

An aerial photograph of Singen, Germany, showing a dense residential area with red-tiled roofs and a railway line in the foreground. The image is partially obscured by a blue gradient overlay on the right side.

SINGEN



GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

## AKTUALISIERUNG EINZELHANDELSBESTAND DER STADT SINGEN (HOHENTWIEL)

---

Auftraggeber: Stadt Singen  
Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck  
Projektbearbeitung: Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüler  
M. Eng. Stadtplanung Arian Zekaj

Ludwigsburg, 22.03.2023

# VORBEMERKUNG

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

Für die Bearbeitung standen der GMA neben eigenen Daten und Erkenntnissen aus früheren GMA-Untersuchungen in Singen und im Umland auch Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg und der Stadt Singen sowie Kennzahlen des EHI, des Hahn-Verlags und der Michael Bauer Research GmbH zur Verfügung. Alle dem Gutachten zugrunde liegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in vorliegendem Dokument die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

# GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

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

Büro Ludwigsburg  
Hohenzollernstraße 14 - 71638 Ludwigsburg  
Tel 07141 9360 - 0 - info@gma.biz

**Geschäftsführerin: Birgitt Wachs**



# AUFGABENSTELLUNG

Die GMA hat zuletzt im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes (Verabschiedung durch den Gemeinderat 2020, Datenstand 2018) eine vollständige Erhebung des Einzelhandelsbesatzes in Singen vorgelegt.

Seitdem traten große interne und externe Einflüsse auf die Einzelhandelsentwicklung in Singen ein:

- /// Eröffnung des Einkaufs- und Dienstleistungszentrums CANO in der Singener Innenstadt
- /// Corona-Krise mit erheblichen Rückwirkungen, insbesondere auf den stationären Einzelhandel mit Nonfoodartikeln
- /// Wachsende Herausforderung für den stationären Einzelhandel durch Energiekrise und Inflation infolge des Ukrainekrieges.
- /// Weiteres Wachstum des Onlinehandels, was den Druck auf den stationären Einzelhandel - insbesondere die Innenstadtleitsortimente - nochmals verstärkt hat.

Die Stadt Singen hat sich bemüht, diesen Herausforderungen entgegen zu treten und die Einzelhändler der Innenstadt zu unterstützen, indem sie die konsequente Planungspolitik zum Schutz der Innenstadt, das Standortmarketing und die Maßnahmen zur Aufwertung des öffentlichen Raums in der Innenstadt fortgesetzt hat. Gleichwohl soll mit dieser erneuten Bestandsaufnahme überprüft werden, welche Veränderungen im Bestand sich ergeben haben.

Vor diesem Hintergrund sollen die wesentlichen Einzelhandelsdaten in der Gesamtstadt aktualisiert und in einen Vergleich mit den Daten 2018 gestellt werden (u. a. Bestandsdaten, Kaufkraft, Zentralität). Einen besonderen Schwerpunkt der Analyse stellen die zentralen Versorgungsbereiche dar; hierzu gehören die Einkaufsinnenstadt sowie die beiden im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Nahversorgungszentren in der Südstadt (Berliner Platz) und der Nordstadt (Bruderhofstraße / Remishofstraße).

Zusätzlich zum Einzelhandel werden in den zentralen Versorgungsbereichen auch die sonstigen Komplementärnutzungen in den Erdgeschosszonen dargestellt. So wird die Nutzungsvielfalt, Frequenz und Attraktivität in zentralen Lagen außer vom Einzelhandel auch durch Dienstleister, Kreditinstitute, Arztpraxen, Gastronomie, Freizeit- und Kulturbetriebe, öffentliche Einrichtungen, Bildungsbetriebe, medizinische und soziale Einrichtungen geprägt. Für die Innenstadt kann so ein Gesamtüberblick über die aktuelle Nutzungsstruktur erstellt und Angebotsschwerpunkte anschaulich dargestellt werden.

Als weiteres zentrales Thema soll in der Einkaufsinnenstadt die Entwicklung der Leerstände überprüft werden. Bisher hat die Leerstandsproblematik in Singen keine große Rolle gespielt, da Leerstände in der Innenstadt, insbesondere den Haupteinkaufslagen, meist schnell wieder belegt werden konnten und dauerhafte Leerstände eher selten blieben. Vor dem Hintergrund der o. g. Einflussfaktoren soll dargelegt werden, wie sich die Zahl der Leerstände entwickelt hat oder ob räumliche Schwerpunkte nachweisbar sind.

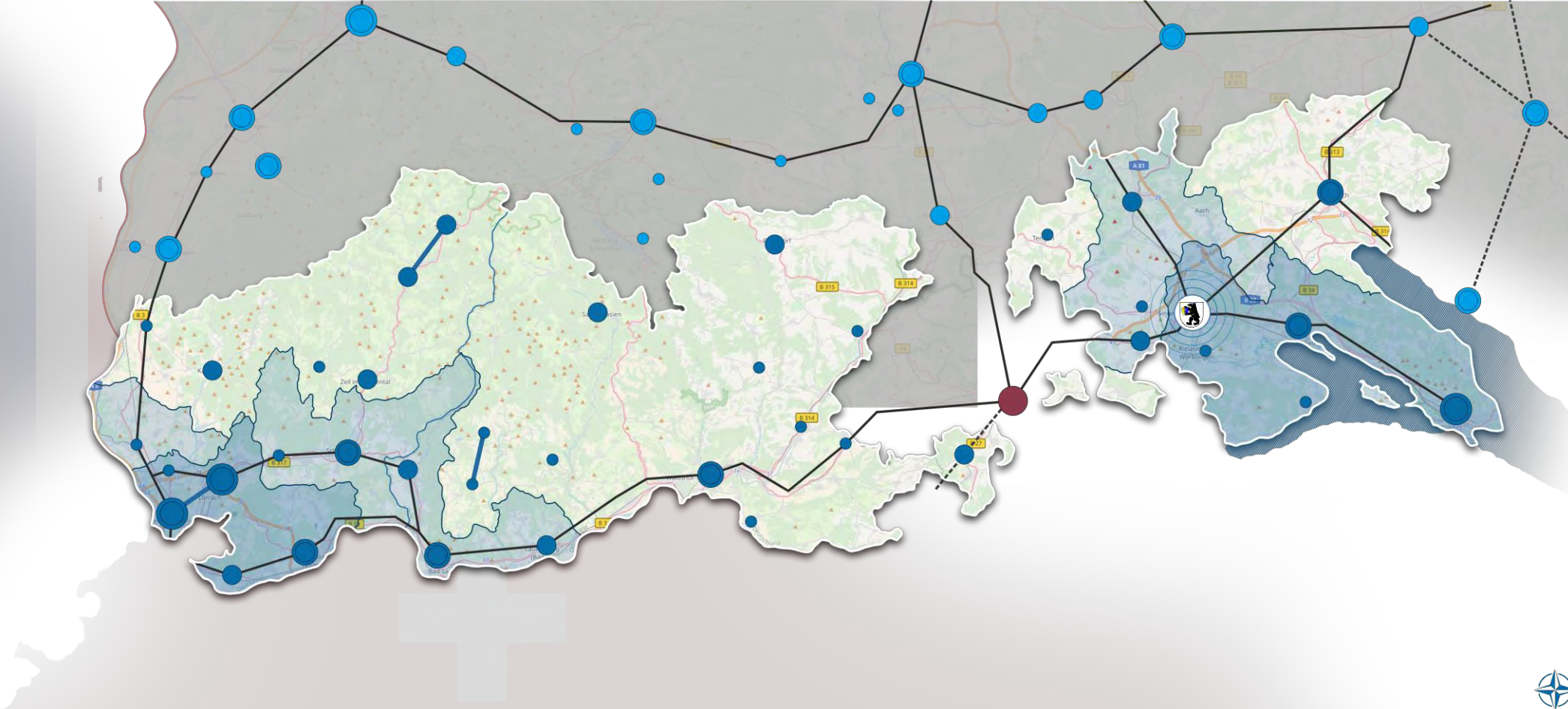
# ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUR STADT SINGEN

Kriterium	Daten Stadt Singen	Daten Landkreis Konstanz
1 Bevölkerung (31.12.2021)	48.587	288.097
2 Bevölkerungsentwicklung (2010 - 2021)	+ 8,2 %	+ 3,3 %
3 Bevölkerungsvorausrechnung (2040)	49.675 (+ 2,2 %)	293.656 (+ 1,9 %)
4 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (2018 und 2021)	26.795 / 26.621	102.460 / 105.090
5 Entwicklung Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (2010 - 2021)	+ 16,5 %	+ 24,7 %
6 Arbeitslosenquote (März 2022)	2,6 %	1,9 %
7 Ein- und Auspendler (2021)	16.838 / 9.068	15.613 / 18.940
8 Pendlersaldo (2021)	+ 7.770	- 3.327
9 Touristische Übernachtungen (2021)	101.381	2.162.162
10 Entwicklung touristische Übernachtungen (2010 - 2019)	+ 50,3 %	+ 48,4 %









Quelle: alle Daten Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

# ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUR STADT SINGEN

Zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum (Region Hochrhein-Bodensee)



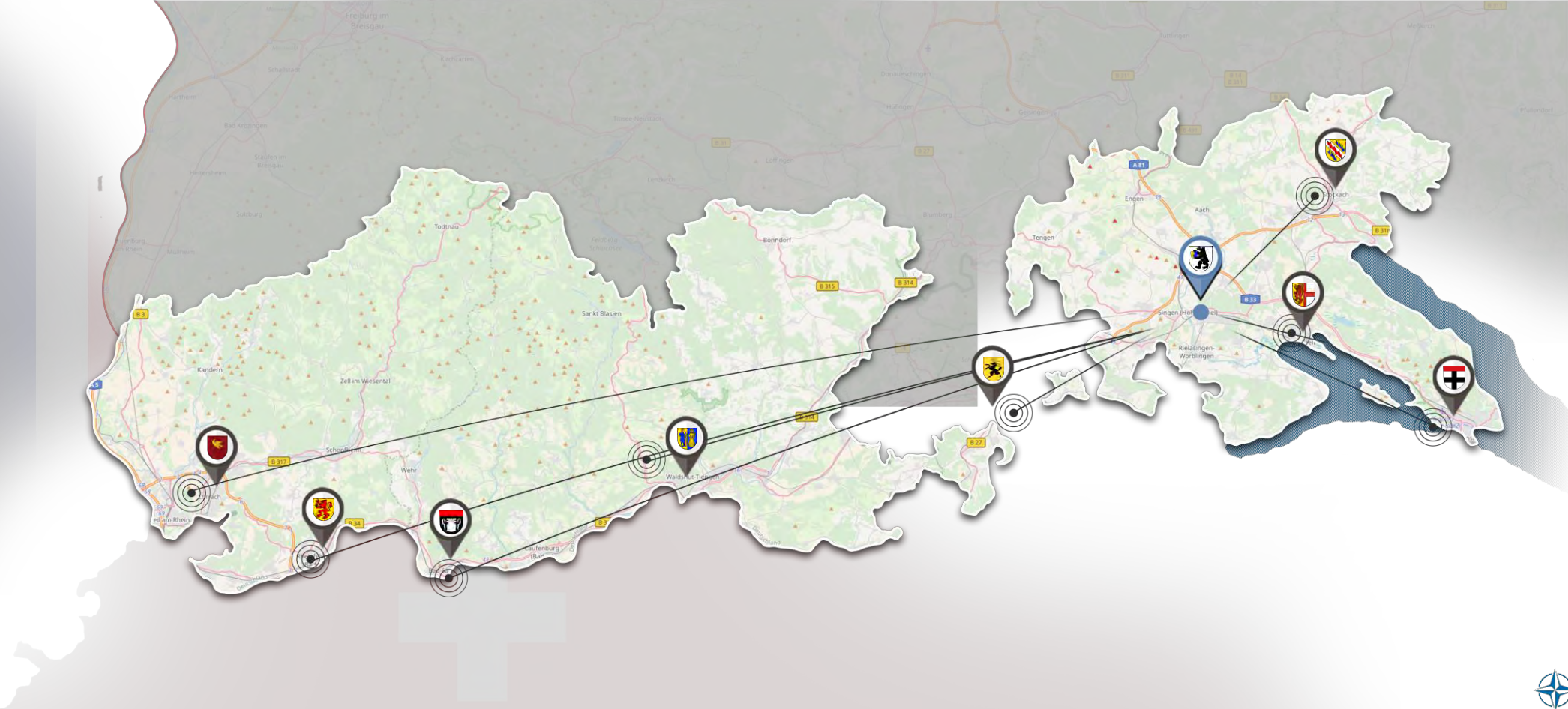
Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

 Oberzentrum	 Unterzentrum	 Doppelzentrum	 Verdichtungsraum	 Bodensee
 Mittelzentrum	 Kleinzentrum	 Landesentwicklungssachse	 Randzone um den Verdichtungsraum	 Schweiz







# ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUR STADT SINGEN

Lage im Raum - Entfernungsangaben per Luftlinie km (Region Hochrhein-Bodensee)



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

-  **Stadt Lörrach**  
ca. 90 km Entfernung,  
ca. 1 h 49 min Pkw-Fahrzeit
-  **Stadt Rheinfeld (Baden)**  
ca. 84 km Entfernung,  
ca. 1 h 31 min Pkw-Fahrzeit

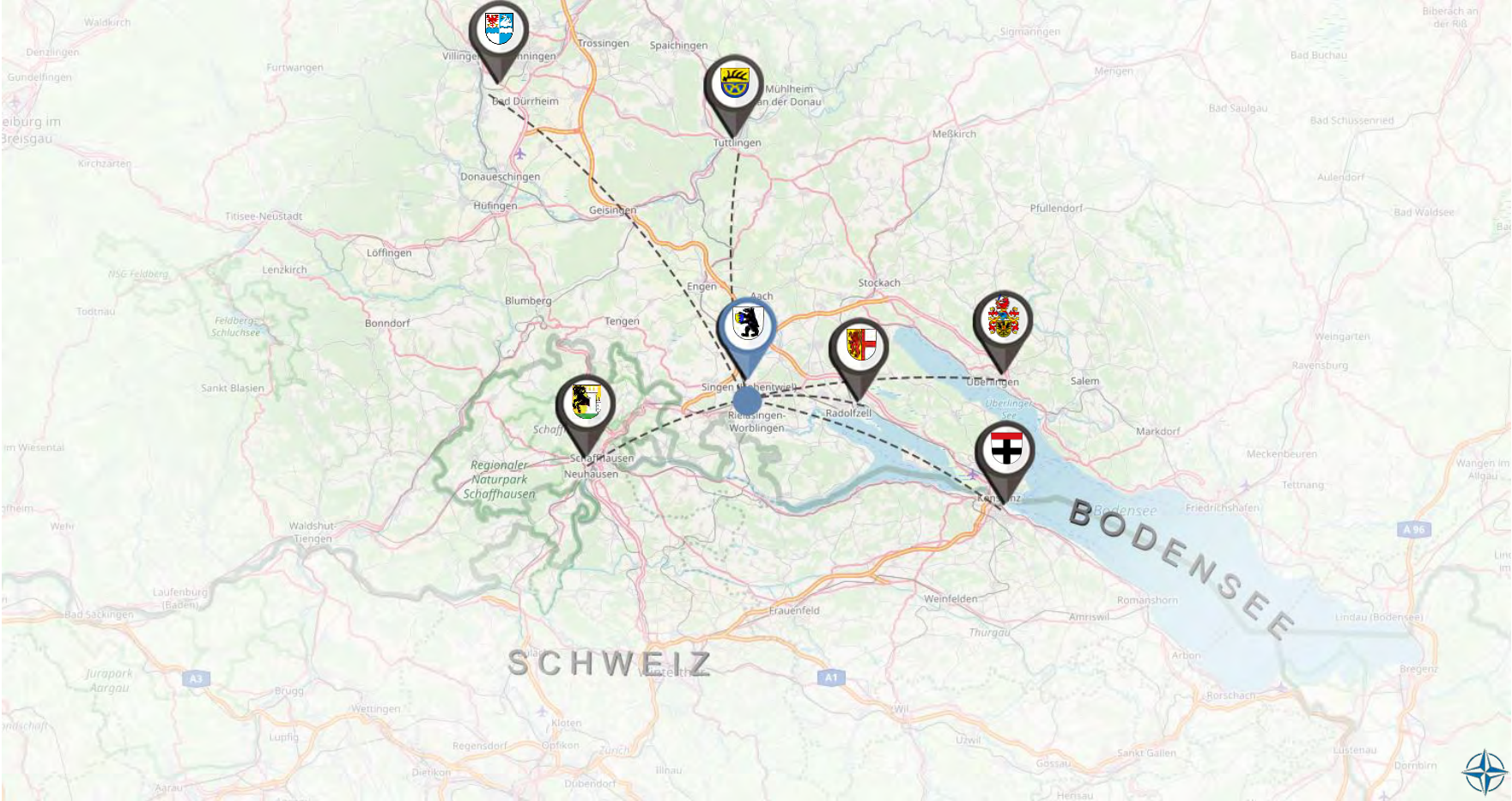
-  **Stadt Waldshut-Tiengen**  
ca. 48 km Entfernung,  
ca. 53 min Pkw-Fahrzeit
-  **Stadt Bad Säckingen**  
ca. 73 km Entfernung,  
ca. 1 h 25 min Pkw-Fahrzeit

