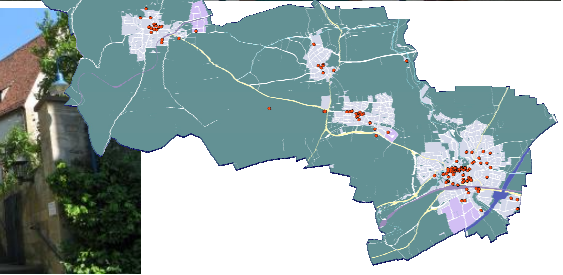
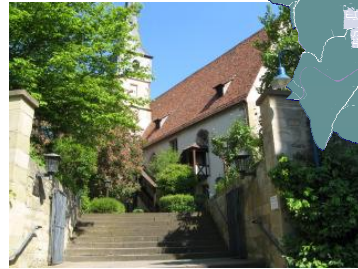


# EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT für die Stadt Ditzingen



Junker und Kruse

September 2009



# EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

für die Stadt Ditzingen

**Eva Stubert  
Stefan Kruse  
Johanna Doepner**

**Junker und Kruse**  
Stadtforschung ■ Planung  
Markt 5 44137 Dortmund

Tel.: 02 31- 55 78 58-0 Fax: 02 31- 55 78 58-50  
Internet: [www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de) Email: [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

September 2009

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

## Inhalt

---

<b>1</b>	<b>Ausgangslage, Anlass und Zielsetzung der Untersuchung .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Methodik der Untersuchung.....</b>	<b>11</b>
2.1	Angebotsanalyse.....	11
2.2	Nachfrageanalyse.....	17
<b>3</b>	<b>Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung.....</b>	<b>18</b>
<b>4</b>	<b>Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Ditzingen.....</b>	<b>21</b>
4.1	Lage und verkehrliche Anbindung .....	21
4.2	Landesplanerische Einordnung .....	21
4.3	Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung .....	22
4.4	Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur .....	24
<b>5</b>	<b>Einzelhandelsrelevantes Standortprofil .....</b>	<b>26</b>
5.1	Gesamtstädtische Struktur .....	26
5.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Ditzingen .....	32
5.2.1	Stadtteilspezifische Betrachtung .....	33
5.2.2	Angebotssituation nach Lagekategorien .....	34
5.3	Räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels.....	35
5.3.1	Innenstadt Ditzingen .....	35
5.4	Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung.....	42
5.5	Fazit der Angebotsanalyse .....	47
<b>6</b>	<b>Nachfragesituation des Ditzinger Einzelhandels.....</b>	<b>49</b>
6.1	Nachfragepotential in der Stadt Ditzingen.....	49
6.2	Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Ditzingen .....	50
6.3	Fazit der Nachfrageanalyse .....	53

<b>7</b>	<b>Entwicklungsspielräume und Steuerungsmodelle der Ditzinger Zentren- und Einzelhandelsentwicklung</b> .....	<b>54</b>
7.1	Ökonomische Rahmenbedingungen .....	54
7.2	Entwicklungsperspektiven und -strategien .....	58
7.3	Übergeordnetes Entwicklungsleitbild für die Stadt Ditzingen: „Räumlich funktionale Gliederung“ .....	64
<b>8</b>	<b>Einzelhandelskonzept für die Stadt Ditzingen</b> .....	<b>66</b>
8.1	Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Ditzingen .....	66
8.2	Standortstrukturmodell.....	68
8.2.1	Zentraler Versorgungsbereich - Abgrenzungskriterien .....	71
8.2.2	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ditzingen .....	73
8.2.3	Ergänzungsstandort des überwiegend großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels .....	77
8.2.4	Tabubereiche für Einzelhandel in Ditzingen (mit Ausnahme eines zu definierenden Entwicklungsbereichs).....	79
8.3	Ditzinger Sortimentsliste .....	80
8.3.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste .....	80
8.3.2	Herleitung der Ditzinger Sortimentsliste.....	82
8.4	Grundsätze der Entwicklung des Einzelhandels in Ditzingen .....	86
8.4.1	Steuerung von Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten .....	87
8.4.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.....	90
8.4.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten.....	93
8.4.4	Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben .....	95
<b>9</b>	<b>Schlusswort</b> .....	<b>97</b>
<b>10</b>	<b>Übersicht über die strategischen, konzeptionellen Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Ditzingen</b> .....	<b>98</b>
	<b>Verzeichnisse</b> .....	<b>104</b>
	<b>Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe</b> .....	<b>107</b>

## 1 Ausgangslage, Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Seit mehr als drei Jahrzehnten dauert der Strukturwandel im Einzelhandel an und hat, angesichts der angekündigten Expansionsbestrebungen einiger Konzerne, anscheinend noch nicht seinen Höhepunkt erreicht. Dieses Phänomen trifft auf fast alle Branchen und Betriebsformen zu, wobei dem Lebensmittelsektor und hier insbesondere den Lebensmitteldiscountern eine besondere Bedeutung zukommt.

Der Trend zu größer werdenden Betriebsformen und der damit einhergehenden Ausdifferenzierung des Warenangebotes (auch in Richtung Nicht-Lebensmittel) sowie die in vielen Regionen dramatisch angestiegene Anzahl der Einzelhandelsbetriebe führt zudem bei einem nahezu gleichbleibenden (und teilweise sogar rückläufigen) Nachfragepotenzial, u.a. aufgrund rückgängiger Bevölkerungszahlen, zu einem verschärften Konkurrenzettbewerb, der in vielen Fällen bereits „kannibalöse Ausmaße“ annimmt.

Der Druck auf die (auf Expansion ausgerichteten) Konzerne und Betriebe wächst zunehmend, was sich insbesondere in neuen Betriebskonzepten und –strategien ausdrückt, allerdings auch mit erheblichen potenziellen Folgewirkungen für Städte und Gemeinden einhergeht. Diese Neuorientierung ist für die raumbezogene Planung auch mit neuen Standortanforderungen und –mustern verbunden. Während integrierte, in der Regel den Nachfrageschwerpunkten zugeordnete Standorte zunehmend in Frage gestellt wurden bzw. werden, zielten Anfragen zu Einzelhandelsansiedlungen bevorzugt auf dezentrale Standorte (in Gewerbegebieten, an Hauptverkehrsachsen). Die Folge solcher Entwicklungen besteht darin, dass ehemals funktionierende Nahversorgungsnetze zunehmend grobmaschiger werden und insbesondere gewachsene Zentren, vornehmlich die Innenstadt in ihrer Versorgungsfunktion geschwächt werden. Zudem erhalten derartige Standorte in der Regel eine stark autokundenorientierte Ausrichtung, wodurch insbesondere nicht-PKW-mobile Menschen in ihrer Grund- bzw. Nahversorgung und somit auch in ihrer Lebensqualität eingeschränkt werden.

Ähnliche Probleme sind bei Fachmärkten festzustellen, wenngleich sie auch nicht so aggressiv auftreten. Auch bei diesem Betriebstyp spielen neue Standortmuster und größer werdende Betriebseinheiten ebenso wie sich ändernde Betriebskonzepte eine Rolle. Sie rangieren i.d.R. unterhalb der Großflächigkeit (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und unterliegen damit nicht den Steuerungsmechanismen des § 11 Absatz 3 BauNVO. Die von ihnen ausgehenden Gefahren für gewachsene Zentren in Form von negativen städtebaulichen Auswirkungen werden dabei i.d.R. erst bei einer auf die Gesamtstadt bezogene summarische Betrachtung insbesondere der induzierten Umsatzumverteilungen deutlich. Die Konsequenzen derartiger Entwicklung konzentrieren sich auf gewachsene Versorgungsbereiche, die in Folge potenzieller Kunden- und somit Umsatzverluste deutlich an Prosperität verlieren können, wodurch letztlich der gesamte Standortbereich (Zentrum) gefährdet sein kann. Parallel zu dieser Entwicklung ist ein immer größer werdender Leerstand von kleinen und großen Ladenlokalen zu beobachten. Traf dieses Phänomen bis Mitte der 90er Jahre in der Regel auf Rand- oder Streulagen zu, so gehören „zugeklebte Schaufenster“ mittlerweile auch zum Erscheinungsbild der zentralen Geschäftslagen.

Diesen betrieblichen bzw. konzernimmanenten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- bzw. Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu bringen sind. So steht auch die Stadt Ditzingen vor der Aufgabe, im Spannungsfeld zwischen betriebermotivierten Standortwünschen auf der einen und volkswirtschaftlichen bzw. städtebaulichen und stadtentwicklungspolitisch motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite einen auf die spezifische Situation in der Stadt ausgerichteten, konstruktiven Umgang mit den beschriebenen Strukturentwicklungen zu finden.

Aufbauend auf der im Oktober 2002 vorgelegten Grundlagenuntersuchung (Einzelhandelsansiedlungspotenziale in Ditzingen / Standortkatalog) sowie der im Jahr 2006 konkretisierenden Szenarienbetrachtung zur Lebensmittelversorgung in Ditzingen ist im Rahmen einer aktualisierenden Fortschreibung ein gesamtstädtisches Einzelhandels- und Zentrenkonzept entwickelt worden. Das vorliegende Konzept liefert eine fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle Planvorhaben als auch mögliche Entwicklungsperspektiven und zeigt erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten auf, so dass sowohl Stadtverwaltung als auch Politik in die Lage versetzt werden, eine stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidung zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Ditzinger Versorgungsstrukturen einschätzen zu können.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in jüngsten Urteilen des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorte in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“<sup>1</sup> Zudem stützt das Urteil des BVerwG vom 26.03.2009 die kommunalen Bemühungen, durch planerische Einzelhandelssteuerung zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Das Urteil bekräftigt noch einmal deutlich, dass das Ziel, die zentralen Versorgungsbereiche durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in den Zentren zu stärken, den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann.

„Einzelhandelsbetriebe können auf der Grundlage des § 1 Abs. 5 BauNVO im Mischgebiet ausgeschlossen werden, auch wenn der vollständige Ausschluss durch „Gegenausnahmen“ für bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben wieder ein Stück zurückgenommen wird.

Die Stärkung der Zentren durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in Stadtbezirks- und Ortsteilzentren ist ein Ziel, das den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann. Der Gemeinde ist es gestattet, „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in den Zentren bisher nicht oder nur in geringem Umfang vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen den Zentren zuzuführen, um deren Attraktivität zu steigern oder zu erhalten.

---

<sup>1</sup> OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE



Sofern ein Gesamtkonzept in der Lage ist, die Einzelhandelsentwicklung im gesamten Stadtgebiet nachvollziehbar und widerspruchsfrei zu ordnen, bedarf es jedenfalls auf der Ebene eines Bebauungsplans, der dieses Konzept für einen bestimmten Bereich umsetzt, keiner weiteren Differenzierung unter dem Gesichtspunkt der Zentreneignung.“<sup>2</sup>

Insgesamt erscheint es konsequent und vor dem Hintergrund seit der letzten Bearbeitung eingetretener veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen (in erster Linie § 34 (3) und § 2 (2) BauGB sowie die jüngst in Kraft getretene erneute Novellierung des BauGB - § 9 (2a)) sowie in Teilen darauf aufbauender aktueller Rechtsprechungen zahlreicher Obergerichte und auch des Bundesverwaltungsgerichts zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung auch zwingend erforderlich, dass die Stadt Ditzingen ein entsprechendes Einzelhandels- und Zentrenkonzept hat erarbeiten lassen. Im Februar 2008 das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund mit der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Ditzingen beauftragt.

Insbesondere eine perspektivische Ausweitung des nahversorgungsrelevanten Lebensmittelangebotes war auch in der jüngeren Vergangenheit in Ditzingen immer wieder Untersuchungsgegenstand. So wurde das Büro Junker und Kruse im Jahr 2002 beauftragt eine Untersuchung zur Gewerbeflächenstruktur und -entwicklung unter besonderer Berücksichtigung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung durchzuführen (u.a. auch mit dem Fokus auf Standortuntersuchungen zur Lebensmittelmarktsiedlung bzw. zur Eignung zur Einzelhandelsentwicklung), in den Jahren 2006 und 2007 wurde das Büro von der Stadt Ditzingen mit der Erarbeitung von räumlichen Entwicklungsszenarien im Lebensmittelbereich beauftragt. Die Stadt Ditzingen ist also konsequent bestrebt, entsprechende Analysen durchführen zu lassen, um ihre Bevölkerung adäquat und wohnortnah mit Lebensmitteln versorgen zu können. In jüngster Vergangenheit (Ende 2008) hat erfreulicherweise ein Lebensmitteldiscounter im bis dahin unterversorgten Stadtteil Heimerdingen eröffnet, der nun wichtige Grundversorgungsfunktion für die Bevölkerung des in großer Entfernung zur Kernstadt mit ihren Versorgungsstrukturen liegenden Stadtteils erfüllt.

Erschwerend für den Aufbau einer eigenen adäquaten Einzelhandelsstruktur u.a. auch im Lebensmittelbereich ist eine deutlich ausgeprägte Wettbewerbssituation im Umland. So sieht sich die Stadt Ditzingen durch die dynamische Entwicklung der Einzelhandelslandschaft in der Region insbesondere im angrenzenden Oberzentrum Stuttgart als auch in den Mittelzentren Leonberg und Ludwigsburg mit stetig wandelnden Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren konfrontiert.

### **Anforderungen an ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept**

Im Hinblick auf die Steuerung des Einzelhandels auf der Basis eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes ist daher nicht das „OB“ entscheidend, sondern vielmehr das „WIE“ (im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben bzw. der kommunalen Möglichkeiten), möchte eine Kommune im Sinne einer positiven und in die Zukunft gerichteten Stadtentwicklungspolitik Einzelhandel in ihren Verwaltungsgrenzen an die städtebaulich gewünschten Standorte lenken und so auch (vorhandene wie perspektivische) städtebauliche Missstände vermeiden.

---

<sup>2</sup> BVerwG, Urteil vom 26. März 2009 – 4 C 21.07

Insbesondere für das „WIE“ werden im Rahmen

- des Baugesetzbuches (BauGB),
- der Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- von zahlreichen Urteilen des Bundesverwaltungsgerichts und der Obergerichte

klar Anforderungen formuliert.

Im Rahmen des Beurteilungs- und Abwägungsprozesses im Zusammenhang mit der Umsetzung von Einzelhandelsvorhaben sind klare Anforderungen an ein Einzelhandelskonzept zu stellen. Es ist herauszustellen, dass auf der Basis einer dezidierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse folgende Bausteine **unabdingbare Bestandteile eines Einzelhandelskonzeptes** darstellen<sup>3</sup> und daher auch wesentlicher Bestandteil des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Ditzingen sind:

- die Beschreibung der potenziellen zentralen Versorgungsbereiche nach ihrer
  - exakten räumlichen Lage und Ausdehnung und
  - konkreten Versorgungsfunktion
  - Darstellung der möglichen Weiterentwicklungen
- die Entwicklung eines räumlichen Standortstrukturmodells mit Darstellung der einzelnen Standorte und entsprechenden Funktionszuweisung
- die Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen ohne umfassende Versorgungsfunktion
- die Ermittlung und der Vorschlag für eine ortstypische Sortimentsliste

Darüber hinaus ist aber vor allem auch ein Augenmerk auf die künftige Umsetzung der konzeptionellen Zielsetzungen zu setzen. Im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden daher vier **Grundsätze zur Umsetzung** des Konzeptes bzw. zur Steuerung des nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels formuliert, die vor allem auch den aktuellen gesetzlichen Rahmen (BauGB, BauNVO) berücksichtigen.

Wie die Erfahrung gerade in jüngster Vergangenheit zeigt, ist es mittlerweile nicht mehr nur damit getan, ein gutes Konzept zu erarbeiten. Immer mehr muss auch die spätere Umsetzung bedacht werden, und dies auch schon während der Bearbeitung. Aus diesem Grund ist das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept auf der Basis eines breit angelegten **Kommunikations- und Beteiligungsprozesses** erarbeitet worden. Nachdem zunächst die Inhalte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes verwaltungsintern erarbeitet und diskutiert wurden, erfolgte die Beteiligung der örtlichen Politik in den politischen Gremien Technischer Ausschuss<sup>4</sup>, Gemeinderat<sup>5</sup> sowie in den Ortschaftsräten<sup>6</sup> der drei Stadtteile Hirschlanden, Schöckingen und Heimerdingen. Die interessierte Bürgerschaft Ditzingens hatte am 14.05.2009 die Gelegenheit sich über das Konzept zu informieren.

---

<sup>3</sup> Vgl. dazu Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, S. 239ff

<sup>4</sup> Am 16.03.2009

<sup>5</sup> Am 24.03.2009

<sup>6</sup> Am 11. / 12.03.2009

## 2 Methodik der Untersuchung

---

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Ditzingen stützt sich auf die Ergebnisse aus sowohl primär- wie sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde eine **Vollerhebung aller Betriebe des Einzelhandels im engeren Sinne**<sup>7</sup> und der Leerstände in den vier Stadtteilen von Ditzingen sowie **der Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Bereichen** durchgeführt. An den entsprechenden Stellen im Analyseteil des Konzepts werden vergleichende Betrachtungen zu den Erhebungsdaten und Untersuchungsergebnissen aus dem Jahr 2002<sup>8</sup> angestellt.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Daten, Gutachten) zurückgegriffen, die in erster Linie dem intertemporären und interregionalen Vergleich der für die Stadt Ditzingen gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der BBE Retail Experts GmbH Co. KG, Köln.

Zudem wurde eine auf einzelhandelsspezifische Aspekte und für die Untersuchung relevante Bereiche ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte** vorgenommen, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch aus planungsrechtlicher Sicht zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in der Stadt Ditzingen ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

### 2.1 Angebotsanalyse

---

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Zeitraum April 2008 eine Vollerhebung des **Ditzinger Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe<sup>3</sup>. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

---

<sup>7</sup> Der Einzelhandel im engeren Sinne (auch funktionaler Einzelhandel genannt) umfasst den Absatz von Waren an Endverbraucher, ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Schmier- und Kraftstoffhandel sowie rezeptpflichtiger Apothekenwaren. Aufgrund ihrer z.T. nicht unerheblichen Relevanz für die Versorgungssituation wurden sowohl das Lebensmittelhandwerk als auch Tankstellenshops und Kioske in der Untersuchung berücksichtigt.

<sup>8</sup> Ergebnisse im Rahmen der Untersuchung der Gewerbeflächenstruktur und -entwicklung unter besonderer Berücksichtigung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Ditzingen, Junker und Kruse 2002

Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

Gemäß des Urteils vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (Einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Gebäudes gelegen laut jüngstem Urteil (OVG NRW, 06.02.2009) grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche<sup>9</sup>.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 90 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 (Haupt-)Branchen zugeordnet.

---

<sup>9</sup> Vgl. Urteil des OVG Münster vom 06.02.2009  
Zum Erhebungszeitpunkt April 2008 zählten die Abstell- und Unterstellflächen für Einkaufswagen noch per Definition zur Verkaufsfläche und sind somit im Ditzinger Bestand berücksichtigt.

**Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Ditzingen**

Warengruppen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
<b>Überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe:</b>	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Bäckerei-/Konditoreiwaren Metzgerei-/Fleischereiwaren Getränke
Blumen/Zoo	Schnittblumen, Zoologischer Bedarf
Gesundheit und Körperpflege	Drogerie, Körperpflegeartikel Parfümeriewaren Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Reform- und Biowaren Apothekenwaren
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	Bücher Papier, Schreibwaren, Bürobedarf Zeitungen/Zeitschriften
<b>Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe:</b>	
Bekleidung / Wäsche	Herren, Damen- und Kinderbekleidung Bekleidung und Textilien allgemein Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
Schuhe / Lederwaren	Schuhe Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	Spielwaren Musikinstrumente Hobby- und Bastelbedarf Kinderwagen
Sportartikel / Fahrräder / Camping	Sportbekleidung Sportschuhe Sportartikel Sportgeräte Campingartikel Fahrräder und Zubehör
<b>Überwiegend langfristige Bedarfsstufe:</b>	
Wohnungseinrichtungsbedarf / Teppiche	Wohn- und Einrichtungsbedarf Haus- und Heimtextilien, Gardinen Sicht- und Sonnenschutz Teppiche (Einzelware) Kunst, Bilder, Rahmen Bettwaren, Matratzen Haus-, Bett- und Tischwäsche
Möbel	Badmöbel Küchenmöbel Büromöbel Gartenmöbel Möbel allgemein

Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, Tonträger Videokameras und –geräte, Fotoapparate und Zubehör Mobiltelefone, Telefone und Faxgeräte und Zubehör Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software
Medizinische und orthopädische Artikel	Augenoptik, Hörgeräte, Sanitätsbedarf
Uhren / Schmuck	Uhren/Schmuck
Bau- und Gartenmarktsortimente	Baumarktspezifisches Sortiment (Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleineisen, Installationsbedarf, Teppiche (Auslegware), Werkzeuge, Elektrogeräte und Zubehör) Pflanzen, Sämereien, Gartenbedarf Kfz-Zubehör
Sonstiges	Aktionswaren, Sonstiges

Quelle: eigene Darstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte Vollerhebung des Ditzinger Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Standortbereiche dar. Auf Grundlage der Daten zu den Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Stadtgebietes sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Die Einordnung nach Lagekategorien stellt im Weiteren eine wichtige Grundlage zur Erarbeitung der Ditzinger Sortimentsliste (vgl. dazu Kapitel 8.3) dar.

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe folgenden **Lagekategorien** zugeordnet, deren Merkmale in Tabelle 2 erläutert werden:

- Zentrum
- sonstige integrierte Lage
- nicht integrierte Lage

**Tabelle 2: Definition von Lagekategorien**

<p><b>Zentrum</b></p> <p>Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. In Abhängigkeit von ihrer teil- oder gesamtstädtischen bzw. überörtlichen Versorgungsfunktion werden sie in die Kategorien Haupt-, Neben-, bzw. Nahversorgungszentrum eingestuft. Neben der Bestandsdichte des Einzelhandels sind unter dem Gesichtspunkt der Multifunktionalität unterschiedliche Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit, sowie städtebauliche Merkmale (u.a. Bauungsstruktur, Gestaltung des öffentlichen Raumes, verkehrliche Gestaltung) kennzeichnend. Diese Bereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO.</p>	<p><b>Beispiel: Kämpf in der Ditzinger Innenstadt</b></p> 
<p><b>Sonstige integrierte Lage</b></p> <p>Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.</p>	<p><b>Beispiel: Gärtnerei Pöhlmann in Ditzingen</b></p> 
<p><b>Nicht integrierte Lage</b></p> <p>Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z.B. in Gewerbegebieten).</p>	<p><b>Beispiel: Aro Teppichwelt in Ditzingen</b></p> 

Quelle: eigene Zusammenstellung

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe unter Bezug auf die Ditzinger Stadtteile vorgenommen. Das Stadtgebiet von Ditzingen wurde in Anlehnung an die Siedlungsstruktur in folgende vier Erhebungseinheiten unterteilt (vgl. Karte 3):

- Ditzingen
- Heimerdingen
- Hirschlanden
- Schöckingen

### **Städtebauliche Analyse**

Ergänzt werden die in erster Linie quantitativen einzelhandelsrelevanten Betrachtungen der Angebots- und Nachfrageseite durch eine auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete städtebauliche Analyse. Im Rahmen dieser werden die einzelhandelsrelevanten Funktionen des gesamten Stadtraumes, also des Hauptgeschäftsbereiches sowie der übrigen für die Zentrenstruktur relevanten Einzelhandelsstandorte, bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Versorgungsfunktion und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteile der städtebaulichen Analyse:

- Lage im Stadtgebiet
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes/Eingangssituation
- Einkaufsatmosphäre
- Nutzungsmischung insbesondere mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Hinblick auf die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs wird die Bestandsdichte des Einzelhandels bestimmt. Zudem werden die in der Innenstadt vorhandenen Einzelhandelsdichten bestimmt. Die Einzelhandelsdichte beschreibt den Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

Die städtebauliche Analyse ist ein nicht unwesentlicher Bestandteil des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Ditzingen. Dabei stellt sie bezogen auf die Zentren einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie des § 11 (3) BauNVO dar. Es ist darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund der aktuellen Gesetzgebung bzw. Rechtsprechung keine planerische „Abgrenzungsübung“ ist, sondern ein notwendiger Schritt, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.



## 2.2 Nachfrageanalyse

---

Die zweite Säule der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie muss ein umfassendes Bild über die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und -präferenzen der Ditzinger Bevölkerung liefern und auf diese Weise Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ermöglichen. Zu diesem Zweck wurden sekundärstatistische Daten herangezogen.

### Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Schritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird u.a. auf Werte der BBE Retail Experts GmbH Co. KG, Köln zurückgegriffen. Diese veröffentlicht jährlich einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, die das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Stadt oder Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes (Indexwert 100) ermitteln. Liegt die errechnete Kaufkraftkennziffer unter dem Wert 100, so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Ergänzend zu den beschriebenen den sekundärstatistischen Daten bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u.a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

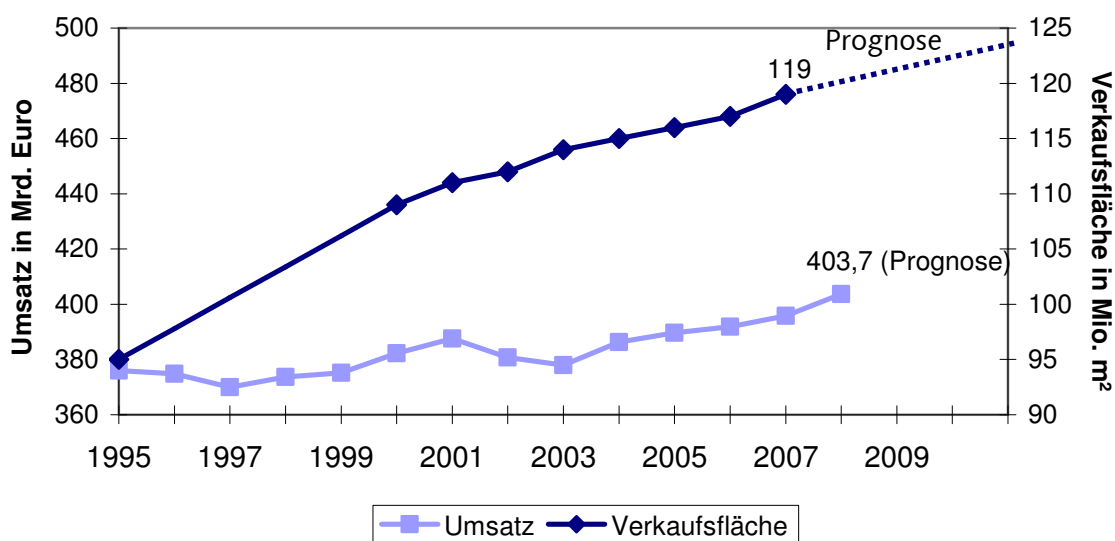
### 3 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar als noch vor wenigen Jahrzehnten. Verantwortlich für diese Entwicklungen sind Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite, die in einem gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachstehend werden diese Entwicklungen und aktuellen Trends zusammengefasst dargestellt.

