



Dr. Donato Acocella  
Stadt- und Regionalentwicklung

# Nahversorgungsuntersuchung für die Stadt Ludwigsburg

---



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29  
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29  
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43  
[info@dr-acocella.de](mailto:info@dr-acocella.de) ▪ [www.dr-acocella.de](http://www.dr-acocella.de)

**Bearbeiter:**

Dr. rer.pol. Donato Acocella  
Dipl.-Geograph Peter Helbig

**Lörrach/ Nürnberg/ Dortmund, März 2017**



## **INHALTSVERZEICHNIS:**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG</b>   | <b>1</b>  |
| <b>2. TRENDS IM EINZELHANDEL UND PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN</b>   | <b>2</b>  |
| 2.1 TRENDS IM EINZELHANDEL .....  | 2         |
| 2.2 HANDELSENDogene UND -EXOGENE FAKTOREN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG .....                               | 3         |
| 2.2.1 Handelsendogene Faktoren.....   | 3         |
| 2.2.2 Handelsexogene Faktoren.....  | 10        |
| 2.3 STÄDTEBAULICHE WIRKUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG .....  | 12        |
| 2.4 STEUERUNGSMÖGLICHKEITEN DER KOMMUNALEN PLANUNGSEBENE .....  | 14        |
| <b>3. BESTANDS- UND NACHFRAGEANALYSE</b>  | <b>19</b> |
| 3.1 METHODISCHES VORGEHEN.....  | 19        |
| 3.2 GESAMTSTÄDTISCHE SITUATION .....  | 20        |
| 3.3 ANALYSE AUF STADTTEILEBENE.....   | 24        |
| 3.4 LEBENSMITTELBETRIEBE UND RÄUMLICHE NAHVERSORGUNGSSITUATION .....                                      | 30        |
| 3.5 FAZIT BESTANDS- UND NACHFRAGEANALYSE.....   | 40        |
| <b>4. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNGSSPIELRAUMES</b>   | <b>42</b> |
| 4.1 METHODISCHES VORGEHEN.....  | 43        |
| 4.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage .....  | 43        |
| 4.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite .....  | 46        |
| 4.2 PROGNOSEERGEBNIS UND -FAZIT.....  | 47        |
| <b>5. BEURTEILUNG DER NAHVERSORGUNG AUS BETREIBERSICHT -<br/>EXPERTENGESPRÄCHE</b>                        | <b>50</b> |
| 5.1 BEURTEILUNG DER SITUATION IM BEREICH LEBENSMITTEL IN LUDWIGSBURG .....                                | 51        |
| 5.2 STANDORTANFORDERUNGEN FÜR NEUE UND BESTEHENDE LEBENSMITTELBETRIEBE.....                               | 52        |
| 5.3 BEURTEILUNG DER BESTEHENDEN STANDORTE UND ERWEITERUNGS-/<br>NEUANSIEDLUNGSABSICHTEN .....             | 57        |
| 5.4 NAHVERSORGUNG HEUTE UND PERSPEKTIVISCH .....  | 58        |
| <b>6. NAHVERSORGUNGS(TEIL)BEREICHE - BESTAND- UND NACHFRAGEANALYSE<br/>SOWIE ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN</b> | <b>59</b> |
| 6.1 NAHVERSORGUNGSBEREICH ZENTRALE UND SÜDLICHE KERNSTADT .....   | 60        |
| 6.2 NAHVERSORGUNGSBEREICH ÖSTLICHE KERNSTADT.....   | 64        |
| 6.3 NAHVERSORGUNGSBEREICH WESTLICHE KERNSTADT/ PFLUGFELDEN .....  | 69        |
| 6.4 NAHVERSORGUNGSBEREICH EGLOSHEIM/ NORDWESTLICHE KERNSTADT.....   | 74        |
| 6.5 NAHVERSORGUNGSBEREICH HOHENECK/ REICHERTSHALDE .....  | 79        |
| 6.6 NAHVERSORGUNGSBEREICH NECKARWEIHINGEN .....   | 81        |
| 6.7 NAHVERSORGUNGSBEREICH OBWEIL.....   | 85        |
| 6.8 NAHVERSORGUNGSBEREICH GRÜNBÜHL/ SONNENBERG.....   | 87        |
| 6.9 NAHVERSORGUNGSBEREICH POPPENWEILER .....  | 89        |
| <b>7. HANDLUNGSBEDARF UND -EMPFEHLUNGEN</b>   | <b>92</b> |
| 7.1 BEWERTUNGSMODELL FÜR ERWEITERUNGS- UND NEUANSIEDLUNGSVORHABEN VON<br>LEBENSMITTELBETRIEBEN .....      | 92        |



|  |            |
|--|------------|
| 7.2 GRUNDSÄTZLICHE BEWERTUNG VON ZWEI PLANVORHABEN AUF BASIS DES<br>BEWERTUNGSMODELLS.....                     | 98         |
| 7.3 HANDLUNGSBEDARF IN DEN NAHVERSORGUNGSTEILBEREICHEN.....  | 104        |
| 7.4 EMPFEHLUNGEN ZUR WEITERENTWICKLUNG VON STANDORTEN BZW.<br>STANDORTBEREICHEN VON LEBENSMITTELBETRIEBEN..... | 108        |
| <b>ANHANG</b>  | <b>116</b> |
| <b>GLOSSAR</b>   | <b>130</b> |



## TABELLENVERZEICHNIS:

|              |  |     |
|--------------|--|-----|
| Tab. 1:      | Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten .....                           | 21  |
| Tab. 2:      | Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Stadtteilen .....  | 25  |
| Tab. 3:      | Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick.....  | 46  |
| Tab. 4:      | Standortanforderungen für Lebensmittelbetriebe nach Betriebsformen.  | 56  |
| Tab. 5:      | Datenblatt Nahversorgungsbereich zentrale und südliche Kernstadt.....  | 62  |
| Tab. 6:      | Datenblatt Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt .....  | 67  |
| Tab. 7:      | Datenblatt Nahversorgungsbereich westliche Kernstadt/ Pflugfelden ....   | 72  |
| Tab. 8:      | Datenblatt Nahversorgungsbereich Eglosheim /nordwestliche Kernstadt  | 77  |
| Tab. 9:      | Datenblatt Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde.....   | 80  |
| Tab. 10:     | Datenblatt Nahversorgungsbereich Neckarweihingen.....  | 83  |
| Tab. 11:     | Datenblatt Nahversorgungsbereich Oßweil.....   | 86  |
| Tab. 12:     | Datenblatt Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg .....  | 88  |
| Tab. 13:     | Datenblatt Nahversorgungsbereich Poppenweiler .....  | 91  |
| Tab. 14:     | Bewertungsmodell für Erweiterungs- und Neuansiedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben nach Standorttypen .....                       | 98  |
| Tab. 15:     | Übersichtstabelle Planungsrecht und Weiterentwicklungsempfehlungen der Lebensmittelbetriebe .....                                      | 112 |
| Tab. A - 1:  | Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Standorttypen .....                | 116 |
| Tab. A - 2:  | Sortiment Lebensmittelhandwerk: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Standorttypen .....                   | 116 |
| Tab. A - 3:  | Sortiment Drogerie/ Parfümerie: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Standorttypen .....                   | 117 |
| Tab. A - 4:  | Anzahl, Verkaufsflächen und, Umsätze der Nahversorgungsbetriebe nach Betriebsformen .....  | 117 |
| Tab. A - 5:  | Stadtteil Kernstadt Mitte: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten..... | 118 |
| Tab. A - 6:  | Stadtteil Kernstadt Mitte: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungs-relevanten Sortimenten nach Standorttypen .....             | 118 |
| Tab. A - 7:  | Stadtteil Kernstadt West: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....  | 119 |
| Tab. A - 8:  | Stadtteil Kernstadt West: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                | 119 |
| Tab. A - 9:  | Stadtteil Kernstadt Nord: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....  | 120 |
| Tab. A - 10: | Stadtteil Kernstadt Nord: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                | 120 |
| Tab. A - 11: | Stadtteil Kernstadt Ost: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten .....  | 121 |
| Tab. A - 12: | Stadtteil Kernstadt Ost: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                 | 121 |
| Tab. A - 13: | Stadtteil Kernstadt Süd: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten .....  | 122 |



|  |     |
|--|-----|
| Tab. A - 14: Stadtteil Kernstadt Süd: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                      | 122 |
| Tab. A - 15: Stadtteil Pflugfelden: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....          | 123 |
| Tab. A - 16: Stadtteil Pflugfelden: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                        | 123 |
| Tab. A - 17: Stadtteil Eglosheim: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....            | 124 |
| Tab. A - 18: Stadtteil Eglosheim: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                          | 124 |
| Tab. A - 19: Stadtteil Hoheneck: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....             | 125 |
| Tab. A - 20: Stadtteil Hoheneck: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                           | 125 |
| Tab. A - 21: Stadtteil Oßweil: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....               | 126 |
| Tab. A - 22: Stadtteil Oßweil: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                             | 126 |
| Tab. A - 23: Stadtteil Grünbühl Sonnenberg: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten ..... | 127 |
| Tab. A - 24: Stadtteil Grünbühl Sonnenberg: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                | 127 |
| Tab. A - 25: Stadtteil Neckarweihingen: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....      | 128 |
| Tab. A - 26: Stadtteil Neckarweihingen: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                    | 128 |
| Tab. A - 27: Stadtteil Poppenweiler: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....         | 129 |
| Tab. A - 28: Stadtteil Poppenweiler: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen.....                       | 129 |



## **ABBILDUNGSVERZEICHNIS:**

|          |   |    |
|----------|---|----|
| Abb. 1:  | Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche je Lebensmittelbetriebe in Deutschland von 2006 bis 2015.....   | 4  |
| Abb. 2:  | Entwicklung der Anzahl der Lebensmittelbetriebe in Deutschland insgesamt und nach Betriebsformen von 2006 bis 2015 .....  | 5  |
| Abb. 3:  | Entwicklung des Online- und Versandhandelsumsatzes am Gesamteinzelhandelsumsatz von 2006 bis 2016.....  | 7  |
| Abb. 4:  | Absolute Entwicklung des Online- und Versandhandelsumsatzes von 2006 bis 2016.....  | 7  |
| Abb. 5:  | Umsatzanteile im Online- und im Versandhandel 2014 nach Warengruppen...   | 8  |
| Abb. 6:  | Relative Kaufkraftentwicklung je Einwohner (Bundesdurchschnitt) von 2005 bis 2015 in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie ..... | 10 |
| Abb. 7:  | Bevölkerungsentwicklung in Ludwigsburg bis 2030 nach Altersgruppen.....   | 12 |
| Abb. 8:  | Bindungsquoten nach Standorttypen.....  | 22 |
| Abb. 9:  | Anzahl, Verkaufsflächen und Umsätze der Nahversorgungsbetriebe nach Betriebsformen .....  | 23 |
| Abb. 10: | Anzahl, Verkaufsflächen und Umsätze der Lebensmittelbetriebe nach Betriebsformen .....  | 31 |
| Abb. 11: | Anzahl, Verkaufsflächen und Umsätze der Lebensmittelbetriebe nach Standort(typ)en .....   | 32 |
| Abb. 12: | Größenklassen der Lebensmittelbetriebe nach Standort(typ)en.....  | 33 |
| Abb. 13: | Einwohnerentwicklung in Ludwigsburg 1990 bis 2014 (tatsächliche Entwicklung) und 2014 bis 2025 (Prognosewerte).....   | 44 |
| Abb. 14: | Verkaufsflächenentwicklungskorridor bis 2020 bzw. bis 2025 in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie.....   | 49 |

## **KARTENVERZEICHNIS:**

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| Karte 1:  | Räumliche Verteilung der Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet Ludwigsburg.....                                       | 24  |
| Karte 2:  | Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene .....   | 27  |
| Karte 3:  | Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene - integrierte Betriebe .....                                | 28  |
| Karte 4:  | Bindungsquoten Drogerie/ Parfümerie auf Stadtteilebene .....  | 29  |
| Karte 5:  | Bindungsquoten Drogerie/ Parfümerie auf Stadtteilebene - integrierte Betriebe .....                                   | 30  |
| Karte 6:  | Räumliche Nahversorgungssituation - Lebensmittelbetriebe und Nahversorgungsumkreise .....                             | 35  |
| Karte 7:  | Nahversorgungsanteile auf Stadtteilebene - Lebensmittelbetriebe ab 200 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche .....            | 37  |
| Karte 8:  | Nahversorgungsanteile auf Stadtteilebene - alle Lebensmittelbetriebe .....  | 39  |
| Karte 9:  | Rechnerische Reichweite der Lebensmittelbetriebe.....   | 40  |
| Karte 10: | Nahversorgungsbereiche und -teilbereiche .....  | 60  |
| Karte 11: | Alternative Planstandorte für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb im Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt..... | 101 |
| Karte 12: | Handlungsbedarf in den Nahversorgungs(teil)bereichen.....   | 105 |
| Karte 13: | Empfehlungen zur Weiterentwicklung von Standorten bzw. Standortbereichen von Lebensmittelbetrieben.....               | 111 |





## 1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Ludwigsburg stellt nach eigenem Bekunden im gesamten Stadtgebiet zunehmende Absichten nach Verkaufsflächenerweiterungen der bestehenden Discounter fest. Diese befinden sich i.d.R. außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Nahversorgungslagen, sodass die Erweiterungen nach dem Standortkonzept des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Ludwigsburg restriktiv zu behandeln sind.

Die o.g. Entwicklung der Discounter ist bundesweit zu beobachten. Desgleichen werden Supermärkte/ Vollsortimenter i.d.R. nur noch mit Verkaufsflächen ab 1.500 m<sup>2</sup> - in einigen Räumen auch mit deutlich höheren Flächen - realisiert. Eine flächendeckende, fußläufige Nahversorgung in den Kernsiedlungsbereichen oder eine Nahversorgung in den Stadt-/ Ortsteilen mit vergleichsweise geringer Einwohnerzahl ist auf Grund des anhaltenden Trends zu größeren Verkaufsflächen je Betrieb im Lebensmitteleinzelhandel kaum noch zu bewerkstelligen.

Auf Grund der o.g. Entwicklungen werden in der vorliegenden Untersuchung folgende Aspekte eingehend beleuchtet:

- 1) Wie sind etwaige Neuansiedlungen im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu bewerten?
- 2) Kann ab einer entsprechenden Verkaufsfläche generell von negativen Auswirkungen i.S.v. §11 (3) BauNVO ausgegangen werden oder ist jeder Einzelfall in Abhängigkeit zur Lage zu den Versorgungsbereichen detailliert zu betrachten?
- 3) Was sind die Handlungsspielräume der Stadt Ludwigsburg?
- 4) Können Empfehlungen ausgesprochen werden, wo eine Fortentwicklung der Nahversorgung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche unschädlich, möglich oder gar geboten ist?
- 5) Welche konkreten Empfehlungen können für die einzelnen Standorte bzw. Standortbereiche von Lebensmittelbetrieben hinsichtlich möglicher Erweiterungspotenziale gegeben werden?



## **2. TRENDS IM EINZELHANDEL UND PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN**

Nachfolgend werden zunächst die Trends im Einzelhandel - auf Grund des Untersuchungsinhaltes im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels sowie im Bereich Drogerie(märkte) - dargestellt. Dadurch wird verdeutlicht,

- auf welche zurückliegenden und derzeitigen Entwicklungen die vielerorts zu verzeichnenden, einer flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung zuwider laufenden Strukturen zurückzuführen sind und
- welche Auswirkungen auf das Nahversorgungsnetz durch aktuelle Trends zu erwarten sind.

Weiterhin wird vor dem Hintergrund der Fragen aus Kap. 1 dargestellt, welche grundsätzlichen rechtlichen Möglichkeiten einer Stadt bei nicht gewünschten Erweiterungsabsichten und Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben zur Verfügung stehen.

### **2.1 TRENDS IM EINZELHANDEL**

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. Im Bereich Lebensmittel wird seitens der Städte oftmals eine möglichst flächendeckende Versorgung für die Bevölkerung angestrebt, wobei dieses Vorhaben im Widerspruch zu den zunehmenden Verkaufsflächen je Betrieb im Lebensmitteleinzelhandel, insbesondere bei Lebensmitteldiscountern und auch Supermärkten, steht: Mit zunehmender Verkaufsfläche steigt auch der Umsatz und somit die Zahl der (rechnerisch) versorgten Einwohner, wodurch letztlich das Einzugsgebiet je Betrieb wächst. Das Versorgungsnetz dünnt in der Folge aus.

Neben der Versorgungsaufgabe des Einzelhandels erzeugt dieser an integrierten Standorten Dichte, Frequenz und Vielfalt. Dies gilt im Hinblick auf den Lebensmitteleinzelhandel in besonderem Maße für Stadt- und Ortsteilzentren: Größere Lebensmittelgeschäfte wie Supermärkte und Lebensmitteldiscounter nehmen hier eine wichtige Magnetbetriebs- und Frequenzbringerfunktion wahr.

Auf Grund der Lösung des Einzelhandels - auch oder gerade in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie - von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im unmittelbaren (Wohn-)Umfeld" oder "hohe Passantendichte" kam es vielerorts zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und -la-



gen sowie zu Lücken in der verbrauchernahen Versorgung. Um die zentrenprägende Kraft insbesondere des Lebensmitteleinzelhandels - und zudem die Nahversorgung möglichst großer Bevölkerungsteile - aufrecht zu erhalten, bedarf es daher der gezielten räumlichen Lenkung.

## **2.2 HANDESENDogene UND -EXOGENE FAKTOREN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG**

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter (handelsendogene Faktoren) als auch durch die Nachfrager bzw. Konsumenten (handelsexogene Faktoren) bestimmt. Bei der Betrachtung der Wechselbeziehungen von handelsendogenen und handelsexogenen Faktoren ist jedoch festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst bestimmt werden.

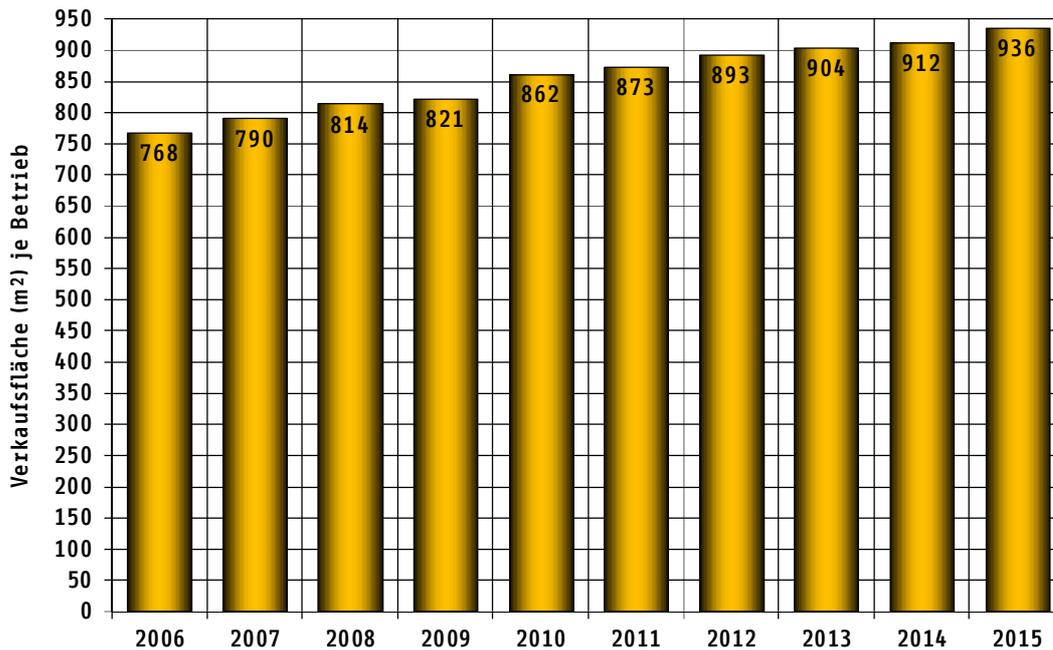
### **2.2.1 Handelsendogene Faktoren**

**Betriebstypenentwicklung:** Die Betriebstypenentwicklung als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne Kostenstrukturen zu optimieren, ist in hohem Maße mit einem Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme kleiner(er) inhabergeführter Fachgeschäfte verbunden. Problematisch ist dies vor allem, weil den Mindestanforderungen der Betreiber entsprechende Betriebe - insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel - in die gewachsenen städtischen Strukturen oftmals nicht oder nur schwerlich zu integrieren sind.

Nachfolgend ist die Verkaufsflächenentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel dargestellt. Die durchschnittliche Verkaufsfläche der Lebensmittelbetriebe stieg im Zeitraum von 2006 bis 2015 von knapp 770 m<sup>2</sup> auf gut 935 m<sup>2</sup>, d.h. um rd. 22%, an.



Abb. 1: Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche je Lebensmittelbetriebe in Deutschland von 2006 bis 2015



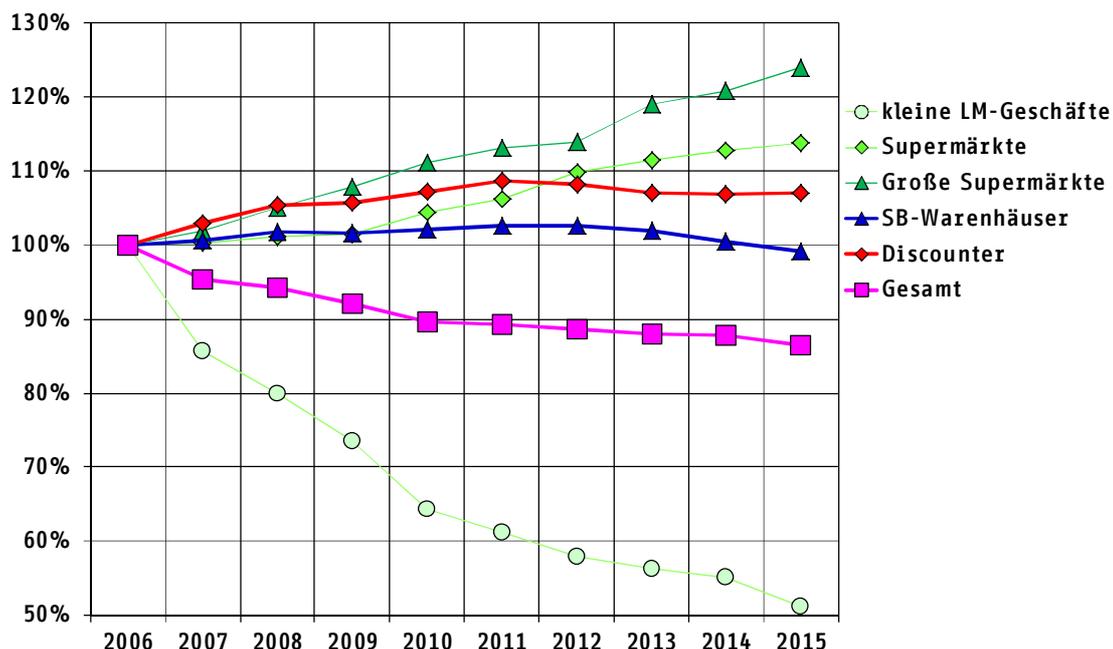
Quelle: EHI/ [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); eigene Berechnungen

Zurückzuführen ist die steigende durchschnittliche Verkaufsfläche je Lebensmittelbetrieb - neben der stetig wachsenden durchschnittlichen Verkaufsfläche der Lebensmitteldiscounter - im Wesentlichen auf den anhaltenden Rückgang kleiner Lebensmittelgeschäfte: Von 2006 bis 2015 verringerte sich die Zahl dieser Betriebe um annähernd 50%. Demgegenüber sind die Betriebszahlen von Supermärkten und großen Supermärkten, d.h. größerer und großer Betriebe, im gleichen Zeitraum um rd. 14% bzw. rd. 24% angestiegen. Über alle Betriebsformen hinweg betrachtet ist von 2006 bis 2014 ein Rückgang an Lebensmittelgeschäften in einer Größenordnung von rd. 14% zu verzeichnen.

Es besteht demzufolge ein Verdrängungswettbewerb zu Lasten kleinerer, oftmals an integrierten Standorten gelegener Betriebe. In der Folge dünnt das wohnungsnah Versorgungsnetz immer mehr aus, zumal vielerorts Standortkonzentrationen von Lebensmittelbetrieben unterschiedlicher Betriebsformen an Verkehrsknotenpunkten und stark frequentierten Straßen - oftmals in Verbindung mit weiteren Einzelhandelsbetrieben, z.B. Drogerie-, Bekleidungs- und Schuhmärkten - festzustellen sind.



Abb. 2: Entwicklung der Anzahl der Lebensmittelbetriebe in Deutschland insgesamt und nach Betriebsformen von 2006 bis 2015



Quelle: EHI/ [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); eigene Berechnungen

Vergleichbare Entwicklungen sind auch in anderen Branchen zu beobachten. Zum Beispiel beträgt die seitens der Betreiber geforderte Mindestverkaufsfläche von Drogeriemärkten seit dem Wegfall der Fa. Schlecker 500 m<sup>2</sup><sup>1</sup>. Bei Neuansiedlungen derartiger Betriebe werden immer öfter Verkaufsflächen von 800 bis 1.000 m<sup>2</sup> realisiert.

Weiterhin bauen Tankstellen teilweise ihr Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel in der Breite deutlich aus. Die Tankstellenshops erreichen dabei zum Teil Größenordnungen von mehr 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und verfügen über ein Lebensmittelsortiment, das demjenigen eines Lebensmittel-SB-Geschäftes entspricht. Insbesondere in Gebieten mit kleinteiligen Siedlungsstrukturen können derartige Tankstellenshops zur Sicherung der Grund-/ Nahversorgung beitragen, sofern es sich um integrierte Standorte handelt und kein hinreichendes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, insbesondere kein Lebensmittelbetrieb mit einem für die Grund-/ Nahversorgung hinreichend breiten Lebensmittelangebot, besteht. An nicht integrierten Standorten tragen derartige Tankstellenshops nicht zur Nahversorgung im eigentlichen Sinne bei, stehen jedoch in Wettbewerb zu Lebensmittelbetrieben.

<sup>1</sup> Vgl. [www.rossmann.de/unternehmen/ueber\\_uns/expansion-immobilien/standortanforderungen-im-in-und-ausland.html](http://www.rossmann.de/unternehmen/ueber_uns/expansion-immobilien/standortanforderungen-im-in-und-ausland.html) bzw. [www.dm.de/de\\_homepage/standortanforderung/](http://www.dm.de/de_homepage/standortanforderung/).



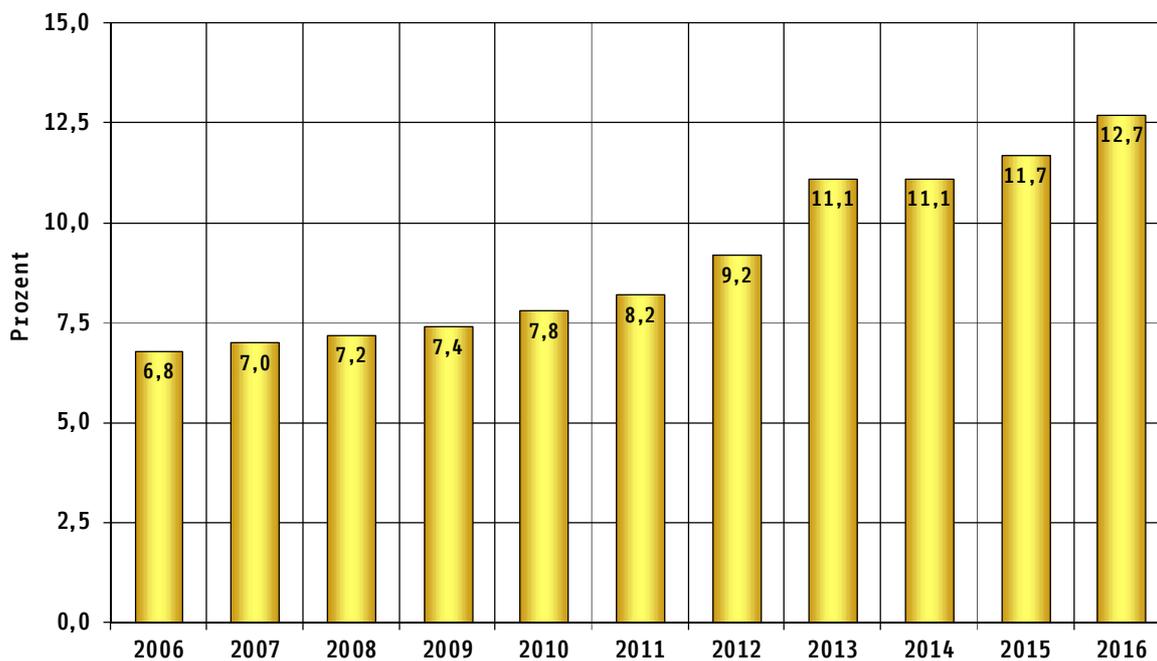
**Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führte und führt noch immer - teilweise gemeinsam mit den Trends seitens der Konsumenten (vgl. Kap. 2.2.2) - auch zu geänderten Standortanforderungen hinsichtlich Verkehrsanbindung, Grundstücks-/ Mietpreis etc. Die Funktionsmischung größerer und großer Einzelhandelsstandorte an peripheren Standorten trägt zu einer erhöhten Konkurrenzsituation mit den Innenstädten und Stadt-/ Ortsteilzentren bei, wodurch für diese Entwicklungshemmnisse entstehen (können). Einzelstandorte von Lebensmittelbetrieben an nicht integrierten Standorten stehen in Konkurrenz mit Wohngebiets- und auch Zentrenstandorten solcher Betriebe.

**Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung wurde aufgebrochen, beispielsweise durch die sogenannte Aktionsware der Lebensmitteldiscounter, die in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte und sonstigen Zentren steht. Allerdings ist zu beobachten - und wird durch die Betreiber auch bestätigt -, dass Rand- und Ergänzungssortimente in größeren und großen Lebensmittelbetrieben an Stellenwert verlieren und dem Kernsortiment Nahrungs-/ Genussmittel mehr Bedeutung - und auch Fläche - zukommt.

**Versand- und Onlinehandel:** Der gesamte Versand- und Onlinehandel verzeichnete insbesondere in den Jahren 2012 und 2013 absolut und relativ einen deutlichen Zuwachs. 2014 stagnierte der gesamte Versand- und Onlinehandelsanteil am Gesamt-einzelhandelsaufkommen, stieg in der Folgezeit bis 2016 jedoch wieder signifikant an. Dabei ist der absolute Umsatz des "klassischen" Versandhandels seit 2011 stetig rückläufig und betrug 2016 nur noch gut ein Viertel des Umsatzes im Jahr 2006. Demgegenüber wuchs der im Onlinehandel getätigte Umsatz von 2006 bis 2016 um mehr als das Fünffache.

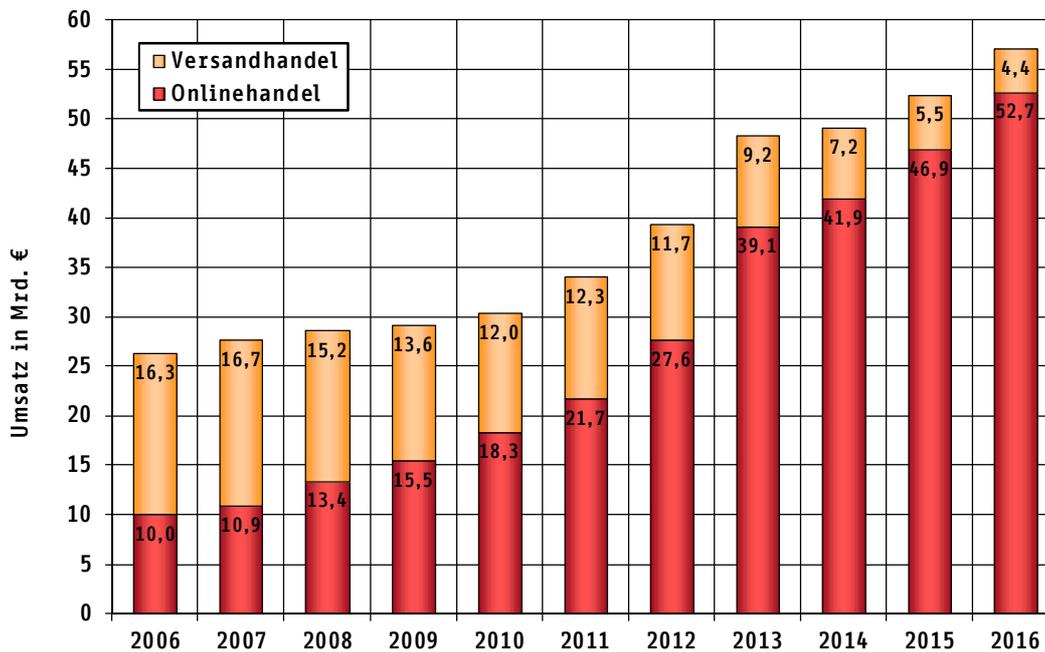


Abb. 3: Entwicklung des Online- und Versandhandelsumsatzes am Gesamteinzelhandelsumsatz von 2006 bis 2016



Quelle: <http://www.bevh.org/markt-statistik/zahlen-fakten/>

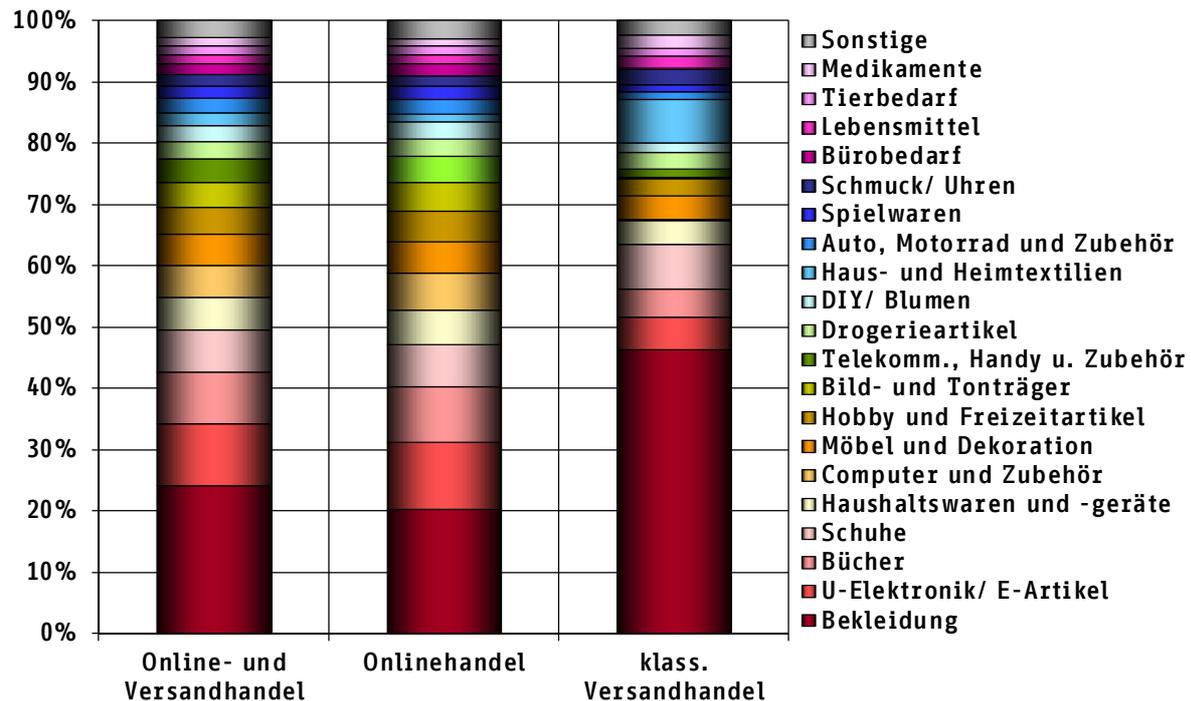
Abb. 4: Absolute Entwicklung des Online- und Versandhandelsumsatzes von 2006 bis 2016



Quelle: <http://www.bevh.org/markt-statistik/zahlen-fakten/>



Abb. 5: Umsatzanteile im Online- und im Versandhandel 2014 nach Warengruppen



Quelle: <http://www.bevh.org/markt-statistik/zahlen-fakten/>

Der mit Abstand größte Umsatzanteil im Online- und klassischen Versandhandel entfiel im Jahr 2014 auf die Warengruppe Bekleidung. Weitere Warengruppen mit vergleichsweise hohen Anteilswerten waren - insbesondere im Onlinehandel - Unterhaltungselektronik/ Elektroartikel und Bücher sowie - sowohl im Online- als auch im klassischen Versandhandel - Schuhe. Lebensmittel und Drogerieartikel erzielen demgegenüber nur Umsatzanteile von rd. 2% bzw. rd. 3%. Bezogen auf den Gesamteinzelhandel betrug der Umsatz des Online- und Versandhandels bei den Waren des täglichen Bedarfs, im Wesentlichen Drogerieartikel, Tierbedarf, Lebensmittel und Medikamente, rd. 0,8%; dieser Anteilswert wurde auch im Jahr 2016 nicht erreicht. Die Anteilswerte für Lebensmittel und Drogerie - den für die Grund-/ Nahversorgung in besonderen Maße bedeutsamen Warengruppen - lagen 2016 bei rd. 0,2% bzw. 0,3%. Stichhaltige Prognosen, ob bzw. in welchem Maße dieser Anteil sich in den nächsten Jahren steigern wird, liegen derzeit nicht vor.

Seitens der Betreiber von Lebensmittelbetrieben wird dem Onlinehandel derzeit in unterschiedlichem Maße Bedeutung zugemessen:

- Die Fa. REWE bietet ein sehr umfangreiches Sortiment an Nahrungs-/ Genussmitteln inklusive (Tief-)Kühlprodukte, frischem Obst und Gemüse sowie Fleisch- und



Wurstwaren, Käse und Fisch "von der Bedientheke" im Onlineshop an<sup>2</sup>. Die Ware wird online bestellt und zu einem bestimmten Termin (Zeitfenster von rd. sieben bzw. vier Stunden mit differierender Liefergebühr von rd. 3,90 € bis 5,90 €) nach Hause geliefert. Allerdings ist dieses Angebot auf einzelne Gebiete innerhalb von Deutschland beschränkt, wobei in Ludwigsburg die Möglichkeit des Onlineeinkaufes besteht.

- Die Fa. EDEKA bietet online ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln an - d.h. keine (Tief-)Kühlprodukte, kein frisches Obst und Gemüse sowie keine Fleisch- und Wurstwaren, Käse und Fisch "von der Bedientheke" -, deutschlandweit innerhalb eines Zeitraumes von ein bis drei Tagen nach Hause. Hierfür wird bis zu einem Warenwert von 75,- € eine Liefergebühr von 3,95 € erhoben<sup>3</sup>.
- Die Fa. Alnatura bietet online ebenfalls ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln an - d.h. keine (Tief-)Kühlprodukte, kein frisches Obst und Gemüse sowie keine Fleisch- und Wurstwaren, Käse und Fisch "von der Bedientheke" -, deutschlandweit innerhalb eines Zeitraumes von drei bis vier Tagen nach Hause. Die Liefergebühr beträgt - bei einem Mindestwarenwert von 25 € - 4,90 € (ganztägiger Lieferungszeitraum) bzw. 19,90 € (Zeitfenster für Anlieferung von rd. vier bis fünf Stunden)<sup>4</sup>.
- Die Fa. Lidl offeriert online ebenfalls ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln, d.h. keine (Tief-)Kühlprodukte, kein frisches Obst und Gemüse sowie keine Fleisch- und nur sehr wenige Wurstwaren, keinen Käse und keinen Fisch. Die Lieferung erfolgt innerhalb von zwei bis drei Werktagen; die Liefergebühr beträgt 4,95 €<sup>5</sup>.
- Auch die Fa. Netto offeriert online ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln, d.h. keine (Tief-)Kühlprodukte, kein frisches Obst und Gemüse sowie keine Fleisch- und nur sehr wenige Wurstwaren, keinen Käse und keinen Fisch. Die Lieferung erfolgt - in Abhängigkeit der gewählten Produkte - innerhalb von drei bis elf Werktagen; die Liefergebühr beträgt 4,95 €<sup>6</sup>.

---

<sup>2</sup> Vgl. [https://shop.rewe.de/?ecid=sea\\_google\\_search-brands\\_rewe-online\\_text-ad\\_nn\\_nn\\_nn\\_nn\\_nn&gclid=CPmx7q6cusYCFUj3wgodPa8HXg](https://shop.rewe.de/?ecid=sea_google_search-brands_rewe-online_text-ad_nn_nn_nn_nn&gclid=CPmx7q6cusYCFUj3wgodPa8HXg).

<sup>3</sup> Vgl. [https://www.edeka24.de/index.php?force\\_sid=bup0if3bou03fhbpg494iq2u10&](https://www.edeka24.de/index.php?force_sid=bup0if3bou03fhbpg494iq2u10&).

<sup>4</sup> Vgl. [http://www.alnatura-shop.de/g/index.jsf?gclid=CPaLuJne-9ICFSsqQwodEE4Ekw&aid=SMGAAbrvk-&ef\\_id=V9foKAAAASxVxiffT:20170329124055:s](http://www.alnatura-shop.de/g/index.jsf?gclid=CPaLuJne-9ICFSsqQwodEE4Ekw&aid=SMGAAbrvk-&ef_id=V9foKAAAASxVxiffT:20170329124055:s).

<sup>5</sup> Vgl. <https://www.lidl.de/de/onlineshop>.

<sup>6</sup> Vgl. <https://www.netto-online.de/shop/Lebensmittel-Drogerie/Lebensmittel/>.

