



# Einzelhandelskonzept für die Stadt Bietigheim-Bissingen 2017

---



**Anmerkung: Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde vom Gemeinderat am 04.04.2017 beschlossen. Es ist inhaltlich identisch mit dem Berichtsentwurf vom 18.11.2016.**

**Ansprechpartner:**  
Dr. rer.pol. Donato Acocella

**Lörrach, April 2017**



# INHALTSVERZEICHNIS:

<b>1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG</b>	<b>1</b>
<b>2. PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN</b>	<b>3</b>
2.1 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES .....	3
2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich .....	3
2.1.2 Sortimentsliste .....	5
2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene .....	5
2.1.4 Regional- und Landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels .....	9
2.2 KONSEQUENZEN FÜR DAS GENEHMIGUNGSVERFAHREN .....	10
2.3 FAZIT .....	12
<b>3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE</b>	<b>13</b>
3.1 METHODISCHES VORGEHEN .....	13
3.2 EINZELHANDELSSITUATION IN DER GESAMTSTADT .....	14
3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes .....	14
3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten.....	15
<b>4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IN BIETIGHEIM-BISSINGEN</b>	<b>18</b>
4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME .....	18
4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT .....	20
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt .....	21
4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Bietigheim .....	22
4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse .....	24
4.3 SONSTIGE NAHVERSORGUNGSZENTREN/ -STANDORTE BIETIGHEIM-BISSINGEN.....	29
4.3.1 Nahversorgungszentrum Bissingen .....	30
4.3.2 Nahversorgungszentrum Buch .....	32
<b>5. BEDEUTENDE INTEGRIERTE UND NICHT INTEGRIERTE EINZELHANDELSSTANDORTE</b>	<b>35</b>
5.1 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES .....	36
5.2 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION.....	38
<b>6. ÜBERPRÜFUNG DES ZIELKATALOGES</b>	<b>40</b>
<b>7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNGSSPIELRAUMES</b>	<b>44</b>
7.1 METHODISCHES VORGEHEN .....	44
7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage .....	45
7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite .....	49
7.2 PROGNOSEERGEBNISSE .....	52
7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt.....	52
7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums .....	56
7.2.3 Fazit Prognoseergebnis.....	59



<b>8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG</b>	<b>61</b>
<b>8.1 ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE</b> .....	<b>61</b>
8.1.1 Kriterien.....	62
8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in Bietigheim-Bissingen .....	63
8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste .....	66
<b>8.2 ÜBERPRÜFUNG DER GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG</b> .....	<b>68</b>
8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel.....	68
8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel.....	70
<b>8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN</b> .....	<b>72</b>
8.3.1 Zentrenhierarchie und künftige Entwicklungsstrategie .....	72
8.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive) .....	74
8.3.3 Nahversorgungszentrum Bissingen (Perspektive).....	76
8.3.4 Nahversorgungszentrum Buch (Perspektive).....	78
8.3.5 Vorschläge zur Nahversorgung .....	80
8.3.6 Gewerbegebiete.....	82
<b>8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG</b> .....	<b>82</b>
8.4.1 Öffentliche Information.....	82
8.4.2 Festlegen einer Sortimentliste.....	83
8.4.3 Festlegen von Gebieten zur Zulässigkeit von Einzelhandel .....	84
8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen.....	86
<b>GLOSSAR</b>	<b>88</b>
<b>ANHANG</b>	<b>92</b>

## TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1: Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Bietigheim-Bissingen seit 1993 .....	14
Tab. 2: Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Bietigheim-Bissingen seit 2005 .....	15
Tab. 3: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick...48	
Tab. 4: Vorschlag für die Sortimentsliste für Bietigheim-Bissingen.....	67
Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Bietigheim-Bissingen: Anzahl und Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) .....	92
Tab. A - 2: Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Bietigheim-Bissingen: Anzahl und Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ).....	92
Tab. A - 3: Einzelhandelssituation: Verkaufsflächen (in m <sup>2</sup> ), Umsätze, Kaufkraftwerte (je in Mio. €) und Bindungsquoten in der Gesamtstadt Bietigheim-Bissingen .....	93
Tab. A - 4: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: Verkaufsflächen (in m <sup>2</sup> ), Umsätze, Kaufkraftwerte (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten" .....	94
Tab. A - 5: Einzelhandelsangebot in der Stadt Bietigheim-Bissingen nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	95
Tab. A - 6: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2025 in Mio. €.....	96



Tab. A - 7: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo-Prognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	97
Tab. A - 8: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	98
Tab. A - 9: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	99
Tab. A - 10: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in m <sup>2</sup> , auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	100

## **ABBILDUNGSVERZEICHNIS:**

Abb. 1: Bindungsquoten in der Stadt Bietigheim-Bissingen nach Sortimenten .....	16
Abb. 2: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Bietigheim .....	23
Abb. 3: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in Bietigheim-Bissingen nach Standorttyp .....	37
Abb. 4: Einwohnerentwicklung in der Stadt Bietigheim-Bissingen 1992 bis 2013 (tatsächliche Entwicklung) und 2012 bis 2030 (Prognosewerte) .....	46
Abb. 5: Bindungsquoten in Bietigheim-Bissingen nach Sortimenten im Ist-Zustand und für 2025 angesetzte Mindestwerte für die Entwicklungsprognose .....	51
Abb. 6: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2014 - 2025 Gesamtpotenzial (in m <sup>2</sup> ) ..	53
Abb. 7: Potenzialkorridore in m <sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - nahversorgungsrelevante Sortimente .....	57
Abb. 8: Potenzialkorridore in m <sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente .....	58
Abb. 9: Potenzialkorridore in m <sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente .....	59
Abb. 10: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Bietigheim-Bissingen .....	64
Abb. 11: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Bietigheim-Bissingen .....	66



## KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1: Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Bietigheim und angrenzenden Bereichen.....	21
Karte 2: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in der Innenstadt von Bietigheim.....	22
Karte 3: Nahversorgungszentrum Bissingen.....	31
Karte 4: Nahversorgungszentrum Buch.....	33
Karte 5: Einzelhandelskonzentrationen Bietigheim-Bissingen.....	35
Karte 6: (Lebensmittel-)Nahversorgungsangebot in Bietigheim-Bissingen.....	38
Karte 7: Zentrenhierarchie.....	73
Karte 8: Perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Bietigheim.....	76
Karte 9: Räumliche Entwicklungsoptionen des Nahversorgungszentrums Bissingen...	78
Karte 10: Räumliche Entwicklungsoptionen des Nahversorgungszentrums Buch.....	80

## FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1: Kronenplatz - Magnetbetriebe.....	25
Foto 2: Talstraße - Magnetbetrieb.....	25
Foto 3: Kirchplatz - Marktarkaden.....	25
Foto 4: Marktplatz - Wochenmarkt.....	25
Foto 5: Marktplatz - Marktarkaden.....	26
Foto 6: Schloss - historisches Gebäude.....	26
Foto 7: Hillerplatz - Eingangssituation.....	26
Foto 8: Hauptstraße - Unteres Tor.....	26
Foto 9: Enz 27	
Foto 10: Am Japangarten.....	27
Foto 11: Leitsystem.....	27
Foto 12: Leitsystem.....	27
Foto 13: Talstraße - Unterführung.....	28
Foto 14: Talstraße - Bebauung.....	28
Foto 15: Talstraße - schmale Gehwege.....	29
Foto 16: Talstraße - Ladezone Kaufland.....	29
Foto 17: Leerstand.....	29
Foto 18: bauliche Lücke.....	29
Foto 19: Kreuzstraße - kleinteilige Struktur.....	31
Foto 20: Kreuzstraße - Platzgestaltung.....	31
Foto 21: Kreuzstraße - Technisches Rathaus.....	32
Foto 22: Bahnhofstraße - Außengastronomie.....	32
Foto 23: Gestalteter Platzbereich.....	34
Foto 24: Außengastronomie.....	34
Foto 25: Buchstraße - Bebauung.....	34
Foto 26: Freiburger Straße - Trennwirkung.....	34



## 1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Bietigheim-Bissingen liegt im Landkreis Ludwigsburg zwischen der baden-württembergischen Landeshauptstadt Stuttgart und Heilbronn. Nach Ludwigsburg ist die große Kreisstadt Bietigheim-Bissingen mit rd. 42.210<sup>1</sup> Einwohnern die zweitgrößte Stadt des Landkreises. Bietigheim-Bissingen erstreckt sich auf einer Fläche von 3.129 ha.

Im Regionalplan des Verbands Region Stuttgart ist Bietigheim-Bissingen gemeinsam mit der Nachbarstadt Besigheim als Mittelzentrum dargestellt. Zum zugehörigen Mittelbereich gehören die Städte und Gemeinden im Norden des Landkreises Ludwigsburg, unter anderem die Unterzentren Bönningheim und Sachsenheim.

Das von der Stadt Bietigheim-Bissingen letztmalig im Jahr 2009 fortgeschriebene Drei-Zentren-Einzelhandelskonzept diente vor allem dazu, die siedlungsstrukturellen Merkmale in ein städtebauliches Einzelhandels-/ Zentrenkonzept zu übersetzen und die Zentren räumlich zu definieren. Darüber hinaus wurde eine Sortimentsliste zur Definition von zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen.

Seit der Erarbeitung des Gutachtens hat es bau- und planungsrechtliche Änderungen (EAG Bau, BauGB 2007, z.B. §§ 34 (3) und 9 (2a) BauGB), sowie höchstrichterliche und obergerichtliche Rechtsprechungen (z.B. zu Großflächigkeit, zentralen Versorgungsbereichen) gegeben. Um weiterhin die Stadtentwicklung positiv begleiten zu können, hat die Stadt Bietigheim-Bissingen das Büro Dr. Acocella mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes<sup>2</sup> von 2009 beauftragt.

Soweit auf Grundlage der vorliegenden Daten möglich, wurde eine vergleichende Betrachtung gegenüber 2007/ 2008 angestellt, die als Grundlage für eine Evaluierung der bisherigen Entwicklungsziele dient. Gleichzeitig wurde auf Basis der aktualisierten Daten das bisherige Instrumentarium zur Steuerung des Einzelhandels überprüft und angepasst.

---

<sup>1</sup> Statistisches Landesamt: Stand 31.12.2013.

<sup>2</sup> Angesichts der geänderten Rahmenbedingungen ist ein neuer Beschluss durch den Gemeinderat erforderlich.



Das Einzelhandelskonzept entspricht, wenn es durch den Gemeinderat beschlossen wird, auf kommunaler Ebene auch einem in § 1 (6) Nr. 11 BauGB angesprochenen städtebaulichen Entwicklungskonzept. Somit bestünde die Möglichkeit der Anwendung des § 9 (2a) BauGB.

**Zentrales Anliegen des Gesamtgutachtens ist jedoch, eine Aktualisierung der städtebaulichen Begründungen für die Weiterführung der bisherigen räumlichen Steuerung des Einzelhandels zu erarbeiten.**

Investoren müssen bereit sein, unter den vorgegebenen städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen zu investieren. Dies wird nur dann geschehen, wenn diese dauerhaft verlässlich sind.



## 2. PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine planerische räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist<sup>3</sup>. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregelte Marktgeschehen verursacht negative Wirkungen auf raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungen, die der Markt selbst nicht korrigiert bzw. korrigieren kann. Marktwirtschaftliche Einwände werden zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile verworfen worden<sup>4</sup>. Die Tatsache, dass Einzelhandelsansiedlungen unangemessen sein können, ergibt sich auf Grund des immer noch aktuellen städtebaulichen Leitbildes der "Europäischen Stadt" und vor allem aus dem Recht - und der Pflicht - jeder Stadt/ Gemeinde, die städtebauliche Ordnung und Entwicklung zu sichern<sup>5</sup>.

Für diese - städtebaulich begründete - räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung gibt es rechtlich zentrale Voraussetzungen, die im Folgenden erörtert werden.

### 2.1 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTE

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes betreffen u.a.

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

#### 2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels ist seit langem möglich, wobei die (Einzelhandels-)Innenstadt bzw. das einzelhandelsbezogene Ortszentrum eine besondere Rolle spielt. Durch das EAGBau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt

---

<sup>3</sup> Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

<sup>4</sup> Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE.

<sup>5</sup> Vgl. z.B. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 21.06.2001 Az. 1 C 11806/00.OVG; BayVGH: Urteil vom 25.04.2002 Az. 2 CS 02.121. Die Pflicht für die Kommunen könnte sich letztlich aus dem § 1 (3) BauGB ergeben.



worden. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 Abs. 2 BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 Abs. 3 BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten.

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung sog. zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen worden ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadt- bzw. Ortszentrums erreichbar ist<sup>6</sup>. Nur auf diese Weise kann der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichtes in dieser Sache sind zentrale Versorgungsbereiche "*räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt*"<sup>7</sup>. Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluß von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen, in: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.

<sup>7</sup> BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7.07.

<sup>8</sup> "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG, Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07).



### 2.1.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein kommunalentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt zu schaffen.

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (z.B. aus dem Einzelhandelserlass) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist<sup>9</sup>. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella (bis 31.07.03: AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet:

*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*<sup>10</sup>.

Als Grundlage dafür wurde die Einzelhandelsstruktur analysiert (vgl. Kap. 3 bis 5) und die Bietigheim-Bissingen Sortimentsliste überprüft (vgl. Kap. 8.1).

### 2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes** werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen<sup>11</sup>, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien W und G sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines SO bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

---

<sup>9</sup> Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.

<sup>10</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.

<sup>11</sup> Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 Abs. 2 Satz 1.



Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplanes** (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens entfalten. Eine grundsätzliche räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Baugebieten** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen<sup>12</sup>. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Verhinderungswirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 Abs. 1, 2 und 3 BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 Abs. 1 BauGB vorliegt, aufgeführt.

Die **Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten** richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben "*nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist*" und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

---

<sup>12</sup> Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 Abs. 2a BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB beschränkende Festsetzungen namentlich zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Hierdurch werden planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 Abs. 3 BauGB (s.o.) hinausgehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden"*<sup>13</sup> gerichtet sein.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 BauNVO (**großflächige Einzelhandelsbetriebe**) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory Outlet Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig<sup>14</sup>. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab<sup>15</sup> die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

---

<sup>13</sup> Söfker, W. (2007): Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrags im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin.

<sup>14</sup> Vgl. Kopf, H. (2002): Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin.

<sup>15</sup> BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.



Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 Abs. 3 zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegen stehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt bzw. des Ortszentrums und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten<sup>16</sup> entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind<sup>17</sup>. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten (§ 6 BauNVO) können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO** geschaffen:

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2, 4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt."*<sup>18</sup>

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können."*<sup>19</sup>

In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrele-

---

<sup>16</sup> Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

<sup>17</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 284.

<sup>18</sup> BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

<sup>19</sup> BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.



vante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden<sup>20</sup>; eine darüber hinaus gehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich<sup>21</sup>. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>22</sup> oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe<sup>23</sup>.

#### **2.1.4 Regional- und Landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels**

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept unterliegt regional- und landesplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus der Regional- und Landesplanung Baden-Württembergs aufgeführt.

Der Landesentwicklungsplan (LEP) 2002 bildet die landesplanerische Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels in Baden-Württemberg. Entsprechend den Zielen des LEP sollen sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist, oder diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind<sup>24</sup>. Die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekten soll den Einzugsbereich des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches nicht wesentlich überschreiten, die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte darf nicht wesentlich beeinträchtigt werden<sup>25</sup>.

---

<sup>20</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 27.07.1998, Az 4 BN 31/98 BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az 4 BN 33/04 Rn 6.

<sup>21</sup> Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

<sup>22</sup> Vgl. z.B. Müller, M.: Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

<sup>23</sup> Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Loseblattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

<sup>24</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7 (Z).

<sup>25</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.1 (Z).



Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Sie sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden<sup>26</sup>.

Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden<sup>27</sup>.

Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung werden im Regionalplan für die Region Stuttgart konkretisiert.

Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher sind nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Unterzentren an integrierten Standorten zuzulassen, ausreichende Parkmöglichkeiten und eine gute Anbindung an das ÖPNV-Netz sind sicherzustellen<sup>28</sup>.

Der Einzugsbereich solcher Vorhaben soll den Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes nicht überschreiten; die örtliche Grundversorgung im Einzugsgebiet soll nicht beeinträchtigt werden<sup>28</sup>.

Neben diesem Rahmen regelt der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg raumordnungs- und bauplanungsrechtliche Zulässigkeiten von Vorhaben<sup>29</sup>.

## 2.2 KONSEQUENZEN FÜR DAS GENEHMIGUNGSVERFAHREN

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird<sup>30</sup>.

---

<sup>26</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.2 (Z).

<sup>27</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.4 (G).

<sup>28</sup> Vgl. Regionalplan Region Stuttgart, Plansatz 2.7.2 (Z) und Plansatz 2.7.1 (G).

<sup>29</sup> Einzelhandelserlass Baden-Württemberg.

<sup>30</sup> Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.



Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentraler Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 Abs. 2a BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder eines Stadtteiles enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine für die Aufstellung des Bebauungsplanes unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten<sup>31</sup>.

Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzeptes bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen bedeuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen, oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne konkreten Anlass, z.B. einen Bauantrag oder auf Grund eines solchen konkreten<sup>32</sup> Planvorhabens erfolgen.

---

<sup>31</sup> Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.

<sup>32</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung<sup>33</sup>, die mit diesem Gutachten gegeben sein dürfte, die Sicherungsinstrumente wie z.B. Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindern, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

Maßgeblich für eine **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes.

Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Gutachten die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die einerseits die Gegebenheiten in Bietigheim-Bissingen und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt.

## 2.3 FAZIT

Abschließend ist festzuhalten, dass dieses Gutachten es ermöglicht, systematisch die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben entsprechend der städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzelhandel zulässig sein soll bzw. wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Gutachten auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Bietigheim-Bissingen im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 Abs. 2 BauGB substantiell und umfänglich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Bietigheim-Bissingen, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. **Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Bietigheim-Bissingen selbst an ihr eigenes Konzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.**

---

<sup>33</sup> Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



### 3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE

In diesem Kapitel wird auf Grundlage der Ergebnisse der Erhebung des Einzelhandels die Versorgungssituation in der Gesamtstadt Bietigheim-Bissingen dargestellt und bewertet (vgl. Kap. 3.2). In den anschließenden Kapiteln 4 und 5 wird auf die Innenstadt sowie weitere bedeutende Einzelhandelsstandorte in Bietigheim-Bissingen und die räumliche Verteilung des Einzelhandels eingegangen.

#### 3.1 METHODISCHES VORGEHEN

Alle wesentlichen Bausteine, insbesondere die Vor-Ort-Arbeiten, wurden durch wissenschaftliche MitarbeiterInnen des Büros Dr. Acocella durchgeführt.

Für das vorliegende Gutachten wurde das Einzelhandelsangebot in der Stadt Bietigheim-Bissingen flächendeckend auf der Basis einer Begehung im November 2014 erfasst<sup>34</sup>. Dabei wurde nicht nur der Einzelhandel i.e.S. berücksichtigt, sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk. Darüber hinaus wurden auch Tankstellenshops erhoben, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führten.

Die Erhebung des Einzelhandelsangebotes erfolgte sortimentsgenau: Die gesamte Verkaufsfläche wurde nicht dem jeweiligen Hauptsortiment zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst. Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, da mit dieser Methode Ergänzungssortimente, die im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle spielen, in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren).

Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich.

Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

---

<sup>34</sup> Die Stadt Bietigheim-Bissingen, einschließlich sämtlicher Teilorte, wurde hierzu nach bestem Wissen und Gewissen flächenhaft begangen/ befahren. Dennoch ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsgeschäfte dabei nicht aufgefunden werden konnten.



## 3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER GESAMTSTADT

Insgesamt wird in Bietigheim-Bissingen von den 240 ermittelten Betrieben auf einer Verkaufsfläche von rd. 112.900 m<sup>2</sup> ein Umsatz von rd. 350,2 Mio. € erzielt<sup>35</sup>.

### 3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes

Die Entwicklung seit 1993 zeigt, dass die größten Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft zwischen 1993 und 2007 stattgefunden haben. Im Zeitraum von 1993 bis 2014 hat sich die Verkaufsfläche verdoppelt und der erzielte Umsatz um annähernd vier Fünftel erhöht (vgl. Tab. 1).

Tab. 1: Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Bietigheim-Bissingen seit 1993

	2014 <sup>1)</sup>	HGZ 1993 <sup>2)</sup>	Änderung
Betriebe	200	167	+ 20%
VKF (m <sup>2</sup> )	112.075	55.700	+ 101%
Umsatz (Mio. €)	334,6	187,0	+ 79%

<sup>1)</sup> 2014: ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen (wie HGZ)

<sup>2)</sup> HGZ 1993: Handels- und Gaststättenzählung von 1993

VKF-Werte auf 25 m<sup>2</sup> bzw. in der HGZ auf 100 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Das Verkaufsflächen- und Umsatzwachstum hat sich zwar zwischen 2007 und 2014 fortgesetzt, jedoch mit deutlich abnehmender Dynamik (vgl. Tab. 2). Gemäß dem bundesweiten Trend ist eine sinkende Flächenproduktivität (Umsatzwachstum geringer als Verkaufsflächenwachstum) zu verzeichnen. Die Betriebsanzahl ist leicht gesunken.

---

<sup>35</sup> Derzeit entsteht in Bietigheim-Bissingen das Sondergebiet Fachmarktzentrum Mühlwiesen mit einer Verkaufsfläche von max. 5.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.



Tab. 2: Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Bietigheim-Bissingen seit 2005

	2014 <sup>1)</sup>	GMA 2007 <sup>2)</sup>	Änderung
Betriebe	240	255	- 6%
VKF (m <sup>2</sup> )	112.900	94.625	+ 19%
Umsatz (Mio. €)	350,2	310,5	+ 13%

<sup>1)</sup> 2014: mit Lebensmittelhandwerk und Tankstellen (wie GMA)

<sup>2)</sup> GMA 2009: Einzelhandelskonzept für die Stadt Bietigheim-Bissingen

VKF-Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

### 3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten

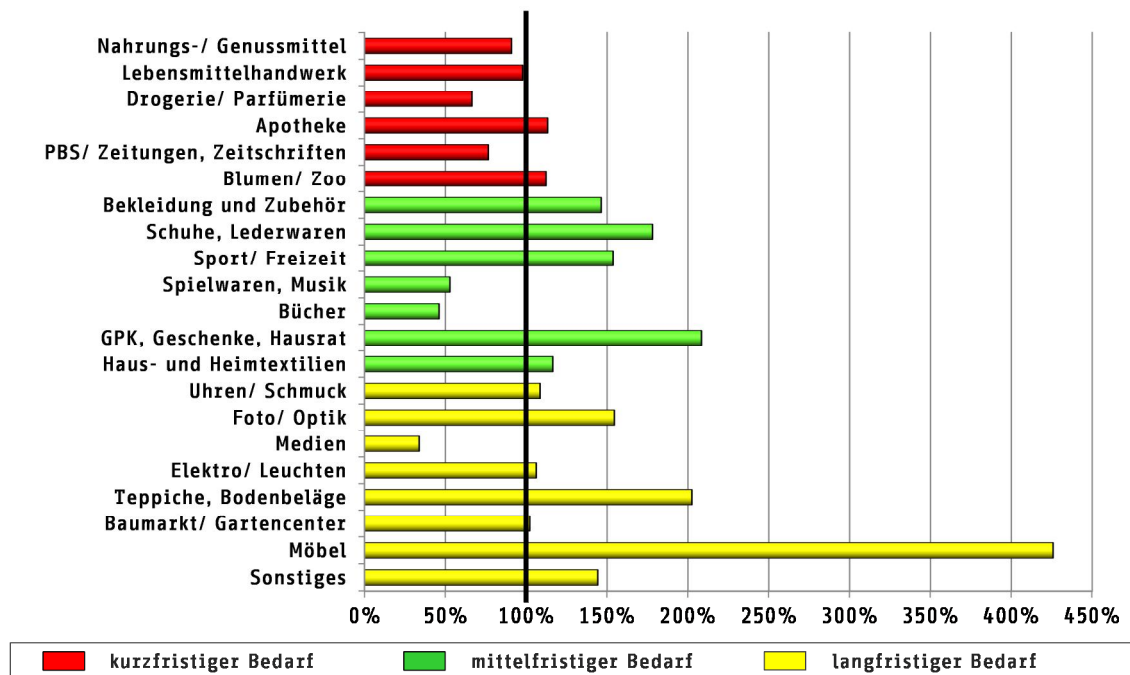
Eine erste Bewertung des Einzelhandelsangebotes kann vor dem Hintergrund der Nachfrage vorgenommen werden.