-  **Stadt Schaffhausen**  
ca. 17 km Entfernung,  
ca. 25 min Pkw-Fahrzeit
-  **Stadt Radolfzell**  
ca. 8 km Entfernung,  
ca. 16 min Pkw-Fahrzeit

-  **Stadt Konstanz**  
ca. 24 km Entfernung,  
ca. 26 min Pkw-Fahrzeit
-  **Stadt Stockach**  
ca. 14 km Entfernung,  
ca. 21 min Pkw-Fahrzeit

# ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUR STADT SINGEN

Lage im Raum - Entfernungsangaben per Luftlinie km zu den nächstgelegenen relevanten Einkaufsstandorten in der Region



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

-  **Stadt Radolfzell**  
ca. 8 km Entfernung,  
ca. 16 min Pkw-Fahrzeit
-  **Stadt Konstanz**  
ca. 24 km Entfernung,  
ca. 26 min Pkw-Fahrzeit

-  **Stadt Überlingen**  
ca. 26 km Entfernung,  
ca. 27 min Pkw-Fahrzeit
-  **Stadt Schaffhausen**  
ca. 17 km Entfernung,  
ca. 25 min Pkw-Fahrzeit

-  **Stadt Tuttlingen**  
ca. 18 km Entfernung,  
ca. 40 min Pkw-Fahrzeit
-  **Stadt Villingen-Schwenningen**  
ca. 35 km Entfernung,  
ca. 38 min Pkw-Fahrzeit



# ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUR STADT SINGEN



**Lage und zentralörtliche Funktion:** Die Stadt Singen am Hohentwiel liegt zentral im Raum westlicher Bodensee / Hegau / Hochrhein / Südos Schwarzwald / Klettgau und ist mit aktuell rund 48.600 Einwohnern die zweitgrößte Stadt im Landkreis Konstanz. Besonderheit ist die Nähe zur Schweiz, deren Grenze rund 6 – 8 km entfernt liegt. In der Region Hochrhein-Bodensee fungiert Singen als Mittelzentrum im Verdichtungsraum Bodenseeraum. Damit obliegt der Stadt die Vorhaltung eines vielfältigen Angebots an Arbeitsplätzen, höherwertigen Einrichtungen und vielseitigen Einkaufsmöglichkeiten für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs, auch für den gehobenen, spezialisierten Bedarf.



**Siedlungsstruktur:** Die Siedlungsstruktur Singens besteht aus der Kernstadt (mit insgesamt acht Stadtteilen), auf die ca. 82 % des Bevölkerungsaufkommens entfällt, sowie aus sechs weiteren Ortsteilen (Hausen, Schlatt, Beuren, Friedingen, Überlingen und Bohlingen), welche abgesetzt von der Kernstadt liegen und vorwiegend ländlich geprägt sind (vgl. Karte S. 9). Einwohnerschwerpunkte sind die Nordstadt, die Südstadt und die Innenstadt, wobei die Nordstadt und die Innenstadt zuletzt ein beträchtliches Einwohnerwachstum aufwiesen.



**Verkehr:** Die sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit wird durch folgende Straßen gewährleistet: A81 (Stuttgart – Singen – Gottmadingen – Übergang zur N15 nach Schaffhausen, dort zur A4 nach Winterthur und Zürich), A98 (Singen – Stockach – Übergang zur B31n nach Friedrichshafen / Lindau), B33 (AK Hegau – Radolfzell – Konstanz), B34 (Waldshut-Tiengen – Schaffhausen – Singen – Radolfzell – Ludwigshafen/B.), B314 (Lauchringen – Blumberg – Singen) sowie diverse Landes- und Kreisstraßen aus dem Umland. Im Fern- und Regionalbahnnetz stellt der Singener Hauptbahnhof den wichtigsten Knotenpunkt in der Region dar.



**Bevölkerung:** Die positive Bevölkerungsentwicklung in Singen spiegelt neben der bevorzugten Lage im prosperierenden Bodenseeraum auch die wirtschaftliche Stärke und mittelzentrale Bedeutung der Stadt wieder. Im Zeitraum von 2010 bis 2021 verzeichnete die Stadt eine steigende Bevölkerungsentwicklung von ca. 8,2 %. Das Statistische Landesamt Baden-Württemberg geht in seiner Prognose bis in das Jahr 2040 von weiteren Bevölkerungszunahmen aus (Hauptvariante 49.675 Einwohner, ca. + 2,2 %).



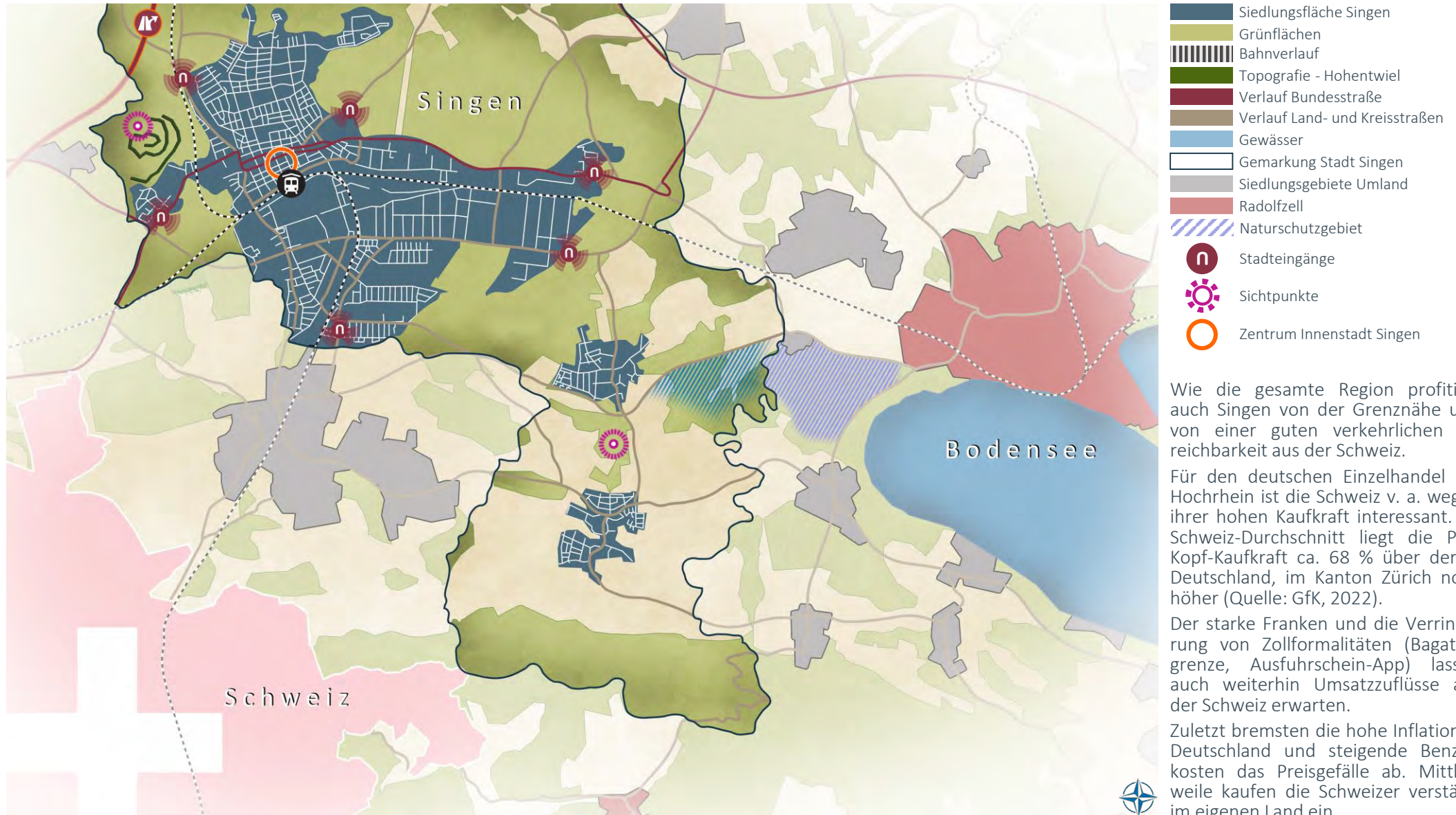
**Wirtschaftsstruktur:** Singen ist nach Konstanz zweitgrößter Arbeitsort im Landkreis mit derzeit 26.621 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Damit weist Singen in den letzten 10 Jahren ein starkes Beschäftigungswachstum von rd. 16,5 % auf. Die meisten Beschäftigten arbeiten im Bereich Sonstige Dienstleistungen (rd. 42 %), gefolgt vom Produzierenden Gewerbe (rd. 34 %) und dem Bereich Handel / Verkehr / Gastgewerbe (rd. 24 % der Beschäftigten). Die Wirtschaftsstruktur wird von Großbetrieben (u. a. Industrie, Klinikum, Behörden) und vielen mittelständischen Unternehmen geprägt. Der Pendlersaldo ist deutlich positiv (aktuell 16.838 Einpendler, 9.068 Auspendler).

Quelle: alle Daten Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand 2021



# ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUR STADT SINGEN

Lage von Singen im Raum - Verknüpfung mit der Schweiz und Bodensee



Wie die gesamte Region profitiert auch Singen von der Grenznähe und von einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit aus der Schweiz.

Für den deutschen Einzelhandel am Hochrhein ist die Schweiz v. a. wegen ihrer hohen Kaufkraft interessant. Im Schweiz-Durchschnitt liegt die Pro-Kopf-Kaufkraft ca. 68 % über der in Deutschland, im Kanton Zürich noch höher (Quelle: GfK, 2022).

Der starke Franken und die Verringerung von Zollformalitäten (Bagatellgrenze, Ausfuhrschein-App) lassen auch weiterhin Umsatzzuflüsse aus der Schweiz erwarten.

Zuletzt bremsen die hohe Inflation in Deutschland und steigende Benzin-kosten das Preisgefälle ab. Mittlerweile kaufen die Schweizer verstärkt im eigenen Land ein.

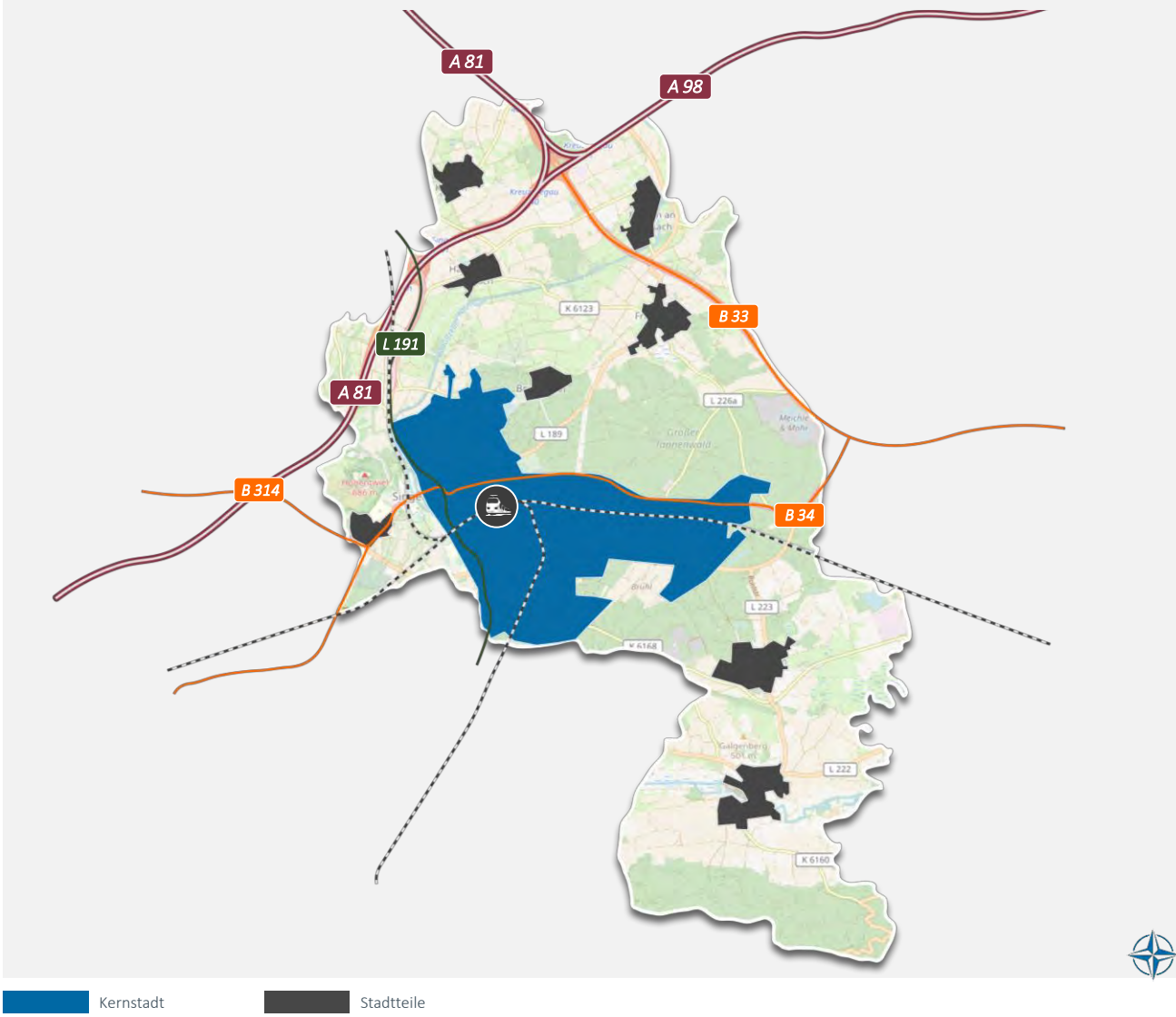
Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZUR STADT SINGEN

## Standorteigenschaften der Singener Stadtteile <sup>1</sup>

	<b>Kernstadt</b> Einwohner: 40.506
	<b>Hausen</b> Einwohner: 886 Entfernung Zentrum: 3,6 km
	<b>Schlatt unter Krähen</b> Einwohner: 1.065 Entfernung Zentrum: 5,2 km
	<b>Beuren an der Aach</b> Einwohner: 1.527 Entfernung Zentrum: 5,0 km
	<b>Friedingen</b> Einwohner: 1.532 Entfernung Zentrum: 4,0 km
	<b>Überlingen am Ried</b> Einwohner: 1.773 Entfernung Zentrum: 4,9 km
	<b>Bohlingen</b> Einwohner: 1.935 Entfernung Zentrum: 6,3 km

## Siedlungsstruktur der Stadt Singen



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung  
<sup>1</sup>Quelle: alle Daten Stadt Singen, Stand: Juni 2022

# ZUSAMMENFASSUNG DER RAHMENBEDINGUNGEN IN SINGEN

## Stärken- und Schwächenprofil der Stadt Singen



- strategisch günstige Scharnierlage zwischen Bodensee und Schweiz
- sehr gute inner- und überregionale Erreichbarkeit
- hohes und wachsendes Bevölkerungsaufkommen in der Stadt
- zentraler Arbeits- und Ausbildungsort im LK Konstanz mit zunehmender Beschäftigung und sehr hohem Einpendlerüberschuss
- hohe Umsatzzuflüsse aus dem dt. Umland und der Schweiz
- regional bekannte Einzelhandelsmagneten
- attraktive Angebotsbündelung in der Innenstadt (u. a. CANO)
- Einzelhandelskonzept, engagierte Wirtschaftsförderung, professionelles Standortmarketing mit bekannten Events



