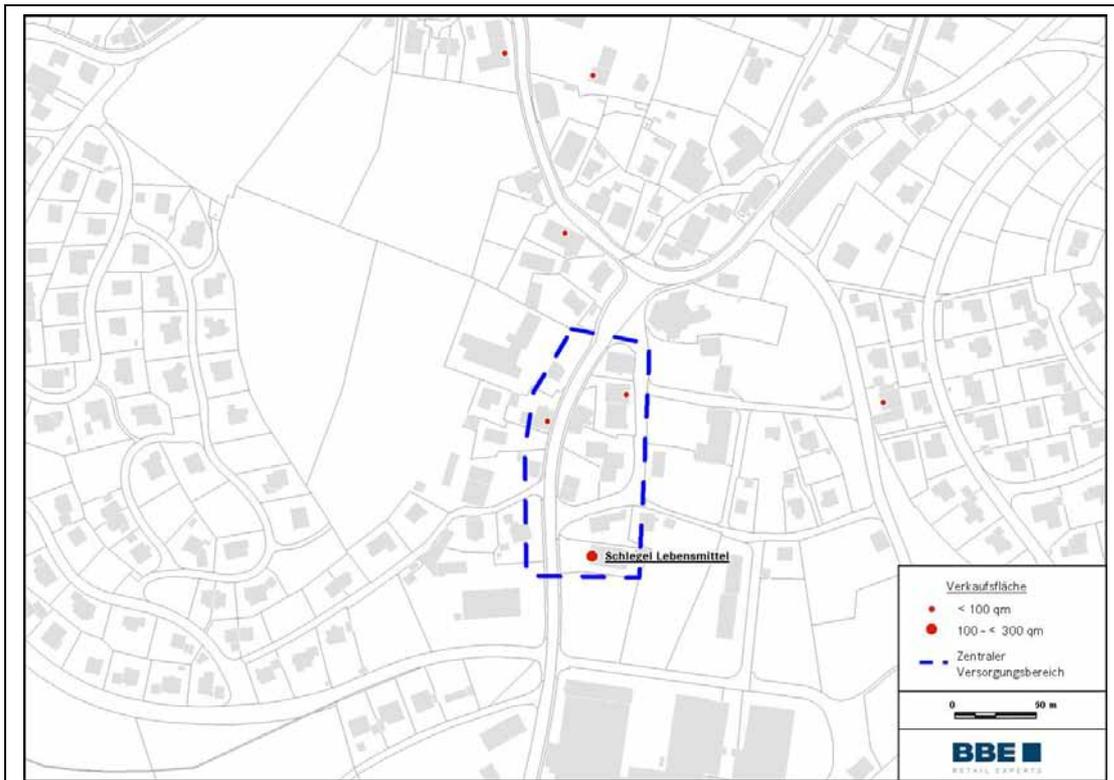
## 5.18 Neukirch

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.243 Ew. 2.652 Ew. 2.912 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt mit rd. 1.326 Ew. sowie 33 weitere kleine, ländlich strukturierte Ortschaften (Stand 31.12.2007)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>580 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 404 Einpendler / 828 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Anschluss an die A 96 in rd. 8 km Über die L 333 Anschluss an Tettnang in rd. 10 km, Wangen i. A. in rd. 12 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>13,8 Mio. € 15,3 Mio. €  95,64</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>2,1 Mio. € 14,9 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Schulstraße“ (NVS)</p>	<p>375 m<sup>2</sup> 200 m<sup>2</sup> 175 m<sup>2</sup>  0,14 m<sup>2</sup>/Ew. 0,08 m<sup>2</sup>/Ew. 0,07 m<sup>2</sup>/Ew.</p>



## Ortsmitte „Schulstraße“

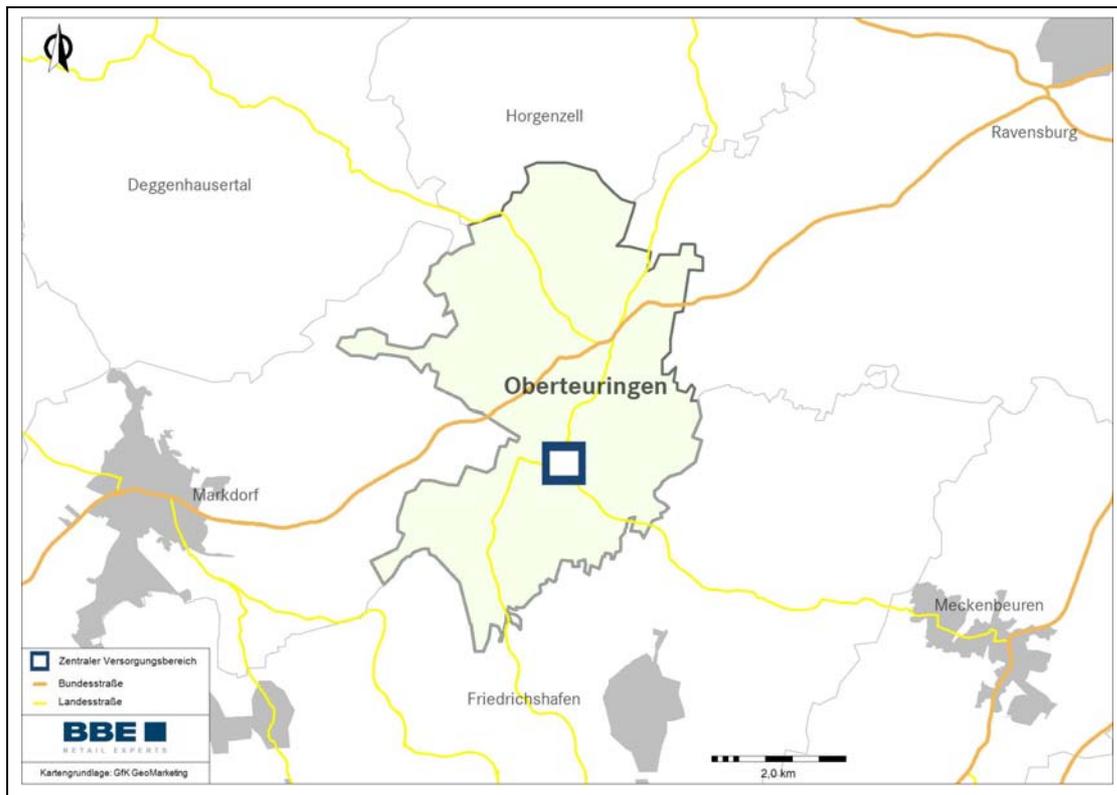
Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Neukirch			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	255 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	245 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	3		
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Schlegel	170 m <sup>2</sup>		
	- City-Markt	70 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deutlich erkennbare Ortsmitte um Rathaus, Volksbank, Apotheke etc.</li> <li>• Zentral gelegene Bushaltestelle</li> <li>• Wohnortnahe Grundversorgung über „Schlegel“ (Lebensmittel, Post, Lotto-Toto)</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringer Einzelhandelsbesatz</li> <li>• Nahversorgung über jetzigen Besatz nicht dauerhaft gewährleistet</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



## 5.19 Oberteuringen

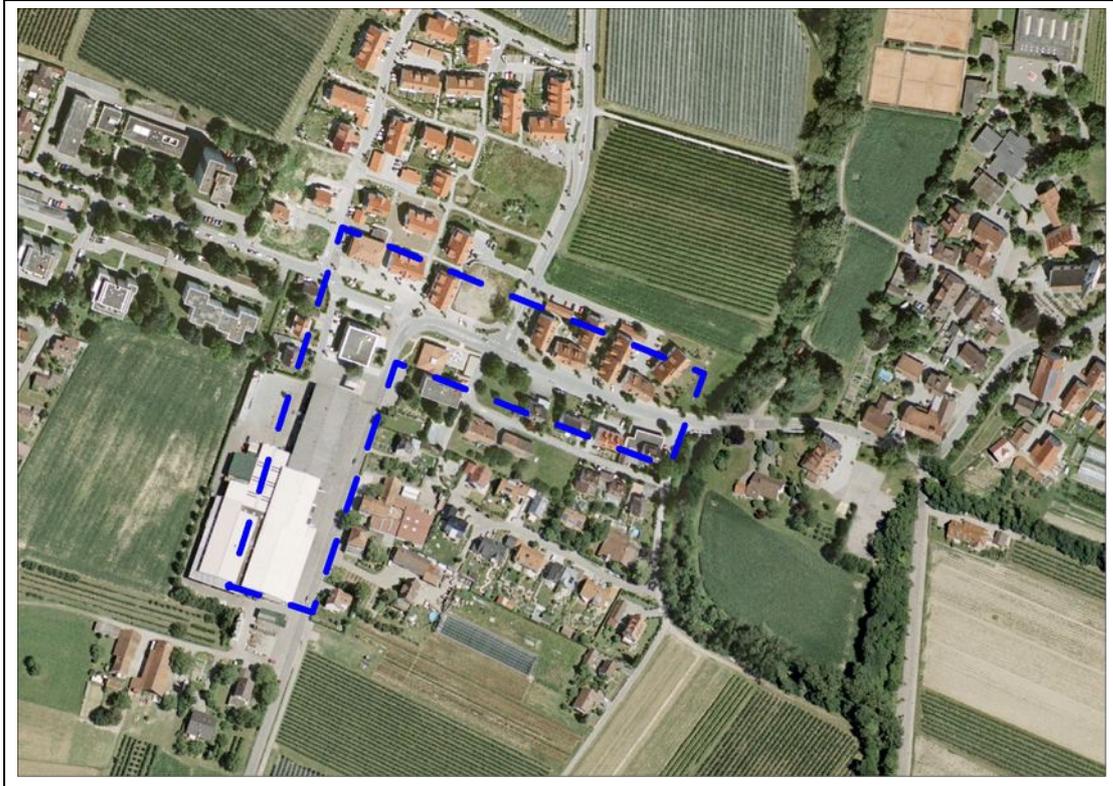
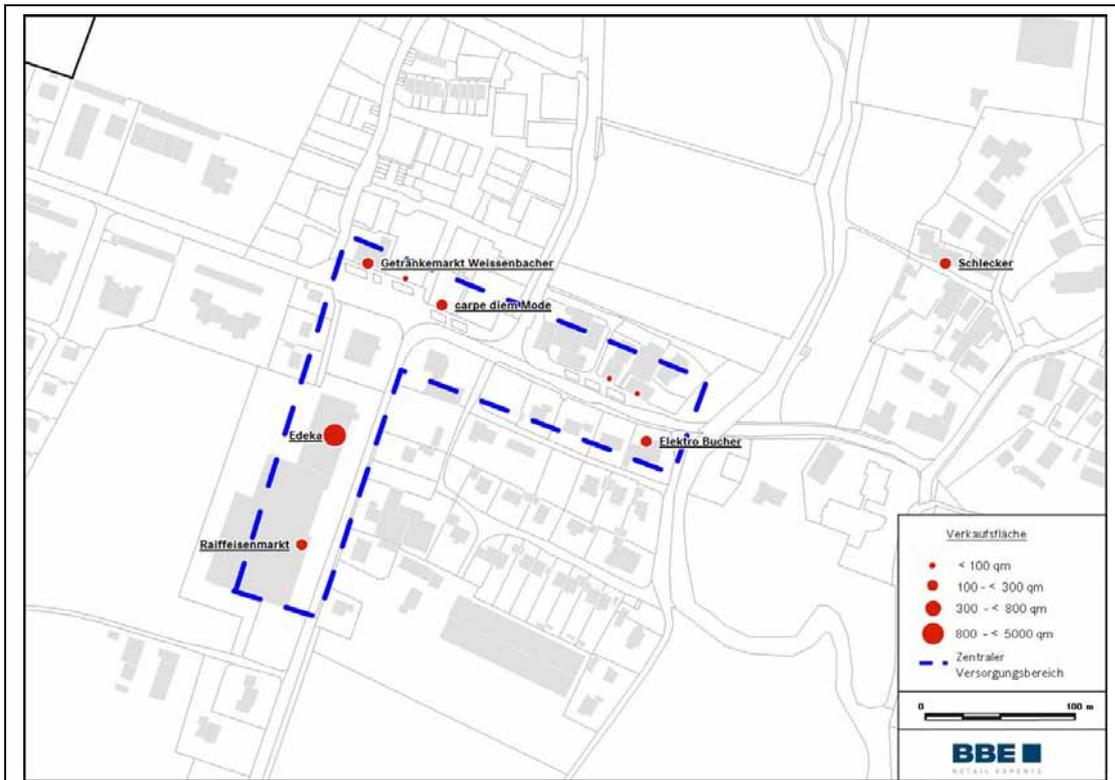
<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung*</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>3.671 Ew. 4.452 Ew. 4.410 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt sowie acht weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>26.293 591</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>596 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 433 Einpendler / 1.485 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 33 (Meersburg – Ravensburg), Anschluss an Ravensburg in rd. 13,5 km, Markdorf in rd. 8 km Über die L 329 Anschluss an Meckenbeuren in rd. 9 km, K 7735 Anschluss an Friedrichshafen in rd. 10 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)</p>	<p>25,6 Mio. € 26,2 Mio. €</p>
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>Kaufkraftniveau 105,33</p>	
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>15,2 Mio. € 59,4 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel 1.890 m<sup>2</sup> - sonstige Sortimente 930 m<sup>2</sup>  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel 0,63 m<sup>2</sup>/Ew. - sonstige Sortimente 0,21 m<sup>2</sup>/Ew.  Angebotsschwerpunkt - „Eugen-Bolz-/Raiffeisenstraße“ (NVS)</p>	

\* aufgrund des hohen Bevölkerungswachstums in den Jahren 1990 – 2007 sowie einer weiter anhaltenden Baulandausweisung geht die Gemeinde Oberteuringen – entgegen den Prognosen des Statistischen Landesamtes – von einem weiter anhaltenden Wachstum der Bevölkerungszahl aus.



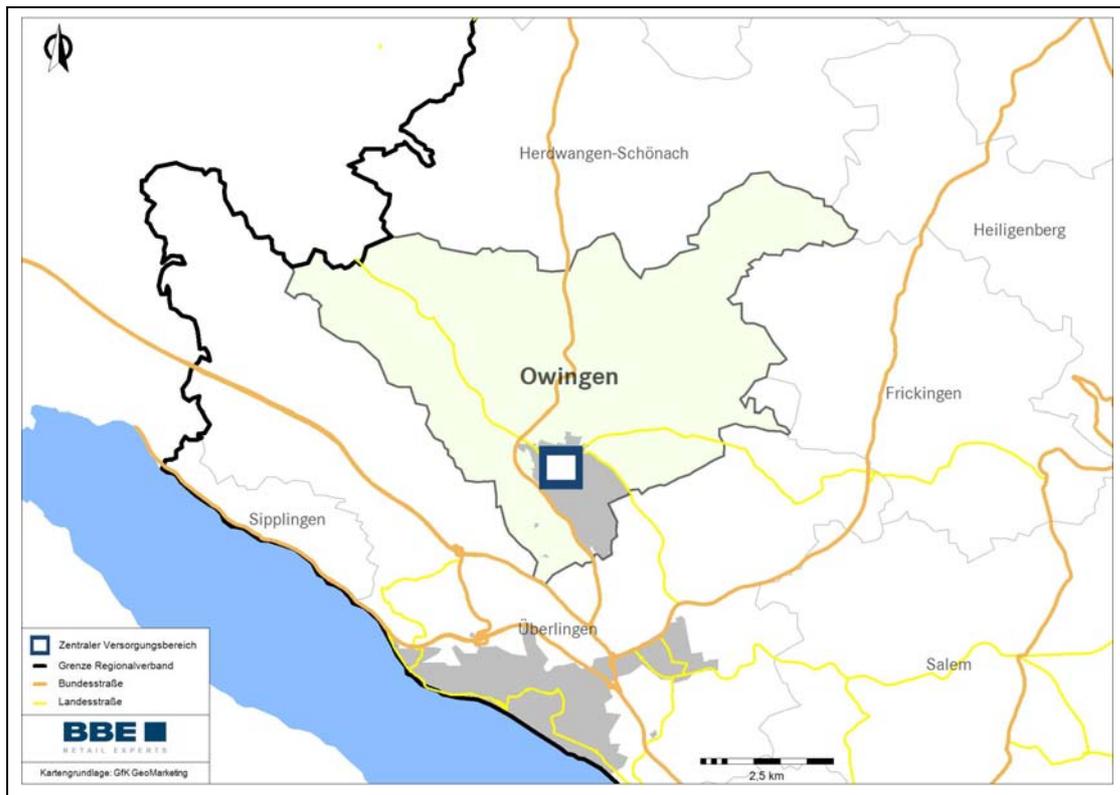
## „Eugen-Bolz-/Raiffeisenstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Oberteuringen			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.885 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.345 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	340 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	200 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	7		
	- Anzahl Leerstände	1		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Edeka	1.220 m <sup>2</sup>		
	- Raiffeisenmarkt	200 m <sup>2</sup>		
- Getränkemarkt Weissenbacher	165 m <sup>2</sup>			
- Carpe diem Mode	100 m <sup>2</sup>			
- Elektro Bucher	100 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edeka Aktivmarkt als wohnortnaher Grundversorger</li> <li>Ergänzende Dienstleistungseinrichtungen (Sparkasse, Volksbank, Frisör etc.) vor allem in Eugen-Bolz-Straße</li> <li>Verhältnismäßig breites Angebotsspektrum (Lebensmittel, Mode, Elektro, Baumarkt)</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Versorgungsmittelpunkt entspricht nicht dem eigentlichen Ortsmittelpunkt (um Rathaus) – dadurch gewisse Zweiteilung erkennbar</li> <li>Neuer Lidl an dezentralem, autoorientiertem Standort ohne Zentrenbezug</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>			



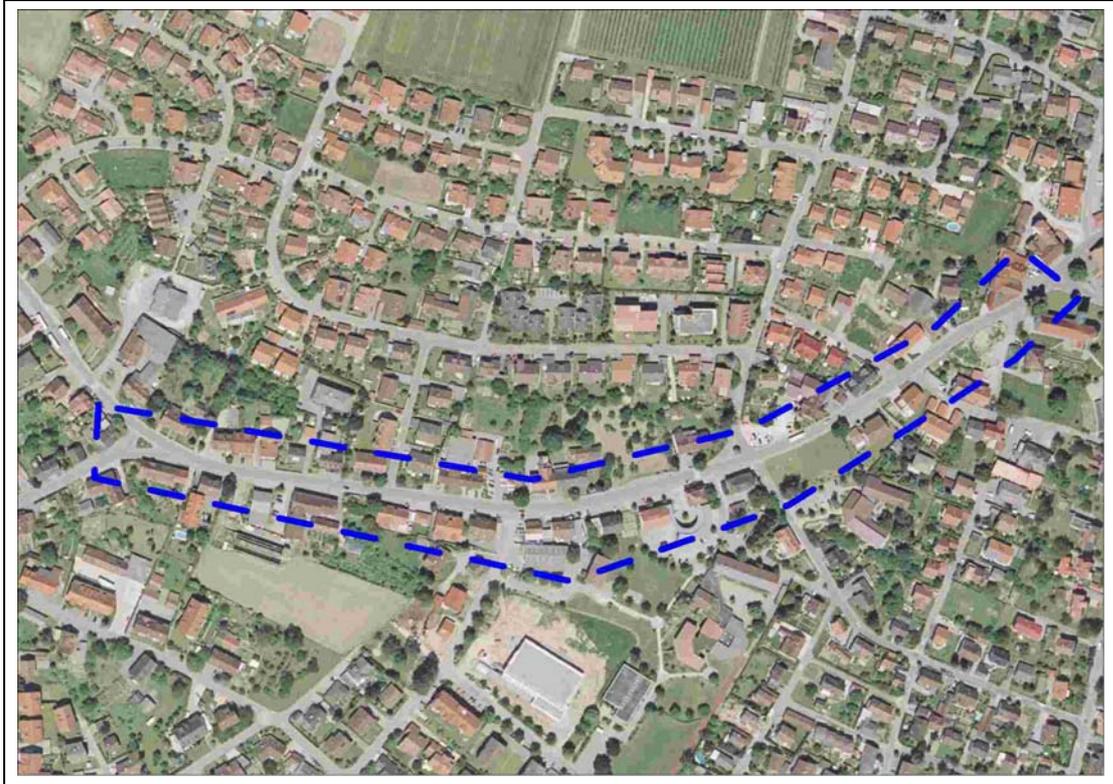
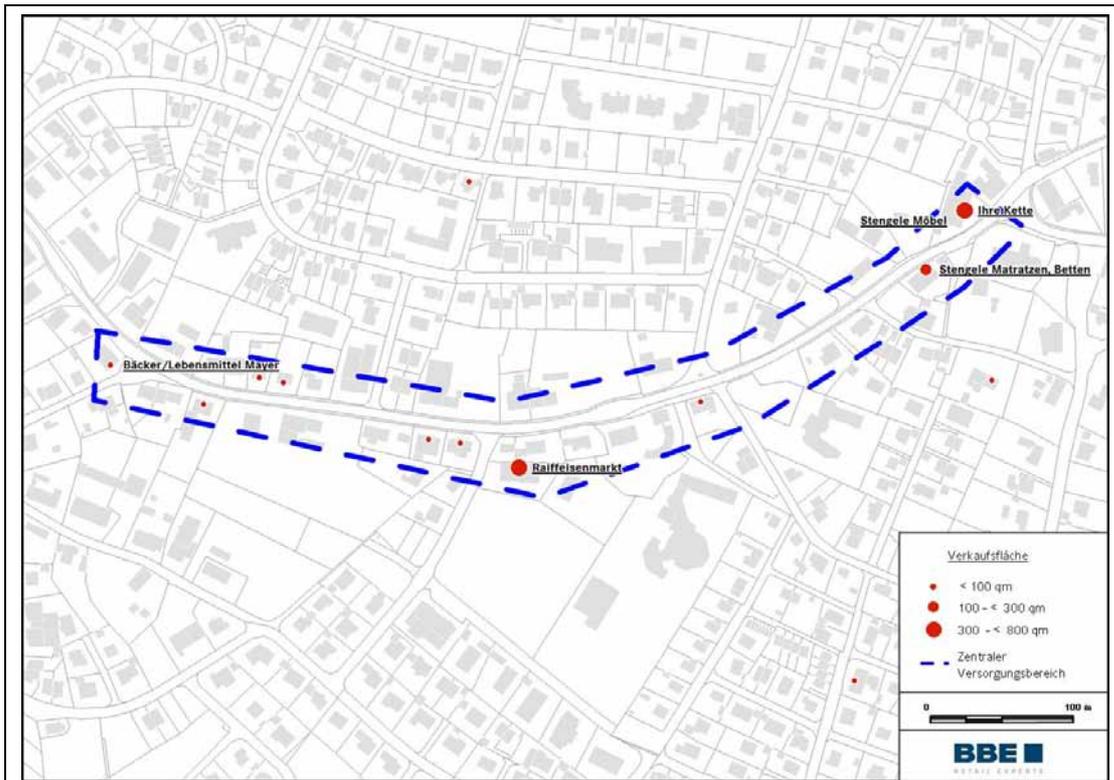
## 5.20 Owingen

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>3.458 Ew. 4.249 Ew. 4.225 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 2.890 Ew. sowie drei weitere umliegende Ortschaften mit jeweils rd. 240 bis rd. 710 Ew. (Stand 29.12.2006)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>6.623 156</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>706 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 498 Einpendler / 1.163 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 31 n (Stockach – Lindau) in rd. 7 km, Anschluss an die A 98 in rd. 5 km Über die L 195 Anschluss an Überlingen in rd. 8 km</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>23,5 Mio. € 24,4 Mio. €  101,55</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>11,6 Mio. € 49,4 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Hauptstraße“ (NVS)</p>	