*Die Relation des in Bietigheim-Bissingen erzielten Umsatzes zu der in Bietigheim-Bissingen verfügbaren Kaufkraft<sup>36</sup> ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch Einzelhandelszentralität genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Bietigheim-Bissingen, vermindert um die Abflüsse aus Bietigheim-Bissingen) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Bietigheim-Bissingen abfließt.*

<sup>36</sup> Die gesamtstädtische Kaufkraft ergibt sich aus der Kaufkraft je Einwohner und der Einwohnerzahl, wobei es sich bei der Kaufkraft je Einwohner um einen bundesdeutschen Durchschnittswert handelt, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern auf die gebietsspezifische Situation angepasst wird (vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2012).



Abb. 1: Bindungsquoten in der Stadt Bietigheim-Bissingen nach Sortimenten



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2013); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Gesamtbindungsquote in der Stadt Bietigheim-Bissingen beträgt rd. 120%, was bedeutet, dass per Saldo hohe Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind. Im Jahr 2007 betrug sie rd. 125%, die Versorgungssituation ist somit nahezu konstant geblieben. Für die jeweiligen Bedarfsbereiche (kurz-, mittel-, und langfristig) ergibt sich für die Stadt Bietigheim-Bissingen ein differenziertes Bild.

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung rot dargestellt) sollte jede Gemeinde eine möglichst vollständige rechnerische Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Das bedeutet, dass in diesem Bedarfsbereich Bindungsquoten von 100% erreicht werden sollten - in Bietigheim-Bissingen beträgt diese rd. 93%. Rein rechnerisch und auf die gesamte Stadt bezogen sind somit per Saldo leichte Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel, der eine besonders hohe Nahversorgungsrelevanz besitzt, ist mit einer derzeitigen Bindungsquote von rd. 91% ebenfalls per Saldo ein leichter Kaufkraftabfluss zu verzeichnen.

Einzig in den Sortimenten Apotheken und Blumen/ Zoo fließt per Saldo Kaufkraft nach Bietigheim-Bissingen zu.



Im **mittel- und langfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung grün bzw. gelb dargestellt) sind mit Bindungsquoten von rd. 134% bzw. 162% per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Die Stadt Bietigheim-Bissingen wird somit ihrer Funktion als Mittelzentrum gerecht.

Es fällt auf, dass im mittelfristigen Bereich in den meisten Sortimenten Bindungsquoten von etwa 150% und mehr, d.h. per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse, erreicht werden. Demgegenüber sind in den Sortimenten Spielwaren, Musik mit rd. 53% und Bücher mit rd. 46% erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Im langfristigen Bedarfsbereich fällt insbesondere das Sortiment Möbel mit einer Bindungsquote von rd. 426% ins Auge. Das Sortiment Medien ist mit einer Bindungsquote von 34% das einzige Sortiment des langfristigen Bedarfsbereiches mit einem Kaufkraftabfluss per Saldo.



## 4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IN BIETIGHEIM-BISSINGEN

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist durch die Baurechtsnovellen der vergangenen Jahre stärker in den Fokus der Stadtentwicklungsplanung gerückt und stellt einen wichtigen formalen Teil des Gutachtens zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Bietigheim-Bissingen dar<sup>37</sup>. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG<sup>38</sup>.

Welche Bereiche unter diese Kategorie fallen und welche Kriterien diese erfüllen müssen, wird im Folgenden erläutert.

### 4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte und Ortszentren nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung mit mittlerweile über 40.000 Passanten in verschiedenen Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes **Motiv für den Besuch einer Innenstadt** bzw. eines Orts-/ Stadtteilzentrums genannt werden. Beides unterstreicht die Bedeutung des Einzelhandels für eine funktionsfähige Innenstadt bzw. ein funktionsfähiges Stadtteilzentrum.

Eine attraktive Innenstadt bzw. ein attraktives Stadtteilzentrum wird jedoch nicht allein durch das Einzelhandelsangebot, sondern auch durch die funktionale Mischung sowie die städtebaulichen und verkehrlichen Bedingungen geprägt und charakterisiert.

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums mit entsprechender funktionaler Vielfalt und städtebaulichen Qualitäten stellt die **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** dar, mit der verschiedene Aspekte des Bau- und Planungsrechtes zusammenhängen. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zent-

---

<sup>37</sup> Vgl. insbesondere §§ 1 (6) Nr. 11, 9 (2a) und (3) BauGB.

<sup>38</sup> Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



raler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG<sup>39</sup> (vgl. Kap. 2.1.1).

### **Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche**

Ein unabdingbares Kriterium, das ein zentraler Versorgungsbereich aufweisen muss, ist eine städtebaulich **integrierte Lage**. Das bedeutet, dass dieser städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die Nähe zur Wohnbebauung aufweisen muss, sodass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - vorhanden ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere am Bestand der Einzelhandelsbetriebe. Obgleich der **Einzelhandel die Leitfunktion** für ein Zentrum wahrnimmt, ist für die Qualifizierung eines Gebietes als zentraler Versorgungsbereich neben der **Wohnfunktion** das Angebot weiterer Nutzungen von erheblicher Bedeutung. Das Vorhandensein von - in der Regel publikumsorientierten - **Dienstleistungsbetrieben** ist für eine funktionale Vielfalt im Zentrum von erheblicher Bedeutung.

Ein zentraler Versorgungsbereich bedarf einer **räumlich-funktionalen Konzentration an Versorgungsangeboten** mit einer entsprechenden Dichte und Kompaktheit, die im Zusammenhang erkennbar ist. Die räumliche Abgrenzung der Ränder derartiger Bereiche erfolgt dort, wo funktionale Brüche infolge anderer baulicher Nutzungen, wie zusammenhängender Wohnbebauung oder Büro/ Gewerbe/ Industrie, auftreten.

Neben funktionalen Kriterien müssen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten berücksichtigt werden. Bei einer Begehung wurden daher folgende **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** berücksichtigt:

- verkehrliche Barrieren (z.B. Straßen, Bahnlinien),
- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer, Topographie, Grünzug),
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe),
- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur).

---

<sup>39</sup> Vgl. BVerwG, Urteil 10.11.2007, Az. 4C7/07.



Um den Voraussetzungen nach Kompaktheit und Dichte Rechnung zu tragen, sind überdies **städtebauliche Qualitäten** aufzunehmen und zu beschreiben. Insbesondere die Gestaltung des öffentlichen Raumes übernimmt je nach Qualität eine unterstützende Wirkung für das Aufsuchen eines Zentrums, das Verweilen und letztlich für eine entsprechende Passantenfrequenz, die für das Funktionieren der Einzelhandelslage eine unverzichtbare Voraussetzung darstellt.

Zentraler Versorgungsbereich im Sinne der o.g. Kriterien ist die Bietigheimer Innenstadt. Daneben gibt es die Nahversorgungszentren Bissingen und Buch. Die städtebaulich-funktionale Situation in den zentralen Versorgungsbereichen wird anhand einer **Stärken-Schwächen-Analyse** im Rahmen einer Fotodokumentation veranschaulicht (vgl. Kap. 4.2.3 und 4.3).

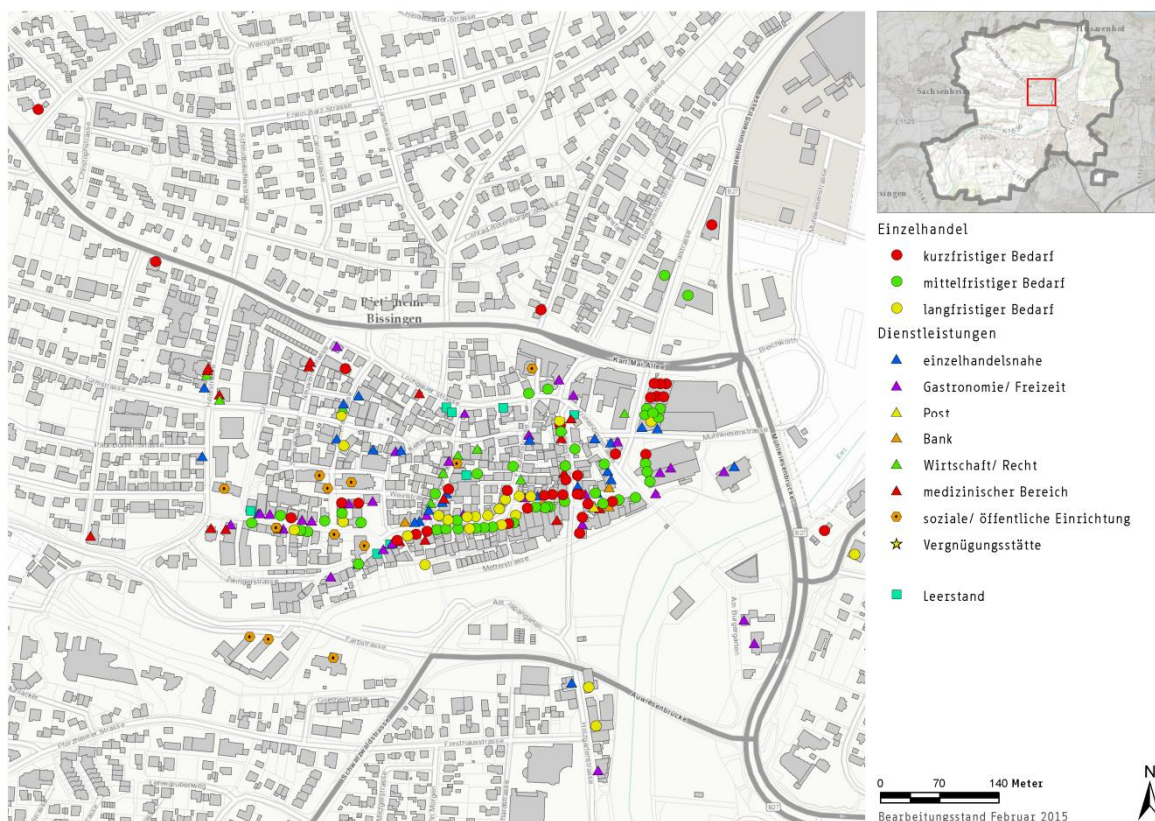
## **4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT**

Im Folgenden wird als ein wesentliches Kriterium zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt die räumliche Verteilung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt und in deren unmittelbarem Umfeld dargestellt (vgl. Karte 1).

Das Einzelhandelsangebot erstreckt sich insbesondere entlang der von Westen nach Osten verlaufenden Hauptstraße sowie entlang der kreuzenden, von Norden nach Süden verlaufenden Ziegelstraße und Pfarrstraße.

Das Dienstleistungsangebot weist ähnliche räumliche Schwerpunkte wie das Einzelhandelsangebot auf. Eine höhere Dienstleistungsdichte ist im westlichen Teil der Hauptstraße sowie an der Kreuzung von Hauptstraße und Schieringerstraße und weiter entlang der Schieringerstraße vorzufinden. Daneben konzentriert sich das Dienstleistungsangebot rund um den Kronenplatz und den nördlichen Teil der Kronenbergstraße.

**Karte 1: Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Bietigheim und angrenzenden Bereichen**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung November 2014, Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

#### 4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

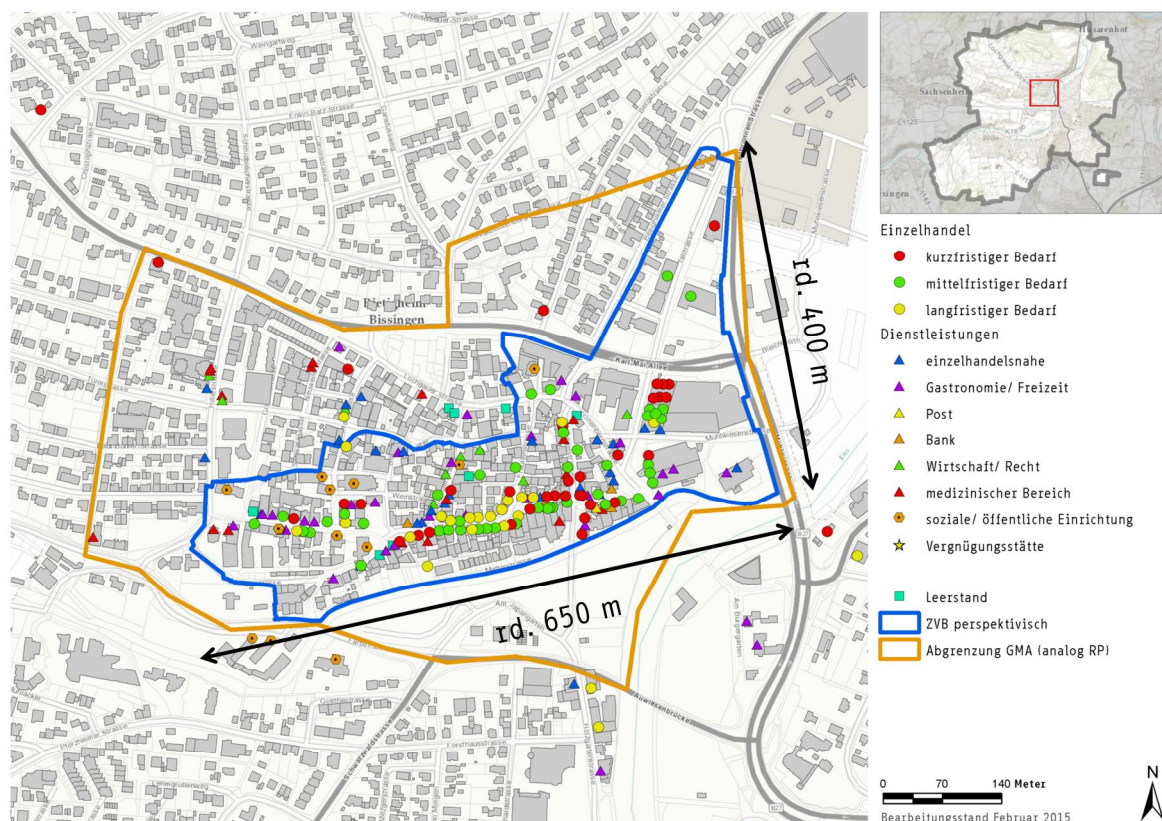
Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt von Bietigheim erfolgt gegenüber der Abgrenzung von 2007/ 2008<sup>40</sup> parzellenscharf und vor dem Hintergrund der dargestellten Kriterien. Insgesamt wurde sie entsprechend dem vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz deutlich verkleinert. Im Norden und Westen sind große Teile der Wohnbebauung nicht mehr Teil der Abgrenzung. Im Süden wird der zentrale Versorgungsbereich durch die Metter begrenzt, im Osten durch die Bundesstraße 27.

Eine ausführliche Analyse der städtebaulich-funktionalen Situation des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt in Kapitel 4.2.3.

<sup>40</sup> Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt von 2007/08 entspricht dem Standortbereich für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte laut Regionalplan (vgl. Regionalplan Region Stuttgart 2009).



**Karte 2: Vorschlag zur Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in der Innenstadt von Bietigheim**



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung November 2014; Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

#### 4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Bietigheim

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befinden sind rd. 40% der gesamtstädtischen Einzelhandelsbetriebe mit rd. 21% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Der Umsatzanteil der innerstädtischen Betriebe liegt bei rd. 29% (vgl. auch Abb. 3, S. 37).

##### Angebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- 95 Betriebe
- 24.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- 100,5 Mio. € Umsatz

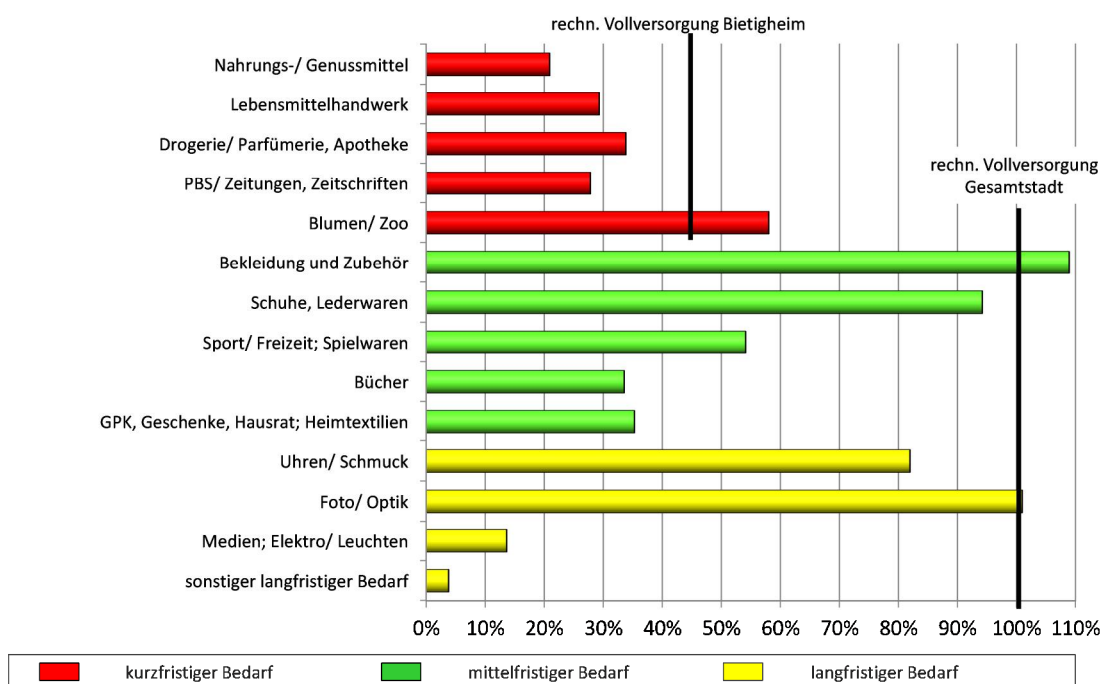
##### "Unechte Bindungsquote"

In Kap. 3.2.2 wurde bereits festgestellt, dass die Stadt Bietigheim-Bissingen mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 126% Kaufkraftzuflüsse verzeichnet und die Bin-

dungsquote gegenüber 2007 marginal gestiegen ist. Die Beurteilung der gesamtstädtischen und überörtlichen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt mittels "unechter Bindungsquoten".

*Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft der gesamten Stadt Bietigheim-Bissingen gesetzt wird.*

**Abb. 2: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Bietigheim**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln (2013); BBE; Statist. Landesamt Baden-Württemberg; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Insgesamt erreicht der Einzelhandel in der Innenstadt (ohne Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops) eine unechte Bindungsquote von rd. 34%. In der Abb. 2 ist die unechte Bindungsquote nach Sortimenten differenziert dargestellt.

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rote Balken in der Abb. 2) sind die "unechten Bindungsquoten" wenig aussagekräftig: Hier kommt dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt weder gesamtstädtische noch überörtliche Versorgungsfunktion zu, da die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches wohnortnah angeboten werden sollten. Demnach sollen lediglich die Einwohner in der Innenstadt und in deren Umfeld mit den Angeboten im kurzfristigen Bedarfsbereich versorgt werden (vgl. Kap. 5.2).



Bedeutsam für die Bewertung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind dagegen die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des **mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches**.

Insbesondere bei den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Zubehör und Foto/ Optik sind hohe Bindungsquoten (über 100%) festzustellen: In diesen Sortimentsbereichen geht die Versorgungsfunktion der Innenstadt über die Gesamtstadt Bietigheim-Bissingen hinaus. Auch das Sortiment Schuhe, Lederwaren erreicht mit einer unechten Bindungsquote von 94% annähernd Vollversorgung.

Bei den übrigen Sortimenten, mit Ausnahme der überwiegend nicht zentrenrelevanten Gruppen Medien, Elektro/ Leuchten und dem sonstigen langfristigen Bedarf, liegen die Bindungsquoten zwischen 34% und 82%.

Der Vergleich mit den gesamtstädtischen Bindungsquoten (vgl. Kap. 3.2.2) zeigt, dass in einigen zentrenrelevanten Sortimenten ein erheblicher Teil der Kaufkraft außerhalb der Innenstadt gebunden wird. Dies betrifft insbesondere die Sortimente Sport/ Freizeit; Spielwaren und GPK/ Geschenke/ Hausrat, Haus-/ Heimtextilien.

#### **4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse**

Die Stärken-Schwächen-Analyse bildet eine wesentliche Grundlage für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (vgl. Kap.8.3.2). Im Rahmen der Fortschreibung soll dabei insbesondere auf besondere Auffälligkeiten und Veränderungen seit dem Gutachten von 2007/ 2008 eingegangen werden.

##### **Stärken**

- In der Innenstadt von Bietigheim besteht insgesamt ein vielfältiges Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot mit überwiegend kleinteiligen Strukturen im Bereich der als Fußgängerzone gestalteten Hauptstraße und größeren Betrieben im Bereich Kronenplatz/ Talstraße.
- Insbesondere im östlichen Bereich sind mit C&A, H&M, Intersport und Kaufland weiterhin verschiedene Magnetbetriebe vorhanden. Mit den neu gestalteten Marktplatzarkaden ist auch im westlichen Bereich ein wichtiger Anziehungspunkt mit attraktiven Angeboten geschaffen worden.

Foto 1: Kronenplatz - Magnetbetriebe



Quelle: eigenes Foto, Juni 2015

Foto 2: Talstraße - Magnetbetrieb



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

Foto 3: Kirchplatz - Marktarkaden



Quelle: eigenes Foto, Juni 2015

Foto 4: Marktplatz - Wochenmarkt



Quelle: eigenes Foto, Juni 2015

- Die funktionale Dichte im Bereich der Hauptstraße ist relativ hoch, es besteht ein weitgehend durchgängiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz über die gesamte Ausdehnung von rd. 650 Metern in Ostwestrichtung.
- Es sind alle Bedarfsbereiche abgedeckt mit einem deutlichen Schwerpunkt auf Angeboten des mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe).
- Der gute Branchenmix wird durch wichtige Dienstleistungsangebote (einzelhandelsnahe Dienstleistungen, Banken, Gastronomie, kulturelle Angebote und öffentliche Einrichtungen) ergänzt.
- Im Hinblick auf die Nahversorgung gibt es weiterhin einen großen Supermarkt, kleine Lebensmittel-Fachgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Der attraktive Wochenmarkt auf dem Marktplatz ergänzt das Lebensmittelangebot.



Foto 5: Marktplatz - Marktarkaden



Quelle: eigenes Foto, Juni 2015

Foto 6: Schloss - historisches Gebäude



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

- Unter städtebaulichen Aspekten sind der überwiegend gut erhaltene historische Gebäudebestand und ansprechend gestaltete Fassaden hervorzuheben.
- Die Neugestaltung der Marktarkaden zwischen historischem Rathaus und der Stadtkirche kann als positives Beispiel für die Integration moderner Gebäude (mit Geschäften) in historische Strukturen gesehen werden.
- Die Eingangssituationen zur Innenstadt sind im Bereich Hillerplatz und Kronenplatz herausragend gestaltet und als solche gut erkennbar.

Foto 7: Hillerplatz - Eingangssituation



Quelle: eigenes Foto, November 2013

Foto 8: Hauptstraße - Unteres Tor



Quelle: eigenes Foto, November 2013

- Der Straßenraum ist aufwändig mit Kunst/ Skulpturen und Brunnen gestaltet.
- Gestaltete Platzbereiche in verschiedenen Bereichen der Hauptstraße, teilweise mit ansprechender Außengastronomie, tragen zu der insgesamt guten Aufenthaltsqualität bei.

- Bauten wie z.B. das Untere Tor, die Villa Visconti, das Bietigheimer Schloss oder die Stadtkirche sind wichtige identitätsstiftende Elemente.
- Südlich der Innenstadt befindet sich mit dem Japangarten eine attraktiv gestaltete Parkanlage. Ebenso tragen die Übergänge und Blickbeziehungen zur Enz und Metter in diesem Bereich zur Aufenthaltsqualität bei.