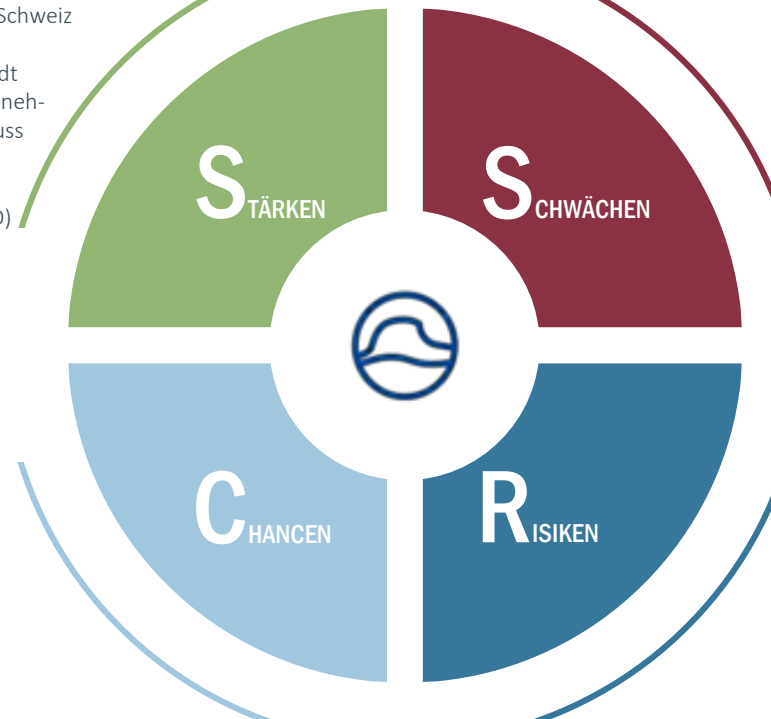
- relativ niedriges Kaufkraftniveau in Singen selbst
- gewisse Abhängigkeit vom Potenzialraum Schweiz
- Nahversorgungsstruktur weist nach wie vor Ergänzungsbedarf auf, insbesondere in der Nordstadt
- in den Randbereichen der Innenstadt teilweise noch Sanierungsbedarf erkennbar



- dynamischer Wirtschaftsstandort mit leistungsstarken Großbetrieben und breiter Branchenstruktur
- gutes Gesundheitsangebot (Klinik, Ärzte, Therapeuten)
- Modernisierung des Einzelhandelsbesatzes durch CANO
- Ausbau des Angebotes an attraktivem Wohnraum (auch in der Innenstadt) stärkt die örtliche Nachfrage
- städttebauliche Aufwertung der Innenstadt als urbaner Lebensraum
- verstärkte Ansprache von Touristen aus dem Bodenseegebiet möglich (Tourismus-Infrastruktur im Aufbau)



- Abhängigkeit von Schweizer Kunden und damit verbundenen Unwägbarkeiten (Wechselkurs, Zollformalitäten usw.)
- Weitere Umsatzrückgänge in der Bekleidungsbranche
- steigende Kosten für Energie, Arbeitskräfte, Roh- und Hilfsstoffe gefährden Nachfrage und Gewinnsituation
- steigendes Preisniveau am Immobilien- und Wohnungsmarkt
- Abhängigkeit von überregionalen/internationalen Konzernen
- Fachkräftemangel in allen Branchen
- geringes Angebot an Gewerbeflächen (auch im Handel)
- Konkurrenz durch Onlinehandel

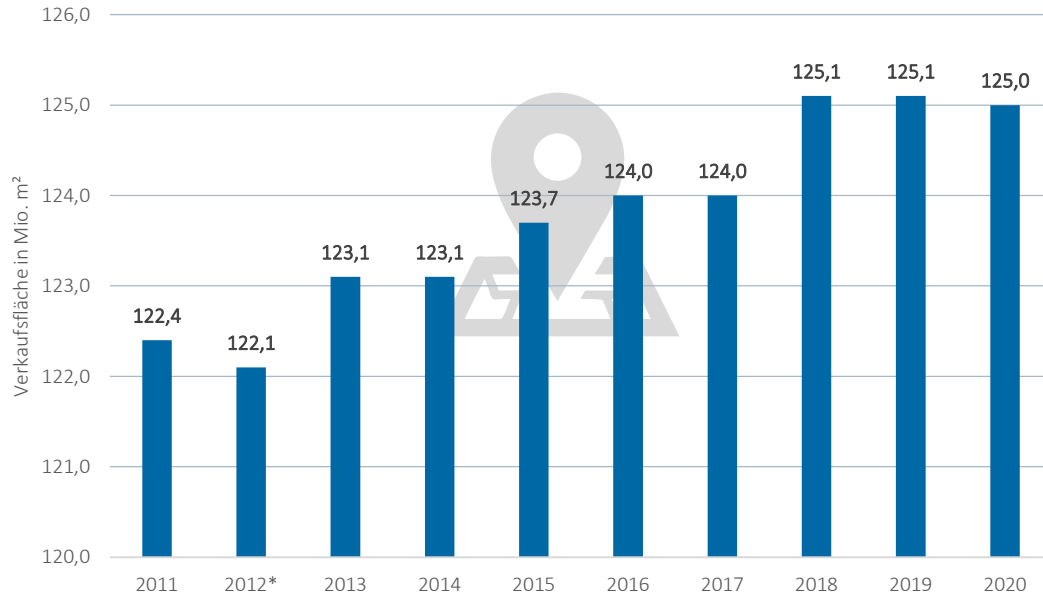




# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Die hohe Dynamik im Einzelhandel mit sich wandelnden Konsummustern und Flächenbedarfen hält an. Bisher erzielt der stationäre Einzelhandel in Deutschland noch Umsatzzuwächse, wenngleich in abnehmendem Umfang. Dies war in den letzten Jahren auch für Singen festzuhalten. Wie auch in anderen Städten stieg die Gesamtzahl der Verkaufsflächen, während die Zahl der Betriebe – auch in Folge der Entwicklung des Onlinehandels sowie zuletzt der Corona-Pandemie - zurückging.

Entwicklung der Verkaufsflächen im deutschen Einzelhandel (2011 - 2020)

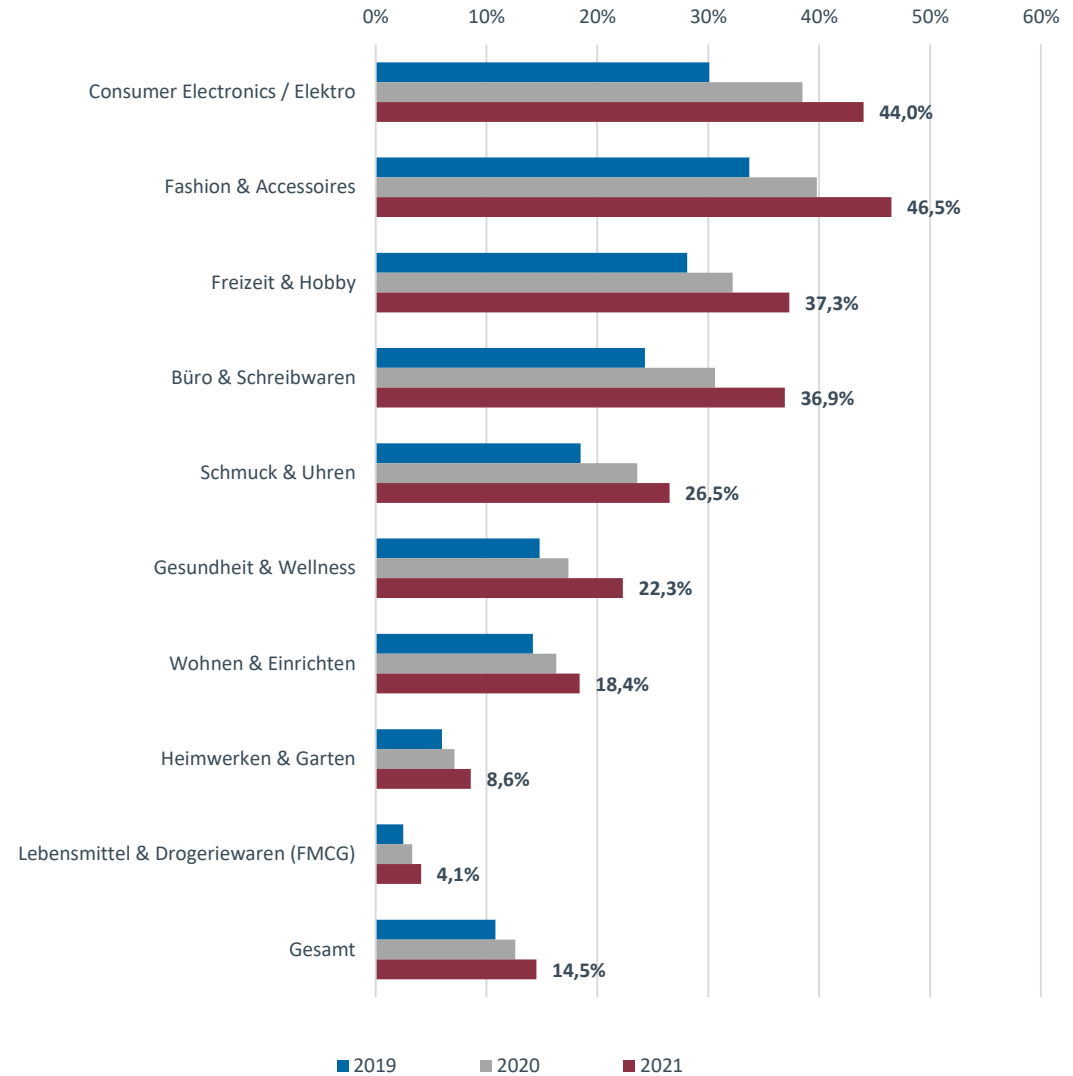


Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datenbasis des Europäischen Handelsinstitutes Köln (EHI 2021)

\* bereinigt um Schlecker-Filialschließungen

Die große Herausforderung der lokalen Einzelhandelsentwicklung liegt bei der Prognose der zu erwartenden Entwicklung des Onlinehandels. Dieser könnte auch die Umsatzzuflüsse aus der Schweiz gefährden. Die zentrale Frage lautet dabei, wie die für die Zentren wichtigen innenstadtrelevanten Sortimente, die relativ stark vom Onlinehandel bedient werden, auch stationär gesichert werden können.

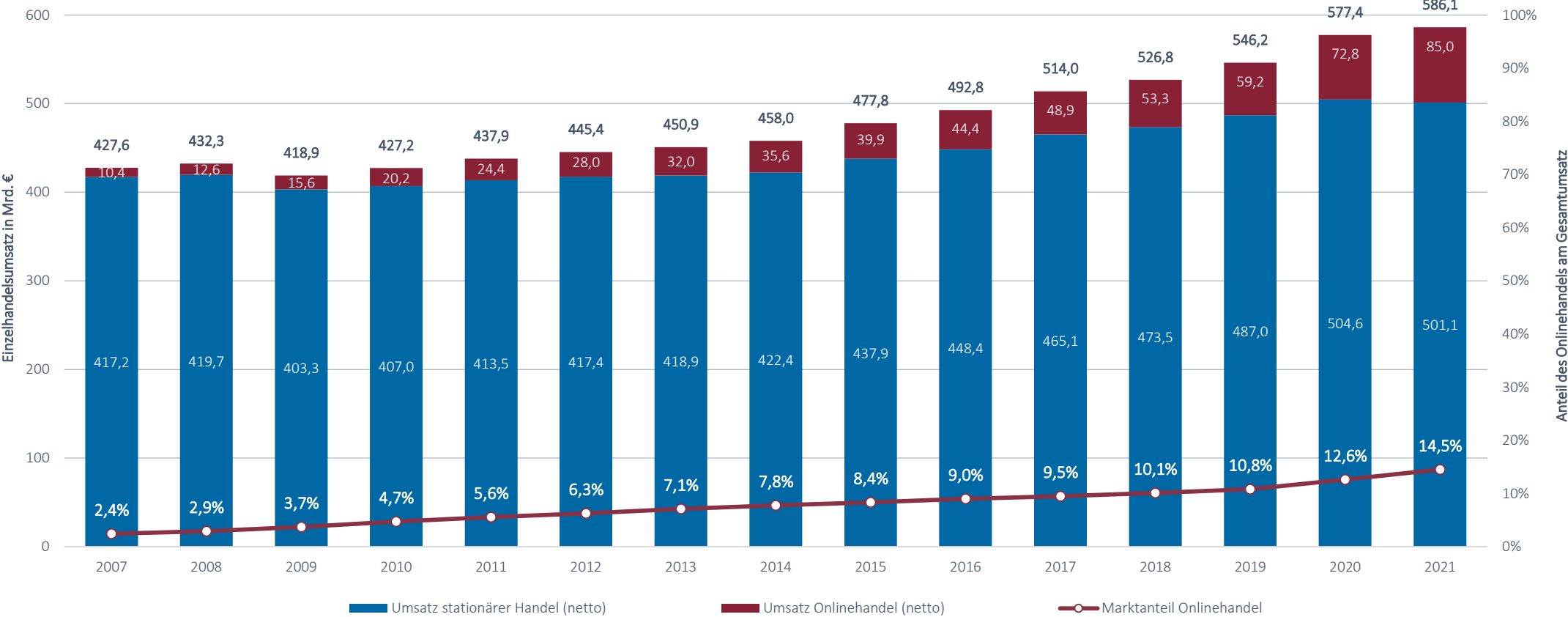
Entwicklung des Onlinehandels in Deutschland nach Branchengruppen (Anteil vom Gesamtumsatz)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datenbasis nach bevh 2021, EHI 2022

# WACHSENDE MARKTANTEILE DES ONLINEHANDELS

Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels- und Onlinehandels in Deutschland (2007 – 2021)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datenbasis von Statista

Nach wie vor steigt die Marktbedeutung des Onlinehandels gegenüber dem stationären Einzelhandel in Deutschland. Konnte der Onlinehandel bis 2019 jährlich noch etwa ein halbes Prozent zum Vorjahr zulegen, stieg der Onlinemarktanteil von 2019 auf 2020 (+ 1,8 %) und von 2020 auf 2021 (+ 1,9 %) vergleichsweise sprunghaft an. Zurückzuführen ist dies auf die Corona-Pandemie mit den damit verbundenen Einschränkungen bzgl. des Vor-Ort-Einkaufs (Lockdowns, Ladenschließungen, Zugangsbeschränkungen).

abschließend beurteilt werden. Mit der hohen Technikaffinität der nachwachsenden Generationen („Digital Natives“) ist jedoch perspektivisch mit einer verstärkten Nutzung des Onlinehandels zu rechnen, insbesondere für den Kauf solcher Waren, die relativ preiswert und sicher verschickt werden können und keine besonderen Frische-Herausforderungen stellen.

# NUTZUNGSVERSCHIEBUNGEN UND VERÄNDERTE KONSUMGEWOHNHEITEN

## Nutzungsverschiebungen in den Innenstädten

An sehr vielen Standorten in Deutschland sind aktuell Mietpreistrückgänge zu verzeichnen, auch bereits „vor Corona“.<sup>1</sup>

Dennoch wird der stationäre Einzelhandel auch mittelfristig der wichtigste Einkaufskanal bleiben. Zu erwarten sind deutliche Verschiebungen zwischen den Sortimenten des Einzelhandels: erfolgten vor zehn Jahren noch über 70 % der Neuvermietungen im Textil- und Schuheinzelhandel, nimmt dieses Segment mittlerweile nur noch einen nachgeordneten Stellenwert ein. An die erste Stelle bei Neuvermietungen ist vielerorts die Gastronomie mit nahezu knapp 20 % getreten.<sup>2</sup>

Die zunehmende Nutzungssegmentierung und -verschiebung birgt nur auf den ersten Blick eine Gefahr für die Weiterentwicklung innerstädtischer Einzelhandelslagen. Bei näherer Betrachtung stellen diese strukturellen Veränderungen Chancen für eine Attraktivitätssteigerung der langjährig monostrukturierten innerstädtischen Lagen durch Nutzungsdurchmischung dar. Diese Chancen können mit einer aktiven Begleitung des Strukturwandels positiv genutzt werden („*change management*“).

Gleichzeitig ist die Nahversorgung ein wesentlicher Treiber der Einzelhandels- und Umsatzentwicklung. Bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs (insbesondere Frischeartikeln) nimmt der Onlinehandel bisher nur geringe Marktanteile ein. Jedoch werden an attraktive Grund- und Nahversorgungsstandorte hohe funktionale und emotionale Anforderungen gestellt. Einer wohnortnahen Grundversorgung kommt vor dem Hintergrund der zentralen stadtentwicklungspolitischen Ziele einer „Stadt der kurzen Wege“ und „Verkehrsmengenreduzierung“ eine hohe Bedeutung zu.