Auf der Angebotsseite zeigen sich folgende Tendenzen:

- Eine fortschreitende **Unternehmenskonzentration**.
- Damit eng verbunden ein anhaltendes **Verkaufsflächenwachstum** bei sinkenden Flächenproduktivitäten und Rentabilitäten.

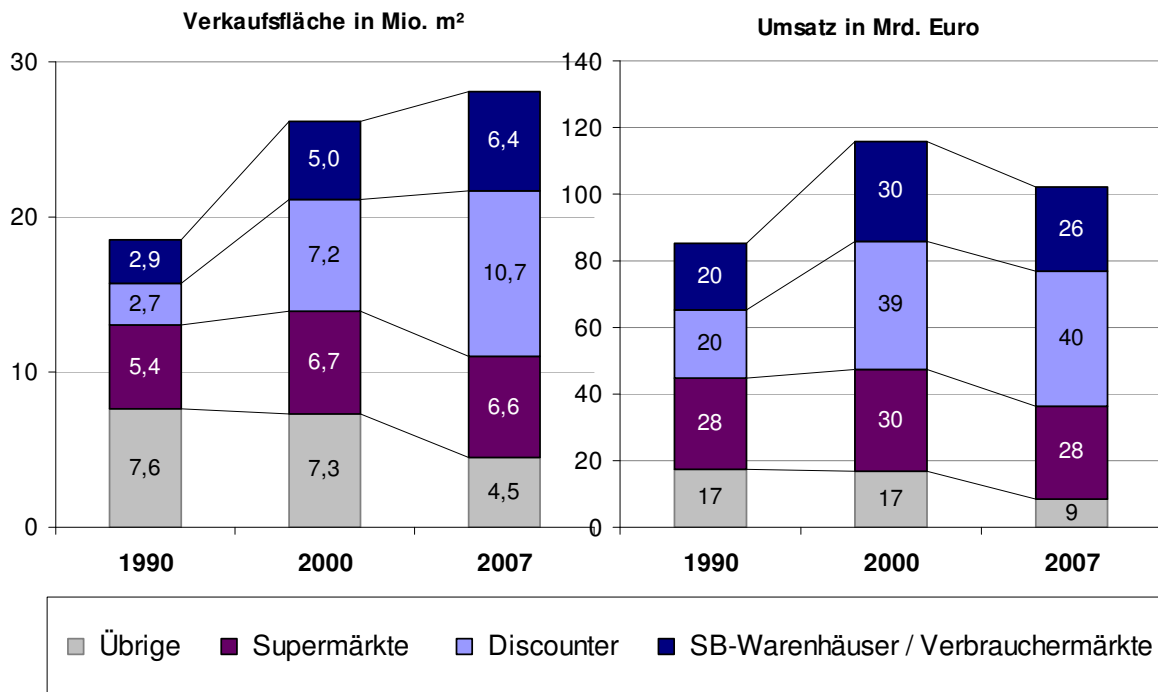
**Abbildung 1: Entwicklung von Verkaufsflächen und Bruttoumsätzen des Einzelhandels in Deutschland 1995-2011**



Quelle: eigene Darstellung nach EHI 2008/09, S. 184f

- Eine **sinkende Zahl von Einzelhandelsbetrieben**, nicht zuletzt bedingt durch Nachfolgeprobleme.
- Ein **Wandel der Betriebsformen und Konzepte** bei zunehmender **Großflächigkeit** und **Discountorientierung** bei gleichzeitig steigendem Druck in Folge der Konzernstrategien auf inhabergeführte Geschäfte.

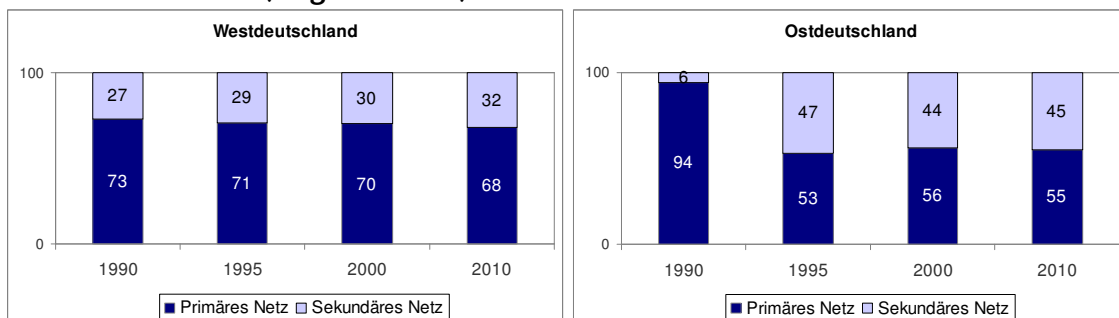
**Abbildung 2: Entwicklung von Verkaufsflächen und Bruttoumsätzen des Lebensmittel-einzelhandels nach Betriebsformen in Deutschland 1990-2007**



Quelle: eigene Darstellung nach EHI 2008/09, S. 195ff (Stichtag 31.12.)

- Eine **zunehmende Konkurrenz** zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen.
- Eine Zunahme **neuer Vertriebs- und Absatzschienen**.
- Ein **Wandel der Standortpräferenzen**.

**Abbildung 3: Entwicklung der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen in Deutschland (Angaben in %)**



Quelle: eigene Darstellung nach Concepta, IfHS, Metro  
 primäres Netz= zentrale und integrierte Lagen; sekundäres Netz = nicht integrierte Lagen

Aus Sicht der **Nachfrageseite** sind folgende Entwicklungen zu beobachten:

- Eine in den nächsten Jahren weiterhin tendenziell **sinkende Bevölkerungszahl** mit erheblichen regionalen Unterschieden, abgeschwächt durch eine steigende Mobilitätsbereitschaft.
- Eine **Zunahme der Mobilitätsmöglichkeit und –bereitschaft**.
- Eine **Aufspaltung des Einkaufs** in die Segmente „Erlebniskauf“ und „Versorgungskauf“.
- Ein zunehmendes **Preisbewusstsein** (Stichwort: Schnäppcheneinkauf), wovon insbesondere discountorientierte Anbieter profitieren.
- Ein Wandel der Kunden hin zu **multioptionalen Konsumenten** mit nicht mehr klar für den Einzelhandel nachzuvollziehenden Handlungsmustern und zunehmend individualisiertem Konsum.

Für die **Stadtentwicklung** resultieren daraus, zusätzlich zu den vorstehend genannten Aspekten, bei einer ungesteuerten Entwicklung weitere Konsequenzen und Entwicklungen. Dazu zählen u.a.:

- Ein verstärkt zu beobachtender **Funktionsverlust gewachsener, zentraler Bereiche**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel umfasst.
- Eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten.
- Eine **sinkende Individualisierung** des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Ein zunehmender Konflikt zwischen den **Flächenansprüchen der Einzelhandelsbetriebe** und den vorhandenen, meist kompakten und kleinteiligen Siedlungsstrukturen in den zentralen Lagen der Städte mit der Folge zunehmender Diskrepanzen zu den landesplanerischen und kommunalen Zielvorstellungen und Leitbildern. **Wachsende Umweltbeeinträchtigungen**, die aus dem Flächenverbrauch sowie Lärm- und Abgasemissionen durch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen resultieren. Des Weiteren ist eine **steigende Fluktuation im Einzelhandel** zu beobachten, mit der Folge häufiger Neu- und Umnutzungen.
- Ein **zunehmender Konkurrenzwettbewerb** zwischen (Innen-)Städten aufgrund der anhaltenden Dynamik im Einzelhandel.
- Eine steigende Bedeutung **spektakulärer Vorhaben** (u.a. FOC = Factory Outlet Center, große Einkaufszentren) vor allem in größeren bzw. Großstädten mit negativen Folgewirkungen für Klein- und Mittelzentren.
- Eine **zunehmende Regionalisierung von Einzelhandelsentwicklungen** bei gleichzeitiger Reduzierung der politischen Entscheidungen auf den kommunalen Raum.
- **Einzelhandel** zunehmend als scheinbar **einzige Entwicklungsoption** für einzelne Standortbereiche, insbesondere im Zusammenhang mit der Revitalisierung von Gewerbebrachen.
- Eine häufig einseitig in den Vordergrund gestellte **Bedeutung der Pkw-Erreichbarkeit** von Einkaufsbereichen.
- Eine insgesamt zu beobachtende **Politisierung** von Entscheidungen zur Standortentwicklung.

## **4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Ditzingen**

---

Um die Stadt Ditzingen hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation besser einordnen zu können, werden im Folgenden einige allgemeine Rahmenbedingungen dargestellt. Diese Rahmenbedingungen können sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch Prosperität des Einzelhandelsstandortes Ditzingen auswirken.

### **4.1 Lage und verkehrliche Anbindung**

---

Die Große Kreisstadt Ditzingen liegt innerhalb der stark verdichteten Metropolregion Stuttgart im mittleren Teil Baden-Württembergs und ist dem Landkreis Ludwigsburg zugehörig. In der circa 30 km<sup>2</sup> großen Stadt leben derzeit rund 24.200 Einwohner. Ditzingen grenzt im Osten an das Stadtgebiet der Landeshauptstadt Stuttgart. Außerdem befinden sich angrenzend an das Stadtgebiet die Gemeinden Weissach, Eberdingen und Hemmingen sowie die Städte Rutesheim, Leonberg, Gerlingen und Korntal-Münchingen. Die gleichnamige Kreisstadt und Mittelzentrum Ludwigsburg liegt in ca. 20 km nordöstlich von Ditzingen.

Durch die Nahlage zu Stuttgart verfügt Ditzingen über eine verkehrsgünstige Lage. An das überregionale Straßenverkehrsnetz angebunden ist die Stadt über eine Bundesstraße (B 295) sowie über die Autobahnen BAB 81 Stuttgart-Heilbronn (mit direkter Anbindung) und BAB 8 (u.a. Richtung Karlsruhe). Weiterhin verfügt Ditzingen über eine Anbindung an das S-Bahn Netz, über das u.a. das angrenzende Oberzentrum Stuttgart erreicht werden kann. Komplettiert wird die verkehrliche Infrastruktur durch das Angebot an Busverbindungen in die benachbarten Städte und Gemeinden.

Ditzingen steht, ebenso wie seine Nachbarkommunen, in der Metropolregion Stuttgart in enger Verbindung mit dem Oberzentrum Stuttgart durch wirtschaftliche Verflechtungen oder Pendlerströme.

### **4.2 Landesplanerische Einordnung**

---

Im Rahmen der baden-württembergischen Landesplanung ist der Stadt Ditzingen die Funktion eines Unterzentrums zugewiesen. Die angrenzenden Nachbarorte Weissach, Eberdingen, Rutesheim sowie Korntal-Münchingen haben keine zentralörtliche Funktion. Die Städte Gerlingen und Leonberg besitzen eine unterzentrale bzw. mittelzentrale Funktion. Die Landeshauptstadt Stuttgart wurde von der baden-württembergische Landesplanung als Oberzentrum ausgewiesen und ist damit als unmittelbarere Nachbarstadt zu Ditzingen Hauptkonkurrenzstandort aus Einzelhandelsicht.

In Karte 1 sind die geografische Lage Ditzingens, die landesplanerische Einordnung der Kommunen in der Region sowie die verkehrliche Infrastruktur dargestellt.

Karte 1: Lage im Raum



Quelle: eigene Darstellung

### 4.3 Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung

Eine erste einzelhandelsrelevante Einordnung der Stadt Ditzingen geschieht über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau. Ein Vergleich, wie sich die Stadt Ditzingen im Hinblick auf das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau zu seinen Nachbarorten darstellt, wird in Karte 2 gegeben. In Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Kommunen. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 114,36 befindet sich die Stadt Ditzingen deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 100. Im regionalen Vergleich (vgl. Tabelle 3) belegt die Stadt damit einen im Durchschnitt liegenden Wert. Die Region Stuttgart verfügt über eine hohe Kaufkraft, wovon im hohen Maße auch der Einzelhandel profitiert.

**Karte 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008**

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von BBE Retail Experts GmbH Co. KG, Köln, 2008

**Tabelle 3: Sekundärstatistische Einordnung der Stadt Ditzingen**

Kommune	Einwohner	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial <sup>10</sup> in Mio. Euro	Landesplanerische Einordnung
Ditzingen	24.245	114,36	141,3	Unterzentrum
Eberdingen	6.529	117,28	40,0	-
Gerlingen	18.873	125,50	121,5	Unterzentrum
Hemmingen	7.501	115,09	44,2	-
Korntal-Münchingen	18.303	119,70	111,6	-
Leonberg	45.587	119,07	277,3	Mittelzentrum
Ludwigsburg	87.280	106,52	470,8	Mittelzentrum
Rutesheim	10.074	109,71	56,5	-
Stuttgart	593.923	107,40	3235,4	Oberzentrum
Weissach	7.640	115,24	44,9	-

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von BBE Retail Experts GmbH Co. KG, Köln, 2008

<sup>10</sup> Die dargestellten Daten können sich im Einzelnen von denen der von BBE Retail Experts GmbH & Co. KG ausgewiesenen unterscheiden, da sie in Teilen modifiziert wurden und dabei an die Untersuchungsmethodik sowie den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Auf der Basis eines einzelhandelsrelevanten, jährlichen Pro-Kopf-Verbrauches im Stadtgebiet von ca. 5.800 Euro / Kopf ergibt sich für die Stadt Ditzingen in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau **ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 140,0 Mio. Euro** (Stand 2008).

#### 4.4 Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur

Die Stadt Ditzingen setzt sich zusammen aus der Kernstadt Ditzingen und den ehemals selbstständigen und in den 1970er Jahren eingegliederten Gemeinden Heimerdingen, Hirschlanden und Schöckingen. Der Bevölkerungsschwerpunkt liegt mit 55 % aller Einwohner in der Kernstadt Ditzingen. Ein kompakter Siedlungskörper, der Richtung Norden ausdünt, ist ein Charakteristikum der Kernstadt Ditzingens. Geprägt ist der Siedlungskörper weiterhin durch zwei große Gewerbegebiete südlich der B 295.

Die drei im Verhältnis zur Kernstadt Ditzingen deutlich kleineren Stadtteile weisen ebenfalls kompakte Siedlungskörper auf. Während der Stadtteil Hirschlanden in geringer Entfernung zur Kernstadt liegt und deshalb eine deutliche Ausrichtung auf die Kernstadt mit dem hier vorhandenen zentralörtlichen Versorgungskern der Innenstadt aufweist, befindet sich insbesondere der Stadtteil Heimerdingen in deutlich abgesetzter Entfernung.

**Tabelle 4: Einwohner nach Stadtteilen**

Stadtteile	Einwohner
Ditzingen	13.340
Heimerdingen	3.640
Hirschlanden	5.330
Schöckingen	1.940
<b>gesamt</b>	<b>24.250</b>

Quelle: eigene Darstellung, auf Grundlage von Stadt Ditzingen 12/07

Die Stadtteile Heimerdingen, Hirschlanden und Schöckingen besitzen rudimentäre Nahversorgungsstrukturen, die jedoch aufgrund der fehlenden Dichte und Kompaktheit der Einzelhandelsbetriebe nicht als Zentren bezeichnet werden können. Einzig der Siedlungsschwerpunkt Ditzingen weist mit der Innenstadt eine räumliche Konzentration mit Einzelhandel auf, die der Definition eines Zentrums entspricht.



**Karte 3: Siedlungsstruktur der Stadt Ditzingen**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

## 5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

---

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen wird im Folgenden die Einzelhandelsstruktur in Ditzingen unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt. Auf Grundlage der im April 2008 durchgeführten, flächendeckenden Einzelhandelserhebung, der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte und -bereiche sowie der sekundärstatistischen Einordnung der Stadt Ditzingen werden die Angebots- und Nachfrageseite des Ditzinger Einzelhandels analysiert. Dabei wird die Analyse jeweils differenziert für die Gesamtstadt, die einzelnen Stadtteile sowie der räumlichen Angebotsschwerpunkte vorgenommen.

### 5.1 Gesamtstädtische Struktur

---

In Ditzingen stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung im April 2008 gesamtstädtisch folgendes Bild der Einzelhandelssituation dar:

- Insgesamt bestehen **129 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **20.200 m<sup>2</sup>**.
- Der Angebotsschwerpunkt befindet sich mit **80 Betrieben** und einer Gesamtverkaufsfläche von rund **13.600 m<sup>2</sup>** in der Kernstadt Ditzingen.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt etwa **160 m<sup>2</sup>** und liegt damit deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m<sup>2</sup>.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **0,83 m<sup>2</sup>** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich unter dem bundesdeutschen Referenzwert von 1,4 m<sup>2</sup> pro Einwohner. In diesem vergleichsweise geringen Ausstattungsgrad spiegeln sich vermeintliche Versorgungsdefizite des Ditzinger Einzelhandels wieder. Diese gilt es zu identifizieren und näher zu betrachten.
- In Ditzingen bestehen **sechs großflächige Betriebe** mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 7.700 m<sup>2</sup>. Dies entspricht rund 40 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Die Angebotsschwerpunkte dieser Betriebe liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente.
- Die **leerstehende Einzelhandelsverkaufsfläche** beträgt im gesamten Ditzinger Stadtgebiet rund **1.600 m<sup>2</sup>**. Dies entspricht einem prozentualen Anteil von 7 % an der Gesamtverkaufsfläche. Bis zu 10 % leerstehender Verkaufsfläche können in einer Kommune noch als Grenzwert für eine natürliche Fluktuationsrate gelten. Die Ditzinger Innenstadt weist vier der insgesamt zwölf Ladenleerstände auf, die eine Fläche von rund 330 m<sup>2</sup> umfassen, das entspricht einer Leerstandsquote in der Innenstadt von rund 5 %<sup>11</sup>. Der größte Leerstand im

---

<sup>11</sup> 300 m<sup>2</sup> leerstehender Verkaufsfläche (unter Berücksichtigung der Verkaufsflächen ehemaliger Einzelhandelsnutzungen) stehen hier rund 6.800 m<sup>2</sup> genutzter Verkaufsfläche gegenüber, 5 % der innerstädtischen einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche stehen folglich leer.

Stadtgebiet mit ca. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche befindet sich am Ditzinger Weg im Stadtteil Hirschlanden (ehemaliger Lebensmittelanbieter Eurospar).

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Ditzinger Einzelhandels, untergliedert nach verschiedenen Warengruppen, wie folgt dar:

**Tabelle 5: Verkaufsflächenangebot des Ditzinger Einzelhandels nach Warengruppen**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung
		in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>
Nahrungs- und Genussmittel	53	6.980	34,6	0,29
Blumen / Zoo	2	270	1,3	0,01
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	13	1.090	5,4	0,04
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	5	450	2,2	0,02
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	73	8.790	43,6	0,36
Bekleidung / Wäsche	8	1.500	7,4	0,06
Schuhe / Lederwaren	4	580	2,9	0,02
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	6	570	2,8	0,02
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	4	350	1,7	0,01
Sportartikel / Fahrräder / Camping	2	110	0,5	< 0,01
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	24	3.110	15,4	0,13
Wohneinrichtungsbedarf / Teppiche	6	1.120	5,6	0,05
Möbel	4	430	2,1	0,02
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	1	110	0,5	< 0,01
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	1	210	1,0	0,01
Medizinische und orthopädische Artikel	5	210	1,0	0,01
Uhren / Schmuck	3	90	0,4	< 0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	12	6.120	30,3	0,25
Überwiegend langfristiger Bedarf	32	8.280	41,1	0,34
Sonstiges	-	-	-	-
<b>gesamt / Durchschnitt</b>	<b>129</b>	<b>20.170</b>	<b>100,0</b>	<b>0,83</b>

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung, auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Ditzingen, April 2008

Unter rein quantitativen Gesichtspunkten sind zum Bild des Ditzinger Einzelhandels folgende Aspekte festzuhalten:

- Insgesamt 44 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche werden in den **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** in der Stadt Ditzingen vorgehalten. Hierbei tritt - entsprechend des typischen Bildes auch in anderen Kommunen - die Warengruppe **Nah-**

**rungs- und Genussmittel** quantitativ hervor. Sie ist mit rund 7.000 m<sup>2</sup> und einem prozentualen Anteil von rund 35 % in der Ditzinger Einzelhandelslandschaft vertreten. Jedoch liegt die Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit 0,29 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner deutlich unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 0,35 - 0,38 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner. Im Rahmen einer ersten Einschätzung ist die quantitative Versorgungssituation im Bereich Nahrungs- und Genussmittel damit als unzureichend zu bezeichnen, aber darüber hinaus noch in einen räumlichen sowie strukturellen Zusammenhang zu stellen (vgl. dazu Kapitel 5.4). Es wurden zum Erhebungszeitpunkt zwei Supermärkte, vier Lebensmitteldiscounter und eine Vielzahl an Fachgeschäften erhoben. Zum Erhebungszeitpunkt kann die Ditzinger Bevölkerung noch auf das Angebot eines Vollsortimenters (Rewe) zurückgreifen, dessen Standort aber in naher Zukunft aufgegeben werden soll. Erfreulich ist, dass bereits eine Standortsicherung bzw. Sicherung der Nahversorgungsfunktion an diesem Standort durch einen Nachfolger (Vollsortimenter) in die Wege geleitet ist, so dass die Ditzinger Bevölkerung auch in Zukunft auf das Angebot eines Vollsortimenters zurückgreifen kann. In Bezug auf die Betriebstypenmischung im Lebensmitteleinzelhandel zeichnet sich eine Unterrepräsentation des Vollsortiments ab. Dieses wird derzeit lediglich durch den genannten Supermarkt Rewe sowie den kleinen Supermarkt Treff 3000, der aufgrund seiner geringen Größe nicht die Anforderungen an einen modernen, zukunftsfähigen Anbieter erfüllt, angeboten.

- Auf die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufe** entfällt ein Anteil von rund 15 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Hier ragt die innerstädtische Leitbranche **Bekleidung / Wäsche** mit einem Verkaufsflächenangebot von rund 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 7 % an der Gesamtverkaufsfläche besonders hervor. Mit circa 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem prozentualen Anteil von 47 % an der Gesamtverkaufsfläche in der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche ist der Betrieb Kämpf der größte Anbieter dieser Leitbranche. Ein Angebotsdefizit ist hingegen in den übrigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe festzustellen. Insbesondere das Angebot in den Warengruppen Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente und Sportartikel / Fahrräder / Camping ist in Bezug auf den prozentualen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche als auch auf die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung als unterdurchschnittlich zu betrachten (vgl. Tabelle 6).
- Mit rund 8.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa 41 % an der Gesamtverkaufsfläche nehmen die **Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe** hinter den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs einen quantitativ hohen Stellenwert ein. Innerhalb dieser Bedarfsstufe ragen die Warengruppen Wohneinrichtungsbedarf / Teppiche sowie Bau- und Gartenmarktsortimente hervor (rund 1.100 m<sup>2</sup> bzw. 6.100 m<sup>2</sup> VKF). Gemeinsam umfassen sie einen Anteil von 87 % an der Verkaufsfläche innerhalb dieser Bedarfsstufe. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass diese Warengruppen (v.a. Bau- und Gartenmarktsortimente) üblicherweise durch großflächige Betriebe geprägt werden. In Ditzingen gehören die Anbieter Gärtnerei Pöhlmann mit circa 2.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und Brennholzhandlung Th. Leibbrand mit rund 1.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche dazu. In den übrigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe ist wiederum ein Angebotsdefizit festzustellen, welches jedoch aufgrund der zentralörtlichen Einstufung Ditzingens als Unterzentrum nicht auf einen akuten Handlungsbedarf schließen lässt.

Sowohl anhand der sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung als auch anhand der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe kann festgestellt werden, dass das Einzelhandelsangebot für das Unterzentrum Ditzingen Defizite (insb. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel) aufweist. Der Vergleich einzelner einwohnerbezogener Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Städten und Kommunen ähnlicher Struktur bzw. Größenordnung verdeutlicht dies (vgl. Tabelle 6). Zurückzuführen sind die unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattungen insbesondere auf die Wettbewerbssituation im Ditzinger Umland. Das an das Ditzinger Stadtgebiet angrenzende Oberzentrum Stuttgart ist aus Einzelhandelssicht größter Konkurrenzstandort.

**Tabelle 6: Verkaufsflächenausstattung in m<sup>2</sup> pro Einwohner ausgewählter Warengruppen in Ditzingen im Vergleich zu anderen Kommunen mittelzentraler Bedeutung**

	Ditzingen Kreis Ludwigsburg	Quickborn Kreis Pinneberg	Rhede Kreis Borken
Nahrungs- und Genussmittel	0,29	0,46	0,49
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,04	0,07	0,08
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	0,02	0,03	0,02
Bekleidung / Wäsche	0,06	0,06	0,16
Schuhe / Lederwaren	0,02	0,02	0,12
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	0,02	0,04	0,10
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	0,01	0,02	_*
Sportartikel / Fahrräder / Camping	<0,01	0,03	_*
Möbel / Wohneinrichtung	0,07	0,06	0,57
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	<0,01	0,02	0,09
Bau- und Gartenmarktsortimente	0,25	0,25	0,34
gesamt / Durchschnitt	0,83	1,06	1,97

Quelle: eigene Erhebungen in Ditzingen (2008), Quickborn (2006), Rhede (2004)

\* keine Vergleichbarkeit durch abweichende Kategorisierung

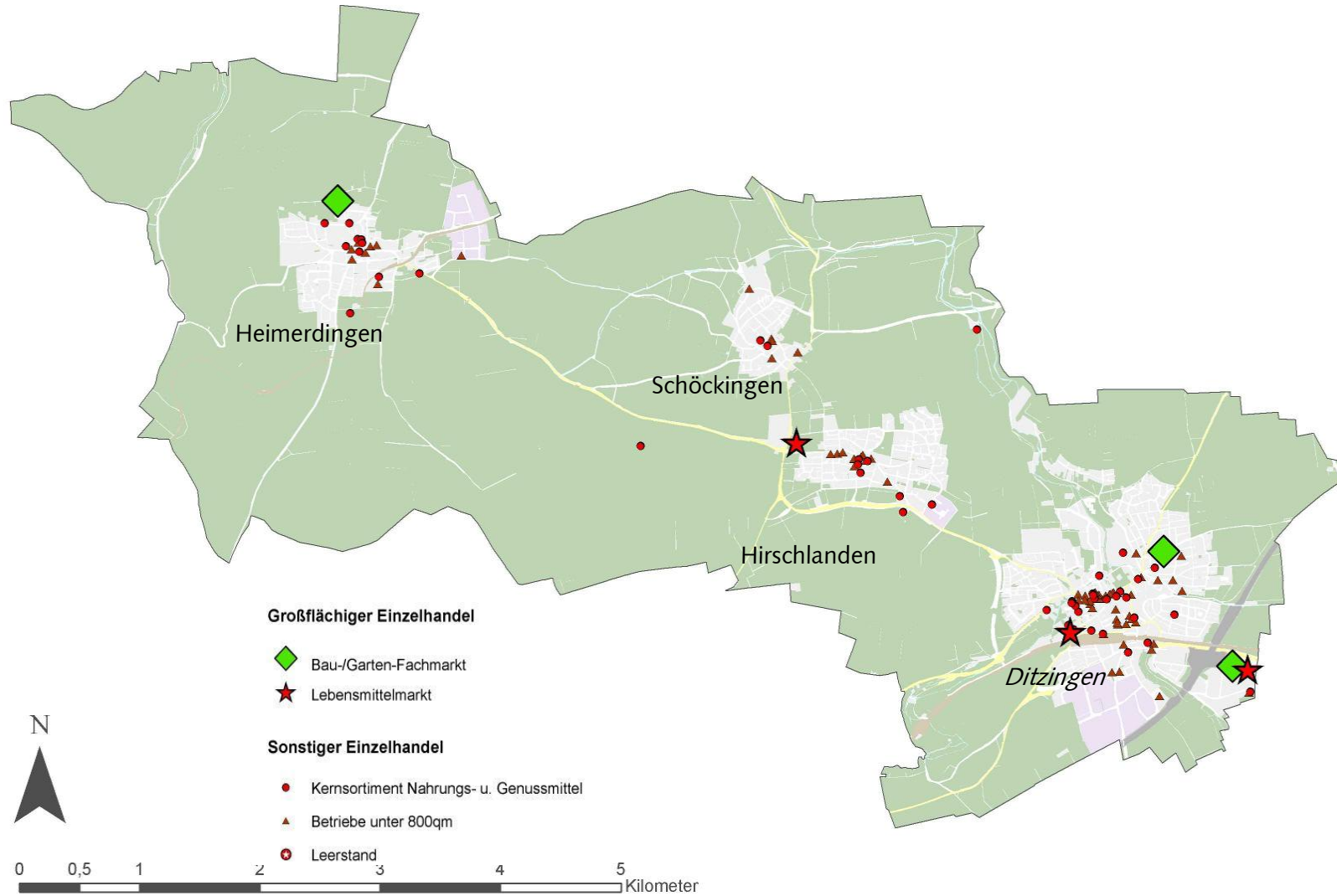
### **Großflächiger Einzelhandel**

Zum Zeitpunkt der Erhebung existieren in Ditzingen **sechs großflächige Einzelhandelsbetriebe**<sup>12</sup> mit einer Verkaufsfläche von rund **7.700 m<sup>2</sup>**. Obwohl diese Betriebe nur 5 % aller Anbieter ausmachen, vereinen sie rund 40 % der Gesamtverkaufsfläche Ditzingens. Die sortimentspezifischen Schwerpunkte liegen in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Nahrungs- und Genussmittel. Größter Betrieb ist die Gärtnerei Pöhlmann in der Ditzinger Kernstadt mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.200 m<sup>2</sup>.