Foto 9: Enz



Quelle: eigenes Foto, Juni 2015

Foto 10: Am Japangarten



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

Foto 11: Leitsystem



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

Foto 12: Leitsystem



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

- Innerhalb der Altstadt ermöglicht ein Leitsystem durch eine übersichtliche Beschilderung von öffentlichen Einrichtungen, Sehenswürdigkeiten, Gewerbe etc. eine schnelle Orientierung.
- Im Bereich der Talstraße sind verschiedene Freiflächen vorhanden, die ein Entwicklungspotenzial darstellen.



## Schwächen

- Der Haupteinkaufsbereich erstreckt sich in Ostwestrichtung im Wesentlichen linear entlang der Hauptstraße. In den Nebenstraßen ist nur teilweise Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz vorhanden bzw. nimmt dort stark ab. Querverbindungen, die die Potenziale der historischen Altstadt wie verwinkelte Gassen mit Flair und Atmosphäre nutzbar machen, sind kaum vorhanden.
- Abseits der Hauptstraße befinden sich überwiegend Wohnnutzungen im Erdgeschoss.
- Westlich des Marktplatzes lässt die Dichte des Einzelhandelsbesatzes deutlich nach. Auf Grund fehlender Publikumsmagneten ist die Passantenfrequenz hier geringer.
- Die Anbindung der Talstraße an die Altstadt ist auf Grund funktionaler Brüche unzureichend (unattraktive rückwärtige Anlieferungsbereiche). Der Besatz ist in diesem Bereich durch vorgelagerte Parkplätze und Freiflächen unterbrochen.

Foto 13: Talstraße - Unterführung



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

Foto 14: Talstraße - Bebauung



Quelle: eigenes Foto, November 2013

- Der Bereich Talstraße ist städtebaulich undefiniert, es entsteht eher Gewerbegebietscharakter. Die Bebauung ist in Qualität und Maßstäblichkeit abweichend vom Bereich der Altstadt. Ein städtebaulicher Zusammenhang ist nicht erkennbar. Insbesondere die Unterführung an der Karl-Mai-Allee und die vorgelagerten Bereiche der Talstraße stellen eine deutliche städtebauliche Zäsur dar.
- Es handelt sich um einen eher autokundenorientierten Standort, die fußläufige Anbindung ist auf Grund schmaler Gehwege unzureichend. Der Straßenraum ist ungestaltet, Aufenthaltsqualität ist hier nicht gegeben.

**Foto 15: Talstraße - schmale Gehwege**



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

**Foto 16: Talstraße - Ladezone Kaufland**



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

- Im Altstadtbereich sind abseits der Hauptstraße vereinzelt Leerstände oder bauliche Lücken vorhanden.

**Foto 17: Leerstand**



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

**Foto 18: bauliche Lücke**



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

Im Hinblick auf die künftige räumliche Entwicklung der Innenstadt von Bietigheim sind Flächenpotenziale hauptsächlich im Bereich der Talstraße verfügbar. Im Bereich der Altstadt gibt es lediglich vereinzelt kleinere unter-/ ungenutzte Flächen.

#### **4.3 SONSTIGE NAHVERSORGUNGSZENTREN/ -STANDORTE BIETIGHEIM-BISSINGEN**

Die Nahversorgungszentren Bissingen und Buch übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen für die Bewohner der jeweiligen Stadtteile und dienen darüber hinaus als Treffpunkt und Kommunikationsort. Da ihnen eine wichtige Nahversorgungsfunk-



tion zukommt, insbesondere auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen, sind vor allem die Angebote im kurzfristigen Bedarfsbereich wichtig.

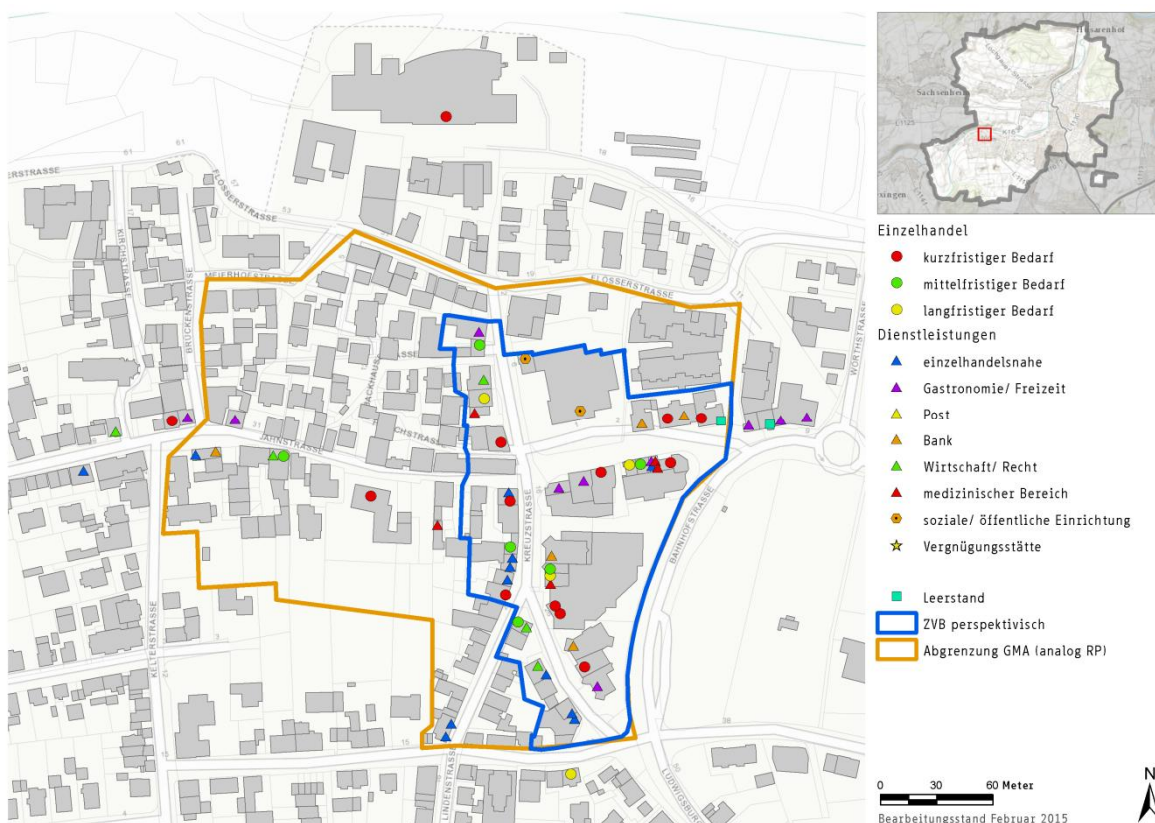
#### **4.3.1 Nahversorgungszentrum Bissingen**

Der Stadtteil Bissingen liegt südöstlich der Bietigheimer Innenstadt. Das Nahversorgungszentrum Bissingen erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Kreuzstraße im Bereich zwischen der Flößerstraße im Norden und der Gerokstraße im Süden, sowie entlang der Bahnhofstraße im Bereich zwischen der Kreuzstraße, einschließlich des östlichen Teils der Jahnstraße, und der Ludwigsburger Straße im Osten (vgl. Karte 3). Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist parzellenscharf vorgenommen worden und gegenüber der Abgrenzung aus dem Gutachten von 2007/2008 entsprechend dem vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz deutlich verkleinert worden.

#### **Stärken**

- Die Lebensmittelnahversorgung wird durch einen Supermarkt, einen Bioladen und Betriebe des Lebensmittelhandwerks sichergestellt. In fußläufiger Entfernung, jedoch außerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches befindet sich ein weiterer Bioladen an der Rommelmühle.
- Insgesamt ist das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich als gut zu bezeichnen, auch im mittelfristigen Bedarfsbereich sind wichtige Angebote vorhanden.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch Dienstleistungsangebote ergänzt, wie Banken und sonstige einzelhandelsnahe Dienstleistungen. Darüber hinaus befindet sich hier das Technische Rathaus mit dem Bürgeramt der Stadtverwaltung Bietigheim-Bissingen.

**Karte 3: Nahversorgungszentrum Bissingen**



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung November 2014; Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

- Leerstände sind kaum vorhanden.
- Das Nahversorgungszentrum Bissingen zeichnet sich durch seine kompakte Struktur aus. Teilweise ist ein historischer Gebäudebestand vorhanden.

**Foto 19: Kreuzstraße - kleinteilige Struktur**



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

**Foto 20: Kreuzstraße - Platzgestaltung**



Quelle: eigenes Foto, Mai 2014



- Der Straßenraum ist gestaltet durch Begrünung und Kunstobjekte, die Aufenthaltsqualität ist als gut zu bezeichnen, insbesondere durch den gestalteten Platzbereich am Technischen Rathaus.

### Schwächen

- Die Einzelhandelsstruktur ist kleinteilig, großflächige Angebote sind nicht vorhanden. Die Angebotsvielfalt ist gering.
- Insgesamt ist der Einzelhandelsbesatz gering und teilweise durch Wohnnutzungen unterbrochen.
- Das gastronomische Angebot ist sehr eingeschränkt.

Foto 21: Kreuzstraße - Technisches Rathaus



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

Foto 22: Bahnhofstraße - Außengastronomie



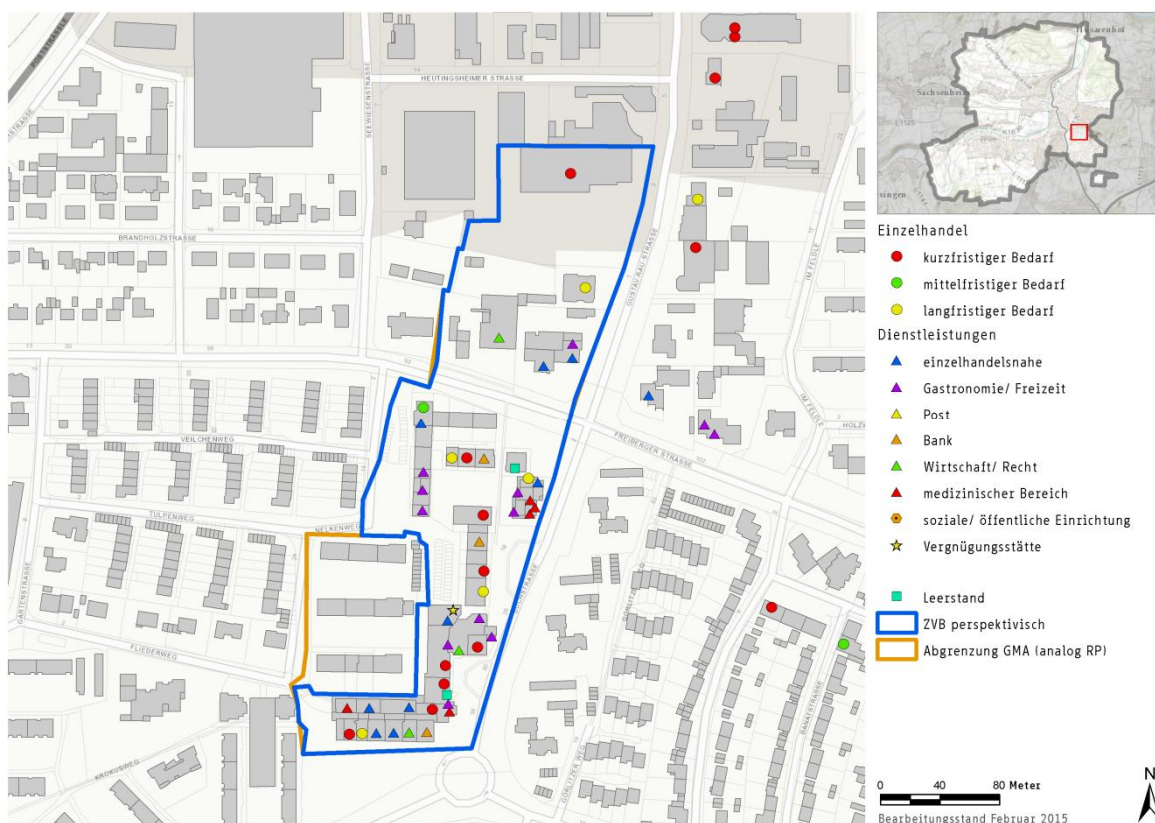
Quelle: eigenes Foto, Juni 2015

- Die Baustruktur ist gemischt, die Dimensionen des Technischen Rathauses stehen in deutlichem Kontrast zur umliegenden kleinteiligen Bebauung im Ortskern.
- Fassaden sind teilweise sanierungsbedürftig, der öffentliche Raum wirkt teilweise ungepflegt.
- Flächenpotenziale sind innerhalb des Nahversorgungszentrums nicht vorhanden.

### 4.3.2 Nahversorgungszentrum Buch

Das Nahversorgungszentrum Buch liegt südöstlich der Bietigheimer Innenstadt am nördlichen Rand des Wohngebietes Buch. Es erstreckt sich im Wesentlichen einseitig entlang der Buchstraße und dem südlichen Teil der Gustav-Rau-Straße (vgl. Karte 4). Die Abgrenzung ist gegenüber dem Gutachten von 2007/ 2008 nur geringfügig verändert worden.

Karte 4: Nahversorgungszentrum Buch



Quelle: eigene Abgrenzung auf Grundlage der Erhebung November 2014; Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

### Stärken

- Die Lebensmittelnahverorgung im Nahversorgungszentrum wird durch einen Supermarkt, einen Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittelgeschäft sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks sichergestellt.
- Wichtige Dienstleistungsbetriebe wie Banken, sonstige einzelhandelsnahe Dienstleistungen und Gastronomie ergänzen das Angebot.
- Die Dichte des Einzelhandelsbesatzes ist vor allem im südlichen Bereich relativ hoch.
- Das Zentrum zeichnet sich durch seine kompakte Struktur aus.
- Südlich der Freiburger Straße befindet sich ein neu gestalteter Platzbereich mit Aufenthaltsqualität.



**Foto 23: Gestalteter Platzbereich**



Quelle: eigenes Foto, Juni 2015

**Foto 24: Außengastronomie**



Quelle: eigenes Foto, Juni 2015

## Schwächen

- Im Nahversorgungszentrum Buch sind fast ausschließlich Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereiches vorhanden.
- Der Teilbereich nördlich der Freiburger Straße mit einem Lebensmitteldiscounter hat einen deutlichen Gewerbegebietscharakter und ist funktional und städtebaulich vom südlichen Bereich getrennt. Ein städtebaulicher Zusammenhang ist nicht erkennbar.
- Die Freiburger Straße stellt auf Grund der hohen Verkehrsbelastung eine deutliche Trennwirkung dar.

**Foto 25: Buchstraße - Bebauung**



Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

**Foto 26: Freiburger Straße - Trennwirkung**



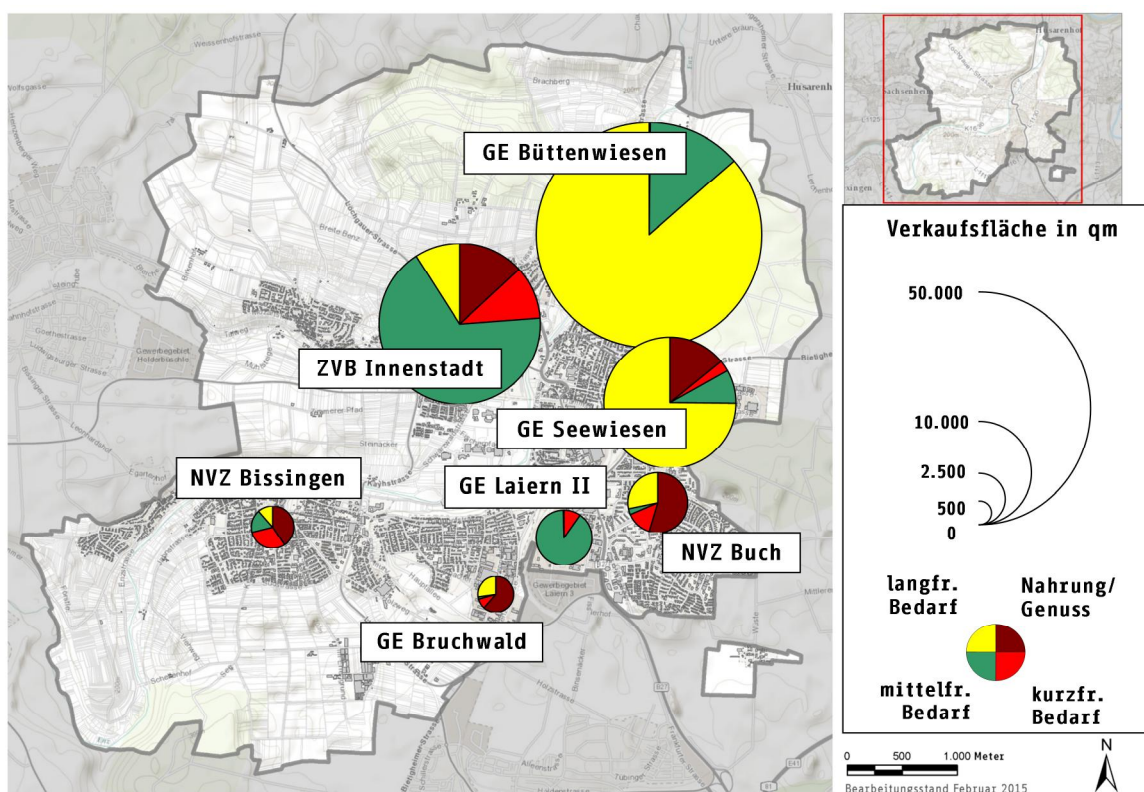
Quelle: eigenes Foto, Januar 2015

- Die Bebauung ist teilweise sanierungsbedürftig, sowohl im öffentlichen als auch im privaten Raum sind Investitionsrückstände sichtbar.

## 5. BEDEUTENDE INTEGRIERTE UND NICHT INTEGRIERTE EINZELHANDELSSTANDORTE

Neben der Innenstadt Bietigheim handelt es sich bei den Nahversorgungszentren Bissingen und Buch um integrierte Standorte in Bietigheim-Bissingen. Bedeutende nicht integrierte Einzelhandelsstandorte sind die Gewerbegebiete Bruchwald, Büttewiesen, Laiern II und Seewiesen.

Karte 5: Einzelhandelskonzentrationen Bietigheim-Bissingen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung November 2014, Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

In Karte 5 wird deutlich, dass das Gewerbegebiet Büttewiesen in Bezug auf die Verkaufsfläche den größten Einzelhandelsstandort darstellt. Daneben haben insbesondere der ZVB Innenstadt und das Gewerbegebiet Seewiesen unter quantitativen Gesichtspunkten eine hohe Bedeutung. Die Bedeutung der Nahversorgungszentren ist quantitativ eher gering.

### GE Büttewiesen

Das Gewerbegebiet Büttewiesen befindet sich im Nordosten des Stadtgebietes, in rd. 2 Kilometern Entfernung westlich der Bietigheimer Innenstadt. An diesem nicht



integrierten Standort liegt der Angebotsschwerpunkt mit rd. 86% im langfristigen Bedarfsbereich, überwiegend mit Anbietern aus dem Bereich Möbel und Einrichtungsbedarf. Die übrigen Angebote entfallen im Wesentlichen auf den Mittelfristigen Bedarfsbereich mit einem Schuhfachmarkt und sonstigen zentrenrelevanten Randsortimenten. Die ansässigen Einzelhandelsbetriebe sind überwiegend großflächig, in der Summe haben sie eine größere Verkaufsfläche als die Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt.

### **GE Seewiesen**

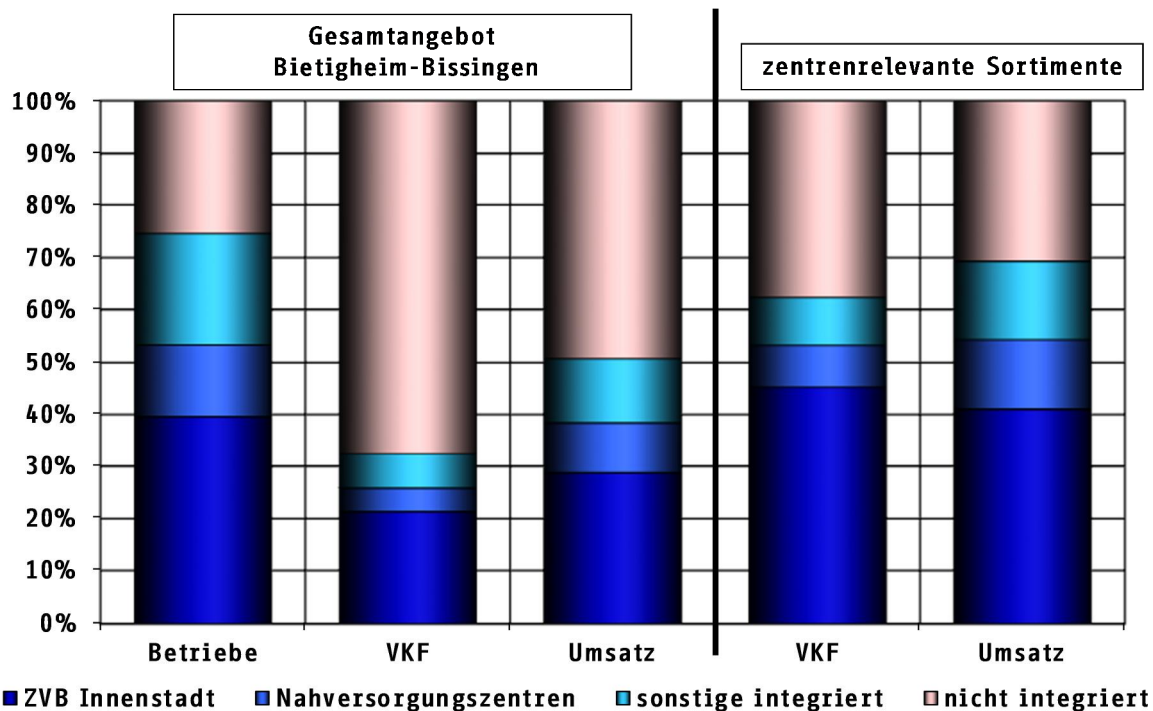
Ein weiterer bedeutender Einzelhandelsstandort ist das Gewerbegebiet Seewiesen. Es befindet sich ebenfalls im Nordosten des Stadtgebietes und grenzt südlich an das Gewerbegebiet Büttenwiesen an. Hier sind Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden, aber auch hier liegt der Schwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich. Auf Grund eines Supermarktes, zweier Lebensmitteldiscounter und drei Getränkemärkten ist an diesem nicht integrierten Standort ein erhebliches Angebot im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel vorhanden.

In den übrigen Gewerbegebietslagen wie **GE Laiern II** oder **GE Bruchwald** spielt der Einzelhandel quantitativ eine vergleichsweise untergeordnete Rolle. Dabei sind im GE Laiern II überwiegend Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereiches zu finden (Bekleidung/ Schuhe) und im GE Bruchwald zum Großteil Angebote des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs-/ Genussmittel).

## **5.1 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES**

Im Folgenden werden die bisher dargestellten Ergebnisse zur Einzelhandelssituation differenziert nach Standorttyp der Betriebe aufgezeigt. Es wird differenziert nach Innenstadt, Nahversorgungszentren, sonstigen integrierten Lagen und nicht integrierten Lagen (Begriffsdefinitionen siehe Glossar).

Abb. 3: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile in Bietigheim-Bissingen nach Standorttyp



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttyp zeigt:

Gemessen an der Zahl der Betriebe ist mit rd. 40% der Großteil innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt. In nicht integrierten Lagen befinden sich rd. 25% der Betriebe. Wird die Verteilung der Verkaufsfläche betrachtet, so entfallen rd. 68% auf nicht integrierte Lagen und nur rd. 21% auf den zentralen Versorgungsbereich. Dies zeigt, dass an den nicht integrierten Standorten im Durchschnitt deutlich größere Betriebe zu finden sind als in der Innenstadt. Knapp die Hälfte des Umsatzes wird an nicht integrierten Standorten erzielt. Auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt entfallen rd. 29% des Umsatzes. Die Betriebe in der Innenstadt erreichen somit eine höhere Flächenleistung.

Werden nur die zentrenrelevanten Sortimente betrachtet, so weisen die nicht integrierten Standorte insgesamt rd. 38% der Verkaufsfläche und rd. 31% des Umsatzes auf. Die Anteilswerte des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt liegen mit rd. 45% bzw. 41% etwas darüber.