## Veränderte Konsumgewohnheiten

Diskussionen zur Handelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren durch den Gegensatz von „Grüne Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit der Jahrtausendwende bestimmt die Digitalisierung die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels.

Umsatzsteigerungen im Einzelhandel waren zuletzt kein Garant mehr für Flächenwachstum im stationären Handel, da ein großer Teil des Umsatzes auf den Onlinehandel entfiel. Viele Handelsunternehmen unterscheiden auch nicht mehr zwischen stationär und online und sprechen mit Multi-Channel-Konzepten einen „hybriden“ Kunden an, für den „online“ und „offline“ attraktive Absatzkanäle darstellen.

### Konsumententrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



Quelle: GMA 2023 - eigene Darstellung

<sup>1</sup> vgl. hierzu COMFORT High Streets Report 2020

<sup>2</sup> ebd.

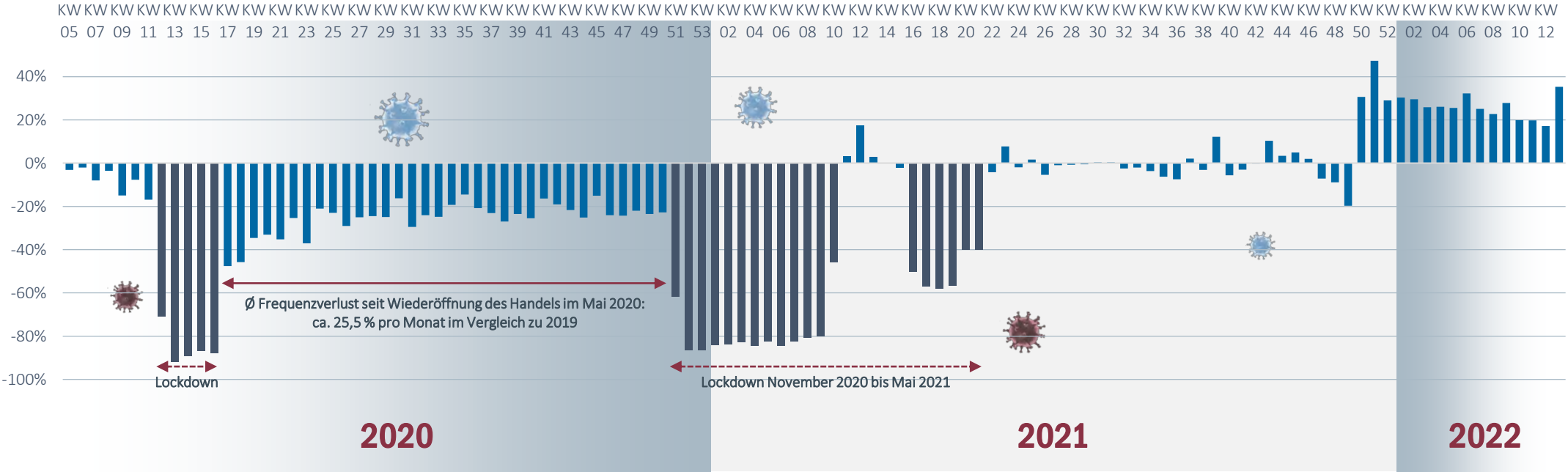


# RÜCKGANG DER FLÄCHENNACHFRAGE AUCH DURCH CORONA

Die Corona-Pandemie verstärkte auch die rückläufige Flächennachfrage im stationären Einzelhandel. Verschiedene Wirtschaftsinstitute, so der Handelsverband Deutschland (HDE) und das Institut für Handelsforschung (IFH), erwarten ein Ausscheiden vieler Betriebe infolge der wirtschaftlichen Belastungen durch die mit der Corona-Krise verbundenen Beschränkungen bzw. durch die Energiekrise und Inflation infolge des Ukraine-Krieges. Gefährdet sind vor allem innenstadtrelevante Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel sowie die Elektrobranche (v. a. Unterhaltungselektronik); diese Warengruppen sind schon heute einer deutlichen Online-Affinität unterworfen. Deutlich werden die bisherigen Auswirkungen der Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen durch verringerte Besucherfrequenzen bei den untersuchten Händlern. So wird sich das Bild der klassischen Innenstadtsortimente zukünftig wandeln, mit der Folge eines zu erwartenden Abschmelzungsprozesses bei der Verkaufsflächennachfrage durch den Handel.

Dies birgt jedoch die Chance, vermehrt andere Nutzungen in die Innenstädte zu bringen. Denkbar sind vor allem Nutzungsverschiebungen in Richtung Wohnen und Arbeiten sowie Raum für experimentelle Ansätze. Als zielführend werden dabei integrierte Handlungsansätze eingeschätzt, die neben klassischen Themenfeldern wie der Stadt-sanierung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität (und damit auch der Verweildauer und der Frequenz) auch Akteursnetzwerke umfassen, die die Stadtnutzer (Eigentümer, Mieter, Kunden, Politik, Verwaltung) zusammenbringen (z. B. Runde Tische, Immobilienstammtisch). Angesichts dieser externen Herausforderungen muss sich insbesondere die Innenstadt auch in Zukunft darum bemühen, ihre Wettbewerbs- und Versorgungsposition zu erhalten, wo möglich auszubauen und unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten weiter zu entwickeln. Hier steht die Stadt bereits recht gut da und arbeitet fortlaufend weiter (z. B. durch das aktuelle Innenstadtentwicklungskonzept 2040).

Frequenzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland für das Jahr 2020 und 2021 (jeweils im Vergleich zum Vorjahr)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datenbasis von Statista 2020 bis 2022

# STATIONÄRER EINZELHANDEL AUCH ZUKÜNFTIG EINE FESTE SÄULE?

Einigkeit besteht darin, dass der digitale Handel als zusätzlicher Vertriebskanal seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Insbesondere zentrenrelevante Sortimente werden vergleichsweise stark vom Onlinehandel bedient (z. B. Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren). Aufgrund der technischen Entwicklungen (u. a. City-Logistik, taggleiche Belieferung) ist ein steigender Flächenbedarf für Lager und Logistik notwendig, während der Flächenbedarf des eigentlichen Einzelhandels tendenziell sinkt.

Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten:

- // Zentrale Innenstadtlagen und ausreichend große Einkaufszentren von Metropolen und Großstädten konnten lange eine anhaltende Flächennachfrage erzeugen. Dort ist die Grundlage für einen guten Branchenmix mit attraktiven Retail-Marken und ausgeprägten Synergien grundsätzlich vorhanden (z. B. Gastronomie und Freizeit). Relativiert wird diese Aussage vor dem Hintergrund der sich abzeichnenden Folgen durch die Corona-bedingten Schließungsmaßnahmen.
- // Eine differenzierte Betrachtung ist für Mittelstädte vorzunehmen. Hier sind die Herausforderungen durch den digitalen Wandel am deutlichsten nachzuvollziehen. Unter Einzelhandels Gesichtspunkten werden jenen Zentren die größten Entwicklungschancen zugesprochen, die es schaffen, ein umfassendes, freizeitorientiertes Angebot vorzuhalten (ähnlich wie in den Großstädten).
- // Die Handelsbedeutung von Kleinstädten wird bis auf wenige Ausnahmen (z. B. ausgeprägte Kultur-, Kur- oder Tourismusorte) deutlich zurückgehen und sich noch stärker auf die örtliche Nahversorgung (v. a. Lebensmittel- und Drogeriemärkte) konzentrieren. Dies wiederum stärkt die Chancen von attraktiven Mittel- und Großstädten, sich als Zielorte für den Shopping-Tagestourismus zu profilieren.

## Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



zentrale Lagen von Großstädten  
fun-shopping



Mittelstädte mit besonderen Stärken (z. B. Tourismus, Kultur)  
fun-shopping



Nahversorgungslagen aller Stadtgrößen  
run-shopping



unprofilerte, mittelmäßige Mittelstädte



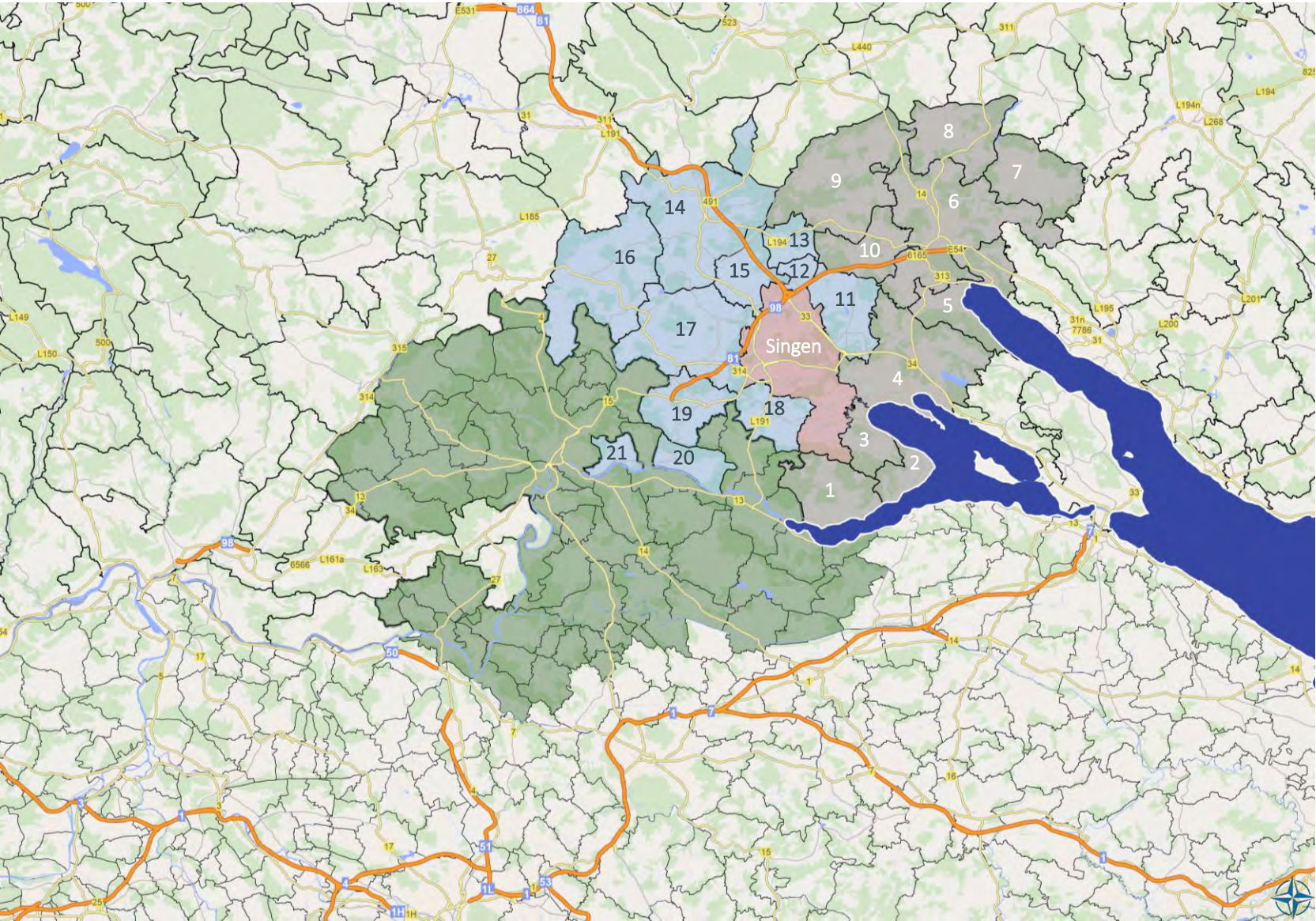
unprofilerte, mittelmäßige Kleinstädte

Quelle: GMA 2023 - eigene Darstellung



# MARKTGEBIET DES SINGENER EINZELHANDELS

Abgrenzung des Singener Marktgebietes



- Zone I (ca. 48.600 EW)
- Zone II (ca. 66.300 EW)
- Zone III (ca. 76.000 EW)

---

- dt. Marktgebiet (ca. 190.900 EW)<sup>1</sup>
- Potenzialraum Schweiz (ca. 147.300 EW)<sup>2</sup>

- 1 Öhningen
- 2 Gaienhofen
- 3 Moos
- 4 Radolfzell
- 5 Bodman-Ludwigshafen
- 6 Stockach
- 7 Höhenfels
- 8 Mühllingen
- 9 Eigeltingen
- 10 Orsingen-Nenzingen
- 11 Steißlingen
- 12 Volkertshausen
- 13 Aach
- 14 Engen
- 15 Mühlhausen-Ehingen
- 16 Tengen
- 17 Hilzingen
- 18 Rielasingen-Worblingen
- 19 Gottmadingen
- 20 Gailingen am Hochrhein
- 21 Büsingen am Hochrhein

Durch seine zentrale Lage erschließt Singen ein **großes Marktgebiet**, das in Deutschland neben dem gesamten Mittelbereich Singen (= Zonen I und II) noch die Mittelbereiche Radolfzell und Stockach (= Zone III) umfasst. Hinzu kommt ein **ergänzender Potenzialraum** mit Teilen der Schweizer Kantone Schaffhausen, Zürich und Thurgau.

Quelle: <sup>1</sup> Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand 31.12.2021  
<sup>2</sup> Dienststellen für Statistik der Kantone Schaffhausen, Thurgau, Zürich, Stand 31.12.2021

Quelle: Kartengrundlage GfKGeoMarketing, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# KAUFKRAFT – ENTWICKLUNG 2018 BIS 2022

## Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Singen 2018

Sortimente	Stadtgebiet Singen	Marktgebiet Singen (Deutschland)
kurzfristiger Bedarf insg.	117,3 Mio. €	496,8 Mio. €
mittelfristiger Bedarf insg.	43,6 Mio. €	184,7 Mio. €
langfristiger Bedarf insg.	92,4 Mio. €	391,4 Mio. €
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>160,8 Mio. €</b>	<b>680,9 Mio. €</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>253,3 Mio. €</b>	<b>1.072,9 Mio. €</b>

Quelle: GMA - eigene Darstellung 2023

- Bedingt durch die **hohe Einwohnerzahl in Singen** (2017: ca. 47.700 EW) kann der Singener Einzelhandel bereits im eigenen Stadtgebiet ein großes Nachfragepotenzial ansprechen (2018: rd. 253,3 Mio. €).
- 2018 betrug die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft im deutschen Marktgebiet von Singen ca. 1,07 Mrd.€**. Davon entfielen ca. 0,39 Mrd. € auf Nahrungs- und Genussmittel, ca. 0,68 Mrd. € auf Nonfood.
- Im **ergänzenden Potenzialraum mit Teilen der Schweizer Kantone Schaffhausen, Zürich und Thurgau** lebten 2017 ca. 142.100 EW. Sie verfügten über ein Kaufkraftpotenzial von umgerechnet ca. 1,4 Mrd. €.

## Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Singen 2022

Sortimente	Stadtgebiet Singen	Marktgebiet Singen (Deutschland)
kurzfristiger Bedarf insg.	142,6 Mio. €	616,4 Mio. €
mittelfristiger Bedarf insg.	45,3 Mio. €	195,9 Mio. €
langfristiger Bedarf insg.	104,0 Mio. €	449,4 Mio. €
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>179,9 Mio. €</b>	<b>777,4 Mio. €</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>291,9 Mio. €</b>	<b>1.261,7 Mio. €</b>

Quelle: GMA - eigene Darstellung 2023

- Trotz Wettbewerbsverschärfungen (Onlinehandel, Entwicklungen in deutschen Nachbarstädten und in Schaffhausen) konnte der Singener Einzelhandel das große **Marktgebiet halten**.
- Seitdem stieg im deutschen Marktgebiet des Singener Einzelhandels das **Kaufkraftvolumen um knapp 18 % auf aktuell ca. 1,26 Mrd. €**. Allein im Stadtgebiet von Singen betrug der Kaufkraftzuwachs ca. 15 % (+38,6 Mio. €).
- Ursachen dafür sind die Einwohnerzunahmen zwischen 2017 und 2021 (in Singen +1,8 %, im Umland teils deutlich mehr), gestiegene Kaufkraftindizes in den meisten Kommunen sowie insbesondere eine **Erhöhung der Pro-Kopf-Ausgaben** (v. a. für Lebensmittel).
- Im ergänzenden Potenzialraum der Schweiz erhöhte sich die EW-Zahl auf ca. 147.300 EW. Das damit verbundene Kaufkraftpotenzial beläuft sich auf rd. 1,65 Mrd. €.