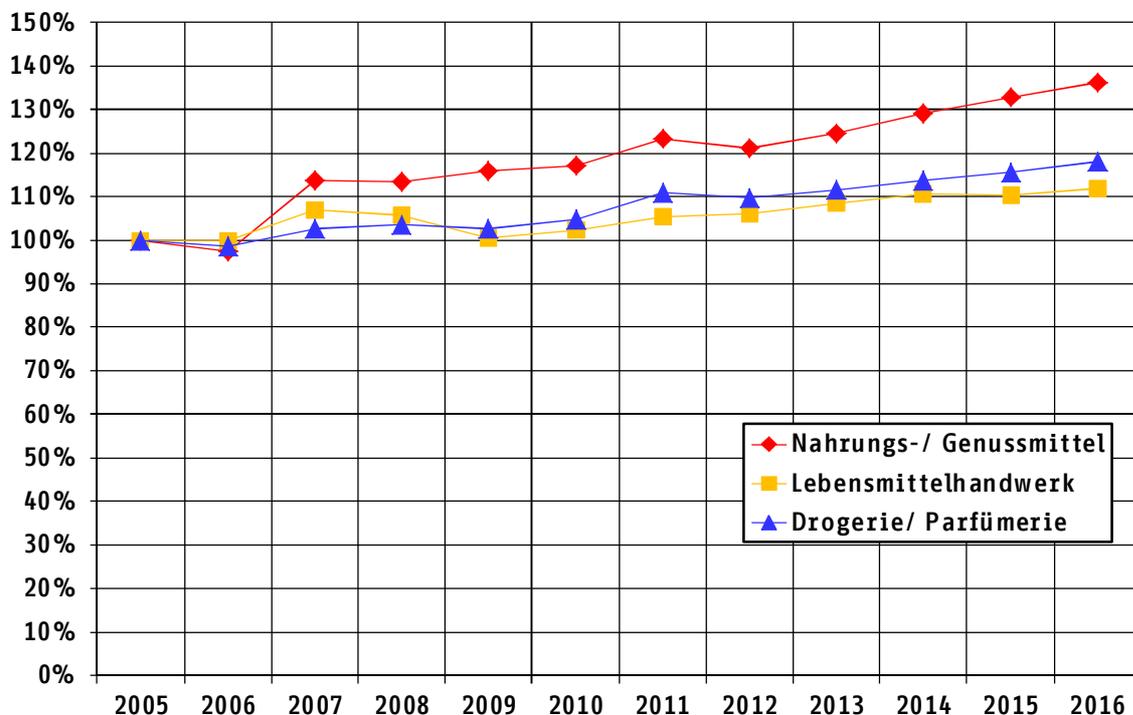


- Die Fa. Norma bietet online nur Weine und Spirituosen an. Die Liefergebühr beträgt 4,95 €, die Lieferfrist ein bis drei Werktage<sup>7</sup>.
- Die Betreiber Aldi-Süd, Kaufland, Penny und Real bieten derzeit keinen Onlineeinkauf für Lebensmittel an<sup>8</sup>.

## 2.2.2 Handelsexogene Faktoren

- **Einkommen/ einzelhandelsrelevante Kaufkraft:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Energie- und Mobilitätskosten) führen in einigen Sortimenten zu einem Rückgang des Anteiles der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. In den für die Grund-/ Nahversorgung in besonderem Maße bedeutsamen Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie ist die Kaufkraft je Einwohner in den letzten zehn Jahren bundesweit jedoch angestiegen, im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel mit rd. einer um rd. 36% höheren Kaufkraft im Jahr 2016 gegenüber 2005 sogar sehr deutlich.

Abb. 6: Relative Kaufkraftentwicklung je Einwohner (Bundesdurchschnitt) von 2005 bis 2015 in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie



Quelle: Institut für Handelsforschung/ IFH Köln (vormals IBH Köln bzw. BBE Köln)

<sup>7</sup> Vgl. <https://www.norma24.de/weine-und-spirituosen>.

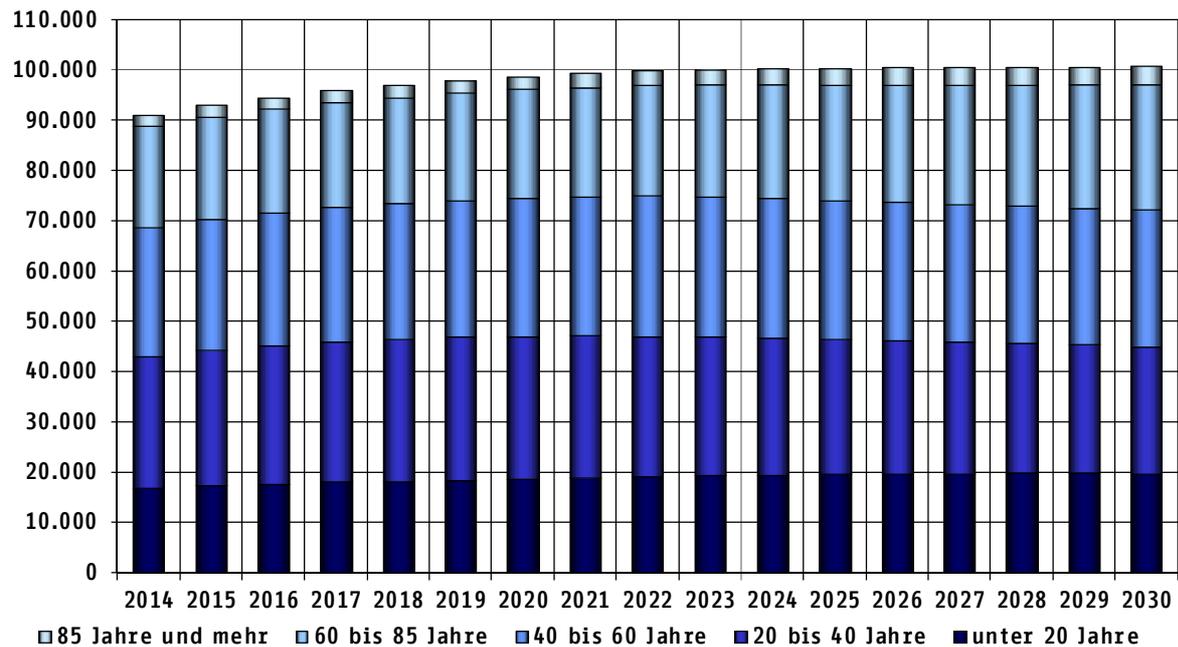
<sup>8</sup> Vgl. beispielsweise <https://www.aldi-sued.de/de/aldi-sued-a-bis-z/aldi-sued-a-bis-z/o/onlineshop/>.



- **Mobilität:** Die insgesamt betrachtet hohe Mobilität bzw. Mobilitätsbereitschaft führt dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung auch zur Grundversorgung häufig nicht wohnungs-/ wohnortnahe Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. In der Folge kommt bzw. kam es zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte an zentralen und sonstigen integrierten Standorten bis hin zum Wegfall der Nahversorgung im eigentlichen Sinne.
- **Konsumgewohnheiten:** Die Veränderung der Konsumgewohnheiten führt in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung der verschiedenen Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Dagegen werden höherstufige Zentren, vor allem Innenstädte, häufig gezielt für den Einkauf spezieller Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Weiterhin findet zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf) statt. Dies stellt für Innenstädte und höherstufige Zentren, die sich meist durch eine hohe Multifunktionalität auszeichnen, eine Chance dar. Gleichzeitig wird hiermit die hohe Bedeutung einer Aufrechterhaltung dieser Funktionsmischung unterstrichen.  
Ob das derzeitige Einkaufsverhalten angesichts der deutlich steigenden Mobilitätskosten und des demographischen Wandels (s.u.) sowie des zunehmenden Bedeutung des Onlinehandels (vgl. Kap. 2.2.1) langfristig anhalten wird, darf bezweifelt werden.
- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Einwohnerzahl in Deutschland wird auf Grund der konstant niedrigen Geburtenrate trotz anhaltender Zu-/ Einwanderungen langfristig abnehmen, wobei für Ludwigsburg nach der derzeitigen Bevölkerungsprognose des statistischen Landesamtes Baden-Württemberg mindestens bis zum Jahr 2035 ein Bevölkerungszuwachs prognostiziert wird. Dabei nimmt die Absolutzahl und der Anteil älterer Menschen kontinuierlich zu, während die durchschnittliche Haushaltsgröße rückläufig sein wird. Diese Entwicklungen haben für den Einzelhandel große Bedeutung, z.B. hinsichtlich der Erreichbarkeit von Grund-/ Nahversorgungseinrichtungen oder auch das Angebot an gesundheitserhaltenden/ -fördernden Artikeln.



Abb. 7: Bevölkerungsentwicklung in Ludwigsburg bis 2030 nach Altersgruppen



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

## 2.3 STÄDTEBAULICHE WIRKUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

- Die anhaltende Suburbanisierung der Handelsstandorte bzw. das Streben von Betreibern, Projektentwicklern und Investoren nach nicht oder teilintegrierten Standorten gefährdet die Rentabilität zentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von **Investitionen** der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft in den Zentren. Die dadurch fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten und sonstigen Zentren.
- Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in zahlreichen Einzelhandelsbranchen - so auch im Lebensmitteleinzelhandel und bei Drogeriemärkten - an und erschwert in Kombination mit der seitens der Betreiber, Projektentwickler und Investoren oftmals angestrebten eingeschossigen Bauweise die **Integration** der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Zentren. Die Multifunktionalität der Innenstädte und sonstigen höherstufigen Zentren sowie die kleinteiligen Strukturen in den zentralen Lagen insgesamt drohen in einem noch stärkeren Maße abhanden zu kommen.
- Die **wohnungsnah Grundversorgung** ist nicht mehr garantiert. Als Folge der Suburbanisierung ziehen sich der Handel und auch andere Infrastruktureinrich-



tungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten zurück. Die durch den Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat letztlich größere Einzugsbereiche zur Folge. Der bestehende Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Diese Entwicklung verläuft dabei entgegen dem Ziel einer möglichst flächendeckenden Grund-/ Nahversorgung, d.h. einer "Stadt der kurzen Wege". Betroffen ist letztlich vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.

- Die **städtische Verkehrssituation** gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die städtischen Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die Größe des Einzugsgebietes suburbaner Einzelhandelsstandorte führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.
- Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen **Umweltbelastungen**.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den in den Zentren und an sonstigen integrierten Standorten ansässigen Einzelhandel immer häufiger. Erforderlich ist daher bei Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben die konsequente Berücksichtigung bestehender Ziele und Grundsätze, wie sie in der **Einzelhandelsentwicklungskonzeption für die Stadt Ludwigsburg**<sup>9</sup> enthalten sind.

---

<sup>9</sup> Vgl. GMA: Fortentwicklung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Ludwigsburg, Ludwigsburg, 2014, S. 66 ff.



## 2.4 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>10</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.

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 Bauge-suchen** 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>11</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.

---

<sup>10</sup> Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 Abs. 2 Satz 1.

<sup>11</sup> Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



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.

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>12</sup> gerichtet sein.

---

<sup>12</sup> Söfker, W. (2007): Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrages im 547/6. Kurs des Institutes für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin.



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>13</sup>. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab<sup>14</sup> die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 Abs. 3 BauNVO 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>15</sup> entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind<sup>16</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:

---

<sup>13</sup> Vgl. Kopf, H. (2002): Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin.

<sup>14</sup> BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

<sup>15</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>16</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 284.



*"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 Baugebietes gewahrt bleibt."<sup>17</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>18</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. zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden<sup>19</sup>; eine darüber hinaus gehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich<sup>20</sup>. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>21</sup> oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe<sup>22</sup>.

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>23</sup>.

---

<sup>17</sup> BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

<sup>18</sup> BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.

<sup>19</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>20</sup> Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

<sup>21</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>22</sup> Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Loseblattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

<sup>23</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>24</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>25</sup> Planvorhabens erfolgen.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung<sup>26</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.

---

<sup>24</sup> Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.

<sup>25</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.

<sup>26</sup> Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



Maßgeblich für eine **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes. Bezogen auf den Standort und seine Entwicklungsmöglichkeiten insbesondere im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel werden in diesem Gutachten die entsprechenden Aussagen getroffen.

### **3. BESTANDS- UND NACHFRAGEANALYSE**

In diesem Kapitel wird auf Grundlage der Ergebnisse der Erhebung des Einzelhandels die Versorgungssituation in der Stadt Ludwigsburg in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie dargestellt und bewertet. Neben den gesamtstädtischen Ergebnissen sind vor allem

- die teilräumlichen Ergebnisse - Stadtteilebene - sowie
- die Verteilung des Angebotes auf die verschiedenen Standortlagen<sup>27</sup> bzw.
- vor dem Hintergrund einer möglichst flächendeckenden Grund-/ Nahversorgung - die räumliche Verteilung insbesondere der Lebensmittelbetriebe<sup>28</sup> - von Bedeutung.

#### **3.1 METHODISCHES VORGEHEN**

Alle wesentlichen Bausteine, insbesondere die Vor-Ort-Arbeiten wurden durch wissenschaftliche Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung durchgeführt.

Für das vorliegende Gutachten wurde das Einzelhandelsangebot in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie in der Stadt Ludwigsburg flächendeckend auf der Basis einer Begehung im November 2014

---

<sup>27</sup> Dies sind der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt, die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche, die Nahversorgungslagen, sonstige integrierte Standorte und nicht integrierte Standorte.

<sup>28</sup> Allgemein wird davon ausgegangen, dass Lebensmittelbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> ein für die Grund-/ Nahversorgung hinreichend breites und tiefes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel sowie wichtige grundversorgungsrelevante Rand- und Ergänzungssortimente wie z.B. Drogerie/ Parfümerie, Zeitungen/ Zeitschriften, und Tiernahrung führen. Entsprechende Lebensmittelbetriebe sind Lebensmittel-SB-Märkte, Supermärkte, große Supermärkte, SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter und Biomärkte. Jedoch können auch kleinere Lebensmittelbetriebe, z.B. Lebensmittel-SB-Geschäfte und Bioläden, eine wichtige Nah-/ Grundversorgungsfunktion insbesondere für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen wahrnehmen.



erfasst<sup>29</sup>. Bei der Erhebung wurde dabei nicht nur der Einzelhandel i.e.S. berücksichtigt, sondern auch Tankstellenshops erhoben, soweit diese untersuchungsrelevante Sortimente - 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. Drogeriewaren in Lebensmittelbetrieben).

Zur Umsatzberechnung wurden allgemein verfügbare, betreiber- und branchenbezogene Flächenleistungen, beispielsweise des EHI Retail Institute (vormals EuroHandelsinstitut)<sup>30</sup>, sowie eigene Erfahrungswerte herangezogen. Für die Berechnung der Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimenten wurde auf die entsprechenden Werte des Institut für Handelsforschung (IFH) Köln (vormals IBH bzw. BBE Köln) verwendet.

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

### **3.2 GESAMTSTÄDTISCHE SITUATION**

Insgesamt wurden in Ludwigsburg 185 Betriebe mit Kernsortiment in einem der Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie (Nahversorgungsbetriebe) sowie zehn weitere Betriebe mit einem signifikanten Angebot in zumindest einem dieser Sortimente festgestellt.

---

<sup>29</sup> Das Gebiet der Stadt Ludwigsburg wurde hierzu nach bestem Wissen und Gewissen flächenhaft be-  
gangen/ befahren. Dennoch ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsgeschäfte dabei nicht aufge-  
funden werden konnten. Weiterhin sei an dieser Stelle angemerkt, dass bei den Bestandsdaten zwei  
zum Erhebungszeitpunkt im Marstallcenter projektierte, untersuchungsrelevante Betriebe - ein Super-  
und ein Drogeriemarkt sowie ein zum Erhebungszeitpunkt noch nicht eröffneter Supermarkt  
(inkl. Bäckereifiliale) in Neckarweihingen berücksichtigt/ enthalten sind.

<sup>30</sup> Vgl. beispielsweise [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de).



Diese insgesamt 195 Betriebe weisen - bezogen auf die untersuchungsrelevanten Sortimente - eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 38.825 m<sup>2</sup> auf; der Gesamtumsatz beläuft sich auf rd. 247,2 Mio. €. Differenziert nach Sortimenten entfallen jeweils rd. drei Viertel der Verkaufsfläche bzw. des Umsatzes auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel.

**Tab. 1: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 30.375                              | 183,5             | 186,1                 | 99%           |
| Lebensmittelhandwerk    | 1.825                               | 28,2              | 27,8                  | 101%          |
| Drogerie/ Parfümerie    | 6.625                               | 35,5              | 25,3                  | 141%          |
| <b>Summe</b>            | <b>38.825</b>                       | <b>247,2</b>      | <b>239,2</b>          | <b>103%</b>   |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Die Bindungsquoten, d.h. die Umsatz-Kaufkraft-Relationen, betragen in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Lebensmittelhandwerk je etwa 100%. Demzufolge wird per Saldo das in Ludwigsburg in diesen beiden Sortimenten zur Verfügung stehende Kaufkraftvolumen durch den in Ludwigsburg ansässigen Einzelhandel gebunden. Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie ist hingegen bei einer Bindungsquote von etwas mehr als 140% per Saldo ein deutlicher Kaufkraftzufluss zu verzeichnen. Dieser spiegelt die mittelzentrale Versorgungsfunktion von Ludwigsburg (gemeinsam mit Kornwestheim) wieder: Auch wenn die Versorgung der Bevölkerung im Sortiment Drogerie/ Parfümerie auf Grund dessen hoher Grund-/ Nahversorgungsrelevanz gemeindebezogen stattfinden sollte, ist nach dem Wegfall der Betriebe der Fa. Schlecker eine zunehmende Konzentration von Drogeriemärkten auf wenige Standorte - bedingt auch durch die seitens der Betreiber geforderten bzw. realisierten (Mindest-)Verkaufsflächen - zu verzeichnen. Zudem sind größere Parfümeriefachgeschäfte mittlerweile nur noch in Städten mit vergleichsweise hoher Einwohnerzahl vorzufinden.

Die o.g. Bindungsquoten von rd. 100% und mehr bedeuten weiterhin, dass derzeit gesamtstädtisch betrachtet kein rechnerischer/ quantitativer Bedarf besteht.

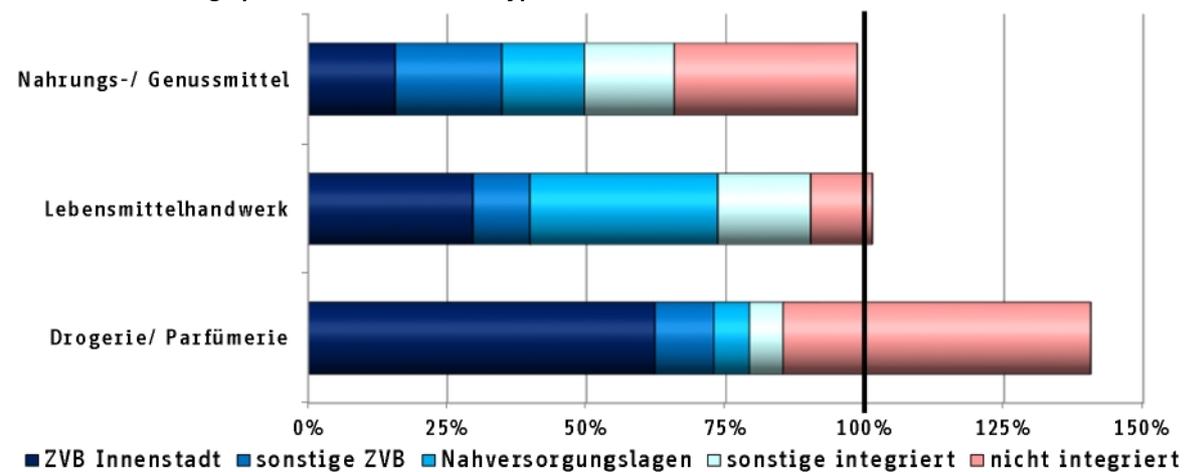


Die nachfolgende Darstellung der Bindungsquoten nach Standorttypen zeigt, dass im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel rd. ein Drittel des Umsatzes an nicht integrierten Standorten ohne direkten Bezug zur Wohnbebauung erzielt - bzw. rd. ein Drittel der Kaufkraft an derartigen Standorten gebunden - wird. Der Anteil aller zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen liegt bei rd. 50%.

Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie beträgt die Bindungsquote nicht integrierter Standorte knapp 40%. Mit etwas mehr als 60% Bindungsquote verzeichnet der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt den höchsten Wert.

Beim Lebensmittelhandwerk weisen die nicht integrierten Standorte mit rd. 10% einen vergleichsweise geringen Anteilswert. Die höchsten Umsatzanteile weisen mit rd. 34% bzw. 30% die Nahversorgungslagen insgesamt bzw. der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt auf.

Abb. 8: Bindungsquoten nach Standorttypen



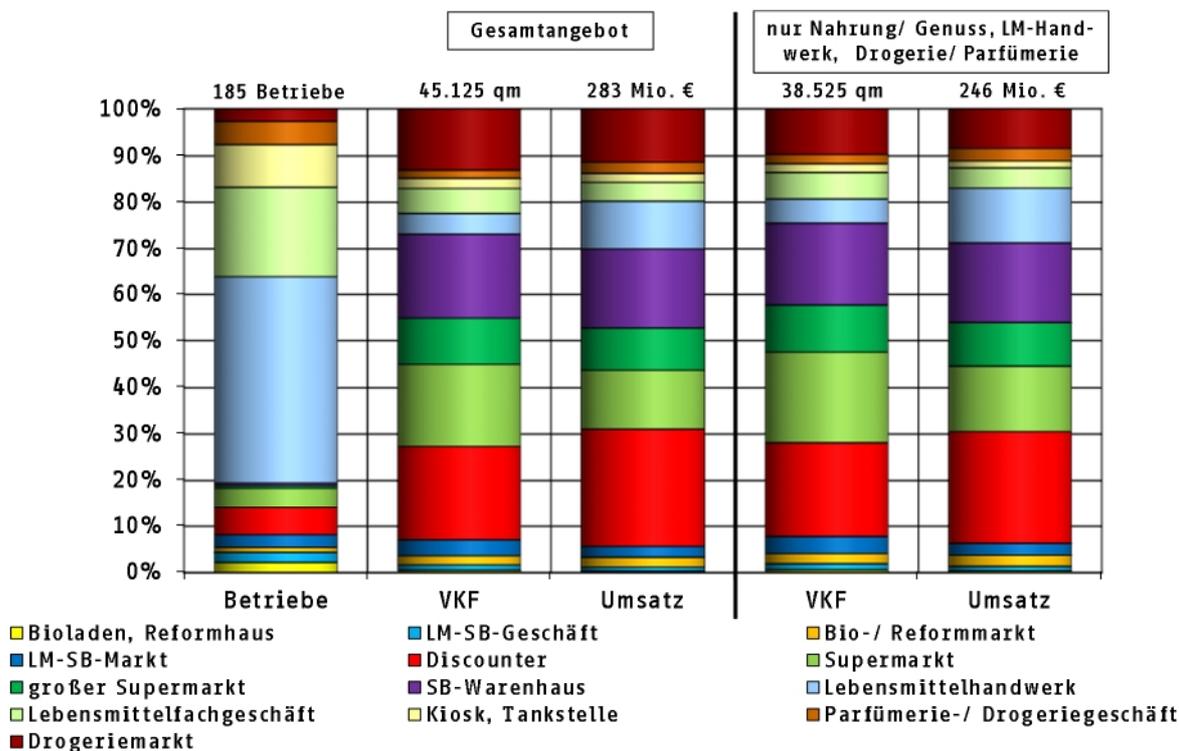
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Von den eingangs des Kap. 3.2 dargestellten 185 Nahversorgungsbetrieben - d.h. Betrieben mit Kernsortiment Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk oder Drogerie/ Parfümerie - sind rd. 44% Betriebe des Lebensmittelhandwerkes (Bäcker/ Konditoreien, Metzger) sowie rd. 19% Lebensmittelfachgeschäfte. Verkaufsflächenbezogen - sowohl mit als auch ohne sonstige Rand- und Ergänzungssortimente - weisen die Betriebsformen Discounter (elf Betriebe), Supermarkt (acht Betriebe) und SB-Warenhaus (ein Betrieb) vergleichsweise hohe Anteilswerte von rd. 17% bis



20% auf. Umsatzbezogen - ebenfalls sowohl mit als auch ohne sonstige Rand- und Ergänzungssortimente - entfällt etwa ein Viertel auf Lebensmitteldiscounter.

Abb. 9: Anzahl, Verkaufsflächen und Umsätze der Nahversorgungsbetriebe nach Betriebsformen



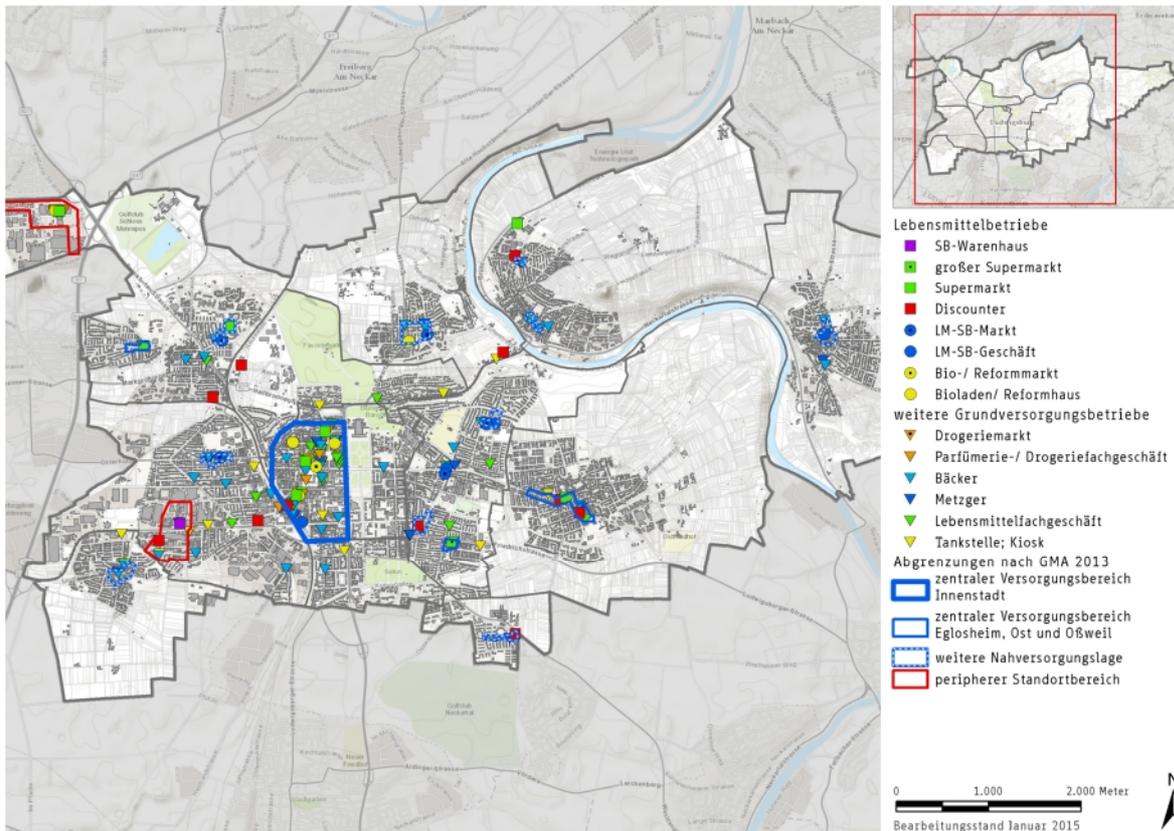
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die nachstehende Karte 1 zeigt die räumliche Verteilung der Nahversorgungsbetriebe innerhalb des Stadtgebietes von Ludwigsburg. Deutlich zu erkennen ist darin

- die hohe Anzahl der Nahversorgungsbetriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, in dem sich rd. ein Drittel dieser befindet;
- die beträchtliche Anzahl an Lebensmitteldiscountern außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen - von elf Lebensmitteldiscountern befinden sich sechs Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen, vier dieser Betriebe sind jedoch zumindest an sonstigen integrierten Standorten mit direktem Bezug zur Wohnbebauung angesiedelt;
- die große Anzahl an Betrieben des Lebensmittelhandwerkes an sonstigen integrierten Standorten.



Karte 1: Räumliche Verteilung der Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet Ludwigsburg



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; GMA/ Stadt Ludwigsburg; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

### 3.3 ANALYSE AUF STADTTEILEBENE

Differenziert nach Stadtteilen ist der höchste Verkaufsflächen- bzw. Umsatzwert im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel für den Stadtteil Kernstadt West zu verzeichnen. Zurückzuführen ist das im Wesentlichen auf den peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße, an dem sich (u.a.) ein SB-Warenhaus und ein Lebensmitteldiscounter befinden. Hohe Werte weisen zudem noch die beiden Stadtteile Kernstadt Ost und Kernstadt Mitte auf: Im Stadtteil Kernstadt Ost ist (u.a.) ein großer Supermarkt im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland angesiedelt; im Stadtteil Kernstadt Mitte befinden sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (u.a.) drei Supermärkte, ein Lebensmitteldiscounter, ein Biomarkt und zahlreiche Lebensmittelfachgeschäfte.



Ein geringes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt demgegenüber in den Stadtteilen Kernstadt Süd, Pflugfelden und Poppenweiler vor, die hinsichtlich ihrer Einwohnerzahl zu den kleineren Stadtteilen von Ludwigsburg gehören.

**Tab. 2: Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Stadtteilen**

| Stadtteil            | Nahrungs-/ Genussmittel  |                    | Lebensmittelhandwerk     |                    | Drogerie/ Parfümerie     |                    |
|----------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------|
|                      | VKF( in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. €) | VKF( in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. €) | VKF( in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. €) |
| Kernstadt Mitte      | 5.550                    | 29,0               | 550                      | 8,2                | 2.725                    | 15,6               |
| Kernstadt West       | 8.475                    | 57,4               | 275                      | 4,4                | 700                      | 3,3                |
| Kernstadt Nord       | 1.000                    | 7,5                | 0                        | 0,0                | 100                      | 0,6                |
| Kernstadt Ost        | 5.925                    | 35,8               | 200                      | 2,9                | 550                      | 2,4                |
| Kernstadt Süd        | 100                      | 0,4                | 25                       | 0,3                | 0                        | 0,0                |
| Pflugfelden          | 275                      | 1,2                | 75                       | 1,1                | 0                        | 0,0                |
| Eglosheim            | 3.725                    | 17,8               | 300                      | 4,3                | 2.000                    | 11,2               |
| Hoheneck             | 850                      | 7,9                | 50                       | 1,1                | 125                      | 0,8                |
| Oßweil               | 2.050                    | 10,3               | 100                      | 1,8                | 200                      | 0,7                |
| Grünbühl/ Sonnenberg | 575                      | 6,7                | 25                       | 0,4                | 50                       | 0,4                |
| Neckarweihingen      | 1.800                    | 9,0                | 150                      | 2,4                | 125                      | 0,4                |
| Poppenweiler         | 125                      | 0,5                | 75                       | 1,4                | 25                       | 0,0                |
| <b>Summe</b>         | <b>30.375</b>            | <b>183,5</b>       | <b>1.825</b>             | <b>28,2</b>        | <b>6.625</b>             | <b>35,5</b>        |

VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Im Sortiment Lebensmittelhandwerk ist der höchste Verkaufsflächen- bzw. Umsatzwert für den Stadtteil Kernstadt Mitte festzustellen, in dem insgesamt 24 Betriebe des Lebensmittelhandwerkes - alle im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gelegen - angesiedelt sind. Relativ hohe Verkaufsflächen- bzw. Umsatzwerte sind zudem

- für den Stadtteil Eglosheim, in dem sich 13 Betriebe des Lebensmittelhandwerks, davon sechs Betriebe am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammerfeld, befinden, sowie
- für den Stadtteil Kernstadt West, der ebenfalls 13 Betriebe des Lebensmittelhandwerks, davon vier in der Nahversorgungslage Osterholzallee, verzeichnet.



Kein signifikantes bzw. nur ein sehr geringes Angebot im Sortiment Lebensmittelhandwerk weisen hingegen die Stadtteile Kernstadt Nord, Kernstadt Süd und Grünbühl/ Sonnenberg - d.h. die drei einwohnerschwächsten Stadtteile - auf.

Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie entfallen mehr als 40% der Verkaufsfläche und des Umsatzes auf den Stadtteil Kernstadt Mitte, wiederum auf Grund des großen Angebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: Hier befinden sich (u.a.) drei Drogeriemärkte sowie mehrere Drogeriefachgeschäfte. Hohe Anteilswerte von 30% und etwas mehr verzeichnet zudem der Stadtteil Eglosheim: Hier sind (u.a.) zwei Drogeriemärkte und mehrere Drogeriefachgeschäfte am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld ansässig.

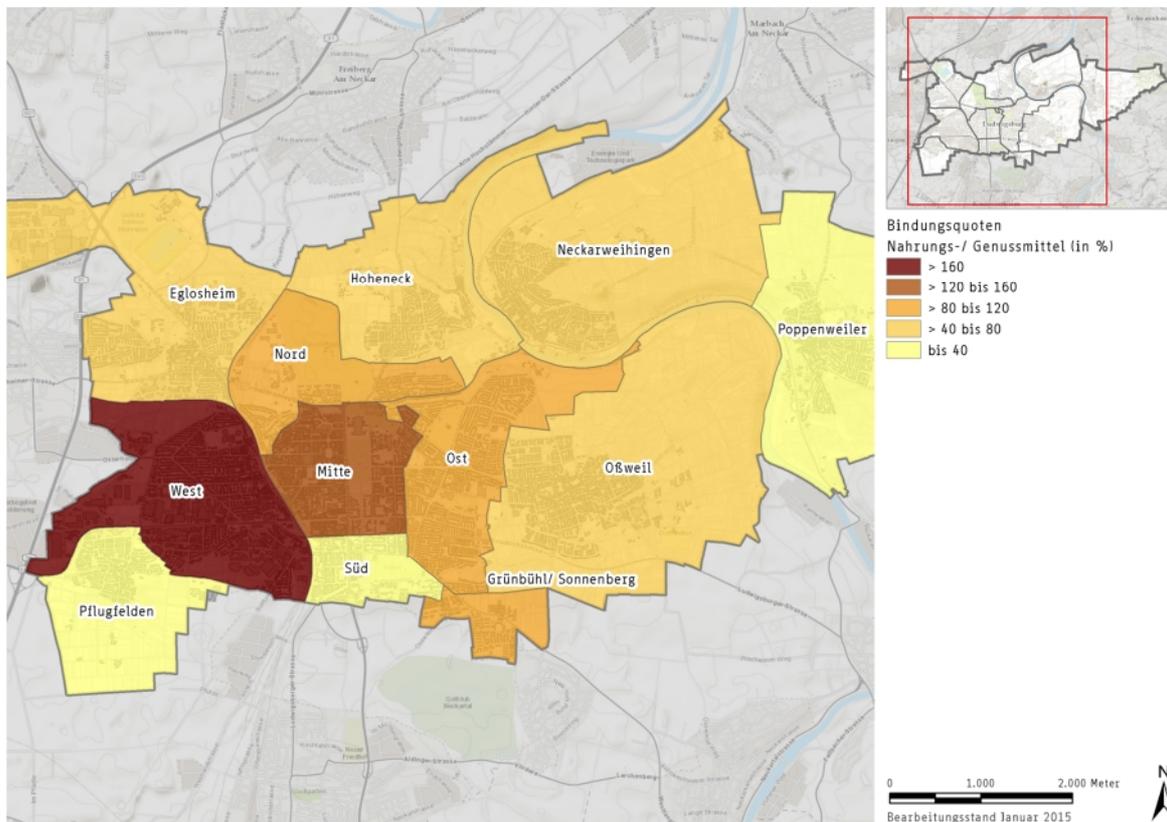
Kein signifikantes bzw. nur ein sehr geringes Angebot im Sortiment Drogerie/ Parfümerie ist hingegen in den Stadtteilen Kernstadt Süd, Pflugfelden und Poppenweiler zu verzeichnen - und damit in drei Stadtteilen in Randlage.

Bei einer Bindungsquote von annähernd 250% weist der Stadtteil Kernstadt West - bedingt durch das entsprechende Angebot am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße - per Saldo einen sehr hohen Kaufkraftzufluss auf. Weiterhin verzeichnen die Stadtteile Kernstadt Mitte (auf Grund des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt), Kernstadt Nord (auf Grund eines Discounters und einer sehr geringen Einwohnerzahl) und Kernstadt Ost (v.a. wegen des im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland angesiedelten großen Supermarktes) per Saldo Kaufkraftzuflüsse. Eine annähernde rechnerische Vollversorgung, d.h. eine Bindungsquote von annähernd 100%, wird weiterhin im Stadtteil Grünbühl/ Sonnenberg (bedingt durch die geringe Einwohnerzahl und durch einen leistungsstarken Discounter) erreicht.

Nur ein sehr geringer Teil der Kaufkraft wird im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel demgegenüber per Saldo in den Stadtteilen Kernstadt Süd, Pflugfelden und Poppenweiler gebunden, was auf das jeweils sehr geringe sortimentsbezogene Angebot zurückzuführen ist (s.o.). Weiterhin ist festzustellen, dass diese drei Stadtteile sich - bezogen auf das gesamte Stadtgebiet von Ludwigsburg - in Randlage befinden. Zudem grenzen die Stadtteile Kernstadt Süd und Pflugfelden an zwei bzw. einen Stadt-

teil(e) mit einem sehr hohen Kaufkraftzufluss (Stadtteil Kernstadt Mitte bzw. Stadtteil Kernstadt Ost)<sup>31</sup>.

**Karte 2: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; GMA/ Stadt Ludwigsburg; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

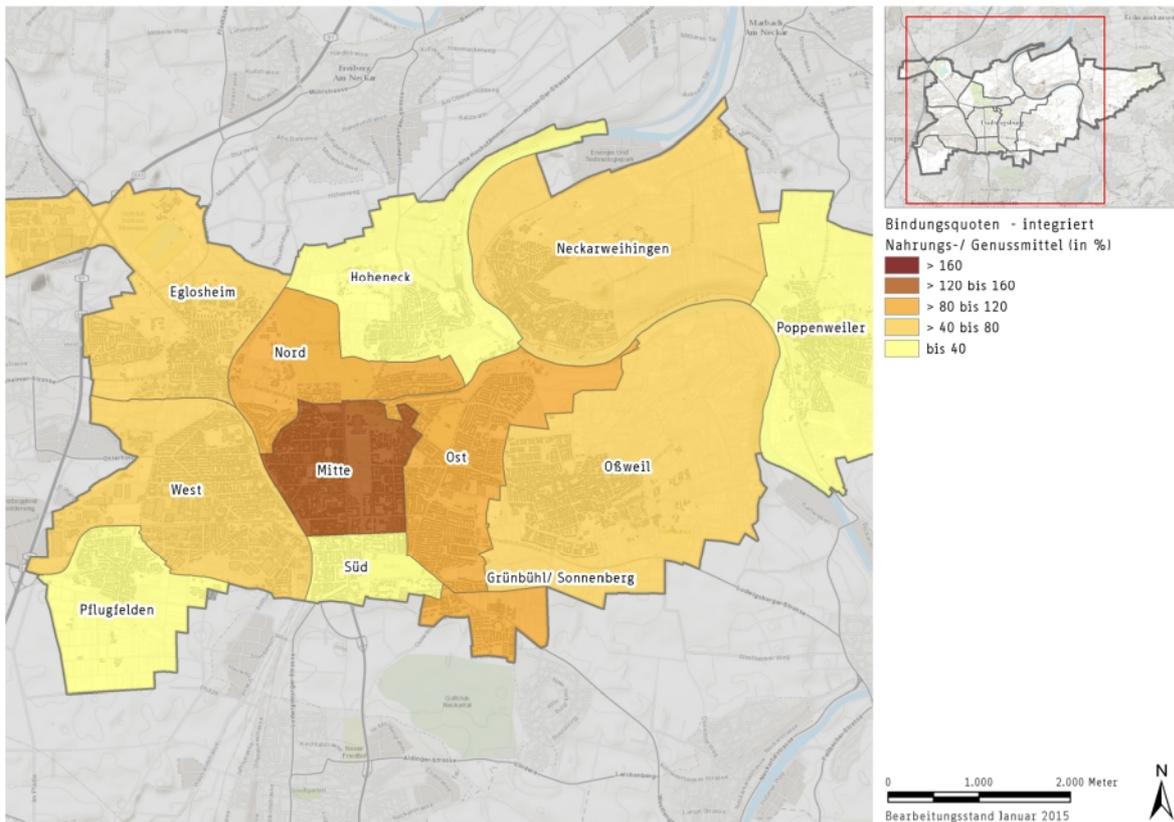
Sofern nur die an integrierten Standorten - zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungslagen und sonstige integrierte Standorte - angesiedelten Betriebe berücksichtigt werden, sind im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel in den Stadtteilen Kernstadt Mitte, Kernstadt Nord und Kernstadt Ost Bindungsquoten von mehr als 100% festzustellen. Zudem besteht im Stadtteil Grönbühl/ Sonnenberg (weiterhin) eine Bindungsquote von annähernd 100%.

<sup>31</sup> Die Ausführungen zu den Bindungsquoten im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene gelten dem Grunde nach auch für den Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk.



Demgegenüber verzeichnet der Stadtteil Kernstadt West - wie auch die weiteren Stadtteile - Bindungsquoten von deutlich unter 100%, da das Angebot zum Großteil am nicht integrierten, peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße angesiedelt ist (s.o.).

**Karte 3: Bindungsquoten Nahrungs-/ Genussmittel auf Stadtteilebene - integrierte Betriebe**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; GMA/ Stadt Ludwigsburg; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

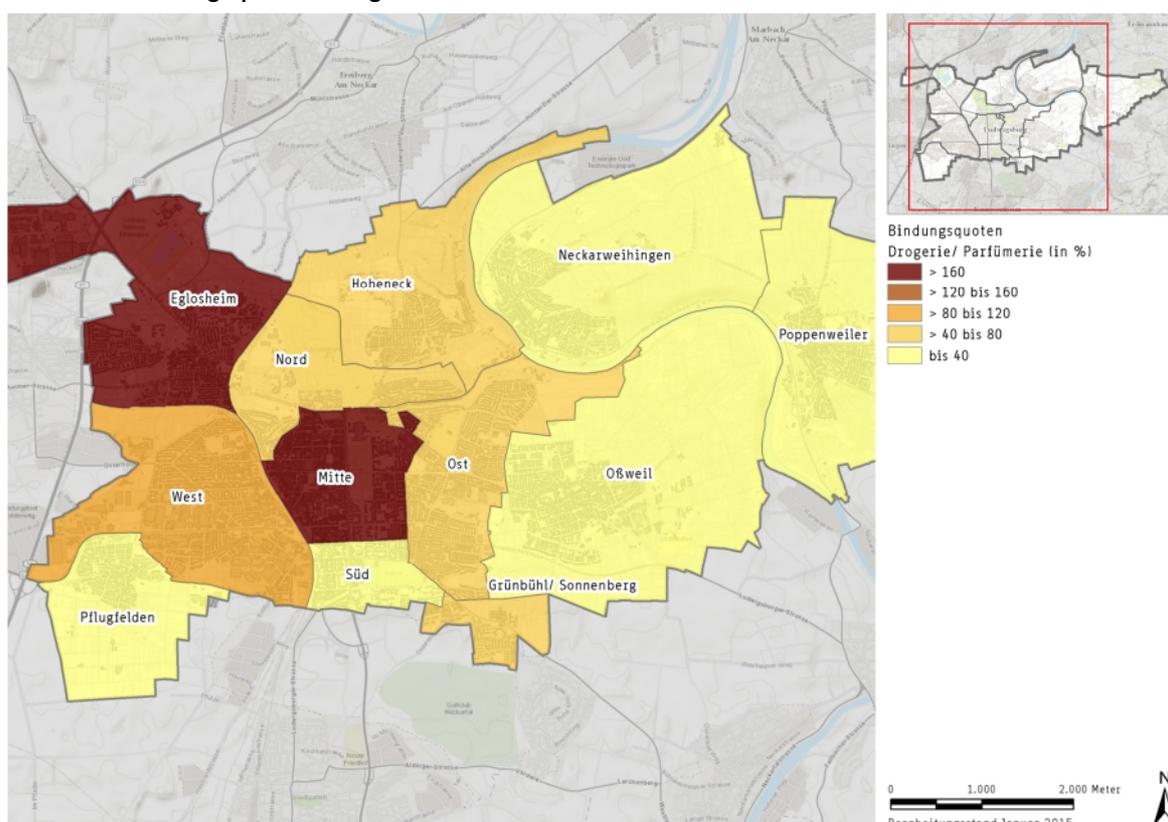
Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie verzeichnen die beiden Stadtteile

- Kernstadt Mitte - bedingt durch das bereits erwähnte große Angebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt - und
  - Eglosheim - auf Grund des (ebenfalls bereits erwähnten) großen Angebotes am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld -
- bei Bindungsquoten von mehr als 500% bzw. mehr als 300% per Saldo sehr hohe Kaufkraftzuflüsse. Ein sortimentsbezogener Kaufkraftzufluss ist zudem noch für den Stadtteil Kernstadt West auf Grund des am peripheren Standortbereich Schwieber-

dingler Straße/ Steinbeisstraße angesiedelten SB-Warenhauses, das Drogerie- und Parfümeriewaren in großen Umfang als Randsortiment führt, zu konstatieren.