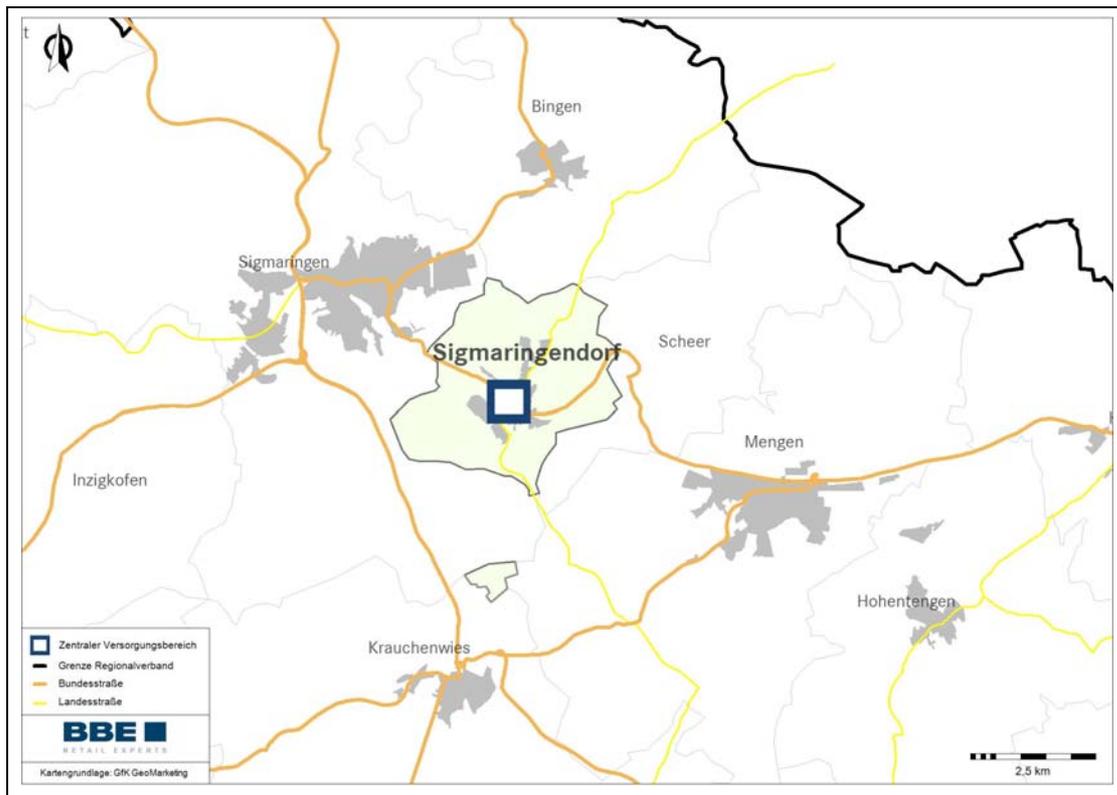
## Ortsmitte „Hauptstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Owingen			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	2.405 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	1.395 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	95 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	915 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	11		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Ihre Kette	750 m <sup>2</sup>		
	- Möbel Stengele	750 m <sup>2</sup>		
	- Raiffeisenmarkt	440 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	90 m <sup>2</sup>		
	- Bäcker/Lebensmittel Mayer	55 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute verkehrliche Erreichbarkeit sowie ausreichend dimensioniertes Parkangebot</li> <li>• Ergänzende Einrichtungen (Rathaus, Kindergarten) in Ortskern vorhanden</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz recht lose entlang der Hauptstraße verteilt, dadurch entsteht eine gewisse räumliche Ausdehnung. Allerdings ist der gesamte Bereich insgesamt fußläufig gut zu erreichen.</li> <li>• Insgesamt eher geringer Einzelhandelsbesatz</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



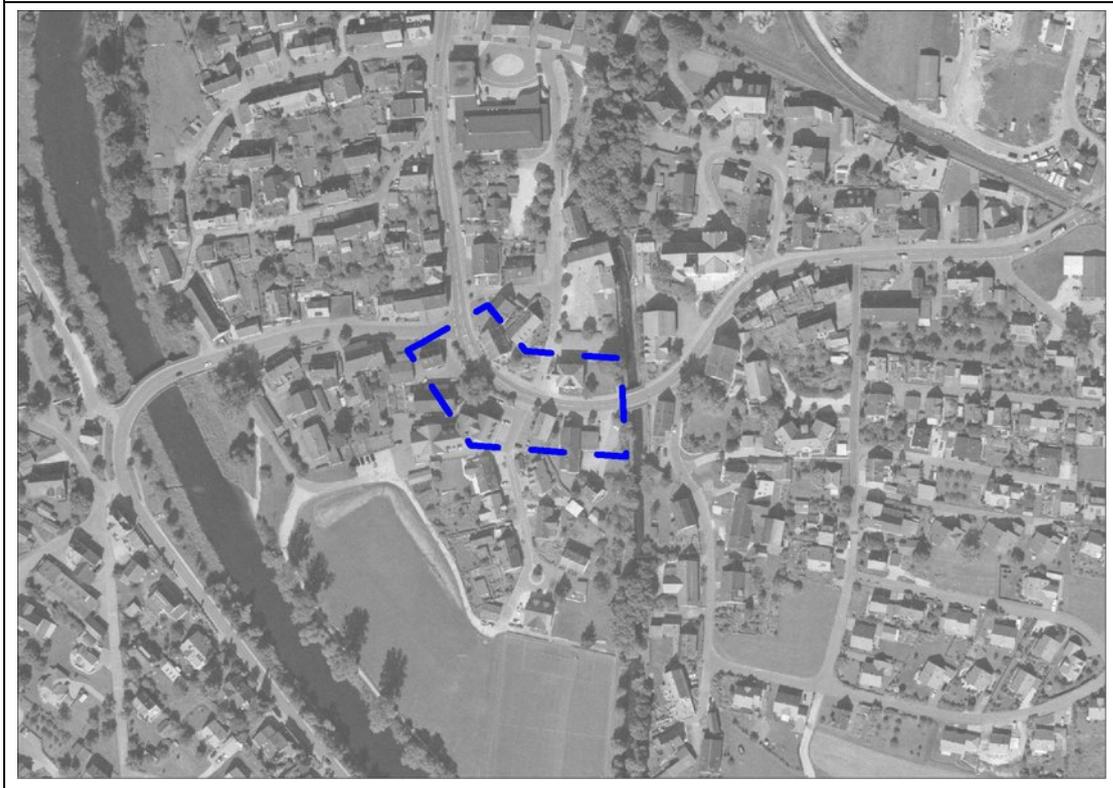
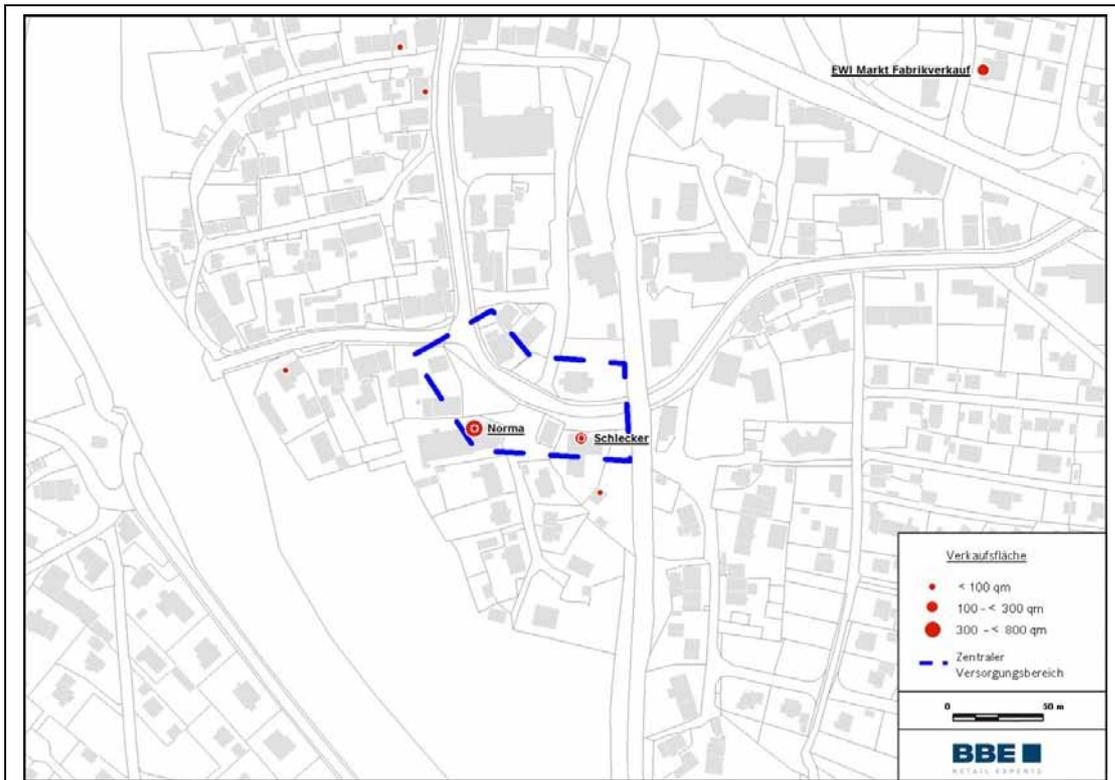
## 5.21 Sigmaringendorf

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Sigmaringen</p>																	
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>3.586 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>3.761 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>3.493 Ew.</td> </tr> </table>	1990	3.586 Ew.	2007	3.761 Ew.	2025	3.493 Ew.										
1990	3.586 Ew.																
2007	3.761 Ew.																
2025	3.493 Ew.																
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Verdichteter Kernort mit rd. 3.120 Ew. sowie angrenzender Ortsteil mit rd. 640 Ew. (Stand 31.12.2007)</p>																
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>k.A.</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>k.A.</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	k.A.	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A.												
Übernachtungen (2007)	k.A.																
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A.																
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>1.769 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 1.296 Einpendler / 771 Auspendler</p>																
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.), Anschluss an Sigmaringen in rd. 5,5 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Donautalbahn (Tuttlingen – Herbertingen – Ulm), Zollern-Alb-Bahn 1 (Tübingen – Aulendorf)</p>																
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>20,7 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>20,8 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>101,04</td> </tr> </table>	2008	20,7 Mio. €	2015 (Prognose)	20,8 Mio. €	Kaufkraftniveau	101,04										
2008	20,7 Mio. €																
2015 (Prognose)	20,8 Mio. €																
Kaufkraftniveau	101,04																
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>5,7 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>27,7 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	5,7 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	27,7 %												
Umsatz (Prognose 2008)	5,7 Mio. €																
Umsatz-Kaufkraft-Relation	27,7 %																
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>1.085 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>690 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>400 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,29 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,18 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,11 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>Angebotsschwerpunkt</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Ortsmitte „Hauptstraße/Baumgartenweg“ (NVS)</td> <td></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	1.085 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	690 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	400 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,29 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,18 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,11 m <sup>2</sup> /Ew.	Angebotsschwerpunkt		- Ortsmitte „Hauptstraße/Baumgartenweg“ (NVS)	
Verkaufsfläche (2008)	1.085 m <sup>2</sup>																
- Nahrungs- und Genussmittel	690 m <sup>2</sup>																
- sonstige Sortimente	400 m <sup>2</sup>																
Arealität (2008)	0,29 m <sup>2</sup> /Ew.																
- Nahrungs- und Genussmittel	0,18 m <sup>2</sup> /Ew.																
- sonstige Sortimente	0,11 m <sup>2</sup> /Ew.																
Angebotsschwerpunkt																	
- Ortsmitte „Hauptstraße/Baumgartenweg“ (NVS)																	



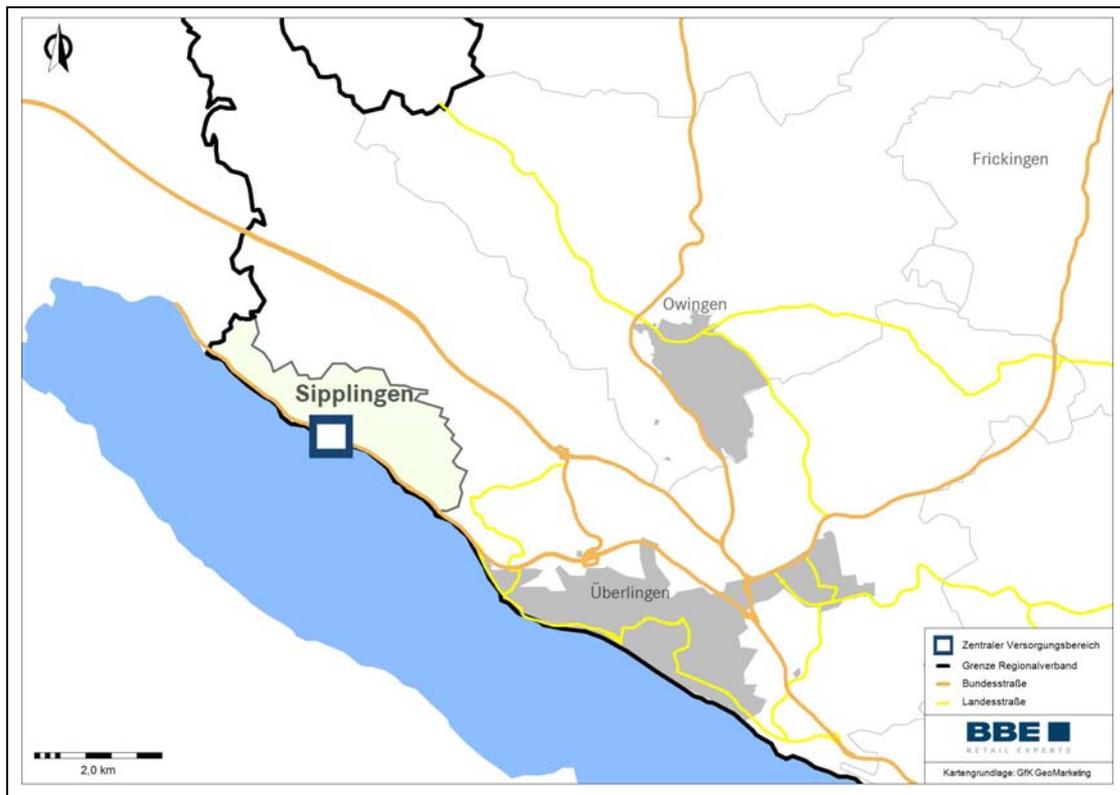
## Ortsmitte „Hauptstraße/Baumgartenweg“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Sigmaringendorf			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	795 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	720 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	70 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	5 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	5		
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Norma	530 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	155 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch Norma Lebensmitteldiscounter und Schlecker Drogeriemarkt wird die wohnortnahe Grundversorgung der ansässigen Bevölkerung gewährleistet</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darüber hinausgehende Einzelhandelsangebote werden in Sigmaringendorf kaum vorgehalten</li> <li>• Die sonstigen Einzelhandelsbetriebe liegen dispers verteilt und lassen ein kompaktes Zentrum vermissen</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



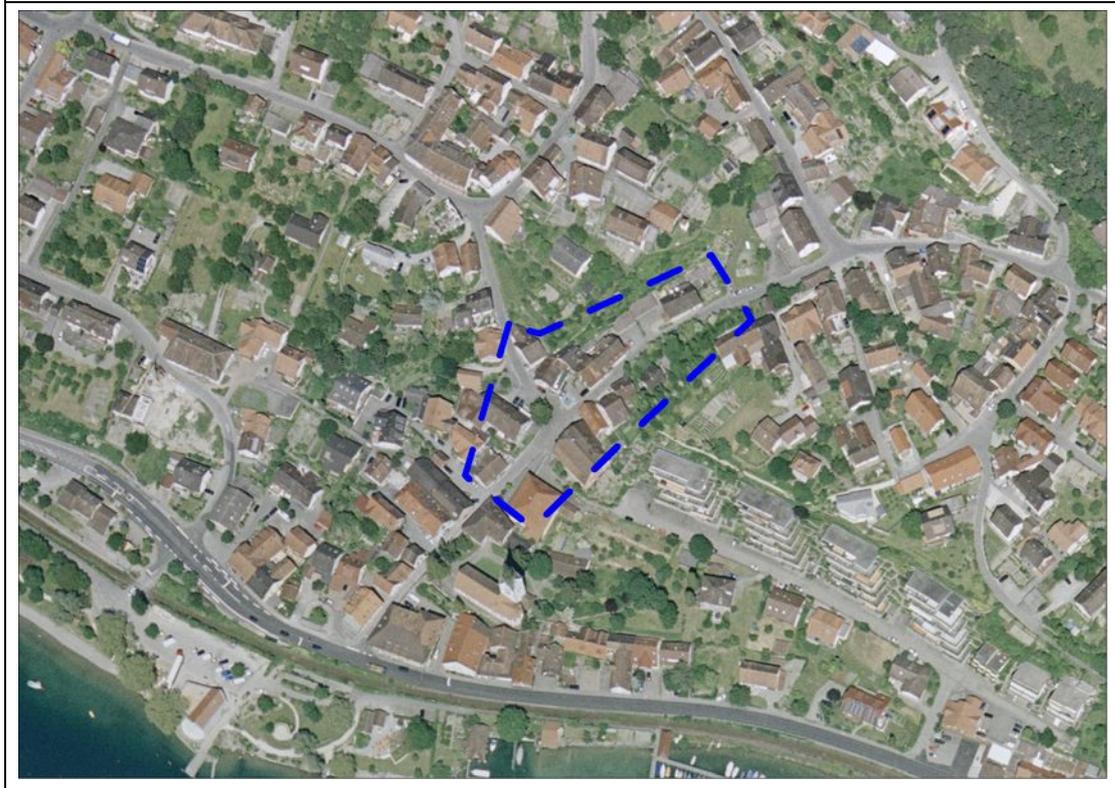
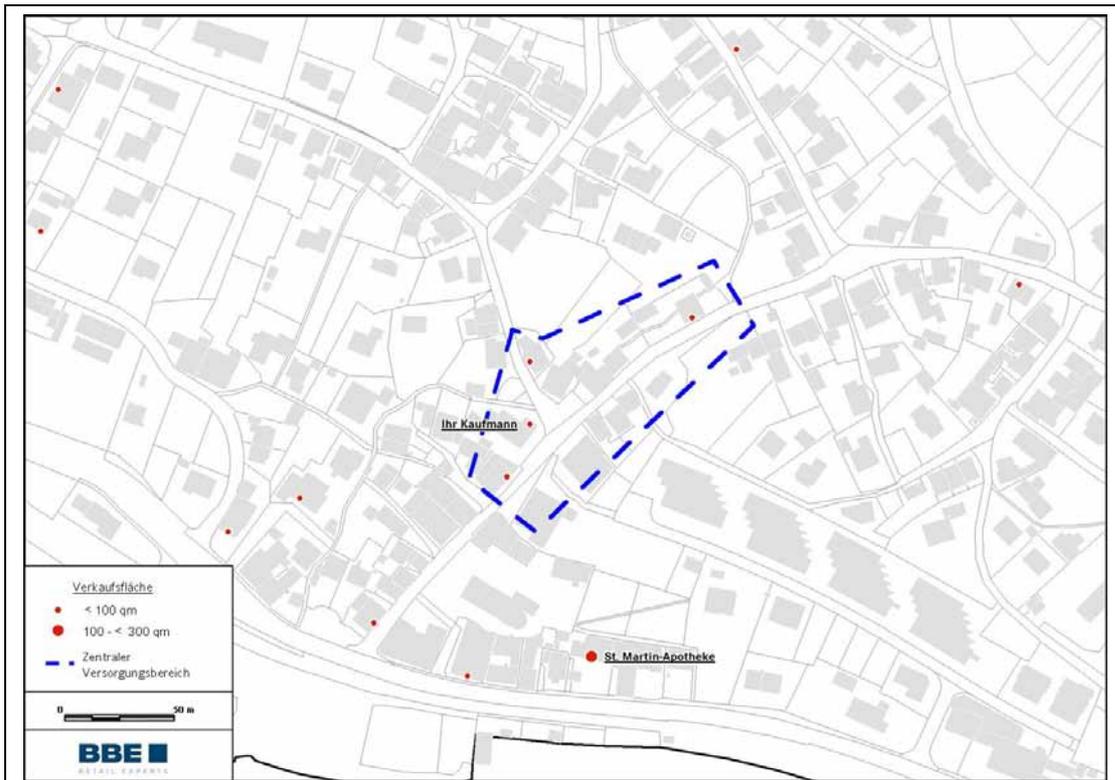
## 5.22 Sipplingen

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.158 Ew. 2.151 Ew. 1.870 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Ein Siedlungsschwerpunkt</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>19.114 889</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>329 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 197 Einpendler / 510 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach - Lindau), Anschluss an Überlingen in rd. 6 km, Stockach in rd. 11 km, Anschluss an die A 98 in rd. 10 km  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell - Lindau)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>12,2 Mio. € 11,9 Mio. €  103,83</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>8,0 Mio. € 65,3 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Rathausstraße“ (NVS)</p>	

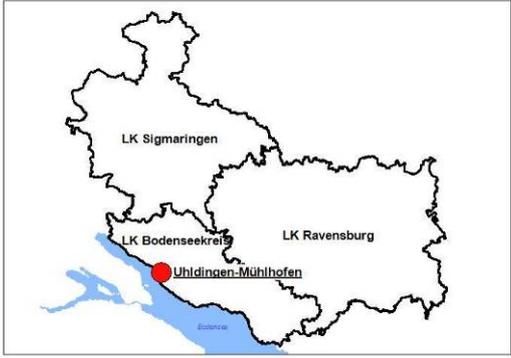


## Ortsmitte „Rathausstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Sipplingen			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	160 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	105 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	55 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
- Anzahl Betriebe	4			
- Anzahl Leerstände	0			
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- Ihr Kaufmann	65 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teilweise sehr schön restaurierte Altbausubstanz (Fachwerkhäuser)</li> <li>• Relativ kompakte Angebotssituation um Rathaus herum</li> <li>• Nahversorger (Ihr Kaufmann) in zentraler Lage ansässig</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insgesamt geringer Einzelhandelsbesatz</li> <li>• Durch Altstadtssituation enge Straßen und stark begrenztes Parkangebot</li> <li>• Hanglage der Rathausstraße erschwert die fußläufige Erreichbarkeit</li> <li>• Lebensmittelladen mit sehr geringer Verkaufsflächenausstattung</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			

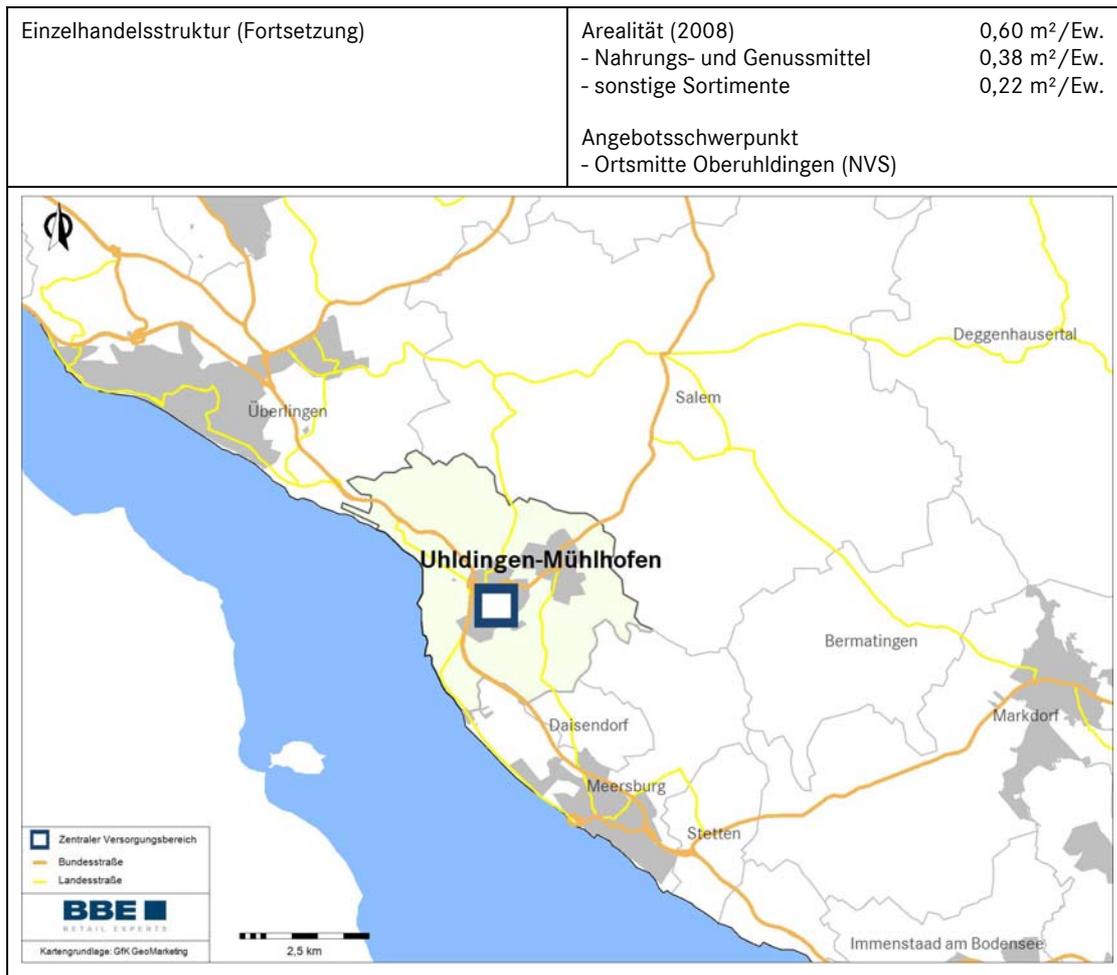


## 5.23 Uhldingen-Mühlhofen

Nahversorgungsstandort Landkreis Bodenseekreis		
Bevölkerungsentwicklung <sup>1)</sup>	1990 2007 2025	6.234 Ew. 7.948 Ew. 7.633 Ew.
Siedlungsstruktur	Drei Siedlungsschwerpunkte mit jeweils rd. 1.650 bis 3.840 Ew. (Stand 31.12.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) <sup>2)</sup> Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	147.060 1.850
Sonstige relevante Strukturdaten	9 15 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 490 Einpendler / 2.095 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach - Lindau), Anschluss an Meersburg in rd. 6 km, Überlingen in rd. 10 km  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Bodenseegürtelbahn (Radolfzell - Lindau)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)	45,7 Mio. € 47,1 Mio. €
	Kaufkraftniveau	105,49
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	26,7 Mio. € 58,5 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	4.745 m <sup>2</sup> 2.985 m <sup>2</sup> 1.760 m <sup>2</sup>

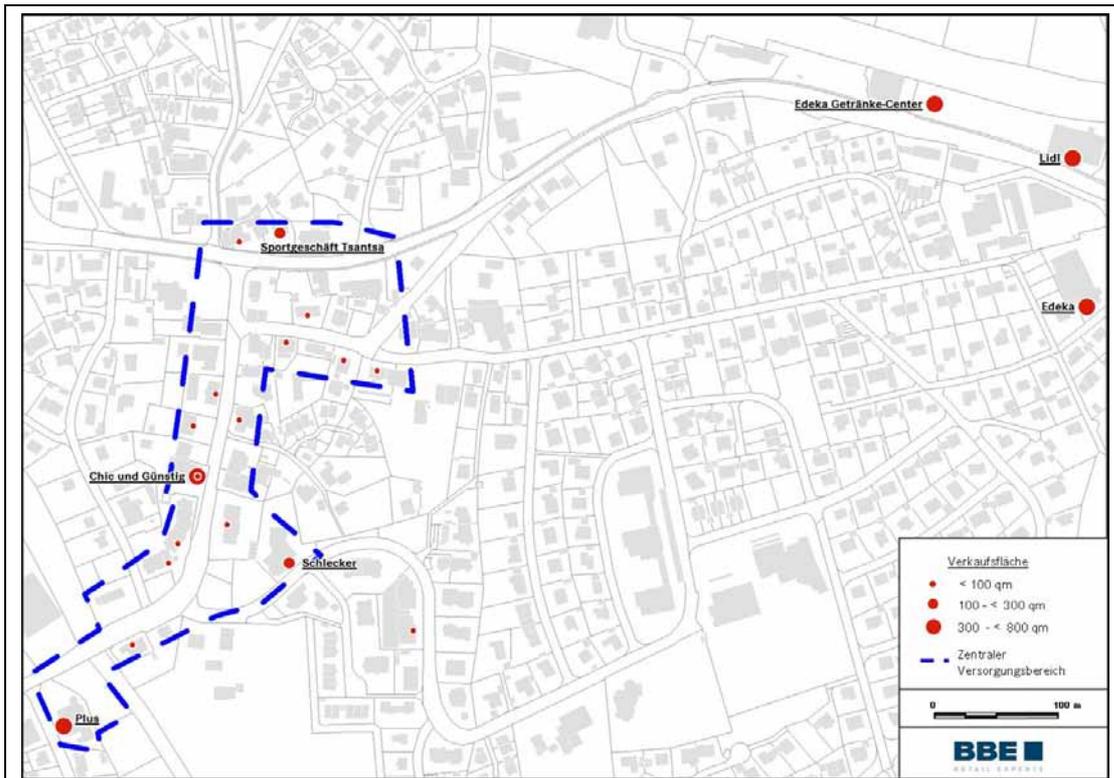
<sup>1)</sup> Entgegen der Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes (Bevölkerungsrückgang von rd. 4 % im Zeitraum 2007 bis 2025) rechnet die Gemeinde Uhldingen-Mühlhofen mit einem anhaltendem Bevölkerungswachstum von bis zu 10 % in den kommenden 10 Jahren. Unabhängig von möglichen Veränderungen der Pro-Kopf-Ausgaben ergibt sich im Falle eines Bevölkerungswachstums auch ein dementsprechendes einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial.