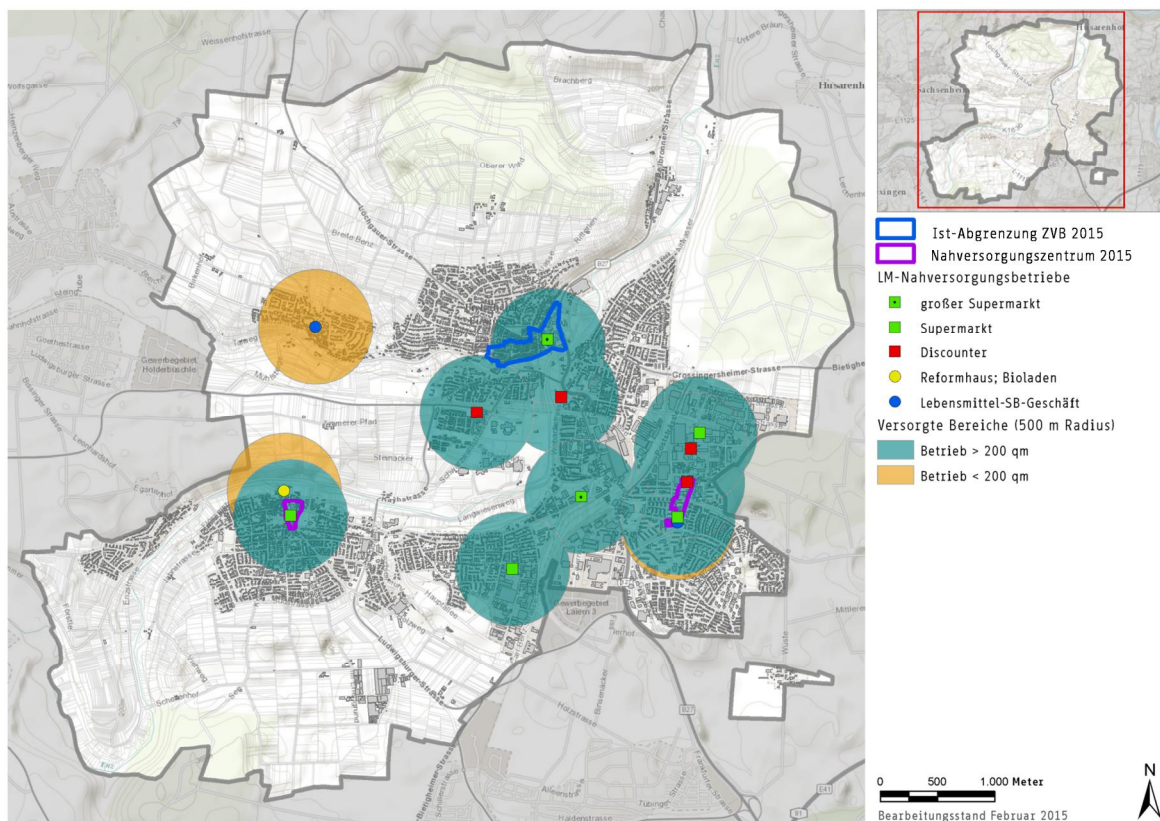
## 5.2 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

Es wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der Einzelhandel der Stadt Bietigheim-Bissingen bei einer Bindungsquote von rd. 91% keine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung vorliegt (vgl. Kap. 3.2.2).

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des Einzelhandelsangebotes jedoch, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich, auch die Frage nach dessen räumlicher Verteilung von Bedeutung.

Im Folgenden wird daher der Frage nachgegangen, welcher Teil der Einwohner in der Stadt Bietigheim-Bissingen in der Lage ist, ein entsprechendes Angebot auch zu Fuß zu erreichen.

Karte 6: (Lebensmittel-)Nahversorgungsangebot in Bietigheim-Bissingen



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage eigener Erhebung November 2014; Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen; Topographische Karte: Esri, HERE, DeLorme, TomTom, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community



Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind daher in Karte 6 die in der Gesamtstadt Bietigheim-Bissingen ansässigen Lebensmittelbetriebe dargestellt.

Insgesamt können 10 Standorte von Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und einer Verkaufsfläche von über 200 m<sup>2</sup><sup>41</sup> identifiziert werden. Ergänzend dazu sind drei Betriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> vorhanden, die zusätzlich einen Beitrag zur Versorgung der Bevölkerung leisten.

Um Betriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 200 m<sup>2</sup> wurde ein gelber und um Betriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 m<sup>2</sup> wurde ein blauer Kreis mit einem Radius von je 500 Metern gezogen: Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern (Luftlinie) zu einem solchen Einzelhandelsbetrieb wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann. Im konkreten Fall beeinflussen topographische, infrastrukturelle und andere räumliche Aspekte die tatsächliche Zugänglichkeit.

### **Bewertung**

Fünf der dreizehn Lebensmittelbetriebe befinden sich innerhalb der Zentren. Ebenfalls fünf Lebensmittelbetriebe befinden sich an sonstigen integrierten Standorten, drei weitere Lebensmittelbetriebe an nicht integrierten Standorten.

Karte 6 zeigt deutlich, dass ein Teil der Bevölkerung in Bietigheim-Bissingen außerhalb der 500 Meter-Radien ansässig ist und somit nicht ausreichend nahversorgt ist. Hierbei handelt es sich insbesondere

- in Bietigheim um den westlich der Hillerstraße/ Schmidbleichstraße sowie der nördlich der Erwin-Bälz-Straße gelegenen Kernsiedlungsbereich,
- weiterhin um den nördlichen Bereich des Wohngebietes Sand sowie den südlichen Bereich des Wohngebietes Buch,
- in Bissingen um den Wohnsiedlungsbereich zwischen der Schubart- und Brunnenstraße sowie den Bereich südlich des Forchenwegs und Entenäcker und um
- den Stadtteil Untermberg.

---

<sup>41</sup> In der Regel kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> davon ausgegangen werden, dass das vorhandene Angebot die nahversorgungsspezifischen Bedarfe ausreichend abdeckt. Es ist jedoch nicht generell auszuschließen, dass auch kleinere Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion für (zumindest temporär) immobile Menschen besitzen.



## 6. ÜBERPRÜFUNG DES ZIELKATALOGES

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bietigheim-Bissingen auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern. Auch wenn der neue § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind Bebauungspläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels bildet ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt Bietigheim-Bissingen insgesamt und der zentralen Versorgungsbereiche. Dabei hat die Erfahrung mit der Erarbeitung zahlreicher Gutachten als Grundlage für Einzelhandelskonzepte für unterschiedliche Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind.

Dementsprechend wird im Folgenden der Vorschlag für einen Zielkatalog vorgestellt, welcher der künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bietigheim-Bissingen zugrunde gelegt werden sollte. Gleichzeitig dienen diese Zielvorschläge als Grundlage für das planungsrechtliche Konzept.

Der Zielkatalog entspricht dabei weitestgehend den Zielen des bestehenden Einzelhandelskonzeptes von 2009; die bestehenden Ziele wurden überprüft und entsprechend angepasst.

### **ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER VERSORGENGSFUNKTION DER STADT BIETIGHEIM-BISSINGEN ALS MITTELZENTRUM**

Ein wichtiges Ziel liegt in der Erhaltung und Stärkung der durch den Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Bietigheim-Bissingen gemeinsam mit Besigheim. *„Mittelzentren sollen als Standorte eines vielfältigen Angebots an höherwertigen Einrichtungen und Arbeitsplätzen so entwickelt werden, dass sie den gehobenen, spezialisierten Bedarf decken können. Mittelbereiche sollen im Ländlichen Raum mindestens 35.000 Einwohner umfassen<sup>42</sup>.“*

---

<sup>42</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 2.5.9 (Ziel), S. 21.



Wie in Kap. 3.2.2 gezeigt wurde, fließt rein rechnerisch und per Saldo Kaufkraft nach Bietigheim-Bissingen (Gesamtbindungsquote rd. 126%). Insbesondere in einigen Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfes sind deutliche Kaufkraftzuflüsse (Bindungsquoten von über 200%) zu verzeichnen. In den Sortimenten, die derzeit keine oder geringe Kaufkraftzuflüsse aufweisen, sollen die Bindungsquoten zukünftig gesteigert werden (vgl. auch Kap. 7.1.2).

Der Schwerpunkt sollte somit auf der **Erhaltung** der Versorgungsfunktion der Stadt Bietigheim-Bissingen als Mittelzentrum liegen.

#### **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT SOWIE DER ZENTRALITÄT DER INNENSTADT VON BIETIGHEIM-BISSINGEN**

Die mittelzentrale Versorgungsfunktion von Bietigheim-Bissingen (gemeinsam mit Besigheim) wird nur z.T. vom zentralen Versorgungsbereich Innenstadt übernommen. Ein erheblicher Teil der Kaufkraft der zentrenrelevanten Sortimente wird an nicht integrierten Standorten gebunden (vgl. Kap. 4.2.2 und Kap. 5). Die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente sollte zukünftig in erster Linie innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu dessen Stärkung erfolgen, oder aber in den beiden Nahversorgungszentren, soweit sie deren Stärkung dienen (vgl. Kap. 4.3).

Neben der Zentralität - einer vorrangig quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bestehende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen erhalten und gestärkt werden. Daneben sollte der Einzelhandel weiterhin von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt formen.

Die funktionale Vielfalt, sowohl bezüglich unterschiedlicher Branchen als auch hinsichtlich Betriebstypen, ist im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt weiter zu optimieren.

Dieses Ziel erfordert ein konzeptionelles und transparentes Vorgehen bei Ansiedlungsentscheidungen anstatt einzelfallbezogener Entscheidungen.



### **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")**

Ein kompakter zentraler Versorgungsbereich mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume. Weiterhin ist insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Zudem werden dadurch überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die entstehenden Umweltbelastungen reduziert.

### **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSFUNKTION**

Der Verkürzung der Wege dient auch einer flächendeckenden Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung), insbesondere im Bereich Nahrungs-/Genussmittel: Es soll eine wohnungsnaher Versorgung ermöglicht werden.

Die Stadt Bietigheim-Bissingen weist insgesamt eine mittelmäßige Nahversorgungssituation auf. Es muss in Zukunft um den Erhalt der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen gehen und um ihre Stärkung, wo sie bislang unzureichend ist.

### **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER IDENTITÄT DER BIETIGHEIMER INNENSTADT**

Die unverwechselbare Identität einer Innenstadt wird durch verschiedene Faktoren (Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, Architektur etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden interkommunalen Wettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild (Städtebau und Architektur) der Innenstadt gewinnt angesichts der stetig zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation an Gewicht.

Besonderes Alleinstellungsmerkmal der Bietigheimer Innenstadt ist die historische Altstadtstruktur. Das Zusammenspiel von einer hohen Aufenthaltsqualität mit historischem Gebäudebestand, gestalteten Platzbereichen, der Lage an Enz und Metter und dem Vorhandensein von Einzelhandelsangeboten sowie Angeboten der Gastronomie und Kultur prägen die Bietigheimer Innenstadt. Es gilt diese Stärken z.T. noch weiter auszubauen und die Identität der Innenstadt weiter hervorzuheben.

### **SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT)/ ENTSCHEIDUNGSSICHERHEIT FÜR STÄDTEBAULICH ERWÜNSCHTE INVESTITIONEN**

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen



abhängig, die z.T. von der jeweiligen Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit einem Einzelhandelskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbe-  
reiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb"  
geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu  
sein. Eng damit verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich er-  
wünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitio-  
nen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

#### **SICHERUNG VON GEWERBEGEBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE**

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewer-  
begebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzie-  
renden Gewerbe vorzuhalten. Die Standortentscheidungen zur Erweiterung beste-  
hender Betriebe bzw. zur Investition der bestehenden Betriebe hängen häufig auch  
von den Perspektiven flächenbezogener Entwicklungsoptionen ab. Für Neuansiedlun-  
gen ist es wichtig, möglichst zeitnah und kostengünstig an Flächen zu gelangen, die  
auch räumliche Entwicklungsoptionen enthalten. Insofern ist der Bodenpreis ein  
Faktor, der dazu führen kann, dass physisch vorhandene Flächen aus Sicht der po-  
tenziellen Nutzer faktisch nicht vorhanden sind. Diese können häufig nicht mit den  
preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.



## 7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNGSSPIELRAUMES

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende fortgeschriebene Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt Bietigheim-Bissingen darstellen: Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der Innenstadt sowie der beiden Nahversorgungszentren Bissingen und Buch hängt auch davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation, mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde daher eine Verkaufsflächenprognose durchgeführt. Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 8.3 beschrieben.

Grundlage für das fortgeschriebene Einzelhandelskonzept sind die in Kap. 6 dargestellten Ziele, die mit einem solchen Konzept erreicht werden sollen.

### 7.1 METHODISCHES VORGEHEN

In diesem Kapitel wird die Methodik der Verkaufsflächenprognose dargelegt. Dabei sind auch die auf die Stadt Bietigheim-Bissingen bezogenen grundlegenden Annahmen enthalten.

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale waren die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung, der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern<sup>43</sup>.

Neben diesen nachfrageseitigen Determinanten sind allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie angebotsseitige Veränderungen zu berücksichtigen. Dafür ist entscheidend, ob und inwieweit die Position der Stadt Bietigheim-Bissingen im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gehalten bzw. gestärkt werden kann. Diese Positionierung der Stadt Bietigheim-Bissingen wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung abhängig.

---

<sup>43</sup> Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.

Der Entwicklungsspielraum wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kap. 6 und Kap. 8.2) und andererseits von den verfügbaren Flächen (vgl. Kap. 8.3) ab.

Der abgeleitete quantitative Entwicklungsspielraum ist einer räumlichen Steuerung zugänglich: Es ist eher die Ausnahme, dass in einer stagnierenden Situation Verbesserungen in der Handelsstruktur erreicht werden können, da der Bestand kaum zu lenken ist<sup>44</sup>.

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2020, deren Ergebnisse weitgehend als aktueller Bedarf angesehen werden können, sowie eine mittel- bis langfristige Prognose bis zum Jahr 2025.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden eine obere und eine untere Variante erarbeitet, sodass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 7.2). Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.

Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (Kap. 7.1.2).

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.<sup>45</sup>.

### **7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage**

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die bisherige Einwohnerentwicklung von Bedeutung (vgl. Abb. 4). Diese ist seit 1992 überwiegend durch Zuwächse geprägt; der deutliche Rückgang im Jahr 2011 ist auf den Übergang von der Fortschreibung der Volkszählungsdaten auf die Fortschreibung der Zensusdaten zurückzuführen.

---

<sup>44</sup> Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.

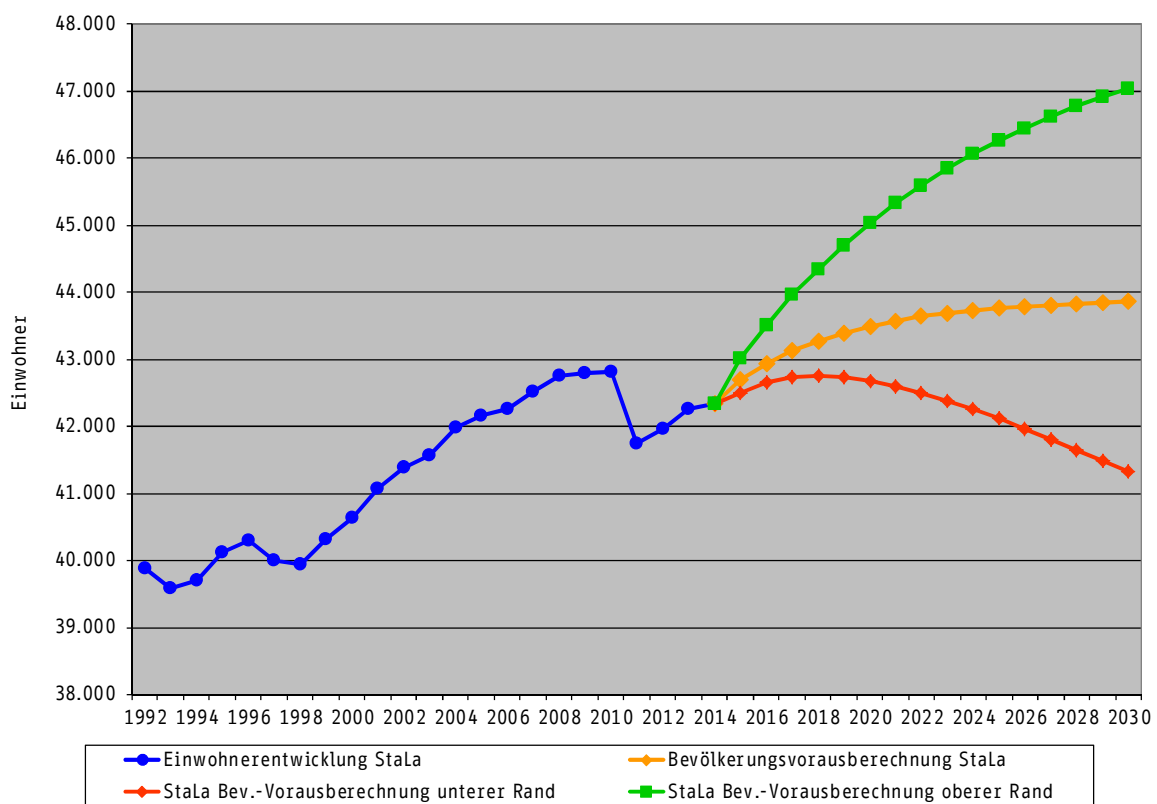
<sup>45</sup> D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



Als Grundlage für die künftige Einwohnerentwicklung wurde die Vorausberechnung des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg (mit Wanderungen und Entwicklungskorridor, Basisjahr 2014) herangezogen.

In der folgenden Abbildung ist diese Entwicklung dargestellt. Danach ergibt sich je nach Variante eine weitere, allerdings abflachende Zunahme, eine Stagnation oder eine rückläufige Bevölkerungszahl.

**Abb. 4: Einwohnerentwicklung in der Stadt Bietigheim-Bissingen 1992 bis 2013 (tatsächliche Entwicklung) und 2012 bis 2030 (Prognosewerte)**



Werte Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: bis 2010 Fortschreibung VZ 1987, seit 2011 Fortschreibung Zensus

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Um zu berücksichtigen, dass mit zunehmender zeitlicher Entfernung die Unsicherheiten von Prognosen zunehmen, wurde der vom Statistischen Landesamt angegebene untere bzw. obere Rand als untere bzw. obere Variante der Prognose verwendet. Die Prognosewerte wurden zudem auf 25 Einwohner gerundet, um die Prognoseungenauigkeit zu verdeutlichen.



Im Jahr 2020 ist in der Stadt Bietigheim-Bissingen damit von 42.675 bis 45.025 Einwohnern und 2025 von 42.100 bis 46.250 Einwohnern und somit über den gesamten Betrachtungszeitraum gesehen von einem Bevölkerungsrückgang um rd. 0,3% in der unteren Variante bzw. einem Bevölkerungszuwachs um rd. 9,6% in der oberen Variante auszugehen.

Diese Zuwächse in der oberen Variante sind durch entsprechende Wohnungsbaumaßnahmen zu ermöglichen; die Entwicklung von Wohngebieten in der Stadt dient insofern zunächst der Ermöglichung dieses Zuwachses. Erst wenn dieser Zuwachs und die voraussichtlich weiter zunehmende Wohnfläche je Einwohner erfüllt sind, kommt es durch neue Wohngebiete zu einem darüber hinaus möglichen Einwohnerzuwachs.

Auch im Hinblick auf die andauernde Euro-/ Staatsschuldenkrise und deren Auswirkungen ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel von gesamtwirtschaftlichen Zuwächsen nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortwährendem gesamtwirtschaftlichem Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauches kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen. Dabei muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor diesem Hintergrund bis 2016 von einer Stagnation (untere Variante) bis zu einem maximalen jährlichen Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 0,5% (obere Variante) ausgegangen; für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2025 wurde ein jährlicher Zuwachs um 0,5% bis 1,0% unterstellt. Explizit ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Werten um die Entwicklung des stationären Einzelhandels handelt; die zunehmende Bedeutung des Internets (die nicht zu überschätzen ist) ist damit bereits berücksichtigt. In Anbetracht der weitgehenden Stagnation im deutschen Einzelhandel seit 1993 ist insbesondere die obere Variante als Hoffnung anzusehen, dass dem Einzelhandel der "Ausbruch" aus dieser Entwicklung gelingen kann und er mithin an der konjunkturellen Entwicklung (wenn auch weiterhin unterdurchschnittlich) partizipieren kann.



Da übereinstimmend von allen Instituten eine weitere Abnahme des Anteiles der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines deutlich über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Bietigheim-Bissingen sind in Tab. 3 als Übersicht dargestellt.

**Tab. 3: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick**

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2020	42.675	45.025
Einwohner 2025	42.100	46.250
Kaufkraftzuwachs 2014 - 2016 (p.a.)	0,0%	0,5%
Kaufkraftzuwachs 2016 - 2025 (p.a.)	0,5%	1,0%
Kaufkraftzuwachs 2014 - 2025 insgesamt	4,6%	10,5%
Kaufkraft/ Einw. (Bietigheim-Bissingen) 2014	6.005 €	
Kaufkraft/ Einw. (Bietigheim-Bissingen) 2020	6.157 €	6.375 €
Kaufkraft/ Einw. (Bietigheim-Bissingen) 2025	6.281 €	6.634 €
Kaufkraftpotenzial Bietigheim-Bissingen 2014	253,5 Mio. €	
Kaufkraftpotenzial Bietigheim-Bissingen 2020	262,7	287,0
Änderung gegenüber 2014	3,7%	13,2%
Kaufkraftpotenzial Bietigheim-Bissingen 2025	264	307
Änderung gegenüber 2014	4%	21%

Quelle: Stadt Bietigheim-Bissingen; stat. Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2014); eigene Berechnungen

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenziales nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (vgl. Tab. A - 6).



### 7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben<sup>46</sup>. Die Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden zwei Prognoseszenarien berechnet. Ferner wurde zum Vergleich eine Status-quo-Prognose berechnet, die auch die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Bietigheim-Bissingen aufzeigen soll.

1. Die Status-quo-Prognose beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Kap. 3.2.2) werden fortgeschrieben: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung im gleichen Ausmaß. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

Allerdings wird unterstellt, dass derzeit über 200% liegende Bindungsquoten<sup>47</sup> wegen zusätzlicher Konkurrenz der Nachbarorte auf diesen Wert zurückgehen.

Diese Prognosevariante dient ausschließlich der Identifikation desjenigen Teiles des Entwicklungsspielraumes, der auf Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist. (Ohnehin ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Bietigheim-Bissingen erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.)

2. Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhan-

---

<sup>46</sup> Dies bedeutet, dass die ermittelte Entwicklung aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig (z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte) zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann, sei hier bereits angemerkt.

<sup>47</sup> Im Mittelbereich von Bietigheim-Bissingen leben knapp 300% mehr Einwohner als in der Stadt. Bei einer Bindungsquote von mehr als 200% wird rechnerisch nicht nur der Mittelbereich, sondern auch ein Teil der außerhalb lebenden Einwohner allein durch den Einzelhandel in der Stadt voll versorgt



delsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Bietigheim-Bissingen in den Sortimentsbereichen gestärkt werden kann, in denen derzeit nur gering erscheinende Bindungsquoten erreicht werden. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebots auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden.