Eine per Saldo sehr geringe Kaufkraftbindung liegt bei Bindungsquoten von weniger als 10% - bedingt durch das nicht signifikante bzw. sehr geringe Angebot im Sortiment Drogerie/ Parfümerie (s.o.) - demgegenüber in den Stadtteilen Kernstadt Süd, Pflugfelden und Poppenweiler vor. Geringe Bindungsquoten von nur rd. 25% sind zudem in den beiden Stadtteilen Neckarweihingen und Oßweil zu verzeichnen.

**Karte 4: Bindungsquoten Drogerie/ Parfümerie auf Stadtteilebene**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; GMA/ Stadt Ludwigsburg; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

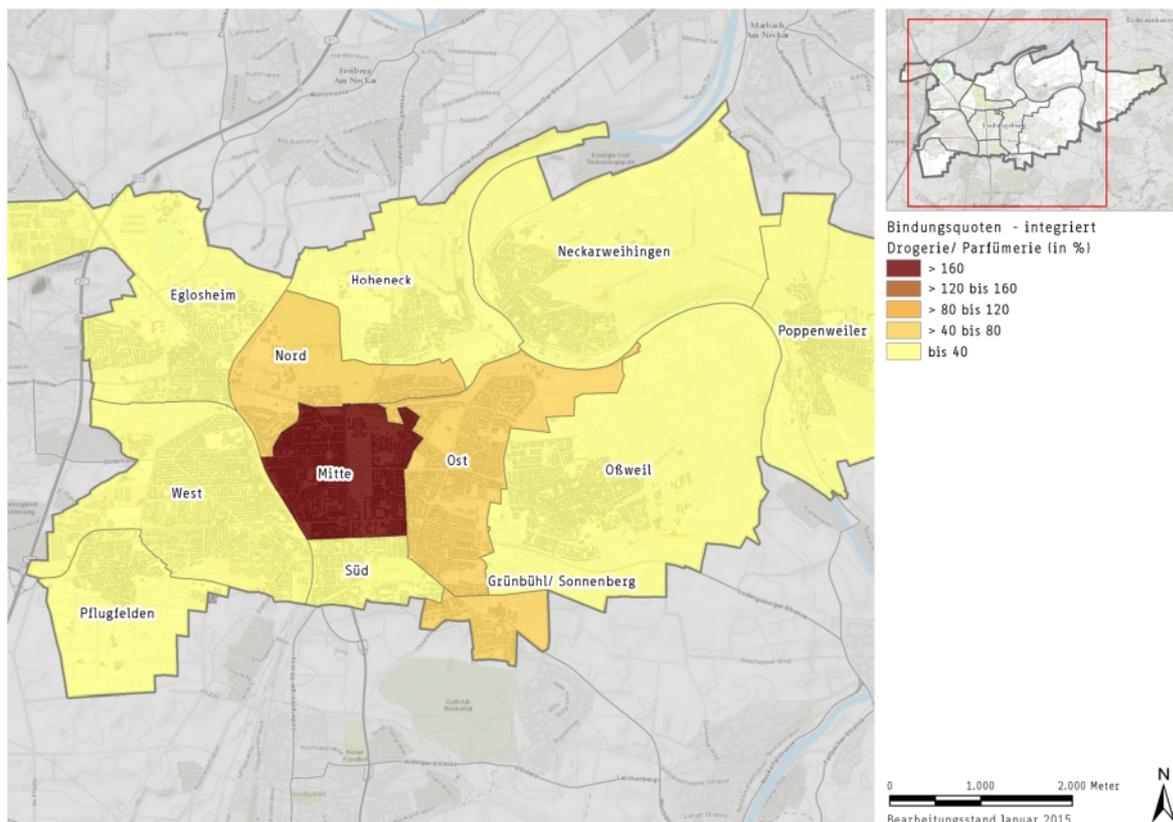
Bei alleiniger Betrachtung der an integrierten Standorten ansässigen Betriebe weist nur noch der Stadtteil Kernstadt Mitte eine Bindungsquote von mehr als 100% auf. In den Stadtteilen Eglosheim und Kernstadt West liegen die entsprechenden Bindungsquoten hingegen bei weniger als 20%, da sich das Angebot überwiegend an



den nicht integrierten, peripheren Standortbereichen Ludwigsburg Nord/ Tammerfeld bzw. Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße befindet.

Noch vergleichsweise hohe Bindungsquoten von rd. 70% bzw. annähernd 60% sind hingegen in den Stadtteilen Kernstadt Nord - bedingt im Wesentlichen durch geringe Einwohnerzahl - und Kernstadt Ost - auf Grund des im zentralen Versorgungsbereiches Ost/ Kaufland angesiedelten großen Supermarktes - festzustellen.

**Karte 5: Bindungsquoten Drogerie/ Parfümerie auf Stadtteilebene - integrierte Betriebe**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; GMA/ Stadt Ludwigsburg; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

### 3.4 LEBENSMITTELBETRIEBE UND RÄUMLICHE NAHVERSORGUNGSSITUATION

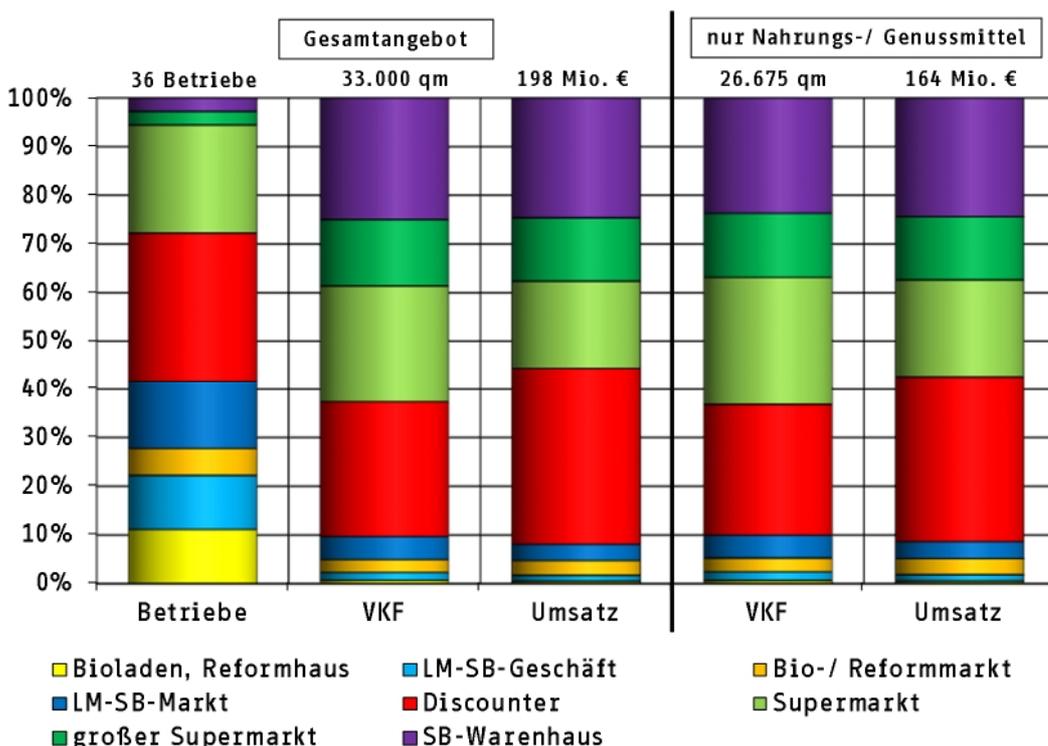
In Kap. 3.2 wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel bei einer Bindungsquote von rd. 99% per Saldo in etwa eine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung von Ludwigsburg vorliegt (vgl. Kap. 3.2).

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel jedoch auch dessen räumliche Verteilung von wesentlicher Bedeutung (vgl. Kap. 3.2, S. 24, Karte 1 sowie Kap. 3.3).

Von besonderer Bedeutung sind in diesem Zusammenhang Lebensmittelbetriebe, d.h. Einzelhandelsbetriebe mit einem für die Grund-/ Nahversorgung hinreichend breitem und tiefem Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel sowie Betriebe, die diesen Aspekt zumindest annähernd erfüllen (vgl. Kap. 3, Fußnote 28, S. 19).

Insgesamt sind in Ludwigsburg 36 Lebensmittelbetriebe angesiedelt. Am häufigsten sind die Betriebsformen Lebensmitteldiscounter (elf Betriebe) und Supermarkt (acht Betriebe) vorhanden.

Abb. 10: Anzahl, Verkaufsflächen und Umsätze der Lebensmittelbetriebe nach Betriebsformen



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

Die Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelbetriebe beträgt rd. 33.000 m<sup>2</sup>, davon entfallen rd. 26.675 m<sup>2</sup> auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel. Die größten Anteilswerte von je etwa 25% verzeichnen - sowohl bezogen auf die Gesamtverkaufs-

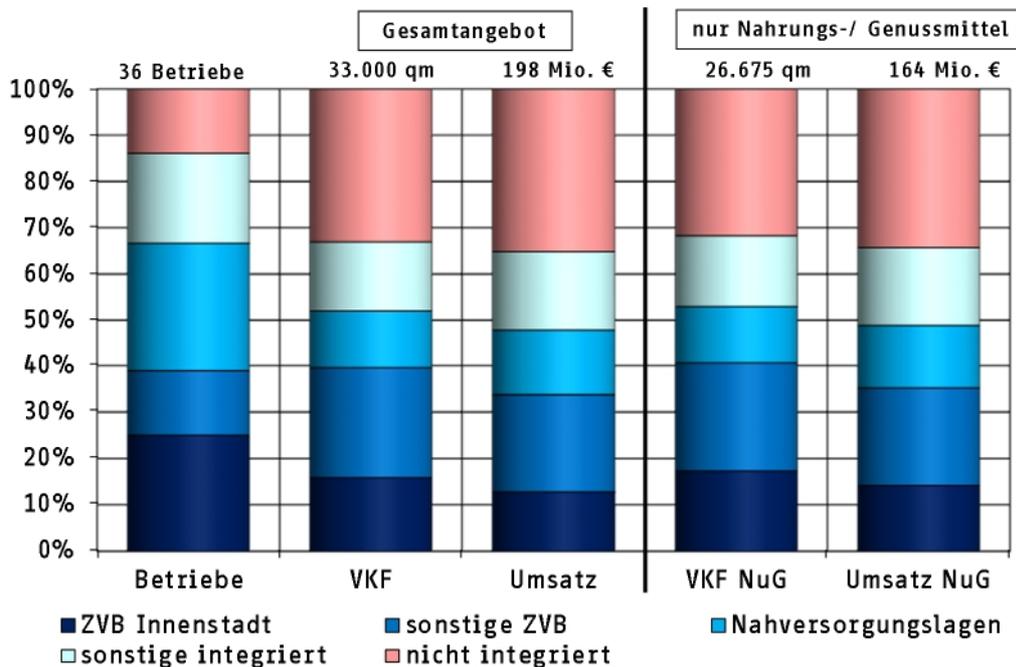


fläche als auch allein auf das Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel - die Betriebsformen Lebensmitteldiscounter, Supermarkt und SB-Warenhaus.

Hinsichtlich des Gesamtumsatzes von rd. 198,2 Mio. € bzw. des Umsatzes im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel von rd. 164,4 Mio. € weisen die Lebensmitteldiscounter auf Grund ihrer überdurchschnittlichen Flächenleistung mit jeweils etwa 35% den größten Anteil unter den Lebensmittelbetrieben auf.

Differenziert nach Standort(typ)en zeigt sich, dass der Großteil der Lebensmittelbetriebe (31 Betriebe bzw. 86%) an integrierten Standorten - zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungslagen und sonstige integrierte Standorte - angesiedelt ist. Da zu den an nicht integrierten Standorten ansässigen Lebensmittelbetrieben jedoch u.a. ein SB-Warenhaus gehört, entfällt etwa ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche bzw. des Gesamtumsatzes auf diesen Standorttyp. Bei alleiniger Betrachtung der Verkaufsflächen bzw. Umsätze im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel zeigen sich vergleichbare Werte.

Abb. 11: Anzahl, Verkaufsflächen und Umsätze der Lebensmittelbetriebe nach Standort(typ)en



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

Insgesamt betrachtet besteht bei den Lebensmittelbetrieben ein deutlicher Wettbewerb zwischen den einzelnen Standort(typ)en. Dabei entfällt ein deutlicher Anteil

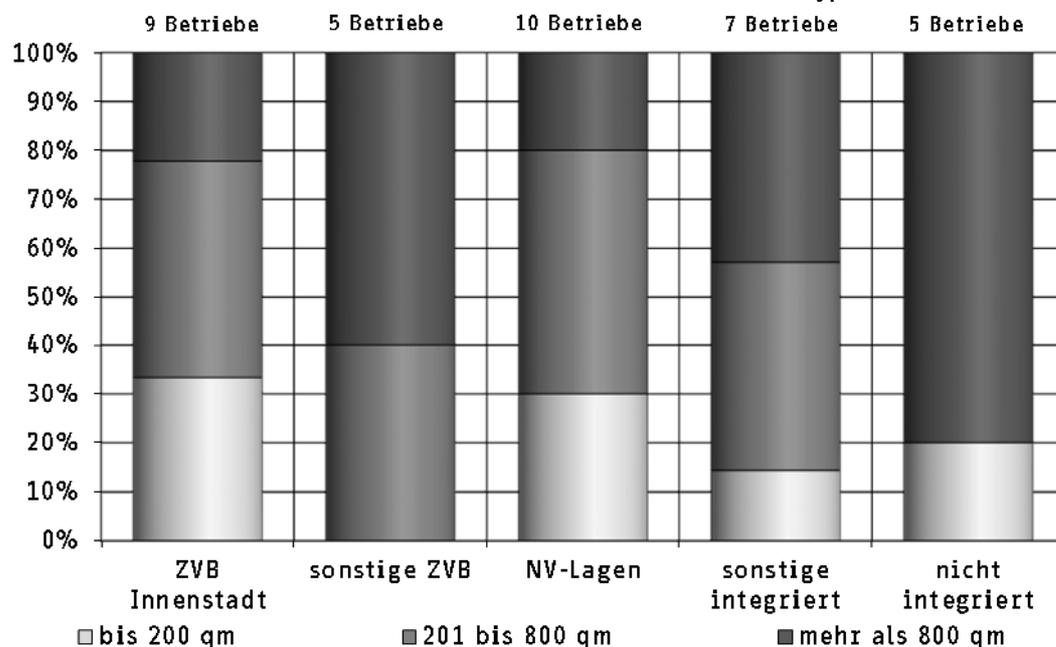


der Verkaufsfläche auf nicht funktionsadäquate/ nicht integrierten Standorte, was vor allem auf das am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße angesiedelte SB-Warenhaus zurückzuführen ist.

Deutliche Unterschiede lassen hinsichtlich der Größenklassen der Lebensmittelbetriebe an den einzelnen Standort(typ)en feststellen: Während an den nicht integrierten Standorten sowie in den zentralen Versorgungsbereichen Kernstadt Ost/ Kaufland, Eglosheim-Hirschbergsiedlung und Oßweil großflächige Betriebe dominieren, sind im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, in den Nahversorgungslagen sowie an sonstigen integrierten Standorten überwiegend nicht großflächige Betriebe angesiedelt. Dabei handelt es sich

- im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt insbesondere um Lebensmittelbetriebe der Betriebsformen Bioladen/ Reformhaus und Bio-/ Reformmarkt
- in den Nahversorgungslagen vor allem um Lebensmittel-SB-Geschäfte und -Märkte und
- an sonstigen integrierten Standorten um zwei nicht großflächige Lebensmitteldiscounter sowie je ein(en) Lebensmittel-SB-Geschäft bzw. -Markt.

Abb. 12: Größenklassen der Lebensmittelbetriebe nach Standort(typ)en



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; eigene Berechnungen



Im Folgenden wird dargestellt, welchem Teil der Einwohner in der Stadt Ludwigsburg eine Nahversorgung durch einen Lebensmittelbetrieb im eigentlichen Sinne, d.h. eine fußläufige Nahversorgung, zur Verfügung steht: Allgemein wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern (Luftlinie) zu einem Lebensmittelbetrieb wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann. Im konkreten Fall können topographische, infrastrukturelle und andere räumliche Aspekte die tatsächliche Zugänglichkeit beeinflussen.

Zur Verdeutlichung der räumlichen Nahversorgungssituation sind daher in Karte 6 die in Ludwigsburg ansässigen Lebensmittelbetriebe inkl. 500 Meter-Radien dargestellt. Bei den Radien wird farblich differenziert zwischen Betrieben bis zu 200 m<sup>2</sup> und ab 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die Nahversorgungsumkreise der Betriebe mit weniger als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, die i.d.R. hinsichtlich Breite und Tiefe nur ein begrenztes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel aufweisen, liegen unter denjenigen der Lebensmittelbetriebe ab 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, sodass erkennbar ist, welche Wohnsiedlungsbereiche allein durch kleine Lebensmittelbetriebe (Lebensmittel-SB-Geschäfte sowie Bioläden/ Reformhäuser) nahversorgt werden.

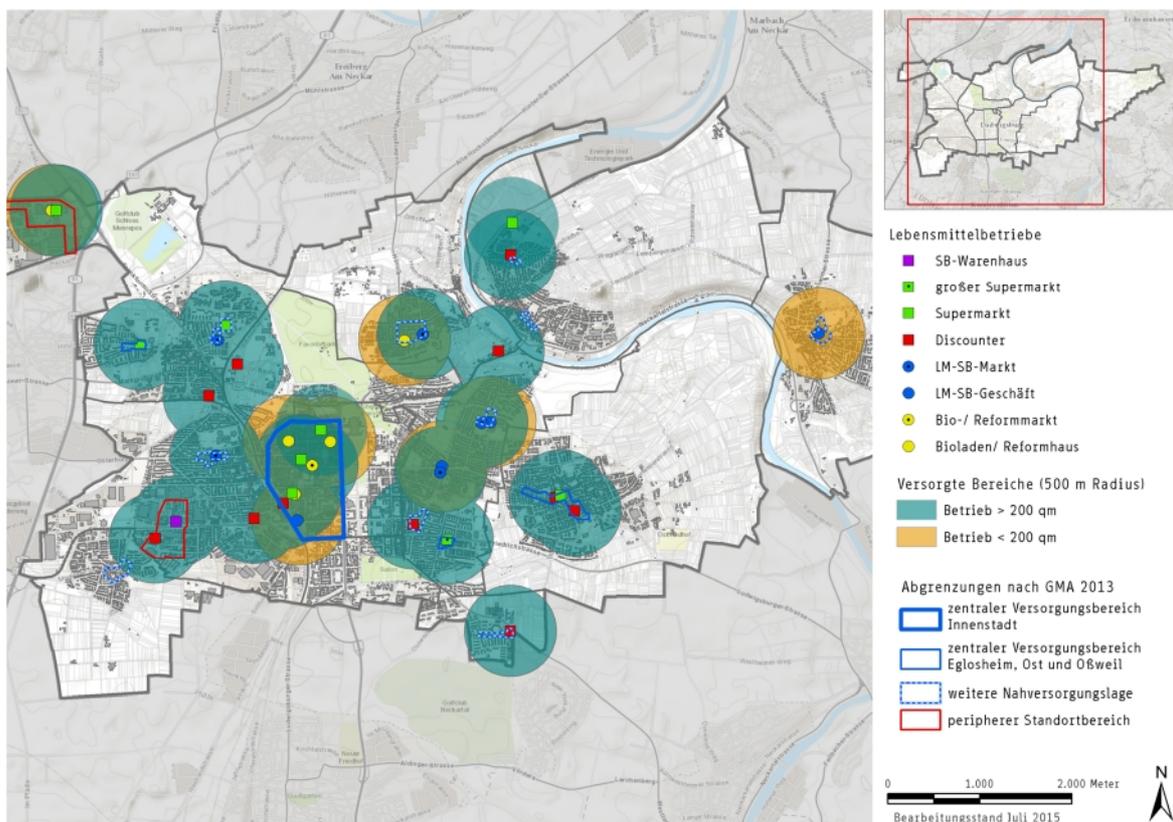
Karte 6 verdeutlicht, dass große Teile der (Wohn-)Siedlungsbereiche der Kernstadt-Stadtteile sowie der Stadtteile Eglosheim und Hoheneck innerhalb mindestens eines Nahversorgungsumkreises liegen. Insbesondere im Bereich innerhalb des bzw. um den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt kommt es auf Grund der hohen Dichte an Lebensmittelbetrieben zu mehrfachen Überschneidungen von Nahversorgungsumkreisen.

In einigen Stadtteilen sind jedoch erhebliche räumliche Nahversorgungslücken festzustellen:

- Im Stadtteil Kernstadt Mitte sind insbesondere im Bereich Jägerhofallee/ Harteneckstraße nicht nahversorgte Siedlungsbereiche festzustellen.
- Im Stadtteil Kernstadt Nord sind weite Teile des östlichen Wohnsiedlungsbereiches entlang der Straße Reichertshalde außerhalb der Nahversorgungsumkreise gelegen.

- Im Stadtteil Kernstadt Süd befinden sich nur kleinere Teilbereich im Norden innerhalb von Nahversorgungsumkreisen von Lebensmittelbetrieben, die in angrenzenden Stadtteilen angesiedelt sind.
- Im Stadtteil Pflugfelden ist nur der nordöstliche Teil des Siedlungskörpers innerhalb des Nahversorgungsumkreises des am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße ansässigen Lebensmitteldiscounters gelegen.

**Karte 6: Räumliche Nahversorgungssituation - Lebensmittelbetriebe und Nahversorgungsumkreise**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014, Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

- Im Stadtteil Neckarweihingen befindet sich nahezu nur der nördliche Teil des Wohnsiedlungsbereiches innerhalb zumindest eines Nahversorgungsumkreises.
- Im Stadtteil Oßweil liegen die Randbereiche des Siedlungskörpers - insbesondere im Osten und im Nordwesten - außerhalb der Nahversorgungsumkreise.
- Im Stadtteil Grünbühl/ Sonnenberg ist der westliche Teilbereich nicht nahversorgt.



- Im Stadtteil Poppenweiler befinden sich die Randbereiche des Siedlungskörpers außerhalb des Nahversorgungsumkreises des im Stadtteil angesiedelten Lebensmittelbetriebes. Bei diesem Betrieb handelt es sich zudem um ein Lebensmittel-SB-Geschäft und somit um einen Lebensmittelbetrieb mit weniger als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit einem in Breite und Tiefe begrenztem Lebensmittelangebot - wenngleich dieser Betrieb für die Grund-/ Nahversorgung der Stadtteilbevölkerung von Bedeutung ist.

Der Nahversorgungsanteil<sup>32</sup> für die Gesamtstadt Ludwigsburg beträgt, sofern allein die Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 m<sup>2</sup> berücksichtigt werden, rd. 70%. Im Vergleich zu anderen Städten handelt es sich um einen unterdurchschnittlichen Wert; i.d.R. werden bei Berücksichtigung der Lebensmittelbetriebe ab 200 m<sup>2</sup> Nahversorgungsanteile von rd. 75% bis 80% erzielt<sup>33</sup>.

- Auf Stadtteilebene werden die höchsten Nahversorgungsanteile - jeweils annähernd 90% - in den Stadtteilen Kernstadt Ost und Eglosheim erzielt (obwohl im Stadtteil Eglosheim die im peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tamer Feld gelegenen Lebensmittelbetriebe auf Grund ihrer deutlichen Entfernung zur Wohnbebauung des Stadtteiles keine Nahversorgung im eigentlichen Sinne übernehmen). Deutlich überdurchschnittliche Werte von rd. 84% bzw. 81% sind zudem für die Stadtteile Kernstadt West und Hoheneck zu verzeichnen. Die vergleichsweise hohen Anteilswerte in diesen vier Stadtteilen sind vor allem durch die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe bedingt.
- Ein knapp überdurchschnittlicher Nahversorgungsanteil von rd. 79% liegt im Stadtteil Kernstadt Mitte vor, in dem sich eine Vielzahl von Lebensmittelbetrieben im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt konzentrieren, während im östlichen Teil des Stadtteiles kein Lebensmittelbetrieb angesiedelt ist. Eine fußläufige Nahversorgung besteht hier für einen Teil der Einwohner jedoch auf Grund einiger im Stadtteil Kernstadt Ost angesiedelter Lebensmittelbetriebe.

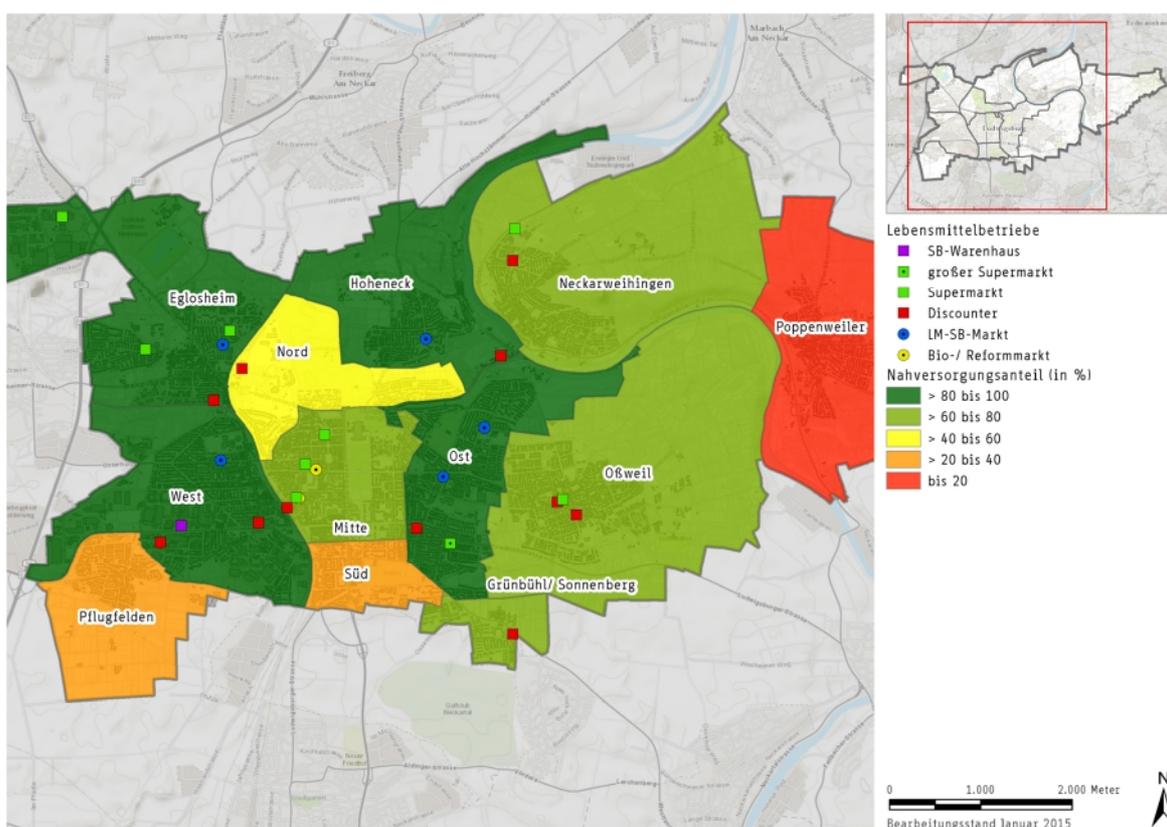
---

<sup>32</sup> Der Nahversorgungsanteil beschreibt den Anteil derjenigen Einwohner, die innerhalb mindestens eines Nahversorgungsumkreises wohnen und sich daher fußläufig mit Lebensmitteln nahversorgen können.

<sup>33</sup> Beispielsweise konnten für die Städte Braunschweig, Heidelberg, Nürnberg und Stuttgart Nahversorgungsanteile von 75% bis 80% ermittelt werden, in der Stadt Hannover war mit annähernd 90% ein deutlich überdurchschnittlicher Nahversorgungsanteil zu verzeichnen. Demgegenüber verzeichnete die Stadt Essen mit rd. 71% einen unterdurchschnittlichen Wert.

- In den Stadtteilen Neckarweihingen, Oßweil und Grünbühl/ Sonnenberg sind je rd. zwei Drittel der Einwohner fußläufig nahversorgt. In den Stadtteilen Neckarweihingen und Grünbühl/ Sonnenberg sind die bestehenden Lebensmittelbetriebe nicht zentral innerhalb des jeweiligen Wohnsiedlungsbereiches angesiedelt; der Stadtteil Neckarweihingen weist zudem eine erhebliche räumliche Ausdehnung auf. Dies gilt auch für den Stadtteil Oßweil, in dem die vorhandenen Lebensmittelbetriebe in räumlich zentraler Lage konzentriert sind, sodass die Randbereiche des Siedlungskörpers nicht nahversorgt sind.

**Karte 7: Nahversorgungsanteile auf Stadtteilebene - Lebensmittelbetriebe ab 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; Stadt Ludwigsburg; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

- Im Stadtteil Kernstadt Nord beträgt der Nahversorgungsanteil nur annähernd 50%, da sich im östlichen Wohnsiedlungsbereich kein Lebensmittelbetrieb innerhalb des Stadtteiles oder unmittelbar an diesen angrenzend befindet.
- In den Stadtteilen Kernstadt Süd und Pflugfelden sind je nur gut 20% der Einwohner nahversorgt. In beiden Stadtteilen besteht kein Lebensmittelbetrieb, eine



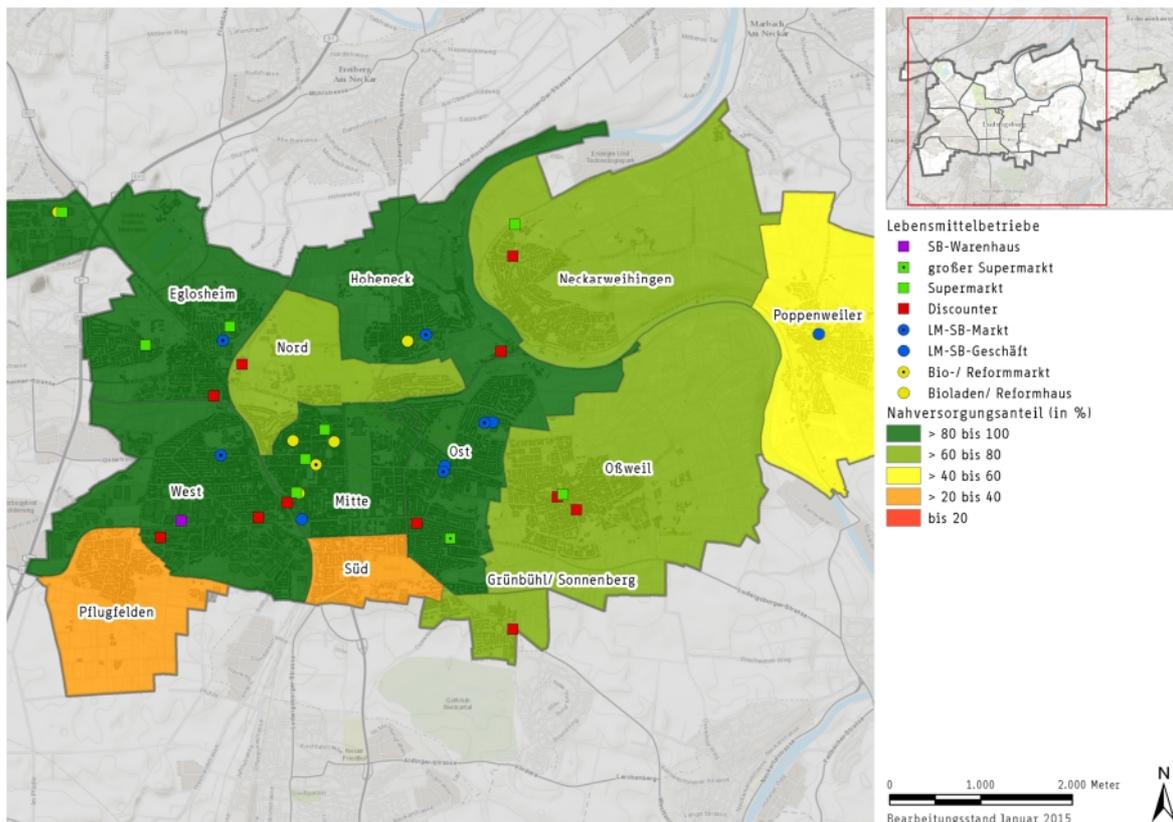
fußläufige Nahversorgung besteht somit nur für einen Teil der Bevölkerung auf Grund in angrenzenden Stadtteilen gelegener Lebensmittelbetriebe.

- Im Stadtteil Poppenweiler, dessen Siedlungsbereich sich in solitärer Lage im Osten des Stadtgebietes von Ludwigsburg befindet, existiert kein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche ab 200 m<sup>2</sup>. Demzufolge beträgt der Nahversorgungsanteil 0%.

Sofern auch die Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 200 m<sup>2</sup> berücksichtigt werden, steigt der gesamtstädtische Nahversorgungsanteil um gut sechs Prozentpunkte auf rd. 76% an. Signifikante Steigerungen der Nahversorgungsanteile von fünf Prozentpunkten und mehr sind in sechs Stadtteilen auszumachen:

- Im Stadtteil Hoheneck steigt der Nahversorgungsanteil um rd. neun Prozentpunkte an, im Stadtteil Kernstadt Mitte um rd. acht Prozentpunkte. Demzufolge weisen diese beiden Stadtteile gemeinsam mit den Stadtteilen Kernstadt West, Kernstadt Ost und Hoheneck deutlich überdurchschnittliche Nahversorgungsanteile von knapp 85% bis gut 90% auf.
- Im Stadtteil Oßweil steigt der Wert um rd. fünf Prozentpunkte auf etwas mehr als 70% an.
- Im Stadtteil Kernstadt Nord ist ein erheblicher Anstieg des Nahversorgungsanteiles von rd. 19 Prozentpunkten auf Grund eines im benachbarten Stadtteil Hoheneck gelegenen Lebensmittel-SB-Geschäftes festzustellen. Somit sind im Stadtteil Kernstadt Nord rd. zwei Drittel der Einwohner fußläufig nahversorgt.
- Im Stadtteil Poppenweiler, in dem lediglich ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von weniger als 200 m<sup>2</sup> besteht (s.o.), liegt bei Berücksichtigung dieses Betriebes ein Nahversorgungsanteil von rd. 60% vor. Zurückzuführen ist dieser Wert auf die räumlich zentrale Lage des Betriebes einerseits und auf die erhebliche räumliche Ausdehnung des Siedlungskörpers von Poppenweiler andererseits.
- Im Stadtteil Kernstadt Süd steigt der Nahversorgungsanteil um rd. 15 Prozentpunkte auf gut 35% an, da sich in geringer Entfernung im nördlich angrenzenden Stadtteil Kernstadt Mitte ein Lebensmittel-SB-Geschäft befindet.

Karte 8: Nahversorgungsanteile auf Stadtteilebene - alle Lebensmittelbetriebe



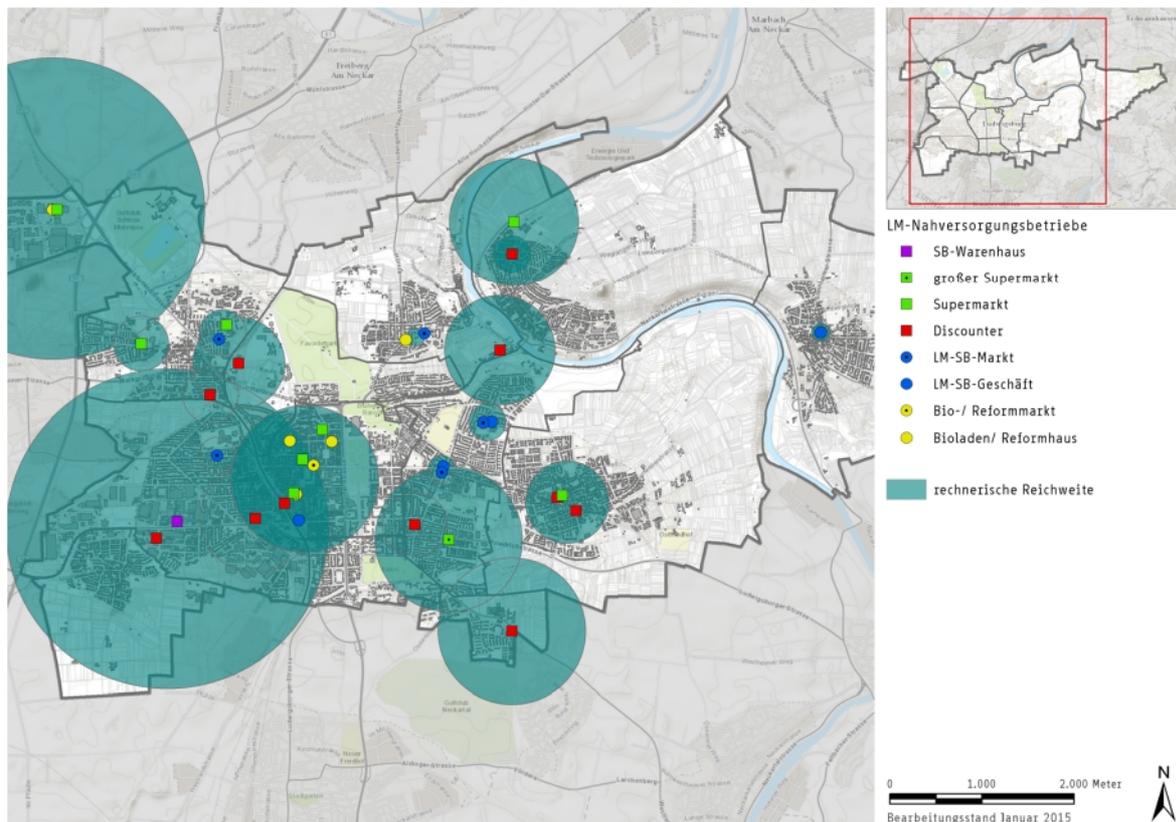
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; Stadt Ludwigshafen; Kartengrundlage: Stadt Ludwigshafen, Esri, HERE, DeLorme, TomTom, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, MapmyIndia, © OpenStreetMap contributors, and the GIS User Community

Nachfolgend sind zur Verdeutlichung der Wettbewerbssituation der Lebensmittelbetriebe die rechnerischen Reichweiten<sup>34</sup> dargestellt, wobei diese innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, einer Nahversorgungslage oder eines peripheren Standortbereiches jeweils zusammengefasst betrachtet werden; dies gilt auch für Doppel- und Mehrfachstandorte.

<sup>34</sup> Zur Ermittlung der rechnerischen Reichweite wird zunächst der Umsatz eines Lebensmittelbetriebes bzw. der Lebensmittelbetriebe eines Standortbereiches im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel in Relation zur durchschnittlichen sortimentsbezogenen Kaufkraft je Einwohner gesetzt. Hieraus ergibt sich die im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel rechnerisch versorgte Einwohnerzahl. Für jeden Lebensmittelbetrieb bzw. Standortbereich wird anschließend im GIS ein Umkreis gezogen, in dem die zuvor errechnete Einwohnerzahl lebt. Letztlich entspricht in diesem Umkreis der im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel erzielte Umsatz der sortimentsbezogenen Kaufkraft. Die rechnerische Reichweite entspricht nicht dem tatsächlichen Einzugsgebietes eines Lebensmittelbetriebes oder Standortbereiches; diese ist i.d.R. größer, da nur ein Teil der sortimentsbezogenen Kaufkraft durch einen Lebensmittelbetrieb bzw. Standortbereich innerhalb seines unmittelbaren Umfeldes gebunden wird.



Karte 9: Rechnerische Reichweite der Lebensmittelbetriebe



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; Stadt Ludwigsburg; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

Die voranstehende Karte 9 verdeutlicht, dass insbesondere der periphere Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße in hohem Wettbewerb mit zahlreichen Standort(bereich)en von Lebensmittelbetrieben in den Stadtteilen Kernstadt Mitte, Kernstadt Nord und Eglosheim steht.

### 3.5 FAZIT BESTANDS- UND NACHFRAGEANALYSE

Quantitativ betrachtet besteht gesamtstädtisch in den für die Nah-/ Grundversorgung besonders wesentlichen Sortimenten per Saldo eine rechnerische Vollversorgung (Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk) bzw. ein deutlicher Kaufkraftzufluss (Drogerie/ Parfümerie). Ein signifikanter Entwicklungsspielraum lässt sich auf Basis der aktuellen Bestandssituation nicht ableiten.



Differenziert nach Standort(typ)en zeigt sich, dass in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie ein erheblicher Anteil an nicht integrierten Standorten angesiedelt ist. Dies ist im Wesentlichen auf die entsprechenden Angebote an den peripheren Standortbereichen Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße und Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld zurückzuführen. Dabei ist die Zahl der Lebensmittelbetriebe an nicht integrierten Standorten relativ gering, die durchschnittliche Verkaufsfläche - auf Grund eines SB-Warenhauses - jedoch sehr hoch. Hingegen sind zwei von fünf in Ludwigsburg angesiedelten Drogeriemärkten sowie die Mehrzahl der Parfümerie-/ Drogeriefachgeschäfte an nicht integrierten Standorten, insbesondere am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld - angesiedelt.