<sup>2)</sup> Nach eigenen Angaben der Gemeindeverwaltung liegt die Anzahl der Gesamtübernachtungen im Fremdenverkehrsbereich bei rd. 240.000, von denen allerdings lediglich rd. 147.000 aufgrund der engen definitorischen Abgrenzung durch das Statistische Landesamt erfasst werden.

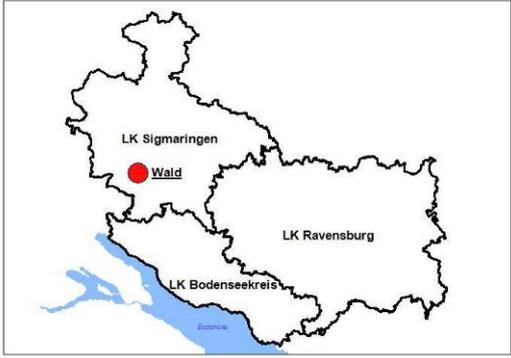


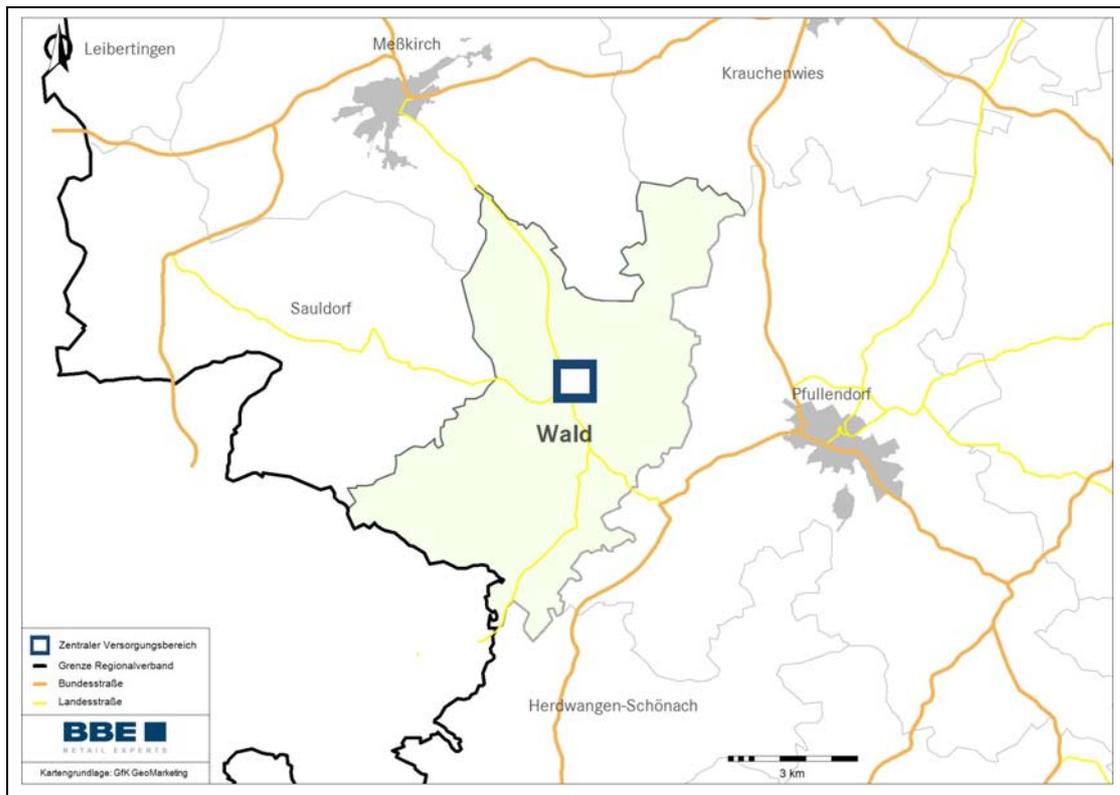
## Ortsmitte Oberuhldingen

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Uhldingen-Mühlhofen			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>			
		+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
Parkmöglichkeiten				
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	1.735 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	925 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	800 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	17		
	- Anzahl Leerstände	2		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Plus	400 m <sup>2</sup>		
	- Chic & Günstig	320 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	280 m <sup>2</sup>		
	- Sportgeschäft Tsantsa	165 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompakte Versorgungsstruktur bestehend aus Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten</li> <li>• Durch Plus Lebensmitteldiscounter und Schlecker Drogeriemarkt wird die wohnortnahe Grundversorgung der ansässigen Bevölkerung gewährleistet</li> <li>• Attraktiv gestalteter Marktplatz als zentraler Ortsmittelpunkt</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebensmitteldiscounter befindet sich in Randlage zur gewachsenen Ortsmitte und weist mit rd. 400 m<sup>2</sup> eine nicht länger als marktgerecht einzustufende Verkaufsfläche auf – zudem steht er unter hohem Wettbewerbsdruck durch die Standortgemeinschaft von Lidl (Discounter) und Edeka Getränkemarkt sowie benachbarten Edeka-Supermarkt in Ortsrandlage an der Bahnhofstraße</li> <li>• Im nördlichen Teil entlang der Überlinger Straße (K7765) hohes Verkehrsaufkommen</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



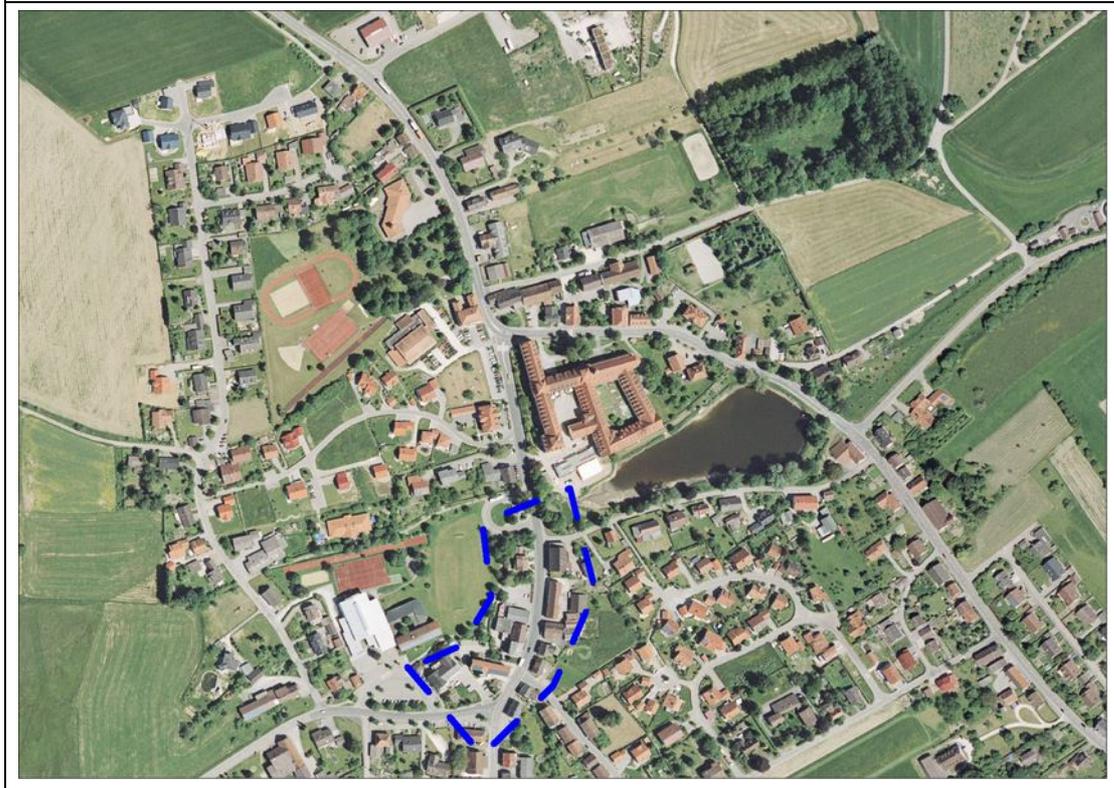
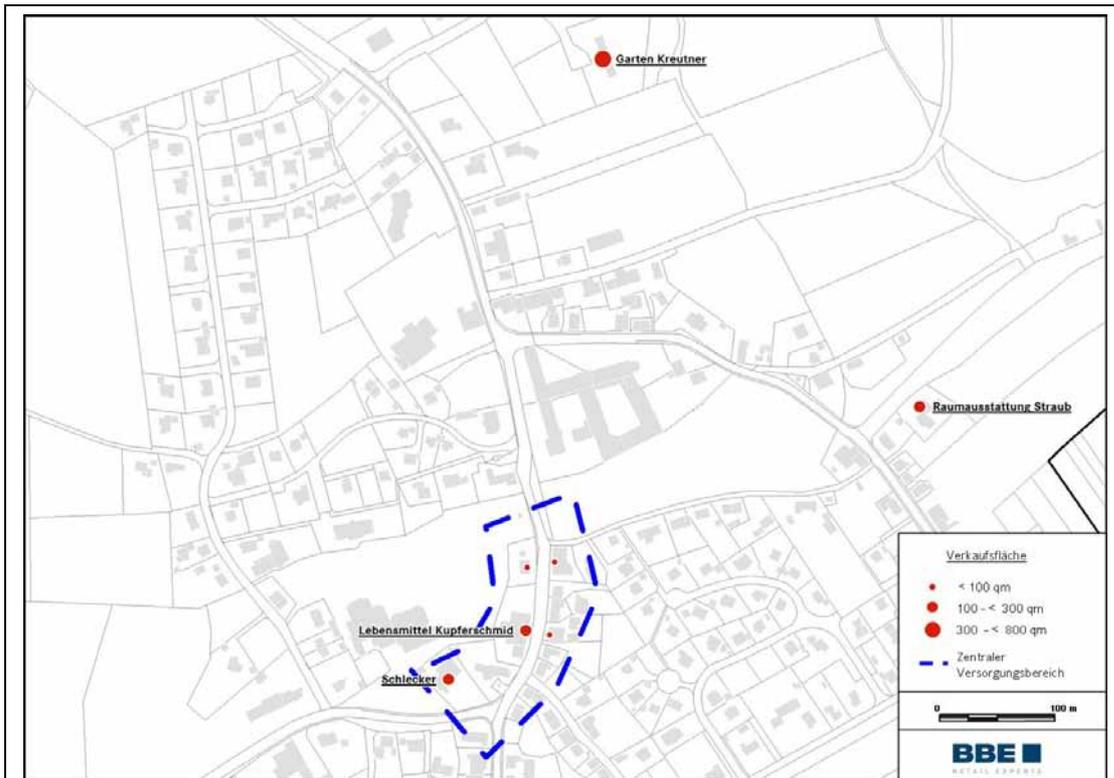
## 5.24 Wald

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Sigmaringen</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>2.572 Ew. 2.752 Ew. 2.742 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt mit rd. 875 Ew. sowie neun weitere, überwiegend ländlich strukturierte Ortschaften mit jeweils rd. 40 bis 650 Ew. (Stand 31.12.2008)</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>288 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 189 Einpendler / 803 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Über div. Landes- oder Bundesstraßen Anschluss an Meßkirch, Pfullendorf, Stockach, Überlingen</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>14,1 Mio. € 14,9 Mio. €  94,07</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>5,4 Mio. € 38,3 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte „Hohenzollernstraße“ (NVS)</p>	

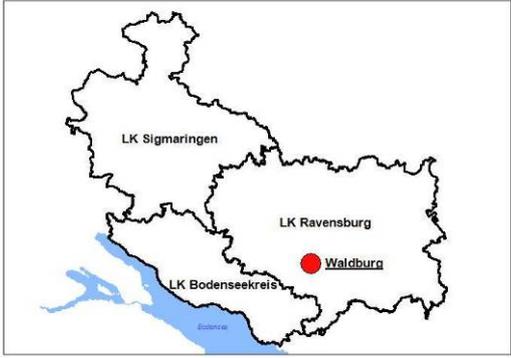


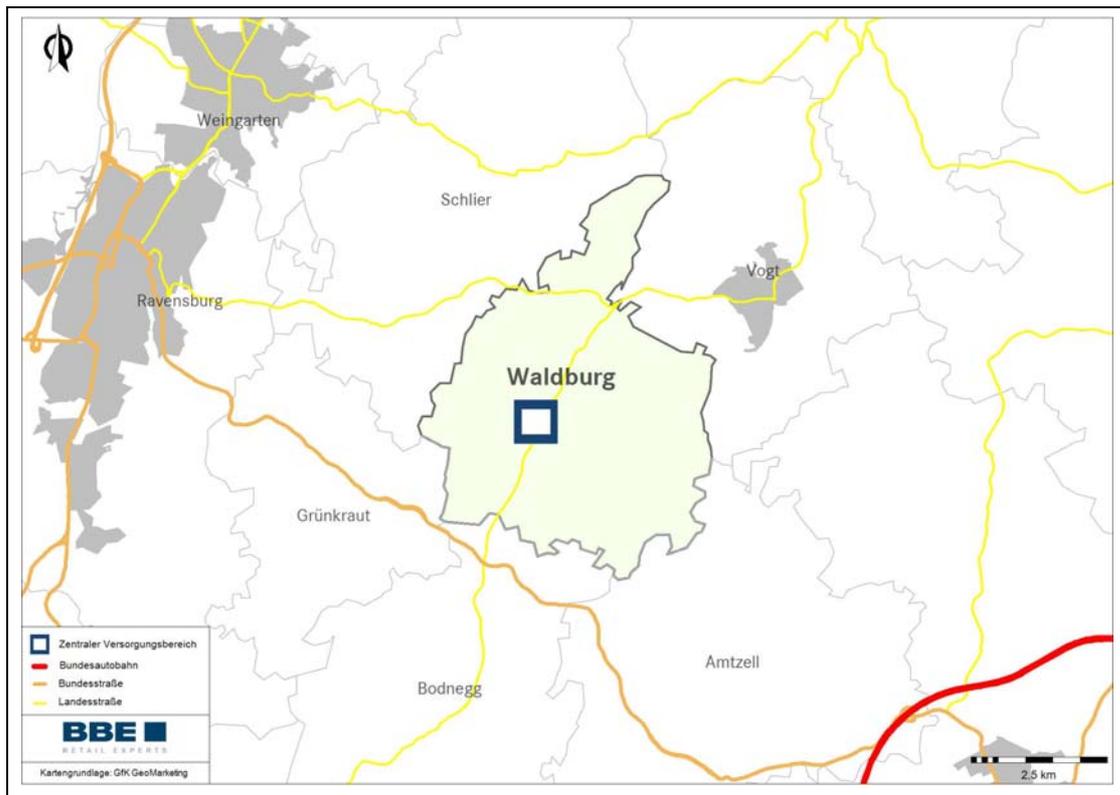
## Ortsmitte „Hohenzollernstraße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Wald			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	510 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	475 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	35 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	4		
	- Anzahl Leerstände	1		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)				
- Schlecker	290 m <sup>2</sup>			
- Lebensmittel Kupferschmid	180 m <sup>2</sup>			
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundversorgung der Bevölkerung durch Lebensmittler und Schlecker Drogeriemarkt gewährleistet</li> <li>• Vorhandener Einzelhandel lässt eine gewisse Verdichtung entlang der Hohenzollernstraße erkennen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insgesamt jedoch schwacher Einzelhandelsbesatz</li> <li>• Lebensmittelladen mit geringer Verkaufsflächendimensionierung</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



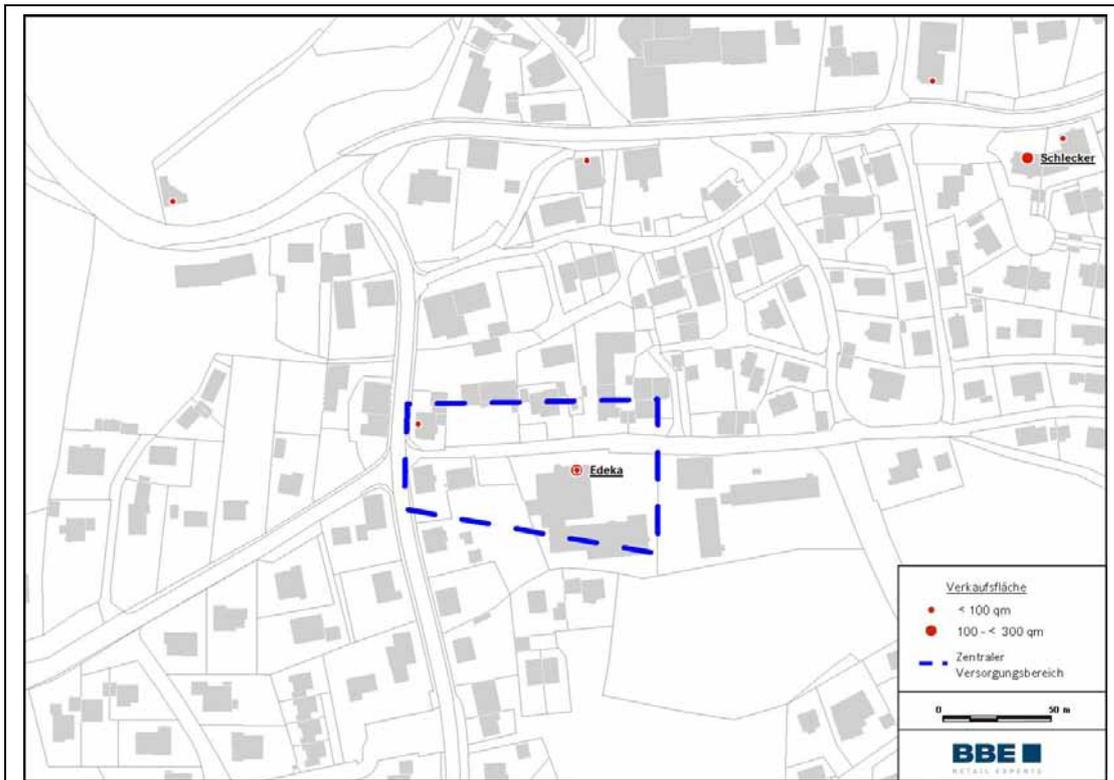
## 5.25 Waldburg

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>																	
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>2.338 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>3.076 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>3.176 Ew.</td> </tr> </table>	1990	2.338 Ew.	2007	3.076 Ew.	2025	3.176 Ew.										
1990	2.338 Ew.																
2007	3.076 Ew.																
2025	3.176 Ew.																
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Siedlungsschwerpunkt sowie weitere umliegende, ländlich geprägte Ortschaften</p>																
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>6.058</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>197</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	6.058	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	197												
Übernachtungen (2007)	6.058																
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	197																
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>363 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 266 Einpendler / 933 Auspendler</p>																
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.) in rd. 5 km, Anschluss an Ravensburg in rd. 13 km, Anschluss an die A 96 in rd. 15 km</p>																
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>17,6 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>18,3 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>104,84</td> </tr> </table>	2008	17,6 Mio. €	2015 (Prognose)	18,3 Mio. €	Kaufkraftniveau	104,84										
2008	17,6 Mio. €																
2015 (Prognose)	18,3 Mio. €																
Kaufkraftniveau	104,84																
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>4,8 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>27,5 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	4,8 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	27,5 %												
Umsatz (Prognose 2008)	4,8 Mio. €																
Umsatz-Kaufkraft-Relation	27,5 %																
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>870 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>475 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>395 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,28 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,15 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,13 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>Angebotsschwerpunkt</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- „Reinhold-Abele-Straße“ (NVS)</td> <td></td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	870 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	475 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	395 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,28 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,15 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,13 m <sup>2</sup> /Ew.	Angebotsschwerpunkt		- „Reinhold-Abele-Straße“ (NVS)	
Verkaufsfläche (2008)	870 m <sup>2</sup>																
- Nahrungs- und Genussmittel	475 m <sup>2</sup>																
- sonstige Sortimente	395 m <sup>2</sup>																
Arealität (2008)	0,28 m <sup>2</sup> /Ew.																
- Nahrungs- und Genussmittel	0,15 m <sup>2</sup> /Ew.																
- sonstige Sortimente	0,13 m <sup>2</sup> /Ew.																
Angebotsschwerpunkt																	
- „Reinhold-Abele-Straße“ (NVS)																	



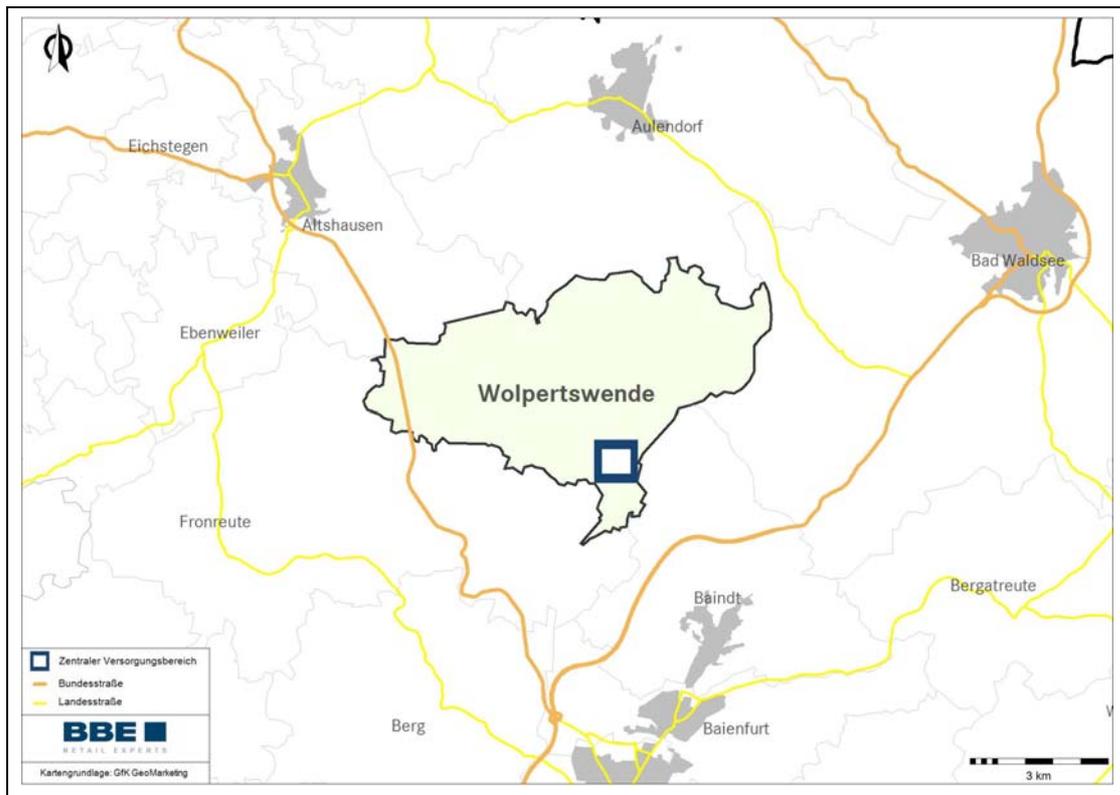
## „Reinhold-Abele-Straße“

Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Waldburg			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	300 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	250 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	40 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	3		
	- Anzahl Leerstände	0		
	Wesentliche Anbieter (Auswahl)			
	- Edeka	270 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zentral gelegener Edeka Aktiv-Markt als Nahversorger in Waldburg</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaum ergänzender Einzelhandels- bzw. Dienstleistungsbesatz im näheren Umfeld</li> <li>• Lebensmittelanbieter Edeka mit geringer Verkaufsflächenausstattung</li> <li>• Insgesamt verteilt sich die Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Verwaltungseinrichtungen auf drei über den Siedlungskörper verteilte, funktional nicht zusammenhängende Standorte</li> <li>• Grundversorgung (Edeka) wird durch den an der Kofelder Kreuzung (Gemeinde Bodnegg) gelegenen Standortverbund von Plus (Lebensmittel-Discounter), Finkbeiner (Getränkemarkt) und Schlecker (Drogeriemarkt) geschwächt</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherung der Grundversorgungsfunktion</li> </ul>			



