



# Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Leinfelden-Echterdingen

---

**Auftraggeber:** Stadt Leinfelden-Echterdingen

**Projektleitung:** Dr. Stefan Holl  
M. Sc. Franziska Hamscher

Ludwigsburg, am 24.07.2018

## **Urheberrecht**

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



### **Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14  
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0  
Telefax: 07141 / 9360-10  
E-Mail: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz)  
Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

## **Vorbemerkung**

Im Oktober 2015 erteilte die Stadt Leinfelden-Echterdingen der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur erneuten Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt aus den Jahren 1987, 2007 und 2011. Ziel der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist es, die vorhandenen Leitlinien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Leinfelden-Echterdingen zu überprüfen und ggf. anzupassen. Vor dem Hintergrund der Entwicklung seit Erstellung des letzten Einzelhandelskonzeptes 2011 sowie der aktuellen Situation werden Empfehlungen für die weitere Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Leinfelden-Echterdingen sowie Vorschläge zur bauleitplanerischen Steuerung gegeben.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gewohnten Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Leinfelden-Echterdingen und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Gemeinderat dar.

Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 24.07.2018  
SH HAM

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen</b>	<b>6</b>
1. Aufgabenstellung / Untersuchungsmethodik	6
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	7
3. Methodische Vorgehensweise	7
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	10
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	11
4.1.1 Starker Rückgang der Einzelhandelsunternehmen	12
4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter	12
4.1.3 Internethandel	12
4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	13
4.2 Konsumentenverhalten im Wandel	14
4.2.1 Demografische Entwicklung	14
4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	14
4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	15
4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	16
5. Bauplanungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	17
5.1 Bauplanungsrecht	17
5.2 Landes- und Regionalplanung	18
6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Leinfelden-Echterdingen	22
<b>II. Angebots- und Nachfragesituation</b>	<b>25</b>
1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Leinfelden-Echterdingen	25
2. Einzelhandelsbestand am Flughafen Stuttgart	34
3. Nachfragesituation	37
3.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen	37
3.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Leinfelden-Echterdingen	39
4. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	41

4.1	Ausstattungskennziffern	41
4.2	Zentralitätskennziffer	44
5.	Entwicklung der Angebots- und Nachfragesituation in Leinfelden-Echterdingen zwischen 2007 und 2016	46
6.	Stärken-Schwächen-Profil des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen	49
<b>III.</b>	<b>Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen</b>	<b>50</b>
1.	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose 2025	50
2.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	51
<b>IV.</b>	<b>Einzelhandelskonzept für die Stadt Leinfelden-Echterdingen</b>	<b>54</b>
1.	Überprüfung der Ziele des Einzelhandelskonzeptes	54
2.	Überprüfung des Sortimentskonzept	56
2.1	Begriffsdefinition	56
2.2	Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	57
2.3	Sortimentsliste für die Stadt Leinfelden-Echterdingen	58
3.	Überprüfung des Standortkonzeptes	61
3.1	Begriffsklärung „zentraler Versorgungsbereich“	61
3.2	Zentren- und Standortkonzept für Leinfelden-Echterdingen	63
3.2.1	Zentrale Versorgungsbereiche	67
3.2.2	Ergänzungsstandorte	76
4.	Nahversorgungskonzept für Leinfelden-Echterdingen	80
5.	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	84
5.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	85
5.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	86
6.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	89

## **I. Grundlagen**

### **1. Aufgabenstellung**

In den Jahren 1987, 2007 und 2011 hat die GMA gesamtstädtische Untersuchungen zum Einzelhandelsstandort Leinfelden-Echterdingen vorgelegt. Das 2011 vorgestellte Einzelhandelskonzept dient bereits als Arbeitsgrundlage für das Verwaltungshandeln. Durch die verhaltene Genehmigungspolitik konnte eine Stabilisierung der Versorgungsfunktion in den Ortskernen von Leinfelden und Echterdingen erreicht werden; so hat sich in Echterdingen ein Supermarkt in integrierter Lage angesiedelt.

Auch die Hotellerie hat von der Aufwertung der Standortgunst profitiert. Die positive Bevölkerungsentwicklung, der Messeneubau und die erfolgreiche Flughafenentwicklung, aber auch weitere Ansiedlungswünsche des filialisierten Handels, stellen die Stadt vor zahlreiche wirtschaftliche und städtebauliche Herausforderungen. Hierzu zählen:

- /// die Bestimmung der wirtschaftlichen Chancen und Risiken eines möglichen weiteren Ausbaus der Einzelhandelstätigkeit in Echterdingen
- /// die Bewertung möglicher Ergänzungsstandorte in der Innenstadt von Leinfelden für mögliche Ausbaumaßnahmen und die Formulierung einer geeigneten Abgrenzung des Zentrums
- /// die Stärkung von Verbundeffekten zwischen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungsangeboten (Ärzte, Banken u. a. m.) in den Zentren
- /// die hohe, aber nach wie vor ausbaufähige Einzelhandelszentralität in den Branchen des aperiodischen Bedarfs, verbunden mit dem starken Wettbewerb im Umland (u. a. Stuttgart, Böblingen / Sindelfingen, in Teilsortimenten auch Metzingen)
- /// der teilweise vorhandene Leerstand
- /// mögliche Überplanungen der Gewerbe- und Industriegebiete (z. B. für Handel ohne innenstadtrelevante Sortimente / Tabugebiete für Handel)
- /// die nicht an allen Standorten zufriedenstellende Nahversorgungssituation in den Stadtteilen und ggf. Ansiedlungsplanungen des Lebensmittelhandels
- /// Überprüfung der für Leinfelden-Echterdingen gültigen Liste für innenstadtrelevante / nicht innenstadtrelevante Sortimente
- /// die Neuabgrenzung zentraler Versorgungsbereiche zur Absicherung der Bauleitplanung

Vor dem Hintergrund der o. g. Herausforderungen beauftragt die Stadt Leinfelden-Echterdingen die Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes aus dem Jahr 2011.

## 2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

**Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.**

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen<sup>1</sup>. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

## 3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg sowie Daten der Stadt Leinfelden-Echterdingen zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

<sup>1</sup> vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen<sup>2</sup> aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Leinfelden-Echterdinger Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels<sup>3</sup> wurde im Februar 2016 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

---

<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

<sup>3</sup> Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

**Tabelle 1: GMA-Branchensystematik**

<b>Branche</b>	<b>Sortimente</b>
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrohaushaltsgeräte, Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Matratzen, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2015

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden Lagekategorien:

**zentrale Lagen**

- Lagen in zentralen Versorgungsbereichen einer Kommune

**siedlungsräumlich integrierte Lagen**

- Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in min. zwei Himmelsrichtungen)

/// siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen

- Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in max. einer Himmelsrichtung)

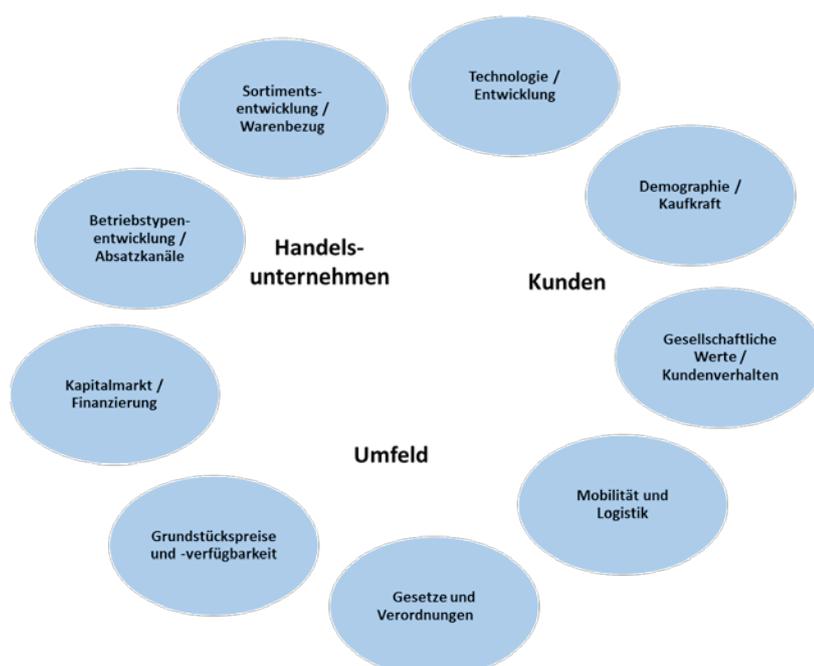
Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Leinfelden-Echterdingen sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Betrachtung der Erdgeschossnutzungen** in den Ortskernen Leinfelden und Echterdingen. Die Ergebnisse der Kartierungen dienen u. a. als wichtige Grundlage der sachgerechten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches.

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die **städtebaulichen Rahmenbedingungen** der verschiedenen Einzelhandelslagen in der Stadt Leinfelden-Echterdingen analysiert und bewertet. Ein besonderer Focus lag dabei auf den beiden **Innenstadtlagen Leinfelden und Echterdingen**. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches einer Kommune dar.

**4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung**

Eine Beurteilung der Entwicklungschancen des Einzelhandels in Leinfelden-Echterdingen kann nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

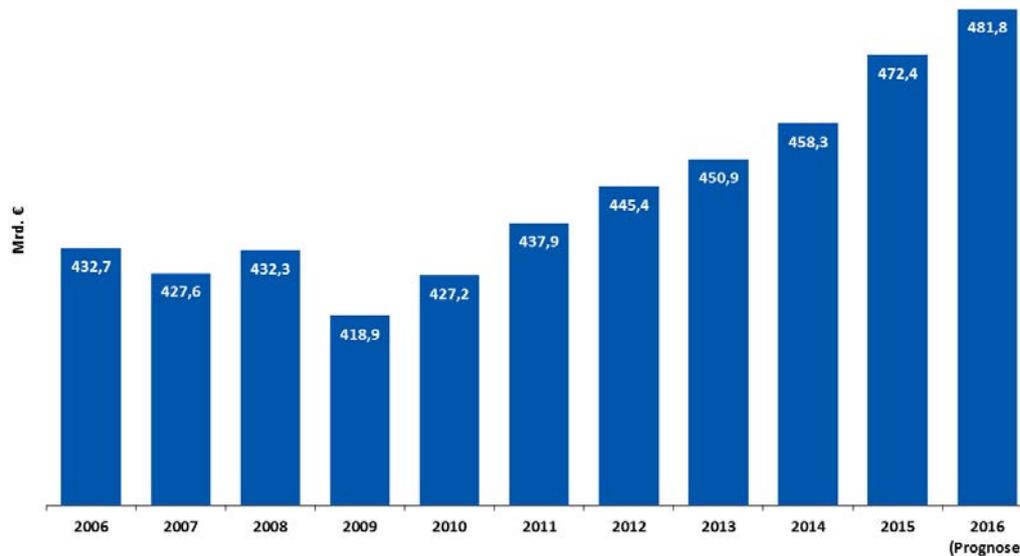
**Abbildung 1: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung**



#### 4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 472 Mrd. € Jahresumsatz (netto) ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden.

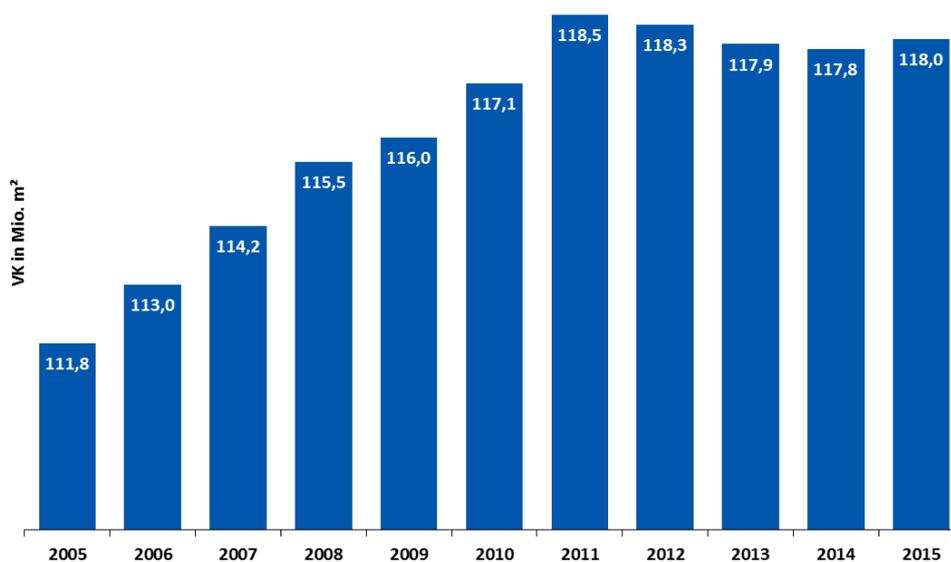
**Abbildung 2: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Mrd. € in Deutschland (netto)**



Quelle: GMA-Darstellung 2016 nach EHI Handelsdaten aktuell 2016.

Der deutsche Einzelhandel war bis 2010 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet. Durch demografische Rahmenbedingungen, v. a. jedoch durch das Wachstum des Online-Handels, hat sich der Verkaufsflächenzuwachs seit 2010 jedoch deutlich abgeschwächt und ist in den vergangenen zwei Jahren fast zum Stillstand gekommen.

**Abbildung 3: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2015**



Quelle: GMA-Berechnung 2016 nach GfK, Nürnberg.

#### 4.1.1 Starker Rückgang der Einzelhandelsunternehmen

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuellen Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.<sup>4</sup> Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Internethandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

#### 4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren<sup>5</sup>. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil an Shoppingcenter-Neueröffnungen auf ca. 76 % zwischen den Jahren 2011 und 2013<sup>6</sup>. Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in den Warenhäusern, auch für Shoppingcenter zeichnet sich nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab<sup>7</sup>.

#### 4.1.3 Internethandel

Während der Umsatz des gesamten Einzelhandels in den vergangenen Jahren nur leichte Steigerungen verzeichnen konnte, konnte der Einzelhandel im Internet (auch Onlinehandel oder E-Commerce) eine rasante Entwicklung nehmen<sup>8</sup>.

<sup>4</sup> GMA-Grundlagenforschung.

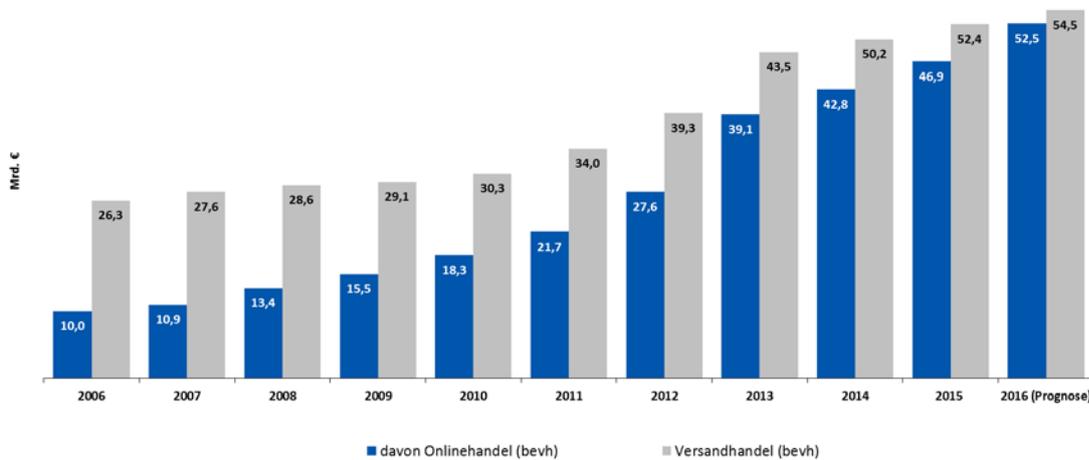
<sup>5</sup> Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. I ff.

<sup>6</sup> Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

<sup>7</sup> Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

<sup>8</sup> Derzeit herrscht eine große Verunsicherung in der gesamten Branche und hier insbesondere bei den stationären Einzelhändlern, wie die Entwicklung zu bewerten ist. Die Werte für die Umsatzentwicklung einzelner Verbände weichen teilweise erheblich voneinander ab. So wird gelegentlich auch ein „Zahlensalat“ im E-Commerce beklagt (vgl. Der Handel, Internetausgabe vom 05.04.2014: Zahlensalat im E-Commerce, Prof. Dr. Geritt Heinemann, Leiter eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein; Zugriff auf die Website vom 10.11.2014. Vergleicht man beispielsweise die Zahlen des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel (bevh) für das Jahr 2014 mit den Angaben des Einzelhandelsverbandes, so tut sich eine Lücke von fast 10 Mrd. € auf. Während der Einzelhandelsverband von einem Umsatz in seinen neuesten Zahlenwerken vom November 2014 von 39 Mrd. € ausgeht, rechnet der bevh mit rd. 48,8 Mrd. Eine Übereinstimmung besteht jedoch im Trend eines erheblichen Zuwachses der Online-Umsätze im Handel. Der bevh geht zwischen 2006 und 2013 und in seiner Prognose für 2014 von nahezu einer Verfünffachung des Umsatzes innerhalb von 8 Jahren aus.

Abbildung 4: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



Quelle: bevh 2016

Nach Angaben des bevh<sup>9</sup> werden sich von 2006 bis 2016 binnen 10 Jahren die Umsätze im Internethandel mehr als verfünffacht haben (vgl. Abbildung 5). Für das Jahr 2016 geht die bevh von einem Umsatz von rd. 52,5 Mrd. € (Prognose) aus. Vergleicht man den Wert des Onlinehandels mit Umsatz des gesamten Einzelhandels, so liegt der Anteil des Onlinehandels bei etwa 10 %<sup>10</sup>.

Zunehmend sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen wollen.

#### 4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **discountorientierten Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %<sup>11</sup>. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust.

<sup>9</sup> Bundesverband E-Commerce und Versandhandel

<sup>10</sup> Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von fast 20 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei 3,2 %. Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, der einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentiert, weist mit unter 1 % immer noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf.

<sup>11</sup> Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

Als **Standorte** werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert.

**Tabelle 2: Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)**

Daten	Discounter	Vollsortimenter	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m <sup>2</sup>	ab 1.200 m <sup>2</sup>	ab 2.500 m <sup>2</sup>
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	85 – 80 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m <sup>2</sup>	ab 5.000 m <sup>2</sup>	ab 7.000 m <sup>2</sup>
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

GMA-Standortforderung 2016, ca.-Werte

## 4.2 Konsumentenverhalten im Wandel

### 4.2.1 Demografische Entwicklung

Gesellschaftliche sowie demografische Veränderungen vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit, genannt seien etwa der im Rahmen der Demografieentwicklung regelmäßig prognostizierte Rückgang der Bevölkerung, der wachsende Anteil älterer Menschen, oder der Trend zu kleineren Familieneinheiten. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken<sup>12</sup>.

### 4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; vielerorts geraten dadurch v. a. Anbieter des mittleren Preissegmentes unter Druck. Zudem hat sich in den letzten Jahren der Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ herausgebildet. Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware und unmittelbar im Anschluss Billigprodukte beim Discounter.

<sup>12</sup> Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem haben sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

Abbildung 5: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2016

### 4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

Neben Unternehmensprozessen und gesellschaftlichen sowie demografischen Veränderungen hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Für die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- /// Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes.
- /// Der hohe Anteil des Onlinehandels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.
- /// Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen und Leerstandsbildung** auf.
- /// Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

Nahezu alle Kommunen in Deutschland steuern aktuell ihre Handelsentwicklung mit dem von der GMA und einem Stuttgarter Fachanwalt entwickelten Instrument „Kommunales Einzelhandelskonzept“ durch die Festlegung von für den Einzelhandel zulässigen Gebieten und die sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen<sup>13</sup>.

#### 4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Eine Relativierung seines Stellenwertes wird der Einzelhandel auch durch die weitergehende **Entwicklung zur Freizeitgesellschaft** erfahren, denn in Zukunft wird der Einkauf von den Verbrauchern noch stärker unter dem Aspekt seines Freizeit- und Erlebniswertes beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesem Trend durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

##### /// **Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort**

Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden.

##### /// **Räumliche Konzentration des Einzelhandels wird wichtiger**

Der Einzelhandel konzentriert sich stärker auf die zentralsten Lagen und rückt zusammen. Randlagen und innerstädtische Nebenlagen verlieren an Bedeutung.

##### /// **Filialisierungswelle hält an**

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

##### /// **Internet-Shopping gewinnt weiter an Bedeutung**

Der „E-Commerce“ (Internet-Handel) zeigt selektiv hohe Zuwachsraten, insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der weitere Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, welcher als sehr kostenintensiv einzustufen ist.

<sup>13</sup> Vgl. hierzu: W. Spannowski, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

## 5. Bauplanungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

### 5.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

#### Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO - teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe - in allen Baugebieten vorgesehen:

- /// sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO)
- /// in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- /// liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) dann:
- /// liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet).

#### Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in

der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

### **Besonderes Städtebaurecht**

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

## **5.2 Landes- und Regionalplanung**

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (2002) sowie im Regionalplan Region Stuttgart<sup>14</sup>, heranzuziehen.

Bei Standorten für großflächigen Einzelhandel sind folgende Prüfkriterien zu beachten:

---

<sup>14</sup> Regionalplan Region Stuttgart, Satzungsbeschluss vom 22. Juli 2009.

- /// Konzentrationsgebot
- /// Beeinträchtigungsverbot
- /// Kongruenzgebot
- /// Integrationsgebot.

Bezüglich dieser Prüfkriterien sind folgende wesentliche Ziele im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg genannt:<sup>15</sup>

„Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (Plansätze 3.3.7, 3.3.7.1 und 3.3.7.2 des LEP).

Im **Regionalplan Region Stuttgart**<sup>16</sup> werden im Plansatz 2.4.3.2 zu Einzelhandelsgroßprojekten folgende Ziele formuliert:

**„2.4.3.2 Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe (Einzelhandelsgroßprojekte)**

**2.4.3.2.1 (G) Gewährleistung der verbrauchernahen Versorgung**

(1) Die wohnungsnah Grundversorgung (Nahversorgung) soll möglichst in allen Städten und Gemeinden gewährleistet und gesichert werden. Einzelhandelsbetriebe sollen verbrauchernah und städtebaulich integriert in günstiger Zuordnung zu den Stadt- und Ortszentren oder zusammenhängenden Wohngebieten angesiedelt werden.

(2) Bei der Standortwahl und der Verkehrserschließung von Einzelhandelsbetrieben soll Belangen der nicht oder nicht ständig über ein motorisiertes Individualverkehrsmittel verfügenden Bevölkerung und mobilitätseingeschränkter Personen besondere Beachtung geschenkt werden. Die Standorte sollen für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossen und mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbar sein.

In der **Teiländerung des Regionalplanes der Region Stuttgart** (Juli 2009) werden weitere Vorgaben für die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten festgelegt:

**„2.4.3.2.2 (Z) Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren**

<sup>15</sup> Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg.

<sup>16</sup> Regionalplan Stuttgart, Satzungsbeschluss vom 22. Juli 2009.

- (1) Einzelhandelsbetriebe, Einkaufszentren und sonstige Handelsbetriebe für Endverbraucher mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m<sup>2</sup> (Einzelhandelsgroßprojekte), sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig.
- (2) Verkaufsflächenumfang und Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen sind insbesondere auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereichs abzustimmen. Hersteller-Direktverkaufs-zentren / Fabrikverkaufszentren sind als Einkaufszentren zu behandeln und nur im Oberzentrum vorzusehen. Bei Einzugsbereichen, die nicht wesentlich über einen Mittelbereich hinausgehen kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht.
- (3) Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerns der Standortgemeinde und anderer Zentraler Orte sowie die verbraucher-nahe Versorgung dürfen dabei nicht beeinträchtigt werden.
- (4) Einzelhandelsgroßprojekte, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädliche Wirkungen erwarten lassen, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne, sind auch in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig. Für die vorgenannten Einzelhandelsgroßprojekte gelten die Plansätze 2.4.3.2.3 bis 2.4.3.2.5 nicht. Ausschließlich der Grundversorgung dienen Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel umfasst; sonstige Waren dürfen nur als Nebensortiment auf nicht mehr als 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden.
- (5) Überörtlich wirksame Veranstaltungszentren sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind ebenfalls nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig. Der Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen ist auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und seines Verflechtungsbereiches abzustimmen.