Hinsichtlich der Bindungsquoten auf Stadtteilebene sind im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel drei Stadtteile mit geringen Werten von weniger als 40% - Kernstadt Süd, Pflugfelden und Poppenweiler - festzustellen, wobei die beiden erstgenannten an mindestens einen Stadtteil mit einem per Saldo sehr deutlichen Kaufkraftzufluss - Kernstadt Mitte, Kernstadt West - angrenzen. Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie sind in fünf Stadtteilen - Kernstadt Süd, Pflugfelden, Neckarweihingen, Oßweil und Poppenweiler - geringe Bindungsquoten von weniger als 40% festzustellen. Das Angebot konzentriert sich im Wesentlichen auf die Stadtteile Kernstadt Mitte (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt) und Eglosheim/ Hirschbergsiedlung (peripherer Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld), die demzufolge per Saldo einen erheblichen Kaufkraftzufluss aufweisen.

Die Struktur der Lebensmittelbetriebe wird bezogen auf die Anzahl durch Lebensmitteldiscounter und Supermärkte geprägt, bei Verkaufsfläche und Umsatz ist zudem das im peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße ansässige SB-Warenhaus mit prägend. Differenziert nach Standort(typ)en weisen die zentralen Versorgungsbereiche Kernstadt Ost/ Kaufland, Eglosheim/ Hirschbergsiedlung und Oßweil und die nicht integrierten Standorte überwiegend großflächige Lebensmittelbetriebe auf, während im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, in den Nahversorgungslagen sowie an sonstigen integrierten Standorten vor allem nicht großflächige Lebensmittelbetriebe vorzufinden sind.



Der Nahversorgungsanteil ist mit rd. 70% (Lebensmittelbetriebe ab 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) bzw. 76% (inkl. Lebensmittelbetriebe mit weniger als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) im Vergleich zu anderen Städten unterdurchschnittlich. Geringe Nahversorgungsanteile weisen dabei insbesondere die Stadtteile Kernstadt Süd, Pflugfelden und Poppenweiler auf, wobei die beiden erstgenannten an mindestens einen Stadtteil mit einem sehr großen Lebensmittelangebot - Kernstadt Mitte, Kernstadt West - angrenzen.

Bei den rechnerischen Reichweiten der Lebensmittelbetriebe bzw. Standortbereichen von Lebensmittelbetrieben zeigt sich vor allem im Bereich der Stadtteile Kernstadt Mitte, Kernstadt West und Eglosheim eine hohe Wettbewerbssituation.

Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse sollten Ansiedlungen und signifikante Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit Kernsortiment Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie in Ludwigsburg

- der Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen dienen oder
- zur Verbesserung bzw. Sicherung der räumlichen Nahversorgungssituation - unter Berücksichtigung des Bestandes insbesondere in zentralen Versorgungsbereichen bzw. in Nahversorgungslagen sowie an sonstigen integrierten Standorten beitragen.

#### **4. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNGSSPIELRAUMES**

Berechnungsbasis bei der nachfolgenden nachfrageseitig basierten Verkaufsflächenprognose bis zum Jahr 2025 stellen die Bevölkerungs- und die Kaufkraftentwicklung dar. Da das Lebensmittelhandwerk (und auch Apotheken) hinsichtlich seiner Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den untersuchungsrelevanten Einzelhandel i.e.S., d.h. auf die Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie.



## 4.1 METHODISCHES VORGEHEN

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

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale wurden die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel berücksichtigt. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung, der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern<sup>35</sup>. Neben diesen nachfrageseitigen Determinanten sind allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie angebotsseitige Veränderungen zu berücksichtigen (vgl. hierzu auch Kap. 2.1f).

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine mittelfristige Perspektive bis zum Jahr 2020 sowie eine 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. 4.2). Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage. Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Veränderungen aufzuzeigen, wurden zudem verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (Kap. 4.1.2).

### 4.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die bisherige Einwohnerentwicklung von Bedeutung (vgl. Abb. 13). Diese ist insbesondere in den Jahren 1991 bis 1993 und 2012 bis 2014 durch deutliche Zuwächse geprägt, während im Zwischenzeitraum per Saldo nur ein geringer Anstieg der Einwohnerzahl zu konstatieren ist.

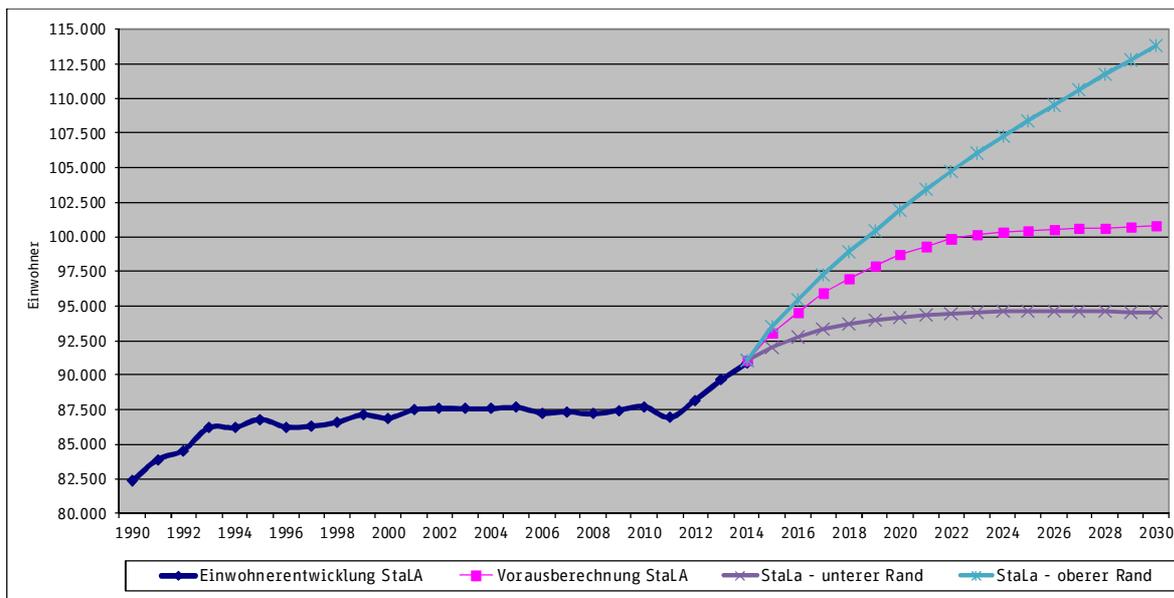
---

<sup>35</sup> Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.



Als Grundlage für die künftige Einwohnerentwicklung wurde die Vorausberechnung des Statistischen Landesamtes (mit Wanderungen, Basisjahr 2014) herangezogen. In der folgenden Abbildung sind die Entwicklung sowie die Bevölkerungsvorausberechnung dargestellt.

**Abb. 13: Einwohnerentwicklung in Ludwigsburg 1990 bis 2014 (tatsächliche Entwicklung) und 2014 bis 2025 (Prognosewerte)**



Bevölkerungsstand jeweils 31.12.

bis 2010 Fortschreibung VZ 1987, seit 2011 Fortschreibung Zensus

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Die Prognosewerte des statistischen Landesamtes weichen im zeitlichen Verlauf deutlich voneinander ab: Nach der Hauptvariante steigt die Einwohnerzahl gegenüber dem Ausgangsjahr 2014 bis 2020 um rd. 7,8% und bis zum Jahr 2025 um rd. 9,3% an. In der Variante "unterer Rand" beträgt der Anstieg bis 2020 rd. 3,1% und bis 2025 rd. 3,5%, in der Variante "oberer Rand" demgegenüber bis 2020 rd. 11,1% und bis 2025 rd. 17,2%. Die Einwohnerdifferenz zwischen unteren und oberen Rand im Jahr 2025 beträgt rd. 13.800 Einwohner. Um einerseits die Unsicherheiten von Prognosen zu berücksichtigen und andererseits einen plausiblen Entwicklungskorridor zu erhalten wurden die Prognosewerte der Hauptvariante herangezogen und für das Jahr 2020 eine Schwankungsbreite von +/- 0,5% sowie für das Jahr 2025 eine Schwankungsbreite von +/- 1% unterstellt. Die Einwohnerprognosewerte wurden zudem auf 25 Einwohner gerundet.



Unter diesen Annahmen wird für das Jahr 2020 von 98.225 bis 99.225 Einwohner und für das Jahr 2025 von 99.475 bis 101.475 Einwohner ausgegangen, was über den gesamten Betrachtungszeitraum gesehen einem Bevölkerungszuwachs von rd. 11,0% in der unteren Variante bzw. rd. 13,2% in der oberen Variante entspricht.

Hinsichtlich der Kaufkraftentwicklung ist es (u.a.) auf Grund der andauernden Euro-/ Staatsschuldenkrise und deren Auswirkungen und des Austrittes von Großbritannien aus der EU derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung in Deutschland 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 fortdauerndem 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.

Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor diesem Hintergrund in der unteren Variante für den gesamten Betrachtungszeitraum eine Stagnation angenommen. In der oberen Variante wurde ein jährlicher Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 0,5% bis zum Jahr 2016 und für den übrigen Zeitraum von 1,0% unterstellt. Während die untere Variante von einer gewissen Sättigung in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie ausgeht, wird in der oberen Variante die Kaufkraftentwicklung der letzten Jahre - wenn auch in einem etwas geringeren Maße (vgl. Kap. 2.2.2, Abb. 6, S. 10) - fortgeschrieben.

Nachfolgend sind die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Ludwigsburg dargestellt. Für die Ableitung des Kaufkraftpotenziales nach Sortimenten wurden dabei vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt.

Das Kaufkraftpotenzial für den gesamten Einzelhandel i.e.S. beträgt demnach im Jahr 2020 rd. 594,8 Mio. € bis 583,7 Mio. € und liegt somit um rd. 9,6% bis 16,3% über dem derzeitigen Kaufkraftpotenzial. Für das Jahr 2025 wird ein Kaufkraftpo-



tenzial von rd. 557 Mio. € bis 627 Mio. € angenommen, was einer Steigerung um rd. 11% bis 25% entspricht.

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

| Kaufkraftentwicklung  | untere Variante | obere Variante |
|---|-----------------|----------------|
| Einwohner 2020  | 98.225          | 99.225         |
| Einwohner 2025  | 99.475          | 101.475        |
| Kaufkraftzuwachs 2014 - 2016  | 0,0% p.a.       | 0,5% p.a.      |
| Kaufkraftzuwachs 2016 - 2025  | 0,0% p.a.       | 1,0% p.a.      |
| Kaufkraftzuwachs 2014 - 2025 insgesamt  | 0,0%            | 10,5%          |
| Kaufkraft/ Einw. (Ludwigsburg) 2014<br>(ohne Lebensmittelhandwerk, Apotheken) | 5.597 €         |                |
| Kaufkraft/ Einw. (Ludwigsburg) 2020   | 5.597 €         | 5.883 €        |
| Kaufkraft/ Einw. (Ludwigsburg) 2025   | 5.597 €         | 6.183 €        |
| Kaufkraftpotenzial Ludwigsburg 2014   | 501,7 Mio. €    |                |
| Kaufkraftpotenzial Ludwigsburg 2020   | 594,8 Mio. €    | 583,7 Mio. €   |
| Änderung gegenüber 2014   | 9,6%            | 16,3%          |
| Kaufkraftpotenzial Ludwigsburg 2025   | 557 Mio. €      | 627 Mio. €     |
| Änderung gegenüber 2014   | 11%             | 25%            |

Quelle: Statistisches Landesamt; IFH Köln; eigene Berechnungen

#### 4.1.2 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>36</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:

1. Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Ludwigsburg in den Sor-

<sup>36</sup> Dies bedeutet, dass die ermittelte Entwicklung aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann (z.B. mittels einer erhöhten Kaufkraftbindung durch Ansiedlung eines Betriebes mit Kernsortiment Nahrungs-/ Genussmittel oder Drogerie/ Parfümerie und mit einem über das Stadtgebiet von Ludwigsburg hinausreichenden Einzugsgebiet), sei an dieser Stelle angemerkt - ebenso jedoch auch, dass die Versorgung in diesen beiden Sortimenten jede Gemeinde selbst bewerkstelligen sollte (vgl. hierzu: Region Stuttgart: Regionalplan (Satzungsbeschluss vom 22. Juli 2009, Plansatz 2.4.3.2.1 (G), Satz 1).



timentsbereichen gestärkt werden kann, in denen derzeit nur geringe Bindungsquoten erreicht werden. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebotes auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden.

In den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie sollte jedoch jede Gemeinde unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion in der Lage sein, die eigenen Einwohner selbst zu versorgen (vgl. Fußnote 36, S. 46). Demzufolge wird eine Zielbindungsquote von 100% veranschlagt; diese wird im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel aktuell annähernd erreicht und im Sortiment Drogerie/ Parfümerie deutlich überschritten (vgl. Kap. 3.2). Für das Sortiment Drogerie/ Parfümerie wurde daher unterstellt, dass die derzeit erzielte Bindungsquote auch zukünftig gehalten werden kann.

2. 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, überproportionaler Bedeutungszuwachs des Internet, Änderungen in den Nachbargemeinden o.ä.). Dabei wurde von einem Umsatzrückgang um 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

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 der Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgungslagen sowie der verbrauchernahen Grund-/ Nahversorgung Einzelhandel mit Kernsortiment Nahrungs-/ Genussmittel oder Drogerie/ Parfümerie angesiedelt werden sollte.

## 4.2 PROGNOSEERGEBNIS UND -FAZIT

Zu den nachstehenden Prognoseergebnissen ist noch Folgendes anzumerken:

- Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung werden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, Verkaufsflächenpotenziale in den Sortimenten Nahrungs-/



Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie prognostiziert. Der Entwicklungsspielraum ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe<sup>37</sup>.

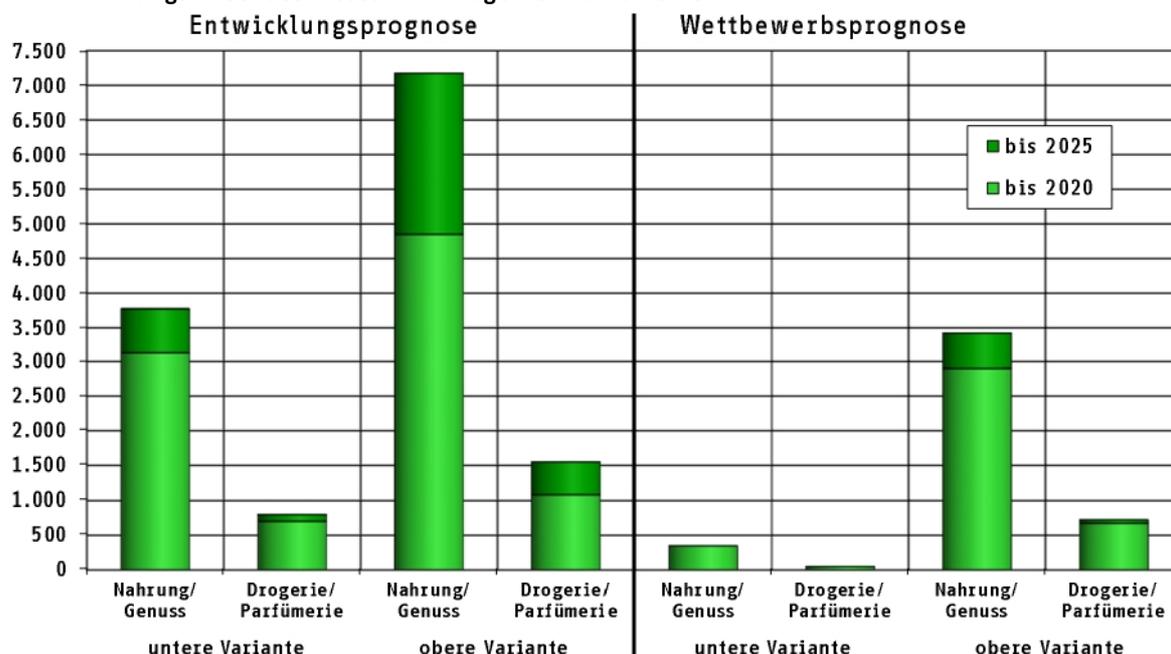
- Infolge des bei der Wettbewerbsprognose angenommenen Rückganges der Kaufkraftbindung ergeben sich in diesem Szenario in der unteren Variante rechnerisch negative Werte. Hier wurde unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.
- Der 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 den beiden Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie der Fall - kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.
- Die dargestellten Entwicklungsspielräume sind als Orientierungswerte für die künftige Einzelhandelsentwicklung zu verstehen: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar.
- Der prognostizierte Spielraum entsteht im Laufe von einem Jahrzehnt und kann nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt wettbewerbsneutral realisiert werden. Wenn dies dennoch geschähe entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung des in Ludwigsburg bestehenden Einzelhandels führen könnte.
- Ebenso sind bei Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche in einem Sortiment als prognostiziert wesentliche Auswirkungen gegen den Bestand nicht auszuschließen.

---

<sup>37</sup> In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im November 2014, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel mit gleichem Kernsortiment belegt sind, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Entwicklungsspielraum.



Abb. 14: Verkaufsflächenentwicklungskorridor bis 2020 bzw. bis 2025 in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie



Quelle: eigene Berechnung

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel nach der Entwicklungsprognose bis zum Jahr 2020 ein Entwicklungsspielraum von rd. 3.125 bis 3.775 m<sup>2</sup>. Bis zum Jahr 2025 erhöht sich dieser Verkaufsflächenspielraum auf rd. 4.850 bis 7.175 m<sup>2</sup>. Dies entspricht - unter Berücksichtigung der Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber bei Neuansiedlungen - rechnerisch drei bis maximal sieben zusätzlichen Lebensmittelbetrieben.

Nach der Wettbewerbsprognose ist bis zum Jahr 2025 in der unteren Variante ein Entwicklungsspielraum von nur rd. 350 m<sup>2</sup> und in der oberen Variante von rd. 2.900 bis 3.425 m<sup>2</sup> - entsprechend bis zu maximal drei zusätzlichen Lebensmittelbetrieben - zu verzeichnen.

Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie beträgt der Entwicklungsspielraum nach der Entwicklungsprognose bis zum Jahr 2020 rd. 700 bis 800 m<sup>2</sup>. Bis zum Jahr 2025 steigt dieser auf rd. 1.075 bis 1.550 m<sup>2</sup> an, was - wiederum unter Berücksichtigung der Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber bei Neuansiedlungen - maximal einem bis zwei zusätzlichen Drogeriemärkten entspricht.

Nach der Wettbewerbsprognose besteht in der unteren Variante ein Entwicklungsspielraum von nur rd. 50 m<sup>2</sup>, während in der oberen Variante bis zum Jahr 2025 ein



geringer Spielraum von rd. 675 bis 725 m<sup>2</sup> -entsprechend maximal einem zusätzlichen Drogeriemarkt - zu verzeichnen ist.

Letztlich sollten auf Grund des in allen Varianten/ Szenarien begrenzten Spielraumes und vor dem Hintergrund bestehender Planvorhaben (vgl. hierzu auch Kap. 7.2) Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit Kernsortiment Nahrungs-/ Genussmittel oder Drogerie/ Parfümerie nur an städtebaulich und funktional "richtigen" Standorten ermöglicht werden, d.h. wenn sie

- der Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen dienen oder
- zur Verbesserung bzw. Sicherung der räumlichen Nahversorgungssituation - unter Berücksichtigung des Bestandes insbesondere in zentralen Versorgungsbereichen bzw. in Nahversorgungslagen sowie an sonstigen integrierten Standorten - beitragen.

Gleichwohl bestehen auf Grund der Prognoseergebnisse, insbesondere der Entwicklungsprognose, Verkaufsflächenpotenziale auch bei Realisierung von bestehenden Planvorhaben (vgl. Kap. 7.2) für weitere Entwicklungen im Bereich der Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie.

## **5. BEURTEILUNG DER NAHVERSORGUNG AUS BETREIBERSICHT - EXPERTENGESPRÄCHE**

Zum Abgleich der allgemeinen Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel (vgl. Kap. 2.1 ff) mit den aktuellen und perspektivischen Entwicklungen in Ludwigsburg wurden vier Expertengespräche mit Betreibern von Lebensmittelbetrieben - i.d.R. Expansionsleitern - geführt. Dabei handelt es sich um die Fa. Aldi, Alnatura, Kaufland und Lidl, die in Ludwigsburg insgesamt neun Lebensmittelbetriebe mit insgesamt rd. 19.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (von insgesamt 36 Lebensmittelbetrieben mit rd. 33.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) betreiben<sup>38</sup>. Im Rahmen der Expertengespräche wurden folgende Aspekte erörtert:

- Allgemeine Situation im Bereich Lebensmittel in Ludwigsburg,
- Standortanforderungen für neue und bestehende Lebensmittelbetriebe,

---

<sup>38</sup> Weitere zehn Betreiber bzw. Inhaberwaren wurden für ein Expertengespräch angefragt; trotz i.d.R. mehrmaliger Nachfrage kamen diese jedoch nicht zustande.



- Beurteilung der bestehenden Standorte und Erweiterungs-/ Neuansiedlungsabsichten,
- Nahversorgung heute und perspektivisch.

Zur inhaltlichen und thematischen Vorbereitung wurde den Interviewpartnern vorab ein Leitfaden mit den wesentlichen Punkten gemailt; beim Termin selbst wurden die einzelnen Aspekte/ Fragen jedoch nicht der Reihe nach erörtert/ gestellt, sondern innerhalb eines Interviews zur Sprache gebracht.

### **5.1 BEURTEILUNG DER SITUATION IM BEREICH LEBENSMITTEL IN LUDWIGSBURG**

Seitens der Gesprächspartner wurde zunächst festgestellt, dass alle im Großraum Stuttgart ansässigen, bedeutenden Betreiber von Lebensmittelbetrieben - Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, große Supermärkte/ SB-Warenhäuser und Biomärkte - in Ludwigsburg anwesend seien, ausgenommen dem SB-Warenhaus-Betreiber Real. Gleichzeitig wurde mehrheitlich eine starke Wettbewerbssituation in Ludwigsburg konstatiert, wobei der Gesamtstandort Ludwigsburg teilweise auch im Wettbewerb mit Lebensmittelstandorten außerhalb steht. Dabei wurden teilweise die eigenen außerhalb des Stadtgebietes von Ludwigsburg gelegene Betriebe als Einzugsgebiet beschränkend genannt, teilweise andere Anbieter der gleichen Betriebsform.

Weiterhin wurde von allen Betreibern ein Wettbewerb nicht nur zwischen den Betreibern einer Betriebsform, sondern auch zwischen den Betriebsformen - und teilweise auch mit anderen Branchen wie Drogeriemärkten - konstatiert. Zurückgeführt wurde dies auf Sortimentsüberschneidungen wie beispielsweise ein wachsendes Angebot an Bio-Lebensmitteln bei Supermärkten, Discountern und großen Supermärkten/ SB-Warenhäusern oder von preisgünstigen Eigenmarken bei Supermärkten.

Hinsichtlich der Folgerungen aus der genannten starken Wettbewerbssituation wurden unterschiedliche Ansätze geäußert:

- Teilweise wurde die aktuelle Zahl der Lebensmittelbetriebe - sowohl auf die eigenen Betriebe als auch auf die Zahl der Lebensmittelbetriebe in Ludwigsburg insgesamt bezogen - und Veränderungen im Bestand - Erweiterungen, ggf. mit Verlagerungen über eine geringe Distanz zur Standortoptimierung - als hinreichend erachtet.



- Teilweise wurde ein zusätzlicher Betrieb zur Optimierung des Standortnetzes in Ludwigsburg - zur Schließung einer Netzlücke bzw. zur Schaffung eines weiteren Standortes mit anderen Standorteigenschaften zum Erreichen anderer/ weiterer Kundenkreise - als sinnvoll bzw. erforderlich erachtet.

Weiterhin wurde den Einwohnern der Stadt Ludwigsburg wie auch in der Region eine hohe Kaufkraft attestiert, wenngleich diese nicht von allen Gesprächspartnern als wichtig empfunden wurde, da es sich bei den Gesprächspartnern um eher preisgünstig orientierte Betreiber handelte bzw. eher Faktoren wie Zentralität/ Urbanität und Bildungsniveau als bedeutend genannt wurden.

Hinsichtlich des Einkaufsverhaltens der Kunden wurde seitens der Gesprächspartner angegeben, dass diese den Lebensmitteleinkauf deutlich überwiegend mit dem Pkw vornehmen (bzw. vornehmen möchten), nahezu unabhängig vom Standorttyp.

Die Zusammenarbeit mit der Stadt Ludwigsburg wurde von den Gesprächspartnern überwiegend als gut bzw. positiv bezeichnet; in einem Fall wurde eine mangelnde Unterstützung bei der Standortsuche beklagt.

## **5.2 STANDORTANFORDERUNGEN FÜR NEUE UND BESTEHENDE LEBENSMITTELBETRIEBE**

In Kap. 2.2.1 sind exemplarisch die wachsenden durchschnittlichen Verkaufsflächen je Lebensmittelbetrieb in Deutschland dargestellt, die zu größeren Einzugsbieten je Betrieb und somit letztlich zu einer Ausdünnung des Grund-/ Nahversorgungsnetzes führen. Vor diesem Hintergrund wurden die Gesprächspartner nach den Standortanforderungen für neue bzw. bestehende Betriebe gefragt. Da nicht mit Betreibern von allen Betriebsformen Expertengespräche geführt werden konnten, wurden die Anforderungen auf Basis eigener umfangreicher Kenntnisse und der im Rahmen der Erhebung festgestellten Spezifika des Lebensmitteleinzelhandels in Ludwigsburg ergänzt.



- Die geringsten Standortanforderungen weisen *kleinflächige Lebensmittelbetriebe* - auch mit CAP- oder Bonusmarkt-Prinzip<sup>39</sup> - auf. Auf Grund ihrer geringen Flächenanforderungen hinsichtlich Grundstücksgröße, Verkaufsfläche und Pkw-Stellplätze lassen sich diese Betriebsformen vergleichsweise unproblematisch in kleinere traditionelle Einkaufslagen, die häufig beengte räumlich-städtebauliche Strukturen aufweisen (z.B. Ortskerne/-zentren) einfügen. Dabei gewährleisten diese Betriebe eine sehr hohe fußläufige Nahversorgungsfunktion und können im Einzelfall als Nachfolge für andere Betriebsformen von Lebensmittelbetrieben fungieren.

Die Ansiedlung bzw. Zukunftsfähigkeit von kleinflächigen Lebensmittelbetrieben ist jedoch in hohem Maße von den Wettbewerbsbedingungen im näheren Umfeld abhängig. Bedingt ist dies im Wesentlichen auf Grund ihrer i.d.R. geringen Verkaufsflächen und teilweise wegen ihrer integrierten Standorte, wodurch sie in hoher Konkurrenz zu nicht integrierten Standorten und auch teilintegrierten Standorten (städtebauliche Randlage) von Lebensmittelbetrieben stehen.

- Bei *Biomärkten* ist hinsichtlich der Standortanforderungen zwischen Citylagen und Fahrlagen zu differenzieren. Dabei weisen Biomärkte in Citylagen deutlich geringere Anforderungen bezüglich der Aspekte Grundstücksgröße, Verkaufsfläche (ab 300 m<sup>2</sup>) und Pkw-Stellplätze auf, jedoch sind mindestens 10.000 Einwohner im fußläufigen Umfeld erforderlich. Dieser Wert wird nur hochverdichteten Wohnbereichen erzielt.

Bei Fahrlagen liegt die Mindestverkaufsfläche (ab 400 m<sup>2</sup>, idealerweise ab 550 m<sup>2</sup>) höher. Dennoch lassen sich derartige Märkte oftmals noch an integrierten Standorten realisieren, sofern es sich nicht um Kopplungslagen in Verbund z.B. mit einem Drogeriemarkt und/ oder einem Lebensmitteldiscounter handelt, die filialisierte Biomärkte im Hinblick auf die Kundenfrequenz mittlerweile häufig suchen.

Zu berücksichtigen ist weiterhin, dass der Marktanteil für Bioprodukte im Lebensmitteleinzelhandel bei rd. 5% liegt (mit steigender Tendenz) und Biomärkte oftmals ein begrenztes Klientel haben, sodass sie häufig - in Abhängigkeit auch der

---

<sup>39</sup> Bei CAP-Märkten und Betrieben mit vergleichbarem Prinzip besteht ein wesentlicher Teil der Belegschaft aus körperlich und/ oder geistig behinderten Menschen. In Betrieben mit Bonus-Prinzip werden Langzeitarbeitslose wiederbeschäftigt.



Bevölkerungsstruktur - nicht als typische Grund-/ Nahversorger fungieren, und demzufolge eine große Mantelbevölkerung benötigen.

Zudem bieten auch mittlerweile alle Betriebsformen in einem gewissen Umfang Bioprodukte an, wobei dieses nach Aussage der Betreiber von Biomärkten teilweise eine signifikante Konkurrenz darstellt, teilweise aber auch zur Sensibilisierung der Kunden und somit zu einem größeren Interesse an Bioprodukten insgesamt beiträgt.

Weiterhin ist in einigen (Groß-)Städten bzw. Regionen - nach den Ergebnissen der Experteninterviews auch in der Region um Ludwigsburg - mittlerweile ein Wettbewerb zwischen den einzelnen Betreibern von Biomärkten - die teils lokal/regional, teils deutschlandweit agieren - zu verzeichnen.

- Die raumbezogenen Standortanforderungen von *Supermärkten* mit zumindest auch Pkw-orientierten Standort (Fahrlagen) - Grundstücksgröße, Verkaufsfläche, Pkw-Stellplätze - weisen Dimensionen auf, die eine Integration in traditionelle Einkaufslagen - Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren - häufig kaum bzw. nicht ermöglichen. Dennoch wird seitens der Betreiber i.d.R. zumindest ein Standort in Randlage zu Wohnbereichen angestrebt. Die Nahversorgungsfunktion im eigentlichen Sinne ist auf Grund des großen Einzugsbereiches - bedingt durch die große Verkaufsfläche und den damit verbundenen Umsatz - jedoch nachrangig. Eine standortgerechte, d.h. auf das unmittelbare Wohnumfeld bezogene Dimensionierung erfordert eine hohe Bevölkerungsdichte in der unmittelbaren Standortumgebung.

Hinsichtlich der Bereitschaft zu Doppel- oder Mehrfachstandorten, z.B. von Supermärkten mit Lebensmitteldiscountern und (leistungsstarken) Drogeriemärkten, ist zu berücksichtigen, dass derartige Standorte in einem sehr hohen Maße Kaufkraft binden und somit letztlich zu einem weitmaschigen Versorgungsnetz führen.

Kleinere Supermärkte in Citylagen (City-Märkte), die vergleichsweise geringe raumbezogene Anforderungen aufweisen, erfahren derzeit eine Renaissance. Jedoch werden derartige Betriebe i.d.R. nur in Großstädten bzw. in Innenstädten größerer Städte mit sehr hoher Frequenz und Kaufkraft realisiert.

- Für *große (discountorientierte) Supermärkte* gelten die für Supermärkte in Fahrlagen getroffenen Ausführungen hinsichtlich der Integrationsmöglichkeit in Zentren oder Wohngebiete auf Grund der noch höheren raumbezogenen Standort-



anforderungen in einem noch stärkeren Maße. Dennoch werden auch für diese Betriebe mittlerweile vorzugsweise möglichst nahe am Kunden gelegene, integrierte Standorte - wenngleich mit guter Pkw- und Lkw-Erreichbarkeit - realisiert.

- Die Standortanforderungen der Betreiber von *Lebensmitteldiscountern* hinsichtlich Grundstücksgröße, Verkaufsfläche und Pkw-Stellplätzen liegen - wenn auch teilweise jedoch nur geringfügig - unter denjenigen der Supermärkte. Nahversorgung im eigentlichen Sinne ist bei den Betreibern dieser Betriebsform i.d.R. von nachrangiger Bedeutung, die Pkw-Kundenorientierung hingegen sehr stark ausgeprägt.

Derzeit lässt sich bei Lebensmitteldiscountern eine Divergenz hinsichtlich der raumbezogenen Anforderungen erkennen: Während einige Betreiber Verkaufsflächen von 800 m<sup>2</sup> auch für Neuansiedlungen möglich und wirtschaftlich rentabel feststellen, werden vereinzelt Mindestverkaufsflächen von 1.200 m<sup>2</sup> - bei Neuansiedlungen standardmäßig sogar Verkaufsflächen von 1.500 m<sup>2</sup> - formuliert. Bestehende Betriebe mit Verkaufsflächen von weniger als 800 m<sup>2</sup> werden nach Aussage einiger Betreiber zukünftig nicht mehr weiter betrieben. Zudem werden seitens der Fa. Penny auch City-Märkte mit einer Verkaufsfläche ab 400 m<sup>2</sup> betrieben, jedoch nur in hochverdichteten Zentren und Innenstadtlagen von Großstädten.

Dabei lassen sich Lebensmitteldiscounter, die von Betreibern mit tendenziell geringeren Anforderungen hinsichtlich der Verkaufsfläche (rd. 800 m<sup>2</sup>) realisiert werden, zumindest teilweise an integrierten Standorten mit hoher Nahversorgungsfunktion ansiedeln bzw. - bezogen auf einen peripheren Stadt-/ Ortsteil - maßstabsgerecht dimensionieren.

Zu berücksichtigen ist weiterhin, dass Discounter auf Grund ihres - wenn auch je nach Betreiber unterschiedlich ausgeprägten - Angebotes an Aktionswaren eine deutliche Konkurrenz zu Einzelhandelsbetrieben mit zentrenprägendem Angebot darstellen, wenngleich derzeit bei Aktionswaren ein Trend zu Lebensmitteln besteht.

Hinsichtlich der Bereitschaft zu Doppel- oder Mehrfachstandorten, z.B. von Lebensmitteldiscountern mit Biomärkten und (leistungsstarken) Drogeriemärkten, ist zu berücksichtigen, dass derartige Standorte in einem sehr hohen Maße Kaufkraft binden und somit letztlich zu einem weitmaschigen Versorgungsnetz führen.



**Tab. 4: Standortanforderungen für Lebensmittelbetriebe nach Betriebsformen**

| Betriebsform           | kleinflächiger LM-Betrieb (auch CAP-/ Bonus-Markt) | filialisierter Biomarkt  | Supermarkt  | Lebensmittel-discounter  | großer, dis-counterorientierter Supermarkt                             |
|------------------------|--|--|---|--|--|
| Grundstücksgröße       | kein wesentliches Kriterium                        | Citylage: kein wesentliches Kriterium  | Citylage: kein wesentliches Kriterium; Fahrlage: ab ca. 3.500 bis 15.000 m <sup>2</sup> | Citylage: kein wesentliches Kriterium; Fahrlage: ca. 3.500 bis 8.000 m <sup>2</sup>          | ab 6.000 bis 13.000 m <sup>2</sup> (mehr- bzw. eingeschossig)          |
| Verkaufsfläche         | ab ca. 100 bis 300 m <sup>2</sup>                  | ab ca. 300 bis 800 m <sup>2</sup>  | Citylage: ab 500 m <sup>2</sup> ; Fahrlage: ab ca. 1.000 bis 1.500 m <sup>2</sup>       | Fahrlage: rd. 800 bis 1.200 m <sup>2</sup> ; bei Citylage: ab 400 m <sup>2</sup>             | ab 2.000 bis 3.000 m <sup>2</sup> (Sonderkonzept bzw. typische Module) |
| Pkw-Stellplätze        | ab ca. 20 Stellplätze                              | Citylage: ab ca. 20 Stellplätze  | Citylage: kein wesentliches Kriterium/ Fahrlage: ab ca. 100 bis 140 Stellplätze         | Citylage: kein wesentliches Kriterium/ Fahrlage: ab ca. 60 bis 120 Stellplätze               | ab ca. 140 Stellplätze   |
| Mantelbevölkerung o.Ä. | ab 500 bis 1.500 Einwohner                         | Citylage: 10.000 Einwohner (fußläufiges Umfeld); Fahrlage: ab 30.000 Einwohner (Einzugsgebiet) | Citylage: Großstadt; Fahrlage: ab ca. 5.000 Einwohner                                   | ab ca. 3.000 Einwohner (Kernort/ Kerneinzugsgebiet)/ ab ca. 10.000 Einwohner (Einzugsgebiet) | ab ca. 25.000 Einwohner  |
| Standortlage           | integriert   | Citylage: integriert; Fahrlage: integriert od. nicht integriert                                | Citylage: integriert; Fahrlage: zumindest teilintegriert                                | Citylage: integriert; Fahrlage: integriert od. nicht integriert                              | vorzugsweise integrierter Standort                                     |
| Erreichbarkeit         | fußläufig, Pkw nachrangig                          | Citylage: fußläufig, Pkw nachrangig; Fahrlage: Pkw-orientiert                                  | Citylage: fußläufig, Pkw nachrangig; Fahrlage: Pkw-orientiert                           | Citylage: fußläufig, Pkw nachrangig; Fahrlage: Pkw-orientiert                                | gute Pkw-/ Lkw-Anbindung; fußläufige Erreichbarkeit nachrangig         |
| Wettbewerb             | keine Wettbewerber im näheren Umfeld               | auch Mehrfachstandorte (Discounter, Drogeriemarkt)   | auch Mehrfachstandorte (Drogerie-Biomarkt, Discounter)                                  | auch Mehrfachstandorte (Super-, Bio-, Drogeriemarkt)   | Einzelstandort bis zentraler Versorgungsbereich/ Einkaufszentrum       |

Quelle: eigene Expertengespräche April/ Mai 2015; eigene Kenntnisse und Erfahrungswerte

Im Ergebnis lässt sich feststellen, dass der Trend zu größeren Verkaufsflächen insbesondere bei einzelnen Betreibern von Lebensmitteldiscountern weiterhin sehr ausgeprägt ist. Zudem werden Betriebe mit weniger als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche - sofern es sich nicht um Kleinflächenkonzepte von Lebensmittelbetrieben, um Citykonzepte von Supermärkten oder Lebensmitteldiscountern oder um Biomärkte handelt -



perspektivisch in vielen Fällen nicht mehr weiter betrieben. Die in Kap. 2.2.1 dargestellten Trends im Lebensmitteleinzelhandel lassen sich nach den Ergebnissen der Expertengespräche hinsichtlich der Standortanforderungen für bestehende und neue Lebensmittelbetriebe auf Ludwigsburg übertragen (vgl. auch Kap. 5.3).

### **5.3 BEURTEILUNG DER BESTEHENDEN STANDORTE UND ERWEITERUNGS-/ NEUAN- SIEDLUNGSABSICHTEN**

Bei der Beurteilung der derzeitigen Standorte und daraus ggf. folgender Erweiterungserfordernisse wurden von zwei Betreibern, der Fa. Aldi und der Fa. Kaufland, keine derartigen Absichten geäußert, da die aktuellen Verkaufsflächen hinreichend seien - wenngleich z.B. in einem Fall die Anlieferung als problematisch dargestellt wurde. Neuansiedlungsabsichten innerhalb der Stadt Ludwigsburg wurden seitens der Fa. Kaufland nicht genannt, während die Fa. Aldi einen weiteren Betrieb in Ludwigsburg realisieren möchte.

Ein weiterer Betreiber, die Fa. Lidl, kündigte für zwei seiner Betriebe eine tendenziell kurzfristige Erweiterungsabsicht an - ggf. mit Verlagerung, um die betreiber-spezifischen Anforderungen zu erfüllen. Zudem soll ein weiterer Betrieb perspektivisch abermals erweitert werden. Zusätzliche Standorte sind hingegen nicht geplant.

Der vierte Gesprächspartner, die Fa. Alnatura, sieht am derzeitigen Standort, der sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt befindet, keine Möglichkeit zur Erweiterung. Stattdessen wird jedoch ein Standort für einen weiteren Betrieb gesucht, der vor allem Pkw-Kunden ansprechen soll; tendenziell soll es ein nicht integrierter Standort, zumindest jedoch ein Standort an einer stark frequentierten Straße sein. Weiterhin sollten andere Einzelhandelsbetriebe im direkten bzw. näheren Umfeld zur Frequenz beitragen; eine aus Betreibersicht sinnvolle Standortstruktur wäre beispielsweise ein Mehrfachstandort mit einem Discounter und/ oder Drogeriemarkt.

In der Summe ist nach den Ergebnissen der Expertengespräche für zwei Betriebe eine tendenziell kurzfristige Erweiterung und für einen Betrieb perspektivisch eine Erweiterung geplant; zudem werden Standorte für zwei zusätzliche Lebensmittelbe-



triebe gesucht. Eine (ersatzlose) Schließung wurde seitens der Gesprächspartner für keinen Betrieb genannt.

#### **5.4 NAHVERSORGUNG HEUTE UND PERSPEKTIVISCH**

Bei den Expertengesprächen wurde auch erörtert, welche Aspekte für die Nahversorgung heute und zukünftig von Bedeutung sind. Nahversorgung stellt aus Sicht bzw. nach den Erfahrungen der Betreiber den Einkauf von Lebensmitteln und anderen Gütern des täglichen/ periodischen Bedarfes i.d.R. mit dem Pkw dar. Die Pkw-Erreichbarkeit und die Stellplatzzahl sind daher für einen Lebensmittelbetrieb i.d.R. ein wesentlicher Aspekt, wenngleich in größeren Städten/ Großstädten auch dem ÖPNV beim Lebensmitteleinkauf eine gewisse Bedeutung zukommt. Aus Sicht der Gesprächspartner wird sich auf Grund der hohen Pkw-Affinität der heute 50- bis 60-Jährigen kurz- bis mittelfristig nichts ändern.

Der Lebensmitteleinkauf per Internet wird von der Mehrzahl der Gesprächspartner auch perspektivisch als problematisch angesehen, da der Kunde sich von der Frische der Ware vor Ort, d.h. im Betrieb, überzeugen möchte. Auch seitens der Fa. Alnatura, die als einziger der Gesprächspartner einen begrenzten Onlinekauf von Lebensmitteln - d.h. keine (Tief-)Kühlprodukte und Frischewaren - anbietet, wird der Ladenlebensmitteleinzelhandel in jedem Fall auch weiterhin als erforderlich betrachtet. Für ältere Menschen könne jedoch der Onlineeinkauf - und insbesondere die Lieferung nach Hause - zukünftig einen wichtigen Aspekt bilden. In der Summe spiegeln die Aussagen der Gesprächspartner die entsprechenden Ausführungen in Kap. 2.2 zum (Lebensmittel-)Onlinehandel wider.