---

<sup>12</sup> Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) Bau NVO ab einer Verkaufsfläche von etwa 800 m<sup>2</sup>; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m<sup>2</sup>. (Vgl. dazu auch: Bundesverwaltungsgericht Leipzig, Pressemitteilung: Entscheidung zum großflächigen Einzelhandel). Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreitet (Urteile vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05)

Karte 4: Räumliche Verteilung der großflächigen sowie sonstigen Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Ditzingen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Insgesamt ist festzuhalten, dass das Einzelhandelsangebot in der Stadt Ditzingen ein Spektrum über alle Warengruppen umfasst, das jedoch in weiten Teilen als defizitär einzustufen ist. Zur weiteren Bewertung dieses quantitativen Angebotes im Hinblick auf stadtentwicklungsrelevante Aspekte und Entwicklungsspielräume sind darüber hinaus vor allem auch qualitative, strukturelle und räumliche Kriterien, wie beispielsweise die Lage der entsprechenden Einzelhandelseinrichtungen in einem Zentrum oder dezentral sowie nachfrageseitige Entwicklungen zu berücksichtigen. Diese werden, ausgerichtet auf den Untersuchungsgegenstand, insbesondere auf Ebene der Stadtteile im nächsten Kapitel näher untersucht.

### **Vergleich der gesamtstädtischen Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2002**

- Die Gesamtverkaufsfläche im Ditzinger Stadtgebiet ist seit 2002 von rund **17.500 m<sup>2</sup> auf rund 20.200 m<sup>2</sup> angestiegen**, was insbesondere auf die Warengruppen Bau- und Gartensortimente zurückzuführen ist. Hier gibt es ein Plus von ca. 170 %. Weiterhin sind z.T. Anstiege von rund 12 - 90 % der Verkaufsflächen in den Warengruppen Schreibwaren / Papier / Bücher, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Sportartikel sowie Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Keramik festzustellen. Verkaufsflächenrückgänge sind hingegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (von rund 7.700 m<sup>2</sup> auf rund 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), Unterhaltungselektronik, Uhren / Schmuck sowie Wohneinrichtungsbedarf zu konstatieren.
- Demnach stieg insgesamt die Pro-Kopf-Ausstattung von **unterdurchschnittlichen 0,73 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche / Einwohner auf immer noch unterdurchschnittliche ca. 0,83 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche / Einwohner**. Zu relativieren ist dieser Anstieg jedoch mit der deutlichen Verkaufsflächenzunahme im Bereich der langfristigen Warengruppen und nicht, wie wünschenswert, in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs allen voran der Lebensmittelbereich.
- Die Anzahl der Betriebe ist von **111** im Jahr 2002 auf **129** zum Erhebungszeitpunkt April 2008 angestiegen.

## **5.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Ditzingen**

---

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels auf das Ditzinger Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In einem ersten Schritt wird dabei die Verteilung des Einzelhandelsangebots auf die einzelnen Stadtteile betrachtet, die anschließend durch die Definition funktional zusammenhängender Bereiche näher spezifiziert wird.



Karte 4 in vorstehendem Unterkapitel gibt einen Überblick über die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Ditzinger Stadtgebiet. Das Einzelhandelsangebot in den Stadtteilen ist unterschiedlich ausgeprägt. Der räumliche Schwerpunkt zeichnet sich – erwartungsgemäß und unverändert im Vergleich zur Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahr 2002 – in der Kernstadt Ditzingen ab.

### 5.2.1 Stadtteilspezifische Betrachtung

Bezogen auf die Kernstadt Ditzingen und die drei Ditzinger Stadtteilen stellt sich die Verteilung der Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen zum Zeitpunkt der Erhebung (April 2008) wie folgt dar:

**Tabelle 7: Verkaufsflächen in m<sup>2</sup> nach Stadtteilen und Bedarfsstufen**

Stadtteil	überwiegend kurzfristiger Bedarf (VKF in m <sup>2</sup> )	überwiegend mittelfristiger Bedarf (VKF in m <sup>2</sup> )	überwiegend langfristiger Bedarf (VKF in m <sup>2</sup> )	Gesamt – VKF in m <sup>2</sup>	in % an gesamtstädt. Verkaufsfläche
Ditzingen	5.440	2.570	5.590	13.600	67
Heimerdingen	1.630	70	2.150	3.850	19
Hirschlanden	1.670	410	400	2.480	12
Schöckingen	50	60	140	250	1
Gesamt	8.790	3.110	8.280	20.170	100

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Ditzingen, April 2008, gerundete Werte

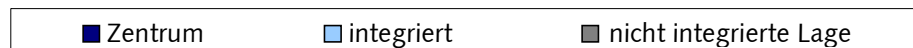
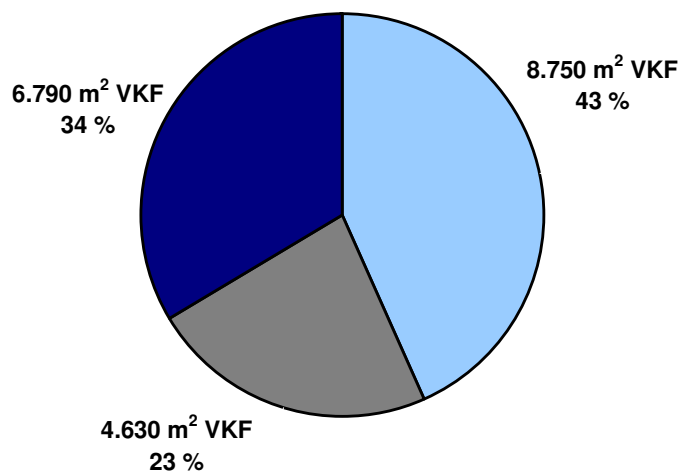
- Der **quantitative Einzelhandelsschwerpunkt** liegt mit **13.600 m<sup>2</sup>** in der **Kernstadt Ditzingen**, hier werden 67 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots vorgehalten (2002 waren es noch rund 77 %).
- Mit 3.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (**19 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche**) ist ein weiterer Einzelhandelsschwerpunkt im **Stadtteil Heimerdingen** vorzufinden. Dieser räumliche Schwerpunkt ist jedoch insofern zu relativieren, als dass er insbesondere auf den hier angesiedelten Fachmarkt Brennholzhandlung Th. Leibbrand zurückzuführen ist, der mit einer Verkaufsfläche von rund 1.900 m<sup>2</sup> einen großen Anteil des Einzelhandelsangebotes in Heimerdingen ausmacht. Weiterhin stellt der Lebensmitteldiscounter Netto einen hohen Verkaufsflächenanteil. Der prozentuale Anteil der Gesamtverkaufsfläche in Heimerdingen lag im Jahr 2002 bei ca. 9 %.
- Der Stadtteil **Hirschlanden** offeriert rund **2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**, vorrangig im Bereich der kurzfristigen Bedarfsstufe. Größter Anbieter in Hirschlanden ist der Lebensmitteldiscounter Netto mit rund 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Nahezu unverändert seit 2002 präsentiert sich die Verkaufsfläche in diesem Stadtteil.
- Der auf die Einwohner bezogene kleinste Stadtteil **Schöckingen** hält nur einen geringen Anteil der Verkaufsfläche Ditzingens vor. Der Anteil der Verkaufsfläche der vorhandenen Spezial- und Fachgeschäfte macht lediglich einen Anteil von 1 % an der Gesamtverkaufsfläche des Einzelhandelsstandortes Ditzingen aus.

Die Verteilung der Verkaufsfläche auf die vier Stadtteile **ist nahezu unverändert gegenüber dem Untersuchungszeitpunkt 2002**. Es hat lediglich eine **kleine Verschiebung zugunsten Heimerdingens** stattgefunden, was auf die Eröffnung des Lebensmitteldiscounters Netto zurückzuführen ist.

## 5.2.2 Angebotssituation nach Lagekategorien

Zum Zeitpunkt der Erhebung (April 2008) stellt sich die Verteilung der Verkaufsfläche nach Warengruppen auf die einzelnen Lagen wie folgt dar:

Abbildung 4: Verkaufsfläche in Ditzingen nach Lagen (in m<sup>2</sup>)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Ditzingen, April 2008, gerundete Werte

- Mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 43 % und 8.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nehmen die **städtebaulich integrierten Lagen** im Ditzinger Stadtgebiet die bedeutendste Rolle ein.
- Ein Verkaufsflächenanteil von rund 34 % (ca. 6.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) entfällt auf zentrale Lagen in der **Ditzinger Innenstadt**.
- Die übrigen 23 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ist den **nicht integrierten Lagen** zuzuordnen.

Ein Indiz für eine **vornehmlich zielgerichtete Einzelhandelssteuerungspraxis** der Stadt Ditzingen ist, dass rund 80 % der Verkaufsfläche in integrierten Lagen offeriert wird (im zentralen Bereich und sonstigen integrierten Lagen). In nicht integrierten Lagen überwiegen solche Warengruppen, die aufgrund der Flächenintensität des Warenangebotes auch an solchen Standorten im Stadtgebiet sinnvollerweise vorzufinden sind (z.B. Bau- und Gartenmarktsortimente). Negativ anzumerken ist in diesem Zusammenhang, dass sich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel rund 24 % des gesamtstädtischen Angebots in nicht integrierter Lage befinden, was auf den Lebensmitteldiscounter Aldi (ca. 880 m<sup>2</sup> VKF) und den Anbieter Saftladen Getränke-Abholmarkt (500 m<sup>2</sup> VKF) zurückzuführen ist.

### 5.3 Räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels

Im Rahmen der Versorgungsstrukturen ist ein räumlich-funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt in der Kernstadt Ditzingen auszumachen. Die Innenstadt Ditzingens ist im Stadtgebiet der einzige Einzelhandelsstandort, der auf Grund der quantitativen wie auch qualitativen Ausstattung als Zentrum bezeichnet werden kann. Der Einzelhandelsbesatz in den drei kleineren Stadtteilen reicht nicht aus, um hier per Definition ein Zentrum abzugrenzen.

Weiterhin existieren im Ditzinger Stadtgebiet zwei Gewerbegebiete (Gewerbegebiet Süd und Ost), die in Teilbereichen durch insbesondere großen und großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel geprägt sind, mit Ausnahme der Anbieter Aldi in der Zeissstraße im Gewerbegebiet Ost sowie Walz Bikersport in der Dornierstraße im Gewerbegebiet Süd. Nachdem es sich jedoch vorwiegend um Einzelstandorte handelt, lässt sich kaum eine räumliche Konzentration / Agglomeration ausmachen, die diesen Bereich als räumliche Verkaufsflächenschwerpunkte herausstellen würde.

#### 5.3.1 Innenstadt Ditzingen

##### Angebotsstruktur

Insgesamt werden in der **Innenstadt** zum Zeitpunkt der Erhebung **ca. 6.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und damit rund 34 % der Gesamtverkaufsfläche** der Stadt vorgehalten. Die Verkaufsfläche verteilt sich auf **54 Einzelhandelsbetriebe**, die einen Anteil von rund 42 % des Gesamtbestandes von Ditzingen ausmachen. Größter Anbieter ist mit ca. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der Supermarkt Rewe in der Leonberger Straße. Insgesamt besteht ein ausgewogener Betriebsformenmix aus Filialisten sowie z.T. hochwertigen inhabergeführten Fachgeschäften. Über alle Warengruppen ist ein gewisses Angebot vorhanden, allerdings gibt es weder eine besonders herauszustellende Tiefen- noch Breitenentwicklung.

Der Angebotsschwerpunkt der Innenstadt Ditzingens liegt in den kurzfristigen Warengruppen (3.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, 56 %). Damit ist das in der Innenstadt vorhandene **Grundversorgungsangebot** positiv zu bewerten, wenn auch der bedeutendste Grund- bzw. Nahversorgungsstandort (Leonberger Straße mit den Anbietern Rewe und Norma) in etwas abgesetzter Lage zum Hauptgeschäftsbereich in der Marktstraße liegt. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit 2.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der Innenstadt vertreten. Neben dem Standortverbund aus Rewe und Norma, der Ende 2009 schließt und durch einen großflächigen Vollsortimenter ersetzt werden soll und dem Anbieter im Kernbereich der Marktstraße Treff 3000 mit ca. 530 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bieten kleinere Lebensmittelanbieter, wie etwa Lebensmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei) und Fachgeschäfte (Tee, Süßwaren) (max. 30 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), sowie diverse andere Betriebe als Randsortiment Waren der Branche Nahrungs- und Genussmittel in der Innenstadt an.

Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufe** werden auf rund **2.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** offeriert. Innerhalb der Bedarfsstufe kommt den Warengruppen Bekleidung / Wäsche und Schuhe / Lederwaren erwartungsgemäß eine besondere quantitative Bedeutung zu. Erfreulicherweise werden rund 73 % bzw. 85 % der gesamten sortimentspezifischen Verkaufsflächen in der Innenstadt angeboten. Größter Anbieter ist das Bekleidungsgeschäft Kämpf mit ca. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Das Warenangebot der **langfristigen Bedarfsstufe** ist in der Ditzinger Innenstadt mit rund 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vertreten. Dabei sind die Warengruppen Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten sowie Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel zu rund 80 % in der Ditzinger Innenstadt zu finden (vgl. Tabelle 8).

Insgesamt zeigt sich ein für ein Unterzentrum übliches Bild: die geringen Verkaufsflächengrößen lassen in den mittel- und langfristigen Warengruppen auf eine eingeschränkte Sortimentsbreite- und tiefe schließen.

Positiv hervorzuheben ist das Grundversorgungsangebot und der verhältnismäßig hohe Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in der Ditzinger Innenstadt. Rund ein Drittel entfällt auf diesen gesamtstädtisch bedeutenden Einkaufsstandort.

**Tabelle 8: Verkaufsflächen in der Innenstadt unter Berücksichtigung der zentralen Lage**

Warengruppe	Verkaufsfläche im zentralen Bereich Innenstadt	Anteil Verkaufsflächen an Gesamtbestand in der WG
	in m <sup>2</sup>	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2.760	39
Blumen / Zoologischer Bedarf	130	49
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	610	56
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	300	67
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.800	43
Bekleidung / Wäsche	1.090	73
Schuhe / Lederwaren	490	85
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	230	40
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	310	87
Sportartikel / Fahrräder / Camping	20	16
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.130	68
Wohneinrichtungsbedarf	290	25
Möbel	-	-
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	90	81
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	170	82
Medizinische und orthopädische Artikel	130	63
Uhren / Schmuck	70	73
Bau- und Gartenmarktsortimente	130	8
Überwiegend langfristiger Bedarf	870	10
Sonstiges	-	-
gesamt / Durchschnitt	6.790	34

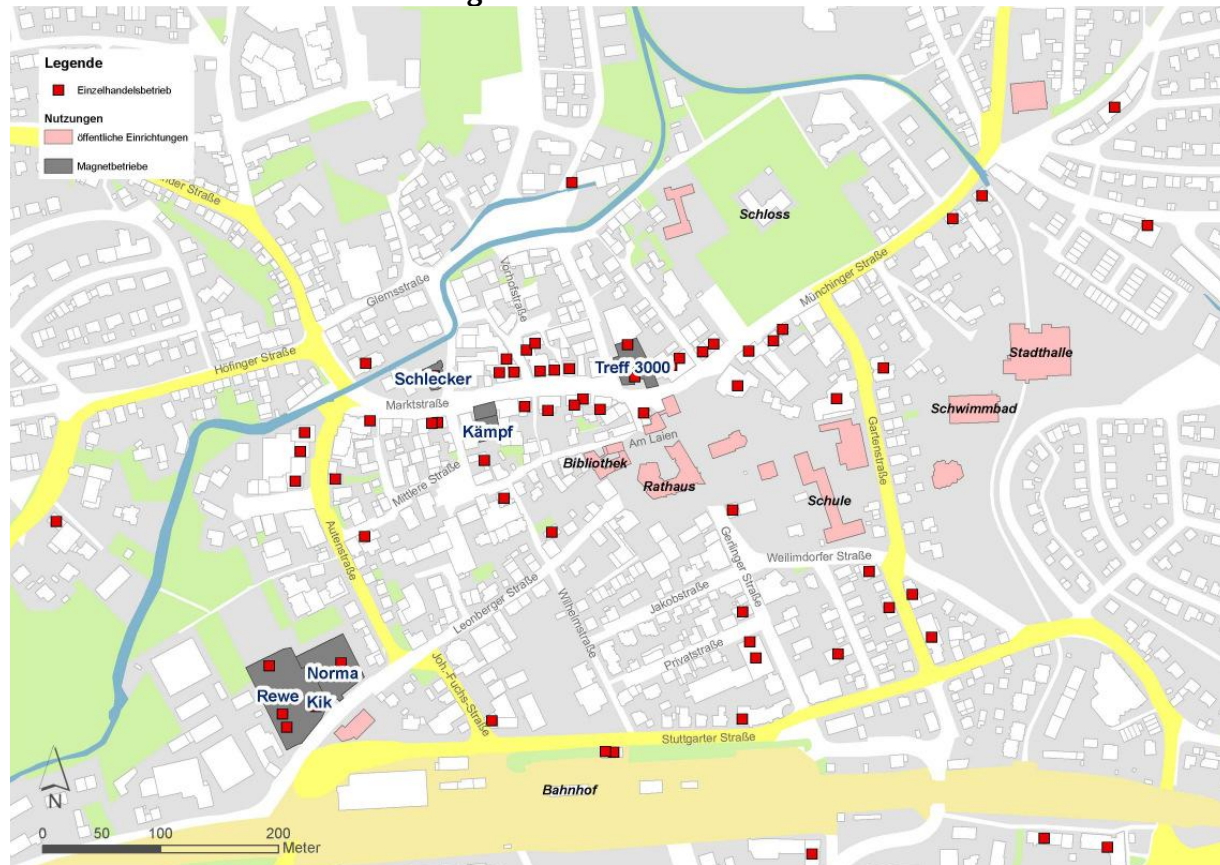
Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Ditzingen, April 2008, gerundete Werte

### Lage, Ausdehnung und Struktur der Innenstadt von Ditzingen

Die Innenstadt von Ditzingen liegt innerhalb der Kernstadt in zentraler Lage. Sie erstreckt sich zwischen der Eisenbahntrasse im Süden und der Glems, die sie im Westen, Norden und Osten umschließt.

Den städtebaulichen Mittelpunkt bildet der Platzbereich Am Laien mit dem neuen Rathausbau und dem historischen Drei-Giebel-Haus, das als Wahrzeichen der Stadt gilt.

**Karte 5: Innenstadt Ditzingen**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

### Innerstädtischer Hauptgeschäftsbereich

Innerhalb der Innenstadt lässt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen erkennen, der Hauptgeschäftsbereich. Dieser Bereich umfasst zumeist nur einen Teil der Innenstadt, der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägt ist. Neben dem Einzelhandel definieren eine Innenstadt Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Arbeiten sowie Freizeit, Kultur und Erholung. Sie stellt insgesamt betrachtet den Mittelpunkt städtischen Lebens dar und ist gesamtstädtisch wichtigster Kristallisations- und Identifikationspunkt der Gesellschaft.

Der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich einer Stadt ist aufgrund seiner gesamtstädtischen und - je nach Zentralitätsstufe - auch regionalen Funktion insbesondere in den Bereichen Einzelhandel und (private und öffentliche) Dienstleistungen in der Hierarchie der Zentren einer Stadt an oberste Stelle zu setzen.

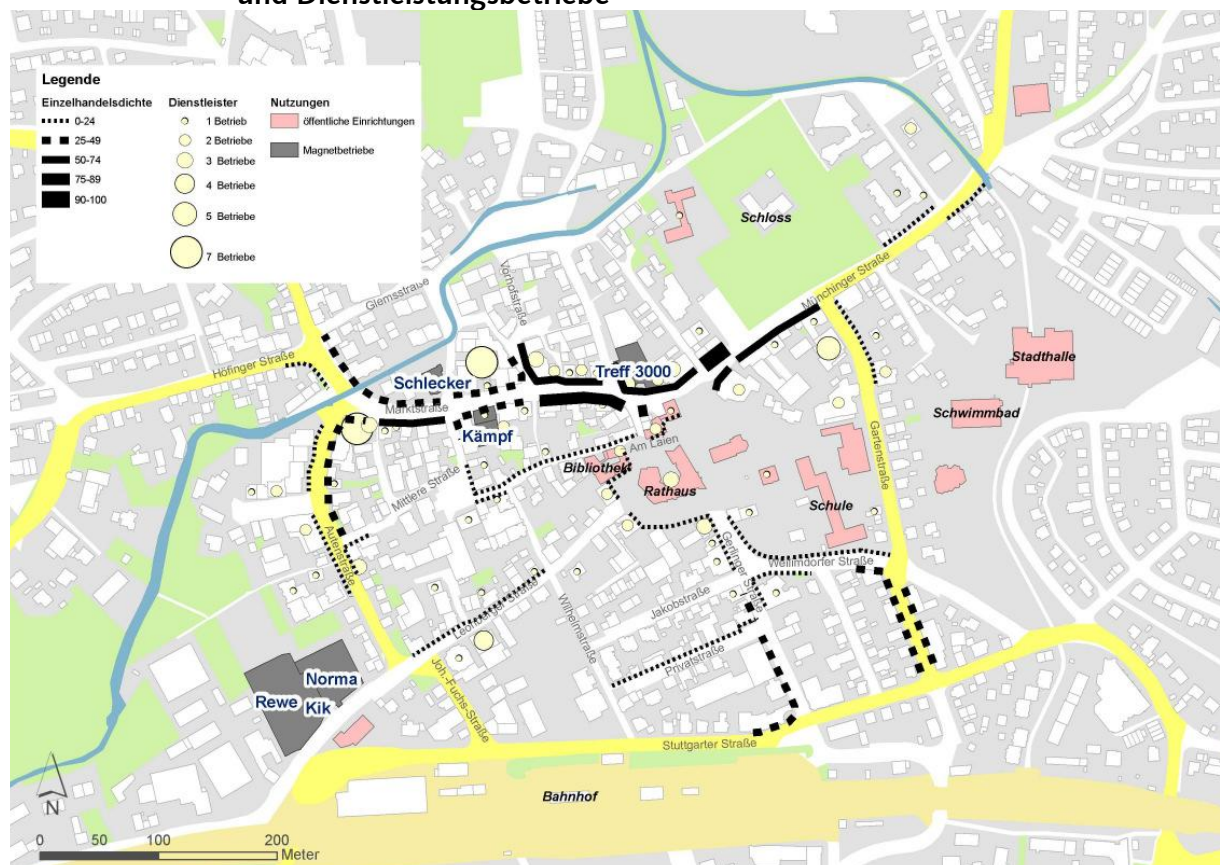
Ein wichtiges Merkmal für die Abgrenzung des Hauptgeschäftsbereich und die Differenzierung in Haupt-, Neben- und Ergänzungs- / Streulagen ist die einzelhandelsgeprägte Nutzungsstruktur. Mit Hilfe einer Analyse der Einzelhandelsdichte in den Geschäftsstraßen kann diese Struktur anschaulich sichtbar gemacht werden. Die Einzelhandelsdichte beschreibt dabei das Verhältnis von Einzelhandelsnutzungen zu anderen Nutzungen wie Dienstleistungen, Wohnen oder auch Leerständen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Bebauung.

Die Möglichkeit zur Differenzierung unterschiedlicher Lagequalitäten des Einzelhandels hängt von der Stadtgröße und dem vorhandenen Einzelhandelsangebot ab. In kleineren Städten mit nur wenig Einzelhandel ist eine Differenzierung nach unterschiedlichen Lagen nicht immer möglich.

Karte 6 stellt die Einzelhandelsdichte in der Innenstadt von Ditzingen dar. Erkennbar ist eine bandartige Einzelhandelsstruktur entlang der Marktstraße mit einem verdichteten Bereich zwischen Autenstraße und Gartenstraße. Abseits dieser Hauptlage liegt nordwestlich des Bahnhofs an der Leonberger Straße ein weiterer Einzelhandelsschwerpunkt. Durch das große Lebensmittelangebot dient er gleichzeitig als wichtiger Nahversorgungsspot für die Innenstadt und die Gesamtstadt. Im übrigen Innenstadtbereich finden sich nur noch vereinzelt Einzelhandelsbetriebe mit wenig Verbindung zueinander. Insgesamt ist die Einzelhandelsstruktur in der Ditzinger Innenstadt mit Ausnahme der Marktstraße diffus und uneindeutig.