#### **2.4.3.2.3 (Z) Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (VRG)**

- (1) Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen und nur in den in der Raumnutzungskarte dargestellten und als Vorranggebiete gebiets-scharf festgelegten Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte vorzusehen.
- (2) Außerhalb dieser Vorranggebiete sind Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ausgeschlossen (Ausschlussgebiet).

#### **2.4.3.2.4 (Z) Standorte für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte**

- (1) Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind ebenfalls nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen zulässig und in der Regel den in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebieten gemäß PS. 2.4.3.2.3 oder deren unmittelbaren Umfeld zuzuordnen.
- (2) Von der Zuordnung zu diesen Vorranggebieten kann für Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte dann abgewichen werden, wenn innerhalb der in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebiete für Einzelhandelsgroßprojekte, wegen nicht ausreichender Flächengröße,

nicht herstellbarer ausreichender Verkehrserschließung oder zwingender Inanspruchnahme potenzieller Flächen für andere Nutzungen, keine Standortmöglichkeiten gegeben sind.

- (3) Soweit für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte von einer Zuordnung zu den Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte abgesehen werden soll, sind zentrenrelevante Randsortimente auf höchstens 3 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu beschränken.

#### **2.4.3.2.5 (G) Ergänzungsstandorte**

- (1) Aus raumordnerischer Sicht als Standort für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb der Vorranggebiete nach PS 2.4.3.2.3 grundsätzlich geeignete Standortbereiche sind in der Raumnutzungskarte als Ergänzungsstandorte festgelegt. Diese Standortbereiche gelten als raumordnerisch abgestimmt, sofern die Vorgaben von PS 2.4.3.2.2 eingehalten sind.
- (2) Als Ergänzungsstandort kann alternativ jeweils auch ein anderer Standort dann in Frage kommen, wenn die Vorgaben der Plansätze 2.4.3.2.2, 2.4.3.2.3 und 2.4.3.2.4 im Übrigen eingehalten werden. Dies ist im Einzelfall konkret zu prüfen und entsprechend nachzuweisen.

#### **2.4.3.2.6 (G) Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr**

- (1) Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren gemäß PS. 2.4.3.2.2 sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Personennahverkehr direkt angebunden sind.
- (2) Einrichtungen, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder ihres zu erwartenden Besucheraufkommens besonders große Bedeutung entfalten können – insbesondere bei Verkaufsflächen über 25.000 m<sup>2</sup> oder Veranstaltungszentren mit mehr als 5.000 Besucherplätzen –, sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angebunden sind.

#### **2.4.3.2.7 (V) Erarbeitung von Entwicklungskonzepten**

Es wird vorgeschlagen, dass zur Ordnung und Entwicklung von Standorten für Einzelhandelsgroßprojekte und überörtlich wirksame Veranstaltungszentren gemäß PS. 2.4.3.2.2, von den Kommunen umfassende, die ganze Gemeinde sowie das Umland einbeziehende Entwicklungskonzepte erarbeitet und mit den betroffenen Trägern öffentlicher Belange abgestimmt werden.

#### **2.4.3.2.8 (Z) Räumliche Konzentration von Einzelhandelsbetrieben (Agglomeration)**

- (1) Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben sind in den Ortskernen aller Gemeinden zulässig. Wird ein Bauleitplan aufgestellt oder geändert, dessen Geltungsbereich den Ortskern ganz oder teilweise erfasst, so darf die hiernach zulässige Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben keine schädlichen, überörtlichen Wirkungen entfalten, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne, die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne. Ansonsten gelten für Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben die Plansätze 2.4.3.2.2 (Z) bis 2.4.3.2.6 (Z) entsprechend.
- (2) Eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entsteht, wenn räumlich nahe beieinander liegend mehrere Einzelhandelsbetriebe errichtet werden,

zu einem bestehenden Einzelhandelsbetrieb ein oder mehrere neue Einzelhandelsbetriebe hinzu treten oder bestehende Einzelhandelsbetriebe erweitert oder umgenutzt werden, so dass die Summe der Verkaufsflächen der räumlich nahe beieinander liegenden Einzelhandelsbetriebe größer als 800 m<sup>2</sup> ist. Räumlich nahe beieinander liegen Einzelhandelsbetriebe, wenn die Luftlinie zwischen den Gebäudezugängen nicht länger als 150 m ist.“

## **6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Leinfelden-Echterdingen**

Die Stadt Leinfelden-Echterdingen liegt im Landkreis Esslingen und zählt aktuell 39.670<sup>17</sup> Einwohner. Im Regionalplan ist sie als Unterzentrum ausgewiesen. Durch die unmittelbare Nachbarlage zum Oberzentrum Stuttgart ist die Stadt auch Teil des Verdichtungsraumes der Region Stuttgart.

Der Filderraum insgesamt sowie die Stadt Leinfelden-Echterdingen sind mit dem Messestandort sowie dem Flughafen von großer wirtschaftlicher und strategischer Bedeutung für die räumliche und gewerbliche Entwicklung in der Region.

Mit der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Stuttgart (rd. 15 km Fahrtzeit-Entfernung) sowie der unmittelbaren Lage an der Bundesautobahn A 8 (Karlsruhe – Stuttgart – München) ist die verkehrliche Erreichbarkeit von Leinfelden-Echterdingen als sehr gut zu bewerten. Über die B 27 ist Leinfelden-Echterdingen in Nord-Süd-Richtung nach Stuttgart bzw. Tübingen angebunden. Ergänzend erschließen zahlreiche Landes- und Kreisstraßen das Stadtgebiet sowie den umliegenden Raum. Die direkte Erreichbarkeit des Oberzentrums ist durch die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr mit S-Bahn und U-Bahn gegeben. Zahlreiche Buslinien erschließen die Stadtteile sowie die Region.

---

<sup>17</sup> Stadt Leinfelden-Echterdingen, Stand 2015, Hauptwohnsitze

**Tabelle 3: Strukturdaten der Stadt Leinfelden-Echterdingen**

Stadtteil	Einwohner 2015 <sup>1</sup>	
	absolut	in %
Stadtteil Leinfelden	14.020	35
Stadtteil Echterdingen	14.608	37
Stadtteil Musberg	5.202	13
Stadtteil Stetten	5.840	15
<b>Gesamt</b>	<b>39.670</b>	<b>100</b>
Bisherige Einwohnerentwicklung <sup>1</sup>	2005 – 2015	
- Leinfelden-Echterdingen	+ 5,0 %	
- Baden-Württemberg	+ 0,4 %	
Zentralörtliche Funktion	Unterzentrum	
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau 2016 <sup>2</sup>	Bundesdurchschnitt = 100,0	
- Leinfelden-Echterdingen	- überdurchschnittlich (116,9)	
- Baden-Württemberg	- leicht überdurchschnittlich (104,0)	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2015 <sup>3</sup>	ca. 27.759	
Beschäftigtenentwicklung 2009 – 2015 <sup>3</sup>		
- Stadt Leinfelden-Echterdingen	- steigend (+ 11,3 %)	
- Baden-Württemberg	- steigend (+ 11,1 %)	
Pendlersaldo 2015 <sup>3</sup>	+ 11.712	
Arbeitslosenquote Februar 2016 <sup>4</sup>		
- Leinfelden-Echterdingen	3,1 %	
- Baden-Württemberg	3,9 %	

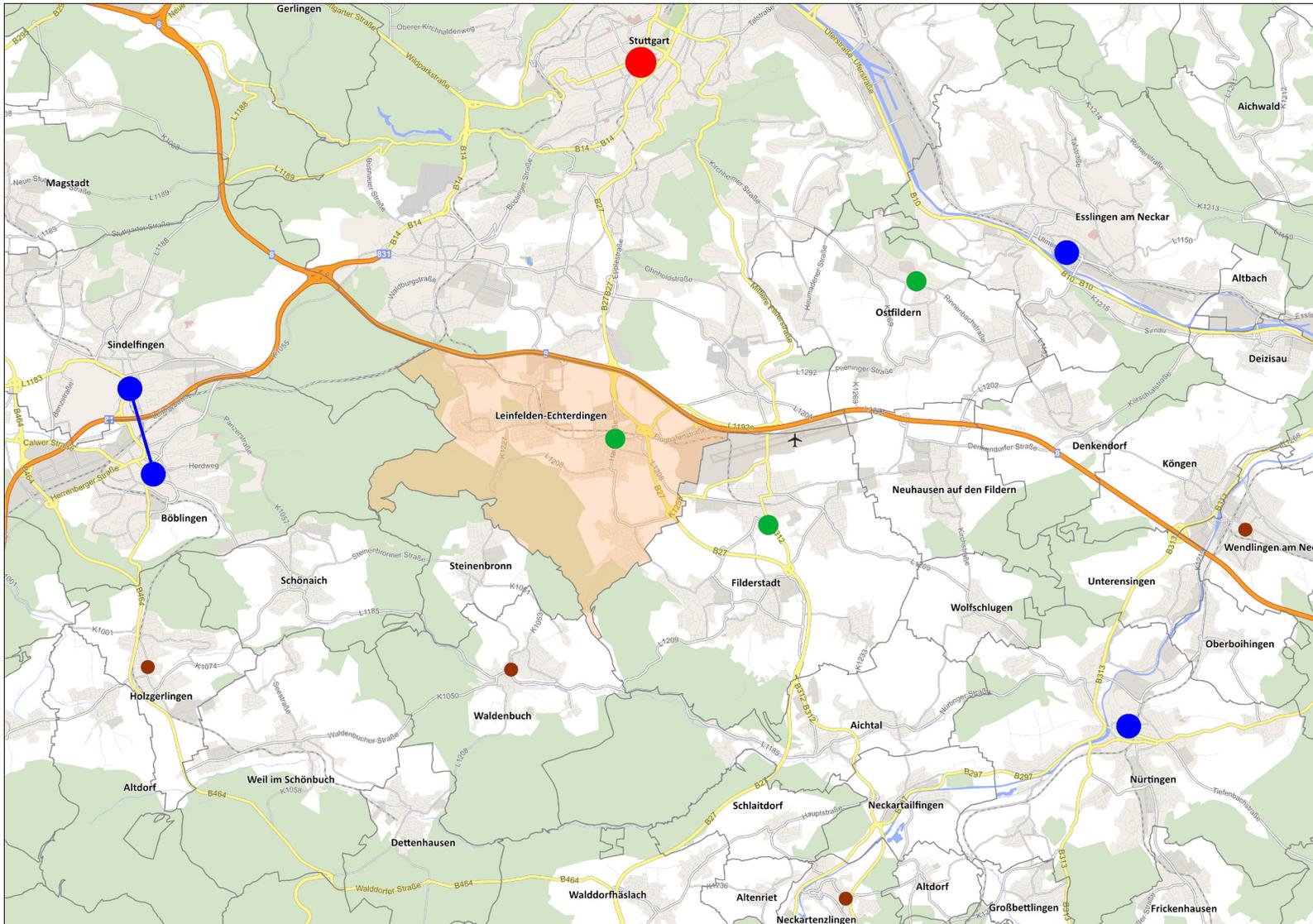
<sup>1</sup> Stadt Leinfelden-Echterdingen, Stand 2015, Hauptwohnsitze

<sup>2</sup> MB Research 2016

<sup>3</sup> Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am 30.06.2015

<sup>4</sup> Stadt Leinfelden-Echterdingen, Wirtschaftsstandort, Arbeitsmarkt. <http://www.leinfelden-echterdingen.de/,Lde/Startseite/Wirtschaft/Arbeitsmarkt.html>, Stand: 12.09.2016.

## Karte 1: Lage der Stadt Leinfelden-Echterdingen und zentralörtliche Struktur



### Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Untzentrum
- Kleinzentrum

## II. Angebots- und Nachfragesituation

### 1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Leinfelden-Echterdingen

Zur Erfassung der Angebotssituation wurde im Januar 2016 eine Kompletterhebung des Einzelhandels in Leinfelden-Echterdingen vorgenommen und das Jahr über durch Aussagen der Stadtverwaltung sowie eigenen Beobachtungen aktualisiert. Dabei wurden sämtliche Einzelhandelsbetriebe von Mitarbeitern der GMA hinsichtlich verschiedener Kriterien (u. a. Verkaufsfläche, Sortiment, Lagezusammenhang, Ladengestaltung, Einschätzung der Leistungsfähigkeit, Adressdaten) erfasst.

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in Leinfelden-Echterdingen insgesamt **212 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer **Gesamtverkaufsfläche von rd. 70.060 m<sup>2</sup>** ansässig (vgl. Tabelle 4). Die **Bruttoumsatzleistung beträgt ca. 244 Mio. €**.

Hiervon entfielen auf Anbieter von **Nahrungs- und Genussmitteln**

- /// 71 Betriebe (= ca. 33 % des Gesamtbestandes)<sup>18</sup>
- /// ca. 22.530 m<sup>2</sup> VK (= ca. 32 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 88,6 Mio. € Bruttoumsatz (= ca. 36 % des Gesamtumsatzes)<sup>19</sup>

Das Angebot an **Nichtlebensmitteln** umfasste

- /// 141 Betriebe (= ca. 67 % des Gesamtbestandes)<sup>21</sup>
- /// ca. 47.530 m<sup>2</sup> VK (= ca. 68 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 155,0 Mio. € Bruttoumsatz (= ca. 64 % des Gesamtumsatzes).<sup>22</sup>

<sup>18</sup> Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt.

<sup>19</sup> Bereinigte Werte, Umsätze der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

**Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Leinfelden-Echterdingen)**

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche*		Umsatz** (Brutto)	
	abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	71	33	22.530	32	88,6	36
Gesundheit, Körperpflege	19	9	2.420	3	23,1	9
Blumen, zool. Bedarf	8	4	1.010	2	3,8	2
<b>Kurzfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>98</b>	<b>46</b>	<b>25.960</b>	<b>37</b>	<b>115,5</b>	<b>47</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	14	7	1.100	1	4,4	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	28	13	8.860	13	23,6	10
<b>Mittelfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>42</b>	<b>20</b>	<b>9.960</b>	<b>14</b>	<b>28,0</b>	<b>12</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	16	8	4.530	7	28,6	12
Hausrat, Einrichtung, Möbel	22	10	9.910	14	28,4	12
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	9	4	14.980	21	25,7	10
Optik / Uhren, Schmuck	12	6	880	1	6,5	3
sonstige Sortimente***	13	6	3.840	6	10,9	4
<b>Langfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>72</b>	<b>34</b>	<b>34.140</b>	<b>49</b>	<b>100,1</b>	<b>41</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>212</b>	<b>100</b>	<b>70.060</b>	<b>100</b>	<b>243,6</b>	<b>100</b>

\* Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt

\*\* bereinigte Werte, d. h. Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

\*\*\* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

GMA-Erhebungen 2015 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Der Angebotsschwerpunkt des Leinfelden-Echterdinger Einzelhandels liegt unter rein quantitativen Gesichtspunkten betrachtet in der Warengruppe des langfristigen Bedarfsbereiches (rd. 34.140 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bzw. 49 % der Gesamtverkaufsfläche). Deutlich hervor tritt hier die Warengruppen Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf mit rd. 14.980 m<sup>2</sup> VK, welche sich zu knapp zwei Drittel aus dem Baumarkt OBI zusammensetzt. Aus dem Bereich des kurzfristigen Bedarfs lässt sich ein Schwerpunkt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel erkennen. Diese nehmen 32 % der Gesamtverkaufsfläche ein. Der mittelfristige Bedarfsbereich tritt hingegen mit rd. 14 % der Gesamtverkaufsfläche in den Hintergrund.

Die **Einzelhandelsstruktur** in Leinfelden-Echterdingen wird durch mehrere Einzelhandelskonzentrationen geprägt. Demnach ist in Leinfelden-Echterdingen auf folgende wesentliche **Einzelhandelslagen** hinzuweisen:

- Die innerstädtische Haupteinkaufslage von **Echterdingen** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der von Norden nach Süden verlaufenden Hauptstraße sowie den angrenzenden Seitenstraßen (z. B. Bernhäuser Straße, Im Gässle) im Kernbereich des Stadtteils. Einen Mittelpunkt bildet das Echterdinger Carré mit dem Rewe-City-Markt als Magnetbetrieb. Einen weiteren Einzelhandels-Schwerpunkt bildet der Kreuzungsbereich Hauptstraße / Bernhäuser Straße sowie die Bernhäuser Straße bis zum Rathaus bzw. bis zum Naturgut Biomarkt. Die Fristigkeit der dort offerierten Einzelhandelsassortimente erstreckt sich über alle Bedarfsbereiche. Ergänzende Dienstleistungsnutzungen sowie gastronomische Einrichtungen komplettieren das relativ kompakte Angebot in der innerörtlichen Haupteinkaufslage. Im Kern von Echterdingen befinden sich auch das Rathaus mit Teilen der Stadtverwaltung sowie weitere öffentliche Einrichtungen.

**Foto 1: Ortskern Echterdingen, Echterdinger Carré**



GMA-Aufnahmen 2016

**Foto 2: Ortskern Echterdingen, Bernhäuser Hauptstraße**



- /// Einen Schwerpunkt im großflächigen Einzelhandelsangebot bildet das **Gewerbegebiet Echterdingen Nord-Ost** am Schnittpunkt der B 27 und der Hauptstraße (B 27 alt). Als wesentliche Einzelhandelsbetriebe sind u. a. das neue Rewe-Center mit dem Elektrofachmarkt Media Markt (ehemals Toom), der Bau- und Heimwerkermarkt OBI, der Unterhaltungselektronik-Fachmarkt Euronics XXL, das Möbelhaus INNatura sowie Lebensmittelmärkte (u. a. Lidl, Aldi, Netto) und weitere Fachmarktangebote (u. a. dm-Drogeriemarkt, Deichmann) zu erwähnen.
- /// Im Stadtteil **Leinfelden** befindet sich die innerörtliche Haupteinkaufslage im Bereich des sog. Neuen Marktes. Neben weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben besteht am Neuen Markt u. a. ein Edeka Lebensmittelmarkt. Entlang der Echterdinger Straße sowie in den angrenzenden Straßen befinden sich weitere Einzelhandelsbetriebe, ein durchgängiger Besatz ist jedoch nicht vorhanden.

**Foto 3: Neuer Markt, Leinfelden**



**Foto 4: Neuer Markt, Leinfelden**



GMA-Aufnahmen 2016

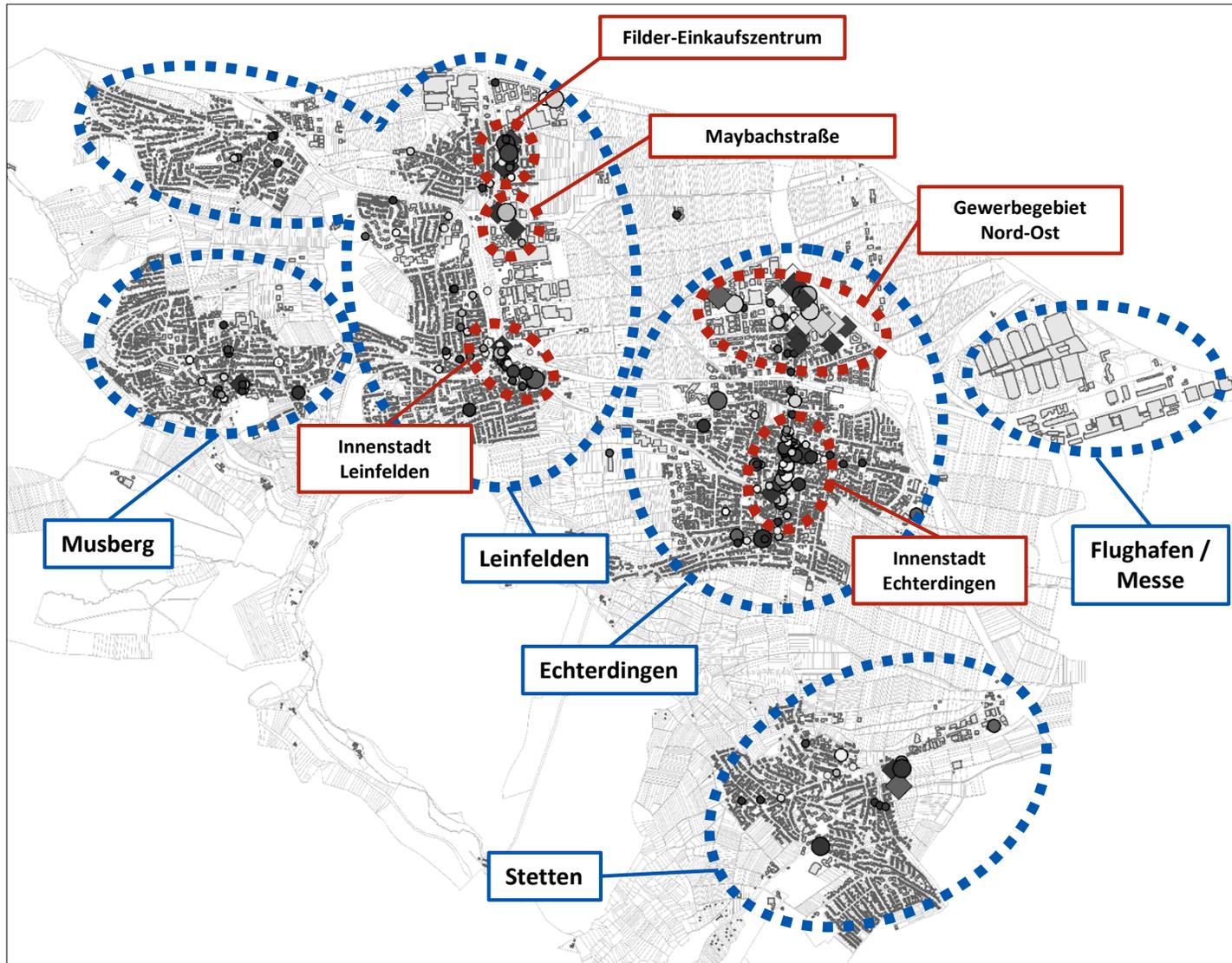
- /// Neben dem Einzelhandel im Kern Leinfeldens ist an der Adlerstraße das **Filder-Einkaufszentrum** etabliert, das neben einem E-Center (ehemals Marktkauf) u. a. weitere Fachmarktnutzungen beinhaltet (u.a. BabyOne, Intersport, KIK, Dänisches Bettenlager). Ergänzend bestehen an der **Maybachstraße** die Lebensmittel-Discountmärkte Aldi und Lidl sowie ein dm-Drogeriemarkt.
- /// In den weiteren, deutlich kleineren Stadtteilen **Musberg** und **Stetten** sind nur vereinzelt Einzelhandelsbetriebe ansässig, welche vorrangig der Nahversorgung dienen. In Musberg ist hierbei an der Filderstraße mit einem Edeka Lebensmittelmarkt als Magnetbetrieb ein kleiner Nahversorgungsbereich vorhanden. In Stetten ist auf Lidl und CAP als wesentliche Nahversorger hinzuweisen.

- Des Weiteren sind auf dem teilweise auf der Gemarkung von Leinfelden-Echterdingen liegenden Flughafen Stuttgart Einzelhandelsnutzungen ansässig. Neben öffentlich zugänglichen Anbietern sind weitere Handelsflächen im sog. Sicherheitsbereich etabliert.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Zu diesen Flächen ist ein Zutritt nur mit gültiger Bordkarte möglich. Ausführungen zum Thema Einzelhandel am Flughafen Stuttgart siehe folgende Kapitel.

## Karte 2: Wesentliche Standortbereiche des Einzelhandels in Leinfelden-Echterdingen



### Legende

#### Einzelhandel Größenklassen

- ◊ über 1.500 m<sup>2</sup> VK
- ◊ 800 m<sup>2</sup> bis < 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 400 m<sup>2</sup> bis < 800 m<sup>2</sup> VK
- 100 m<sup>2</sup> bis < 400 m<sup>2</sup> VK
- < 100 m<sup>2</sup> VK

Kartengrundlage:  
Stadt, Leinfelden-Echterdingen  
GMA-Bearbeitung 2016

### Einzelhandelsbestand in den Stadtteilen von Leinfelden-Echterdingen

Differenziert nach den einzelnen **Stadtteilen** in Leinfelden-Echterdingen ist festzustellen, dass der Verkaufsflächenschwerpunkt eindeutig im Stadtteil Echterdingen zu finden ist. Insgesamt sind dort mehr als 60 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, über 50 % der Einzelhandelsbetriebe sowie rd. 61 % der Einzelhandelsumsätze verortet.

**Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen**

	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz* (brutto)	
	abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Echterdingen	110	52	43.370	62	149,1	61
Leinfelden	69	33	18.900	27	68,0	28
Musberg	17	8	1.960	3	9,1	4
Stetten	16	7	5.830	8	17,5	7
<b>Leinfelden-Echterdingen gesamt</b>	<b>212</b>	<b>100,0</b>	<b>70.060</b>	<b>100,0</b>	<b>243,7</b>	<b>100,0</b>

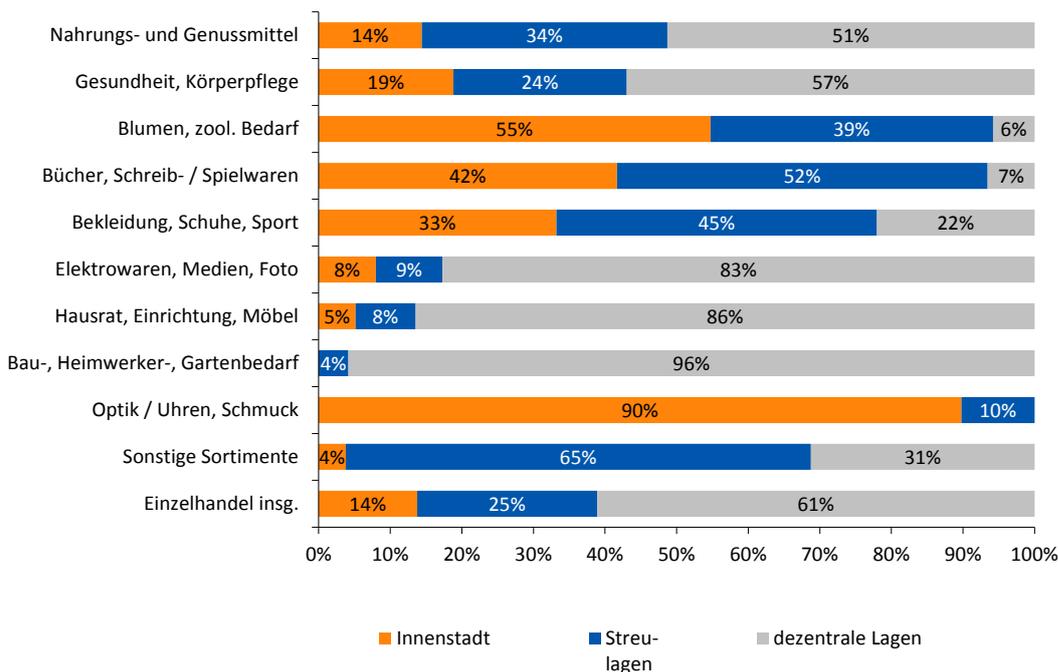
\* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet. GMA-Erhebungen 2016 (ca. Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

### Einzelhandelsbestand nach Lagen in Leinfelden-Echterdingen

Bezogen auf die räumliche Lage im Stadtgebiet ist festzuhalten, dass sich knapp die Hälfte der Geschäfte in den Streu- und Nebenlagen von Leinfelden-Echterdingen befindet (ca. 46 %), gerade mal rund ein Drittel im Innenstadtbereich (Innenstadt Echterdingen und Innenstadt Leinfelden) und nur rd. 20 % in dezentralen Lagen. Hinsichtlich der Verkaufsflächen wird aber deutlich, dass mit nur 17 % an innerstädtischer Verkaufsfläche und 24 % Verkaufsfläche in Neben- und Streulagen der **Schwerpunkt in den dezentralen Lagen mit 61 % liegt**.

Damit wird sowohl der Strukturunterschied als auch eine Funktionsteilung v. a. zwischen den innerstädtischen Lagen mit kleinteiligen Strukturen und den Gewerbegebietslagen bzw. den dezentralen Lagen mit größeren Strukturen deutlich.

**Abbildung 6: Anteil der Verkaufsfläche nach Lagen**



GMA-Erhebungen 2016

**Einzelhandelsbestand in den Einkaufslagen von Leinfelden-Echterdingen**

Der Einzelhandelsbestand in **Leinfelden** (inkl. Oberaichen) umfasst 69 Betriebe, d. h. 33 % des Einzelhandelsbestandes im Stadtgebiet. Der Schwerpunkt der Einzelhandelsnutzung erstreckt sich auf die Einkaufsinnenstadt. Hier sind 21 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.190 m<sup>2</sup> ansässig. Die Branchen Lebensmittel, Blumen, zoologischer Bedarf sowie Optik / Uhren / Schmuck bilden bereits seit 2011 einen unveränderten Schwerpunkt. Durch den Wegfall der Schlecker-Drogerie und der Nachnutzung durch einen Sportladen findet sich im Vergleich zu 2011 aktuell ein neuer Schwerpunkt in der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Sport. Die Angebotsstruktur zeichnet sich auch heute noch durch einen Branchenmix (Gastronomie mit Mittagstisch, Bibliothek, diverse Dienstleister) aus. In der Innenstadt von Leinfelden bestehen vier Ladenleerstände (rd. 600 m<sup>2</sup>). Darunter drei im südöstlichen Bereich der Echterdinger Straße (ehemals Wohndekor Müller, Radsport Jesser, Hautnah Leder und Mode) sowie das ehemalige Elektrofachgeschäft am Anfang der Bahnhofstraße.

Bezogen auf die Verkaufsfläche bildet in Leinfelden das **Filder-Einkaufszentrum** einen deutlichen Schwerpunkt. Auf rd. 10.910 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bieten 10 Einzelhandelsbetriebe überwiegend Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiches an. Das Angebot wird seit langem v. a. durch Lebensmittel und Bekleidung / Schuhe geprägt. Seit der Umstrukturierung des ehemaligen Marktkaufs zum E-Center, dem Wegfall des Getränkemarktes und der Eröffnung des neuen Intersport Räpple bildet der Standort im Vergleich zu 2011 einen noch stärkeren Schwerpunkt im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport. Im Gegensatz zum Ortskern sind die Einzelhandelsbetriebe

überwiegend dem Fachmarktbereich zuzuordnen und sprechen damit eine gegenüber den Fachgeschäften differenzierte Kundengruppe an. Dennoch bildet das Einkaufszentrum mit den innenstadttypischen Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport eine Konkurrenzlage zum Ortskern Leinfeldens.

Der Stadtteil **Echterdingen** umfasst ca. 110 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 43.370 m<sup>2</sup>. Bezogen auf das Stadtgebiet bildet Echterdingen mit ca. 52 % der Betriebe und rd. 62 % der Verkaufsfläche insgesamt den einzelhandelsbezogenen Schwerpunkt der gesamten Stadt.

Seit der Einzelhandelsuntersuchung im Jahr 2011 unverändert sind innerhalb Echterdingens zwei wesentliche Einzelhandelslagen auszumachen. Der Kern umfasst knapp die Hälfte der im Stadtteil ansässigen Betriebe (51). Bezogen auf die Verkaufsfläche nehmen diese mittlerweile nur einen Anteil von ca. 14 % der Verkaufsfläche (2011: 17 %) im Stadtteil ein. Im Kern ist der Bestand durch v. a. Fachgeschäfte geprägt. Unter den Branchen dominieren Lebensmittel und Bekleidung / Schuhe / Sport das Angebot. Wesentliche Veränderungen im Einzelhandelsbesatz seit 2011 zeigen sich in den vier bestehenden Leerständen, von denen sich zwei auf der Bernhäuser Straße und zwei auf der Hauptstraße befinden. Darunter finden sich der alte Intersport Schöllkopf und das Modehaus Lutz, welches abgerissen und durch ein neues Geschäftshaus ersetzt werden soll. Der Street One (ehemals Hauptstraße 35) ist seit 2011 in das Ladenlokal des ehemaligen Tamaris (Hauptstraße 74 / Ecke Bernhäuser Straße) gezogen, auf der alten Fläche des Street One am Zepelin-Platz hat der Rewe-City seine Verkaufsfläche im Jahr 2016 erweitert. Stärker als in der Leinfeldener Innenstadt finden sich hier (auch schon 2011) Filialisten wie Benetton, Ernstings family, Quick Schuh, Street One, aber auch mehrere Modehäuser des lokalen Anbieters Kehrer. Positiv zu bewerten ist die Ansiedlung des Naturgut Biomarktes (ehemals NKD) und des Cafés Zimt und Zucker inkl. dem Ladenbereich mit Verkauf von Glas-, Porzellan- und Keramik-Waren.

Im nördlichen Bereich des Stadtteils befinden sich in der **Gewerbegebietslage** weitere Einzelhandelsbetriebe, die den zweiten Schwerpunkt in Echterdingen darstellen. Der Standort umfasst 26, v. a. großflächige, Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 34.000 m<sup>2</sup>. Das Angebot wird v. a. durch die Warengruppen Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf, Lebensmittel sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel geprägt. Die Lebensmittel machen nach dem Umbau des Toom-Marktes zu Rewe (mit Media Markt im Obergeschoss) mit 11 Betrieben ca. 23 % der dort vorhandenen Verkaufsfläche aus. Unter den angebotenen Sortimenten befinden sich auch typischerweise in der Innenstadt ansässige Sortimente wie Bekleidung, Schuhe und Drogeriewaren. Damit tritt der Gewerbestandort in Konkurrenz mit dem Ortskern Echterdingens.

## 2. Einzelhandelsbestand am Flughafen Stuttgart

An der östlichen Gemarkungsgrenzen von Leinfelden-Echterdingen liegt der Flughafen Stuttgart sowie das Messeareal. Das Areal rund um den Flughafen Stuttgart und die Messe Stuttgart erweist sich als sehr hoch frequentierter Standort. Der Stuttgarter Flughafen verzeichnet jährlich rd. 10,5 Mio. Passagiere, 4 Mio. Besucher und 9.500 Mitarbeiter. Hinzu kommen noch rd. 1,1 Mio. Messebesucher<sup>21</sup>.

**Perspektivisch** betrachtet wird die durch Passagiere und Besucher generierte Frequenz durch die Entwicklung der „Airport City“ zwischen Terminalanlagen und Landesmesse weiter zunehmen. Diese Entwicklung beinhaltet u. a. den Bürokomplex SkyLoop, welcher Ende Januar 2016 fertiggestellt und an den Hauptmieter Ernst & Young (über 1.600 Mitarbeiter) übergeben wurde. Weitere 8.000 m<sup>2</sup> Büroflächen werden an Interessenten vermarktet. Darüber hinaus werden neue Immobilien geplant und der Standort soll sich als Dienstleistungs- und Bürostandort inkl. Hotellerie, Gastronomie und Konferenzräumen weiterentwickeln.

Die hervorragende **Anbindung** an das regionale, überregionale sowie internationale Verkehrsnetz ist nicht nur durch die S-Bahn-Haltestelle direkt am Flughafen selbst und die BAB 8 gegeben, sondern wurde Anfang Mai 2016 durch die Eröffnung des Fernbusbahnhofes erweitert. Die hier haltenden Fernbusse steuern über 20 verschiedene Ziele in Deutschland und rd. 50 Ziele im europäischen Ausland an.

Der **Einzelhandel** am Standort Flughafen und Messe begrenzt sich auf das Flughafengebäude. Dort finden sich Einzelhandelsbetriebe sowohl „Landseitig“, demnach für jeden zugänglich, als auch im „Sicherheitsbereich“, den nur Passagiere mit einer Boardingcard betreten dürfen. Im Folgenden soll dieser Einzelhandelsbestand ebenso wie die Struktur seiner Nutzer dargestellt werden. Somit kann seine Bedeutung für den Leinfelden-Echterdinger Einzelhandel definiert werden.

Der **Angebotsschwerpunkt** am Sonderstandort Stuttgarter Flughafen liegt unter Anbetracht der Anzahl der Anbieter<sup>22</sup> sowohl im „Sicherheitsbereich“ (45 %) als auch „Landseitig“ (58 %) im mittelfristigen Bedarfsbereich.

Im Sicherheitsbereich befinden sich 9 Einzelhandelsbetriebe mit 22 % aus dem langfristigen und 33 % aus dem kurzfristigen Bedarf. Verkaufsflächengrößen konnten dort nicht erhoben werden, da der Bereich nicht ohne Boardingcard betreten werden darf. Da der Bereich durch diese Nutzungsbeschränkung dem „Normalverbraucher“ verwehrt wird, kann er auch für den Einzelhandelsbestand der Stadt Leinfelden-Echterdingen nicht berücksichtigt werden.

<sup>21</sup> Quelle: <http://www.flughafen-stuttgart.de/business-to-business/immobilien/gewerbestandort/>. Stand: 29.12.2016. Angaben zum Jahr 2015.

<sup>22</sup> Der Bestand an Einzelhandelsbetrieben sowie die Sortimentszuordnung der Anbieter im „Sicherheitsbereich“ konnte nur anhand von Internetrecherchen analysiert werden.

Die Gesamtverkaufsfläche im **landseitigen Bereich** liegt mit 18 Betrieben bei rd. 2.280m<sup>2</sup> und setzt sich aus folgenden Warengruppen zusammen:

**Tabelle 6: Einzelhandelsangebot am Stuttgarter Flughafen (Landseitig)**

Warengruppen Landseitig	VK in m <sup>2</sup>	%-Anteil VK zu VK Flughafen	%-Anteil VK zu VK Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel <sup>23</sup>	680	30	< 1
Gesundheit, Körperpflege	100	4	<< 1
Bücher, Schreib- / Spielwaren	640	28	< 1
Bekleidung, Schuhe, Sport	650	29	< 1
Elektrowaren, Medien, Foto	100	4	<< 1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10	1	<< 1
Sonstige Sortimente	100	4	<< 1
<b>Einzelhandelsbestand Flughafen insgesamt</b>	<b>2.280</b>	<b>100</b>	<b>3</b>
<b>Einzelhandelsbestand Leinfelden-Echterdingen (ohne Flughafen)</b>	<b>70.060</b>	<b>--</b>	<b>100</b>

GMA-Erhebung 2016 (ca.-Werte, gerundet)

Im August 2016 eröffnete der neue Edeka-Markt auf rd. 600 m<sup>2</sup>, welcher kundenspezifisch ausgerichtet ist und zu großen Teilen Convenience-Produkte anbietet. Somit nimmt seit dieser Eröffnung auch das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel knapp ein Drittel der Verkaufsfläche am Flughafen ein. Weitere rd. 60 % der Verkaufsfläche nutzen zu gleichen Teilen sowohl Bekleidungsfachgeschäfte (überwiegend hochpreisiges Segment) als auch Fachgeschäfte zum Verkauf von Büchern, Magazinen und Zeitschriften, welche meistens in der Kombination auch Souvenirs anbieten. In der Relation des Einzelhandelsbestandes am Flughafen zum Gesamtbestand (die 70.060 m<sup>2</sup> Verkaufsflächen beinhalten nicht die Verkaufsflächen vom Flughafen) der Stadt Leinfelden-Echterdingen zeigt sich der Bestand am Flughafen mit gerade mal 3 % als überaus unbedeutend.

Unter Anbetracht der Standortrahmenbedingungen und der Lage des Flughafens ist davon auszugehen, dass der Einzelhandel am Flughafen Stuttgart folgende Kunden anspricht:

- /// Flugpassagiere (Abflüge, Ankünfte) und Angehörige
- /// Besucher des Flughafens und seiner Freizeitangebote (Besucherterrasse, Casino)
- /// Flugpersonal, Arbeitskräfte der Airlines, Gastronomie-, Dienstleistungs-, Wartungs- und Produktionsbetriebe
- /// Messe Gäste
- /// Mitarbeiter aus der Stuttgart Airport City (u. a. SkyLoop, Messe)

<sup>23</sup> inkl. Neueröffnung Edeka im August 2016.

Es zeigt sich, dass die Kundenstruktur des Stuttgarter Flughafen und Messe-Areals demnach weniger mit den Themen der Nah- und Grundversorgung der Leinfelden-Echterdinger Bevölkerung zu tun hat, als mit den Themen Abflug, Ankunft, Arbeiten, „Tourismus“ und Messebesuch. Die Kundenstruktur kann somit auch nicht mit der des Leinfelden-Echterdinger Stadt- bzw. Marktgebietes gleichgesetzt werden.

Dies ist auch an der für den „Normalverbraucher“ wenig attraktiven Ausgestaltung des Standortes zu erkennen. Hohe Parkgebühren am Flughafen oder der Messe ebenso wie weite fußläufige Wege sowohl zwischen Messe und Flughafen als auch zwischen den einzelnen Einzelhandelsbetrieben, welche über das gesamte Flughafengebäude verstreut liegen, weisen auf keinen leicht erreichbaren, kompakten Einzelhandelsstandort hin.

Geprägt ist der Standort somit zum einen durch Kunden, welche am Flughafen, der Messe oder in der Airport-City beschäftigt sind und zum anderen durch ständig wechselnde Flugpassagiere, Messebesucher oder Flughafenbesucher, durch die keine regelmäßigen Kundenbeziehungen zu erwarten sind bzw. die nicht lokalisiert werden können.

Der Flughafen Stuttgart kann somit eher als Sonderstandort eingeordnet werden, der überwiegend einen zielgruppenorientierten Einzelhandelsbesatz anbietet. Demnach wird der Einzelhandel am Flughafen nicht als Einzelhandelsstandort für Leinfelden-Echterdingen ausgewiesen bzw. auch nicht in den Bestandumsatz miteinbezogen.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Der Bestandumsatz am Flughafen Stuttgart kann landseitig mit ca. 10 – 11 Mio. € angenommen werden. Da dieser Umsatz jedoch mit hoher Gewissheit nur zu geringen Anteilen an dem Stadt- bzw. Marktgebiet Leinfelden-Echterdingens stammen kann, zählt dieser nicht in den Gesamtumsatz.

### **3. Nachfragesituation**

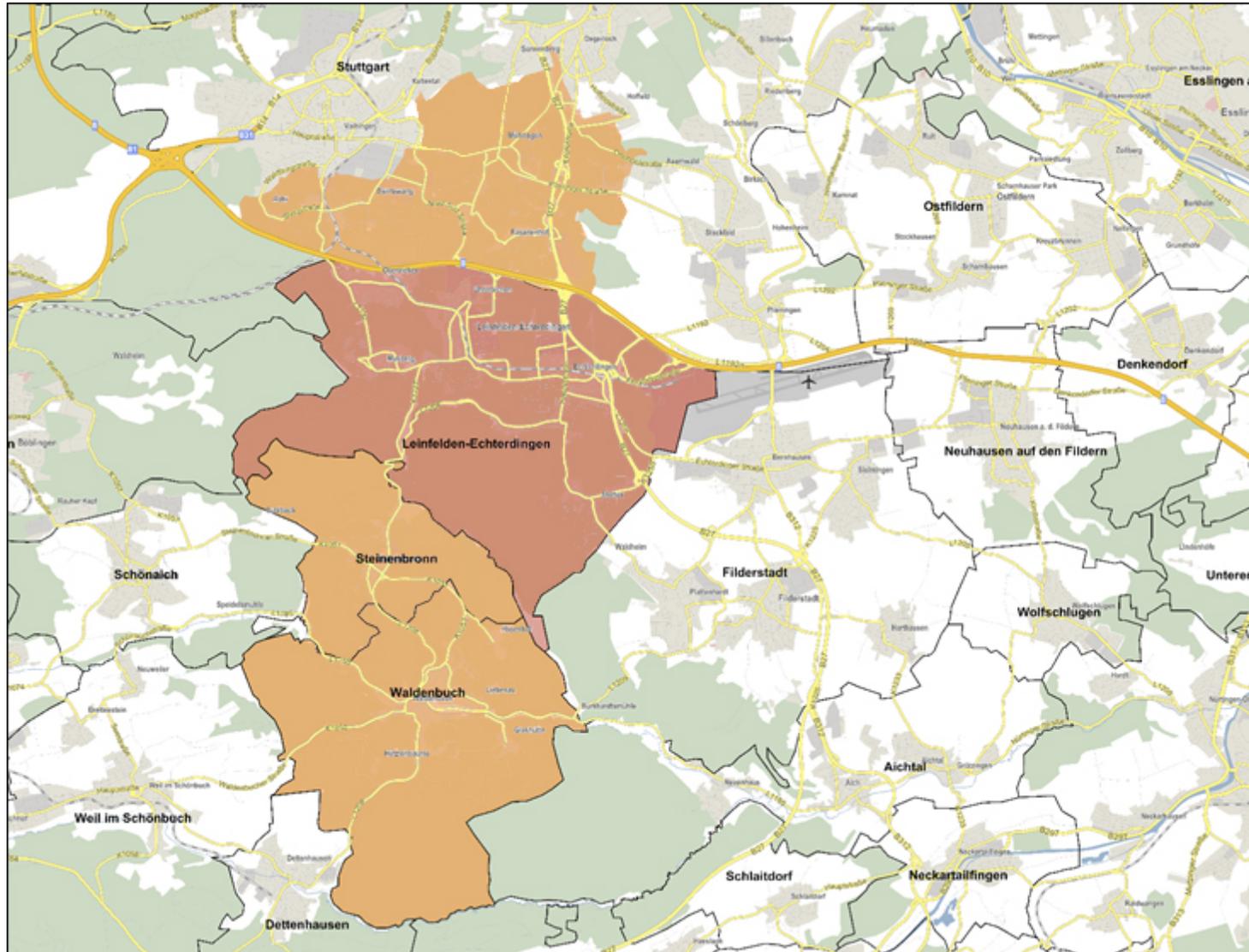
#### **3.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen**

Die Definition eines Marktgebietes für den Einzelhandel in Leinfelden-Echterdingen bietet eine wichtige Voraussetzung für die Ermittlung des zur Verfügung stehenden Kaufkraftpotenzials. Als Marktgebiet wird dabei derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher regelmäßig den Einzelhandelsstandort Leinfelden-Echterdingen aufsuchen.

Zur Abgrenzung und Einteilung des Marktgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Angebotssituation in Leinfelden-Echterdingen
- /// Angebots- bzw. Wettbewerbssituation in den umliegenden Städten und Gemeinden
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Leinfelden-Echterdingen und im Umland
- /// wesentliche Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur) und die daraus zu ziehenden Schlussfolgerungen
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten in Leinfelden-Echterdingen und im Umland und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (u. a. Filderstadt, Waldenbuch, Wolfschlugen).

### Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Leinfelde-Echterdingen



#### Legende

- Zone I
- Zone II

Vor diesem Hintergrund lässt sich für den Einzelhandel der Stadt Leinfelden-Echterdingen folgendes Marktgebiet abgrenzen:<sup>25</sup>

/	<b>Zone I:</b> Stadt Leinfelden-Echterdingen gesamt	39.370 EW
/	<b>Zone II:</b> Steinenbronn, Waldenbuch, südliche Stuttgarter Stadtteile: Möhringen (Fasanenhof, Nord, Mitte, Ost, Süd, Wallgraben-Ost, Sternhäule), Vaihingen (Rohr, Dürrlewang)	53.970 EW
<hr/>		
/	<b>Zone I – II gesamt</b>	<b>93.340 EW</b>

Im Marktgebiet leben demnach aktuell **ca. 93.340 Einwohner**. Zone I stellt in diesem Zusammenhang das Stadtgebiet der Stadt Leinfelden-Echterdingen dar. **Zone II** umfasst 53.970 Einwohner. Insbesondere im nördlichen Bereich ergeben sich v. a. Überschneidungen mit dem Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Stuttgart.

Nicht alle der in Leinfelden-Echterdingen ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen im gleichen Umfang in das Marktgebiet aus. Auf einzelbetrieblicher Ebene bestehen z. T. Kundenverflechtungen, die über das Marktgebiet hinausgehen. Die Anziehungskraft eines Standortes oder Betriebes ist neben der Fristigkeit des Bedarfs v. a. abhängig von der Größe und Attraktivität eines Anbieters. So kann die Anziehungskraft stark spezialisierter Anbieter zum Teil weit über das abgegrenzte Marktgebiet hinausreichen.