# EINZELHANDELSBESTAND GESAMTSTADT 2023

Einzelhandelsbestand Stadt Singen 2023

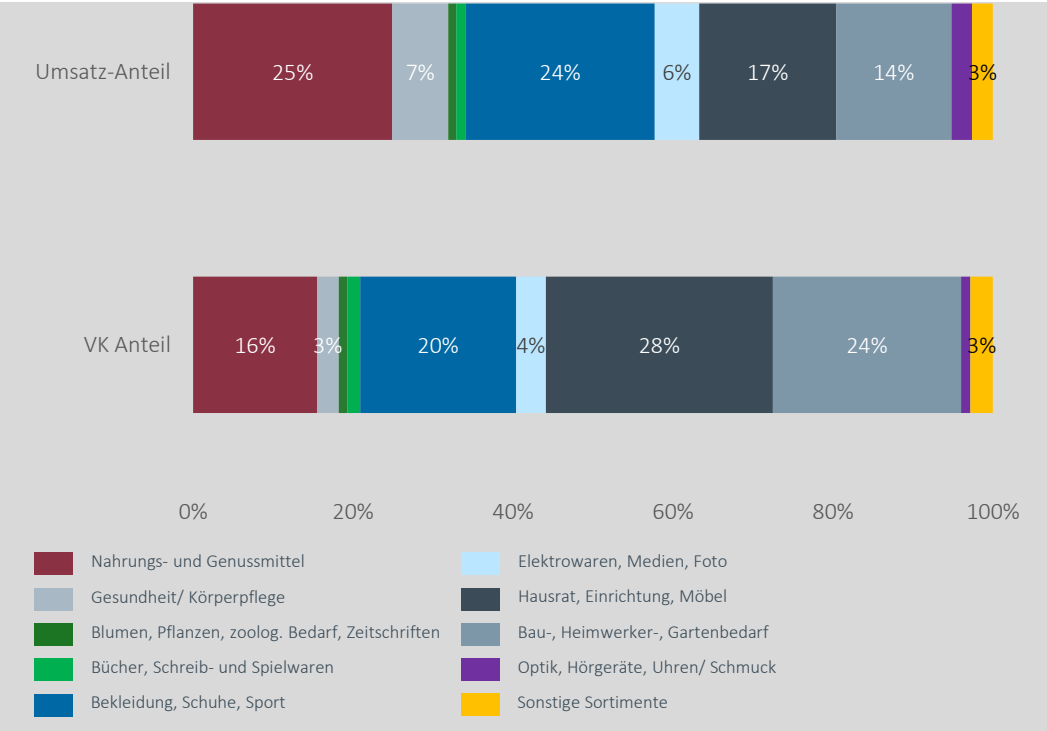
Hauptwarengruppen	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche* in m <sup>2</sup>	Umsatz* in Mio. €
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>106</b>	<b>30.575</b>	<b>133,0</b>
Gesundheit / Körperpflege	25	5.330	37,5
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf, Zeitschriften	7	2.105	5,4
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>138</b>	<b>38.010</b>	<b>175,9</b>
Bücher, Schreib- und Spielwaren	6	3.210	6,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	73	38.675	126,4
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>79</b>	<b>41.885</b>	<b>132,6</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	21	7.255	29,9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	39	56.180	91,6
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	22	46.510	76,8
Optik, Hörgeräte, Uhren / Schmuck	33	2.415	14,0
Sonstige Sortimente	26	5.580	14,1
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>141</b>	<b>117.940</b>	<b>226,5</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>252</b>	<b>167.260</b>	<b>402,1</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>358</b>	<b>197.835</b>	<b>535,1</b>

\* bereinigte Verkaufsflächen und Umsätze, d. h. Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt  
 Quelle: GMA - eigene Darstellung 2023

In der Gesamtstadt Singen gibt es heute 358 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca.197.835 m<sup>2</sup>. Die GMA ermittelte hierzu eine Umsatzleistung von ca. 535,1 Mio. €.

Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rund 550 m<sup>2</sup> VK. Hieraus wird deutlich, dass der Einzelhandelsstandort Singen in hohem Maß von großflächigen Betrieben geprägt wird. Größte Anbieter (mit jeweils mehr als 5.000 m<sup>2</sup> VK) sind das Einrichtungshaus Braun Möbel-Center, die Bau- und Heimwerkermärkte BAUHAUS und OBI, das Warenhaus GALERIA, die Möbelmärkte Poco, Roller und Möbel AS sowie das SB-Warenhaus Kaufland. Weitere Magnetbetriebe sind die Modehäuser Zinser, Heikorn, C&A, H&M und Mango, die Sportanbieter Müller, Decathlon und Intersport Schweizer<sup>1</sup>, das Gartencenter Dehner, die Elektromärkte Media Markt und Expert HEM, das Drogeriekaufhaus Müller, die Textilkaufhäuser TK Maxx und Woolworth, die Baustoffanbieter Bücheler&Martin und F.X Ruch sowie verschiedene Lebensmittelmärkte (u. a. E center, Edeka, Aldi, Lidl, REWE-Supermärkte).

Die höchsten Verkaufsflächenanteile am Singener Einzelhandel erreichen die Hauptwarengruppen Hausrat / Einrichtung / Möbel (ca. 28 %), Bau-/ Heimwerker- / Gartenbedarf (ca. 23 %) und Bekleidung / Schuhe / Sport (knapp 20 %). Bei der Umsatzbedeutung liegen Bekleidung / Schuhe / Sport sowie Nahrungs- und Genussmittel (jeweils ca. 24 % der Gesamtumsatzleistung) vorn. Insgesamt erreichen die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs heute einen Umsatzanteil von ca. 33 %, die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs ca. 25 % und die Warengruppen des langfristigen Bedarfs ca. 42 %. Im Vergleich zu 2018 konnten die Warengruppen des kurz- und mittelfristigen Bedarfs ihre Umsatzbedeutung ausbauen.



<sup>1</sup> Das Geschäft wird allerdings im Frühjahr 2023 aufgegeben.

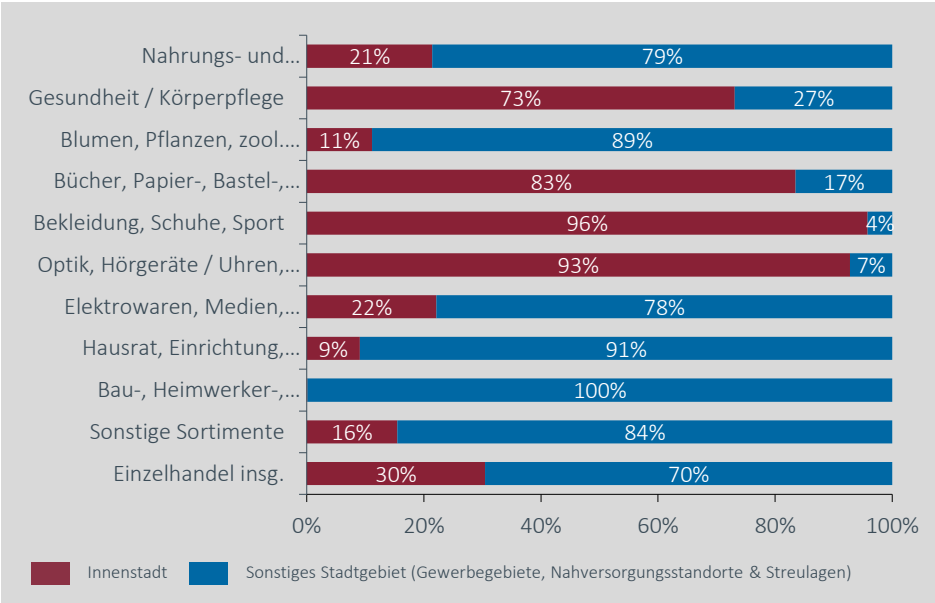
# EINZELHANDELSBESTAND GESAMTSTADT 2023

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbestandes

Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche*				Summe Gesamtstadt
	Einkaufsinnenstadt	Nahversorgungszentren	Streulagen	dezentrale Lagen	
Nahrungs- und Genussmittel	6.555	2.280	7.105	14.635	30.575
Gesundheit / Körperpflege	3.895	730	275	430	5.330
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	235	0	120	1.750	2.105
Bücher, Schreib- und Spielwaren	2.680	0	0	530	3.210
Bekleidung, Schuhe, Sport	37.055	0	1.400	220	38.675
Elektrowaren, Medien, Foto	1.605	0	160	5.490	7.255
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5.100	0	580	50.500	56.180
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	50	0	5.640	40.820	46.510
Optik, Hörgeräte, Uhren / Schmuck	2.240	0	95	80	2.415
Sonstige Sortimente	865	60	1.615	3.040	5.580
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>53.725</b>	<b>790</b>	<b>9.885</b>	<b>102.860</b>	<b>167.260</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>60.280</b>	<b>3.070</b>	<b>16.990</b>	<b>117.495</b>	<b>197.835</b>

\* bereinigte Verkaufsflächen, d. h. Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt; Quelle: GMA - eigene Darstellung 2023

Bedeutung der Einkaufsinnenstadt im Verkaufsflächenbestand



Quelle: GMA - eigene Darstellung 2023

Die Einkaufsinnenstadt und die Gewerbegebiete stellen die beiden Säulen des Singener Einzelhandels dar.

In der Einkaufsinnenstadt befinden sich heute ca. 53 % aller Singener Betriebe (2018: ca. 45 %) und ca. 30 % des Verkaufsflächenbestands (2018: 28 %). Sowohl bei der Zahl der Betriebe als auch bei den Verkaufsflächen hat die City seit 2018 ihre **Bedeutung ausgebaut**. So blieben die großen Anbieter (GALERIA, Modehäuser Zinser, Heikorn, C&A, H&M und Mango, Textilkaufhäuser TK Maxx und Woolworth, Sporthaus Müller und Intersport Schweizer<sup>1</sup>, Drogeriekaufhaus Müller) weitgehend erhalten, zudem kam mit Decathlon noch ein weiterer Magnet hinzu. Besondere Stärken der Innenstadt sind die Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport, Gesundheit / Körperpflege, Optik, Hörgeräte, Uhren / Schmuck und Bücher / Schreib- und Spielwaren, die ihre Bedeutung teils noch ausbauen konnten. Auch die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt erhöhte sich, v. a. durch die Ansiedlung bzw. Verlagerung / Erweiterung von Lebensmittelmärkten (Lidl, Norma, Edeka). Eine entscheidende Rolle spielt die Realisierung des Einkaufszentrums CANO.

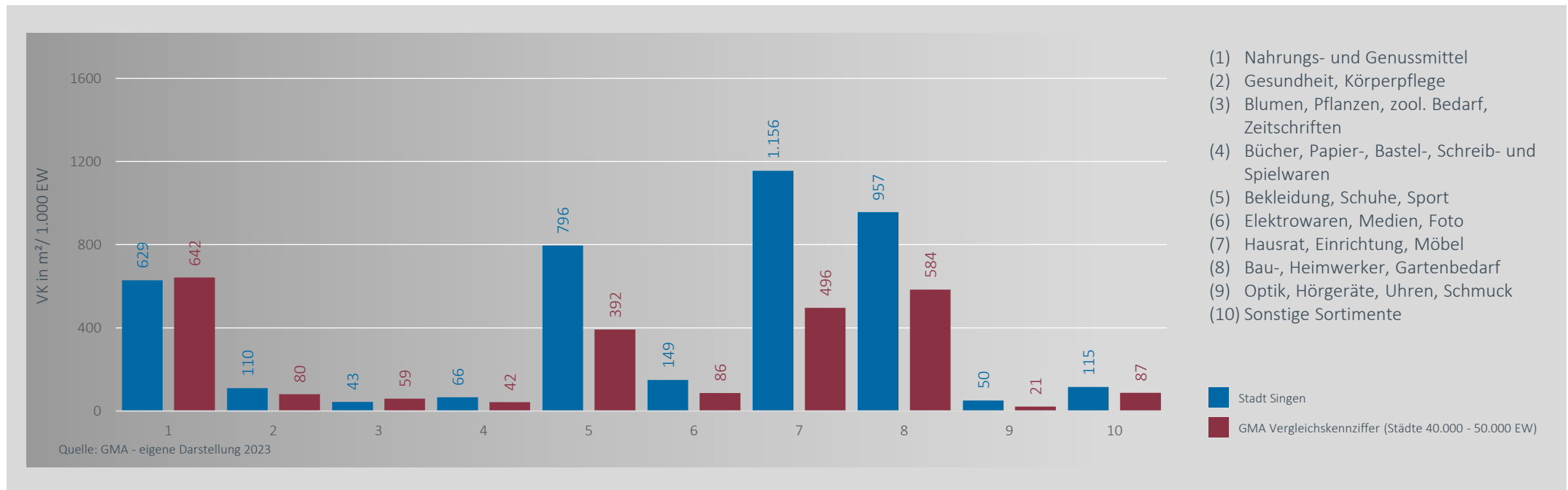
In dezentralen Lagen liegen aktuell ca. 59 % der Verkaufsflächen. Dazu gehören mit Braun Möbel-Center, BAUHAUS, OBI, Poco, Roller, Kaufland, E center, Dehner, Bücheler & Martin, F.X Ruch, Möbel AS, Media Markt und Expert HEM viele sehr flächenintensive Anbieter. Dementsprechend ist das Angebotsprofil der Gewerbegebietslagen v. a. von nicht-zentrenrelevanten Branchen des langfristigen Bedarfs geprägt (insbesondere Hausrat / Einrichtung / Möbel und Bau-/ Heimwerker- / Gartenbedarf), aber von auch großen Elektro- und Lebensmittelmärkten. Im Jahr 2018 war die Bedeutung der dezentralen Lagen am Verkaufsflächenbestand noch etwas ausgeprägter (ca. 121.505 m<sup>2</sup> VK bzw. 61 % des Angebotsbestands). Hier reduzierte sich der Bestand durch mehrere Abgänge (z. B. Holzland Renner, Babyblume, Maier’s Dekoland, Fairkauf), denen wenige Zugänge gegenüberstanden (als größte Fischer’s Lagerhaus, Jysk).

Integrierte Nahversorgungsstandorte spielen im Singener Angebotsgefüge noch eine (zu) geringe Rolle. Aktuell gibt es im Stadtgebiet nur ein leistungsfähiges Nahversorgungszentrum (NVZ Südstadt); das NVZ Nordstadt befindet sich immer noch in der Planungsphase. So entfallen derzeit bei Lebensmitteln nur ca. 7,5 % der Verkaufsflächen auf Nahversorgungszentren.

<sup>1</sup> Das Geschäft wird im Frühjahr 2023 aufgegeben.



# VERKAUFSFLÄCHENAUSSTATTUNG GESAMTSTADT 2023



Im Vergleich mit ähnlich großen Städten (40.000 – 50.000 Einwohner) verfügt Singen in fast allen Hauptwarengruppen über eine **überdurchschnittlich gute Flächenausstattung**.

**Besondere Stärken** stellen die Hauptwarengruppen Hausrat / Einrichtung / Möbel, Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf und Bekleidung/Schuhe/Sport dar, wo die Verkaufsflächenausstattung in Singen teils mehr als doppelt so hoch wie in anderen Städten ähnlicher Größe. Auch in den Hauptwarengruppen Gesundheit/Körperpflege, Elektrowaren, Optik/Hörgeräte/Uhren/Schmuck und Sonstige Sortimente (z. B. Autozubehör, Fahrräder, Motorradbedarf) weist Singen einen überdurchschnittlich guten Flächenbesatz auf.

Etwas unterdurchschnittliche Werte liegen dagegen in den Branchen Nahrung- und Genussmittel, Floristik und zoologischer Bedarf vor.

Insgesamt errechnet sich für die Einkaufsstadt Singen ein **aktueller Flächenbesatz von ca. 4.100 m² VK je 1.000 Einwohner**. Die hohe Ausstattungskennziffer des Jahres 2018 (ca. 4.150 m² VK je 1.000 EW) konnte damit annähernd gehalten werden. Vor dem Hintergrund der zunehmend schwierigen Lage des Einzelhandels, gerade in Mittelstädten, kann dies als Erfolg gewertet werden.