Seitens der beiden Betreiber von Lebensmitteldiscountern wurde bestätigt, dass Lebensmittel im Bereich der Aktionsware an Bedeutung zunehmen und das Kernsortiment Lebensmittel insgesamt wieder deutlicher in den Vordergrund gestellt wird. Letztgenannter Aspekt wurde auch seitens der Fa. Kaufland angeführt. Zudem sind auch für die discountorientierten Betreiber regionale Produkte von Bedeutung.



## 6. NAHVERSORGUNGS(TEIL)BEREICHE - BESTAND- UND NACHFRAGE-ANALYSE SOWIE ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN

In den voranstehenden Kapiteln wurde festgestellt, dass in Ludwigsburg

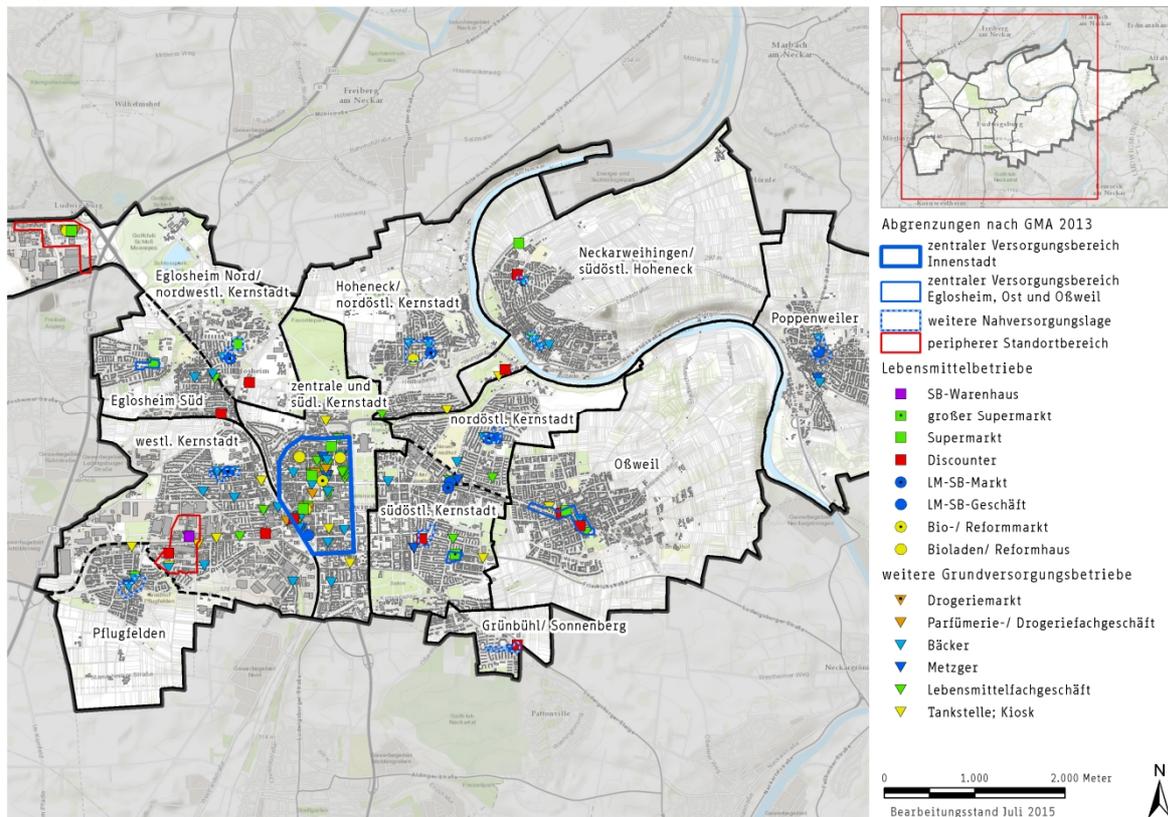
- teilweise im Grenzbereich zweier oder mehrerer Stadtteile räumliche Konzentrationen von Lebensmittelbetrieben vorliegen, deren engerer Einzugsbereich (Stichworte "Nahversorgungsumkreis" oder "rechnerische Reichweite") über den "eigenen" Stadtteil hinausgeht,
- dadurch Ansiedlungen in benachbarten bzw. nahe diesen Standort(bereich)en gelegenen Stadtteilen auch bei einem rechnerischen Angebotsdefizit problematisch sind,
- zum Teil eine kleinteilige Angebotsstruktur bezüglich der Lebensmittelbetriebe zu verzeichnen ist, die einen wesentlichen Beitrag zur Nahversorgung im eigentlichen Sinne leistet, jedoch auf Neuansiedlungen/ Erweiterungen im Umfeld - d.h. im Einzelfall auch bei entsprechenden Entwicklungen in einem benachbarten Stadtteil - besonders sensibel reagiert.

Zudem liegen hinsichtlich der Siedlungsstrukturen einzelner Stadtteile faktisch keine bzw. kaum wahrnehmbare(n) Grenzen zwischen einzelnen (Wohnsiedlungs-)Teilbereichen vor.

Für die Beurteilung der Nahversorgungssituation bzw. für Vorschläge zur Stärkung bzw. Stabilisierung der Nahversorgungsstrukturen können die Stadtteile daher nur zum Teil als sinnvolle räumliche Bezugsebene herangezogen werden. Vor diesem Hintergrund wurden Nahversorgungsbereiche gebildet - und diese zum Teil weiter in Nahversorgungsteilbereiche untergliedert -, die bei deutlichen Änderungen in der Lebensmittelnahversorgung als räumlich-funktionale Einheit zu betrachten sind.



Karte 10: Nahversorgungsbereiche und -teilbereiche



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

## 6.1 NAHVERSORGBEREICH ZENTRALE UND SÜDLICHE KERNSTADT

Der Nahversorgungsbereich zentrale und südliche Kernstadt umfasst

- den mittleren Teil des Stadtteiles Kernstadt Nord entlang der Straße "Favoritengärten" inklusive der nördlich angrenzenden nicht bebauten, bewaldeten Flächen und den südwestlichen Teilbereich südlich der Heilbronner Straße,
- den westlichen Teil des Stadtteiles Kernstadt Mitte, wobei die Grenze nach Osten die Mömpelgardstraße und - südlich der Bärenwiese - die Königsallee bilden,
- den Teilbereich des Stadtteiles Kernstadt Süd westlich des Salonwaldes.

Der Nahversorgungsbereich, in dem rd. 11.775 Einwohner leben, beinhaltet den gesamten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Weitere zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungslagen oder periphere Standortbereiche sind nicht vorhanden.



Die Abgrenzung des Nahversorgungsbereiches zentrale und südliche Kernstadt umfasst

- den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, der im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel eine hohe Anzahl an Fachgeschäften und ein großes Angebot im Sortiment Drogerie/ Parfümerie aufweist und somit auch hier eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und darüber hinaus wahrnimmt, sowie
- den unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungsgebieten, wobei nach Westen die Bahnlinie und nach Osten und Norden ausgedehnte Parkanlagen bzw. Grünflächen die Abgrenzung zu den benachbarten Nahversorgungsbereichen bilden.

Im Nahversorgungsbereich zentrale und südliche Kernstadt befinden sich rd. ein Drittel der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nahversorgungsbetriebe, darunter zahlreiche im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ansässige Fachgeschäfte (s.o.). Insgesamt sind im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sechs Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> und mehr zu verzeichnen, wovon jedoch nur zwei Betriebe - zwei Supermärkte - eine Verkaufsfläche von (deutlich) mehr als 800 m<sup>2</sup> aufweisen und somit den Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber entsprechen. Demgegenüber weisen ein weiterer Supermarkt und ein Lebensmitteldiscounter Verkaufsflächen von deutlich weniger als 800 m<sup>2</sup> auf. Hinsichtlich dieser beiden Betriebe ist jedoch zu berücksichtigen, dass eine Gefährdung des Fortbestandes auf Grund der besonderen Lage - Lage im Bahnhof bzw. unmittelbare Bahnhofnähe - und der damit verbundenen Frequenz mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht zu erwarten ist. Dies gilt ebenso für die beiden weiteren Lebensmittelbetriebe mit Verkaufsflächen von weniger als 800 m<sup>2</sup>; bei diesen handelt es sich um zwei Reform-/ Biomärkte, die auf Grund ihres spezifischen Angebotes auch auf kleineren Flächen bestehen können - wenngleich auch bei Biomärkten ein Trend zu größeren Verkaufsflächen zu verzeichnen ist (vgl. Kap. 5.2).

Der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich zentrale und südliche Kernstadt beträgt - sofern nur die Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 m<sup>2</sup> berücksichtigt werden - rd. 69%, was dem gesamtstädtischen Durchschnittswert entspricht. Außerhalb der Nahversorgungsumkreise dieser Betriebe befindet sich vor allem der südlich der Friedrichstraße gelegene Teil des Bereiches. Unter Berücksichtigung auch der kleineren Lebensmittelbetriebe ist ein deutlich höherer,



gesamtstädtisch betrachtet überdurchschnittlicher Nahversorgungsanteil von rd. 83% zu verzeichnen, da sowohl im o.g. südlichen Teilbereich als auch im Nordwesten des Nahversorgungsbereiches zentrale und südliche Kernstadt Wohnsiedlungsbereiche durch derartige Betriebe nahversorgt werden. Nicht nahversorgt ist ein Wohnsiedlungsbereich südlich der Richard-Wagner-Straße mit etwa 2.000 Einwohnern.

Tab. 5: Datenblatt Nahversorgungsbereich zentrale und südliche Kernstadt

|  |  |  |                              |                          |                                |                                |
|--|--|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>Einwohner (gerundet)</b>                          | <b>11.775</b>  | <b>bedeutsame EH-Standorte</b>                       |                              | <b>ZVB Innenstadt</b>    |                                |                                |
| <b>Anzahl NV-Betriebe</b>                            | <b>62</b>  | <b>davon Anzahl LM-Betriebe</b>                      |                              | <b>9</b>                 |                                |                                |
| <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup></b> | <b>6</b>   | <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m<sup>2</sup></b> |                              | <b>2</b>                 |                                |                                |
| <b>NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup>)</b>  | <b>69%</b>   | <b>NV-Anteil (alle LM-Betriebe)</b>                  |                              | <b>83%</b>               |                                |                                |
| <b>wesentliche NV-Betriebe</b>                       | <b>3 Supermärkte, 1 Lebensmitteldiscounter, 1 Biomarkt, 3 Drogeriemärkte</b> |  |                              |                          |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b>                                     | <b>Umsatz (in Mio. )</b>                             | <b>Kaufkraft (in Mio. €)</b> | <b>Bindungsquote</b>     |                                |                                |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              | 5.650  | 29,5   | 24,4                         | 121%                     |                                |                                |
| Lebensmittelhandwerk                                 | 550  | 8,2  | 3,7                          | 225%                     |                                |                                |
| Drogerie/ Parfümerie                                 | 2.725  | 15,6   | 3,3                          | 469%                     |                                |                                |
| <b>Summe</b>   | <b>8.925</b>   | <b>53,3</b>  | <b>31,4</b>                  |                          |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>VKF</b>   | <b>zentr. Versorgungsbereich</b>                     | <b>Nahversorgungslage</b>    | <b>sonst. integriert</b> | <b>periph. Standortbereich</b> | <b>sonst. nicht integriert</b> |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              |  | 5.550  |                              | 0                        |                                | 75                             |
| Lebensmittelhandwerk                                 |  | 525  |                              | 25                       |                                | 0                              |
| Drogerie/ Parfümerie                                 |  | 2.725  |                              | 0                        |                                | 0                              |
| <b>Summe</b>   |  | <b>8.825</b>   |                              | <b>25</b>                |                                | <b>75</b>                      |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Quantitativ betrachtet weist der Nahversorgungsbereich zentrale und südliche Kernstadt in allen untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo einen Kaufkraft-



zufluss auf, wobei dieser im Sortiment Drogerie/ Parfümerie - auf Grund der gesamtstädtischen bis überörtlichen Versorgungsfunktion (s.o.) - bei einer Bindungsquote von mehr als 400% sehr hoch ausfällt. Das Angebot in den untersuchungsrelevanten Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie befindet sich nahezu vollständig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

### **Empfehlung:**

Der innerhalb des Nahversorgungsbereiches zentrale und südliche Kernstadt gelegene zentrale Versorgungsbereich Innenstadt nimmt bezogen auf sein Gesamt(einzelhandels)angebot eine überörtliche/ regionale Versorgungsfunktion wahr<sup>40</sup>; dies gilt auch für das - eigentlich nahversorgungsrelevante - Sortiment Drogerie/ Parfümerie. In den untersuchungsrelevanten Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie gilt es die bestehende Vielfalt hinsichtlich Betriebsformen und Betriebsgrößen zu erhalten, wobei hierfür das Gesamtangebot im Einzelhandel sowie auch bei Dienstleistungen und im Bereich Gastronomie zu erhalten und zu sichern ist. Wesentlich ist diesbezüglich die Einhaltung und Umsetzung der in der Einzelhandelsentwicklungskonzeption enthaltenen Empfehlungen hinsichtlich der Standort- und der Sortimentskonzeption, wobei die Attraktivitätssteigerung und Stärkung der Innenstadt eine der drei grundlegenden Säulen bildet<sup>41</sup>.

Akuter Handlungsbedarf ist derzeit innerhalb des Nahversorgungsbereiches zentrale und südliche Kernstadt nicht zu verzeichnen. Neuansiedlungen und Erweiterungen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt entsprechender Betriebe sollten in jedem Fall ermöglicht werden. Im räumlich nicht nahversorgten südlichen Teilbereich sollte die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes bis zur Schwelle der Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> grundsätzlich ermöglicht werden, zumal auf Grund der relativ hohen Zahl nicht nahversorgter Einwohner (rd. 2.000 Einwohner, s.o.) ein derartiger Betrieb seinen Umsatz rein rechnerisch in dem nicht nahversorgten Bereich erwirtschaften könnte. Unabdingbare Voraussetzung für eine derartige Ansiedlung ist ein sonstiger integrierter Standort, der die bestehende Nahversorgungslücke weitest-

---

<sup>40</sup> Vgl. GMA, a.a.O., S. 71 f.

<sup>41</sup> Vgl. GMA, a.a.O., S. 66 ff.



gehend schließt und demzufolge eine räumlich zentrale Lage innerhalb dieses nicht nahversorgten Teilbereiches aufweist.

## **6.2 NAHVERSORGUNGSBEREICH ÖSTLICHE KERNSTADT**

Der Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt umfasst

- den östlichen Teil des Stadtteiles Kernstadt Mitte, wobei die Grenze nach Westen die Mömpelgardstraße und - südlich der Bärenwiese - die Königsallee bilden,
- den gesamten Stadtteil Kernstadt Ost
- die östlich der Königsallee gelegenen Siedlungsgebiete des Stadtteiles Kernstadt Süd, die teilweise ebenfalls unmittelbar an die Siedlungsbereiche des Stadtteiles Ost anschließen bzw. über die Aldinger Straße an diesen angebunden sind.

Der Nahversorgungsbereich, der eine Bevölkerungszahl von rd. 19.475 Einwohnern aufweist, ist auf Grund der räumlichen Ausdehnung sowie der bestehenden Nahversorgungsstrukturen in zwei Nahversorgungsteilbereiche - nordöstliche Kernstadt und südöstliche Kernstadt - untergliedert. Die Grenze zwischen diesen beiden Bereichen bilden - von West nach Ost - die Erlachhofstraße, die Robert-Koch-Straße und die Schorndorfer Straße. Im Teilbereich nordöstliche Kernstadt (rd. 6.925 Einwohner) befindet sich die Nahversorgungslage Schlösslesfeld. Im Teilbereich südöstliche Kernstadt (rd. 12.550 Einwohner) liegen der zentrale Versorgungsbereich Ost/ Kaufland und die Nahversorgungslage Ost/ Oststraße.

Im Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt befinden sich etwas mehr als 10% der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nahversorgungsbetriebe. Zwei Drittel davon - 14 Betriebe - liegen im Nahversorgungsteilbereich südöstliche Kernstadt, und hier überwiegend im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland und in der Nahversorgungslage Ost/ Oststraße. Darunter sind insgesamt vier Lebensmittelbetriebe zu verzeichnen, wobei die beiden größten, ein großer Supermarkt und ein großflächiger Lebensmitteldiscounter, im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland bzw. in der Nahversorgungslage Ost/ Oststraße angesiedelt sind. Der große Supermarkt entspricht hinsichtlich seiner Verkaufsfläche den Betreiberanforderungen, während hinsichtlich des Lebensmitteldiscounters betreiberspezifisch eine Erweiterungsabsicht zu erwarten ist.



Des Weiteren befinden sich im Norden des Teilbereiches an einem Doppelstandort im Kreuzungsbereich Schorndorfer Straße/ Alter Oßweiler Weg ein Lebensmittel-SB-Markt und ein Lebensmittel-SB-Geschäft. Diese beiden Betriebe nehmen Nahversorgungsfunktion für den Raum zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland und der Nahversorgungslage Schlösslesfeld (im nördlichen Teilbereich) wahr. Da es sich hierbei um inhabergeführte Betriebe handelt, ist eine Erweiterung perspektivisch zwar nicht auszuschließen, aber auch nicht notwendige Voraussetzung für den Fortbestand.

Im Nahversorgungsteilbereich nordöstliche Kernstadt mit insgesamt sieben Nahversorgungsbetrieben - überwiegend Betriebe des Lebensmittelhandwerkes - befinden sich in der Nahversorgungslage Schlösslesfeld ebenfalls ein Lebensmittel-SB-Markt und ein Lebensmittel-SB-Geschäft. Da es sich wiederum um inhabergeführte Betriebe handelt, ist eine Erweiterung perspektivisch zwar nicht auszuschließen, aber auch keine notwendige Voraussetzung für den Fortbestand.

Der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt beträgt - bei alleiniger Berücksichtigung der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 m<sup>2</sup> - rd. 82% und liegt somit deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnitt. Inklusive der kleineren Lebensmittelbetriebe ergibt sich ein nur geringfügig höherer Nahversorgungsanteil von rd. 83%, da die beiden im Bereich gelegenen Lebensmittel-SB-Geschäfte sich in Nachbarschaft zu jeweils einem Lebensmittel-SB-Markt befinden (s.o.). Dieser Wert liegt jedoch ebenfalls über dem entsprechenden gesamtstädtischen Nahversorgungsanteil von rd. 76%.

Die Nahversorgungsanteile der beiden Nahversorgungsteilbereiche südöstliche und nordöstliche Kernstadt sind nahezu identisch und betragen bei Berücksichtigung

- nur der Lebensmittelbetriebe mit 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und mehr rd. 82% bzw. rd.81%,
- aller Lebensmittelbetriebe rd. je rd. 83%.

Demzufolge werden auch in den beiden Teilbereichen jeweils überdurchschnittliche Anteilswerte erzielt. Räumlich nicht nahversorgt sind

- im Nahversorgungsteilbereich südöstliche Kernstadt der Siedlungsbereich südlich der Königinallee und Königsberger Straße mit etwa rd. 1.900 Einwohnern - unter



Einbeziehung der nicht nahversorgten Einwohner im Westen des Nahversorgungsbereiches Grünbühl - sowie der überwiegende Bereich westlich der Parkanlage des Residenzschlosses bis etwa zur Friedrich-Ebert-Straße mit etwa 1.000 Einwohnern,

- im Nahversorgungsteilbereich nordöstliche Kernstadt der Siedlungsbereich nördlich und südlich entlang der Erlachhofstraße. Dieser nicht nahversorgte Bereich umfasst - unter Mitberücksichtigung des im Nahversorgungsbereich Hoheneck/Reichertshalde entlang der Marbacher Straße nicht nahversorgten Wohnsiedlungsbereiches - rd. 2.100 Einwohner.

Quantitativ betrachtet weist der Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt per Saldo im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel einen leichten und in den Sortimenten Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie jeweils einen deutlichen Kaufkraftabfluss auf. Diese Werte spiegeln zum einen die überwiegend kleinteilige Angebotsstruktur - auch bezogen auf die Lebensmittelbetriebe, s.o. - und zum anderen die Nähe zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wider.

Differenziert nach Nahversorgungsteilbereichen zeigen sich deutliche Unterschiede:

- Der südöstliche Teilbereich verzeichnet im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel bei einer Bindungsquote von gut 120% per Saldo einen Kaufkraftzufluss; bedingt ist dies im Wesentlichen durch den im zentralen Versorgungsbereich Kaufland/Ost angesiedelten großen Supermarkt und dem in der Nahversorgungslage ansässigen leistungsstarken Lebensmitteldiscounter.

Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie können insbesondere auf Grund des umfangreichen Angebotes des o.g. großen Supermarktes per Saldo annähernd zwei Drittel der Kaufkraft gebunden werden.

- Der nordöstliche Teilbereich weist im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel nur eine Bindungsquote von rd. 30% auf, im Sortiment Drogerie/ Parfümerie liegt sie sogar bei etwas weniger als 10%. Diese Werte sind auf die vergleichsweise geringen Verkaufsflächen der beiden in diesem Teilbereich angesiedelten Lebensmittelbetriebe zurückzuführen.



Tab. 6: Datenblatt Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt

|  |   |  |                       |   |                         |                         |
|--|---|--|-----------------------|---|-------------------------|-------------------------|
| Einwohner (gerundet)                           | 19.475  | bedeutsame EH-Standorte                        |                       | ZVB Ost/ Kaufland<br>NVL Ost/ Oststraße<br>NVL Schlösslesfeld |                         |                         |
| Anzahl NV-Betriebe                             | 21  | davon Anzahl LM-Betriebe                       |                       | 6   |                         |                         |
| davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m <sup>2</sup> | 4   | davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m <sup>2</sup> |                       | 2   |                         |                         |
| NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m <sup>2</sup> ) | 82%   | NV-Anteil (alle LM-Betriebe)                   |                       | 83%   |                         |                         |
| wesentliche NV-Betriebe                        | 1 großer Supermarkt, 1 Lebensmitteldiscounter |  |                       |   |                         |                         |
| Sortiment                                      | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )           | Umsatz (in Mio. )                              | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote   |                         |                         |
| Nahrungs-/ Genussmittel                        | 5.950   | 35,9   | 40,4                  | 89%   |                         |                         |
| Lebensmittelhandwerk                           | 225   | 3,2  | 6,0                   | 53%   |                         |                         |
| Drogerie/ Parfümerie                           | 550   | 2,4  | 5,5                   | 44%   |                         |                         |
| <b>Summe</b>                                   | <b>6.700</b>                                  | <b>41,5</b>                                    | <b>52,0</b>           |   |                         |                         |
| Sortiment                                      | VKF   | zentr. Versorgungsbereich                      | Nahversorgungslage    | sonst. integriert   | periph. Standortbereich | sonst. nicht integriert |
| Nahrungs-/ Genussmittel                        |   | 3.600  | 1.900                 | 425   |                         |                         |
| Lebensmittelhandwerk                           |   | 50   | 125                   | 50  |                         |                         |
| Drogerie/ Parfümerie                           |   | 400  | 150                   | 0   |                         |                         |
| <b>Summe</b>                                   |   | <b>4.050</b>                                   | <b>2.175</b>          | <b>475</b>  |                         |                         |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Differenziert nach Standorttypen wird das Angebot in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie durch den im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland gelegenen großen Supermarkt geprägt. Weiterhin sind noch die beiden Nahversorgungslagen Ost/ Oststraße und Schlösslesfeld in den untersuchungsrelevanten Sortimenten von Bedeutung.

### **Empfehlung:**

Der Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt weist eine - räumlich betrachtet - gute Nahversorgungssituation auf. Quantitative Defizite sind vor allem im Nahver-



sorgungsteilbereich nordöstliche Kernstadt zu verzeichnen. Hier sollte die Möglichkeit der Erweiterung bestehender oder der Ansiedlung zusätzlicher Lebensmittelbetriebe im Bereich der Nahversorgungslage Schlösslesfeld geprüft und ggf. ermöglicht werden. Eine Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes im nicht nahversorgten Siedlungsbereich nördlich und südlich entlang der Erlachhofstraße, d.h. im Bereich des Baugebietes am Zuckerberg, sollte - trotz eines hinreichenden rechnerischen Potenziales unter Einbeziehung des im Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde entlang der Marbacher Straße nicht nahversorgten Wohnsiedlungsbereiches - nicht ermöglicht werden, um den Bestand und evtl. Entwicklungen im Bereich der Nahversorgungslage Schlösslesfeld - sowie auch der Nahversorgungslage Hoheneck im Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde - nicht zu gefährden.

Hinsichtlich der weiteren räumlichen Nahversorgungslücken ist zu konstatieren, dass der nicht nahversorgte Siedlungsbereich südlich der Königinallee und Königsberger Straße mit etwa rd. 1.900 Einwohnern - unter Einbeziehung der nicht nahversorgten Einwohner im Westen des Nahversorgungsbereiches Grünbühl - rein rechnerisch für einen Lebensmittelbetrieb mit rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein nur knapp hinreichendes Potenzial bietet. Da sich der nicht nahversorgte Siedlungsbereich zudem im engeren Einzugsgebiet des im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland gelegenen großen Supermarktes sowie auch des im Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg ansässigen leistungsstarken Lebensmitteldiscounters befindet, sollte die Nahversorgungssituation vorrangig durch kleinteilige Angebote mit Gebietsversorgungscharakter verbessert werden.

Der weiterhin nicht nahversorgte Siedlungsbereich westlich der Parkanlage des Residenzschlosses bis etwa zur Friedrich-Ebert-Straße mit etwa 1.000 Einwohnern weist für einen Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche im Bereich der Großflächigkeitsschwelle kein hinreichendes rechnerisches Potenzial auf.

Der im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland bestehende große Supermarkt und der in der Nahversorgungslage Ost/ Oststraße angesiedelte Lebensmitteldiscounter sollten in jedem Fall erhalten bleiben, wobei vor dem Hintergrund des gesamtstädtischen Entwicklungsspielraumes im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel Erweiterungen vorrangig zur Sicherung des Bestandes durchgeführt werden sollten.



Eine Erweiterung der am sonstigen integrierten Standort Schorndorfer Straße/ Alte Oßweiler Straße ansässigen kleinen Lebensmittelbetriebe oder eine Neuansiedlung eines nicht großflächigen Betriebes in unmittelbarer Nähe sollte auf Grund der Nahversorgungsfunktion ermöglicht werden, sofern die Angebotssituation in der Nahversorgungslage Schlösslesfeld sich signifikant verbessert und gefestigt hat.

### **6.3 NAHVERSORGUNGSBEREICH WESTLICHE KERNSTADT/ PFLUGFELDEN**

Der Nahversorgungsbereich westliche Kernstadt/ Pflugfelden, dessen Bevölkerungszahl bei rd. 15.575 Einwohnern liegt, besteht aus den beiden Stadtteilen Kernstadt West und Pflugfelden, die jeweils einen eigenen Nahversorgungsteilbereich bilden.

- Die östlich bzw. nördlich des Teilbereiches westliche Kernstadt weist eine deutliche Trennwirkung zu den (Wohn-)Siedlungsbereichen der benachbarten Nahversorgungsbereiche auf.
- Der Siedlungsbereich des Stadtteiles Pflugfelden ist im Norden durch die Schwieberdinger Straße und im Osten durch einen Grünzug deutlich vom Stadtteil Kernstadt West getrennt; jedoch strahlt das am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße gelegene SB-Warenhaus deutlich in beide Stadtteile (und darüber hinaus) aus.

Im Nahversorgungsbereich westliche Kernstadt/ Pflugfelden befinden sich etwas mehr als 15% der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nahversorgungsbetriebe. Der weit überwiegende Teil - 25 Betriebe - ist im Nahversorgungsteilbereich westliche Kernstadt angesiedelt, wobei anzahlbezogen Betriebe des Lebensmittelhandwerkes dominieren. Jedoch befinden sich auch vier Lebensmittelbetriebe darunter, wobei ein im peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße angesiedeltes SB-Warenhaus auf Grund seiner sehr großen Verkaufsfläche eine sehr hohe, auch überörtliche Versorgungsfunktion aufweist. Weiterhin sind zwei großflächige Lebensmitteldiscounter, einer am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße und einer an einem sonstigen integrierten Standort im Osten des Teilbereiches - festzustellen, zudem ein Lebensmittel-SB-Markt in der Nahversorgungslage Osterholzallee.

Das o.g. SB-Warenhaus sowie der an einem sonstigen integrierten Standort gelegene Lebensmitteldiscounter entsprechen den seitens der Betreiber geäußerten Ver-



kausflächenanforderungen, während für den am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße ansässigen Lebensmitteldiscounter eine Erweiterung perspektivisch zu erwarten ist. Bei dem in der Nahversorgungslage Osterholzallee angesiedelten Lebensmittel-SB-Marktes handelt es sich um einen inhabergeführten Betrieb, sodass eine Erweiterung perspektivisch zwar nicht auszuschließen, aber auch keine notwendige Voraussetzung für den Fortbestand ist.

Im Nahversorgungsteilbereich Pflugfelden sind fünf Nahversorgungsbetriebe angesiedelt, die sich mit Ausnahme eines Tankstellenshops in der Nahversorgungslage Pflugfelden befinden. Dabei handelt es sich überwiegend um Betriebe des Lebensmittelhandwerks, ein Lebensmittelbetrieb existiert hingegen nicht.

Der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich westliche Kernstadt/ Pflugfelden beträgt - sowohl mit und ohne Berücksichtigung der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> - rd. 67% und liegt somit geringfügig bzw. deutlich unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt.

Die Nahversorgungsanteile der beiden Nahversorgungsteilbereiche westliche Kernstadt und Pflugfelden differieren deutlich:

- Der Anteilswert des Teilbereiches westliche Kernstadt beträgt - wiederum sowohl mit und ohne Berücksichtigung der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> - rd. 84% und liegt damit jeweils deutlich über dem gesamtstädtischen Wert. Bedingt ist dies insbesondere durch die räumliche Verteilung der beiden an integrierten Standorten ansässigen Lebensmittelbetriebe (s.o.). Nicht nahversorgt sind lediglich der nordwestliche Wohnsiedlungsbereich westlich des Kreuzungsbereiches Osterholzallee/ Talallee/ Gänsfußallee mit rd. 800 Einwohnern sowie der im Süden gelegene Wohnsiedlungsbereich Köhlstraße/ Im Lerchenholz mit rd. 600 Einwohnern.
- Für den Teilbereich Pflugfelden ist hingegen - ebenfalls sowohl mit und ohne Berücksichtigung der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> - ein Anteilswert von nur rd. 21% zu verzeichnen. Dieser sehr niedrige Wert ist auf das Fehlen eines Lebensmittelbetriebes innerhalb des Teilbereiches zurückzuführen; eine Nahversorgungsmöglichkeit besteht nur für den nordöstlichen Teil des Siedlungsbereiches durch den am peripheren Standortbereich Schwieberdinger



Straße/ Steinbeisstraße ansässigen Lebensmitteldiscounter. Demgegenüber sind die Wohnsiedlungsbereiche westlich der Leinfeldener Straße bzw. Dorfstraße mit rd. 3.400 Einwohnern nicht nahversorgt.

Quantitativ betrachtet weist der Nahversorgungsbereich westliche Kernstadt/ Pflugfelden per Saldo im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel einen erheblichen und im Sortiment Lebensmittelhandwerk einen leichten Kaufkraftzufluss auf. Ersterer ist im Wesentlichen bedingt durch das am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße angesiedelte SB-Warenhaus sowie den ebenfalls dort bestehenden Lebensmitteldiscounter. Demgegenüber fließt im Sortiment Drogerie/ Parfümerie trotz des umfangreichen Angebotes des o.g. SB-Warenhauses per Saldo gut ein Viertel der Kaufkraft ab, was auf die relativ hohe Einwohnerzahl und die Versorgungsfunktion des nahegelegenen zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zurückzuführen ist.

Differenziert nach Nahversorgungsteilbereichen zeigen sich deutliche Unterschiede:

- Der Teilbereich westliche Kernstadt verzeichnet im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel bei einer Bindungsquote von annähernd 250% per Saldo einen erheblichen Kaufkraftzufluss; auch in den beiden weiteren untersuchungsrelevanten Sortimenten sind bei Bindungsquoten von gut 125% und etwas mehr als 100% per Saldo Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Bedingt sind diese Werte im Wesentlichen auf das bereits mehrfach erwähnte SB-Warenhaus und auch auf den großflächigen Lebensmitteldiscounter am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße.
- Der Nahversorgungsteilbereich Pflugfelden weist hingegen nur im Sortiment Lebensmittelhandwerk bei einer Bindungsquote von annähernd 80% einen relativ hohen Wert auf. Im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird hingegen per Saldo nur ein sehr geringer Teil der Kaufkraft gebunden (Bindungsquote annähernd 15%), während im Sortiment Drogerie/ Parfümerie kein signifikantes Angebot besteht.



Tab. 7: Datenblatt Nahversorgungsbereich westliche Kernstadt/ Pflugfelden

|  |  |  |                       |   |                         |                         |
|--|--|--|-----------------------|---|-------------------------|-------------------------|
| Einwohner (gerundet)                           | 15.575                                   | bedeutsame EH-Standorte                        |                       | NVL Pflugfelden<br>NVL Osterholzallee<br>pStb Schwieberdinger Str./ Steinbeisstr. |                         |                         |
| Anzahl NV-Betriebe                             | 30                                       | davon Anzahl LM-Betriebe                       |                       | 4   |                         |                         |
| davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m <sup>2</sup> | 4  | davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m <sup>2</sup> |                       | 3   |                         |                         |
| NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m <sup>2</sup> ) | 67%                                      | NV-Anteil (alle LM-Betriebe)                   |                       | 67%   |                         |                         |
| wesentliche NV-Betriebe                        | 1 SB-Warenhaus, 2 Lebensmitteldiscounter |  |                       |   |                         |                         |
| Sortiment                                      | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )      | Umsatz (in Mio. )                              | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote   |                         |                         |
| Nahrungs-/ Genussmittel                        | 8.725                                    | 58,6   | 32,4                  | 181%  |                         |                         |
| Lebensmittelhandwerk                           | 350                                      | 5,5  | 4,8                   | 113%  |                         |                         |
| Drogerie/ Parfümerie                           | 700                                      | 3,3  | 4,4                   | 74%   |                         |                         |
| <b>Summe</b>                                   | <b>9.800</b>                             | <b>67,3</b>                                    | <b>41,6</b>           |   |                         |                         |
| Sortiment                                      | VKF                                      | zentr. Versorgungsbereich                      | Nahversorgungslage    | sonst. integriert   | periph. Standortbereich | sonst. nicht integriert |
| Nahrungs-/ Genussmittel                        |  |  | 525                   | 875   | 7.325                   |                         |
| Lebensmittelhandwerk                           |  |  | 150                   | 125   | 75                      |                         |
| Drogerie/ Parfümerie                           |  |  | 25                    | 75  | 600                     |                         |
| <b>Summe</b>                                   |  |  | <b>700</b>            | <b>1.100</b>  | <b>8.000</b>            |                         |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Differenziert nach Standorttypen wird das Angebot in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie durch den peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße - und hier insbesondere durch das SB-Warenhaus - geprägt. An integrierten Standorten - Nahversorgungslagen Osterholzallee und Pflugfelden sowie sonstige integrierte Standorte - befindet sich nur ein vergleichsweise geringer Teil des Angebots, der jedoch im Teilbereich westliche Kernstadt für die Nahversorgung von hoher Bedeutung ist. Im Lebensmittelhandwerk entfällt hingegen der Großteil des Angebotes auf integrierte Standorte.



### **Empfehlung:**

Der Nahversorgungsbereich westliche Kernstadt/ Pflugfelden weist im Teilbereich Pflugfelden auf Grund des Fehlens eines Lebensmittelbetriebes ein hohes Nahversorgungsdefizit - sowohl quantitativ als auch räumlich - auf. Vor diesem Hintergrund sollte im Bereich der Nahversorgungslage Pflugfelden die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes - auch großflächig - grundsätzlich ermöglicht werden, zumal die bestehende räumliche Nahversorgungslücke mit etwa 3.400 Einwohnern rein rechnerisch für einen derartigen Betrieb hinreichend wäre. Allerdings ist eine derartige Verbesserung der Nahversorgungssituation auf Grund des großen Angebotes am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße nur schwerlich umsetzbar. Die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes außerhalb der Nahversorgungslage Pflugfelden sollte nur dann in Erwägung gezogen werden, wenn

- nach eingehender Prüfung innerhalb der Nahversorgungslage oder unmittelbar an diese angrenzend keine räumlich-bauliche Möglichkeit zur Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes besteht und
- der Betrieb einem Großteil der Bevölkerung des Nahversorgungsbereiches eine Nahversorgung im eigentlichen Sinne - d.h. eine fußläufige Nahversorgung - bietet.

Die im Nahversorgungsteilbereich westliche Kernstadt gelegenen, nicht nahversorgten Siedlungsbereiche (s.o.) weisen für einen Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche im Bereich der Großflächigkeitsschwelle kein hinreichendes rechnerisches Potenzial auf.

Am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße ist der Bestand in den untersuchungsrelevanten Sortimenten zu sichern; dies gilt auch hinsichtlich etwaiger Erweiterungsabsichten.

Im Bereich der Nahversorgungslage Osterholzallee sollte der Bestand gesichert und gestärkt werden; eine Erweiterung des bestehenden Lebensmittel-SB-Marktes oder eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes sollte demzufolge in jedem Fall ermöglicht werden.

Der im Teilbereich westliche Kernstadt an einem sonstigen integrierten Standort an der Martin-Luther-Straße angesiedelte Lebensmitteldiscounter sollte in seinem Bestand gesichert werden: Zum einen übernimmt dieser Betrieb eine wichtige Nahver-



sorgungsfunktion für den südlichen Teil des Nahversorgungsteilbereichs, zum anderen sollen Entwicklungen in der Nahversorgungslage Osterholzallee, die sich in relativ geringer Entfernung befindet, nicht gefährdet werden.

#### **6.4 NAHVERSORGUNGSBEREICH EGLOSHEIM/ NORDWESTLICHE KERNSTADT**

Der Nahversorgungsbereich Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt umfasst

- den Stadtteil Eglosheim und
- den Teilbereich des Stadtteiles Kernstadt Nord nördlich der Heilbronners Straße und westlich der nicht bebauten, bewaldeten Flächen, die sich nördlich des Siedlungsbereiches entlang der Straße "Favoritegärten" erstrecken.

Letztgenannter Bereich ist zwar durch die Bahnlinie vom Stadtteil Eglosheim getrennt, allerdings wird die Trennwirkung durch mehrere Verbindungen sowohl für Fahrzeuge als auch für Fußgänger/ Radfahrer nahezu aufgehoben.

Der Nahversorgungsbereich, dessen Einwohnerzahl rd. 12.000 Einwohner beträgt, untergliedert sich in zwei Nahversorgungsteilbereiche, wobei die Frankfurter Straße die Grenze bildet: Im Teilbereich Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt (rd. 5.950 Einwohner) sind dabei die Nahversorgungslage Eglosheim Nord-Ost und der periphere Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld gelegen. Im Teilbereich Eglosheim Süd (rd. 6.050 Einwohner) befindet sich der zentrale Versorgungsbereich Eglosheim/ Hirschbergsiedlung.

Im Nahversorgungsbereich Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt befinden sich annähernd 20% der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nahversorgungsbetriebe. Der weit überwiegende Teil - 28 Betriebe - ist im Nahversorgungsteilbereich Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt - und hier wiederum überwiegend am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld - angesiedelt. Neben zahlreichen Betrieben des Lebensmittelhandwerkes und Lebensmittelfachgeschäften existieren im Nahversorgungsteilbereich u.a. zwei Drogeriemärkte und fünf Lebensmittelbetriebe - je ein großflächiger Supermarkt bzw. Discounter sowie ein weiterer nicht großflächiger Supermarkt, ein Lebensmittel-SB-Markt und ein Reformhaus. Davon befinden sich vier - der großflächige Supermarkt, das Reformhaus und die beiden Drogeriemärkte - am o.g. peripheren Standortbereich. Der nicht großflächige Supermarkt und der Lebensmittel-SB-Markt (s.o.) sind in der Nahversorgungslage Eg-



losheim Nord-Ost angesiedelt, der großflächige Discounter an einem sonstigen integrierten Standort östlich der Bahnlinie an der Reuteallee.

Die beiden o.g. Supermärkte und der Lebensmittel-SB-Markt weisen jeweils eine Verkaufsfläche auf, die deutlich unterhalb der von Betreibern geforderten Mindestverkaufsfläche bei Neuansiedlungen liegt. Für den am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld ist vor diesem Hintergrund perspektivisch eine Erweiterungsabsicht nicht auszuschließen, während bei den in der Nahversorgungslage Eglosheim Nord-Ost angesiedelten Lebensmittelbetrieben es sich um inhabergeführte Betriebe handelt, sodass eine Erweiterung perspektivisch zwar nicht auszuschließen, aber - insbesondere im Hinblick auf den inhabergeführten Supermarkt - auch nicht notwendige Voraussetzung für den Fortbestand ist. Der an der Reuteallee an einem sonstigen Standort gelegene Lebensmitteldiscounter wird derzeit bereits erweitert; auf Grund der betreiberspezifischen perspektivischen Verkaufsflächenanforderungen ist eine weitere Erweiterungsabsicht jedoch nicht auszuschließen.

Im Nahversorgungsteilbereich Eglosheim Süd sind sieben Nahversorgungsbetriebe angesiedelt, wobei es sich überwiegend um Betriebe des Lebensmittelhandwerkes handelt. Zwei Lebensmittelbetriebe - ein im zentralen Versorgungsbereich Eglosheim/ Hirschbergsiedlung ansässiger, großflächiger Supermarkt und ein an einem sonstigen integrierten Standort angesiedelter, nicht großflächiger Lebensmitteldiscounter im Süden des Teilbereiches - nehmen wichtige Nahversorgungsfunktion wahr. Beide Betriebe weisen Verkaufsflächen auf, die unter den seitens der Betreiber bei Neuansiedlungen geforderten Mindestverkaufsflächen liegen, sodass perspektivisch Erweiterungsabsichten - sofern möglich bzw. inklusive einer Verlagerung - zu erwarten sind.

Der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt beträgt - sowohl mit und ohne Berücksichtigung der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> - rd. 89%; beide Werte stellen jeweils den höchsten unter den Nahversorgungsanteilen der Nahversorgungsbereiche dar.