### 3.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Leinfelden-Echterdingen

Nach Berechnung des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) für die abgegrenzten Bedarfsgüter pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 5.570 €. <sup>26</sup>

Davon entfallen auf

/	Nahrungs- und Genussmittel	ca. 2.035 € p. a.
/	Nichtlebensmittel	ca. 3.535 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. MB Research errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf der Grundlage der

<sup>25</sup> Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Leinfelden Echterdingen, Stand: 31.12.2015; Landeshauptstadt Stuttgart, Datenkompass Stadtbezirke Stuttgart 2014/2015, Stadtbezirk Vaihingen, Stadtbezirk Möhringen.

<sup>26</sup> ohne Anteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.

Steuerstatistik. Für Leinfelden-Echterdingen (Zone I) liegt der Kaufkraftkoeffizient mit 116,9 auf einem im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100,0) deutlich überdurchschnittlichem Niveau. Mit Werten zwischen 105,8 (Steinenbronn) und 117,7 (Möhringen Nord, Mitte, Ost, Süd) bewegen sich die Werte auch in Zone II des Marktgebietes auf einem hohen Niveau. <sup>27</sup>

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Stadt Leinfelden-Echterdingen ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 256,4 Mio. €; im Marktgebiet von Leinfelden-Echterdingen von

**ca. 593,8 Mio. €.**

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Leinfelden-Echterdingen und das zugeordnete Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle dargestellt:

**Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Leinfelden-Echterdingen Einzelhandels**

Branchen	Zone I	Zone II	Gesamt
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>93,7</b>	<b>123,3</b>	<b>217,0</b>
Gesundheit, Körperpflege	18,6	24,5	43,1
Blumen, zoologischer Bedarf	6,4	8,4	14,8
Bücher, Schreib- / Spielwaren	12,1	15,9	28,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	32,1	42,2	74,3
Elektrowaren, Medien, Foto	24,7	32,5	57,2
Hausrat, Möbel, Einrichtung	27,9	36,7	64,6
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	22,7	29,9	52,6
Optik / Uhren, Schmuck	5,4	7,1	12,5
Sonstige Sortimente*	12,8	16,9	29,7
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>256,4</b>	<b>337,4</b>	<b>593,8</b>

\* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren); GMA-Berechnungen 2016 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

<sup>27</sup> Quelle: MB-Research, Nürnberg 2016.

## 4. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

### 4.1 Ausstattungskennziffern

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes der Stadt Leinfelden-Echterdingen.

Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt.

#### Einzelhandelsausstattung im Vergleich

Zur ersten Einordnung der Einzelhandelsausstattung ist es hilfreich, die Situation im Vergleich mit anderen Städten und Gemeinden zu betrachten. Grundlage hierfür sind sogenannte Versorgungskennziffern, die die Einzelhandelsausstattung der Kommunen auf die Einwohnerzahl beziehen und somit vergleichbar machen. Als Vergleichswert dient die vergleichbare Größenordnung mit einer Einwohnerzahl von 20.001 – 50.000.<sup>28</sup> Die Referenzwerte dienen dabei nicht als Zielgruppe oder Richtwert, sondern lediglich der quantitativen Einordnung des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen.

Der **Einzelhandelsbesatz** in Leinfelden-Echterdingen lässt sich wie folgt charakterisieren:

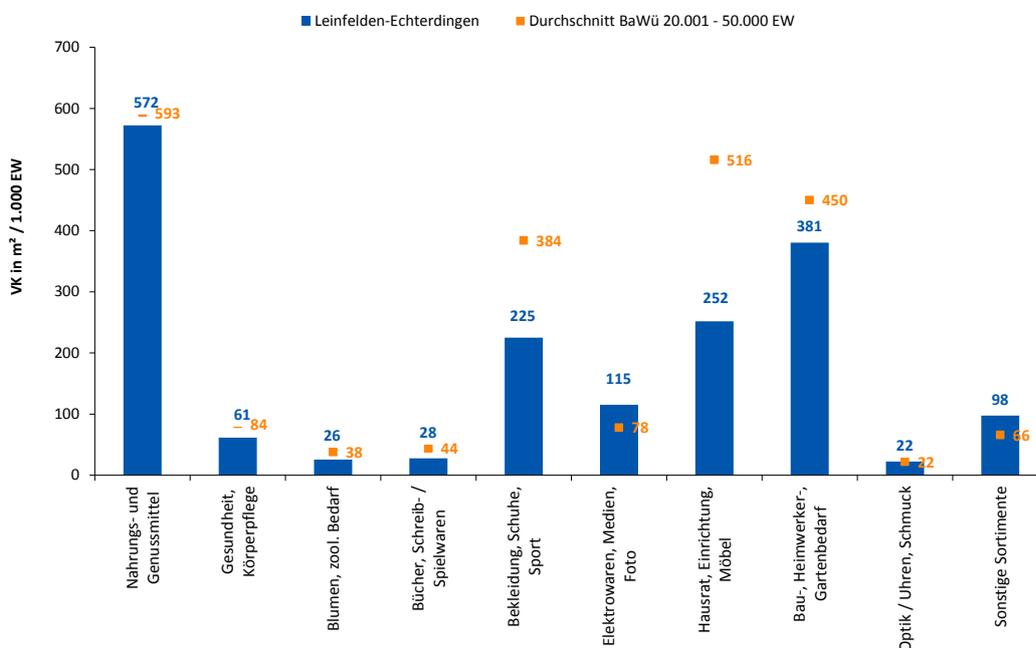
- Die Stadt Leinfelden-Echterdingen verfügt im gesamten Einzelhandel über ca. 5,4 Einzelhandelsbetriebe je 1.000 Einwohner (Referenzwert: 7,3). Davon entfallen ca. 1,8 Betriebe auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor (Referenzwert: 2,4) und ca. 3,6 Einzelhandelsbetriebe auf den Nichtlebensmittelsektor (Referenzwert: 4,9).
- Bezogen auf 1.000 Einwohner existiert im gesamten Einzelhandel der Stadt Leinfelden-Echterdingen ein Verkaufsflächenbesatz von ca. 1.780 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Referenzwert: ca. 2.275 m<sup>2</sup>), davon ca. 572 m<sup>2</sup> im Nahrungs- und Genussmittelsektor (Referenzwert: ca. 593 m<sup>2</sup>) und ca. 1.207 m<sup>2</sup> im Nichtlebensmittelsektor (Referenzwert: ca. 1.682 m<sup>2</sup>).

Die Gegenüberstellung mit den Durchschnittswerten der GMA-Kennziffernstudie zeigt, dass zum jetzigen Zeitpunkt allgemein eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Leinfelden-Echterdingen vorliegt. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt die Ausstattung auf einem fast durchschnittlichen Niveau. Im Nichtlebensmittelbereich liegt in der Stadt Leinfelden-

<sup>28</sup> vgl. GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2012.“ Kategorie Baden-Württemberg 20.001 – 50.000 Einwohner.

Echterdingen eine unterdurchschnittliche Ausstattung vor. Bei einer genaueren Betrachtung differenziert nach Branchen, lassen sich verhältnismäßig durchschnittliche bis leicht unterdurchschnittliche Ausstattungswerte im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie in den Branchen Bücher, Schreib- und Spielwaren und Optik, Uhren, Schmuck identifizieren. Überdurchschnittliche Ausstattungskennziffern finden sich nur in den Segmenten Elektro (bedingt durch Media Markt und Euronics XXL) und sonstige Sortimente. Auffallend unterdurchschnittlich Ausgestattet zeigen sich die Branchen Bekleidung, Schuhe und Sport. Bei der Bewertung der Ausstattung im Nichtlebensmittelbereich ist jedoch die Nähe und gute Anbindung an das Oberzentrum Stuttgart sowie weitere umliegende bedeutende Handelsstandorte (Bsp. Böblingen, Sindelfingen) zu berücksichtigen, welche umfassende Angebote aufweisen und starke Wettbewerbsstandorte darstellen.

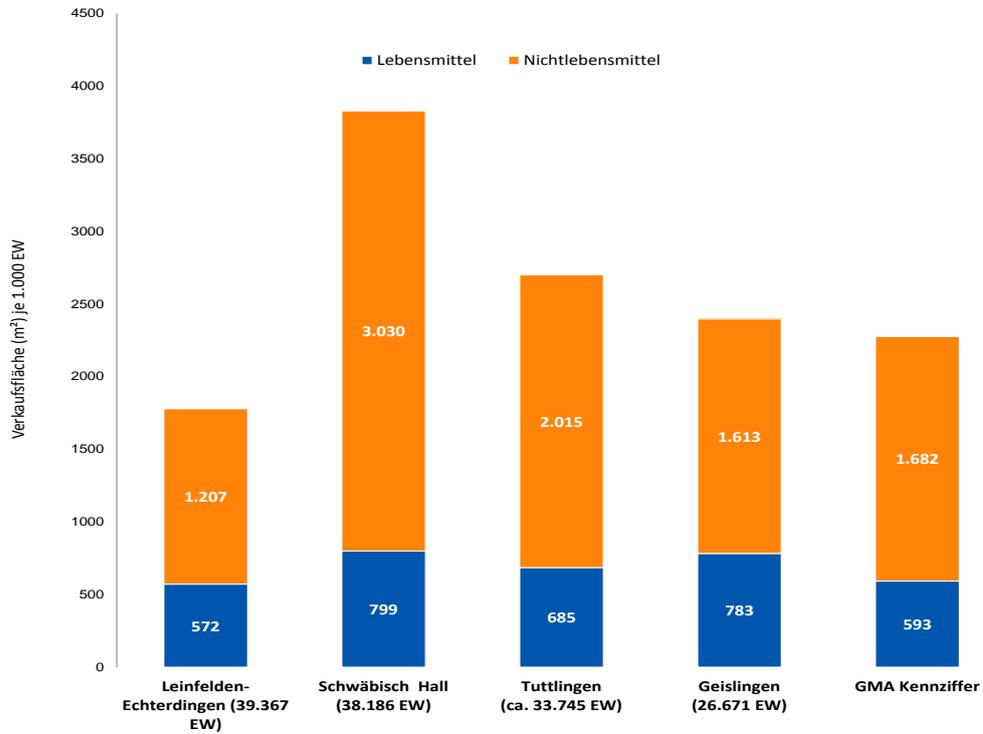
**Abbildung 7: Relative Verkaufsflächenausstattung (VK pro 1.000 Einwohner)**



GMA-Erhebung 2016, GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“, Durchschnitt für Kommunen in Baden-Württemberg mit 20.000 – 50.000 Einwohnern.

Für einen regionalen Vergleich können ebenfalls ähnlich große Kommunen in Baden-Württemberg herangezogen werden. Auch ein Vergleich mit anderen Kommunen macht deutlich, dass für Leinfelden-Echterdingen im Lebensmittelbereich eine leicht unterdurchschnittliche sowie im Nichtlebensmittelbereich eine deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung festzuhalten ist.

**Abbildung 8: Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich**



GMA-Zusammenstellung 2016

## 4.2 Zentralitätskennziffer

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung einer Kommune sowie für deren Entwicklungspotenzial dient die **Zentralitätskennziffer**. Diese lässt sich durch eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz errechnen. Dabei deuten Zentralitätswerte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Netto-Kaufkraftabfluss an.

Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 88,6 Mio. €	:	ca. 93,7 Mio. € =	ca. 95 %
(Umsatz in LE <sup>29</sup> )		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von LE)	(Zentralität)

Für den Bereich **Nichtlebensmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 155,0 Mio. €	:	ca. 162,7 Mio. € =	ca. 95 %
(Umsatz in LE)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von LE)	(Zentralität)

Für den Einzelhandel insgesamt beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 243,6 Mio. €	:	ca. 256,4 Mio. € =	ca. 95 %
(Umsatz in LE)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von LE)	(Zentralität)

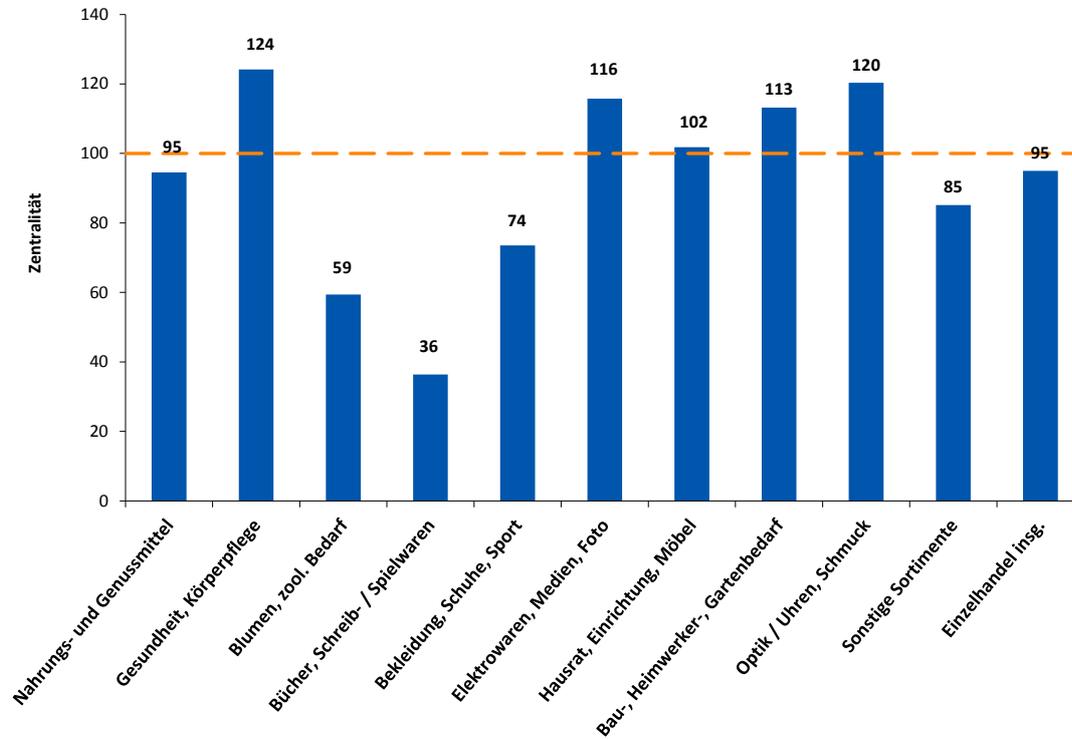
Die **Zentralität** bezogen auf den Einzelhandel insgesamt, ist vor dem Hintergrund der Nähe zum Oberzentrum Stuttgart und der zentralörtlichen Einstufung Leinfelden-Echterdingens als Unterzentrum – trotz leicht gesunkener Zentralitäten seit 2011 – immer noch positiv zu bewerten. Ersichtlich wird aus den Leinfelden-Echterdinger Zentralitätskennziffern, dass die Stadt trotz der Nähe zu Stuttgart neben dem kurzfristigen Bedarfsbereich auch eine wichtige Versorgungsbedeutung in ausgewählten überwiegend langfristigen Bedarfsbereichen für das Umland einnimmt. Somit sind die Zentralitätskennziffern zum einen mit der vergleichsweise guten Verkaufsflächenausstattung in Leinfelden-Echterdingen sowie zum anderen mit der z. T. eingeschränkten Einzelhandelsbedeutung der Kommunen im Umfeld zu begründen.

In den verschiedenen Warengruppen variieren die Zentralitäten z. T. erheblich. Während in den Segmenten Gesundheit / Körperpflege, Elektrowaren / Medien / Foto, Hausrat / Einrichtung / Möbel, Bau- / Garten- und Heimwerkerbedarf sowie Optik / Uhren / Schmuck die höchsten Zentralitätswerte erreicht werden, stellt sich die Zentralität in den Bereichen Blumen / Zoo, Bücher / Schreib- und Spielwaren und Bekleidung / Schuhe / Sport als deutlich unterdurchschnittlich dar. Insgesamt kann über den Großteil der Warengruppen hinweg eine

<sup>29</sup> LE = Leinfelden-Echterdingen

für ein Unterzentrum leicht unterdurchschnittliche und somit steigerungsfähige Zentralitätskennziffer festgestellt werden.

**Abbildung 9: Zentralität nach Warengruppen**

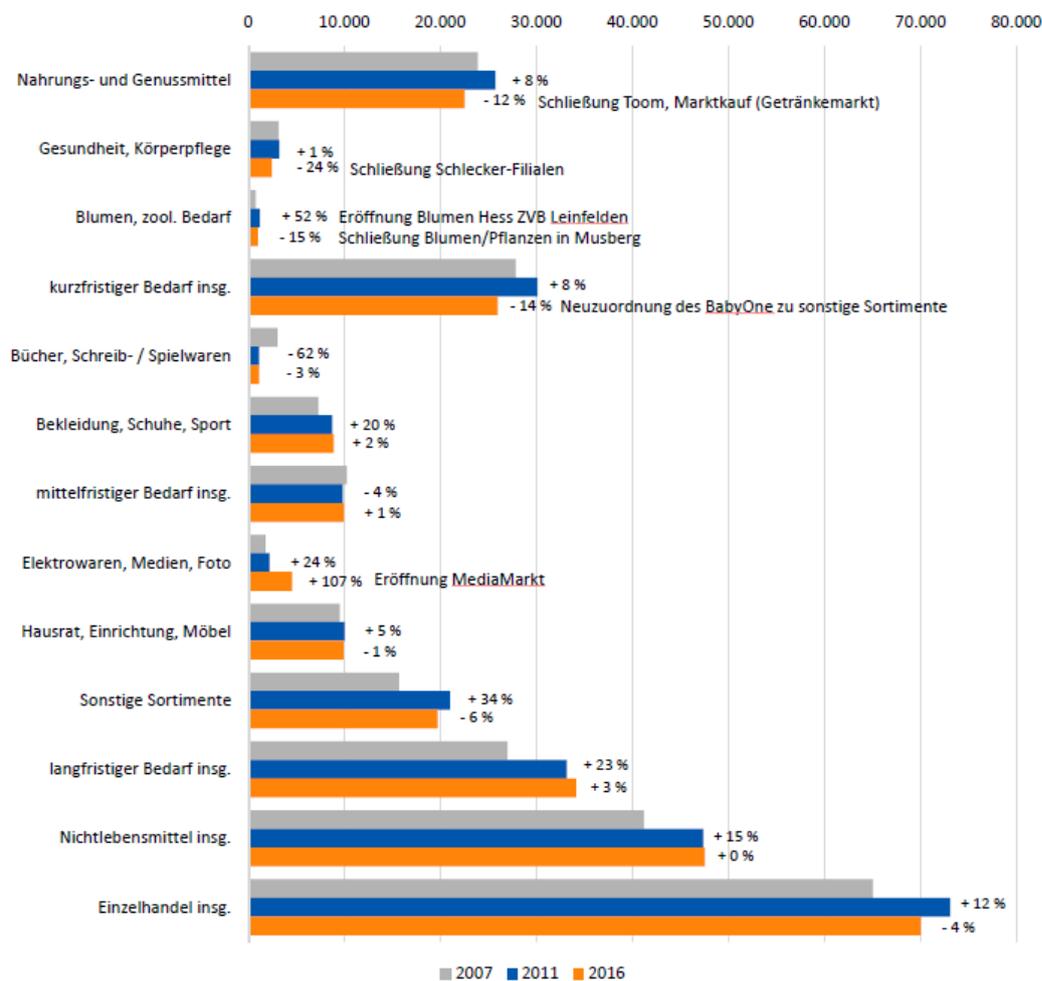


GMA-Erhebungen 2016

## 5. Entwicklung der Angebots- und Nachfragesituation in Leinfelden-Echterdingen zwischen 2007 und 2016

Im Januar 2016 wurde im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes eine Erhebung des Einzelhandels im Leinfelden-Echterdinger Stadtgebiet durchgeführt, was eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten der Jahre 2007 und 2011 (Einzelhandelskonzepte für die Stadt Leinfelden-Echterdingen, Februar 2007 und September 2011) ermöglicht.

**Abbildung 10: Verkaufsflächenvergleich 2007 /2011 / 2016**



\* Neuuzuordnung des Sortimentsschwerpunkts des BabyOne von Spielwaren zu sonstiges Sortiment zwischen 2006 und 2011;

Anmerkung: Die Verkaufsfläche der Mehrbranchenunternehmen wurde zur Vergleichbarkeit der Daten dem Sortimentsschwerpunkt zugeordnet.

GMA-Berechnungen 2016 (ca.-Werte, gerundet)

Auf Grundlage dieser letzten gesamtstädtischen Einzelhandelserhebungen lassen sich im Vergleich Rückschlüsse auf die Einzelhandelsentwicklung in Leinfelden-Echterdingen ziehen. Der Bericht aus dem Jahr 2011 beschreibt bereits die Veränderungen zum Jahr 2007, angepasst dazu sollen nun die Veränderungen zwischen den Jahren 2011 und 2016 beschrieben werden:

- /// Die **Zahl der Betriebe** hat sich insgesamt seit 2011 bedeutend verringert (- 20). Die größten Veränderungen in der Zahl der Betriebe betreffen die Branche Bekleidung, Schuhe, Sport (- 6). In den anderen Warengruppen zeigen sich mit Betriebsabnahmen von bis zu drei Betrieben nur geringfügige Veränderungen bezogen auf die Betriebszahl.
- /// Bei der **Verkaufsfläche** konnte im Zeitraum von 2011 bis zum Jahr 2016 ein Rückgang der Verkaufsfläche um ca. 3.025 m<sup>2</sup> (- 4 %) verzeichnet werden. Insbesondere durch den Wegfall des Toom-Marktes, den Umbau des Marktkaufs mit Wegfall eines Getränkemarkts, den Wegfall der drei Schlecker-Drogerien sowie des ehemaligen großen Blumen und Pflanzen-Betriebs in Musberg zeigt sich ein starker Verkaufsflächenrückgang von 14 % im kurzfristigen Bedarfsbereich. Auch wenn der mittelfristige Bedarfsbereich die meisten Betriebe verloren hat, bleibt sein Verkaufsflächenniveau aufgrund diverser Neueröffnungen (Bsp. Intersport Räpple mit > 1.000 m<sup>2</sup>) konstant. Dasselbe gilt für den langfristigen Bedarfsbereich (Neueröffnung Media Markt).
- /// Die Umsatzleistung ist seit 2011 mit einer Veränderung von + 0,4 Mio. € konstant geblieben. Dies ist v. a. auf die Entwicklungen im Bereich des mittelfristigen Bedarfs zurück zu führen (s.o.).
- /// Die Verkaufsflächenausstattung ist mit dem Rückgang der Verkaufsflächen in Leinfelden-Echterdingen gesunken. Über den gesamten Einzelhandel ist die Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner seit 2011 um 184 m<sup>2</sup> gesunken.
- /// In der Relation des konstanten Bestandumsatzes zu der zunehmenden Kaufkraft im Stadtgebiet von Leinfelden-Echterdingen ist die Zentralitätskennziffer seit 2011 um weitere 7 % auf 95 gesunken. Das Kaufkraft-Wachstum in Leinfelden-Echterdingen begründet sich zum einen über die gestiegenen Pro-Kopf-Ausgaben der Wohnbevölkerung sowie über das anhaltende Bevölkerungswachstum.