Die innerstädtische Anbindung wichtiger Nutzungsbereiche ist zwar weitgehend gegeben, doch derzeit teilweise nicht optimal. So ist der Bahnhof zwar über die Wilhelmstraße fußläufig erreichbar, die Verbindung ist jedoch wenig prägnant. Auch die Anbindung über die Gerlinger Straße ist nicht optimal. Einerseits ist sie vom Bahnhof aus schwer auffindbar und nicht in direkter Wegebeziehung liegend, andererseits versperrt das Rathaus, das mit dem „Rücken“ zum Bahnhof steht, die direkte Zuwegung zum Innenstadtkern und vermittelt eher einen abweisenden Charakter.

**Karte 6: Innerstädtischer Geschäftsbereich von Ditzingen: Einzelhandelsdichten und Dienstleistungsbetriebe**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

### Die Einzelhandelsdichte

Ein wichtiges Kriterium für die Abgrenzung des Geschäftszentrums und die Differenzierung in Haupt-, Neben- und Ergänzungs-/ Streulagen ist die Nutzungsstruktur. Die Darstellung der Einzelhandelsdichten und relevanter Magnetbetriebe ergibt dabei ein anschauliches und vergleichbares Bild des Zentrums und seiner unterschiedlichen Lagen. Die Einzelhandelsdichte beschreibt das Verhältnis von Einzelhandelsnutzungen zu anderen Nutzungen wie Dienstleistungen, Wohnen oder auch Leerständen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Bebauung. Mit diesem Gradmesser lassen sich Unterschiede, Wertigkeiten und Konzentrationspunkte des Einzelhandels einfach und plakativ herausarbeiten.

Die **Hauptlage** (A-Lage) ist die „beste Adresse“ und das Aushängeschild eines Hauptgeschäftsbereichs. Sie zeichnet sich grundsätzlich durch eine hohe Einzelhandelsdichte aus. In Toplagen größerer Städte und in Einkaufszentren beträgt diese meist zwischen 90 und 100 %. Als gut sind auch Werte zwischen 75 und 90 % einzustufen, die in vielen Geschäftszentren mittlerer und größerer Städte vorzufinden sind. Die Zentren vieler kleinerer Städte, Stadtteilzentren oder auch die Randbereiche der Hauptlagen weisen Einzelhandelsdichten von 50 - 75 % auf. Darüber hinaus sind an Hauptlagen hohe Anforderungen an Qualität und Darstellung der Einzelhandelsbetriebe und des öffentlichen Raums zu stellen.

Auch in **Nebenlagen** (B-Lagen) stellt der Einzelhandel in der Regel noch die Leitnutzung dar und steht in deutlichem funktionalen und städtebaulichen Zusammenhang mit der Hauptlage. Gute Nebenlagen weisen Einzelhandelsdichten über 50 % auf und ermöglichen damit noch einen Einkaufsbummel entlang von Geschäftsauslagen. Die Qualität des Einzelhandels und des öffentlichen Raumes lassen meist nach, es gelten diesbezüglich weniger „strenge“ Anforderungen. Vor allem in größeren, teilweise auch in stark touristisch geprägten Geschäftszentren existieren Nebenlagen mit hohen Einzelhandelsdichten und teilweise hochwertigen Spezialanbietern.

**Ergänzungslagen** (C-Lagen) und **Streulagen** werden nicht mehr durch Einzelhandelsnutzungen dominiert; vielfach existiert ein dichter Dienstleistungsbesatz. Dementsprechend liegen die Werte für die Einzelhandelsdichte unter 50 %. Teilweise weisen Streulagen nur noch vereinzelt oder gar keine Einzelhandelsnutzungen mehr auf und sind ausschließlich durch Dienstleistungsanbieter geprägt. Die Qualität der Angebote sowie des öffentlichen Raums lässt in der Regel deutlich nach. Wichtige „Ergänzungslagen“ von Geschäftszentren sind u.a. gastronomisch geprägte Abschnitte oder auch Altstadtbereiche.

Generell gilt es, möglichst hohe Einzelhandelsdichten in einer kompakten Anordnung anzustreben. Insbesondere die Hauptlagen der gewachsenen Geschäftszentren sollten sich dabei an den hohen Werten der Toplagen und Einkaufszentren orientieren.

### Die Hauptlage

Haupt- und derzeit zugleich einzige Geschäftslage bildet die Marktstraße. Sie ist eine in beide Richtungen mit eingeschränktem Tempo befahrbare Durchgangsstraße, an der sich beiderseits der Fahrbahn Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe angesiedelt haben. In den Eingangsbereichen sind straßenbegleitend Stellplätze angeordnet. Im Kernbereich (im Übergang zum Rathausareal) bleibt der öffentliche Raum von straßenbegleitenden Stellplätzen befreit, hier liegt die zentral gelegene Rathautiefgarage.



**Foto 1 und 2: Marktstraße**

Quelle: eigene Aufnahmen (Mai/Juni 2008)

Die Randbebauung besteht weitgehend aus giebelständigen, zwei- bis dreigeschossigen Geschäftshäusern. Zumeist sind nur die Erdgeschosse durch Einzelhandelsnutzungen besetzt, die Obergeschosse werden vermehrt durch Wohnungen oder Dienstleistungen genutzt. Erhaltung und Pflege der Bebauung ist überwiegend in sehr gutem Zustand und wirkt insgesamt freundlich und ordentlich.

Die Außendarstellung der Geschäfte sowie Werbeanlagen an der Gebäudefassade entsprechen zumeist nur Standardanforderungen und wirken im Kontrast des insgesamt hochwertig gestalteten, öffentlichen und privaten Raums wenig qualitativ. In den Randbereichen - insbesondere im westlichen Teilbereich der Marktstraße - nehmen aggressive Werbeanlagen in grellen Farben zu. Ihr Aussehen beeinträchtigt die ansonsten positive Raumwahrnehmung deutlich und vermittelt bisweilen einen minderen Eindruck.

Positiv hervorzuheben ist insbesondere die städtebauliche Gestaltung der Fußwege und Aufenthaltsbereiche der Marktstraße. Die modernisierte öffentliche Raum weist für eine vom Durchgangsverkehr belastete Straße relativ hohe Aufenthaltsqualitäten auf. Sowohl Pflasterung als auch Stadtmobiliar sind funktional und ästhetisch gewählt. In Kombination mit der Begrünung durch Baumpflanzungen und Pflanzkübel entsteht ein freundlich wirkender öffentlicher Raum. Gastronomische Einrichtungen im Übergangsbereich zum Rathaus erhöhen darüber hinaus die Verweildauer und Anziehungskraft der Innenstadt.

Diese positiven Aspekte können jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass das Einzelhandelsangebot insgesamt gering ausfällt. Die bestehenden deutlichen Verkaufsflächenspielräume (vgl. Kapitel 7.1) lassen sich jedoch nur teilweise in der etablierten Geschäftslage „Marktstraße“ unterbringen. Vorzugsweise zu entwickeln und mit Einzelhandel nach zu verdichten ist der westliche Eingangsbereich der Marktstraße.

Neben dem räumliche Kristallisationspunkt mit Verkaufsfläche in der Ditzinger Innenstadt, lassen sich keine weiteren Agglomerationsräume mit Einzelhandel im Stadtgebiet feststellen. Jedoch weisen die beiden großen Gewerbegebiete (Ost und Süd) Teilbereich auf, die heute durch Einzelstandorte geprägt sind.

## 5.4 Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung

Ein besonderer Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, kommt der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung und dabei vorrangig der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln zu. Unter Nahversorgung beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Ergänzt werden diese Warengruppen bzw. Sortimente häufig durch eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote stellen wesentliche Bausteine eines wohnungsnahen Grundversorgungsangebotes dar:

**Tabelle 9: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung**

<b>Mindestausstattung</b>	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch und Wurstwaren Getränke Gesundheit- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
<b>Zusatzausstattung</b>	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Schreibwaren, Papier, Bürobedarf Schnittblumen / Zoologischer Bedarf
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der räumlichen (Erreichbarkeit) und strukturellen (Betriebsformenmix) Aspekte unerlässlich.

Eine **rein quantitative Einordnung** geschieht über die Betrachtung der Ausstattung mit Verkaufsfläche pro Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmitteln (vgl. dazu Tabelle 10).

Gesamtstädtisch ergibt sich für die Stadt Ditzingen auf Basis der ermittelten Verkaufsfläche für die **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Wert von 0,29 m<sup>2</sup> pro Einwohner**. Dieser Wert liegt damit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 0,35 m<sup>2</sup> - 0,38 m<sup>2</sup> pro Einwohner und weist somit in einer ersten Einschätzung - gesamtstädtisch betrachtet - auf eine defizitäre quantitative Versorgung hin. Im weiteren ist dieser Wert aber auch in einen strukturellen und räumlichen Zusammenhang zu stellen.

**Tabelle 10: Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner in Ditzingen**

Stadtteil	Einwohner*	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche Lebensmittel in m <sup>2</sup>	Verkaufsfläche Lebensmittel in m <sup>2</sup> / Einwohner
Ditzingen	13.340	30	4.240	0,32
Heimerdingen	3.640	10	1.390	0,38
Hirschlanden	5.330	11	1.310	0,25
Schöckingen	1.940	2	40	0,02
<b>Gesamt</b>	<b>24.250</b>	<b>53</b>	<b>6.980</b>	<b>0,29</b>

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Ditzingen, April 2008

\* Stadt Ditzingen, Stand 12/07

Bei einer stadtteilspezifischen Betrachtung wird deutlich, dass im Hinblick auf die Verkaufsfächenausstattung in der Branche Nahrungs- und Genussmittel, entsprechend der Stadtteilgrößen bzw. der vorhandenen Mantelbevölkerung, Unterschiede zwischen den Stadtteilen in Ditzingen festzustellen sind. Grundsätzlich bleibt zur Verkaufsfächenausstattung in den Ditzinger Stadtteile festzuhalten:

- Der rechnerische Ausstattungsquotient für die **Kernstadt Ditzingen** in Höhe von **0,32 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner** liegt erwartungsgemäß über dem gesamtstädtischen Wert. Die hier vorhandenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte (ab einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup>) übernehmen eine Versorgungsfunktion für die übrigen Stadtteile, die aufgrund geringer Mantelbevölkerung nur eingeschränkt in der Lage sind eigene Nahversorgungsstrukturen aufzubauen. Als wichtigsten Versorgungsstandort in der Kernstadt Ditzingen ist der Standortverbund aus Lebensmittelvollsortimenter (Rewe) und Lebensmitteldiscounter (Norma) in der Leonberger Straße anzuführen. Die beabsichtigte Schließung des Standortes erfolgt erfreulicherweise erst nachdem ein anderer Investor im Lebensmittelbereich gefunden ist. Notwendig ist hier die Ansiedlung eines Vollsortimenters, da mit Filialschließung des Supermarktes Rewes im gesamten Stadtgebiet keine vergleichbare Auswahl bestehen würde.
- Der Stadtteil **Heimerdingen** weist mit 0,38 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner den höchsten Ausstattungsgrad in der Gesamtstadt auf. Dieser Wert geht fast ausschließlich auf den in siedlungsräumlicher Randlage gelegenen Lebensmitteldiscounter Netto zurück. Auch der Verkaufsfächenausstattungsgrad von **0,25 m<sup>2</sup> pro Einwohner** des Stadtteils **Hirschlanden** ist dem hier ansässigen Lebensmitteldiscounter Netto zuzuschreiben. Im Übrigen bilden hauptsächlich Fachgeschäfte in den jeweiligen städtebaulichen Zentren eine Ergänzung zum Angebot der Lebensmitteldiscounter. Die rein quantitative Betrachtung der Lebensmittelversorgung für diese beiden kleinen Stadtteile ist somit sehr erfreulich.
- Eine unterdurchschnittliche **quantitative Angebotsausstattung** ist im Stadtteil Schöckingen vorzufinden. Die Ausstattungsgrad beläuft sich hier auf 0,02 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner.

Ergänzend zur rein quantitativen Betrachtung wurde eine strukturelle sowie räumliche Bewertung der Einzelhandelsstandorte vorgenommen.

Im Hinblick auf die Bewertung struktureller Aspekte der Grundversorgung werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit einem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel unterschieden, welche jedoch nicht alle im Ditzinger Stadtgebiet vertreten sind:

**Tabelle 11: Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel**

Begriff/ Betriebsform	Erläuterung
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z.B. Aldi, Penny, Lidl. Heutige Marktzutrittsgröße i.d.R. 800-1.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche.
SB-Warenhaus ab 5.000 m <sup>2</sup> VKF	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mind. 5.000 m <sup>2</sup> , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Walmart, Kaufland).
Supermarkt 400-1.499 m <sup>2</sup> VKF	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m <sup>2</sup> , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Übliche Größenordnung: 1.200- 1.500 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche.
Verbrauchermarkt 1.500-4.999 m <sup>2</sup> VKF	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche mind. 1.500 m <sup>2</sup> , Selbstbedienung, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.

Quelle: eigene Zusammenstellung

Darüber hinaus ergänzen eingeschränkt Anbieter, wie Lebensmittel-SB-Läden (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit weniger als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Selbstbedienung), Lebensmittel-SB-Märkte (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit 200 - 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auch Frischwaren sowie integrierte Non-Food-Waren, Selbstbedienung), Fach- und Spezialgeschäfte (z.B. Kaffee-, Tee- oder Süßwarenfachgeschäfte) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Fleischereien) das Grundversorgungsangebot. In Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung, wie in den Stadtteilen Ditzingens, können diese kleinflächigen Betriebe einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten (vor allem in Schöckingen). Sie unterliegen jedoch nicht den bauleitplanerischen Steuerungsmöglichkeiten im Sinne des § 11 (3) BauNVO (großflächiger Einzelhandel).

Der Betriebsformenmix im Bereich Nahrungs- und Genussmittel stellt sich in Ditzingen wenig differenziert dar.

- Unter den strukturprägenden Betriebstypen sind zwar zwei Supermärkte und vier Lebensmitteldiscounter, jedoch ist das Volls Sortiment insbesondere unter Berücksichtigung der Schließung des Rewe nicht ausreichend am Standort vertreten.
- In der Kernstadt Ditzingen befinden sich zwei Supermärkte (Treff 3000 mit ca. 500 m<sup>2</sup> VKF und Rewe mit ca. 1.000 m<sup>2</sup> VKF) und zwei Lebensmitteldiscounter (Norma mit ca. 530 m<sup>2</sup> VKF und Aldi mit 880 m<sup>2</sup> VKF), die derzeit noch für einen ausgewogenen Betriebstypenmix sorgen; ergänzt werden sie durch Lebensmittelfachgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks.

- Ein weiterer Lebensmitteldiscounter ist seit Ende 2008 im Stadtteil Heimerdingen vorzufinden (Lebensmitteldiscounter Netto mit ca. 790 m<sup>2</sup> VKF). Auch in Hirschlanden stellt der Lebensmitteldiscounter Netto die Grundversorgung sicher (rund 800 m<sup>2</sup> VKF). Der Stadtteil Schöckingen besitzt keinen strukturprägenden Lebensmittelanbieter.
- Neben den strukturprägenden Lebensmittelanbietern stellen insbesondere kleine Fachgeschäfte in den Stadtteilen die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung sicher, was insbesondere für die kleinen, der Kernstadt abgerückten Stadtteile, von besonderer Bedeutung ist.

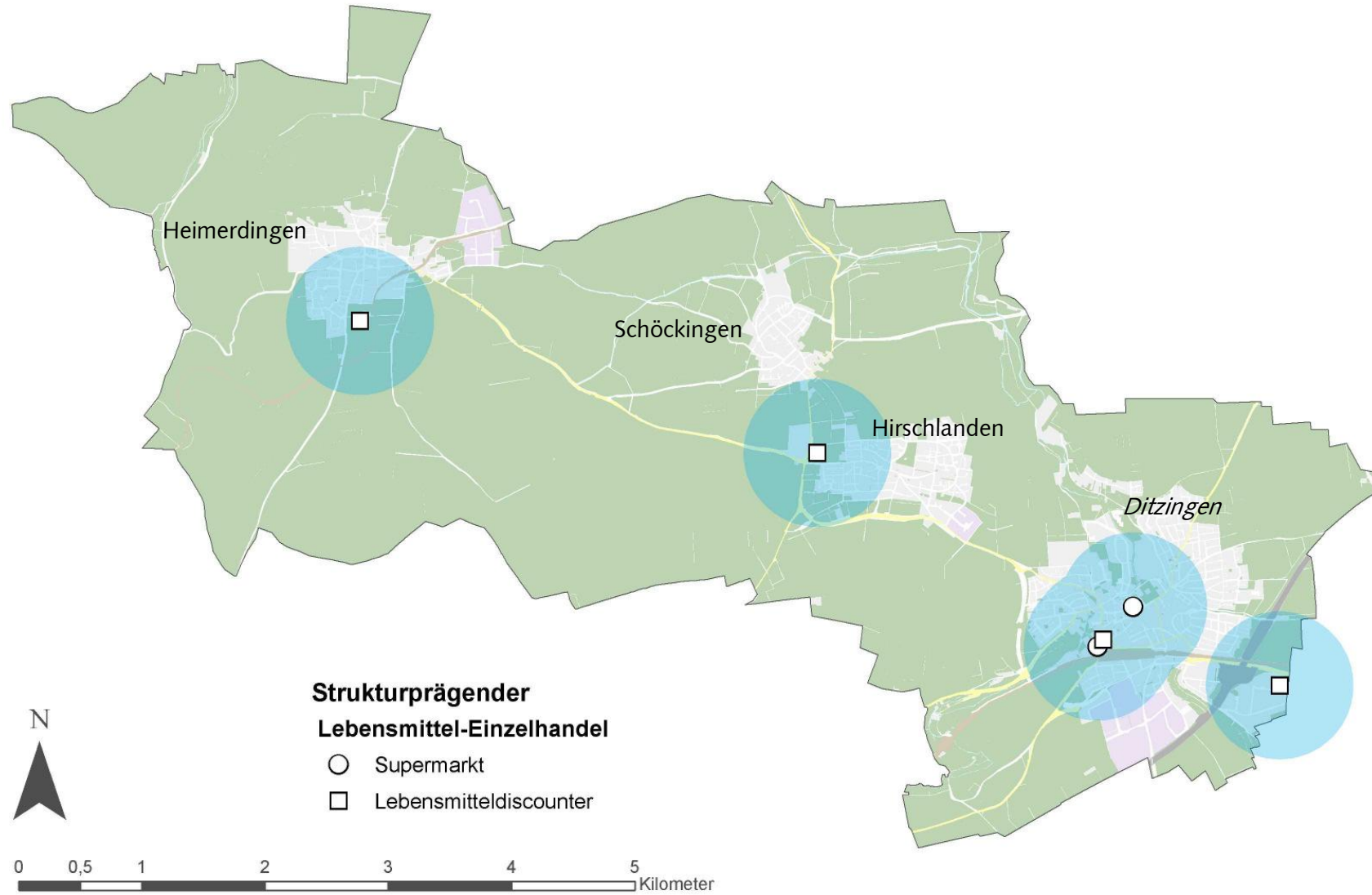
Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistanzen. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten. In der nachfolgenden Karte 7 sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup>) im Ditzinger Stadtgebiet mit einem Luftlinienradius von 600 m dargestellt.

- Im zentralen Siedlungsbereich der Kernstadt Ditzingen lassen sich derzeit Überlappungen der drei Radien feststellen, die auf das räumlich dicht zugeordnete Angebot in der Innenstadt zurückzuführen sind. In den Siedlungsrandbereichen hingegen sind insbesondere im Nordosten **räumliche Nahversorgungslücken** vorzufinden.
- Der Standort des Aldi im Gewerbegebiet Ost hat **für die wohnortnahe Versorgung keine Relevanz**.
- Die strukturprägenden Lebensmittelanbieter in den Stadtteilen Heimerdingen und Hirschlanden befinden sich an solitären Standorten. In **Heimerdingen werden zentrale Siedlungsbereiche von den fußläufigen Radien des Anbieters erfasst**, wohingegen für **Hirschlanden** festzustellen ist, dass aufgrund der siedlungsräumlichen Randlage des Lebensmitteldiscounters Netto **kaum Siedlungsbereiche innerhalb des Radius liegen**. Positiv anzumerken ist jedoch, dass sich der Standort zwischen Hirschlanden und Schöckingen in verkehrsgünstiger Lage befindet und somit für die Bevölkerung beider Stadtteile **wichtige Grundversorgungsfunktion** leistet.

Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. Diese Schwelle ist in den Stadtteilen Heimerdingen und Schöckingen deutlich unterschritten und ist darüber hinaus auch in einen Zusammenhang mit der künftigen Bevölkerungsentwicklung zu stellen.

Dennoch ist auf gesamtstädtischer Ebene festzuhalten, dass das Grund- bzw. Nahversorgungsangebot in Ditzingen durchaus ausgebaut werden sollte, insbesondere im Hinblick auf das Angebot eines Vollsortimenters

**Karte 7: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte (> als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

## 5.5 Fazit der Angebotsanalyse

---

Zusammenfassend lassen sich im Hinblick auf die Ditzinger Einzelhandelsstruktur folgende Aspekte festhalten:

### Gesamtstädtische Ebene

- Auf gesamtstädtischer Ebene verfügt Ditzingen mit rund **20.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** bzw. **0,83 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner** über eine insgesamt unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung.
- Insgesamt 44 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche werden in den **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** vorgehalten. Hierbei tritt - entsprechend des typischen Bildes auch in anderen Kommunen - die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** quantitativ hervor. Sie ist mit rund 7.000 m<sup>2</sup> VKF und einem prozentualen Anteil von rund 35 % in der Ditzinger Einzelhandelslandschaft vertreten. Die einwohnerbezogene Verkaufsfläche im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt mit **0,29 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner** deutlich unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 0,35 - 0,38 m<sup>2</sup>.
- Rund 8.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ein Anteil von etwa 41 % an der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf die Warengruppen der **überwiegend langfristigen Bedarfsstufe**. Innerhalb dieser Bedarfsstufe ragen die Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** sowie **Wohneinrichtung** hervor (rund 6.100 m<sup>2</sup> bzw. 1.100 m<sup>2</sup>). Gemeinsam umfassen sie einen Anteil von 87 % an der Verkaufsfläche innerhalb dieser Bedarfsstufe.
- Auf die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufe** entfällt ein Anteil von 15 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Hier ragt die innerstädtische Leitbranche **Bekleidung / Wäsche** mit einem Verkaufsflächenangebot von rund 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 6 % an der Gesamtverkaufsfläche besonders hervor.
- Die **Verkaufsfläche pro Betrieb** liegt in der Stadt Ditzingen mit durchschnittlich etwa **160 m<sup>2</sup>** weit unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 230 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Betrieb. Insbesondere das kleinteilige Angebot in der Innenstadt und den städtebaulichen Zentren der Stadtteile ist hierfür verantwortlich sowie das verhältnismäßig geringe Angebot an großflächigen Betrieben.
- Die gesamtstädtische **Leerstandsquote** liegt bei **rund 7 %**. Die innerstädtische leerstehende Verkaufsfläche von rund 330 m<sup>2</sup> entspricht ca. 5 % der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt. Bis zu 10 % Leerstandsquote können dabei in Kommunen noch als übliche Fluktuationsrate gelten.

## Räumliche Verteilung des gesamtstädtischen Angebots

- Nahezu **70 % der Verkaufsfläche** der Stadt Ditzingen (ca. 13.600 m<sup>2</sup> von insgesamt ca. 20.200 m<sup>2</sup> VKF) befinden sich in der Kernstadt **Ditzingen**. Die drei kleineren Stadtteile besitzen rein quantitativ betrachtet eine deutlich nachgeordnete Einzelhandelsfunktion.
- Allein in der Kernstadt Ditzingen ist eine Zentrenbildung vorzufinden. Die übrigen Stadtteile weisen unterschiedlich ausgeprägte Nahversorgungsstrukturen und z.T. ergänzende, kleinteilige Angebote auf.
- Nahezu **80 %** des Verkaufsflächenangebotes in Ditzingen ist in **städtebaulich integrierten Lagen** verortet (inkl. der Verkaufsfläche in der Innenstadt) und leistet damit einen Beitrag zur Nahversorgung der Bevölkerung. Auch der größte Anbieter der Stadt Ditzingen, die Gärtnerei Pöhlmann ist in integrierter Lage angesiedelt (2.200 m<sup>2</sup> VKF). Lediglich rund 20 % der Gesamtverkaufsfläche ist demnach in städtebaulich nicht integrierten Lagen zu finden. Ein Großteil dieser Flächen entfällt auf die langfristige Warengruppe Bau- und Gartenmarktsortimente, die auf autokundenorientierte Standorte angewiesen ist. Auch entfällt ein nicht unerheblicher Anteil der Verkaufsflächen in nicht integrierter Lage auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Dies ist besonders im Hinblick auf die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung als negativ zu bewerten.

## Nahversorgungssituation

- Gesamtstädtisch verfügt Ditzingen in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, die als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune dient, mit rd. **7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** bzw. **0,29 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner** über eine unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung.
- Bei der **stadtteilspezifischen** Betrachtung wird deutlich, dass bei der Verkaufsflächenausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln Unterschiede vorherrschen: Während das Angebot im Stadtteil Heimerdingen mit 0,38 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner auf den großflächigen Anbieter Netto zurückzuführen und zufriedenstellend ist, weist die Kernstadt Ditzingen mit ihren hier verorteten vier strukturprägenden Anbietern einen unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausstattungs Wert auf (0,32 m<sup>2</sup> VKF / Einwohner). Die Stadtteile Hirschlanden und Schöckingen besitzen nur rudimentäre Nahversorgungsstrukturen, können jedoch auf das Grundversorgungsangebot des Lebensmitteldiscounters Netto zurückgreifen.

Insgesamt wird die Stadt Ditzingen ihrem durch die Landesplanung zugedachten Versorgungsauftrag für ihre eigene Bevölkerung **rein quantitativ** vor allem im Bezug auf die Grundversorgung **nicht gerecht**. Zurückzuführen ist dies neben einem deutlich unterdurchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenangebot auch auf die Konkurrenzsituation im Umland. Insbesondere die Nahversorgungssituation ist in Zukunft weiter zu stärken und auszubauen.

Zwar ist seit 2002 ein Anstieg der Verkaufsfläche um rund 3.000 m<sup>2</sup> zu konstatieren, jedoch entfällt davon ein Großteil auf die Warengruppen des langfristigen Bedarfs und weniger auf die täglich nachgefragten und idealerweise am Wohnort angebotenen kurzfristigen Warengruppen.



## 6 Nachfragesituation des Ditzinger Einzelhandels

Sowohl für die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind, neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in Ditzingen, speziell auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des bestehenden Ditzinger Einzelhandels ermöglichen.