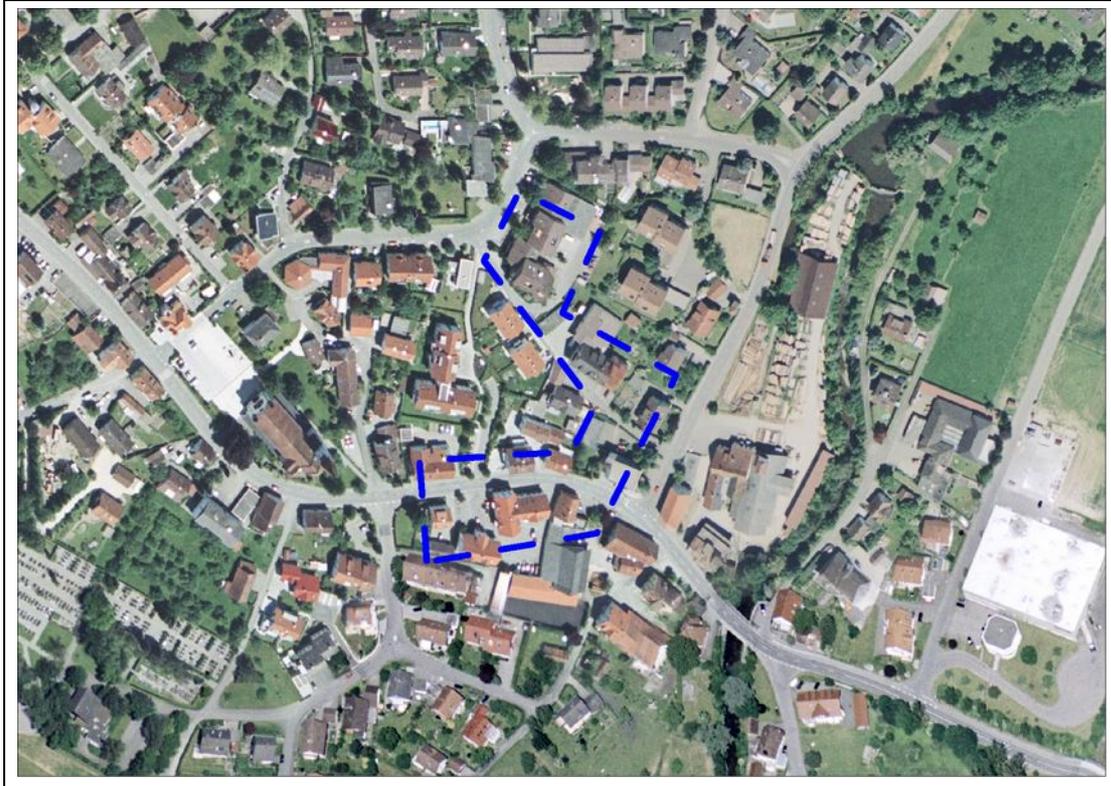
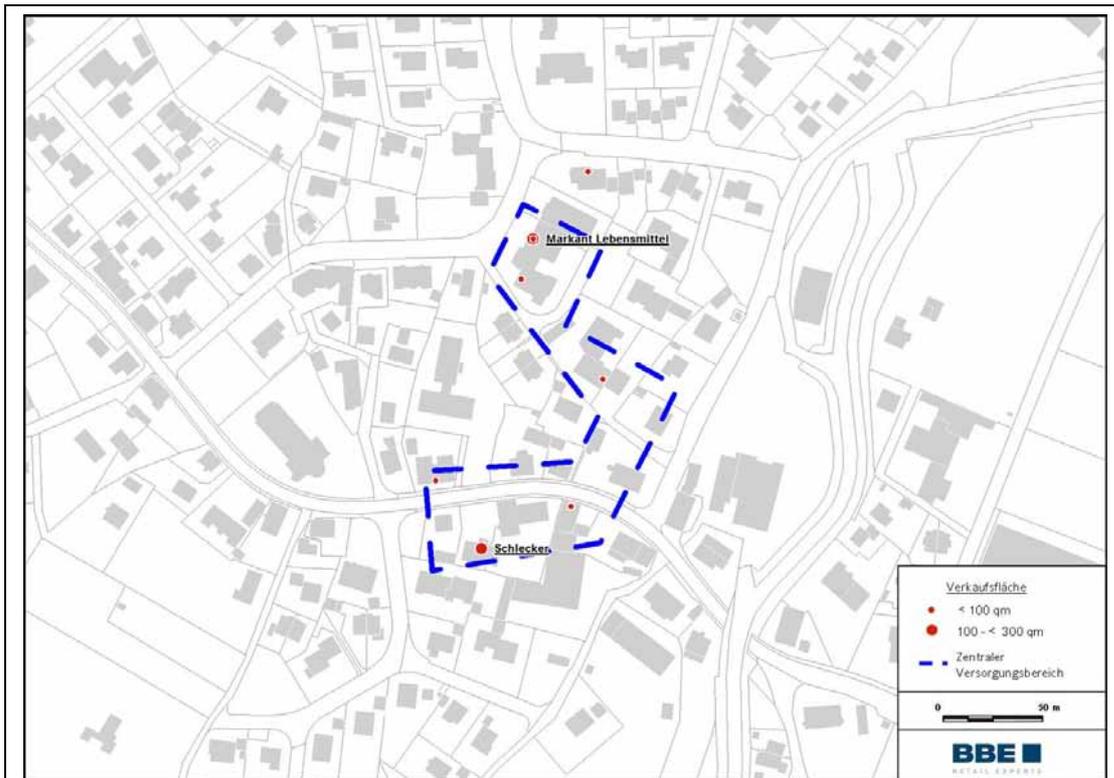
## 5.26 Wolpertswende

<p>Nahversorgungsstandort Landkreis Ravensburg</p>		
<p>Bevölkerungsentwicklung</p>	<p>1990 2007 2025</p>	<p>3.708 Ew. 4.170 Ew. 4.245 Ew.</p>
<p>Siedlungsstruktur</p>	<p>Zwei Siedlungsschwerpunkte mit rd. 1.355 und rd. 2.805 Ew. sowie weitere, kleine ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind</p>	
<p>Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen</p>	<p>Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</p>	<p>k.A. k.A.</p>
<p>Sonstige relevante Strukturdaten</p>	<p>467 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 281 Einpendler / 1.301 Auspendler</p>	
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 30 (Ulm – Friedrichshafen) in rd. 4 km, B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.) in rd. 4 km, Anschluss an Ravensburg in rd. 16 km  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Südbahn (Ulm – Friedrichshafen)</p>	
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau</p>	<p>23,1 Mio. € 24,5 Mio. €  101,78</p>
<p>Umsatz und Zentralität</p>	<p>Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation</p>	<p>4,6 Mio. € 19,9 %</p>
<p>Einzelhandelsstruktur</p>	<p>Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Angebotsschwerpunkt - Ortsmitte Mochenwangen (NVS)</p>	



## Ortsmitte Mochenwangen

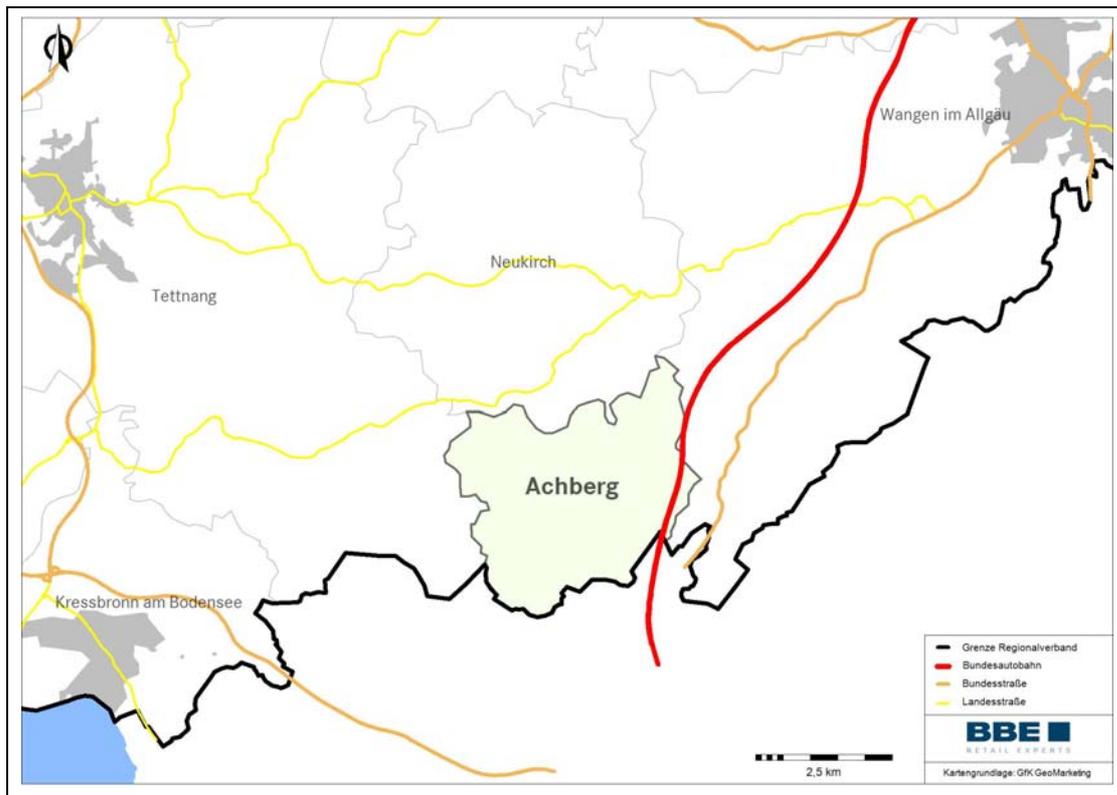
Versorgungsfunktion	Grundversorgung Gemeinde Wolpertswende			
Standortprofil	<b>Ortsmitte</b>	+	∅	-
	Städtebauliche Integration			
	Aufenthaltsqualität			
	Pkw-Erreichbarkeit			
	Parkmöglichkeiten			
Angebotsstruktur	Verkaufsfläche (ohne Leerstand)	455 m <sup>2</sup>		
	- nahversorgungsrelevante Sortimente	410 m <sup>2</sup>		
	- zentrenrelevante Sortimente	40 m <sup>2</sup>		
	- sonstige Sortimente	5 m <sup>2</sup>		
	Einzelhandelsbesatz			
	- Anzahl Betriebe	8		
	- Anzahl Leerstände	0		
Wesentliche Anbieter (Auswahl)	- Markant	160 m <sup>2</sup>		
	- Schlecker	140 m <sup>2</sup>		
	- Getränke Hirscher	85 m <sup>2</sup>		
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit Markant (Lebensmittel) und Schlecker (Drogerie) sind zwei Betriebe im Ortskern von Mochenwangen ansässig, die die Grundversorgung der Einwohner gewährleisten</li> <li>• Attraktiv gestalteter Kirchplatz mit Sitzgelegenheiten und Brunnen</li> </ul>			
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Darüber hinaus kaum weiterer Einzelhandel vorhanden</li> <li>• Geringe Verkaufsfläche des Lebensmittelladens</li> </ul>			
Entwicklungsperspektive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• -</li> </ul>			



## 6 Gemeinden ohne zentralörtliche Bedeutung

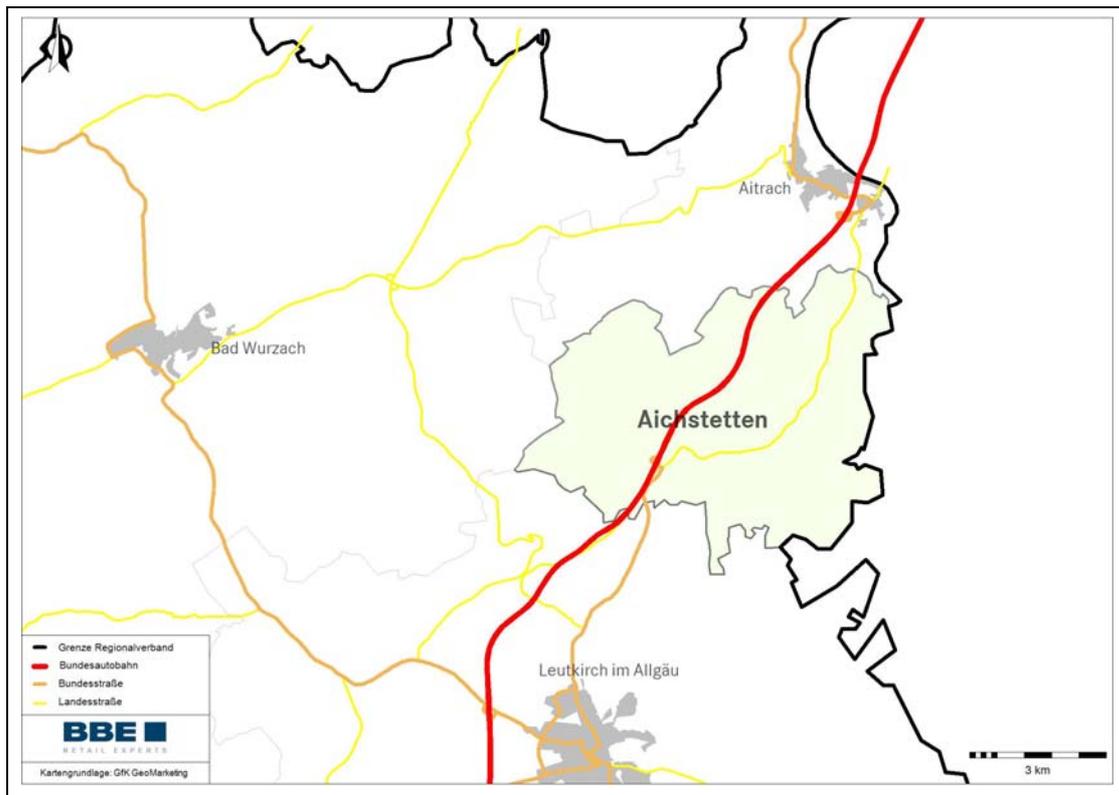
## 6.1 Achberg

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Bodenseekreis		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	1.112 Ew. 1.634 Ew. 1.707 Ew.
Siedlungsstruktur	11 ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) k.A. Fremdenverkehrsintensität (2007) k.A. (Übernachtungen je 100 Ew.)  Schloss Achberg	
Sonstige relevante Strukturdaten	272 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 204 Einpendler / 460 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 18 (Memmingen – Wangen i. A. – Lindau) in rd. 3 km, B 31 (Stockach- Lindau) in rd. 5 km, Anschluss an Lindau in rd. 10 km, Anschluss an die A 96 in rd. 5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	8,8 Mio. € 9,3 Mio. €  98,92
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	0,9 Mio. € 10,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	155 m <sup>2</sup> 155 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup>  0,09 m <sup>2</sup> /Ew. 0,09 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew.

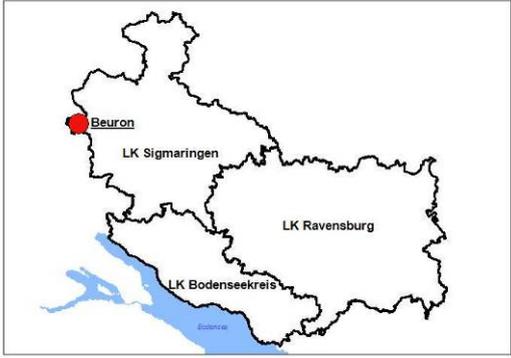


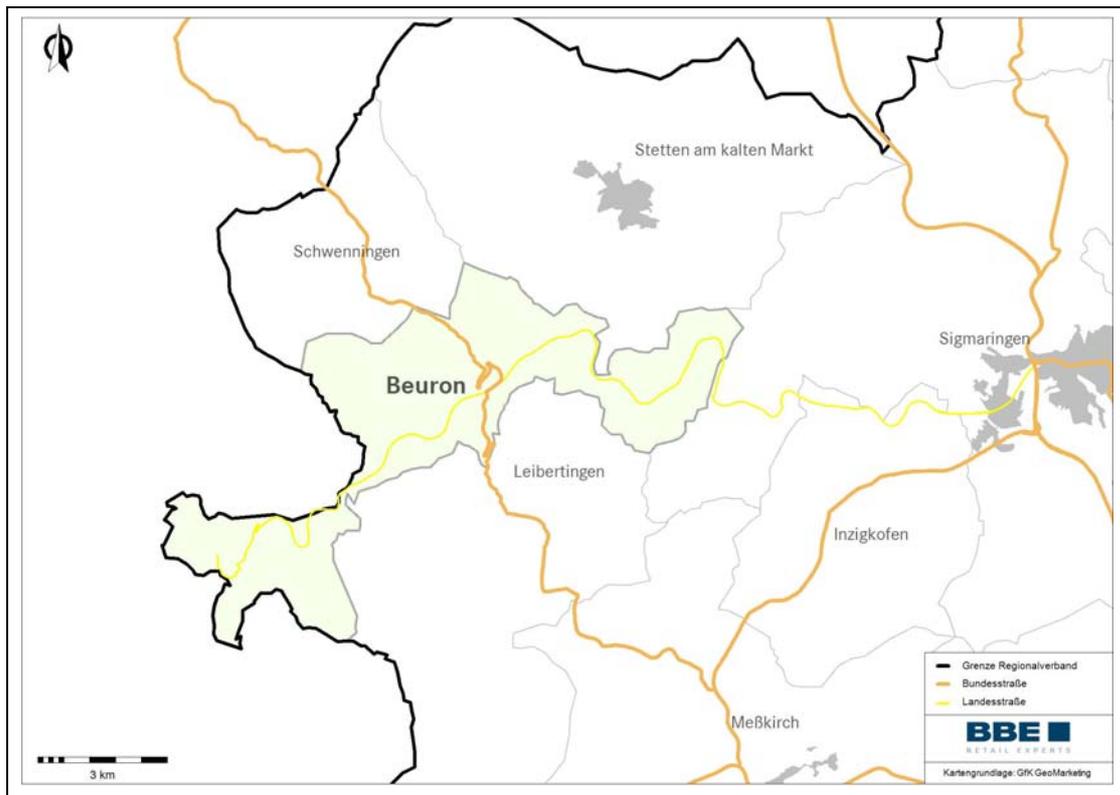
## 6.2 Aichstetten

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	2.235 Ew. 2.776 Ew. 2.907 Ew.
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt mit rd. 2.230 Ew. sowie weiterem, kleineren Siedlungskern in Altmannshofen mit rd. 500 Ew. (Stand 31.12.2006)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	656 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 434 Einpendler / 794 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Autobahnanschluss an die A 96 Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 18 (Memmingen – Leutkirch i. A. Lindau), Anschluss an Leutkirch i. A. in rd. 11 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Württemberg-Allgäu-Bahn (Aulendorf – Memmingen)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	15,0 Mio. € 15,9 Mio. €  98,83
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	13,5 Mio. € 90,4 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	4.330 m <sup>2</sup> 865 m <sup>2</sup> 3.465 m <sup>2</sup>  1,56 m <sup>2</sup> /Ew. 0,31 m <sup>2</sup> /Ew. 1,25 m <sup>2</sup> /Ew.

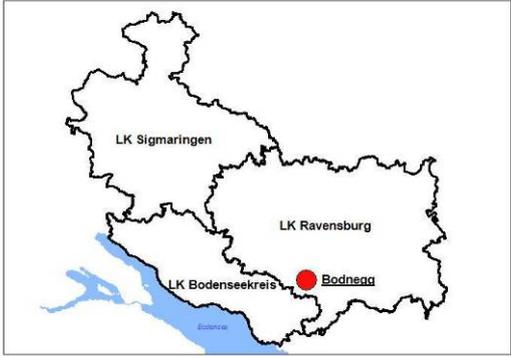


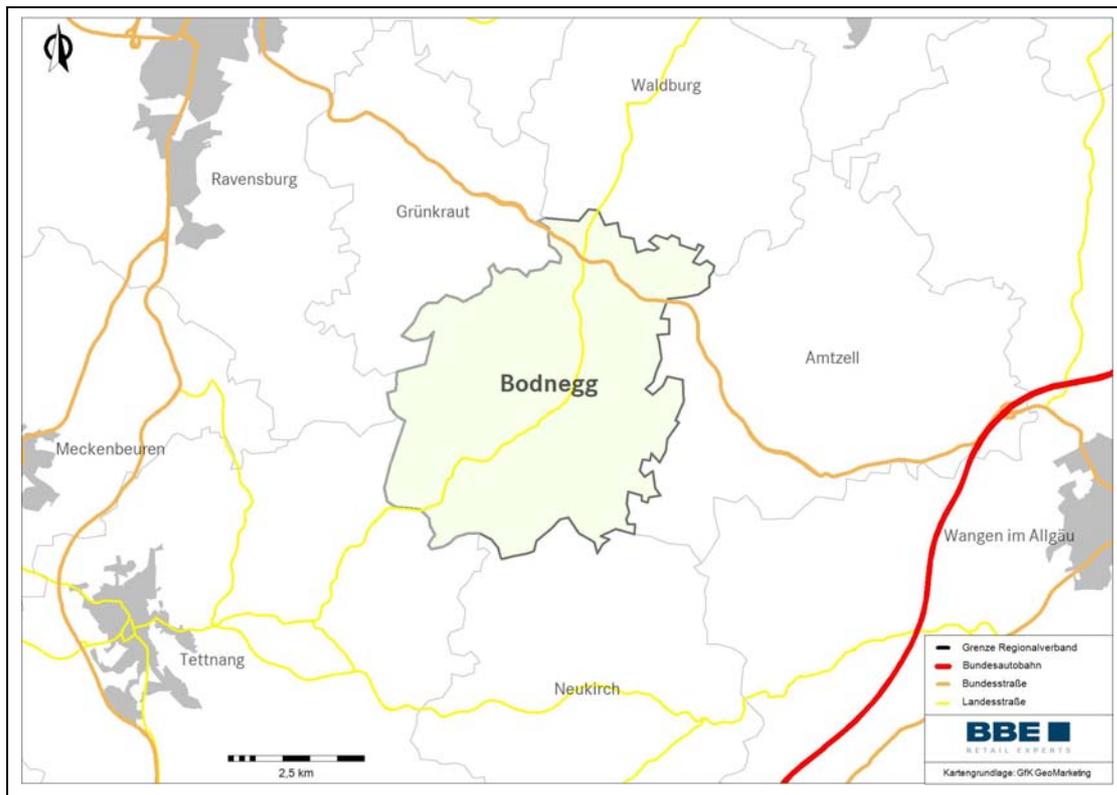
### 6.3 Beuron

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	924 Ew. 730 Ew. 635 Ew.
Siedlungsstruktur	Fünf Ortschaften, die sich alle entlang der Donau befinden	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)  Benediktinerkloster Beuron, Donautal	47.982 6.573
Sonstige relevante Strukturdaten	103 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 73 Einpendler / 136 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 311 (Ulm – Tuttlingen) in rd. 8,5 km Über die L 277 Anschluss an Fridingen a.d. Donau in rd. 9 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Donautalbahn (Tuttlingen – Herbertingen – Ulm)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	3,8 Mio. € 3,7 Mio. €  94,63
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	1,7 Mio. € 44,4 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	320 m <sup>2</sup> 90 m <sup>2</sup> 230 m <sup>2</sup>  0,44 m <sup>2</sup> /Ew. 0,12 m <sup>2</sup> /Ew. 0,32 m <sup>2</sup> /Ew.