**Tabelle 8: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen seit 2007 (Gesamtstadt)**

Kriterium	Jahr	2007	2011	2016	Veränderung 2007 – 2011		Veränderung 2011 – 2016	
					abs.		abs.	
Zahl der Betriebe		234	232	212	- 2	→	- 20	↘
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>		65.050	73.085	70.060	+ 8.035	↗	- 3.025	↘
Umsatzleistung in Mio. €		220,1	243,2	243,6	+ 23,1	↗	+ 0,4	→
Betriebe je 1.000 EW		7,0	6,2	5,4	- 0,8	→	- 0,8	→
Verkaufsfläche je 1.000 EW in m <sup>2</sup>		1.309	1.963	1.779	+ 654	↗	- 184	↘
Zentralität		105	102	95	- 3	↘	- 7	↘

Quelle: GMA-Untersuchungen 2007, 2011 und 2016 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

## 6. Stärken-Schwächen-Profil des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen

Zusammenfassend kann die Situation in Leinfelden-Echterdingen im nachfolgenden Stärken- und Schwächen-Profil dargestellt werden:

Stärken	Schwächen
<b>Rahmenbedingungen</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ attraktiver Wohnstandort, weitere Wohngebietsentwicklung</li> <li>+ überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial</li> <li>+ gute überregionale Erreichbarkeit</li> <li>+ gute ÖPNV-Anbindung durch S-Bahn und Bus</li> <li>+ starkes wirtschaftliches Umfeld</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konkurrenz zwischen einzelnen Kommunen im Umland in allen Bereichen (Wohnen, Wirtschaft, Einzelhandel etc.) insbesondere mit Stuttgart / Stuttgart-Vaihingen</li> <li>- disperse Siedlungsstruktur, siedlungsräumliche Trennung der Stadtteile</li> <li>- hohes Verkehrsaufkommen in den Innenstadtlagen Echterdingen und Leinfelden</li> </ul>
<b>Einzelhandel / Dienstleistungen / Gastronomie</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ gut funktionierende Innenstadt Echterdingen (qualitativer Einzelhandels-Besatz, hohe Kundenfrequenz, Neueröffnungen)</li> <li>+ attraktiv gestaltete Räume in der Innenstadt Echterdingen (Zeppelin-Platz und Bernhäuser Straße)</li> <li>+ insgesamt leistungsfähige Lebensmittelmärkte zur Nahversorgung</li> <li>+ Dienstleistungsangebote als Ergänzung und insgesamt guter, kompakter Nutzungsmix in der Innenstadt Echterdingen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gliederung in zwei „größere Innenstädte“ durch Einzelhandelsbestand erschwert Herausbildung eines komplett leistungsfähigen Zentrums</li> <li>- lang gezogene/r Innenstadt Leinfelden bzw. ZVB Leinfelden mit teilweise wenig Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbesatz</li> <li>- Geschäftsaufgaben / Leerstände in der Innenstadt Leinfelden</li> <li>- hoher Anteil des Einzelhandelsbesatzes in dezentralen Lagen</li> <li>- starke regionale Konkurrenzsituation durch Nähe zum Oberzentrum Stuttgart sowie zum Unterzentrum Filderstadt</li> <li>- damit einhergehend eingeschränkte Entwicklungsmöglichkeiten</li> <li>- teilweise unterdurchschnittliche Ausstattung (Segment Bekleidung) im Einzelhandel. Z. T. starke Kaufkraftabflüsse an umliegende Einzelhandelsstandorte</li> </ul>

GMA-Aufstellung 2016

### III. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen

#### 1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose 2025

Die Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet bis zum Prognosehorizont 2025 ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von der künftigen Entwicklung des Verbraucherverhaltens (z. B. Onlinehandel) sowie der soziodemografischen Entwicklung abhängig. Unter Berücksichtigung der bisherigen Entwicklung und der Prognose der Stadt Leinfelden-Echterdingen kann für die Stadt Leinfelden-Echterdingen für die nachfolgende Berechnung der Kaufkraftpotenziale von einer positiven Einwohnerentwicklung ausgegangen werden<sup>30</sup>. Demnach wird die Stadt Leinfelden-Echterdingen im Prognosejahr 2025 unter Annahme eines mittleren Szenarios rd. 40.531 Einwohner (rd. + 3 %) aufweisen.

Auf Grundlage der im Marktgebiet erfassten Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung ergibt sich für das Prognosejahr 2025 ein Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 614,5 Mio. €. Somit steigt das Kaufkraftvolumen aufgrund der Einwohnerzunahme und einer zu erwartenden Zunahme der Pro-Kopf-Ausgaben für Einzelhandelswaren insgesamt überproportional (rd. + 5 %) an.

**Tabelle 9: Kaufkraftprognose 2025 für das Marktgebiet**

Hauptwarengruppen	Kaufkraft 2025 in Mio. €		
	Zone I	Zone II	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	98,9	127,0	225,9
Gesundheit, Körperpflege	20,1	25,8	45,9
Blumen, zool. Bedarf	6,8	8,7	15,5
<b>kurzfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>125,8</b>	<b>161,5</b>	<b>287,3</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	12,1	15,5	27,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	33,2	42,6	75,8
<b>mittelfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>45,3</b>	<b>58,1</b>	<b>103,4</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	25,8	33,1	58,9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	29,3	37,6	66,9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	23,9	30,7	54,6
Optik / Uhren, Schmuck	5,5	7,1	12,6
Sonstige Sortimente	13,5	17,3	30,8
<b>langfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>98,0</b>	<b>125,8</b>	<b>223,8</b>
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>170,2</b>	<b>218,4</b>	<b>388,6</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>269,1</b>	<b>345,4</b>	<b>614,5</b>

GMA-Berechnungen 2016 (ca.-Werte gerundet)

<sup>30</sup> Quelle: Stadt Leinfelde-Echterdingen: Bevölkerungsvorausrechnung Stadt Leinfelden Echterdingen. 09.03.2016.

## 2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Der Einzelhandelsbestand in der Stadt Leinfelden-Echterdingen zeigt sowohl im Jahr 2011 als auch noch heute aufgrund der derzeitigen Ausstattung Entwicklungspotenziale durch **Modernisierungen, Aufwertungen** sowie in wenigen Branchen auch durch **Neuansiedlungen**. Demnach lassen sich in einzelnen Branchenbereichen auf Basis der Standortrahmenbedingungen, der Nachfrage- und bestehenden Angebotsituation folgende spezifische Entwicklungspotenziale für die Branchen **Nahrungs- und Genussmittel, Blumen, zool. Bedarf, Bücher, Schreib / Spielwaren und Bekleidung, Schuhe, Sport** ableiten:

■ Nach einem starkem Verkaufsflächenzuwachs im Bereich der **Nahrungs- und Genussmittel** zwischen den Jahren 2007 und 2011 (Bsp. Neuansiedlung Benz Getränkemarkt, Rewe-City; überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung) zeigt sich aktuell aufgrund von Schließungen (Marktkauf- und Toom-Getränkemarkt) und Umstrukturierungen (Umbau ehemaliger Toom zu Rewe-Center) für die Lebensmittelbranche eine durchschnittliche bis leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Bezug auf die Einwohner. Die Lebensmittelangebote finden sich sowohl 2011 als auch noch heute in zentralen Lagen der Ortskerne Leinfelden und Echterdingen, in den Ortsteilen wie auch im Gewerbegebiet als autokundenorientierten Standort. Das Angebot umfasst 7 Lebensmitteldiscounter, 6 Supermärkte (die ehemaligen Warenhäuser Marktkauf und Toom wurden durch 2 große Supermärkte Rewe und E-Center ersetzt) sowie 2 Biomärkte. Weiter Lebensmittelanbieter in Leinfelden-Echterdingen sind 21 Bäckereien, 7 Metzgereien, 4 Getränkemarkte, 2 Weinhandlungen und mehrere kleine spezialisierte Fachgeschäfte sowie die Tankstellenshops. Die Nachnutzung des Toom-Areals mit dem Rewe-Center sowie die Umstrukturierung des Marktkauf zum Edeka-Center haben in den letzten Jahren – trotz Verkaufsflächenabnahme – zu einer Modernisierung des Lebensmittelangebotes geführt. Unter Anbetracht des vorhandenen Anbietermix und der beinahe flächendeckenden Verteilung der Nahversorgungsstrukturen über das Stadtgebiet besteht der Entwicklungsbedarf weiterhin in der Modernisierung Vorhandener Märkte. Eine detaillierte Betrachtung der Nahversorgung und der Entwicklungspotenziale erfolgt in Kap. IV. 4.

■ Für den Sortimentsbereich **Blumen, zool. Bedarf** zeigen sich seit 2011 wenige Veränderungen. So besteht das Angebot aktuell aus 4 Gärtnereien und 3 Blumenläden. Ausstattungsdefizite lassen sich hier im Segment zool. Bedarf erkennen. Zwar wurde seit 2011 das Fachgeschäft Hund & Katz in Echterdingen eröffnet, weitere Angebote dieses Sortiments finden sich trotzdem überwiegend im Randsortimentsbereich der Lebensmittelanbieter. Als Entwicklungspotenzial kann also weiterhin die Ansiedlung eines Fachgeschäfts / Fachmarkts für Tier- und zool. Bedarf empfohlen werden.

- Für die Warengruppe **Bücher, Schreib- / Spielwaren** zeigt sich die Verkaufsflächenausstattung auch heute noch unterdurchschnittlich und nur durch kleine Betriebe vertreten. So setzt sich das aktuelle Angebot aus einer Buchhandlung, 3 Zeitungskiosken, 8 Betrieben mit Schreibwaren und Büroartikeln (darunter eine Druckertankstelle) sowie aus 2 Spielwarengeschäften zusammen. Entwicklungspotenziale lassen sich hier in der Modernisierung oder Umsiedlung einiger Betriebe wie zum Beispiel dem Spielwaren- / Totto Lotto-Anbieter im Zentrum von Leinfelden in der Echterdinger Straße erkennen. Zum anderen besteht noch ausreichend Potenzial für die Neuansiedlungen eines Spielwarenfachmarkts.
  
- Da sich in der Warengruppe **Bekleidung, Schuhe, Sport** seit 2011 in Leinfelden-Echterdingen zwar betriebliche Veränderungen (Schließung u.a. Modehaus Lutz, Bonita, Cecil) ergeben haben, die Verkaufsflächenausstattung dennoch konstant geblieben ist, kann weiterhin eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung konstatiert werden. Ebenso liegt die Anzahl der Betriebe je 1.000 Einwohner unter dem Durchschnitt. Das Angebot setzt sich aktuell zusammen aus 18 Bekleidungsgeschäften, davon 3 als Fachmarktangebote (z. B. K&L Ruppert, KiK und Takko; NKD hat seit 2011 seinen Betrieb aufgegeben). Im Bereich Schuhe bestehen nach der Betriebsschließung von Tamaris noch 6 Betriebe, davon 3 als Fachmarktangebote (Deichmann, Reno, Quik-Schuh). Hinzu kommen 3 Sportfachgeschäfte (Neueröffnung Intersport Schöllkopf) sowie ein Lederwarengeschäft. Damit weist Leinfelden-Echterdingen, trotz der unterdurchschnittlichen Verkaufsflächen- und Betriebsstättenkennziffer, für ein Unterzentrum auch heute noch eine gute Ausstattung auf. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Stuttgart mit einem umfangreichen Angebot im Bereich Bekleidung, Schuhe und Sport sind die tatsächlichen Entwicklungsperspektiven für Leinfelden-Echterdingen verhalten zu sehen. Primäres Ziel von Leinfelden-Echterdingen sollte es daher auch zukünftig sein, die bestehenden Betriebe zu sichern, z. T. zu modernisieren und damit die Versorgung der Wohnbevölkerung im Bereich Bekleidung, Schuhe und Sport aufrecht zu erhalten. Dabei sollte insbesondere auch der Branchenmix aus Fachgeschäften und Fachmärkten erhalten bleiben, um die Kleinteiligkeit und Unverwechselbarkeit der Einkaufsangebote in den Kernbereichen einerseits zu erhalten und andererseits mit Fachmarktangeboten der Nachfrage nach preisgünstigen Angeboten nachzukommen. **Neuansiedlungen in Streu- oder dezentralen Lagen bzw. in Gewerbegebieten sollten zukünftig vermieden werden.**

### Übersicht 1: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> <li>trotz Wegfall der 3 Schlecker-Filialen gute gesamtstädtische Ausstattung</li> <li>Leinfelden-Echterdingen verfügt über 2 dm-Drogeriemärkte in dezentraler Lage, 9 Apotheken, 5 Parfümerien, 3 Sanitäts- und Orthopädiebetriebe</li> <li>in den Zentren finden sich nur Parfümerien, Apotheken und Sanitäts-/Orthopädiebetriebe, demnach ein weniger optimaler Angebotsmix</li> </ul>	Entwicklungspotenziale im Segment kaum vorhanden, Verbesserung des Angebots durch Modernisierung der Parfümerien. Neuansiedlungen oder Verlagerungen prioritär in den zentralen Versorgungsbereichen, kein akuter Handlungsbedarf
Elektrowaren, Medien, Foto	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ überdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>großflächige Fachmärkte im Stadtgebiet vorhanden (Media Markt, Euronics XXL)</li> <li>rd. 83 % der Verkaufsfläche in dezentralen Lagen</li> </ul>	keine weitere Stärkung der dezentralen Lagen, ansonsten kein akuter Handlungsbedarf
Hausrat, Einrichtung, Möbel	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ eher unterdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>Bestand seit 2011 eigentlich gleich geblieben. Abgesehen von 2 neuen Anbietern aus dem Bereich der Haushaltswaren in der Innenstadt von Echterdingen.</li> <li>aufgrund der großflächigen Anbieter in den Gewerbegebieten finden sich auch 86 % der Verkaufsfläche dort</li> </ul>	Prinzipiell können Entwicklungspotenziale quantitativ und qualitativ weiterhin abgeleitet werden. Die Ansiedlung eines Wohnaccessoires-Anbieters sowie ein weiteres Angebot im Möbelsegment sind auch weiterhin als sinnvolle Angebotsergänzung abbildbar.
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>durchschnittliche Ausstattung</li> <li>prägendste Anbieter sind OBI, Gärtnerei Steckroth; Schließung von 3 Betrieben seit 2011</li> </ul>	Sicherung und Stärkung des Angebotes durch Modernisierung, mögliche Angebots-ergänzung durch die Ansiedlung kleinerer Spezialanbieter
Optik, Uhren / Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ und qualitativ angemessene Ausstattung</li> <li>gute räumliche Verteilung mit Schwerpunkt auf die zentralen Versorgungsbereiche</li> </ul>	kein akuter Handlungsbedarf
sonstige Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> <li>durchschnittliche Ausstattung (u.a. 2 Fahrradläden, 1 Babyfachmarkt, 1 Motorradfachmarkt)</li> <li>kaum Veränderungen seit 2011 erkennbar</li> <li>kein weiteres Entwicklungspotenzial ableitbar</li> </ul>	kein akuter Handlungsbedarf

GMA-Empfehlungen 2016

**Für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe sollte das Hauptaugenmerk auf der Bestandssicherung und ggf. Modernisierung liegen.**

## **IV. Einzelhandelskonzept für die Stadt Leinfelden-Echterdingen**

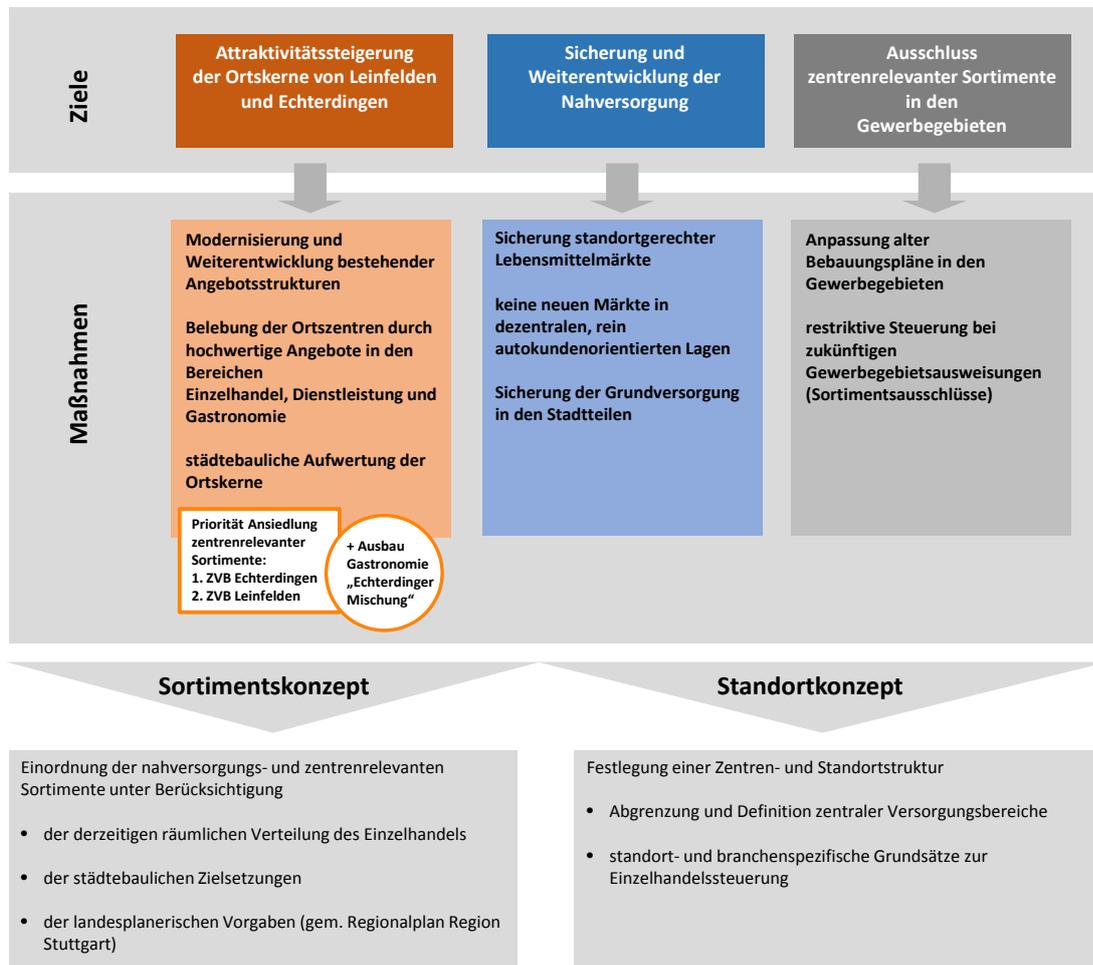
### **1. Überprüfung der Ziele des Einzelhandelskonzeptes**

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des Einzelhandels in Leinfelde-Echterdingen ist die Fortschreibung sowie die Verabschiedung des Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches weiterhin als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte. Dieses hat die übergeordneten Ziele der Landes- und Regionalplanung zu berücksichtigen.

**Wesentliche Oberziele des Einzelhandelskonzeptes** bestehen schon seit Jahren für Leinfelden-Echterdingen und können wie folgt in leicht modifizierter Form auch weiterhin festgehalten werden:

- /// Stabilisierung der Versorgungsfunktion und Stärkung der unterzentralen Bedeutung der Stadt Leinfelden-Echterdingen**
- /// Stabilisierung und Attraktivitätssteigerung der Kerne als zentrale Einkaufslagen der Stadt Leinfelden-Echterdingen, Schwerpunktsetzung auf die Kernstadt Echterdingen**
- /// Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung**
- /// Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente in den Gewerbegebieten**

**Abbildung 11: Säulen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Leinfelden-Echterdingen 2016**



GMA 2016

Zur Steuerung des Einzelhandels und der Umsetzung der Ziele und Maßnahmen auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt (vgl. Abbildung 14):

- Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

## 2. Überprüfung des Sortimentskonzept

Die Überprüfung des Sortimentskonzeptes für Leinfelden-Echterdingen bildet den Abgleich und die Aktualisierung des bestehenden Sortimentskonzeptes aus den Jahren 1987, 2007 und 2011. Zur vollständigen Überprüfung und der besseren Nachvollziehbarkeit werden vorerst eine Begriffsdefinition sowie Kriterien zur Einstufung der Sortimente geliefert.

Das Sortimentskonzept bildet die Grundlage für eine bauplanungsrechtliche Steuerung von Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandels assortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Eignung der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden können bzw. sollen.

### 2.1 Begriffsdefinition

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

- Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Diese sind eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente.
- Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

## 2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Kriterien und Prüfmaßstäbe:

### Übersicht 2: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2. Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt / in den zentralen Versorgungsbereichen

GMA-Darstellung 2016

- / Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- / Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- / Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.
- / Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer

Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

- /// Als fünftes Bewertungskriterium gehen die **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“** in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- /// Als sechstes Bewertungskriterium sind die stadtentwicklungspolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Leinfelden-Echterdingen bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

### 2.3 Sortimentliste für die Stadt Leinfelden-Echterdingen

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Leinfelden-Echterdingen dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Leinfelden-Echterdingen orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Sortimentliste für Leinfelden-Echterdingen herausgenommen werden.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien und unter Berücksichtigung konkreter örtlicher Gegebenheiten in Leinfelden-Echterdingen den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Die Sortimentsliste der Stadt Leinfelden-Echterdingen orientiert sich dabei an der Liste des Jahres 2011, welche hinsichtlich der gegenwärtigen Angebotssituation in Leinfelden-Echterdingen, zwischenzeitlich erfolgter Rechtsprechungen sowie den zukünftigen stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen überprüft und fortgeschrieben wurde.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant – nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- /// die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Leinfelden-Echterdingen zukünftig gesteuert werden kann.

**Tabelle 10: Sortimentsliste für die Stadt Leinfelden-Echterdingen**

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<p><b>davon nahversorgungsrelevant</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke)</li> <li>▪ Reformwaren</li> <li>▪ Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika</li> <li>▪ Apothekerwaren</li> <li>▪ Schnittblumen</li> <li>▪ Zeitungen, Zeitschriften</li> </ul> <p><b>zentrenrelevant</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bekleidung, Wäsche</li> <li>▪ Schuhe, Lederwaren</li> <li>▪ Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf</li> <li>▪ Spielwaren und Bastelartikel</li> <li>▪ Medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren</li> <li>▪ Sportartikel, Sportkleingeräte</li> <li>▪ Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe)</li> <li>▪ Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Bettlaken</li> <li>▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Dekoartikel</li> <li>▪ Kunstgewerbe, Antiquitäten</li> <li>▪ Uhren, Schmuck</li> <li>▪ Foto- und Videoartikel</li> <li>▪ Optische Erzeugnisse</li> <li>▪ Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD-Player), Ton- und Bildträger</li> <li>▪ Elektrokleingeräte (weiße und braune Ware)*</li> <li>▪ Geräte der Telekommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tiere, Tiernahrung, Zooartikel, Tierpflegemittel</li> <li>▪ Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel</li> <li>▪ Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher)</li> <li>▪ Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge</li> <li>▪ Sanitärartikel, Fliesen</li> <li>▪ Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel)</li> <li>▪ Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken)</li> <li>▪ Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper</li> <li>▪ Elektroinstallationsbedarf</li> <li>▪ Antennen / Satellitenanlagen</li> <li>▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten</li> <li>▪ Elektrogroßgeräte (z.B. Haushaltsgeräte, Herde, Öfen)</li> <li>▪ Computer, Büromaschinen, Büroorganisationsmittel</li> <li>▪ Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen</li> <li>▪ Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)</li> <li>▪ Fahrräder, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung)</li> <li>▪ Sportgroßgeräte</li> <li>▪ Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse</li> <li>▪ Kfz-Zubehör, Motorradzubehör</li> <li>▪ Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds**</li> <li>▪ Musikinstrumente</li> </ul>

\* weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte; braune Ware: z. B. Radio-, Fernsehgeräte, DVD-Player

\*\* kein Einzelhandel im engeren Sinne

GMA-Empfehlungen 2016 auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung sowie in Anlehnung an Regionalplan Stuttgart, Satzungsbeschluss vom 22. Juli 2009.

Der Abgleich der Einordnung der Sortimente aus dem Jahr 2011 und heute ergibt als einzige Änderung, dass das ehemals als zentrenrelevant ausgewiesene Sortiment Bettwaren aufgeteilt wurde in Bettwäsche, Bettlaken, Matratzen und Bettwaren (z.B. Steppdecken). Die Aufteilung dieser Sortimente ergibt sich aus der oben aufgeführten Kriterienliste (großteilige und sperrige Waren). Demnach sollen perspektivisch in Leinfelden-Echterdingen Bettwäsche und Bettlaken

als zentrenrelevant und Matratzen, Bettwaren (z.B. Steppdecken) als nicht zentrenrelevant eingestuft werden. Darüber hinaus wurde noch das Sortiment Gartenartikel in die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente aufgenommen.

### 3. Überprüfung des Standortkonzeptes

Das Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Aus diesem Grund erfolgt im Rahmen der Überprüfung des Standortkonzeptes eine erneute Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Leinfelden-Echterdingen in eine Zentren- und Standortstruktur. Dazu werden die bestehenden Handlungslagen und festgelegte zentrale Versorgungsbereiche aus den vorherigen Einzelhandelskonzepten für Leinfelden-Echterdingen überprüft und aktualisiert. Nachfolgende fachliche Einordnung des Begriffes „zentraler Versorgungsbereich“ soll jedoch vorerst zur besseren Verständlichkeit der Einordnung dienen.