Die Nahversorgungsanteile der beiden Nahversorgungsteilbereiche Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt und Eglosheim Süd differieren deutlich, wenngleich beide Teilbereiche überdurchschnittliche Anteilswerte aufweisen:



- Der Anteilswert des Teilbereiches Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt beträgt - wiederum sowohl mit und ohne Berücksichtigung der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> - rd. 95%. Bedingt ist dies durch den relativ kompakten (Wohn-)Siedlungskörper und die räumliche Verteilung der an integrierten Standorten ansässigen Lebensmittelbetriebe. Keinen Anteil an diesem hohen Nahversorgungsanteil haben die am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld angesiedelten Lebensmittelbetriebe auf Grund ihres nicht integrierten Standortes und ihrer deutlichen Entfernung zur Wohnbebauung des Nahversorgungsbereiches Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt.
- Für den Teilbereich Eglosheim Süd ist - ebenfalls sowohl mit und ohne Berücksichtigung der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> - ein Anteilswert von rd. 83% zu verzeichnen, was im Wesentlichen auf die räumliche Verteilung der beiden im Teilbereich bestehenden Lebensmittelbetriebe zurückzuführen ist. Nicht nahversorgt ist der entlang der Hirschbergstraße gelegene Wohnsiedlungsbereich westlich des Starenweges bzw. der Jakob-Seyfang-Straße mit etwa 1.000 Einwohnern.

Quantitativ betrachtet weist der Nahversorgungsbereich Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel in etwa eine rechnerische Vollversorgung auf. Im Sortiment Lebensmittelhandwerk besteht ein leichter, im Sortiment Drogerie/ Parfümerie bei einer Bindungsquote von rd. 350% per Saldo ein sehr deutlicher Kaufkraftzufluss.

Differenziert nach Nahversorgungsteilbereichen zeigen sich deutliche Unterschiede:

- Der Teilbereich Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt verzeichnet in allen untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo Kaufkraftzuflüsse, wobei diese im Sortiment Drogerie/ Parfümerie bei einer Bindungsquote von annähernd 700% sehr hoch, in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Lebensmittelhandwerk bei Bindungsquoten von annähernd 140% bzw. gut 160% deutlich ausfallen. Der sehr hohe Wert im Sortiment Drogerie/ Parfümerie ist im Wesentlichen auf die beiden bereits genannten Drogeriemärkte sowie mehrere Drogerie/ Parfümeriefachgeschäfte, die alle am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld angesiedelt sind, zurückzuführen.
- Im Teilbereich Eglosheim Süd sind in allen untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Ein besonders geringer



Wert liegt mit einer Bindungsquote von rd. 25% im Sortiment Drogerie/ Parfümerie vor, während in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Lebensmittelhandwerk Bindungsquoten von knapp 60% bzw. 70% erreicht werden. Bedingt sind diese geringen Werte u.a. durch die vergleichsweise geringen Verkaufsflächen der beiden im Teilbereich existierenden Lebensmittelbetriebe (s.o.).

Tab. 8: Datenblatt Nahversorgungsbereich Eglosheim / nordwestliche Kernstadt

|  |   |                           |  |                                |   |
|--|---|---------------------------|--|--------------------------------|---|
| <b>Einwohner (gerundet)</b>                          | 12.000  |                           | <b>bedeutsame EH-Standorte</b>                       |                                | ZVB Eglosheim/ Hirschbergsiedlung<br>NVL Eglosheim Nord-Ost<br>pStb Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld |
| <b>Anzahl NV-Betriebe</b>                            | 35  |                           | <b>davon Anzahl LM-Betriebe</b>                      |                                | 7   |
| <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup></b> | 6   |                           | <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m<sup>2</sup></b> |                                | 3   |
| <b>NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup>)</b>  | 89%   |                           | <b>NV-Anteil (alle LM-Betriebe)</b>                  |                                | 89%   |
| <b>wesentliche NV-Betriebe</b>                       | 3 Supermärkte, 2 Lebensmitteldiscounter, 2 Drogeriemärkte |                           |  |                                |   |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b>                  | <b>Umsatz (in Mio. )</b>  | <b>Kaufkraft (in Mio. €)</b>                         | <b>Bindungsquote</b>           |   |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              | 4.500   | 24,3                      | 24,9   | 97%                            |   |
| Lebensmittelhandwerk                                 | 300   | 4,3                       | 3,7  | 116%                           |   |
| Drogerie/ Parfümerie                                 | 2.125   | 11,9                      | 3,4  | 350%                           |   |
| <b>Summe</b>   | <b>6.925</b>  | <b>40,5</b>               | <b>32,1</b>  |                                |   |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>VKF zentr. Versorgungsbereich</b>                      | <b>Nahversorgungslage</b> | <b>sonst. integriert</b>                             | <b>periph. Standortbereich</b> | <b>sonst. nicht integriert</b>  |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              | 775   | 750                       | 1.600  | 1.375                          |   |
| Lebensmittelhandwerk                                 | 25  | 50                        | 75   | 175                            |   |
| Drogerie/ Parfümerie                                 | 75  | 50                        | 150  | 1.850                          |   |
| <b>Summe</b>   | <b>875</b>  | <b>850</b>                | <b>1.825</b>   | <b>3.375</b>                   |   |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Differenziert nach Standorttypen wird das Angebot in den Sortimenten Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie durch den peripheren Standortbereich Lud-



wigsburg Nord/ Tammer Feld geprägt. Im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel befindet sich das Angebot vor allem an sonstigen integrierten Standorten sowie am o.g. peripheren Standortbereich; im zentralen Versorgungsbereich Eglosheim/ Hirschbergsiedlung und in der Nahversorgungslage Eglosheim Nord-Ost ist hingegen jeweils nur ein vergleichsweise geringes Angebot vorzufinden.

### **Empfehlung:**

Der Nahversorgungsbereich Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt weist im Teilbereich Eglosheim Süd quantitative Defizite auf, die jedoch durch das Angebot im Teilbereich Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt (über-)kompensiert werden. Bedingt ist dies - zumindest in den Sortimenten Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie - durch das Angebot der am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld angesiedelten Betriebe mit untersuchungsrelevantem Kernsortiment.

Auf Grund der nicht integrierten Lage des peripheren Standortbereiches Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld ist der Bestand in den untersuchungsrelevanten Sortimenten zu sichern; dies gilt auch hinsichtlich etwaiger Erweiterungsabsichten.

Demgegenüber sollten im zentralen Versorgungsbereich Eglosheim/ Hirschbergsiedlung und in der Nahversorgungslage Eglosheim Nord-Ost Erweiterungen der bestehenden Lebensmittelbetriebe oder Neuansiedlungen derartiger Betriebe in jedem Fall ermöglicht werden.

Hinsichtlich der beiden an sonstigen integrierten Standorten angesiedelten Lebensmittelbetriebe wird empfohlen,

- den an der Reuteallee ansässigen Lebensmitteldiscounter nach der bereits genehmigten Erweiterung in seinem Bestand zu sichern und keine weitere Erweiterung zu ermöglichen,
- den an der Teinacher Straße gelegenen Lebensmitteldiscounter ebenfalls in seinem Bestand zu sichern, ggf. eine Erweiterung - zumindest bis zur Schwelle der Großflächigkeit - jedoch zu ermöglichen.

Auf Grund des Fehlens einer hinreichend großen räumlichen Nahversorgungslücke sollten an sonstigen integrierten Standorten keine zusätzlichen Lebensmittelbetriebe



be im Nahversorgungsbereich Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt angesiedelt werden.

## **6.5 NAHVERSORGUNGSBEREICH HOHENECK/ REICHERTSHALDE**

Der Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde umfasst

- das Gebiet des Stadtteiles Hoheneck ohne dem Siedlungsbereich unmittelbar westlich der Kreuzung Marbacher Straße/ Uferstraße, der sich näher am Siedlungskörper des Stadtteiles Neckarweihingen als an demjenigen des Stadtteiles Hoheneck befindet, sowie
- den Siedlungsbereich des Stadtteiles Kernstadt Nord entlang der Marbacher Straße bzw. Reichertshalde, der insbesondere über die Bottwartalstraße (Landesstraße L 1129) an den Siedlungsbereich des Stadtteiles Hoheneck angeschlossen ist.

Der Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde weist rd. 6.300 Einwohner auf; innerhalb des Nahversorgungsbereiches befindet sich die Nahversorgungslage Hoheneck.

Innerhalb des Nahversorgungsbereiches befinden sich sieben Nahversorgungsbetriebe, das entspricht rd. 4% der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nahversorgungsbetriebe. Diese sind mit Ausnahme eines Tankstellenshops in der Nahversorgungslage Hoheneck angesiedelt. Neben Betrieben des Lebensmittelhandwerkes sind u.a. zwei Lebensmittelbetriebe - ein Lebensmittel-SB-Markt und ein Bioladen - zu verzeichnen. Bei diesen inhabergeführten Lebensmittelbetrieben sind Erweiterungsabsichten zwar nicht ausgeschlossen, finden jedoch ggf. in einem i.d.R. relativ geringen Umfang statt.

Der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde beträgt, unter Berücksichtigung allein der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 m<sup>2</sup>, rd. 64% und liegt somit etwas unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt. Sofern alle Lebensmittelbetriebe einbezogen werden, erhöht sich der Nahversorgungsanteil auf rd. 76%, was dem gesamtstädtischen Wert entspricht. Dabei sind im Wesentlichen die Wohnsiedlungsbereiche entlang der Uferstraße und entlang der Marbacher Straße nicht nahversorgt. Unter Einbeziehung des im Nahversorgungsteilbereich nordöstliche Kernstadt nicht nahversorgten Siedlungsbereiches



entlang der Erlachhofstraße umfasst die räumliche Nahversorgungslücke rd. 2.100 Einwohner.

Tab. 9: Datenblatt Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde

|  |  |  |                              |                                |                                |
|--|--|--|------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>Einwohner (gerundet)</b>                          | <b>6.300</b>                             | <b>bedeutsame EH-Standorte</b>                       |                              | <b>NVL Hoheneck</b>            |                                |
| <b>Anzahl NV-Betriebe</b>                            | <b>7</b>                                 | <b>davon Anzahl LM-Betriebe</b>                      |                              | <b>2</b>                       |                                |
| <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup></b> | <b>1</b>                                 | <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m<sup>2</sup></b> |                              | <b>0</b>                       |                                |
| <b>NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup>)</b>  | <b>654</b>                               | <b>NV-Anteil (alle LM-Betriebe)</b>                  |                              | <b>76%</b>                     |                                |
| <b>wesentliche NV-Betriebe</b>                       | <b>1 Lebensmittel-SB-Markt</b>           |  |                              |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b> | <b>Umsatz (in Mio. )</b>                             | <b>Kaufkraft (in Mio. €)</b> | <b>Bindungsquote</b>           |                                |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              | 425                                      | 2,0  | 13,1                         | 15%                            |                                |
| Lebensmittelhandwerk                                 | 50                                       | 1,1  | 2,0                          | 54%                            |                                |
| Drogerie/ Parfümerie                                 | 50                                       | 0,2  | 1,8                          | 11%                            |                                |
| <b>Summe</b>   | <b>550</b>                               | <b>3,3</b>   | <b>16,8</b>                  |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>VKF zentr. Versorgungsbereich</b>     | <b>Nahversorgungslage</b>                            | <b>sonst. integriert</b>     | <b>periph. Standortbereich</b> | <b>sonst. nicht integriert</b> |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              |  | 400  |                              |                                | 50                             |
| Lebensmittelhandwerk                                 |  | 50   |                              |                                | 0                              |
| Drogerie/ Parfümerie                                 |  | 50   |                              |                                | 0                              |
| <b>Summe</b>   |  | <b>525</b>   |                              |                                | <b>50</b>                      |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Quantitativ betrachtet weist der Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde in den beiden Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie nur sehr geringe Bindungsquoten von rd. 10% bis 15% auf; bedingt ist dies insbesondere durch die geringen Verkaufsflächen der beiden in der Nahversorgungslage Hoheneck ansässigen Lebensmittelbetriebe. Im Sortiment Lebensmittelhandwerk wird



bei einer Bindungsquote von knapp 55% gut die Hälfte der sortimentsbezogenen Kaufkraft per Saldo gebunden.

Differenziert nach Standorttypen ist festzustellen, dass das Angebot in den drei untersuchungsrelevanten Sortimenten nahezu ausschließlich im Bereich der Nahversorgungslage Hoheneck angesiedelt ist.

### **Empfehlung:**

Der Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde weist erhebliche quantitative Defizite auf. Die räumliche Nahversorgungssituation ist durchschnittlich.

Auffällig sind weiterhin die geringen Verkaufsflächen der in der Nahversorgungslage Hoheneck ansässigen Lebensmittelbetriebe. Hier sollte die Erweiterung bestehender Lebensmittelbetriebe und die Neuansiedlung zusätzlicher Lebensmittelbetriebe - sofern räumlich-baulich möglich - in jedem Fall ermöglicht werden.

Eine Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes im nicht nahversorgten Siedlungsbereich entlang der Marbacher Straße - sowie nördlich und südlich entlang der Erlachhofstraße im benachbarten Nahversorgungsteilbereich östliche Kernstadt - sollte trotz eines insgesamt hinreichenden rechnerischen Potenziales nicht ermöglicht werden, um den Bestand und evtl. Entwicklungen im Bereich der Nahversorgungslage Hoheneck (sowie auch der Nahversorgungslage Schlosslesfeld) nicht zu gefährden.

## **6.6 NAHVERSORGUNGSBEREICH NECKARWEIHINGEN**

Der Nahversorgungsbereich Neckarweihingen umfasst das Gebiet des gleichnamigen Stadtteiles sowie zusätzlich den Siedlungsbereich unmittelbar westlich der Kreuzung Marbacher Straße/ Uferstraße des Stadtteiles Hoheneck: Dieser befindet sich näher am Siedlungskörper des Stadtteiles Neckarweihingen als an demjenigen des Stadtteiles Hoheneck.

Der Nahversorgungsbereich Neckarweihingen verzeichnet rd. 6.600 Einwohner. Innerhalb des Bereiches befinden sich die beiden Nahversorgungslagen Neckarweihingen Nord und Neckarweihingen Süd.



Im Nahversorgungsbereich Neckarweihingen befinden sich 13 Nahversorgungsbetriebe; dies entspricht rd. 7% der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nahversorgungsbetriebe. Anzahlbezogen dominieren Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Angebotsprägend sind jedoch drei Lebensmittelbetriebe,

- ein großflächiger Supermarkt im Norden des Siedlungskörpers von Neckarweihingen und
- zwei Lebensmitteldiscounter, ein Betrieb mit einer Verkaufsfläche an der Großflächigkeitsschwelle an einem nicht integrierten Standort im Kreuzungsbereich Marbacher Straße/ Uferstraße und ein nicht großflächiger Betrieb an einem sonstigen integrierten Standort in geringer Entfernung zur Nahversorgungslage Neckarweihingen Nord.

Unter Berücksichtigung der seitens der Betreiber geforderten Mindestverkaufsflächen bei Neuansiedlungen sind Erweiterungsabsichten - sofern räumlich möglich - und evtl. Verlagerungsabsichten perspektivisch für die beiden Lebensmitteldiscounter zu erwarten, während der Supermarkt vor kurzem mit einer den Betreiberanforderungen entsprechenden Verkaufsfläche eröffnet wurde.

Der Nahversorgungsanteil aller Lebensmittelbetriebe im Nahversorgungsbereich Neckarweihingen beträgt rd. 66% und liegt somit deutlich unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt von rd. 76% (Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 200 m<sup>2</sup> existieren innerhalb des Nahversorgungsbereiches nicht). Dabei ist nahezu der gesamte (Wohn-)Siedlungsbereich von Neckarweihingen südlich der Bergstraße/ Lembergstraße und östlich der Neue Straße mit etwa 1.800 Einwohnern nicht nahversorgt. Zurückzuführen ist dies auf die große räumliche Ausdehnung des Siedlungskörpers von Neckarweihingen und die räumliche Konzentration der beiden im Norden des Stadtteiles gelegenen Lebensmittelbetriebe. Zudem reicht der 500 Meter-Umkreis des am Kreuzungsbereich Marbacher Straße/ Uferstraße angesiedelten, nicht integrierten Lebensmitteldiscounters nur geringfügig in den Wohnsiedlungsbereich von Neckarweihingen hinein.

Quantitativ betrachtet verzeichnet der Nahversorgungsbereich Neckarweihingen in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Lebensmittelhandwerk bei Bindungsquoten von je rd. 115% per Saldo einen leichten Kaufkraftzufluss. Dies ist bezogen



auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel im Wesentlichen auf den vor kurzemeröffneten Supermarkt im Norden von Neckarweihingen und auf den leistungsstarken Lebensmitteldiscounter am Kreuzungsbereich Marbacher Straße/ Uferstraße zurückzuführen. Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie wird hingegen bei einer Bindungsquote von rd. 55% nur gut die Hälfte der sortimentsbezogenen Kaufkraft per Saldo gebunden.

Tab. 10: Datenblatt Nahversorgungsbereich Neckarweihingen

|  |   |  |   |                          |                                |                                |
|--|---|--|---|--------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>Einwohner (gerundet)</b>                          | <b>6.600</b>                                  | <b>bedeutsame EH-Standorte</b>                       | <b>NVL Neckarweih. Nord<br/>NVL Neckarweih. Süd</b> |                          |                                |                                |
| <b>Anzahl NV-Betriebe</b>                            | <b>13</b>                                     | <b>davon Anzahl LM-Betriebe</b>                      | <b>3</b>  |                          |                                |                                |
| <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup></b> | <b>3</b>                                      | <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m<sup>2</sup></b> | <b>2</b>  |                          |                                |                                |
| <b>NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup>)</b>  | <b>66%</b>                                    | <b>NV-Anteil (alle LM-Betriebe)</b>                  | <b>66%</b>  |                          |                                |                                |
| <b>wesentliche NV-Betriebe</b>                       | <b>1 Supermarkt, 2 Lebensmitteldiscounter</b> |  |   |                          |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b>      | <b>Umsatz (in Mio. )</b>                             | <b>Kaufkraft (in Mio. €)</b>                        | <b>Bindungsquote</b>     |                                |                                |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              | 2.375   | 15,7   | 13,7  | 115%                     |                                |                                |
| Lebensmittelhandwerk                                 | 150   | 2,4  | 2,0   | 115%                     |                                |                                |
| Drogerie/ Parfümerie                                 | 200   | 1,0  | 1,9   | 55%                      |                                |                                |
| <b>Summe</b>   | <b>2.725</b>                                  | <b>19,1</b>  | <b>17,6</b>   |                          |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>VKF</b>                                    | <b>zentr. Versorgungsbereich</b>                     | <b>Nahversorgungslage</b>                           | <b>sonst. integriert</b> | <b>periph. Standortbereich</b> | <b>sonst. nicht integriert</b> |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              |   |  | 125   | 1.650                    |                                | 600                            |
| Lebensmittelhandwerk                                 |   |  | 75  | 50                       |                                | 0                              |
| Drogerie/ Parfümerie                                 |   |  | 0   | 125                      |                                | 75                             |
| <b>Summe</b>   |   |  | <b>225</b>  | <b>1.825</b>             |                                | <b>675</b>                     |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Differenziert nach Standorttypen wird das Angebot in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie durch sonstige integrierte Standorte - und



hier insbesondere durch den im Norden von Neckarweihingen angesiedelten Supermarkt - geprägt. Weiterhin ist in diesen beiden Sortimenten das Angebot an nicht integrierten Standorten - v.a. auf Grund des am Kreuzungsbereich Marbacher Straße/ Uferstraße ansässigen Lebensmitteldiscounters - etwas größer als das in den beiden Nahversorgungslagen Neckarweihingen Nord und Neckarweihingen Süd. Dies ist auf das Fehlen eines Lebensmittelbetriebes in einer der beiden Nahversorgungslagen zurückzuführen.

### **Empfehlung:**

Der Nahversorgungsbereich Neckarweihingen weist in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Lebensmittelhandwerk eine quantitativ gute Versorgung auf, während im Sortiment Drogerie/ Parfümerie diesbezüglich ein deutliches Defizit festzustellen ist. Die räumliche Nahversorgungssituation ist ebenfalls defizitär.

Auffällig ist weiterhin das Fehlen von Lebensmittelbetrieben in den Nahversorgungslagen Neckarweihingen Nord und Neckarweihingen Süd. Im Bereich dieser Standorte sollte die Erweiterung bestehender Lebensmittelbetriebe und die Neuansiedlung zusätzlicher Lebensmittelbetriebe - sofern räumlich-baulich möglich - in jedem Fall ermöglicht werden. Insbesondere ein Lebensmittelbetrieb im Bereich der Nahversorgungslage Neckarweihingen Süd würde die räumliche Nahversorgungssituation deutlich verbessern.

Ein zusätzlicher Lebensmittelbetrieb an einem sonstigen integrierten Standort im südlichen (Wohn-)Siedlungsbereich von Neckarweihingen sollte nur dann ermöglicht werden, wenn

- die Möglichkeit einer entsprechenden Ansiedlung im Bereich der Nahversorgungslage Neckarweihingen Süd eingehend geprüft wurde und
- der zusätzliche Betrieb die bestehende Nahversorgungslücke weitestgehend schließt, d.h. eine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit für den Großteil der derzeit nicht im eigentlichen Sinne nahversorgten Einwohner geschaffen wird.

Der nicht integrierte Lebensmitteldiscounter am Kreuzungsbereich Marbacher Straße/ Uferstraße sollte in seinem Bestand gesichert werden, ebenso der im Norden von Neckarweihingen neu angesiedelte Supermarkt. Für den unmittelbar nördlich



der Nahversorgungslage Neckarweiningen Nord gelegenen Lebensmitteldiscounter sollte eine Erweiterung ermöglicht werden, sofern nach eingehender Prüfung innerhalb der Nahversorgungslage keine Möglichkeit zur Ansiedlung eines größeren Lebensmittelbetriebes besteht.

## **6.7 NAHVERSORGUNGSBEREICH OßWEIL**

Der Nahversorgungsbereich Oßweil umfasst den gleichnamigen Stadtteil und weist rd. 9.950 Einwohner auf. Innerhalb des Nahversorgungsbereiches befindet sich der zentrale Versorgungsbereich Oßweil.

Im Nahversorgungsbereich Oßweil befinden sich zehn Nahversorgungsbetriebe und damit rd. 5% der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nahversorgungsbetriebe. Die Hälfte davon sind Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Weiterhin sind innerhalb des Nahversorgungsbereiches ein nicht großflächiger Supermarkt und zwei nicht großflächige Lebensmitteldiscounter angesiedelt. Vor dem Hintergrund der Betreiberanforderungen hinsichtlich Verkaufsfläche sind für die drei nicht großflächigen Lebensmittelbetriebe Erweiterungsabsichten - sofern möglich am Standort oder auch in Verbindung mit einer Verlagerung - perspektivisch zu erwarten.

Der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich Oßweil beträgt - sofern nur die Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 m<sup>2</sup> berücksichtigt werden - rd. 67%, was annähernd dem gesamtstädtischen Durchschnittswert entspricht. Unter Berücksichtigung auch der kleineren Lebensmittelbetriebe ist ein geringfügig höherer, gesamtstädtisch betrachtet unterdurchschnittlicher Nahversorgungsanteil von rd. 71% zu verzeichnen. Nicht nahversorgt sind im Wesentlichen Teile der Wohnsiedlungsbereiche östlich der Straße "Bäderwiesen" (rd. 850 Einwohner) bzw. nördlich der Walter-Flex-Straße (rd. 800 Einwohner). Zurückzuführen sind die räumlichen Nahversorgungslücken auch auf die räumliche Konzentration der Lebensmittelbetriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Oßweil (s.u.), die dort jedoch wichtige Frequenzbringer- und Magnetbetriebsfunktion wahrnehmen.

Quantitativ betrachtet weist der Nahversorgungsbereich Oßweil in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie per Saldo einen deutlichen Kaufkraftabfluss auf, bedingt u.a. durch die vergleichsweise ge-



ringen Verkaufsflächen zweier ansässiger Lebensmittelbetriebe (s.o.). Das Angebot in den untersuchungsrelevanten Sortimenten befindet sich vollständig im zentralen Versorgungsbereich Oßweil.

Tab. 11: Datenblatt Nahversorgungsbereich Oßweil

|  |   |  |                              |                          |                                |                                |
|--|---|--|------------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>Einwohner (gerundet)</b>                          | <b>9.950</b>                                  | <b>bedeutsame EH-Standorte</b>                       | <b>ZVB Oßweil</b>            |                          |                                |                                |
| <b>Anzahl NV-Betriebe</b>                            | <b>10</b>                                     | <b>davon Anzahl LM-Betriebe</b>                      | <b>3</b>                     |                          |                                |                                |
| <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup></b> | <b>36</b>                                     | <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m<sup>2</sup></b> | <b>0</b>                     |                          |                                |                                |
| <b>NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup>)</b>  | <b>67%</b>                                    | <b>NV-Anteil (alle LM-Betriebe)</b>                  | <b>71%</b>                   |                          |                                |                                |
| <b>wesentliche NV-Betriebe</b>                       | <b>1 Supermarkt, 2 Lebensmitteldiscounter</b> |  |                              |                          |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b>      | <b>Umsatz (in Mio. )</b>                             | <b>Kaufkraft (in Mio. €)</b> | <b>Bindungsquote</b>     |                                |                                |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              | 2.050   | 10,3   | 20,7                         | 50%                      |                                |                                |
| Lebensmittelhandwerk                                 | 100   | 1,8  | 3,1                          | 58%                      |                                |                                |
| Drogerie/ Parfümerie                                 | 200   | 0,7  | 2,8                          | 25%                      |                                |                                |
| <b>Summe</b>   | <b>2.350</b>                                  | <b>12,8</b>  | <b>26,6</b>                  |                          |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>VKF</b>                                    | <b>zentr. Versorgungsbereich</b>                     | <b>Nahversorgungslage</b>    | <b>sonst. integriert</b> | <b>periph. Standortbereich</b> | <b>sonst. nicht integriert</b> |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              |   | 2.050  |                              |                          |                                |                                |
| Lebensmittelhandwerk                                 |   | 100  |                              |                          |                                |                                |
| Drogerie/ Parfümerie                                 |   | 200  |                              |                          |                                |                                |
| <b>Summe</b>   |   | <b>2.350</b>   |                              |                          |                                |                                |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

### **Empfehlung:**

Der Nahversorgungsbereich Oßweil weist einerseits in den untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse auf, andererseits tragen die im zentralen Versorgungsbereich ansässigen Lebensmittelbetriebe im Wesentlichen zu dessen Funktionieren bei.



Vor diesem Hintergrund sollten Erweiterungen der bestehenden Lebensmittelbetriebe oder Neuansiedlungen von Lebensmittelbetrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in jedem Fall ermöglicht werden. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sollten hingegen allenfalls kleinteilige Nahversorgungsangebote zur Gebietsversorgung angesiedelt werden, zumal keine größere räumliche Nahversorgungslücke zu verzeichnen ist.

## **6.8 NAHVERSORGUNGSBEREICH GRÜNBÜHL/ SONNENBERG**

Der Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg ist räumlich identisch mit dem gleichnamigen Stadtteil und verzeichnet rd. 3.350 Einwohner, wobei auf Grund von rd. 300 zusätzlichen Wohneinheiten in Grünbühl von einem Einwohneranstieg in den nächsten Jahren von rd. 650 Einwohnern auszugehen ist. Innerhalb des Nahversorgungsbereiches befindet sich die Nahversorgungslage Grünbühl.

Im Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg befinden sich nur zwei Nahversorgungsbetriebe, dies entspricht nur rd. 1% der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nahversorgungsbetriebe. Hierbei handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche knapp oberhalb der Großflächigkeitsschwelle von 800 m<sup>2</sup> und einen Betrieb des Lebensmittelhandwerks. Der Lebensmitteldiscounter erfüllt hinsichtlich seiner Verkaufsfläche noch die betreiberspezifischen Anforderungen, eine Erweiterungsabsicht auf Grund der Tendenzen insbesondere bei Lebensmitteldiscountern zu größeren Betriebseinheiten kann jedoch nicht ausgeschlossen werden.

Der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg beträgt rd. 68%, was dem gesamtstädtischen Durchschnittswert bei Berücksichtigung allein der Lebensmittelbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> entspricht<sup>42</sup>. Nicht nahversorgt ist der Wohnsiedlungsbereich westlich der Einmündung der Straße "Am Sonnenberg" in die Aldinger Straße. Unter Einbeziehung des nicht nahversorgten Siedlungsbereiches südlich der Königinallee und Königsberger Straße im Nahversor-

---

<sup>42</sup> Dieser Anteilswert ändert sich auch nicht bei Berücksichtigung auch kleinerer Lebensmittelbetriebe, da weder innerhalb des Nahversorgungsbereich selbst noch im näheren Umfeld der angrenzenden Nahversorgungsbereichen ein derartiger Betrieb besteht. Bezogen auf den gesamtstädtischen Nahversorgungsanteil aller Lebensmittelbetriebe weist der Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg somit einen unterdurchschnittlichen Wert auf.



gungsteilbereich südöstliche Kernstadt umfasst die Nahversorgungslücke rd. 1.900 Einwohner.

Tab. 12: Datenblatt Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg

|  |  |  |                              |                                |                                |
|--|--|--|------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>Einwohner (gerundet)</b>                          | 3.350                                    | <b>bedeutsame EH-Standorte</b>                       |                              | <b>NVL Grünbühl</b>            |                                |
| <b>Anzahl NV-Betriebe</b>                            | 2  | <b>davon Anzahl LM-Betriebe</b>                      |                              | 1                              |                                |
| <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup></b> | 1  | <b>davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m<sup>2</sup></b> |                              | 1                              |                                |
| <b>NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m<sup>2</sup>)</b>  | 68%                                      | <b>NV-Anteil (alle LM-Betriebe)</b>                  |                              | 68%                            |                                |
| <b>wesentliche NV-Betriebe</b>                       | 1 Lebensmitteldiscounter                 |  |                              |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b> | <b>Umsatz (in Mio. )</b>                             | <b>Kaufkraft (in Mio. €)</b> | <b>Bindungsquote</b>           |                                |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              | 575                                      | 6,7  | 7,0                          | 96%                            |                                |
| Lebensmittelhandwerk                                 | 25                                       | 0,4  | 1,0                          | 39%                            |                                |
| Drogerie/ Parfümerie                                 | 50                                       | 0,4  | 0,9                          | 47%                            |                                |
| <b>Summe</b>   | <b>650</b>                               | <b>7,6</b>   | <b>9,0</b>                   |                                |                                |
| <b>Sortiment</b>                                     | <b>VKF zentr. Versorgungsbereich</b>     | <b>Nahversorgungslage</b>                            | <b>sonst. integriert</b>     | <b>periph. Standortbereich</b> | <b>sonst. nicht integriert</b> |
| Nahrungs-/ Genussmittel                              |  | 575  |                              |                                |                                |
| Lebensmittelhandwerk                                 |  | 25   |                              |                                |                                |
| Drogerie/ Parfümerie                                 |  | 50   |                              |                                |                                |
| <b>Summe</b>   |  | <b>650</b>   |                              |                                |                                |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

Quantitativ betrachtet weist der Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Grund des o.g. leistungsstarken Lebensmitteldiscounters annähernd eine rechnerische Vollversorgung auf. Demgegenüber fließt in den Sortimenten Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie per Saldo mehr als die Hälfte der Kaufkraft ab. Das bestehende Angebot in den untersu-



chungsrelevanten Sortimenten befindet sich vollständig in der Nahversorgungslage Grünbühl.

### **Empfehlung:**

Der Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg weist quantitativ betrachtet eine annähernde rechnerische Vollversorgung im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf. Die räumliche Nahversorgung ist auf Grund der Randlage des einzigen Lebensmittelbetriebes - und auch der Nahversorgungslage Grünbühl - innerhalb des Nahversorgungsbereiches unterdurchschnittlich.

Vor dem Hintergrund der relativ geringen Einwohnerzahl des Nahversorgungsbereiches Grünbühl/ Sonnenberg und des in Grünbühl zu erwartenden Einwohnerzuwachses (s.o.) sollte der Schwerpunkt dennoch auf der Sicherung und Stärkung der Nahversorgungslage Grünbühl liegen und eine perspektivische Erweiterung des bestehenden Lebensmitteldiscounters - sowie die Ansiedlung von kleinteiligen Grund-/ Nahversorgungsangeboten im Bereich der Netzestraße, d.h. innerhalb der Nahversorgungslage Grünbühl - ermöglicht werden. Die Nahversorgung im Teilbereich Sonnenberg sollte allenfalls durch kleinteiliges Angebot im Sinne einer Gebietsversorgung erfolgen, auch wenn unter Einbeziehung des nicht nahversorgten Siedlungsbereiches südlich der Königinallee und Königsberger Straße im Nahversorgungsteilbereich südöstliche Kernstadt ein knapp hinreichendes rechnerisches Potenzial für einen Lebensmittelbetrieb mit rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu verzeichnen ist. Jedoch befindet sich der nicht nahversorgte Siedlungsbereich im engeren Einzugsgebiet des im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland gelegenen großen Supermarktes sowie auch des in der Nahversorgungslage Sonnenberg ansässigen leistungsstarken Lebensmitteldiscounters.

## **6.9 NAHVERSORGUNGSBEREICH POPPENWEILER**

Der Nahversorgungsbereich Poppenweiler, dessen Bevölkerungszahl bei rd. 4.600 Einwohnern liegt, umfasst den gleichnamigen Stadtteil. Innerhalb des Nahversorgungsbereiches ist die Nahversorgungslage Poppenweiler vorzufinden.

Im Nahversorgungsbereich Poppenweiler befinden sich nur fünf Nahversorgungsbetriebe; dies entspricht nur rd. 3% der in Ludwigsburg insgesamt angesiedelten Nah-



versorgungsbetriebe. Vier dieser fünf Betriebe gehören dem Lebensmittelhandwerk an, zudem existiert ein Lebensmittel-SB-Geschäft, das die Nahversorgung - insbesondere für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen - in gewissem Maße ermöglicht. Da es sich wiederum um inhabergeführte Betriebe handelt, ist eine Erweiterung perspektivisch zwar nicht auszuschließen, aber auch keine notwendige Voraussetzung für den Fortbestand.

Ein größerer Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 m<sup>2</sup> oder gar ein großflächiger Lebensmittelbetrieb existiert im Nahversorgungsbereich Poppenweiler nicht.

Der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich Poppenweiler beträgt bei Berücksichtigung aller Lebensmittelbetriebe rd. 59%<sup>43</sup>: Das bestehende Lebensmittel-SB-Geschäft liegt zwar zentral innerhalb des Wohnsiedlungsbereiches von Poppenweiler, jedoch ist dieser sehr weitläufig. Dadurch sind

- im Süden insbesondere der Teilbereich südlich der Einmündung der Straße "Sommerhalde" in die Hochberger Straße mit gut 500 Einwohnern,
- im Osten der Teilbereich östlich der Ricarda-Huch-Straße mit rd. 950 Einwohnern und
- im Norden der nördliche Teilbereich der Wohnbebauung entlang der Straße "Im Kechler" mit etwa 350 Einwohnern

nicht nahversorgt.

Quantitativ betrachtet weist der Nahversorgungsbereich Poppenweiler in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie auf Grund des geringen Bestandes per Saldo nahezu einen vollständigen Kaufkraftabfluss auf. Im Sortiment Lebensmittelhandwerk wird demgegenüber nahezu eine rechnerische Vollversorgung erreicht. Das in den o.g. Sortimenten vorhandene Angebot ist ausschließlich in der Nahversorgungslage Poppenweiler angesiedelt.

---

<sup>43</sup> Ohne Berücksichtigung des o.g. Lebensmittel-SB-Geschäftes würde der Nahversorgungsanteil im Nahversorgungsbereich Poppenweiler bei 0% liegen, zumal es sich um einen eigenständigen Siedlungsbereich handelt, der zu nächstgelegenen Siedlungsbereichen von Ludwigsburg - Neckarweihingen, Oßweil - eine erhebliche Distanz aufweist.



Tab. 13: Datenblatt Nahversorgungsbereich Poppenweiler

|  |                                     |  |                       |                   |                         |                         |
|--|-------------------------------------|--|-----------------------|-------------------|-------------------------|-------------------------|
| Einwohner (gerundet)                           | 4.600                               | bedeutsame EH-Standorte                        |                       | NVL Poppenweiler  |                         |                         |
| Anzahl NV-Betriebe                             | 5                                   | davon Anzahl LM-Betriebe                       |                       | 1                 |                         |                         |
| davon Anzahl LM-Betriebe ab 200 m <sup>2</sup> | 0                                   | davon Anzahl LM-Betriebe ab 800 m <sup>2</sup> |                       | 0                 |                         |                         |
| NV-Anteil (LM-Betriebe ab 200 m <sup>2</sup> ) | 0%                                  | NV-Anteil (alle LM-Betriebe)                   |                       | 59%               |                         |                         |
| wesentliche NV-Betriebe                        | (1 Lebensmittel-SB-Geschäft)        |  |                       |                   |                         |                         |
| Sortiment                                      | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. )                              | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote     |                         |                         |
| Nahrungs-/ Genussmittel                        | 125                                 | 0,5  | 9,5                   | 6%                |                         |                         |
| Lebensmittelhandwerk                           | 75                                  | 1,4  | 1,4                   | 97%               |                         |                         |
| Drogerie/ Parfümerie                           | 25                                  | 0,0  | 1,3                   | 4%                |                         |                         |
| <b>Summe</b>                                   | <b>200</b>                          | <b>2,0</b>                                     | <b>12,2</b>           |                   |                         |                         |
| Sortiment                                      | VKF                                 | zentr. Versorgungsbereich                      | Nahversorgungslage    | sonst. integriert | periph. Standortbereich | sonst. nicht integriert |
| Nahrungs-/ Genussmittel                        |                                     |  | 125                   |                   |                         |                         |
| Lebensmittelhandwerk                           |                                     |  | 75                    |                   |                         |                         |
| Drogerie/ Parfümerie                           |                                     |  | 25                    |                   |                         |                         |
| <b>Summe</b>                                   |                                     |  | <b>200</b>            |                   |                         |                         |

EH = Einzelhandel, LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung; ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVL = Nahversorgungslage; pStb = peripherer Standortbereich

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

### **Empfehlung:**

Der Nahversorgungsbereich Poppenweiler weist in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie ein erhebliches quantitatives Defizit auf. Vor diesem Hintergrund sollte in jedem Fall die Erweiterung des in der Nahversorgungslage Poppenweiler ansässigen Lebensmittel-SB-Geschäftes oder eine Neuansiedlung auch eines großflächigen Lebensmittelbetriebes im Bereich der Nahversorgungslage ermöglicht werden.



Eine Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes außerhalb der Nahversorgungslage sollte nur dann in Erwägung gezogen werden, wenn

- nach eingehender Prüfung innerhalb der Nahversorgungslage oder unmittelbar an diese angrenzend keine räumlich-bauliche Möglichkeit zur Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes besteht und
- der Betrieb einem Großteil der Bevölkerung des Nahversorgungsbereiches eine Nahversorgung im eigentlichen Sinne - d.h. eine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit - bietet.

## **7. HANDLUNGSBEDARF UND -EMPFEHLUNGEN**

Im voranstehenden Kapitel 6 sind für die einzelnen Nahversorgungsbereiche und -teilbereiche Empfehlungen zur Entwicklung insbesondere bezogen auf Lebensmittelbetriebe enthalten. Nachfolgend wird dargestellt, welche Nahversorgungs(teil)bereiche einen Handlungsbedarf aufweisen und worin dieser besteht.

Zudem werden für die einzelnen Lebensmittelbetriebe bzw. Standortbereiche von Lebensmittelbetrieben Empfehlungen zur weiteren Entwicklung - insbesondere Neuansiedlung/ Erweiterung vs. Bestandsfestsetzung - dargelegt.

Basis für die o.g. Aspekte ist ein Bewertungsmodell für Erweiterungs- und Neuansiedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben auf Grundlage der Ziele und Regelungen der Einzelhandelsentwicklungskonzeption für die Stadt Ludwigsburg. Damit können entsprechende Vorhaben hinsichtlich ihrer Maßstäblichkeit bewertet werden.

### **7.1 BEWERTUNGSMODELL FÜR ERWEITERUNGS- UND NEUANSIEDLUNGSVORHABEN VON LEBENSMITTELBETRIEBEN**

Im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel beträgt die Bindungsquote in Ludwigsburg derzeit rd. 99% (vgl. Kap. 3.2). Damit besteht nahezu eine rechnerische Vollversorgung bzw. sind der durch den Ludwigsburger Einzelhandel erzielte Umsatz und die in Ludwigsburg zu verzeichnende Kaufkraft nahezu identisch. Vor dem Hintergrund, dass jede Stadt/ Gemeinde in diesem Sortiment (wie auch im Sortiment Drogerie/



Parfümerie) ihre Versorgung selbst bewerkstelligen sollte<sup>44</sup>, besteht aktuell in Ludwigsburg kein signifikanter Entwicklungsspielraum im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel. Langfristig, d.h. bis zum Jahr 2025, ist ein sortimentsbezogener Entwicklungsspielraum von rd. 1.475 m<sup>2</sup> bis 4.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu konstatieren - eine rechnerische Vollversorgung (Bindungsquote = 100%) zu diesem Zeitpunkt vorausgesetzt. Sofern z.B. der Onlinehandel im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel höhere Umsatzanteile als derzeit erwartet erzielt, beträgt der Entwicklungsspielraum maximal 1.150 m<sup>2</sup> (vgl. Kap. 4.2).

Da bei Neuansiedlungen von filialisierten Lebensmittelbetrieben i.d.R. Verkaufsflächen von 800 m<sup>2</sup> und (deutlich) mehr realisiert werden (vgl. Kap. 5.2), ist die Anzahl zusätzlicher Lebensmittelbetriebe in Ludwigsburg in den nächsten zehn Jahren - ohne Auswirkungen gegen den Bestand - deutlich begrenzt. Vor diesem Hintergrund wird nachfolgend ein Bewertungsmodell für Erweiterungs- und Neuansiedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben aufgezeigt, in dem die Einwohnerzahl/ Kaufkraft im jeweiligen Nahversorgungs(teil)bereich, die Wettbewerbssituation im Standortumfeld sowie insbesondere der Standorttyp wesentliche Beurteilungsgrundlagen darstellen. Ziel ist letztlich die *Sicherung/ Weiterentwicklung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung für die Bürger aller Stadtteile*<sup>45</sup>. Zu berücksichtigen sind dabei weiterhin die Ziele *Stärkung der Innenstadt als zentraler Einkaufs-, Versorgungs- und Kommunikationsraum* und *gezielte Steuerung der Entwicklung des Einzelhandels in den Gewerbegebietslagen*.

Einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung sollen die zentralen Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgungslagen leisten, wobei für einige Nahversorgungslagen das (Mindest-)Ziel in einer Minimalversorgung, d.h. mindestens Betriebe des Lebensmittelhandwerks, besteht<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> Vgl.: Region Stuttgart: Regionalplan (Satzungsbeschluss vom 22. Juli 2009, Plansatz 2.4.3.2.1 (G), Satz 1.