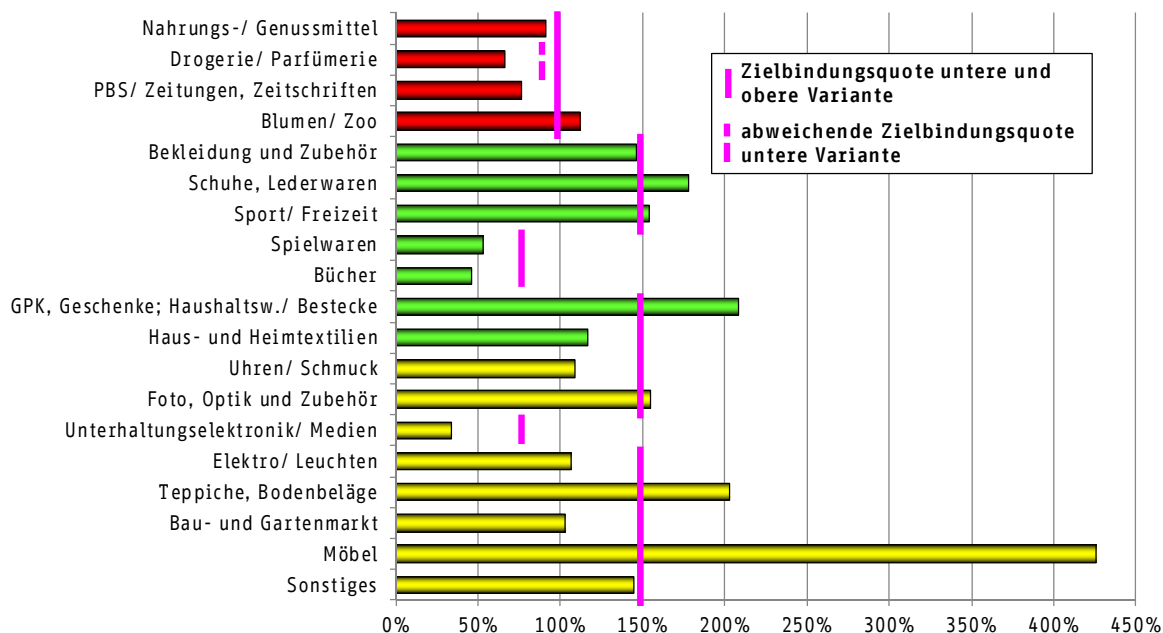
- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs sollte jede Gemeinde unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion in der Lage sein, die eigenen Einwohner selbst zu versorgen. Da abgesehen vom Sortiment Blumen/ Zoo die Bindungsquoten derzeit - teilweise weit - unter dem Selbstversorgungswert von 100% liegen (vgl. Abb. 1, S. 16), wurde hier eine Steigerung der Bindungsquote in der oberen und unteren Variante auf 100% angenommen. Ausnahme ist das Sortiment Drogerie/ Parfümerie, bei welchem in der unteren Variante eine Zielbindungsquote von 90% gewählt wurde.
- Im mittel- und langfristigen Bedarf sind hingegen auch die zentralörtliche Funktion als Mittelzentrum und die sich daraus ergebende Versorgungsaufgabe für den Mittelbereich zu berücksichtigen. Grundsätzlich wurde hier eine "Zielbindungsquote" 150% sowohl in der unteren als auch der oberen Variante angenommen. Ausnahmen erschienen in den Sortimentsbereichen erforderlich, wo eine solche Steigerung als zu anspruchsvoll anzusehen wäre: Für die Sortimente Spielwaren, Bücher und Medien wurde eine Bindungsquote von 75% angenommen.

Es wurde angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen bis zum Jahr 2025 erreicht werden können; in den Sortimentsbereichen, in denen schon derzeit höhere Bindungsquoten erreicht werden, wurde unterstellt, dass diese - mit Ausnahme der Bereiche, in denen die Bindungsquote über 200% liegt (s.o.) - auch zukünftig gehalten werden können.

Für die im Jahr 2025 zu erwartende Bindungsquote bedeuten die Änderungen, dass diese insgesamt von derzeit rd. 122% - ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk, vgl. Kap. 7.1 - auf dann rd. 136% bis 137% (untere bzw. obere Variante) ansteigen wird.

Abb. 5 zeigt die aktuell erreichten und die für das Jahr 2025 angesetzten Bindungsquoten bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose.

**Abb. 5: Bindungsquoten in Bietigheim-Bissingen nach Sortimenten im Ist-Zustand und für 2025 angesetzte Mindestwerte für die Entwicklungsprognose**



Quelle: Stadt Bietigheim-Bissingen; stat. Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2014); eigene Berechnungen

3. Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, stärkerer Bedeutungszuwachs des Internet als unterstellt, Änderungen in den Nachbargemeinden o.ä.). Dabei wurde von einem Umsatzrückgang um 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

Bei sämtlichen voranstehend beschriebenen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen lediglich bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden<sup>48</sup>. Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

<sup>48</sup> Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es dabei nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Quote zu erreichen. Vielmehr lautet die Leitfrage nach Ermittlung des Entwicklungsspielraumes, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität der Innenstadt sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung, insbesondere zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 8.2f.).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit Bietigheim-Bissingen und insbesondere mit der Innenstadt, ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie eine insgesamt gute funktionale Mischung (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht bzw. gehalten wird. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Entwicklungsspielraumes vom Handeln in der Stadt.

## 7.2 PROGNOSEERGEBNISSE

### 7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für die Stadt Bietigheim-Bissingen prognostiziert.

Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe<sup>49</sup>. Infolge

- des in der Entwicklungsprognose in drei Sortimentsbereichen (GPK/ Geschenke/ Hausrat, Teppiche/ Bodenbeläge, Möbel) angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
  - des bei der Wettbewerbsprognose in den meisten Sortimentsbereichen angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
  - der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
  - der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen
- können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben. Hier wurde zunächst unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen,

---

<sup>49</sup> In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im November 2014, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Entwicklungsspielraum.

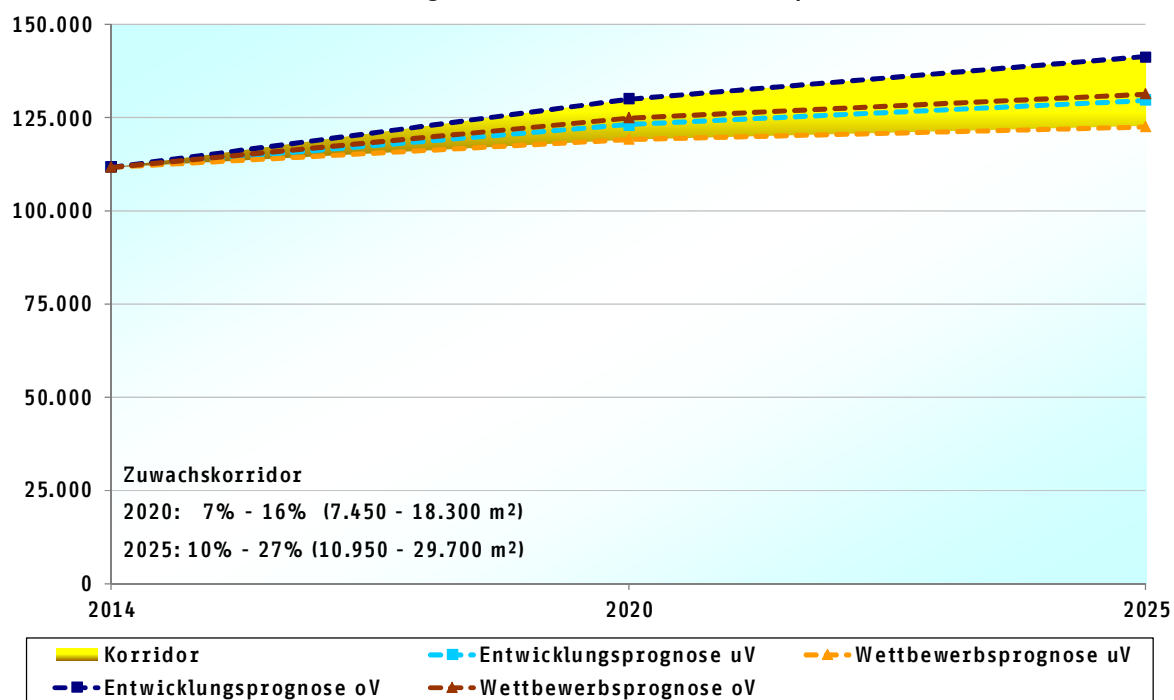


sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

Der auf diese Weise abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist vorrangig auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen in der Stadt Bietigheim-Bissingen der Fall - kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.

Abb. 6: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2014 - 2025 Gesamtpotenzial (in m<sup>2</sup>)



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Die Ergebnisse der Entwicklungs- und der Wettbewerbsprognose sind in Abb. 6 zusammengefasst dargestellt. Zur Verdeutlichung möglicher Abweichungen ist ergänzend ein Entwicklungskorridor abgebildet.



Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2020 für die Stadt Bietigheim-Bissingen auf Basis der Entwicklungsprognose ein Entwicklungsspielraum von rd. 11.450 m<sup>2</sup> (untere Variante) bis 18.300 m<sup>2</sup> (obere Variante) (vgl. Tab. A - 8 im Anhang). Bis zum Jahr 2025 erhöht sich dieser Verkaufsflächenspielraum auf rd. 17.950 m<sup>2</sup> (untere Variante) bis 29.700 m<sup>2</sup> (obere Variante). Dies entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von gut 121.450 m<sup>2</sup> einer Steigerung um rd. 16% bis 27%. Auf das Jahr umgerechnet bedeutet dies einen Zuwachs von rd. 1.600 bis 2.700 m<sup>2</sup>.

Wird dies mit dem Flächenspielraum der Status-quo-Prognose verglichen (rd. 4.450 bis 10.450 m<sup>2</sup> bis 2020 bzw. rd. 4.900 bis 14.650 m<sup>2</sup> bis 2025; vgl. Tab. A - 7 im Anhang), so zeigt sich, dass in der unteren Variante rd. 60% bis 75% und in der oberen Variante etwa die Hälfte des Entwicklungsspielraums auf die verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen ist.

Sollte der Einzelhandelsumsatz wegen nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen um 10% einbrechen (**Wettbewerbsprognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenspielraum gegenüber der Entwicklungsprognose um rd. 39% bzw. 34% (untere bzw. obere Variante) auf rd. 10.950 bis 19.750 m<sup>2</sup> bis 2025, sofern Umsatzrückgänge ohne Verkaufsflächenrückgänge angenommen würden (vgl. Tab. A - 9 im Anhang)<sup>50</sup>. Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche stellt dies immerhin noch eine Steigerung um rd. 10% bis 18% dar.

Die o.g. Spannweiten auf Grund der unterschiedlichen Prognoseszenarien bzw. -annahmen zeigen, welche Bedeutung die - zum größten Teil - außerhalb des Einflussbereiches der Stadt Bietigheim-Bissingen liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Entwicklungsspielraum hinaus ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Bietigheim-Bissingen derart erhöht,

---

<sup>50</sup> Käme es - entgegen den bisher getroffenen Annahmen - bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials nicht nur zu einem Rückgang der Flächenleistung, sondern nur zur Hälfte zu einem solchen Rückgang, zur anderen Hälfte hingegen zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche, wäre in der unteren Variante statt eines Entwicklungsspielraumes ein Flächenrückgang von rd. 4.500 m<sup>2</sup> zu verzeichnen (vgl. Tab. A - 10 im Anhang).



dass über die hier angenommenen künftigen Bindungsquoten hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt gezogen bzw. die örtliche Kaufkraft stärker an den Ort gebunden werden kann.

Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose (eigentliche Prognose) von einem Entwicklungsspielraum von rd. 1.600 bis 2.700 m<sup>2</sup> pro Jahr auszugehen ist.

Sofern eine Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose erfolgen sollte, reduziert sich der jährliche Spielraum selbst bei Ergreifen von Maßnahmen zur Steigerung der Kaufkraftbindung auf nur noch rd. 1.000 bis 1.800 m<sup>2</sup>, wenn es bei einem rechnerischen Verkaufsflächenrückgang nicht zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche kommt. Würde hingegen ein rechnerischer Rückgang zur Hälfte zu einem tatsächlichen Verkaufsflächenrückgang führen, so reduziert sich der jährliche Entwicklungsspielraum in der oberen Variante auf rd. 900 m<sup>2</sup>, während nach der unteren Variante die Verkaufsfläche jährlich um rd. 100 m<sup>2</sup> zurückginge.

**Dies unterstreicht die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung konsequent an den Zielen auszurichten.**

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich ein **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die unterstellte Steigerung der Bindungsquoten bei der Entwicklungs- aber auch der Wettbewerbsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen; diese erfolgt in einem längerfristigen Prozess.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Spielraum im Laufe von mehr als einem Jahrzehnt entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die damit zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden,



dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Bietigheim-Bissingen gesteigert werden. Entsprechend kann bei der Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Entwicklungsspielraum abgezogen werden<sup>51</sup>.

### **7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums**

Die voranstehend dargestellten Gesamt-Prognosewerte sind nur bedingt von Interesse. Wesentlich bedeutsamer ist die Frage, an welchen Stellen die räumliche Realisierung dieses Entwicklungsspielraumes erfolgen sollte (vgl. Kap. 8.2f.).

Bei der räumlichen Verteilung des für Bietigheim-Bissingen insgesamt ermittelten Entwicklungsspielraumes sind insbesondere die Zielsetzungen einer Funktionsstärkung der Innenstadt sowie der Erhaltung und Stärkung der Nahversorgung zu berücksichtigen (vgl. Kap. 6). Entsprechend diesen Zielen sollte an nicht integrierten Standorten auch künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 8.1.3) mehr zugelassen werden (vgl. Kap. 8.2).

Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Flächenspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der prognostizierte Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger Bedarf und Teile des langfristigen Bedarfes) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt.

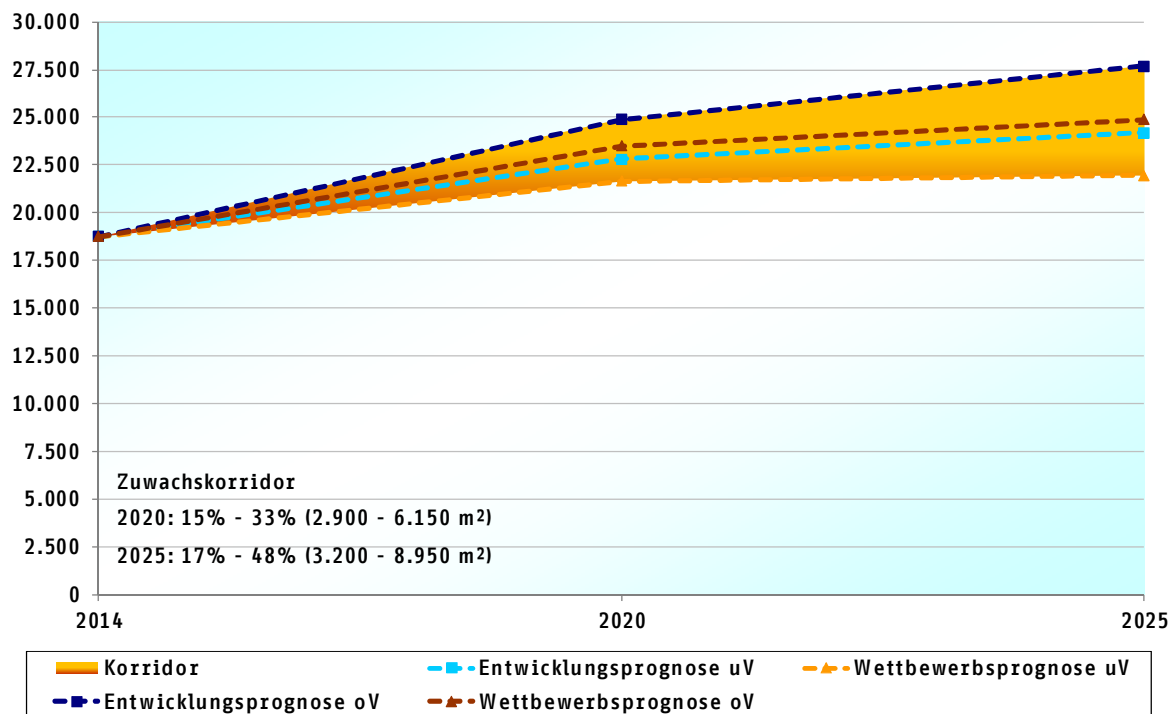
Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ergibt sich bis 2020 ein Entwicklungsspielraum von rd. 2.900 bis 6.150 m<sup>2</sup> (vgl. Abb. 7). Dieser erhöht sich über den gesamten Prognosezeitraum auf maximal rd. 8.950 m<sup>2</sup>, wovon rd. 6.700 m<sup>2</sup> bzw. drei Viertel auf den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel entfallen. Dies entspricht der Realisierung von etwa vier bis fünf Lebensmittelbetrieben. Auch im Sortiment Drogerie/ Parfümerie erscheint die Ansiedlung eines zusätzlichen Drogeriemarktes

---

<sup>51</sup> Bei der Bewertung der Prognose ist das geplante Fachmarktzentrum Mühlwiesen mit einer Verkaufsfläche von max. 5.900 m<sup>2</sup> entsprechend zu berücksichtigen. Als Sortimentsobergrenzen gelten für Nahrungs-/ Genussmittel max. 2.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, für Unterhaltungselektronik/ Bild- und Tonträger/ Telekommunikation/ Fotowaren/ Computer/ Büromaschinen/ weiße Ware/ Elektroinstallationen 2.100 m<sup>2</sup>, für Drogerie/ Parfümerie max. 900 m<sup>2</sup> und für Papier- und Schreibwaren max. 190 m<sup>2</sup>.

vor dem Hintergrund des maximalen Entwicklungsspielraumes von rd. 1.350 m<sup>2</sup> möglich.

Abb. 7: Potenzialkorridore in m<sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - nahversorgungsrelevante Sortimente



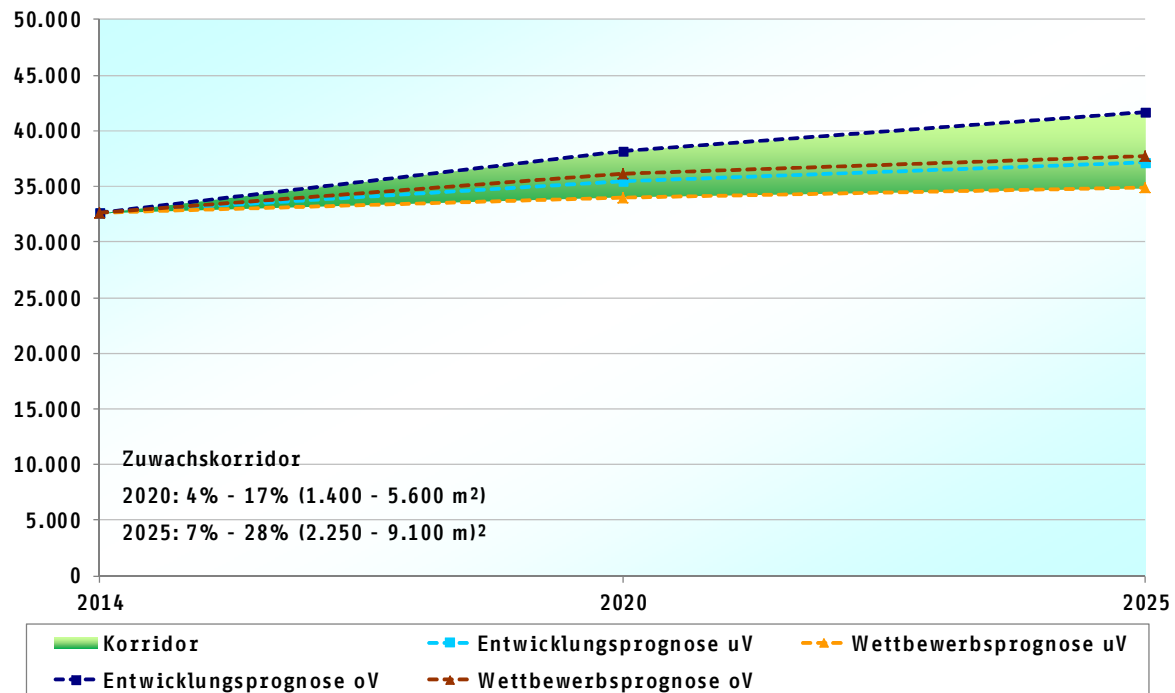
Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Der maximale Entwicklungsspielraum in der Wettbewerbsprognose bis zum Jahr 2025 beträgt rd. 6.150 m<sup>2</sup>. Auch wenn es zu einem unerwarteten Umsatzeinbruch kommt bestehen somit Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgungssituation. Um dies zu erreichen, sollte dieser Spielraum möglichst wohnortnah realisiert werden (vgl. Kap. 5.2).

Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** entsteht bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsspielraum von maximal rd. 9.100 m<sup>2</sup> (obere Variante der Entwicklungsprognose) (vgl. Abb. 8). Entsprechende Angebote sollten vorrangig in der Innenstadt untergebracht werden (vgl. Kap. 8.2).



Abb. 8: Potenzialkorridore in m<sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente



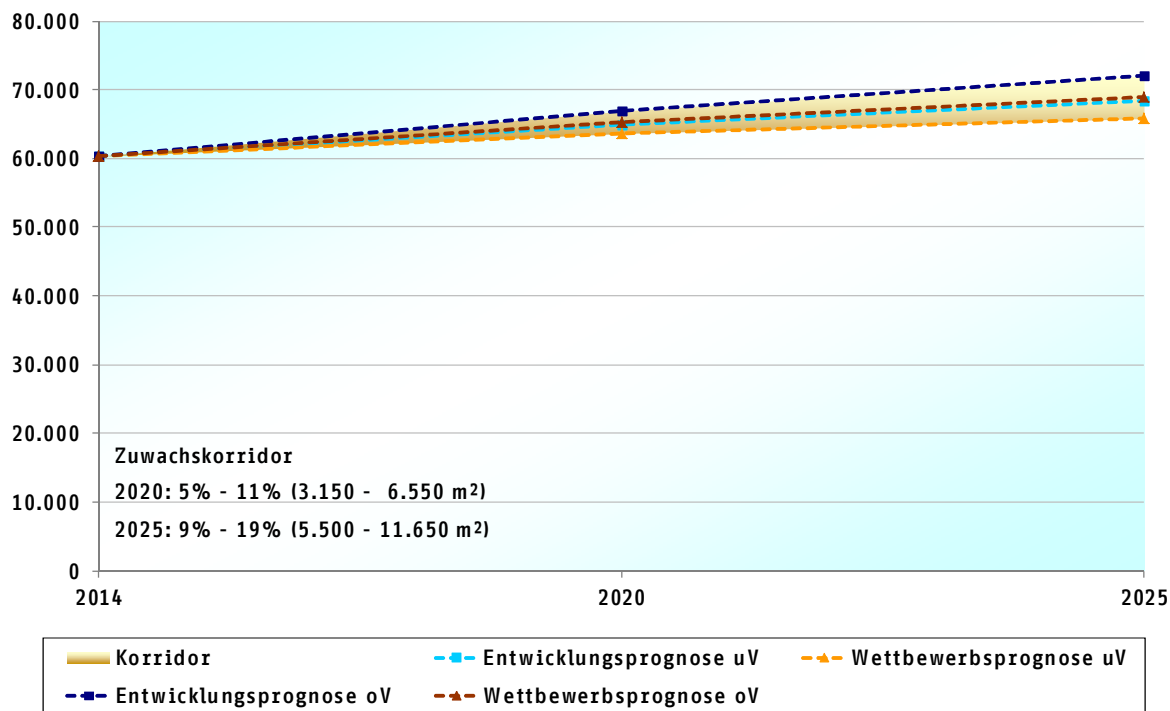
Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Wird dieser Entwicklungsspielraum mit der derzeitigen Verkaufsfläche der Innenstadt (rd. 24.095 m<sup>2</sup>) verglichen, so zeigt sich, dass die Frage nach der Ansiedlung und Unterbringung der Betriebe zu klären ist, um das Potenzial zur Stärkung der Innenstadt Bietigheim-Bissingens zu nutzen. (Die Wettbewerbsprognose ergibt ein maximales Potenzial von rd. 5.100 m<sup>2</sup> in der oberen Variante.)

Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (v.a. Möbel sowie bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente) ergibt sich bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsspielraum von rd. 5.500 m<sup>2</sup> (untere Variante der Wettbewerbsprognose) bis 11.650 m<sup>2</sup> (obere Variante der Entwicklungsprognose).

Bei diesem Teil des Entwicklungsspielraumes ist die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung, allerdings ist bei einer Ansiedlung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche insbesondere an nicht integrierten Standorten auf die üblicherweise angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 8.2.2).

Abb. 9: Potenzialkorridore in m<sup>2</sup> nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

### 7.2.3 Fazit Prognoseergebnis

Es hat sich gezeigt, dass bei einer gesteigerten Kaufkraftbindung ein großes Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgungssituation vorhanden ist: Langfristig ist die Ansiedlung von bis zu fünf Lebensmittelbetrieben denkbar. Insgesamt besteht bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Entwicklungsspielraum bis zum Jahr 2025 von bis zu 8.950 m<sup>2</sup>.

Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zeigt sich bei einer solchen Entwicklung ein deutliches Potenzial zur Stärkung der Innenstadt von bis zu 9.100 m<sup>2</sup> bis zum Jahr 2025, wobei die räumliche Unterbringung entsprechender Angebote zu klären ist.

Bei einem Umsatzeinbruch (Wettbewerbsprognose) ist weiterhin eine Verbesserung der Nahversorgungssituation möglich, das entsprechende Potenzial bis zum Jahr 2025 reduziert sich auf maximal 6.150 m<sup>2</sup>.

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,



- Umsatzumverteilungen bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche zu erwarten sind,
- sofern Umsatzrückgänge zur Hälfte zu Verkaufsflächenrückgängen führen würden, Rückgänge der Verkaufsflächen im Bereich der nahversorgungsrelevanten sowie der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente möglich wären,
- Ansiedlungen zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten bis zum Jahr 2025 ermittelten Entwicklungsspielraumes vermieden werden sollte.



## 8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

In diesem Arbeitsschritt wird ein entsprechendes planerisches Konzept erarbeitet durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht - und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert - werden kann.

Wichtiger Bestandteil dieses Konzeptes ist die **Sortimentsliste**, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet. Die bisherige Sortimentsliste wurde auf Grundlage der Bestandserfassung überprüft, wobei auch allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen wurden.

Auf Grundlage der Ist-Situation sowie vor dem Hintergrund der Ziele (vgl. Kap.6), des quantitativen Entwicklungspotenziales (vgl. Kap.7) und der auf den Zielen basierenden **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kap. 8.2) werden **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für den zentralen Versorgungsbereich (vgl. Kap. 8.3.2) und die Nahversorgungszentren (vgl. 8.3.3 und 8.3.4) abgeleitet. Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen.

Neben diesen Entwicklungsmöglichkeiten werden die Möglichkeiten einer **Verbesserung der Nahversorgungssituation** dargestellt (vgl. Kap. 8.3.5).

Wenn nachgewiesen ist, dass es räumliche Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Bietigheim-Bissingen gibt, dann ist eine wesentliche Voraussetzung für das Verfolgen eines Einzelhandelskonzeptes gegeben.

Abschließend wird ein **Verfahrensvorschlag** unterbreitet, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzeptes ermöglicht. Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in Bebauungsplänen vorgeschlagen.

### 8.1 ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach nahversorgungsrelevanten<sup>52</sup>, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten

---

<sup>52</sup> Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant.



Sortimenten unterscheidet<sup>53</sup>.

### 8.1.1 Kriterien

Auf Grund zahlreicher Erfahrungen hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet:

**Sonstige zentrenrelevante** sind Sortimente, die

- wöchentlich nachgefragt werden;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.

**Nahversorgungsrelevante** Sortimente

- sind zentrenrelevante Sortimente, die täglich bzw. häufig und periodisch nachgefragt werden;
- dienen der fußläufigen, wohnungsnahen Grundversorgung; eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches - aber innerhalb von Wohnlagen - kann daher sinnvoll sein;
- sind immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente sind hingegen nicht nahversorgungsrelevant.

**Nicht zentrenrelevant** dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transportes überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

---

<sup>53</sup> Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.

### 8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in Bietigheim-Bissingen

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird somit *auch* die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Bietigheim-Bissingen herangezogen. Dabei dürfen, städtebaulich begründet, auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die heute nicht mehr/ noch nicht im zentralen Versorgungsbereich zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen<sup>54</sup>.

#### Verteilung zentrenrelevanter Sortimente

In Abb. 10 wird die Verteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Bietigheim-Bissingen illustriert. Dabei zeigt sich, dass ein hoher Anteil der bisher als zentrenrelevant eingestuften Sortimente bereits an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten angesiedelt ist.

Die Sortimente **Bekleidung, Bücher, Musikinstrumente, Optik, Hörgeräte, Schuhe/ Lederwaren, Sportgeräte, -artikel, -bekleidung, Telefone, Telekommunikation und Zubehör, Uhren, Schmuck sowie Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger** werden derzeit überwiegend in zentralen Versorgungsbereichen angeboten und sind eindeutig als zentrenrelevant einzuordnen.

Die Sortimente **Apotheke, Drogerie-/ Kosmetik-/ Parfümeriewaren, Reformwaren, Nahrungs-/ Genussmittel sowie, Zeitungen, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren** werden überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen und an sonstigen integrierten Standorten angeboten. Da diese häufig nachgefragt werden, sind sie als nahversorgungsrelevant einzustufen.

**Zooartikel** sind als Bestandteil des kurzfristigen Bedarfes i.d.R. zentrenrelevant. Hier bietet es sich an, dieses Sortiment weiter in **Zooartikel, Tierpflegeartikel, Tiernahrung** sowie **lebende Tiere und Tiermöbel** zu untergliedern. Das Sortiment Zooartikel, Tierpflegeartikel, Tiernahrung kann als nachversorgungsrelevant eingestuft werden, da dieses häufig auch von Lebensmittelbetrieben als Randsortiment angeboten wird.

---

<sup>54</sup> Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.

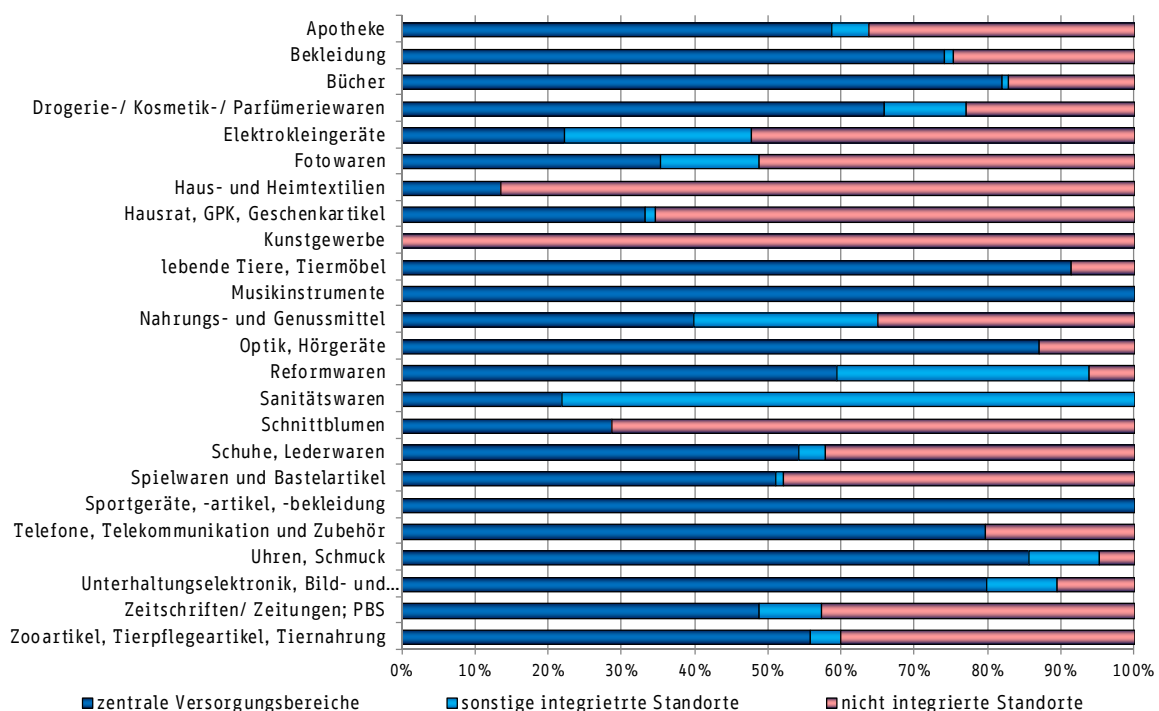


Überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen und an sonstigen integrierten Standorten ist das Sortiment **Sanitätswaren** angesiedelt und sollte ebenfalls als zentrenrelevant eingestuft werden.

Die Sortimente **Fotowaren**, **Elektrokleingeräte** und **Haus- und Heimtextilien** werden überwiegend an nicht integrierten Standorten in Bietigheim-Bissingen angeboten. Da es sich jedoch um klassisch in Innenstädten vertretene Sortimente handelt sind sie als zentrenrelevant einzustufen.

Bei dem Sortimentsbereich **Hausrat, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenkartikel** handelt es sich um klassische "innerstädtische Sortimente", die wesentlich zur Attraktivität einer Innenstadt/ eines Zentrums beitragen. Trotz der momentanen räumlichen Verteilung (rd. 65% in nicht integrierten Lagen) sind diese Sortimente daher als zentrenrelevant einzustufen.

**Abb. 10: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Bietigheim-Bissingen**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; Legendenerläuterung: GPK = Glas, Porzellan, Keramik



Das Sortiment **Kunstgewerbe** kann das Angebot einer Innenstadt abrunden und trägt somit zur Angebotsvielfalt und Attraktivität einer Innenstadt bei. Es benötigt i.d.R. andere Frequenzbringer und erfüllt überdies weitere Kriterien zentrenrelevanter Sortimente (z.B. "Handtaschensortiment"). Daher ist dieses Sortiment entgegen der momentanen räumlichen Verteilung in Bietigheim-Bissingen als zentrenrelevant einzustufen.

**Schnittblumen** sind überwiegend an nicht integrierten Standorten angesiedelt. Auf Grund der häufigen Nachfrage ist dieses Sortiment den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

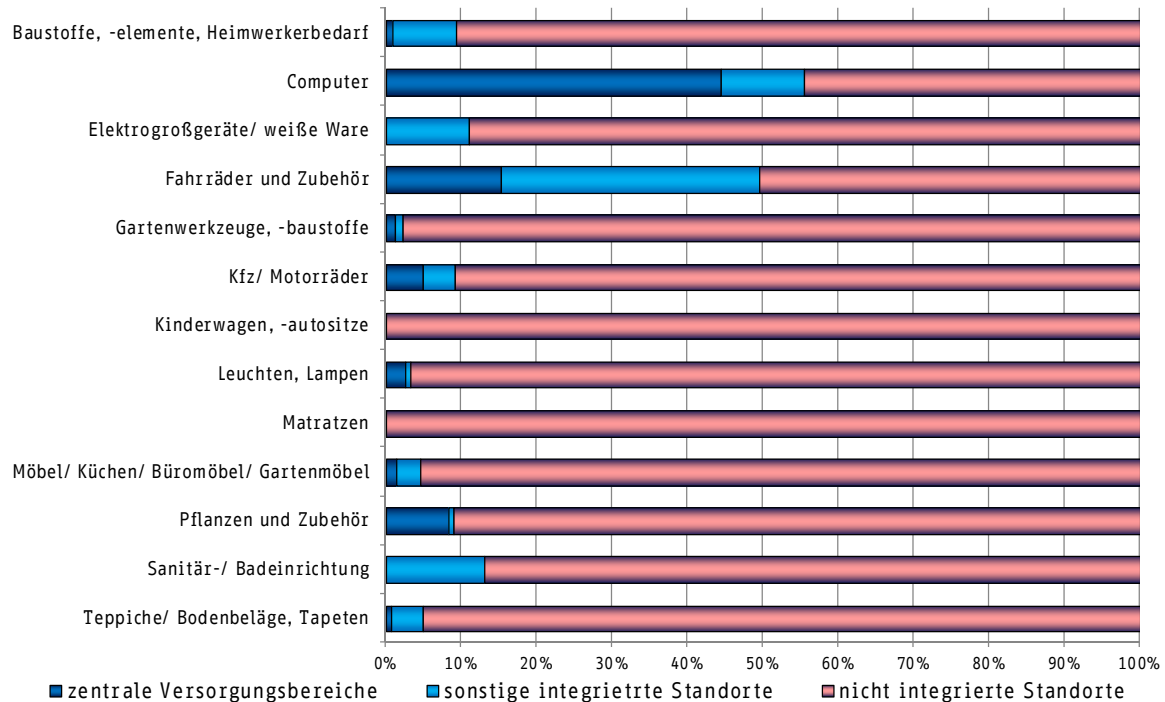
#### **Verteilung der üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimente**

Abb. 11 zeigt die Verteilung der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Dabei ist festzustellen, dass der überwiegende Teil der in Bietigheim-Bissingen vorhandenen nicht zentrenrelevanten Sortimente an nicht integrierten Standorten angesiedelt ist. Das Sortiment Computer ist derzeit hingegen überwiegend in den Zentren und an sonstigen integrierten Standorten angesiedelt. Es wird daher vorgeschlagen, **Computer** zukünftig den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Das Sortiment **Fahrräder und Zubehör** ist nicht grundsätzlich und eindeutig den zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Die Verteilung dieses Sortimentes ist in verschiedenen Städten und Gemeinden unterschiedlich. In der Stadt Bietigheim-Bissingen ist dieses zur einen Hälfte in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen integrierten Lagen und zur anderen Hälfte an nicht integrierten Standorten angesiedelt. Da es in Bietigheim-Bissingen nicht zentrenprägend ist, wird eine Zuordnung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorgeschlagen.



**Abb. 11: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Bietigheim-Bissingen**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; Legendenerläuterung: GPK = Glas, Porzellan, Keramik

### 8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nachfolgend wird der gutachterliche Vorschlag für die Sortimentsliste für Bietigheim-Bissingen (vgl. Tab. 4) dargestellt. Diese wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in Bietigheim-Bissingen und der o.g. allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit ortsspezifisch.

Die wesentlichen Veränderungen zur bisherigen Sortimentsliste sind:

- Entsprechend dem Einzelhandelserlass gibt es eine Untergliederung der zentrenrelevanten Sortimente in sonstige zentrenrelevante Sortimente und nahversorgungsrelevante Sortimente.
- Computer werden künftig den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.
- Sportgeräte werden zusammen mit Sportartikeln und Sportbekleidung unter zentrenrelevanten Sortimenten aufgeführt, da Sportbekleidung in Sportfachgeschäften i.d.R. einen hohen Anteil am Umsatz ausmacht.
- Fahrräder werden gesondert aufgeführt (bisher unter Kfz/ Motorräder) und weiterhin den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.



- Tiernahrung, zoolog. Bedarf wird in Zooartikel, Tierpflegeartikel, Tiernahrung sowie lebende Tiere und Tiermöbel untergliedert. Zooartikel, Tierpflegeartikel, Tiernahrung wird als nahversorgungsrelevant und lebende Tiere und Tiermöbel als nicht zentrenrelevant eingestuft.
- Kinderwagen, -autositze werden als neues Sortiment hinzugefügt.

**Tab. 4: Vorschlag für die Sortimentsliste für Bietigheim-Bissingen**

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<b>sonstige zentrenrelevante Sortimente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baustoffe, Bauelemente, Heimwerkerbedarf, Fliesen</li> <li>• Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse</li> <li>• Büromaschinen</li> <li>• Elektrogroßgeräte/ weiße Ware</li> <li>• Elektroinstallation</li> <li>• Fahrräder und Zubehör</li> <li>• Gartenzubehör (Gartenwerkzeuge, Zäune etc.)</li> <li>• Kfz/ Motorräder</li> <li>• Kinderwagen, -autositze</li> <li>• Leuchten, Lampen</li> <li>• Matratzen</li> <li>• Möbel/ Küchen/ Büromöbel/ Gartenmöbel</li> <li>• Pflanzen und Zubehör</li> <li>• Sanitär-/ Badeinrichtung</li> <li>• Teppiche/ Bodenbeläge, Tapeten</li> <li>• (lebende) Tiere, Tiermöbel</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekleidung</li> <li>• Bücher</li> <li>• Computer</li> <li>• Elektrokleingeräte</li> <li>• Fotowaren</li> <li>• Haus- und Heimtextilien</li> <li>• Hausrat, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenk-artikel</li> <li>• Kunstgewerbe</li> <li>• Musikinstrumente, Musikalien</li> <li>• Optik, Hörgeräte</li> <li>• Sanitätswaren</li> <li>• Schuhe, Lederwaren</li> <li>• Spielwaren und Bastelartikel</li> <li>• Sportgeräte, -artikel, -bekleidung</li> <li>• Telefone, Telekommunikation und Zubehör</li> <li>• Uhren, Schmuck</li> <li>• Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger</li> <li>• Waffen und Jagdbedarf</li> </ul>	
<b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apotheke</li> <li>• (Schnitt-)Blumen</li> <li>• Drogerie-/ Kosmetik-/ Parfümeriewaren</li> <li>• Nahrungs- und Genussmittel</li> <li>• Reformwaren</li> <li>• Zeitschriften/ Zeitungen; Papier- und Schreib-waren</li> <li>• Zooartikel, Tierpflegeartikel, Tiernahrung</li> </ul>	

Quelle: gutachterlicher Vorschlag

Die Sortimentsliste stellt einen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt des Gemeinderates; eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag ist prinzipiell möglich, jedoch inhaltlich zu begründen. Dabei sind "Umstufungen" von als nicht zentrenrelevant vorgeschlagenen Sortimenten in die Kategorie zentrenrelevante Sortimente relativ unproblematisch, da dies eine politische Willensbekundung darstellt.



## 8.2 ÜBERPRÜFUNG DER GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELS- ENTWICKLUNG

Um die in Kap. 6 aufgeführten Ziele zu erreichen, werden als Strategie zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung vorgeschlagen.

### 8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

#### Grundsätze:

#### Zentrenrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

a. Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m<sup>2</sup> VKF) regelmäßig zulässig

b. Nahversorgungszentren Bissingen und Buch: zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel regelmäßig zulässig/ Nahversorgungsbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung auch großflächig

c. Ausnahmen für sonstige integrierte Lagen:

- nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig
- Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise auch großflächig zulässig

d. Ausnahme für nicht integrierte Lagen: Zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 3% der VKF ausnahmsweise zulässig (max. 350 m<sup>2</sup>)<sup>55</sup>

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimenten - d.h. auf einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m<sup>2</sup> - sollte lediglich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches erhalten und gestärkt werden. Zudem versorgt beispielsweise ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> - und damit einer Verkaufsfläche an der Schwelle zur Großflächigkeit - und Hauptsortiment Schuhe oder Spielwaren rechnerisch rd. 20.000 Einwohner, für

<sup>55</sup> vgl. Regionalplan Region Stuttgart 2009, Plansatz 2.4.3.2.4 (Z).



das Hauptsortiment Sport ist sogar ein rechnerischer Versorgungswert von rd. 24.000 Einwohnern festzustellen.

Des Weiteren können Betriebe mit nahversorgungs- und sonstigem zentrenrelevanten Hauptsortiment in den Nahversorgungszentren Bissingen und Buch angesiedelt werden.

An sonstigen integrierten Standorten sowie an nicht integrierten Standorten sollten keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden<sup>56</sup>. Ausnahmsweise können - im Sinne einer möglichst flächendeckenden Grund-/ Nahversorgung - an sonstigen integrierten Standorten jedoch Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden, jedoch nur Betriebe die der Gebietsversorgung dienen (s.o.) bzw. nur sofern eine Nahversorgungslücke besteht.

Weiterhin können ausnahmsweise in den Nahversorgungszentren Bissingen und Buch sowie an sonstigen integrierten Standorten auch großflächige Lebensmittelbetriebe angesiedelt werden, sofern diese standortgerecht dimensioniert sind und der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation dienen<sup>57</sup>. Dabei ist bei den Stadtteilen außerhalb der Kernstadt auf die jeweilige Einwohnerzahl abzustellen, im Bereich der Kernstadt auf die im unmittelbaren Umfeld (500 Meter-Radius) zu verzeichnende Einwohnerzahl unter Berücksichtigung des Bestands an integrierten Standorten<sup>58</sup>. Die Ansiedlung ist im Einzelfall zu prüfen, eine Gefährdung bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, ist zu vermeiden (Schutz der verbrauchernahen Versorgung).

---

<sup>56</sup> Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt bzw. der Nahversorgungszentren Bissingen und Buch - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.

<sup>57</sup> Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass derartige Betriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und ergänzenden nahversorgungsrelevanten Randsortimenten häufig nur noch mit Verkaufsflächen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber realisiert werden.

<sup>58</sup> Diesbezüglich sei angemerkt, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> rechnerisch rd. 2.500 Einwohner versorgt.



An nicht integrierten Standorten sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden. Ein vollständiger Ausschluss von zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimenten in Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten erscheint jedoch nicht möglich: Bei einigen Branchen gehört ein derartiges Angebot in gewissem Umfang mittlerweile zum Betriebskonzept (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Es muss jedoch in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Darüber hinaus sind die nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimente in der Summe auf 3% der Verkaufsfläche bei insgesamt maximal 350 m<sup>2</sup> zu beschränken.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Rand- und Ergänzungssortimente eines Betriebes mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich eine maximale Verkaufsflächenobergrenze für jedes zentrenrelevante Rand-/ Ergänzungssortiment zu definieren ist. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems entsprechend eines Einkaufszentrums genutzt wird.

## 8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

### **Grundsätze:**

**Grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, in den Nahversorgungszentren Bissingen und Buch sowie an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten (sofern nicht durch Bauleitplanung ausgeschlossen) möglich**

**Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig an etablierten nicht integrierten (Einzelhandels-)Standorten**

- Sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden.

**Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel** kann grundsätzlich **im gesamten Stadtgebiet**, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden. Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für den Einzelhandel in Gewerbegebieten umgegangen



gen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinken könnte bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden könnten. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob es sich die Stadt Bietigheim-Bissingen leisten kann/ will dem Einzelhandel gewerbliche Flächen zur Verfügung zu stellen bzw. den Einzelhandel in Gewerbegebieten zu fördern. Daher wird empfohlen auch die Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten planerisch zu steuern. Neuansiedlungen sollten im Hinblick auf die Zielsetzungen und Entwicklungspotenziale für den jeweiligen Planstandort überprüft werden (vgl. Kap. 8.3.6).

Für nicht zentrenrelevante Sortimente sollte sich die Flächenbereitstellung am ermittelten quantitativen Entwicklungsspielraum orientieren und insgesamt eher zurückhaltend erfolgen.

Auch wenn die Konkurrenz am Standort gefördert werden soll, kann es daher städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass dadurch keine zusätzliche Zentralitätssteigerung erfolgt, sondern lediglich die Position traditioneller Einzelhandelslagen, insbesondere in der Innenstadt von Bietigheim, aber auch an bestehenden nicht integrierten Standorten (z.B. Gewerbegebiete), geschwächt wird.

#### **Ausnahme: "Leerstandsdomino"**

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierenden Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbebestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck durch zentrenrelevante Sortimente, dem zwar planerisch begegnet werden kann, der aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen kann.



## **8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN**

Während in den vorangegangenen Kapiteln 8.1 und 8.2 die Sortimentsliste und die Steuerungsstrategie für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Bietigheim-Bissingen dargestellt wurden, folgt nun eine Konkretisierung in Bezug auf die jeweiligen Standorte in der Stadt. Dabei werden zunächst die zentralen Versorgungsbereiche im Hinblick auf ihre künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung bewertet. Anschließend werden Empfehlungen zum Thema Nahversorgung aufgezeigt (vgl. Kap. 8.3.5). Im Kap. 8.3.6 werden Vorschläge zum Umgang mit der Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten dargelegt.