#### 3.1 Begriffsklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:<sup>31</sup>

**§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.

**§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

**§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.

**§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Stadtteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

<sup>31</sup> Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt. In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW<sup>32</sup> verschiedene Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht<sup>33</sup> (BVerwG) bestätigt wurden.

Damit ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Innenstadt), aber auch Stadtteil- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage (vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- /// planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- /// sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte)
- /// nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.<sup>34</sup>

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden<sup>35</sup> und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.<sup>36</sup>

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das

<sup>32</sup> vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

<sup>33</sup> vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07 sowie vom 17.12.2003 - 4 C 2/08.

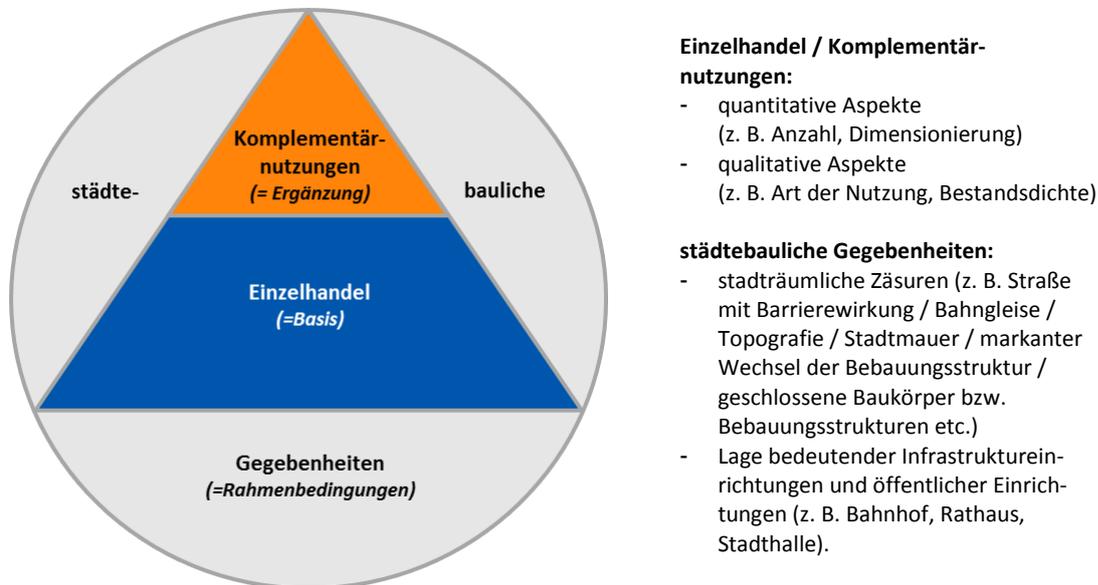
<sup>34</sup> d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

<sup>35</sup> vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

<sup>36</sup> d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingung sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 13).

**Abbildung 12: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche**



GMA-Darstellung 2016

### 3.2 Zentren- und Standortkonzept für Leinfelden-Echterdingen

Auf Basis der in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten Bestandsanalyse und der prognostizierten Entwicklungspotenziale im Einzelhandel kann nun erneut ein zukunftsorientiertes Standortkonzept für die Stadt Leinfelden-Echterdingen abgeleitet werden. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes soll auch zukünftig der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Leinfelden-Echterdingen dienen und als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden.

Somit ergibt sich unter Bezugnahme auf das Einzelhandelskonzept 2011 folgendes leicht modifiziertes **Zentren- und Standortkonzept 2016**:

**Abbildung 13: Zentren- und Standortkonzept für Leinfelden-Echterdingen**

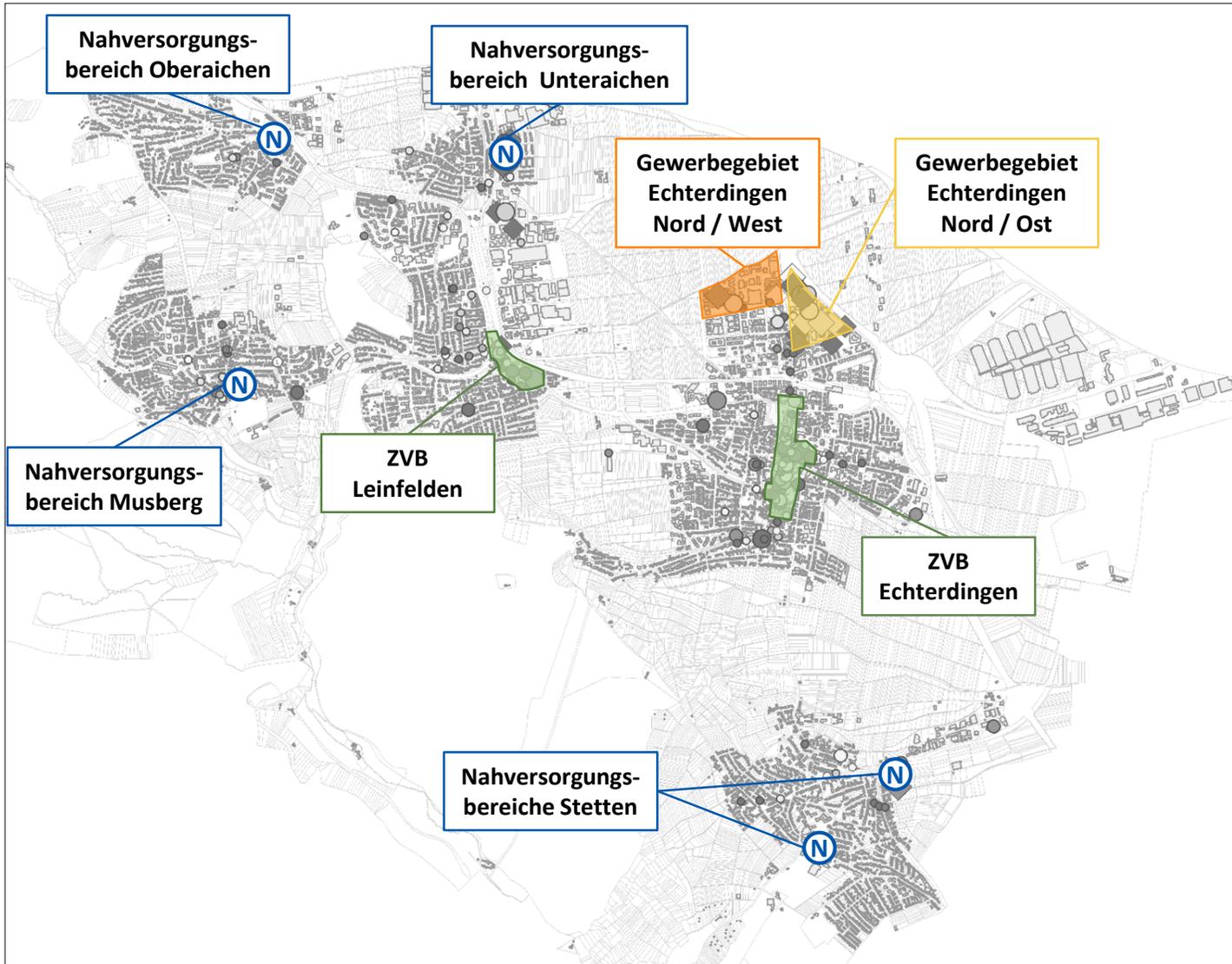
Hauptzentren	Nahversorgungsbereiche	Ergänzungsstandorte
ZVB Echterdingen ZVB Leinfelden	Leinfelden-Oberaichen, Leinfelden-Unteraichen, Musberg, Stetten	Gewerbegebiet Echterdingen Nord/West, Gewerbegebiet Echterdingen Nord/Ost
Zentrale Versorgungsbereiche gemäß gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO	Solitär oder im Standortverbund gelegene Lebensmittelanbieter / Lebensmittelmärkte mit wichtiger Nahversorgungsfunktion	autokundenorientierter Standort des i. W. großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

GMA-Darstellung 2016

- Als **zentrale Versorgungsbereiche** sind die Innenstädte Echterdingen und Leinfelden zu klassifizieren. Die zentralen Versorgungsbereiche gelten als schutzwürdige Einkaufslagen gem. Baugesetzbuch. Im Sinne einer an den Leitlinien ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollten Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auf diesen Standortbereich gelenkt werden.
- Die vier **Nahversorgungsbereiche** in Leinfelden-Oberaichen, Leinfelden-Unteraichen, Musberg und Stetten bilden jeweils Standorte, welche der wohnortnahen, fußläufigen Nahversorgung dienen und zumeist gleichzeitig im Verbund mit anderen Einzelhandelsbetrieben oder Dienstleistern stehen. Sie unterliegen zwar nicht dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche, sollen dennoch in ihrem Bestand gesichert werden bzw. verbessert werden.
- Bei den **Ergänzungsstandorten** handelt es sich um vorwiegend autokundenorientierte Standorte mit einem Einzelhandelsbesatz, welcher aus überwiegend großflächigen Betrieben aus dem Fachmarktbereich besteht. Aufgrund der Gewerbegebietslage, sowie der vorgesehenen Funktionsteilung zwischen den Zentren als Standort für zentrenrelevante Sortimente und den Ergänzungsstandorten, sollen die Standorte vorrangig der Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zum zentralen Versorgungsbereich einnehmen.
- Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben an Standorten im Stadtgebiet verteilt, welche weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Ergänzungs-

standorte einzustufen sind. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl siedlungsräumlich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen) als auch dezentrale Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete) zählen.

## Karte 4: Zentren- und Standortkonzept für Leinfelden-Echterdingen



Kartengrundlage:  
Stadt, Leinfelden-Echterdingen  
GMA-Bearbeitung 2016

### 3.2.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die zentralen Versorgungsbereiche Leinfelden und Echterdingen wurden zuletzt im Konzept aus dem Jahr 2011 abgegrenzt. Aufgrund der städtebaulichen Aspekte sowie der aktuellen Situation der Nutzungen (faktische Prägung) damals und heute bleiben diese zentralen Versorgungsbereiche weitestgehend wie im Jahr 2011 bestehen. Bei der räumlichen Definition des zentralen Versorgungsbereiches sind neben dem Einzelhandel als bestimmendes Element auch Komplementärnutzungen (z. B. Verwaltungs-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen) berücksichtigt.

Die **zentralen Versorgungsbereiche „Leinfelden“ und „Echterdingen“** stellen die größten zusammenhängenden, städtebaulich integrierten Geschäftsbereiche der Stadt dar, wobei der zentrale Versorgungsbereich Echterdingens auch weiterhin gesamtstädtisch den Schwerpunkt bildet. Die Ortszentren übernehmen aufgrund der Zahl der Betriebe, der Sortimentsstruktur, der städtebaulichen Kompaktheit und der Angebotsvielfalt gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktionen (vgl. Karte 4). Neben den in diesem Bereich ansässigen Einzelhandelsbetrieben sind hier v. a. auch Komplementärnutzungen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) vorhanden und bestimmen in einigen Teilbereichen das Stadtbild.

Folgend sollen die zwei zentralen Versorgungsbereiche abgegrenzt und mit Bezug auf die Veränderungen zum Jahr 2011 beschrieben werden:

#### **Zentraler Versorgungsbereich Leinfelden:**

Im zentralen Versorgungsbereich Leinfeldens waren zum Zeitpunkt der Erhebung (Stand 2016) 21 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.200 m<sup>2</sup> ansässig. Einen deutlichen Schwerpunkt bezogen auf die Anzahl der Betriebe (23 %) und die Verkaufsfläche (41 %) stellt weiterhin der Bereich Nahrungs- und Genussmittel dar.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Leinfelden“ bildet der Neue Markt den Kern. Der Platzbereich umfasst kleinere Einzelhandelsbetriebe wie z. B. die Parfümerie, Dienstleistungen und Gastronomie sowie im Untergeschoss den Lebensmittelmarkt Edeka als Hauptfrequenzbringer. Angegliedert an den Platzbereich befinden sich die Bücherei und die Volkshochschule. Der Neue Markt wurde als großzügiger Platzbereich angelegt und bietet neben der Einzelhandelsnutzung Raum für Begegnung und Kommunikation. In der Gestaltung, Aufenthaltsqualität sowie der Qualität der angegliederten Nutzungen bleibt der Platz jedoch hinter seinen Möglichkeiten zurück. Wenig ansprechendes Mobiliar mindert das Erscheinungsbild erheblich. Der Zugang zum Edeka-Markt über die Rolltreppe zeigt sich wenig ansprechend. Gestalterisch, wie auch bezogen auf die Nutzung, zeigen sich im Platzbereich Verbesserungsmöglichkeiten auf. Die Lage des Edeka-Marktes erschwert eine Aufwertung des Marktes, dennoch weist der Markt Entwicklungs-

potenzial auf. Eine bessere Ausschilderung in Richtung des Parkplatzes über die Silcherstraße sowie eine freundlichere Eingangssituation an der Rolltreppe vom neuen Markt würden bereits zu einer Aufwertung beitragen.

Nördlich des Neuen Marktes – in Richtung Bahnhof Leinfelden – findet sich aktuell kein weiterer Einzelhandelsbesatz. An der Kreuzung Bahnhof- / Musbergstraße liegt der Leerstand des ehemaligen Elektroladens. Direkt nördlich an die VHS anschließend wurden seit 2011 zwei neue Gebäude errichtet. Ein Wohnriegel direkt an der Bahnhofstraße und ein weiterer Riegel dahinter, welcher sich nach Norden entlang der Bahntrasse erstreckt und im Erdgeschoss über gewerbliche Nutzflächen verfügt. Diese stehen jedoch bis heute aufgrund der Parkplatzsituation (zu wenige) und der schlechten Sichtbarkeit von der Bahnhofstraße aus leer und erweisen sich als ungeeignet für Einzelhandelsnutzungen. Es wird angestrebt, diese durch andere Nutzungen wie Büros und Praxen zu beleben.

Ausgehend vom Neuen Markt nach Süden erstreckt sich die Einzelhandelsnutzung v. a. entlang der Echterdinger Straße bis hin zur Kreuzung Lengenfeld- / Echterdinger Straße / Schützenweg. Im Bereich zwischen Neuem Markt und der Kreuzung Echterdinger- / Silcherstraße lässt sich die höchste Dichte an Einzelhändlern, Dienstleistern und Gastronomie ausmachen. Zwischen Silcherstraße und Lengenfeldstraße nimmt der Besatz ab. Es finden sich eher vereinzelte Einzelhandels-, Gastronomie und Dienstleistungsbetriebe im Wohnbereich sowie einige Leerstände der Betriebe, welche seit 2011 ihr Geschäft aufgegeben haben (mitunter Schlecker). Dieser Bereich wirkt durch die Leerstände sowie die größeren Bereiche ohne Besatz aktuell diffus, dennoch verfügt er mit der großen Brachfläche direkt an der Echterdinger Straße sowie den Leerständen über Entwicklungspotenziale für u. a. Einzelhandelsflächen.

**Foto 5:** Neuer Markt und Rolltreppe zum Edeka-Markt



**Foto 6:** Leerstehende Gewerbeflächen nördlich des neuen Marktes



**Foto 7: Leerstand Markomannenstr. / Echterdinger Str.**



**Foto 8: Leerstand Markomannenstr. / Echterdinger Str.**

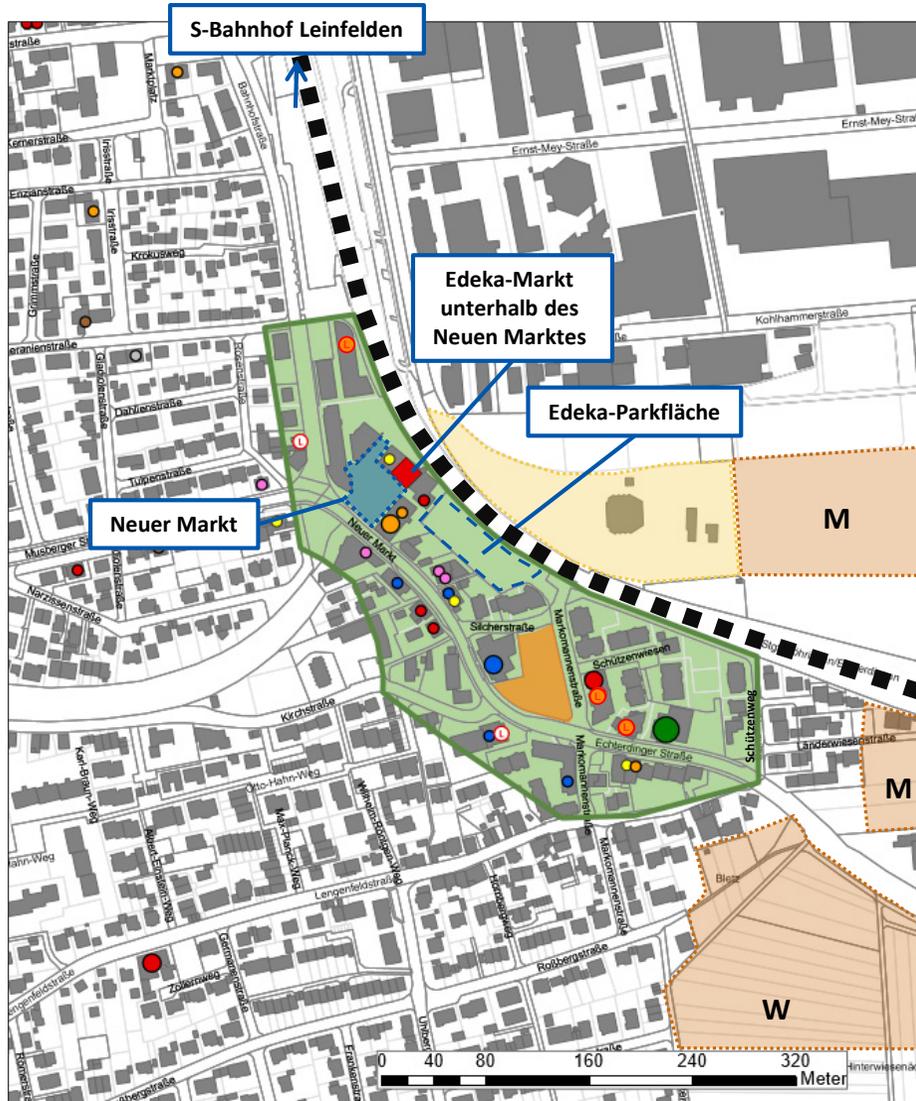


GMA-Aufnahmen 2016

Nennenswerte **Potenzialflächen im ZVB Leinfelden** sind demnach:

- / Leerstehende gewerbliche Nutzflächen in den Neubauten nördlich der VHS:** Auch wenn diese leer stehenden Flächen keine optimalen Standortanforderungen für Einzelhandelsbetriebe aufweisen und ihnen deshalb andere Nutzungen zugeführt werden sollen, stellen sie dennoch bei Nachfragen bzw. bei Ansiedlungsbegehren Potenzialflächen auch für Einzelhandelsnutzungen dar.
- / Brachfläche an der Echterdinger Straße / Markomannenstraße:** Die Fläche bietet genügend Raum zur Neuansiedlung größerer Handelsbetriebe. Eine Aufwertung dieses Bereiches durch Baulückenschließung im Zusammenhang mit gewerblichen Nutzungen würde zur Verbesserung der abfallenden Lage des östlichen ZVB Leinfelden beitragen.
- / Zwei Leerstände an der Kreuzung Markomannenstraße / Echterdinger Straße:** Die Leerstände an der Markomannenstraße / Echterdinger Straße bieten Flächen zur Ansiedlung neuer Einzelhandelsfachgeschäfte oder zur Nach- bzw. Umnutzung durch Dienstleistungsbetriebe.

## Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Leinfelden



### Legende

#### Einzelhandel Größenklassen

- ◇ über 1.500 m<sup>2</sup> VK
- ◇ 800 m<sup>2</sup> bis < 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 400 m<sup>2</sup> bis < 800 m<sup>2</sup> VK
- 100 m<sup>2</sup> bis < 400 m<sup>2</sup> VK
- < 100 m<sup>2</sup> VK

#### Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Ⓛ Leerstände

#### Potenzialflächen

- Potenzialflächen
- Leerstände mit Potenzial zur Um- und Nachnutzung

#### Zentraler Versorgungsbereich

- Zentraler Versorgungsbereich

#### Geplante Bauflächen

- M gemischte Baufläche
- W Wohnbaufläche
- Gemeinbedarf, Öffentliche Flächen

#### Sonstiges

- S-Bahn-Trasse

Kartengrundlage:  
Stadt, Leinfelden-Echterdingen  
GMA-Bearbeitung 2016

## Zentraler Versorgungsbereich Echterdingen

Der zentrale Versorgungsbereich Echterdingens umfasste zum Zeitpunkt der Erhebung (2016) 52 Betriebe (2011: 61) mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 6.440 (2011: 7.500) m<sup>2</sup>. Der Schwerpunkt im Einzelhandelsangebot des zentralen Versorgungsbereiches Echterdingens liegt bis heute deutlich im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport. Mit 25 % (2011: 32 %) der Betriebe und 38 % (2011: 45 %) der Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich dominiert die Warengruppe weiterhin das Angebot. Diesem Angebot kommt v. a. in Bezug auf das überörtliche Kundenpotenzial eine erhebliche Bedeutung zu.

Der zentrale Versorgungsbereich Echterdingen erstreckt sich entlang der Hauptstraße und wird durch den Kreuzungsbereich Hauptstraße / Leinfelder- und Plieninger Straße im Norden sowie durch den abfallenden Einzelhandelsbesatz im Süden (Kreuzung Untertor- / Hinterhof- / Hauptstraße) abgegrenzt. Er weist zwei Kerne auf – zum einen den Zeppelinplatz im Bereich der Kanalstraße / Hauptstraße vor dem Rewe-City sowie den aufgewerteten Straßenabschnitt in der Bernhäuser Straße.

Der nördliche Bereich des ZVB Echterdingens umfasst die Kreuzung Hauptstraße / Plieninger und Leinfelder Straße und weist wenig Einzelhandelsbesatz auf. Dafür liegen hier zwei mögliche Entwicklungsflächen für neue Nutzungen, u. a. perspektivisch auch für Fachmärkte. An der Ecke Plieninger Straße / Hauptstraße, südlich an die Hauptstraße 104 (Matratzen Concord) angrenzend, findet sich ebenfalls eine Brachfläche auf der jedoch aktuell ein Boardinghouse errichtet wird. Direkt gegenüber (Ecke Hauptstraße / Leinfelder Straße), auf der nördlichen Seite der Leinfelder Straße liegen landwirtschaftlich genutzte Gebäude. Die Gebäude, Schuppen und Scheunen an der Ecke auf der südlichen Straßenseite der Leinfelder Straße scheinen untergenutzt. Diese Flächen könnten langfristig als Entwicklungsflächen für u. a. Einzelhandelsnutzungen angedacht werden. Dieser Bereich bietet demnach kurz- bis mittelfristig neue Impulse für die Entwicklung größerer bzw. weiterer Einzelhandels-, Gastronomie- oder Dienstleistungsflächen direkt in der Innenstadt von Echterdingen. Darüber hinaus kann die Kreuzung als Meilenstein für eine attraktive Verbindungsachse zwischen der Innenstadt Echterdingens (Zeppelinplatz, Bernhäuser Straße) und der S-Bahn Haltestelle Echterdingen bzw. weiter nördlich sogar dem Ergänzungsstandort dienen.

Die Bernhäuser Straße ist als verkehrsberuhigte Zone ausgewiesen und unterscheidet sich somit auch bis hin zum Rathaus von der asphaltierten Hauptstraße durch einen kleinteiligen Pflasterbelag. Im Eingangsbereich der Bernhäuser Straße (von der Kreuzung Hauptstraße) konzentrieren sich Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe sowie das Rathaus Echterdingen. Abgeschlossen wird der ZVB auf der Bernhäuser Straße durch den neuen Naturgut Biomarkt, welcher die Ladenfläche des ehemaligen NKD übernommen hat. Nahe des Kreuzungsbereichs Bernhäuser Straße / Hauptstraße finden sich markante Leerstände des ehemaligen Modehaus Lutz und Intersport

Schöllkopf. Für das alte Modehaus Lutz besteht bereits ein Nachnutzungskonzept. So soll das Gebäude abgerissen werden und ein neues Wohn- und Geschäftshaus entstehen. Im Neubau soll die Mode des Herrenausstatters Kehrer angeboten werden. Hier ist somit in der Entwicklung des ZVB Echterdingen insgesamt eine positive Eigendynamik zu erkennen.