### 6.1 Nachfragepotential in der Stadt Ditzingen

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten der BBE Retail Experts GmbH Co. KG (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die BBE-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerung und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftpotenzial** in Ditzingen stellt sich wie folgt dar:

**Tabelle 12: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale Ditzingen 2008 in Mio. Euro**

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft
Nahrungs- und Genussmittel	54,7
Blumen / Zoologischer Bedarf	1,9
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	9,0
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	5,7
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>71,3</b>
Bekleidung / Wäsche	13,8
Schuhe / Lederwaren	3,2
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	2,1
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	3,3
Sportartikel / Fahrräder / Camping	2,4
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>24,8</b>
Wohneinrichtungsbedarf	3,3
Möbel	8,5
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	3,8
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	10,6
Medizinische und orthopädische Artikel	2,2
Uhren / Schmuck	1,6
Bau- und Gartenmarktsortimente	14,0
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>44,0</b>
Sonstiges	1,3
<b>gesamt</b>	<b>141,3</b>

Quelle: BBE Retail Experts GmbH Co. KG, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2008

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von rund 140 Mio. Euro** liegt - unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen - das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Ditzingen zu Grunde. Die sogenannte **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der Pro-Kopf-einzelhandelsrelevanten Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt ( $D=100$ ) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Ditzingen** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von etwa 114**, d.h. dass das Kaufkraftniveau der Ditzinger Bevölkerung deutlich über den **Durchschnittswerten** der bundesweit ermittelten Kaufkraftdaten liegt. Insgesamt weist der wirtschaftsstarke Stuttgarter Raum ein hohes Kaufkraftniveau seiner Bevölkerung auf (vgl. hierzu auch Kapitel 4.3).

## **6.2 Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Ditzingen**

---

Als wesentliche Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels kann der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt, sowie die einzelhandelsrelevante Zentralität (Verhältnis zwischen örtlichem einzelhandelsrelevantem Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevantem Kaufkraftpotenzial) herangezogen werden.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d.h. sortimentspezifische Umsätze je  $m^2$  Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelssituation (u.a. Lagen) modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze (vgl. Tabelle 13). Dabei wurden z.T. Aggregationen vorgenommen, um eine Kompatibilität mit den Angaben der BBE, Köln zu erzielen. **Insgesamt setzt der Ditzinger Einzelhandel aktuell rund 63 Mio. Euro um.**

Die Ausstrahlungskraft des Ditzinger Einzelhandels in die Nachbarkommunen wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial. Während Abweichungen über den Basiswert auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können. Die geringsten Flächenproduktivitäten werden typischerweise in den flächenintensiven Branchen der langfristigen Bedarfsstufe wie Möbel, Bau- und Gartenmarkt erzielt.

**Tabelle 13: Sortimentsspezifische Umsätze der Ditzinger Einzelhandelsbetriebe**

Warengruppe	Einzelhandels- relevanter Umsatz in Mio. Euro	Einzelhandels- relevante Kaufkraft in Mio. Euro	Einzelhandels- relevante Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	34,5	54,7	0,63
Blumen / Zoologischer Bedarf	0,4	1,9	0,21
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	4,4	9,0	0,49
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	1,9	5,7	0,33
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	41,2	71,3	0,58
Bekleidung / Wäsche	4,7	13,8	0,34
Schuhe / Lederwaren	2,1	3,2	0,66
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	1,7	2,1	0,79
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1,1	3,3	0,34
Sportartikel / Fahrräder / Camping	0,3	2,4	0,13
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	10,0	24,8	0,40
Wohneinrichtungsbedarf	1,6	3,3	0,47
Möbel	0,6	8,5	0,07
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	0,3	3,8	0,08
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	1,5	10,6	0,14
Medizinische und orthopädische Artikel	1,2	2,2	0,53
Uhren / Schmuck	0,6	1,6	0,37
Bau- und Gartenmarktsortimente	5,8	14,0	0,41
Überwiegend langfristiger Bedarf	11,5	44,0	0,26
Sonstiges	-	1,3	-
<b>gesamt / Durchschnitt</b>	<b>62,6</b>	<b>141,3</b>	<b>0,44</b>

Quelle: eigene Erhebungen sowie Berechnungen auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Ditzingen, April 2008; gerundete Werte

Den weitaus größten Einzelanteil am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen nimmt die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** ein, die mit rd. 35 Mio. Euro die Hälfte des gesamten Einzelhandelsumsatzes in Ditzingen umfasst. Alle übrigen Warengruppen weisen z. T. deutlich niedrigere Umsätze auf. Mit einem Anteil von rund 10 % am Gesamtumsatz ist die Warengruppe Bau- und Gartenmarktsortimente die zweitbedeutendste Sortimentsgruppe in Ditzingen.

- Stellt man den ermittelten Umsatz (ca. 63 Mio. Euro) dem auf Grundlage der BBE-Kennziffern ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial gegenüber (rund 140 Mio. Euro) ergibt sich daraus die **Zentralität von 0,44** über alle Warengruppen, d.h. per Saldo fließen 56 % Kaufkraft in andere Kommunen ab. Der Ditzinger Einzelhandel kann demnach die vorhandene Kaufkraft nur in geringem Maße binden, was auf Strukturschwächen in der Ditzinger Einzelhandelslandschaft hinweist.
- Die Zentralitätskennziffern erreichen in den Warengruppen der **kurzfristigen Bedarfsdeckung** im Vergleich zu den anderen Bedarfsstufen den höchsten Wert (vgl. Tabelle 13). Allerdings deutet der Zentralitätswert von 0,58 auf starke Kaufkraftabflüsse hin, welche die unterdurchschnittliche Aufstellung des Ditzinger Einzelhandels in Bezug auf die Grundversorgung belegt.
- Auch über die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsdeckung** finden z.T. hohe Kaufkraftabflüsse ins Umland statt. Mit Ausnahme der Warengruppen Schuhe / Lederwaren (0,66) sowie Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel, die mit 0,79 die höchsten Zentralitätskennziffern aufweisen, deuten die unterdurchschnittlichen Kennziffern in den Warengruppe Sportartikel / Fahrräder / Camping (0,13) oder Bekleidung (0,34) auf erhöhten Handlungsbedarf für eine Angebotsausweitung des Einzelhandels hin.
- Im Bereich der Warengruppen der **langfristigen Bedarfsdeckung** kann der Ditzinger Einzelhandel die geringste lokal vorhandene Kaufkraft binden (0,26). In dieser Bedarfsstufe weisen die z.T. sehr niedrigen Zentralitätswerte auf das „Nicht-Vorhandensein“ eines regional bedeutsamen Anbieters etwa im Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente oder Möbel hin. Diese Tatsache ist für ein Unterzentrum jedoch nicht als Defizit anzumerken sondern zeichnet ein übliches Bild. Die Ditzinger Bevölkerung greift bei diesen Warengruppen auf das in reichem Maße im Umland vorhandene Angebot zurück.

Während die z.T. hohen modelltheoretisch skizzierten Kaufkraftabflüsse in den mittel- und langfristigen Warengruppen für ein Unterzentrum in dieser räumlichen Nahlage zu Konkurrenzcentren kein ungewöhnliches Bild ergeben und hier nicht zwangsläufig von einer behandlungsbedürftigen Unterversorgung der Ditzinger Bevölkerung gesprochen werden kann, ist der Kaufkraftabfluss in den kurzfristigen Warengruppen allen voran der Lebensmittelbereich gravierend und alarmierend. Hier könnte durch eine entsprechende Ausweitung des Angebots bzw. einer Verbesserung der Angebotsstruktur deutlich mehr Kaufkraft am Ort gebunden werden. Für die Zukunft gilt es, diesen Rückstand in der Einzelhandelslandschaft Ditzingens aufzuholen.

### 6.3 Fazit der Nachfrageanalyse

---

Zusammenfassend lassen sich bezüglich der nachfrageseitigen Analyse der Stadt Ditzingen folgende Aspekte festhalten:

- In Ditzingen leben im Jahr 2008 rd. 24.200 Einwohner mit einem **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial** von rd. **140 Mio. Euro**.
- Von diesem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial können **rund 63 Mio. Euro gebunden werden**, d.h. dass über die Hälfte der vorhandenen **Kaufkraft in umliegenden Kommunen abfließt**. Die größten Umsatzanteile entfallen auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Bau- und Gartenmarktsortimente.
- Alarmierend zeigen sich die niedrigen Zentralitätswerte insbesondere für die kurzfristigen Warengruppen.
- Die bedeutendsten Konkurrenzstandorte aus Ditzinger Sicht sind die angrenzende Landeshauptstadt Stuttgart und das angrenzende Mittelzentrum Leonberg.

**Nahezu unverändert gegenüber 2002** präsentieren sich die nachfrageseitigen Daten: das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial lag damals bei rund **144 Mio. Euro**, die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer betrug **111,2**. Der ermittelte Umsatz lag über alle Warengruppen bei rund **67 Mio. Euro**. Der Zentralitätswert von damals **0,46** konnte seither demnach nicht verbessert werden, d.h. dem Ditzinger Einzelhandel ist es über die Jahre nicht gelungen, die potenziell in der Bevölkerung vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft stärker zu binden. Dieses Ziel der Rückgewinnung von Kaufkraft insbesondere in Bezug auf die kurzfristigen Warengruppen gilt es also auch weiterhin für die Stadt Ditzingen verstärkt zu verfolgen.

## 7 Entwicklungsspielräume und Steuerungsmodelle der Ditzinger Zentren- und Einzelhandelsentwicklung

---

Nicht nur für den Einzelhandel, der seit Jahren einem anhaltenden Wandel hinsichtlich der Standortentwicklung, Betriebs- und Vertriebstypen unterliegt, ist eine neutrale Abschätzung mittelfristiger Entwicklungsperspektiven von Bedeutung. Auch für die Stadt Ditzingen als Träger der kommunalen Planungshoheit besitzen entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen bei der Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen eine Relevanz.

### 7.1 Ökonomische Rahmenbedingungen

---

Die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume dient grundsätzlich der Orientierung des bis zum Zeitraum 2020 voraussichtlich zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfs in Ditzingen. In die Ermittlung fließen eine Reihe von Faktoren ein, für die entweder Prognosen herangezogen oder Annahmen getroffen werden. Insbesondere werden folgende **Kriterien** zugrunde gelegt:

#### ■ **Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation**

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse für die Stadt Ditzingen angestellt (vgl. dazu Kapitel 5 und 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein.

#### ■ **Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten**

Die Entwicklung der Flächenproduktivität<sup>13</sup> wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Der nominale Umsatz im bestehenden Ditzinger Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklung einzelhandelsrelevanter Kennwerte und unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten gering ansteigen.

#### ■ **Bevölkerungsentwicklung in Ditzingen bis 2020**

Laut Vorausberechnungen der Stadt Ditzingen ist bis zum Jahr 2020 mit einem marginalen Bevölkerungsanstieg von + 0,7 %<sup>14</sup> auszugehen.

---

<sup>13</sup> Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

<sup>14</sup> Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Daten aus dem Regionalplan für die Region Stuttgart – Entwurf vom 27.02.2008

### ■ Branchenbezogene Entwicklung der Einzelhandelsausgaben

Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben bis 2020:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage bis 2020 ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen vom privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

**Tabelle 14: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen**

Warengruppe	Ausgabenanteile	
Nahrungs- und Genussmittel	→	
Gesundheit und Körperpflege	↗	
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	→	
Bekleidung / Wäsche	↘	
Schuhe / Lederwaren	↘	
GPK / Geschenkartikel	→	
Spielwaren / Hobby / Musikinstrumente	→	
Sport und Freizeit	→	
Wohneinrichtung / Möbel	→	
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	→	
Foto / Optik	↗	Erläuterung Ausgabenanteile sind bezogen auf den Prognosehorizont 2020 einzustufen als tenden- ziell
Unterhaltungselektronik, Informationstechnik, Telekommunikation	↗	
Uhren / Schmuck	↘	
Bau- und Gartenmarktsortimente	↘	
gesamt	→	

↗ steigend  
→ stagnierend  
↘ sinkend

Quelle: EHI: Einzelhandel Aktuell 2005-2008, KPMG-Studie 2005

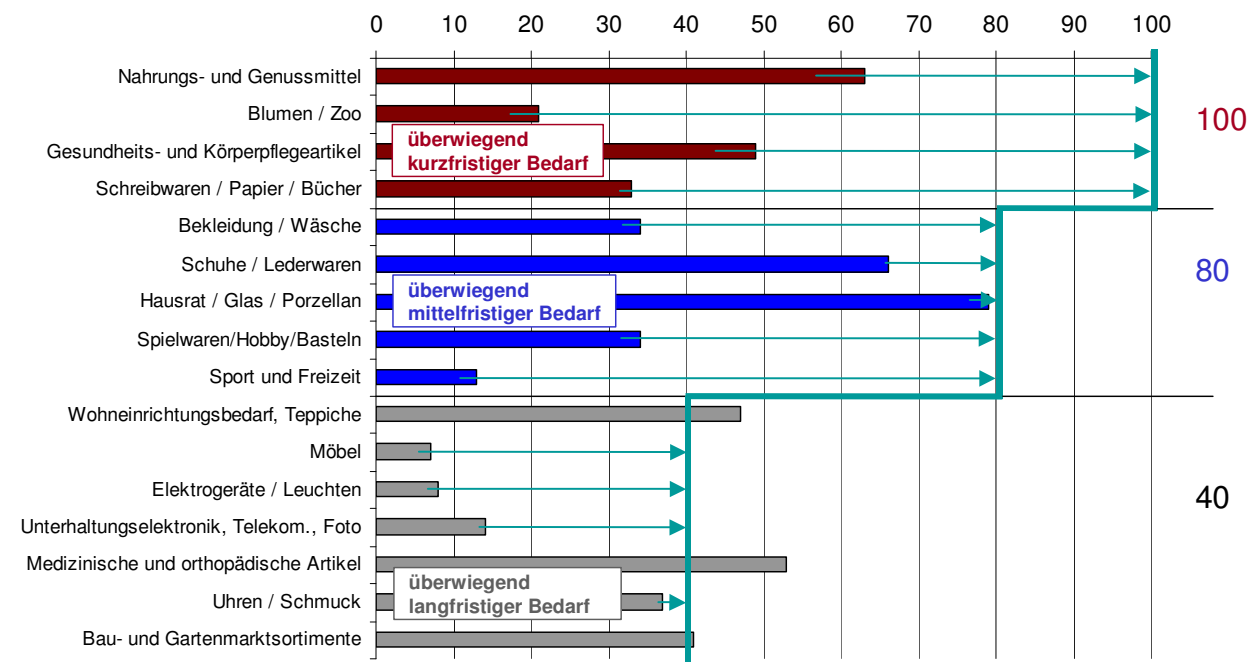
Es zeigt sich, dass in den Warengruppen Gesundheits- und Körperpflege, Unterhaltungselektronik sowie Foto / Optik (besonders Digitalfotografie) weitere Wachstumsimpulse zu erwarten sind. Die Ausgabenanteile und somit das warengruppenspezifische Kaufkraftvolumen werden zwischen 2 % und 4 % bis 2020 steigen. In den übrigen Warengruppen wird das zur Verfügung stehende reale Kaufkraftvolumen stagnieren bzw. sinken.

### Zielzentralitäten für das Jahr 2020

- In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der Grundversorgung eine Zielzentralität von 100 (ausgewogenes Verhältnis von erzieltm Einzelhandelsumsatz zu lokal vorhandener einzelhandelsrelevanter Kaufkraft) angenommen. Es zeigt sich, dass aufgrund der unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung dieser Bedarfsstufe über alle vier Warengruppen deutlicher Verkaufsflächenspielraum. Eine Steigerung der Zentralitätswerte ist hier auch vor dem Hintergrund der Kurzfristigkeit der Warengruppen, die in der Regel bei entsprechendem Angebot wohnortnah eingekauft werden, ist möglich und realistisch.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich wird entsprechend der grundzentralen Funktion von Ditzingen eine Zielzentralität von 80 angenommen. Hierbei ergeben sich insbesondere in den Warengruppen Sport und Freizeit, Bekleidung sowie Spielwaren z.T. erheblicher Spielraum für eine Verkaufsflächenausweitung.
- Für die Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe wird eine Zielzentralität von 40 zu Grunde gelegt, die den Anforderungen der Versorgungsfunktion eines Grundzentrums entspräche. Auch hier zeigt sich in drei Warengruppen (Möbel, Elektrogeräte / Leuchten sowie Unterhaltungselektronik) nachfrageseitig bestimmtes Verkaufsflächenpotenzial.

Insgesamt ist aufgrund der z.T. deutlich ausgeprägten Diskrepanz zwischen Ausgangs- und Zielzentralitäten aus rein quantitativer Sicht ein zusätzlicher Entwicklungsbedarf über nahezu alle Warengruppen ablesbar. Insbesondere trifft dies jedoch auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zu.

**Abbildung 5: Aktuelle und Ziel-Zentralitäten für den Ditzinger Einzelhandel**



Quelle: eigene Berechnungen



Die insgesamt deutlich ausgeprägten quantitativen Entwicklungsspielräume bedeuten für die Stadt Ditzingen nicht, dass wahllos neue Einzelhandelsstandorte eröffnet werden sollen, nur um den vermeintlich quantitativ vorhandenen Nachholbedarf möglichst rasch zu decken. Vielmehr kommt es zukünftig für den Einzelhandelsstandort Ditzingen darauf an, dass es bei potenziellen Ansiedlungsvorhaben insbesondere auf folgende Aspekte achtet:

- Städtebaulich sinnvoller Standort
- Größe des Vorhabens und Betriebstyp
- Ergänzungsfunktion / Synergien zu bestehenden Anbietern

Es ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass durch die in Abbildung 5 mit Pfeilen dargestellten quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten, lediglich ein „Orientierungscharakter“ dargestellt ist. Erst durch die **Abwägung der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit der jeweiligen Veranschlagung der potenziellen Verkaufsfläche eines konkreten Planvorhabens** nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

kann die **absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit** eines Vorhabens abgeschätzt werden.

Vor allem sind einer „zügellosen“ **Ausweitung von Verkaufsflächen** Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu **Funktionsverlusten** von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten können zur **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch der Innenstadt, führen. Die Tatsache, dass dies zu Lasten weniger geeigneter Standorte geschieht, wird dabei in Kauf genommen. Jedoch muss in diese Überlegung auch einfließen, dass eine deutliche Überdimensionierung der Einzelhandelsentwicklung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sowohl zu einer zusätzlichen Gefährdung der wohnungsnahen Grundversorgung als auch zu Funktionsverlusten innerhalb des Zentrums führen kann. Zukünftige Entwicklungen müssen somit generell mit Blick auf die **Ziele** des Ditzinger Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kapitel 8) abgewogen werden. Für bisher nicht vertretene Spezialanbieter oder neuartige Anbieter können sich darüber hinaus auch dann Entwicklungsspielräume abzeichnen, wenn das übergeordnete Hauptsortiment bereits umfangreich vertreten ist und an sich kein zusätzlicher Verkaufsflächenspielraum besteht.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass neben dem Ziel des quantitativen Ausbaus auch die **Sicherung und Verbesserung der räumlich strukturellen Angebotssituation** verfolgt werden sollte. Trotz des Verkaufsflächenspielraums sollten zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden, zusätzliche zentrenrelevante Sortimente sollten generell nur im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.

## **7.2 Entwicklungsperspektiven und -strategien**

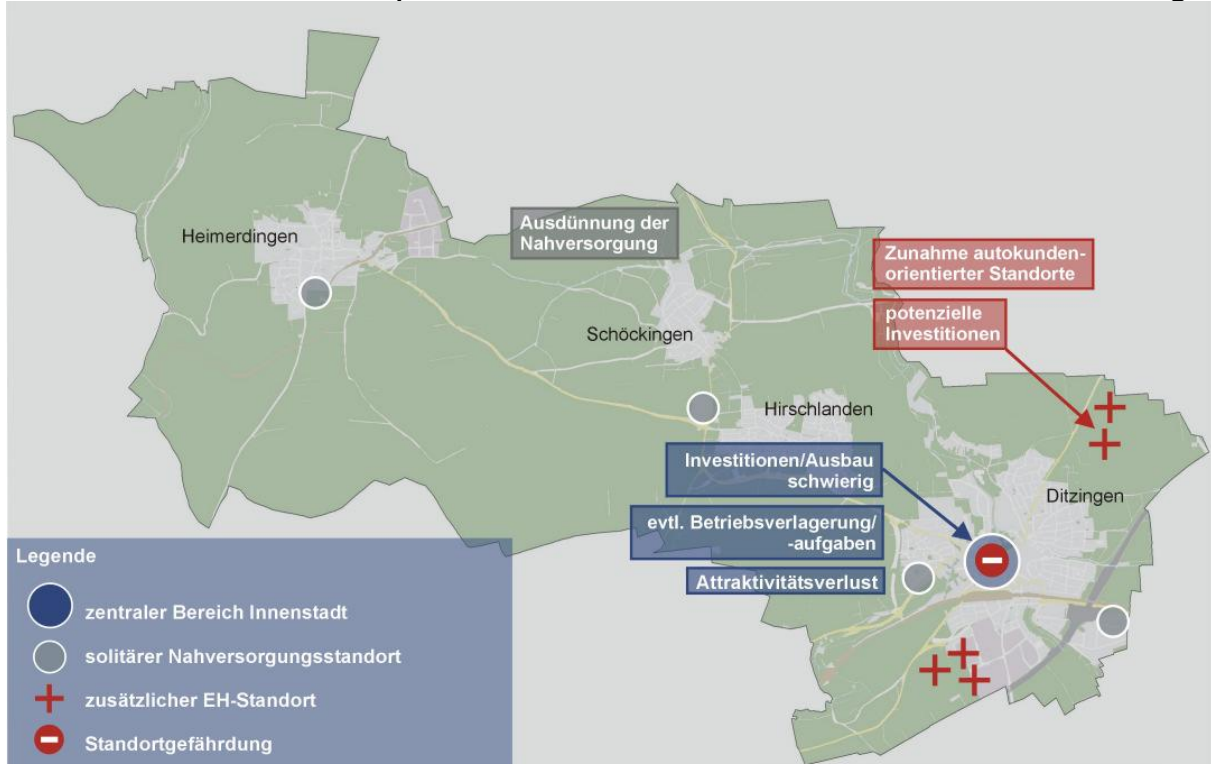
---

Welche Entwicklung die Stadt Ditzingen in Bezug auf die zukünftige Stadt- und Einzelhandelsentwicklung nehmen wird, hängt – neben den politisch motivierten Stadtentwicklungsvorstellungen – von dem „Schärfegrad“ der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab. Die folgenden Szenarien zeigen die Bandbreite der möglichen Entwicklungsoptionen mit Blick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung auf. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass die Szenarien bewusst überzeichnete Denkmodelle darstellen, die auf Grund hypothetischer Annahmen zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung mögliche Entwicklungsperspektiven darstellen. Gleichwohl finden sich einzelne Teilaspekte in gleicher oder ähnlicher Form sehr häufig in der Realität.

### **Szenario I: „Freies Spiel der Kräfte“**

Die Entwicklung der Einzelhandelsansiedlungen ist in diesem Szenario gekennzeichnet durch geringe Steuerungsaktivitäten. Statt einer Ausrichtung weiterer Einzelhandelsentwicklungen auf die Ditzinger Innenstadt bzw. auf städtebaulich sinnvolle Standorte zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung wird vorrangig dem Ansiedlungsdruck auf nicht integrierte bzw. teilintegrierte Lagen stattgegeben (z. B. Standorte in Gewerbegebieten). Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben finden ohne eine ordnende Steuerung statt. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet das schließlich, dass zahlreiche neue Einzelhandelsstandorte i. d. R. außerhalb der Zentrenstruktur liegend realisiert werden.

Karte 8: Szenario I „Freies Spiel der Kräfte“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Negative städtebauliche Auswirkungen auf die Ditzinger Innenstadt und die Versorgungsstrukturen, die sich in Ditzingen ohnehin verbesserungswürdig zeigen, durch Neuansiedlungen insbesondere mit zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb des Zentrums (z.B. an den Ein- und Ausfallstraßen, wie der Calwer Straße oder der Münchinger Straße in nicht integrierten Lagen sowie in den Gewerbegebieten „Ditzingen Süd“ oder „Ditzingen Ost“) wären in diesem Szenario wahrscheinlich. Es kommt eventuell zu Betriebsverlagerungen und –aufgaben, gleichzeitig ist eine Standortattraktivität der Innenstadt für Investoren nicht länger gegeben, neue Ansiedlungen und damit ein Attraktivitätsgewinn werden so verhindert. Auch würde die bestehende wohnortnahe Grundversorgung, die sich derzeit sowohl räumlich als auch strukturell nicht optimal in Ditzingen präsentiert, gefährdet, da der Verdrängungswettbewerb deutlich zunehmen würde. Betriebsaufgaben wären die Folge und nicht zuletzt auch die Problematik der Folgenutzung an verlassenen Standorten. Die Akteure aus Politik und Verwaltung würden sich in diesem Szenario von bestehenden Planungskonzeptionen abwenden. Statt zu agieren, würden Politik und Stadtplanung lediglich auf Impulse von Außen reagieren. Auf der rechtlichen Seite bleibt festzuhalten, dass die Stadt ihre Planungshoheit zu großen Teilen aufgäbe. Es ist zudem nicht auszuschließen, dass es auch zu regionalen Klagen aufgrund negativer städtebaulicher Auswirkungen auf die Nachbarkommunen kommen könnte.

## Bewertung

Dadurch, dass Politik und Verwaltung ihre Planungsvorhaben aufgeben, würden sie zum „Investorenspielball“. Grundsätzlich wäre nur eine geringe bzw. einseitige Akzeptanz dieses Szenarios zu erwarten. Planungs-, Investitions- und Rechtsicherheit gingen verloren. Gewachsene städtebauliche Strukturen könnten nicht beibehalten werden, geschweige denn Nahversorgungsstrukturen gezielt optimiert und ausgebaut werden. Die Folge wäre eine Verunsicherung aller Akteure, da die Politik der Stadt Ditzingen kein verlässlicher Partner mehr für „alte“ und „neue“ Investoren wäre.

## Szenario II: „Restriktion“

Die Einzelhandelsentwicklung im Rahmen dieses Szenarios ist durch eine sehr restriktive Steuerungspraxis charakterisiert, die – entgegen der vorhandenen Verkaufsflächenpotenziale – den Fokus auf die „Bewahrung“ der vorhandenen Strukturen setzt. Weitere Einzelhandelsansiedlungen (insbesondere außerhalb des Zentrums) werden nicht ermöglicht und nicht integrierte Lagen auf den Status Quo festgeschrieben. Auch räumlich oder funktional sinnvolle bzw. notwendige Ergänzungen der Einzelhandelsstrukturen, die sich aus der Analyse für Ditzingen in einigen Warengruppen zeigen, sind somit nicht durchzusetzen.

Karte 9: Szenario II „Restriktion“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Die Folgen dieses Szenarios wären unter anderem Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsattraktivität. Der Einzelhandelsstandort Ditzingen würde wirtschaftlich uninteressant für auf Standortsuche befindliche potenzielle Investoren. Die Innenstadt würde geschwächt und die Entwicklung zusätzlicher Standorte zur Verbesserung der Grundversorgungssituation würde verhindert. Andere Standorte und Nachbarkommunen würden dagegen an Attraktivität gewinnen, was zu einer Erhöhung der Kaufkraftverluste führen würde, die ohnehin schon überdurchschnittlich hoch sind.