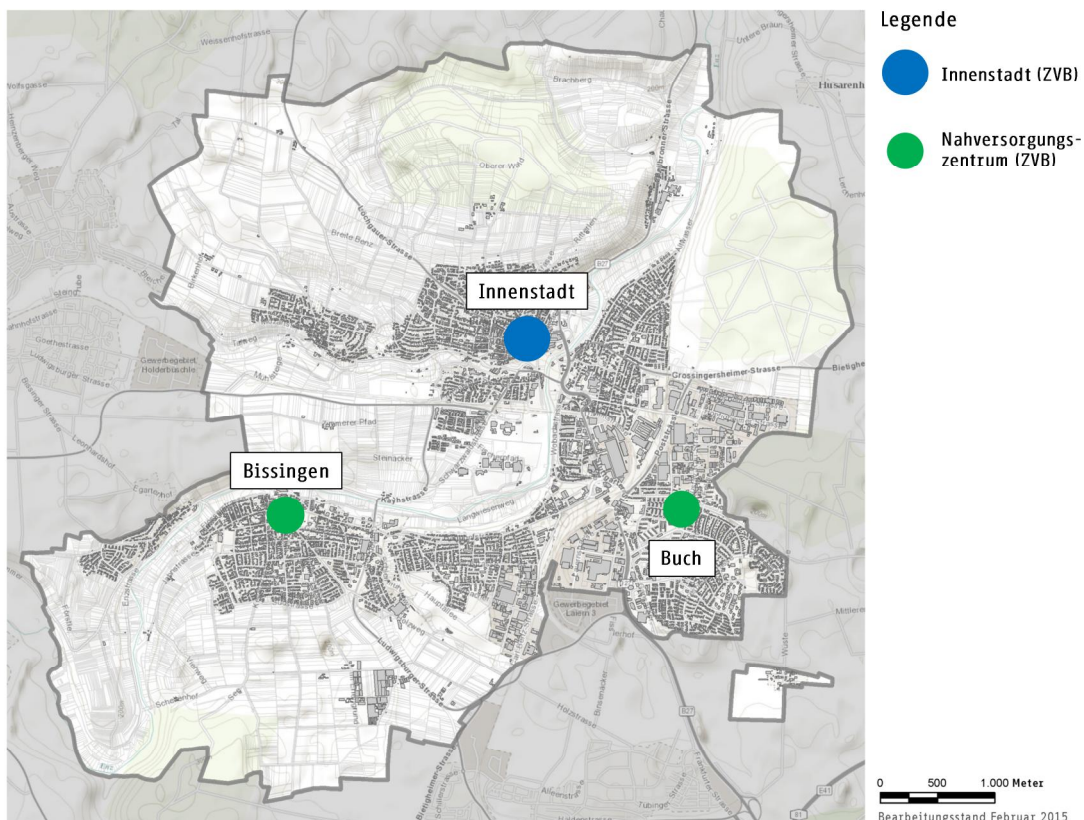
### **8.3.1 Zentrenhierarchie und künftige Entwicklungsstrategie**

Unter Berücksichtigung der Entwicklungsprognose stellt sich die Frage der künftigen Unterbringung von Verkaufsflächen in Bietigheim-Bissingen angesichts der spezifischen Siedlungsstruktur und des kommunalen Wettbewerbs im unmittelbaren Umfeld von Stuttgart und Ludwigsburg in besonderem Maße:

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Bietigheim verfügt über eine hohe Funktionsvielfalt und stellt die Haupteinkaufslage innerhalb der Stadt dar.
- Die beiden zentralen Versorgungsbereiche in Bissingen und Buch bieten dagegen vor allem Nahversorgungsangebote für die umliegende Wohnbevölkerung. Darüber hinaus sind sie für die Identifikation mit dem Stadtteil von hoher Bedeutung.

Die künftige räumliche Entwicklungsstrategie sollte deshalb neben der Innenstadt Bietigheim auch auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche Bissingen und Buch ausgerichtet sein (vgl. Karte 7). Dabei sollen die beiden zentralen Versorgungsbereiche Bissingen und Buch eindeutig als Nahversorgungsstandorte für die umliegende Wohnbevölkerung fungieren.

Karte 7: Zentrenhierarchie



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

Für die Stadt Bietigheim-Bissingen ergibt sich damit ein zweistufiges Zentrensystem, das zwischen Innenstadt und Nahversorgungszentren unterscheidet:

- Die Innenstadt soll verstärkt gesamtstädtische und mittelzentrale Versorgungsfunktion wahrnehmen, d.h. hier sind die Betriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten anzusiedeln.
- Die Nahversorgungszentren Bissingen und Buch sollen weiterhin Versorgungs- und Identifikationsfunktion für die Bevölkerung im Umfeld wahrnehmen. Durch die Bezeichnung Nahversorgungszentrum soll bereits im Namen erkennbar sein, dass hier vor allem nahversorgungsrelevante Sortimente anzusiedeln sind. Kleine Betriebe (Charakter der Gebietsversorgung) mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sind weiterhin möglich.

Ziel dieser räumlichen Entwicklungsstrategie ist es einerseits die Innenstadt in ihrer bereits bestehenden gesamtstädtischen und mittelzentralen Bedeutung zu stärken. Andererseits sollen die bestehenden Zentren in Bissingen und Buch als wichtige



Identifikations- und Nahversorgungsstandorte erhalten und gestärkt werden. Dies ist insbesondere angesichts der spezifischen Siedlungsstruktur von Bietigheim-Bissingen von Bedeutung. Das Ziel einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung soll durch die Erhaltung und Stärkung dieser Nahversorgungszentren erreicht werden.

### **8.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)**

Die Verkaufsflächenprognose für die Stadt Bietigheim-Bissingen ergab für die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (ohne nahversorgungsrelevante) (vgl. Kap. 7.2.2) bis 2025 einen Entwicklungsspielraum von rd. 2.250 bis 9.100 m<sup>2</sup>; dieser sollte vorwiegend im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt realisiert werden.

Die Innenstadt von Bietigheim-Bissingen ist u.a. geprägt durch die kleinteiligen historischen Altstadtstrukturen im westlichen Bereich und die moderneren größeren Strukturen im östlichen Bereich. Der überwiegend gut erhaltene historische Gebäudebestand und ansprechend gestaltete/ modernisierte Fassaden tragen zu einer insgesamt attraktiven städtebaulichen Situation bei. Verschiedene Bereiche, insbesondere die Fußgängerzone entlang der Hauptstraße mit gestalteten Platzbereichen oder die Grünanlagen Am Japangarten bieten eine gute Aufenthaltsqualität.

In der Innenstadt von Bietigheim erstreckt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im Wesentlichen linear entlang der Hauptstraße, um den Kronenplatz und die Talstraße. Die Nebenstraßen weisen nur in sehr geringem Umfang Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe auf.

Die Attraktivität eines Zentrums ist neben städtebaulichen Qualitäten in erheblichem Umfang von einer bestimmten Nutzungsdichte, Frequenz und einer insgesamt lebendigen Atmosphäre abhängig. Sie wird darüber hinaus durch die Entfernungen, die innerhalb eines Zentrums zurückzulegen sind, bestimmt. Erfahrungsgemäß ist die Wahrnehmung von Entfernungen von der Ortsgröße und der Attraktivität des Besatzes abhängig: Mit abnehmender Ortsgröße und Attraktivität des Besatzes verringert sich die Bereitschaft, Distanzen zu überwinden. In Bietigheim lässt insbesondere der Einzelhandelsbesatz im Bereich westlich des Marktplatzes merklich nach.



Vor diesem Hintergrund sollte mit einer weiteren räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Bietigheim behutsam umgegangen werden. Grundsätzlich sollte versucht werden, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der bestehenden Abgrenzung zu aktivieren.

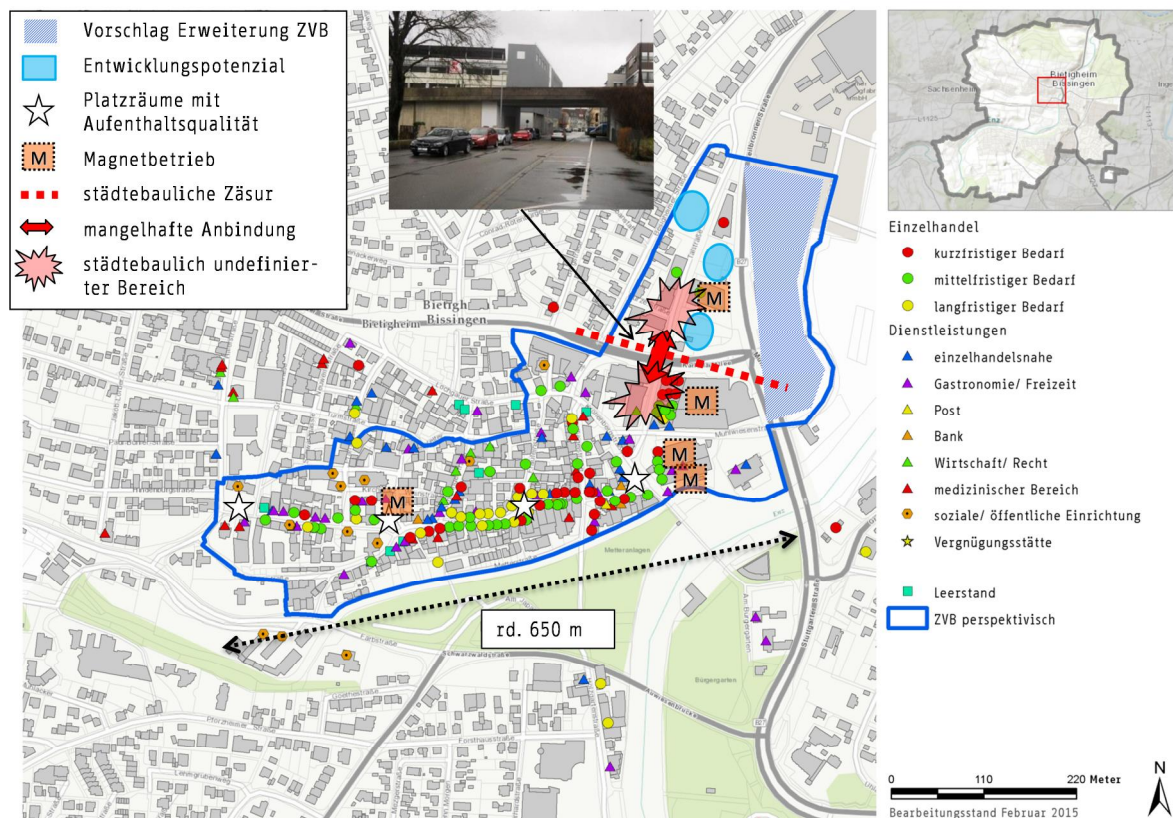
Im Altstadtbereich sollte geprüft werden, ob Möglichkeiten zur Zusammenlegung von Verkaufsflächen bestehen, um größere und somit auch attraktivere Flächen bereitstellen zu können. Die Neugestaltung der Marktplatz-Arkaden ist dahingehend als positives Beispiel zu sehen.

Um die im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente prognostizierten Entwicklungsspielräume zur Stärkung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebotes der Innenstadt nutzen zu können, ist es darüber hinaus erforderlich, auch zusätzliche Flächen für Erweiterungen des Angebotes einzubeziehen.

Im Bereich der Talstraße besteht insgesamt zwar ein relativ großes Flächenpotential. Da es sich jedoch um mehrere, nicht zusammenhängende Teilflächen handelt, sind die Möglichkeiten zur Ansiedlung großflächiger Angebote beschränkt. Zudem hat die Stadt kurz- bis mittelfristig keine Zugriffsmöglichkeiten (vgl. Karte 8). Dennoch sollte dieser Bereich städtebaulich aufgewertet werden, insbesondere die fußläufige Anbindung ist zu verbessern.



**Karte 8: Perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Bietigheim**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung November 2014, Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

Räumliche Entwicklungsmöglichkeiten bestehen dagegen im Bereich der Mühlwiesenstraße, östlich der B27. Das Flächenpotenzial ist ausreichend groß, um großflächige Einzelhandelsbetriebe unterzubringen. Ähnlich wie im Bereich der Talstraße ist auch hier eine attraktive Anbindung wichtig, da durch die Stuttgarter Straße eine erhebliche Trennwirkung besteht. Der fehlende städtebauliche Zusammenhang zur Innenstadt ist herzustellen, sodass dieser Bereich auch als Teil der Innenstadt erlebbar wird. Dabei ist es zudem von besonderer Bedeutung, dass hier ein architektonisch und städtebaulich anspruchsvoller Bereich entsteht.

### 8.3.3 Nahversorgungszentrum Bissingen (Perspektive)

Das im dörflich geprägten Ortskern von Bissingen gelegene Nahversorgungszentrum ist angesichts seiner Identifikations- und Nahversorgungsfunktion zu erhalten und zu stärken. Es zeichnet sich durch seine kompakte und teilweise historisch geprägte Struktur aus und bietet insgesamt eine gute Aufenthaltsqualität. Im Zentrum befinden sich neben einem kleinen Supermarkt ergänzende Einzelhandels- und Dienstleis-



tungsbetriebe. Mit dem Technischen Rathaus befindet sich zudem ein wichtiger Teil der gesamtstädtischen Verwaltung inmitten des Zentrums von Bissingen.

Es bestehen gestalterische Mängel sowohl im öffentlichen, als auch im privaten Raum hinsichtlich Gestaltung und Pflege des Straßenraumes und/ oder der Fassadengestaltung. Insgesamt ist das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot relativ gering und sehr kleinteilig.

Für die künftige Entwicklung des Nahversorgungszentrums Bissingen ergibt sich folgende Zielstellung:

Nahversorgung stabilisieren und Qualitäten des dörflich geprägten Ortskerns stärker herausstellen

#### **Sicherung der Nahversorgung durch einen modernen Lebensmittelmarkt**

Um die Nahversorgung auch in Zukunft sicherzustellen, wäre die Ansiedlung eines erweiterten, modernen Lebensmittelmarktes wünschenswert.

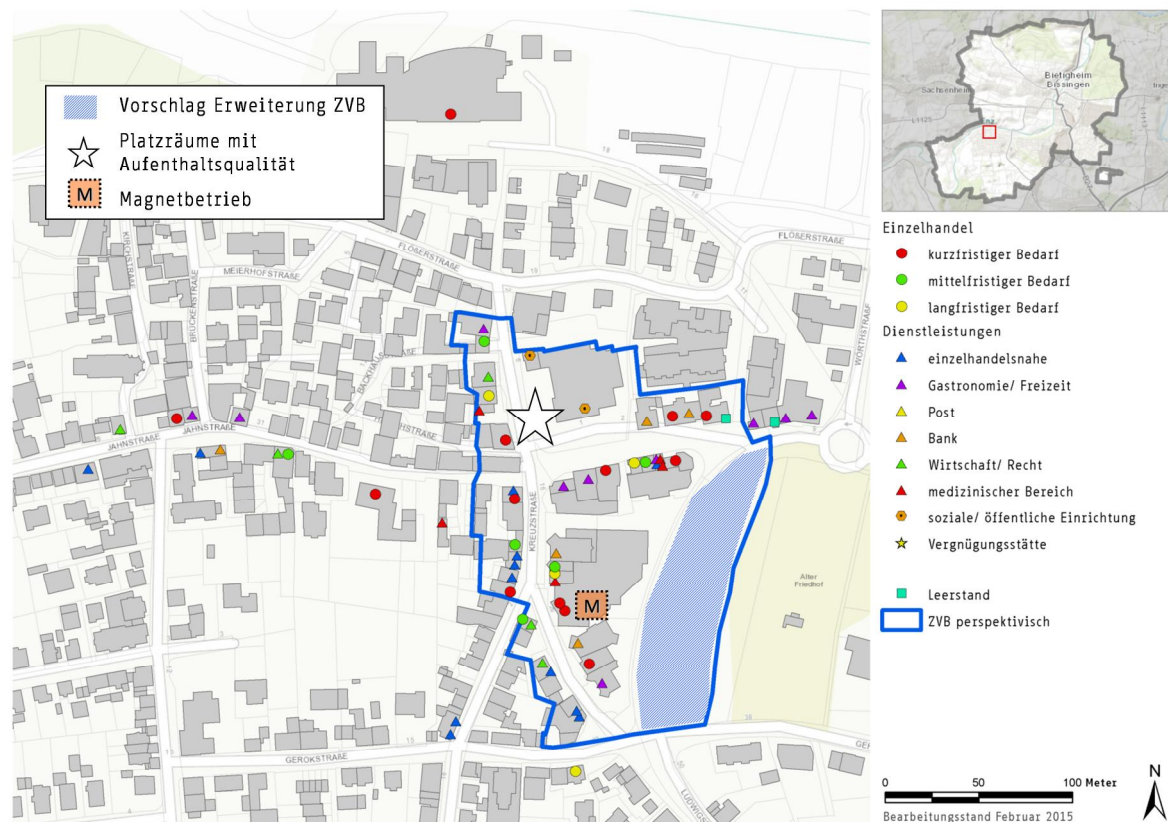
Auf Grund der begrenzten Flächenreserven innerhalb des Zentrums, sollte perspektivisch die Erweiterung des zentralen Versorgungsbereiches in östliche Richtung geprüft werden (vgl. Karte 9). Allerdings wäre hier eine städtebauliche Neuordnung des öffentlichen Raumes erforderlich. Sofern eine Verlagerung der Verkehrsführung möglich wäre, könnte der bestehende Lebensmittelbetrieb im Sinne einer stabilen Nahversorgung erweitert werden. Alternativ wäre ein Neubau auf der östlich gelegenen Potenzialfläche denkbar.

#### **Beseitigung städtebaulicher Mängel**

Um die Identifikationsfunktion des Nahversorgungszentrums zu stärken, sollten die städtebaulichen Defizite im öffentlichen Raum möglichst beseitigt werden. Der Zentrumsbereich sollte durch einheitliche Gestaltungselemente gut lesbar sein. Der öffentliche Raum sollte insgesamt besser gepflegt werden, insbesondere im Bereich um das Technische Rathaus.



**Karte 9: Räumliche Entwicklungsoptionen des Nahversorgungszentrums Bissingen**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung November 2014, Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

### Technisches Rathaus "öffnen" - Platz beleben

Das Technische Rathaus stellt mit seinen Arbeitsplätzen ein wichtiges Potenzial für die Belebung des Zentrums dar und ist allein auf Grund seiner Größe prägend für das Zentrum. Vor dem Rathaus befindet sich ein gestalteter Platzbereich.

Im Hinblick auf eine Belebung des Platzbereiches sollte geprüft werden inwieweit ein gastronomischer Betrieb bzw. eine Bäckerei mit Außengastronomie im Erdgeschossbereich des Technischen Rathauses untergebracht werden kann. Grundsätzlich wäre eine stärkere "Öffnung" des Gebäudes zum Platzbereich wünschenswert. Der Erdgeschossbereich sollte hell und einsehbar gestaltet werden.

### 8.3.4 Nahversorgungszentrum Buch (Perspektive)

Das Nahversorgungszentrum Buch übernimmt für das Wohngebiet Buch eine wichtige Treffpunkt- und Nahversorgungsfunktion. Durch den neu gestalteten Platzbereich



südlich der Freiburger Straße ist in diesem Teilbereich eine gute Aufenthaltsqualität vorhanden.

Der Teilbereich des Nahversorgungszentrums Buch nördlich der Freiburger Straße steht in keinem erkennbaren städtebaulichen Zusammenhang zum südlichen Teilbereich. Im nördlichen Bereich besteht der Charakter eines Gewerbegebietes mit einer Orientierung auf Autokunden. Zudem erzeugt die stark befahrene Freiburger Straße eine erhebliche Trennwirkung (vgl. Karte 10).

Das Einzelhandelsangebot erstreckt sich überwiegend auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, teilweise gibt es Leerstände.

Im Unterschied zu Bissingen handelt es sich hier um einen Versorgungsstandort, der in den 70er Jahren im Zusammenhang mit den mehrgeschossigen Wohngebäuden entstand.

Für die künftige Entwicklung des Nahversorgungszentrums Buch ergibt sich folgende Zielstellung:

Lesbarkeit des Zentrums insgesamt verbessern und qualitative Aufwertung des öffentlichen Raums fortsetzen

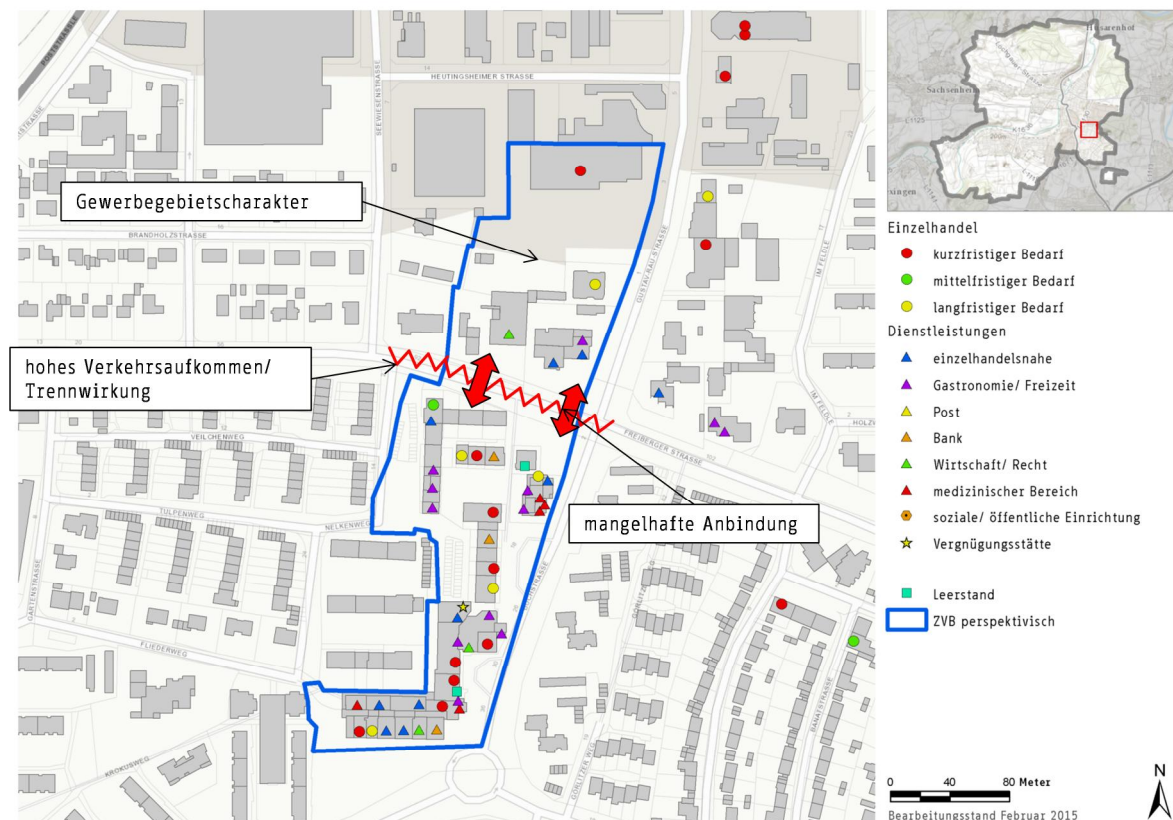
#### **Anbindung nördlicher Bereich**

Um eine bessere fußläufige Anbindung des nördlichen Bereiches zu erreichen, sind neben städtebaulichen gestalterischen Maßnahmen, insbesondere attraktive Querungsmöglichkeiten an der Freiburger Straße einzurichten.

Durch die bauliche Qualität und die Gestaltung des öffentlichen Raumes sollte der nördliche Bereich als Teil des Nahversorgungszentrums lesbar sein.



Karte 10: Räumliche Entwicklungsoptionen des Nahversorgungszentrums Buch



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Erhebung November 2014, Kartengrundlage: Stadt Bietigheim-Bissingen

### Sanierung im südlichen Bereich fortsetzen

Auch der südliche Bereich des Nahversorgungszentrums ist mit den eingeschossigen Gebäuden um den neu gestalteten Platzbereich und den Erdgeschossnutzungen in den z.T. sanierungsbedürftigen mehrgeschossigen Gebäuden sehr inhomogen. Ziel sollte es sein, diesen Bereich insgesamt aufzuwerten, sowohl im Hinblick auf die Gebäude als auch auf den öffentlichen Raum.

In Bezug auf die bestehenden Leerstände ist zu prüfen, inwieweit diese auf Grund ihrer Größe überhaupt noch moderne Einzelhandelbetriebe unterbringen können. In diesem Zusammenhang sollten Möglichkeiten der Zusammenlegung von Verkaufsf lächen angestrebt werden.

### 8.3.5 Vorschläge zur Nahversorgung

Der Themenbereich Nahversorgung wird gerade im Zusammenhang mit der demografischen Entwicklung, den steigenden Energiepreisen und den damit einhergehenden



wachsenden Mobilitätskosten immer bedeutsamer. Die Nahversorgung im planerischen Sinne, insbesondere mit Lebensmitteln, aber auch mit nahversorgungsrelevanten Dienstleistungen, wie Post, Bank, medizinische Einrichtungen, wird zunehmend zur Herausforderung. Dies betrifft i.d.R. oftmals einwohnerarme Siedlungsbereiche.