**Foto 9: Kreuzung Hauptstraße / Leinfelder Straße, untergenutzte Gebäude und Schuppen**



**Foto 10: Leerstand Modehaus Lutz in der Bernhäuser Straße**



GMA-Aufnahmen 2016

Im Bereich zwischen Bernhäuser Straße und dem weiter südlich liegenden Zeppelinplatz befinden sich diverse Anbieter aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung. Dominiert wird der Straßenzug dennoch durch die Hauptstraße, welche als vielbefahrene Hauptverbindungsachse dient. Der Zeppelinplatz liegt am Echterdinger Carré, welches als Wohn- und Geschäftsgebäude den Rewe-City-Markt als Hauptfrequenzbringer sowie kleinere Einzelhandelsangebote und Gastronomie beherbergt. Unter Anbetracht der hohen Verkehrsbelastung auf der Hauptstraße in Echterdingen bietet der Zeppelinplatz sowohl eine qualitativ hochwertige Gestaltung als auch den Raum für eine gute Möglichkeit zu pausieren, sei es im Café, Restaurant oder auf den öffentlichen Sitzmöglichkeiten. Im Jahr 2016 erweiterte der Rewe-City-Markt seine Verkaufsfläche über die Fläche des ehemaligen StreetOne<sup>37</sup>.

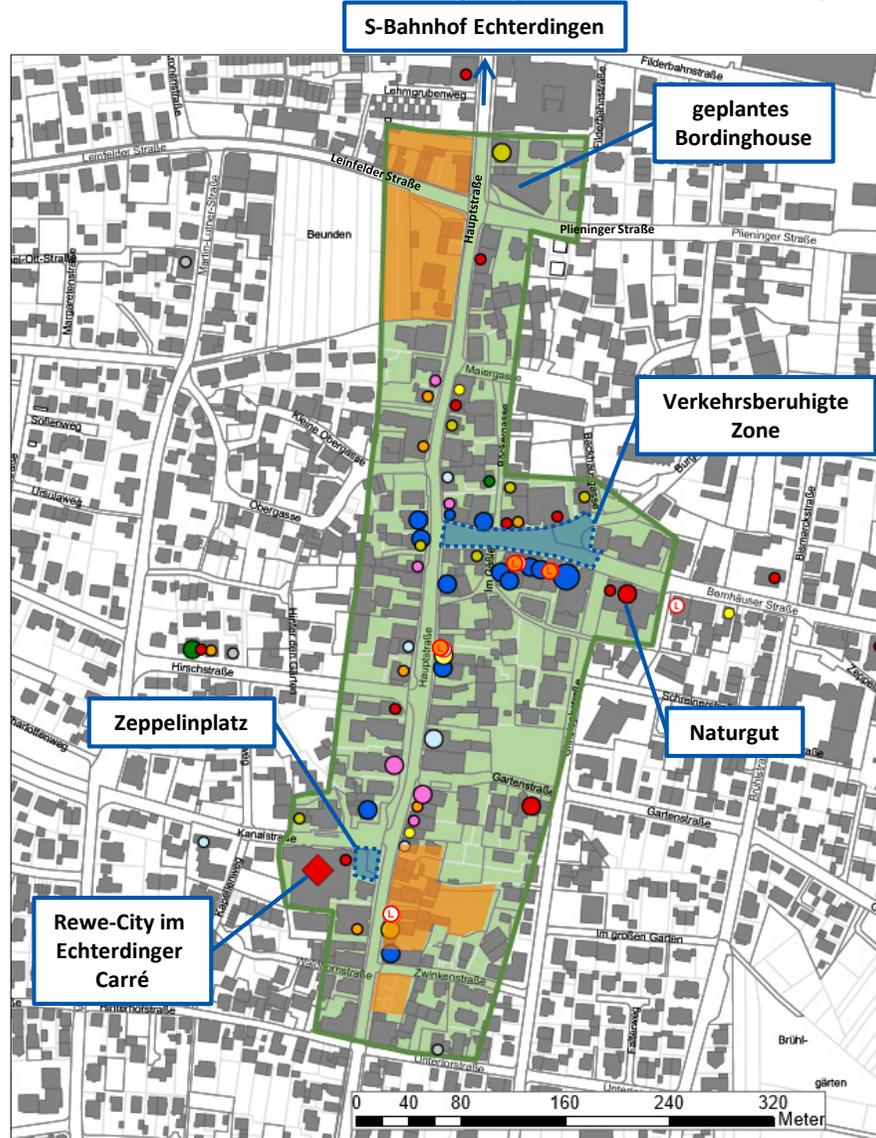
Auf der gegenüber liegenden Straßenseite des Zeppelinplatzes liegen entlang der Hauptstraße bis zur Untertorstraße Wohn- und Geschäftshäuser, deren Erscheinungsbild in die Jahre gekommen ist. Auch findet sich hier ein Leerstand (Hauptstraße 30). Nicht nur die gesamten Gebäude, auch die Geschäfte im Erdgeschoss bieten hohes Entwicklungspotenzial durch Modernisierungsmaßnahmen. Durch seine Lage ist dieser Bereich auch laut Rahmenplan „Waldhorn Echterdingen“ für eine zentrale Geschäftsnutzung vorgesehen. Unter Berücksichtigung eines weitestgehend konzentrierten Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbesatzes im ZVB Echterdingen empfiehlt sich die Sanierung dieser Gebäude und die Modernisierung der Ladenbetriebe.

<sup>37</sup> Da die Bestandserhebungen jedoch davor stattfanden, ist die Erweiterungsfläche nicht dem Bestand zugeordnet.

Nennenswerte **Potenzialflächen im ZVB Echterdingen** sind:

- /// Flächen im Kreuzungsbereich Hauptstraße / Leinfelder Straße:** Die Gebäude, Schuppen und Scheunen werden aktuell zum Teil noch landwirtschaftlich genutzt oder sind untergenutzt. Zukünftig sollten die Flächen als Potenzialflächen für Nachnutzungen dienen. Eine Aufwertung der Kreuzung durch eine attraktivere Gestaltung und die Errichtung von Wohn- und Geschäftshäusern mit Einzelhandelsbesatz könnte die Attraktivität des ZVB Echterdingen ebenso wie der Verbindung der Innenstadt in Richtung des S-Bahnhofes Echterdingen aufwerten.
- /// Leerstände des ehemaligen Modehaus Lutz und Intersport Schöllkopf (Bernhäuser Straße):** Der Leerstand des ehemaligen Modehaus Lutz weicht einem neuen Geschäftshaus in dem die Mode des Ausstatters Kehrler angeboten werden soll. Für den Leerstand des ehemaligen Intersport kann eine Nachnutzung durch Einzelhandel empfohlen werden.
- /// Gebäude in der Hauptstraße ggü. Zeppelinplatz:** Die hier liegenden Wohn- und Geschäftshäuser weisen Modernisierungsbedarf auf um den aktuell bestehenden Einzelhandelsbesatz dort zu stärken.
- /// Brachfläche an der Ecke Untertor / Hauptstraße:** Die Brache bietet Raum für ein neues Wohn- und Geschäftshaus, welches in seiner Lage eine gute Möglichkeit für weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsflächen nahe des attraktiven Zeppelinplatzes bildet.

## Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Echterdingen



### Legende

#### Einzelhandel Größenklassen

- ◇ über 1.500 m<sup>2</sup> VK
- ◇ 800 m<sup>2</sup> bis < 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 400 m<sup>2</sup> bis < 800 m<sup>2</sup> VK
- 100 m<sup>2</sup> bis < 400 m<sup>2</sup> VK
- < 100 m<sup>2</sup> VK

#### Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Ⓛ Leerstände

#### Potenzialflächen

- Potenzialflächen
- Ⓛ Leerstände mit Potenzial zur Um- und Nachnutzung

#### Zentraler Versorgungsbereich

- Zentraler Versorgungsbereich

Kartengrundlage:  
Stadt, Leinfelden-Echterdingen  
GMA-Bearbeitung 2016

Foto 11: Zeppelinplatz



Foto 12: Hauptstraße mit Blick in Richtung Bernhäuser Straße



Foto 13: Bernhäuser Straße



Foto 14: Leerstand gegenüber Zeppelinplatz



GMA-Aufnahmen 2016

**Beide zentrale Versorgungsbereiche** umfassen neben dem Lebensmittelanbieter als Hauptfrequenzbringer eine Vielzahl an Einzelhandelsbetrieben des kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereiches wie Drogeriebedarf, Bekleidung, Uhren, Schmuck, Schreibwaren. Der Schwerpunkt des Einzelhandels liegt im zentralen Versorgungsbereich Echterdingens. Die attraktiv gestaltete Innenstadt Echterdingens und das umfassende Angebot an hochwertigen Waren tragen zur überörtlichen Bedeutung als Einkaufsstandort bei und zieht Kunden auch von außerhalb des Stadtgebietes an.

Trotz der vorhandenen Plätze und Möglichkeiten zu pausieren (Neuer Markt Leinfelden, Zeppelinplatz Echterdingen) sind beide ZVB geprägt von **hohen Verkehrsbelastungen** aufgrund der Lage an der Hauptdurchfahrtsstraße. Somit bieten beide ZVB kaum Möglichkeiten in den Haupteinkaufslagen zu flanieren. Maximal die Bernhäuser Straße vermittelt im Bereich der verkehrsberuhigten Zone das Gefühl einer Flaniermeile. Dieser Abschnitt erstreckt sich jedoch nur über einen sehr kurzen Bereich. Zukünftig sollte hier eine Lösung zum Umgang mit dem Durchgangsverkehr gefunden werden.

### 3.2.2 Ergänzungsstandorte

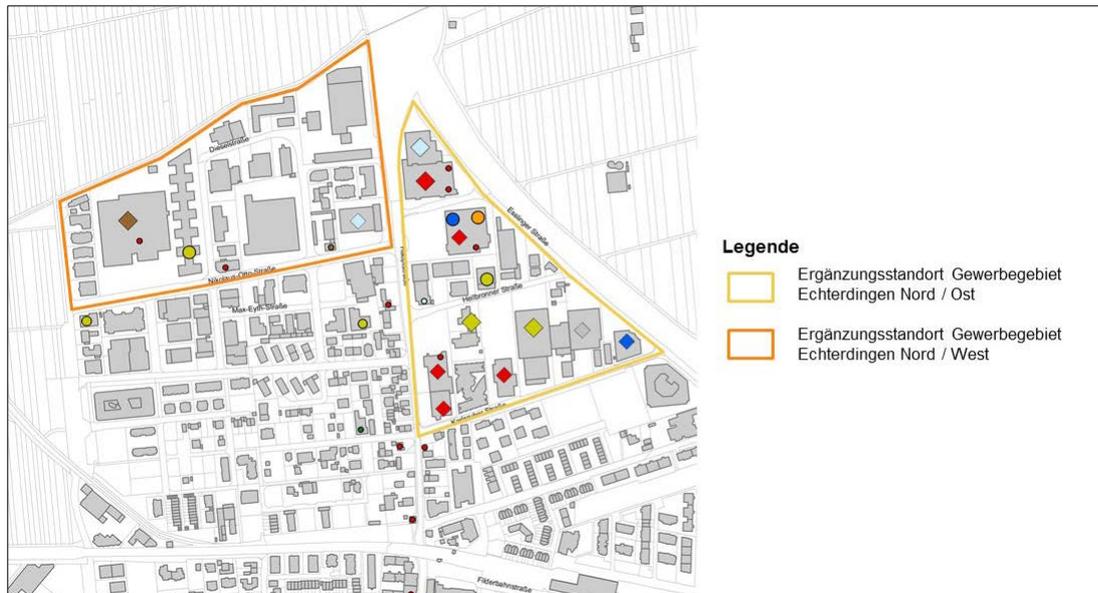
Zur Sicherung und Stärkung der vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche der Stadt ist eine abgestimmte Einzelhandelssteuerung v. a. in den nicht integrierten / dezentralen Standortlagen von Bedeutung. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) ist – ergänzend zum Hauptzentrum die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) an einem Standort zu empfehlen. Zusätzlich zum zentralen Versorgungsbereich kann daher ein Ergänzungsstandort für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ausgewiesen werden, welcher im Sinne einer „Arbeitsteilung“ den zentralen Versorgungsbereich im Idealfall funktional ergänzen soll.

Ergänzungsstandorte sollen auch gem. Regionalplan Standorte für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte darstellen. Als Randsortimente sind zentrenrelevante Sortimente auf einen Verkaufsflächenanteil von max. 3 % bzw. max. 350 m<sup>2</sup> VK begrenzt<sup>38</sup>.

Bereits im Einzelhandelskonzept 2011 konnte ein hoher Anteil nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente im Gewerbegebiet Echterdingen Nord mit Anbietern wie K&L Ruppert, Deichmann, Netto, dm und dem Toom-Markt ausgemacht werden. Nach dem Umbau des Toom-Marktes zu Rewe und Media-Markt hat sich dieses Verhältnis in der Summe kaum verändert. Um die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente in dezentralen Lagen einzudämmen, gleichzeitig aber den zentrenrelevanten Einzelhandel hier nicht gänzlich auszuschließen, soll der definierte Ergänzungsstandort aus dem Jahr 2011, welcher sich über Teile des nördlichen Gewerbegebietes im Stadtteil Echterdingen erstreckt in unterschiedliche Teilbereiche gegliedert werden:

- /// Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Echterdingen Nord / Ost (GE N/O)
- /// Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Echterdingen Nord / West Ost (GE N/W)

<sup>38</sup> Verband Region Stuttgart (Hg.) 2009: 104.

**Abbildung 14: Ergänzungsstandorte Gewerbegebiet Echterdingen Nord**


Quelle: Stadt Leinfelden, GMA-Bearbeitung 2016

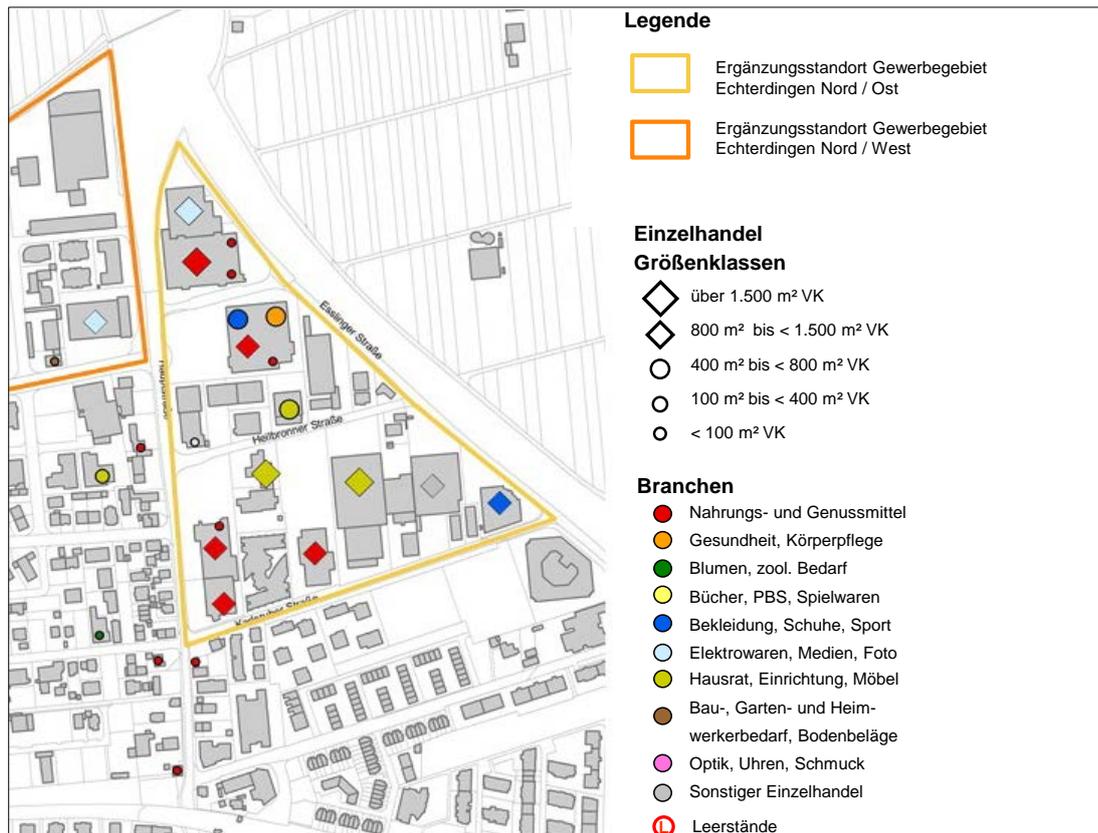
### Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Echterdingen Nord / Ost

Der Ergänzungsstandort GE N/O erstreckt sich zwischen der Hauptstraße, der Karlsruher – und der Esslinger Straße. Zum Zeitpunkt der Erhebung umfasste er ca. 18 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 20.920 m<sup>2</sup>. Damit nimmt dieser Ergänzungsstandort etwa 30 % der Verkaufsfläche im Stadtgebiet ein. Am Ergänzungsstandort GE N/O sind zu einem gewissen Anteil großflächige Betriebe angesiedelt, die aufgrund ihres Angebotes einen autokundenorientierten Standort bevorzugen (z. B. Möbelhaus INNatura, Traumfabrik). Zwei Drittel der Verkaufsfläche am Standort setzt sich jedoch aus diversen, teilweise auch großflächigen Anbietern mit zentrenrelevantem Kernsortiment wie Schuhe, Bekleidung, Drogeriewaren, Nahrungs- und Genussmittel und Unterhaltungselektronik zusammen.

Somit verfügt der Ergänzungsstandort GE N/O bereits derzeit über ein umfangreiches und breites Einzelhandelsangebot, eine nicht nur lokale, sondern regionale Versorgungs- und Kundenbindungsfunktion sowie über eine gute verkehrliche Erschließung und angemessene Anbindung an die Umlandkommunen. Aus diesen Gründen kommt ihm, ergänzend zu den Ortskernen, in Teilen bereits seit Jahren eine ebenfalls hohe Versorgungsfunktion für die Stadt und das Umland zu. Im Ergebnis trägt auch der Ergänzungsstandort zur Gewährleistung und Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Leinfelden-Echterdingens bei. Auf der anderen Seite bestehen am Ergänzungsstandort bereits großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten. Eine weitere Entwicklung großflächiger Angebote mit zentrenrelevantem Kernsortiment an den Ergänzungsstandorten sollte zum Schutz der ZVB vermieden werden.

Das Ziel sollte es sein, zwischen dem Ergänzungsstandort und den Ortskernen zum einen eine Arbeitsteilung zu erreichen: größere Lebensmittelmärkte und Fachmarktangebote im nicht zentrenrelevanten Bereich sollen an den Ergänzungsstandorten ermöglicht werden, während in den zentralen Versorgungsbereichen Fachgeschäfte den Charakter und die Attraktivität der Stadt prägen sollen. Zum anderen soll der Ergänzungsstandort eine Entwicklung im Einzelhandel zulassen, die in den Ortskernen aufgrund der baulichen Gegebenheiten nicht möglich ist.

**Abbildung 15: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Echterdingen Nord / Ost**



Quelle: Stadt Leinfelden, GMA-Bearbeitung 2016

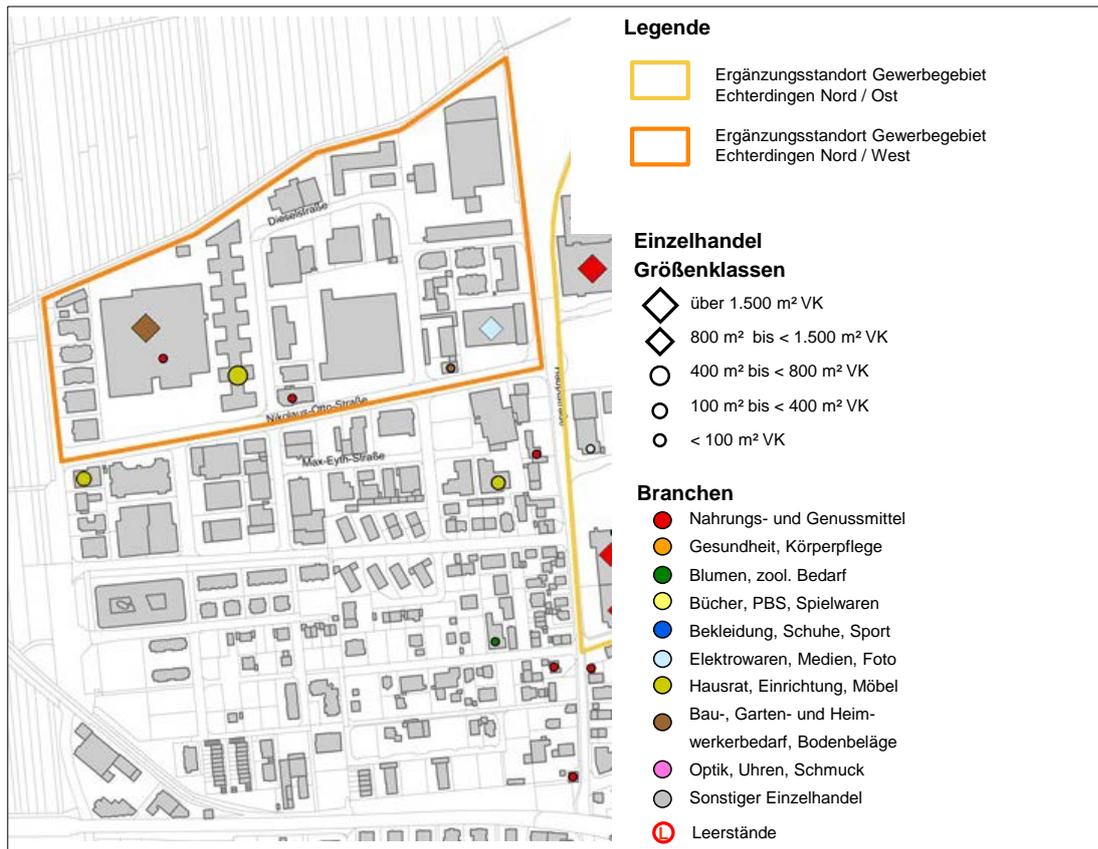
### Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Echterdingen Nord / West

Der Ergänzungsstandort GE N/W liegt zwischen der Nikolaus-Otto-Straße, der Hauptstraße und wird nach Norden durch den Abschluss des Gewerbegebietes abgegrenzt. Zum Zeitpunkt der Erhebung umfasste er 6 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 12.600 m<sup>2</sup>. Damit nimmt dieser Ergänzungsstandort etwa 18 % der Verkaufsfläche im Stadtgebiet ein. Der Hauptanteil der Verkaufsfläche im Ergänzungsstandort GE N/W ist dem Baumarkt Obi zuzuschreiben (rd. 85 % der VK dieses Ergänzungsstandortes). Auch wenn vier der vorhandenen Betriebe Waren des zentrenrelevanten Sortiments anbieten, zeigt sich der Verkaufsflächenschwerpunkt im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente.

Angepasst an die Struktur eines Gewerbegebietes zeigt sich die Nutzung des Areals unter Anbetracht der oben bereits beschriebenen Faktoren wie dem bestehenden Einzelhandelsangebot

(auch im Zusammenhang mit dem Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Nord / Ost) und der daraus resultierenden Versorgungs- und Kundenbindungsfunktion als optimaler Ergänzungsstandort für den sowohl klein- als auch großflächigen nicht zentralenrelevanten Einzelhandel. Zum Schutz der ZVB sollen Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment hier zukünftig komplett ausgeschlossen werden.