Die skizzierte „Käseglockenpolitik“ würde somit einen starken Eingriff ins Marktgeschehen darstellen und notwendige Impulse für eine zeitgemäße und nachfragegerechte Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in Ditzingen verhindern. Die Akteure aus Politik und Verwaltung behielten zwar ihre aktive Rolle, die resultierende Planungssicherheit wäre allerdings durch einen Stillstand gekennzeichnet. Auf der rechtlichen Seite würden die umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten vollständig ausgeschöpft. Anfragen und Veränderungsanliegen könnten ggf. nur noch gerichtlich geklärt werden.

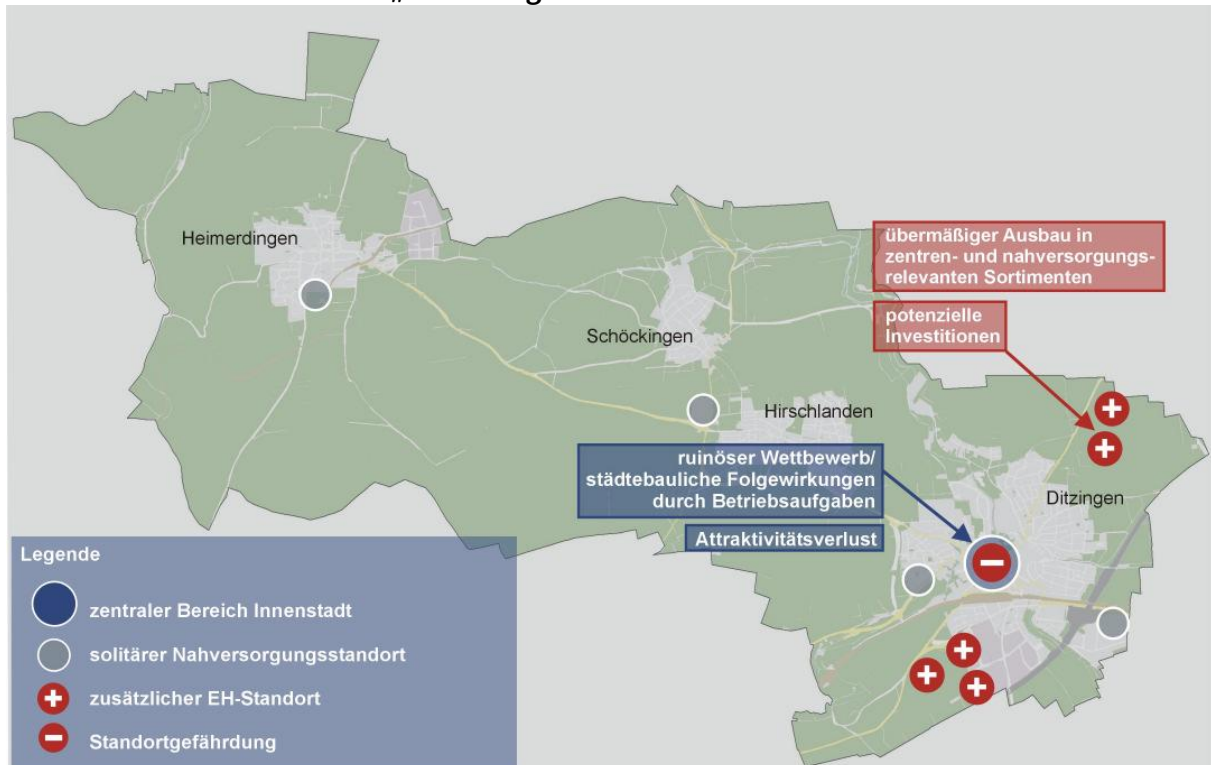
### **Bewertung**

Das Szenario ist zwar in sich konsequent, führt allerdings insgesamt nicht zu positiven Effekten im Rahmen der Stadtentwicklung, da Innovationen und Investitionen massiv erschwert werden. Der Ditzinger Einzelhandel hätte mit noch massiveren Kaufkraftabflüssen zu rechnen.

### **Szenario III: „Steuerung mit Ausnahmen“**

Diesem Szenario liegt die Annahme zugrunde, dass die Einzelhandelsentwicklung zwar grundsätzlich gezielt von Politik und Verwaltung gesteuert wird, in Einzelfällen allerdings Ausnahmen formuliert werden, die den zuvor abgestimmten Zielen und Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung widersprechen. In Ditzingen sind somit prinzipiell im gesamten Stadtgebiet Einzelhandelsansiedlungen möglich, was auch zu einer Einzelhandelsentwicklung in nicht integrierten Lagen führen kann.

Karte 10: Szenario III „Steuerung mit Ausnahmen“



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Die Folgen der umstrittenen Einzelhandelssteuerung im Rahmen dieses Szenarios wären unter anderem Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsattraktivität in der Ditzinger Innenstadt, da potenzielle Investitionen und ein übermäßiger Ausbau in zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an anderen Einzelhandelsstandorten in der Stadt möglich sind und insbesondere in Gewerbegebieten forciert werden würden. Der Einzelhandelsstandort Ditzingen würde mittel- bis langfristig wirtschaftlich uninteressant für auf Standortsuche befindliche potenzielle Investoren, auf die die Stadt Ditzingen in einigen Branchen zum Ausbau und zur Sicherung der Nahversorgung angewiesen ist.

Eine Investitionssicherheit wäre aufgrund der unsicheren und vor allem intransparenten Planungs- und Entscheidungspraxis weder für bereits ansässige Betriebe noch für ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe gegeben, wodurch der Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten insbesondere innerhalb der Innenstadt gefährdet würden. Es käme zu weiteren Kaufkraftverlusten in der Stadt durch fehlende wirtschaftliche Impulse.

Aus politischer und planerischer Sicht käme es zu einem Widerspruch durch Inkonsequenz in den Entscheidungen. Ein freies Spiel des Marktes in Teilbereichen bzw. Einzelfällen steht einer ansonsten konsequenten Steuerung gegenüber, wodurch keine verlässliche politische Steuerung gegeben wäre. Diese (für ausgewählte Investoren) freundliche Steuerungspraxis ermöglicht den Ausbau einzelner Einzelhandelsstandorte, bei dem die Gefahr besteht, die Zentrenentwicklung zu unterwandern und einen Attraktivitätsverlust der Versorgungsstrukturen in den Stadtteilen zu bewirken. Investorenwünsche an anderen Standorten, die aber nicht über die gleichen „Proteges“ verfügen, wären an dieser Stelle argumentativ nicht zu widerlegen, was ein Messen mit zweierlei Maß bedeuten würde.

Aus rechtlicher Sicht entstünden dadurch eine Vielzahl von Problemen wie beispielsweise die Einschränkung der rechtlichen Eingriffsmöglichkeiten. Zudem bestünde die Gefahr kommunaler oder auch regionaler Klagen. Die kommunale Planungshoheit würde nicht ausgeschöpft und Anfragen an anderen Orten wären nur schwer zu verhindern.

### **Bewertung**

Das Szenario ist insgesamt inkonsequent und gefährdet die Einzelhandels-, Zentren- und Stadtstrukturen. Zudem kann es zu einer Verunsicherung oder sogar Verprellung von Betreibern und Investoren kommen.

### **Fazit Szenarien**

Die beschriebenen Szenarien stellen – bewusst in Form überzogener Modelle – extreme Gegenpole der Einzelhandels- und letztendlich auch der Stadtentwicklung dar, die allerdings so oder in ähnlicher Form an anderen Stellen diskutiert werden bzw. in der Realität auch existieren (insbesondere die „Steuerung mit Ausnahmen“ ist gängige Praxis in vielen Kommunen). **Die alleinige Realisierung eines dieser Szenarien ist daher unwahrscheinlich und somit nicht zu empfehlen.**

Jedoch liefern die einzelnen Szenarien wichtige „Inputs“ für eine letztendlich für Ditzingen geeignete Entwicklungsstrategie; denn wenngleich oder gerade weil die einzelnen diskutierten Szenarien am jeweiligen „extremen“ Ende möglicher Entwicklungsrichtungen stehen, beinhalten sie Aspekte, die die jeweiligen (primären) Interessenslagen verschiedener – an der Einzelhandelsentwicklung beteiligter – Akteure (insbesondere alte und neue Investoren, Stadtplanung, Politik) widerspiegeln. Diese müssen im Rahmen einer zukunftsfähigen übergeordneten Entwicklungsstrategie dringend berücksichtigt werden.

Die folgende Empfehlung, die eine **räumlich-funktionale Gliederung** der Einzelhandelsentwicklung aufgreift, verfolgt die allgemeinen Ziele der Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Ditzingen im Hinblick auf den Aufbau bzw. die Sicherung einer funktionsfähigen Versorgungsstruktur vor dem Hintergrund der gesetzlichen Rahmenbedingungen. Diese übergeordnete Entwicklungsstrategie stellt eine Orientierung für die zukünftige Planungs- und Steuerungspraxis der Stadt Ditzingen dar. Als vorrangige Aufgaben hat sie sowohl die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs sowie die Gewährleistung der wohnortnahen Grundversorgung zum Ziel und entspricht somit auch den gesetzlichen Rahmenbedingungen gemäß Baugesetzbuch bzw. Baunutzungsverordnung.

### **7.3 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild für die Stadt Ditzingen: „Räumlich funktionale Gliederung“**

---

Es wird eine **stadtentwicklungspolitische Strategie** empfohlen, die im Hinblick auf die künftige Einzelhandelsentwicklung durch eine **stringente Planungspraxis** gekennzeichnet ist:

**Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen in gegenseitiger funktionaler Ergänzung auf bestimmte Standorte im Stadtgebiet Ditzingen konzentriert.**

Der Schwerpunkt der Planungen und damit die Ziele mit der obersten Priorität sind hierbei die Stärkung der Ditzinger Innenstadt sowie die Sicherung der sonstigen bestehenden Einzelhandelsstandorte. Integrierte Ergänzungsstandorte sind allerdings ebenfalls möglich, soweit davon keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentren- bzw. Versorgungsstruktur ausgehen. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies, dass das Investitions- und Ansiedlungsinteresse auf den zentralen Versorgungsbereich gelenkt wird, was zu einer Sicherung bzw. zum Ausbau und Stärkung dieses Einzelhandelsstandortes führt. Ein ruinöser Wettbewerb kann dadurch verhindert und „Verwerfungen“ können reduziert werden. Im Sinne einer verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung können die in der Ditzinger Innenstadt nicht realisierbaren Angebote an Ergänzungsstandorten verwirklicht werden, ohne das Zentrum zu schwächen bzw. zu gefährden. Einzelhandelsfunktionen werden nicht weiter zersplittert (insbesondere auch im nicht zentrenprägenden Angebotsbereich).



**Karte 11: übergeordnetes Entwicklungsleitbild „Räumlich-funktionale Gliederung“ als Synthese der Einzelszenarien**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Die Stadt Ditzingen kann auf diesem Weg durch eine stringente Planungs- und Steuerungspraxis gezielt Entwicklungsimpulse setzen und die Einzelhandelsentwicklung steuern. Die Akteure aus Politik und Verwaltung erhalten ihre aktive Rolle und schaffen Planungssicherheit. Es werden im Hinblick auf Investoren positive Signale nach Innen und Außen gesetzt. Einzelinteressen der Stadtentwicklung werden nachgeordnet betrachtet, so dass es im Einzelfall auch zu einer „Verprellung“ von Ansiedlungswilligen kommen kann. Rechtlich bedeutet dies, dass Planungs- und Rechtssicherheit gegeben sind. Umfangreiche gesetzliche Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten werden vollständig ausgeschöpft.

### Bewertung

Das übergeordnete Entwicklungsleitbild der räumlich-funktionalen Gliederung ist in sich konsequent und zeigt klare räumliche Zuordnungen für den Einzelhandel auf. Gleichzeitig ist eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren unter Beibehaltung der Planungshoheit möglich.

**Die Verfolgung einer Strategie, die eine „räumlich-funktionale Gliederung“ der Stadt aufgreift, ist zu empfehlen, da es sich hierbei um ein dynamisches Modell handelt, das als Grundlage für die Entwicklung einer einzelhandelsrelevanten Entwicklungsstrategie für die Stadt Ditzingen am besten geeignet ist!**

## 8 Einzelhandelskonzept für die Stadt Ditzingen

---

Die vorangegangenen Analysen, Betrachtungen zu Entwicklungsspielräumen und Szenarien sowie das daraus entwickelte Leitbild der räumlich-funktionalen Gliederung stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Diese verfolgen das Ziel, den Einzelhandelsstandort Ditzingen zu sichern und zu stärken. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf das Zentrum zu sichern und zu profilieren, die Grundversorgung auszubauen und zu stärken sowie funktionale Ergänzungsstandorte zu ermöglichen.

Dazu dient das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Ditzingen mit seinen strategischen Bausteinen:

- den übergeordneten Zielen,
- der Standortstruktur,
- den planungsrechtlichen Empfehlungen (insbesondere Ditzinger Sortimentsliste),
- der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs sowie
- den Grundsätzen zur Umsetzung.

### 8.1 Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Ditzingen

---

Die übergeordneten zukünftigen Ziele zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Ditzingen leiten sich aus der einzelhandelspezifischen Situation der Gesamtstadt, den daraus resultierenden Bewertungen sowie allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z.B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) ab. Auf dieser Grundlage sind Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche der Stadt zu definieren, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. An dieser Stelle muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf im Sinne der Stadtentwicklung positiv zu bewertende Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

#### ■ **Sicherung der landesplanerischen Funktion der Stadt Ditzingen**

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Unterzentrum kommt der Stadt Ditzingen in erster Linie die Versorgung der eigenen Bevölkerung zu. Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung müssen daher – im gesamtstädtischen Kontext – die **Sicherung der landesplanerischen Funktion Ditzingens** berücksichtigen, um künftig die Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten zu können. Die dem Konzept vorgeschalteten Analysen belegen, dass die Stadt Ditzingen ihrem Versorgungsauftrag derzeit nicht gerecht werden kann.

### ■ **Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Ditzingen**

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenzuordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Ditzingen attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss es daher sein, eine Vielfalt im oben genannten Sinne zu erlangen bzw. zu sichern. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Entwicklung in den einzelnen Bereichen gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt der Innenstadt von Ditzingen eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. zu. Daneben ist es Aufgabe eines zu definierenden Sonder- bzw. Ergänzungsstandortes, die Angebotssituation der Innenstadt funktional zu ergänzen, denn zum attraktiven Einzelhandelsangebot in Ditzingen zählt dazu auch der großflächige, nicht zentrenrelevante Einzelhandel, wie in Teilbereichen in den beiden Gewerbegebieten Ost und Süd vorhandene Betriebe (z.B. Aro Teppichwelt in der Boschstraße).

### ■ **Sicherung und Ausbau einer attraktiven Innenstadt in Ditzingen**

Die Innenstadt stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb Ditzingens dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Gleichwohl sind aktuell in der Innenstadt quantitative und qualitative Schwächen vorhanden, die es künftig zu verbessern gilt. Auch zukünftig soll der Focus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf das Zentrum gesetzt werden. Dieser Standort genießt als zentraler Versorgungsbereich oberste Priorität innerhalb der Ditzinger Standortstruktur, dem sich alle weiteren Standorte (auch wenn sie noch zu definieren sind) und Ziele im Rahmen einer hierarchischen Gliederung unterordnen.

### ■ **Sicherung und Ausbau eines Grund- und Nahversorgungsangebotes im gesamten Stadtgebiet**

Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes; häufig bilden Lebensmittelanbieter in kleineren Orten, wie Ditzingen, eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie). Zunehmend stehen diesen planerisch wie stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Ditzinger Stadtgebiet zu erhalten bzw. in erster Linie zu schaffen.

■ **Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe**

Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. -standortgemeinschaften, die sich außerhalb des gewachsenen Zentrums befinden, sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse i.S.v. § 11(3) BauNVO – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

■ **Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel**

Bei der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Kommune wird der bestehende Einzelhandel nach wie vor zu oft nur unzureichend in die entsprechenden Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der vorhandene Bestand, der die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies ist jedoch nicht mit einer „Schutzglocke“ für den bestehenden Einzelhandel gleichzusetzen. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege auf der einen wie auf der anderen Seite bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

■ **Verhinderung konterkarierender Planungen**

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

Im Folgenden gilt es, diese Handlungsstrategien räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Räumliche Grundlage der Handlungsempfehlungen stellt dabei das Standortstrukturmodell des für Ditzingen ermittelten Einzelhandelszentrums und sonstigen Versorgungsstandorte dar.

## **8.2 Standortstrukturmodell**

---

Auf Grundlage der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse und des Entwicklungsleitbilds für die Stadt Ditzingen sowie unter Berücksichtigung bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen wurden die verschiedenen Einzelhandelsstandorte der Stadt – auch wenn diese erst perspektivisch zu entwickeln sind, wie z.B. ein Entwicklungsbereich für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel – unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges, hierarchisches **Standortstrukturmodell** (Abbildung 6) eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in die Standortstruktur hat das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestaltung.

Daneben sind städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung zu berücksichtigen. Dazu zählt zum Beispiel auch die Zielvorstellung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann.

Folgende Einordnungskriterien sind für die einzelnen Standortbereiche in Ditzingen relevant:

### **Ortszentrum / Innenstadt**

Dieser Zentrentyp zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

- Gesamtstädtische ggf. regionale Versorgungsbedeutung,
- vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Einrichtungen.

### **Solitärer Nahversorgungsstandort**

- Versorgungsbedeutung für umliegende Wohngebiete,
- Vorhandensein eines strukturprägenden Betriebs im kurzfristigen Bedarfsbereich (v.a. Lebensmittelbereich), Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich,
- kein Wettbewerb am Standort,
- selten ergänzendes Dienstleistungsangebot.

### **Ergänzungsstandort**

- Gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, hoher Anteil nicht zentrenprägenden Einzelhandels,
- nur vereinzelt Wettbewerb gegeben,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i.d.R. kein oder nur geringes Dienstleistungsangebot.

Ausgehend von diesen Einordnungskriterien der einzelnen versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche ergibt sich für die Stadt Ditzingen folgendes Standortstrukturmodell:

**Abbildung 6: Standortstrukturmodell der Stadt Ditzingen**



Quelle: eigene Darstellung

Neben dem einzigen zentralen Versorgungsbereich der Ditzinger Innenstadt existieren in städtebaulich integrierter Lage zwei **solitäre Nahversorgungsstandorte** im Stadtgebiet:

- Lebensmitteldiscounter Netto in den Stadtteil Hirschlanden (Heimerdinger Straße) und Heimerdingen (Rutesheimer Straße)

Diese Nahversorgungsstandorte dienen heute der ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung, wenngleich sie sich auch räumlich eher in Siedlungsrandlage befinden, die nicht allein durch das Zentrum geleistet werden kann. Solche Standorte, die sich in städtebaulich integrierter Lage befinden, erhalten rechtlichen Schutz, da sie bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters –unabhängig ob innerhalb oder außerhalb Ditzingens – bei einer Verträglichkeitsprüfung im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen sind.

Darüber hinaus dient ein zu definierender Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels als perspektivischer **Ergänzungsstandort** für vorwiegend nicht zentrenrelevanten Einzelhandel. Als solche Ergänzungsstandorte, an dem der nicht zentrenrelevante Einzelhandel, der in der Innenstadt die nötigen Flächenpotenziale nicht findet, räumlich konzentriert angesiedelt werden kann, könnten für die Stadt Ditzingen die heute schon in Teilbereichen durch Einzelhandel geprägten Gewerbegebiete (Süd und Ost) darstellen (vgl. hierzu auch Kapitel 8.2.3).

### **8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich - Abgrenzungskriterien**

Der zentrale Versorgungsbereich stellt den künftigen Entwicklungsbereich insbesondere für den nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel dar.

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Ditzingen dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Dabei ist die **Abgrenzung** eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung funktionaler **und** städtebaulicher Kriterien vorzunehmen.

#### **Funktionale Kriterien**

- Einzelhandelsdichte
- Passantenfrequenz
- Verkehrliche Erreichbarkeit (ÖPNV, Pkw, Radfahrer, Fußgänger)
- Multifunktionalität (öffentliche und private Dienstleistungen, Gastronomieanbieter)

#### **Städtebauliche Kriterien**

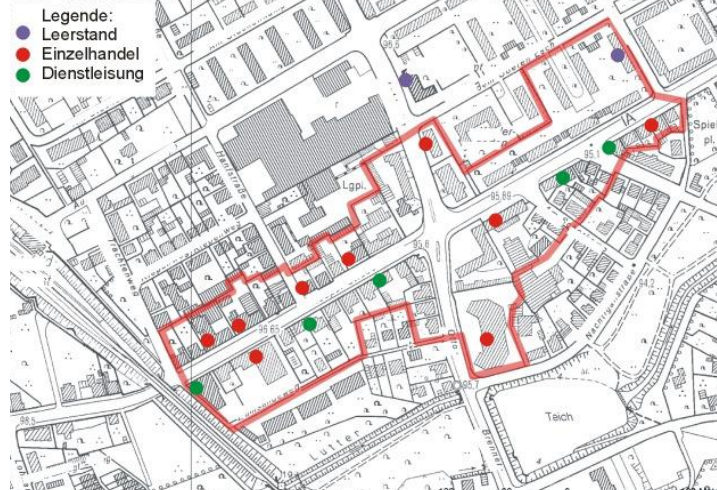
- Städtebauliche Einheit
- Bebauungsstruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur
- Barrieren (Straße, Bahnlinie)
- Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung, etc.)
- Ladengestaltung und -präsentation

Die räumliche Abgrenzung eines künftigen zentralen Versorgungsbereichs geschieht methodisch unter Berücksichtigung der o.g. Kriterien in drei Arbeitsschritten. Diese werden anhand eines fiktiven Beispiels (nicht aus dem Ditzinger Stadtgebiet) erläutert.

## 1. Arbeitsschritt

Auf Grundlage der Bestandssituation wird anhand der oben dargestellten funktionalen und städtebaulichen Kriterien eine Abgrenzung vorgenommen. Das in Karte 12 dargestellte Beispiel gibt eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung wider.

**Karte 12: Beispiel 1. Arbeitsschritt (Orientierung am Bestand)**

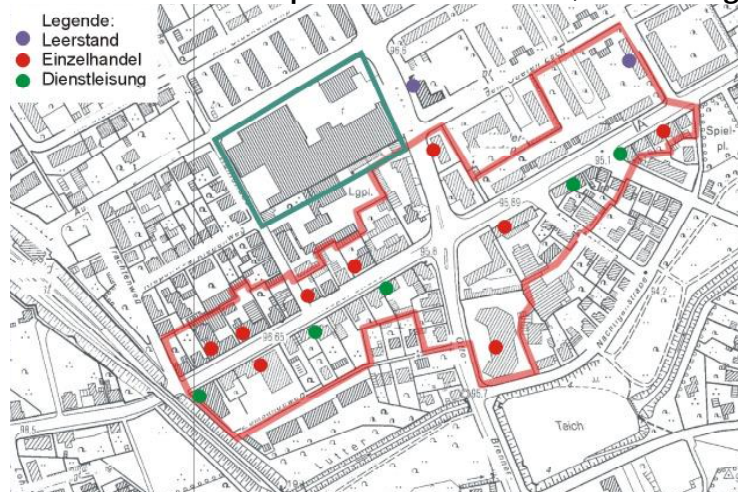


Quelle: eigene Darstellung

## 2. Arbeitsschritt

Aufgrund der aktuellen Gesetzgebung und Rechtsprechung sind bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) zu berücksichtigen. Im Beispiel in der Karte 13 ist neben der auf dem Bestand beruhenden Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches eine angrenzende Potenzialfläche dargestellt. Auf dieser Fläche ist eine künftige Ansiedlung von Einzelhandel im Sinne der funktionalen Ausrichtung des zentralen Versorgungsbereiches möglich.

**Karte 13: Beispiel 2. Arbeitsschritt (Entwicklungsperspektiven und Bestand)**



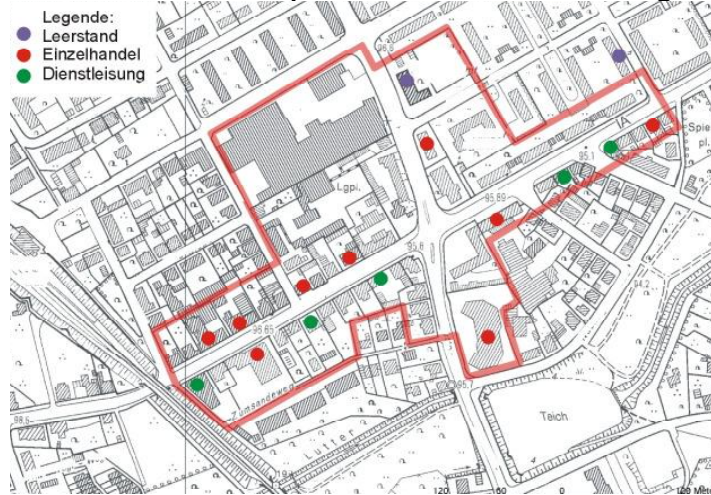
Quelle: eigene Darstellung



### 3. Arbeitsschritt

Unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven ergibt sich die folgende räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in dem gewählten Beispiel. Dabei wurde im Einzelnen von der parzellenscharfen Abgrenzung abgewichen. Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist vor allem die Ausrichtung der zentralen Nutzungen zur Erschließungsachse hin ausschlaggebend. Das vorliegende Beispiel beschreibt dabei eine nicht vernetzte Struktur. Durch die Generalisierung soll deutlich werden, dass das Entwicklungsziel darin besteht eine Dichte zentraler Nutzungen in der linearen Ausrichtung zu erlangen, nicht aber weiter in die Tiefe („zweite Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

**Karte 14: Beispiel 3. Arbeitsschritt (künftiger zentraler Versorgungsbereich)**



Quelle: eigene Darstellung

#### 8.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ditzingen

Der in der Ditzinger Innenstadt angesiedelte Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient der gesamtstädtischen und z.T. stadtübergreifenden Versorgung. Mit dem Ziel der Sicherung und Stärkung der innerörtlichen Funktionen sind zukünftige zentrenrelevante Entwicklungen, d.h. nicht ausschließlich einzelhandelsrelevante, auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren (vgl. dazu Karte 15).

Karte 15: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Die Ditzinger Innenstadt ist aus siedlungsräumlicher, städtebaulicher und nutzungsstruktureller Sicht eindeutig als wichtigster Einzelhandelsstandort in der Stadt festzuhalten. Der hier angesiedelte Einzelhandel dient in erster Linie der Versorgung der gesamtstädtischen Bevölkerung. Die multifunktionalen Nutzungsstrukturen sorgen für eine Lebendigkeit und Attraktivität des Ditzinger Zentrums. Es ist besonders wichtig, die wertvolle, weitestgehend kompakte Struktur, die heute schon kleinere Brüche aufweist, insbesondere aufgrund der großen Ausdehnung des Zentrums entlang der Marktstraße, weiter zu fördern, um möglichst hohe Synergieeffekte der verschiedenen Nutzungen (im Wesentlichen Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen) untereinander zu erlangen. Mit dem **Ziel einer Sicherung und des Ausbaus der Attraktivität und speziell der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Unterzentrum** sind zukünftige zentrenrelevante Einzelhandelsentwicklungen auf die Innenstadt auszurichten.