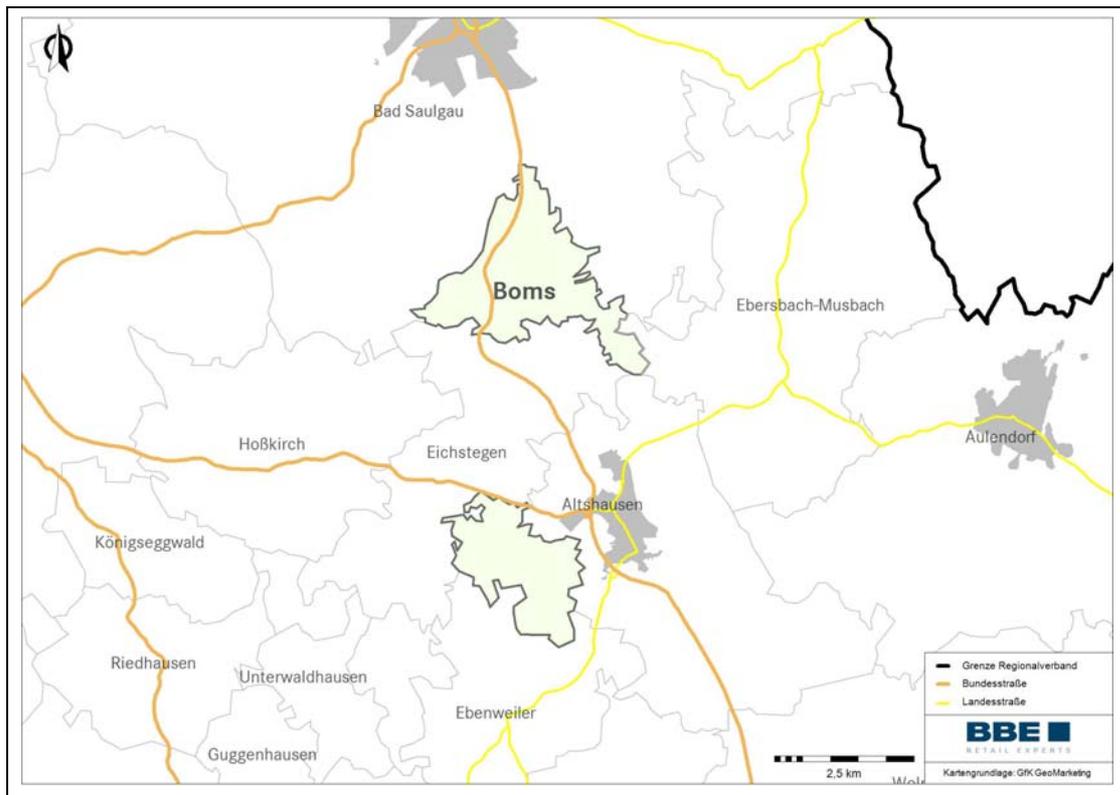
## 6.4 Bodnegg

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg													
Bevölkerungsentwicklung	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>2.807 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>3.097 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>3.068 Ew.</td> </tr> </table>	1990	2.807 Ew.	2007	3.097 Ew.	2025	3.068 Ew.						
1990	2.807 Ew.												
2007	3.097 Ew.												
2025	3.068 Ew.												
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt sowie weitere kleine, ländlich strukturierte Ortschaften												
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>k.A.</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>k.A.</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	k.A.	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A.								
Übernachtungen (2007)	k.A.												
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A.												
Sonstige relevante Strukturdaten	707 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 540 Einpendler / 784Auspendler												
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.), Anschluss an Wangen i. A. in 16,5 km, Anschluss an die A 96 in rd. 8 km												
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>16,3 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>17,0 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>96,79</td> </tr> </table>	2008	16,3 Mio. €	2015 (Prognose)	17,0 Mio. €	Kaufkraftniveau	96,79						
2008	16,3 Mio. €												
2015 (Prognose)	17,0 Mio. €												
Kaufkraftniveau	96,79												
Umsatz und Zentralität	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>10,9 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>66,4 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	10,9 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	66,4 %								
Umsatz (Prognose 2008)	10,9 Mio. €												
Umsatz-Kaufkraft-Relation	66,4 %												
Einzelhandelsstruktur	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>2.540 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>1.405 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>1.140 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,82 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,45 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,37 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> </table> <p>Hinweis: Eigentlicher Nahversorgungsschwerpunkt (Standortgemeinschaft von Lebensmittel-Discounter Plus, Finkbeiner Getränkemarkt und Drogeriemmarkt Schlecker) liegt außerhalb des Ortskerns an der Kofelder Kreuzung</p>	Verkaufsfläche (2008)	2.540 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	1.405 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	1.140 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,82 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,45 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,37 m <sup>2</sup> /Ew.
Verkaufsfläche (2008)	2.540 m <sup>2</sup>												
- Nahrungs- und Genussmittel	1.405 m <sup>2</sup>												
- sonstige Sortimente	1.140 m <sup>2</sup>												
Arealität (2008)	0,82 m <sup>2</sup> /Ew.												
- Nahrungs- und Genussmittel	0,45 m <sup>2</sup> /Ew.												
- sonstige Sortimente	0,37 m <sup>2</sup> /Ew.												



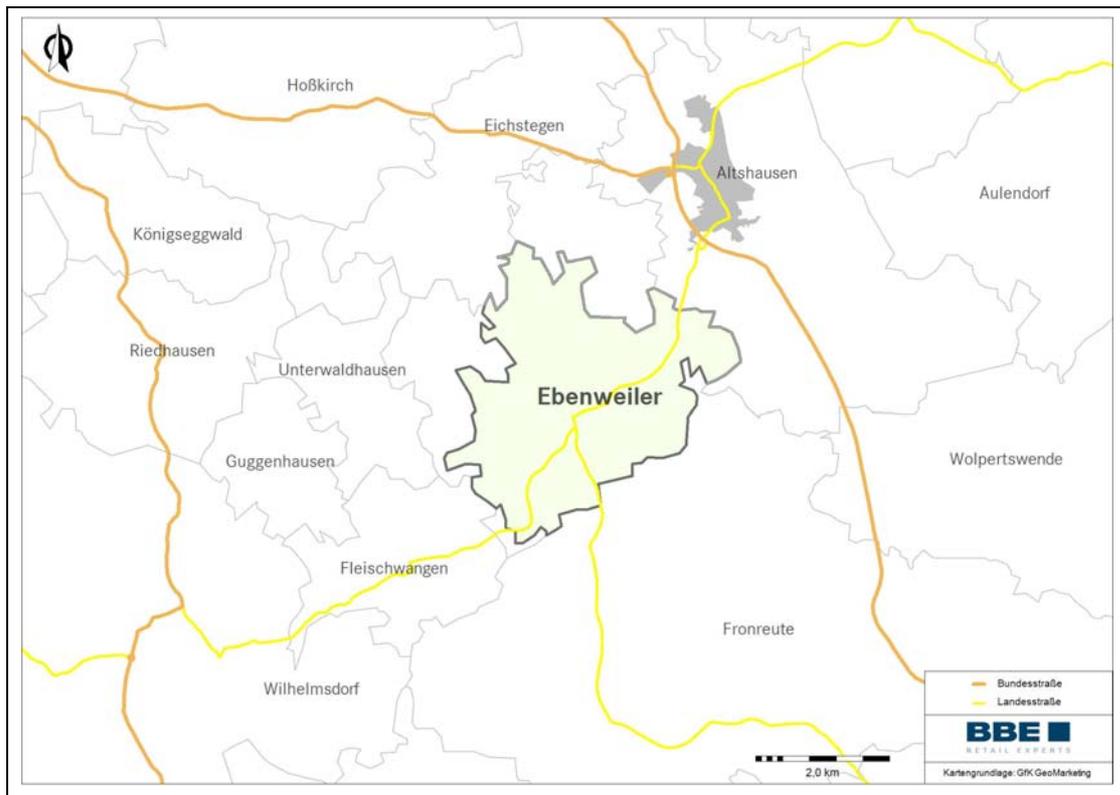
## 6.5 Boms

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	472 Ew. 619 Ew. 625 Ew.
Siedlungsstruktur	Zwei geteiltes Gemeindegebiet, wobei Boms und Schwarzenbach die größten der ländlich strukturierten Ortschaften darstellen	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	30 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 24 Einpendler / 202 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.), Anschluss an Bad Saulgau in rd. 6,5 km, Altshausen in rd. 6,5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	3,2 Mio. € 3,3 Mio. €  94,40
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	0,1 Mio. € 1,6 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	40 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup> 40 m <sup>2</sup>  0,06 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew. 0,06 m <sup>2</sup> /Ew.



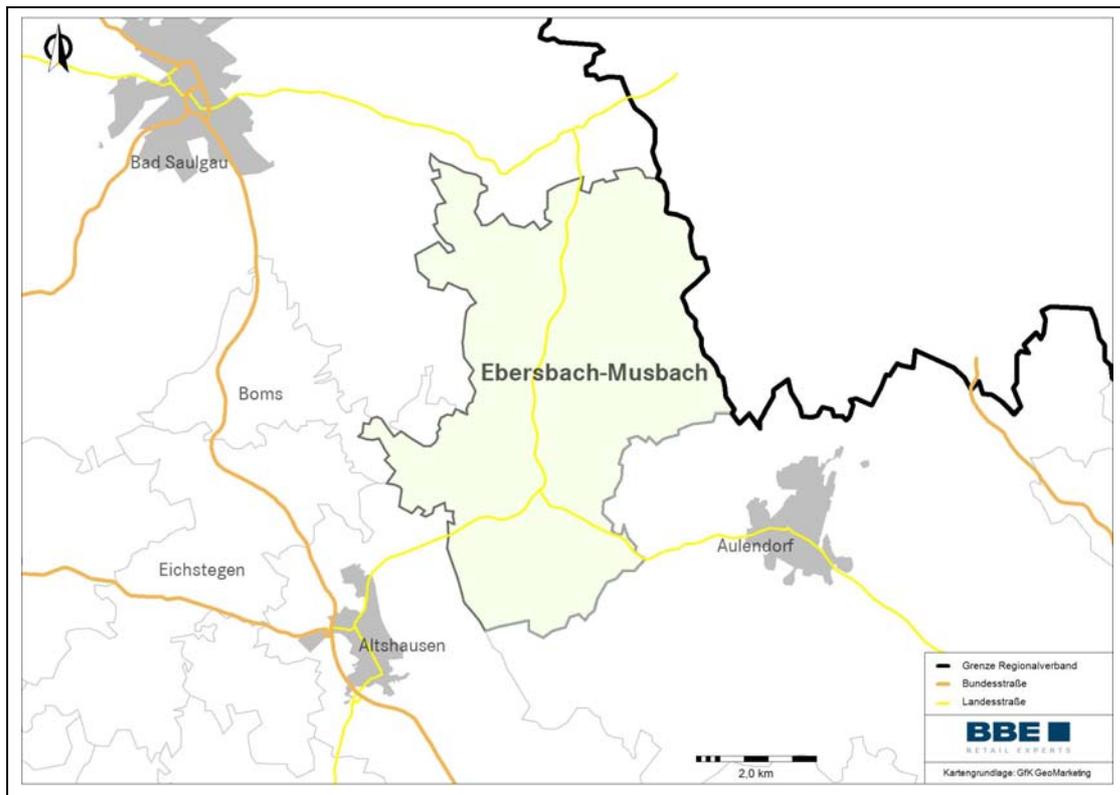
## 6.6 Ebenweiler

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	836 Ew. 1.164 Ew. 1.213 Ew.
Siedlungsstruktur	Ein Siedlungsschwerpunkt	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	77 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 41 Einpendler / 396 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg - Wangen i. A.) in rd. 3,5km, Über die L 289 Anschluss an Altshausen in rd. 5 km, Wilhelmsdorf in rd. 9 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	6,1 Mio. € 6,3 Mio. €  95,33
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	1,1 Mio. € 18,9 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	260 m <sup>2</sup> 130 m <sup>2</sup> 130 m <sup>2</sup>  0,22 m <sup>2</sup> /Ew. 0,11 m <sup>2</sup> /Ew. 0,11 m <sup>2</sup> /Ew.



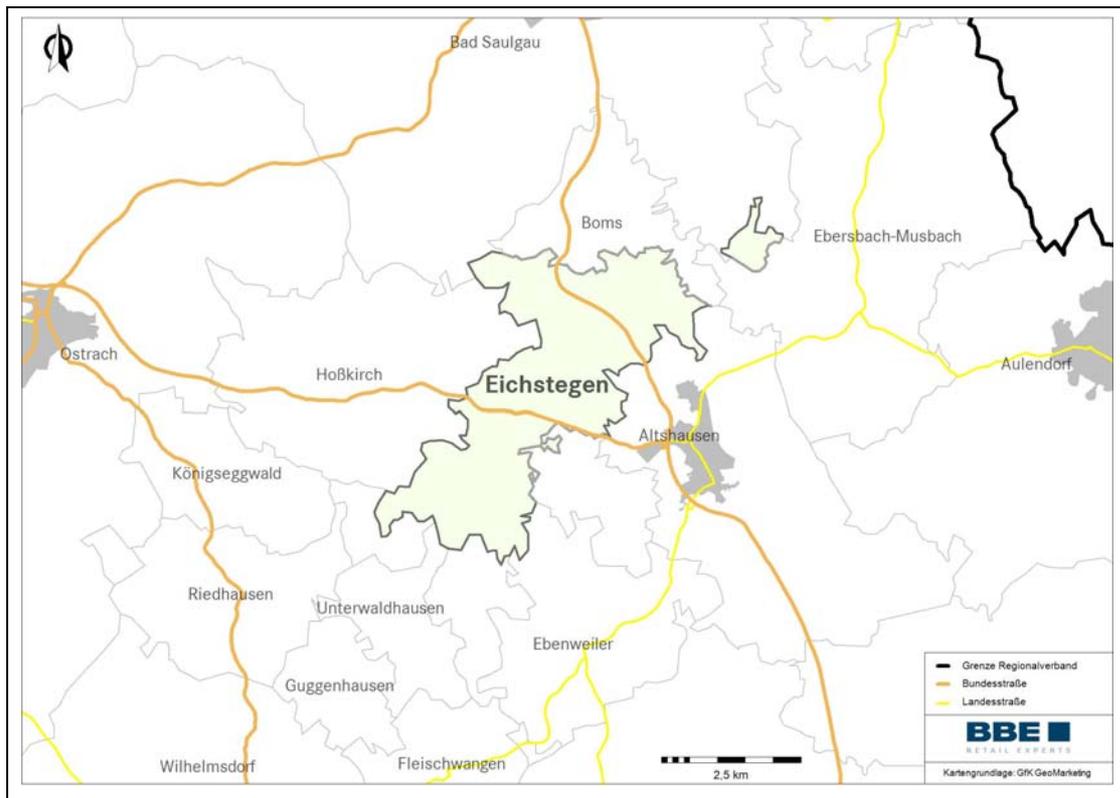
## 6.7 Ebersbach-Musbach

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	1.260 Ew. 1.806 Ew. 1.928 Ew.
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt Ebersbach sowie weitere, ländlich strukturierte Ortschaften	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	128 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 87 Einpendler / 539 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.) in rd. 4,5 km Über die L 286 Anschluss an Altshausen in rd. 4,5 km, Aulendorf in rd. 5,5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	9,2 Mio. € 9,9 Mio. €  93,87
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	2,4 Mio. € 26,3 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	455 m <sup>2</sup> 365 m <sup>2</sup> 90 m <sup>2</sup>  0,25 m <sup>2</sup> /Ew. 0,20 m <sup>2</sup> /Ew. 0,05 m <sup>2</sup> /Ew.



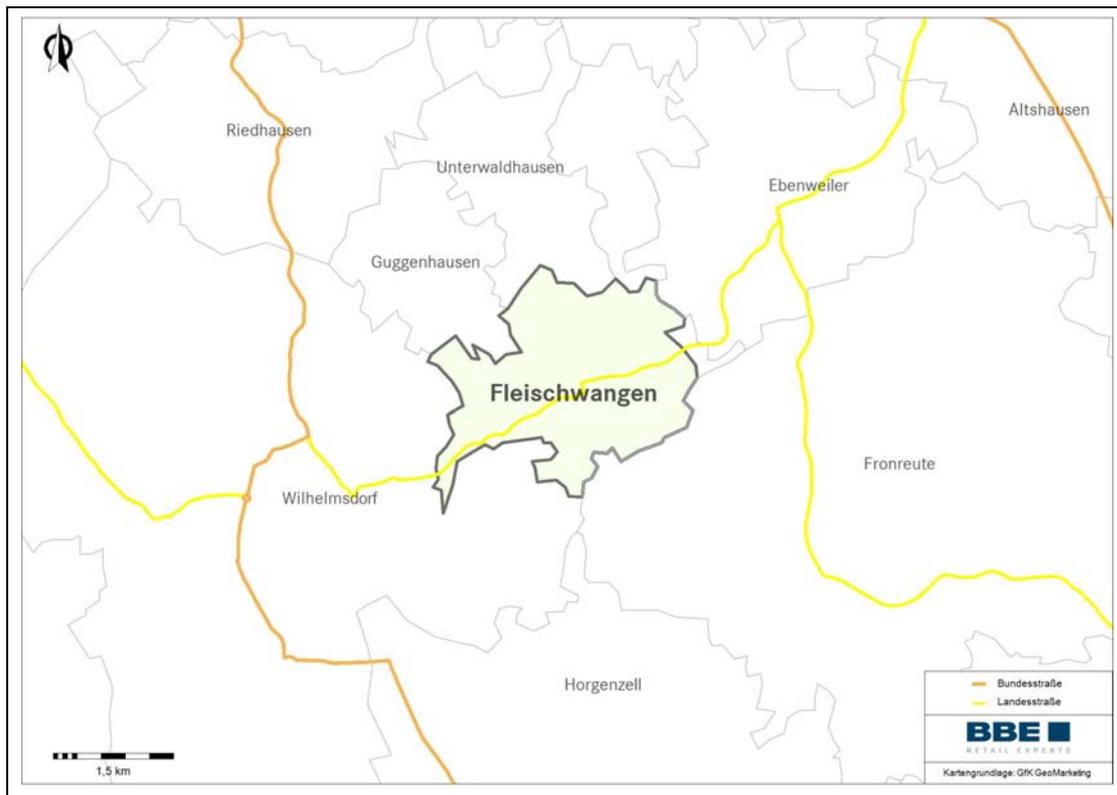
## 6.8 Eichstegen

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	431 Ew. 514 Ew. 562 Ew.
Siedlungsstruktur	Acht kleine, ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	31 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 18 Einpendler / 133 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen - Sigmaringen - Wangen i. A.) Über die L 286 Anschluss an Altshausen in rd. 3,5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	2,6 Mio. € 2,9 Mio. €  94,15
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	0,0 Mio. € 0,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup>  0,00 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew.



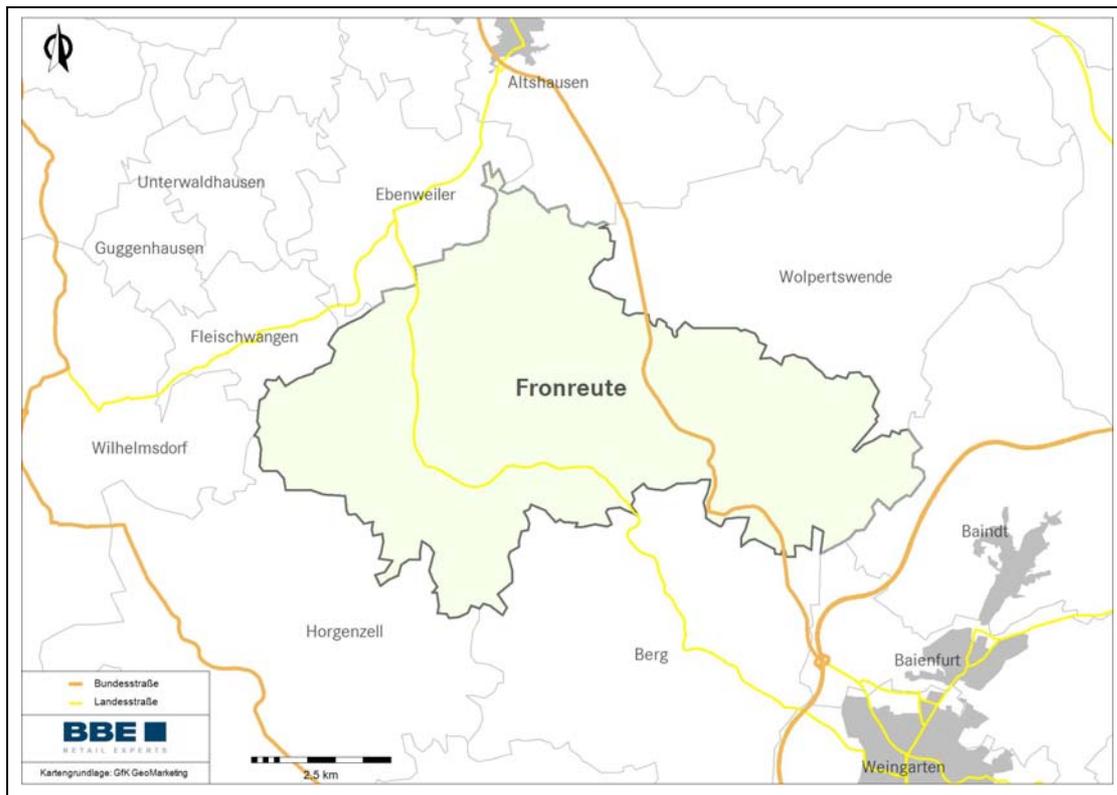
## 6.9 Fleischwangen

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	455 Ew. 656 Ew. 706 Ew.
Siedlungsstruktur	Ein Siedlungsschwerpunkt	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	72 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 44 Einpendler / 206 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.) in rd. 8 km Über die L 289 Anschluss an Wilhelmsdorf in rd. 4,5 km, Altshausen in rd. 9 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	3,4 Mio. € 3,6 Mio. €  95,14
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	0,1 Mio. € 3,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	20 m <sup>2</sup> 20 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup>  0,03 m <sup>2</sup> /Ew. 0,03 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew.



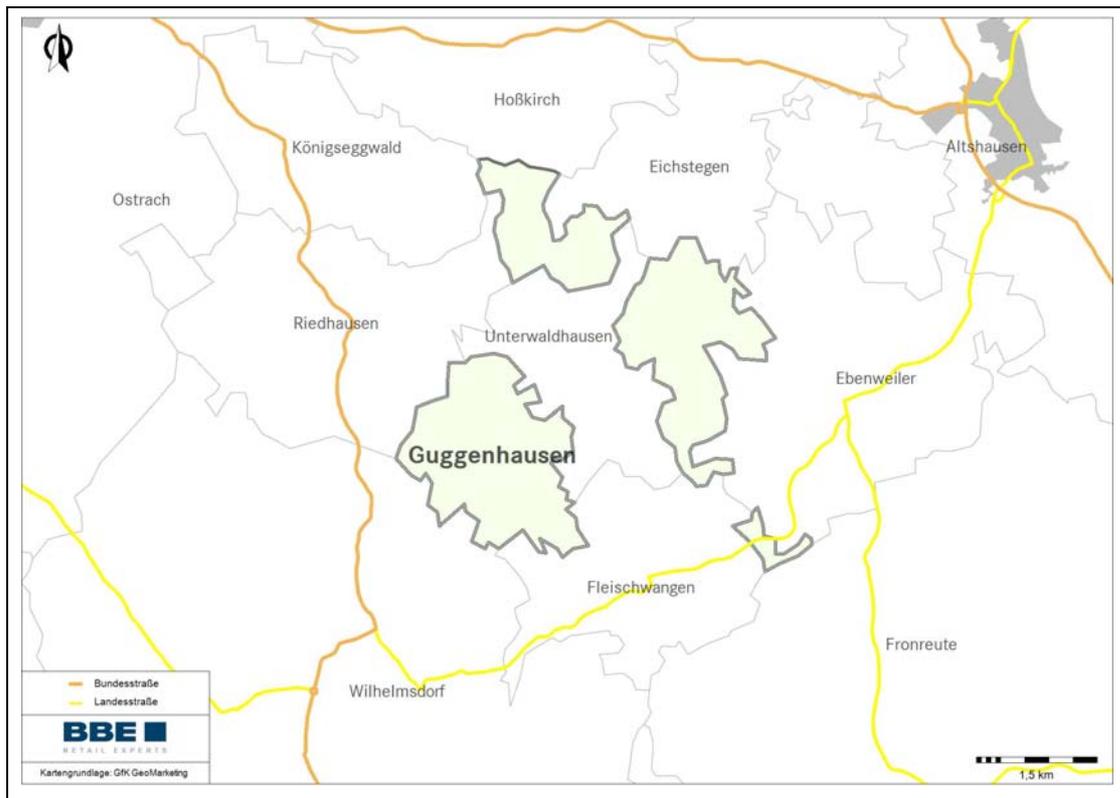
## 6.10 Fronreute

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	3.691 Ew. 4.406 Ew. 4.549 Ew.
Siedlungsstruktur	Drei Siedlungsschwerpunkte: Blitzenreute, Fronreute, Staig sowie weitere, kleinere ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	428 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 310 Einpendler / 1.400 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 30 (Ulm – Ravensburg – Friedrichshafen) in rd. 10,5 km, B 32 (Hechingen – Ravensburg– Wangen i. A.), Anschluss an Altshausen in rd. 13 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	24,5 Mio. € 25,8 Mio. €  101,81
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	2,1 Mio. € 8,5 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	345 m <sup>2</sup> 305 m <sup>2</sup> 35 m <sup>2</sup>  0,08 m <sup>2</sup> /Ew. 0,07 m <sup>2</sup> /Ew. 0,01 m <sup>2</sup> /Ew.