**Abbildung 16: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Echterdingen Nord / West**



Quelle: Stadt Leinfelden, GMA-Bearbeitung 2016

#### 4. Nahversorgungskonzept für Leinfelden-Echterdingen

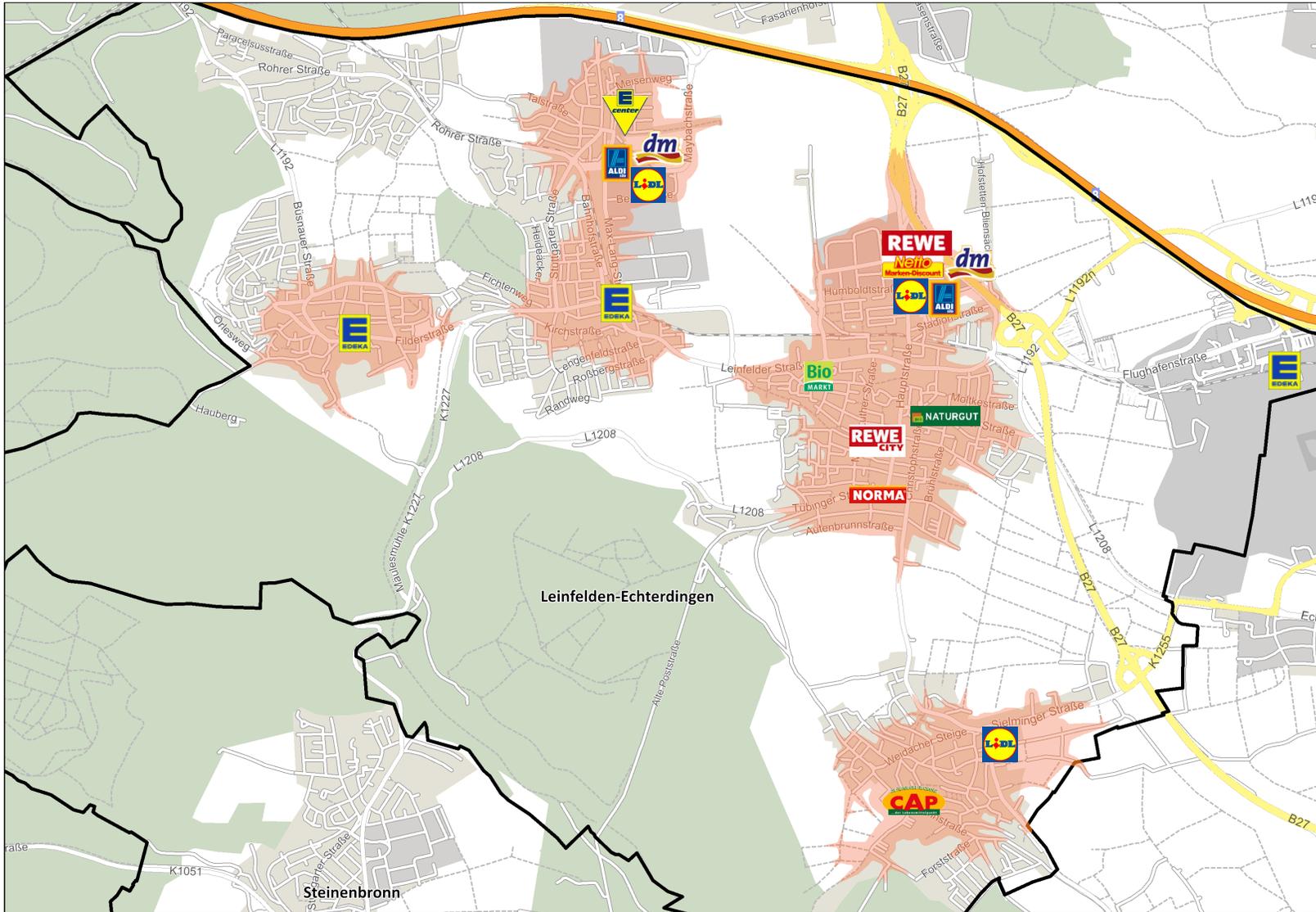
Neben einer branchenbezogenen Analyse der Angebotsstrukturen in Leinfelden-Echterdingen sollen im Folgenden die Nahversorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in den einzelnen Teilräumen der Stadt beschrieben und beurteilt werden.

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Ortsbezirke wurden um die **wesentlichen Lebensmittelmärkte** (> 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) zunächst 700 m-Radien gezogen, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren. Die Entfernung von 700 m wird unter Berücksichtigung des demografischen Wandels im Sinne einer fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet und entspricht einer fußläufigen Zeitdistanz von ca. 10 Minuten Gehzeit (vgl. folgende Karte zur tatsächlichen fußläufigen Abdeckung des Stadtgebiets auf Basis von 700 m Laufdistanz).

Die räumlichen Nahversorgungsstrukturen sind wie folgt zu bewerten:

- /// Aktuell verfügt Leinfelden-Echterdinge insgesamt über 71 Betriebe der Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einer Gesamtverkaufsfläche von 22.530 m<sup>2</sup>. Darunter fallen sowohl die strukturprägenden, marktführenden Supermärkte und Discounter ebenso wie Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels (Bäckerei, Metzgerei) und sonstige Fachgeschäfte. Im Vergleich zu ähnlich großen Kommunen lässt sich das Verkaufsflächenangebot als durchschnittlich bis leicht unterdurchschnittlich charakterisieren.
- /// Von den 71 Betrieben können 15 als strukturprägende Lebensmittelmärkte (ohne Getränkemärkte) mit einer Verkaufsfläche über 300 m<sup>2</sup> angesehen werden, welche insgesamt eine Verkaufsfläche von 18.540 m<sup>2</sup> aufweisen und somit rd. 86 % der Verkaufsfläche für Lebensmittel der Stadt Leinfelden-Echterdingen ausmachen. Die größten Anbieter in der Stadt sind demnach das Edeka-Center im Filder-Einkaufszentrum in Leinfelden, das Rewe-Center am Ergänzungsstandort GE N/O in Echterdingen (beide > 3.000 m<sup>2</sup>) sowie diverse Anbieter in Echterdingen (Lidl, Aldi, Rewe City, Netto, Norma, Naturgut und Biomarkt Erdi), Leinfelden (Edeka am Neuen Markt, Aldi, Lidl), Stetten (Lidl, Cap) und Musberg (Edeka). Somit ist über das gesamte Stadtgebiet verteilt ein guter Betriebstypenmix vorhanden.

**Karte 7: Nahversorgungssituation in Leinfelden-Echterdingen**



**Legende**

- 10-Minuten Fußweg bzw. 700 m Laufdistanz

Kartengrundlage:  
Stadt, Leinfelden-Echterdingen  
GMA-Bearbeitung 2016

- Mit 8 über den Stadtteil verteilten Lebensmittel-Anbietern zeigt sich für **Echterdingen** eine fast komplett flächendeckende, fußläufige Nahversorgungsstruktur. Qualitativ betrachtet liegt jedoch der Verkaufsflächenschwerpunkt im Zusammenhang mit einem guten Betriebstypen- und Anbietermix (der große Supermarkt Rewe, der Soft-Discounter Netto und die zwei Discounter Lidl und Aldi) im nördlichen Ergänzungsstandort, in dezentraler Lage, mit wenig direktem Anschluss an Wohngebiete. Im südlichen Bereich des Stadtteils versorgen die Anbieter entlang der Hauptachsen in der Innenstadt (Rewe City, Naturgut und Norma) die verdichteten Siedlungsbereiche um die Innenstadt sowie weiter östlich und westlich davon. Im Westen von Echterdingen liegt integriert ins Wohngebiet ein Bio Markt, der eine wohnortbezogene Versorgungsfunktion übernimmt. Die beinahe flächendeckende Versorgungsstruktur in Echterdingen erfordert aktuell keinen Handlungsbedarf. Bekannt ist, dass der Rewe-City aktuell (Stand: April 2016) seine Verkaufsfläche erweitert. Ansiedlungen von Fachgeschäften oder spezialisierten Anbietern wie die Planung einer Weinhandlung in dem ehemaligen Intersport Schöllkopf in Echterdingen steht kein Widerspruch entgegen, dringender Handlungsbedarf besteht jedoch nicht.
  
- In **Leinfelden** zeigt sich die Versorgungsstruktur schwerpunktmäßig im nördlichen Teil des Ortsteils (Unteraichen) zwischen Misch-, Wohn- und Gewerbegebieten. Dort befinden sich beispielsweise Aldi und Lidl im Gewerbegebiet; das Filder-Einkaufszentrum mit dem E-Center nördlich davon im Mischgebiet. Der südliche Bereich Leinfeldens wird von Edeka am Neuen Markt sowie von Betrieben des Lebensmittelhandwerks bzw. weiteren kleinen Fachgeschäften versorgt. Versorgungslücken zeigen sich wie bereits 2011 beschrieben am westlichen und südwestlichen Siedlungsrand. **Empfehlenswert sind die Modernisierung sowie eine Verbesserung der Sichtbarkeit des Edeka-Marktes in der Innenstadt von Leinfelden (Neuer Markt).** Dieser Markt kann von der Echterdinger Straße aus per PKW nur über die Silcherstraße und zu Fuß mit der Rolltreppe über den Neuen Markt erreicht werden. Eine bessere Ausschilderung auf der Straße und eine Attraktivere Ausgestaltung des Zugangs über die Rolltreppe am neuen Markt wären hier bereits hilfreich. Für die unterversorgten westlichen und südwestlichen Wohnquartiere in Leinfelden ist auch unter Anbetracht der Einwohner- und Wohnungsbauentwicklung (Steigäcker, Hinterwiesenäcker) eine mögliche Optimierung der Erreichbarkeit von Angeboten der Nahversorgung anzustreben. Perspektivisch kann die Ansiedlung eines Nahversorgers für diesen Bereich geprüft werden.

- /// Komplette unterversorgte Bereiche zeigen sich bis heute in dem zum Stadtteil Leinfelden gehörenden **Oberaichen**. Dort besteht das Grundangebot der Versorgung durch einen Bäcker, einen Metzger und den Obst- und Gemüseladen. In Anbetracht des bestehenden Angebots in den Stadtteilen ist bis heute das Bevölkerungspotenzial mit rd. 3.380 Einwohnern noch zu gering für die Etablierung eines umfassenden Nahversorgers. Sollten die Wohnbauflächen „Im Wäldle“ und „Bergäcker“ perspektivisch umgesetzt werden, sollte das Ansiedlungspotenzial für einen Lebensmittelmarkt wiederholt überprüft werden. Ziel sollte es jedoch sein, die bestehenden Betriebe zu sichern und die unmittelbar kurzfristige Versorgung der Bevölkerung damit zu unterstützen.
- /// In den Ortsteilen **Musberg** (mit Edeka und weiteren Anbietern aus dem Nicht-Lebensmittelbereich) und **Stetten** (mit Lidl im Gewerbegebiet und Cap im Wohngebiet) finden sich neben den großen Märkten in den Stadtteilen auch Anbieter des Lebensmittelhandwerks. Insgesamt stellt sich die Versorgung in den beiden Stadtteilen als gut dar.
- /// Die einzelnen Nahversorgungsangebote in den Stadtteilen und Wohnquartieren lassen sich wie bereits 2011 als **Nahversorgungsbereiche**, aufgrund fehlender Entwicklungsmöglichkeiten und dem eingeschränkten Angebot jedoch nicht als zentrale Versorgungsbereiche, klassifizieren. Zukünftig sollen diese Betriebe mit dem städtebaulichen Ziel der Sicherung der stadtteilbezogenen bzw. wohngebietsbezogenen Versorgung besondere Berücksichtigung für weitere Entwicklungen erfahren.
- /// Der neue kleinflächige Edeka-Markt (Eröffnet im Sommer 2016) am Flughafen Stuttgart konzentriert sich speziell auf die Bedürfnisse der Flugreisenden und der Angestellten am Flughafen Stuttgart. Er übernimmt keine fußläufige, wohnortbezogene Versorgungsfunktion für die Einwohner der Stadt Leinfelden-Echterdingen ein (vgl. Kapitel II.2) und spielt somit auch keine Rolle für diese.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die räumlichen Nahversorgungsstrukturen von Leinfelden-Echterdingen vergleichsweise gut aufgestellt sind. Möglichkeiten für eine Verbesserung der Situation ergeben sich v.a. für Oberaichen und den westlichen und südwestlichen Siedlungsrand Leinfeldens ebenso wie in der Verbesserung der Außenwahrnehmung des Edeka-Marktes in Leinfelden.

Darüber hinaus steht Neuansiedlungen spezialisierter Lebensmittelfachgeschäfte oder Modernisierungen der bestehenden Lebensmittelanbieter nichts entgegen.

## 5. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.<sup>39</sup> Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Leinfelden-Echterdingen branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert aus denen folgende Steuerungsempfehlungen abgeleitet werden:

---

<sup>39</sup> Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

**Abbildung 17: Übersicht Steuerungsempfehlungen**

Ansiedlung in ... mit ...		Hauptzentren	Ergänzungsstandorte Echterdingen		sonst. Lagen (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche)	
			GE Nord / Ost	GE Nord / West	siedlungs- räumlich integrierte Lagen / Nahversor- gungs- bereiche	Siedlungs- räumlich nicht integrierte Lagen / sonstige Gewerbe- gebiete
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	ⓘ	⚡	ⓘ	⚡
	nicht großflächig	✓	ⓘ	⚡	ⓘ	⚡
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	⚡	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	ⓘ	⚡	⚡	⚡
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	ⓘ	ⓘ	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	ⓘ	ⓘ	⚡

- ✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich zu empfehlen
- ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich
- ⚡ Ansiedlung nicht möglich bzw. städtebaulich nicht zu empfehlen
- \* großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> VK

GMA-Empfehlungen 2016

### 5.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

#### Zentrale Versorgungsbereiche Leinfelden und Echterdingen

Zielsetzung sollte sein, dass die Kerne in Leinfelden und Echterdingen eine klare Priorisierung gegenüber den sonstigen Standorten in Leinfelden-Echterdingen genießen. Für die zentralen Versorgungsbereiche sollten keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige<sup>40</sup> Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie sollte nicht Teil der Leinfelden-Echterdinger Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

Ein Abstufung der Ansiedlungsvorhaben ergibt sich zwischen den beiden zentralen Versorgungsbereichen. Da die Innenstadt Echterdingen schon seit jeher das stärker pulsierende Zentrum der

<sup>40</sup> großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

beiden Stadtteile bildet, sollen Betriebsansiedlungen je nach Flächenvorrat und Ansiedlungsbegehren vorrangig im ZVB Echterdingen angesiedelt werden. Dasselbe gilt auch für Themen wie die gastronomischen Einrichtungen. Der ZVB Leinfelden findet seinen Schwerpunkt verstärkt um den Bereich neuer Markt auch im Zusammenhang mit der Volkshochschule und den gastronomischen Einrichtungen. Speziell unter Beachtung der perspektivischen Entwicklungen wie der Einwohnerzunahme, dem Ausbau der Gewerbe- und Mischnutzflächen (Sanierung westlich der Max-Lang-Straße) sowie einer Baulückenschließung an der Markomannenstraße und der Nachnutzung der Leerstände kann sich der ZVB Leinfelden als ein vitales Zentrum etablieren.

Da großflächige Einzelhandelsansiedlungen baurechtlich nur in Kerngebieten und in dafür vorgesehenen Sondergebieten zulässig sind, ist im Falle **großflächiger Ansiedlungsbegehren in den Kernen Leinfeldens und Echterdingens** wie folgt vorzugehen:

- /// **Kerngebiet:** uneingeschränkte Zulässigkeit gegeben
- /// **bestehendes Sondergebiet:** bei Nachweis einer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des Ansiedlungsvorhabens (Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO) entsprechende Änderung der einzelhandelsbezogenen Festsetzungen
- /// **Misch- / Wohn- / Gewerbegebiet:** bei Nachweis einer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des Ansiedlungsvorhabens (Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO) Änderung des Bebauungsplans unter Ausweisung eines Sondergebietes mit entsprechenden einzelhandelsbezogenen Festsetzungen
- /// **unbeplanter Innenbereich:** bei Nachweis einer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des Ansiedlungsvorhabens (Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO) Aufstellung eines Bebauungsplans unter Ausweisung eines Sondergebietes mit entsprechenden einzelhandelsbezogenen Festsetzungen.

Die Ortsmitten können somit als Einzelhandelsstandorte im gesamtstädtischen Standortgefüge gestärkt sowie die Versorgungsbedeutung und Attraktivität der Ortszentren stabilisiert werden.

## 5.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

### Ergänzungsstandort Echterdingen Gewerbegebiet Nord / Ost

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte auf die Ergänzungsstandorte vorrangig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten gelenkt werden, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Unter Berücksichtigung des bereits bestehenden Angebots an Betrieben mit Waren des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortiments, soll dieser Standort weiterhin in seiner aktuellen Versorgungsfunktion in Ergänzung zu

den zentralen Versorgungsbereichen bestehen bleiben. Demnach können im Ergänzungsstandort Echterdingen GE N/O groß- und kleinflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sowie kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment zulässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

### **Ergänzungsstandort Echterdingen Gewerbegebiet Nord / West**

Für den Ergänzungsstandort Echterdingen Gewerbegebiet Nord / West gilt es, hier im Sinne einer Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen (der Ergänzungsstandort GE Nord / Ost grenzt direkt an), die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben (großflächig und nicht großflächig) zu empfehlen, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Zum Schutz der Strukturen der zentralen Versorgungsbereiche und einem Ausufern der Ansiedlung nicht großflächiger Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortiment entgegenzuwirken bzw. diese räumlich tatsächlich nur im GE N/O zu bündeln, soll hier zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich ausgeschlossen werden.

### **Siedlungsräumlich integrierte Lagen / Nahversorgungsbereiche:**

Bei diesen Lagen handelt es sich um Standorte, die weder den zentralen Versorgungsbereichen noch den Ergänzungsstandorten zugeordnet werden können. Hierzu zählen alle Solitärstandorte (v. a. Lebensmittelmärkte und kleinteiligen Anbieter des kurzfristigen Bedarfs), in denen zwar Einzelhandels- und z. T. auch Dienstleistungsbetriebe vorhanden sind, die jedoch keine Zentrenprägung aufweisen (z. B. durch lückenhaften Besatz, Unterbrechung der durchgängigen Erdgeschossnutzung durch Wohnen oder freie Grundstücke). Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können in integrierten Lagen / Nahversorgungsbereichen zulässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind und eine Verbesserung der wohnortnahen Versorgung erreicht wird. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu untersuchen. Ansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind an diesen Lagen unter städtebaulichen Aspekten nicht zulässig. In diesem Zusammenhang ist insbesondere eine Summenbildung (Agglomeration) mehrerer benachbarter Vorhaben zu berücksichtigen. Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind auf die Ergänzungsstandorte für nicht zentrenrelevante Sortimente zu lenken und daher in den siedlungsräumlich integrierten Lagen und Nahversorgungsbereichen nicht zu empfehlen.

### **Dezentrale Lagen / Gewerbegebietslagen**

Gewerbe- und Industriegebiete sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Daher, und um die Ortskerne in ihren Strukturen nicht zu

beeinträchtigen bzw. in ihrer Entwicklung nicht zu behindern, ist in den dezentralen Gewerbegebietslagen die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten<sup>41</sup> (oberhalb und unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) möglichst auszuschließen. Auch zukünftig sollte die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an ausgewählten Gewerbegebietsstandorten (Ergänzungsstandorte) konzentriert werden, um so eine Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen zu erreichen. Gleichzeitig können in anderen Gewerbegebietslagen Einzelhandelsansiedlungen komplett ausgeschlossen werden, wenn besondere städtebauliche Gründe hierfür benannt werden können (in erster Linie Vorhaltung für Gewerbe / Handwerk / Büronutzungen). Eine entsprechende Anpassung der geltenden Bebauungspläne ist zu prüfen bzw. durchzuführen, soweit dies in der aktuellen Bauleitplanung noch nicht geschehen ist.

### **Randsortimente und Bestandsbetriebe**

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. **Bei Einzelhandelsbetrieben** mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente<sup>42</sup> auf maximal 3 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 350 m<sup>2</sup> VK anzuregen.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung sind im Einzelfall Erweiterungen möglich, soweit die regionalplanerischen Beurteilungskriterien eingehalten sind. Insbesondere sind dabei die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu prüfen. Hierbei ist eine enge Abstimmung mit dem Regionalverband notwendig.

<sup>41</sup> Kernsortiment = Sortiment, auf dem der Umsatzschwerpunkt eines Einzelhandelsbetriebes liegt (im Unterschied zu Randsortiment, vgl. nachfolgende Seite).

<sup>42</sup> Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

## 6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit der Stadt Leinfelden-Echterdingen erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

/// **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Rat der Stadt Leinfelden-Echterdingen** als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- **Städtebauliche Ziele der Stadt Leinfelden-Echterdingen für die Einzelhandelsentwicklung**
- **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**
- **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**
- **Leinfelden-Echterdinger Sortimentsliste**
- **Steuerungsempfehlungen der Einzelhandelsentwicklung**

/// **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.<sup>43</sup>

/// **Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen**

Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Leinfelden-Echterdinger Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit bezüglich einer Ansiedlung in den zentralen Versorgungsbereichen. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Ent-

<sup>43</sup> Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

wicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

**Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Leinfelden-Echterdingen zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (etwa 5 – 7 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.**

<b>Verzeichnisse</b>	Seite
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage der Stadt Leinfelden-Echterdingen und zentralörtliche Struktur	24
Karte 2: Wesentliche Standortbereiche des Einzelhandels in Leinfelden-Echterdingen	30
Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen	38
Karte 4: Zentren- und Standortkonzept für Leinfelden-Echterdingen	66
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Leinfelden	70
Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Echterdingen	74
Karte 7: Nahversorgungssituation in Leinfelden-Echterdingen	81
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: GMA-Branchensystematik	9
Tabelle 2: Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	14
Tabelle 3: Strukturdaten der Stadt Leinfelden-Echterdingen	23
Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Leinfelden-Echterdingen)	26
Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen	31
Tabelle 6: Einzelhandelsangebot am Stuttgarter Flughafen (Landseitig)	35
Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Leinfelden-Echterdinger Einzelhandels	40
Tabelle 8: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Leinfelden-Echterdingen seit 2007 (Gesamtstadt)	48
Tabelle 9: Kaufkraftprognose 2025 für das Marktgebiet	50
Tabelle 10: Sortimentsliste für die Stadt Leinfelden-Echterdingen	60
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	10
Abbildung 2: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Mrd. € in Deutschland (netto)	11
Abbildung 3: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014	11
Abbildung 4: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	13

Abbildung 5:	Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	15
Abbildung 6:	Anteil der Verkaufsfläche nach Lagen	32
Abbildung 7:	Relative Verkaufsflächenausstattung (VK pro 1.000 Einwohner)	42
Abbildung 8:	Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich	43
Abbildung 9:	Zentralität nach Warengruppen	45
Abbildung 10:	Verkaufsflächenvergleich 2007 /2011 / 2016	46
Abbildung 11:	Säulen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Leinfelden-Echterdingen 2016	55
Abbildung 12:	Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche	63
Abbildung 13:	Zentren- und Standortkonzept für Leinfelden-Echterdingen	64
Abbildung 14:	Ergänzungsstandorte Gewerbegebiet Echterdingen Nord	77
Abbildung 15:	Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Echterdingen Nord / Ost	78
Abbildung 16:	Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Echterdingen Nord / West	79
Abbildung 17:	Übersicht Steuerungsempfehlungen	85

### **Fotoverzeichnis**

Foto 1:	Ortskern Echterdingen, Echterdinger Carré	27
Foto 2:	Ortskern Echterdingen, Bernhäuser Hauptstraße	27
Foto 3:	Neuer Markt, Leinfelden	28
Foto 4:	Neuer Markt, Leinfelden	28
Foto 5:	Neuer Markt und Rolltreppe zum Edeka-Markt	68
Foto 6:	Leerstehende Gewerbeflächen nördlich des neuen Marktes	68
Foto 7:	Leerstand Markomannenstr. / Echterdinger Str.	69
Foto 8:	Leerstand Markomannenstr. / Echterdinger Str.	69
Foto 9:	Kreuzung Hauptstraße / Leinfelder Straße, untergenutzte Gebäude und Schuppen	72
Foto 10:	Leerstand Modehaus Lutz in der Bernhäuser Straße	72
Foto 11:	Zeppelinplatz	75
Foto 12:	Hauptstraße mit Blick in Richtung Bernhäuser Straße	75
Foto 13:	Bernhäuser Straße	75
Foto 14:	Leerstand gegenüber Zeppelinplatz	75