# EINZELHANDELSBESTAND GESAMTSTADT - VERGLEICH 2018 BIS 2023

## Einzelhandelsdaten Singen 2018

Sortimente	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
kurzfristiger Bedarf insg.	134	33.180	145,0
mittelfristiger Bedarf insg.	67	44.325	125,4
langfristiger Bedarf insg.	140	120.755	233,0
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>239</b>	<b>170.350</b>	<b>391,5</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>341</b>	<b>198.080</b>	<b>503,4</b>

Quelle: GMA - eigene Darstellung 2023

- 2018 wurden in Singen 341 Einzelhandelsbetriebe erhoben. Davon führten ca. 30 % (101 Betriebe) den Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, ca. 70 % (239 Betriebe) waren Nonfood-Anbieter.
- Der Verkaufsflächenbestand umfasste ca. 198.080 m<sup>2</sup>. Davon entfielen ca. 14 % (ca. 27.730 m<sup>2</sup> VK) auf Betriebe mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, ca. 86 % (ca. 170.350 m<sup>2</sup> VK) auf Nonfood-Anbieter.
- Die durchschnittliche Betriebsgröße betrug ca. 580 m<sup>2</sup>.
- Die Umsatzleistung bezifferte sich auf insgesamt ca. 503,4 Mio. €. Etwa 22 % davon (ca. 111,9 Mio. €) wurden mit Nahrungs- und Genussmitteln erzielt, ca. 78 % (ca. 391,5 Mio. €) mit Nonfood (bereinigt).

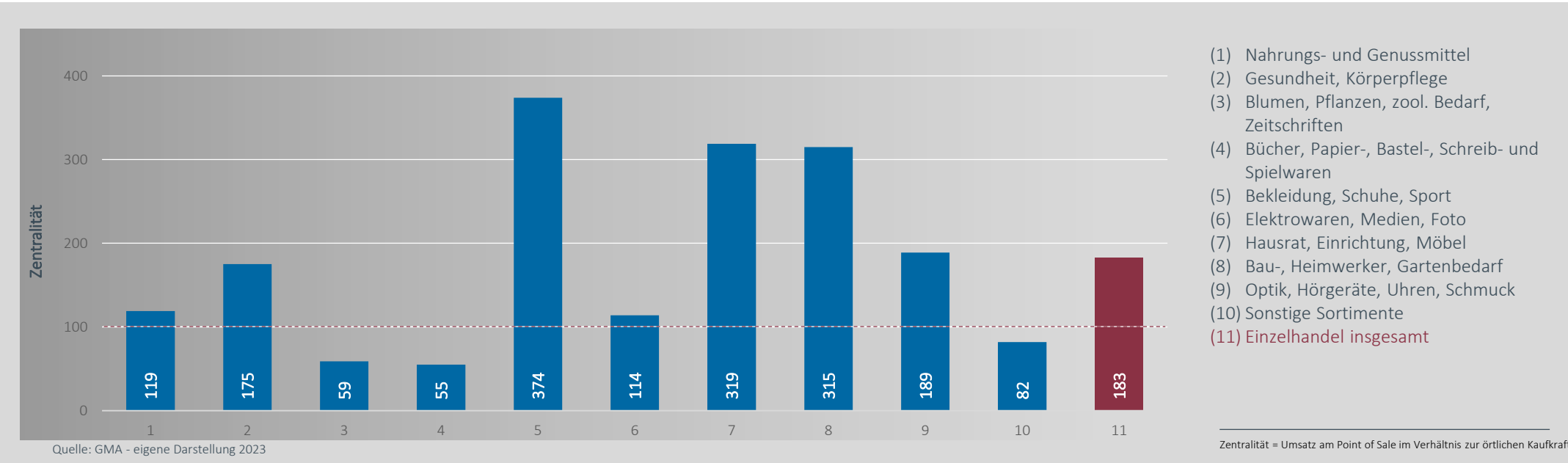
## Einzelhandelsdaten Singen 2023

Sortimente	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
kurzfristiger Bedarf insg.	138	38.010	175,9
mittelfristiger Bedarf insg.	79	41.885	132,6
langfristiger Bedarf insg.	141	117.940	226,5
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>252</b>	<b>167.260</b>	<b>402,1</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>358</b>	<b>197.835</b>	<b>535,1</b>

Quelle: GMA - eigene Darstellung 2023

- Gemäß der Erhebung 2023 besteht heute eine größere Zahl von Einzelhandelsbetrieben (358, d. h. ca. 5 % mehr als 2018). Damit hat sich Singen – gegen den Bundestrend – positiv entwickelt (v. a. durch CANO).
- Der Verkaufsflächenbestand hat sich um ca. 0,1 % auf aktuell rd. 197.835 m<sup>2</sup> VK verringert. Während die Verkaufsflächen bei Lebensmittel-Anbietern um ca. 10 % zugenommen haben, ist bei Nonfood-Betrieben ein Rückgang um ca. 2 % zu verzeichnen.
- Wegen der Zunahme der Betriebszahl ist die durchschnittliche Betriebsgröße auf ca. 550 m<sup>2</sup> VK gesunken.
- Die Umsatzleistung ist um ca. 6 % auf ca. 535,1 Mio. € gestiegen. Überproportional hohe Zunahmen gibt es bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. 19 %), hingegen bei Nonfood-Angeboten nur ca. 3 %.

# EINZELHANDELSZENTRALITÄT GESAMTSTADT (IN %) 2023



- (1) Nahrungs- und Genussmittel
- (2) Gesundheit, Körperpflege
- (3) Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften
- (4) Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib- und Spielwaren
- (5) Bekleidung, Schuhe, Sport
- (6) Elektrowaren, Medien, Foto
- (7) Hausrat, Einrichtung, Möbel
- (8) Bau-, Heimwerker, Gartenbedarf
- (9) Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck
- (10) Sonstige Sortimente
- (11) Einzelhandel insgesamt

Aus den aktuellen Erhebungsdaten der GMA errechnet sich für die Stadt Singen eine **sehr hohe Einzelhandelszentralität von 183**.

Der Rückgang im Vergleich zum Jahr 2018 (nach GMA-Berechnung 198,7) erklärt sich v. a. durch das zwischenzeitlich stark gestiegene Kaufkraftvolumen in Singen, außerdem durch die gewachsene Konkurrenz im Onlinehandel und auch im stationären Bereich, die die Umsätze schmälerten.

Besonders hohe Werte erreicht Singen in den Hauptwarengruppen Bekleidung/Schuhe/Sport, Hausrat/Einrichtung/Möbel und Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf. Ebenfalls überdurchschnittlich hohe Zentralitäten weisen die Hauptwarengruppen Optik/Hörgeräte/Uhren/Schmuck, Gesundheit/Körperpflege, Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektrowaren auf.

Durch die Etablierung des Einkaufszentrums CANO konnte die Zentralität in den Bereichen Bekleidung/Schuhe/Sport und auch Gesundheit/Körperpflege gegenüber 2018 gesteigert werden. Rückgänge gab es bei den Branchen Hausrat/Einrichtung, Spielwaren und Elektronik (v. a. wegen der Konkurrenz im Onlinehandel, aber auch Bestandsabschmelzungen bei Spielwaren).

Nach wie vor gehört Singen zu den „Top 5“ in Baden-Württemberg (Zentralitätswerte zwischen 180 und 300). Außer Singen sind hier allerdings nur atypische Einkaufsstädte vertreten, die auch deutlich kleiner sind als Singen (Metzingen, Waldshut-Tiengen, Waghäusel, Bopfingen). Ebenfalls hohe Zentralitätswerte (zwischen 140 und 180) werden für die Hochrhein-Städte Bad Säckingen, Weil a. Rh. und Konstanz ausgewiesen. Auch Lörrach, Rheinfelden (Baden) und Gottmadingen profitieren von ihrer unmittelbaren Grenznähe (Zentralitätswerte zwischen 120 und 140).<sup>1</sup> Im Zeitvergleich zwischen 2018 und 2023 zeigte sich, dass Städte, die v. a. durch Lebensmittel oder Möbel geprägt werden (eher online-indifferente Branchen, die in der Corona-Zeit profitierten) ihre Zentralität halten oder sogar noch ausbauen konnten, während Städte mit hoher Bedeutung von zentrenrelevanten Branchen (v. a. Mode) wie Singen, Metzingen und auch Konstanz Zentralitätsrückgänge hinnehmen mussten.

<sup>1</sup>Quelle: MBR 2022



# EINZELHANDELSBESTAND INNENSTADT 2023

## Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbestandes

Hauptwarengruppe	Betriebe		Verkaufsfläche*	
	Einkaufsinnenstadt	Nebenlagen	Einkaufsinnenstadt	Nebenlagen
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>27</b>	<b>16</b>	<b>6.535</b>	<b>1.620</b>
Gesundheit / Körperpflege	10	3	3.895	195
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	2	1	235	50
Bücher, Schreib- und Spielwaren	3	--	2.680	--
Bekleidung, Schuhe, Sport	41	5	37.035	440
Elektrowaren, Medien, Foto	11	1	1.605	25
Hausrat, Einrichtung, Möbel	12	2	5.100	190
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	--	2	50	170
Optik, Hörgeräte, Uhren / Schmuck	25	2	2.240	65
Sonstige Sortimente	7	2	865	75
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>111</b>	<b>18</b>	<b>53.705</b>	<b>1.210</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>138</b>	<b>34</b>	<b>60.240</b>	<b>2.830</b>

\* bereinigte Verkaufsflächen, d. h. Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt  
Quelle: GMA - eigene Darstellung 2023

Innerhalb des Stadtteils Innenstadt konzentriert sich der Einzelhandel ganz überwiegend auf die **Haupteinkaufsbereiche (= Einkaufsinnenstadt)**. Im Einzelhandelskonzept Singen 2025 sind diese Bereiche als schützenswerter zentraler Versorgungsbereich (ZVB) ausgewiesen. In der Einkaufsinnenstadt befinden sich rund 80 % der Betriebe und ca. 95 % der Verkaufsflächen im Stadtteil. Gegenüber dem Jahr 2018 ging die Zahl der Einzelhandelsbetriebe zurück (-17 Betriebe). Der Verkaufsflächenbestand wurde allerdings deutlich erweitert (+4.940 m<sup>2</sup> VK bzw. ca. 9 %). Das Verkaufsflächenwachstum ist v. a. mit der Errichtung des CANO in Zusammenhang zu bringen. Es ist aber auch ein Beleg für die Wirksamkeit des kommunalen Einzelhandelskonzeptes.

Bei der aktuellen Erhebung im März 2023 wurden in der **Einkaufsinnenstadt 11 Leerstände von ehemaligen Einzelhandelsobjekten** erfasst. Im Verhältnis zu den vorhandenen Einzelhandelsbetrieben ergibt sich eine Leerstandsquote von knapp 7 %. Die Leerstände befinden sich überwiegend an den Rändern der Einkaufsinnenstadt. Problematisch bleibt die Situation in den Postarkaden. Gegenüber der GMA-Erhebung 2018, wo 14 unbesetzte Ladeneinheiten (Leerstandsquote ca. 8 %) erfasst wurden, ist somit eine leichte Verbesserung der Leerstandssituation festzustellen.

**In den Randbereichen des Stadtteils**, z. B. an der östlichen Freiheitstraße, der östlichen Ekkehardstraße und in den Straßen östlich der Thurgauer Straße, sind v. a. Kleinbetriebe des ethnischen Lebensmittelhandels oder kleine Textilanbieter (ebenfalls häufig ethnische Betriebe) ansässig. Hier ist seit 2018 eine **leichte Zunahme im Einzelhandelsbestand** festzustellen (+3 Betriebe, +390 m<sup>2</sup> VK). Hierfür könnten niedrigere Mietpreise als in den Haupteinkaufslagen oder auch soziodemografische Einflüsse ursächlich sein (z. B. mehr ausländische Existenzgründer, z. B. Geflüchtete). Auch in diesen Nebenlagen ist ein Rückgang der Leerstände zu verzeichnen; um zwei Ladeneinheiten auf heute **sechs Leerstände**.

# EINZELHANDEL IN DER EINKAUFSINNENSTADT (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Einzelhandel nach Branchengruppen



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze

Verkaufsflächengröße	
◇	über 1.500 m <sup>2</sup> VK
◇	800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK
○	400 m <sup>2</sup> bis unter 800 m <sup>2</sup> VK
○	100 m <sup>2</sup> bis unter 400 m <sup>2</sup> VK
○	unter 100 m <sup>2</sup> VK

Branchen	
	Nahrungs- und Genussmittel
	Drogerie, Gesundheit, Körperpflege
	Blumen, zoologischer Bedarf
	Zeitungen, Bücher, Schreibwaren
	Bekleidung, Schuhe, Sport
	Elektrowaren, Medien, Foto
	Hausrat, Einrichtung, Möbel
	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
	Optik, Uhren, Schmuck
	Sonstiger Einzelhandel

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# EINZELHANDEL IN DER EINKAUFSINNENSTADT (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Einzelhandel nach Branchengruppen (Detailansicht)



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze

Verkaufsflächengröße	
◇	über 1.500 m² VK
◇	800 bis unter 1.500 m² VK
○	400 m² bis unter 800 m² VK
○	100 m² bis unter 400 m² VK
○	unter 100 m² VK

Branchen	
	Nahrungs- und Genussmittel
	Drogerie, Gesundheit, Körperpflege
	Blumen, zoologischer Bedarf
	Zeitungen, Bücher, Schreibwaren
	Bekleidung, Schuhe, Sport
	Elektrowaren, Medien, Foto
	Hausrat, Einrichtung, Möbel
	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
	Optik, Uhren, Schmuck
	Sonstiger Einzelhandel

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# WESENTLICHER ZUWACHS IN DER INNENSTADT SINGEN DURCH DAS CANO

### Kurzcharakteristik CANO Einkaufszentrum

- Flächengröße: rd. 16.000 m<sup>2</sup>, ca. 85 Ladeneinheiten
- Gute Erreichbarkeit durch räumliche Nähe zum Bahnhof und ZOB; rd. 500 Kfz-Stellplätze zzgl. Fahrradabstellanlagen
- Breiter Angebotsmix aus regionalen Anbietern und Filialisten aus Einzelhandel und Gastronomie

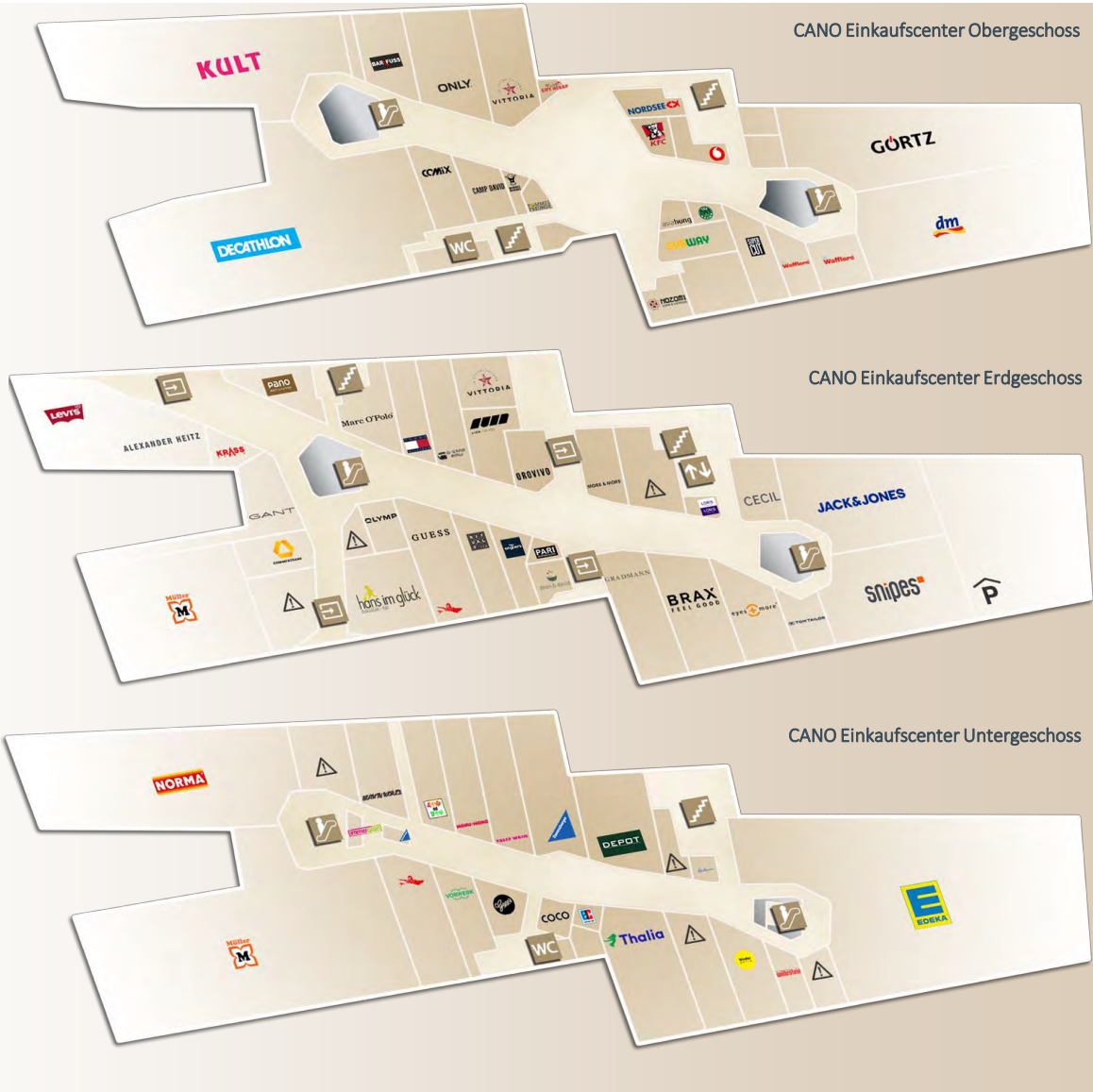
Nach etwa zweieinhalb Jahren Bauzeit eröffnete im Dezember 2020 das CANO-Einkaufs- und Dienstleistungszentrum in der südlichen Innenstadt. Städtebaulich greift das Einkaufszentrum die bestehenden städtebaulichen Strukturen auf und fügt sich somit gut in das bestehende Innenstadtbild ein.