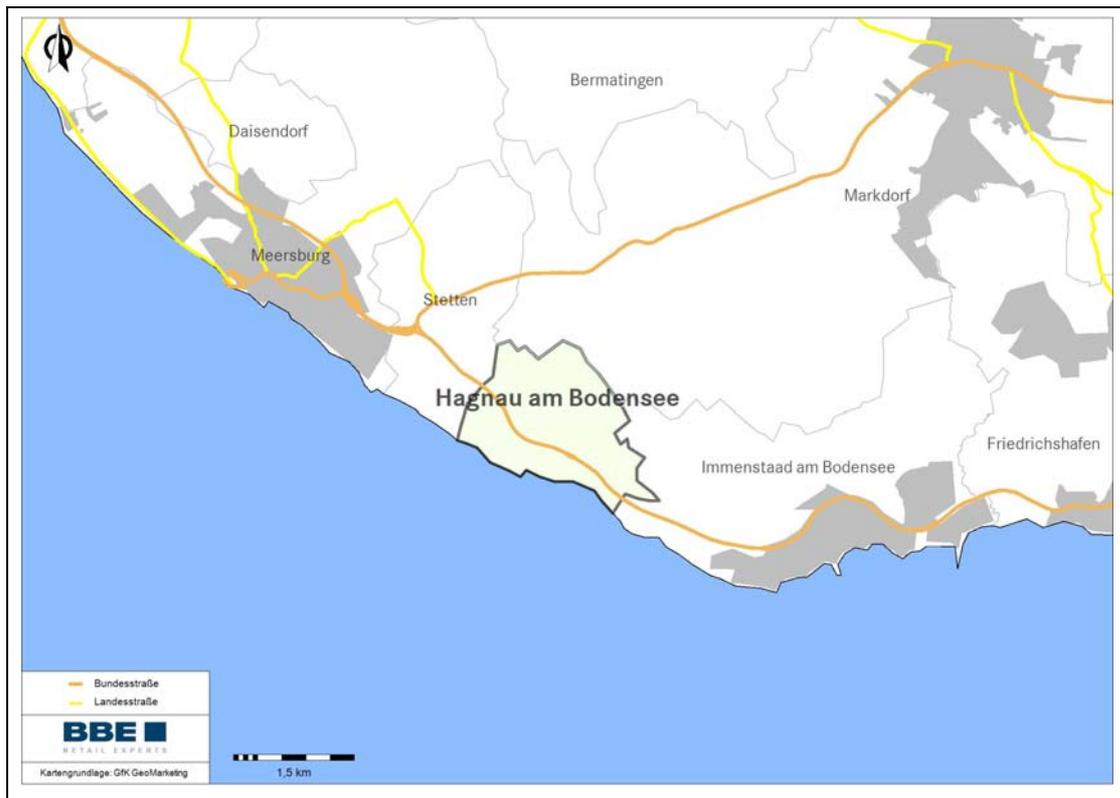
## 6.11 Guggenhausen

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	194 Ew. 200 Ew. 212 Ew.
Siedlungsstruktur	Drei geteiltes Gemeindegebiet mit sehr kleinen, ländlich strukturierten Ortschaften	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	sozialversicherungspflichtige Beschäftigte Keine Daten Einpendler / Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.) in rd. 10 km, Anschluss an Wilhelmsdorf in rd. 5 km, Altshausen in rd. 10,5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	1,1 Mio. € 1,2 Mio. €  98,98
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	0,0 Mio. € 0,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup>  0,00 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew.



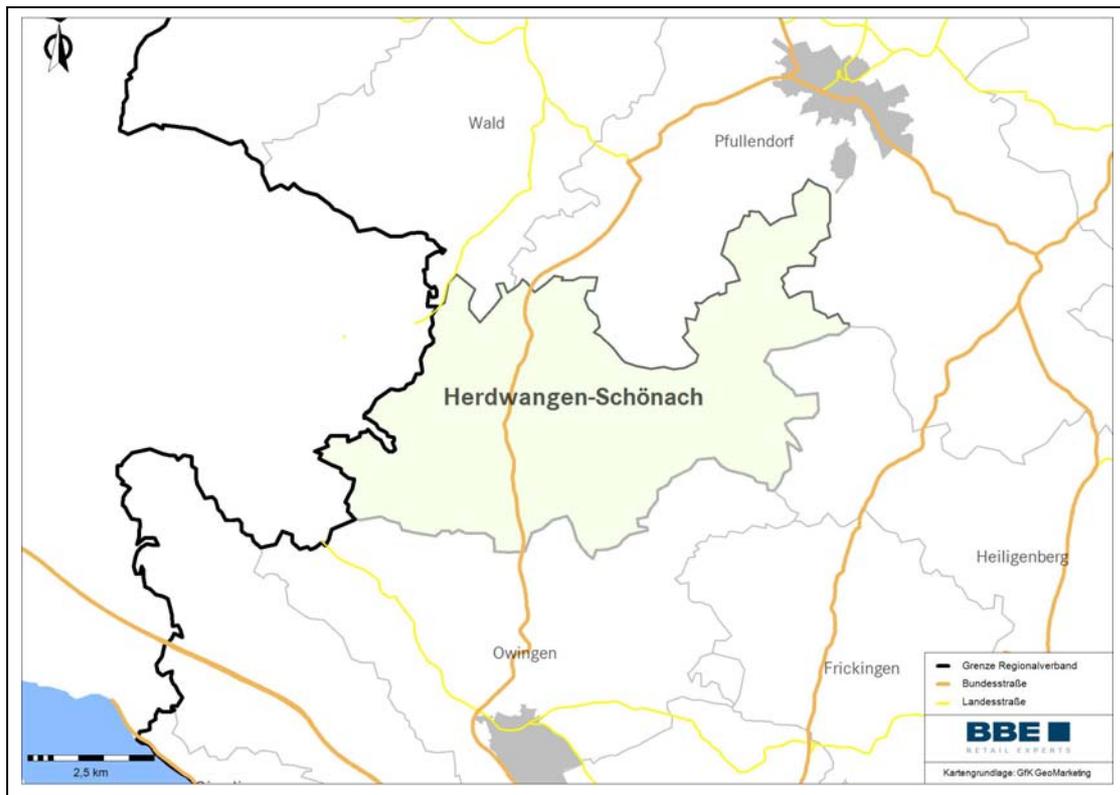
## 6.12 Hagnau am Bodensee

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Bodenseekreis		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	1.486 Ew. 1.426 Ew. 1.196 Ew.
Siedlungsstruktur	Ein Siedlungsschwerpunkt	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	144.538 10.136
Sonstige relevante Strukturdaten	259 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 165 Einpendler / 273 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach - Lindau), B 33 (Ravensburg - Meersburg), Anschluss an Immenstaad a. B. in rd. 4 km, Meersburg in rd. 5 km,	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	8,9 Mio. € 8,3 Mio. €  114,14
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	5,4 Mio. € 60,5 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	980 m <sup>2</sup> 495 m <sup>2</sup> 485 m <sup>2</sup>  0,69 m <sup>2</sup> /Ew. 0,35 m <sup>2</sup> /Ew. 0,34 m <sup>2</sup> /Ew.

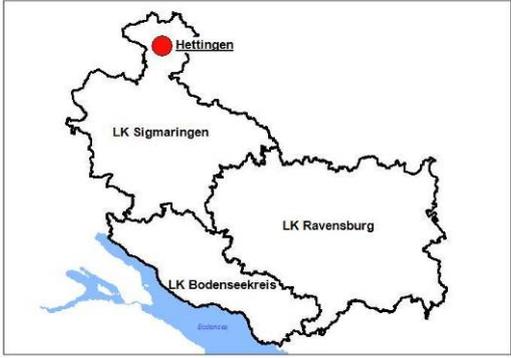


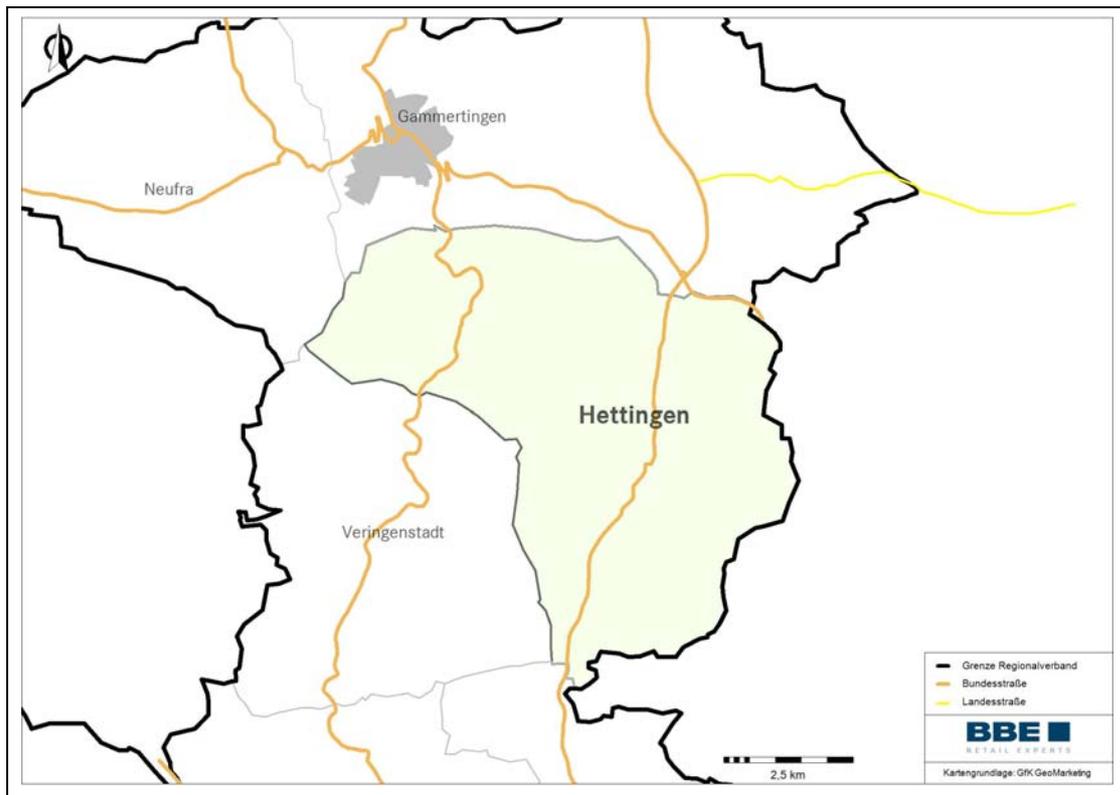
### 6.13 Herdwangen-Schönach

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	2.581 Ew. 3.322 Ew. 3.230 Ew.
Siedlungsstruktur	Zwei Siedlungsschwerpunkte mit rd. 1.220 und rd. 1.570 Ew. sowie weitere, kleine ländlich strukturierte Ortschaften (Stand 31.12.2006)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	3.251 98
Sonstige relevante Strukturdaten	534 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 341 Einpendler / 836 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach – Lindau) in rd. 8 km, Anschluss an die A 98 in rd. 15 km Über die L 195 Anschluss an Pfullendorf in rd. 11,5 km, Überlingen in rd. 13,5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	17,3 Mio. € 17,6 Mio. €  95,45
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	4,7 Mio. € 27,5 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	690 m <sup>2</sup> 355 m <sup>2</sup> 330 m <sup>2</sup>  0,21 m <sup>2</sup> /Ew. 0,11 m <sup>2</sup> /Ew. 0,10 m <sup>2</sup> /Ew.

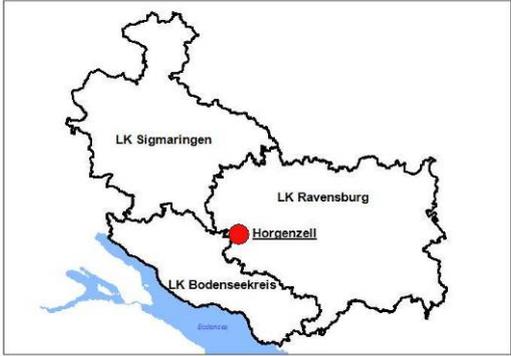


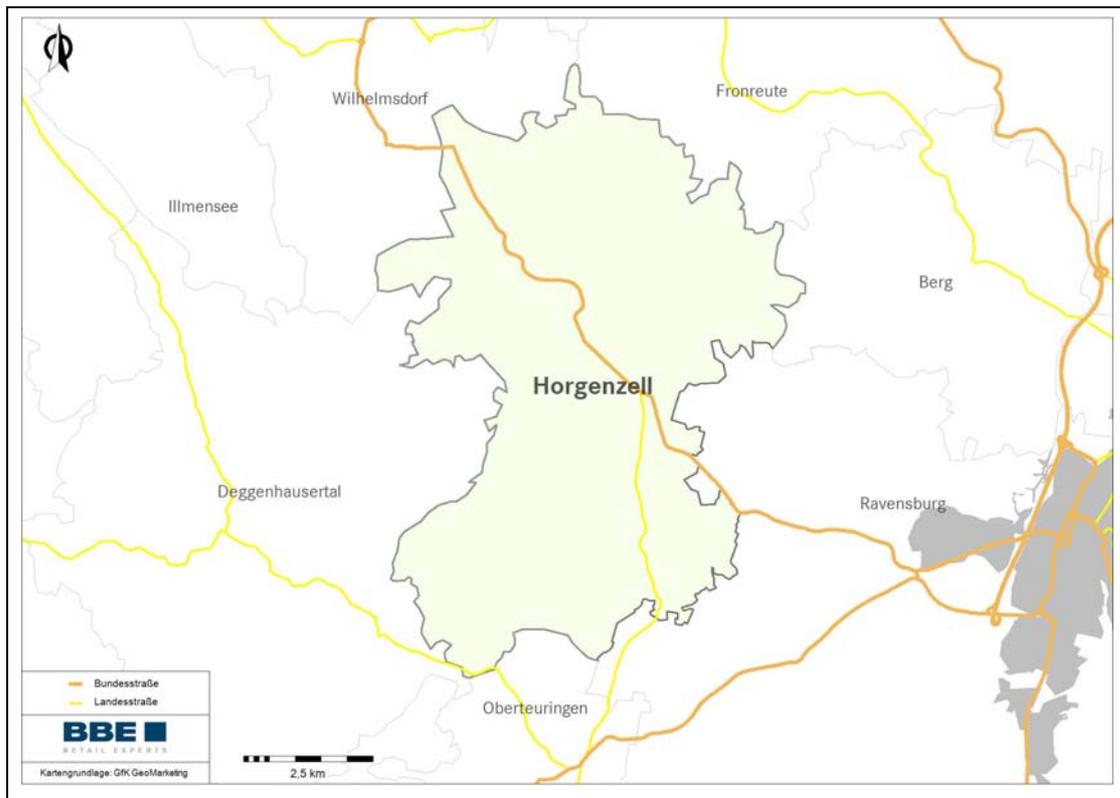
## 6.14 Hettingen

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	1.986 Ew. 1.952 Ew. 2.010 Ew.
Siedlungsstruktur	Zwei Siedlungsschwerpunkte mit rd. 900 Ew. und rd. 1.010 Ew. (Stand 31.12.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	780 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 547 Einpendler / 470 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hettingen - Sigmaringen - Wangen i. A.), B 313 (Reutlingen - Sigmaringen - Stockach), Anschluss an Gammertingen in rd. 5 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Zollern-Alb-Bahn 2 (Hettingen - Sigmaringen)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	10,9 Mio. € 11,6 Mio. €  102,10
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	1,8 Mio. € 16,4 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	530 m <sup>2</sup> 155 m <sup>2</sup> 380 m <sup>2</sup>  0,27 m <sup>2</sup> /Ew. 0,08 m <sup>2</sup> /Ew. 0,19 m <sup>2</sup> /Ew.



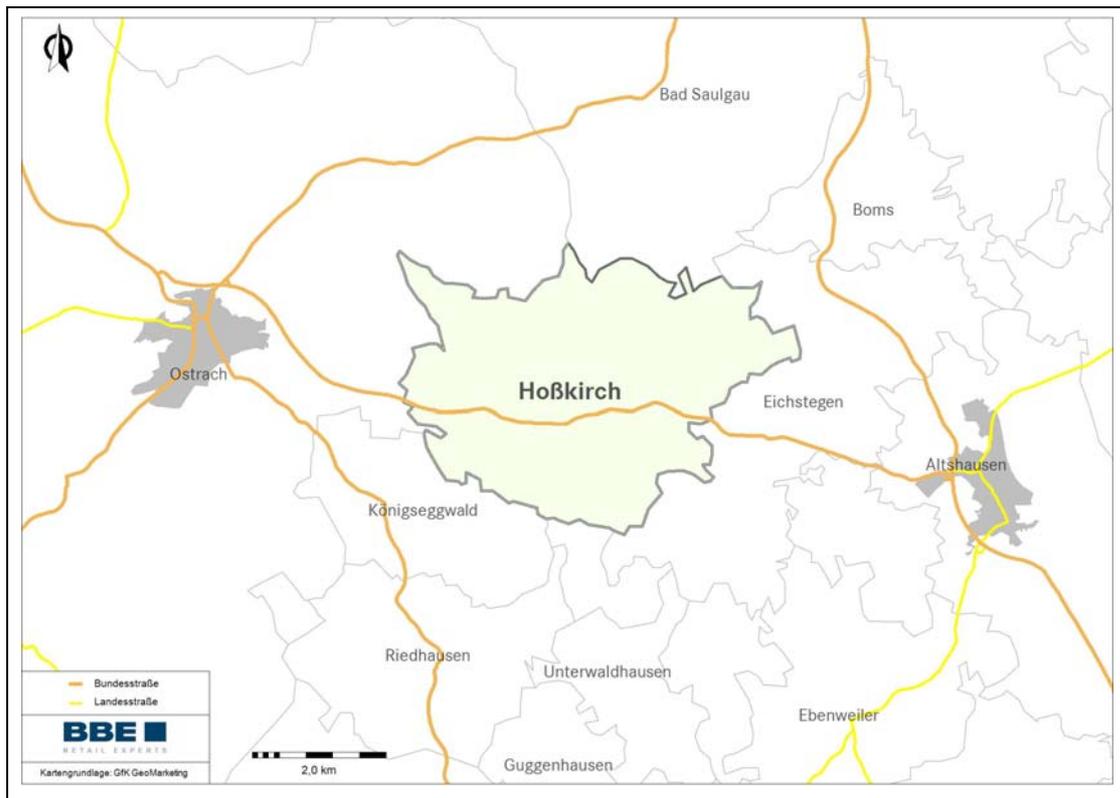
## 6.15 Horgenzell

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	3.922 Ew. 4.770 Ew. 5.029 Ew.
Siedlungsstruktur	Fünf Ortschaften gleicher Größe sowie weitere kleine, ländlich strukturierte Ortschaften, die dispers verteilt sind	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	7.685 161
Sonstige relevante Strukturdaten	824 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 536 Einpendler / 1.364 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 30 (Ulm – Ravensburg – Friedrichshafen) in rd. 10 km, B 32 (Hechingen –Ravensburg – Wangen i. A.) in rd. 10,5 km, B 33 (Ravensburg – Meersburg) in rd. 7 km, Anschluss an Ravensburg in rd. 10,5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	25,3 Mio. € 27,1 Mio. €  97,41
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	9,2 Mio. € 36,1 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	2.350 m <sup>2</sup> 570 m <sup>2</sup> 1.780 m <sup>2</sup>  0,49 m <sup>2</sup> /Ew. 0,12 m <sup>2</sup> /Ew. 0,37 m <sup>2</sup> /Ew.



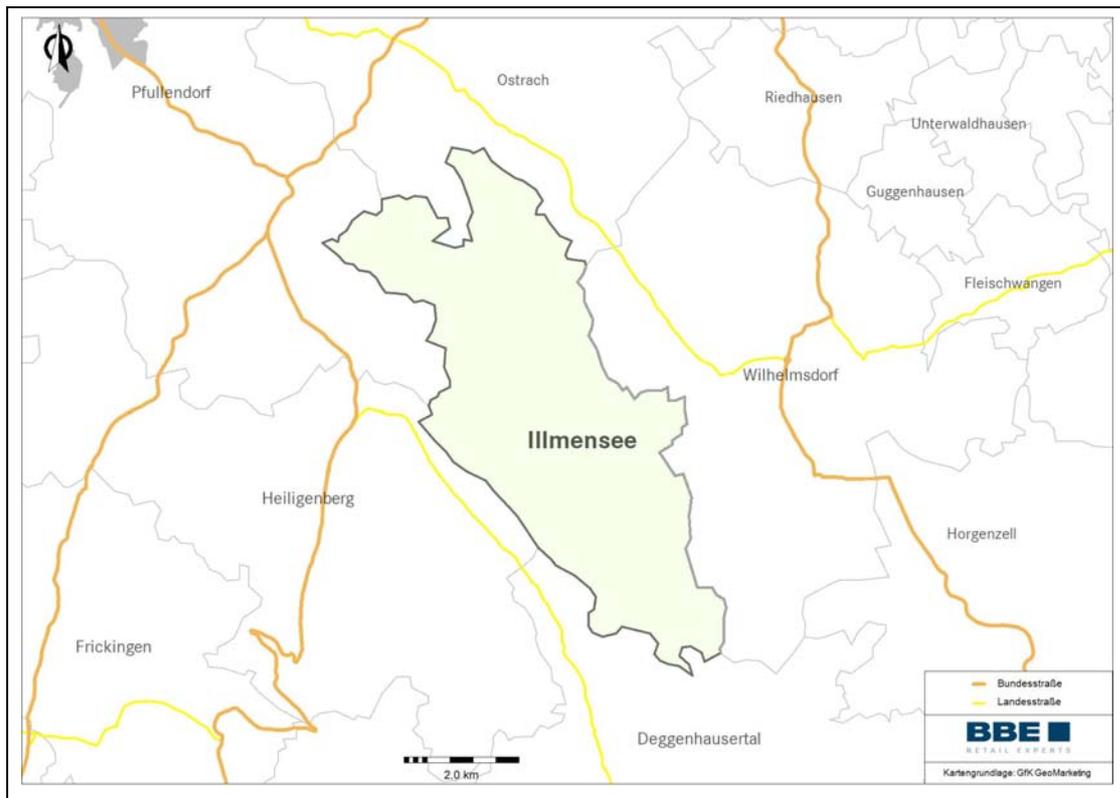
## 6.16 Hoßkirch

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg													
Bevölkerungsentwicklung	<table border="1"> <tr> <td>1990</td> <td>582 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>741 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>713 Ew.</td> </tr> </table>	1990	582 Ew.	2007	741 Ew.	2025	713 Ew.						
1990	582 Ew.												
2007	741 Ew.												
2025	713 Ew.												
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt sowie weitere kleine, ländlich strukturierte Ortschaften												
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	<table border="1"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>k.A.</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>k.A.</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	k.A.	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A.								
Übernachtungen (2007)	k.A.												
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A.												
Sonstige relevante Strukturdaten	33 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 18 Einpendler / 265 Auspendler												
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.) in rd. 6 km Über die L 286 Anschluss an Ostrach in rd. 5 km, Altshausen in rd. 7,5 km												
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<table border="1"> <tr> <td>2008</td> <td>4,0 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>4,1 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>99,74</td> </tr> </table>	2008	4,0 Mio. €	2015 (Prognose)	4,1 Mio. €	Kaufkraftniveau	99,74						
2008	4,0 Mio. €												
2015 (Prognose)	4,1 Mio. €												
Kaufkraftniveau	99,74												
Umsatz und Zentralität	<table border="1"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>0,4 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>8,9 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	0,4 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	8,9 %								
Umsatz (Prognose 2008)	0,4 Mio. €												
Umsatz-Kaufkraft-Relation	8,9 %												
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>65 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>55 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>10 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,09 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,07 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,01 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	65 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	55 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,09 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,07 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,01 m <sup>2</sup> /Ew.
Verkaufsfläche (2008)	65 m <sup>2</sup>												
- Nahrungs- und Genussmittel	55 m <sup>2</sup>												
- sonstige Sortimente	10 m <sup>2</sup>												
Arealität (2008)	0,09 m <sup>2</sup> /Ew.												
- Nahrungs- und Genussmittel	0,07 m <sup>2</sup> /Ew.												
- sonstige Sortimente	0,01 m <sup>2</sup> /Ew.												