Entscheidend für die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches**, der damit als schützenswerter Bereich im Sinne von u. a. der §§ 2 (2), 9 (2a), 34(3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO definiert wird, ist vor allem das Bilden einer funktionalen und städtebaulichen Einheit, die neben dem Einkaufen auch weitere zentrenprägende Nutzungen umfasst.

In Ditzingen umfasst der zentrale Versorgungsbereich den gewachsenen Hauptgeschäftsbereich und somit den in Ost-West-Ausdehnung verlaufenden Bereich der Marktstraße. Entlang dieses

Bandes liegen die meisten Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe weitestgehend jedoch ohne Tiefenentwicklung. Eine Aufweitung erfährt dieser Kern im Bereich des Rathauses und der Bibliothek. Der für die Gesamtstadt wichtige Nahversorgungsstandort an der Leonberger Straße / Autenstraße, der ab Ende 2009 eine Umstrukturierung erfährt, jedoch als Nahversorgungsstandort mit Lebensmitteleinzelhandel erhalten bleiben soll, ist, obwohl er sich in abgesetzter Lage zum gewachsenen Hauptgeschäftsbereich befindet, Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs. Insgesamt ist die Wohnnutzung, insbesondere im Südwesten des zentralen Versorgungsbereichs eine für die Ditzinger Innenstadt prägende Nutzung.

Eine innere Differenzierung des zentralen Versorgungsbereichs empfiehlt sich, um einen vorrangig zu entwickelnden Bereich, das sogenannte Innenstadtkarree darzustellen. Dieser Bereich ist insofern prioritär zu entwickeln, als dass hier die Möglichkeit gegeben ist, eine funktionale Anbindung des Bahnhofes, als bedeutsamer ÖPNV-Haltepunkt und somit wichtiger Nutzungsbau- stein für die Innenstadt, an die zentralen Einzelhandelslagen z.B. über die Gerlinger Straße zu schaffen. Die Potenzialflächen am Bahnhof, die schon seit längerer Zeit als mögliche Einzelhandelsflächen diskutiert werden, sind ebenfalls Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs und zukünftig als Standorte auch für großflächigen Einzelhandel zu empfehlen.

Die Analyse hat ergeben, dass die innerstädtische Anbindung wichtiger Nutzungsbereiche zwar weitgehend gegeben ist, jedoch derzeit teilweise nicht optimal. So ist der Bahnhof zwar über die Wilhelmstraße fußläufig erreichbar, die Verbindung ist jedoch wenig prägnant. Auch die Anbindung über die Gerlinger Straße ist nicht optimal. Einerseits ist sie vom Bahnhof aus schwer auffindbar und nicht in direkter Wegebeziehung liegend, andererseits versperrt das Rathaus, das mit dem „Rücken“ zum Bahnhof steht, die direkte Zuwegung zum Innenstadtkern und vermittelt eher einen abweisenden Charakter. Über die Autenstraße besteht weiterhin die Möglichkeit über Einzelhandelsansiedlungen eine Verbindung zum Nahversorgungsstandort Leonberger Straße / Autenstraße herzustellen.

Neben der **aktuellen Situation** werden also auch **zukünftige Entwicklungsperspektiven** der Ditzinger Innenstadt berücksichtigt, um weitere Entwicklungen im Zentrum zu ermöglichen und so den vorhandenen Einzelhandelsbestand zu sichern und zu stärken.

### **Handlungsempfehlungen für die Innenstadt von Ditzingen**

Zur Stärkung der Innenstadt und des Hauptgeschäftsbereichs ist es dringend notwendig, zentrenrelevante Sortimente außerhalb der abgegrenzten, zentralen Versorgungsbereiche auszuschließen. Gegen die autokundenorientierten Versorgungsstandorte am Siedlungsrand ist der innerstädtische Einzelhandel oft machtlos und kann mit den dort vorgehaltenen Flächengrößen nicht konkurrieren. Für ein vitales und attraktives Stadtzentrum ist ein florierender Einzelhandel jedoch immer noch unerlässlich. Immer noch ist er wichtigster Besuchsgrund für Innenstädte und trägt wesentlich zur Multifunktionalität bei. Von einer weiteren Entwicklung von Einzelhandelsflächen in Siedlungsrandlagen ist daher abzusehen und das Augenmerk auf eine aktive Verbesserung des innerstädtischen Einzelhandels zu lenken.

Neben der Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels durch die Abgrenzung des Hauptgeschäftsbereichs als zentralen Versorgungsbereich, der Benennung von Tabu- und Entwicklungsbereichen sowie durch eine Etablierung weiterer Einzelhandelsanbieter entsprechend der ermittelten branchenspezifischen Verkaufsflächenpotenziale sind städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen ein wichtiger Aspekt zur Steigerung der Attraktivität des Hauptgeschäftsbereiches und damit des Einzelhandels. Im Folgenden werden aus Sicht des Gutachters zusammenfassend wichtige Maßnahmen benannt.

### **Ausbau und Profilbildung des Einzelhandels**

Um den Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt von Ditzingen zu stärken und zu sichern, ist der Ausbau des vorhandenen Besatzes in den ermittelten Verkaufsflächenpotenzialen zu fördern. Dabei ist auch einer ansprechenden und zeitgemäßen Architektur Rechnung zu tragen, die sich in die vorhandenen Gegebenheiten einfügt. Potenziale sind innerhalb der Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches zu aktivieren. Dies soll in erster Linie in der Hauptlage und den angrenzenden Bereichen angestrebt werden, die aus der Sicht des Einzelhandels eine herausragende Rolle besitzen und als Aushängeschild fungieren. Das bedeutet:

- Aktivierung von Erdgeschossnutzungen für den Einzelhandel in den Hauptlagen mit dem Ziel durchgängiger Einzelhandelsangebote im Erdgeschoss
- Ggf. Zusammenlegung von Ladenlokalen mit nicht marktgängigen Größen zur Erlangung größer und zukunftsfähiger Einheiten; Ansiedlung von Magnetbetrieben

### **Serviceorientierung und Kundenbindung**

Serviceorientierung ist ein Erfolgsfaktor im Einzelhandel, der heute große Bedeutung besitzt und zukünftig noch weiter ansteigen wird. Eine konsequente Ausrichtung auf die Wünsche der Kunden ist im Einzelhandel in Zeiten steigenden Bequemlichkeitsstreben unerlässlich. Um Stammkundschaft zu binden und zu schaffen, ist die Serviceorientierung immer wichtigerer Bestandteil unternehmerischer Qualität.

Dabei sind immer mehr kreative Ideen gefragt. Sei dies nun das Vorhalten einer Leselupe an den Regalwänden, um älteren und sehgeschwächt Kunden das Lesen der Etiketten zu erleichtern; das Darbieten kleiner Erfrischungen, um die Verweildauer zu erhöhen; seien es ausleihbare Regenschirme, die bei plötzlichem Schlechtwettereinbruch vor Nässe schützen; sei es die Vergabe von Warengutscheinen, die nur in Geschäften der Ditzinger Innenstadt eingelöst werden können oder sei es das Einrichten von Spielzonen für Kinder. Die Möglichkeiten sind vielfältig. Serviceleistungen können sich dabei sowohl auf einzelne Geschäfte als auch auf die Innenstadt als Ganzes beziehen. Einkaufsführer, Gutscheine und Geschenkkarten oder Rabattmarken beispielsweise sind Serviceleistungen, die für die ganze Innenstadt entworfen werden können.

### **Zusammenschlüsse und Immobilien- und Standortgemeinschaften**

Was allein oft als unüberwindbare Aufgabe erscheint, lässt sich als Gemeinschaft in kooperativer Zusammenarbeit zumeist sowohl finanziell als auch personell richten. Ein wichtiger „Schlüssel zum Erfolg“ von Einkaufszentren liegt in einer koordinierten Außendarstellung: gemeinsames Auftreten und Werben, Einrichten eines gemeinsamen Fonds für Maßnahmen und Veranstaltungen, ständige und kritische Überprüfung der Händler hinsichtlich Warensortiment und Au-

ßenwirkung, sowie Etablierung von (kostenlosen) Service-Angeboten sind wichtige Bausteine. Auch für Innenstädte sind diese Aufgaben wichtige Handlungsfelder und der Aufbau eines City-Marketing Vereins damit zu einem unverzichtbaren Instrument. Vorhandene Initiativen können weitergeführt und gemeinsame Aktionen koordiniert werden. Werbung für den Standort kann gezielt entwickelt werden. Die Stadt sollte in diesem Zusammenhang die Rolle eines Katalysators übernehmen und ihr Fachwissen einfließen lassen.

### Leerstandsmanagement

Bei der Bewältigung von Leerstandsproblemen und ungenutzten Flächen ist eine aktive Rolle der Stadtverwaltung ratsam. Der Aufbau eines professionellen Immobilienmanagements ist mittelfristig anzuraten. Wichtig für ein einsatzfähiges Immobilienmanagement sind u.a. Kenntnisse über relevante Flächen und Immobilien, über Grundstücks- und Eigentumsverhältnisse, vorhandene Bebauungen, Verfügbarkeiten, Mietverträge, Baurecht u.ä. Ziel ist es, einen möglichst umfassenden Überblick über den lokalen Immobilienmarkt und die Situation in der Innenstadt zu erhalten. Die Ausbildung eines „Frühwarnsystems“ zur frühzeitigen Erkennung potenzieller Leerstände setzt so wohl auf lokale Sachkenntnis als auch auf neutrales Fachwissen. In diesem Zusammenhang sind auch Kenntnisse über einen anzustrebenden Branchenmix, gegebenenfalls auf die unterschiedlichen Abschnitte des Geschäftszentrums („Einkaufswelten“) heruntergebrochen, hilfreich. Die Betreuung durch eine Person, die auch als Vertrauensperson zwischen Mietern und Vermietern auftritt, wäre ideal.

### 8.2.3 Ergänzungsstandort des überwiegend großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

Dieser Standorttyp ist durch zumeist großflächige Betriebe mit überwiegend nicht zentrenrelevantem Einzelhandel (u.a. Baumärkte, Gartencenter, Möbelhäuser) geprägt. Diese befinden sich meist in Standortgemeinschaften. In Ditzingen gibt es, auch aufgrund der Größenordnung der Stadt, einen solchen Standort nicht. Gleichwohl gibt es innerhalb der Kernstadt Ditzingen in solidären Einzellagen große und z.T. großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten in den beiden Gewerbegebieten Ost und Süd.

Empfohlen wird aus gutachterlicher Sicht einen solchen Standort zu definieren, damit die Stadt Ditzingen auch auf Ansiedlungsanfragen in diesen Sortimentsbereichen auf einen entsprechenden Standort verweisen kann, an dem sich nach Möglichkeit, mit dem Ziel der räumlichen Konzentration (gem. Grundsatz 3 vgl. Kapitel 8.4.3), solche Betriebe (im wesentlichen großflächige mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel) ansiedeln können. Die beiden Gewerbegebiete mit ihren schon einzelhandelsvorgeprägten Teilbereichen (vgl. Karte 16 und Karte 17), eignen sich als solche Entwicklungsbereiche für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel. Zukünftig wären diese Bereiche so zu entwickeln, dass sie eine funktionale Ergänzung zum kleinteiligen zentrenprägenden Innenstadtangebot darstellen.

Dies bedeutet, dass die Standorte im Sinne der Verhinderung einer verschärften Wettbewerbssituation zum zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt für (weiteren) Ausbau des zentrenrelevanten Angebots restriktiv zu behandeln sind (Tabubereich für zentrenrelevanten Einzelhandel).

**Karte 16: Möglicher Entwicklungsbereich des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels „Gewerbegebiet-Süd“**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

**Karte 17: Möglicher Entwicklungsbereich des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels „Gewerbegebiet-Ost“**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

### 8.2.4 Tabubereiche für Einzelhandel in Ditzingen (mit Ausnahme eines zu definierenden Entwicklungsbereichs)

Tabubereiche sind notwendig, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete in städtebaulich nicht integrierten Lagen (ausgenommen ist ein zu definierender Entwicklungsbereich für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel)**. Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. **Standorte ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel (mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Einzelhandel) im Bereich der Einfallstraßen, wie z.B. der B 295, ist zum Schutz des bestehenden Versorgungsbereichs und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung auszuschließen.

## 8.3 Ditzinger Sortimentsliste

---

### 8.3.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

---

#### Ausgangssituation

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentsspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten) und bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentsspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO relevant. Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden<sup>15</sup>. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine stadtspezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise die Liste im Anhang zur Verwaltungsvorschrift Einzelhandelserlass BW oder auch der Verweis auf andere Listen (z.B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft<sup>16</sup>.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen auch nicht zentrenrelevanter Sortimente empfohlen wird<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> Vgl. dazu Urteil des Oberverwaltungsgerichts NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

<sup>16</sup> Bestätigt durch zahlreiche Urteile des OVG Münster 2004 und 2005.

<sup>17</sup> Vgl. dazu Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485



## Begriffsdefinition

Im Hinblick auf die in der Praxis übliche Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Gruppen. Vorab wird zur Erläuterung der Begriffe zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente eine Zuordnung der unterschiedlichen Merkmale nach folgendem Kriterienkatalog vorgenommen:

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevanter Sortimente	Nicht zentrenrelevanter Sortimente
<b>Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur</b>	notwendig für einen attraktiven Branchenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsgebiete Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
<b>Besucherfrequenz</b>	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
<b>Integrationsfähigkeit</b>	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z.B. Möbel) autokundenorientiert
<b>Einzelhandelszentralität</b>	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i.d.R. hohe kommunale und z.T. auch regionale Ausstrahlungskraft
<b>Kopplungsaffinität</b>	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
<b>Transportfähigkeit</b>	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d.h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i.d.R. Kfz notwendig

**Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Auf sie treffen i.d.R. die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- und Grundversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktion ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern i.d.R. als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

### 8.3.2 Herleitung der Ditzinger Sortimentsliste

---

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus<sup>18</sup> stellt im Sinne der Rechtsicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

Im Rahmen der Aufstellung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).

Der Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegen regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot diese Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.

In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrum bildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Stadtgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die Stadtspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes/Einzelhandelskonzept notwendig).

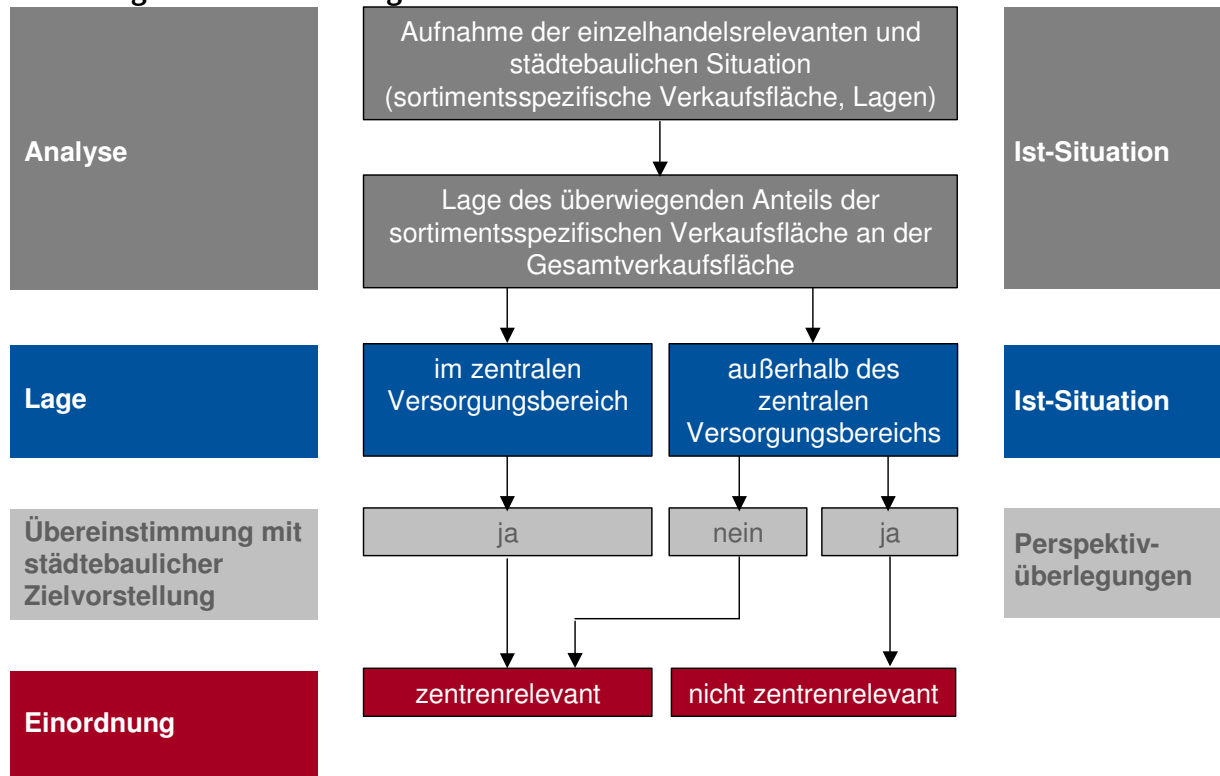
Eine Stadtspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der Stadtspezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

---

<sup>18</sup> Vgl. Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

Das Vorgehen bei der Bestimmung der Zentrenrelevanz der Sortimente im Ditzinger Stadtgebiet ist in dem folgenden Schaubild dargestellt:

**Abbildung 7: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten**



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Ditzingen sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs in Ditzingen aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Ditzingen ergibt sich die im Folgenden dargestellte Ditzinger Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

**Tabelle 15: Ditzinger Sortimentsliste**

<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke, Tee, Tabakwaren, Reformwaren) Backwaren Fleischwaren Drogeriewaren (Kosmetikartikel, Wasch- und Putzmittel) Zeitungen, Zeitschriften	
Parfümerieartikel (Schnitt-) Blumen Papier, Bürobedarf, Schreibwaren Bücher Bekleidung und Wäsche Handarbeitsbedarf, Kurzwaren, Meterware Stoffe, Wolle Schuhe Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme Geschenkartikel Glas, Porzellan, Keramik Haushaltswaren, Bestecke Spielwaren Hobby- und Bastelbedarf Kunstgewerbe / Bilder und Rahmen Musikinstrumente und Zubehör Sportartikel und -kleingeräte Briefmarken, Münzen	Sportpokale, Sportpreise Waffen, Angler- und Jagdbedarf Sportbekleidung und -schuhe Fahrräder und Zubehör Campingartikel Uhren / Schmuck Gardinen / Heimtextilien / Dekostoffe Haus-, Bett- und Tischwäsche Elektrokleingeräte Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Bild- und Tonträger Telekommunikation und Zubehör Unterhaltungselektronik und Zubehör Computer und Zubehör Fotoartikel medizinische und orthopädische Artikel pharmazeutische Artikel
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	
Antiquitäten Sportgroßgeräte Boote und Zubehör Elektrogroßgeräte Bettwaren, Matratzen und Lattenroste Rollläden, Markisen Teppiche (Einzelwaren) Gartenmöbel, Polsterauflagen Möbel (inkl. Küchen- und Büromöbel) Gartenbedarf und -geräte Pflanzen und Samen Maschinen und Werkzeuge Bauelemente, Baustoffe Bodenbeläge / Teppiche (Auslegeware)	Eisenwaren / Beschläge Elektroartikel und -installationsmaterial Farben / Lacke Fliesen Holz Kamine, Kachelöfen Sanitärbedarf Tapeten Kfz- und Motorradzubehör zoologischer Bedarf (Tierfutter, -zubehör, lebende Tiere) Erotikartikel Kinderwagen

Bei der Einordnung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ergeben sich für einzelne Sortimente Abweichungen von der Bestandssituation. Dabei lassen sich grundsätzlich drei Kategorien beschreiben:

**Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die aufgrund des Bestandes nicht zentrenrelevant sind (Anteil der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich < 55 %) und in der Ditzinger Sortimentsliste nahversorgungsrelevant bzw. ggf. zentrenrelevant eingestuft sind.**

Nahversorgungsrelevante Sortimente übernehmen im zentralen Versorgungsbereich, insbesondere auch in städtebaulich integrierten Lagen innerhalb der kleinen Stadtteile der Stadt Ditzingen eine prägende Funktion im Rahmen der kurzfristigen Bedarfsdeckung. Aufgrund der Bestandssituation liegt der überwiegende Verkaufsflächenanteil in folgenden Sortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs: Nahrungs- und Genussmittel (Rd. 43 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs), Getränke (rd. 23 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs), Drogeriewaren (rd. 48 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs) sowie Zeitungen / Zeitschriften (rd. 46 % innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs). Insbesondere sind diese räumlichen Verteilungen der Verkaufsflächen auf bestehende Betriebe in den drei kleinen Stadtteilen Hirschlanden, Schöckingen und Heimerdingen zurückzuführen. Neben den beiden Lebensmitteldiscountern Netto sind die jeweiligen städtebaulichen Zentren der Stadtteile mit entsprechenden Betrieben des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels ausgestattet. Im Sinne der Zielvorstellungen zur künftigen Stadtentwicklung und Einzelhandelssteuerung in der Stadt Ditzingen (insbesondere Sicherung und Stärkung der Nahversorgungssituation) sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant bzw. ggf. zentrenrelevant einzustufen, zumal sich die prozentuale Verteilung der Verkaufsfläche mit Ausnahme der im Getränkebereich erfreulicherweise nur knapp unterhalb der 55 % bewegen und somit ein nicht unerheblicher Anteil auch im zentralen Versorgungsbereich der Ditzinger Innenstadt zu finden ist.

**Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die hinsichtlich des Bestandes nicht zentrenrelevant sind (Anteil der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches > 55 %) und in der Ditzinger Sortimentsliste aufgrund von stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen zentrenrelevant eingestuft sind.**

Aufgrund der Bestandssituation liegt der überwiegende Teil folgender Sortimente außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs: pharmazeutische Artikel (rd. 60 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs), Glas, Porzellan, Keramik (rd. 65 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs), Haushaltswaren / Bestecke (rd. 55 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs), Fahrräder und Zubehör (100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs), Kunstgewerbe / Bilder (100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs), Sportschuhe und Sportbekleidung (100 % bzw. rd. 75 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs).

**Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die aufgrund des Bestandes zentrenrelevant sind (Anteil der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich > 55 %) und in der Ditzinger Sortimentsliste als nicht zentrenrelevant eingestuft sind.**

Einzig auf das baumarktspezifische Teilsortiment Maschinen / Werkzeug trifft dieser Fall zu. Rund 60 % der Verkaufsfläche in diesem Sortiment befinden sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Dieses klassische Baumarktsortiment wird zukünftig aufgrund stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen als nicht zentrenrelevant eingestuft.

## 8.4 Grundsätze der Entwicklung des Einzelhandels in Ditzingen

---

Ein leichter Bevölkerungsanstieg und deutliche Verkaufsflächenspielräume implizieren, dass insbesondere ein quantitativer Ausbau neben räumlich-strukturellen Verbesserungen der Angebotssituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Ditzingen sicherstellen können. Für die Stadt Ditzingen bedeutet dies, dass zusätzliche Verkaufsflächen, durch neue Anbieter oder Erweiterungen bestehender Betriebe, jedoch bewusst mit Blick auf die künftige Entwicklung der Stadt bzw. der Innenstadt, also an städtebaulich sinnvollen Standorten, errichtet werden sollten. Dies setzt eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsflächendimensionierung zusätzlicher Anbieter im Hinblick auf mögliche kommunale wie auch ggf. regionale städtebauliche Auswirkungen voraus. Aus städtebaulicher Sicht ist eine Neuansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dann sinnvoll, wenn sie zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs, der räumlichen Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an einem Ergänzungsstandort oder zur Sicherung der Nahversorgung in den Siedlungsbereichen beitragen.

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Ditzingen sollten für die zukünftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, die einen Entscheidungsrahmen für die Neuansiedlung, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsbetrieben darstellen. Vor dem Hintergrund der Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Ditzingen und unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits sollen daher für Ditzingen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse manifestiert werden. So können sowohl intern (Selbstbindung; zukünftige Bauleitplanverfahren) als auch extern (für vorhandene Gewerbetreibende und potenzielle zukünftige Investoren) deutliche Signale gesetzt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten, insbesondere Politik, Verwaltung, Einzelhändlern und Investoren, Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

**Bestehende bzw. genehmigte Betriebe**, die aufgrund ihrer Nutzung und Größenordnung nicht den formulierten Grundsätzen entsprechen, d.h. die gemäß dieser Regelungen an einem Standort nicht mehr zulässig wären, genießen den sogenannten „passiven“ **Bestandsschutz**. Dieser ist begrenzt auf den genehmigten Bestand und die genehmigte Funktion. Er erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objektes, bei Aufnahme einer anderen Nutzung sowie bei Nichtausübung der genehmigten Nutzung i.d.R. nach frühestens zwei und höchstens drei Jahren<sup>19</sup>. In einzelnen – nachfolgend explizit aufgeführten – Fällen kann durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen auch abweichend ein erweiterter bzw. aktiver Bestandsschutz festgesetzt werden, der maßvolle Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen über den derzeitigen Bestand hinaus gewährleistet.

---

<sup>19</sup> Vgl. dazu auch Kuschnerus, Ulrich: „Der sachgerechte Bebauungsplan – Handreichungen für die kommunale Planung“; Münster; 2004

### 8.4.1 Steuerung von Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

#### Ziel:

Erhalt und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion und der stadtweiten und z.T. regionalen Ausstrahlung der Ditzinger Innenstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten.

#### **Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten**

- a. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (sowohl großflächige als auch kleinflächige) sollen **im zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt Ditzingen)** liegen.
- b. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

#### **Ausnahme 1**

Außerhalb der Kernstadt Ditzingen (in den Stadtteilen) sind Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten i.S. des Konzeptes zulässig, wenn diese ausschließlich die im Nahbereich wohnende Bevölkerung versorgen. Negative Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und den zentralen Versorgungsbereich sind auszuschließen (Einzelfallprüfung).

#### **Ausnahme 2**

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

### **Erläuterung:**

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Ditzingen mit seiner funktionalen Zuordnung als Hauptgeschäftsbereich der Stadt zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb der Stadt Ditzingen attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig primär in das Hauptzentrum Ditzingens gelenkt werden, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne einer positiven Entwicklung der Innenstadt ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzungen von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i.S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Der Grundsatz impliziert nahezu einen **Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs** in Ditzingen. Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Denn z.B. ein Bekleidungsfachmarkt mit einer Größenordnung von 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erreicht recht schnell relative Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich von 50% und auch mehr. Das in so einer Konstellation städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären, lässt sich auch aus dem Urteil des OVG NRW vom 24. Oktober 2006 schlussfolgern. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Ist dies z.B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in allgemeinen oder besonderen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer - auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit - stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** dar. Denn Ditzingen, ebenso wie auch zahlreiche andere kleinere oder größere Kommunen, weist z.T. traditionell ge-



wachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i.d.R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen Ditzingens entspricht. Insbesondere für Mischgebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen Ditzingens entspricht (**vgl. Ausnahme 1**). In diesem Zusammenhang sind vor allem auch Agglomerationen von mehreren Einzelhandelsbetrieben mit einer Größenordnung unterhalb der Großflächigkeit zu einem insgesamt größeren und somit wesentlich bedeutsameren Standortbereich zu vermeiden.