<sup>45</sup> Vgl. - auch im Folgenden - GMA: Fortentwicklung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Ludwigsburg, Ludwigsburg, 2014, S. 66.

<sup>46</sup> Vgl. - auch im Folgenden - GMA: Fortentwicklung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Ludwigsburg, Ludwigsburg, 2014, S. 69 ff. Nahversorgungslagen mit Minimalziel Lebensmittelhandwerk sind Hoheneck, Neckarweihsingen Süd, Osterholzallee, Pflugfelden und Poppenweiler.



Weiterhin sollen an Ergänzungsstandorten sowie an Bestandsorten der peripheren Standortbereiche keine Entwicklungen zentrenrelevanter Sortimente - und demzufolge keine Entwicklungen nahversorgungsrelevanter Sortimente, wozu das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel gehört - stattfinden<sup>47</sup>.

Auf Basis der o.g. Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklungskonzeption für die Stadt Ludwigsburg und der zu Beginn dieses Kapitels dargelegten wesentlichen Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung leitet sich das folgende *Bewertungsmodell für Erweiterungs- und Neuansiedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben* ab. Darunter fallen alle Betriebsformen von Lebensmittelbetrieben, d.h. Lebensmittel-SB-Geschäfte, Lebensmittel-SB-Märkte, Supermärkte, große Supermärkte, SB-Warenhäuser, Bioläden/ Reformhäuser, Reform-/ Biomärkte, Lebensmitteldiscounter (vgl. Glossar). Zudem sind Ansiedlungen und Erweiterungen von Tankstellenshops mit einem Lebensmittelangebot entsprechend einem Lebensmittel-SB-Geschäft oder -Markt<sup>48</sup> und einer signifikant überdurchschnittlichen Größe<sup>49</sup> nach dem dargestellten Bewertungsmodell zu beurteilen.

### **1. Handelt es sich um einen integrierten Vorhabenstandort (zentraler Versorgungsbereich, Nahversorgungslage, sonstiger integrierter Standort)?**

- Sofern dies nicht zutrifft, es sich somit um einen nicht integrierten Standort (bereich) handelt, ist weder eine Erweiterung noch eine Neuansiedlung eines Lebensmittelbetriebes zulässig.
- Sofern es sich um einen integrierten Standort handelt ist zu prüfen, ob es sich um einen zentralen Versorgungsbereich, eine Nahversorgungslage oder um einen sonstigen integrierten Standort handelt

---

<sup>47</sup> Vgl. - auch im Folgenden - GMA: Fortentwicklung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Ludwigsburg, Ludwigsburg, 2014, S. 90.

<sup>48</sup> **Lebensmittel-SB-Geschäfte** bieten auf einer Verkaufsfläche von bis zu 200 m<sup>2</sup> ein Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung an, das für die Grund-/ Nahversorgung in der Breite i.d.R. hinreichend ist. Lebensmittel-SB-Märkte bieten auf einer Verkaufsfläche von 200 bis 400 m<sup>2</sup> ein in Breite und Tiefe vergleichsweise umfangreiches Lebensmittelsortiment sowie ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen an.

<sup>49</sup> Die durchschnittliche Verkaufsfläche der Tankstellenshops in Ludwigsburg beträgt rd. 75 m<sup>2</sup>, signifikant mehr als 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche weist nur eine an einem nicht integrierten Standort angesiedelte Tankstelle auf.



## 2. Zentraler Versorgungsbereich

- Innerhalb zentraler Versorgungsbereiche sollten Erweiterungen bestehender Lebensmittelbetriebe bzw. zusätzliche Lebensmittelbetriebe - auch großflächig - grundsätzlich zulässig sein.
- Da die Nahversorgung in Ludwigsburg jedoch möglichst flächendeckend erfolgen soll, sollten zusätzliche Lebensmittelbetriebe
  - in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Eglosheim/ Hirschbergsiedlung bei einer Verkaufsfläche von mehr als 2.750 m<sup>2</sup>,
  - im zentralen Versorgungsbereich Oßweil bei einer Verkaufsfläche von mehr als 2.250 m<sup>2</sup> und
  - im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland bei einer Verkaufsfläche von mehr als 4.500 m<sup>2</sup>

einer gesonderten Prüfung (Verträglichkeitsgutachten) unterzogen werden: Der Planumsatz eines derartigen Betriebes würde rechnerisch etwa 50% der Kaufkraft im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel des jeweiligen Nahversorgungsbereiches ausmachen. Desgleichen sollten Erweiterungen bestehender Lebensmittelbetriebe über die o.g. Verkaufsflächen nur im Zuge einer Erweiterung zur Sicherung des Fortbestandes stattfinden.

## 3. Nahversorgungslage

- Innerhalb der Nahversorgungslagen sollten Erweiterungen bestehender Lebensmittelbetriebe bzw. zusätzliche Lebensmittelbetriebe bis zu einer Verkaufsfläche von bis zu 1.500 m<sup>2</sup> zulässig sein.
- Diese Dimensionierung ermöglicht - vor dem Hintergrund der Anforderungen der Betreiber hinsichtlich der Verkaufsfläche - auch die Ansiedlung von einem Supermarkt in einem zentralen Versorgungsbereich.
- Zudem werden mit diesem Wert auch die differierenden Einwohnerzahlen und damit Kaufkraftwerte der Nahversorgungsteilbereiche wie auch die Bestandsstrukturen im näheren Umfeld berücksichtigt:
  - In den Nahversorgungsteilbereichen westliche Kernstadt und südöstliche Kernstadt, die vergleichsweise hohe Einwohnerzahlen von deutlich mehr als 10.000 Einwohnern aufweisen, würde der Planumsatz eines derartigen Betriebes rein rechnerisch etwa 25% bis 30% der im Nahversorgungsteilbereich vorhandenen Kaufkraft entsprechen. Berücksichtigt wären demzufolge



auch die relative Nähe der Nahversorgungslage West zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bzw. die geringe Distanz der Nahversorgungslage Ost/ Oststraße zum zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland.

- In den Nahversorgungs(teil)bereichen nordöstliche Kernstadt, Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt, Hoheneck/ Reichertshalde und Neckarweihingen, die Einwohnerzahlen von rd. 6.000 bis 7.000 Einwohnern aufweisen, würde der Planumsatz eines derartigen Betriebes rein rechnerisch etwa 50% der im Nahversorgungs(teil)bereich vorhandenen Kaufkraft entsprechen.
- In den Nahversorgungs(teil)bereichen Grünbühl/ Sonnenberg, Pflugfelden und Poppenweiler, die sich in städtischer Randlage befinden und vergleichsweise geringe Einwohnerzahlen von 3.500 bis 4.500 Einwohnern verzeichnen, würde der Planumsatz eines derartigen Betriebes rein rechnerisch etwa 75% bis 100% der im Nahversorgungs(teil)bereich vorhandenen Kaufkraft entsprechen.

#### **4. Sonstiger integrierter Standort**

- Bei der Betrachtung der räumlichen Nahversorgungssituation auf Ebene der einzelnen Nahversorgungs(teil)bereiche wurden teilweise räumliche Nahversorgungslücken festgestellt, die etwa 500 bis gut 2.000 Einwohner umfassen (vgl. Kap. 6).
- Vor dem Hintergrund des Zieles einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im Bereich Lebensmittel sollten auch an derartigen Standorten Lebensmittelbetriebe ausnahmsweise möglich sein, sofern sie eine standortgerechte Dimensionierung im Sinne einer Gebietsversorgung aufweisen.
  - In einem ersten Schritt ist zu prüfen, ob die jeweilige Nahversorgungslücke durch die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes in einer Nahversorgungslage ohne Lebensmittelbetrieb zumindest teilweise geschlossen werden kann.
  - Sofern dies der Fall ist, sind vorrangig und eingehend die Möglichkeiten einer entsprechenden Ansiedlung innerhalb der entsprechenden Nahversorgungslage zu prüfen<sup>50</sup>.
  - Sofern die jeweilige Nahversorgungslücke nicht durch eine Ansiedlung in einer Nahversorgungslage (ggf. nach eingehender Untersuchung in derselben) geschlossen werden kann, wird die Einwohnerzahl der Nahversorgungslücke

---

<sup>50</sup> Dies betrifft derzeit die Nahversorgungslagen Neckarweihingen Süd und Pflugfelden.



für die Berechnung der standortgerechten Dimensionierung herangezogen: Je nicht nahversorgten 100 Einwohnern (abgerundeter Wert) entspricht eine Verkaufsfläche von bis zu 40 m<sup>2</sup> einer standortgerechten Dimensionierung eines Lebensmittelbetriebes (inkl. Rand- und Ergänzungssortimente)<sup>51</sup>.

- Bei der Ermittlung der Einwohnerzahl einer Nahversorgungslücke sind i.d.R. die Abgrenzungen der Nahversorgungsteilbereiche als Grenzen zu berücksichtigen<sup>52</sup>.
- Der Standort eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes muss so gewählt sein, dass für den Großteil der Einwohner der Nahversorgungslücke eine Nahversorgung im eigentlichen Sinne, d.h. eine fußläufige Nahversorgung (500 Meter-Radius) - geschaffen wird. Eine möglichst räumlich zentrale Lage innerhalb der Nahversorgungslücke ist anzustreben.
- Eine Gefährdung von Lebensmittelbetrieben in benachbarten bzw. im näheren Umfeld gelegenen zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungslagen ist in jedem Fall auszuschließen.
- Die in Kap. 6 zu den Nahversorgungslücken der einzelnen Nahversorgungsteilbereiche getroffenen Empfehlungen, die auch die Bestandsstrukturen im Umfeld der Nahversorgungslücken berücksichtigen, sind zu berücksichtigen.
- Bei Erweiterungen bestehender Lebensmittelbetriebe an sonstigen integrierten Standorten ist hinsichtlich einer maßstabsgerechten Dimensionierung auf die Einwohnerzahl in einem 500 Meter-Radius um den Bestandsstandort unter Berücksichtigung der Bestandsstrukturen im benachbarten Umfeld abzustellen. Da die an sonstigen integrierten Standorten bestehenden Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion wahrnehmen, sollte im Sinne einer Bestandssicherung eine Erweiterung auf 800 m<sup>2</sup> - d.h. der Mindestverkaufsfläche für Lebensmitteldiscounter aus Sicht der Betreiber - in jedem Fall ermöglicht werden.

---

<sup>51</sup> Beispiel: Bei 550 nicht nahversorgten Einwohner wäre ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von etwa 200 m<sup>2</sup> standortgerecht dimensioniert: 5 \* 100 Einwohner (abgerundeter Wert) \* 40 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

<sup>52</sup> Dies ist beispielsweise im Bereich Erlachhofstraße/ Marbacher Straße (Nahversorgungsteilbereich nordöstliche Kernstadt und Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde von Bedeutung: Ohne Berücksichtigung der Bereichsabgrenzung wäre dort eine Nahversorgungslücke von rd. 2.100 Einwohnern zu verzeichnen, was einem standortgerecht dimensionierten Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von bis zu 840 m<sup>2</sup> entspräche. Ein derartiger Betrieb würde jedoch die Entwicklungsmöglichkeiten der Nahversorgungslagen Schlösslesfeld und Hoheneck in hohem Maße einschränken.



In der folgenden Übersicht sind die Ausführungen zum Bewertungsmodell für Erweiterungs- und Neuansiedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben nach den einzelnen Standorttypen zusammengefasst dargestellt.

**Tab. 14: Bewertungsmodell für Erweiterungs- und Neuansiedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben nach Standorttypen**

| Standorttyp                     | Erweiterung   | Neuansiedlung   |
|---------------------------------|---|---|
| zentraler Versorgungsbereich    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuansiedlungen und Erweiterungen grundsätzlich zulässig</li> <li>• im Sinne einer möglichst flächendeckenden Versorgung bei Überschreiten von Obergrenzen gesonderte Prüfung erforderlich</li> </ul>  |   |
| Nahversorgungslage              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuansiedlungen und Erweiterungen bis 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zulässig</li> <li>• Obergrenze auf Grundlage Bestandsstruktur und Einwohnerzahl/ Kaufkraftvolumen der Nahversorgungs(teil)bereiche hergeleitet</li> </ul>                     |   |
| sonstiger integrierter Standort | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erweiterung bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche grundsätzlich zulässig</li> <li>• standortgerechte Dimensionierung unter Berücksichtigung der Bestandsstrukturen und i.d.R. der Nahversorgungs(teil)bereichsgrenzen im benachbarten Umfeld</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuansiedlung zur Schließung einer räumlichen Nahversorgungslücke ausnahmsweise zulässig</li> <li>• zuvor ggf. eingehende Prüfung, ob Schließung der Nahversorgungslücke durch Ansiedlung in Nahversorgungslage oder in unmittelbarer Nachbarschaft dieser möglich</li> <li>• standortgerechte Dimensionierung zur Vermeidung der Gefährdung von Bestandsbetrieben in zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungslagen</li> <li>• räumliche Lage möglichst zentral in Nahversorgungslücke, in jedem Fall fußläufige Nahversorgung für Großteil nicht nahversorgter Einwohner</li> <li>• Berücksichtigung der für Nahversorgungs(teil)bereiche dargestellten spezifischen Empfehlungen</li> </ul> |
| nicht integrierter Standort     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• weder Erweiterung noch Neuansiedlung zulässig</li> </ul>   |   |

Quelle: eigene Darstellung

## 7.2 GRUNDSÄTZLICHE BEWERTUNG VON ZWEI PLANVORHABEN AUF BASIS DES BEWERTUNGSMODELLS

Nachfolgend werden zwei Planvorhaben von Lebensmittelbetrieben in Ludwigsburg auf Basis des in Kap. 7.1 beschriebenen Modelles grundsätzlich bewertet.



- Im Nahversorgungsbereich Poppenweiler existiert bei einer Einwohnerzahl von rd. 4.650 Einwohnern derzeit - neben vier Betrieben des Lebensmittelhandwerkes - nur ein Lebensmittel-SB-Geschäft, sodass die Bindungsquote im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel nur rd. 6% beträgt (vgl. - auch im Folgenden - Kap. 6.9). Auf Grund der zentralen Lage des Lebensmittel-SB-Geschäftes in der Nahversorgungslage Poppenweiler beträgt der Nahversorgungsanteil jedoch immerhin rd. 59% (wenngleich dieser Wert deutlich unter dem gesamtstädtischen Nahversorgungsanteil von rd. 76% - bei Berücksichtigung aller Lebensmittelbetriebe - liegt).

Innerhalb der Nahversorgungslage ist die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters der Fa. Norma mit einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> geplant.

Nach dem in Kap. 7.1 beschriebenen Bewertungsmodell für Erweiterungs- und Neuansiedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben sind innerhalb von Nahversorgungslagen zusätzliche Lebensmittelbetriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 1.500 m<sup>2</sup> grundsätzlich zulässig. Das o.g. Planvorhaben, dessen Verkaufsfläche deutlich unterhalb dieses Schwellenwertes liegt, ist nach dem Bewertungsmodell der Nahversorgungsuntersuchung grundsätzlich zulässig und würde zur Umsetzung des Zieles der Sicherung und Weiterentwicklung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung für die Bürger aller Stadtteile der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Ludwigsburg<sup>53</sup> beitragen.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass innerhalb eines Standortbereiches - hier einer Nahversorgungslage - Wettbewerb zwischen mehreren Anbietern in jedem Fall möglich sein soll. Weiterhin würde mit dem Planvorhaben ein Betrieb realisiert, der den Betreiberanforderungen hinsichtlich der (Mindest-)Verkaufsfläche entspricht (vgl. Kap. 5.2) und somit auch perspektivisch der Bevölkerung von Poppenweiler eine wohnortnahe bzw. fußläufige Grund-/ Nahversorgung ermöglichen würde - im Gegensatz zu den in Remseck/ Hochberg und Ludwigsburg/ Neckarwiehingen bestehenden Lebensmittelbetrieben, die zum Wohnsiedlungsbereich von Poppenweiler eine Entfernung von rd. drei bzw. sechs Kilometern (Realdistanz in Straßen-/ Pkw-Kilometern) aufweisen. Im Hinblick auf den Wettbewerb zu den in

---

<sup>53</sup> Vgl. GMA.: Fortentwicklung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Ludwigsburg, Ludwigsburg, 2014, S. 66.



den weiteren Stadtteilen von Ludwigsburg oder in den angrenzenden Kommunen - insbesondere Remseck am Neckar - existierenden Lebensmittelbetrieben sei angemerkt, dass auch nach Realisierung des o.g. Planvorhabens deutlich mehr als die Hälfte der Kaufkraft im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel aus dem Nahversorgungsbereich Poppenweiler dorthin abfließen würde.

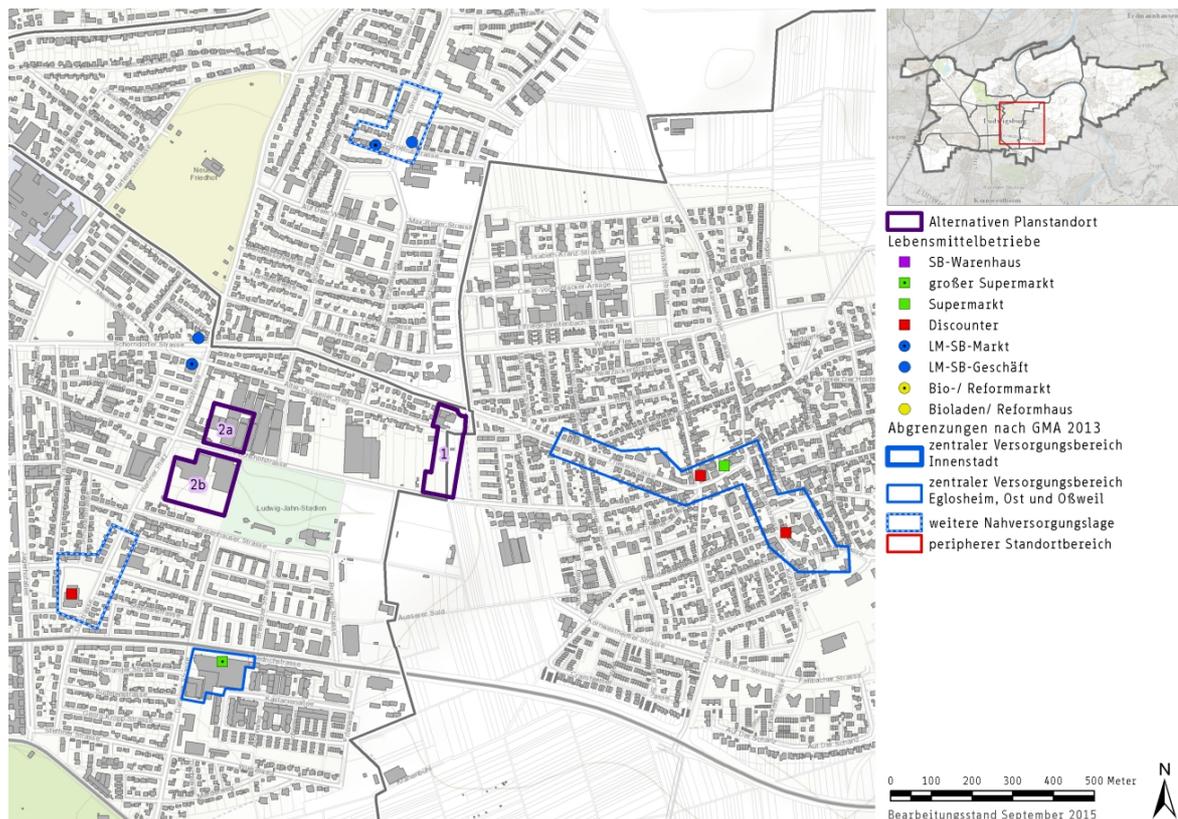
- Im Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt (vgl. - auch im Folgenden - Kap. 6.2) bestehen Überlegungen, am derzeitigen Standort der Kunsteisbahn Ludwigsburg südlich der Fuchshofstraße und westlich des Berliner Platzes bzw. der Osthofstraße einen Lebensmittelbetrieb mit rd. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anzusiedeln (vgl. Karte 11, Planstandort 2b). Alternativstandorte stellen
  - eine Fläche unmittelbar nördlich der Kunsteisbahn und der Fuchshofstraße (vgl. Karte 11, Planstandort 2a) sowie
  - etwas weiter östlich eine Fläche zwischen der Fuchshofstraße und der Schorndorfer Straße im Übergang vom Alten Oßweiler Weg zur Beskidenstraße (vgl. Karte 11, Planstandort 1)dar.

Innerhalb des Nahversorgungsbereiches östliche Kernstadt existieren sechs Lebensmittelbetriebe (sowie zahlreiche Betriebe des Lebensmittelhandwerkes und Lebensmittelfachgeschäfte): Ein großer Supermarkt befindet sich im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland, ein großflächiger Lebensmitteldiscounter in der Nahversorgungslage Ost/ Oststraße. Zudem sind ein Lebensmittel-SB-Geschäft und ein Lebensmittel-SB-Markt in der Nahversorgungslage Schlösslesfeld sowie ebenfalls ein Lebensmittel-SB-Geschäft und ein Lebensmittel-SB-Markt unmittelbar westlich des Kreuzungsbereiches Oststraße/ Schorndorfer Straße angesiedelt.

Die Bindungsquote des Nahversorgungsbereiches östliche Kernstadt im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel beträgt rd. 89%; es fließt demzufolge per Saldo in geringem Umfang Kaufkraft ab. Räumlich differenziert zeigt sich für den Nahversorgungsteilbereich südöstliche Kernstadt bei einer Bindungsquote von rd. 121% per Saldo ein deutlicher Kaufkraftzufluss, während im Teilbereich nordöstliche Kernstadt bei einer Bindungsquote von rd. 30% nur ein geringer Teil der sortimentsbezogenen Kaufkraft gebunden werden kann. Der Nahversorgungsanteil beträgt

sowohl für den Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt als auch für dessen Teilbereiche je rd. 83% und ist damit im Vergleich zur Gesamtstadt - Nahversorgungsanteil unter Berücksichtigung aller Lebensmittelbetriebe rd. 76% - überdurchschnittlich hoch.

**Karte 11: Alternative Planstandorte für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb im Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt**



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

Hinsichtlich der o.g. drei Planstandorte ist zunächst festzustellen, dass sie außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen von Ludwigsburg liegen. Die Planstandorte 2a und 2b an der Fuchshofstraße sind auf Grund der Wohnbebauung

- an bzw. westlich der Oststraße sowie
- am bzw. nördlich des Oßweiler Weges (Planstandort 2a) bzw.
- an bzw. südlich der Bebenhäuser Straße (Planstandort 2b)



grundsätzlich als sonstige integrierte Standorte einzustufen<sup>54</sup>. Der Planstandort 1 zwischen der Fuchshofstraße und der Schorndorfer Straße ist auf Grund der Wohnbebauung am bzw. nördlich des Oßweiler Weges ebenfalls grundsätzlich als sonstiger integrierter Standort einzustufen<sup>55</sup>.

Nach dem in Kap. 7.1 dargestellten Bewertungsmodell für Erweiterungs- und Neuan siedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben ist zunächst zu prüfen, ob eine räumliche Nahversorgungslücke besteht und wie viele Einwohner diese ggf. umfasst<sup>56</sup>. Diesbezüglich ist festzustellen, dass im Bereich der Planstandorte unter Berücksichtigung der in ihrem Umfeld bestehenden Lebensmittelbetriebe nur eine vergleichsweise kleine räumliche Nahversorgungslücke im Grenzbereich der Stadtteile/ Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt/ Oßweil zu verzeichnen ist, die rd. 1.125 Einwohner umfasst (s. hierzu auch Karte 6, S. 35). Durch einen Lebensmittelbetrieb am Planstandort 1 würden diese rd. 1.125 Einwohner zusätzlich nahversorgt, was nach dem Bewertungsmodell einem Lebensmittelbetrieb von bis zu rd. 440 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entspräche<sup>57</sup>. Bei den Planstandorten 2a bzw. 2b wären - insbesondere auf Grund der beiden in geringer Entfernung westlich an der Schorndorfer Straße gelegenen Lebensmittelbetriebe hingegen - nur rd. 175 bzw. 75 Einwohner zusätzlich nahversorgt; nach dem Bewertungsmodell besteht somit kein hinreichendes Potenzial für einen zusätzlichen Lebensmittelbetrieb<sup>58</sup>.

---

<sup>54</sup> Zudem bildet das unmittelbar östlich an den Planstandort 2a anschließende Gärtneriegelände Fuchshofstraße nach Angabe der Stadt Ludwigsburg eine Innenentwicklungs-/ Wohnbaulandpotenzialfläche für rd. 500 Wohneinheiten.

<sup>55</sup> Zudem bildet das unmittelbar westlich an den Planstandort 2a anschließende Gärtneriegelände Niedersachsenstraße nach Angabe der Stadt Ludwigsburg eine Innenentwicklungs-/ Wohnbaulandpotenzialfläche für rd. 250 Wohneinheiten.

<sup>56</sup> Die Schließung einer ggf. bestehenden Nahversorgungslücke durch die Ansiedlung von Lebensmittelbetrieben innerhalb einer Nahversorgungslage kann grundsätzlich ausgeschlossen werden, da in den den Planstandortalternativen nächstgelegenen Nahversorgungslagen bereits Lebensmittelbetriebe angesiedelt sind.

<sup>57</sup> Sofern das am Gärtneriegelände Niedersachsenstraße bestehende Innenentwicklungs-/ Wohnbaulandpotenzial von rd. 250 Wohneinheiten berücksichtigt wird, das etwa zur Hälfte außerhalb der Nahversorgungsumkreise der bestehenden Lebensmittelbetriebe liegt, erhöht sich die Zahl der zusätzlich nahversorgten Einwohner auf annähernd 1.400 Einwohner. Dies entspräche einem zusätzlichem Lebensmittelbetrieb mit rd. 560 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

<sup>58</sup> Diese Aussage gilt auch bei Berücksichtigung des am Gärtneriegelände Fuchshofstraße bestehenden Innenentwicklungs-/ Wohnbaulandpotenziales von rd. 500 Wohneinheiten, da sich dieses innerhalb der Nahversorgungsumkreise der beiden an der Schorndorfer Straße existierenden Lebensmittelbetriebe befindet.



Sofern die beiden an der Schorndorfer Straße existierenden Lebensmittelbetriebe - ein Lebensmittel-SB-Markt und ein Lebensmittel-SB-Geschäft - beispielsweise auf Grund ihrer vergleichsweise geringen Verkaufsflächen von weniger als 300 m<sup>2</sup> bzw. etwas mehr als 100 m<sup>2</sup> nicht berücksichtigt werden, beträgt die Einwohnerzahl der räumlichen Nahversorgungslücke entlang der Schorndorfer Straße rd. 2.075 Einwohner. Durch einen Lebensmittelbetrieb am Planstandort 1 würden rd. 1.600 Einwohner zusätzlich nahversorgt, was nach dem Bewertungsmodell einem Lebensmittelbetrieb von bis zu rd. 640 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entspräche. Bei Realisierung eines Lebensmittelbetriebes an den Planstandorten 2a bzw. 2b würden rd. 2.000 bzw. 1.700 Einwohner zusätzlich nahversorgt; die hieraus resultierenden Verkaufsflächen eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes würden rd. 800 m<sup>2</sup> bzw. 680 m<sup>2</sup> betragen. Sofern die beiden bestehenden Innenentwicklungs-/ Wohnbaulandpotenziale - Gärtnereigelände Fuchshofstraße und Gärtnereigelände Niedersachsenstraße - mit insgesamt rd. 750 Wohneinheiten, d.h. rd. 1.600 zusätzlichen Einwohnern, mit berücksichtigt werden, würde an allen drei Planstandorten ein hinreichend großes rechnerisches Potenzial für einen Lebensmittelbetrieb mit 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bestehen.

Im Ergebnis würde ein zusätzlicher Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.000 m<sup>2</sup> an den drei alternativen Planstandorten nur dann dem Bewertungsmodell aus Kap. 7.1 entsprechen, wenn

- die beiden an der Schorndorfer Straße an sonstigen integrierten Standorten gelegenen Lebensmittelbetriebe auf Grund ihrer vergleichsweise geringen Größe nicht berücksichtigt und Umsatzumverteilungen - ggf. mit wesentlichen Auswirkungen gegen diese beiden Betriebe - in Kauf genommen würden,
- zudem in einem ggf. noch näher zu bestimmenden (s.u.) Maße Umsatzumverteilungen gegen den Bestand in der Nahversorgungslage Schlösslesfeld und im zentralen Versorgungsbereich und damit in gewissem Maße eine Schwächung dieser beiden Standortbereiche in Kauf genommen würden,
- zusätzliche Einwohner in den Innenentwicklungs-/ Wohnbaulandpotenzialen Gärtnereigelände Fuchshofstraße und Gärtnereigelände Niedersachsenstraße zumindest zum Teil veranschlagt und berücksichtigt würden, was eine der Eröffnung eines Lebensmittelbetriebes an einem der drei Planstandort vorange-



- hende oder zumindest zeitgleiche Realisierung von einem Großteil der Wohnbebauung auf den o.g. Gärtnereigeländen voraussetzen würde,
- eine perspektivische, längerfristige Nahversorgungsmöglichkeit für diesen Bereich mit einem zusätzlichen, die Betreiberanforderungen erfüllenden Lebensmittelbetrieb<sup>59</sup> geschaffen werden soll.

Sofern dennoch die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes an einem der drei Planstandorte weiter beabsichtigt wird, sollte eine vertiefende Untersuchung erfolgen, in der die Auswirkungen eines zusätzlichen Lebensmittelbetriebes auf benachbarte zentrale Versorgungsbereich und Nahversorgungslagen im Detail untersucht werden<sup>60</sup>. Angemerkt sei an dieser Stelle jedoch, dass die Vorgaben des Bewertungsmodells für Erweiterungs- und Neuansiedlungsvorhaben von Lebensmittelbetrieben (vgl. Kap. 7.1) derzeit v.a. auf Grund der noch nicht errichteten Wohnbebauung im Bereich der beiden o.g. Gärtnereigelände sowie der beiden Lebensmittelbetriebe an der Schorndorfer Straße nicht eingehalten sind. Zu beachten ist weiterhin, dass auch nach Realisierung eines Lebensmittelbetriebes an einem der Planstandorte die Nahversorgung innerhalb des Nahversorgungsteilbereiches nordöstliche Kernstadt weiterhin nur durch zwei Lebensmittelbetriebe mit vergleichsweise geringer Verkaufsfläche<sup>61</sup> gewährleistet würde.

### **7.3 HANDLUNGSBEDARF IN DEN NAHVERSORGUNGSTEILBEREICHEN**

Die nachstehende Karte 12 differenziert die Nahversorgungs(teil)bereiche hinsichtlich ihres Handlungsbedarfes, der sich aus dem in Kap. 7.1 dargestellten Bewertungsmodell ableitet.

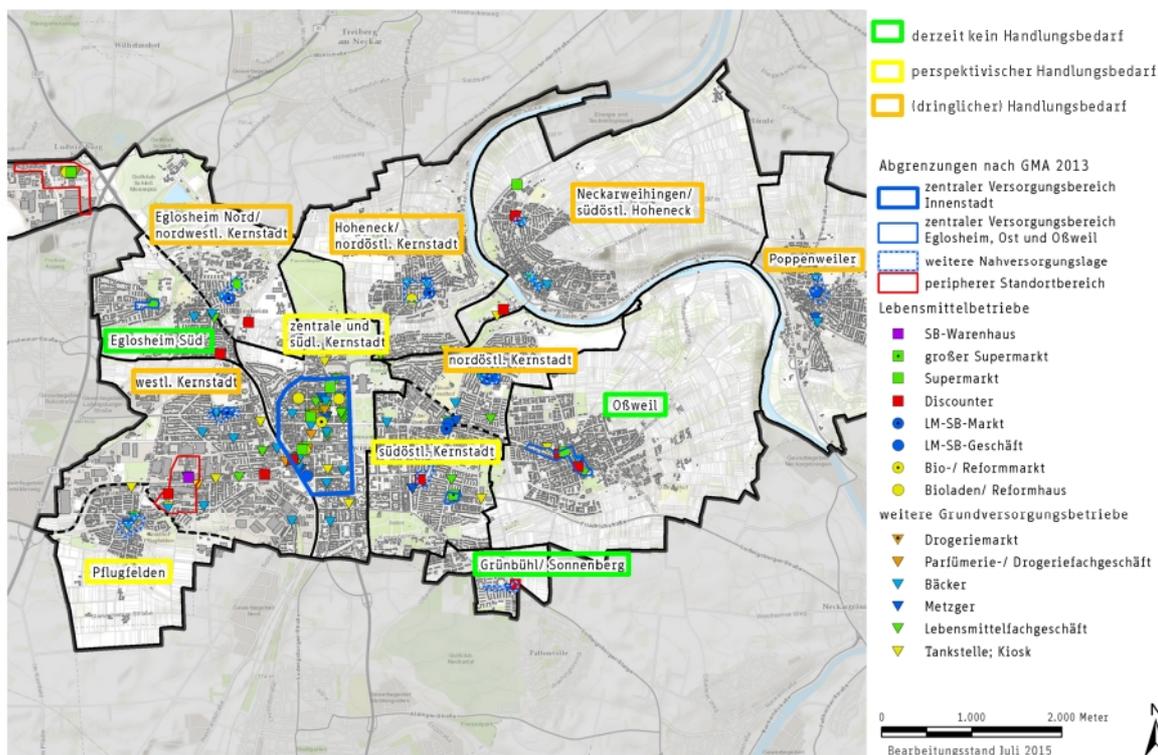
---

<sup>59</sup> Dies gilt zumindest, sofern es sich um einen Lebensmitteldiscounter handelt; vgl. hierzu Standortanforderungen nach Betriebsformen in Kap. 5.2.

<sup>60</sup> Diesbezüglich wird empfohlen, alle drei Planstandorte hinsichtlich ihrer Anbindung an die bestehende und perspektivische Wohnbebauung im Detail zu untersuchen und - sofern sich hieraus keine Präferenz für einen Standort ableiten lässt - die Auswirkungen auf bestehende Nahversorgungsstandorte zumindest für den Planstandort 1 und einen der beiden benachbarten Planstandorte 2a bzw. 2b zu analysieren.

<sup>61</sup> Dabei handelt es sich um ein Lebensmittel-SB-Geschäft und einen Lebensmittel-SB-Markt, die sich beide innerhalb der Nahversorgungslage Schlosslesfeld befinden.

Karte 12: Handlungsbedarf in den Nahversorgungs(teil)bereichen



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

In folgenden Nahversorgungsbereichen liegt demzufolge derzeit kein Handlungsbedarf vor:

- **Eglosheim Süd:** Der Nahversorgungsteilbereich weist zwar quantitativ betrachtet in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse auf, der Nahversorgungsanteil ist jedoch überdurchschnittlich. Wesentlich ist der Erhalt der beiden Nahversorgungsbetriebe.
- **Oßweil:** Der Nahversorgungsbereich Oßweil verzeichnet zwar quantitativ betrachtet in den untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse und weist zudem nur einen (annähernd) durchschnittlichen Nahversorgungsanteil auf, allerdings ist das Angebot innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Oßweil konzentriert. Wesentlich ist der Erhalt der relativ vielfältigen (Lebensmittel-)Nahversorgung im zentralen Versorgungsbereich.
- **Grünbühl/ Sonnenberg:** Im Nahversorgungsbereich besteht im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel annähernd eine rechnerische Vollversorgung. Der Nahversor-



ungsanteil ist zwar nur annähernd durchschnittlich, eine Verbesserung der Angebotssituation in Siedlungsbereich Sonnenberg sollte jedoch nur durch kleinteilige Betriebe mit Gebietsversorgungscharakter erfolgen.

Bei folgenden Nahversorgungs(teil)bereichen besteht perspektivisch bzw. längerfristig ein Handlungsbedarf.

- **zentrale und südliche Kernstadt:** Der Nahversorgungsbereich weist in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Lebensmittelhandwerk und Drogerie/ Parfümerie deutlich bis sehr hohe Kaufkraftzuflüsse auf, bedingt durch das im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bestehende, große und vielfältige Angebot. Perspektivisch/ längerfristig sollte jedoch die Nahversorgungssituation im südlichen Teilbereich verbessert werden, zumal hier ein rechnerisches Potenzial für einen Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche im Bereich der Großflächigkeitsschwelle von 800 m<sup>2</sup> besteht.
- **südöstliche Kernstadt:** Der Nahversorgungsteilbereich verzeichnet im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel per Saldo einen deutlichen Kaufkraftzufluss. Bei den im zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland bzw. in der Nahversorgungslage Ost/ Oststraße ansässigen Lebensmittelbetrieben sollten Erweiterungen daher vorrangig zur Bestandsicherung dienen. Der Nahversorgungsanteil ist überdurchschnittlich hoch. In der im Süden des Teilbereiches bestehenden Nahversorgungslücke, die sich im angrenzenden Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg fortsetzt, sollte die Angebotssituation nur durch kleinteilige Betriebe mit Gebietsversorgungscharakter verbessert werden. Perspektivisch ist das Nahversorgungsangebot am Standort Schorndorfer Straße/ Alter Oßweiler Weg zu sichern, wobei der Entwicklung der Nahversorgungslage Schlösslesfeld jedoch inhaltliche und zeitliche Priorität zukommt (s.u.).
- **Pflugfelden:** Im Nahversorgungsteilbereich sind in den untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse festzustellen, zudem liegt auf Grund des Fehlens eines Lebensmittelbetriebes nur ein sehr geringer Nahversorgungsanteil vor. Perspektivisch sollte die Nahversorgungssituation durch die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes im Bereich der Nahversorgungslage Pflugfelden, nachrangig auch außerhalb an einem sonstigen integrierten Standort mit hoher fußläufiger Nahversorgungsfunktion, verbessert werden. Auf Grund des nahegelegenen peripheren Standortbereiches Schwieberdinger Straße mit einem



sehr umfangreichen Lebensmittelangebot erscheint dies jedoch nur schwerlich umsetzbar.

Die nachstehenden Nahversorgungsteilbereiche weisen einen (dringlichen) Handlungsbedarf auf:

- **nordöstliche Kernstadt:** Der Nahversorgungsteilbereich verzeichnet in den untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse, weist jedoch einen überdurchschnittlichen Nahversorgungsanteil auf. Handlungsbedarf besteht hinsichtlich der Nahversorgungslage Schlösslesfeld auf Grund der sehr geringen Verkaufsflächen der dort bestehenden Lebensmittelbetriebe.
- **westliche Kernstadt:** Der Nahversorgungsteilbereich weist in den untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo leichte bis erhebliche Kaufkraftzuflüsse auf, der Nahversorgungsanteil ist überdurchschnittlich. Handlungsbedarf besteht jedoch hinsichtlich der Nahversorgungslage Osterholzallee auf Grund der sehr geringen Verkaufsflächen des dort bestehenden Lebensmittelbetriebes.
- **Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt:** Im Nahversorgungsteilbereich ist in allen untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo ein deutlicher bis sehr großer Kaufkraftzufluss festzustellen, der Nahversorgungsanteil ist weit überdurchschnittlich. Handlungsbedarf besteht jedoch hinsichtlich der Nahversorgungslage Eglosheim Nord-Ost auf Grund der sehr geringen Verkaufsflächen der beiden dort bestehenden Lebensmittelbetriebe.
- **Hoheneck/ Reichertshalde:** Der Nahversorgungsbereich weist in den untersuchungsrelevanten Sortimenten per Saldo erhebliche Kaufkraftabflüsse auf und verzeichnet einen nur in etwa durchschnittlichen Nahversorgungsanteil. Handlungsbedarf besteht hinsichtlich der Nahversorgungslage Hoheneck auf Grund der sehr geringen Verkaufsflächen der beiden dort bestehenden Lebensmittelbetriebe.
- **Neckarweihingen:** Im Nahversorgungsbereich ist in den beiden Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Lebensmittelhandwerk per Saldo ein leichter Kaufkraftzufluss zu verzeichnen. Der Nahversorgungsanteil ist auf Grund des Fehlens eines Lebensmittelbetriebes im südlichen Siedlungsbereich von Neckarweihingen in etwa durchschnittlich. Handlungsbedarf besteht insbesondere in Bezug auf die Nahversorgungslage Neckarweihingen Süd, in der kein Lebensmittelbetrieb existiert; eine Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes im Süden von Neckarweihingen außerhalb des Bereiches der Nahversorgungslage stellt eine nachrangige Möglich-



keit zur Verbesserung der Situation dar. Weiterer, wenngleich deutlich nachgeordneter Handlungsbedarf auf Grund eines in geringer Distanz befindlichen Lebensmittelbetriebes, besteht hinsichtlich der Nahversorgungslage Neckarwiehingen Nord, in der selbst kein Lebensmittelbetrieb ansässig ist.

- **Poppenweiler:** Der Nahversorgungsbereich weist in den beiden Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie nur eine per Saldo sehr geringe Kaufkraftbindung auf. Der Nahversorgungsanteil ist auf Grund des räumlich ausgedehnten Siedlungskörpers unterdurchschnittlich. Handlungsbedarf besteht hinsichtlich der Nahversorgungslage Poppenweiler auf Grund der sehr geringen Verkaufsflächen des dort bestehenden Lebensmittelbetriebes.

#### **7.4 EMPFEHLUNGEN ZUR WEITERENTWICKLUNG VON STANDORTEN BZW. STANDORTBEREICHEN VON LEBENSMITTELBETRIEBEN**

In Karte 13 ist für jeden Standort bzw. Standortbereich eines Lebensmittelbetriebes sowie für Nahversorgungslagen ohne Lebensmittelbetriebe eine Empfehlung zur (Weiter-)Entwicklung bzw. zur Bestandsfestsetzung dargelegt. Dabei lassen sich folgende Kategorien unterscheiden:

- **Zentrale Versorgungsbereiche:** In den zentralen Versorgungsbereichen sollen nicht großflächige und großflächige Lebensmittelbetriebe grundsätzlich möglich sein, wenngleich an einer bestimmten Größe Auswirkungen gegen den Bestand geprüft werden sollen (vgl. Kap. 7.1). Auf Grund der Bestandstruktur bezogen auf Lebensmittelbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen von Ludwigsburg steht derzeit der Erhalt der entsprechenden Nahversorgungsfunktion im Vordergrund. Es handelt sich um
  - den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt im Nahversorgungsbereich zentrale und südliche Kernstadt mit insgesamt neun Lebensmittelbetrieben,
  - den zentralen Versorgungsbereich Ost/ Kaufland im Nahversorgungsteilbereich südöstliche Kernstadt mit einem großen Supermarkt,
  - den zentralen Versorgungsbereich Eglosheim/ Hirschbergsiedlung mit einem großflächigen Supermarkt und
  - den zentralen Versorgungsbereich Oßweil mit einem Supermarkt und zwei Lebensmitteldiscountern.