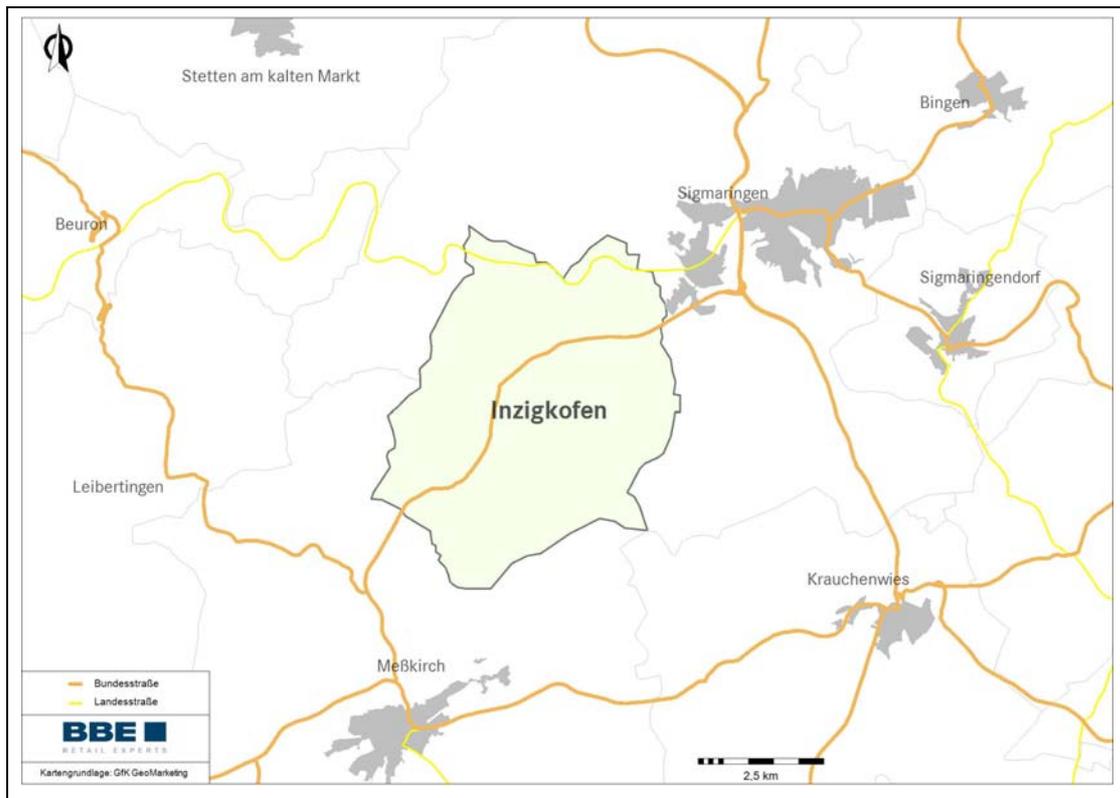
## 6.17 Illmensee

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen													
Bevölkerungsentwicklung	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>1.668 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>2.084 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>2.122 Ew.</td> </tr> </table>	1990	1.668 Ew.	2007	2.084 Ew.	2025	2.122 Ew.						
1990	1.668 Ew.												
2007	2.084 Ew.												
2025	2.122 Ew.												
Siedlungsstruktur	Zwei Siedlungsschwerpunkte sowie acht weitere kleine, ländlich strukturierte Ortschaften												
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>21.811</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>1.047</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	21.811	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	1.047								
Übernachtungen (2007)	21.811												
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	1.047												
Sonstige relevante Strukturdaten	439 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 307 Einpendler / 544 Auspendler												
Verkehrsanbindung	Über die L 201 / 201 b Anschluss an Wilhelmsdorf in rd. 5,5 km, Pfullendorf in rd. 14 km												
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>11,3 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>11,8 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>99,17</td> </tr> </table>	2008	11,3 Mio. €	2015 (Prognose)	11,8 Mio. €	Kaufkraftniveau	99,17						
2008	11,3 Mio. €												
2015 (Prognose)	11,8 Mio. €												
Kaufkraftniveau	99,17												
Umsatz und Zentralität	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>1,0 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>8,6 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	1,0 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	8,6 %								
Umsatz (Prognose 2008)	1,0 Mio. €												
Umsatz-Kaufkraft-Relation	8,6 %												
Einzelhandelsstruktur	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>260 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>135 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>125 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,12 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,06 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,06 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	260 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	135 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	125 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,12 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,06 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,06 m <sup>2</sup> /Ew.
Verkaufsfläche (2008)	260 m <sup>2</sup>												
- Nahrungs- und Genussmittel	135 m <sup>2</sup>												
- sonstige Sortimente	125 m <sup>2</sup>												
Arealität (2008)	0,12 m <sup>2</sup> /Ew.												
- Nahrungs- und Genussmittel	0,06 m <sup>2</sup> /Ew.												
- sonstige Sortimente	0,06 m <sup>2</sup> /Ew.												



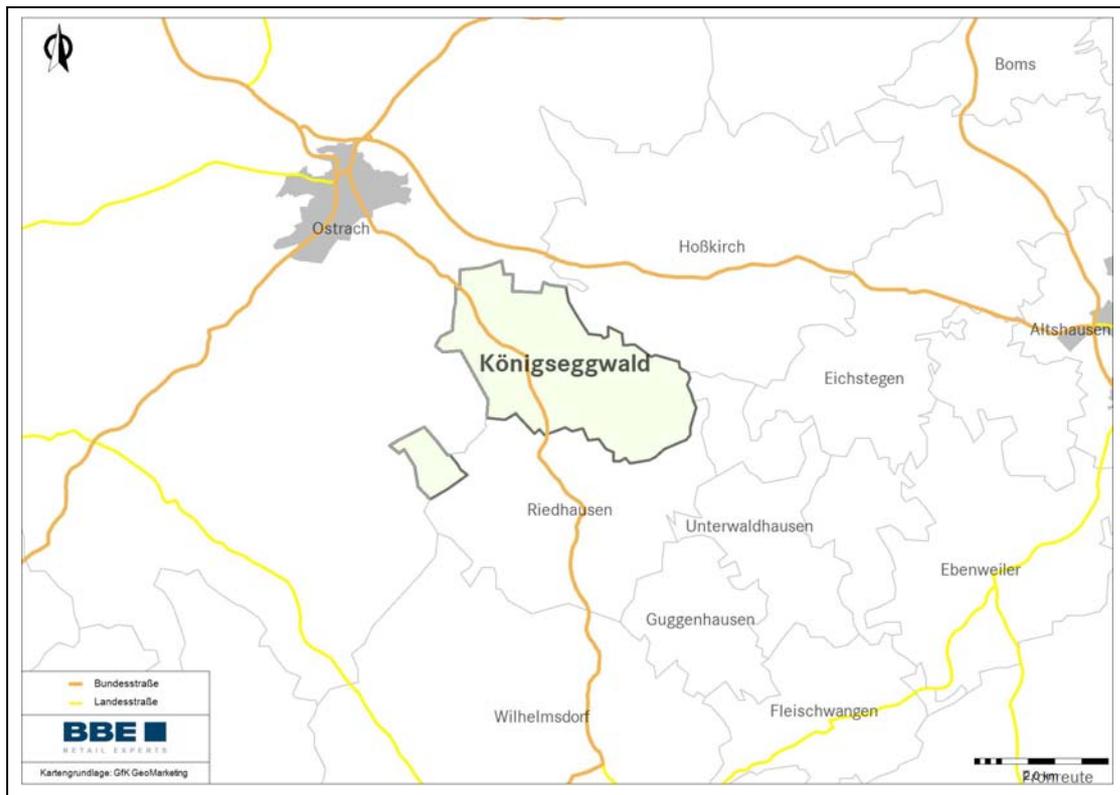
## 6.18 Inzigkofen

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	2.349 Ew. 2.926 Ew. 2.997 Ew.
Siedlungsstruktur	Drei Siedlungsschwerpunkte mit jeweils rd. 630 und rd. 830 Ew. sowie Inzigkofen mit rd. 1.390 Ew. (Stand 31.12.2006)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	20.414 698
Sonstige relevante Strukturdaten	464 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 293 Einpendler / 759 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.), B 313 (Reutlingen – Sigmaringen – Stockach), B 463 (Balingen – Sigmaringen) in rd. 7 km, Anschluss an Sigmaringen in rd. 4 km  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Donautalbahn (Tuttlingen – Herbertingen – Ulm)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	15,5 Mio. € 16,4 Mio. €  97,35
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	2,0 Mio. € 12,6 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	700 m <sup>2</sup> 175 m <sup>2</sup> 525 m <sup>2</sup>  0,24 m <sup>2</sup> /Ew. 0,06 m <sup>2</sup> /Ew. 0,18 m <sup>2</sup> /Ew.



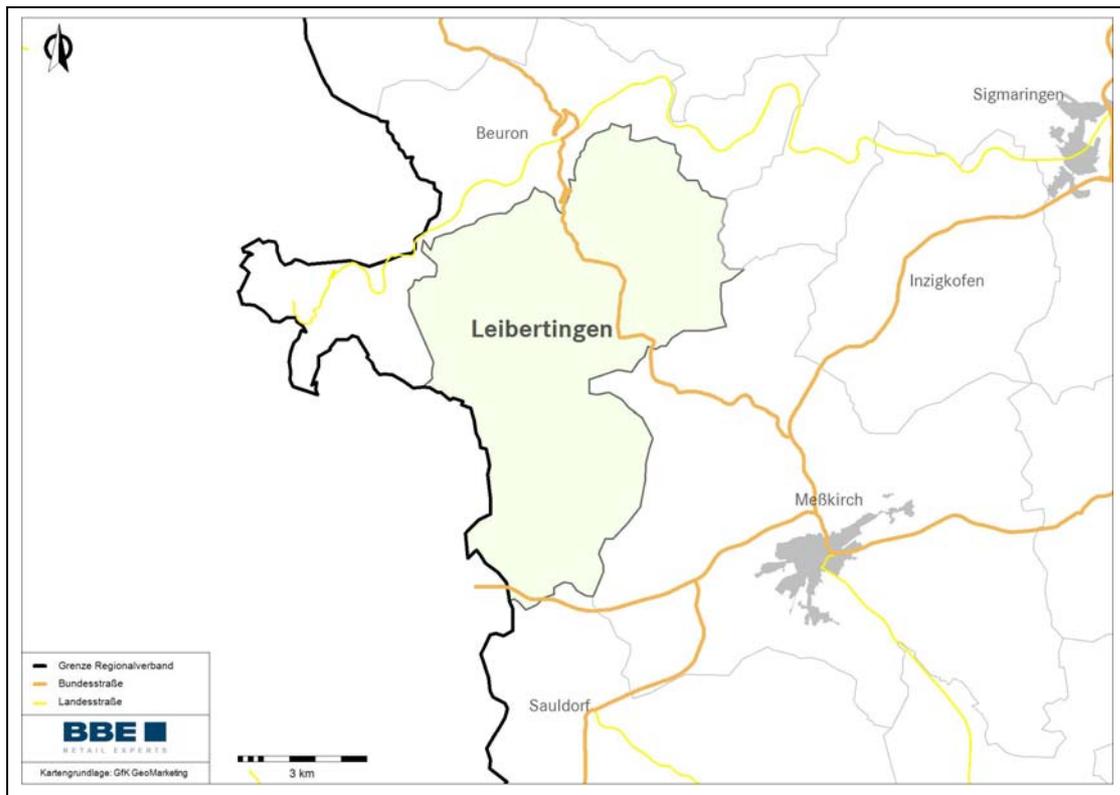
## 6.19 Königseggwald

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	536 Ew. 674 Ew. 680 Ew.
Siedlungsstruktur	Ein Siedlungsschwerpunkt	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	69 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 35 Einpendler / 182 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen - Sigmaringen - Wangen i. A.) in rd. 8 km Über die L 288 Anschluss an Ostrach in rd. 4 km, Wilhelmsdorf in rd. 8 km, L 286 an Altshausen in rd. 10 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	3,5 Mio. € 3,7 Mio. €  94,12
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	2,8 Mio. € 81,4 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	1.345 m <sup>2</sup> 25 m <sup>2</sup> 1.320 m <sup>2</sup>  2,00 m <sup>2</sup> /Ew. 0,04 m <sup>2</sup> /Ew. 1,96 m <sup>2</sup> /Ew.

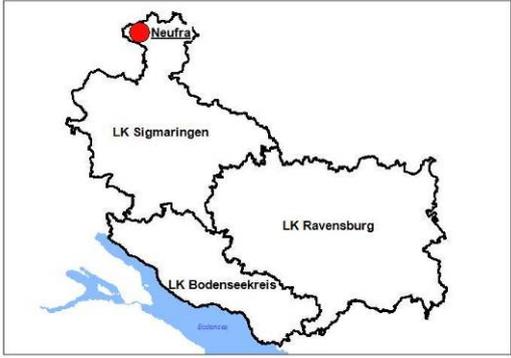


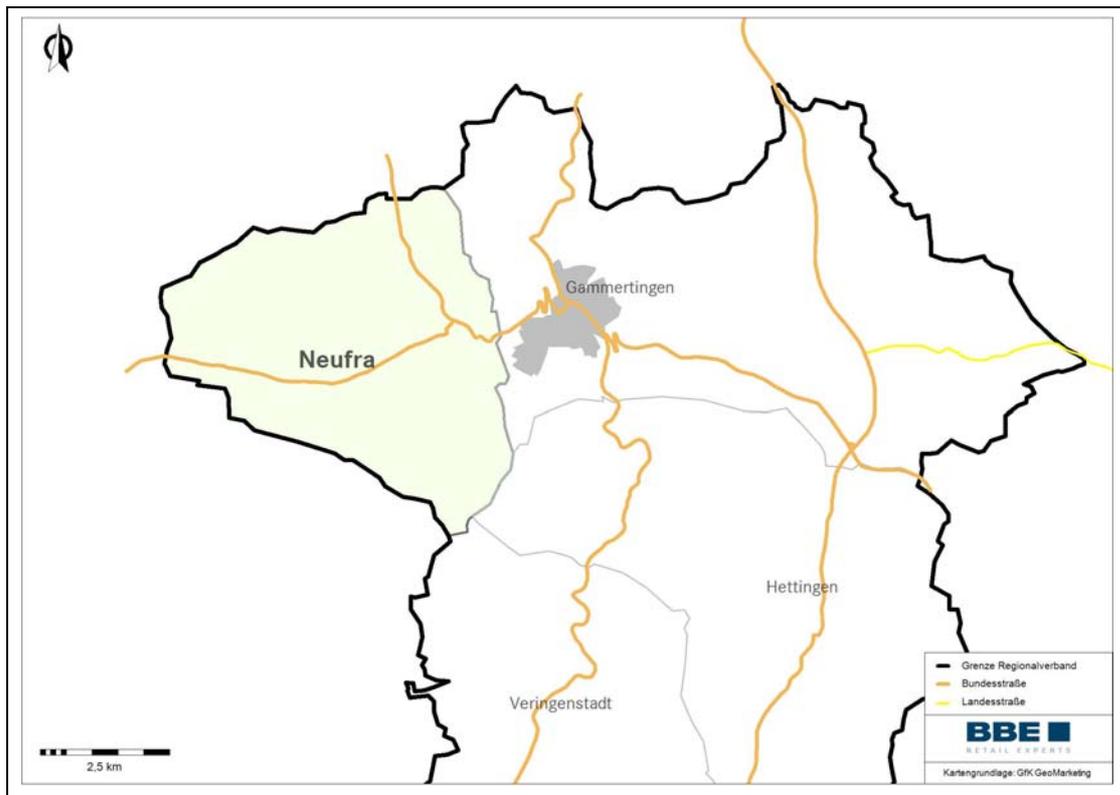
## 6.20 Leibertingen

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen													
Bevölkerungsentwicklung	<table border="0"> <tr> <td>1990</td> <td>2.036 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2007</td> <td>2.275 Ew.</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>2.360 Ew.</td> </tr> </table>	1990	2.036 Ew.	2007	2.275 Ew.	2025	2.360 Ew.						
1990	2.036 Ew.												
2007	2.275 Ew.												
2025	2.360 Ew.												
Siedlungsstruktur	Drei Siedlungsschwerpunkte mit jeweils rd. 660 Ew. bis rd. 250 Ew. (Stand 31.12.2007)												
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	<table border="0"> <tr> <td>Übernachtungen (2007)</td> <td>k.A.</td> </tr> <tr> <td>Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)</td> <td>k.A.</td> </tr> </table>	Übernachtungen (2007)	k.A.	Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A.								
Übernachtungen (2007)	k.A.												
Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A.												
Sonstige relevante Strukturdaten	430 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 286 Einpendler / 672 Auspendler												
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 311 (Ulm – Tuttlingen), indirekter Bundesstraßenanschluss B 313 (Reutlingen – Sigmaringen – Stockach) in rd. 9 km, Anschluss an Meßkirch in rd. 12 km												
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<table border="0"> <tr> <td>2008</td> <td>11,9 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>2015 (Prognose)</td> <td>12,7 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Kaufkraftniveau</td> <td>95,81</td> </tr> </table>	2008	11,9 Mio. €	2015 (Prognose)	12,7 Mio. €	Kaufkraftniveau	95,81						
2008	11,9 Mio. €												
2015 (Prognose)	12,7 Mio. €												
Kaufkraftniveau	95,81												
Umsatz und Zentralität	<table border="0"> <tr> <td>Umsatz (Prognose 2008)</td> <td>1,1 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Umsatz-Kaufkraft-Relation</td> <td>9,2 %</td> </tr> </table>	Umsatz (Prognose 2008)	1,1 Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation	9,2 %								
Umsatz (Prognose 2008)	1,1 Mio. €												
Umsatz-Kaufkraft-Relation	9,2 %												
Einzelhandelsstruktur	<table border="0"> <tr> <td>Verkaufsfläche (2008)</td> <td>365 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>100 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>260 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Arealität (2008)</td> <td>0,16 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>0,04 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> <tr> <td>- sonstige Sortimente</td> <td>0,11 m<sup>2</sup>/Ew.</td> </tr> </table>	Verkaufsfläche (2008)	365 m <sup>2</sup>	- Nahrungs- und Genussmittel	100 m <sup>2</sup>	- sonstige Sortimente	260 m <sup>2</sup>	Arealität (2008)	0,16 m <sup>2</sup> /Ew.	- Nahrungs- und Genussmittel	0,04 m <sup>2</sup> /Ew.	- sonstige Sortimente	0,11 m <sup>2</sup> /Ew.
Verkaufsfläche (2008)	365 m <sup>2</sup>												
- Nahrungs- und Genussmittel	100 m <sup>2</sup>												
- sonstige Sortimente	260 m <sup>2</sup>												
Arealität (2008)	0,16 m <sup>2</sup> /Ew.												
- Nahrungs- und Genussmittel	0,04 m <sup>2</sup> /Ew.												
- sonstige Sortimente	0,11 m <sup>2</sup> /Ew.												



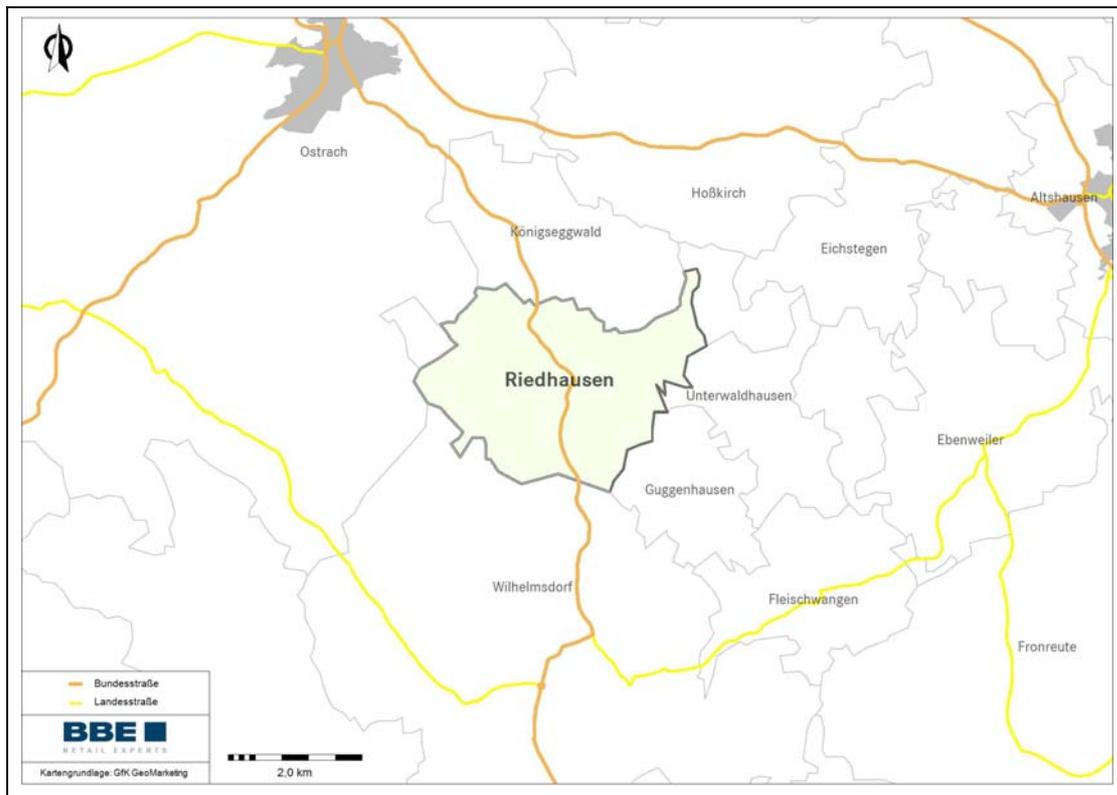
## 6.21 Neufra

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	1.881 Ew. 1.931 Ew. 1.840 Ew.
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt mit rd. 1.630 Ew. sowie weiterem Siedlungskern mit rd. 300 Ew. (Stand 31.12.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	324 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 206 Einpendler / 619 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.), Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 313 (Reutlingen – Sigmaringen – Stockach), in rd. 4 km Anschluss an Gammertingen in rd. 4 km Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Zollern-Alb-Bahn 2 (Hechingen – Sigmaringen)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	10,6 Mio. € 10,8 Mio. €  100,72
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	1,7 Mio. € 16,4 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	390 m <sup>2</sup> 130 m <sup>2</sup> 265 m <sup>2</sup>  0,20 m <sup>2</sup> /Ew. 0,07 m <sup>2</sup> /Ew. 0,14 m <sup>2</sup> /Ew.



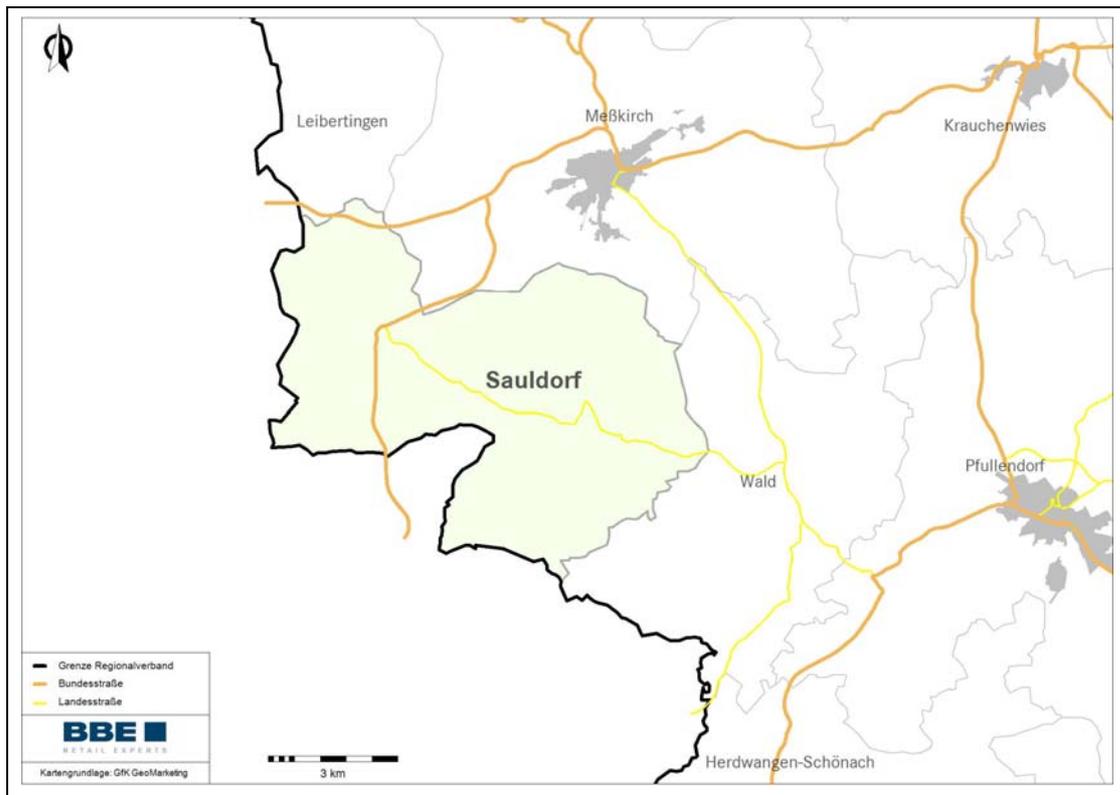
## 6.22 Riedhausen

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	428 Ew. 629 Ew. 723 Ew.
Siedlungsstruktur	Ein Siedlungsschwerpunkt	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	70 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 55 Einpendler / 199 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i. A.) in rd. 12,5 km Über die L 288 Anschluss an Wilhelmsdorf in rd. 5 km, Ostrach in rd. 7 km, L 286 an Altshausen in rd. 13 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	3,2 Mio. € 3,6 Mio. €  93,97
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	1,8 Mio. € 56,7 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	840 m <sup>2</sup> 40 m <sup>2</sup> 800 m <sup>2</sup>  1,34 m <sup>2</sup> /Ew. 0,06 m <sup>2</sup> /Ew. 1,27 m <sup>2</sup> /Ew.