Für den Einzelhandel wurden im CANO bei der GMA-Erhebung im Juli 2022 insgesamt 47 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 11.275 m<sup>2</sup> erfasst. Magnetfunktionen im Center üben v. a. das Drogeriekaufhaus Müller und der Sportfachmarkt Decathlon aus, außerdem Kult EDEKA, Norma und der Foodcourt. Der Gesamtumsatz aller Betriebe liegt bei rd. 60 – 65 Mio. €.

Angebotsschwerpunkte sind Bekleidung / Schuhe / Sport (ca. 47 % der Betriebe bzw. ca. 42 % der VK), Drogerie- und Parfümeriewaren (ca. 15 % der Betriebe, ca. 27 % der VK) und Lebensmittel (ca. 15 % der Betriebe, ca. 21 % der VK).

Im CANO haben sich zu einem beträchtlichen Teil neue Shop-Konzepte angesiedelt, die bisher in Singen noch nicht vertreten waren (ca. 45 % der Einzelhandelsbetriebe). Neu sind z. B. Decathlon, Kult, Thalia, Görtz, Snipes oder das Lederwarengeschäft Alexander Heitz. Ein Teil der Anbieter war bereits in der Singener Innenstadt etabliert und hat den Betrieb nun ins CANO verlagert (ca. 17 %) oder dort eine zusätzliche Filiale eröffnet (ca. 9 %). Bei rund 30 % der Anbieter handelt es sich um neue „Stand-Alone-Shops“ von Modemarken, die bereits bei anderen Modehäusern in der Singener Innenstadt erhältlich sind.

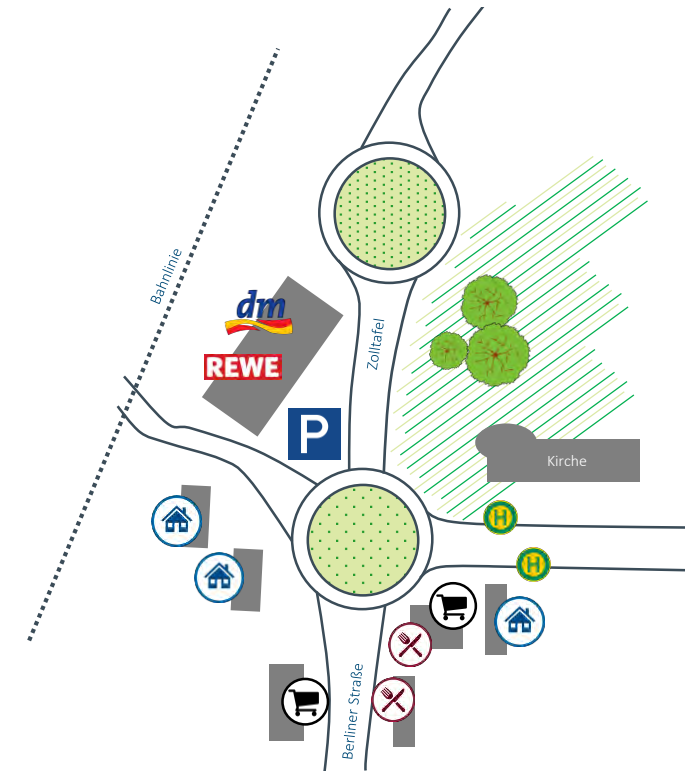
Per Saldo hat das CANO zwar Verlagerungsprozesse innerhalb der Innenstadt ausgelöst, aber dennoch die örtliche Einzelhandelslandschaft ergänzt und modernisiert. In den durch die Verlagerungen freigewordenen Ladenlokalen sind bis jetzt kaum Leerstände eingetreten; sie wurden entweder vom Einzelhandel oder von der Gastronomie nachgenutzt.



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# NAHVERSORGUNGSZENTRUM SÜDSTADT

- // Lage: im Süden des Kernstadtgebietes, rund um den Berliner Platz
- // Ausdehnung: Teile der Berliner Straße, der Zolltafel und der Überlinger Straße; insgesamt rd. 400 m (unverändert)
- // Ausweisung im Einzelhandelskonzept Singen 2025: Nahversorgungszentrum erster Stufe
- // städtebauliche Situation: im Umfeld vorwiegend Wohnbebauung (mehrgeschossiger Mietwohnungsbau, Einzel- und Reihenhausbau), etwas entfernt liegen eine Schule, Sport-/Freizeitzentrum und das Gewerbegebiet Industriestraße
- // Bevölkerungssituation: hohe Bevölkerungsdichte, stabile Einwohnerentwicklung
- // Einzugsgebiet: Stadtteile Westliche Südstadt und Östliche Südstadt, zusammen aktuell rd. 12.300 EW
- // Einzelhandelsbestand: 6 Betriebe (ausschließlich Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten): REWE-Supermarkt, russischer Supermarkt Mix Markt, Backshop, Shishaladen, dm-Drogeriemarkt, Apotheke, ca. 3.070 m<sup>2</sup> VK
- // Komplementärbestand: Dienstleister (Kosmetik, Computerservice, Rechtsanwalt), Gesundheitsdienstleister (Arzt- und Zahnarztpraxen, Physiotherapeuten, Fußpflege), Gastronomie (Pizza-Haus, Kebap-Haus), kath. Kirche, kath. Kindergarten
- // Das Nahversorgungszentrum der Südstadt liegt im Süden der Südstadt, unweit der Gemeindegrenze zu Rielasingen-Worblingen. Aufgrund der Umfeldbebauung und der Gebäudesituation der Ladenlokale (überwiegend Funktionsunterlagerungen von Wohngebäuden) bestehen keine wesentlichen Erweiterungsmöglichkeiten.
- // Der Einzelhandelsbesatz umfasst 6 Betriebe mit einem Flächenbestand von insgesamt ca. 3.070 m<sup>2</sup> VK. Das Angebot an Komplementärnutzungen stellt einen breiten Mix an nahversorgungsrelevanten Betrieben dar. Es besteht eine **hohe Kontinuität** der Anbieter. Magnetfunktionen üben die beiden Lebensmittelmärkte und der Drogeriemarkt aus. Die Anbieter richten sich i. Allg. auf die Wohnbevölkerung in den südlichen Teilen der Südstadt aus, nur der Mix Markt erschließt als spezialisierter Anbieter ein weit über Singen hinausgehendes Einzugsgebiet. Zuführungseffekte liefern außerdem eine unweit gelegene Moschee und eine Ev. Kirche mit Aussiedlerberatung.
- // Das Nahversorgungszentrum Südstadt bietet ein funktionales, gut zusammengesetztes Angebot für die Bewohner der Südstadt. Seine Magnetbetriebe REWE und dm sind hinreichend modern und leistungsfähig, konkurrieren allerdings mit starken Wettbewerbern in der Südstadt (v. a. Aldi, Kaufland, Lidl) und in Rielasingen-Worblingen (v. a. Aldi/dm, Edeka). Der Mix Markt operiert in zu kleinen Räumlichkeiten ohne ausreichende Parkierungskapazitäten, sodass sein Abgang aus dem NVZ mittelfristig zu erwarten ist, sofern ein adäquater Ersatzstandort gefunden wird.



# NAHVERSORGUNGSZENTRUM NORDSTADT

- // Lage: im Norden des Kernstadtgebietes, östlich der Einmündung Bruderhofstraße / Remishofstraße
- // Ausdehnung: 1. Ausbaustufe rd. 200 m Ausdehnung in West-Ost und Nord-Süd Richtung (unveränderte Planung)
- // Ausweisung im Einzelhandelskonzept Singen 2025: Nahversorgungszentrum erster Stufe
- // städtebauliche Situation: im Umfeld vorwiegend Wohnbebauung (mehrgeschossiger Mietwohnungsbau, Einzel- und Reihenhausbau), östlich angrenzend eine Förder- und Betreuungsstätte der Stiftung Liebenau und ein kath. Kindergarten, nördlich und westlich landwirtschaftlich genutzte Flächen (Baulandentwicklung für geplantes Wohngebiet „Remishofer Zelgle“)
- // Bevölkerungssituation: hohe Bevölkerungsdichte, Einwohnerzunahmen durch Wohnbau zu erwarten
- // Einzugsgebiet: Stadtteile Westl. Nordstadt und Nordöstl. Nordstadt, zus. aktuell knapp 14.700 EW
- // Einzelhandelsbestand: derzeit noch kein Bestand (NVZ noch im Planungsstadium) ausschließlich Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorgesehen: großflächiger Supermarkt, Drogeriemarkt, ergänzende Kleinanbieter, rd. 3.000 m<sup>2</sup> VK vorgesehen
- // Komplementärbestand: konsumnahe Dienstleister und medizinische Praxen vorgesehen
- // Das geplante Nahversorgungszentrum der Nordstadt liegt am Nordrand der Nordstadt, unweit der K6122, die von der Nordstadt zur L191 in Richtung Mühlhausen-Ehingen und A81 führt. Da das geplante Nahversorgungszentrum relativ gut von der L191 aus erreichbar ist, wird bei der Planung Wert darauf gelegt, dass das Nahversorgungszentrum hinsichtlich Verkaufsfläche und Sortimenten auf die Nahversorgung der Singener Nordstadt ausgerichtet ist und keine übermäßige Attraktivität für Umlandgemeinden entwickelt.
- // Angestrebt wird ein breiter Mix an nahversorgungsrelevanten Betrieben des Einzelhandels und Dienstleistungsbereiches nach Vorbild des NVZ Südstadt. Magnetfunktionen sollen ein Supermarkt und ein Drogeriemarkt übernehmen. Das Angebot soll ausschließlich die Wohnbevölkerung der Nordstadt (inkl. Bruderhof) versorgen, ohne weitere Stadtbereiche oder gar auswärtige Gemeinden anzusprechen (zur Vermeidung von zusätzlichen Verkehren in den umliegenden Wohngebieten).
- // Angesichts der schon heute großen Bevölkerungspotenziale im Einzugsgebiet, der perspektivischen Einwohnerzunahmen im Nahumfeld sowie der Entfernungen zu konkurrierenden Versorgungsstandorten erscheinen gute Realisierungschancen für die geplanten Einzelhandelsnutzungen.



# ZUSAMMENFASSUNG

Mit ihrer sehr guten inner- und überregionalen Erreichbarkeit, in strategisch günstiger Scharnierlage zwischen Bodensee und Schweiz, und der Vielzahl an regional bekannten Magnetbetrieben präsentiert sich die Stadt Singen - auch vor dem Hintergrund der zunehmenden Konkurrenz durch den Onlinehandel - als attraktiver und zukunftsfähiger Standort für den Einzelhandel. Positive Impulse für das örtliche Einzelhandels- und Gastronomieangebot hat die Etablierung des Einkaufszentrums CANO in der Singener Innenstadt erbracht. Hinzu kommen das hohe, perspektivisch noch zunehmende Bevölkerungsaufkommen in der Stadt sowie ihre Stärken als zentraler und dynamischer Arbeits- und Ausbildungsort und auch Gesundheitsstandort im LK Konstanz. Singen kann daher sein großes Marktgebiet mit mehr als 190.000 Einwohnern und den Potenzialraum, die die Nähe zur Schweiz bietet, absehbar auch in der Zukunft erhalten. Das Kaufkraftpotenzial stieg auf 291,9 Mio. € im Singener Stadtgebiet und auf rd. 1,07 Mrd. € im gesamten deutschen Marktgebiet.

Risiken stellen allerdings die Abhängigkeit von Schweizer Kunden und die damit verbundenen Unwägbarkeiten, die steigenden Kosten für Energie, Arbeitskräfte, Mieten, Roh- und Hilfsstoffe, die momentan alle Branchen und auch viele Verbraucher vor große Herausforderungen stellen, sowie das geringes Angebot an Gewerbeflächen (auch im Handel) dar. Chancen sind in der fortlaufenden städtebaulichen Aufwertung der Innenstadt als urbaner Lebensraum, im Ausbau des Angebotes an attraktivem Wohnraum sowie in einer verstärkten Ansprache von Touristen aus dem Bodenseeraum zu erkennen.

Bei der aktuellen Erhebung des Einzelhandels im Januar 2023 wurden von der GMA im gesamten Stadtgebiet 358 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 197.835 m<sup>2</sup> vorgefunden. Die GMA ermittelte hierzu eine Umsatzleistung von rd. 535,1 Mio. €. Bemerkenswert ist, dass die Stadt Singen im Vergleich zur letzten Vollerhebung 2018 ihre Einzelhandelsfunktion nicht nur durch höhere Umsätze sondern auch durch Zunahmen im Betriebs- und Verkaufsflächenbestand steigern konnte.

Nach wie vor wird der Einzelhandelsstandort Singen in hohem Maß von großflächigen Betrieben geprägt. Zu der hohen Leistungskraft und Attraktivität des Singener Einzelhandels tragen dabei sowohl die Einkaufsinnenstadt als auch die Gewerbegebiete im Singener Süden bei. Mit Ausnahme von Intersport Schweizer blieben alle Magnetbetriebe erhalten, ihre Zahl konnte durch die Neuansiedlung von Decathlon im CANO und die Verlagerungen und Modernisierungen von Müller und Edeka ins CANO sogar noch erhöht werden.

In den Gewerbegebieten hat sich der Bestand im Vergleich zu 2018 etwas reduziert (durch Abgänge wie Holzland Renner, Babyblume, Maier's Dekoland und Fairkauf), denen aber auch Zugänge wie Fischer's Lagerhaus und Jysk gegenüberstehen. Das Mittelzentrum Singen behält damit seine herausragende Profilierung als Standort mit dem größten und vielfältigsten Angebot von Möbeln und Küchen, Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf sowie Baustoffen. Durch die Neuansiedlung der Fa. Kaufland, die das SB-Warenhaus von real-übernahm, konnte die Zentralität im Lebensmittelsegment noch leicht gesteigert werden.

In der Einkaufsinnenstadt hat sich sowohl der Betriebs- als auch der Verkaufsflächenbestand im Einzelhandel erhöht. Wesentlicher Impulsgeber war hier die Ansiedlung des CANO, womit neue Marken und Angebotskonzepte etabliert wurden. Die positive Bestandsentwicklung ist auch ein Erfolg des kommunalen Einzelhandelskonzeptes und seiner Zielsetzungen und Maßnahmen. Insbesondere die Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport, Gesundheit / Körperpflege, Optik, Hörgeräte, Uhren / Schmuck haben ihre Bedeutung ausgebaut. Auch die Nahversorgungsfunktion der Innenstadt hat sich erhöht (v. a. durch die Lebensmittelmärkte Lidl, Norma und Edeka). Das Gastronomie-Angebot ist heute breiter aufgestellt. Räumliche Schwerpunkte bei Einzelhandel und Gastronomie konzentrieren sich heute in stärkerem Maße auf den Süden der Einkaufsinnenstadt im Umfeld des CANO und somit auf die südliche August-Ruf-Straße, Bahnhofstraße und Hegaustraße; dies ging zu Lasten der Ekkehardstraße, Erzbergerstraße und der nördlichen August-Ruf-Straße (ab Kreuzung Ekkehardstraße). Die Zahl der Leerstände ist in der Einkaufsinnenstadt auf aktuell knapp 7 % gesunken (einschließlich vorübergehender Leerstände wegen Umbau).