Gemäß **Ausnahme 1** geht die Empfehlung dahin solche durch Einzelfallsprüfung i.S. des Konzeptes zulässigen Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment lediglich außerhalb der Kernstadt als Nahversorger zuzulassen. Im siedlungsstrukturell kompakten Stadtteil Ditzingen sollten demnach Ansiedlungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt stattfinden. Aufgrund der Kompaktheit und der zentralen Lage der Innenstadt innerhalb des Siedlungskörpers sind die im Zentrum verorteten Betriebe gut von den umliegenden Siedlungsbereichen aus zu erreichen. Außerdem soll so eine räumlich verschärfte Wettbewerbssituation innerhalb der Kernstadt zu Lasten des städtebaulich-funktionalen Zentrums vermieden werden.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten (vgl. Grundsatz 3) führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z.B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Der projektbegleitende Arbeitskreis folgt der gutachterlichen Empfehlung einer Begrenzung auf rd. 10 % der Gesamtverkaufsfläche (max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte außerdem sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

### **Ausnahme 2:**

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sog. „**Handwerkerprivileg**“.

## 8.4.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

### Ziel:

Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung von funktionsfähigen Zentren.

### Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

- a. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (sowohl großflächige als auch kleinflächige) sollen **im zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt Ditzingen)** liegen.
- b. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

### Ausnahme 1

Außerhalb der Kernstadt Ditzingen (in den Stadtteilen) sind Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten i.S. des Konzeptes zulässig, wenn diese ausschließlich die im Nahbereich wohnende Bevölkerung versorgen. Negative Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und den zentralen Versorgungsbereich sind auszuschließen (Einzelfallprüfung).

### Ausnahme 2

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

### Erläuterung:

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für **Einzelhandelsbetriebe** (sowohl großflächige als auch kleinflächige) **mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im zentralen Versorgungsbereich** der Stadt Ditzingen (Innenstadt) liegen. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden (Ausnahme: Tankstellenshops, Kioske), um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und für gewerbliche Nutzungen vorzuhalten.

Folgende Ausnahmen sind im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung im Einzelfall zu prüfen. Sie gelten ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten und dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

#### **Ausnahme 1:**

Außerhalb der Kernstadt an solitären Standorten können großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dann sinnvoll und zulässig sein, wenn sie einer **atypischen Fallgestaltung** entsprechen. Diese liegt vor, wenn der Einzelhandelsbetrieb aufgrund betrieblicher Besonderheiten oder der besonderen städtebaulichen Situation nicht zu der Art Betriebe gehört, die von der Regelvermutung gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO erfasst und eine Nahversorgungsfunktion nachgewiesen werden.

Von einer Nahversorgungsfunktion ist auszugehen, wenn

- die sortimentspezifische *Kaufkraftabschöpfung* des Planvorhabens in einem fußläufigen *600 m Radius* an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von *35 %* der sortimentspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel)<sup>20</sup> der Bevölkerung nicht überschreitet und
- keine mehr als unwesentliche (> 10 %) Überschneidung des 600 m Radius mit dem 600 m Radius des / der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche(s) besteht.

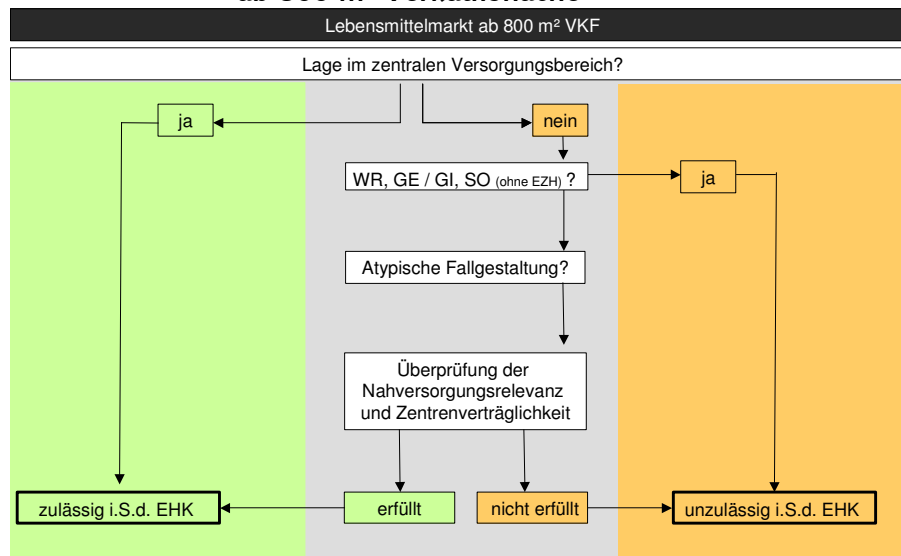
Das bedeutet: Moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter) bzw. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Lebensmittelvollsortimenter) wären auf eine Mantelbevölkerung von mindestens rund 5.500 bis 6.000 Einwohner innerhalb eines 600 m Radius angewiesen<sup>21</sup>. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen Ditzingens bewegen sich die gemäß dieser Regelung zulässigen Ausnahmefälle überwiegend deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Größere Betriebseinheiten wären auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, so dass negative Auswirkungen auf die Standort- und Nahversorgungsstrukturen zu vermuten wären und den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen.

Genauso wie in Grundsatz 1 geht die Empfehlung von Grundsatz 2 **Ausnahme 1** dahin solche durch Einzelfallsprüfung i.S. des Konzeptes zulässigen Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten lediglich außerhalb der Kernstadt als Nahversorger zuzulassen. Im siedlungsstrukturell kompakten Stadtteil Ditzingen sollten demnach Ansiedlungen mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt stattfinden. Aufgrund der Kompaktheit und der zentralen Lage der Innenstadt innerhalb des Siedlungskörpers sind die im Zentrum verorteten Betriebe gut von den umliegenden Siedlungsbereichen aus zu erreichen. Außerdem soll so eine räumlich verschärfte Wettbewerbssituation innerhalb der Kernstadt zu Lasten des städtebaulich-funktionalen Zentrums vermieden werden.

<sup>20</sup> Diese liegt derzeit bei rund 1.955 Euro pro Einwohner (BBE Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2008)

<sup>21</sup> Bei einer Flächenproduktivität von 4.000 Euro/m<sup>2</sup> für Lebensmittelvollsortimenter bzw. 6.000 Euro/m<sup>2</sup> für Lebensmitteldiscounter und einem Flächenanteil für (nicht nahversorgungsrelevante) Randsortimente von rd. 15-20 %.

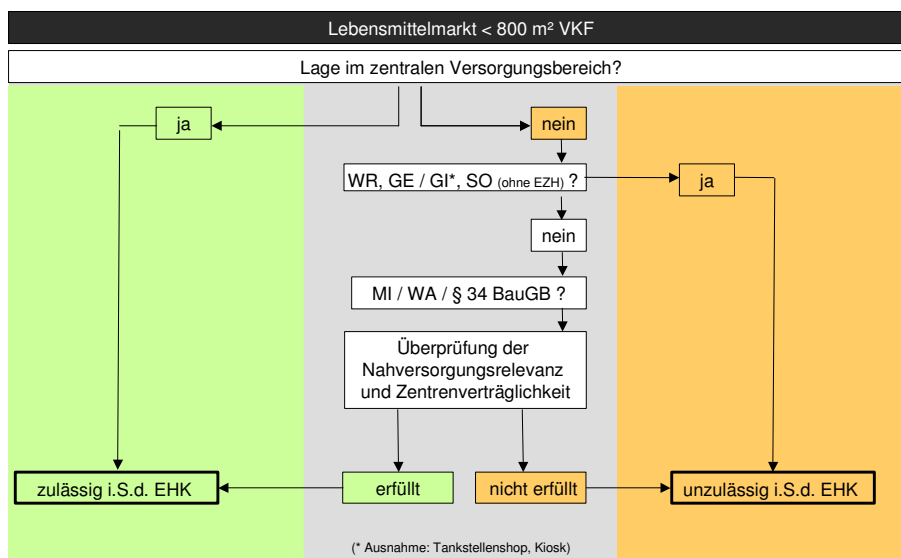
**Abbildung 8: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**



Quelle: eigene Darstellung  
 VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept

In Baugebieten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (u.a. MI, WA, unbeplanter Innenbereich § 34 BauGB) können Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten bis zur Großflächigkeit in Ausnahmefällen zugelassen werden, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Im Einzelfall sollte zum einen die Nahversorgungsfunktion nachgewiesen werden und zum anderen dargestellt werden, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die Standortstruktur bzw. den zentralen Versorgungsbereich ausgehen.

**Abbildung 9: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben von Lebensmittelmärkten < 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**



Quelle: eigene Darstellung  
 VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept

**Ausnahme 2:**

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sog. „**Handwerkerprivileg**“.

### **8.4.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten**

**Ziel:**

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzten Ergänzungsstandort und Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen Hauptzentrum (Innenstadt) und Ergänzungsstandort zur Sicherung sowie zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung.

**Grundsatz 3: Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten**

- a. Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können **im zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt Ditzingen)** liegen.
- b. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sollen Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an einem zu definierenden Sonderstandort/Entwicklungsbereich liegen.
- c. Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können vorrangig im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt Ditzingen) und an einem zu definierenden Sonderstandort/Entwicklungsbereich (und in Mischgebieten) liegen.

**Ausnahme 1**

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

**Ausnahme 2**

Kfz- und Motorradhandel kann in Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig sein (Einzelfallprüfung; gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).

**Erläuterung:**

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann – aus baurechtlicher Sicht – zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel im Rahmen der Bauleitplanung zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung für die Stadt Ditzingen als auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten (Synergieeffekte durch kumulierte Einzugsbereiche) **sollten** jedoch auch **Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden.**

In bestehenden Gewerbe- und Industriegebieten ohne Einzelhandelsvorprägung ist der Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten gänzlich (also auch jener unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) durch entsprechende Festsetzungen auszuschließen. Zum Einen können solche Vorhaben den Vorrangstandort gefährden, zum Anderen hat die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten oftmals eine drastische Erhöhung der Bodenpreise im betroffenen Gebiet und somit einen Wettbewerbsnachteil insbesondere für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe zur Folge.

## Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben

Das folgende Prüfschema dient zur **ersten Bewertung** von neuen Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept und dem darin formulierten übergeordneten Entwicklungsleitbild mit den Zielen, dem künftigen Standortprofil sowie den Grundsätzen zur Umsetzung.

Den übergeordneten Zielen folgend sind Einzelhandelsvorhaben hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungsstruktur für die Stadt Ditzingen zu hinterfragen. Grundsätzlich wird darauf hingewiesen, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Einordnung** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete landesplanerische und städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.**

### Erläuterungen zu Tabelle 16:

- + zulässig im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ditzingen
- unzulässig im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ditzingen
- \* Im Sinne der Grundsätze sollte vor der Öffnung mehrerer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an einem zu definierenden Standort geprüft werden.
- \*\* Vorrangstandort für großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente verträglich gestalten.

Tabelle 16: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)

Einzelhandelsbetrieb			Lage			
Kernsortiment	Verkaufsfläche	Beispiel	im zentralen Versorgungsbereich	außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs	Zu definierende Ergänzungsstandorte (z.B. Gewerbegebiete Süd und Ost)	Sonstige GE / GI
<b>nah-versorgungsrelevant</b>	unter 800 m <sup>2</sup>	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z.B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte; z.B. Süßwaren; Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckerei, Metzgerei)	+	Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg
	ab 800 m <sup>2</sup>	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter	+	Einzelfallprüfung: Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	-
<b>zentrenrelevant</b>	unter 800 m <sup>2</sup>	Textildiscounter, Schuhfachmarkt, Musikfachgeschäft	+	Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg
	ab 800 m <sup>2</sup>	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt	+	-	-	-
<b>nicht zentrenrelevant</b>	unter 800 m <sup>2</sup>	Sanitärfachgeschäft, Teppichbodenfachmarkt	+	+	+	Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg Kfz-Handel
	ab 800 m <sup>2</sup>	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter, Zoofachmarkt	+	+*	+**	-

Quelle: eigene Darstellung



## 9 Schlusswort

---

Die aufgezeigte, zielgerichtete Entwicklung des Einzelhandels in Ditzingen bietet gute Chancen, ein zukünftig attraktives, konzentriertes und hinsichtlich der wohnungsnahen Grundversorgung engmaschiges Versorgungsnetz zu schaffen und bereit zu halten, welches einen Kompromiss zwischen den betrieblichen Notwendigkeiten und den städtebaulich wünschenswerten Entwicklungen darstellt.

Mit dem vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept liegt nunmehr ein Baustein für die künftige Stadtentwicklung vor, welches den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung, Politik sowie weiteren Institutionen einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen liefert.

Der Umfang und die Komplexität der zu ergreifenden Maßnahmen machen ein zielgerichtetes und möglichst abgestimmtes Engagement aller Akteure erforderlich. Nur im Konsens ist eine Umsetzung der Empfehlungen zeitnah möglich. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten einbringen.

Einzelhändler, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Perspektiven sowohl quantitativ als auch qualitativ zu prüfen und, soweit vertretbar, umzusetzen. Insbesondere das Erreichen eines angemessenen Standards hinsichtlich der Verkaufsflächen und Außenpräsentation ist hier von Bedeutung.

Die Verwaltung der Stadt Ditzingen wird angesprochen, die planerischen und planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Umsetzung der aufgeführten Empfehlungen und Anregungen zu schaffen und relevante Maßnahmen im öffentlichen Raum zu forcieren.

Zudem sind alle Akteure aufgefordert, das Einzelhandelskonzept für Ditzingen fortzuschreiben, um neue Entwicklungen der Rahmenbedingungen mit berücksichtigen zu können. Dazu zählen insbesondere größere Veränderungen in der Ditzinger Angebotsstruktur (z.B. Veränderungen im Verkaufsflächenangebot), die Veränderungen der wirtschaftlichen Situation oder Entwicklungen im Ditzinger Umland.

Abschließend wird darauf hingewiesen, dass die Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ditzingen durch Beschlussfassung im Rat der Stadt politisch manifestiert wird. So wird eine Akzeptanz von allen Beteiligten sowie Handlungssicherheit für alle Akteure erlangt und die künftige städtebauliche und einzelhandelsrelevante Entwicklung optimal gesichert und gestärkt.

## 10 Übersicht über die strategischen, konzeptionellen Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Ditzingen

Die Verwaltung der Stadt Ditzingen wird durch den politischen Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durch den Rat der Stadt Ditzingen aufgefordert, die planerischen und planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Umsetzung der aufgeführten Empfehlungen und Anregungen in formelle Bauleitpläne zu schaffen. Dazu dienen die im Folgenden zusammengefasst dargestellten planungsrechtlichen Instrumentarien:

- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs
- Ditzinger Sortimentsliste
- Grundsätze zur räumlichen Umsetzung

### Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

**Ditzinger Sortimentsliste**

<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
<b>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke, Tee, Tabakwaren, Reformwaren) Backwaren Fleischwaren Drogeriewaren (Kosmetikartikel, Wasch- und Putzmittel) Zeitungen, Zeitschriften	
Parfümerieartikel (Schnitt-) Blumen Papier, Bürobedarf, Schreibwaren Bücher Bekleidung und Wäsche Handarbeitsbedarf, Kurzwaren, Meterware Stoffe, Wolle Schuhe Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme Geschenkartikel Glas, Porzellan, Keramik Haushaltswaren, Bestecke Spielwaren Hobby- und Bastelbedarf Kunstgewerbe / Bilder und Rahmen Musikinstrumente und Zubehör Sportartikel und -kleingeräte Briefmarken, Münzen	Sportpokale, Sportpreise Waffen, Angler- und Jagdbedarf Sportbekleidung und -schuhe Fahrräder und Zubehör Campingartikel Uhren / Schmuck Gardinen / Heimtextilien / Dekostoffe Haus-, Bett- und Tischwäsche Elektrokleingeräte Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Bild- und Tonträger Telekommunikation und Zubehör Unterhaltungselektronik und Zubehör Computer und Zubehör Fotoartikel medizinische und orthopädische Artikel pharmazeutische Artikel
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	
Antiquitäten Sportgroßgeräte Boote und Zubehör Elektrogroßgeräte Bettwaren, Matratzen und Lattenroste Rollläden, Markisen Teppiche (Einzelwaren) Gartenmöbel, Polsterauflagen Möbel (inkl. Küchen- und Büromöbel) Gartenbedarf und -geräte Pflanzen und Samen Maschinen und Werkzeuge Baulemente, Baustoffe Bodenbeläge / Teppiche (Auslegeware)	Eisenwaren / Beschläge Elektroartikel und -installationsmaterial Farben / Lacke Fliesen Holz Kamine, Kachelöfen Sanitärbedarf Tapeten Kfz- und Motorradzubehör zoologischer Bedarf (Tierfutter, -zubehör, lebende Tiere) Erotikartikel Kinderwagen

## Grundsätze der Entwicklung (räumlichen Steuerung) des Einzelhandels in Ditzingen

### **Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten**

- a. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (sowohl großflächige als auch kleinflächige) sollen **im zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt Ditzingen)** liegen.
- b. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

#### **Ausnahme 1**

Außerhalb der Kernstadt Ditzingen (in den Stadtteilen) sind Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten i.S. des Konzeptes zulässig, wenn diese ausschließlich die im Nahbereich wohnende Bevölkerung versorgen. Negative Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und den zentralen Versorgungsbereich sind auszuschließen (Einzelfallprüfung).

#### **Ausnahme 2**

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

### **Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten**

- a. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (sowohl großflächige als auch kleinflächige) sollen **im zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt Ditzingen)** liegen.
- b. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

#### **Ausnahme 1**

Außerhalb der Kernstadt Ditzingen (in den Stadtteilen) sind Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten i.S. des Konzeptes zulässig, wenn diese ausschließlich die im Nahbereich wohnende Bevölkerung versorgen. Negative Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und den zentralen Versorgungsbereich sind auszuschließen (Einzelfallprüfung).

**Ausnahme 2**

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

***Grundsatz 3: Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten***

- a. Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können **im zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt Ditzingen)** liegen.
- b. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sollen Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an einem zu definierenden Sonderstandort/Entwicklungsbereich liegen.
- c. Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können vorrangig im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt Ditzingen) und an einem zu definierenden Sonderstandort/Entwicklungsbereich (und in Mischgebieten) liegen.

**Ausnahme 1**

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

**Ausnahme 2**

Kfz- und Motorradhandel kann in Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig sein (Einzelfallprüfung; gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).

Das folgende Prüfschema dient zur **ersten Bewertung** von neuen Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept und dem darin formulierten übergeordneten Entwicklungsleitbild mit den Zielen, dem künftigen Standortprofil sowie den Grundsätzen zur Umsetzung.

Den übergeordneten Zielen folgend sind Einzelhandelsvorhaben hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungsstruktur für die Stadt Ditzingen zu hinterfragen. Grundsätzlich wird darauf hingewiesen, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Einordnung** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete landesplanerische und städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.**

**Erläuterungen zu nachfolgender Tabelle:**

- + zulässig im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ditzingen
- unzulässig im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ditzingen
- \* Im Sinne der Grundsätze sollte vor der Öffnung mehrerer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an einem zu definierenden Standort geprüft werden.
- \*\* Vorrangstandort für großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente verträglich gestalten.

Tabelle 17: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)

Einzelhandelsbetrieb			Lage			
Kernsortiment	Verkaufsfläche	Beispiel	im zentralen Versorgungsbereich	außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs	Zu definierende Ergänzungsstandorte (z.B. Gewerbegebiete Süd und Ost)	Sonstige GE / GI
<b>nah-versorgungsrelevant</b>	unter 800 m <sup>2</sup>	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z.B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte; z.B. Süßwaren; Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckerei, Metzgerei)	+	Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg
	ab 800 m <sup>2</sup>	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter	+	Einzelfallprüfung: Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	-
<b>zentrenrelevant</b>	unter 800 m <sup>2</sup>	Textildiscounter, Schuhfachmarkt, Musikfachgeschäft	+	Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg
	ab 800 m <sup>2</sup>	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt	+	-	-	-
<b>nicht zentrenrelevant</b>	unter 800 m <sup>2</sup>	Sanitärfachgeschäft, Teppichbodenfachmarkt	+	+	+	Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg Kfz-Handel
	ab 800 m <sup>2</sup>	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter, Zoofachmarkt	+	+*	+**	-

Quelle: eigene Darstellung

## Verzeichnisse

---

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung von Verkaufsflächen und Bruttoumsätzen des Einzelhandels in Deutschland 1995-2011.....	18
Abbildung 2: Entwicklung von Verkaufsflächen und Bruttoumsätzen des Lebensmitteleinzelhandels nach Betriebsformen in Deutschland 1990-2007 .....	19
Abbildung 3: Entwicklung der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen in Deutschland (Angaben in %) .....	19
Abbildung 4: Verkaufsfläche in Ditzingen nach Lagen (in m <sup>2</sup> ) .....	34
Abbildung 5: Aktuelle und Ziel-Zentralitäten für den Ditzinger Einzelhandel .....	56
Abbildung 6: Standortstrukturmodell der Stadt Ditzingen .....	70
Abbildung 7: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten .....	83
Abbildung 8: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte ab 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche.....	92
Abbildung 9: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben von Lebensmittelmärkten < 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche.....	92



**Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Lage im Raum .....	22
Karte 2:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008 .....	23
Karte 3:	Siedlungsstruktur der Stadt Ditzingen .....	25
Karte 4:	Räumliche Verteilung der großflächigen sowie sonstigen Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Ditzingen .....	31
Karte 5:	Innenstadt Ditzingen.....	38
Karte 6:	Innerstädtischer Geschäftsbereich und Einzelhandelsdichten von Ditzingen.....	39
Karte 7:	Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte (> als 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche).....	46
Karte 8:	Szenario I „Freies Spiel der Kräfte“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung.....	59
Karte 9:	Szenario II „Restriktion“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung.....	60
Karte 10:	Szenario III „Steuerung mit Ausnahmen“ .....	62
Karte 11:	übergeordnetes Entwicklungsleitbild „Räumlich-funktionale Gliederung“ als Synthese der Einzelszenarien.....	65
Karte 12:	Beispiel 1. Arbeitsschritt (Orientierung am Bestand) .....	72
Karte 13:	Beispiel 2. Arbeitsschritt (Entwicklungsperspektiven und Bestand).....	72
Karte 14:	Beispiel 3. Arbeitsschritt (künftiger zentraler Versorgungsbereiche).....	73
Karte 15:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	74
Karte 16:	Möglicher Entwicklungsbereich des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels „Gewerbegebiet-Süd“ .....	78
Karte 17:	Möglicher Entwicklungsbereich des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels „Gewerbegebiet-Ost“ .....	79

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Ditzingen.....	13
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien .....	15
Tabelle 3:	Sekundärstatistische Einordnung der Stadt Ditzingen.....	23
Tabelle 4:	Einwohner nach Stadtteilen .....	24
Tabelle 5:	Verkaufsflächenangebot des Ditzinger Einzelhandels nach Warengruppen .....	27
Tabelle 6:	Verkaufsflächenausstattung in m <sup>2</sup> pro Einwohner ausgewählter Warengruppen in Ditzingen im Vergleich zu anderen Kommunen mittelzentraler Bedeutung .....	29
Tabelle 7:	Verkaufsflächen in m <sup>2</sup> nach Stadtteilen und Bedarfsstufen.....	33
Tabelle 8:	Verkaufsflächen in der Innenstadt unter Berücksichtigung der zentralen Lage .....	37
Tabelle 9:	Angebotsbausteine wohnungsnahe Grundversorgung.....	42
Tabelle 10:	Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner in Ditzingen .....	43
Tabelle 11:	Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel.....	44
Tabelle 12:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale Ditzingen 2008 in Mio. Euro .....	49
Tabelle 13:	Sortimentspezifische Umsätze der Ditzinger Einzelhandelsbetriebe .....	51
Tabelle 14:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen .....	55
Tabelle 15:	Ditzinger Sortimentsliste.....	84
Tabelle 16:	Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema) .....	96

## Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
<b>Einzelhandel im engeren Sinne</b>	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
<b>Einzelhandelsbetrieb</b>	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermittelt diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralität</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt/Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Region.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie

	die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine Leistungsstärke hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.
<b>Fachmarkt</b>	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips.
<b>Großflächiger Einzelhandel</b>	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m <sup>2</sup> ) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zuwiderlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
<b>Kaufkraftabfluss</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
<b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	Ähnlich dem Supermarkt, jedoch Discountcharakter und i.d.R. keine Käse- oder Wursttheke (mit Bedienung), z.B. Aldi, Penny, Lidl. Verkaufsfläche mindestens 800 - 1.000 m <sup>2</sup> , Selbstbedienung.
<b>Nahversorgungsrelevantes Sortiment</b>	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente können ggf. auch innenstadtrelevant sein.
<b>Nahversorgungsstandort</b>	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Handelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmittel-discounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.

<b>Nahversorgungszentrum</b>	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
<b>SB-Warenhaus</b>	Nach dem Discountprinzip arbeitender Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 m <sup>2</sup> bzw. 5.000 m <sup>2</sup> , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> /Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf)
<b>Sonderstandort</b>	Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
<b>Stadtteilzentrum</b>	Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Handelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie) vorhanden.
<b>Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)</b>	Verkaufsfläche mind. 400 m <sup>2</sup> – max. 1.500 m <sup>2</sup> , Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, vorwiegend Selbstbedienung.
<b>Umsatzkennziffer</b>	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren

	<p>Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
<b>Verbrauchermarkt</b>	<p>Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m<sup>2</sup>, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.</p>
<b>Verkaufsfläche</b>	<p>Gemäß des Urteils vom BVerwG, 24.11.2005, 4 C 10.04 und des Urteils vom OVG Münster vom 06.02.2009 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.</li> <li>■ Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (Einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).</li> <li>■ Flächen für die Pfandrücknahme sind der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.</li> <li>■ Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Gebäudes gelegen laut jüngstem Urteil (OVG NRW, 06.02.2009) grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche<sup>22</sup>.</li> </ul>

<sup>22</sup> Vgl. Urteil des OVG Münster vom 06.02.2009  
 Zum Erhebungszeitpunkt April 2008 zählten die Abstell- und Unterstellflächen für Einkaufswagen noch per Definition zur Verkaufsfläche und sind somit im Ditzinger Bestand berücksichtigt.

<b>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</b>	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.
<b>Zentraler Versorgungsbereich</b>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des § 34 (3) BauGB) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie).</p> <p>Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung, -präsentation.</p>
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit („Handtaschensortimente“) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen

---

<p>(Standortvorteile u.a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken) zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>
--

---