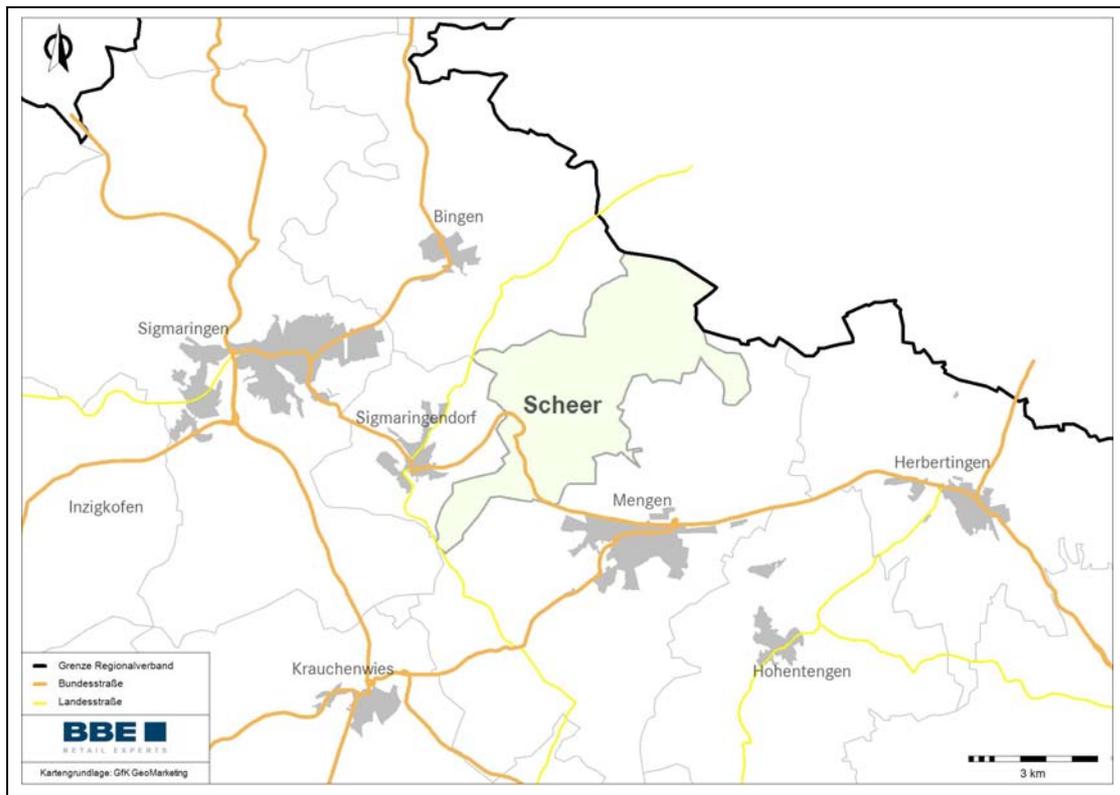
## 6.23 Sauldorf

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	2.186 Ew. 2.480 Ew. 2.572 Ew.
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt mit rd. 610 Ew. sowie fünf weitere, kleine ländlich geprägte Ortschaften mit jeweils rd. 220 bis 550 Ew. (Stand 31.12.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	636 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 448 Einpendler / 690 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 311 (Ulm - Tuttlingen) in rd. 7 km, B 313 (Reutlingen - Sigmaringen - Stockach) in rd. 5 km, Anschluss an Meßkirch in rd. 6,5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	13,1 Mio. € 13,8 Mio. €  96,60
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	0,6 Mio. € 4,6 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	130 m <sup>2</sup> 85 m <sup>2</sup> 45 m <sup>2</sup>  0,05 m <sup>2</sup> /Ew. 0,03 m <sup>2</sup> /Ew. 0,02 m <sup>2</sup> /Ew.

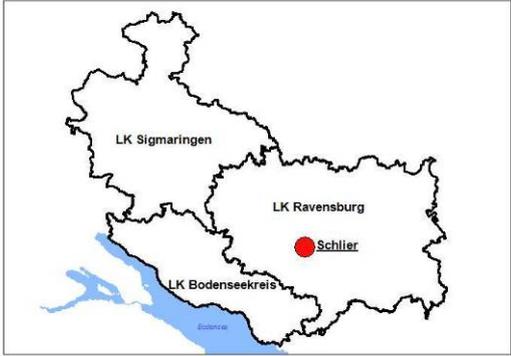


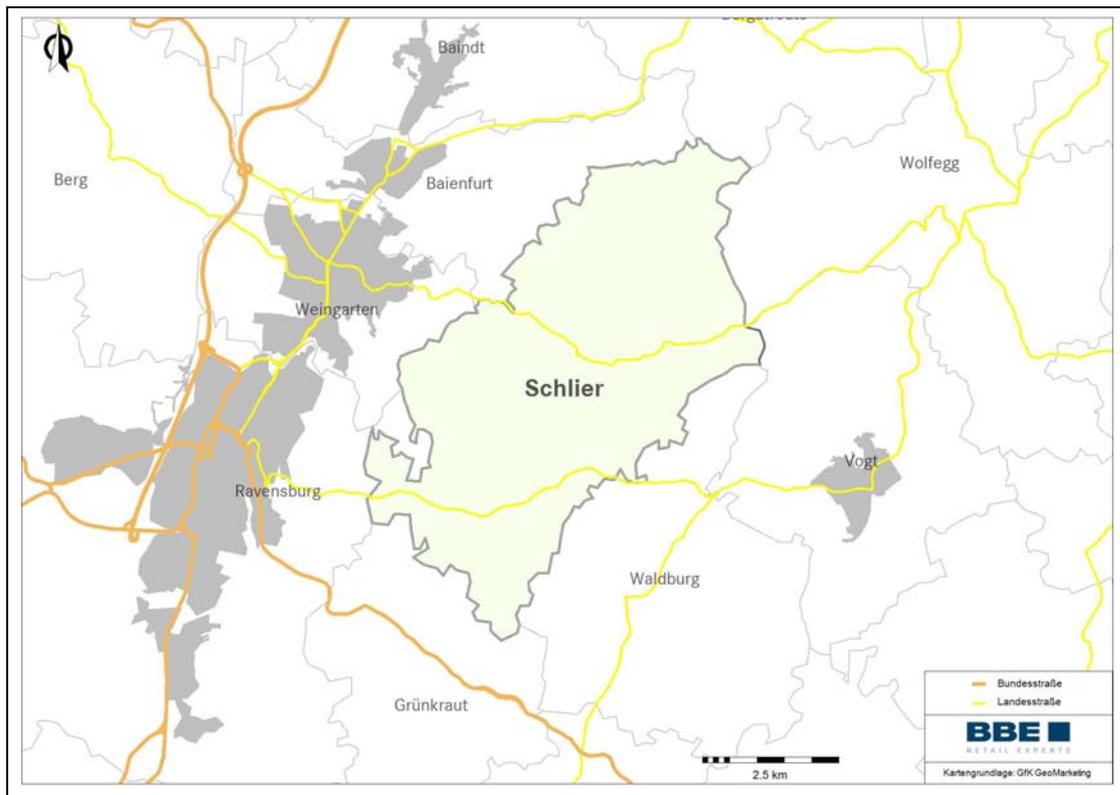
## 6.24 Scheer

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	2.577 Ew. 2.592 Ew. 2.495 Ew.
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt mit rd. 2.040 Ew. sowie weiterem, kleineren Siedlungskern mit rd. 550 Ew. (Stand 31.12.2007)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	565 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 433 Einpendler / 787 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen– Wangen i. A.), B 311 (Ulm – Sigmaringen – Tuttlingen) in rd. 4 km, Anschluss an Mengen in rd. 5 km, Sigmaringen in rd. 9 km  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Donautalbahn (Tuttlingen – Herbertingen – Ulm)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	13,3 Mio. € 13,8 Mio. €  94,47
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	6,5 Mio. € 49,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	1.745 m <sup>2</sup> 700 m <sup>2</sup> 1.045 m <sup>2</sup>  0,67 m <sup>2</sup> /Ew. 0,27 m <sup>2</sup> /Ew. 0,40 m <sup>2</sup> /Ew.



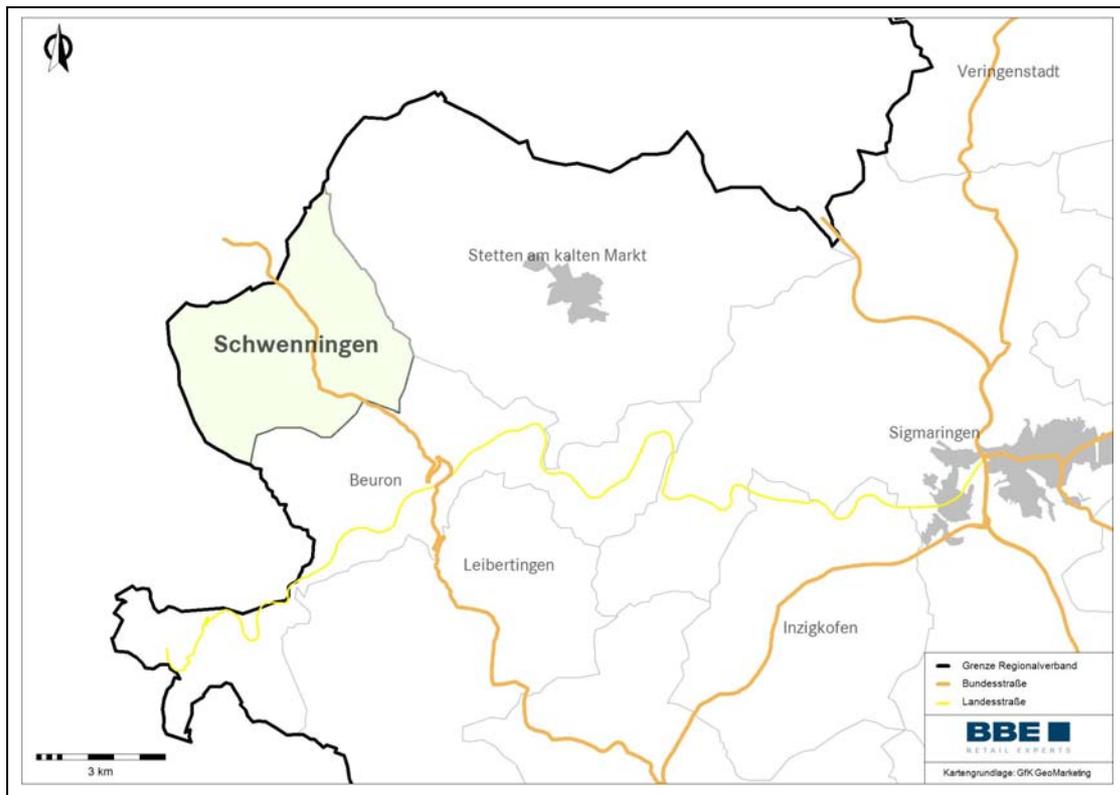
## 6.25 Schlier

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Ravensburg		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	3.272 Ew. 3.712 Ew. 3.646 Ew.
Siedlungsstruktur	Zwei Siedlungsschwerpunkte mit rd. 810 und 1.035 Ew. sowie 33 weitere, ländlich strukturierte Ortschaften	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	434 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 305 Einpendler / 1.084 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 30 (Ulm - Friedrichshafen) in rd. 5 km, B 32 (Hechingen - Ravensburg - Wangen i. A.), B 33 (Ravensburg - Meersburg) in rd. 9 km Über die L 325 Anschluss an Ravensburg in rd. 5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	20,6 Mio. € 21,3 Mio. €  101,92
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	1,3 Mio. € 6,4 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	325 m <sup>2</sup> 180 m <sup>2</sup> 145 m <sup>2</sup>  0,09 m <sup>2</sup> /Ew. 0,05 m <sup>2</sup> /Ew. 0,04 m <sup>2</sup> /Ew.

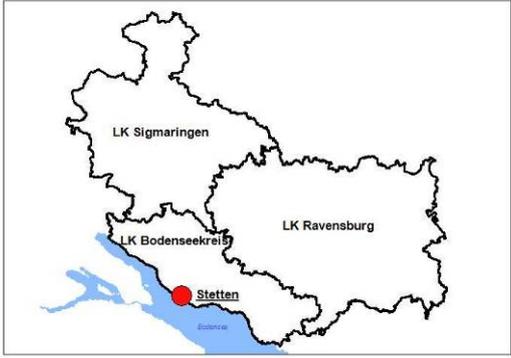


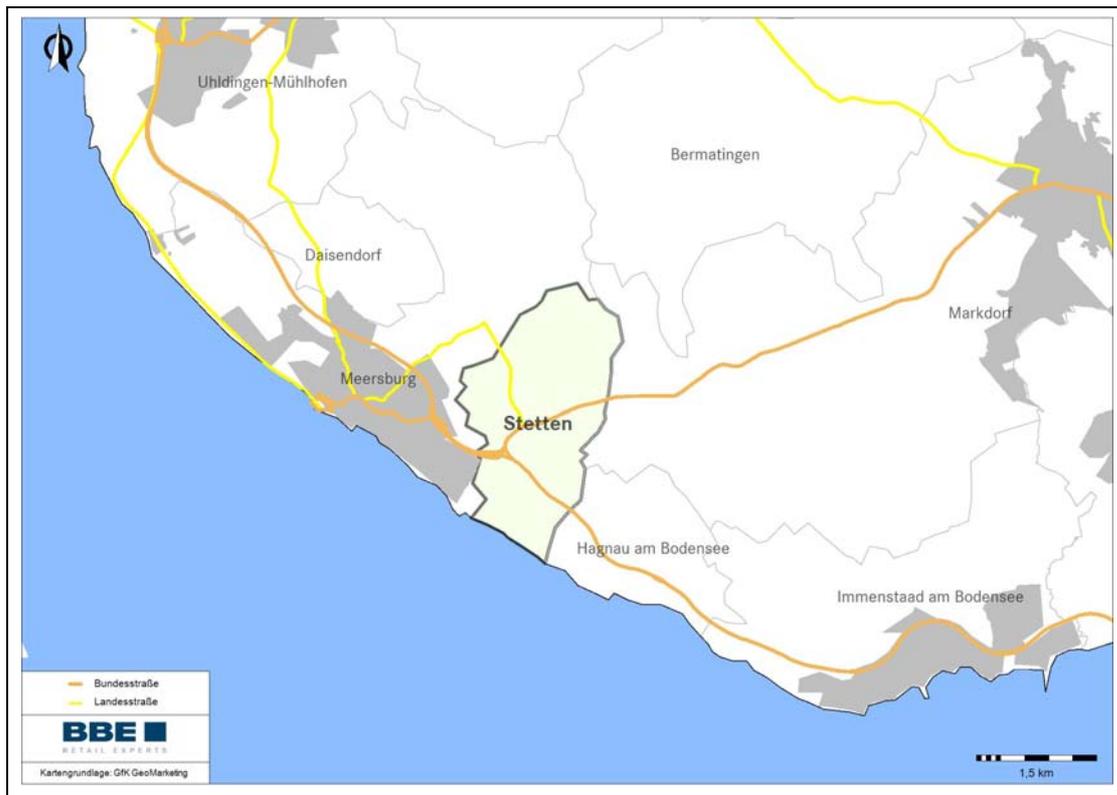
## 6.26 Schweningen

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	1.655 Ew. 1.523 Ew. 1.648 Ew.
Siedlungsstruktur	Ein Siedlungsschwerpunkt	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	240 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 149 Einpendler / 512 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 463 (Balingen - Sigmaringen) in rd. 15 km Über die L 218 Anschluss an Stetten a. k. M. in rd. 8 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	8,4 Mio. € 9,2 Mio. €  101,38
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	0,7 Mio. € 7,8 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	200 m <sup>2</sup> 65 m <sup>2</sup> 135 m <sup>2</sup>  0,13 m <sup>2</sup> /Ew. 0,04 m <sup>2</sup> /Ew. 0,09 m <sup>2</sup> /Ew.



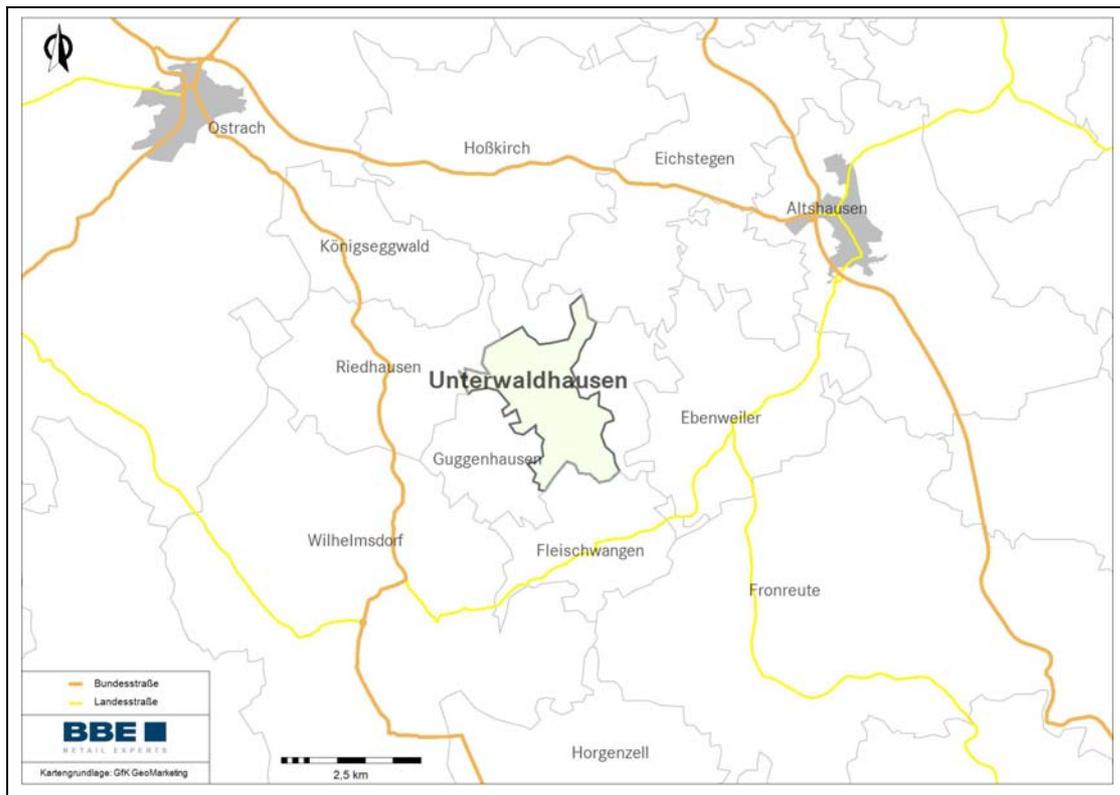
## 6.27 Stetten

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Bodenseekreis		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	918 Ew. 976 Ew. 879 Ew.
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt sowie weiterem, kleineren Siedlungskern	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	4.203 431
Sonstige relevante Strukturdaten	48 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 33 Einpendler / 313 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 31 (Stockach - Lindau), B 33 (Ravensburg - Meersburg), Anschluss an Meersburg in rd. 3 km, Immenstaad a. B. in rd. 7 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	6,0 Mio. € 6,0 Mio. €  112,74
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	5,1 Mio. € 85,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	2.290 m <sup>2</sup> 110 m <sup>2</sup> 2.180 m <sup>2</sup>  2,35 m <sup>2</sup> /Ew. 0,11 m <sup>2</sup> /Ew. 2,23 m <sup>2</sup> /Ew.



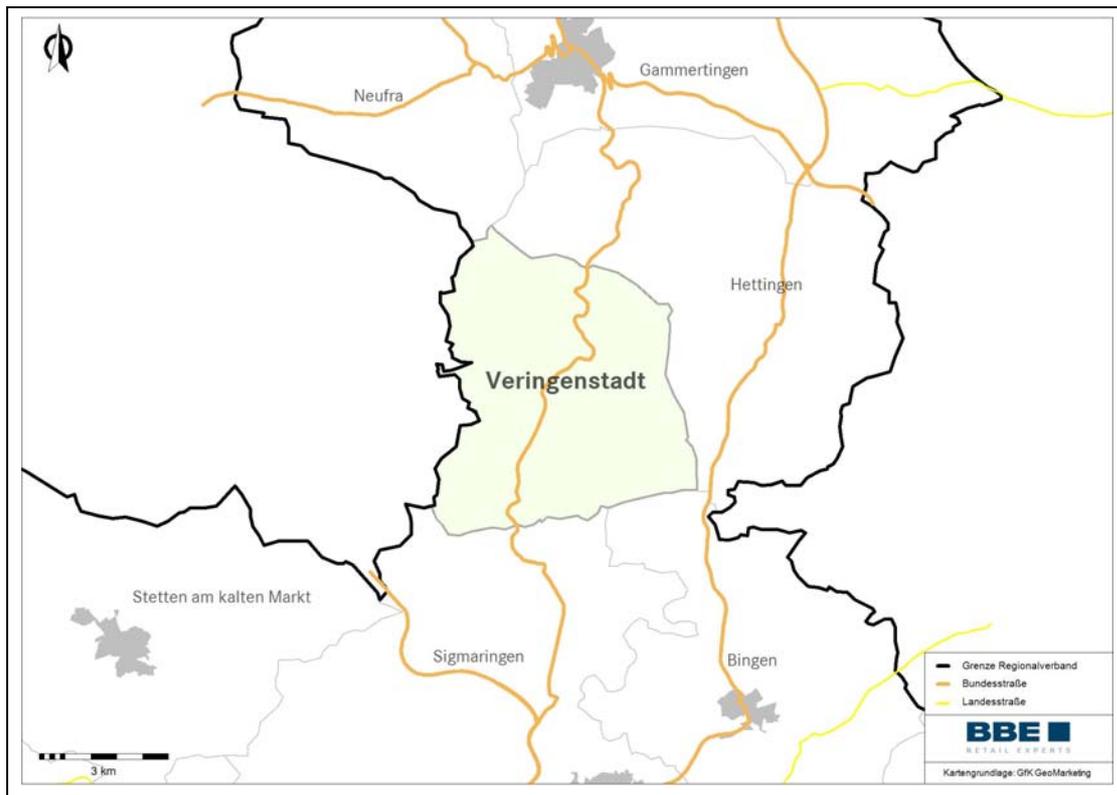
## 6.28 Unterwaldhausen

Keine Zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	239 Ew. 299 Ew. 331 Ew.
Siedlungsstruktur	Zwei Siedlungsschwerpunkte	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	6 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 3 Einpendler / 105 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Indirekter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Ravensburg – Wangen i. A.) in rd. 8km, Über die L 289 Anschluss an Wilhelmsdorf in rd. 6,5 km, Altshausen in rd. 8,5 km	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	1,5 Mio. € 1,7 Mio. €  93,59
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	0,0 Mio. € 0,0 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	0 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup> 0 m <sup>2</sup>  0,00 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew. 0,00 m <sup>2</sup> /Ew.



## 6.29 Veringenstadt

Keine zentralörtliche Bedeutung Landkreis Sigmaringen		
Bevölkerungsentwicklung	1990 2007 2025	2.220 Ew. 2.241 Ew. 2.271 Ew.
Siedlungsstruktur	Siedlungsschwerpunkt mit rd. 1.690 Ew. sowie zwei weitere, kleine, ländlich geprägte Ortschaften mit rd. 150 bzw. rd. 530 Ew. (Stand 31.03.2005)	
Fremdenverkehr/Tourismus/überregional bedeutsame touristische Einrichtungen	Übernachtungen (2007) Fremdenverkehrsintensität (2007) (Übernachtungen je 100 Ew.)	k.A. k.A.
Sonstige relevante Strukturdaten	352 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte 202 Einpendler / 651 Auspendler	
Verkehrsanbindung	Direkter Bundesstraßenanschluss an die B 32 (Hechingen – Sigmaringen – Wangen i .A.), B 313 (Reutlingen – Stockach), Anschluss an Gammertingen in rd. 11 km, Sigmaringen in rd. 14 km  Bahnhof: Anschluss an DB-Regionalverkehr, Zollern-Alb-Bahn 2 (Hechingen – Sigmaringen)	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	2008 2015 (Prognose)  Kaufkraftniveau	12,3 Mio. € 13,1 Mio. €  100,42
Umsatz und Zentralität	Umsatz (Prognose 2008) Umsatz-Kaufkraft-Relation	5,3 Mio. € 43,4 %
Einzelhandelsstruktur	Verkaufsfläche (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente  Arealität (2008) - Nahrungs- und Genussmittel - sonstige Sortimente	1.250 m <sup>2</sup> 355 m <sup>2</sup> 895 m <sup>2</sup>  0,56 m <sup>2</sup> /Ew. 0,16 m <sup>2</sup> /Ew. 0,40 m <sup>2</sup> /Ew.



---

*Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG erlaubt.*

---