Integrierte Nahversorgungsstandorte spielen im Singener Angebotsgefüge immer noch eine zu geringe Rolle. Aktuell gibt es im Stadtgebiet nur ein leistungsfähiges Nahversorgungszentrum (NVZ Südstadt). Das NVZ Nordstadt befindet sich noch in der Planungsphase. Große Teile der Bevölkerung sind somit noch auf Lebensmittelmärkte an Gewerbegebietsstandorten und somit auf das Auto beim Vorratseinkauf angewiesen.



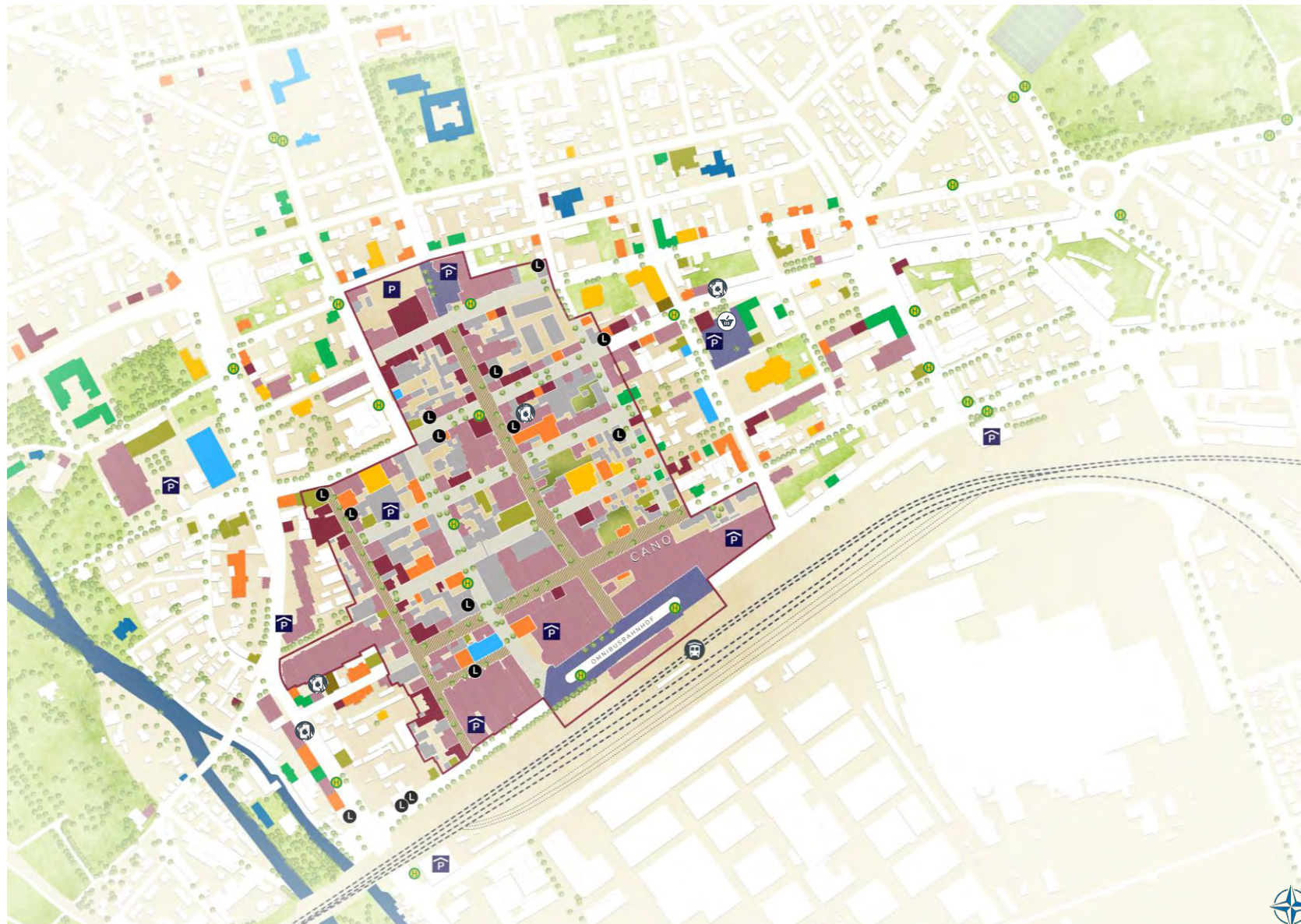
---

# ANHANG



# NUTZUNGSKARTIERUNG DER SINGENER EINKAUFSINNENSTADT (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze
- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gesundheit
- Gastronomie
- Kultur & Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerkbetriebe
- Mehrfachnutzung<sup>1</sup>

- L Leerstand
- H Bushaltestelle
- 🚆 Bahnhof Singen
- P Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- P Parken Parkplatz
- 🛒 Wochenmarkt Singen
- 🎮 Vergnügungsstätten

<sup>1</sup> Überschneidung mehrerer Nutzungen in einem Gebäude



Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt

Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# NUTZUNGSKARTIERUNG DER SINGENER EINKAUFSINNENSTADT



**Einzelhandel:** Der Einzelhandel konzentriert sich heute im stärkeren Maße auf den Süden der Einkaufsinnenstadt im Umfeld des CANO und somit auf die südliche August-Ruf-Straße, Bahnhofstraße und Hegastraße. Dies ging zu Lasten der Ekkehardstraße, Erzbergerstraße und der nördlichen August-Ruf-Straße ab Kreuzung Ekkehardstraße. Einzelne Magnetbetriebe gibt es aber auch an der Ekkehardstraße (Modehaus Zinser) und Freiheitstraße (C&A, New Yorker, Lidl).



**Dienstleistung:** Der Dienstleistungsbesatz verteilt sich auf das gesamte Innenstadtgebiet und nutzt auch preiswertere Randlagen abseits der Haupteinkaufsstraßen. Publikumsstarke Dienstleister (z. B. Banken, Immobilienmakler) sind bevorzugt in den Haupteinkaufslagen oder an Hauptverkehrsstraßen ansässig. Insbesondere Büros sind häufig in gemischt genutzten Gebäuden ansässig, um die Anziehungskraft von anderen Betrieben (z. B. bekannten Geschäften) für sich zu nutzen.



**Gesundheitseinrichtungen:** Arztpraxen, medizinische und therapeutische Praxen sind vorwiegend in Obergeschossen von gemischt genutzten Gebäuden ansässig, häufig als Ballung in sog. Ärztehäusern. Vor allem soziale Einrichtungen, aber auch medizinische Praxen befinden sich häufig in Randbereichen der Innenstadt, wo es ruhiger ist und die Mieten weniger hoch.



**Gastronomie:** Das Gastronomieangebot in der Innenstadt hat sich gegenüber dem Jahr 2018 spürbar modernisiert und vergrößert, u. a. durch neue Anbieter im CANO und dessen Umfeld. Deutliche Zunahmen im Gastronomiebesatz gab es in den Haupteinkaufslagen (+ 20 %), wo in der Fußgängerzone mehrere Nachnutzungen von früher durch Handel genutzten Ladenlokalen durch Gastronomie zu bemerken sind, die dort die hohen Passantenfrequenzen für sich in Wert setzen (auch durch Außengastronomie).



**Freizeit & Kultur:** Freizeit- und Kulturbetriebe befinden sich größtenteils außerhalb der Haupteinkaufslagen. Gegenüber 2018 ist der Besatz recht stabil. Wichtige Magneten (z. B. Stadtbücherei, Cineplexx-Kino, Kunstmuseum Singen, Stadthalle, Kulturzentrum GEMS, Senioren- und Jugendtreffs, Hegaumuseum) konnten an ihren etablierten Standorten gehalten werden.



**Öffentliche Einrichtungen:** Nach wie vor ist festzustellen, dass ein erheblicher Teil der öffentlichen Einrichtungen nicht in den Haupteinkaufslagen sondern außerhalb, an den Rändern der Einkaufsinnenstadt liegt. Hierzu gehören mit dem Rathaus und dem Finanzamt auch wichtige Frequenzbringer. In den Haupteinkaufsstraßen der Innenstadt sind das Bürgerzentrum, die Touristinfo und die Agentur für Arbeit positiv hervorzuheben.



**Bildungseinrichtungen:** Die meisten Bildungseinrichtungen befinden sich außerhalb der Einkaufsinnenstadt. Dabei lösen die großen Schulen im nördlichen Innenstadtbereich erhebliche Passantenfrequenzen aus, die zwischen dem Bahnhof / ZOB und den Bildungsstandorten v. a. die August-Ruf-Straße frequentieren. Dies bedingt auch eine gewisse Ausrichtung des Einzelhandels und der Gastronomie entlang der August-Ruf-Straße auf dieses jugendliche Klientel (z. B. McDonalds und CANO).

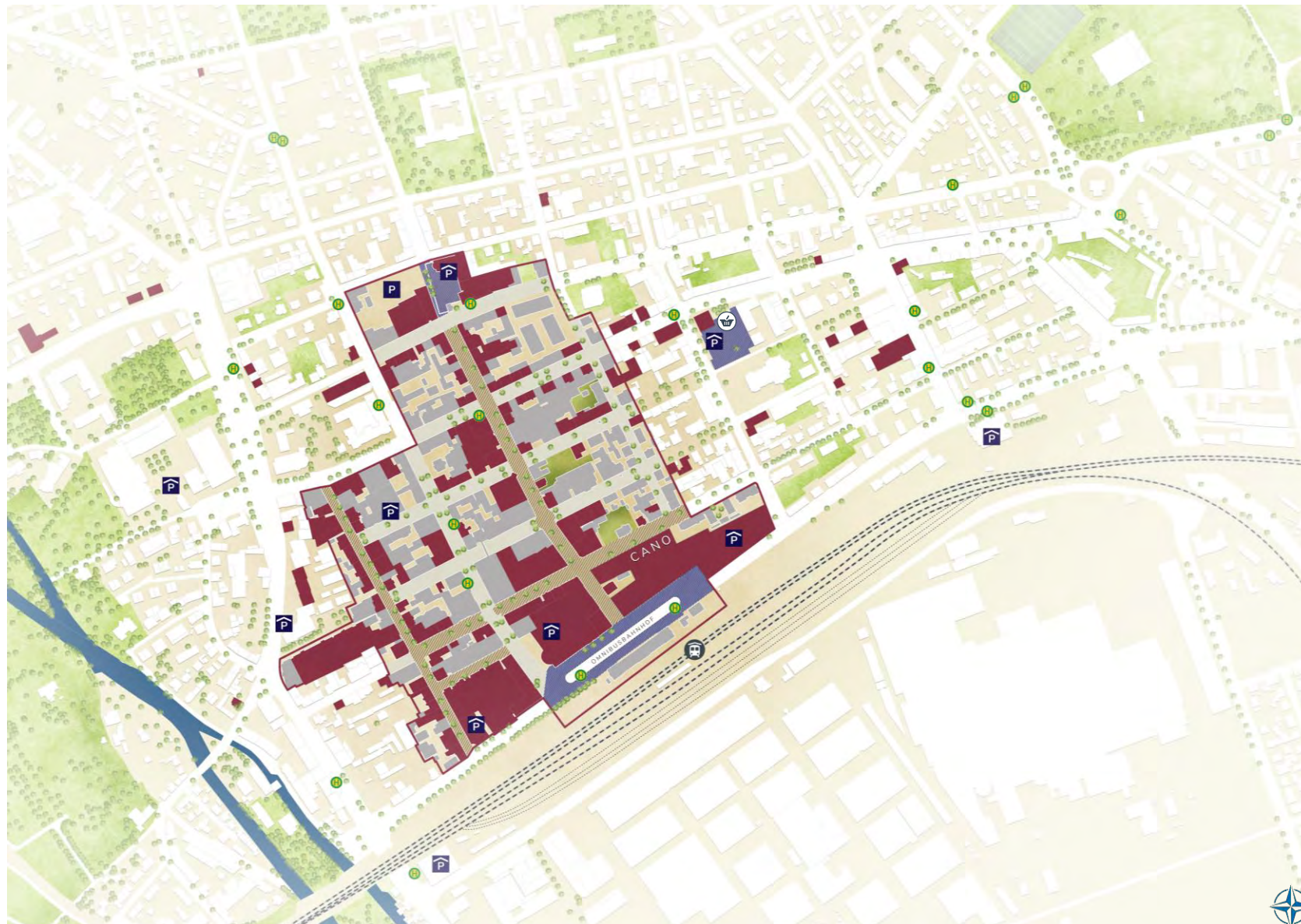


**Handwerksbetriebe:** In der Innenstadt gibt es – abgesehen von Optikern und Hörgeräteakustikern, die aber dem Einzelhandel zugerechnet werden – nur vereinzelt Handwerksbetriebe (z. B. Elektro- und Sanitärbetriebe, Glaser, Orthopädienschuhmacher). Diese Handwerksbetriebe befinden sich v. a. in Randbereichen und bewirken somit kaum zusätzliche Kundenfrequenzen für die Einkaufsinnenstadt.



# EINZELHANDEL (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Einzelhandel



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze
- Einzelhandel

- H Bushaltestelle
- 🚆 Bahnhof Singen
- P Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- P Parken Parkplatz
- 🛒 Wochenmarkt Singen

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# DIENSTLEISTUNGEN (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Dienstleistung



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze
- Dienstleistung

- Bushaltestelle
- Bahnhof Singen
- Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- Parken Parkplatz

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# GESUNDHEIT (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Gesundheitseinrichtungen



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze
- Gesundheitseinrichtungen

- H Bushaltestelle
- 🚆 Bahnhof Singen
- P Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- P Parken Parkplatz

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# GASTGEWERBE (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Gastgewerbe



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze
- Gastronomie, Hotellerie

- H Bushaltestelle
- 🚂 Bahnhof Singen
- P Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- P Parken Parkplatz

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt














Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung








# KULTUR & FREIZEIT (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Kultur und Freizeit



-  Abgrenzung ZVB
-  Gebäude innerhalb ZVB
-  Gebäude außerhalb ZVB
-  Grünflächen innerhalb ZVB
-  Gewässer
-  Verlauf Bahnlinie
-  Grünflächen außerhalb ZVB
-  Straßen innerhalb ZVB
-  Fußgängerzone
-  Zentrale Plätze
-  Kultur & Freizeit

-  Bushaltestelle
-  Bahnhof Singen
-  Parken Tiefgarage/ Parkhaus
-  Parken Parkplatz
-  Vergnügungsstätten

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Öffentliche Einrichtungen



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze
- Öffentliche Einrichtungen

- H Bushaltestelle
- 🚂 Bahnhof Singen
- P Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- P Parken Parkplatz

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# BILDUNGSEINRICHTUNGEN (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Bildungseinrichtungen



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze
- Bildungseinrichtungen

- H Bushaltestelle
- 🚂 Bahnhof Singen
- P Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- P Parken Parkplatz

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# GEWERBE- UND HANDWERKS BETRIEBE (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Innenstadt Singen - Gewerbe- und Handwerksbetriebe



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze
- Gewerbe- / Handwerksbetriebe

- Bushaltestelle
- Bahnhof Singen
- Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- Parken Parkplatz

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# LEERSTÄNDE (ERDGESCHOSS)

Nutzungskartierung Leerstände



- Abgrenzung ZVB
- Gebäude innerhalb ZVB
- Gebäude außerhalb ZVB
- Grünflächen innerhalb ZVB
- Gewässer
- Verlauf Bahnlinie
- Grünflächen außerhalb ZVB
- Straßen innerhalb ZVB
- Fußgängerzone
- Zentrale Plätze

- Leerstand
- Bushaltestelle
- Bahnhof Singen
- Parken Tiefgarage/ Parkhaus
- Parken Parkplatz

Es handelt sich um eine gebäudebasierte Kartierung der Nutzungen im Erdgeschoss, bei der die dargestellte Nutzung nicht zwingend die gesamte Erdgeschossfläche einnimmt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Singen 2023, GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

## GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

**Auftragnehmer:** Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Hohenzollernstraße 14  
71638 Ludwigsburg

Tel.: 07141 9360-0  
Mail: [gma@info.biz](mailto:gma@info.biz)



## SINGEN



**Auftraggeber:** Stadt Singen  
Stabsstelle Wirtschaftsförderung -  
Abteilung Stadtplanung  
Hohgarten 2  
78224 Singen (Hohentwiel)