- **Nahversorgungslagen:** In den Nahversorgungslagen sollen Lebensmittelbetriebe bis zu einer Verkaufsfläche von bis zu 1.500 m<sup>2</sup> grundsätzlich ermöglicht werden (vgl. Kap. 7.1). Im Folgenden wird jedoch differenziert zwischen Nahversorgungslagen, in denen der Erhalt der Nahversorgungsfunktion im Vordergrund steht und Nahversorgungslagen, in denen Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion auf Grund eines kleinteiligen Angebotes einen Handlungsbedarf erzeugt.

Nahversorgungslagen, in denen der Erhalt der Nahversorgungsfunktion im Vordergrund steht, sind Folgende:

- Nahversorgungslage Ost/ Oststraße im Nahversorgungsteilbereich südöstliche Kernstadt mit einem Lebensmitteldiscounter und
- Nahversorgungslage Grünbühl im Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg mit einem Lebensmitteldiscounter.

Nahversorgungslagen, in denen Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion einen Handlungsbedarf erzeugen, sind Folgende:

- Nahversorgungslage Schlösslesfeld im Nahversorgungsteilbereich nordöstliche Kernstadt mit einem Lebensmittel-SB-Markt und einem Lebensmittel-SB-Geschäft,
- Nahversorgungslage Pflugfelden im Nahversorgungsteilbereich Pflugfelden (derzeit ohne Lebensmittelbetrieb),
- Nahversorgungslage Eglosheim Nord-Ost im Nahversorgungsteilbereich Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt mit einem Supermarkt und einem Lebensmittel-SB-Geschäft,
- Nahversorgungslage Hoheneck im Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reicherts- halde mit einem Lebensmittel-SB-Geschäft und einem Reformhaus,
- Nahversorgungslagen Neckarweihingen Nord und Neckarweihingen Süd im Nahversorgungsbereich Neckarweihingen (beide derzeit ohne Lebensmittelbetrieb) und
- Nahversorgungslage Poppenweiler im Nahversorgungsteilbereich Poppenweiler mit einem Lebensmittel-SB-Markt.

- **Sonstige integrierte Standorte:** An sonstigen integrierten Standorten soll der Lebensmitteleinzelhandel und auch der sonstige untersuchungs-/ nahversorgungsrelevante Einzelhandel ebenfalls in seinem Bestand gesichert und festgeschrieben werden. Ausnahmen stellen diejenigen Lebensmittelbetriebe dar, die derzeit eine



Verkaufsfläche von weniger als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aufweisen: Für diese soll die Möglichkeit einer Erweiterung bis zur Schwelle der Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bestehen (vgl. Kap. 7.1). Dabei handelt es sich um

- den Standortbereich eines Lebensmittel-SB-Geschäftes und eines Lebensmittel-SB-Marktes im Bereich Schorndorfer Straße/ Alte Oßweiler Straße im Nahversorgungsteilbereich südöstliche Kernstadt (wobei vorrangig die eine Erweiterung der in der Nahversorgungslage Schlösslesfeld bestehenden Lebensmittelbetriebe oder eine Neuansiedlung im Bereich der Nahversorgungslage erfolgen sollte, s.o.),
- einen Lebensmitteldiscounter an der Teinacher Straße im Nahversorgungsbereich Eglosheim Süd und
- einen Lebensmitteldiscounter an der Hauptstraße im Nahversorgungsbereich Neckarweihingen (wobei vorrangig die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebes in der benachbarten Nahversorgungslage Neckarweihingen Nord erfolgen sollte, s.o.).

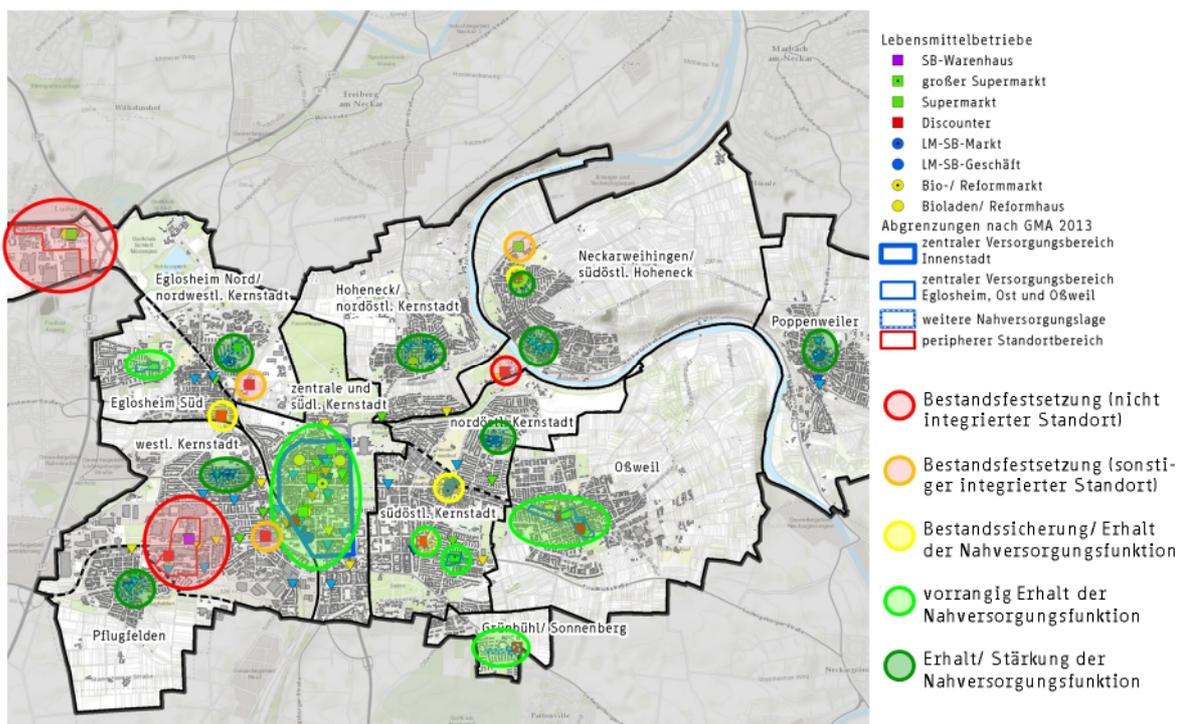
Eine Bestandsicherung und -festsetzung sollte hingegen bei folgenden sonstigen integrierten Lebensmittelbetrieben erfolgen:

- Lebensmitteldiscounter am Standort Martin-Luther-Straße im Nahversorgungsteilbereich westliche Kernstadt,
- Lebensmitteldiscounter am Standort Reuteallee im Nahversorgungsteilbereich Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt und
- Supermarkt am Standort Weinbergblick im Nahversorgungsbereich Neckarweihingen.

- **Nicht integrierte Standorte:** An nicht integrierten Standorten soll der Lebensmitteleinzelhandel und auch der sonstige untersuchungs-/ nahversorgungsrelevante Einzelhandel in seinem Bestand gesichert und festgeschrieben werden (vgl. Kap. 7.1). Dies betrifft das entsprechende Angebot

- am peripheren Standortbereich Schwieberdinger Straße/ Steinbeisstraße im Nahversorgungsteilbereich Eglosheim Nord/ nordwestliche Kernstadt
- am peripheren Standortbereich Ludwigsburg Nord/ Tammer Feld im Nahversorgungsteilbereich westliche Kernstadt sowie
- den Standort eines Lebensmitteldiscounters westlich des Kreuzungsbereiches Marbacher Straße/ Uferstraße im Nahversorgungsbereich Neckarweihingen.

**Karte 13: Empfehlungen zur Weiterentwicklung von Standorten bzw. Standortbereichen von Lebensmittelbetrieben**



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Ludwigsburg, 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

Nachfolgend sind in einer Übersichtstabelle für die in die Untersuchung einbezogenen Lebensmittelbetriebe neben allgemeinen Angaben - Adresse, Betreiber/ Inhaber und Verkaufsfläche - folgende Punkte dargelegt:

- Die aktuellen planungsrechtlichen Verhältnisse,
- der Standorttyp, ein Vergleich der bestehenden Verkaufsfläche mit den betriebsformenspezifischen (Verkaufsflächen-)anforderungen sowie im Einzelfall auch Ergebnisse der Experteninterviews,
- daraus resultierende Empfehlungen zu Entwicklungsmöglichkeiten (vgl. Karte 13) und ggf. zu darauf basierenden planungsrechtlichen Anpassungserfordernissen.

Zu berücksichtigen ist, dass sich die Empfehlungen zu den Entwicklungsmöglichkeiten bei zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungslagen nicht nur auf die einzelnen Betriebe, sondern auch auf den jeweiligen Standortbereich insgesamt beziehen.



**Tab. 15: Übersichtstabelle Planungsrecht und Weiterentwicklungsempfehlungen der Lebensmittelbetriebe**

| Adresse   | Betriebsart/<br>Betreiber                           | VKF<br>in m <sup>2</sup> | Planungsrecht<br>aktuell                 | Einschätzung   | Empfehlung                                       |
|---|---|--------------------------|--|--|--|
| Nahversorgungsbereich zentrale und südliche Kernstadt |   |                          |  |  |  |
| Pflugfelder<br>Str. 12                                | Discounter<br>Netto                                 | 661                      | (unbekannt)                              | ZVB Innenstadt<br>Fläche unter Anforder-<br>ungen filialisierter<br>Betreiber  | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |
| Bahnhofstr.<br>39                                     | LM-SB-<br>Geschäft<br>Kupa Markt                    | 100                      | 018/01 (1968)<br>MK                      | ZVB Innenstadt<br>Fläche entsprechend<br>Standorttyp;<br>größere Fläche nicht<br>städtebaulich inte-<br>grierbar                                       | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |
| Myliusstr. 6  | Supermarkt<br>REWE                                  | 521                      | Baulinienplan<br>v. 1874                 | ZVB Innenstadt<br>Fläche entsprechend<br>City-Markt-Konzept;<br>Erweiterung räumlich<br>begrenzt   | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |
| Myliusstr. 7  | Bio-/ Reform-<br>markt<br>Alnatura                  | 600                      | Baulinienplan<br>v. 1874                 | ZVB Innenstadt<br>Fläche unter Anforder-<br>ungen filialisierter<br>Betreiber, aber keine<br>Erweiterungsmöglich-<br>keit                              | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |
| Lindenstraße<br>50                                    | Bioladen/<br>Reformhaus<br>Rapunzel/<br>Naturwaren  | 50                       | 4/38 (1961)                              | ZVB Innenstadt<br>Fläche entsprechend<br>Standorttyp und Be-<br>triebsform;<br>Erweiterung räumlich<br>begrenzt  | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |
| Kaffeeberg 6  | Bioladen/<br>Reformhaus<br>Leuchtkäfer<br>Naturkost | 55                       | kein BPL - In-<br>nenbereich             | ZVB Innenstadt<br>Fläche entsprechend<br>Standorttyp und Be-<br>triebsform;<br>Erweiterung räumlich<br>begrenzt  | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |
| Wilhelmstr.<br>26                                     | Supermarkt<br>Rewe                                  | 1.460                    | 17/1, 010/05<br>Baulinienplan<br>v. 1874 | ZVB Innenstadt<br>wichtiger Nahversor-<br>ger/ Magnetbetrieb<br>Wilhelm-Galerie;<br>Fläche entsprechend<br>Anforderungen filiali-<br>sierter Betreiber | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |
| Wilhelmstr.<br>20                                     | Bio-/<br>Reformmarkt                                | 275                      | 012/03 (1973)<br>MK                      | ZVB Innenstadt<br>Fläche entsprechend<br>Standorttyp und Be-<br>triebsform   | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |
| Marstall M1   | Supermarkt  | 1.500                    | 010/02 (1972)                            | ZVB Innenstadt<br>wichtiger Nahversor-<br>ger/ Magnetbetrieb<br>Marstall-Center;<br>Fläche entsprechend<br>Anforderungen filiali-<br>sierter Betreiber | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion |



| Adresse   | Betriebsart/<br>Betreiber     | VKF<br>in m <sup>2</sup> | Planungsrecht<br>aktuell                                      | Einschätzung  | Empfehlung   |
|---|-------------------------------|--------------------------|---|---|--|
| <b>Nahversorgungsbereich östliche Kernstadt</b>               |                               |                          |   |   |  |
| Friedrichstr.<br>124-126                                      | Großer Supermarkt<br>Kaufland | 4.500                    | 048/01 (1995)<br>SO "Einkaufszentrum"                         | NV-Lage Typ 1<br>Schwerpunkt der Quartiersversorgung mit hinreichender Dimensionierung  | vorrangig Erhalt der Nahversorgungsfunktion  |
| Hindenburgstr. 60   | Discounter<br>LIDL            | 1.100                    | 14/18 NÖ!   | NV-Lage Typ 2<br>weitere Nahversorgungslage für Oststadt mit hinreichender Dimensionierung;<br>Fläche entsprechend Anforderungen filialisierter Betreiber | vorrangig Erhalt der Nahversorgungsfunktion  |
| Corneliusstr. 16  | LM-SB-Markt<br>Potpourri      | 380                      | 043/03 (1968),<br>WA - Gebietsversorgung                      | NV-Lage Typ 3; auf Grund VKF geringe Nahversorgungsfunktion   | Erhalt/ Stärkung der Nahversorgungsfunktion bei Erweiterungsabsichten ggf. Anpassung BPL                         |
| Corneliusstr. 25  | LM-SB-Geschäft<br>Adix Markt  | 190                      | 043/03 (1968),<br>WA - Gebietsversorgung                      | NV-Lage Typ 3; auf Grund VKF geringe Nahversorgungsfunktion   | Erhalt/ Stärkung der Nahversorgungsfunktion bei Erweiterungsabsichten ggf. Anpassung BPL                         |
| Schorndorfer Str. 105   | LM-SB-Geschäft<br>Frischeland | 115                      | 6/12 (1928),<br>Wohnviertel                                   | sonstiger integrierter Standort; auf Grund VKF geringe, aber wichtige Nahversorgungsfunktion  | Bestandssicherung/ Erhalt der Nahversorgungsfunktion bei Erweiterungsabsichten ggf. entsprechende Anpassung BPL  |
| Alter Oßweiler Weg 8-10                                       | LM-SB-Markt<br>Karizmar Markt | 280                      | 13/9 81951),<br>Wohnviertel                                   | sonstiger integrierter Standort; auf Grund VKF geringe, aber wichtige Nahversorgungsfunktion  | Bestandssicherung/ Erhalt der Nahversorgungsfunktion bei Erweiterungsabsichten (ggf. entsprechende Anpassung BPL |
| <b>Nahversorgungsbereich westliche Kernstadt/ Pflugfelden</b> |                               |                          |   |   |  |
| Schieberdinger Str. 94  | SB-Warenhaus<br>Kaufland      | 8.250                    | 18/18, 20/07,<br>20/03<br>Industrie-, Gewerbeviertel nach OBS | peripherer Standortbereich, nicht integriert  | Bestandsfestsetzung  |
| Steinbeisstr. 6   | Discounter<br>LIDL            | 880                      | 026/01 i. V. m.<br>026/04: Abschluss Einzelhandel             | peripherer Standortbereich, nicht integriert  | Bestandsfestsetzung  |
| Rettistr. 1   | LM-SB-Markt<br>Kösem Markt    | 350                      | 3/6 (1925)  | NV-Lage Typ 2; auf Grund VKF geringe Nahversorgungsfunktion   | Erhalt/ Stärkung der Nahversorgungsfunktion  |
| Martin-Luther-Str. 82   | Discounter<br>ALDI            | 980                      | 19/33 (1952)  | außerhalb NV-Lagen, erfüllt aber Nahversorgungsfunktion;<br>Fläche entsprechend Anforderungen filialisierter Betreiber                                    | Bestandsfestsetzung  |



| Adresse   | Betriebsart/<br>Betreiber                     | VKF<br>in m <sup>2</sup>         | Planungsrecht<br>aktuell  | Einschätzung   | Empfehlung   |
|---|---|----------------------------------|---|--|--|
| <b>Nahversorgungsbereich Eglosheim/ nordwestliche Kernstadt</b> |   |                                  |   |  |  |
| Heinkelstr. 1   | Supermarkt<br>REWE                            | 890                              | BPL 070/02<br>SO "Einkaufs-<br>zentrum"   | planungsrechtl. gesi-<br>cherter Standort,<br>nicht integriert   | Bestandsfestsetzung  |
| Heinkelstr. 1   | Bioladen/<br>Reformhaus<br>Vitalia            | 60                               | BPL 070/02<br>SO "Einkaufs-<br>zentrum"   | planungsrechtl. gesi-<br>cherter Standort,<br>nicht integriert   | Bestandsfestsetzung  |
| Hirschberg-<br>str. 44  | Supermarkt<br>REWE                            | 950                              | BPL 072/05<br>Mischgebiet   | NV-Lage Typ 1<br>Stadtteilversorgung<br>Eglosheim Hirschberg-<br>siedlung  | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion   |
| Geisinger<br>Str. 15  | Supermarkt<br>Selin Markt                     | 500                              | 074/03 (1970),<br>WA - Läden, die<br>der Gebiets-<br>versorgung<br>dienen                                   | NV-Lage Typ 2<br>Fläche unter Anforde-<br>rungen filialisierter<br>Betreiber   | Erhalt/ Stärkung der Nah-<br>versorgungsfunktion<br>bei Erweiterungsabsich-<br>ten ggf. BPL-Änderung er-<br>forderlich |
| Rosenacker-<br>weg 29   | LM-SB-Markt<br>Nah und Gut                    | 280                              | 074/03 (1970),<br>WA - Läden, die<br>der Gebiets-<br>versorgung<br>dienen                                   | NV-Lage Typ 2<br>Fläche unter Anforde-<br>rungen filialisierter<br>Betreiber, aber kaum<br>Erweiterungsmöglich-<br>keiten                        | Erhalt/ Stärkung der Nah-<br>versorgungsfunktion<br>bei Erweiterungsabsich-<br>ten ggf. BPL-Änderung er-<br>forderlich |
| Reuteallee<br>25  | Discounter<br>LIDL                            | 1.030,<br>Pla-<br>nung:<br>1.200 | 030/06 (1973)<br>MI   | außerhalb NV-Lagen,<br>aber Nahversorgungs-<br>funktion;<br>nach Erweiterung wg.<br>Standorttyp und VKF<br>Bestandsfestsetzung                   | Bestandsfestsetzung  |
| Teinacher<br>Str. 11  | Discounter<br>Netto                           | 630                              | 079/07 (2012),<br>GEe, ausnahms-<br>weise zulässig,<br>Bestandsschutz<br>bis max. 800<br>m <sup>2</sup> VKF | außerhalb NV-Lagen,<br>aber Nahversorgungs-<br>funktion;<br>Fläche unter Anforde-<br>rungen filialisierter<br>Betreiber                          | Bestandssicherung/ Erhalt<br>der Nahversorgungsfunk-<br>tion   |
| <b>Nahversorgungsbereich Hoheneck/ Reichertshalde</b>           |   |                                  |   |  |  |
| Wilhelm-Na-<br>gel-Str. 61                                      | LM-SB-Markt<br>Drehpunkt-<br>Laden            | 270                              | 087/01 (1967)<br>SO-Läden   | NV-Lage Typ 3<br>Fläche unter Anforde-<br>rungen filialisierter<br>Betreiber;<br>schlechte Erweite-<br>rungsmöglichkeiten                        | Erhalt/ Stärkung der Nah-<br>versorgungsfunktion   |
| Bottwartal-<br>str. 74  | Bioladen/<br>Reformhaus<br>Bioladen<br>Müller | 55                               | 087/01 (1967)<br>WA-Gebiets-<br>versorgung  | NV-Lage Typ 3<br>Fläche unter Anforde-<br>rungen filialisierter<br>Betreiber;<br>im derzeitigen Be-<br>stand kaum Erweite-<br>rungsmöglichkeiten | Erhalt/ Stärkung der Nah-<br>versorgungsfunktion<br>bei Erweiterungsabsich-<br>ten ggf. BPL-Änderung<br>erforderlich   |



| Adresse   | Betriebsart/<br>Betreiber                  | VKF<br>in m <sup>2</sup> | Planungsrecht<br>aktuell   | Einschätzung   | Empfehlung   |
|---|--|--------------------------|--|--|--|
| <b>Nahversorgungsbereich Neckarweihingen</b>      |  |                          |  |  |  |
| Marbacher<br>Str. 193                             | Discounter<br>ALDI                         | 825                      | 088/01 (2006),<br>Einzelhandel:<br>nur Discounter<br>ohne eigen-<br>ständige Kon-<br>zessionäre aus<br>Bereich Le-<br>bensmittel/<br>-handwerk | planungsrechtl. gesi-<br>cherter Standort,<br>nicht integriert   | Bestandsfestsetzung  |
| Hauptstr.<br>159                                  | Discounter<br>Netto                        | 500                      | 113/17 u.<br>113/18 (1971 u.<br>1973) WA - Ge-<br>bietsversor-<br>gung   | sonst. integrierter<br>Standort außerhalb<br>NV-Lage, aber Nah-<br>versorgungsfunktion für<br>nördlichen Stadtteil-<br>bereich;<br>Fläche unter Anforde-<br>rungen filialisierter<br>Betreiber;<br>Grundstück lässt kaum<br>Erweiterung zu | Bestandssicherung/ Erhalt<br>der Nahversorgungsfunk-<br>tion<br>bei Erweiterungsabsich-<br>ten ggf. BPL-Änderung er-<br>forderlich |
| Weinberg-<br>blick                                | Supermarkt<br>EDEKA                        | 1.400                    | (unbekannt)  | sonst. integrierter<br>Standort außerhalb<br>NV-Lagen, aber Nah-<br>versorgungsfunktion<br>für nördlichen Stadt-<br>teilbereich (Neckar-<br>terrasse);<br>wg. Standorttyp und<br>VKF Bestandsfest-<br>setzung                              | Bestandsfestsetzung  |
| <b>Nahversorgungsbereich Oßweil</b>               |  |                          |  |  |  |
| Westfalen-<br>str. 27                             | Discounter<br>Netto                        | 700                      | 11/1<br>(Aussage Ge-<br>bietsplaner)   | NV-Lage Typ 1<br>Stadtteilversorgung<br>Oßweil   | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion   |
| Friesenstr.<br>10                                 | Discounter<br>Penny                        | 795                      | 11/1<br>(Aussage Ge-<br>bietsplaner)   | NV-Lage Typ 1<br>Stadtteilversorgung<br>Oßweil   | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion   |
| Friesenstr.<br>6-10                               | Supermarkt<br>Frischemarkt<br>Kiwi         | 700                      | 11/1<br>(Aussage Ge-<br>bietsplaner)   | NV-Lage Typ 1<br>Stadtteilversorgung<br>Oßweil   | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion   |
| <b>Nahversorgungsbereich Grünbühl/ Sonnenberg</b> |  |                          |  |  |  |
| Aldinger Str.<br>170                              | Discounter<br>Aldi                         | 850                      | 101/01 (1967)<br>MI  | NV-Lage Typ 2<br>Stadtversorgung<br>Grünbühl-Sonnenberg  | vorrangig Erhalt der Nah-<br>versorgungsfunktion   |
| <b>Nahversorgungsbereich Poppenweiler</b>         |  |                          |  |  |  |
| Steinheimer<br>Str. 1                             | LM-SB-<br>Geschäft<br>Frischemarkt<br>Kiwi | 125                      | Innenbereich<br>§34 BauGB  | NV-Lage Typ 3<br>Stadtteilversorgung<br>Poppenweiler   | Stärkung/ Ausbau der<br>Nahversorgungsfunktion   |



## ANHANG

**Tab. A - 1: Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Standorttypen**

| Standorttyp                                | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Bindungsquote |
|--|-------------------------------------|-------------------|---------------|
| zentraler Versorgungsbereich<br>Innenstadt | 5.550                               | 29,1              | 16%           |
| sonstige zentrale<br>Versorgungsbereiche   | 6.425                               | 35,7              | 19%           |
| Nahversorgungslagen                        | 4.425                               | 27,7              | 15%           |
| sonstige integriert                        | 4.550                               | 29,8              | 16%           |
| nicht integriert                           | 9.425                               | 61,3              | 33%           |
| <b>Summe</b>                               | <b>30.375</b>                       | <b>183,5</b>      | <b>99%</b>    |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

**Tab. A - 2: Sortiment Lebensmittelhandwerk: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Standorttypen**

| Standorttyp                                | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Bindungsquote |
|--|-------------------------------------|-------------------|---------------|
| zentraler Versorgungsbereich<br>Innenstadt | 550                                 | 8,2               | 30%           |
| sonstige zentrale<br>Versorgungsbereiche   | 175                                 | 2,9               | 10%           |
| Nahversorgungslagen                        | 575                                 | 9,4               | 34%           |
| sonstige integriert                        | 300                                 | 4,6               | 17%           |
| nicht integriert                           | 225                                 | 3,1               | 11%           |
| <b>Summe</b>                               | <b>1.825</b>                        | <b>28,2</b>       | <b>101%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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



**Tab. A - 3: Sortiment Drogerie/ Parfümerie: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Standorttypen**

| Standorttyp                             | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Bindungsquote |
|---|-------------------------------------|-------------------|---------------|
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 2.775                               | 15,7              | 62%           |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 675                                 | 2,7               | 11%           |
| Nahversorgungslagen                     | 350                                 | 1,6               | 6%            |
| sonstige integriert                     | 325                                 | 1,5               | 6%            |
| nicht integriert                        | 2.500                               | 14,0              | 55%           |
| <b>Summe</b>                            | <b>6.625</b>                        | <b>35,5</b>       | <b>141%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

**Tab. A - 4: Anzahl, Verkaufsflächen und, Umsätze der Nahversorgungsbetriebe nach Betriebsformen**

| Betriebsform                      | Gesamtangebot |                                     |                   | nur untersuchungsrelevante Sortimente |                   |
|-----------------------------------|---------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------------------------|-------------------|
|                                   | Anzahl        | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )   | Umsatz (in Mio. ) |
| Bioladen, Reformhaus              | 4             | 225                                 | 1,0               | 225                                   | 1,0               |
| LM-SB-Geschäft                    | 4             | 525                                 | 2,4               | 525                                   | 2,3               |
| Bio-/ Reformmarkt                 | 2             | 875                                 | 6,0               | 850                                   | 5,9               |
| LM-SB-Markt                       | 5             | 1.550                               | 6,6               | 1.400                                 | 6,2               |
| Discounter                        | 11            | 9.150                               | 72,1              | 7.850                                 | 59,6              |
| Supermarkt                        | 8             | 7.925                               | 35,6              | 7.475                                 | 34,3              |
| großer Supermarkt                 | 1             | 4.500                               | 25,8              | 3.900                                 | 23,1              |
| SB-Warenhaus                      | 1             | 8.250                               | 48,9              | 6.875                                 | 42,6              |
| Lebensmittelhandwerk              | 82            | 2.000                               | 29,0              | 2.000                                 | 29,0              |
| Lebensmittelfachgeschäft          | 36            | 2.425                               | 11,6              | 2.200                                 | 10,7              |
| Kiosk, Tankstelle                 | 17            | 975                                 | 5,4               | 725                                   | 3,7               |
| Parfümerie-/ Drogeriefachgeschäft | 9             | 800                                 | 6,7               | 750                                   | 6,6               |
| Drogeriemarkt                     | 5             | 5.900                               | 32,3              | 3.750                                 | 20,6              |
| <b>Summe</b>                      | <b>185</b>    | <b>45.125</b>                       | <b>283,2</b>      | <b>38.525</b>                         | <b>245,6</b>      |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 5: Stadtteil Kernstadt Mitte: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 5.550                               | 29,0              | 22,2                  | 130%          |
| Lebensmittelhandwerk    | 550                                 | 8,2               | 3,3                   | 247%          |
| Drogerie/ Parfümerie    | 2.725                               | 15,6              | 3,0                   | 515%          |
| <b>Summe</b>            | <b>8.825</b>                        | <b>52,8</b>       | <b>28,6</b>           | <b>892%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

**Tab. A - 6: Stadtteil Kernstadt Mitte: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 29,0                    | 130%          | 7,9                  | 238%          | 15,6                 | 515%          |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige integriert                     | 0,0                     | 0%            | 0,3                  | 10%           | 0,0                  | 0%            |
| nicht integriert                        | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>29,0</b>             | <b>130%</b>   | <b>8,2</b>           | <b>247%</b>   | <b>15,6</b>          | <b>515%</b>   |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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



**Tab. A - 7: Stadtteil Kernstadt West: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 8.475                               | 57,4              | 23,2                  | 247%          |
| Lebensmittelhandwerk    | 275                                 | 4,4               | 3,5                   | 127%          |
| Drogerie/ Parfümerie    | 700                                 | 3,3               | 3,2                   | 103%          |
| <b>Summe</b>            | <b>9.450</b>                        | <b>65,0</b>       | <b>29,8</b>           | <b>477%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

**Tab. A - 8: Stadtteil Kernstadt West: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,3                  | 9%            | 0,2                  | 5%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 1,4                     | 6%            | 1,4                  | 40%           | 0,1                  | 3%            |
| sonstige integriert                     | 8,9                     | 38%           | 1,6                  | 47%           | 0,3                  | 9%            |
| nicht integriert                        | 47,1                    | 203%          | 1,1                  | 31%           | 2,7                  | 86%           |
| <b>Summe</b>                            | <b>57,4</b>             | <b>247%</b>   | <b>4,4</b>           | <b>127%</b>   | <b>3,3</b>           | <b>103%</b>   |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 9: Stadtteil Kernstadt Nord: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 1.000                               | 7,5               | 6,4                   | 117%          |
| Lebensmittelhandwerk    | 0                                   | 0,0               | 1,0                   | 0%            |
| Drogerie/ Parfümerie    | 100                                 | 0,6               | 0,9                   | 70%           |
| <b>Summe</b>            | <b>1.100</b>                        | <b>8,1</b>        | <b>8,3</b>            | <b>187%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

**Tab. A - 10: Stadtteil Kernstadt Nord: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,1                     | 1%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 0,7                     | 11%           | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige integriert                     | 6,5                     | 102%          | 0,0                  | 0%            | 0,6                  | 70%           |
| nicht integriert                        | 0,2                     | 3%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>7,5</b>              | <b>117%</b>   | <b>0,0</b>           | <b>0%</b>     | <b>0,6</b>           | <b>70%</b>    |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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



**Tab. A - 11: Stadtteil Kernstadt Ost: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 5.925                               | 35,8              | 31,4                  | 114%          |
| Lebensmittelhandwerk    | 200                                 | 2,9               | 4,7                   | 61%           |
| Drogerie/ Parfümerie    | 550                                 | 2,4               | 4,3                   | 57%           |
| <b>Summe</b>            | <b>6.675</b>                        | <b>41,1</b>       | <b>40,4</b>           | <b>222%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

**Tab. A - 12: Stadtteil Kernstadt Ost: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 21,8                    | 69%           | 0,7                  | 16%           | 1,7                  | 40%           |
| Nahversorgungslagen                     | 12,1                    | 39%           | 1,7                  | 36%           | 0,7                  | 16%           |
| sonstige integriert                     | 1,9                     | 6%            | 0,4                  | 9%            | 0,0                  | 0%            |
| nicht integriert                        | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>35,8</b>             | <b>114%</b>   | <b>2,9</b>           | <b>61%</b>    | <b>2,4</b>           | <b>57%</b>    |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 13: Stadtteil Kernstadt Süd: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 100                                 | 0,4               | 8,1                   | 5%            |
| Lebensmittelhandwerk    | 25                                  | 0,3               | 1,2                   | 27%           |
| Drogerie/ Parfümerie    | 0                                   | 0,0               | 1,1                   | 0%            |
| <b>Summe</b>            | <b>125</b>                          | <b>0,7</b>        | <b>10,4</b>           | <b>32%</b>    |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

**Tab. A - 14: Stadtteil Kernstadt Süd: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige integriert                     | 0,0                     | 0%            | 0,3                  | 27%           | 0,0                  | 0%            |
| nicht integriert                        | 0,4                     | 5%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>0,4</b>              | <b>5%</b>     | <b>0,3</b>           | <b>27%</b>    | <b>0,0</b>           | <b>0%</b>     |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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



**Tab. A - 15: Stadtteil Pflugfelden: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 275                                 | 1,2               | 9,0                   | 14%           |
| Lebensmittelhandwerk    | 75                                  | 1,1               | 1,4                   | 78%           |
| Drogerie/ Parfümerie    | 0                                   | 0,0               | 1,2                   | 0%            |
| <b>Summe</b>            | <b>350</b>                          | <b>2,3</b>        | <b>11,6</b>           | <b>92%</b>    |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

**Tab. A - 16: Stadtteil Pflugfelden: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 1,0                     | 11%           | 1,1                  | 78%           | 0,0                  | 0%            |
| sonstige integriert                     | 0,3                     | 3%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| nicht integriert                        | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>1,2</b>              | <b>14%</b>    | <b>1,1</b>           | <b>78%</b>    | <b>0,0</b>           | <b>0%</b>     |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 17: Stadtteil Eglosheim: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 3.725                               | 17,8              | 24,5                  | 72%           |
| Lebensmittelhandwerk    | 300                                 | 4,3               | 3,7                   | 118%          |
| Drogerie/ Parfümerie    | 2.000                               | 11,2              | 3,3                   | 338%          |
| <b>Summe</b>            | <b>6.025</b>                        | <b>33,3</b>       | <b>31,5</b>           | <b>528%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

**Tab. A - 18: Stadtteil Eglosheim: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 3,6                     | 15%           | 0,3                  | 9%            | 0,3                  | 8%            |
| Nahversorgungslagen                     | 3,5                     | 14%           | 1,0                  | 27%           | 0,1                  | 4%            |
| sonstige integriert                     | 3,8                     | 16%           | 1,0                  | 27%           | 0,2                  | 5%            |
| nicht integriert                        | 6,9                     | 28%           | 2,0                  | 56%           | 10,7                 | 321%          |
| <b>Summe</b>                            | <b>17,8</b>             | <b>72%</b>    | <b>4,3</b>           | <b>118%</b>   | <b>11,2</b>          | <b>338%</b>   |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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



**Tab. A - 19: Stadtteil Hoheneck: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 850                                 | 7,9               | 10,3                  | 76%           |
| Lebensmittelhandwerk    | 50                                  | 1,1               | 1,5                   | 69%           |
| Drogerie/ Parfümerie    | 125                                 | 0,8               | 1,4                   | 55%           |
| <b>Summe</b>            | <b>1.025</b>                        | <b>9,7</b>        | <b>13,2</b>           | <b>200%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

**Tab. A - 20: Stadtteil Hoheneck: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 1,1                     | 11%           | 1,1                  | 69%           | 0,2                  | 14%           |
| sonstige integriert                     | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| nicht integriert                        | 6,7                     | 65%           | 0,0                  | 0%            | 0,6                  | 41%           |
| <b>Summe</b>                            | <b>7,9</b>              | <b>76%</b>    | <b>1,1</b>           | <b>69%</b>    | <b>0,8</b>           | <b>55%</b>    |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 21: Stadtteil Oßweil: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 2.050                               | 10,3              | 20,9                  | 49%           |
| Lebensmittelhandwerk    | 100                                 | 1,8               | 3,1                   | 58%           |
| Drogerie/ Parfümerie    | 200                                 | 0,7               | 2,8                   | 25%           |
| <b>Summe</b>            | <b>2.350</b>                        | <b>12,8</b>       | <b>26,8</b>           | <b>132%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

**Tab. A - 22: Stadtteil Oßweil: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 10,3                    | 49%           | 1,8                  | 58%           | 0,7                  | 25%           |
| Nahversorgungslagen                     | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige integriert                     | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| nicht integriert                        | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>10,3</b>             | <b>49%</b>    | <b>1,8</b>           | <b>58%</b>    | <b>0,7</b>           | <b>25%</b>    |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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



**Tab. A - 23: Stadtteil Grünbühl Sonnenberg: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 575                                 | 6,7               | 7,0                   | 97%           |
| Lebensmittelhandwerk    | 25                                  | 0,4               | 1,0                   | 39%           |
| Drogerie/ Parfümerie    | 50                                  | 0,4               | 0,9                   | 47%           |
| <b>Summe</b>            | <b>650</b>                          | <b>7,6</b>        | <b>9,0</b>            | <b>183%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

**Tab. A - 24: Stadtteil Grünbühl Sonnenberg: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 6,7                     | 97%           | 0,4                  | 39%           | 0,4                  | 47%           |
| sonstige integriert                     | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| nicht integriert                        | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>6,7</b>              | <b>97%</b>    | <b>0,4</b>           | <b>39%</b>    | <b>0,4</b>           | <b>47%</b>    |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 25: Stadtteil Neckarweihingen: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 1.800                               | 9,0               | 13,4                  | 67%           |
| Lebensmittelhandwerk    | 150                                 | 2,4               | 2,0                   | 118%          |
| Drogerie/ Parfümerie    | 125                                 | 0,4               | 1,8                   | 25%           |
| <b>Summe</b>            | <b>2.075</b>                        | <b>11,8</b>       | <b>17,2</b>           | <b>210%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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

**Tab. A - 26: Stadtteil Neckarweihingen: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 0,6                     | 4%            | 1,4                  | 69%           | 0,0                  | 0%            |
| sonstige integriert                     | 8,4                     | 63%           | 1,0                  | 49%           | 0,4                  | 25%           |
| nicht integriert                        | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>9,0</b>              | <b>67%</b>    | <b>2,4</b>           | <b>118%</b>   | <b>0,4</b>           | <b>25%</b>    |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

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



**Tab. A - 27: Stadtteil Poppenweiler: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

| Sortiment               | Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> ) | Umsatz (in Mio. ) | Kaufkraft (in Mio. €) | Bindungsquote |
|-------------------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------------|---------------|
| Nahrungs-/ Genussmittel | 125                                 | 0,5               | 9,7                   | 5%            |
| Lebensmittelhandwerk    | 75                                  | 1,4               | 1,4                   | 96%           |
| Drogerie/ Parfümerie    | 25                                  | 0,0               | 1,3                   | 4%            |
| <b>Summe</b>            | <b>225</b>                          | <b>2,0</b>        | <b>12,4</b>           | <b>105%</b>   |

Verkaufsflächen auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

**Tab. A - 28: Stadtteil Poppenweiler: Umsätze und Bindungsquoten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten nach Standorttypen**

| Stadtteil                               | Nahrungs-/ Genussmittel |               | Lebensmittelhandwerk |               | Drogerie/ Parfümerie |               |
|---|-------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|
|   | Umsatz (in Mio. €)      | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote | Umsatz (in Mio. €)   | Bindungsquote |
| zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| sonstige zentrale Versorgungsbereiche   | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| Nahversorgungslagen                     | 0,5                     | 5%            | 1,4                  | 96%           | 0,0                  | 4%            |
| sonstige integriert                     | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| nicht integriert                        | 0,0                     | 0%            | 0,0                  | 0%            | 0,0                  | 0%            |
| <b>Summe</b>                            | <b>0,5</b>              | <b>5%</b>     | <b>1,4</b>           | <b>96%</b>    | <b>0,0</b>           | <b>4%</b>     |

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen  
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung November 2014; IfH; EHI; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); IFH Köln); Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



## GLOSSAR

Die **Bindungsquote** (z.T. auch "Zentralität") bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%).

**Discounter** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfes in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

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

Das Lebensmittelhandwerk wird jedoch auf Grund der hohen Filialisierung und der damit meist vorliegenden Trennung von Produktion und Verkauf sowie der Überschneidung des Angebotes mit Teilbereichen des Einzelhandels (Back-, Wurst- und Fleischwaren auch in Lebensmittelbetrieben) berücksichtigt.

Tankstellenshops werden ebenfalls einbezogen, soweit sie überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - v.a. Nahrungs-/ Genussmittel - führen.

**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-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltwarenfachmarkt 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 Innenstadtlagen 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 zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsbereiche und sonstige integrierte Standorte 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 zentralen Versorgungsbereich oder Nahversorgungslage einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen.

Ein **Kaufhaus** ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens aus einer Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfsrichtungen.

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. Das IBH (ehem. BBE) 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.



Zu den **Lebensmittelbetrieben** gehören

- Lebensmittel-SB-Geschäfte (unter 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, "Tante-Emma-Läden"),
- Lebensmittel-SB-Märkte (mit 200 m<sup>2</sup> bis 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche),
- Supermärkte (bis unter 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche),
- große Supermärkte (2.500 m<sup>2</sup> bis unter 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche),
- SB-Warenhäuser (ab 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche),
- Discounter (ohne Größendifferenzierung),
- Kaufhäuser mit einer Lebensmittelabteilung (ohne Größendifferenzierung),
- Bioläden und Reformhäuser (unter 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und
- Biomarkt und Reformmarkt (ab 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

Zu den sonstigen **Nahversorgungsbetrieben** zählen v.a.

- Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger)
- Lebensmittelfachgeschäfte,
- Kioske mit Lebensmittelangebot und Tankstellenshops,
- Drogerie-/ Parfümeriefachgeschäfte sowie
- Drogeriemärkte.

**Lebensmittel-SB-Geschäfte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von bis zu 200 m<sup>2</sup> 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 Bedarfes anderer Branchen werden nicht bzw. in geringen Umfang angeboten.

**Lebensmittel-SB-Märkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 200 bis 400 m<sup>2</sup> ein umfangreiches, wenngleich in der Tiefe eingeschränktes Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Darüber hinaus werden Waren des täglichen Bedarfes 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 m<sup>2</sup> und mehr.

**Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m<sup>2</sup> und höchstens 2.500 m<sup>2</sup> ein Lebensmittelvollsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. **Große Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe mit in etwa gleicher Sortimentsstruktur (i.d.R. etwas höherer Anteil anderer Branchen) mit einer Verkaufsfläche von 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>.

**Warenhäuser** sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit relativ hoher Serviceintensität und an Standorten in Innenstädten oder in Einkaufszentren anbieten. Der Schwerpunkt liegt i.d.R. im Bereich Bekleidung. Neben Einzelhandelsangeboten werden auch Dienstleistungs- sowie gastronomische Angebote vorgehalten. Insgesamt ist eine verstärkte Entwicklung von Shop-in-Shop-Systemen, d.h. Vermietung von Flächen an andere Betriebe (Konzessionäre), festzustellen, wobei dies für den Kunden häufig nicht vordergründig ersichtlich ist bzw. teilweise erst beim Bezahlen an einer eigenen Kasse erkennbar wird.

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: Wenn nämlich 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. Dies ist hier bei den Nahversorgungslagen der Fall.



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>62</sup>. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung jedoch 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 wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Stadt.

**Zentralität** (s. Bindungsquote).

---

<sup>62</sup> Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.