In der Stadt Bietigheim-Bissingen wird eine Bindungsquote von rd. 91% im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel erreicht, sodass rein rechnerisch eine leichte Unterversorgung besteht.

Wie in der Analyse dargestellt (vgl. Kap. 5.2), sind aber auch aus räumlicher Sicht in bestimmten Siedlungsbereichen Nahversorgungslücken vorhanden, sodass ein Teil der Bevölkerung nicht ausreichend nahversorgt ist.

Entsprechend der Prognose ergeben sich Entwicklungsspielräume für den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel. Bis zum Jahre 2025 ist die Ansiedlung von vier bis fünf zusätzlichen Lebensmittelbetrieben oder die Erweiterung bestehender Betriebe wettbewerbsneutral möglich. Die künftige Ansiedlungspolitik bei Lebensmittelmärkten sollte vor allem auf Standorte ausgerichtet werden, die zu einer Verbesserung der räumlichen Nahversorgung beitragen<sup>59</sup>.

Hinsichtlich des Umgangs mit nicht nahversorgten Teilbereichen sollte geprüft werden, ob Ansiedlungen von Lebensmittelbetrieben, u.U. auch durch Verlagerungen im Bestand, möglich wären. Solche zusätzlichen Lebensmittelbetriebe sollten insbesondere vor dem Hintergrund der aufgezeigten räumlichen Versorgungsdefizite möglichst zentral innerhalb der Versorgungslücken angesiedelt werden. Dafür müssen Potenzialflächen innerhalb der nicht versorgten Bereiche ausfindig gemacht werden.

In Bereichen, in denen eine fußläufige Nahversorgung nicht möglich ist, können auch alternative Nahversorgungsmöglichkeiten zum Einsatz kommen. Dabei kann es sich z.B. um kleinflächige Lebensmittelbetriebe, Direktvermarkter/ Hofläden, Liefer-/ Bringservice oder Fahrgemeinschaften handeln.

---

<sup>59</sup> Zur Nahversorgung siehe auch Dr. Acocella, Gutachterliche Stellungnahme zur Nahversorgung in Bietigheim-Bissingen 2014



Ein wesentlicher Beitrag zur Erhaltung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen ist die Verfolgung bzw. Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes.

### **8.3.6 Gewerbegebiete**

Neben den bereits bestehenden Gewerbegebieten sollten für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden. Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen (vgl. Kap. 8.2.1) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche geachtet werden.

Die bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe sollten weitgehend auf ihren Bestand festgeschrieben werden.

An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist. Generell sollten die Gewerbeflächen der gewerblichen Nutzung zur Verfügung gestellt werden.

## **8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG**

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen die dargestellten Arbeitsschritte:

- zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 4.2.1 und Kap. 5),
- zur Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 8.1.3),
- zu den räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 8.3) und
- zur Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 7.2)

Im Folgenden sind die Vorgehensweise für Verwaltung/ Politik für die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

### **8.4.1 Öffentliche Information**

Damit das Einzelhandelskonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft z.B. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauli-



ches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist -, ist u.E. eine öffentliche Information in Anlehnung an § 3 BauGB erforderlich.

Dafür sollte eine Auslegung des aus dem Gutachten abgeleiteten *Entwurfs eines Einzelhandelskonzeptes* sowie des vorliegenden Gutachtens selbst erfolgen. Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen werden und im Hinblick auf die daraus abgeleiteten Konsequenzen gewertet werden.

Das *endgültige Einzelhandelskonzept* kann dann vom Gemeinderat beschlossen werden, wobei die Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung in die Abwägung eingehen.

Unabhängig von dieser Frage ergibt sich für die Umsetzung die im Weiteren dargestellte Vorgehensweise.

#### **8.4.2 Festlegen einer Sortimentliste**

Die in Kap. 8.1.3 beschriebene örtliche Sortimentsliste, die eine Unterscheidung der Sortimente in zentren-/ nahversorgungs- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der u.E. der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.

Der Gemeinderat sollte letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderte - Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird. Mit einem solchen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert signalisiert.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Bietigheim-Bissingen, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden soll. Allerdings muss das Konzept auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Diese Sortimentsliste muss zukünftig Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.



### 8.4.3 Festlegen von Gebieten zur Zulässigkeit von Einzelhandel

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür wurde im vorliegenden Gutachten ein Vorschlag für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt unterbreitet, dieser entspricht den zentralen Versorgungsbereichen gemäß BauGB und ist seitens der Stadt nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen.<sup>60</sup>

Darüber hinaus bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln (vgl. Vorschläge für gewerblich geprägte Standorte unten).

Sofern die u.E. erforderliche Öffentlichkeitsbeteiligung durchgeführt wird, sind die Abgrenzungen sowie evtl. vorgesehene Komplettausschlüsse von Einzelhandel in bestimmten Gebieten und die Festsetzungstypen zunächst im Entwurf zu erstellen.

Auch die Abgrenzungen, die Entscheidung über einen vollständigen/ teilweisen Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen und die Typen sind letztlich vom Gemeinderat zu beschließen.

Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden: Grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden, sodass dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln dient.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.2) beziehen sich im Wesentlichen auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Bietigheim-Bissingen und auf die Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

---

<sup>60</sup> BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



1. **Festsetzungstyp** Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.
2. **Festsetzungstyp** Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern, der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)
3. **Festsetzungstyp** Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente<sup>61</sup> bis 10% der Fläche zulässig. Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 m<sup>2</sup>, der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.
4. **Festsetzungstyp** Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx m<sup>2</sup> zulässig (Handwerkerprivileg)<sup>62</sup>. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).
5. **Festsetzungstyp** Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

---

<sup>61</sup> Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

<sup>62</sup> Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die m<sup>2</sup>-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete sollte überprüft werden, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch ist dies mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

In Bietigheim-Bissingen erscheint beispielsweise dann ein Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten sinnvoll, wenn die Gefahr besteht, dass mögliche Ansiedlungen von Betrieben über die Nahversorgung eines Gebietes hinausgehen und/ oder die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches beeinträchtigen.

Für Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO), allgemeine sowie besondere Wohngebiete (§ 4 bzw. 4a BauNVO) und Dorfgebiete (§ 5 BauNVO) gilt dies ebenfalls.

Mit dem Beschluss des Gemeinderates wird das Einzelhandelskonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

#### **8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen**

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in der Stadt Bietigheim-Bissingen durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, §§ 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes gefährdet sind. Die entsprechenden Regelungen sind sodann entsprechend anzupassen. Bei bestehenden Bebauungsplänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes Bebauungsplanverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines Bebauungsplans



oder die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfs stehen nach einem Aufstellungs-/ Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den Bebauungsplänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelskonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Bezug nehmen.



## GLOSSAR

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet (auch Zentralität genannt). Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%) (siehe auch Kaufkraftverbleib). Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (hier im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Stadt Bietigheim-Bissingen) bezeichnet.

Der **Discounter** (von engl. *discount* = Preisnachlass) stellt eine Betriebsform des Einzelhandels dar, die ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führt und die Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht. Charakteristika dieser Unternehmen sind ein enges und flaches Warensortiment, eine einfache Warenpräsentation und der Verzicht auf Nebenleistungen (z.B. Beratung, Transport), die Kosteneinsparungen und somit die geringere Preise ermöglichen. Differenziert werden können zum einen als Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft der Lebensmittel-Discountmarkt, zum anderen der Non-Food-Discountmarkt.

**Einzelhandel** im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apotheken, Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

**Fachgeschäfte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

**Fachmärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs- und Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport- und Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher



Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend zentrale Lagen in der Innenstadt gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für Innenstadt/zentrale Versorgungsbereiche und sonstige integrierte Lagen dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als sonstigen zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der Innenstadt/ der zentralen Versorgungsbereiche.

Als **Innenstadt** ist das Gebiet einer Gemeinde zu verstehen, in dem sich die bedeutenden Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentliches Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt/ des Ortszentrums heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Gemeinde.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt. (s.a. Nachfrage)



**Kaufkraftkennziffern** stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. IFH Retail Consultants prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der in diesem ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der außerhalb dieses Gebietes ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus anderen Gebieten dem betrachteten Gebiet zufließen.

Die **Verbleibquote** ergibt sich dadurch, dass der Verbleib in Relation zur Kaufkraft in dem Gebiet gesetzt wird, in dem sie verbleibt.

Der Umsatz in einem Gebiet (U) ergibt sich aus der Kaufkraft in diesem Gebiet (KK), vermindert um Abflüsse in andere Regionen (A), vermehrt um Zuflüsse von außerhalb (Z):  $U = KK - A + Z$ .

Die am Ort verbleibende Kaufkraft (V) ist die Differenz zwischen vorhandener Kaufkraft und Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete:  $V = KK - A$ .

Entsprechend ergibt sich der Umsatz auch als Summe aus am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb:  $U = V + Z$ .

**Lebensmittel-SB-Geschäfte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von bis zu 200 qm ein Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Das Lebensmittelsortiment ist auf Grund der geringen Verkaufsfläche in Breite und Tiefe i.d.R. eingeschränkt, Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen werden nicht bzw. in geringen Umfang angeboten. **Lebensmittel-SB-Märkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 200 bis 400 qm ein umfangreiches, wengleich in der Tiefe eingeschränktes Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Darüber hinaus werden Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen ergänzend angeboten.



Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)

**SB-Warenhäuser** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne Kundenberatung anbieten. Der Standort ist i.d.R. autokundenorientiert, wobei sowohl isolierte Standorte als auch Standorte in Einkaufszentren vorzufinden sind. Die Verkaufsfläche liegt nach der Abgrenzung des EHI bei 5.000 qm und mehr.

**Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm und höchstens 2.500 qm ein Lebensmittelvollsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren insbesondere des täglichen Bedarfes anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. **Große Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe mit ähnlicher Sortimentsstruktur (i.d.R. etwas höherer Anteil anderer Branchen) und mit einer Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 qm.

**Verbleibquote** (s. Kaufkraftverbleib)

**Zentraler Versorgungsbereich** (s. Innenstadt/ Ortszentrum).

Der Begriff des **zentralen Versorgungsbereiches** z.B. im Sinne der §§ 9 (2a) und 34 BauGB *kann mehr* als der Begriff des (einzelhandelsbezogenen) zentralen Bereiches umfassen, sofern zentrale Einrichtungen außerhalb des zentralen Bereiches, aber angrenzend an diesen zu finden sind. In keinem Fall aber kann ein zentraler Versorgungsbereich weniger als den unter Einzelhandelsaspekten abgegrenzten zentralen Bereich umfassen.

Umgekehrt *muss nicht* jeder zentrale Bereich einen zentralen Versorgungsbereich darstellen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion nicht (umfassend) erfüllt ist.

Auch bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen kommt dem Einzelhandel (als einer zentralen Einrichtung) herausgehobene Bedeutung zu - aber allein die Tatsache einer Konzentration von Einzelhandel reicht nicht aus, einen zentralen Versorgungsbereich zu begründen<sup>63</sup>.

---

<sup>63</sup> Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



## ANHANG

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Bietigheim-Bissingen: Anzahl und Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)

VKF in m <sup>2</sup>	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche <sup>1)</sup>	Anteil
bis 50 m <sup>2</sup>	73	30%	1.775	2%
51 bis 100 m <sup>2</sup>	75	31%	5.150	5%
101 bis 200 m <sup>2</sup>	31	13%	4.325	4%
201 bis 400 m <sup>2</sup>	25	10%	7.225	6%
401 bis 800 m <sup>2</sup>	17	7%	9.550	8%
801 bis 2.000 m <sup>2</sup>	11	5%	12.850	11%
> 2.000 m <sup>2</sup>	8	3%	72.025	64%
<b>Gesamt</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>	<b>112.900</b>	<b>100%</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
Quelle: eigene Erhebung November 2014

Tab. A - 2: Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Bietigheim-Bissingen: Anzahl und Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)

VKF in m <sup>2</sup>	Anzahl	Anteil	Verkaufsfläche <sup>1)</sup>	Anteil
< 50 qm	23	24,2%	650	3%
51 bis < 100 qm	36	37,9%	2.550	11%
101 bis < 200 qm	14	14,7%	1.900	8%
201 bis < 400 qm	13	13,7%	3.675	15%
401 bis < 800 qm	4	4,2%	2.325	10%
801 bis >= 2.000 qm	5	5,3%	13.000	54%
<b>Gesamt</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>24.100</b>	<b>100%</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
aus Datenschutzgründen können die Betriebe mit 801 bis 2.000 m<sup>2</sup> sowie Betriebe mit 2.001 m<sup>2</sup> und mehr Verkaufsfläche nicht differenziert ausgewiesen werden  
Quelle: eigene Erhebung November 2014



**Tab. A - 3: Einzelhandelssituation: Verkaufsflächen (in m<sup>2</sup>), Umsätze, Kaufkraftwerte (je in Mio. €) und Bindungsquoten in der Gesamtstadt Bietigheim-Bissingen**

Sortimente	Verkaufsfläche <sup>1)</sup>	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	13.700	84,4	92,9	91%
Lebensmittelhandwerk	450	13,7	14,0	98%
Drogerie/ Parfümerie	1.700	8,6	13,0	66%
Apotheke	700	27,1	24,0	113%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	800	3,3	4,4	77%
Blumen/ Zoo	2.550	5,6	5,0	112%
<b>kurzfristig</b>	<b>19.900</b>	<b>142,8</b>	<b>153,2</b>	<b>93%</b>
Bekleidung und Zubehör	13.250	40,2	27,5	146%
Schuhe, Lederwaren	4.000	12,5	7,0	178%
Sport/ Freizeit	2.500	8,0	5,2	154%
Spielwaren	1.150	3,2	6,1	53%
Bücher	500	2,4	5,2	46%
GPK, Geschenke, Hausrat	5.475	6,9	3,3	208%
Haus- und Heimtextilien	2.850	4,3	3,7	116%
<b>mittelfristig</b>	<b>29.750</b>	<b>77,6</b>	<b>58,0</b>	<b>134%</b>
Uhren/ Schmuck	525	4,3	3,9	109%
Foto/ Optik	1.325	7,7	5,0	154%
Medien	1.000	6,1	18,0	34%
Elektro/ Leuchten	3.025	8,5	8,0	106%
Teppiche, Bodenbeläge	2.350	3,6	1,8	202%
baumarkt-/gartencenterspezif.	12.475	18,2	17,8	102%
Möbel	40.150	67,0	15,7	426%
Sonstiges insgesamt	2.450	14,6	10,1	144%
<b>langfristig</b>	<b>63.250</b>	<b>129,9</b>	<b>80,3</b>	<b>162%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>112.900</b>	<b>350,2</b>	<b>291,5</b>	<b>120%</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2014); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 4: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: Verkaufsflächen (in m<sup>2</sup>), Umsätze, Kaufkraftwerte (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"**

Sortimente	Verkaufsfläche <sup>1)</sup>	Umsatz	Kaufkraft	unechte Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	3.050	19,4	92,9	21%
Lebensmittelhandwerk	125	4,1	14,0	29%
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	875	12,5	36,9	34%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	275	1,2	4,4	28%
Blumen/ Zoo	1.400	2,9	5,0	58%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5.725</b>	<b>40,1</b>	<b>153,2</b>	<b>26%</b>
Bekleidung und Zubehör	9.625	29,9	27,5	109%
Schuhe, Lederwaren	2.150	6,6	7,0	94%
Sport/ Freizeit; Spielwaren,	1.975	6,1	11,3	54%
Bücher	375	1,8	5,2	34%
GPK, Geschenke, Hausrat; Haus-/ Heimtextilien	2.075	2,5	7,0	35%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>16.175</b>	<b>46,9</b>	<b>58,0</b>	<b>81%</b>
Uhren/ Schmuck	400	3,2	3,9	82%
Foto/ Optik	725	5,0	5,0	101%
Medien; Elektro/ Leuchten	550	3,5	25,9	14%
sonst. langfristiger Bedarf	500	1,7	45,4	4%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>2.200</b>	<b>13,5</b>	<b>80,3</b>	<b>17%</b>
<b>Summe</b>	<b>24.100</b>	<b>100,5</b>	<b>291,5</b>	<b>34%</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; IFH Köln (2014);  
Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 5: Einzelhandelsangebot in der Stadt Bietigheim-Bissingen nach Lage:  
Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

Sortimente	ZVB IS	NV-Zentren	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	3.050	2.425	3.425	4.800	13.700
Lebensmittelhandwerk	125	75	150	125	450
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	875	650	225	650	2.400
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	275	100	75	350	800
Blumen/ Zoo	1.400	225	75	850	2.550
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5.725</b>	<b>3.475</b>	<b>3.950</b>	<b>6.750</b>	<b>19.900</b>
Bekleidung und Zubehör	9.625	200	150	3.275	13.250
Schuhe, Lederwaren	2.150	***	***	1.700	4.000
Sport/ Freizeit; Spielwaren	1.975	0	***	***	3.650
Bücher	375	***	***	***	500
GPK, Geschenke, Hausrat; Haus-/ Heimtextilien	2.075	125	75	6.050	8.325
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>16.175</b>	<b>400</b>	<b>825</b>	<b>12.350</b>	<b>29.750</b>
Uhren/ Schmuck	400	***	***	25	525
Foto/ Optik	725	***	***	350	1.325
Medien; Elektro/ Leuchten	550	450	325	2.700	4.025
sonst. langfristiger Bedarf	500	450	2.325	54.100	57.400
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>2.200</b>	<b>1.125</b>	<b>2.750</b>	<b>57.175</b>	<b>63.250</b>
<b>Summe</b>	<b>24.100</b>	<b>5.000</b>	<b>7.550</b>	<b>76.275</b>	<b>112.900</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst

\*\*\* aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014



Tab. A - 6: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2025 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		110,2	120,4	111	129
Drogerie/ Parfümerie		13,6	14,9	14	16
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		4,5	5,0	5	5
Blumen/ Zoo		5,1	5,6	5	6
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>133,5</b>	<b>145,8</b>	<b>134</b>	<b>156</b>
Bekleidung und Zubehör		28,8	31,4	29	34
Schuhe/ Lederwaren		7,2	7,9	7	8
Sport/ Freizeit		5,5	6,0	6	6
Spielwaren		6,4	7,0	6	8
Bücher		5,4	5,9	5	6
GPK/ Geschenke/ Hausrat		3,4	3,7	3	4
Haus-/ Heimtextilien		3,8	4,1	4	4
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>60,5</b>	<b>66,1</b>	<b>61</b>	<b>71</b>
Uhren/ Schmuck		4,1	4,5	4	5
Foto/ Optik und Zubehör		5,2	5,7	5	6
Medien		18,4	20,1	19	22
Elektro/ Leuchten		8,3	9,0	8	10
Teppiche/ Bodenbeläge		1,8	2,0	2	2
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		18,4	20,2	19	22
Möbel		17,0	18,5	17	20
Sonstiges		10,5	11,5	11	12
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>83,7</b>	<b>91,5</b>	<b>84</b>	<b>98</b>
<b>Summe</b>		<b>277,7</b>	<b>303,3</b>	<b>279</b>	<b>324</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; IFH Köln (2014); BBE; eigene Berechnungen



**Tab. A - 7: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo-Prognose**  
 - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		2.550	3.900	2.650	4.850
Drogerie/ Parfümerie		100	200	100	350
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		50	100	50	150
Blumen/ Zoo		50	300	100	450
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>2.750</b>	<b>4.500</b>	<b>2.900</b>	<b>5.800</b>
Bekleidung und Zubehör		600	1.750	700	2.550
Schuhe/ Lederwaren		100	450	150	700
Sport/ Freizeit		150	350	150	500
Spielwaren		50	150	50	200
Bücher		0	50	0	100
GPK/ Geschenke/ Hausrat		---	300	---	450
Haus-/ Heimtextilien		50	250	50	350
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>950</b>	<b>3.300</b>	<b>1.100</b>	<b>4.850</b>
Uhren/ Schmuck		0	50	50	100
Foto/ Optik und Zubehör		50	200	50	250
Medien		50	100	50	150
Elektro/ Leuchten		100	300	100	450
Teppiche/ Bodenbeläge		0	200	0	350
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		450	1.500	550	2.250
Möbel		---	---	---	---
Sonstiges		100	300	100	450
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>750</b>	<b>2.650</b>	<b>900</b>	<b>4.000</b>
<b>Summe</b>		<b>4.450</b>	<b>10.450</b>	<b>4.900</b>	<b>14.650</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 8: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose**  
 - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		3.450	4.850	4.300	6.700
Drogerie/ Parfümerie		400	750	750	1.350
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		150	250	300	450
Blumen/ Zoo		50	300	100	450
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>4.050</b>	<b>6.150</b>	<b>5.450</b>	<b>8.950</b>
Bekleidung und Zubehör		800	1.950	1.050	2.950
Schuhe/ Lederwaren		100	450	150	700
Sport/ Freizeit		150	350	150	500
Spielwaren		300	450	550	750
Bücher		200	250	350	450
GPK/ Geschenke/ Hausrat		---	300	---	450
Haus-/ Heimtextilien		400	600	700	1.100
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>1.950</b>	<b>4.350</b>	<b>2.950</b>	<b>6.900</b>
Uhren/ Schmuck		150	200	250	350
Foto/ Optik und Zubehör		50	200	50	250
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		700	850	1.300	1.600
Elektro/ Leuchten		650	900	1.150	1.600
Teppiche/ Bodenbeläge		---	200	0	350
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		3.750	5.100	6.600	9.150
Möbel		---	---	---	---
Sonstiges		150	350	200	550
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>5.450</b>	<b>7.800</b>	<b>9.550</b>	<b>13.850</b>
<b>Summe</b>		<b>11.450</b>	<b>18.300</b>	<b>17.950</b>	<b>29.700</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 9: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose**  
 - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		2.500	3.800	2.500	4.650
Drogerie/ Parfümerie		300	600	500	1.050
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		100	200	200	300
Blumen/ Zoo		---	150	---	150
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>2.900</b>	<b>4.750</b>	<b>3.200</b>	<b>6.150</b>
Bekleidung und Zubehör		50	1.100	---	1.350
Schuhe/ Lederwaren		---	200	---	200
Sport/ Freizeit		0	200	---	200
Spielwaren		250	350	400	600
Bücher		150	200	250	350
GPK/ Geschenke/ Hausrat		---	50	---	0
Haus-/ Heimtextilien		250	450	400	750
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>700</b>	<b>2.550</b>	<b>1.050</b>	<b>3.450</b>
Uhren/ Schmuck		100	150	150	250
Foto/ Optik und Zubehör		0	100	---	100
Medien		600	700	1.050	1.300
Elektro/ Leuchten		450	700	800	1.200
Teppiche/ Bodenbeläge		---	100	---	50
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		2.700	3.950	4.700	7.000
Möbel		---	---	---	---
Sonstiges		---	200	---	250
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>3.850</b>	<b>5.900</b>	<b>6.700</b>	<b>10.150</b>
<b>Summe</b>		<b>7.450</b>	<b>13.200</b>	<b>10.950</b>	<b>19.750</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren, GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 10: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in m<sup>2</sup>, auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

Sortiment	Jahr	2020		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		2.500	3.800	2.500	4.650
Drogerie/ Parfümerie		300	600	500	1.050
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		100	200	200	300
Blumen/ Zoo		-50	150	-100	150
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>2.850</b>	<b>4.750</b>	<b>3.100</b>	<b>6.150</b>
Bekleidung und Zubehör		50	1.100	-200	1.350
Schuhe/ Lederwaren		-50	200	-150	200
Sport/ Freizeit		0	200	-50	200
Spielwaren		250	350	400	600
Bücher		150	200	250	350
GPK/ Geschenke/ Hausrat		-100	50	-250	0
Haus-/ Heimtextilien		250	450	400	750
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>550</b>	<b>2.550</b>	<b>400</b>	<b>3.450</b>
Uhren/ Schmuck		100	150	150	250
Foto/ Optik und Zubehör		0	100	-50	100
Medien		600	700	1.050	1.300
Elektro/ Leuchten		450	700	800	1.200
Teppiche/ Bodenbeläge		-50	100	-100	50
bau-/ gartenmarktspez. Sort.		2.700	3.950	4.700	7.000
Möbel		-5.250	-4.050	-10.850	-9.650
Sonstiges		0	200	-50	250
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>-1.450</b>	<b>1.850</b>	<b>-4.350</b>	<b>500</b>
<b>Summe</b>		<b>1.950</b>	<b>9.500</b>	<b>-850</b>	<b>10.100</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen