

Beiträge zur Stadtentwicklung 39  
Band 2

# Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stuttgart

Grundlage für zukunftsfähige Stadtteilzentren

Herausgeber: Landeshauptstadt Stuttgart



STÜTTGART



# Inhaltsverzeichnis

<b>6.</b>	<b>Stadtbezirk 01 Mitte</b>	<b>125</b>
<b>6.1</b>	<b>Einzelhandelssituation - Stadtbezirk 01 Mitte</b>	<b>125</b>
<b>6.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 01 Mitte</b>	<b>125</b>
6.2.1	A-Zentrum City (01-01)	128
6.2.1.1	Einzelhandelsangebot	130
6.2.1.2	Dienstleistungsangebot	133
6.2.1.3	Städtebau und Verkehr	135
6.2.1.4	Entwicklungsziele	142
6.2.2	D-Zentrum Charlottenstraße (01-03)	143
6.2.2.1	Einzelhandelsangebot	144
6.2.2.2	Dienstleistungsangebot	145
6.2.2.3	Städtebau und Verkehr	146
6.2.2.4	Entwicklungsziele	147
6.2.3	E-Zentrum Wilhelmstraße (01-02)	148
6.2.4	E-Zentrum Robert-Bosch-Areal (01-04)	150
6.2.5	Entwicklungsbereich Hohenheimer Straße (01-11)	151
<b>7.</b>	<b>Stadtbezirk 02 Nord</b>	<b>152</b>
<b>7.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 02 Nord</b>	<b>152</b>
<b>7.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 02 Nord</b>	<b>156</b>
7.2.1	E-Zentrum Am Kochenhof (02-01)	156
7.2.2	E-Zentrum Helfferichstraße (02-02)	157
7.2.3	E-Zentrum Nordbahnhofstraße (02-03)	159
7.2.4	Entwicklungsbereich (Planung) Killesberg Stadtzentrum(02-11)	160
<b>8.</b>	<b>Stadtbezirk 03 Ost</b>	<b>162</b>
<b>8.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 03 Ost</b>	<b>162</b>
<b>8.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 03 Ost</b>	<b>165</b>
8.2.1	D-Zentrum Ostheim-Ostendplatz (03-01)	165
8.2.1.1	Einzelhandelsangebot	166
8.2.1.2	Dienstleistungsangebot	168
8.2.1.3	Städtebau und Verkehr	168
8.2.1.4	Entwicklungsziele	170
8.2.2	D-Zentrum Neckarstraße/ Stöckach (03-05)	170
8.2.2.1	Einzelhandelsangebot	171
8.2.2.2	Dienstleistungsangebot	173
8.2.2.3	Städtebau und Verkehr	173
8.2.2.4	Entwicklungsziele	175
8.2.3	D-Zentrum Gablenberger Hauptstraße (03-06)	175
8.2.3.1	Einzelhandelsangebot	176
8.2.3.2	Dienstleistungsangebot	178
8.2.3.3	Städtebau und Verkehr	178
8.2.3.4	Entwicklungsziele	180
8.2.4	E-Zentrum Ortsmitte Gaisburg (03-02)	180
8.2.5	E-Zentrum Schwarzenberg-/ Haussmannstraße (03-03)	182
8.2.6	E-Zentrum Gänseheide/ Gerokstraße (03-04)	184
<b>9.</b>	<b>Stadtbezirk 04 Süd</b>	<b>186</b>
<b>9.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 04 Süd</b>	<b>186</b>
<b>9.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 04 Süd</b>	<b>189</b>
9.2.1	D-Zentrum Böblinger Straße (04-01)	189
9.2.1.1	Einzelhandelsangebot	190
9.2.1.2	Dienstleistungsangebot	192

9.2.1.3	Städtebau und Verkehr	192
9.2.1.4	Entwicklungsziele	193
9.2.2	D-Zentrum Marienplatz (04-02)	194
9.2.2.1	Einzelhandelsangebot	195
9.2.2.2	Dienstleistungsangebot	196
9.2.2.3	Städtebau und Verkehr	196
9.2.2.4	Entwicklungsziele	198
9.2.3	E-Zentrum Liststraße (04-03)	199
9.2.4	E-Zentrum Olgastraße (04-04)	201
9.2.5	Entwicklungsbereich Kaltental (04-11)	202
9.2.6	Entwicklungsbereich (Planung) Südtor (04-12)	202
<b>10.</b>	<b>Stadtbezirk 05 West</b>	<b>204</b>
<b>10.1</b>	<b>Einzelhandelssituation - Stadtbezirk 05 West</b>	<b>204</b>
<b>10.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 05 West</b>	<b>207</b>
10.2.1	D-Zentrum Schwab-/ Rotebühlstraße (05-02)	207
10.2.1.1	Einzelhandelsangebot	208
10.2.1.2	Dienstleistungsangebot	210
10.2.1.3	Städtebau und Verkehr	210
10.2.1.4	Entwicklungsziele	212
10.2.2	D-Zentrum Schloß-/ Silberburgstraße (05-03)	213
10.2.2.1	Einzelhandelsangebot	213
10.2.2.2	Dienstleistungsangebot	215
10.2.2.3	Städtebau und Verkehr	215
10.2.2.4	Entwicklungsziele	216
10.2.3	D-Zentrum Hölderlinplatz (05-05)	216
10.2.3.1	Einzelhandelsangebot	217
10.2.3.2	Dienstleistungsangebot	219
10.2.3.3	Städtebau und Verkehr	219
10.2.3.4	Entwicklungsziele	221
10.2.4	D-Zentrum Moltkeplatz (05-07)	222
10.2.4.1	Einzelhandelsangebot	222
10.2.4.2	Dienstleistungsangebot	224
10.2.4.3	Städtebau und Verkehr	224
10.2.4.4	Entwicklungsziele	225
10.2.5	D-Zentrum Silberburg-/ Paulinenstraße (05-09)	226
10.2.5.1	Einzelhandelsangebot	226
10.2.5.2	Dienstleistungsangebot	228
10.2.5.3	Städtebau und Verkehr	228
10.2.5.4	Entwicklungsziele	230
10.2.6	E-Zentrum Forst-/ Herderstraße (05-01)	231
10.2.7	E-Zentrum Falkert-/ Kornbergstraße (05-04)	233
10.2.8	E-Zentrum Rosenbergplatz (05-06)	235
10.2.9	E-Zentrum Bebel-/ Seyfferstraße (05-08)	237
<b>11.</b>	<b>Stadtbezirk 06 Bad Cannstatt</b>	<b>239</b>
<b>11.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 06 Bad Cannstatt</b>	<b>239</b>
<b>11.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 06 Bad Cannstatt</b>	<b>242</b>
11.2.1	B-Zentrum Bad Cannstatt-Altstadt (06-01)	242
11.2.1.1	Einzelhandelsangebot	243
11.2.1.2	Dienstleistungsangebot	246
11.2.1.3	Städtebau und Verkehr	247
11.2.1.4	Entwicklungsziele	250

11.2.2	E-Zentrum Wildunger Straße (06-02)	251
11.2.3	E-Zentrum Ebitzweg (06-03)	253
11.2.4	E-Zentrum Bottroper Straße (06-04)	255
11.2.5	E-Zentrum Hallschlag/ Römerkastell (06-05)	256
11.2.6	Entwicklungsbereich Steinhaldenfeld (06-11)	257
11.2.7	Entwicklungsbereich Brückenstraße (06-12)	258
11.2.8	Entwicklungsbereich Daimlerstraße (06-13)	258
11.2.9	Entwicklungsbereich (Planung) ehm. Obere Ziegelei (06-14)	258
<b>12.</b>	<b>Stadtbezirk 07 Birkach</b>	<b>260</b>
<b>12.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 07 Birkach</b>	<b>260</b>
<b>12.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 07 Birkach</b>	<b>263</b>
<b>12.2.1</b>	E-Zentrum Alte Dorfstraße (07-01)	263
<b>13.</b>	<b>Stadtbezirk 08 Botnang</b>	<b>265</b>
<b>13.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 08 Botnang</b>	<b>265</b>
<b>13.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 08 Botnang</b>	<b>268</b>
13.2.1	D-Zentrum Franz-Schubert-Straße (08-01)	268
13.2.1.1	Einzelhandelsangebot	269
13.2.1.2	Dienstleistungsangebot	271
13.2.1.3	Städtebau und Verkehr	271
13.2.1.4	Entwicklungsziele	272
13.2.2	E-Zentrum Im Laihle (08-02)	273
<b>14.</b>	<b>Stadtbezirk 09 Degerloch</b>	<b>275</b>
<b>14.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 09 Degerloch</b>	<b>275</b>
<b>14.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 09 Degerloch</b>	<b>278</b>
14.2.1	D-Zentrum Degerloch-Ortsmitte (09-01)	278
14.2.1.1	Einzelhandelsangebot	279
14.2.1.2	Dienstleistungsangebot	281
14.2.1.3	Städtebau und Verkehr	281
14.2.1.4	Entwicklungsziele	283
14.2.2	E-Zentrum Hoffeld-Ortsmitte (09-02)	284
<b>15.</b>	<b>Stadtbezirk 10 Feuerbach</b>	<b>286</b>
<b>15.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 10 Feuerbach</b>	<b>286</b>
<b>15.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 10 Feuerbach</b>	<b>289</b>
15.2.1	C-Zentrum Feuerbach (10-01)	289
15.2.1.1	Einzelhandelsangebot	291
15.2.1.2	Dienstleistungsangebot	292
15.2.1.3	Städtebau und Verkehr	292
15.2.1.4	Entwicklungsziele	294
15.2.2	E-Zentrum Thomas-Mann-Straße (10-02)	295
<b>16.</b>	<b>Stadtbezirk 11 Hedelfingen</b>	<b>297</b>
<b>16.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 11 Hedelfingen</b>	<b>297</b>
<b>16.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 11 Hedelfingen</b>	<b>300</b>
16.2.1	D-Zentrum Hedelfingen-Ortsmitte (11-01)	300
16.2.1.1	Einzelhandelsangebot	301
16.2.1.2	Dienstleistungsangebot	303
16.2.1.3	Städtebau und Verkehr	303
16.2.1.4	Entwicklungsziele	305
16.2.2	Entwicklungsbereich Rohracker (11-11)	305



<b>17.</b>	<b>Stadtbezirk 12 Möhringen</b>	<b>306</b>
<b>17.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 12 Möhringen</b>	<b>306</b>
<b>17.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 12 Möhringen</b>	<b>309</b>
17.2.1	D-Zentrum Möhringen-Ortsmitte (12-01)	309
17.2.1.1	Einzelhandelsangebot	310
17.2.1.2	Dienstleistungsangebot	312
17.2.1.3	Städtebau und Verkehr	312
17.2.1.4	Entwicklungsziele	314
17.2.2	E-Zentrum Widmaierstraße (12-02)	315
17.2.3	E-Zentrum Ladenzentrum Europaplatz (12-03)	316
17.2.4	E-Zentrum Kurt-Schuhmacherstraße/ Eichäcker (12-04)	318
17.2.5	E-Zentrum Laustraße (12-05)	319
<b>18.</b>	<b>Stadtbezirk 13 Mühlhausen</b>	<b>321</b>
<b>18.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 13 Mühlhausen</b>	<b>321</b>
<b>18.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 13 Mühlhausen</b>	<b>324</b>
18.2.1	D-Zentrum Ladenzentrum Flamingoweg (13-01)	324
18.2.1.1	Einzelhandelsangebot	325
18.2.1.2	Dienstleistungsangebot	327
18.2.1.3	Städtebau und Verkehr	327
18.2.1.4	Entwicklungsziele	328
18.2.2	E-Zentrum Wallensteinstraße (13-02)	329
18.2.3	E-Zentrum Freiberg (Kaufpark) (13-03)	331
18.2.4	Entwicklungsbereich Veitstraße (13-11)	332
18.2.5	Entwicklungsbereich Zentrum Hechtstraße (13-12)	333
18.2.6	Entwicklungsbereich Kelterplatz (13-13)	333
<b>19.</b>	<b>Stadtbezirk 14 Münster</b>	<b>334</b>
<b>19.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 14 Münster</b>	<b>334</b>
<b>19.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 14 Münster</b>	<b>338</b>
19.2.1	E-Zentrum Nagoldstraße (14-01)	338
19.2.2	E-Zentrum Freibergstraße (14-02)	339
<b>20.</b>	<b>Stadtbezirk 15 Obertürkheim</b>	<b>341</b>
<b>20.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 15 Obertürkheim</b>	<b>341</b>
<b>20.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 15 Obertürkheim</b>	<b>344</b>
20.2.1	D-Zentrum Obertürkheim-Ortsmitte (15-01)	344
20.2.1.1	Einzelhandelsangebot	345
20.2.1.2	Dienstleistungsangebot	347
20.2.1.3	Städtebau und Verkehr	347
20.2.1.4	Entwicklungsziele	348
20.2.2	E-Zentrum Uhlbacher Platz (15-02)	349
<b>21.</b>	<b>Stadtbezirk 16 Plieningen</b>	<b>351</b>
<b>21.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 16 Plieningen</b>	<b>351</b>
<b>21.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 16 Plieningen</b>	<b>354</b>
21.2.1	D-Zentrum Plieningen-Ortsmitte (16-01)	354
21.2.1.1	Einzelhandelsangebot	355
21.2.1.2	Dienstleistungsangebot	357
21.2.1.3	Städtebau und Verkehr	357
21.2.1.4	Entwicklungsziele	359

21.2.2	E-Zentrum Plieningen-Wollgrasweg (16-02)	360
21.2.3	E-Zentrum Im Asemwald (16-03)	361
21.2.4	Entwicklungsbereich Fruwirthstraße/ Uni Hohenheim (16-11)	363
<b>22.</b>	<b>Stadtbezirk 17 Sillenbuch</b>	<b>364</b>
<b>22.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 17 Sillenbuch</b>	<b>364</b>
<b>22.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 17 Sillenbuch</b>	<b>367</b>
22.2.1	D-Zentrum Schempp-/ Kirchheimer Straße (17-01)	367
22.2.1.1	Einzelhandelsangebot	368
22.2.1.2	Dienstleistungsangebot	370
22.2.1.3	Städtebau und Verkehr	370
22.2.1.4	Entwicklungsziele	371
22.2.2	D-Zentrum Sillenbucher Markt (17-02)	372
22.2.2.1	Einzelhandelsangebot	373
22.2.2.2	Dienstleistungsangebot	374
22.2.2.3	Städtebau und Verkehr	374
22.2.2.4	Entwicklungsziele	375
22.2.3	E-Zentrum Paprikastraße (17-03)	376
22.2.4	E-Zentrum Bernsteinstraße (17-04)	378
22.2.5	E-Zentrum Fenchelstraße (17-05)	380
<b>23.</b>	<b>Stadtbezirk 18 Stammheim</b>	<b>382</b>
<b>23.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 18 Stammheim</b>	<b>382</b>
<b>23.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 18 Stammheim</b>	<b>385</b>
23.2.1	D-Zentrum Stammheim-Ortsmitte (18-01)	385
23.2.1.1	Einzelhandelsangebot	387
23.2.1.2	Dienstleistungsangebot	388
23.2.1.3	Städtebau und Verkehr	388
23.2.1.4	Entwicklungsziele	390
<b>24.</b>	<b>Stadtbezirk 19 Untertürkheim</b>	<b>391</b>
<b>24.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 19 Untertürkheim</b>	<b>391</b>
<b>24.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 19 Untertürkheim</b>	<b>394</b>
24.2.1	D-Zentrum Untertürkheim (19-01)	394
24.2.1.1	Einzelhandelsangebot	395
24.2.1.2	Dienstleistungsangebot	397
24.2.1.3	Städtebau und Verkehr	397
24.2.1.4	Entwicklungsziele	398
24.2.2	E-Zentrum Mäulen-/ Biklenstraße (19-02)	399
24.2.3	Entwicklungsbereich Fellbacher Straße (19-11)	400
24.2.4	Entwicklungsbereich Goldbergstraße (19-12)	400
<b>25.</b>	<b>Stadtbezirk 20 Vaihingen</b>	<b>401</b>
<b>25.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – 20 Vaihingen</b>	<b>401</b>
<b>25.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 20 Vaihingen</b>	<b>404</b>
25.2.1	C-Zentrum Vaihingen-Ortsmitte (20-01)	404
25.2.1.1	Einzelhandelsangebot	405
25.2.1.2	Dienstleistungsangebot	407
25.2.1.3	Städtebau und Verkehr	408
25.2.1.4	Entwicklungsziele	410

25.2.2	E-Zentrum Vaihingen-Möhringer Landstraße (20-02)	410
25.2.3	E-Zentrum Büsnauer Platz (20-03)	412
25.2.4	E-Zentrum Osterbronnstraße (20-04)	413
25.2.5	E-Zentrum Rohrer Höhe (20-05)	415
25.2.6	E-Zentrum Rohr-Ortsmitte (20-06)	417
<b>26.</b>	<b>Stadtbezirk 21 Wangen</b>	<b>419</b>
<b>26.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 21 Wangen</b>	<b>419</b>
<b>26.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 21 Wangen</b>	<b>422</b>
26.2.1	D-Zentrum Wangen-Ortsmitte (21-01)	422
26.2.1.1	Einzelhandelsangebot	423
26.2.1.2	Dienstleistungsangebot	425
26.2.1.3	Städtebau und Verkehr	425
26.2.1.4	Entwicklungsziele	427
<b>27.</b>	<b>Stadtbezirk 22 Weilimdorf</b>	<b>428</b>
<b>27.1</b>	<b>Einzelhandelssituation – Stadtbezirk 22 Weilimdorf</b>	<b>428</b>
<b>27.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk 22 Weilimdorf</b>	<b>431</b>
27.2.1	C-Zentrum Weilimdorf-Ortsmitte (22-01)	431
27.2.1.1	Einzelhandelsangebot	432
27.2.1.2	Dienstleistungsangebot	434
27.2.1.3	Städtebau und Verkehr	434
27.2.1.4	Entwicklungsziele	436
27.2.2	E-Zentrum Weilimdorf – Kaiserslauterer Straße (22-02)	437
27.2.3	E-Zentrum Ernst-Reuter-Platz (22-03)	438
27.2.4	Entwicklungsbereich Hubertusplatz (22-11)	439
<b>28.</b>	<b>Stadtbezirk 23 Zuffenhausen</b>	<b>440</b>
<b>28.1</b>	<b>Einzelhandelssituation Stadtbezirk 23 Zuffenhausen</b>	<b>440</b>
<b>28.2</b>	<b>Zentrale Versorgungsbereiche Im Stadtbezirk Zuffenhausen</b>	<b>443</b>
28.2.1	C-Zentrum Zuffenhausen-Ortsmitte (23-01)	443
28.2.1.1	Einzelhandelsangebot	444
28.2.1.2	Dienstleistungsangebot	446
28.2.1.3	Städtebau und Verkehr	446
28.2.1.4	Entwicklungsziele	448
28.2.2	D-Zentrum Schozacher Straße (23-02)	448
28.2.2.1	Einzelhandelsangebot	449
28.2.2.2	Dienstleistungsangebot	450
28.2.2.3	Städtebau und Verkehr	451
28.2.2.4	Entwicklungsziele	452
28.2.3	E-Zentrum Haldenrain - Tapachstraße (23-03)	453
28.2.4	Entwicklungsbereich (Planung) Stammheimer Straße (23-11)	455
	<b>Glossar</b>	<b>456</b>
	<b>Anhang</b>	<b>461</b>

# Tabellenverzeichnis

Tab. 7:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 01 Mitte: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	125
Tab. 8:	Erhebungsdaten	130
Tab. 9:	Erhebungsdaten	144
Tab. 10:	Erhebungsdaten	148
Tab. 11:	Erhebungsdaten	150
Tab. 12:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 02 Nord: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	152
Tab. 13:	Erhebungsdaten	156
Tab. 14:	Erhebungsdaten	158
Tab. 15:	Erhebungsdaten	159
Tab. 16:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 03 Ost: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	162
Tab. 17:	Erhebungsdaten	166
Tab. 18:	Erhebungsdaten	171
Tab. 19:	Erhebungsdaten	176
Tab. 20:	Erhebungsdaten	181
Tab. 21:	Erhebungsdaten	182
Tab. 22:	Erhebungsdaten	184
Tab. 23:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 04 Süd: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	186
Tab. 24:	Erhebungsdaten	190
Tab. 25:	Erhebungsdaten	195
Tab. 26:	Erhebungsdaten	199
Tab. 27:	Erhebungsdaten	201
Tab. 28:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 05 West: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	204
Tab. 29:	Erhebungsdaten	208
Tab. 30:	Erhebungsdaten	213
Tab. 31:	Erhebungsdaten	217
Tab. 32:	Erhebungsdaten	222
Tab. 33:	Erhebungsdaten	226
Tab. 34:	Erhebungsdaten	231
Tab. 35:	Erhebungsdaten	233
Tab. 36:	Erhebungsdaten	235
Tab. 37:	Erhebungsdaten	237
Tab. 38:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 06 Bad Cannstatt: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	239
Tab. 39:	Erhebungsdaten	243
Tab. 40:	Erhebungsdaten	252
Tab. 41:	Erhebungsdaten	253
Tab. 42:	Erhebungsdaten	255
Tab. 43:	Erhebungsdaten	257
Tab. 44:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 07 Birkach: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	260
Tab. 45:	Erhebungsdaten	263
Tab. 46:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 08 Botnang: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	265
Tab. 47:	Erhebungsdaten	269
Tab. 48:	Erhebungsdaten	273
Tab. 49:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 09 Degerloch: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	275
Tab. 50:	Erhebungsdaten	279



Tab. 51: Erhebungsdaten	284
Tab. 52: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 10 Feuerbach: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	286
Tab. 53: Erhebungsdaten	290
Tab. 54: Erhebungsdaten	295
Tab. 55: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 11 Hedelfingen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	297
Tab. 56: Erhebungsdaten	301
Tab. 57: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 12 Möhringen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	306
Tab. 58: Erhebungsdaten	310
Tab. 59: Erhebungsdaten	315
Tab. 60: Erhebungsdaten	317
Tab. 61: Erhebungsdaten	318
Tab. 62: Erhebungsdaten	320
Tab. 63: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 13 Mühlhausen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	321
Tab. 64: Erhebungsdaten	325
Tab. 65: Erhebungsdaten	329
Tab. 66: Erhebungsdaten	331
Tab. 67: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 14 Münster: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	334
Tab. 68: Erhebungsdaten	338
Tab. 69: Erhebungsdaten	340
Tab. 70: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 15 Obertürkheim: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	341
Tab. 71: Erhebungsdaten	345
Tab. 72: Erhebungsdaten	349
Tab. 73: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 16 Plieningen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	351
Tab. 74: Erhebungsdaten	355
Tab. 75: Erhebungsdaten	360
Tab. 76: Erhebungsdaten	362
Tab. 77: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 17 Sillenbuch: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	364
Tab. 78: Erhebungsdaten	368
Tab. 79: Erhebungsdaten	373
Tab. 80: Erhebungsdaten	376
Tab. 81: Erhebungsdaten	378
Tab. 82: Erhebungsdaten	380
Tab. 83: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 18 Stammheim: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	382
Tab. 84: Erhebungsdaten	386
Tab. 85: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 19 Untertürkheim: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	391
Tab. 86: Erhebungsdaten	395
Tab. 87: Erhebungsdaten	399
Tab. 88: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 20 Vaihingen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	401
Tab. 89: Erhebungsdaten	405
Tab. 90: Erhebungsdaten	411
Tab. 91: Erhebungsdaten	412
Tab. 92: Erhebungsdaten	414

Tab. 93:	Erhebungsdaten	415
Tab. 94:	Erhebungsdaten	417
Tab. 95:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 21 Wangen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	419
Tab. 96:	Erhebungsdaten	423
Tab. 97:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 22 Weilimdorf: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	428
Tab. 98:	Erhebungsdaten	432
Tab. 99:	Erhebungsdaten	437
Tab. 100:	Erhebungsdaten	439
Tab. 101:	Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 23 Zuffenhausen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €	440
Tab. 102:	Erhebungsdaten	444
Tab. 103:	Erhebungsdaten	449
Tab. 104:	Erhebungsdaten	454
Tab. A-1:	Betriebe nach Größenklassen in der Landeshauptstadt Stuttgart insgesamt: Anzahl und Verkaufsfläche	461
Tab. A-2:	Einzelhandelssituation: Umsatz, Kaufkraft (je in Mio. €) und Bindungsquoten	462
Tab. A-3:	Einzelhandelsangebot in Stuttgart nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet	463
Tab. A-4:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2020 in Mio. €	464
Tab. A-5:	Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Status-quo-Prog- nose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	465
Tab. A-6:	Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Entwicklungs- prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	466
Tab. A-7:	Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Wettbewerbs- prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet	467

# Abbildungsverzeichnis

Abb. 19: Bindungsquote Stadtbezirk 01 Mitte	126
Abb. 20: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 01Mitte	127
Abb. 21: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 01 Mitte	128
Abb. 22: Bindungsquote Stadtbezirk 02 Nord	153
Abb. 23: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 02 Nord	154
Abb. 24: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 02 Nord	155
Abb. 25: Bindungsquote Stadtbezirk 03 Ost	163
Abb. 26: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 03 Ost	164
Abb. 27: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 03 Ost	165
Abb. 28: Bindungsquote Stadtbezirk 04 Süd	187
Abb. 29: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 04 Süd	188
Abb. 30: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 04 Süd	189
Abb. 31: Bindungsquote Stadtbezirk 05 West	205
Abb. 32: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 05 West	206
Abb. 33: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 05 West	207
Abb. 34: Bindungsquote Stadtbezirk 06 Bad Cannstatt	240
Abb. 35: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 06 Bad Cannstatt	241
Abb. 36: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 06 Bad Cannstatt	242
Abb. 37: Bindungsquote Stadtbezirk 07 Birkach	261
Abb. 38: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 07 Birkach	262
Abb. 39: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 07 Birkach	262
Abb. 40: Bindungsquote Stadtbezirk 08 Botnang	266
Abb. 41: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 08 Botnang	267
Abb. 42: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 08 Botnang	268
Abb. 43: Bindungsquote Stadtbezirk 09 Degerloch	276
Abb. 44: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 09 Degerloch	277
Abb. 45: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 09 Degerloch	278
Abb. 46: Bindungsquote Stadtbezirk 10 Feuerbach	287
Abb. 47: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 10 Feuerbach	288
Abb. 48: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 10 Feuerbach	289
Abb. 49: Bindungsquote Stadtbezirk 11 Hedelfingen	298
Abb. 50: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 11 Hedelfingen	299
Abb. 51: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 11 Hedelfingen	300
Abb. 52: Bindungsquote Stadtbezirk 12 Möhringen	307
Abb. 53: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 12 Möhringen	308
Abb. 54: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 12 Möhringen	309
Abb. 55: Bindungsquote Stadtbezirk 13 Mühlhausen	322
Abb. 56: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 13 Mühlhausen	323
Abb. 57: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 13 Mühlhausen	324
Abb. 58: Bindungsquote Stadtbezirk 14 Münster	335

Abb. 59: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 14 Münster	336
Abb. 60: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 14 Münster	337
Abb. 61: Bindungsquote Stadtbezirk 15 Obertürkheim	342
Abb. 62: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 15 Obertürkheim	343
Abb. 63: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 15 Obertürkheim	344
Abb. 64: Bindungsquote Stadtbezirk 16 Plieningen	352
Abb. 65: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 16 Plieningen	353
Abb. 66: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 16 Plieningen	354
Abb. 67: Bindungsquote Stadtbezirk 17 Sillenbuch	365
Abb. 68: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 17 Sillenbuch	366
Abb. 69: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 17 Sillenbuch	367
Abb. 70: Bindungsquote Stadtbezirk 18 Stammheim	383
Abb. 71: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 18 Stammheim	384
Abb. 72: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 18 Stammheim	385
Abb. 73: Bindungsquote Stadtbezirk 19 Untertürkheim	392
Abb. 74: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 19 Untertürkheim	393
Abb. 75: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 19 Untertürkheim	394
Abb. 76: Bindungsquote Stadtbezirk 20 Vaihingen	402
Abb. 77: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 20 Vaihingen	403
Abb. 78: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 20 Vaihingen	404
Abb. 79: Bindungsquote Stadtbezirk 21 Wangen	420
Abb. 80: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 21 Wangen	421
Abb. 81: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 21 Wangen	422
Abb. 82: Bindungsquote Stadtbezirk 22 Weilimdorf	429
Abb. 83: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 22 Weilimdorf	430
Abb. 84: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 22 Weilimdorf	431
Abb. 85: Bindungsquote Stadtbezirk 23 Zuffenhausen	441
Abb. 86: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 23 Zuffenhausen	442
Abb. 87: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 23 Zuffenhausen	443

# Kartenverzeichnis

Karte 13:	Abgrenzungsvorschlag A-Zentrum City	129
Karte 14:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Charlottenstraße	143
Karte 15:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Wilhelmstraße	148
Karte 16:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Robert-Bosch-Areal	150
Karte 17:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Am Kochenhof	156
Karte 18:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Helfferichstraße	157
Karte 19:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Nordbahnhofstraße	159
Karte 20:	Abgrenzungsvorschlag Entwicklungsbereich (Planung) Killesberg Stadtzentrum	161
Karte 21:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Ostheim-Ostendplatz	166
Karte 22:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Neckarstraße/ Stöckach	171
Karte 23:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Gablenberger Hauptstraße	176
Karte 24:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Ortsmitte Gaisburg	180
Karte 25:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Schwarenberg-/ Hauss mannstraße	182
Karte 26:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Gänseheide/ Gerokstraße	184
Karte 27:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Böblinger Straße	190
Karte 28:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Marienplatz	194
Karte 29:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Liststraße	199
Karte 30:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Olgastraße	201
Karte 31:	Abgrenzungsvorschlag Entwicklungsbereich (Planung) Südtor	203
Karte 32:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Schwab-/ Rotebühlstraße	208
Karte 33:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Schloß-/ Silberburgstraße	213
Karte 34:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Hölderlinplatz	217
Karte 35:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Moltkeplatz	222
Karte 36:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Silberburg-/ Paulinen- straße	226
Karte 37:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Forst-/ Herderstraße	231
Karte 38:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Falkert-/ Kornbergstraße	233
Karte 39:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Rosenbergplatz	235
Karte 40:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Bebel-/ Seyfferstraße	237
Karte 41:	Abgrenzungsvorschlag B-Zentrum Bad Cannstatt-Altstadt	243
Karte 42:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Wildunger Straße	251
Karte 43:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Ebitzweg	253
Karte 44:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Bottroper Straße	255
Karte 45:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Hallschlag/ Römerkastell	256
Karte 46:	Abgrenzungsvorschlag Entwicklungsbereich (Planung) ehm. Obere Ziegelei	259
Karte 47:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Alte Dorfstraße	263
Karte 48:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Franz-Schubert-Straße	269
Karte 49:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Im Laihle	273
Karte 50:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Degerloch-Ortsmitte	279
Karte 51:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Hoffeld-Ortsmitte	284
Karte 52:	Abgrenzungsvorschlag C-Zentrum Feuerbach	290
Karte 53:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Thomas-Mann-Straße	295
Karte 54:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Hedelfingen-Ortsmitte	301
Karte 55:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Möhringen-Ortsmitte	310
Karte 56:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Widmaierstraße	315
Karte 57:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Ladenzentrum Europaplatz	316
Karte 58:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Kurt-Schuhmacherstraße/ Eichäcker	318
Karte 59:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Laustraße	319



Karte 60:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Ladenzentrum Flamingoweg	325
Karte 61:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Wallensteinstraße	329
Karte 62:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Freiberg (Kaufpark)	331
Karte 63:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Nagoldstraße	338
Karte 64:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Freibergstraße	339
Karte 65:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Obertürkheim-Ortsmitte	345
Karte 66:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Uhlbacher Platz	349
Karte 67:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Plieningen-Ortsmitte	355
Karte 68:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Plieningen-Wollgrasweg	360
Karte 69:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Im Asemwald	361
Karte 70:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Schempp-/ Kirchheimer Straße	368
Karte 71:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Sillenbucher Markt	372
Karte 72:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Paprikastraße	376
Karte 73:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Bernsteinstraße	378
Karte 74:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Fenchelstraße	380
Karte 75:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Stammheim-Ortsmitte	386
Karte 76:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Untertürkheim	395
Karte 77:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Mäulen-/ Biklenstraße	399
Karte 78:	Abgrenzungsvorschlag C-Zentrum Vaihingen-Ortsmitte	405
Karte 79:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Vaihingen-Möhringer Landstraße	410
Karte 80:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Büsnauer Platz	412
Karte 81:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Osterbronnstraße	413
Karte 82:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Rohrer Höhe	415
Karte 83:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Rohr-Ortsmitte	417
Karte 84:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Wangen-Ortsmitte	423
Karte 85:	Abgrenzungsvorschlag C-Zentrum Weilimdorf-Ortsmitte	432
Karte 86:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Weilimdorf – Kaisers- lauterer Straße	437
Karte 87:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Ernst-Reuter-Platz	438
Karte 88:	Abgrenzungsvorschlag C-Zentrum Zuffenhausen	444
Karte 89:	Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Schozacher Straße	449
Karte 90:	Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Haldenrain - Tapachstraße	453
Karte 91:	Abgrenzungsvorschlag Entwicklungsbereich (Planung) Stammheimer Straße	455

# Fotoverzeichnis

Foto 18: Königsbau mit Königsbaupassage	133
Foto 19: Calwer Passage	133
Foto 20: Außengastronomie Markthalle	134
Foto 21: Rathauskomplex am Marktplatz	134
Foto 22: Königstraße: städtebauliche Dominante als Torsituation	136
Foto 23: modernes Kunstmuseum und historischer Königsbau	136
Foto 24: Alte Kanzlei auf Schillerplatz	137
Foto 25: Ergänzungsbereich Gerberviertel	137
Foto 26: südliche Kronprinzstraße	139
Foto 27: neu gestaltete Kronprinzstraße	139
Foto 28: Gestaltungsdefizite entlang Friedrichstraße	140
Foto 29: neu gestaltete Fußwegebereiche Theodor-Heuss-Straße	140
Foto 30: Hauptkreuzungsbereich	146
Foto 31: Blumenstraße	146
Foto 32: Ostendstraße mit Boulevard	169
Foto 33: Zugang zur Ostendpassage	169
Foto 34: Neuer Lebensmittelbetrieb im rückwärtigen Bereich	174
Foto 35: Warenstände auf beengtem Fußwegebereich	174
Foto 36: topografische Verhältnisse	179
Foto 37: neuer Lebensmitteldiscounter	179
Foto 38: Böblinger Straße - geringe funktionale Dichte	193
Foto 39: Böblinger Straße - Haus der Generationen	193
Foto 40: Marienplatz	197
Foto 41: Ergänzungsbereich Böblinger Straße	197
Foto 42: Rotebühlstraße	211
Foto 43: Schwabstraße	211
Foto 44: Hölderlinstraße	220
Foto 45: Hölderlinplatz	220
Foto 46: Moltkeplatz mit Einzelhandelskomplex und Bürgerzentrum	224
Foto 47: Kreuzungsbereich Schwab- Ecke Bebelstraße	224
Foto 48: Rotebühlstraße	229
Foto 49: Paulinenstraße	229
Foto 50: Altstadt Bad Cannstatt	248
Foto 51: Cannstatter Carré	248
Foto 52: Wilhelmsplatz – Trennwirkung	249
Foto 53: Seelbergstraße	249
Foto 54: Zentraler Platzbereich mit Lebensmittelnahversorgung	271
Foto 55: Alte Stuttgarter Str.: schwacher Einzelhandels-/ Dienstleistungsbesatz	271
Foto 56: Neubau eines Lebensmitteldiscounters in der Epplestraße	282
Foto 57: Identität auf dem Agnes-Kehner-Platz	282
Foto 58: östliche Stuttgarter Straße - Platzbereiche/ großflächige Strukturen	293
Foto 59: westliche Stuttgarter Straße - historisch-kleinteilige Strukturen	293
Foto 60: Rohrackerstraße	304
Foto 61: Heumadener Straße	304
Foto 62: Kreuzungsbereich Vaihinger Straße Ecke Filderbahnstraße	313
Foto 63: Modehaus südliche Filderbahnstraße	313
Foto 64: Innenansicht	328
Foto 65: Außenansicht	328
Foto 66: zentraler Platzbereich	347
Foto 67: Augsburgers Straße	347

Foto 68: Lebensmitteldiscounter in dörflich geprägten Strukturen	358
Foto 69: Schoellstraße: städtebaulicher Entwicklungsbedarf	358
Foto 70: alleinartig bepflanzte Kirchheimer Straße	371
Foto 71: Wohnbebauung mit eingeschossigen Einzelhandelsanbauten	371
Foto 72: Außenansicht	374
Foto 73: Innenansicht	374
Foto 74: Freihofstraße - Gestaltungsdefizite im öffentlichen Raum	389
Foto 75: Freihofstraße Ecke Tuchbleiche - funktionale/ städtebauliche Lücke	389
Foto 76: Schwabenplatz - nördlicher Eingangsbereich in die Schwabengalerie	409
Foto 77: Hauptstraße - gestalterische Defizite im öffentlichen wie privaten Raum	409
Foto 78: Wangener Kelterplatz	426
Foto 79: Brachfläche nördliche Ulmer Straße	426
Foto 80: Haupteinkaufsbereich Löwen-Markt - attraktiv gestalteter Platzraum	435
Foto 81: Ergänzungsbereich Glemsgaustraße - identitätsstiftende Kirche	435
Foto 82: Unterländer Straße - hohe Einzelhandels-/ Dienstleistungsdichte	448
Foto 83: Emil-Schuler-Platz - Modernisierungsbedarf	448
Foto 84: Haldenrainstraße	452
Foto 85: Gestaltung des öffentlichen Raums	452

### **Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als strategisches Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Stuttgart**

Im Auftrag der Landeshauptstadt Stuttgart wurde im Juni 2008 die „Fortschreibung Konzeption Einzelhandel und Zentren für die Landeshauptstadt Stuttgart“ durch das Büro Dr. Acocella, Lörrach, in der vorliegenden Fassung vorgelegt und im Juli 2008 durch den Gemeinderat in seinen wesentlichen Ergebnissen zustimmend zur Kenntnis genommen (GRDRs 222/2008). Die fortgeschriebene Konzeption ist Leitlinie und Orientierungsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels, die räumliche Steuerung und die Entscheidung über Einzelvorhaben sowie weitere Planungen und Projekte im Bereich des Einzelhandels.

Die aktuelle Fortschreibung des Zentrenkonzeptes enthält die Abgrenzungen zu insgesamt 75 zentralen Bereichen und ist in fünf Hierarchiestufen (A-E) unterteilt. Die Bestandsaufnahme ergibt eine Gesamtsumme von über 851.000 qm an Einzelhandelsfläche. Diese Zunahme an Einzelhandelskapazitäten von etwa 40 Prozent gegenüber der letzten offiziellen Erhebung 1993 hat sich im Wesentlichen in den zentralen Lagen, aber auch an weiteren integrierten Standorten vollzogen. Die räumliche Steuerung des Einzelhandels basiert auf der Zielsetzung, dass in den zentralen Versorgungsbereichen der übergeordneten Hierarchiestufen im Grundsatz alle Sortimentsgruppen und Betriebsgrößen angesiedelt werden können. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist der Lebensmitteleinzelhandel und Einzelhandelsbetriebe mit anderen zentrenrelevanten Sortimenten in nicht großflächiger Form zur Nahversorgung von Wohnquartieren denkbar. Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten können generell angesiedelt werden, soweit sie städtebaulich integrierbar sind. Um die zentralen Versorgungsbereiche in den Stadtbezirken nicht zu gefährden, soll zentrenrelevanter Einzelhandel in Gewerbegebieten generell nicht zugelassen werden. Er soll lediglich zur Gebietsversorgung mit Verkaufsflächen weit unterhalb der Regelvermutungsgrenze des § 11 Absatz 3 BauNVO ermöglicht werden.

**Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Stuttgart bietet somit eine solide Grundlage zur Beurteilung der Einzelhandelssituation und zugleich gute Voraussetzungen für die Steuerung und nachhaltige Entwicklung des Einzelhandels in den ausgewiesenen Versorgungszentren Stuttgarts.**

Das Gesamtgutachten wurde in zwei Teile gegliedert:

In **Band 1** werden **Grundlagen und Konzeption** des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Stuttgart dargestellt und erläutert.

**Band 2** beinhaltet die detaillierten Ausführungen zu einzelnen **Stadtbezirken und zentralen Versorgungsbereichen**.



## 6. STADTBEZIRK 01 MITTE

### 6.1 EINZELHANDELSITUATION - STADTBEZIRK 01 MITTE

Im zentral im Stadtgebiet der Landeshauptstadt Stuttgart gelegenen Stadtbezirk "01 Mitte" (rd. 22.700 Einwohner<sup>1</sup>) konzentriert sich auf Grund des sich hier befindlichen A-Zentrums City ein großer Teil der Einzelhandelsbetriebe und gesamtstädtischen Verkaufsfläche. 972 Betriebe sind in diesem Stadtbezirk angesiedelt und weisen eine Verkaufsfläche von rd. 352.325 qm auf: Dies entspricht einem Anteil von rd. 40% an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Stuttgart. Auf dieser Fläche wird ein Umsatz von rd. 1.944,1 Mio. € erwirtschaftet (vgl. Tab. 7).

Tab. 7: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 01 Mitte: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	24.300	160,9	331%
Drogerie/ Parfümerie	9.650	56,2	961%
Apotheke	1.200	40,7	388%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	4.000	16,9	740%
Blumen/ Zoo	2.425	5,9	327%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>41.575</b>	<b>280,6</b>	<b>406%</b>
Bekleidung und Zubehör	139.650	879,1	6.773%
Schuhe, Lederwaren	20.525	87,0	3.173%
Sport/ Freizeit	27.675	104,9	4.905%
Spielwaren	13.000	47,7	1.686%
Bücher	8.500	50,0	1.827%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	15.950	37,6	1.905%
Haus-/ Heimtextilien	11.750	31,0	1.707%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>237.050</b>	<b>1237,2</b>	<b>4.546%</b>
Uhren/ Schmuck	5.875	47,3	3.460%
Foto/ Optik und Zubehör	5.200	44,7	1.938%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	15.050	187,7	2.351%
Elektro/ Leuchten	8.450	51,3	1.585%
Teppiche/ Bodenbeläge	1.475	3,7	426%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	1.975	4,0	43%
Möbel, Antiquitäten	29.950	63,6	861%
Sonstiges	5.725	23,8	432%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>73.700</b>	<b>426,2</b>	<b>1.124%</b>
<b>Summe</b>	<b>352.325</b>	<b>1944,1</b>	<b>1.448%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

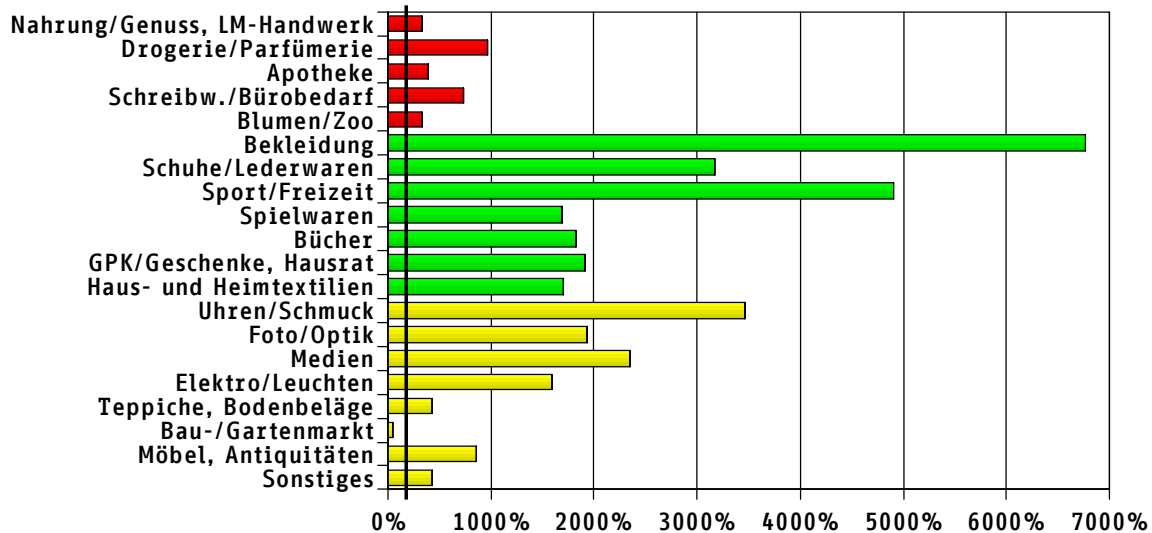
<sup>1</sup> Folgende Einwohnerzahlen der Stadtbezirke nach Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand 31.12.2006.





In dem Stadtbezirk mit einer Gesamtbindungsquote von 1.448% fließt per Saldo deutlich Kaufkraft von außerhalb zu. Die herausragende Bedeutung des Stadtbezirks 01 Mitte wird insbesondere bei der Betrachtung der innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen des mittelfristigen Bedarfs sowie des langfristigen Bedarfs (Uhren/Schmuck, Foto/ Optik, Medien, Elektro/ Leuchten) mit Bindungsquoten von jeweils - weit über 1.000% deutlich (vgl. Abb. 19). Aber auch in den weiteren Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs und der übrigen üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten des langfristigen Bedarfs werden mit Ausnahmen von Bau-/ und Gartenmarkt Bindungsquoten von über 100% erzielt. Die höchsten Kaufkraftzuflüsse werden in der Sortimentsgruppe Bekleidung mit 6.773% erzielt und sind auf das A-Zentrum City zurückzuführen. Die Nahversorgungssituation stellt sich in Relation zur gesamtstädtischen Situation überaus positiv dar. Die Bindungsquoten der Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfs liegen bei jeweils über 300%. Der Nahversorgungsanteil, der sich durch die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe ergibt (vgl. Kap. 5.2.4, insb. Karte 8), weist einen vergleichsweise hohen Wert von 93% auf. Im Umkehrschluss müssen somit lediglich 7% der Einwohner des Stadtbezirks (knapp 1.600 Einwohner) mehr als 500 Meter zum nächstliegenden Lebensmittelbetrieb zurücklegen.

Abb. 19: Bindungsquote Stadtbezirk 01 Mitte



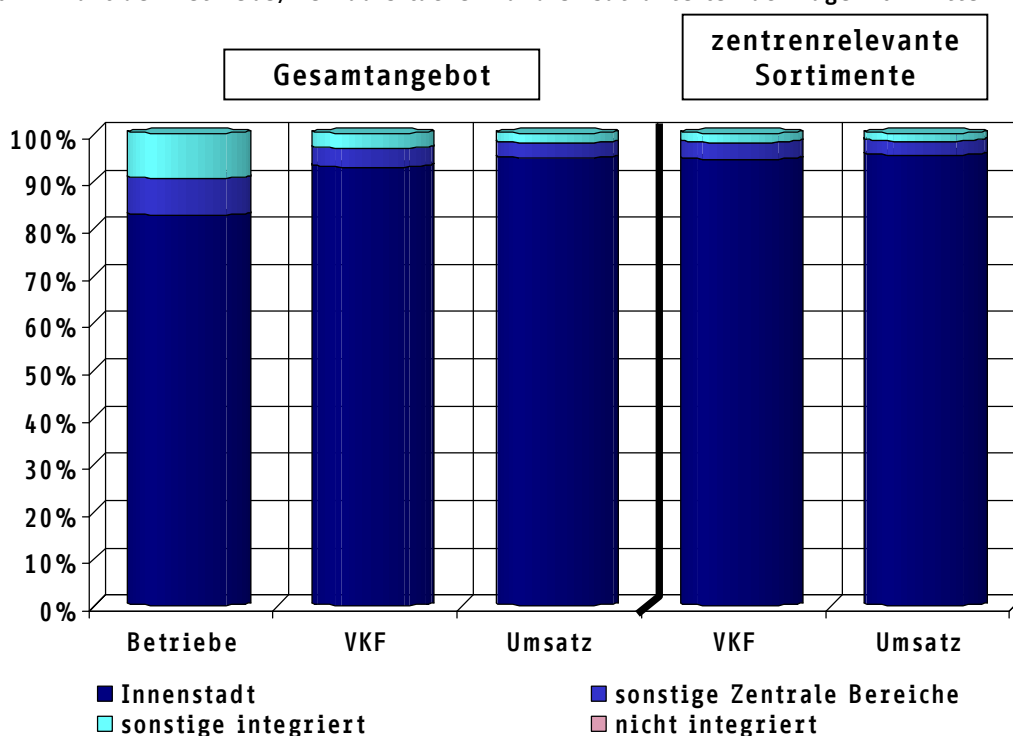
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In Bezug auf die räumliche Verteilung der Verkaufsflächen- und Umsatzanteile im Stadtbezirk "01 Mitte" wird erneut die Bedeutung der Innenstadt (des A-Zentrums



City) unterstrichen, in der sich rd. 83% aller Betriebe des Stadtbezirks befinden. Diese vereinen rd. 93% der Verkaufsfläche des Stadtbezirks "01 Mitte" auf sich und erwirtschaften auf dieser einen Umsatz von rd. 1.842 Mio. € - dies entspricht rd. 95% des stadtbezirksbezogenen Umsatzes. In den drei weiteren Zentren sowie in sonstiger integrierter Lage befinden sich weitere 76 bzw. 92 Einzelhandelsbetriebe, die auf Grund der Dominanz der Innenstadt (des A-Zentrums City) jedoch nur 8% bzw. 9% aller Betriebe im Stadtbezirk repräsentieren. Betriebe in nicht integrierter Lage sind im Stadtbezirk "01 Mitte" nicht vorhanden.

Abb. 20: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 01 Mitte

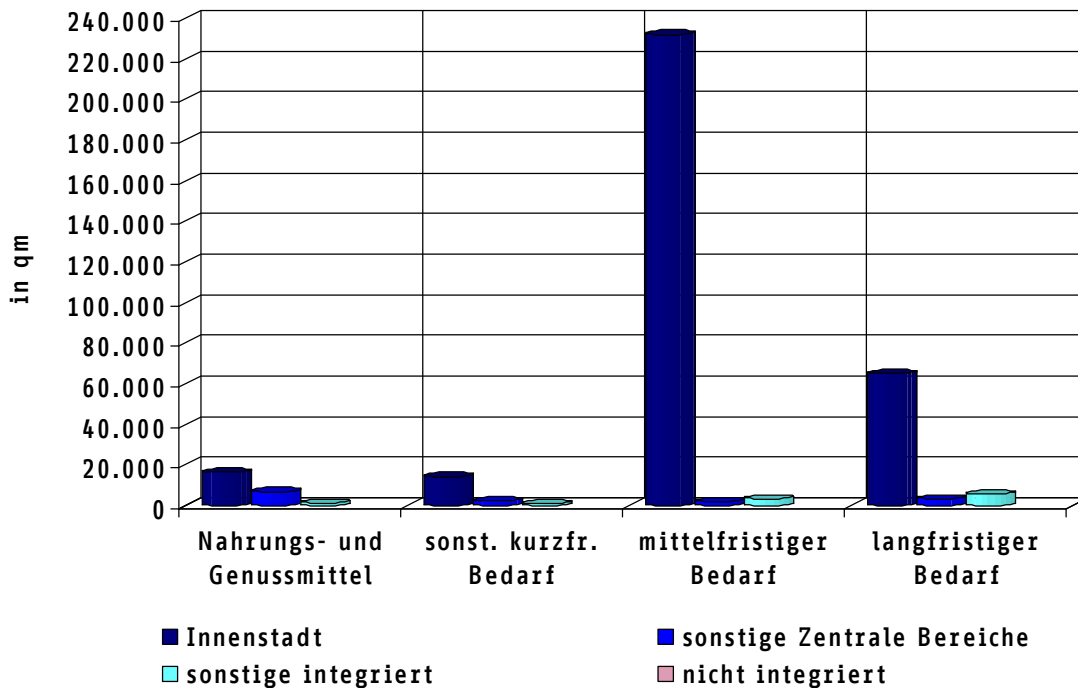


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Differenziert nach Bedarfsbereichen überwiegt auf Grund des sich im Stadtbezirk befindlichen A-Zentrums City mit einem typischerweise hohen Verkaufsflächenanteil an zentrenrelevanten Sortimenten der mittelfristige Bedarfsbereich (knapp 232.000 qm Verkaufsfläche) deutlich (vgl. Abb. 21). Daneben ist die Verkaufsfläche insbesondere im langfristigen aber auch kurzfristigen Bedarfsbereich in der Innenstadt deutlich größer als in den weiteren Lagen.



Abb. 21: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 01 Mitte



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

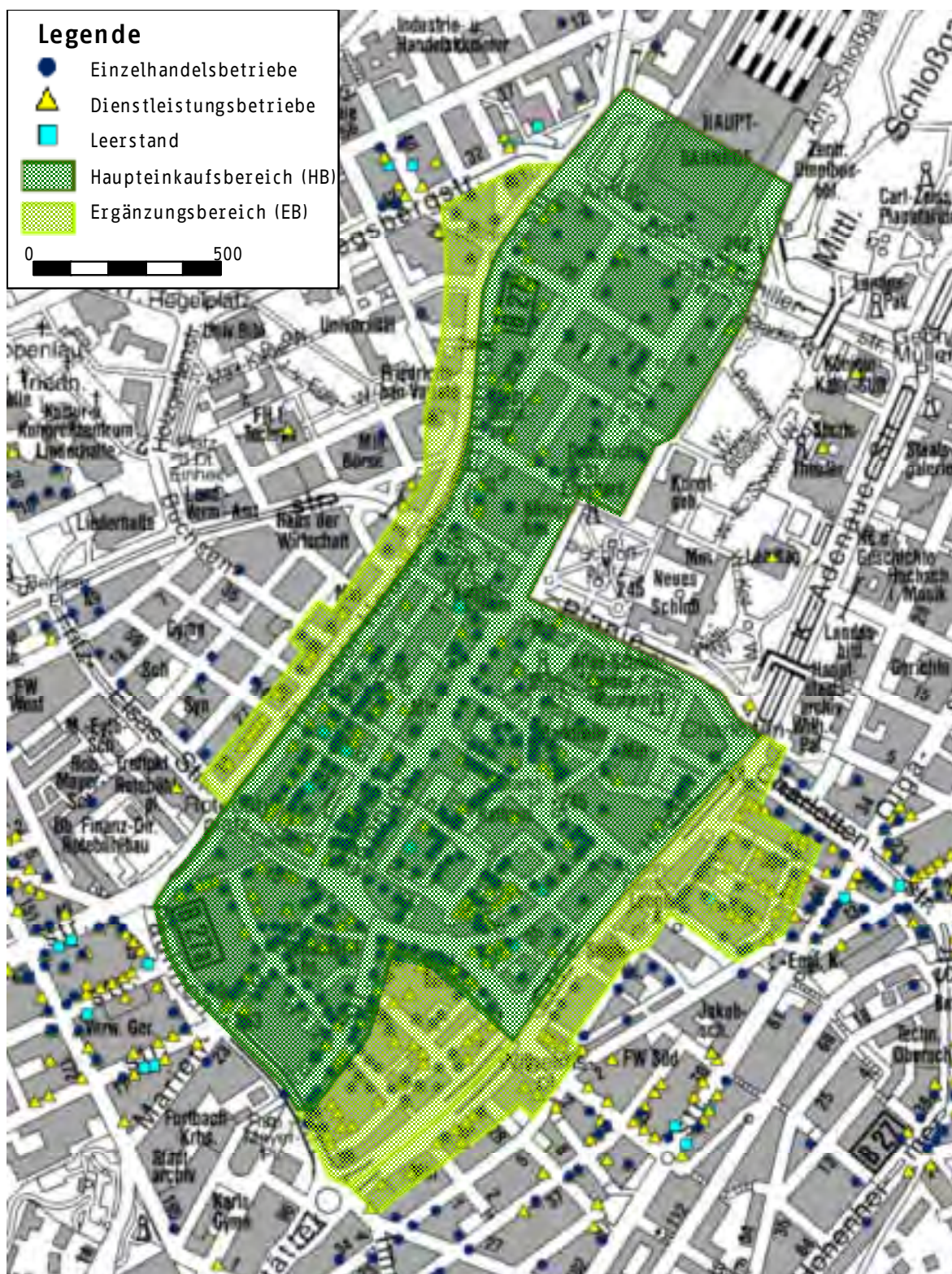
## 6.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 01 MITTE

### 6.2.1 A-Zentrum City (01-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich im Wesentlichen linear entlang Königstraße und Parallel- sowie angrenzenden Seitenstraßen zwischen Paulinenstraße und Arnulf-Klett-Platz (Hauptbahnhof) sowie zwischen Theodor-Heuss-Straße/ Friedrichstraße und Hauptstätter Straße
- Ergänzungsbereich Gerberviertel zwischen Tübinger und Hauptstätter Straße sowie Eberhard-/ Torstraße
- Ergänzungsbereich Wilhelmsplatz/ Esslinger Vorstadt entlang Hauptstätter Straße zwischen Österreicher Platz und Charlottenplatz
- Ergänzungsbereich Hospital-/ Börsen-/ Friedrichsplatz entlang Theodor-Heuss-/ Friedrichstraße zwischen Rotebühlplatz und Arnulf-Klett-Platz

Karte 13: Abgrenzungsvorschlag A-Zentrum City



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007





## 6.2.1.1 Einzelhandelsangebot

### Erhebungsdaten

Tab. 8: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
804	65	A	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
30.650 qm	257.375 qm	39.400 qm	327.400 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
16.400 qm	14.225 qm	231.875 qm	64.900 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Dichte im Einzelhandelsbesatz

- sehr dichter, durchgehender Einzelhandelsbesatz auf oft mehreren Etagen entlang Königstraße - stellenweise durch sehr große Dienstleistungsnutzungen (u.a. Geldinstitute) ergänzt
- in angrenzenden Seitenstraßen der mittleren Königstraße fortlaufend dichter Einzelhandelsbesatz (u.a. Schulstraße) sowie auch in einigen parallel verlaufenden Straßenzügen (u.a. Calwer Straße, Hirschstraße)
- in angrenzenden Seitenstraßen der südlichen/ nördlichen Königstraße abnehmende Einzelhandelsdichte (u.a. Sophien-/ Kronenstraße) sowie auch in einigen parallel verlaufenden Straßenzügen (u.a. Kronprinzstraße, Lautenschlagerstraße) - abschnittsweise überwiegend Dienstleistungsnutzung
- mittlere Dichte im Ergänzungsbereich Gerberviertel (überwiegend Dienstleistungs- und Wohnnutzung im EG)
- geringe bis mittlere Dichte im Ergänzungsbereich Wilhelmsplatz/ Esslinger Vorstadt (überwiegend Dienstleistung (Gastronomie) und z.T. Wohnen))
- relativ geringe Dichte im Ergänzungsbereich Hospital-/ Börsen-/ Friedrichsplatz (überwiegend große Dienstleistungskomplexe)
- städtebaulich-gestalterische wie funktionale Brüche zwischen Haupteinkaufsbereich und Ergänzungsbereichen jenseits der Theodor-Heuss-/ Friedrichstraße und Hauptstätter Straße





- in den Straßenzügen um das abgegrenzte A-Zentrum gar kein bis sehr dichter Einzelhandelsbesatz (direkt angrenzende D-Zentren Charlottenstraße, Silberburg-/ Paulinenstraße, E-Zentrum Wilhelmstraße)
- insgesamt relativ geringe Leerstandsdichte (insbesondere Königstraße), dennoch abschnittsweise "Leerstandskonzentrationen" in Nebenlagen: u.a. Lautenschlagerstraße, Kronprinzstraße, J.-Hirn-Platz, Ergänzungsbereich Gerberviertel

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- sehr umfassendes und vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung im Haupteinkaufsbereich: Drei SB-Warenhäuser mit großen Lebensmittelabteilungen, ein großflächiger Supermarkt, drei Lebensmitteldiscounter und zwei Biomärkte (alle unterhalb der Großflächigkeit), ein Lebensmittel-SB-Markt und drei Lebensmittel-SB-Geschäfte sowie eine hohe Anzahl an diversen (z.T. hochwertigen, spezialisierten) Lebensmittel-Fachgeschäften und -handwerksbetrieben sowie ergänzenden Lebensmittelangeboten in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemärkte)
- vorhandene Lebensmittelnahversorgung u.a. auch im Ergänzungsbereich Gerberviertel durch einen großflächigen Biomarkt
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch große Wochenmärkte auf Marktplatz und Schillerplatz (dreimal wöchentlich) und Wilhelmsplatz (wöchentlich)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Markthalle (Stift-/ Dorotheenstraße): Angebote im Lebensmittelbereich, vielfältig von einfach bis hochwertig/ exklusiv
- insgesamt sehr hohe Angebotsvielfalt in allen zentrenrelevanten Sortimentsbereichen (rd. 79 % der Gesamtverkaufsfläche)
- Angebotsschwerpunkt im innenstadttypischen mittelfristigen Bedarfsbereich: lückenloses Angebot, rd. 71 % der Gesamtverkaufsfläche im mittelfristigen Bedarfsbereich → Betriebe in sehr starker Konkurrenzsituation
- viele große wie kleine Fachgeschäfte mit sehr speziellen Angeboten (z.B. Tabakwarenfachgeschäfte, Kunstgalerien) u.a. in Calwer Straße und Esslinger Vorstadt
- variierende Angebotsschwerpunkte in einzelnen Teilabschnitten: u.a. nahversorgungsrelevanter Anteil in südlicher Königstraße höher als im mittleren/ nördli-



chen Abschnitt, hoher Anteil langfristiger Warensortimente im Ergänzungsbe-  
reich nördliche Friedrichstraße (Küchen und Möbel)

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- Gesamtangebot von sehr kleinen Fachgeschäften bis großflächigen Betrieben über mehrere Etagen bis hin zu Einkaufspassagen/ -zentren
- Konzentration an großflächigen Betrieben, Waren- und Kaufhäusern entlang mittlerer/ nördlicher Königstraße, oft über mehrere Etagen, sehr hoher Filialisierungsgrad
- Konzentration an Einkaufspassagen/ -zentren in nördlicher Königstraße (u.a. Königsbaupassage), sehr hoher Filialisierungsgrad
- zunehmende Kleinteiligkeit in südlicher Königstraße - überwiegend kleine ( $\leq 100$  qm VKF) und "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Betriebe, ausgeglichenes Angebot aus Filialisten und augenscheinlich inhabergeführten Betrieben
- eher kleinteilige Betriebsstrukturen in Erdgeschosszone in rückwärtigen Lagen: u.a. Calwer Straße, Esslinger Vorstadt (historisch bedingt sehr kleinteilig), Gerberviertel, augenscheinlich überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte, Filialisten vorhanden, z.T. hoher Grad an Individualität erkennbar
- kleinteilige bis großflächige Betriebsstrukturen, z.T. auch Einkaufspassagen und Kaufhäuser in den östlich an die mittlere Königstraße angrenzenden Bereichen um den Marktplatz
- vergleichsweise wenige, überwiegend großflächige Betriebe im Ergänzungsbe-  
reich Friedrichstraße/ Theodor-Heuss-Straße (Schwerpunkt Möbel und Küchen)

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau von stellenweise gering bis überwiegend mittel- und abschnittsweise hoch(-preisig), exklusiv
- mittlere bis hohe Angebotsqualität bei überwiegend ansprechender und moderner Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung entlang mittlerer/ nördlicher Königstraße wie auch in Einkaufspassagen - stellenweise sehr positiv/ beispielhaft
- niedrig- bis überwiegend mittelpreisiges, stellenweise auch hochwertiges Angebot in südlicher Königstraße sowie östlich der Königstraße um Marktplatz, Wa-

renpräsentation und Schaufenstergestaltung von schwach bis ansprechend, überwiegend mittel

**Foto 18: Königsbau mit Königsbaupassage**



Quelle: eigenes Foto August 2007

**Foto 19: Calwer Passage**



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

- überwiegend spezialisierte, hochwertig-exklusive Warenangebote in Calwer Straße (u.a. Zigarren-, Teefachgeschäfte, Lederwaren) bei ansprechend moderner Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung (insbesondere Calwer Passage, vgl. Foto 19) - hoher Grad an Individualität, ähnlich aber weniger exklusiv: Esslinger Vorstadt (u.a. Antiquitäten, Kunsthandel)
- in allen Teilbereichen stellenweise auch Betriebe mit diffusem Warenangebot im Billigpreissektor und entsprechenden Defiziten in Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- diverse Einkaufspassagen - insbesondere Königsbaupassage mit ihren (großflächigen) Filialbetrieben und einem attraktiven Branchenmix an Betrieben aller Art
- diverse Waren- und Kaufhäuser
- Markthalle mit ihrem attraktiven Mix an nahversorgungsrelevanten Betrieben

#### **6.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte und Vielfalt an allen möglichen zentrenprägenden Dienstleistungsbetrieben im gesamten A-Zentrum sowohl entlang Königstraße (Einzelhandel dominierend) wie auch in sonstigen Teilbereichen



- viele kleine und große publikumsorientierte Dienstleistungsbetriebe mit hoher Passantenfrequenz
- viele große Dienstleistungskomplexe (z.T. Hauptsitze von Geldinstituten oder Versicherungen) mit vergleichsweise geringem Publikumsverkehr: u.a. Rotenbühlplatz, Friedrich- und Lautenschlagerstraße, Paulinenstraße und Hauptstätter Straße

### Gastronomie

- insgesamt sehr vielfältiges Gastronomieangebot im gesamten A-Zentrum
  - à Qualität und Gestaltung variierend von einfach bis hochwertig/ exklusiv
  - à Außengastronomien überwiegend ansprechend gestaltet, z.T. sehr attraktiv, gut angepasst an das gepflegte (stellenweise historische) städtebauliche Umfeld (vgl. Foto 20)
- gastronomische Konzentrationen mit attraktiven Außensitzbereichen insbesondere auf Platzbereichen: u.a. Calwer Platz, Wilhelmsplatz, Schlossplatz/ Königsbaupassage, Karlsplatz, Pflimlinplatz, Theodor-Heuss-Straße, Esslinger Vorstadt, "Gastroviertel" Geiß-/ Töpferstraße
- Konzentration an einfachen Gastronomiebetrieben entlang Schulstraße ("Fressgasse") und Hauptbahnhof

Foto 20: Außengastronomie Markthalle



Quelle: eigenes Foto August 2008

Foto 21: Rathauskomplex am Marktplatz



Quelle: eigenes Foto August 2008



## Öffentliche Einrichtungen

- hohe Anzahl an öffentlichen Einrichtungen verteilt im gesamten A-Zentrum
  - à zentrenprägende Wirkung, sehr hohe Kopplungseffekte
- bedeutsame öffentliche Einrichtungen: u.a. diverse Ministerien (z.B. Schillerplatz), Hauptbahnhof, Rathaus (Marktplatz, vgl. Foto 21), verschiedene kleinere Ämter (z.B. Stadtmessungsamt) sowie kirchliche und schulische wie auch kulturell bedeutsame Einrichtungen (u.a. Altes Schauspielhaus, Kunstmuseum am Schlossplatz, Landesmuseum im alten Schloss)
- hohe Dichte an öffentlichen Einrichtungen in direkt angrenzenden Bereichen: Schlossgarten (u.a. Landtag, Staatstheater), K.-Adenauer-Straße (u.a. Landesbibliothek, Staatsgalerie), westlich der Theodor-Heuss-Straße um Berliner Platz/Hegelplatz (u.a. Katharinenhospital, Universität, Börse, Kultur- und Kongresszentrum Liederhalle)

### 6.2.1.3 Städtebau und Verkehr

#### Städtebauliche Strukturen

- bezogen auf das gesamte A-Zentrum sehr heterogene Baustrukturen:
  - à entlang Königstraße und nach Westen schachbrettartige Anordnung der Straßenzüge (orthogonal verlaufend), nach Osten hin Auflösung dieser linearen Strukturen: verwinkelte, geschwungene Straßen und Gassen
  - à im westlichen Teil überwiegend nachkriegszeitlich und modern puristisch (außer Calwer Straße/ Platz), im östlichen Teil zunehmend historische Strukturen und Bausubstanz
  - à City städtebaulich geprägt durch zahlreiche Dominanten als weiteres Abgrenzungskriterium vom städtebaulichen Umfeld, geschlossene Bauweise ohne erkennbare städtebauliche Lücken
- entlang **Königstraße** überwiegend nachkriegszeitlich und moderne Baustrukturen, z.T. durchsetzt von historischer Bausubstanz, von Süden nach Norden zunehmende städtebauliche Dichte:
  - à südliche Königstraße als relativ schmaler Straßenraum mit durchschnittlich vier- bis fünfgeschossiger, geschlossener Bauweise
  - à mittlere/ nördliche Königstraße mit fünf- bis sechsgeschossiger, durchgehend geschlossener Bauweise, städtebaulich hervorgehobener Eingangsbereich aus Süden und Norden (vgl. Foto 22)



à neben höchster funktionaler Dichte auch höchste städtebaulich-gestalterische Dichte

- Aufweitung linearer Königstraße durch Schlossplatz (Höhe Königsbau/ Neues Schloss): großzügiger, durch historische Gebäude gefasster Platzraum in ansprechender Gestaltung
- architektonische Akzente/ städtebauliche Dominanten: u.a. Neues Schloss (18. Jh.), Königsbau (1850er), Hauptbahnhof mit Bahnhofsturm (1920er, Blickbeziehung aus den Achsen König- und Lautenschlagerstraße), Eberhardskirche (1950er) und Kunstmuseum (2004, vgl. Foto 23), ferner Tagblatt-Turm (Eberhardstraße, 1920er)

à wichtige Orientierungs- und Identifikationsmerkmale

Foto 22: Königstraße: städtebauliche Dominante als Torsituation



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

Foto 23: modernes Kunstmuseum und historischer Königsbau



Quelle: eigenes Foto August 2007

- entlang **Calwer Straße** geschlossene, drei- bis viergeschossige überwiegend historische Bauweise, giebelständig mit Spitzdächern und gut sanierter, aufwendiger Fassadengestaltung, Abschluss durch städtebaulich gefassten Calwer Platz à identitätsstiftender Charakter
- auf historischem Grundriss geschwungene Straßen, Gassen und Platzbereiche östlich der Königstraße, **Marktplatz** als räumlich zentraler Platzbereich: städtebaulich gefasst durch fünfgeschossige, geschlossene Nachkriegsbebauung: u.a. markantes Rathausgebäude (1950er, vgl. Foto 21) als architektonischer Akzent und große Gebäudekomplexe diverser Kaufhäuser
- historische städtebauliche Strukturen und Bausubstanz insbesondere nördlich des Marktplatzes (wie aber stellenweise auch südlich: z.B. Eberhardbau, Töpfer-/ Geißstraße): verwinkelte Straßenzüge und abwechslungsreiche Platzfolgen ge-



fasst von drei- bis viergeschossigen, identitätsstiftenden Gebäuden wie u.a. Prinzenbau (17. Jh.) und Alte Kanzlei (16 Jh., vgl. Foto 24) auf **Schillerplatz**, Altes Schloss (16. Jh.) am **Karlsplatz**, Markthalle (Anfang 20 Jh.) und Stiftskirche (13. Jh.)

à identitätsstiftender Charakter, touristische Potenziale, zentrenprägende städtebauliche Strukturen

Foto 24: Alte Kanzlei auf Schillerplatz



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 25: Ergänzungsbereich Gerberviertel



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

- kleinteiligere städtebauliche Strukturen im Ergänzungsbereich **Gerberviertel**: drei- bis maximal fünfgeschossige, überwiegend nachkriegszeitlich und modern geprägte Wohnbebauung (meist mit Dienstleistung und Einzelhandel im Erdgeschoss, vgl. Foto 25) in schmalen Straßenräumen, stellenweise historische Bausubstanz, zur Hauptstätter Straße hin auch größere Dienstleistungskomplexe à insgesamt Eindruck eines innerstädtischen Wohnquartiers ohne architektonische Akzente
- Haupteinkaufsbereich in **Randbereichen** mit deutlichen städtebaulichen Kanten durch meist moderne, große Gebäudekomplexe à eindeutige städtebauliche Abgrenzung mit vielen markanten Eingangssituationen
- Ergänzungsbereich im Osten durch große bis zu siebengeschossige Gebäudekomplexe mit klarer städtebaulicher Kante zur **Hauptstätter Straße**, historisch geprägte Strukturen im nördlichen Teilbereich (Esslinger Vorstadt): meist drei- bis viergeschossige, geschlossene Bauweise, z.T. moderner bei überwiegend historischem Gebäudebestand, insgesamt kleinteilige Strukturen, Orientierungsmerkmal in diesem Bereich: hochhausartige Turmbebauung auf Wilhelmsplatz - Blickbeziehung zum Haupteinkaufsbereich (Tagblatt-Turm)





- Ergänzungsbereich **Friedrichstraße/ Theodor-Heuss-Straße** mit überwiegend großen, modernen Gebäudekomplexen unterschiedlicher Höhe (z.T. achtgeschossig) - städtebaulich heterogen

### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- hohe gestalterische Dichte des öffentlichen Raums im gesamten A-Zentrum - abnehmende Gestaltungsintensität im direkt angrenzenden Umfeld
  - à Abgrenzungskriterium
- **Königstraße** als zentrale Einkaufsstraße mit höchster Gestaltungsintensität: gut dimensionierte Fußgängerzone u.a. mit abschnittsweise alleinartiger Baumpflanzung, sehr vielen öffentlichen Sitzbänken, Wasser- und Spielelementen sowie neu gestalteten Bodenbelägen<sup>2</sup>
  - à attraktive, ansprechend moderne Gestaltung des öffentlichen Raums
  - à höchstmögliche (auch nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität
  - à gestalterischer Beitrag zur "Bummelstimmung" einer innenstadttypischen Haupteinkaufsstraße
- Breite des Straßenraums und Aufenthaltsqualität von der südlichen zur mittleren/ nördlichen Königstraße zunehmend: Gestaltung in südlicher Königstraße ansprechend, wenngleich stellenweise modernisierungsbedürftig
- **Schlossplatz** als zentraler Platzbereich weitgehend ohne kommerzielle Funktion sehr ansprechend gestaltet und gepflegt: u.a. öffentliche Grünbereiche, Sitzbänke, Wasserelemente, steinerne Monumente in Anpassung an die symmetrischen Formen des neuen Schlosses; attraktive, sehr modern-pruistische Gestaltung des **kleinen Schlossplatzes** mit diversen Sitz- und Verweilmöglichkeiten in Anlehnung an Neubau Kunstmuseum
  - à jeweils sehr hohe (auch nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität
- ansprechende Gestaltung öffentlicher Raum **Calwer Straße/ Platz**: durchgehende Pflasterung, Baumpflanzung sowie diverse Möblierungs-/ Gestaltungselemente

---

<sup>2</sup> Die mittlere/ nördliche Königstraße in der Stuttgarter City befindet sich zum Zeitpunkt der Berichterstellung im Umbau. An den bereits fertig gestellten Abschnitten lässt sich die neue Gestaltungsintensität/ -qualität erkennen.

wie Sitzbänke und Brunnen → hohe Aufenthaltsqualität und Flair in Anpassung an historische Bausubstanz

Foto 26: südliche Kronprinzstraße



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

Foto 27: neu gestaltete Kronprinzstraße



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

- eingeschränkte Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität in einigen **orthogonal wie parallel zur Königstraße verlaufenden Nebenstraßenzügen**: sanierungs-/ modernisierungsbedürftige, nicht primär auf Fußverkehr ausgelegte Straßenräume (z.B. Gymnasiumstraße, Lange Straße, südliche Kronprinzstraße, vgl. Foto 26) → eingeschränkte Aufenthaltsqualität, kein Charakter eines innenstädtischen Hauptgeschäftsbereichs, geringe städtebaulich-gestalterische Verbindungsfunktion zwischen Königstraße und anschließenden Bereichen
- umgekehrt aber einige positive Beispiele der städtebaulich-gestalterischen (Quer-)Vernetzung durch Ausgestaltung attraktiver Fußgängerzonenabschnitte auch in Nebenstraßen: u.a. Kleiner Schlossplatz, Bolzstraße
- Ausgestaltung eines attraktiven Fußgängerzonenabschnitts in Zusammenhang mit Realisierung des Kronprinzbaus (Einzelhandelsbesatz) in **nördlicher Kronprinzstraße** und **Calwer Straße** → Eindruck eines typisch innerstädtischen Einkaufsbereichs (vgl. Foto 27)
- vergleichsweise spartanische Gestaltung des **Marktplatzes** in Anpassung an nüchterne Umgebungsbebauung (u.a. Rathaus): durchgehende Pflasterung, historischer Brunnen und Baumpflanzung im Randbereich → Bewahrung der flexiblen Nutzbarkeit (u.a. Wochenmarkt und diverse sonstige Events wie z.B. Stuttgarter Weindorf)
- ansprechende Gestaltung und Pflege des öffentlichen Raums auf **Schillerplatz** und **Karlsplatz** in Anpassung an städtebaulich-historisch bedeutsames Umfeld



(u.a. Altes Schloss): kleingliedrige Pflasterung, steinerne Monumente/ Denkmäler, akkurat gereihter Baumbesatz

- Anpassung der Gestaltung des öffentlichen Raums an städtebaulich-historisch bedeutsame Strukturen auch im "**Gastroviertel**" **Geiß-/ Töpferstraße**: u.a. historische Brunnenanlagen, Schmuckpflanzung und durchgehende Pflasterung
- Anpassung der Gestaltung des öffentlichen Raums an städtebaulich-historisch bedeutsame Strukturen auch in **Esslinger Vorstadt**: überwiegend Fußgängerzone mit Baumpflanzung und durchgehender Pflasterung
- Straßen-/ Platzraumgestaltung im **Ergänzungsbereich Gerberviertel** in Verbindung mit Neubaumaßnahmen stellenweise hervorgehoben und ansprechend, ansonsten keine auffälligen Merkmale - insgesamt Bestätigung des funktional vorliegenden Wohncharakters

Foto 28: Gestaltungsdefizite entlang Friedrichstraße



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 29: neu gestaltete Fußwegbereiche Theodor-Heuss-Straße



Quelle: eigenes Foto September 2007

- stellenweise gestalterische Defizite entlang des **äußeren Rings** Haupteinkaufsbereich ("**Cityumfahrung**"): Modernisierungsbedürftige Fußwege- sowie Querungs-/ Unterführungsbereiche, insgesamt nur wenige gestalterische Elemente (z.B. Friedrichstraße Höhe Friedrichsplatz, vgl. Foto 28)
  - à geringe Aufenthaltsqualität, geringe gestalterisch hervorgerufene Verbindungsfunktion zwischen Haupteinkaufsbereich und Ergänzungsbereichen
- stellenweise aber auch bereits bestehender Boulevardcharakter durch beidseitige Baumpflanzung und Grünsteifen sowie breite, einheitlich gepflasterte Fußwegbereiche entlang Theodor-Heuss-Straße/ Friedrichstraße zwischen Rote-



bühlplatz und Friedrichsbau (Landeskreditbank) im Übergang auf den großzügigen, ansprechend gestalteten Börsenplatz (vgl. Foto 29)

### **Verkehr und Frequenz**

- insgesamt stark variierende Passantenfrequenz bei sehr guten Fußwegebeziehungen in überwiegend auf Fußverkehr ausgestalteten Straßen-/ Platzräumen innerhalb der einzelnen Teilbereiche des A-Zentrums (Fußgängerzonen und verkehrsberuhigte Bereiche) - gleichzeitig aber verbesserungsbedürftige Fußwegebeziehungen zwischen diesen, insbesondere zwischen Haupteinkaufsbereich und Ergänzungsbereichen (Barrierewirkung "Cityring")
- sehr hohe Passantenfrequenz entlang Fußgängerzone Königstraße
- leicht abnehmende, aber dennoch hohe Passantenfrequenz in angrenzenden Straßenzügen, insbesondere hoch im östlich angrenzenden Citybereich entlang Schulstraße Richtung Marktplatz, Stiftstraße Richtung Markthalle und N. Brücke/ Hirschstraße Richtung Pflimlinplatz sowie im westlichen Teilbereich entlang Calwer Straße und weiter südlich entlang Fritz-Elsas-Straße
- deutlich geringere Passantenfrequenz in befahrbaren und weniger auf Fußgänger ausgerichteten Straßenräumen (hier in aller Regel auch geringere funktionale Dichte) wie u.a. südliche Kronprinzstraße, Lautenschlager Straße mit bereits erheblichem Parksuch-/ Lieferverkehr
- geringe Passanten- und Verkehrsfrequenz im Gerberviertel bei zahlreichen verkehrlichen Deregulierungsmaßnahmen und insgesamt guter Durchgängigkeit für Passanten
- sehr gute Erreichbarkeit der City per ÖPNV (Hauptbahnhof, zahlreiche S-/U-Bahnstationen und Buslinien) sowie per Pkw (zahlreiche öffentliche wie private Parkhäuser und Tiefgaragen) innerhalb des Haupteinkaufsbereichs in zur Königstraße rückwärtigen Bereichen (z.B. Stephanstraße)
- Trenn-/ Barrierewirkung durch stark frequentierte Fritz-Elsas-Straße (MIV wie ÖPNV) → Zerschneidung der Königstraße in zwei Teilabschnitte unterschiedlicher Besatzdichte und Frequenz trotz vielfältiger Querungsmöglichkeiten (Fußgängerüberwege/ -unterführungen)
- insgesamt aber relativ geringe MIV-Dichte innerhalb des Haupteinkaufsbereichs (Ziel-/ Quellverkehr): Umleitung Durchgangsverkehr über stark belasteten "Cityring"



- à starke Trenn-/ Barrierewirkung durch mehrspurige City-Umfahrung zwischen Haupteinkaufsbereich und angrenzenden Ergänzungs- und sonstigen Bereichen
- à trotz zahlreicher Fußgängerüberwege/ -unterführungen und -brücken weder städtebaulich noch funktionale Anbindung erkennbar (vgl. Foto 28)
- positiv: Trenn- und Barrierewirkung im Teilbereich Theodor-Heuss-Straße durch städtebaulich-gestalterische wie verkehrliche Maßnahmen zur Ausgestaltung eines Boulevards minimiert (vgl. Foto 29)

### **Flächenpotenziale**

- "großes" Flächenpotenzial lediglich auf dem K.-G.-Kiesinger-Platz direkt westlich des Hauptbahnhofsgebäudes erkennbar (ebenerdiger Sammelparkplatz)
- weitere Flächenpotenziale augenscheinlich nicht vorhanden - räumliche Entwicklungsoptionen im Bestand nutzen

#### **6.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der überregional bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Ausdehnung des A-Zentrums
- insbesondere keine weitere funktionale Nord-Süd-Ausdehnung des A-Zentrums durch Realisierung großflächiger Einzelhandelsvorhaben nördlich des Hauptbahnhofs (Stuttgart 21 bzw. Galeria Ventuno)
- keine Verlagerung von Angebot und Qualität aus der City an neue Konkurrenzstandorte
  - à Erhalt der kompakten Strukturen durch Ausgestaltung stärkerer funktionaler wie städtebaulich-gestalterischer (Quer-)Vernetzungen innerhalb der vorgegebenen Abgrenzung (Positivbeispiele: u.a. Kronprinzstraße, Kleiner Schlossplatz, Bolzstraße)
  - à Prüfen/ Nutzen alternativer räumlicher Entwicklungsoptionen im Bestand durch Umbau/ Umnutzung (Positivbeispiele u.a. Königsbaupassage, Kronprinzbau, Phönixbau)
  - à Erweiterung des Haupteinkaufsbereichs City durch städtebaulich-gestalterische Integration und Anbindung der umliegenden Ergänzungsbereiche jenseits des "Cityrings" (neben städtebaulich-gestalterischen Aufwertungsmaß-



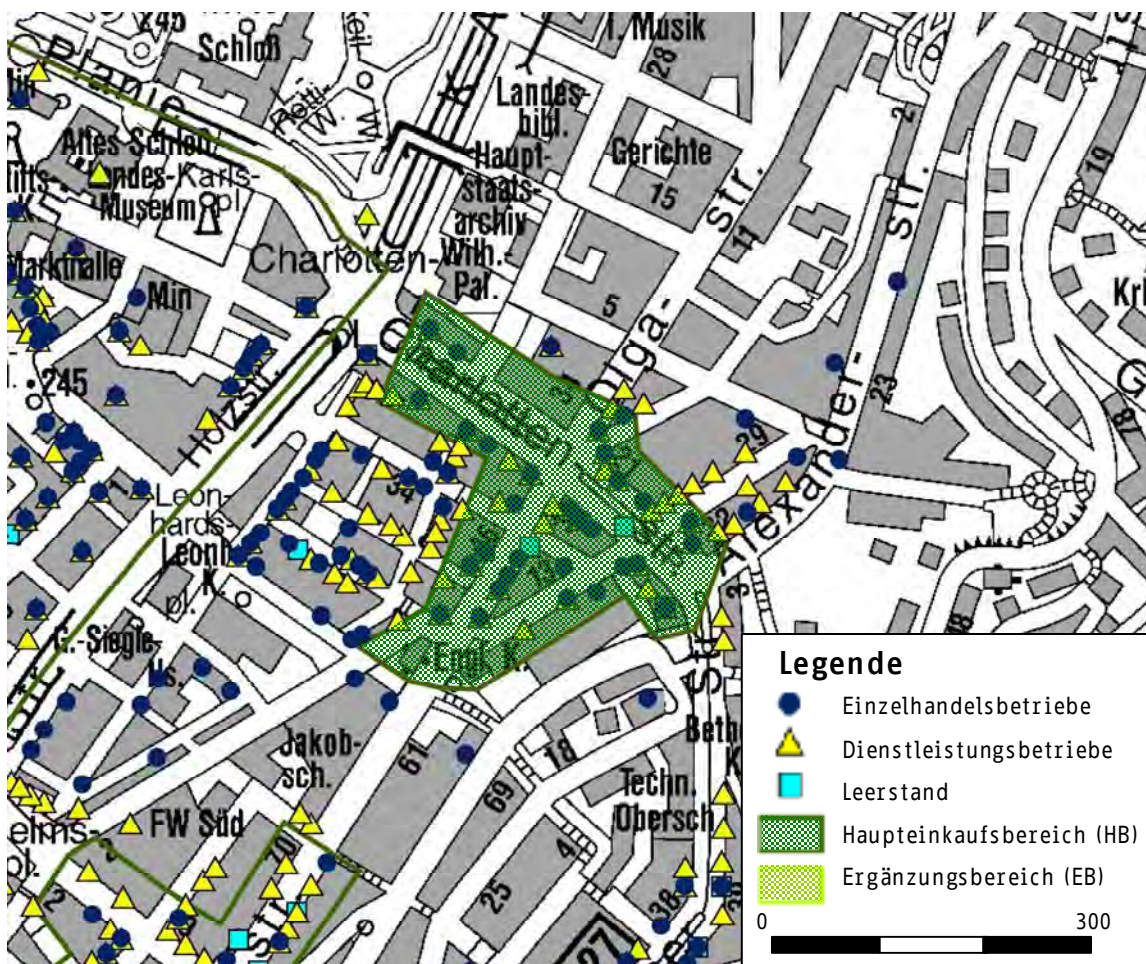
nahmen auch Überprüfung für verkehrliche Deregulierungsmaßnahmen erforderlich) (Positivbeispiel: boulevardartige Neugestaltung Theodor-Heuss-Straße/ Börsenplatz in Verbindung mit ebenerdigen wie unterirdischen Quermöglichkeiten aus Bolzstraße)

## 6.2.2 D-Zentrum Charlottenstraße (01-03)

### Abgrenzungsvorschlag

D-Zentrum im Wesentlichen entlang Charlottenstraße zwischen Charlottenplatz und Ecke Alexanderstraße sowie entlang der Olgastraße zwischen Katharinenplatz und Ecke Gaisburgstraße

Karte 14: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Charlottenstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007





### 6.2.2.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 9: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
43	2	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
3.650 qm	825 qm	1.550 qm	6.050 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
2.400 qm	1.275 qm	525 qm	1.850 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Dichte im Einzelhandelsbesatz

- relativ hohe Dichte entlang Charlotten- und Olgastraße
- abnehmende Einzelhandelsdichte in angrenzenden Seitenstraßen und Randbereichen (überwiegend Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im Erdgeschoss)
- nur wenige Leerstände im abgegrenzten D-Zentrum
- in Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum stellenweise noch Einzelhandelsbesatz vorhanden - allerdings ohne räumlich-funktionale Anbindung (z.B. Alexanderstraße)
- räumliche Nähe zum Ergänzungsbereich des A-Zentrums City (Esslinger Vorstadt)

#### Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt

- umfassendes und vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Supermarkt und ein Lebensmitteldiscounter (jeweils großflächig), ein Getränkemarkt sowie eine hohe Anzahl an verschiedenen Lebensmittel-Fachgeschäften, -- handwerksbetrieben und ergänzenden Lebensmittelangeboten in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemärkte)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten bzw. kurzfristigen Bedarfsbereich, Angebote im mittelfristigen Bedarfsbereich deutlich geringer (Betriebe nicht in Konkurrenzsituation)
- relativ starkes Angebot im langfristigen Bedarfsbereich im Wesentlichen durch vier Betriebe mit den Sortimenten Antiquitäten und Erotik



### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- ausgewogenes Verhältnis von kleinen ( $\leq 100$  qm VKF) und "mittelgroßen" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Betrieben
- insgesamt zwei großflächige Betriebe vorhanden
- überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte und einige größere Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig bis exklusiv/ hochpreisig - überwiegend mittlere Qualität bzw. mittelpreisig
- Warenpräsentationen und Schaufenstergestaltungen von schwach bis ansprechend

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

großflächige Lebensmittelbetriebe

#### **6.2.2.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern insbesondere in der Charlottenstraße, stellenweise hoher Anteil nicht publikumsorientierter Dienstleistungsbetriebe
- u.a. eine Postfiliale (Blumenstraße)

##### **Gastronomie**

- Gastronomieangebot vorhanden
- einige ansprechend gestaltete Außensitzbereiche entlang der Straßenräume bzw. auch in rückwärtigen Bereichen

##### **Öffentliche Einrichtungen**

u.a. kirchliche Einrichtungen



### 6.2.2.3 Städtebau und Verkehr

#### Städtebauliche Strukturen

- vergleichsweise homogene städtebauliche Strukturen
- überwiegend nachkriegszeitlich geprägte, vier- bis sechsgeschossige, geschlossene Bauweise, stellenweise ergänzt durch moderne Bürogebäude und seltener auch gründerzeitliche Bebauung
- zwölfgeschossiges Hochhaus am Charlottenplatz als Merkzeichen und städtebaulich eindeutig markierter Eingangsbereich
- abnehmende städtebauliche Dichte in angrenzenden Seitenstraßen: z.T. zwei- bis dreigeschossig (z.B. Blumenstraße, vgl. Foto 31)
- historisch bedeutsames Gebäude mit aufwendiger Fassadengestaltung in gut saniertem Zustand im Hauptkreuzungsbereich als ein architektonischer Akzent (vgl. Foto 30) → identitätsstiftender Orientierungspunkt

Foto 30: Hauptkreuzungsbereich



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

Foto 31: Blumenstraße



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

#### Gestaltung des öffentlichen Raums

- keine besondere Gestaltung des öffentlichen Raums entlang der z.T. schmalen Fußwegebereiche Charlotten-/ Olgastraße: u.a. uneinheitliche Bodenbeläge, wenige öffentliche Sitzgelegenheiten, nur stellenweise Baumpflanzung/ Begrünung und sonstige Gestaltungselemente
- gestalterische Defizite auch in Seitenstraße, z.B. Blumenstraße (vgl. Foto 31)  
→ insgesamt eingeschränkte Aufenthaltsqualität



### **Verkehr und Frequenz**

- hohe Verkehrsfrequenz entlang Charlottenstraße (Durchgangsverkehr, ÖPNV mit höherversetzte Trasse)
  - à autogerechte Dimensionierung der Straßenräume
  - à starke Trenn-/ Barrierewirkung
  - à eingeschränkte Durchgängigkeit und Aufenthaltsqualität für Passanten
- hohe Passantenfrequenz entlang Charlotten-/ Olgastraße, in Seitenstraßen abnehmend
- gute MIV- und ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- abschnittsweise ebenerdiges Parken im Straßenraum sowie mehrere öffentliche Sammelparkplätze (Parkhäuser, Tiefgaragen)

### **Flächenpotenziale**

räumliche Entwicklungsoptionen im Sinne der Nutzung von Leerständen

#### **6.2.2.4 Entwicklungsziele**

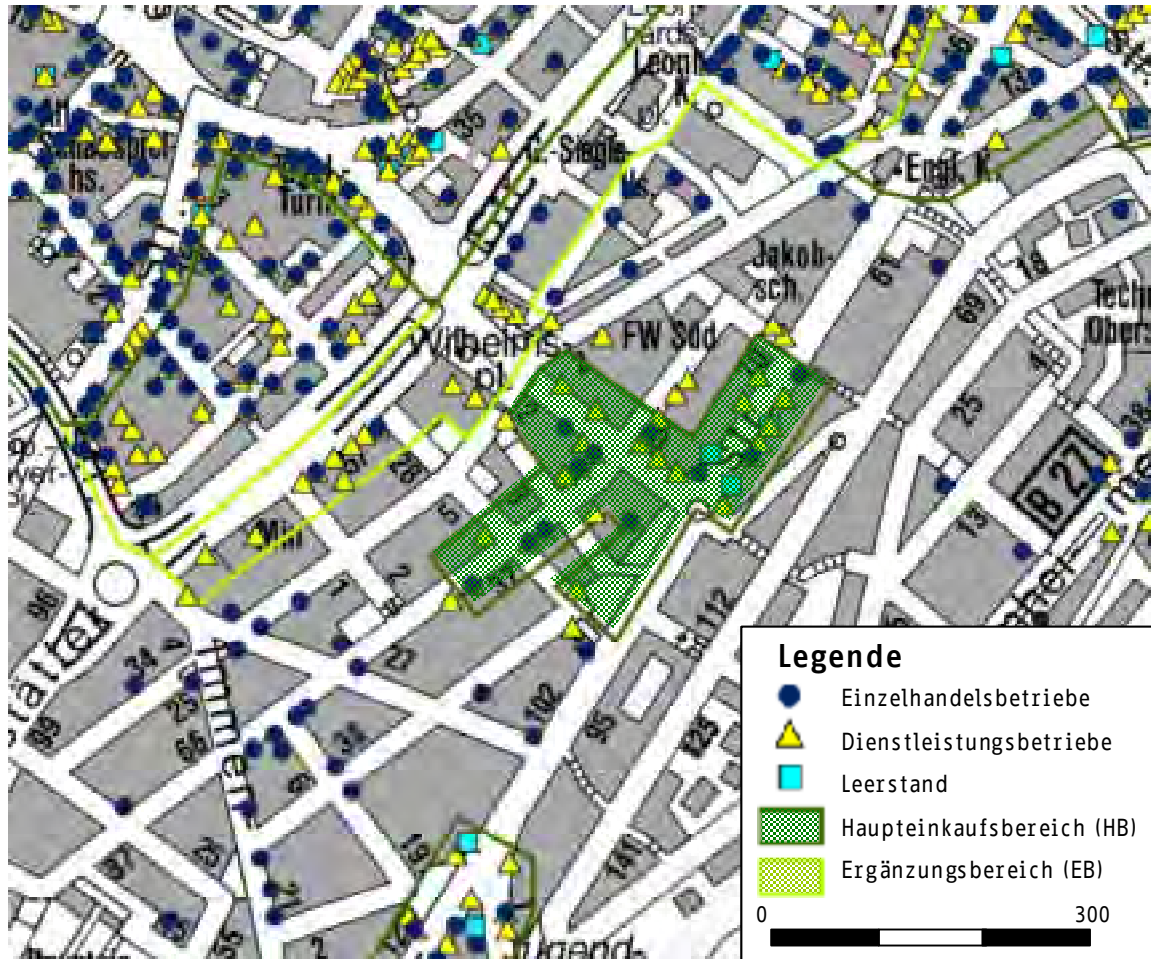
- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Ausdehnung des D-Zentrums
  - à städtebaulich-gestalterische Aufwertung des öffentlichen Raums im gesamten D-Zentrum
  - à Nutzung räumlicher Entwicklungsoptionen im Bestand (u.a. Leerstände) - räumlich-funktionale Vernetzung stärken
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums



## 6.2.3 E-Zentrum Wilhelmstraße (01-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 15: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Wilhelmstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 10: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
12	1	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.025 qm	950 qm	175 qm	3.150 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.700 qm	325 qm	950 qm	175 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- erstreckt sich entlang der Wilhelmstraße, zwischen Wilhelmplatz und Olgastraße und der Olgastraße zwischen Mozartplatz und Jakobstraße in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt; Verlängerung im Bereich der Heusteigstraße
- mehrere Betriebe bei geringer Einzelhandelsdichte
- z.T. sind Leerstände an der Olgastraße vorhanden
- relativ umfassendes Angebot in der LM-Nahversorgung durch u.a. einen großflächigen Supermarkt, einen kleinflächigen Discounter und einen Bäcker
- Angebotsschwerpunkte im kurzfristigen Bedarfsbereich (hauptsächlich Nahrungs- und Genussmittel), aber auch im mittelfristigen Bedarfsbereich gibt es vereinzelt Angebote; geringes Angebot im langfristigen Bedarfsbereich
- neben mehreren größeren Betrieben (darunter ein großflächiger Betrieb) auch kleinere Betriebe mit Verkaufsflächen von unter 100 qm
- Magnetbetrieb ist der großflächige Supermarkt
- hohe Dienstleistungsichte: neben Bürogebäuden, Kanzleien und Rechtsanwälten auch wichtige Einrichtungen wie das Städtische Jugendamt und Ärzte, zudem gastronomische Angebote (insbesondere Wilhelmplatz)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

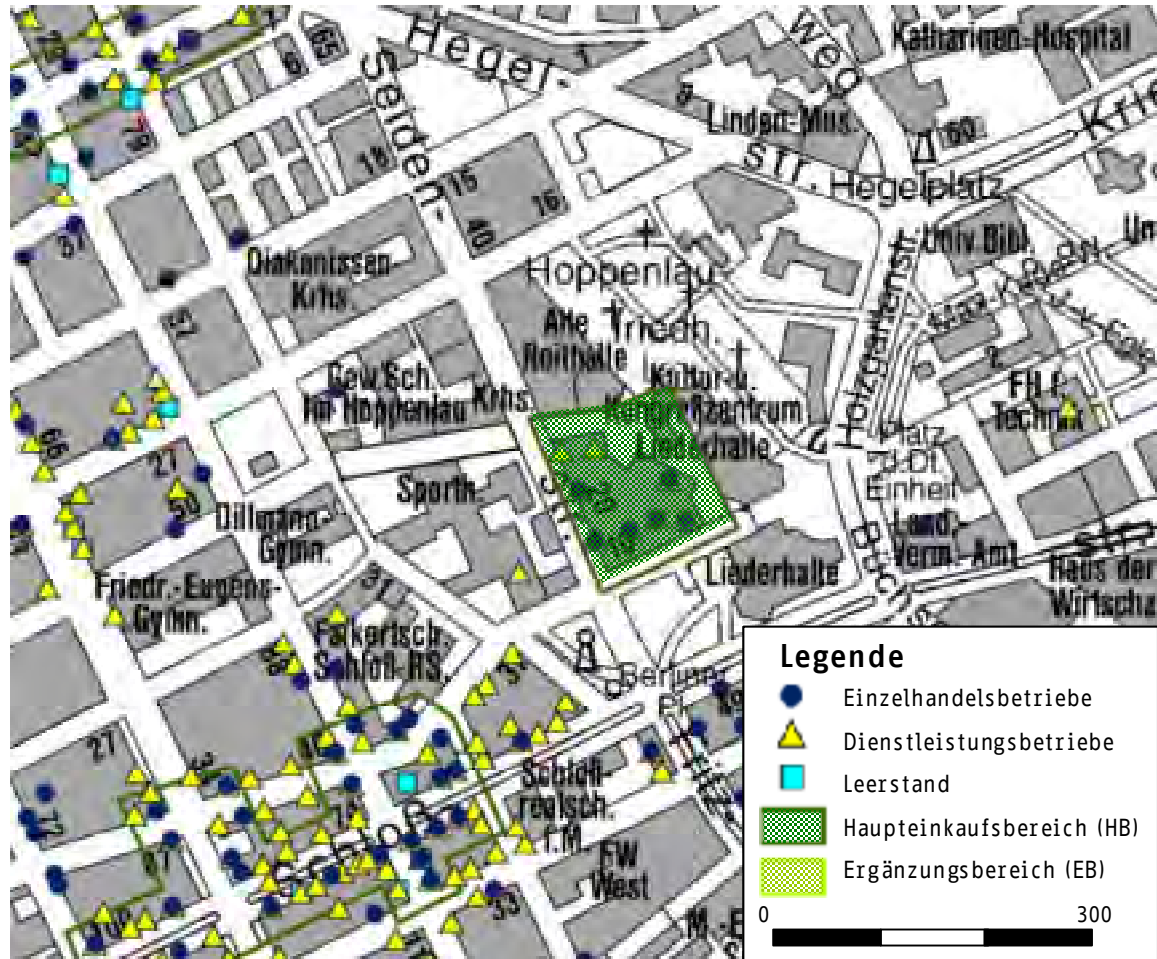




## 6.2.4 E-Zentrum Robert-Bosch-Areal (01-04)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 16: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Robert-Bosch-Areal



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 11: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
12	1	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
3.175 qm	225 qm	800 qm	4.200 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
2.625 qm	550 qm	150 qm	850 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- Lage E-Zentrum Robert-Bosch-Areal unmittelbar an der Liederhalle
- keine Leerstände vorhanden
- mehrere Betriebe bei relativ hoher Dichte
- Angebot in der Lebensmittel-Nahversorgung durch einen Supermarkt mit einer Verkaufsfläche deutlich über der Großflächigkeit sowie einem Lebensmittel-discounter
- ergänzende Lebensmittelnahversorgung durch einen Bioladen mit integriertem Bäcker sowie einem weiteren Bäcker
- Angebotsschwerpunkt bei den nahversorgungsrelevanten Gütern (neben Lebensmittelbetrieben auch ein Drogeriemarkt), daneben auch Angebote im langfristigen Bedarfsbereich (Möbelgeschäft)
- eher große Betriebsstrukturen, überwiegend Filialisten
- attraktive Warenpräsentation
- ergänzende Dienstleistungen, insbesondere (hochwertige) Gastronomie, zudem ein Kino und das Literatur-Haus
- E-Zentrum mit über den Nahbereich hinausgehender Versorgungsfunktion erfüllt Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nach BverwG-Urteil (vgl. Kap. 3.1)

#### **6.2.5 Entwicklungsbereich Hohenheimer Straße (01-11)**

- Lage im Bereich Dobelstraße/ Hohenheimerstraße
- sehr geringe Dichte des Einzelhandelsbesatzes
- Angebot beschränkt sich auf einen Raumausstatter, Blumengeschäft, Elektrofachgeschäft, eine Apotheke und ein Weinfachhandel, sowie einige gastronomische Betriebe und ein kleines Studio-Theater
- keine Angebote in der LM-Nahversorgung



## 7. STADTBEZIRK 02 NORD

### 7.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 02 NORD

Der Stadtbezirk "02 Nord" (knapp 26.400 Einwohner) gehört wie "01 Mitte", "03 Ost", "04 Süd" und "05 West" ebenfalls zu den "inneren" Stadtbezirken der Landeshauptstadt und nimmt unter diesen hinsichtlich des Einzelhandelsangebotes eine untergeordnete Bedeutung ein. Auf einer Verkaufsfläche von 10.500 qm erwirtschaften die insgesamt 70 Betriebe einen Umsatz von 53,1 Mio. €, wobei Nahrungs-/ Genussmittel die flächen-/ und umsatzstärkste Sortimentsgruppe darstellen.

Tab. 12: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 02 Nord: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	5.975	30,1	53%
Drogerie/ Parfümerie	850	3,2	47%
Apotheke	300	7,8	64%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	125	0,5	19%
Blumen/ Zoo	450	0,8	37%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>7.700</b>	<b>42,4</b>	<b>53%</b>
Bekleidung und Zubehör	175	0,8	5%
Schuhe, Lederwaren	25	0,1	2%
Sport/ Freizeit	25	0,1	3%
Spielwaren	0	0,0	1%
Bücher	0	0,0	1%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	175	0,2	10%
Haus-/ Heimtextilien	425	1,0	46%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>825</b>	<b>2,2</b>	<b>7%</b>
Uhren/ Schmuck	0	0,0	2%
Foto/ Optik und Zubehör	0	0,0	0%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	75	0,8	8%
Elektro/ Leuchten	25	0,1	3%
Teppiche/ Bodenbeläge	150	0,3	34%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	0	0,0	0%
Möbel, Antiquitäten	0	0,0	0%
Sonstiges	1.700	7,3	114%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>1.950</b>	<b>8,6</b>	<b>19%</b>
<b>Summe</b>	<b>10.500</b>	<b>53,1</b>	<b>34%</b>

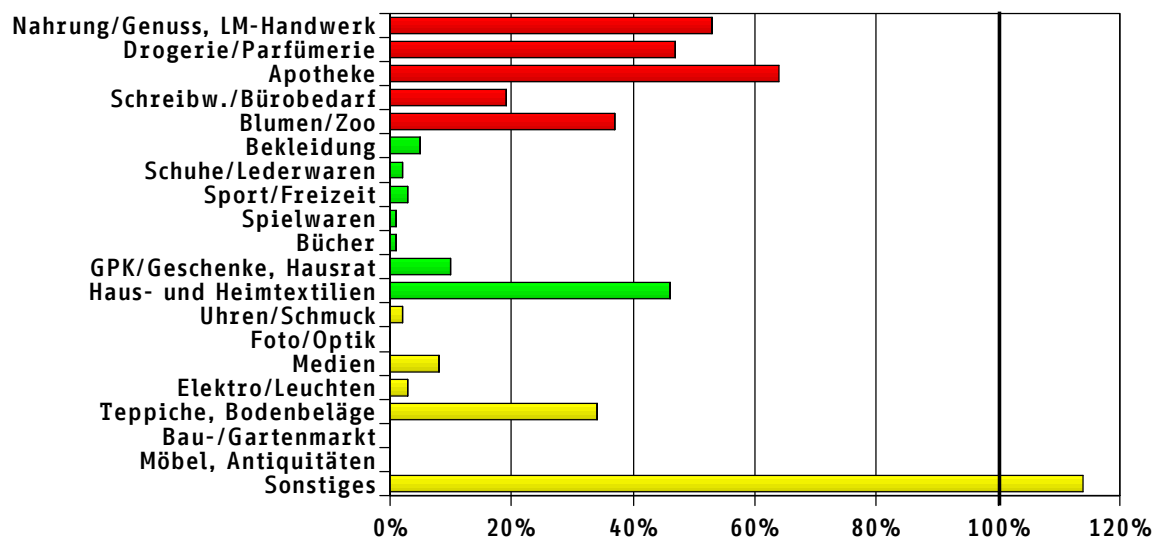
PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



Der Stadtbezirk hat eine Gesamtbindungsquote von nur 34%, d.h. es kommt per Saldo zu deutlichen Kaufkraftabflüssen aus dem Stadtbezirk. Besonders niedrig ist die Bindungsquote im mittelfristigen Bedarfsbereich. Nach Sortimenten betrachtet erreicht lediglich die zusammengefasste Sortimentsgruppe Sonstiges eine Bindungsquote von über 100%. Im für die Nahversorgung wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird eine Bindungsquote von nur 53% und somit keine rechnerische Vollversorgung erreicht. In der räumlichen Betrachtung wird mit 74% ein im Vergleich zum gesamtstädtischen Wert (77%) knapp unterdurchschnittlicher Nahversorgungsanteil erreicht (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 22: Bindungsquote Stadtbezirk 02 Nord

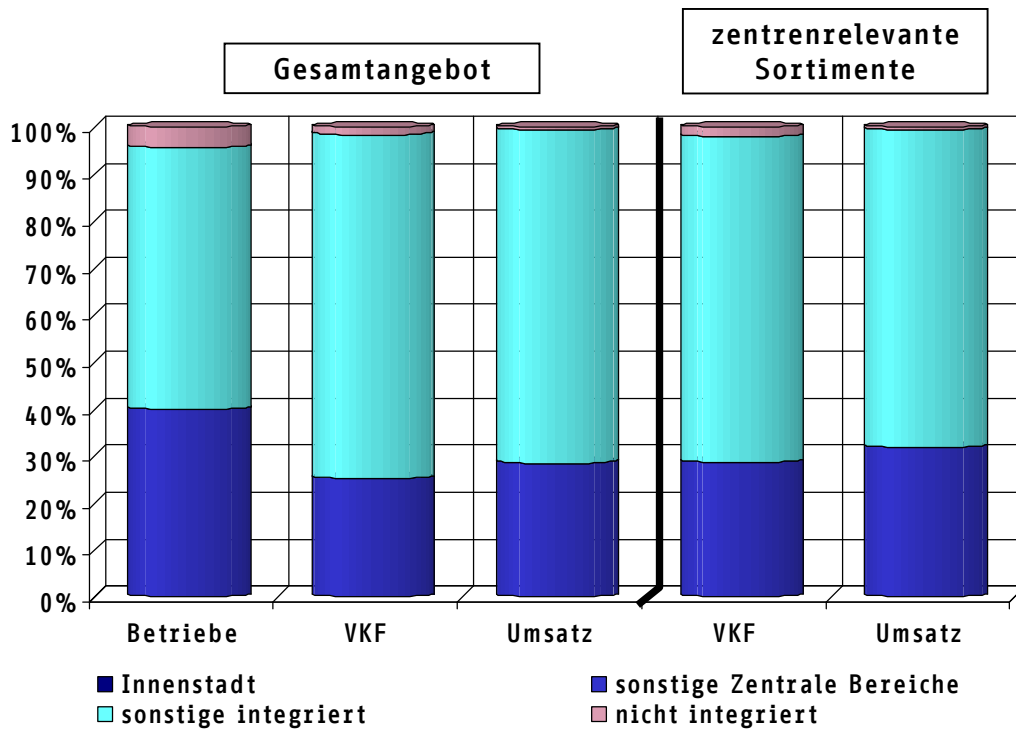


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung des Angebotes wird die Konzentration des Angebotes auf die sonstigen integrierten Standorten deutlich. 56% der Betriebe befinden sich in sonstiger integrierter Standortlage und repräsentieren rd. 73% der Verkaufsfläche. Rd. 40% der Betriebe sind in den Zentren des Stadtbezirks angesiedelt. Auf Grund vergleichsweise kleinteiliger Einzelhandelsstrukturen befindet sich nur rd. ein Viertel der Verkaufsfläche in den Zentren, 73% hingegen an den sonstigen integrierten Standorten.



Abb. 23: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 02 Nord

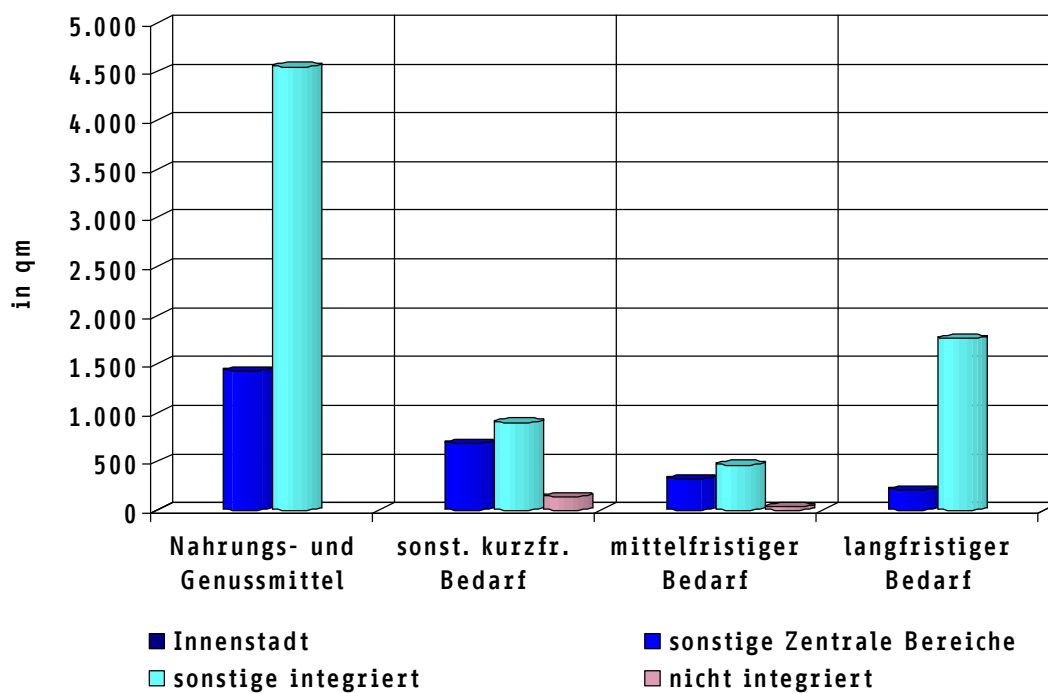


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In Abb. 24 wird deutlich, dass der hohe Verkaufsflächenanteil der Betriebe an sonstigen integrierten Standorten auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel zurückzuführen ist (rd. 4.500 qm). So befinden sich allein fünf der acht im Stadtbezirk befindlichen Lebensmittelbetriebe an sonstigen integrierten Standorten. Das Einzelhandelsangebot der Zentren wird überwiegend durch das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel geprägt, während der sonstige kurzfristige und die zwei weiteren Bedarfsbereiche einen relativ geringen Stellenwert einnehmen.



Abb. 24: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 02 Nord



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen



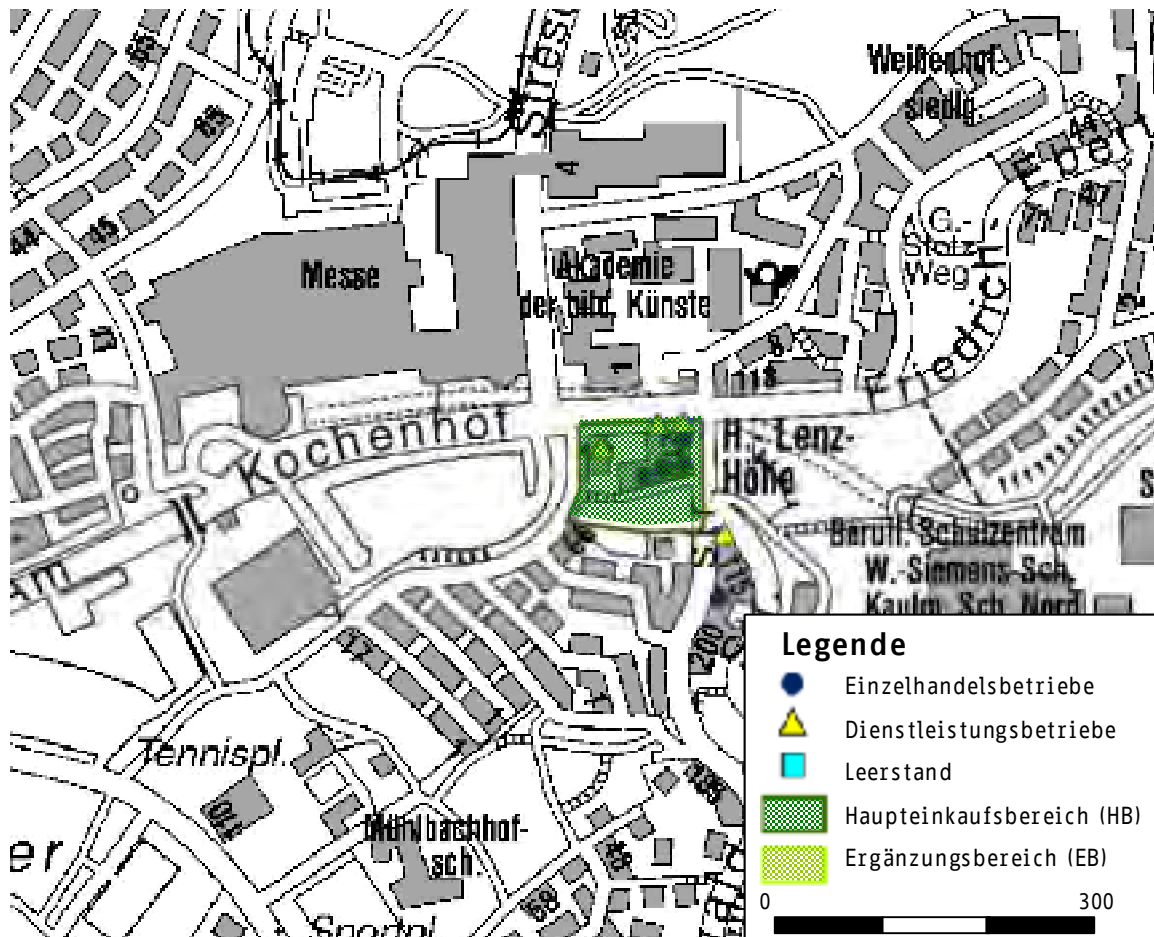


## 7.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 02 NORD

### 7.2.1 E-Zentrum Am Kochenhof (02-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 17: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Am Kochenhof



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 13: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
5	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
375 qm	175 qm	0 qm	550 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
125 qm	250 qm	175 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

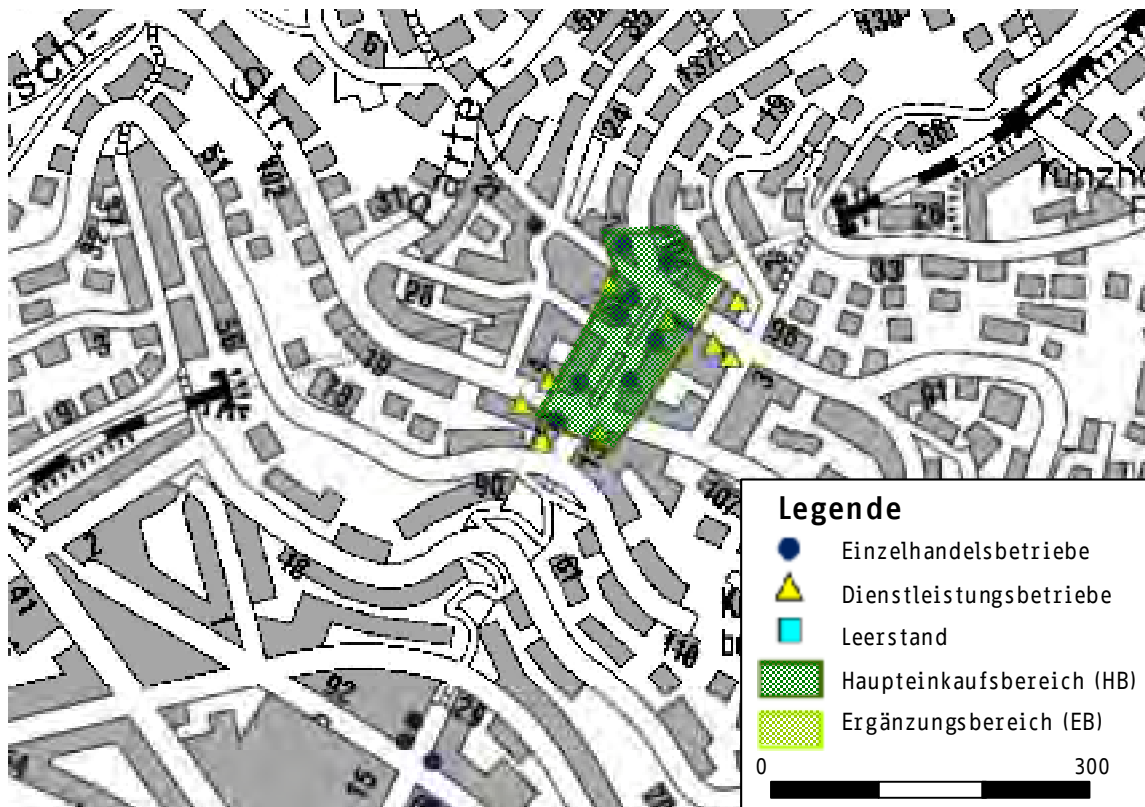
Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- E-Zentrum Am Kochenhof liegt in unmittelbarer Nachbarschaft zur Messe sowie zur Akademie der Bildenden Künste und erstreckt sich im Bereich der Birkenwaldstraße/ Ecke am Kochenhof
- wenige Betriebe, aber hohe Dichte bei geringer räumlicher Ausdehnung
- keine Leerstände
- LM-Nahversorgung beschränkt sich auf einen LM-SB-Geschäft sowie einen Drogeriemarkt mit ergänzendem Nahrungsmittelangebot und einen Bäcker
- Angebote im kurz-, aber auch mittelfristigen Bedarfsbereich (insbesondere Bekleidung)
- kleinteilige Betriebsstrukturen ohne wirklichen Frequenzbringer
- räumliche Dichte von ergänzenden Dienstleistungen (u.a. Bank und Friseur)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 7.2.2 E-Zentrum Helfferichstraße (02-02)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 18: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Helfferichstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 14: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
13	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
875 qm	150 qm	25 qm	1.050 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
575 qm	300 qm	150 qm	25 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

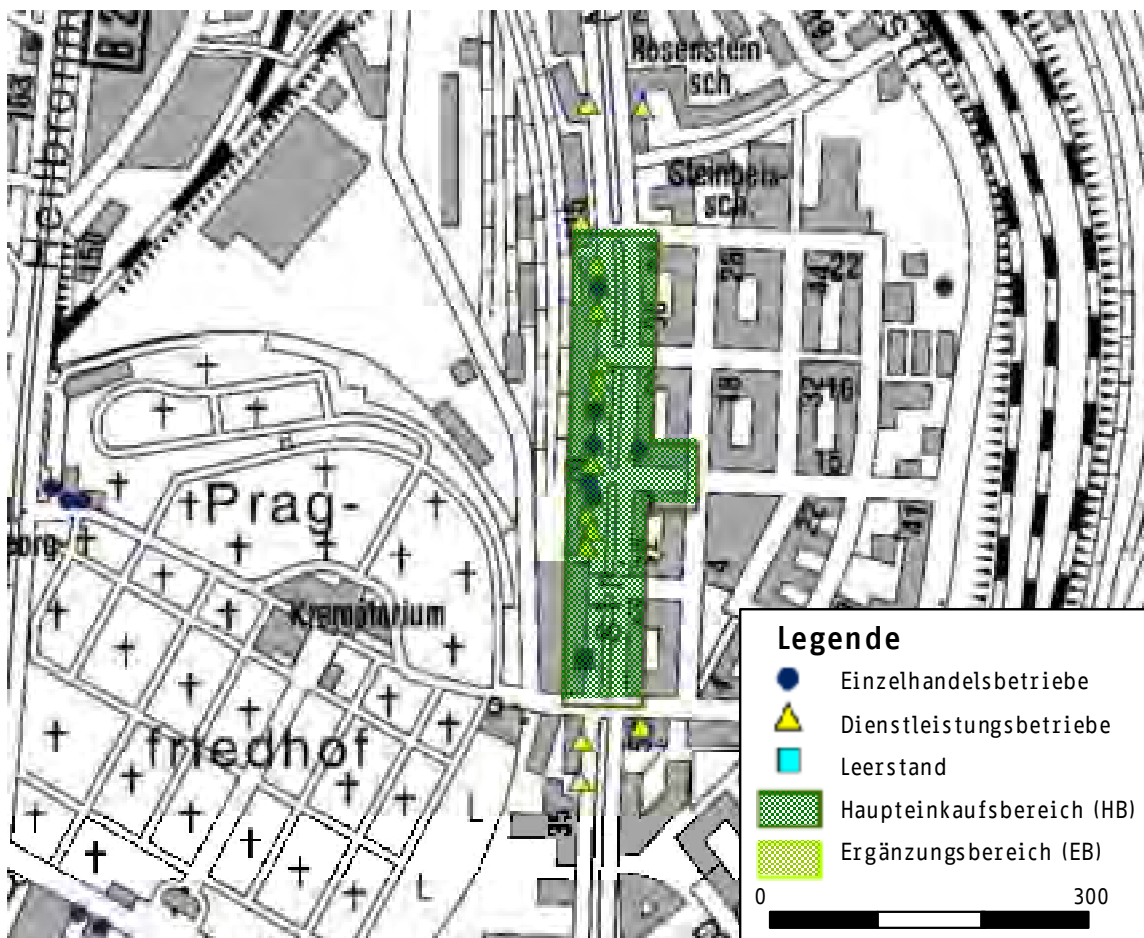
Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- E-Zentrum erstreckt sich hauptsächlich entlang der Helfferichstraße zwischen Feuerbacherweg und Parlerstraße/ Eduard-Pfeiler-Straße
- relativ hohe Dichte bei geringer räumlicher Ausdehnung
- keine Leerstände
- LM-Nahversorgung durch einen LM-SB-Markt, daneben ergänzen u.a. zwei Bäckerei das Lebensmittelangebot
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (insbesondere Nahrung/ Genuss): hauptsächlich Bedeutung als Nahversorgungsstandort
- ergänzendes Dienstleistungsangebot innerhalb des E-Zentrums, aber auch unmittelbar an das E-Zentrum angrenzend
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 7.2.3 E-Zentrum Nordbahnhofstraße (02-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 19: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Nordbahnhofstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 15: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
10	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
875 qm	50 qm	150 qm	1.075 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
725 qm	150 qm	25 qm	175 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



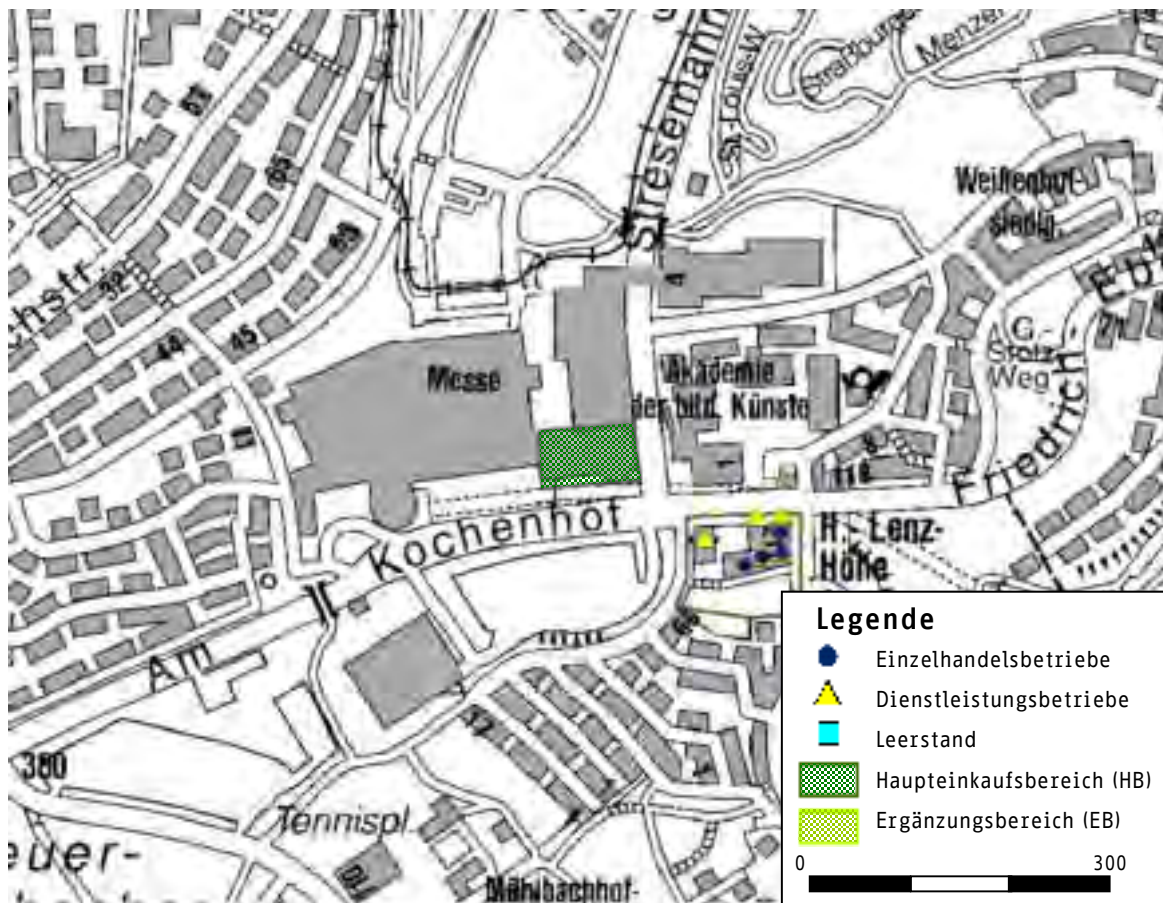
- E-Zentrum erstreckt sich linear entlang der Nordbahnhofstraße ab Ecke Eckartstraße bis zur Steinbeißstraße
- geringe Einzelhandelsdichte, im Wesentlichen konzentriert sich der Besatz auf die westlichen Gebäudezeilen
- keine Leerstände
- LM-Nahversorgung durch einen Discounter, ergänzendes Angebot durch drei Bäcker
- eindeutiger Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (v.a. Nahrung/Genuss, daneben u.a. auch eine Apotheke), weitere Bedarfsbereiche sind nur vereinzelt vorzufinden
- mit Ausnahme des größeren Supermarktes ausschließlich kleinere Betriebe mit VKF unter 100 qm
- Magnetbetrieb Discounter
- höhere räumliche Dichte des Dienstleistungsangebotes als beim Einzelhandelsangebot, darunter diverse gastronomische Betriebe
- Branchenmix, der stark durch das Gastronomieangebot geprägt ist
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

#### **7.2.4 Entwicklungsbereich (Planung) Killesberg Stadtzentrum (02-11)**

- Planstandort befindet sich auf dem frei werdenden Messegelände an der Straße Am Kochenhof und der Stresemannstraße;
- Geplant ist ein Stadtteilzentrum für den Killesberg ("Forum K") mit Dienstleistungen und Läden für den täglichen/ kurzfristigen Bedarf (rd. 4.500 qm GF), einem Gründerzentrum (rd. 2.800 qm) sowie Wohnnutzung in Mehrfamilienhäusern (rd. 9950 qm GF) (Satzungsbeschluss des Bebauungsplans ist für Ende 2009 vorgesehen)
- Auf Grund der geplanten Funktionsmischung mit Schwerpunkt Wohnen ist eine städtebauliche Integration des Stadtteilzentrums gegeben
- Planstandort befindet sich in unmittelbarer Nähe zur geplanten "Fashionmall" am Killesberg auf dem alten Messeparkplatz

## Abgrenzungsvorschlag

Karte 20: Abgrenzungsvorschlag Entwicklungsbereich (Planung) Killesberg Stadtzentrum



Quelle: eigene Darstellung



## 8. STADTBEZIRK 03 OST

### 8.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 03 OST

Der Stadtbezirk "03 Ost" ist mit rd. 47.650 Einwohner der drittgrößte Stadtbezirk in der Landeshauptstadt Stuttgart. Die Gesamtverkaufsfläche der insgesamt 255 hier angesiedelten Betriebe beträgt rd. 37.175 qm. Auf dieser Fläche wird ein Gesamtumsatz von 157,3 Mio. € erwirtschaftet. In der folgenden Tabelle ist das Einzelhandelsangebot nach Sortimenten differenziert dargestellt.

Tab. 16: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 03 Ost: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	11.925	68,2	67%
Drogerie/ Parfümerie	2.250	8,5	69%
Apotheke	600	20,3	92%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	725	2,7	56%
Blumen/ Zoo	925	2,0	51%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>16.425</b>	<b>101,6</b>	<b>70%</b>
Bekleidung und Zubehör	1.875	6,2	23%
Schuhe, Lederwaren	675	2,4	42%
Sport/ Freizeit	75	0,2	5%
Spielwaren	600	1,7	28%
Bücher	450	1,9	32%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	1.525	2,2	53%
Haus-/ Heimtextilien	725	1,6	42%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>5.925</b>	<b>16,2</b>	<b>28%</b>
Uhren/ Schmuck	150	0,9	32%
Foto/ Optik und Zubehör	400	2,8	57%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	675	5,9	35%
Elektro/ Leuchten	900	3,0	44%
Teppiche/ Bodenbeläge	1.250	2,5	137%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	1.300	2,5	13%
Möbel, Antiquitäten	9.325	17,2	111%
Sonstiges	850	4,7	40%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>14.850</b>	<b>39,5</b>	<b>50%</b>
<b>Summe</b>	<b>37.175</b>	<b>157,3</b>	<b>56%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

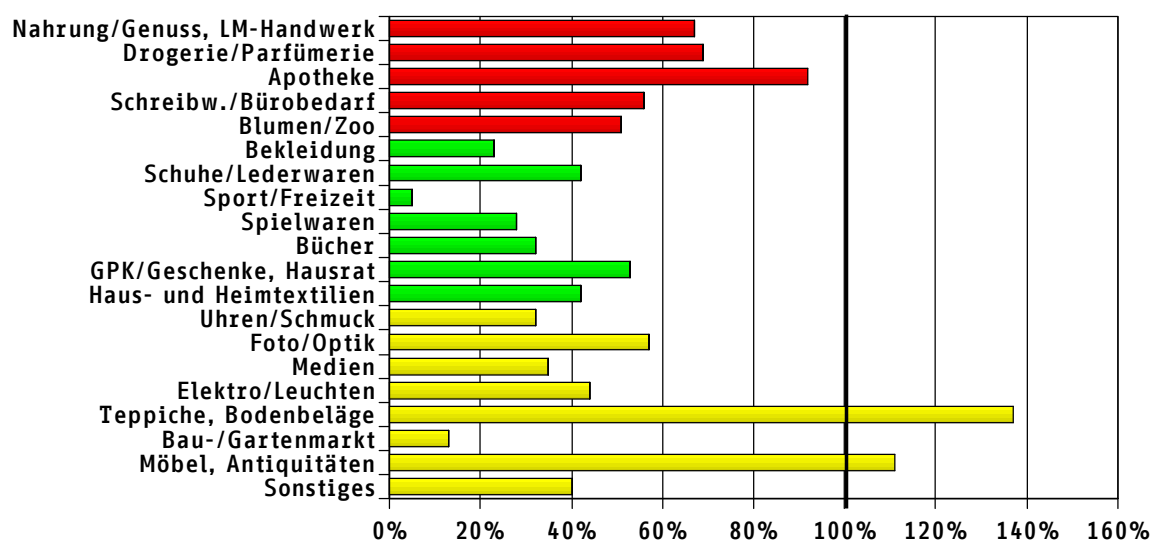
Der Stadtbezirk "03 Ost" weist eine Gesamtbindungsquote von 56% auf, d.h. es kommt per Saldo zu einem deutlichen Kaufkraftabfluss. Bindungsquoten von mehr als 100% werden lediglich in den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten





Teppiche, Bodenbeläge und Möbel, Antiquitäten erreicht. Die Bindungsquote im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk) liegt bei 67%, d.h. es liegt keine rechnerische Vollversorgung vor. Räumlich betrachtet stellt sich die Nahversorgungssituation im Stadtbezirk "03 Ost" jedoch relativ positiv dar: 88% der Einwohner haben die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung und wohnen in einer Entfernung von bis zu 500 Metern zu einem Lebensmittelbetrieb (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 25: Bindungsquote Stadtbezirk 03 Ost

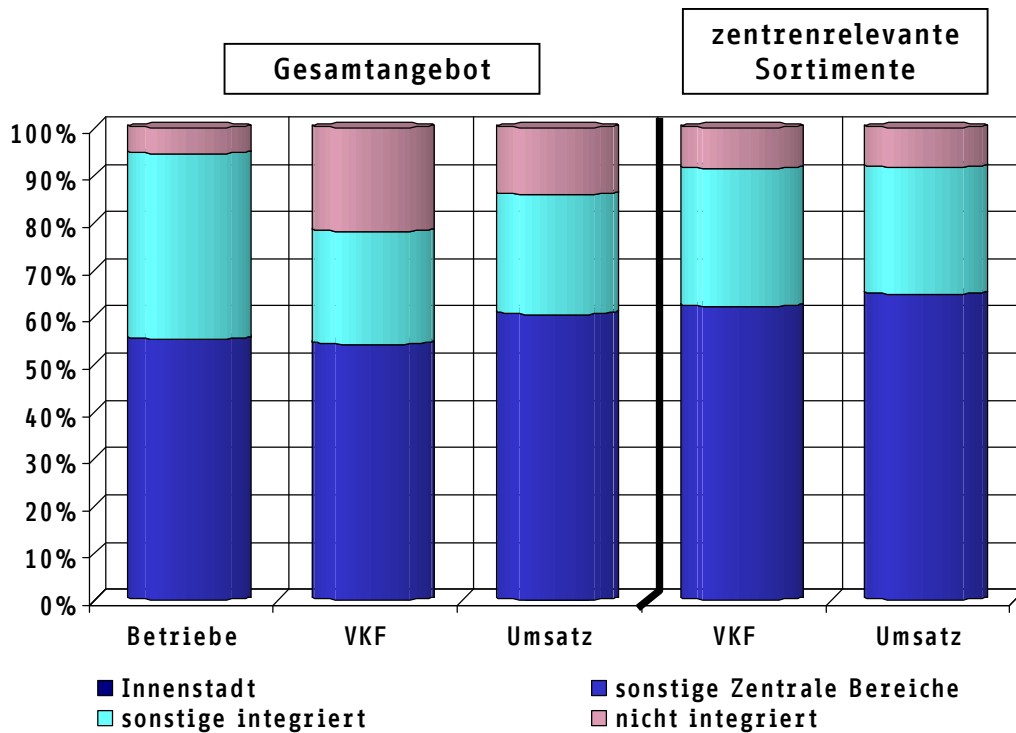


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bezogen auf die räumliche Verteilung der Angebote im Stadtbezirk "03 Ost" ist festzustellen, dass der überwiegende Anteil der Betriebe (rd. 95%) an sonstigen integrierten Standorten bzw. in den Zentren des Stadtbezirks angesiedelt ist. Bei den Betrieben in sonstiger integrierter Standortlage handelt es sich eher um kleinflächige Strukturen. Demgegenüber vereinen diejenigen 5% der Betriebe, die sich an nicht integrierten Standorten befinden, rd. 22% der Gesamtverkaufsfläche auf sich. Dies ist in erster Linie zurückzuführen auf zwei großflächige Möbelfachmärkten im Gewerbegebiet Gaisburg. Umsatzbezogen nehmen die Betriebe in den Zentren auf Grund höherer Flächenproduktivitäten den wichtigsten Stellenwert ein: Rd. 61% des Gesamtumsatzes wird in dieser Standortlage erwirtschaftet. Die zentrenrelevanten Sortimente befinden sich zu rd. 62% in den Zentren, weitere rd. 29% in sonstiger integrierter Lage.



Abb. 26: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 03 Ost

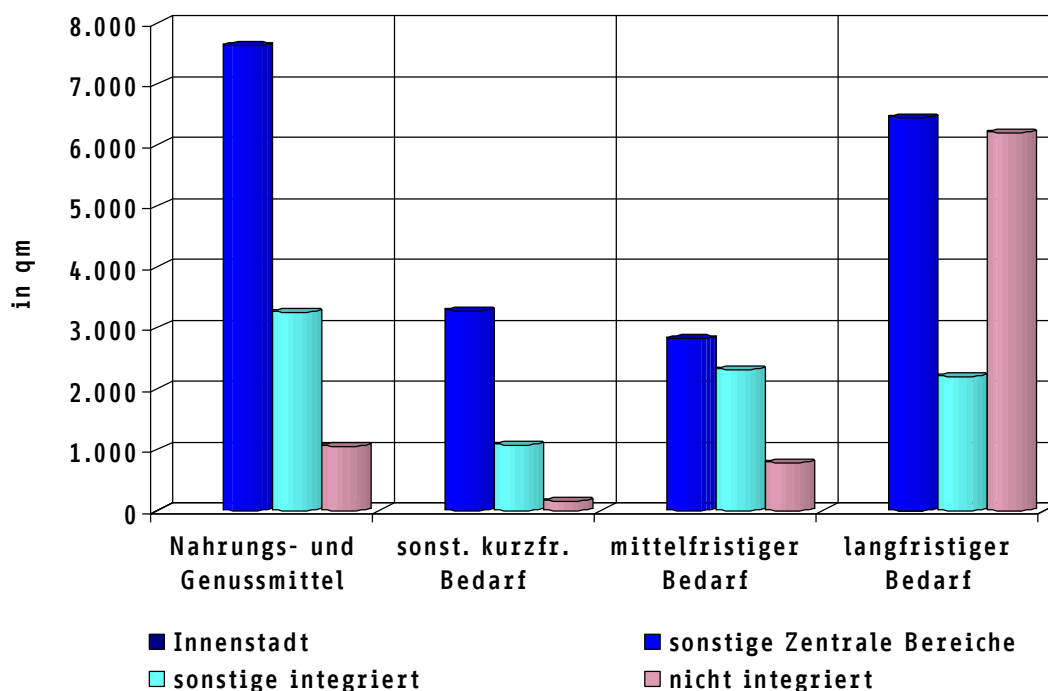


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die differenzierte Betrachtung der Einzelhandelsstruktur nach Lage verdeutlicht die Bedeutung der sechs Zentren zur Lebensmittel(nah)versorgung. Fast zwei Drittel des Sortimentsbereiches Nahrungs-/ Genussmittel (64%) befindet sich in diesen. Sortimente des langfristigen Bedarfs, die teilweise zu den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten gezählt werden, sind zu einem großen Anteil neben den Zentren an nicht integrierten Standorten, insbesondere im Gewerbegebiet Gaisburg, zu verzeichnen.



Abb. 27: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 03 Ost



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 8.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 03 OST

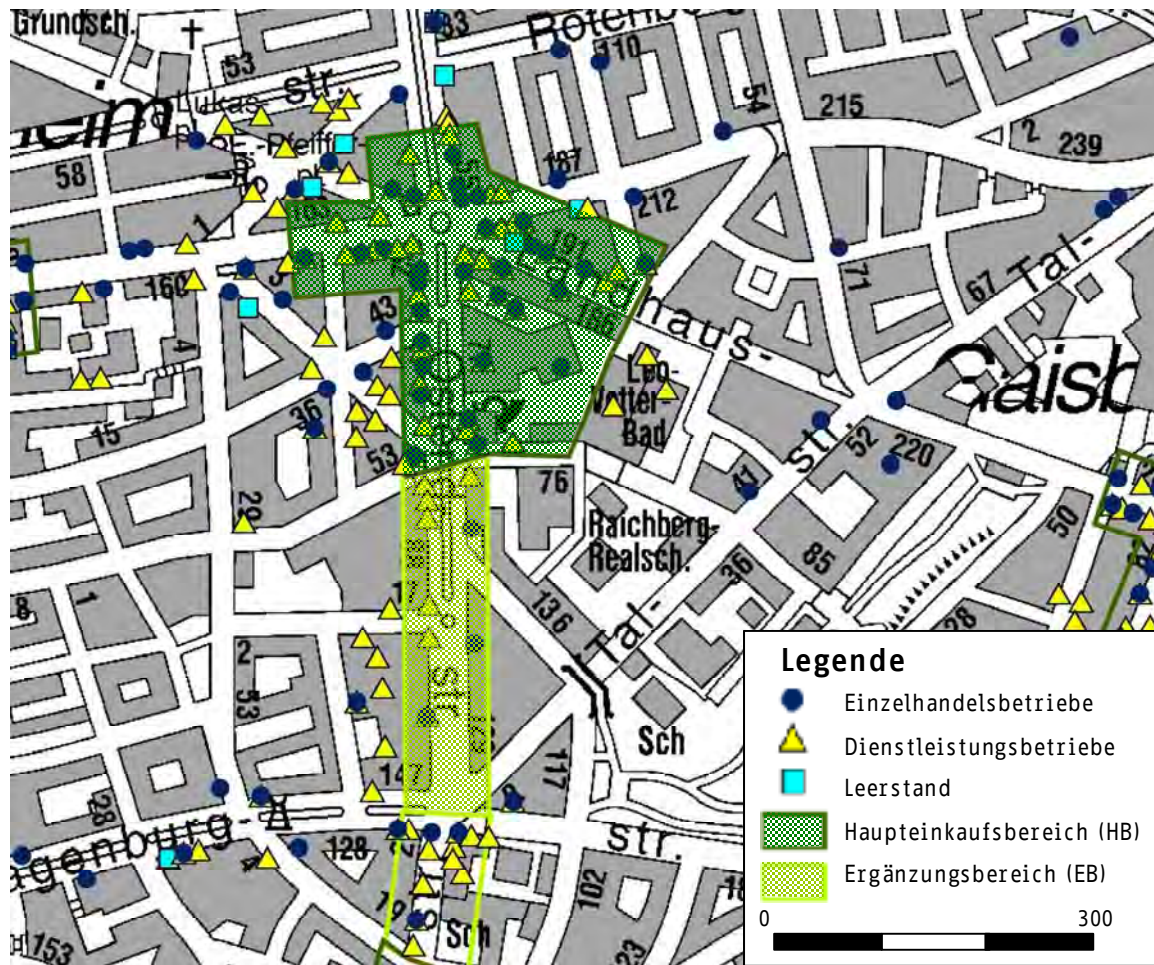
### 8.2.1 D-Zentrum Ostheim-Ostendplatz (03-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich ausgehend vom Ostendplatz im Wesentlichen entlang der Ostendstraße Ecke Schönbühlstraße sowie entlang Landhausstraße bis Ecke Lehmgrubenstraße
- Ergänzungsbereich im Wesentlichen entlang Ostendstraße ab Ecke Schönbühlstraße (Übergang Haupteinkaufsbereich) bis Ecke Wagenburgstraße (nördliche Grenze Gablenberger Hauptstraße)



Karte 21: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Ostheim-Ostendplatz



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 8.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 17: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
44	3	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
5.350 qm	1.975 qm	4.050 qm	11.375 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
3.725 qm	1.625 qm	1.550 qm	4.475 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Einzelhandelsdichte im Haupteinkaufsbereich (besonders im Bereich Ostendpassage)
- abnehmende Einzelhandelsdichte in Randbereichen und im Ergänzungsbereich (z.T. nur einseitiger Besatz sowie durch Wohnen bereits unterbrochen)
- Einzelhandelsbesatz verstreut auch in außerhalb des D-Zentrums liegenden Straßenzügen
- augenscheinlich wenige Leerstände im abgegrenzten D-Zentrum - zunehmend in Randbereichen bzw. im unmittelbaren Umfeld

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes und vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein großflächiger Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter sowie diverse Lebensmittel-SB-Märkte/ -Geschäfte und Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt in Jakob-Holzinger-Gasse (wöchentlich)
- Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden, Angebotsschwerpunkt klar im kurzfristigen Bedarfsbereich
- hohe Verkaufsfläche im langfristigen Bedarfsbereich durch einen großflächigen Möbelmarkt (gleichzeitig größter Betriebe im D-Zentrum)

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- kleine und "mittelgroße" bei nur wenigen großflächigen Betrieben (Mehrzahl der Betriebe  $\leq 100$  qm VKF)
- ausgewogenes Verhältnis aus Filialbetrieben und inhabergeführten Fachgeschäften

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig bis mittel(-preisig)



- Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung von sehr schwach bis mittelmäßig  
- nur wenige Positivbeispiele, Warenpräsentation z.T. diffus: Hauptsortiment nicht eindeutig erkennbar

#### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- großflächiger Supermarkt

#### **8.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum, u.a. eine Postfiliale

##### **Gastronomie**

- Gastronomieangebot vorhanden
- wenig attraktive Außensitzbereiche (keine geeigneten Platzräume außer in Ostendpassage)
- keine auffallenden Qualitäts-/ Gestaltungsmerkmale

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- einige öffentliche Einrichtungen: u.a. das Depot östlich der Ostendpassage (Theater), Sozialamt

#### **8.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- relativ homogene Bebauungsstruktur trotz Bauweise aus unterschiedlichen Epochen: insgesamt drei- bis maximal fünfgeschossige, geschlossene Bauweise ohne auffallende städtebauliche Lücken
- nahezu durchgehend historisch repräsentative Bebauung am Ostendplatz, zunehmend auch nachkriegszeitlich bzw. moderne Bebauung Richtung Süden
- historische Gebäude in überwiegend gut saniertem Zustand: mehrheitlich dreigeschossig und geschlossene Bauweise, aufwendige Fassadengestaltung (Backstein) und Walmdächer
  - à identitätsstiftender Charakter

- bei neueren Gebäuden z.T. gelungene architektonische Anpassung an historischen Bestand erkennbar (z.B. Klinkergebäude der Ostendpassage und des Supermarkts)

Foto 32: Ostendstraße mit Boulevard



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 33: Zugang zur Ostendpassage



Quelle: eigenes Foto September 2007

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums entlang Ostendstraße (u.a. durchgehend zweireihige Baumpflanzung bei mittig verlaufendem Boulevard, öffentliche Sitzgelegenheiten) und in der Fußgängerzone (Jakob-Holzinger-Gasse)
  - à Aufenthaltsqualität und sozialer Treffpunkt
- nachlassende Intensität bzw. gestalterische Defizite in Nebenstraßen (erkennbarer Modernisierungsbedarf bei u.a. wechselnder Pflasterung oder veraltet wirkendem Mobiliar)

### Verkehr und Frequenz

- hohe Verkehrsfrequenz Ostendplatz (Durchgangs- sowie Ziel-/ Quellverkehr MIV wie ÖPNV)
- Ostendplatz als großer Kreisverkehr nicht im Sinne eines begehbaren Platzbereichs wahrnehmbar: autogerechte Planung
- wenige, z.T. ungenügende Querungshilfen im mittleren Abschnitt der Ostendstraße
  - à Trenn-/ Barrierewirkung, Einschränkung der Passantendurchgängigkeit
- hohe Passantenfrequenz Ostendplatz/ -straße und Fußgängerzone
- gute ÖPNV und MIV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- z.T. ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie auf wenigen öffentlichen Sammelparkplätzen





## **Flächenpotenziale**

- U.U. Erweiterbarkeit der Ostendpassage Richtung Osten/ Depot auf jetzigem Sammelparkplatz

### **8.2.1.4 Entwicklungsziele**

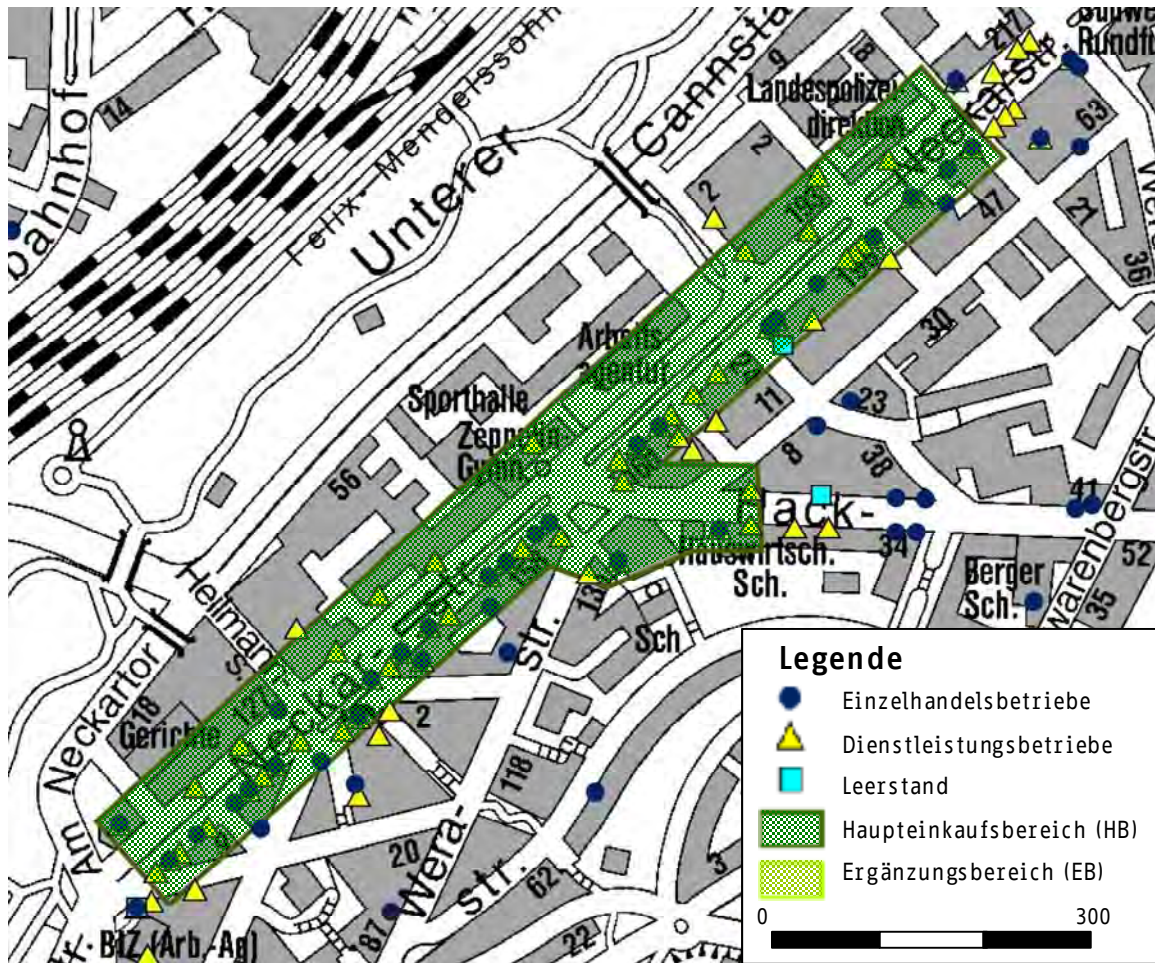
- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine funktionale Längsausdehnung des D-Zentrums
  - à städtebaulich-gestalterische wie funktionale Aufwertung/ Weiterentwicklung des Haupteinkaufsbereichs in den östlich/ westlich anschließenden Straßenzügen (z.B. Landhausstraße)
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums
- Verbesserung der Durchgängigkeit für Passanten

### **8.2.2 D-Zentrum Neckarstraße/ Stöckach (03-05)**

#### **Abgrenzungsvorschlag**

- D-Zentrum linear entlang der Neckarstraße zwischen Neckartor und Ecke Metzstraße
- Aufweitung im Bereich Stöckachplatz in Hackstraße bis Ecke Stöckachstraße

Karte 22: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Neckarstraße/ Stöckach



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 8.2.2.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 18: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
35	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.725 qm	675 qm	925 qm	3.325 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.425 qm	300 qm	450 qm	1.150 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- relativ hohe Dichte entlang der östlichen Straßenseite der Neckarstraße im mittleren Abschnitt
- abnehmende Einzelhandelsdichte im nördlichen wie südlichen Randbereich (Dienstleistungen, Gastronomie und z.T. Wohnen im Erdgeschoss) sowie entlang der westlichen Straßenseite (überwiegend Dienstleistungsbesatz und öffentliche Einrichtungen)
- vergleichsweise wenige Leerstände, jedoch auf Trading-Down-Prozesse weisende Nach-/ Zwischennutzungen in Randbereichen erkennbar
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum stellenweise noch Einzelhandelsbesatz, aber ohne räumlich-funktionale Anbindung (z.B. Hackstraße, vgl. Karte 22)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Discounter, ein Bio-markt (jeweils unterhalb der Großflächigkeit) sowie zwei Lebensmittel-SB-Märkte und diverse ausländische Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich, Angebote im sonstigen kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfsbereich gering
- Angebote im langfristigen Bedarfsbereich im Wesentlichen durch wenige „mittelgroße“ Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten wie u.a. Möbel, Elektro groß-/ -kleingeräte, Teppiche und Gartengeräte
- keine speziellen Angebote oder Angebotsvielfalt

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- eher kleinteilige bis wenige "mittelgroße" Betriebsgrößen (Mehrzahl der Betriebe  $\leq 100$  qm VKF)
- keine großflächigen Betriebe
- überwiegend augenscheinlich inhabergeführte Fachgeschäfte



### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig bis mittel(-preisig)
- variierende Qualität in Bezug auf Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung von gering bis mittel: oft veraltet und nicht gestaltet/ diffus
- viele Warenständer und Werbetafeln im Gehwegbereich
- stellenweise keine eindeutig erkennbare Sortimentszugehörigkeit

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- n.v.

#### **8.2.2.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- relativ hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern auf östlicher Straßenseite der Neckarstraße, u.a. eine Postfiliale

##### **Gastronomie**

- gastronomisches Angebot vorhanden - überwiegend Schnellrestaurants/ Imbisse
- kleine gastronomische Außensitzbereiche vorhanden (**bei fehlenden Platzräumen**)

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- Konzentration an diversen öffentlichen Einrichtungen insbesondere entlang der westlichen Straßenseite der Neckarstraße: u.a. Landespolizeidirektion, Deutsches Rotes Kreuz, Gerichte und diverse schulische Einrichtungen

#### **8.2.2.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Baustruktur
- westliche Seite überwiegend nachkriegszeitlich und modern geprägt, große Gebäudekomplexe, vier- bis maximal sechsgeschossige, wechselnd geschlossene/ offene Bauweise, im mittleren Abschnitt auch historisch repräsentative Bausubstanz (u.a. Gymnasium)



- östliche Seite mit hohem Anteil historischer Bebauung (z.T. Gründerzeitbebauung) durchmischt mit nachkriegszeitlicher Bausubstanz, durchgehend geschlossene, überwiegend viergeschossige Bauweise
- Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf an Privathäusern insbesondere in den Randbereichen erkennbar
- architektonische Akzente: Gebäude des Gymnasiums und des Auktionshaus im nördlichen Abschnitt

### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- Fußwegbereiche im mittleren Abschnitt südlich des Stöckachplatzes sowie S-Bahn-Haltestellen neu gestaltet (u.a. einheitliche Pflasterung und neue Fahrbahnbeläge)
- sonstiger öffentlicher Raum mit funktionalen wie gestalterischen Defiziten (u.a. schmale Fußwege, uneinheitliche Bodenbelagsgestaltungen, kaum Sitzgelegenheiten und sonstige Gestaltungselemente, ungepflegte Grünelemente)
- D-Zentrum als langgezogener Straßenraum ohne Aufenthaltsqualität - einziger nennenswerter Platzraum (Stöckachplatz) genutzt als Pkw-Stellplatzfläche, gestalterische Defiziten
  - à keine (nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität
  - à Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf im gesamten öffentlichen Raum

**Foto 34: Neuer Lebensmittelbetrieb im rückwärtigen Bereich**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 35: Warenstände auf beengtem Fußwegbereich**



Quelle: eigenes Foto September 2007



### **Verkehr und Frequenz**

- starke Verkehrsbelastung Neckarstraße und Kreuzungsbereich Stöckachplatz durch MIV und S-/U-Bahn
- breiter (mehrspuriger) Straßenraum und nicht querbare Gleisanlagen bei meist schmalen Fußwegebereichen und abschnittsweise wenigen Querungsmöglichkeiten (Übergänge z.T. nur über Haltestellenbereiche möglich)
  - à starke Trenn-/ Barrierewirkung, Durchgängigkeit für Passanten erschwert
- Passantenfrequenz hoch im mittleren Abschnitt Neckarstraße, in Randbereichen und Seitenstraßen niedrig
- sehr gute ÖPNV (S/U-Bahn) und MIV-Erreichbarkeit
- ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie wenige, kleinere Sammelparkplätze

### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenzial (Brachfläche) in der Neckar- Ecke Heilmannstraße
- Zur Disposition stehendes Gebäude in der Hack- Ecke Stöckachstraße

#### **8.2.2.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt der vielfältigen Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- Schaffen von Aufenthaltsqualität
  - à städtebaulich-gestalterische Aufwertung des öffentlichen Raums
  - à klare Fußwegebeziehungen schaffen
  - à Aufwertung und Erlebbarkeit Stöckachplatz
- keine weitere funktionale Nord-Süd-Ausdehnung des D-Zentrums
  - à Sanierung/ Neugestaltung und Nutzung diverser (leerstehender) Gebäude
  - à städtebaulich-gestalterische, funktionale Stärkung der Querbeziehungen
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums

#### **8.2.3 D-Zentrum Gablenberger Hauptstraße (03-06)**

##### **Abgrenzungsvorschlag**

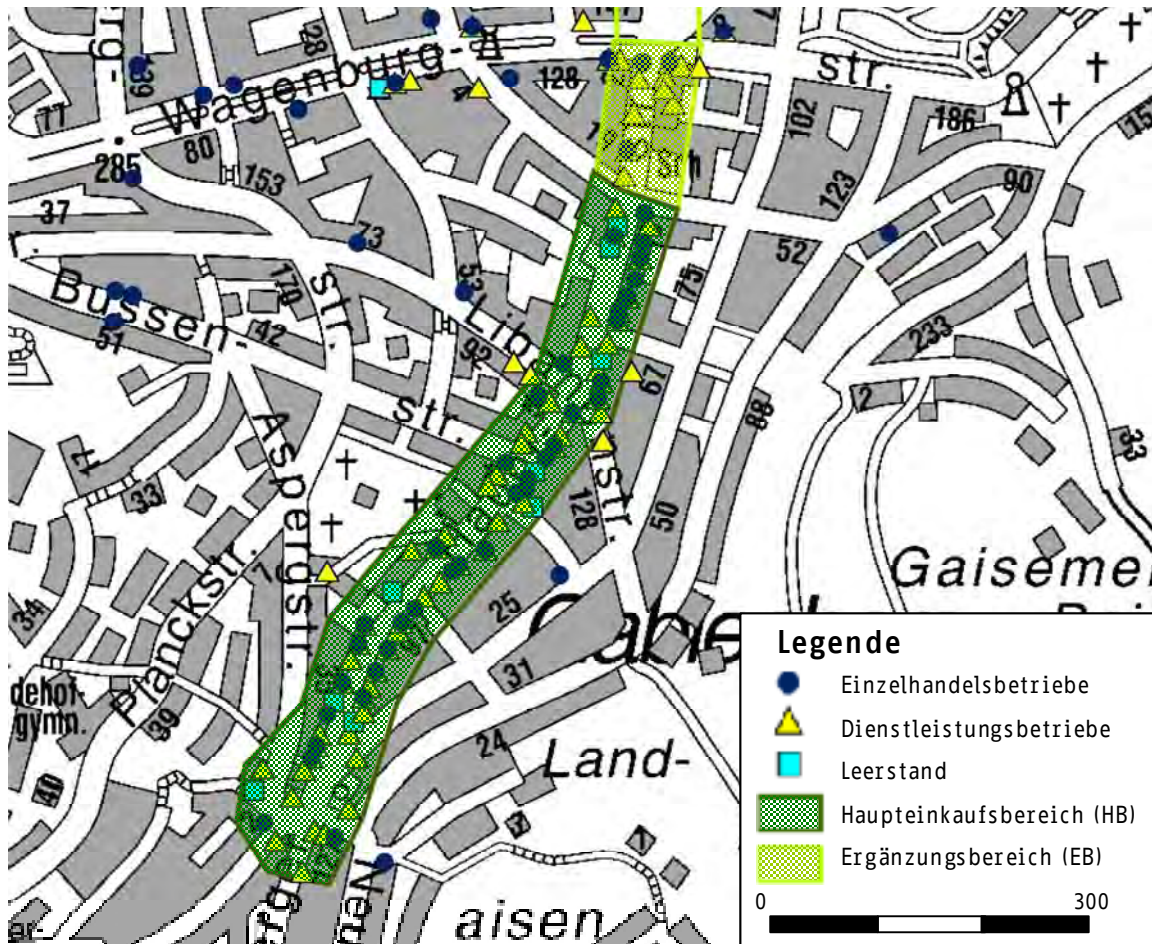
- Haupteinkaufsbereich linear entlang der Gablenberger Hauptstraße vom Kreuzungsbereich Schmalzmarkt Ecke Neue Straße bis Ecke Pflasterackerstraße





- Ergänzungsbereich entlang Gablenberger Hauptstraße in Verlängerung des Haupteinkaufsbereichs bis Ecke Wagenburgstraße (südliche Grenze D-Zentrum Ostheim - Ostendplatz)

Karte 23: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Gablenberger Hauptstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 8.2.3.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 19: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
40	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.675 qm	900 qm	500 qm	3.075 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
975 qm	725 qm	650 qm	750 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007





### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Einzelhandelsdichte im mittleren Abschnitt des Haupteinkaufsbereichs
- abnehmende Einzelhandelsdichte in Randbereichen und im Ergänzungsbereich (z.T. nur einseitig der Straße verlaufender Besatz sowie durch Wohnen bereits unterbrochen)
- kaum Einzelhandelsbesatz außerhalb des abgegrenzten D-Zentrums
- vergleichsweise hohe Leerstandsichte im gesamten D-Zentrum

### **Lebensmittelnahverorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes und vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahverorgung: ein großflächiger Lebensmitteldiscounter<sup>106</sup>, ein Lebensmittel-SB-Markt, ein Biomarkt, ein Lebensmittelfachgeschäft, ein Getränkemarkt sowie diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahverorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Schmalzmarkt (wöchentlich)
- Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden, Angebotsschwerpunkt klar im kurzfristigen Bedarfsbereich

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- überwiegend kleine ( $\leq 100$  qm VKF) und "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Betriebe, keine großflächigen Betriebe
- überwiegend augenscheinlich inhabergeführte Fachgeschäfte

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig bis mittel(-preisig)
- Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung von eher schwach bis mittelmäßig, Warenpräsentation z.T. diffus: Hauptsortiment nicht eindeutig erkennbar

---

<sup>106</sup> Dieser Lebensmitteldiscounter befand sich zum Zeitpunkt der Erhebung in Planung/ Bau und wurde im Frühjahr 2008 eröffnet. Gleichzeitig wurden im selben Neubau auch eine Bäckerei und ein Optikgeschäft eröffnet. Diese Einzelhandelsbetriebe sind in den Erhebungsdaten nicht enthalten.



### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Lebensmitteldiscounter

#### **8.2.3.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern besonders im mittleren Abschnitt des D-Zentrums

##### **Gastronomie**

- Gastronomieangebot vorhanden
- kleine Außensitzbereiche (keine geeigneten Platzräume außer Schmalzmarkt)
- insgesamt keine auffallenden Qualitäts-/ Gestaltungsmerkmale

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- einige öffentliche Einrichtungen: u.a. eine Schule

#### **8.2.3.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur
- im mittleren Abschnitt überwiegend drei- bis zu fünfgeschossige, geschlossene Bauweise
- in den Randbereichen historischer geprägt, zwei- bis dreigeschossige, eher offene (z.T. giebelständige) Einzelhausbauweise
- insgesamt hoher Anteil historischer Bebauung - z.T. Sanierungsbedarf erkennbar
- Petruskirche als architektonischer Akzent und Orientierungs-/ Merkzeichen  
à identitätsstiftender Charakter
- Gebäude eines Lebensmitteldiscounters in Gablenberger Hauptstraße als "Positivbeispiel" für städtebauliche Integration moderner Lebensmittelbetriebe (vgl. Foto 37)

**Foto 36: topografische Verhältnisse**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 37: neuer Lebensmitteldiscounter**



Quelle: eigenes Foto September 2007

### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- Defizite in der Gestaltung des öffentlichen Raums entlang Gablenberger Hauptstraße (u.a. keine durchgehend einheitliche Gestaltung und Modernisierungsbedarf)
- Ansprechende Gestaltung des Schmalzmarkts (u.a. einheitliche Bodenpflasterung, Baumpflanzung, öffentliche Sitzgelegenheiten und diverse Wasserelemente wie Brunnen und Bachlauf)
  - à Aufenthaltsqualität nur stellenweise gegeben

### **Verkehr und Frequenz**

- relativ hohe Verkehrsfrequenz entlang Gablenberger Hauptstraße (Durchgangssowie Ziel-/ Quellverkehr MIV wie ÖPNV)
- schwierige topografische Verhältnisse (Steigung von Norden nach Süden)
- Stellenweise schmale und modernisierungsbedürftige Fußwegebereiche und zu wenige Querungshilfen
  - à Trenn-/ Barrierewirkung, Einschränkung der Passantendurchgängigkeit
- mittelstarke Passantenfrequenz im mittleren Abschnitt, vergleichsweise gering in Randbereichen
- gute ÖPNV und MIV-Erreichbarkeit (Bus)
- ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie auf einigen (öffentlichen wie privaten) Sammelparkplätzen

### **Flächenpotenziale**

eventuell Sammelparkplatz am Friedhof



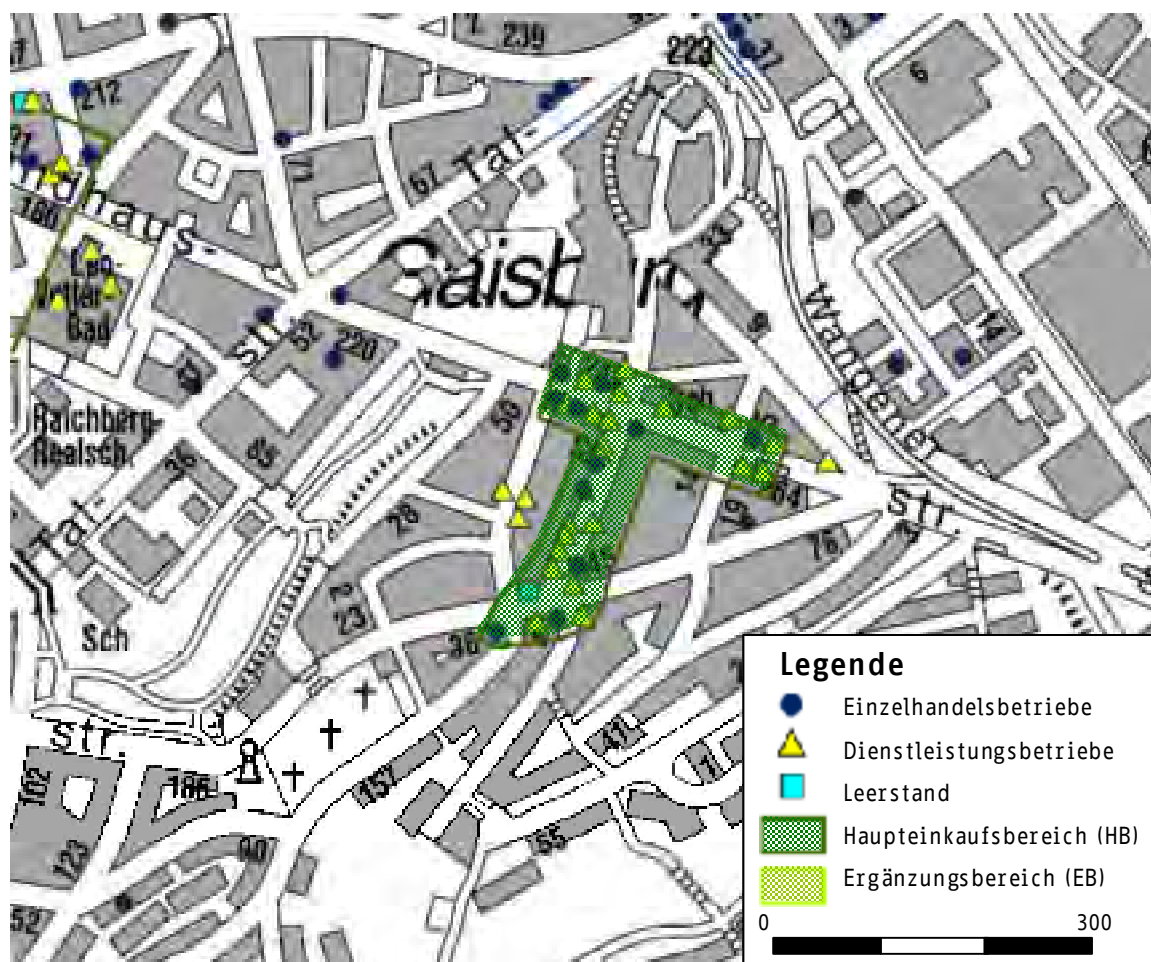
#### 8.2.3.4 Entwicklungsziele

- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine funktionale Längsausdehnung des D-Zentrums - Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums
  - à städtebaulich-gestalterische Aufwertung der Gablenberger Hauptstraße
  - à räumliche Entwicklungsoptionen innerhalb vorgenommener Abgrenzung nutzen: z.B. Nutzung vorhandener Leerstände

#### 8.2.4 E-Zentrum Ortsmitte Gaisburg (03-02)

##### Abgrenzungsvorschlag

Karte 24: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Ortsmitte Gaisburg



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 20: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
10	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
750 qm	100 qm	100 qm	975 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
525 qm	200 qm	100 qm	100 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

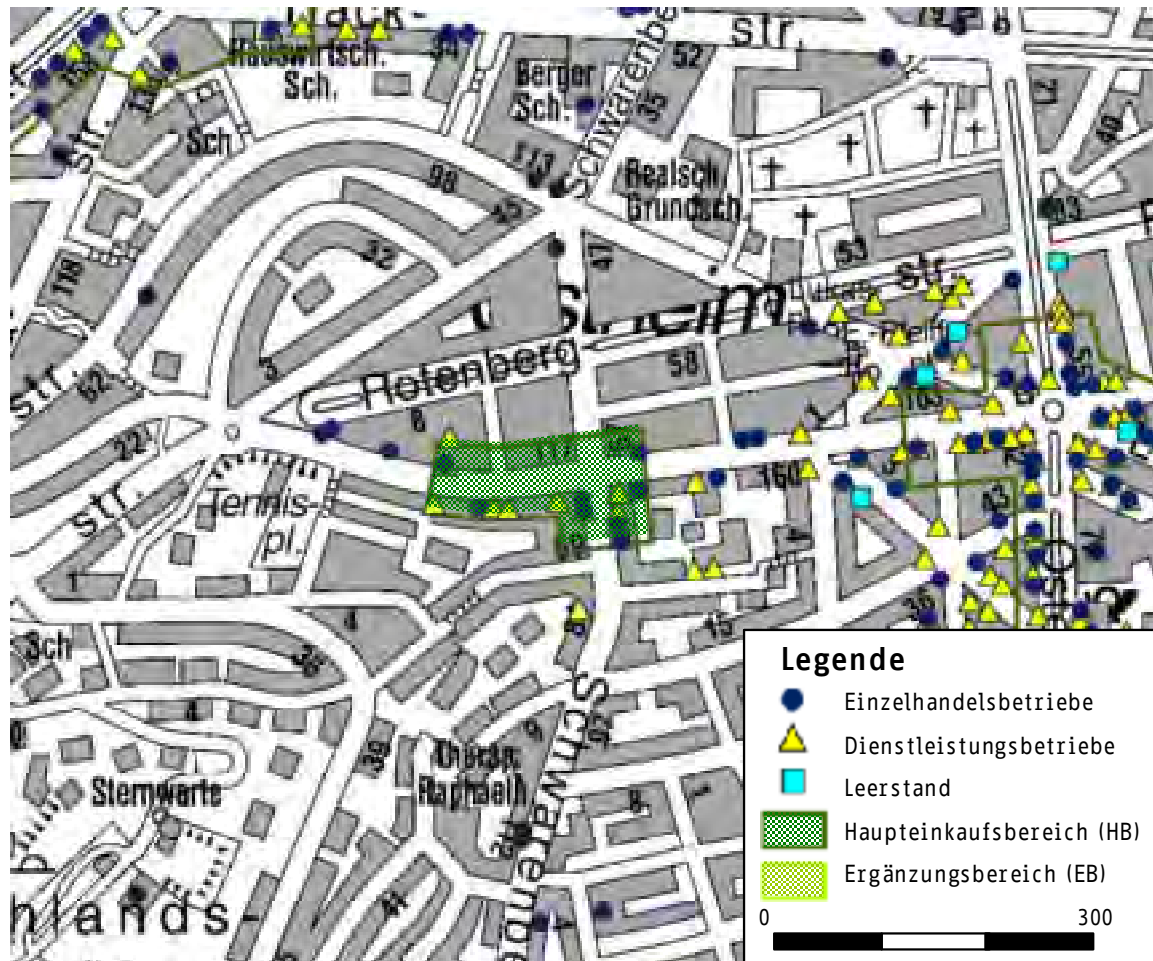
- E-Zentrum Ortsmitte Gaisburg erstreckt sich in der Hornbergstraße bis zur Kreuzung mit der Schurwaldstraße und der Landhausstraße sowie auf der Landhausstraße selbst ab Kreuzung Hornbergstraße bis Welsheimer Straße
- mehrere Einzelhandelsbetriebe, ein dichter Einzelhandelsbesatz ist insbesondere am Teilstück Landhausstraße festzustellen
- geringe Leerstandsquote
- relativ umfassende LM-Nahversorgung durch einen Discounter, zwei Bäcker und einen Metzger
- deutlicher Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich
- außer dem Discounter kleinteilige Betriebsstrukturen
- Magnetbetrieb Discounter
- höhere Dienstleistungsdichte als im Einzelhandel (darunter auch eine Bank, ein Kindergarten)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 8.2.5 E-Zentrum Schwarenberg-/ Haussmannstraße (03-03)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 25: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Schwarenberg-/ Haussmannstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 21: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
10	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
825 qm	100 qm	100 qm	1.025 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
575 qm	275 qm	50 qm	125 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- E-Zentrum erstreckt sich in west-östlicher Richtung entlang der Haussmannstraße von der Ecke Grafenecker Straße bis zur Schwarzenbergstraße, zudem entlang der Schwarzenbergstraße zwischen Haussmannstraße und Schellbergstraße
- räumliche Dichte von Betrieben in dem Teilstück Schwarzenbergstraße
- geringe Leerstandsquote
- LM-Nahversorgung durch einen Discounter, ergänzend zudem durch ein Reformhaus und ein Obst- und Gemüsegeschäft
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (neben Nahrung/ Genuss auch u.a. Apotheke, Drogeriemarkt)
- außer dem Discounter ausschließlich kleinteilige Strukturen mit VKF unter 100 qm
- diverse Dienstleistungen, die den Einzelhandel insbesondere entlang der Haussmannstraße funktional ergänzen
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

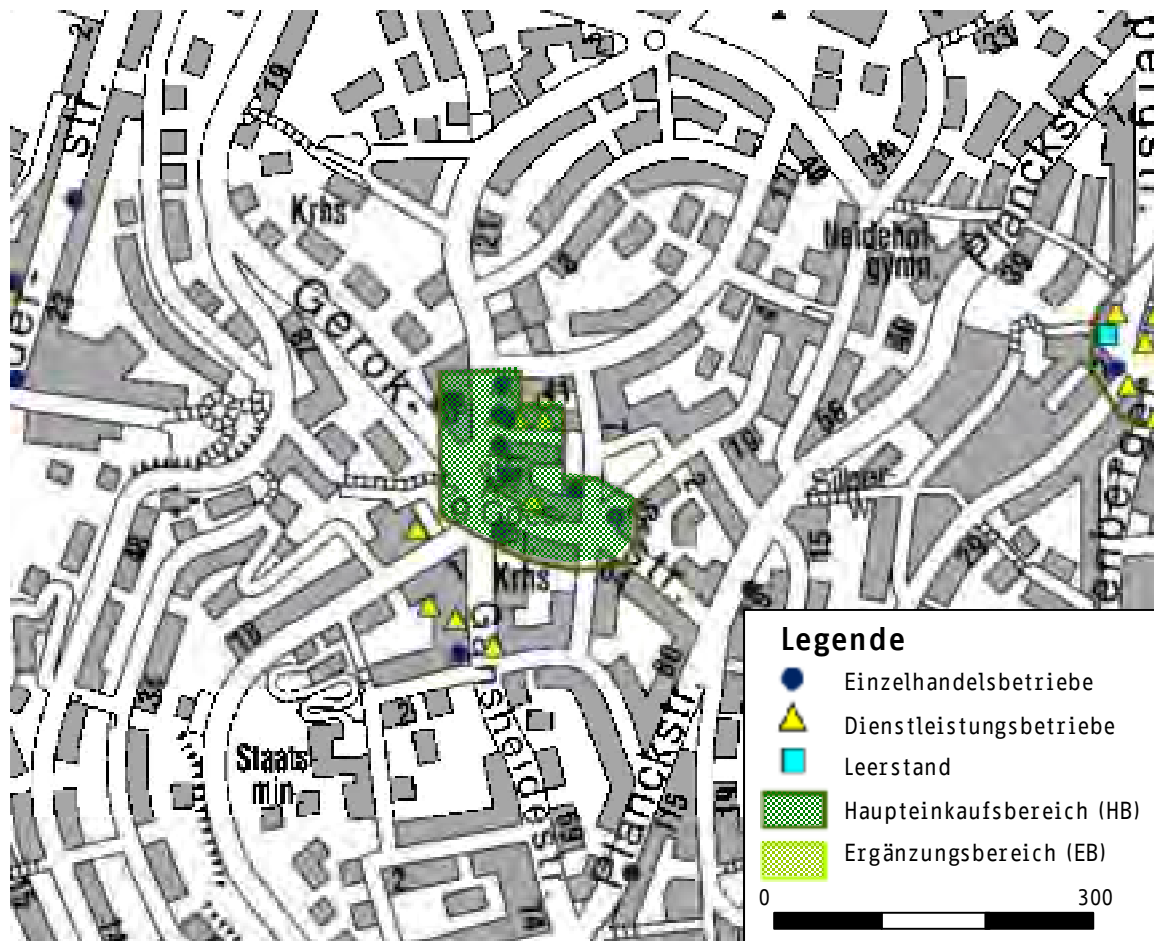




## 8.2.6 E-Zentrum Gänseheide/ Gerokstraße (03-04)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 26: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Gänseheide/ Gerokstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 22: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
11	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
675 qm	150 qm	25 qm	850 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
500 qm	175 qm	150 qm	25 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- E-Zentrum erstreckt sich in Nord-Süd-Richtung entlang der Gänseheidestraße von der Gerokstraße bis zur Ecke Hackländerstraße und in West-Ost-Richtung entlang der Gerokstraße bis zur Kreuzung Grüneisenstraße, zudem umfasst das E-Zentrum die Albertstraße
- hohe Einzelhandelsdichte insbesondere entlang der östlichen Straßenseite der Gänseheidestraße
- keine Leerstände
- LM-Nahversorgung durch zwei LM-SB-Geschäfte, einen Metzger und einen Bäcker
- Deutlicher Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (v.a. Nahrung/Genuss), geringes Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich
- ausschließlich kleinflächige Betriebe - kleinteilige Strukturen
- geringere Dienstleistungsdichte als im Einzelhandel
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 9. STADTBEZIRK 04 SÜD

### 9.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 04 SÜD

In dem einwohnerstarken Stadtbezirk "04 Süd" (rd. 44.050 Einwohner) sind insgesamt 178 Betriebe angesiedelt, die auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 22.925 qm einen Umsatz von rd. 91,2 Mio. € erwirtschaften. Der höchste Verkaufsflächenanteil entfällt auf das Sortiment Möbel, Antiquitäten (rd. 8.975 qm) vor Nahrung-/ Genussmittel (rd. 6.550 qm).

Tab. 23: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 04 Süd: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	6.550	38,6	41%
Drogerie/ Parfümerie	1.075	4,6	40%
Apotheke	325	12,5	62%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	550	2,0	45%
Blumen/ Zoo	525	1,1	31%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>9.025</b>	<b>58,8</b>	<b>44%</b>
Bekleidung und Zubehör	1.275	3,2	13%
Schuhe, Lederwaren	200	0,6	11%
Sport/ Freizeit	375	1,2	28%
Spielwaren	200	0,6	10%
Bücher	100	0,3	6%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	600	0,9	24%
Haus-/ Heimtextilien	475	1,0	28%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>3.225</b>	<b>7,8</b>	<b>15%</b>
Uhren/ Schmuck	75	0,4	17%
Foto/ Optik und Zubehör	50	0,3	7%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	350	2,5	16%
Elektro/ Leuchten	175	0,7	11%
Teppiche/ Bodenbeläge	300	0,6	37%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	275	0,6	3%
Möbel, Antiquitäten	8.975	16,8	117%
Sonstiges	450	2,7	25%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>10.650</b>	<b>24,6</b>	<b>33%</b>
<b>Summe</b>	<b>22.925</b>	<b>91,2</b>	<b>35%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

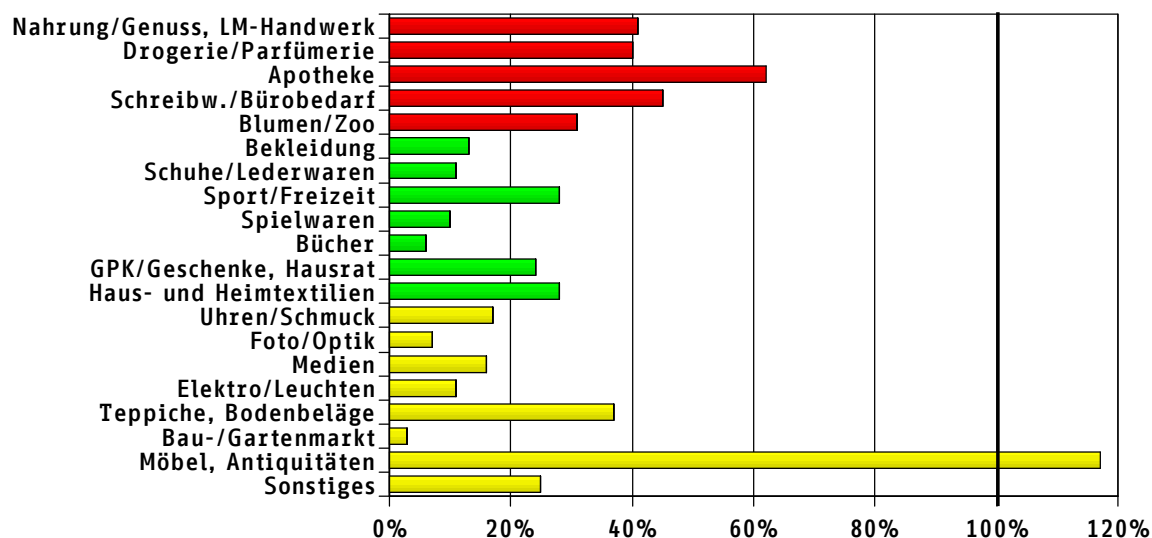
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

Der Stadtbezirk "04 Süd" weist eine vergleichsweise niedrige Gesamtbindungsquote von lediglich 35% auf, d.h. knapp zwei Drittel der Kaufkraft fließt per Saldo aus dem Stadtbezirk. Besonders niedrige Bindungsquoten werden in den Sortimenten



des mittelfristigen Bedarfs erreicht. Der hohe Wert des Sortimentes Möbel, Antiquitäten (117%) ist hauptsächlich auf einen Möbel- und einen Küchenmarkt mit jeweils großflächigen Verkaufsflächen zurückzuführen. Die räumliche Nahversorgungssituation im Stadtbezirk "04 Süd" stellt sich trotz deutlicher Kaufkraftabflüsse im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel gut dar. Für 85% der Einwohner des Stadtbezirks besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung (d.h. in einer Entfernung von bis zu 500 Metern) durch einen Lebensmittelbetrieb (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 28: Bindungsquote Stadtbezirk 04 Süd

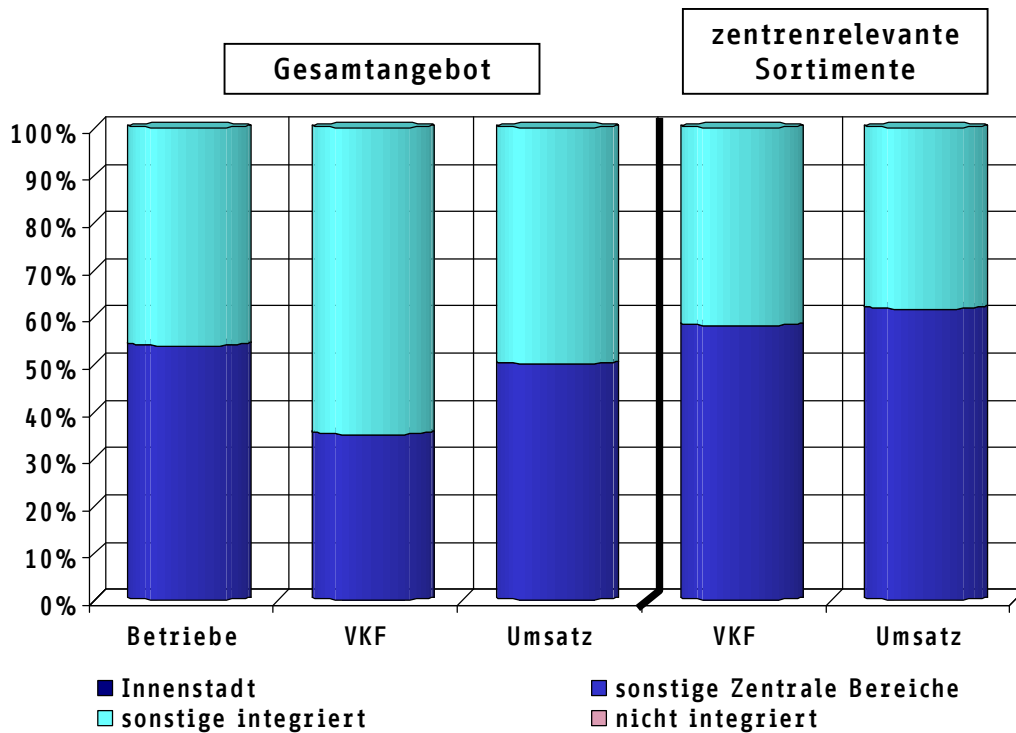


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In Bezug auf die räumliche Verteilung der Verkaufsflächen- und Umsatzanteile ist zunächst festzustellen, dass im Stadtbezirk "04 Süd" keine Betriebe in nicht integrierter Lage angesiedelt sind. 54% aller Einzelhandelsbetriebe befinden sich in den vier Zentren, wo knapp 35% der Gesamtverkaufsfläche angesiedelt ist. Dies lässt darauf schließen, dass in den Zentren vergleichsweise kleinteilige Einzelhandelsstrukturen vorherrschen. Der Umsatz verteilt sich zu gleichen Anteilen auf die beiden Lagen. Die zentrenrelevanten Sortimente befinden sich zu 58% in den abgegrenzten vier Zentren des Stadtbezirks.



Abb. 29: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 04 Süd

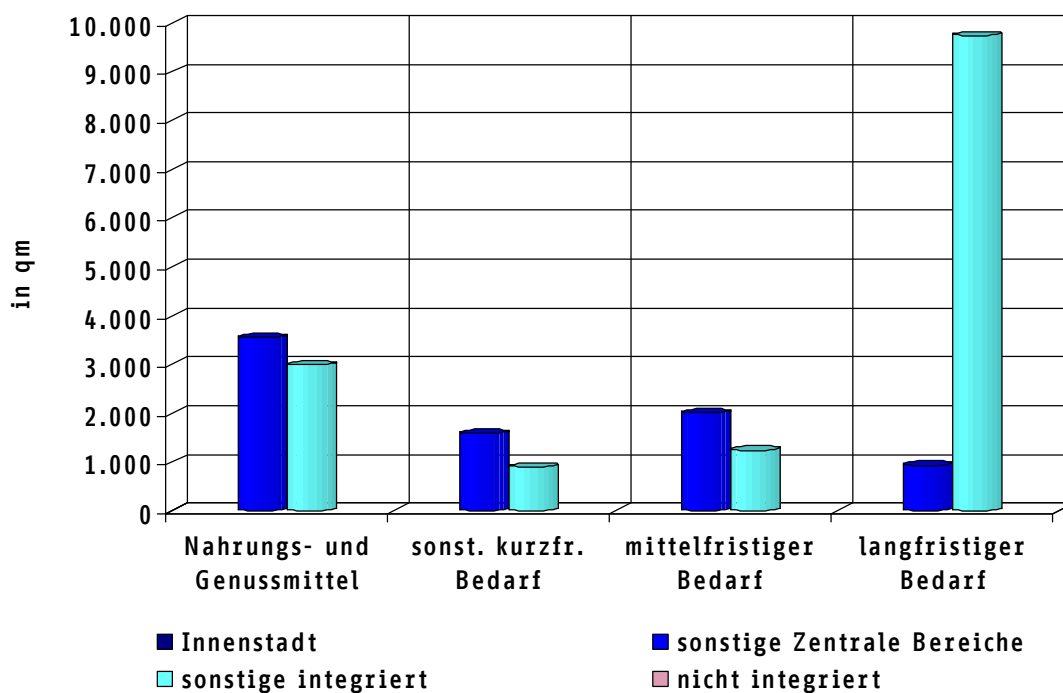


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die Zentren des Stadtbezirks "04 Süd" übernehmen wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner und verzeichnen hohe Verkaufsflächenanteile im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel. Güter des langfristigen Bedarfs werden überwiegend von Betrieben an sonstigen integrierten Standorten angeboten. Zurückzuführen ist dies auf den jeweils großflächigen Küchen- und Möbelmarkt mit üblicherweise nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an der Hauptstätter Straße.



Abb. 30: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 04 Süd



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 9.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 04 SÜD

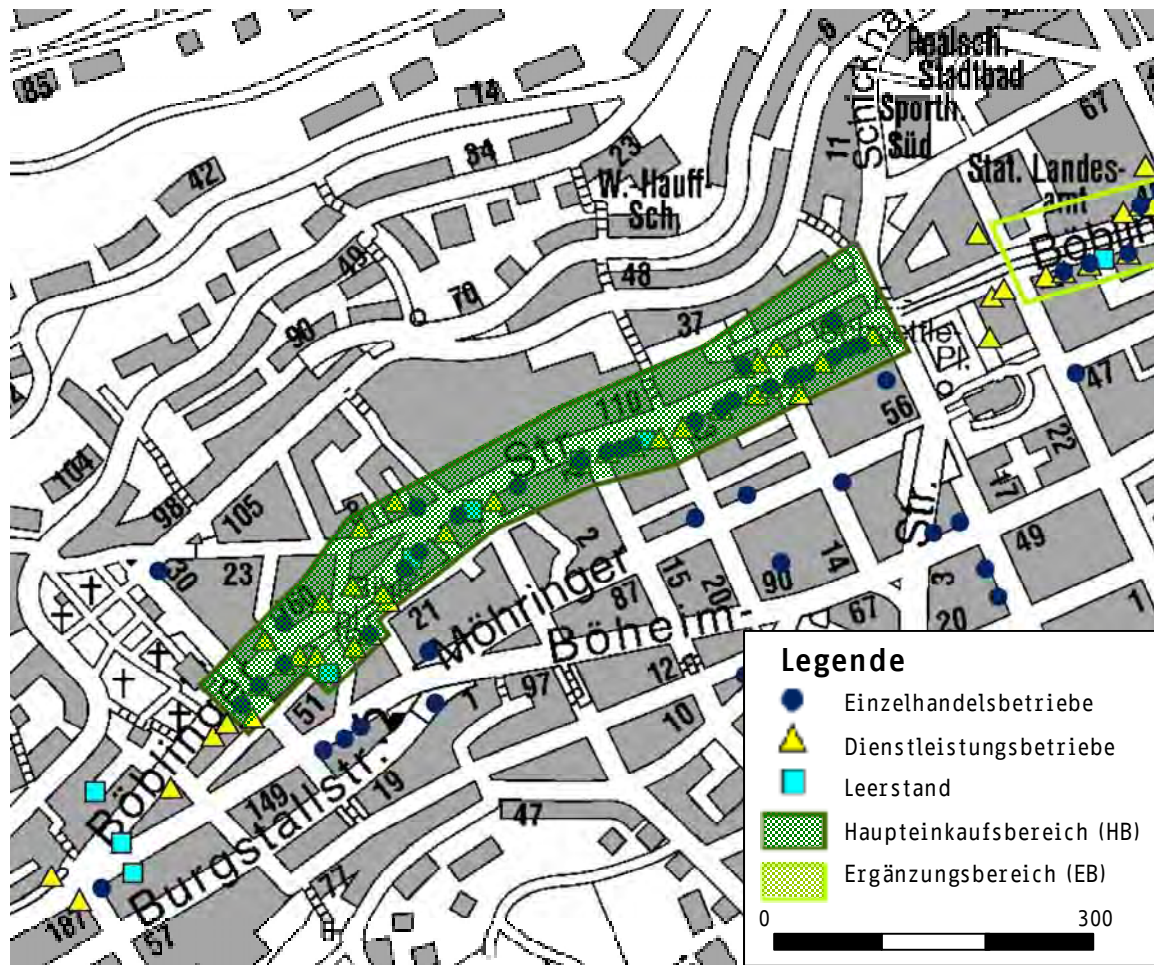
### 9.2.1 D-Zentrum Böblinger Straße (04-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum im Wesentlichen linear entlang Böblinger Straße ab Ecke Benckendorffstraße bis Ecke Schickhardt-/ Schreiberstraße



Karte 27: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Böblinger Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 9.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 24: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
27	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.325 qm	850 qm	125 qm	2.275 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
700 qm	625 qm	775 qm	200 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007





### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- höchst Dichte im östlichen Abschnitt, allerdings nur einseitiger Besatz (südliche Straßenseite)
- geringe Dichte im westlichen Abschnitt (überwiegend Dienstleistung und z.T. Wohnen im EG)
- nahezu kein Besatz in angrenzenden Straßenzügen - keine funktionale Quervernetzung
- relativ viele Leerstände: verortet im gesamten D-Zentrum
- erste Trading-Down-Prozesse erkennbar: Leerstände, unattraktive Gestaltungen und Präsentationen sowie diverse Zwischennutzungen wie u.a. Wettbüros und Internetcafés)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- hinreichendes Lebensmittelnahversorgungsangebot: ein Lebensmittel-SB-Markt und ein Lebensmittel-SB-Geschäft sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte, -handwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Bihlplatz (wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten, darüber hinaus auch im sonstigen kurz- und im mittelfristigen Bedarfsbereich (nur wenig Konkurrenzsituation)
- Angebot im langfristigen Bedarfsbereich gering

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- mehrheitlich kleine ( $\leq 100$  qm VKF), wenige "mittelgroße" ( $101$  bis  $\leq 800$  qm VKF) Einzelhandelsbetriebe
- keine großflächigen Betriebe
- überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte, einige Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt niedrig
- keine hochwertigen Warenpräsentationen oder Schaufenstergestaltungen



## **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

n.v.

### **9.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- zentrenprägenden Dienstleistungen vorhanden, z.T. unattraktives Erscheinungsbild

#### **Gastronomie**

- Gastronomieangebot vorhanden - Qualität und Gestaltung variiert von gering bis attraktiv
- positive gastronomische Außenbereiche auf dem Bihlplatz und im "Haus der Generationen"

#### **Öffentliche Einrichtungen**

- Haus der Generationen

### **9.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur: Mischung aus historisch wie nachkriegszeitlich und wenigen modern (Klinkerbau Haus der Generationen) geprägten Gebäuden unterschiedlicher Höhe (zwei- bis fünfgeschossig) und Größe, wechselnd offen/ geschlossen mit städtebaulichen Lücken (Brachflächen)
- entlang Böblinger Straße stellenweise nur einseitige Bebauung (nördliche Straßenseite Brauerei)
  - eingeschränkte städtebauliche Entwicklungsmöglichkeiten
- z.T. Sanierungsbedarf erkennbar (Häuserfassaden)

#### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- Böblinger Straße mit erhöhtem Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf (u.a. keine Begrünung, beengte, ungestaltete Fußwegebereiche mit wechselnden Bodenbelägen)
- keine räumlich-gestalterische Vernetzung zu Seitenstraßen
- gestalterische Defizite im privaten wie öffentlichen Raum

à keinerlei Aufenthaltsqualität

- öffentlicher Raum auf Höhe Generationenhaus und Bihlplatz attraktiver gestaltet (u.a. einheitliche Bodenpflasterung auf breiten Fußwegbereichen, Baumpflanzung, Brunnen und öffentliche Sitzgelegenheiten)

**Foto 38: Böblinger Straße - geringe funktionale Dichte**



Quelle: eigenes Foto August 2007

**Foto 39: Böblinger Straße - Haus der Generationen**



Quelle: eigenes Foto August 2007

### **Verkehr und Frequenz**

- vergleichsweise geringe Verkehrs- und Passantenfrequenz entlang Böblinger Straße - keine wahrnehmbare Trennwirkung
- schmale Fußwege entlang Böblinger Straße
- Parken nur stellenweise parallel zur Straße möglich, wenige öffentliche Sammelstellplätze vorhanden
- gute ÖPNV-Anbindung (S/U-Bahn)

### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenziale augenscheinlich allenfalls entlang Böblinger Straße gegenüber Bihlplatz

#### **9.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Stärkung der überörtlich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- keine weitere Längsausdehnung - Stärkung der Kompaktheit des D-Zentrums
  - à Nutzen des bestehenden Flächenpotenzials und sonstiger räumlicher Entwicklungsoptionen (u.a. Leerstände)



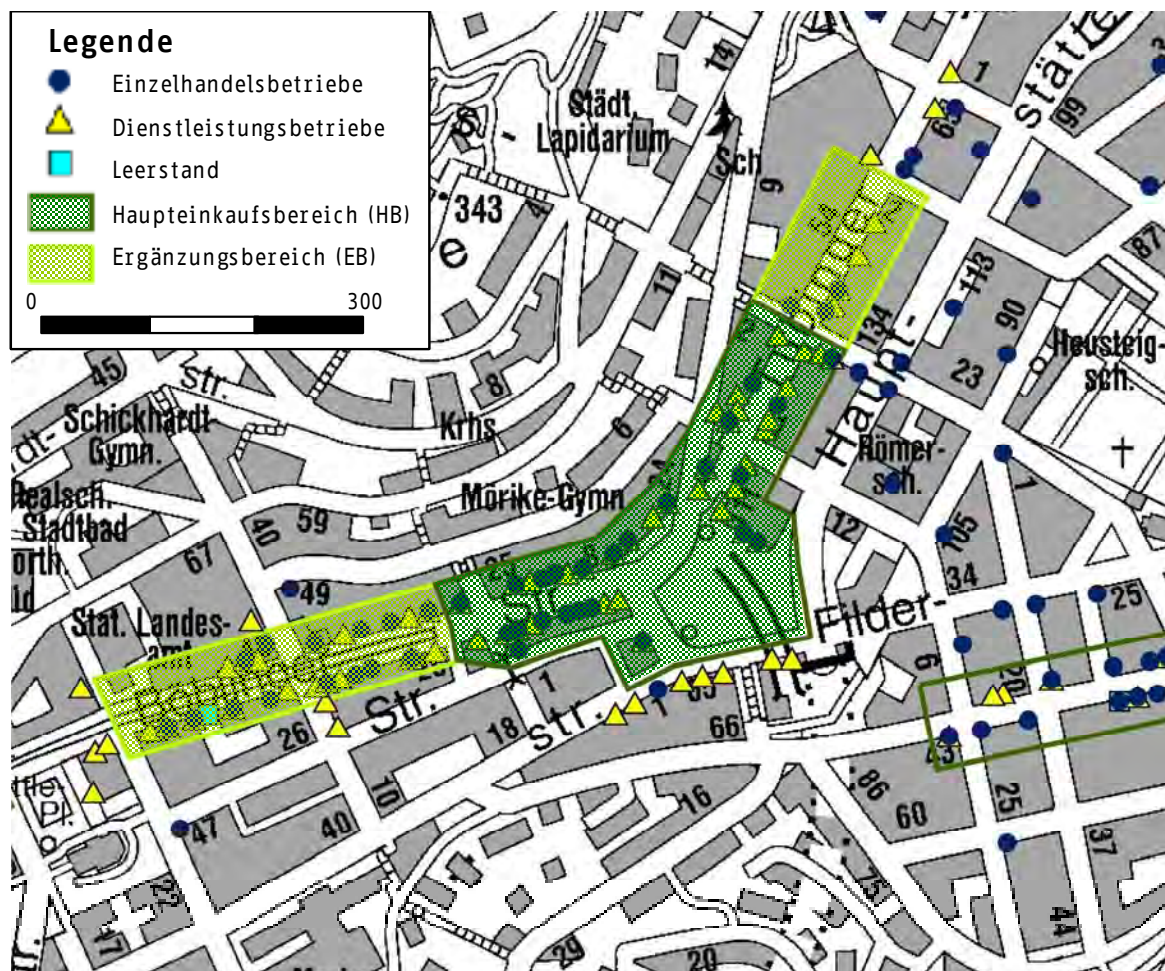
- städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen im gesamten D-Zentrum
  - à neben dem öffentlichen auch im privaten Raum
  - à Stärkung der (nicht-kommerziellen) Aufenthaltsqualität und der Identität des D-Zentrums

## 9.2.2 D-Zentrum Marienplatz (04-02)

### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich entlang Böblinger Straße ab Ecke Tannenstraße über Marienplatz und Tübinger Straße bis Ecke Römerstraße
- südlicher Ergänzungsbereich entlang Tübinger Straße ab Ecke Römer- bis Cottastraße
- nördlicher Ergänzungsbereich entlang Böblinger Straße ab Ecke Eier- bis Tannenstraße

Karte 28: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Marienplatz



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### 9.2.2.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 25: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
47	1	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
3.075 qm	1.100 qm	475 qm	4.650 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
2.375 qm	700 qm	925 qm	650 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandelsangebot

##### Dichte im Einzelhandelsbesatz

- hohe Dichte im Haupteinkaufsbereich
- deutlich abnehmende Dichte in Ergänzungsbereichen (überwiegend Dienstleistung und z.T. Wohnen im Erdgeschoss), im nördlichen Ergänzungsbereich z.T. nur einseitiger Besatz (langgezogene Brauereigebäude auf nördlicher Straßenseite)
- nur stellenweise Besatz in angrenzenden Straßenzügen - keine funktionalen Quervernetzungen
- nicht auffallend viele Leerstände

##### Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt

- umfassendes und vielfältiges Lebensmittelnahversorgungsangebot: ein großflächiger Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter und ein Lebensmittel-SB-Markt sowie diverse ausländische Lebensmittel-Fachgeschäfte, -handwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- deutlich geringeres, aber ausgewogenes Angebot im sonstigen kurzfristigen sowie mittel- und langfristigen Bedarfsbereich.

##### Betriebsgrößen und -strukturen

- nahezu ausschließlich kleine Einzelhandelsbetriebe ( $\leq 100$  qm VKF)



- wenige "mittelgroße" (101 bis  $\leq$  800 qm VKF) und ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb (aus dem Nahversorgungssektor)
- überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte, einige Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt niedrig bis mittel
- kaum hochwertige Warenpräsentationen oder Schaufenstergestaltungen, insgesamt eher gestaltungsbedürftig

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

großflächiger Supermarkt

#### **9.2.2.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- Hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistungen vorhanden, z.T. unattraktives Erscheinungsbild, u.a. eine Postfiliale

##### **Gastronomie**

- Gastronomieangebot vorhanden - Qualität und Gestaltung variiert von gering bis attraktiv
- Konzentration an z.T. attraktiven gastronomischen Außensitzbereichen auf Marienplatz und im Ergänzungsbereich Böblinger Straße

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- u.a. Statistisches Landesamt

#### **9.2.2.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- vergleichsweise homogene Baustruktur im gesamten D-Zentrum
- überwiegend vier- bis fünfgeschossige und geschlossene, historisch geprägte (Gründerzeit) Bebauung durchsetzt mit nachkriegszeitlichen und wenigen modernen Gebäuden
- städtebaulich gefasster Marienplatz als prägender Platzraum: Aufbrechen der rein linearen Struktur, hier besonders repräsentative Gebäude (u.a. Kaiserbau)



- in Randbereichen abnehmende städtebauliche Dichte, Kontinuität (z.T. unattraktive, sanierungsbedürftige Gebäude und niedrigere Gebäudehöhen)
- im nördlichen Ergänzungsbereich stellenweise nur einseitige Bebauung (nördliche Straßenseite Brauerei)  
à eingeschränkte städtebauliche Entwicklungsmöglichkeiten

### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- öffentlicher Raum im Haupteinkaufsbereich ausstrahlend vom Marienplatz ansprechend und modern gestaltet: u.a. breite, einheitlich gepflasterte Gehwege, stellenweise Begleitgrün und Baumpflanzung, modern gestaltet ÖPNV-Haltestellen  
à hohe Aufenthaltsqualität
- Marienplatz als städtebaulich-gestalterischer Mittelpunkt: neu, attraktiv gestalteter Platzbereich (u.a. Begrünung, Sitztreppen/ -bänke, Spiel-/ Wasserelemente, Bodenbelagsgestaltung)  
à hohe Aufenthaltsqualität, gesellschaftlicher Treffpunkt
- abnehmende Gestaltungsintensität in Straßenzügen der Ergänzungs-/ Randbereiche: u.a. wechselnde Bodenbeläge, schmale Fußwegbereiche, nur abschnittsweise vorhandenes Straßenbegleitgrün und Sitzgelegenheiten, gestalterische Defizite z.T. auch im privaten Raum (Häuserfassaden)  
à verminderte Aufenthaltsqualität bei z.T. geringer räumlich-gestalterischer Vernetzung

**Foto 40: Marienplatz**



Quelle: eigenes Foto August 2007

**Foto 41: Ergänzungsbereich Böblinger Straße**



Quelle: eigenes Foto August 2007





### **Verkehr und Frequenz**

- nahezu ausschließlich Ziel-/ Quellverkehr im D-Zentrum - kaum Durchgangsverkehr
- insgesamt gute Durchgängigkeit für Passanten
- sehr hohe Passantenfrequenz im Haupteinkaufsbereich - lebendige Atmosphäre besonders auf Marienplatz, abnehmend in Ergänzungsbereichen
- gute MIV-Erreichbarkeit und Stellplatzmöglichkeiten ebenerdig im Straßenraum
- gute ÖPNV-Anbindung (S/U-Bahn, Bus), prägende Stadtbahntrasse auf Stelzen über Marienplatz
- S-Bahn ab südlichem Ergänzungsbereich in Straßenraum integriert
  - à ab hier große Trennwirkung (im restlichen D-Zentrum unterirdisch)

### **Flächenpotenziale**

- große Brachfläche in unmittelbarer Nähe zum D-Zentrum östlich gegenüber des Marienplatzes (Hauptstätter Straße)
- größere städtebauliche Lücke im Randbereich des nördlichen Ergänzungsbereichs

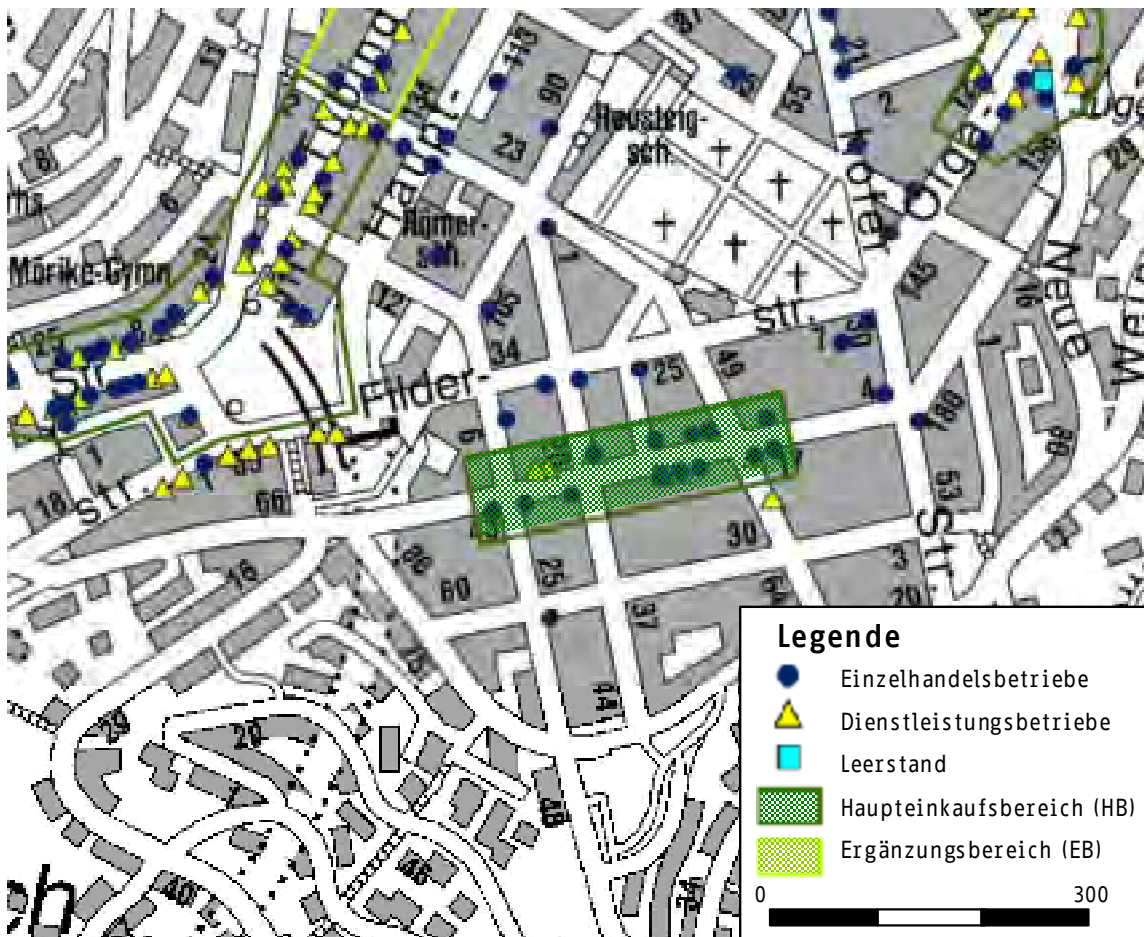
#### **9.2.2.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt der vielfältigen Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Stärkung der überörtlich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- keine weitere Längsausdehnung - Stärkung der Kompaktheit des D-Zentrums
  - à Nutzen der räumlichen Entwicklungsoptionen im Bestand
- städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen in den Ergänzungsbereichen für eine durchgehend hohe Aufenthaltsqualität

### 9.2.3 E-Zentrum Liststraße (04-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 29: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Liststraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 26: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
15	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
525 qm	225 qm	50 qm	825 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
325 qm	200 qm	225 qm	50 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

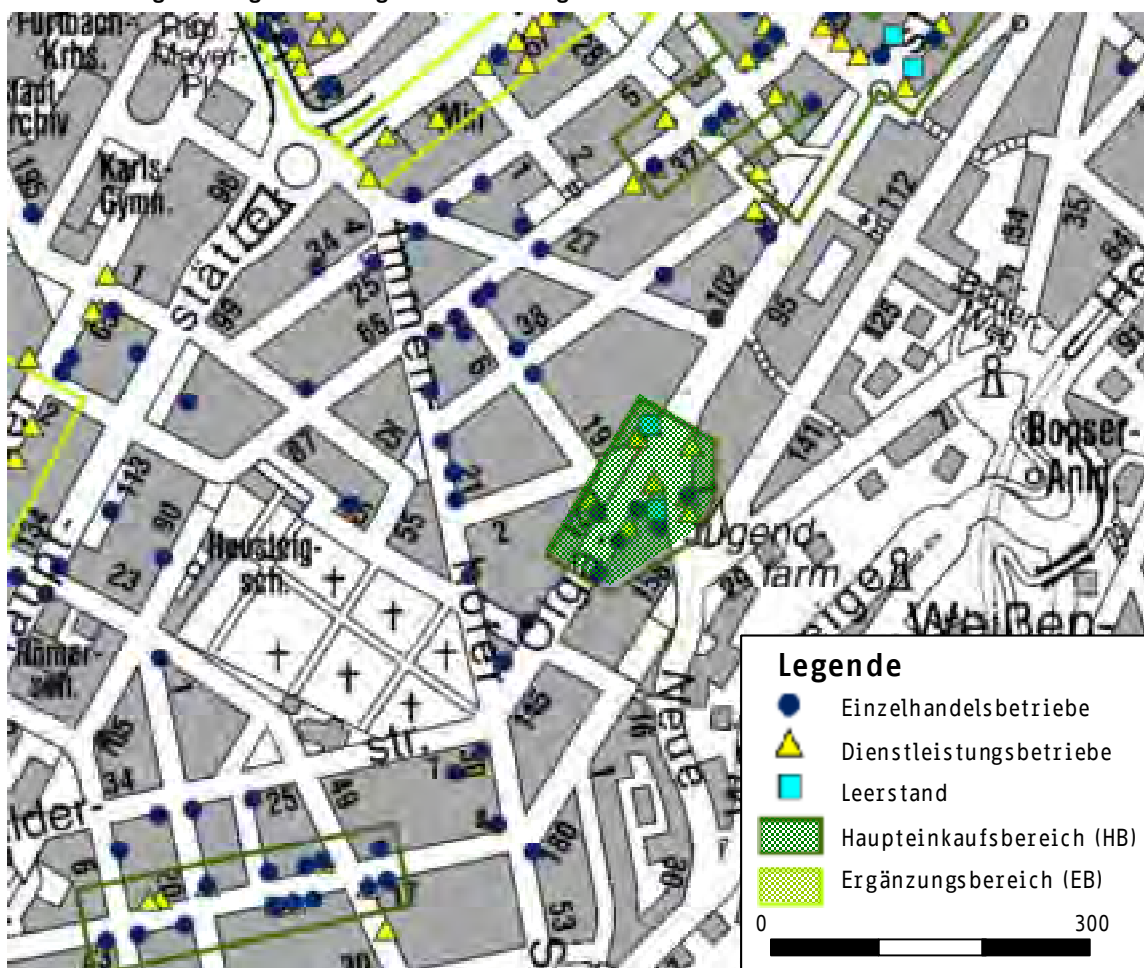


- Bereich entlang der Liststraße zwischen Lehenstraße und Immenhofer Straße
- relativ geringe Einzelhandelsdichte, die immer wieder durch Wohnbebauung durchbrochen wird
- geringe Leerstandsquote
- LM-Nahversorgung durch ein LM-SB-Geschäft sowie ergänzend durch u.a. zwei Bäcker, einen Metzger
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (u.a. auch ein Drogeriemarkt, Blumenladen, Schreibwarengeschäft), daneben einige Angebote im mittelfristigen Bedarfsbereich (z.B. Bekleidung)
- durchgängig kleinteilige Strukturen ohne wirklichen Frequenzbringer
- geringere Dienstleistungsichte als Einzelhandelsdichte
- wichtige Einrichtungen vorhanden wie ein Kindergarten und eine Bank
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

## 9.2.4 E-Zentrum Olgastraße (04-04)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 30: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Olgastraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 27: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
7	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
200 qm	75 qm	25 qm	300 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
150 qm	50 qm	75 qm	25 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- E-Zentrum erstreckt sich im Wesentlichen im Kreuzungsbereich Neue Weinsteiger/ Olgastraße
- geringe Einzelhandelsdichte
- teilweise Leerstände
- im LM-Nahversorgungsbereich gibt es neben je einem Bäcker und Metzger zudem ein LM-SB-Geschäft
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (neben Nahrung/ Genuss u.a. auch Apotheke), einzelne Angebote im mittelfristigen Bedarfsbereich (u.a. Bekleidung), geringe Angebotsvielfalt
- kleinteilige Strukturen ohne Frequenzbringer
- mehrere Dienstleistungen (neben Ärzten, Friseur auch (teilweise hochwertige) gastronomische Angebote)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

#### **9.2.5 Entwicklungsbereich Kaltental (04-11)**

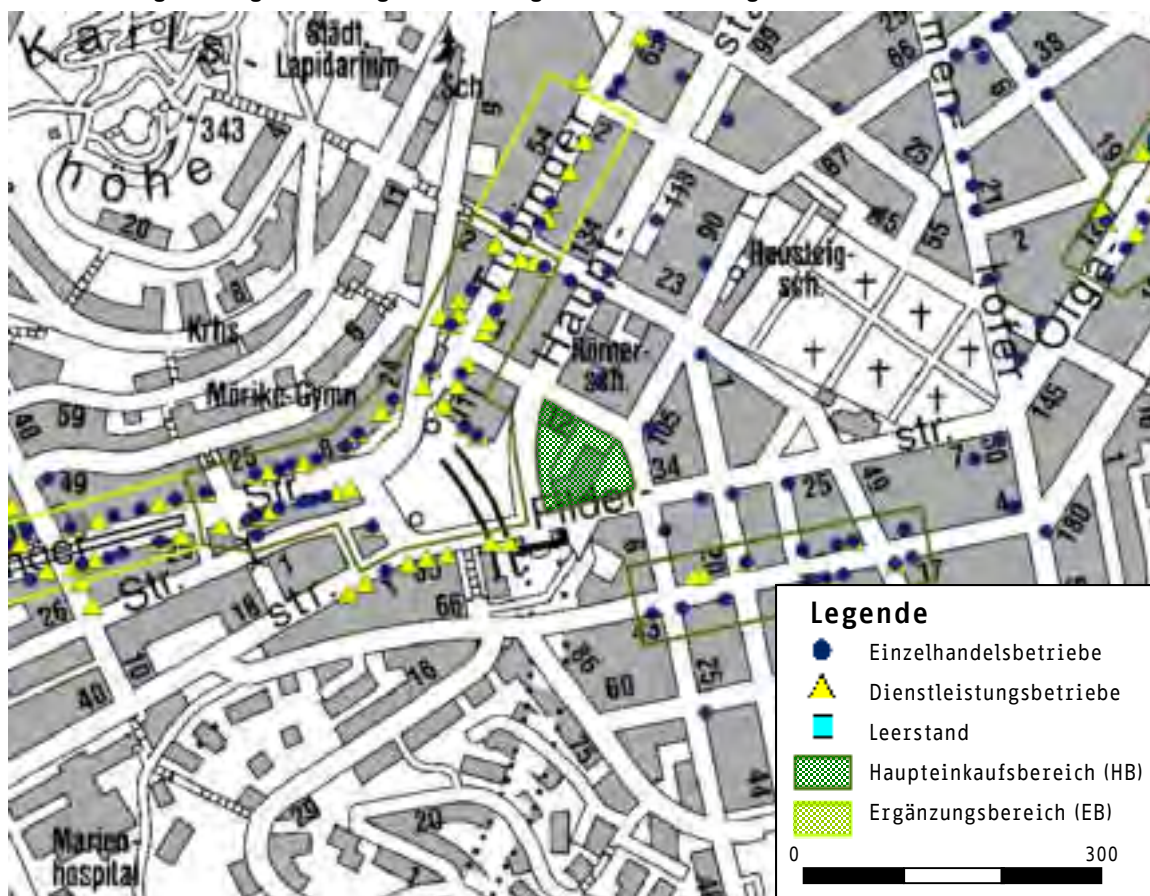
- erstreckt sich linear entlang der Böblinger Straße, zwischen U-Bahn-Haltestelle bis kurz vor die querende Brücke nordwärts.
- sehr geringe räumliche Dichte des Einzelhandelsbesatzes, insgesamt nur vier Betriebe
- sehr geringes Angebot in der Lebensmittelversorgung (lediglich ein Bäcker)
- Etwas höhere Dienstleistungsdichte als im Einzelhandel (u.a. ein Friseur, eine Bank)

#### **9.2.6 Entwicklungsbereich (Planung) Südtor (04-12)**

- Errichtung eines neuen Wohn- und Geschäftsgebäudes mit Büro-, Gastronomie, Hotel-, Wohn- und Einzelhandelsnutzung im Stadtteil Lehen, nahe dem Marienplatz in städtebaulich integrierter Lage; Planstandort wird im Norden durch die Kolbenstraße, im Osten durch die Heusteig- und Lehenstraße, im Süden durch die Filderstraße und im Westen durch die Hauptstätter Straße begrenzt
- neben 77 Mietwohnungen, einem Hotel, einer Gaststätte und 4.400 qm Büromietfläche sind 2.150 qm VKF für zwei Einzelhandelsmärkte vorgesehen
- durch die vorgesehene Mischnutzung bildet der Gebäudekomplex eine räumliche, als auch funktionale Ergänzung für den Marienplatz

## Abgrenzungsvorschlag

Karte 31: Abgrenzungsvorschlag Entwicklungsbereich (Planung) Südtor



Quelle: eigene Darstellung



## 10. STADTBEZIRK 05 WEST

### 10.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 05 WEST

In dem nach "06 Bad Cannstatt" zweitgrößten Stadtbezirk Stuttgarts "05 West" (rd. 51.450 Einwohner) konzentriert sich ein großer Teil der Einzelhandelsbetriebe (11 % aller in Stuttgart angesiedelten Betriebe). Auf Grund vergleichsweise kleinteiliger Strukturen befindet sich hier jedoch nur 5% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Die insgesamt 404 Betriebe verzeichnen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 46.875 qm, auf der ein Gesamtumsatz von rd. 219,1 Mio. € erwirtschaftet wird. Die höchsten Umsätze werden hierbei im kurzfristigen Bedarfsbereich, insbesondere im flächenstärksten Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel, erzielt.

Tab. 28: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 05 West: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	15.575	96,7	87%
Drogerie/ Parfümerie	2.450	11,3	85%
Apotheke	650	23,5	98%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	650	2,4	47%
Blumen/ Zoo	875	1,8	43%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>20.200</b>	<b>135,7</b>	<b>86%</b>
Bekleidung und Zubehör	2.525	9,3	31%
Schuhe, Lederwaren	500	1,7	27%
Sport/ Freizeit	875	2,8	57%
Spielwaren	1.725	5,0	77%
Bücher	700	3,3	53%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	1.550	2,5	55%
Haus-/ Heimtextilien	1.650	3,5	84%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>9.525</b>	<b>27,9</b>	<b>45%</b>
Uhren/ Schmuck	425	2,8	90%
Foto/ Optik und Zubehör	775	4,4	84%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	1.300	10,0	55%
Elektro/ Leuchten	1.375	4,2	58%
Teppiche/ Bodenbeläge	450	0,9	45%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	2.975	5,8	27%
Möbel, Antiquitäten	8.075	13,7	82%
Sonstiges	1.800	13,6	108%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>17.175</b>	<b>55,5</b>	<b>64%</b>
<b>Summe</b>	<b>46.875</b>	<b>219,1</b>	<b>72%</b>

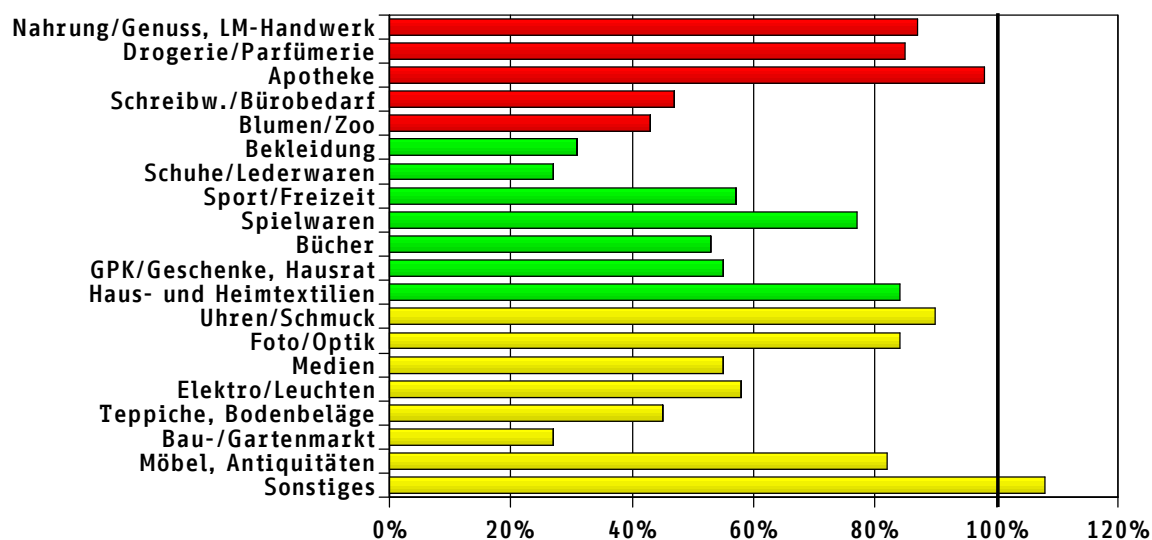
PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



Der Stadtbezirk weist eine Gesamtbindungsquote von 72% auf, d.h. es kommt per Saldo zu Kaufkraftabflüssen. Niedrige Werte verzeichnen insbesondere die Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches, Kaufkraftzuflüsse verzeichnen als einzige Sortimentsgruppe sonstige langfristige Bedarfsgüter. Trotz niedriger Bindungsquoten im für die Nahversorgung relevanten Sortimentsbereich Nahrungs-/Genussmittel wird ein relativ hoher Nahversorgungsanteil von 96% verzeichnet: Für rd. 49.400 Einwohner der insgesamt rd. 51.450 Einwohnern im Stadtbezirk besteht somit eine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit, d.h. ein Lebensmittelbetrieb ab 100 qm Verkaufsfläche in maximal 500 Metern von der Wohnung entfernt (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 31: Bindungsquote Stadtbezirk 05 West

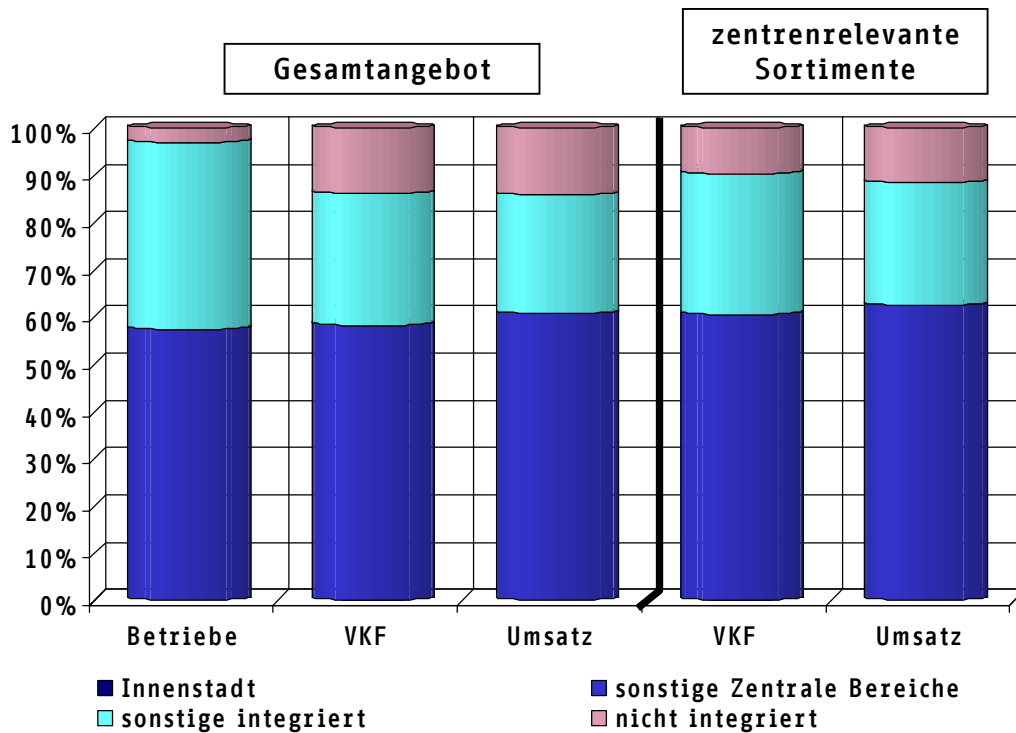


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen- und Umsatzanteile im Stadtbezirk "05 West" wird eine Konzentration von Betrieben in den neun Zentren und an sonstigen integrierten Standorten deutlich. In dem Stadtbezirk gibt es neben den fünf D- und vier E-Zentren im Stadtteil Hölderlinplatz noch den Einzelhandelschwerpunkt Westbahnhof sowie den nicht integrierten Einzelhandelschwerpunkt Im Volgelsang. Lediglich 12 von 404 Betrieben, d.h. 3% der Betriebe, befinden sich an nicht integrierten Standorten. Diese vereinen jedoch rd. 14% der Gesamtverkaufsfläche auf sich. Ein Großteil des Angebotes (rd. 5.700 qm Verkaufsfläche) konzentriert sich davon an dem nicht integrierten Einzelhandelsstandort Im Volgelsang des Stadtteils Hölderlinplatz.



Abb. 32: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 05 West

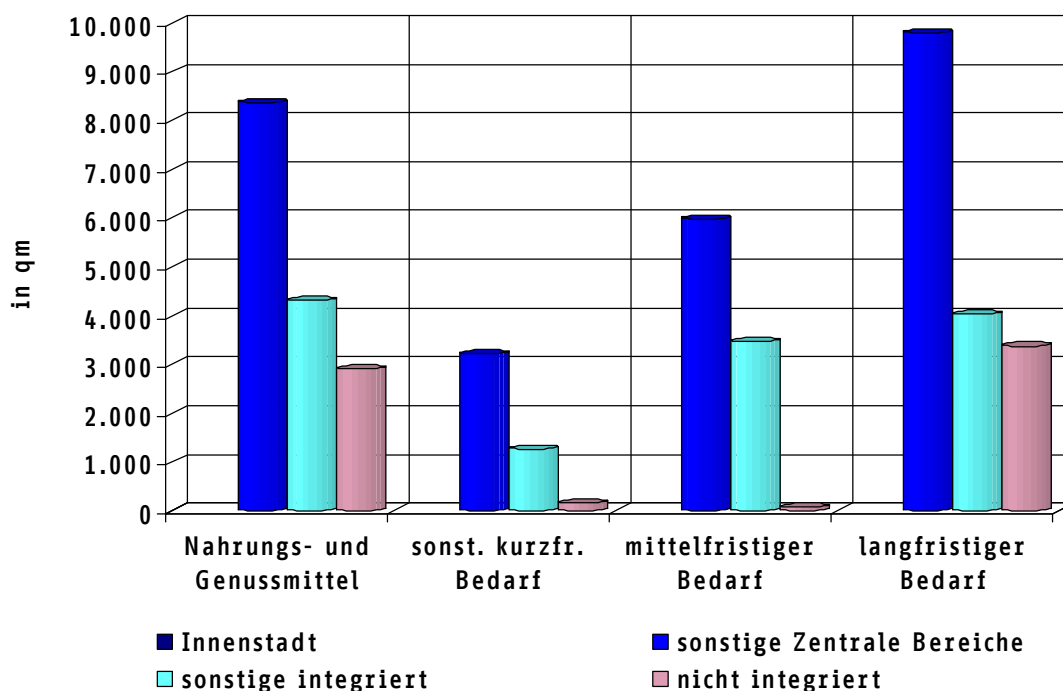


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In allen Bedarfsbereichen verzeichnen die Zentren die jeweils höchsten Verkaufsflächenanteile. Neben der Bedeutung als Nahversorgungsstandorte werden in den Zentren auf knapp 6.000 qm bzw. 9.800 qm Verkaufsfläche zudem Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs angeboten. Es ist des Weiteren darauf hinzuweisen, dass im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel rd. 2.900 qm Verkaufsfläche nicht funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten angesiedelt ist. Zurückzuführen ist dies u.a. auf zwei Lebensmitteldiscountern, die sich an dem nicht integrierten Standort Im Vogelsang des Stadtteils Hölderlinplatz befinden.



Abb. 33: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 05 West



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 10.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 05 WEST

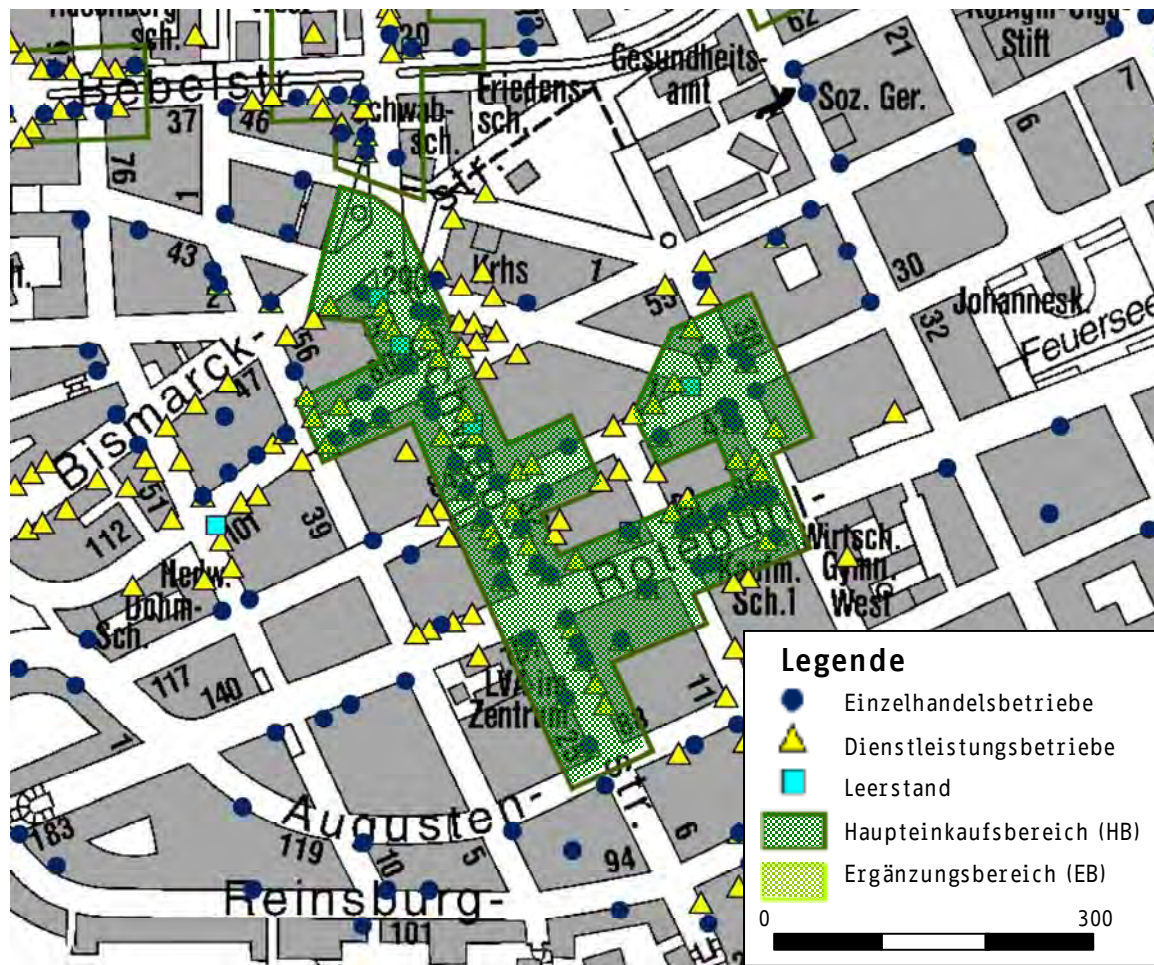
### 10.2.1 D-Zentrum Schwab-/ Rotebühlstraße (05-02)

#### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum im Wesentlichen linear entlang Schwabstraße ab Ecke Augustenstraße bis Bismarckplatz sowie entlang Rotebühlstraße ab Ecke Schwabstraße bis Ecke Hasenbergstraße. Der zentrale Bereich Bismarckplatz erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Schwabstraße und der Rotebühlstraße zwischen Bismarckplatz und Augustenstraße sowie zwischen Schwabstraße und Hasenbergstraße.



Karte 32: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Schwab-/ Rotebühlstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 10.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 29: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
65	1	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
3.850 qm	1.550 qm	700 qm	6.100 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
2.850 qm	1.000 qm	975 qm	1.275 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- durchgehend hohe Dichte entlang nördlicher Schwab- und Rotebühlstraße
- abnehmende Dichte in Seitenstraßen (überwiegend Dienstleistung und z.T. Wohnen im Erdgeschoss)
- Besatz auch in angrenzenden Straßenzügen außerhalb der Abgrenzung - allerdings keine räumlich-funktionale Anbindung
- Konzentration an Leerständen nördliche Schwabstraße
- räumliche Nähe zum D-Zentrum Moltkeplatz

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes und vielfältiges Lebensmittelnahversorgungsangebot: ein großflächiger Supermarkt, ein nicht großflächiger Supermarkt und Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittel-SB-Markt und ein Lebensmittel-SB-Geschäft sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte, -handwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt Bismarckplatz (dreimal wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- geringeres, aber ausgewogenes Angebot in sonstig kurzfristigen sowie mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- überwiegend kleine Einzelhandelsbetriebe
- die wenigen "mittelgroßen" (101 bis  $\leq$  800 qm VKF) und der eine großflächige Einzelhandelsbetrieb aus dem Nahversorgungssektor
- die größeren Betriebe filialisiert, ansonsten überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt niedrig bis mittel, nur selten exklusiv
- wenige hochwertige Warenpräsentationen oder Schaufenstergestaltungen, insgesamt eher gestaltungsbedürftig



## **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

zwei Supermärkte und Lebensmitteldiscounter

### **10.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistungen, auch in den Seitenstraßen
- hohe Ärztedichte
- besonderes Angebot: Auktionshaus Rotebühlstraße

#### **Gastronomie**

- vielfältiges Gastronomieangebot: Qualität und Gestaltung variierend von einfach bis sehr attraktiv
- positive gastronomische Außensitzbereiche insbesondere auf Bismarckplatz und im Innenhofbereich eines neuen Büro-/ Dienstleistungskomplexes Rotebühlstraße

#### **Öffentliche Einrichtungen**

u.a. ein kleines Theater, Landesversicherungsanstalt

### **10.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur: Mischung aus historisch (z.T. repräsentative Gründerzeitgebäude) und nachkriegszeitlich wie vergleichsweise vielen modern geprägten Gebäuden unterschiedlicher Höhen (drei- bis siebengeschossig) und Größen, geschlossene Baustruktur ohne nennenswerte städtebauliche Lücken
- Ensemblewirkung der historischen Gebäude sowie die Elisabethenkirche auf dem Bismarckplatz als architektonische Akzente
  - à identitätsstiftender Charakter

Foto 42: Rotebühlstraße



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 43: Schwabstraße



Quelle: eigenes Foto August 2007

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- öffentlicher Raum entlang Rotebühlstraße ansprechend gestaltet: u.a. Straßenbegleitgrün und Baumpflanzung, breite, einheitlich gepflasterte Fußwegebereiche (platzähnliche Situationen)
- Bismarckplatz als städtebaulich-gestalterischer Mittelpunkt: gestalteter Platzbereich mit hohem Grünanteil und Sitzbänken
- Platzbereich Gutenberg-/ Hasenbergstraße gestaltet u.a. durch Baumpflanzung, Sitzgelegenheiten und Kunstobjekt  
à hohe Aufenthaltsqualität, gesellschaftlicher Treffpunkt
- abnehmende Gestaltungsintensität in Schwabstraße und Seitenstraßen: u.a. wechselnde Bodenbeläge, schmale Fußwegebereiche, nur abschnittsweise vorhandene Baumpflanzung und Sitzgelegenheiten, gestalterische Defizite z.T. auch im privaten Raum (Häuserfassaden)  
à verminderte Aufenthaltsqualität bei z.T. geringer räumlich-gestalterischer Vernetzung

### Verkehr und Frequenz

- breiter Straßenraum und hohe Verkehrsfrequenz entlang Rotebühl- und Schwabstraße (Durchgangs- wie Ziel- und Quellverkehr)  
à starke Trenn-/ Barrierewirkung
- vergleichsweise wenig Verkehr (Ziel-/ Quellverkehr) in Seitenstraßen
- sehr hohe Passantenfrequenz entlang Rotebühl- und Schwabstraße
- "Minderung" der Trennwirkung entlang Rotebühlstraße durch breit angelegte Fußwegebereiche, Unterführungen in Verbindung mit S-Bahn und Querungshilfen





- schmale Fußwege entlang Schwabstraße, wenige Querungshilfen
  - à verminderte Aufenthaltsqualität
- Parken ebenerdig im Straßenraum möglich, öffentliche wie private (Kunden-) Parkplätze vorhanden
- sehr gute ÖPNV-Anbindung (S/U-Bahn, Bus)

### **Flächenpotenziale**

- augenscheinlich nicht erkennbar

#### **10.2.1.4 Entwicklungsziele**

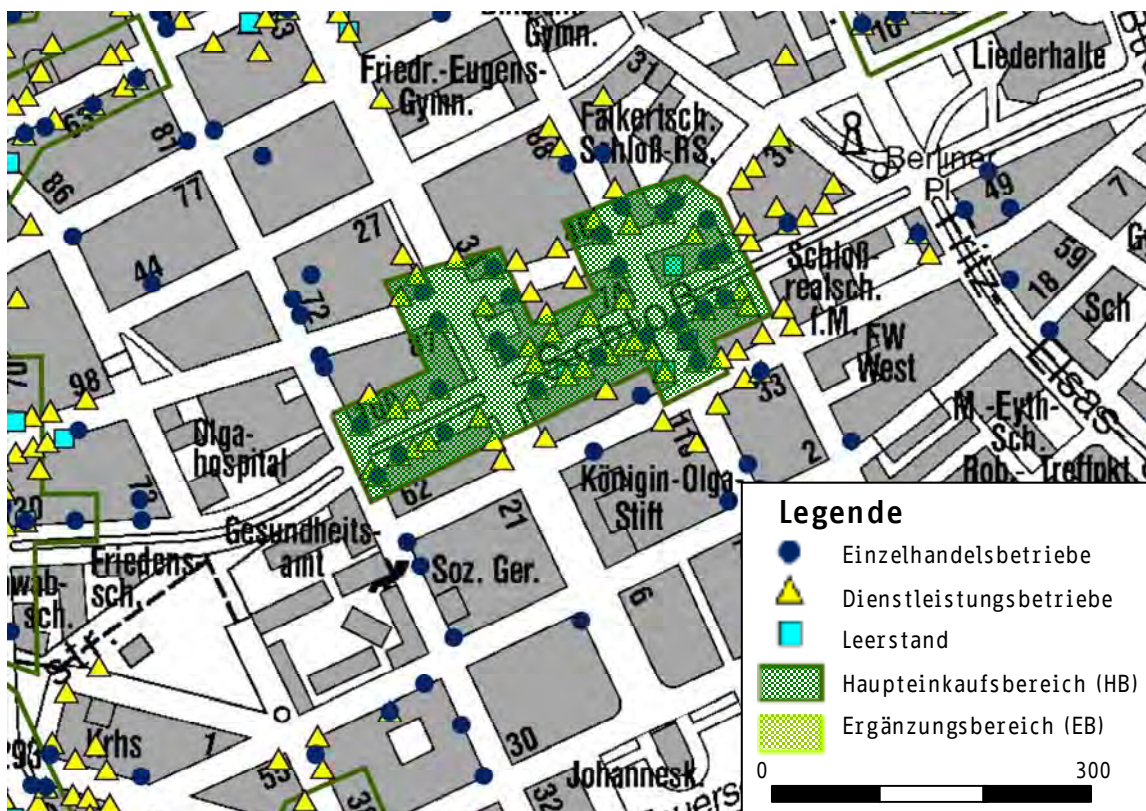
- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der überörtlich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- Stärkung der Kompaktheit des D-Zentrums
  - à Nutzen räumlicher Entwicklungsoptionen im Bestand (u.a. Leerstände)
  - à Stärkung der städtebaulich-gestalterischen wie funktionalen Vernetzung
- städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen Schwabstraße und Seitenstraßen
  - à Stärkung der (nicht-kommerziellen) Aufenthaltsqualität und der Identität des D-Zentrums

## 10.2.2 D-Zentrum Schloß-/ Silberburgstraße (05-03)

### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum im Wesentlichen entlang der Schloßstraße ab Ecke Weimar- bis Senefelderstraße, zudem in die orthogonal kreuzende Johannes- und Silberburgstraße

Karte 33: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Schloß-/ Silberburgstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 10.2.2.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 30: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
33	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.200 qm	550 qm	850 qm	2.575 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
650 qm	550 qm	400 qm	1.000 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- relativ hohe Dichte entlang Schloßstraße
- abnehmende Einzelhandelsdichte in angrenzenden Seitenstraßen (überwiegend Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im Erdgeschoss)
- wenige Leerstände, verteilt auf das gesamte D-Zentrum vorhanden – siebengeschossiges Hochhaus Schloß- Ecke Silberburgstraße komplett leerstehend
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum stellenweise noch Einzelhandelsbesatz vorhanden - allerdings ohne räumlich-funktionale Anbindung an dieses (z.B. Leuschner-/ Ludwigstraße)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- hinreichendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: zwei Lebensmittel-SB-Geschäfte, ein Getränkemarkt und ein Lebensmittel-Fachgeschäft sowie diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- vergleichsweise starkes Angebot im langfristigen Bedarfsbereich v.a. durch Angebote in den Sortimentsbereichen Möbel, Sanitär und Heimwerkerbedarf

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- insgesamt sehr kleinteilige Betriebsgrößen (viele Betriebe  $\leq 100$  qm VKF)
- insgesamt keine großflächigen Betriebe vorhanden
- außer wenigen Filialbetrieben ausschließlich augenscheinlich inhabergeführte Fachgeschäfte

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von gering bis mittel
- überwiegend modernisierungs-/ gestaltungsbedürftige Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung - wenige positive Beispiele vorhanden

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

n.v.



### 10.2.2.2 Dienstleistungsangebot

#### Dienstleistungsbesatz

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum
- zwei Ärztehäuser

#### Gastronomie

- gastronomisches Angebot mit Außensitzbereiche vorhanden, oft in rückwärtigen Bereichen/ Seitenstraßen - Qualität und Gestaltung variierend von gering bis ansprechend
- Hoteldichte

#### Öffentliche Einrichtungen

u.a. schulische Einrichtungen, Gesundheitsamt und Olgahospital im direkten Umfeld des abgegrenzten D-Zentrums

### 10.2.2.3 Städtebau und Verkehr

#### Städtebauliche Strukturen

- insgesamt relativ homogene städtebauliche Strukturen, überwiegend große Dienstleistungskomplexe
- hohe städtebauliche Dichte Schloßstraße: überwiegend fünf- bis sechsgeschossige nachkriegszeitlich/ modern geprägte, geschlossene Bauweise, vereinzelt auch gründerzeitliche Bausubstanz mit weniger Geschossen
- herausragendes siebengeschossiges Hochhaus Schloß- Ecke Silberburgstraße als städtebauliche Dominante (Leerstand)  
à kaum identitätsstiftende Wirkung
- keine nennenswerten Platzräume vorhanden
- in den abgehenden Seitenstraßen abnehmende städtebauliche Dichte

#### Gestaltung des öffentlichen Raums

- Abschnitte entlang Schloßstraße mit wechselnd breiten und schmalen Fußwegebereichen, z.T. durch Grünstreifen vom Straßenraum getrennt
- keine besondere Gestaltungsintensität feststellbar: stellenweise Baumpflanzung, insgesamt wenige Sitz- sowie sonstige Gestaltungselemente  
à Aufenthaltsqualität verbesserungswürdig



- zunehmende Begrünung in den Seitenstraßen

### **Verkehr und Frequenz**

- hohe Verkehrsfrequenz entlang Schloßstraße (mehrspurig MIV und S-/ U-Bahn)
- → starke Trenn-/ Barrierewirkung trotz mehrere Querungshilfen
- → starke eingeschränkte Fußwegebeziehungen und Aufenthaltsqualität
- Fußwegebeziehungen und Durchgängigkeit nur in der linearen Struktur der Schloßstraße sowie in den Seitenstraßen
- dennoch hohe Passantenfrequenz in der Schloßstraße - abnehmende Verkehrs-/ Passantenfrequenz in Seitenstraßen
- gute ÖPNV und MIV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- ebenerdiges Parken im Straßenraum

### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenziale augenscheinlich n.v.
- Flächenpotenziale im Sinne der Nutzung des leerstehenden Hochhauses in der Schloßstraße

#### **10.2.2.4 Entwicklungsziele**

- Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Ost-West-Ausdehnung des D-Zentrums
  - Nutzung vorhandener Leerstände (Hochhaus)
  - städtebaulich-gestalterische Aufwertung des öffentlichen Raums
  - Minimierung der Trenn-/ Barrierewirkung Schloßstraße
  - Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums

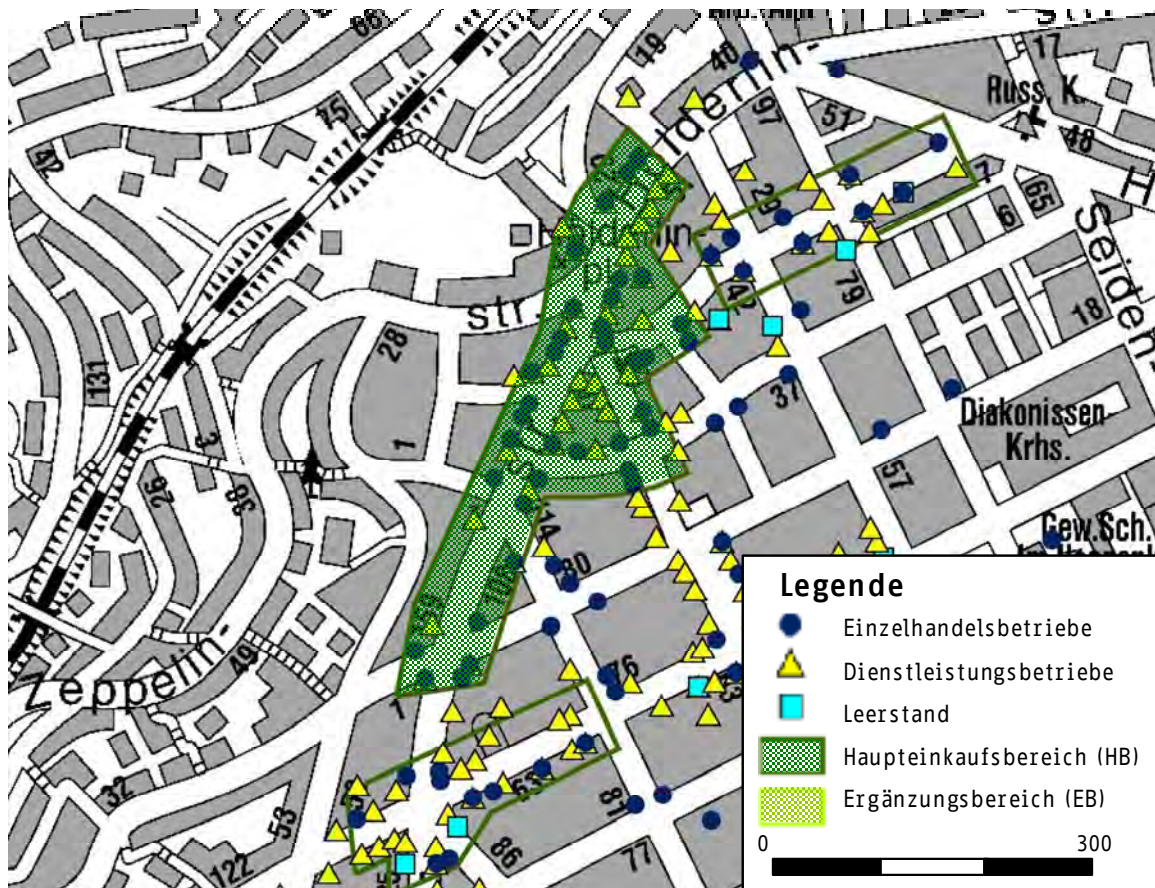
#### **10.2.3 D-Zentrum Hölderlinplatz (05-05)**

##### **Abgrenzungsvorschlag**

- D-Zentrum im Wesentlichen linear entlang Hölderlinstraße ab etwa Ecke Silberburgstraße über Hölderlinplatz bis Ecke Lerchenstraße sowie in die südlich angrenzende Trauben- und Johannesstraße bis in deren gemeinsamen Kreuzungsbereich



Karte 34: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Hölderlinplatz



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 10.2.3.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 31: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
42	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.200 qm	1.075 qm	100 qm	3.350 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.575 qm	625 qm	700 qm	450 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte entlang nördlicher Teilabschnitt Hölderlinstraße
- abnehmende Einzelhandelsdichte südlicher Teilabschnitt Hölderlinstraße sowie südöstlich angrenzende Seitenstraßen (überwiegend Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im Erdgeschoss) - schwierige topografische Verhältnisse
- funktionaler Bruch zwischen nördlicher Hölderlinstraße und Kreuzungsbereich Hölderlin- Ecke Lerchenstraße
- nur wenige Leerstände im abgegrenzten D-Zentrum vorhanden
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum stellenweise noch Einzelhandelsbesatz vorhanden - allerdings ohne räumlich-funktionale Anbindung (z.B. Senefelderstraße)
- räumliche Nähe zu weiter Zentren (E-Zentren Rosenbergplatz und Falkert-/ Kornbergstraße)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Lebensmittel-SB-Markt, zwei Biomärkte und ein Getränkemarkt (alle unterhalb der Großflächigkeit) sowie eine hohe Anzahl an (gehobenen) Lebensmittel-Fachgeschäften, -handwerksbetrieben und ergänzenden Lebensmittelangeboten in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemärkte)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten, kurzfristigen Bedarfsbereich
- deutlich geringeres, aber ausgeglichenes Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (Betriebe nicht in Konkurrenzsituation)
- u.a. sehr spezielle Fachgeschäfte vorhanden

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- insbesondere im spezialisierten Bedarfsbereich eher kleine Fachgeschäfte (viele Betriebe  $\leq 100$  qm VKF)
- "mittelgroße" Betriebe (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) eher im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- insgesamt keine großflächigen Betriebe vorhanden
- ausgewogenes Verhältnis von augenscheinlich inhabergeführten Fachgeschäften zu Filialisten





### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von mittel bis exklusiv und hochpreisig
- überwiegend ansprechende, hochwertige Warenpräsentationen und Schaufenstergestaltungen - sehr positiv zu bewertende Beispiele vorhanden
  - à individuell und identitätsstiftend, in Anpassung an das gepflegte städtebauliche Umfeld

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Lebensmittel-SB-Markt und Biomarkt in der Hölderlinstraße

#### **10.2.3.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern insbesondere im nördlichen Teilabschnitt, u.a. eine Postfiliale
- vergleichsweise geringe Dicht im südlichen Teilabschnitt

##### **Gastronomie**

- Gastronomieangebot vorhanden
- hochwertige Qualität in ansprechendem Ambiente, z.T. mit Außensitzbereichen entlang des Straßenraums

##### **Öffentliche Einrichtungen**

n.v.

#### **10.2.3.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- vergleichsweise homogene städtebauliche Strukturen
- überwiegend historische Gründerzeitgebäude in vier- bis sechsgeschossiger, geschlossener Bauweise, stellenweise unterbrochen durch gut in das Umfeld integrierte Nachkriegesbebauung
- historische bedeutsame Bebauung mit aufwendiger Fassadengestaltung und gut saniertem Zustand
- Ensemblewirkung historischer Bausubstanz als architektonischer Akzent



à identitätsstiftende Wirkung

Foto 44: Hölderlinstraße



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 45: Hölderlinplatz



Quelle: eigenes Foto August 2007

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- ansprechend moderne Gestaltung des öffentlichen Raums insbesondere entlang Hölderlinstraße/ -platz und Johannesstraße (u.a. einheitliche Bodenpflasterung, öffentliche Sitzgelegenheiten, Baumpflanzungen und sonstige Grünelemente, Licht- und Kunstobjekte)  
à sehr hohe auch nicht-kommerzielle Aufenthaltsqualität
- Hölderlinskulptur auf dem neu gestalteten Hölderlinplatz als attraktiver Blickfang mit Orientierungsfunktion
- Gestaltungsqualität im öffentlichen Raum in Anpassung an die gut sanierte, historisch bedeutsame Bausubstanz
- abnehmende Gestaltungsintensität in den Seitenstraßen, dennoch auch hier keine gravierenden Gestaltungsdefizite erkennbar

### Verkehr und Frequenz

- mittlere Verkehrs- und Passantenfrequenz entlang Hölderlinstraße
- leichte Trenn-/ Barrierewirkung der Hölderlinstraße durch fußgängerfreundliche Gestaltung der Fußwegebereiche (breit, gepflastert) und des Hölderlinplatzes (durchgehende Pflasterung auch im befahrbaren Straßenraum, sowie Gestaltung durch Kunstobjekte) sowie sonstige Querungshilfen reduziert  
à Durchgängigkeit für Passanten im gesamten D-Zentrum sehr gut
- abnehmende Passantenfrequenz in den Seitenstraßen
- gute MIV- und ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)



- moderne S/U-Bahn-Haltestelle Johannesstraße mit großem gestalterischen Anspruch, allerdings auch hierdurch verursachende Trennwirkung
- ebenerdige Parken im Straßenraum sowie mehrere (private) Sammelparkplätze

### **Flächenpotenziale**

augenscheinlich n.v.

#### **10.2.3.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weiteres funktionales Ausfransen des D-Zentrums
  - à Nutzung räumlicher Entwicklungsoptionen im Bestand (z.B. Johannesstraße, südliche Hölderlinstraße) - räumlich-funktionale Vernetzung stärken
  - à städtebaulich-gestalterische Aufwertungen auch in Seitenstraßen
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums

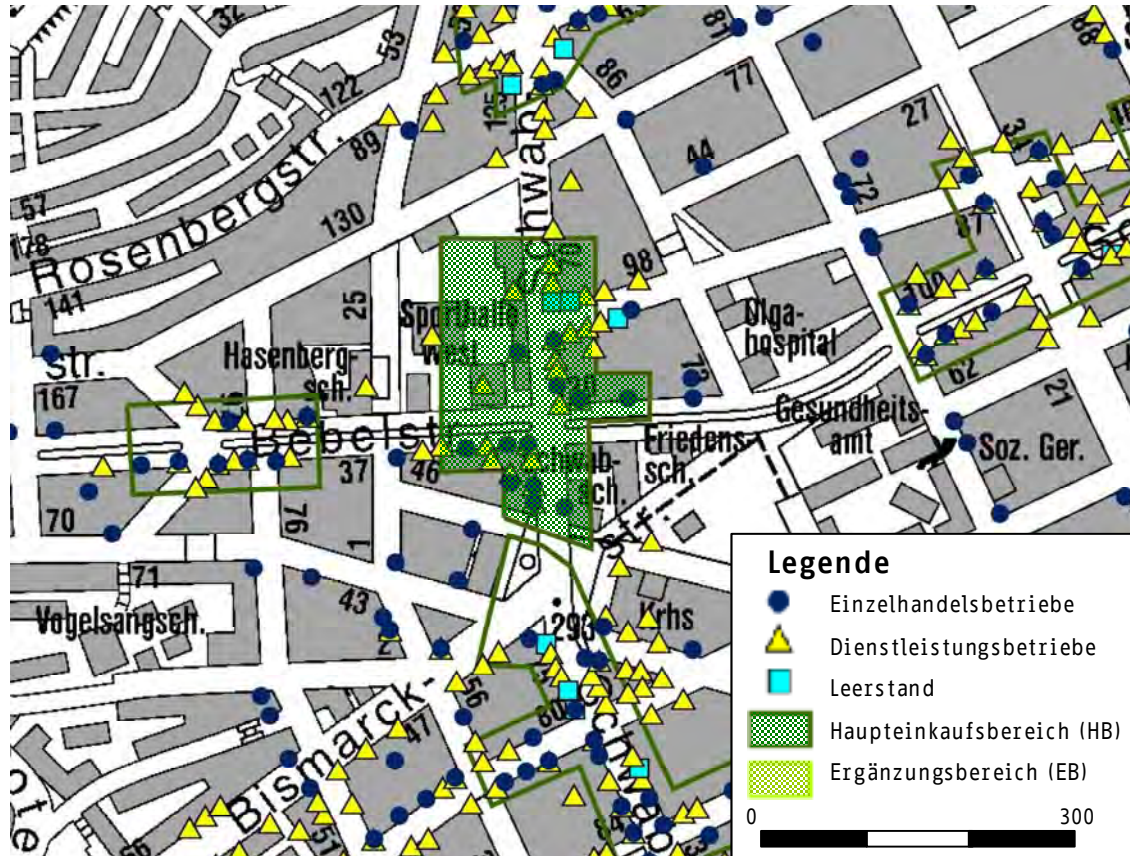


## 10.2.4 D-Zentrum Moltkeplatz (05-07)

### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum unmittelbar um Kreuzungsbereich Moltkeplatz entlang der orthogonal zueinander verlaufenden Schwab- und Bebelstraße

Karte 35: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Moltkeplatz



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 10.2.4.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 32: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
16	1	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.500 qm	400 qm	300 qm	2.200 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.025 qm	475 qm	300 qm	400 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte im Neubau auf dem Moltkeplatz
- mittlere Dichte im restlichen D-Zentrum sowie stark abnehmend in den Seitenstraßen (überwiegend Dienstleistung und Wohnen im Erdgeschoss)
- fortlaufender Einzelhandelsbesatz in angrenzenden Straßenzügen - allerdings ohne räumlich-funktionale Anbindung zum D-Zentrum
- zunehmende Leerstandsdichte in Seitenstraßen (Breitscheidstraße)
- räumliche Nähe zum D-Zentrum Schwab-/ Rotebühlstraße

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Lebensmittelnahversorgungsangebot: ein großflächiger Lebensmitteldiscounter sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte, -handwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- Angebotsschwerpunkt klar im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- deutlich geringeres, aber ausgewogenes Angebot im sonstigen kurzfristigen sowie mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (keine Konkurrenzsituation)

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- hauptsächlich kleine Einzelhandelsbetriebe ( $\leq 100$  qm VKF) bei wenigen "mittelgroßen" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) und einem großflächigen Lebensmittelbetrieb
- überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte, Konzentration an Filialisten im Neubau

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt von niedrig bis exklusiv
- Schwache wie hochwertige Warenpräsentationen und Schaufenstergestaltungen, insgesamt sehr variierend

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

großflächiger Lebensmitteldiscounter



#### 10.2.4.2 Dienstleistungsangebot

##### Dienstleistungsbesatz

mittlere Dichte an zentrenprägenden Dienstleistungen

##### Gastronomie

insgesamt geringes Gastronomieangebot vorhanden, nur wenige gastronomische Außenbereichsbereiche - Qualität und Gestaltung eher einfach

##### Öffentliche Einrichtungen

u.a. Bürgerzentrum im neuen Gebäudekomplex am Moltkeplatz, schulische und kirchliche Einrichtungen

#### 10.2.4.3 Städtebau und Verkehr

##### Städtebauliche Strukturen

- vergleichsweise homogene Baustruktur im gesamten D-Zentrum
- hohe städtebauliche Dichte: vier- bis zu sechsgeschossige, wechselnd geschlossene/ offene Bauweise, überwiegend historisch (aufwendige Fassadengestaltung) wie auch nachkriegszeitlich geprägt
- zwei moderne fünfgeschossige Klinkerbauten (2005) als prägende städtebauliche Dominanten: Aufbrechen der rein linearen Strukturen durch Ausgestaltung des neuen Moltkeplatzes mit hoher Aufenthaltsqualität
- im weiteren Verlauf der Schwabstraße (nördlich des neuen Platzbereichs) nur noch einseitige Bebauung vorhanden: abnehmende städtebauliche Dichte

Foto 46: Moltkeplatz mit Einzelhandelskomplex und Bürgerzentrum



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 47: Kreuzungsbereich Schwab- Ecke Bebelstraße



Quelle: eigenes Foto August 2007





### Gestaltung des öffentlichen Raums

- öffentlicher Raum auf dem neuen Moltkeplatz sowie entlang des Neubaukomplexes ansprechend und modern gestaltet: u.a. breite, einheitlich gepflasterte Fußwegbereiche, öffentliche Sitzgelegenheiten (Treppen und Bänke) Grün- und sonstige Gestaltungselemente wie z.B. Kunstobjekte
  - à hohe nicht-kommerzielle Aufenthaltsqualität, gesellschaftlicher Treffpunkt
- entlang der sonstigen Straßenräume stellenweise schmale Gehwegbereiche und unterschiedliche Bodenpflasterung, nur wenige Gestaltungselemente
  - à Gestaltungsbedarf vorhanden

### Verkehr und Frequenz

- hohes Verkehrsaufkommen entlang Bebel-/ Schwabstraße (neben Ziel-/ Quellverkehr auch starker Durchgangsverkehr)
  - à besonders starke Trennwirkung der Bebelstraße (MIV wie ÖPNV)
  - à Durchgängigkeit für Passanten massiv eingeschränkt
- hohe Passantenfrequenz um neuen Gebäudekomplex auf Moltkeplatz, im restlichen D-Zentrum deutlich geringer
- gute ÖPNV- (S/U-Bahn, Bus) sowie MIV-Erreichbarkeit
- Stellplatzmöglichkeiten ebenerdig im Straßenraum sowie Kundenparkplatz als Tiefgarage Moltkeplatz

### Flächenpotenziale

- augenscheinlich n.v.

#### 10.2.4.4 Entwicklungsziele

- Erhalt der umfassenden Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Stärkung der überörtlich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- Stärkung der Kompaktheit des D-Zentrums
  - à Nutzen der räumlichen Entwicklungsoptionen im Bestand (z.B. Leerstände Schwab- und Breitscheidstraße)
  - à städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen in den Straßenzügen um den neu ausgestalteten Moltkeplatz herum - Schaffen einer durchgehend hohen Aufenthaltsqualität und gestalterisch-funktionalen Vernetzung



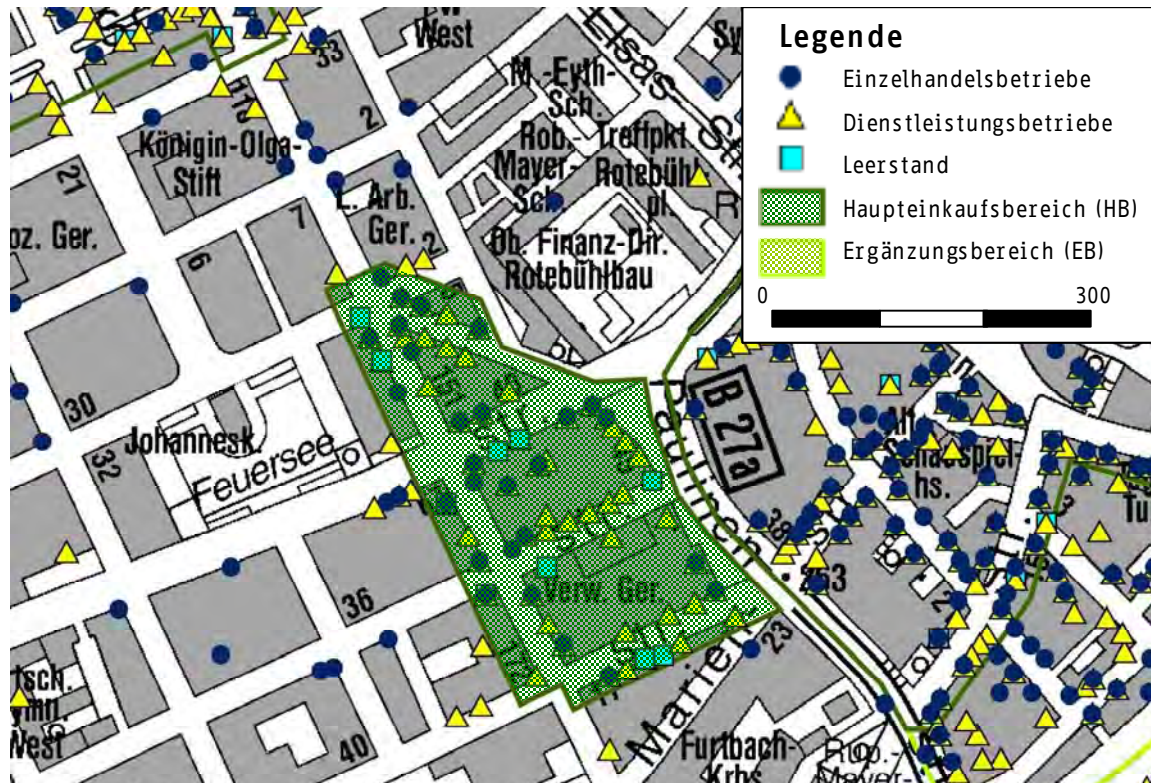


## 10.2.5 D-Zentrum Silberburg-/ Paulinenstraße (05-09)

### Abgrenzungsvorschlag

D-Zentrum im Wesentlichen entlang Silberburgstraße zwischen Ecke Gutenberg- und Reinsburgstraße sowie in den orthogonal verlaufenden Straßenzügen zwischen Silberburg- und Paulinenstraße

Karte 36: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Silberburg-/ Paulinenstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 10.2.5.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 33: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
31	2	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
150 qm	2.375 qm	2.925 qm	5.450 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
75 qm	75 qm	1.725 qm	3.575 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- mittlere Dichte im gesamten D-Zentrum
- stark abnehmende Einzelhandelsdichte in Reinsburg-, Augusten- und Herzogstraße (hier überwiegend Dienstleistungsbesatz)
- vergleichsweise viele Leerstände im ganzen D-Zentrum
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum Einzelhandelsbesatz vorhanden - keine räumlich-funktionale Anbindung vorhanden (z.B. Augustenstraße)
- räumliche Nähe zum A-Zentrum City - klare Abgrenzung durch verkehrlich stark frequentierte Paulinenstraße

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- unzureichendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Lebensmittel-Fachgeschäft sowie drei Lebensmittelhandwerksbetriebe
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot in räumlicher Nähe durch Wochenmarkt auf Feuerseeplatz (dreimal wöchentlich, nicht im D-Zentrum)
- Angebotsschwerpunkte im zentren- und nicht zentrenrelevanten, nicht aber im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- unzureichendes Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich, Schwerpunkte im mittel-, besonders aber im langfristigen Bedarfsbereich (u.a. Sortimente wie Küchen und Möbel, Leuchten und Musikalien)
- untypisches Angebot für einen zentralen Versorgungsbereich: nicht auf Nahversorgung ausgelegt, sondern spezielle Sortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- neben einigen kleinen überwiegend "mittelgroße" (101 bis  $\leq$  800 qm VKF) bei insgesamt zwei großflächigen Betrieben
- ausgewogenes Verhältnis von augenscheinlich inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von mittel bis gehoben/exklusiv
- Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung überwiegend ansprechend



## **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

n.v.

### **10.2.5.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum
- hohe Dichte auch an nicht publikumsorientierten Dienstleistern: u.a. ein großes Versicherungsunternehmen über mehrere Gebäudekomplexe

#### **Gastronomie**

- vielfältiges gastronomisches Angebot vorhanden - Qualität und Gestaltung variierend von gering bis hochwertig
- Konzentration an gastronomischen Betrieben (überwiegend Schnellrestaurants) entlang Silberburgstraße zwischen Gutenberg- und Rotebühlstraße
- überwiegend kleine Außensitzbereich bei beengten Platzverhältnissen, einige ansprechende Außengastronomien in rückwärtigen Bereichen und Seitenstraßen

#### **Öffentliche Einrichtungen**

öffentliche Einrichtungen wie u.a. Berufsakademie, Verwaltungsgericht und Finanzamt

### **10.2.5.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- orthogonal ausgerichtete Straßenzüge (Schachbrettmuster), keine großzügigen Platzräume
- hohe städtebauliche Dichte bei durchgehend geschlossener, vier- bis siebengeschossiger Bauweise, überwiegend nachkriegszeitlich und modern, stellenweise auch historisch geprägte Bausubstanz
  - Identifikationswert relativ gering
- viele große, moderne Dienstleistungskomplexe

**Foto 48: Rotebühlstraße**



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

**Foto 49: Paulinenstraße**



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- Neugestaltung des öffentlichen Straßenraums entlang Silberburgstraße (u.a. einheitliche Bodenbelagsgestaltung, öffentliche Sitzgelegenheiten, Grünbereiche und Baumpflanzung)
- begrünte Verweilräume mit öffentlichen Sitzbänken und Brunnen auf platzähnlicher Situation entlang Paulinenstraße, modernisierungsbedürftige Gestaltungselemente
- geringe Gestaltungsintensität und Modernisierungsbedarf in sonstigen, z.T. sehr schmalen Straßenzügen
  - à insgesamt eher eingeschränkte Aufenthaltsqualität im gesamten D-Zentrum

### **Verkehr und Frequenz**

- starker Durchgangsverkehr entlang Rotebühl-/ Silberburg- sowie Paulinenstraße bei stellenweise schmalen Fußwegbereichen und wenigen Querungsmöglichkeiten für Passanten
  - à sehr starke Trenn-/ Barrierewirkung
  - à stark eingeschränkte Aufenthaltsqualität
- mittlere Passantenfrequenz entlang Rotebühl-/ Silberburgstraße, gering in Seitenstraßen (z.B. Herzogstraße)
- gute MIV- und ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- abschnittsweise ebenerdiges Längsparken im Straßenraum



## **Flächenpotenziale**

- augenscheinlich n.v.
- viele, auch vergleichsweise große Leerstände

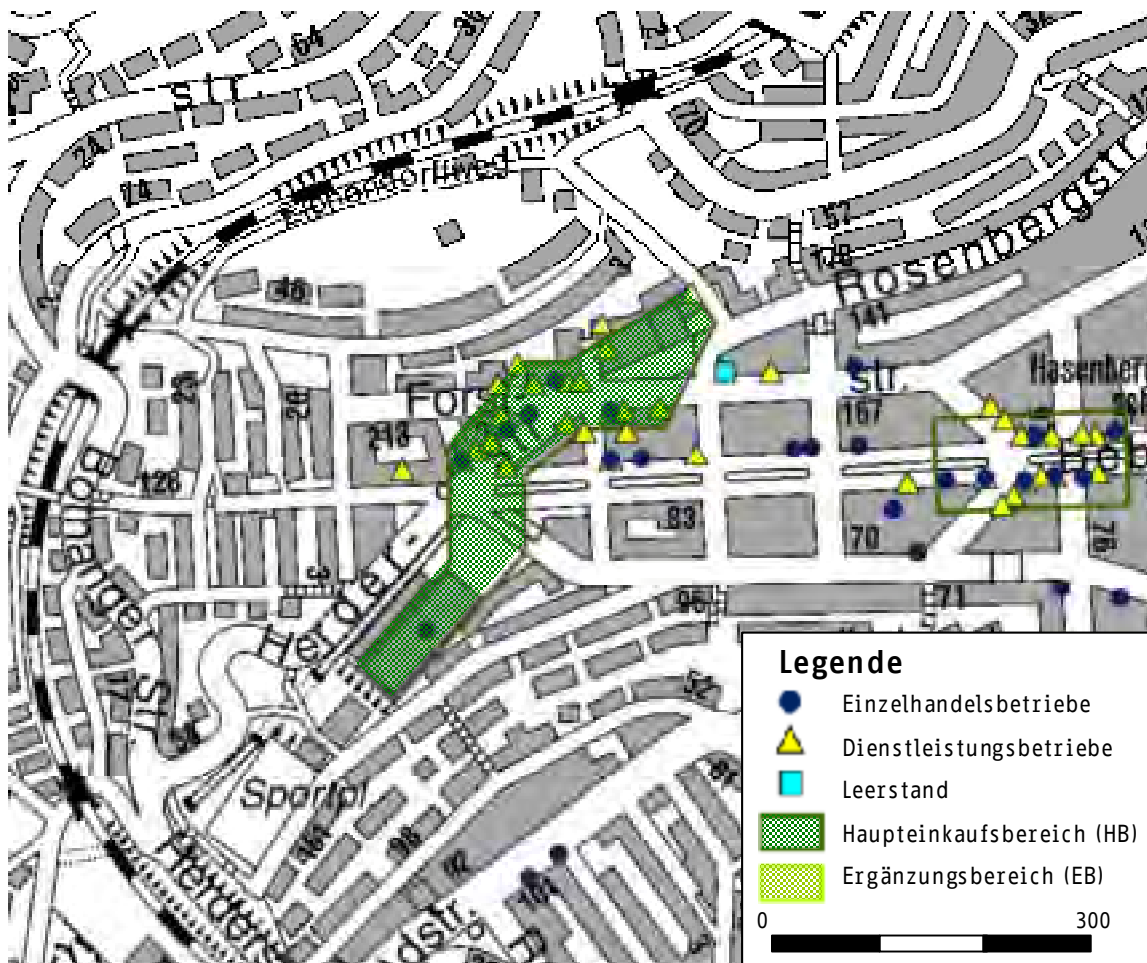
### **10.2.5.4 Entwicklungsziele**

- Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Nord-Süd-Ausdehnung des D-Zentrums
  - à Nutzung vorhandener Leerstände im abgegrenzten Bereich
- städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum des gesamten D-Zentrums (insbesondere Aufenthaltsbereiche Paulinenstraße sowie Fußwegebereiche Rotebühlstraße und Seitenstraßen)
- Minimierung der starken Trenn-/ Barrierewirkung Rotebühlstraße

## 10.2.6 E-Zentrum Forst-/ Herderstraße (05-01)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 37: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Forst-/ Herderstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 34: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
17	1	E	
<b>VKF<sup>1)</sup> nvr</b>	<b>VKF zr</b>	<b>VKF nvr</b>	<b>VKF gesamt</b>
1.400 qm	600 qm	1.025 qm	3.025 qm
<b>VKF NuG</b>	<b>VKF sonst. kurzfr.</b>	<b>VKF mittelfristig</b>	<b>VKF langfristig</b>
1.225 qm	175 qm	600 qm	1.050 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



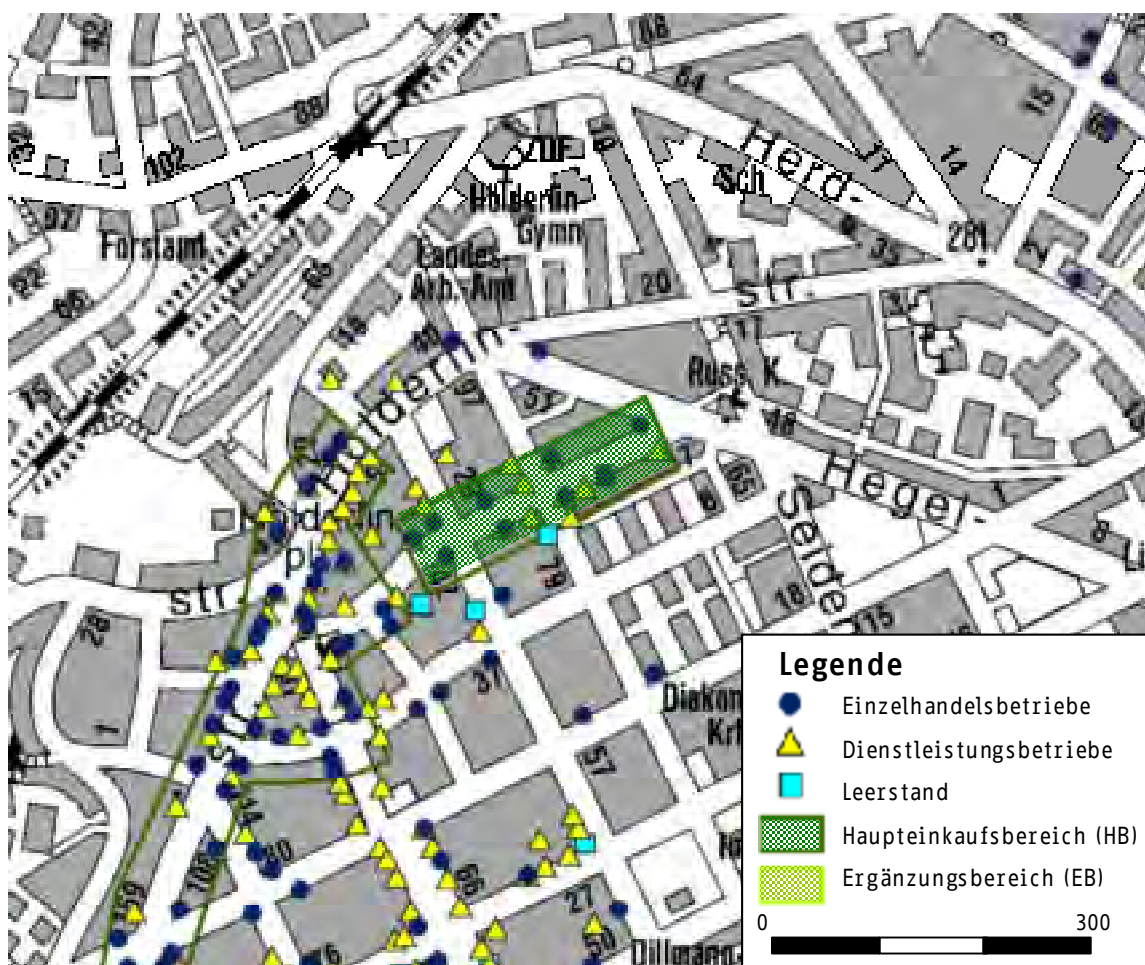
- E-Zentrum liegt an der Ausfallstraße Bebelstraße und reicht im Norden entlang der Herderstraße bis zum Kreuzungsbereich Scheffelstraße; im Süden umfasst der Bereich die Bauernmarkthalle an der Herderstraße
- geringe Einzelhandelsdichte; Besatz durch Wohnnutzung unterbrochen
- keine Leerstände
- Sicherung der LM-Nahversorgung durch Supermarkt am Paul-Gerhard-Platz, ergänzendes LM-Angebot durch Bauernmarkthalle an der Herderstraße mit verschiedenen LM-Fachgeschäften
- Dominanz nahversorgungsrelevanter Angebote, durch ein 2nd Kaufhaus in der Bauernmarkthalle auch Angebot an Sortimenten des langfristigen Bedarfs
- spezielles Angebot durch Bauernmarkthalle, die selbst wenig städtebaulich eingebunden ist und eine puristische Architektur aufweist
- Magnetbetrieb Supermarkt und Bauernmarkthalle
- geringe Dienstleistungsdichte
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 10.2.7 E-Zentrum Falkert-/ Kornbergstraße (05-04)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 38: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Falkert-/ Kornbergstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 35: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
10	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
800 qm	100 qm	100 qm	1.000 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
700 qm	100 qm	50 qm	150 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

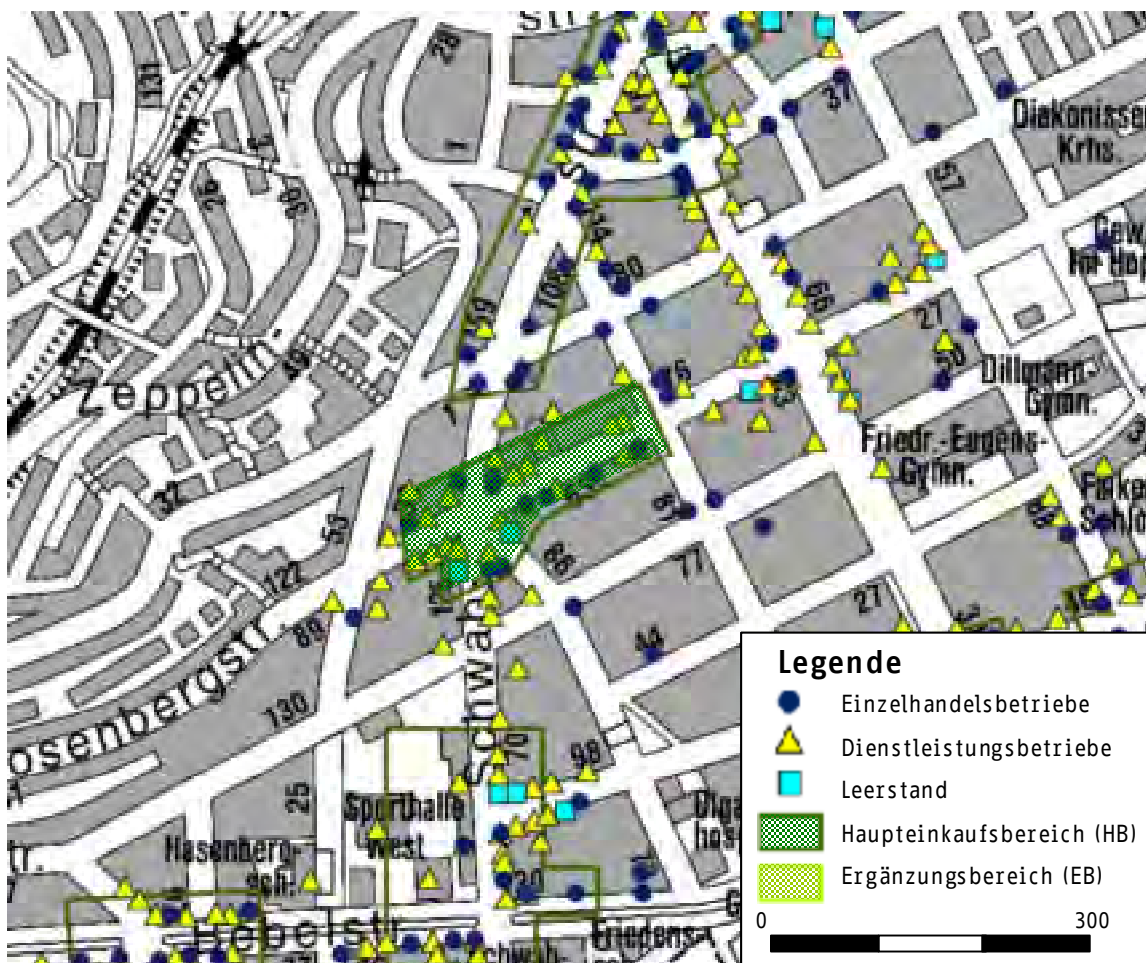


- Lage in unmittelbarer Nähe zum D-Zentrum Hölderlinplatz; erstreckt sich linear entlang der Kornbergstraße und wird im Osten durch die Hegelstraße begrenzt
- geringe Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte
- geringe Leerstandsquote
- LM-Nahversorgung wird gewährleistet durch einen LM-Discounter; ergänzendes Lebensmittelangebot durch zwei Betriebe des LM-Handwerks und zwei LM-Fachgeschäfte
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (insbesondere Nahrung/ Genuss) - geringes Angebot im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich
- kleinteilige Betriebsstrukturen
- Magnetbetrieb Supermarkt
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

## 10.2.8 E-Zentrum Rosenbergplatz (05-06)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 39: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Rosenbergplatz



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 36: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
11	1	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
175 qm	1.225 qm	1.800 qm	3.200 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
75 qm	100 qm	1.175 qm	1.850 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

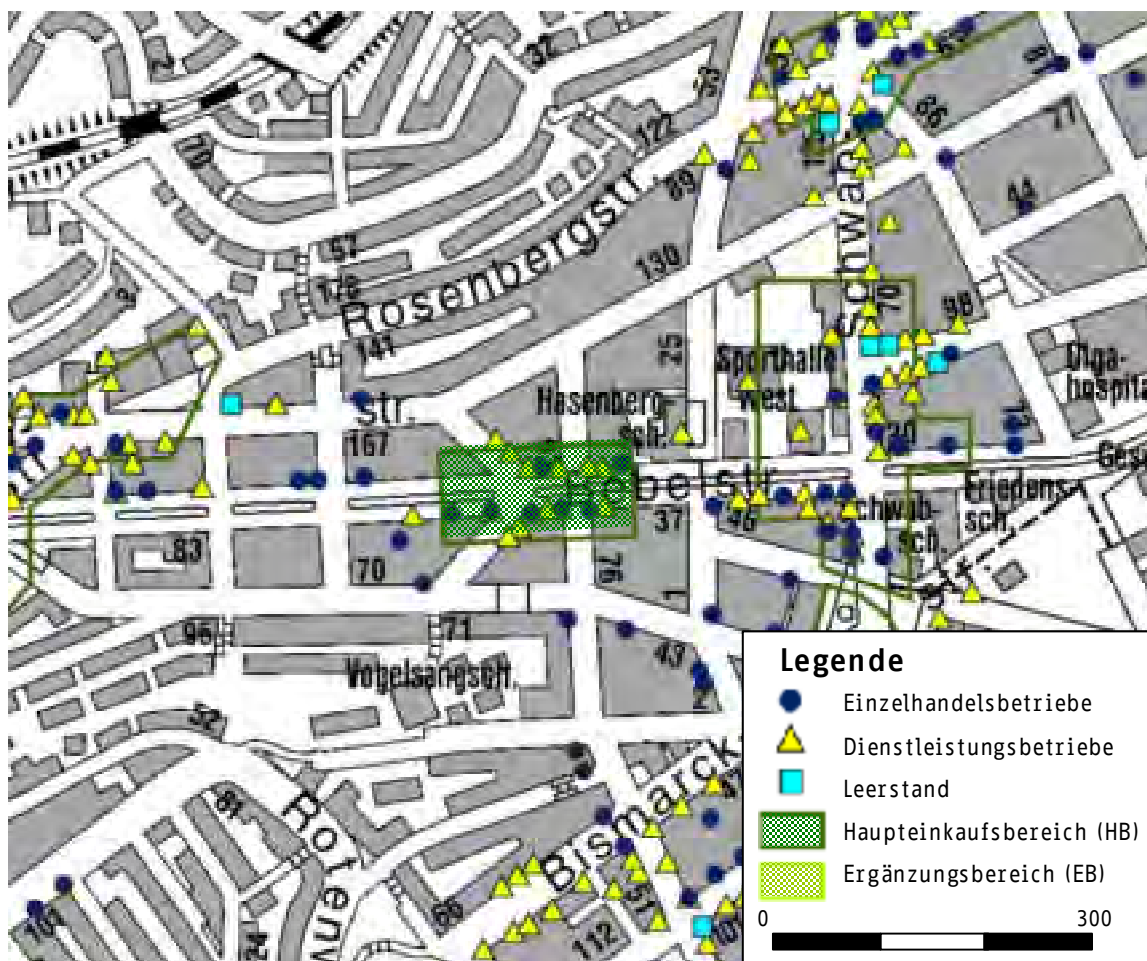


- erstreckt sich entlang der Rosenbergstraße, zwischen Senefelderstraße und Rosenbergplatz. bzw. seinen angrenzenden Bereichen
- räumliche Dichte des Einzelhandelsbesatzes gegeben
- vereinzelt sind Leerstände vorzufinden
- ein LM-Fachgeschäft und ein Bäcker vorhanden; Fehlen eines Lebensmittelbetriebes, der die LM-Nahversorgung gewährleistet
- Angebotsschwerpunkt im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (u.a. Bekleidung. Möbel)
- unterschiedliche Betriebsgrößen von einem großflächigen Möbelgeschäft bis zu Betrieben mit VKF von (z.T. deutlich) unter 50 qm
- Magnetfunktion für den Bereich übernehmen Textildiscounter und Möbelgeschäft
- relativ hohe Dienstleistungsdichte, insbesondere am Rosenbergplatz
- E-Zentrum mit über den Nahbereich hinausgehender Versorgungsfunktion erfüllt Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nach BverwG-Urteil (vgl. Kap. 3.1)

## 10.2.9 E-Zentrum Bebel-/ Seyfferstraße (05-08)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 40: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Bebel-/ Seyfferstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 37: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
7	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
325 qm	50 qm	50 qm	425 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
225 qm	125 qm	50 qm	50 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Bebelstraße, bzw. im Kreuzungsbereich Bebel-/ Seyfferstraße und im Bereich der Stadtbahnhaltestelle an der Bebelstraße
- geringe Anzahl von Betrieben bei mittlerer Besatzdichte
- keine Leerstände vorhanden
- neben einem LM-SB-Geschäft gibt es noch eine Bäckerei und ein LM-Fachgeschäft
- Angebotsschwerpunkt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich (neben Nahrung/ Genuss auch Drogerie)
- kleinteilige Betriebsstrukturen (Fachgeschäfte)
- kein Frequenzbringer vorhanden
- einzelne Dienstleistungsbetriebe (darunter mehrere gastronomische Betriebe) bei mittlerer Besatzdichte
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 11. STADTBEZIRK 06 BAD CANNSTATT

### 11.1 EINZELHANDELSITUATION - STADTBEZIRK 06 BAD CANNSTATT

"06 Bad Cannstatt" schließt sich im Osten an die "inneren Bezirke" von Stuttgart an und stellt mit rd. 68.200 Einwohnern den größten Stadtbezirk der Landeshauptstadt Stuttgart dar. Nach dem Stadtbezirk "01 Mitte" befindet sich in "06 Bad Cannstatt" das gemessen an der Verkaufsfläche zweitgrößte Einzelhandelsangebot der Landeshauptstadt. Die Gesamtverkaufsfläche der insgesamt 372 Betriebe beträgt rd. 85.600 qm. Dies entspricht rd. 10% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Rd. die Hälfte des Angebotes im Stadtbezirk ist davon in dem B-Zentrum Bad Cannstatt Altstadt angesiedelt, welches einen mittelzentralen Verflechtungsbereich besitzt. Neben einem jeweils hohen Verkaufsflächen- und Umsatzanteil im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel verzeichnet auch die Sortimentsgruppe Bekleidung und Zubehör im Stadtbezirk hohe Werte.

Tab. 38: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 06 Bad Cannstatt: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	23.375	134,2	92%
Drogerie/ Parfümerie	4.525	19,3	110%
Apotheke	850	25,0	79%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	1.425	5,2	75%
Blumen/ Zoo	2.100	4,0	74%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>32.275</b>	<b>187,8</b>	<b>90%</b>
Bekleidung und Zubehör	14.525	61,9	158%
Schuhe, Lederwaren	2.850	9,7	118%
Sport/ Freizeit	3.075	9,3	145%
Spielwaren	1.725	4,9	58%
Bücher	1.250	6,0	73%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	3.050	5,1	85%
Haus-/ Heimtextilien	1.750	3,7	67%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>28.225</b>	<b>100,6</b>	<b>123%</b>
Uhren/ Schmuck	1.000	5,8	142%
Foto/ Optik und Zubehör	825	5,5	79%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	1.500	14,1	59%
Elektro/ Leuchten	1.225	3,9	40%
Teppiche/ Bodenbeläge	975	1,7	63%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	8.500	14,3	51%
Möbel, Antiquitäten	8.775	15,8	71%
Sonstiges	2.300	15,8	96%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>25.100</b>	<b>76,9</b>	<b>67%</b>
<b>Summe</b>	<b>85.600</b>	<b>365,3</b>	<b>90%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

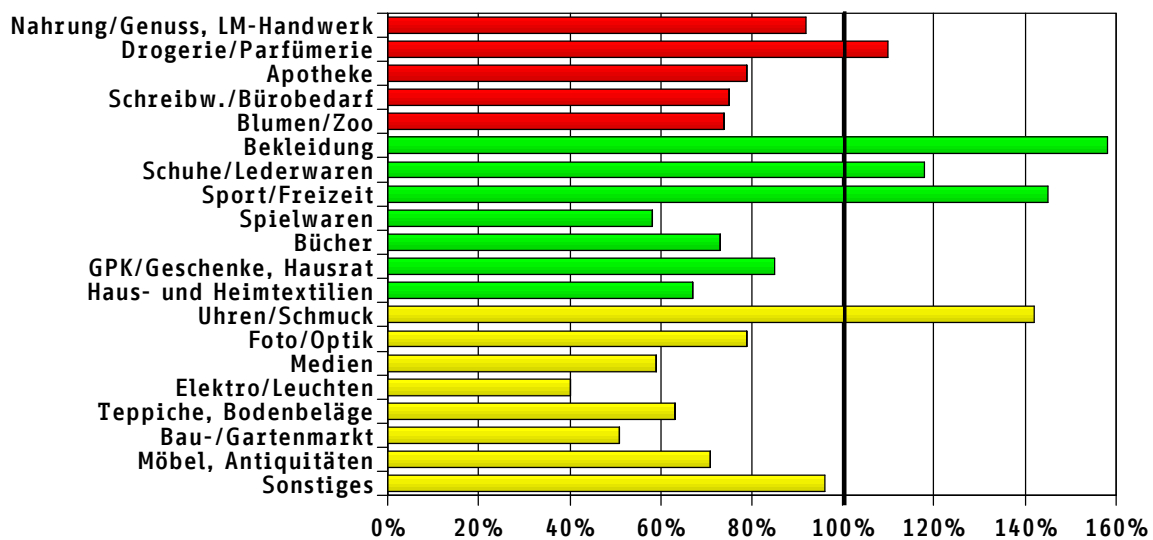




Der Stadtbezirk "06 Bad Cannstatt" weist eine Gesamtbindungsquote von 90% auf, d.h. es kommt per Saldo zu leichten Kaufkraftabflüssen. Kaufkraft von außerhalb kann insbesondere in den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sport/ Freizeit generiert werden. Zudem wird in der üblicherweise zentrenrelevanten Sortimentsgruppe Uhren/ Schmuck eine Bindungsquote von deutlich über 100% erreicht. Zurückzuführen ist dies vor allem auf das umfangreiche Angebot in dem B-Zentrum Bad Cannstatt Altstadt.

Im für die Nahversorgung wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt die Bindungsquote bei überdurchschnittlichen 92%. Auch in Bezug auf die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe weist der Stadtbezirk eine positive Nahversorgungssituation auf: 89% der Einwohner (rd. 60.000 Einwohner) haben die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung in einer Entfernung von bis zu 500 Metern (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 34: Bindungsquote Stadtbezirk 06 Bad Cannstatt



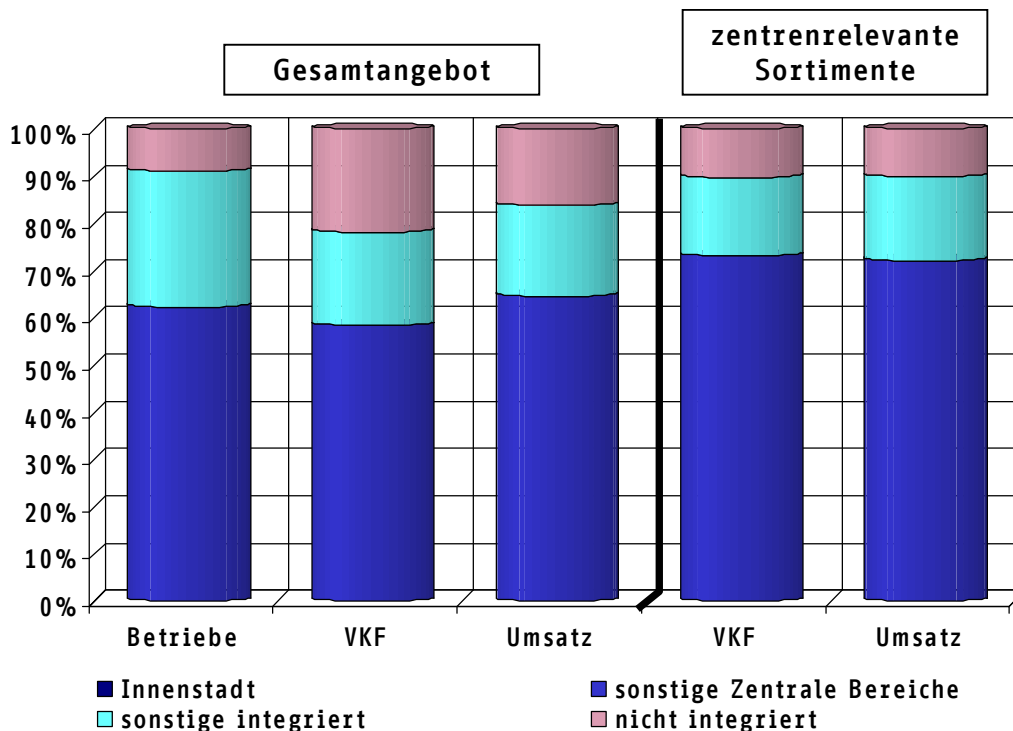
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In Bezug auf die räumliche Verteilung des Angebotes wird die Dominanz der Betriebe in den Zentren deutlich. An Einzelhandelsstandorten in nicht integrierten Lagen befinden sich rd. 9% aller Betriebe, die jedoch auf Grund mehrerer großflächiger Betriebe rd. 22% der Verkaufsfläche im Stadtbezirk repräsentieren. Im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile der Zentren ebenfalls am höchsten. Allerdings kann konstatiert werden, dass die Ver-



kaufsf lächen zentrenrelevanter Sortimente zu rd. 10% nicht funktionsad äquat an nicht integrierten Standorten liegen.

Abb. 35: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfl ächen- und Umsatzanteile nach Lage - 06 Bad Cannstatt

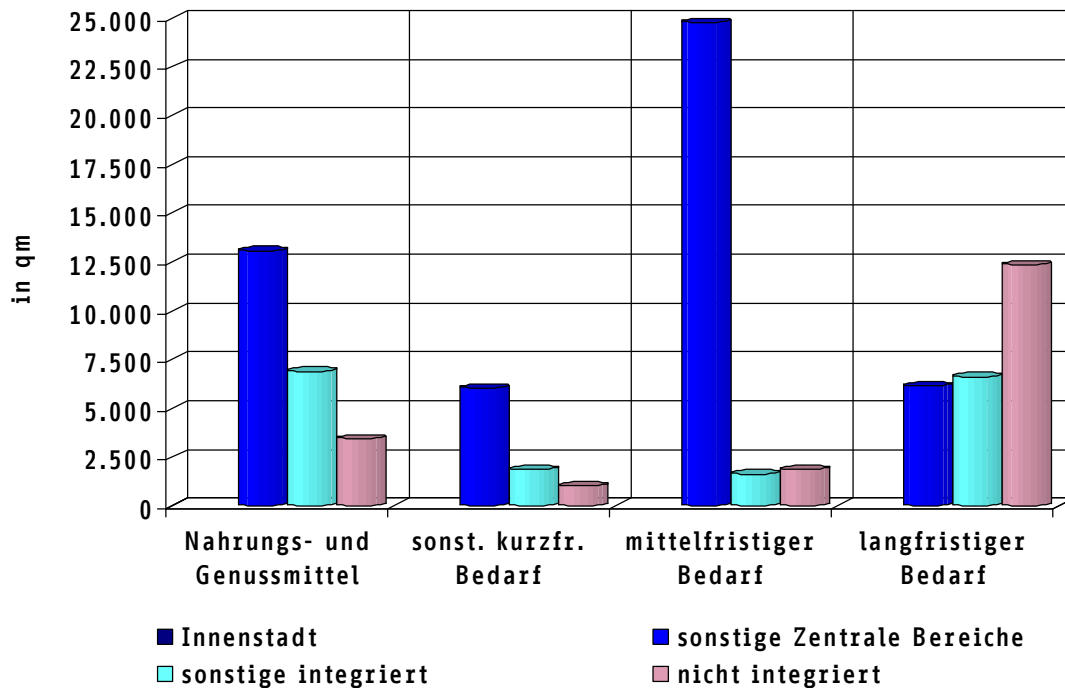


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In der Abb. 36 wird die bedeutsame Versorgungsfunktion der Zentren deutlich. Die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des mittelfristigen Bedarfs sind vorrangig in den Zentren zu finden. Die hohen Verkaufsfl ächenwerte im mittelfristigen Bedarfsbereich der insgesamt f ünf Zentren (rd. 24.750 qm) sind vorrangig auf das B-Zentrum Bad Cannstatt zurü ckzuführen, das alleine 23.850 qm Verkaufsfl äche dieses Bedarfsbereichs stellt. Angebote des langfristigen Bedarfsbereichs befinden sich differenziert nach Lagen am häufigsten an nicht integrierten Standorten. Das für die Nahversorgung bedeutsame Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird überwiegend an integrierten Standorten angeboten. Die an nicht integrierten Standorten angesiedelte Verkaufsfl äche des Sortimentsbereichs Nahrungs-/ Genussmittel (rd. 3.425 qm, d.h. mithin rd. 15% der sortimentsbezogenen Verkaufsfl äche) ist vorrangig auf drei Lebensmitteldiscounter in den Stadtteilen Hallschlag und Schmidener Vorstadt zurü ckzuführen.



Abb. 36: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 06 Bad Cannstatt



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 11.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 06 BAD CANNSTATT

### 11.2.1 B-Zentrum Bad Cannstatt-Altstadt (06-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich zwischen Wilhelmsbrücke (Neckar) und Bahnhof/ Cannstatter Carré (Bahngleise)
- westlicher Haupteinkaufsbereich in der Altstadt zwischen Wilhelmsbrücke und Wilhelmsplatz bzw. Bad- und Wilhelmstraße
- östlicher Haupteinkaufsbereich im Wesentlichen zwischen Wilhelmsplatz und Cannstatter Carré entlang der Bahnhof- und Seelbergstraße
- vom Wilhelmsplatz abgehend drei miteinander verbundene Ergänzungsbereiche: beidseitig entlang der Wilhelmstraße bis Neckar, der König-Karl-Straße bis Ecke Kreuznacher Straße und der Waiblinger Straße bis Ecke Daimlerstraße

Karte 41: Abgrenzungsvorschlag B-Zentrum Bad Cannstatt-Altstadt



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 11.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 39: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
192	11	B	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
16.600 qm	26.700 qm	2.800 qm	46.075 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
11.600 qm	5.000 qm	23.925 qm	5.575 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- überwiegend hohe Dichte: sehr dichter Einzelhandelsbesatz im westlichen Haupteinkaufsbereich entlang Marktstraße - abnehmende Dichte in der nord-westlichen Marktstraße
- in den Seitenstraßen/ -gassen abnehmender und im nördlichen wie südlichen Randbereich der Altstadt geringer Einzelhandelsbesatz: überwiegend Dienstleistungs- und Wohnnutzung im EG, stellenweise hohe Leerstandsdichte (vgl. Karte 41)
- dichter Einzelhandelsbesatz im östlichen Haupteinkaufsbereich entlang Bahnhofstraße (Teilstück Fußgängerzone) und Seelbergstraße bis Cannstatter Carré
- Cannstatter Carré mit sehr hoher Einzelhandelsdichte auf mehreren Geschossebenen als funktionaler Mittelpunkt im östlichen Haupteinkaufsbereich
- Wilhelmsplatz: Trennwirkung durch mehrspurigen Straßenzug  
→ fehlende funktionale Verbindung der Haupteinkaufsbereiche
- in den Ergänzungsbereichen König-Karl- und Waiblinger Straße vergleichsweise schwacher Einzelhandelsbesatz: stark durchsetzt von Dienstleistungs- und Wohnnutzung
- im Ergänzungsbereich Wilhelmstraße kaum Einzelhandel: überwiegend Dienstleistung und Wohnen
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte B-Zentrum geringer bis gar kein Einzelhandelsbesatz (außer östlich angrenzendes E-Zentrum Wildunger Straße)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- sehr umfassendes und vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung im westlichen wie östlichen Haupteinkaufsbereich: ein Verbrauchermarkt, ein großflächiger Lebensmittel-Discounter (jeweils im Cannstatter Carré), ein nicht großflächiger Supermarkt, zwei Lebensmittel-SB-Märkte und ein -Geschäft, diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemärkte)
- vorhandene Lebensmittelnahversorgung auch in den Ergänzungsbereichen: ein Supermarkt mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit, ein Lebensmittel-SB-Geschäft sowie verschiedene Lebensmittel-Fachgeschäfte und -handwerksbetriebe



- ergänzende Lebensmittelnahversorgungsfunktion durch den Wochenmarkt auf dem Marktplatz (dreimal wöchentlich)
- insgesamt hohe Angebotsvielfalt in allen zentrenrelevanten Sortimentsbereichen
- Angebotsschwerpunkt im Haupteinkaufsbereich im innenstadttypischen mittelfristigen Bedarfsbereich: über die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche im mittelfristigen bzw. zentrenrelevanten Sortimentsbereich (vgl. Tab. 39)
  - à Betriebe in starker Konkurrenzsituation (insbesondere bei den Sortimenten Bekleidung und Zubehör)
- einige Fachgeschäfte mit speziellen Angeboten (z.B. großes Weinfachgeschäft)
- Angebotsschwerpunkt in den Ergänzungsbereichen im kurzfristigen/ nahversorgungsrelevanten Bereich

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- überwiegend kleine ( $\leq 100$  qm VKF) und "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Betriebe im westlichen Haupteinkaufsbereich - wenige großflächige Betriebe (ein Warenhaus als größter Einzelhandelsbetrieb im gesamten B-Zentrum)
- überwiegend kleine und "mittelgroße" Betriebe unterhalb der Großflächigkeit entlang der Seelberg- und Bahnhofstraße im östlichen Haupteinkaufsbereich
  - à jeweils ausgeglichenes Angebot zwischen augenscheinlich inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten
- mehrere großflächige Betriebe in unterschiedlichen Sortimentsbereichen im Einkaufszentrum Cannstatter Carré (u.a. Verbrauchermarkt, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt und diverse Betriebe aus dem Bekleidungssektor)
  - à sehr hoher Filialisierungsgrad
- kleinteilige Strukturen in den Ergänzungsbereichen
  - à Übergewicht an augenscheinlich inhabergeführten Betrieben - hoher Grad an Individualität

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau vorwiegend mittelpreisig - insgesamt variierend von niedrig- bis hochpreisig/ exklusiv
- stellenweise diffuses Warenangebot im Billigpreissektor vorhanden, entsprechende Defizite in Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung erkennbar (u.a. in diversen Passagen wie König-Karl-Passage, Schwabenbräu-Passage) sowie



entlang Seelberg- und Bahnhofstraße und abschnittsweise auch in der nördlichen Marktstraße

- hohe Angebotsqualität bei moderner Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung z.T. in der Marktstraße und insbesondere im Cannstatter Carré
  - à hierdurch Aufwertung des östlichen Haupteinkaufsbereichs
- qualitativ hochwertige Warenangebote (u.a. Sanitätshaus, Kunsthandel, Apotheken und Lebensmittelgeschäft) sowie angemessene Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung auch im Ergänzungsbereich König-Karl-Straße

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Warenhaus im westlichen Haupteinkaufsbereich
- (großflächige) Filialbetriebe im Cannstatter Carré bzw. das Cannstatter Carré mit einem attraktiven Branchenmix an Betrieben aller Art als solches

#### **11.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte und Vielfalt an zentrenprägenden Dienstleistungsbetrieben im gesamten B-Zentrum, z.T. auch in angrenzenden Bereichen
- Konzentration an Geldinstituten auf dem Wilhelmsplatz
- Konzentration an Arztpraxen und Rechtsanwaltskanzleien im Ergänzungsbereich König-Karl-Straße (Nähe zum Kurpark)

##### **Gastronomie**

- vielfältiges Gastronomieangebot in der Altstadt
  - à Qualität und Gestaltung variierend von einfach bis hochwertig und traditionell
  - à z.T. attraktive Außengastronomien in rückwärtigen Bereichen historischer (Fachwerk-)Gebäude bzw. in Seitengassen
- überwiegend einfache Gastronomieangebote bei wenigen attraktiven Außensitzbereichen im östlichen Ergänzungsbereich





## Öffentliche Einrichtungen

- u.a. das Bezirksrathaus im alten und neuen Rathausgebäude auf dem Marktplatz, verschiedene Museen, Kindergärten, Schulen, Stadtbücherei sowie an den westlichen Haupteinkaufsbereich angrenzend Krankenhaus und Amtsgericht
- u.a. Bahnhof (S-Bahn und Regionalbahn) und Arbeitsamt im östlichen Haupteinkaufsbereich

### 11.2.1.3 Städtebau und Verkehr

#### Städtebauliche Strukturen

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur
- historisch geprägte Strukturen im westlichen Haupteinkaufsbereich: zwei- bis fünfgeschossige, überwiegend geschlossene und z.T. spätmittelalterlich geprägte (Fachwerk-)Bauweise mit giebelständiger Ausrichtung (Marktstraße) entlang geschwungener Straßenzüge und einer Vielzahl an kleinen Platzbereichen, durchsetzt insbesondere in den Randbereichen durch stellenweise attraktive Gründerzeit- wie auch Nachkriegs- und moderne Bebauung - stellenweise beispielhaft an den städtebaulichen Bestand angepasst, (u.a. zwischen Bad- und Marktstraße), gut sanierter Zustand der historischen Bausubstanz insbesondere in der Marktstraße  
à zentrenprägende städtebauliche Strukturen durch eine abwechslungsreiche Folge an unterschiedlich dimensionierten Straßen- und Platzräumen
- städtebaulich markante Eingangssituationen in die Marktstraße aus Nordwesten (Thaddäus-Troll-Platz) sowie aus Südosten (hohes, historisch markantes Gebäude)
- Ensemblewirkung des sanierten historischen Bestands sowie einzelner besonders markanter Gebäude (u.a. Klösterle am Thaddäus-Troll-Platz, Stadtkirche am Marktplatz) als architektonische Akzente im westlichen Haupteinkaufsbereich  
à Orientierungspunkte mit identitätsstiftender Wirkung
- überwiegend nachkriegszeitlich und puristisch modern geprägte Strukturen im östlichen Haupteinkaufsbereich: lineare Ausdehnung entlang Bahnhof- und Seelbergstraße bei bis zu sechsgeschossiger, geschlossener Bauweise
- markanter Gebäudekomplex des modernen Cannstatter Carrés als architektonischer Blickfang und städtebaulich markante Eingangssituation in das B-Zentrum  
à Orientierungsfunktion
- einige städtebauliche Lücken/ undefinierte Bereich im östlichen Haupteinkaufsbereich



- durch Nachkriegsbebauung und bis zu siebengeschossige Bauweise geprägter Willhelmsplatz als städtebaulicher Bruch infolge stark befahrener Verbindungsstraße und mangelnder städtebaulicher Integration in das bestehende, z.T. historisch geprägte Umfeld
- Ergänzungsbereich König-Karl-Straße: Ausfallstraße in Richtung Kurhaus mit Blickbeziehung zum historischen Kursaalgebäude; wenig nachkriegszeitlich und modern, überwiegend gründerzeitlich geprägter Gebäudebestand mit z.T. sehr aufwendiger Fassadengestaltung bei bis zu fünfgeschossiger, Richtung Kurpark zunehmend offener Bauweise, Aufweitung der linearen Struktur entlang König-Karl-Straße durch den durch historischen Gebäudebestand gefassten Daimler-Platz

Foto 50: Altstadt Bad Cannstatt



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 51: Cannstatter Carré



Quelle: eigenes Foto August 2007

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums in der Altstadt: nicht-kommerzielle Sitzgelegenheiten auf überwiegend gepflasterten Straßen- und Platzräumen, Begrünung, Brunnen und Kunstobjekte sowie weitere Gestaltungselemente  
à insgesamt hohe (auch nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität, stellenweise dennoch Modernisierungsbedarf erkennbar
- gestalterische Defizite in den durch starkes MIV-Aufkommen belasteten Straßenzügen um die Altstadt (u.a. Badstraße, Wilhelmstraße)
- eingeschränkte Aufenthaltsqualität im östlichen Haupteinkaufsbereich: Modernisierungsbedarf bei z.T. engen Fußwegbereichen (Seelbergstraße), stellenweise ansprechende Neugestaltung durch Elemente wie Pflasterung und Baumpflanzung

u.a. in der Bahnhofstraße, auf dem Bahnhofsvorplatz und im Eingangsbereich Cannstatter Carré

- Anpassung der Gestaltung des öffentlichen Raums an das historisch bedeutsame städtebauliche Umfeld im Ergänzungsbereich König-Karl-Straße: beidseitig der Straße verlaufender Baumbesatz (Allee), Straßenbegleitgrün und gepflasterte Straßen- und Platzräume - insgesamt sehr gepflegter Eindruck
- trotz Neugestaltung des Wilhelmsplatzes (u.a. Baumpflanzung, Pflasterung, Wasser- und Kunstelemente) gestalterische Defizite und Modernisierungsbedarf im Umfeld erkennbar
  - à auf Grund gestalterischer Defizite sowie starken Durchgangsverkehrs eingeschränkte Verbindungsfunktion und wenig Aufenthaltsqualität

Foto 52: Wilhelmsplatz - Trennwirkung



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

Foto 53: Seelbergstraße



Quelle: eigenes Foto August 2007

### Verkehr und Frequenz

- hohe Passantenfrequenz in der Marktstraße, abnehmend in den Seitenstraßen/-gassen, gut ausgebaute Fußwegebeziehungen und hohe Durchgängigkeit innerhalb der Altstadt (Fußgängerzone und verkehrberuhigte Bereiche)
- relativ geringe MIV-Dichte innerhalb Altstadt: Umleitung über "Altstadtring" mit starkem Durchgangs- sowie Ziel- und Quellverkehr
  - à starke Trennwirkung zu den angrenzenden Bereichen: Beeinträchtigung der Zugangssituationen
- nahezu ausschließlich Ziel- und Quellverkehr (in Tempo-30-Zonen) im östlichen Haupteinkaufsbereich; außer Fußgängerzone z.T. (zu) enge Fußwegbereiche (Seelbergstraße)



- großzügige Fußwegebereiche entlang des Ergänzungsbereichs König-Karl-Straße, Daimlerplatz mit Quermöglichkeiten zu allen Seiten hin
- sehr gute MIV- und ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Tram, Bus)
- z.T. ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie mehrere öffentliche Tiefgaragen und Parkhäuser, große Betriebe in der Regel mit privaten Kundenparkplätzen im rückwärtigen/ unterirdischen Bereich
- starke Trenn- und Barrierewirkung durch mehrspurige Straßen und Gleisanlagen (S-Bahnverkehr) auf Wilhelmsplatz und Waiblinger Straße
  - à Zerschneidung des B-Zentrums in zwei städtebaulich wie funktional getrennte Haupteinkaufsbereiche trotz vielfältiger Quermöglichkeiten (Fußgängerüberwege, -brücke und -unterführungen)

### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenziale in der Altstadt: Bereich zwischen Bad- und Marktstraße
- Flächenpotenziale/ städtebauliche Lücken im östlichen Haupteinkaufsbereich: östliche Eisenbahn- Ecke Bahnhofstraße, Daimlerstraße gegenüber Haupteingang Cannstatter Carré
- Flächenpotenziale im Ergänzungsbereich Waiblinger Straße: Waiblinger Straße Ecke Daimlerstraße (Parkplatz Burger King)

#### **11.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt und Stärkung der überörtlich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich (inklusive Wochenmarkt)
- keine funktionale Ausdehnung des B-Zentrums durch Realisierung weiterer großflächiger Betriebe an den Randbereichen
  - à Stärkung der kompakten Strukturen und Identität des B-Zentrums
  - à keine weitere Verlagerung von Angebot und Qualität zu Ungunsten der Altstadt
  - à Nutzen der innerhalb der vorgeschlagenen Abgrenzung liegenden Potenzialflächen und Prüfen/ Anwenden alternativer räumlicher Entwicklungsoptionen (insbesondere unter Beachtung der Leerstandsproblematik)

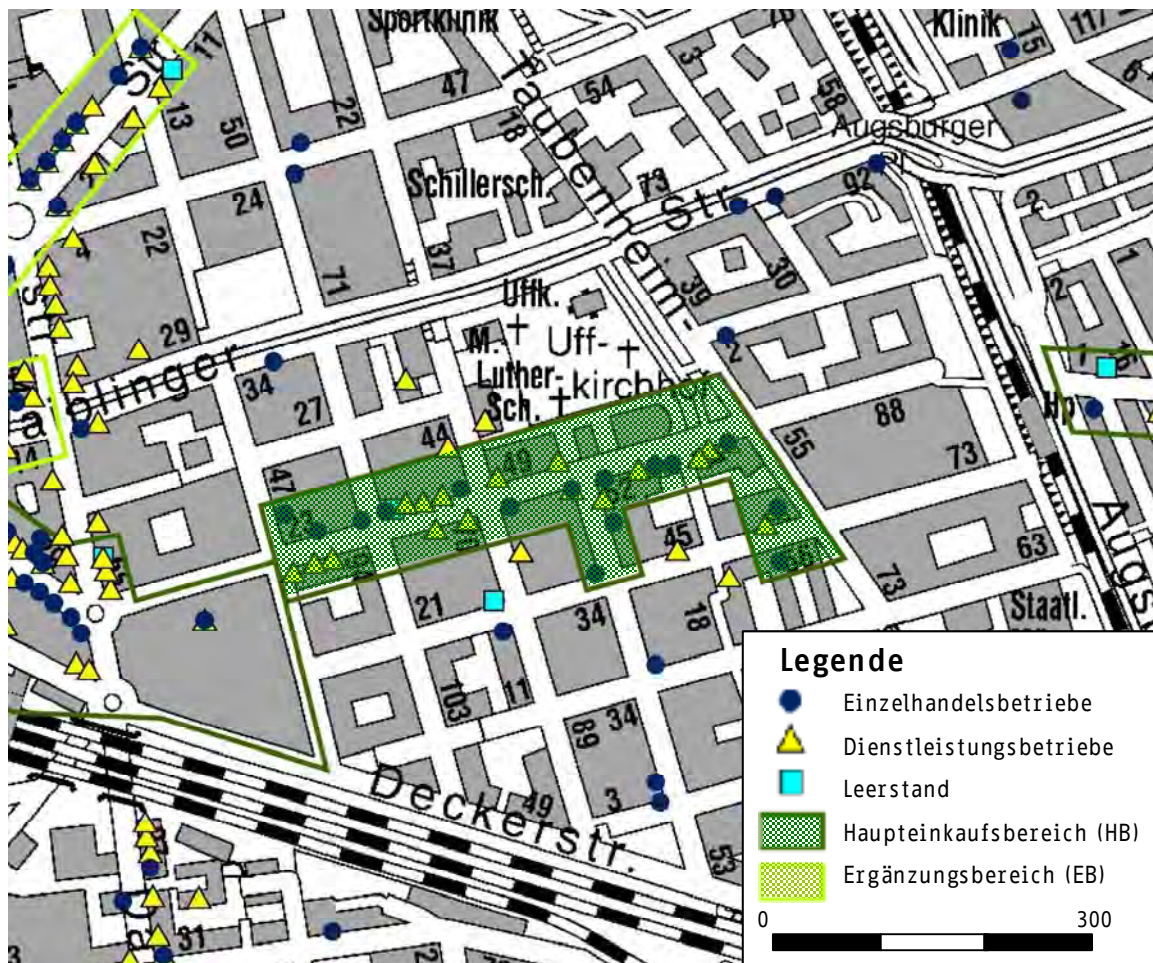


- Konzentration städtebaulich-gestalterischer Aufwertungsmaßnahmen auf und um den Bereich Wilhelmsplatz
  - à gestalterische wie in der Folge auch funktionale Verbindung zwischen westlichem (Altstadt) und östlichem Haupteinkaufsbereich stärken
  - à verbindende "Mitte" schaffen!

### 11.2.2 E-Zentrum Wildunger Straße (06-02)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 42: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Wildunger Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007





## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 40: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
18	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.150 qm	750 qm	450 qm	2.350 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
725 qm	425 qm	675 qm	525 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

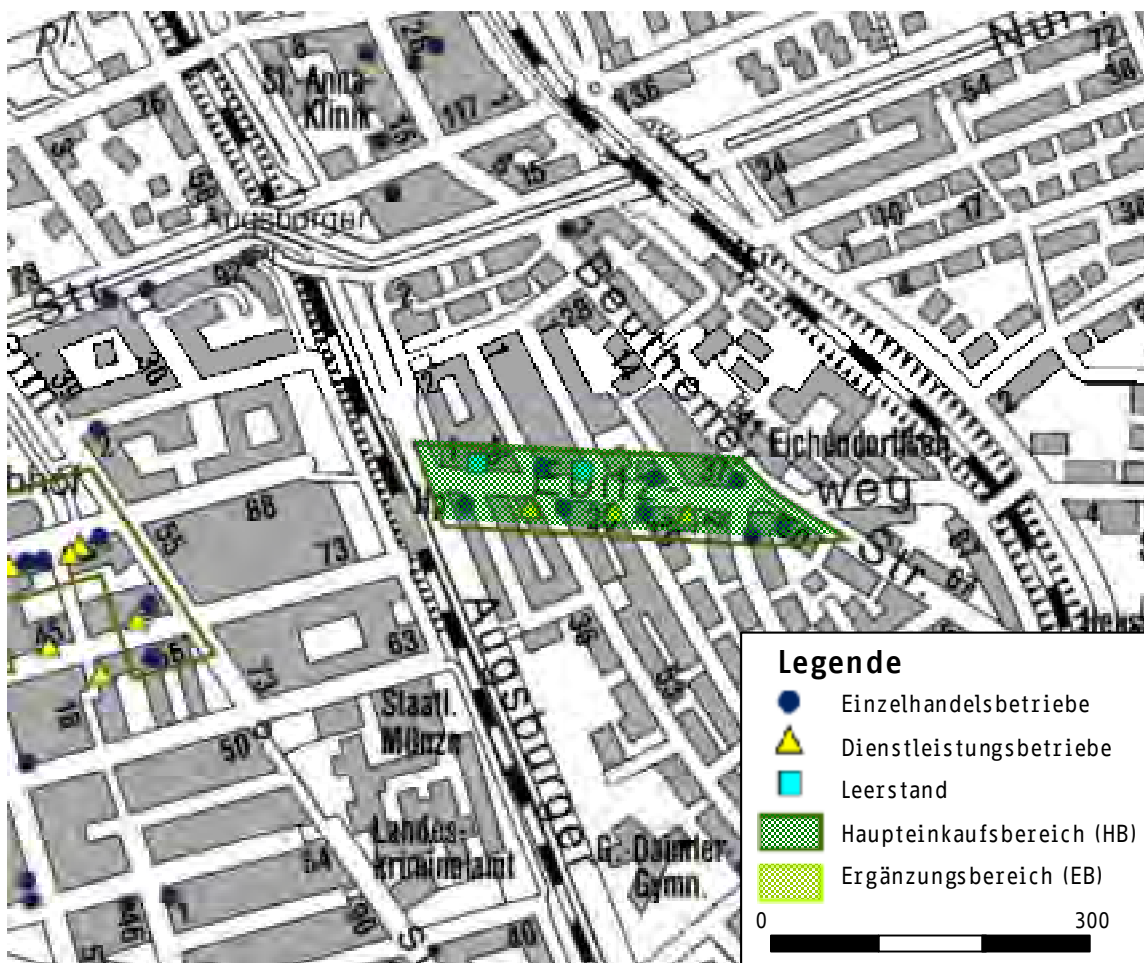
Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- erstreckt sich im Wesentlichen linear entlang der Wildunger Straße zwischen der Kreuznacher Straße im Westen und der Traubenheimstraße im Osten, Verlängerungen im Bereich der Martin-Luther-Straße und der Taubenheimerstraße Richtung Süden
- Vielzahl an Einzelhandelsbetrieben, jedoch geringe räumliche Besatzdichte bei vergleichsweise großer Ausdehnung, teilweise nur einseitiger Besatz
- geringe Leerstandsquote
- relativ umfassende LM-Nahversorgung durch zwei LM-SB-Märkte, ergänzend gibt es zwei Bäckereien
- Angebotsschwerpunkt bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (u.a. auch Apotheke, zwei Drogeriemärkte), daneben auch Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- kleinere bis mittelgroße Betriebe vorhanden, keine großflächigen Betriebe
- ähnliche Besatzdichte an Dienstleistungsbetrieben wie beim Einzelhandel
- E-Zentrum mit über den Nahbereich hinausgehender Versorgungsfunktion erfüllt Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nach BverwG-Urteil (vgl. Kap. 3.1)

### 11.2.3 E-Zentrum Ebitzweg (06-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 43: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Ebitzweg



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 41: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
9	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
200 qm	125 qm	0 qm	325 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
150 qm	50 qm	125 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



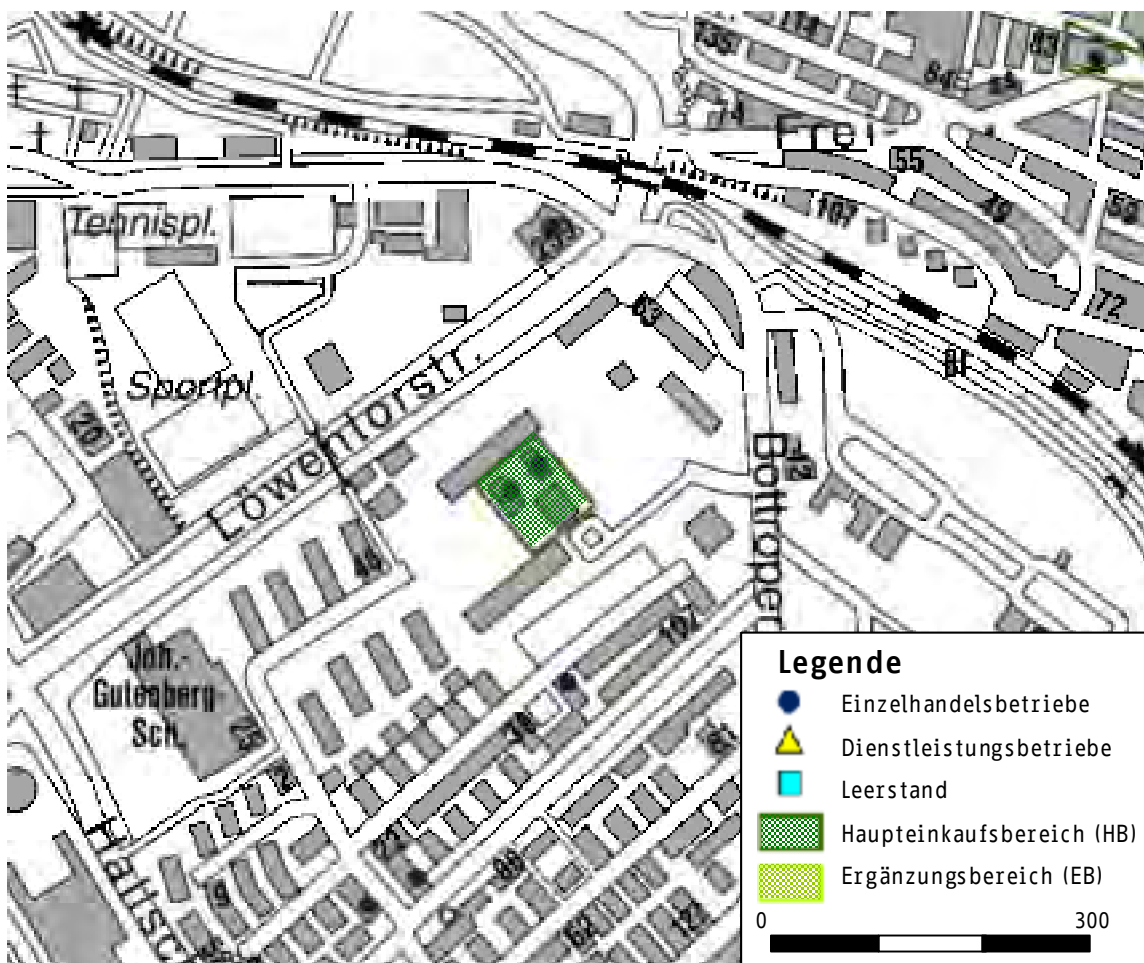


- E-Zentrum erstreckt sich linear entlang des Ebitzwegs, von der Ecke Augsburgener Straße bis Ecke Reutener Straße
- geringe räumliche Dichte des Einzelhandelsbesatzes, Einzelhandelsnutzung wird durch Wohnnutzung mehrfach unterbrochen
- vereinzelt Leerstände vorhanden
- keine vollständige LM-Nahversorgung gegeben (zwei Bäcker, ein Metzger und ein LM-Fachgeschäft)
- Angebotsschwerpunkt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich (über die genannten Betriebe hinaus auch Blumengeschäft, Apotheke, Schreibwarengeschäft)
- ausschließlich inhabergeführte Fachgeschäfte und kleinteilige Betriebsstrukturen (VKF unter 100 qm)
- Dienstleistungsdichte geringer als beim Einzelhandel
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

## 11.2.4 E-Zentrum Bottroper Straße (06-04)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 44: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Bottroper Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 42: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
4	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
375 qm	25 qm	0 qm	400 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
75 qm	300 qm	25 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

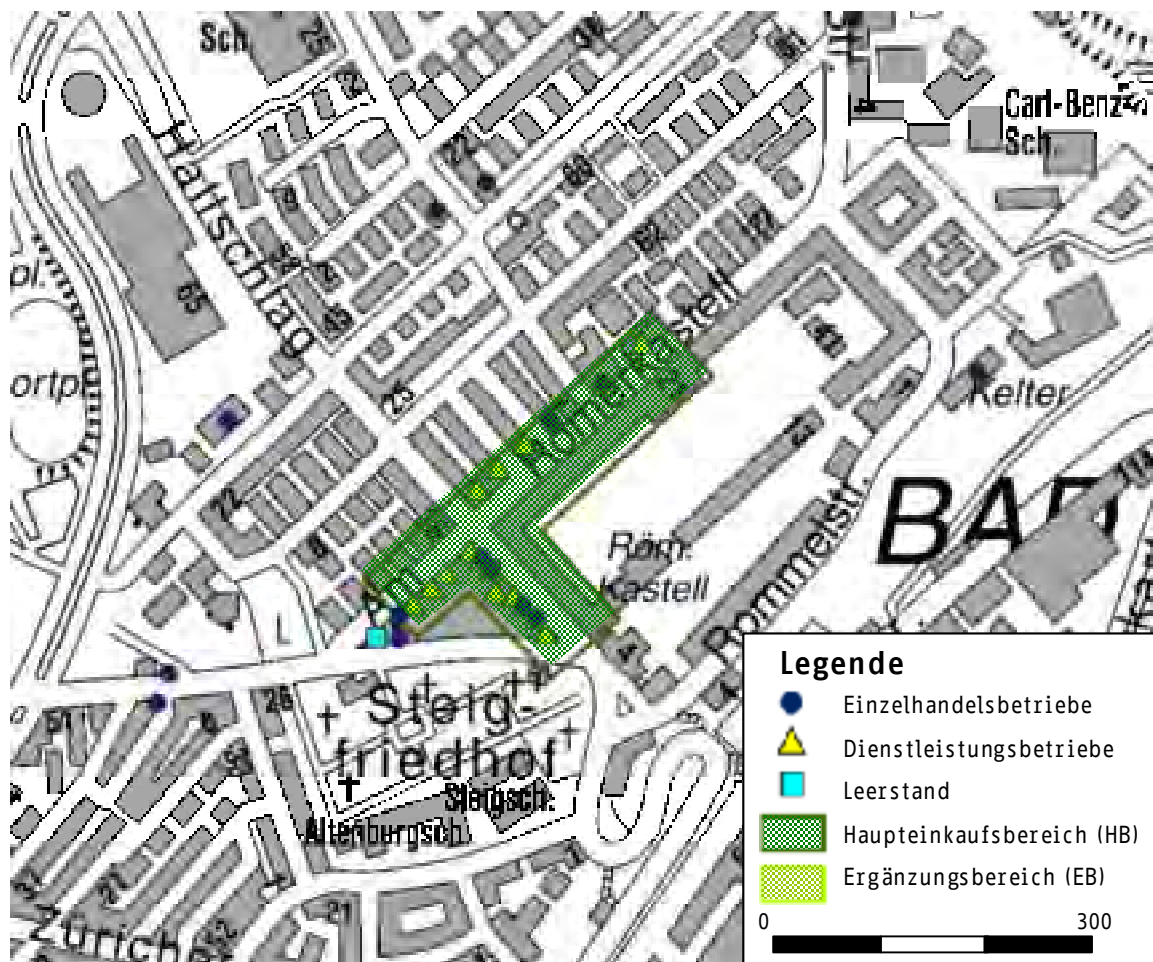


- westlich der Bottroper Straße gelegen, inmitten einer Plattenbausiedlung
- Sehr geringer Einzelhandelsbesatz
- keine Leerstände
- keine hinreichende LM-Nahversorgung gegeben
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (Drogeriemarkt, Apotheke, Bäckerei, Kiosk)
- mit Ausnahme des Drogeriemarktes kleine inhabergeführte Fachgeschäfte (Betriebsgrößen von unter 100 qm)
- geringe Dienstleistungsdichte
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 11.2.5 E-Zentrum Hallschlag/ Römerkastell (06-05)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 45: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Hallschlag/ Römerkastell



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 43: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
9	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
775 qm	25 qm	50 qm	825 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
525 qm	250 qm	0 qm	50 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- Lage um den Kreuzungsbereich Am Römer Kastell/ Hallschlag; von Hallschlag in südlicher Richtung bis Ecke Sparrhämlingweg (T-Form)
- mehrere Betriebe bei allerdings sehr geringer räumlicher Besatzdichte
- geringe Leerstandsquote
- LM-Nahversorgung wird durch einen Discounter gewährleistet, daneben sind drei Betriebe des LM-Handwerks und ein Lebensmittelgeschäft angesiedelt
- Angebotsschwerpunkte eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich (u.a. auch Apotheke, Drogeriemarkt) - Nahversorgungsstandort
- außer Discounter und Drogeriemarkt sehr kleinteilige Betriebsstrukturen mit VKF unter 50 qm
- eingeschränkte Magnetfunktion auf Grund seiner Randlage übernimmt der Discounter
- höhere Dienstleistungsdichte als beim Einzelhandel (darunter eine Bank, mehrere imbissähnliche Gastronomiebetriebe)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 11.2.6 Entwicklungsbereich Steinhaldenfeld (06-11)

- erstreckt sich entlang der Steinhaldenstraße auf dem hier neu gestalteten Platz
- sehr geringe räumliche Dichte des Einzelhandelsbesatzes
- keine hinreichende LM-Nahversorgung vorhanden, lediglich ein Bäcker
- Angebotsschwerpunkt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich
- Höhere Dienstleistungsangebot ist dichter als Einzelhandelsbesatz (u.a. Bank)



### **11.2.7 Entwicklungsbereich Brückenstraße (06-12)**

- an der Brückenstraße gelegen
- sehr geringer Einzelhandelsbesatz und geringe räumliche Dichte
- einige Leerstände vorhanden
- Fehlen eines Betriebes mit LM-Nahversorgungsfunktion;
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (u.a. Bäcker und ein größeres Weinfachgeschäft), daneben Angebote des langfristigen Bedarfs
- Mehrere Dienstleistungsbetriebe (insbesondere hohe Kneipen- und Imbissdichte)

### **11.2.8 Entwicklungsbereich Daimlerstraße (06-13)**

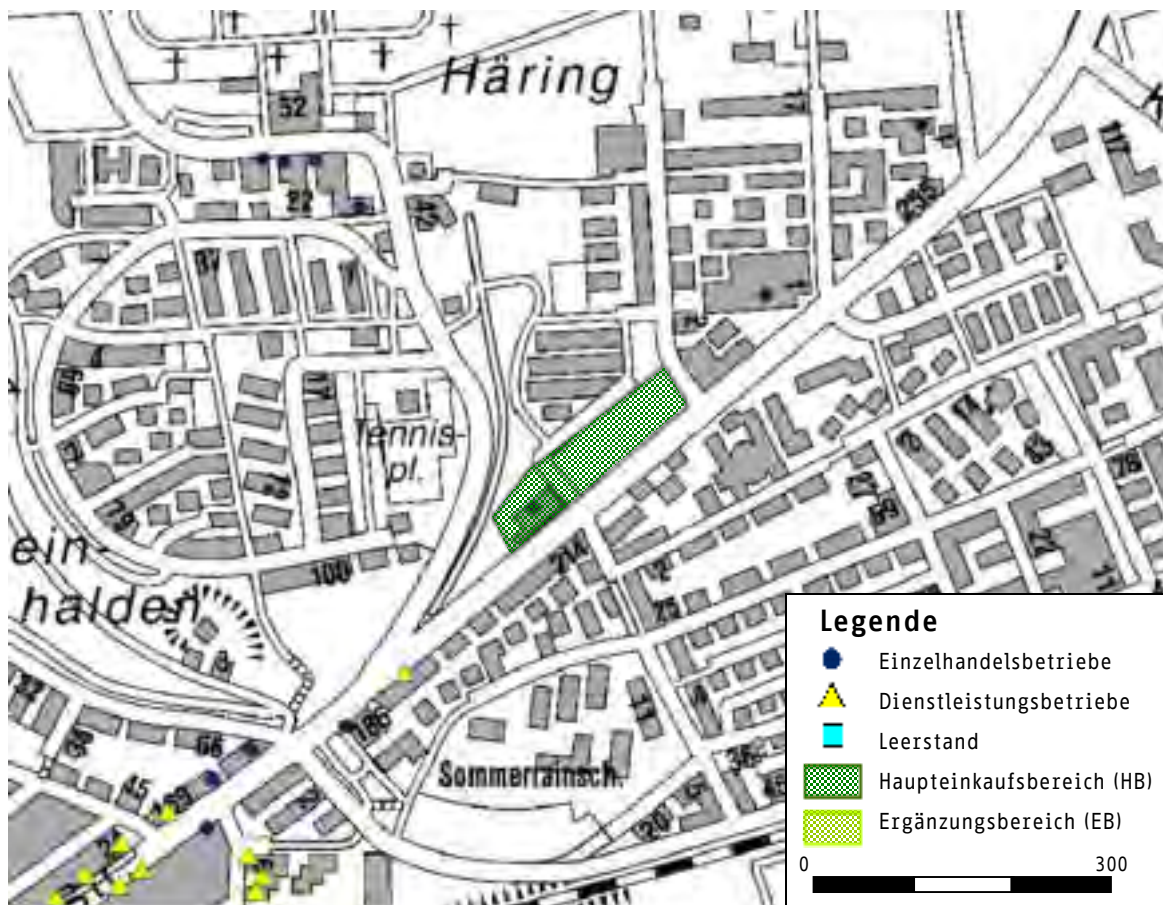
- entlang der Daimlerstraße zwischen Bahnlinie im Norden und Reichenbachstraße im Süden
- geringe räumliche Einzelhandelsdichte
- LM-Nahversorgung durch zwei LM-SB-Geschäfte
- spezielles Angebot durch einen großflächigen Baumarkt, der Magnetfunktion ausübt
- Angebotsschwerpunkt auf Grund des Baumarktes im langfristigen Bedarfsbereich

### **11.2.9 Entwicklungsbereich (Planung) ehm. Obere Ziegelei (06-14)**

- städtebaulich integrierte Lage des Planstandortes an der Schmidener Straße nordöstlich des Kreuzungsbereichs Schmidener Straße/ Sophie-Tschorn-Straße
- in unmittelbarer Nachbarschaft befindet sich nordwestlich des Kreuzungsbereichs bereits ein großflächige Discounter
- auf dem Planareal sind neben mehrgeschossigen Wohngebäuden Einzelhandel, insbesondere des täglichen/ kurzfristigen Bedarfs, vorgesehen - darunter auch ein großflächiger Supermarkt, der Versorgungsfunktion übernimmt

## Abgrenzungsvorschlag

Karte 46: Abgrenzungsvorschlag Entwicklungsbereich (Planung) ehm. Obere Ziegelei



Quelle: eigene Darstellung



## 12. STADTBEZIRK 07 BIRKACH

### 12.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 07 BIRKACH

Der Stadtbezirk "07 Birkach", mit rd. 6.800 Einwohnern der zweitkleinste Stadtbezirk in Stuttgart, liegt an der südöstlichen Verwaltungsgrenze der Landeshauptstadt. Bezogen auf die Anzahl der Betriebe und die Verkaufsfläche befindet sich in dem Stadtbezirk das geringste Einzelhandelsangebot aller Stadtbezirke: Die Gesamtverkaufsfläche der 17 Einzelhandelsbetriebe beträgt rd. 1.650 qm. Auf dieser Fläche wird ein Umsatz von rd. 10,7 Mio. € erwirtschaftet. Ein Großteil des Angebotes entfällt auf den Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel.

### 12.2 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 07 BIRKACH

Tab. 44: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 07 Birkach: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	925	5,7	39%
Drogerie/ Parfümerie	150	0,5	28%
Apotheke	75	3,1	99%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	50	0,2	24%
Blumen/ Zoo	75	0,2	29%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>1.275</b>	<b>9,6</b>	<b>46%</b>
Bekleidung und Zubehör	25	0,1	4%
Schuhe, Lederwaren	50	0,2	26%
Sport/ Freizeit	0	0,0	0%
Spielwaren	0	0,0	0%
Bücher	0	0,0	0%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	25	0,0	7%
Haus-/ Heimtextilien	25	0,0	2%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>125</b>	<b>0,4</b>	<b>5%</b>
Uhren/ Schmuck	25	0,2	40%
Foto/ Optik und Zubehör	50	0,3	49%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	0	0,0	0%
Elektro/ Leuchten	0	0,0	0%
Teppiche/ Bodenbeläge	25	0,0	5%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	75	0,1	5%
Möbel, Antiquitäten	0	0,0	0%
Sonstiges	25	0,1	6%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>200</b>	<b>0,7</b>	<b>6%</b>
<b>Summe</b>	<b>1.650</b>	<b>10,7</b>	<b>27%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



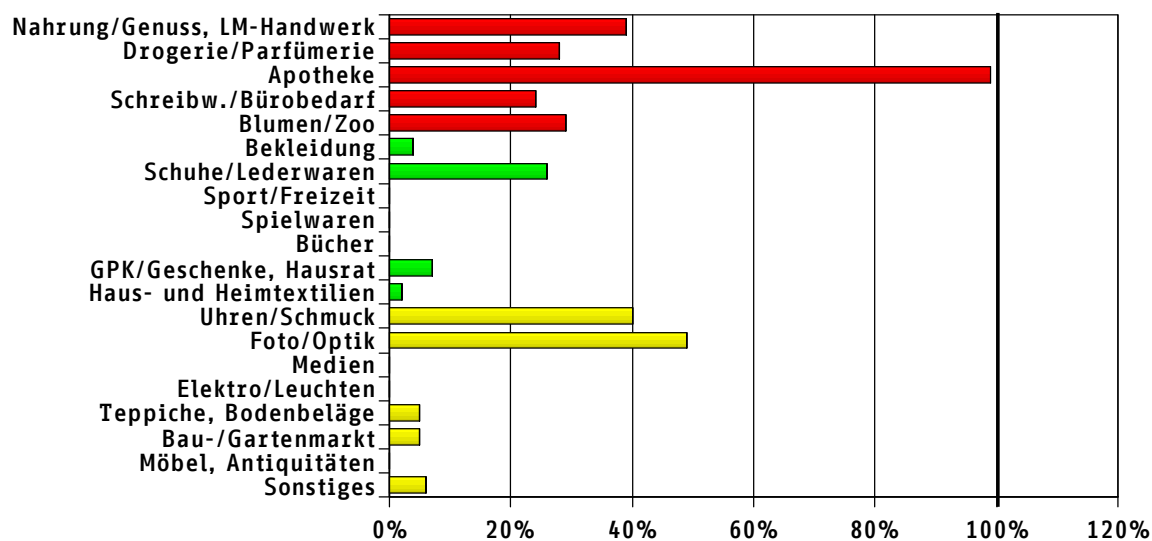


Der Stadtbezirk "07 Birkach" weist mit 27% die niedrigste Gesamtbindungsquote aller Stadtbezirke in der Landeshauptstadt auf, d.h. es kommt per Saldo zu deutlichen Kaufkraftabflüssen.

In keinem der Bedarfsbereiche wird eine Bindungsquote von 100% erreicht. Sortimentsweise betrachtet liegt lediglich im Sortiment Apotheke eine Bindungsquote von annähernd 100% vor. In zahlreichen Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches sind sehr niedrige Bindungsquoten von weniger als 20% zu verzeichnen, teilweise kommen Sortimente gar nicht vor. Zurückzuführen ist dies im Wesentlichen auf die geringe Größe des Stadtbezirks.

Die Bindungsquote im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel liegt mit 39% deutlich niedriger als in anderen Stadtbezirken. In Bezug auf die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe weist der Stadtbezirk zudem deutliche Defizite auf. Lediglich 55% der Einwohner wohnen innerhalb eines 500-Meter-Umkreises zum nächsten Lebensmittelbetrieb (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 37: Bindungsquote Stadtbezirk 07 Birkach

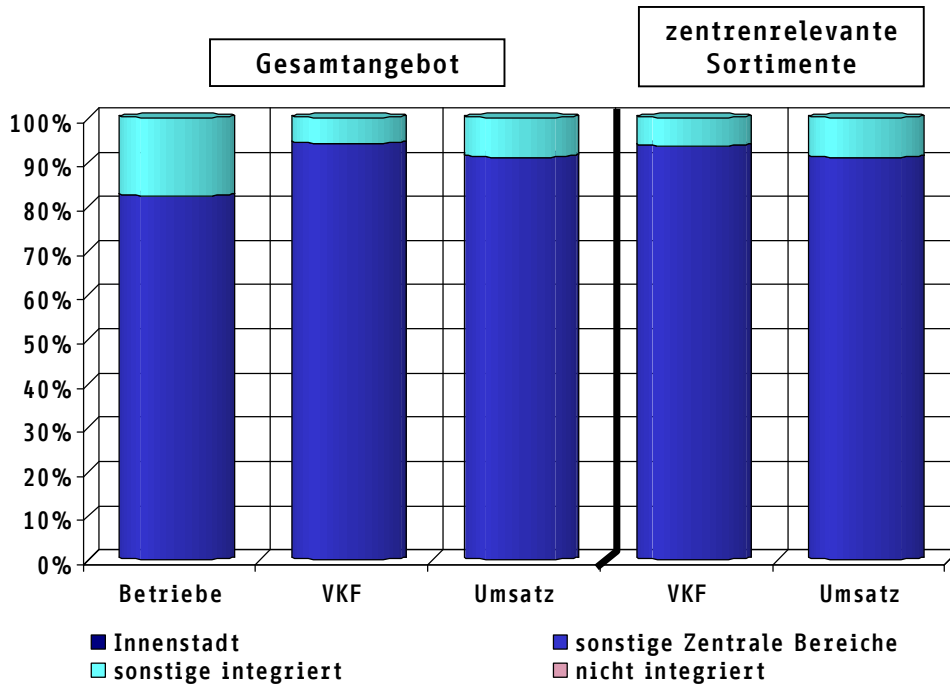


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In Bezug auf die räumliche Verteilung des Angebotes wird hier die Konzentration des Angebotes auf den einzigen zentralen Bereich im Stadtbezirk deutlich: 82% der Betriebe und 94% der Verkaufsflächen befinden sich im E-Zentrum Alte Dorfstraße (07-01). Einzelhandelsstandorte in nicht integrierten Lagen sind nicht vorhanden. Im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile der Einzelhandelsbetriebe im E-Zentrum ebenfalls am höchsten.



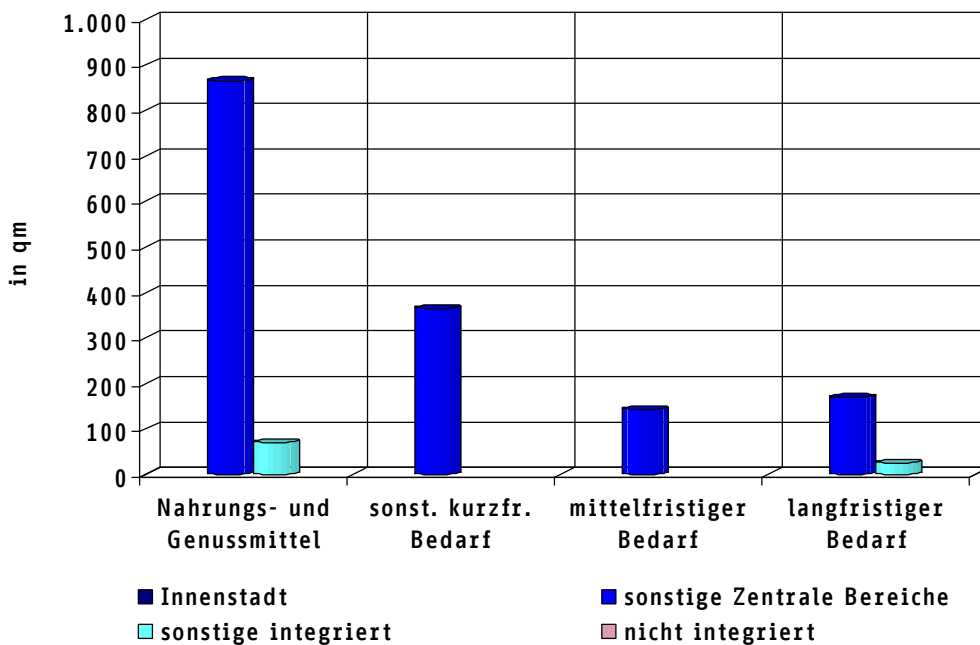
Abb. 38: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 07 Birkach



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Differenziert nach Lagen ist die Konzentration des Angebotes in dem E-Zentrum erkennbar. Auf den Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel entfällt der größte Verkaufsflächenanteil, wodurch die Nahversorgungsfunktion des E-Zentrum zum Ausdruck kommt.

Abb. 39: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 07 Birkach



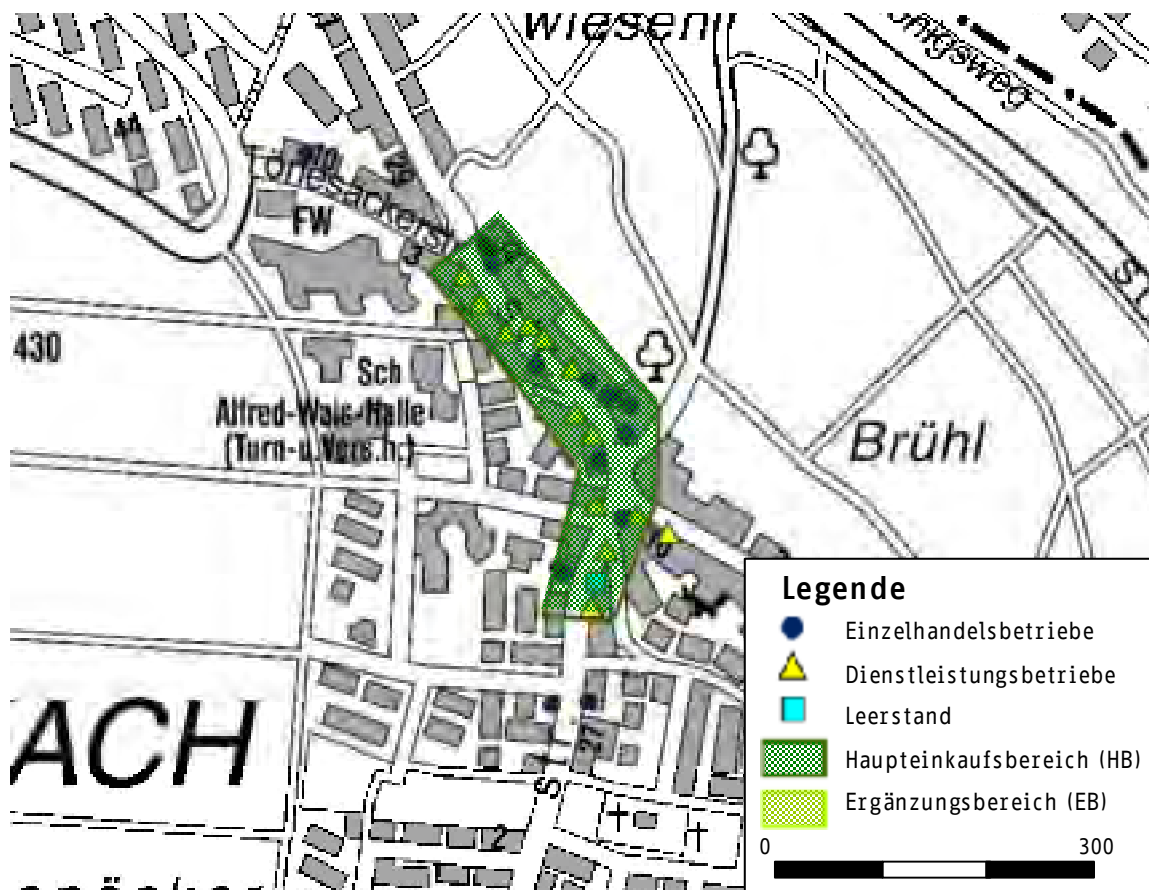
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 12.3 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 07 BIRKACH

### 12.3.1 E-Zentrum Alte Dorfstraße (07-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 47: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Alte Dorfstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 45: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
14	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.225 qm	200 qm	125 qm	1.550 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
875 qm	375 qm	150 qm	175 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- erstreckt sich linear entlang der Birkheckenstraße ab dem Kreuzungsbereich mit der Törlesäcker Straße über die Welfenstraße bis kurz nach der Ecke Äxtlestraße; der südliche Bereich ist durch eine leichte Hanglage gekennzeichnet
- mittlere Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte; nur selten besteht ein Bruch durch Wohnnutzung im Erdgeschoss
- relativ umfassendes LM-Nahversorgungsangebot: Neben einem LM-SB-Markt und einem LM-Discounter sind noch zwei Bäckereien und ein Drogeriemarkt mit ergänzendem Nahrungsangebot in dem Bereich angesiedelt
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (zusätzlich der aufgeführten Betriebe u.a. zwei Apotheken, ein Schreibwarengeschäft), daneben vereinzelt auch Angebote im mittelfristigen und langfristigen Bedarfsbereich (z.B. Bekleidung)
- mit Ausnahme der beiden Lebensmittelbetriebe kleinteilige Strukturen mit VKF von zumeist unter 50 qm.
- als Frequenzbringer fungieren der LM-SB-Markt und der LM-Discounter
- verschiedene Dienstleistungen (u.a. auch Ärzte, Banken) mit ähnlicher Besatzdichte wie beim Einzelhandel
- E-Zentrum mit über den Nahbereich hinausgehender Versorgungsfunktion erfüllt Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nach BverwG-Urteil (vgl. Kap. 3.1)



## 13. STADTBEZIRK 08 BOTNANG

### 13.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 08 BOTNANG

Der Stadtbezirk "08 Botnang", der nur einen Stadtteil aufweist, befindet sich im Westen des Stadtgebietes. Rd. 13.800 Personen leben in diesem Stadtbezirk. Die Gesamtverkaufsfläche der insgesamt 44 Betriebe beträgt rd. 5.300 qm. Auf dieser Fläche wird ein Gesamtumsatz von 28,6 Mio. € erwirtschaftet. Die mit Abstand höchsten Anteile bezogen auf die Verkaufsfläche und den Umsatz verzeichnet das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel.

Tab. 46: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 08 Botnang: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	2.975	15,7	53%
Drogerie/ Parfümerie	475	1,4	39%
Apotheke	175	6,3	98%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	200	0,7	54%
Blumen/ Zoo	425	0,9	78%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>4.250</b>	<b>25,0</b>	<b>59%</b>
Bekleidung und Zubehör	125	0,5	7%
Schuhe, Lederwaren	0	0,0	0%
Sport/ Freizeit	25	0,1	7%
Spielwaren	25	0,1	6%
Bücher	125	0,6	36%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	200	0,3	23%
Haus-/ Heimtextilien	0	0,0	0%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>500</b>	<b>1,6</b>	<b>10%</b>
Uhren/ Schmuck	25	0,2	28%
Foto/ Optik und Zubehör	125	0,8	57%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	50	0,4	8%
Elektro/ Leuchten	0	0,0	1%
Teppiche/ Bodenbeläge	0	0,0	0%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	325	0,5	8%
Möbel, Antiquitäten	0	0,0	0%
Sonstiges	0	0,1	2%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>525</b>	<b>2,0</b>	<b>9%</b>
<b>Summe</b>	<b>5.300</b>	<b>28,6</b>	<b>35%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

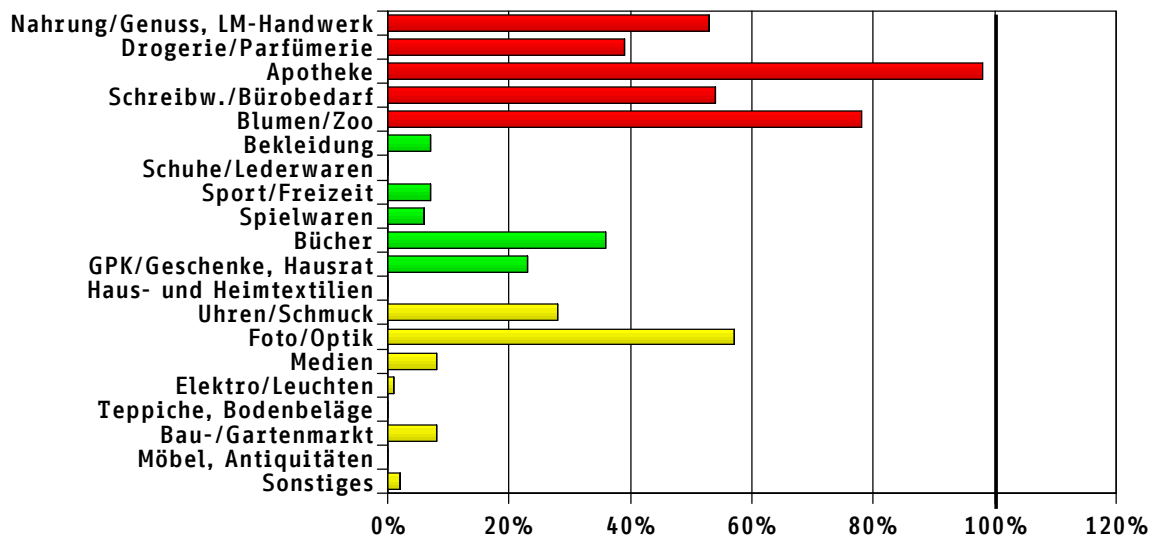
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



Der Stadtbezirk "08 Botnang" weist mit lediglich 35% eine im Vergleich zu anderen Stadtbezirken sehr niedrige Gesamtbindungsquote auf. Per Saldo fließen zwei Drittel der stadtbezirksbezogenen Kaufkraft ab. In keinem der Bedarfsbereiche wird eine Bindungsquote von 100% erreicht. Sortimentsweise betrachtet liegt lediglich im Sortiment Apotheke eine Bindungsquote von annähernd 100% vor. In den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches sind in dem Stadtbezirk nur wenige bis keine Angebote vorhanden.

Auch im für die Nahversorgung bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel beträgt die Bindungsquote lediglich 53%, d.h. es fließt in hohem Maße Kaufkraft von nach außerhalb. Die räumliche Nahversorgungssituation ist ebenfalls als leicht unterdurchschnittlich zu bewerten: Rd. 72% der Bewohner im Stadtbezirk wohnen in einer Entfernung von 500 Metern zum nächstliegenden Lebensmittelbetrieb (vgl. Kap. 5.2.4). Im Umkehrschluss besteht für rd. 3.800 Bewohner keine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit.

Abb. 40: Bindungsquote Stadtbezirk 08 Botnang

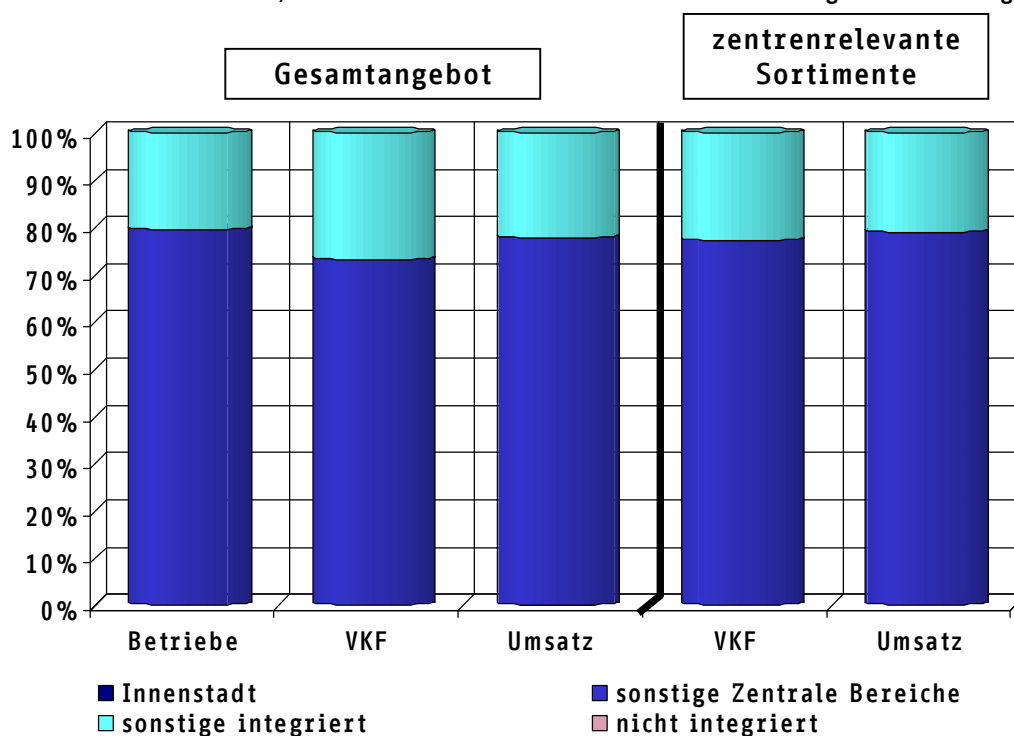


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bezogen auf die räumliche Verteilung bzw. Lage der Betriebe wird eine deutliche Dominanz der zwei Zentren des Stadtbezirkes deutlich. Es befinden sich 80% der Betriebe in "08 Botnang" in den zwei Zentren. Betriebe in nicht integrierter Standortlage sind im Stadtbezirk nicht vorhanden.



Abb. 41: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 08 Botnang



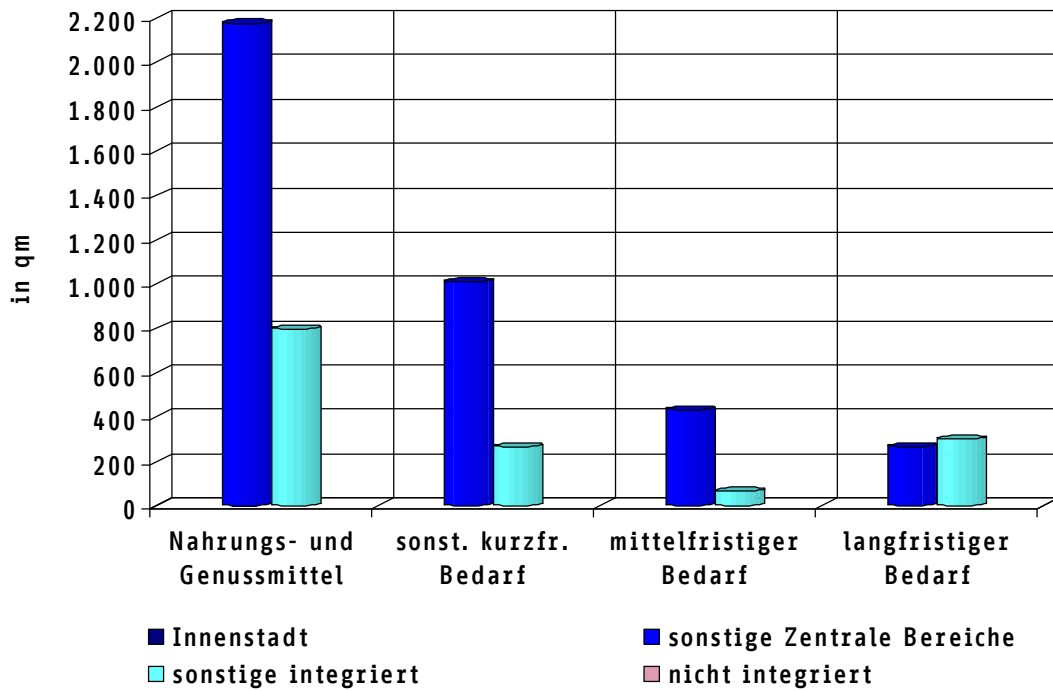
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Im Stadtbezirk "08 Botnang" wird die Bedeutung der Lebensmittel(nah)versorgung in den beiden Zentren in der folgenden Grafik deutlich. Annähernd drei Viertel des für die Nahversorgung bedeutsamen Sortimentes Nahrungs-/ Genussmittel sind in den zwei Zentren von "08 Botnang" angesiedelt. Einzelhandelsstandorte in nicht integrierter Lage sind in dem Stadtbezirk nicht vorhanden.





Abb. 42: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 08 Botnang



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

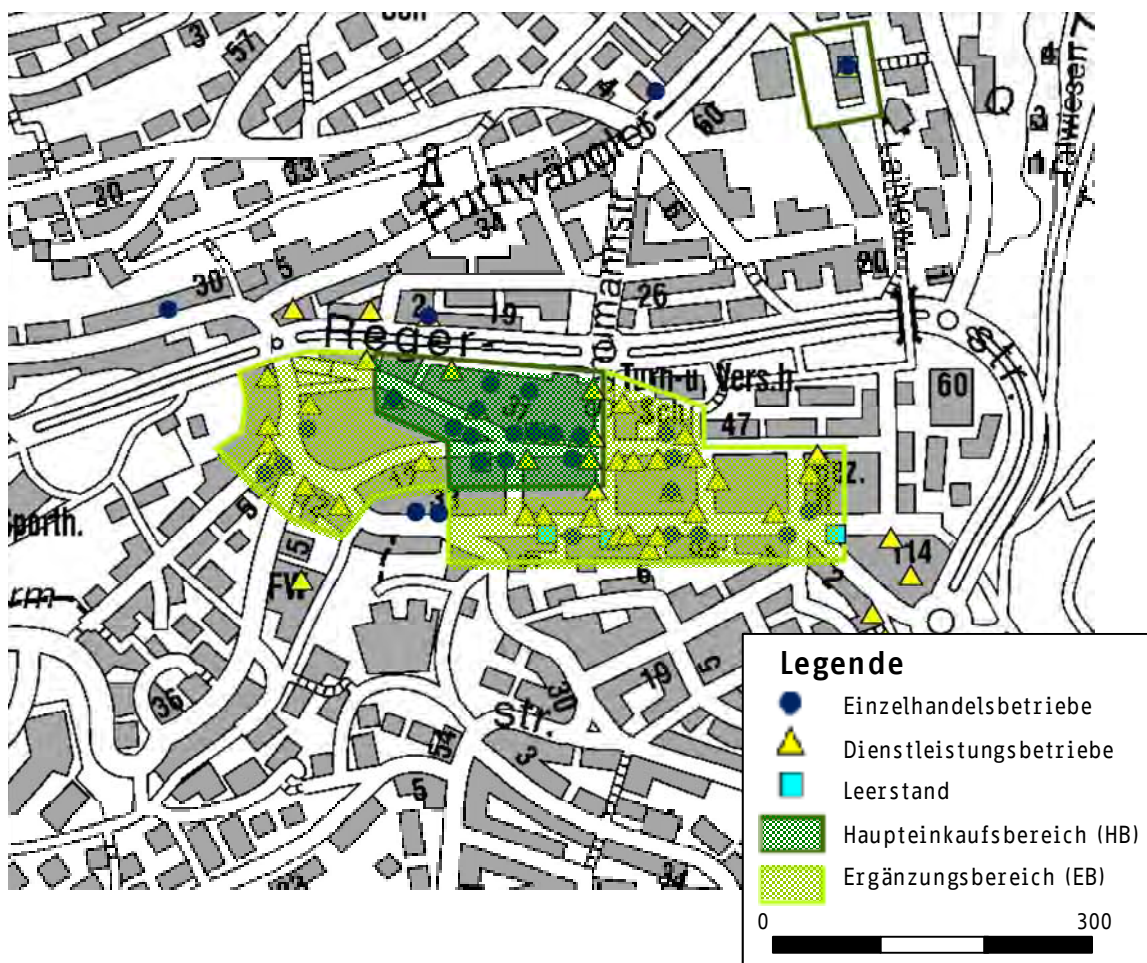
## 13.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 08 BOTNANG

### 13.2.1 D-Zentrum Franz-Schubert-Straße (08-01)

#### Lage und Ausdehnung

- Haupteinkaufsbereich auf/ um Platzbereich Franz-Schubert-Straße Ecke Griegstraße
- Ergänzungsbereiche entlang Alte Stuttgarter Straße und östliche Franz-Schubert-Straße

Karte 48: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Franz-Schubert-Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 13.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 47: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
29	1	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.175 qm	600 qm	50 qm	2.825 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.550 qm	625 qm	375 qm	250 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte auf dem Platzbereich Franz-Schubert-Straße Ecke Griegstraße - im übrigen ZVB relativ gering (z.T. Wohnen im EG)
- sehr geringe Dichte im Ergänzungsbereich Alte Stuttgarter Straße und Klingstraße (Bezirksrathaus) - in den Seitenstraßen zwischen Alte Stuttgarter Straße und Franz-Schubert-Straße bricht der Einzelhandelsbesatz ab
- z.T. Leerstände in den Randbereichen

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Supermarkt, diverse LM-Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk (diverse Bäcker und Metzger) sowie ergänzende Angebote z.B. in Drogeriemärkten
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt im Griegstraße (wöchentlich)
- fußläufig erreichbarer Discounter in integrierter Lage nördlich des Platzbereichs auf Höhe S/U-Bahn-Haltestelle Regerstraße
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich - lückenhaft auch im mittelfristigen sowie vereinzelt im langfristigen Bedarfsbereich
- keine spezielle Angebotsvielfalt

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- hauptsächlich kleine Betriebe ( $\leq 100$  qm VKF) - kleinteilige Strukturen
- ausgewogenes Verhältnis von inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- gute Angebotsqualität und mittel- bis hochpreisiges Niveau
- keine besonders auffälligen Warenpräsentationen oder Schaufenstergestaltungen - positive Beispiele vorhanden

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Supermarkt auf dem zentralen Platzbereich

### 13.2.1.2 Dienstleistungsangebot

#### Dienstleistungsbesatz

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistungen auf dem zentralen Platzbereich - bricht in den Seitenstraßen immer wieder ab

#### Gastronomie

- vielfältiges Angebot insbesondere auf dem Platzbereich, z.T. mit attraktiver (Außen-) Gastronomie

#### Öffentliche Einrichtungen

- u.a. Bezirksrathaus, Stadtbibliothek, Bürgerhaus, Kindergarten

Foto 54: Zentraler Platzbereich mit Lebensmittelnahversorgung



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 55: Alte Stuttgarter Str.: schwacher Einzelhandels-/ Dienstleistungsbesatz



Quelle: eigenes Foto August 2007

### 13.2.1.3 Städtebau und Verkehr

#### Städtebauliche Strukturen

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur: attraktive Gründerzeitbebauung (z.T. sehr schöne Eckgebäude) bis schlichte Nachkriegsbauten - z.T. auch gut integrierte moderne Gebäudekomplexe (z.B. städtebaulich homogen wirkender Platzbereich aus den 1990er Jahren)
- auf und um den zentralen Platzbereich zwei- bis viergeschossige und geschlossene Bauweise
- im Ergänzungsbereich überwiegend zwei- bis dreigeschossig und z.T. frei stehend



### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- attraktive Gestaltung auf dem zentralen Platzbereich (gepflastert und begrünt, Brunnen/ Spielbereich, Fahrradständer, nicht-kommerzielle Sitzgelegenheiten) → öffentlicher Kommunikations- und Treffpunkt mit lebendiger Atmosphäre
- keine besonderen Gestaltungsmerkmale in sonstigen Straßenzügen
- abnehmende Gestaltungsintensität in Nebenstraßen und im Ergänzungsbereich, z.T. Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf (z.B. Alte Stuttgarter Straße)

### **Verkehr und Frequenz**

- relativ schwaches Verkehrsaufkommen im gesamten ZVB
- ebenerdiges Parken im Straßenraum, Tiefgarage im Supermarkt (Zufahrt aus Regerstraße) und ebenerdige Sammelstellplätze (u.a. Brachflächen)
- gute Lage der S-Bahn-Haltestelle Regerstraße unmittelbar nördlich des Platzbereichs mit direkter Fußwegeanbindung
- Fußgängerzone auf dem Platzbereich mit temporär hoher Passantenfrequenz - im restlichen ZVB bei geringer Nutzungsdichte eher schwache Passantenfrequenz

### **Flächenpotenziale**

- große Potenzialfläche im Bereich Alte Stuttgarter Straße Ecke Franz-Schubert-Straße (direkt hinter Hotel) - provisorische Zwischennutzung als ebenerdiger Sammelparkplatz
- kleine Potenzialfläche in der Franz-Schubert-Straße nahe Platzbereich

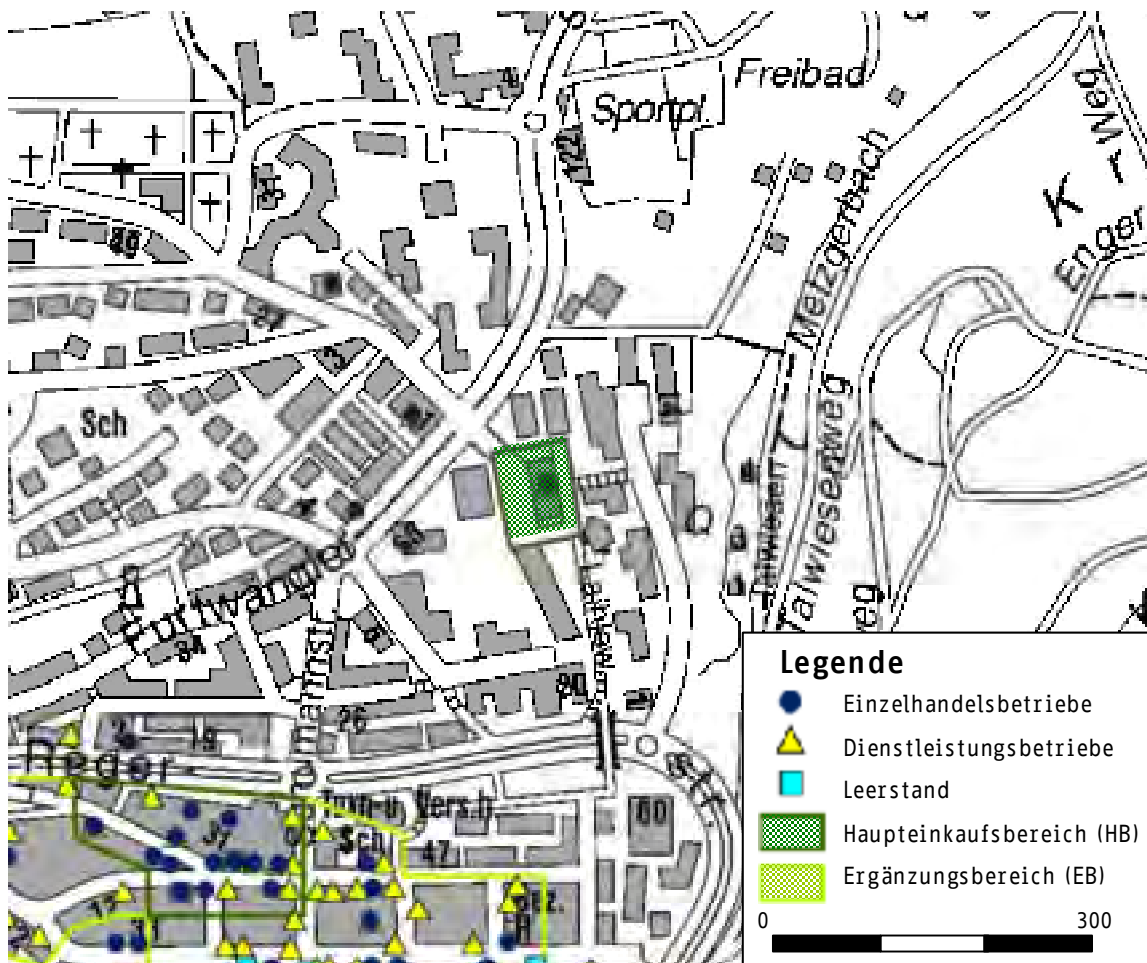
#### **13.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt und Stärkung der Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Botnang
- Neubebauung der Potenzialflächen in der Franz-Schubert-Straße:
  - Realisierung von Einzelhandels-/ Dienstleistungsflächen
  - Anpassung an das bestehende städtebauliche Umfeld
- Städtebaulich-gestalterische, funktionale Aufwertung Franz-Schubert- und Griegstraße
  - Stärkung der Verbindung zwischen zentralem Platzbereich und westlichem Ergänzungsbereich
  - Erhalten/ Schaffen kompakter Strukturen

### 13.2.2 E-Zentrum Im Laihle (08-02)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 49: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Im Laihle



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 48: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
6	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.000 qm	50 qm	0 qm	1.050 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
625 qm	375 qm	50 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- Lage am Kreuzungsbereich Furtwängler Straße/ Leharstraße in einer Plattenbausiedlung
- hohe räumliche Dichte durch Konzentration des Einzelhandelsangebotes in nur einem Gebäudekomplex
- geringe Leerstandsquote (ein leer stehendes Ladenlokal)
- LM-Nahversorgungsfunktion wird durch einen Supermarkt ausgeübt, darüber hinaus gibt es eine Bäckerei und eine Drogerie mit ergänzendem Nahrungs-/ Genussmittelangebot
- reiner Nahversorgungsstandort, fast ausschließlich Angebote im kurzfristigen Bedarfsbereich
- kleine bis mittelgroße Betriebe, darunter drei Filialen
- Magnetbetrieb Supermarkt
- räumliche Dichte an Dienstleistungsangebote (u.a. Ärzte, Café, Kirche)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter





## 14. STADTBEZIRK 09 DEGERLOCH

### 14.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 09 DEGERLOCH

Der Stadtbezirk "09 Degerloch" (rd. 17.400 Einwohner) grenzt im Süden an den "inneren" Stadtbezirk "04 Süd" an. Die Gesamtverkaufsfläche der insgesamt 104 Betriebe beträgt rd. 10.800 qm. Auf dieser Verkaufsfläche wird ein Umsatz von rd. 57,1 Mio. € erzielt. Die nachfolgende Tabelle verdeutlicht den bezogen auf Verkaufsfläche und Umsatz wichtigen Stellenwert des Sortimentes Nahrungs-/ Genussmittel.

**Tab. 49: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 09 Degerloch: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €**

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	3.800	22,6	60%
Drogerie/ Parfümerie	875	4,5	101%
Apotheke	375	9,4	117%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	300	1,0	59%
Blumen/ Zoo	500	0,9	67%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5.850</b>	<b>38,4</b>	<b>72%</b>
Bekleidung und Zubehör	925	5,0	50%
Schuhe, Lederwaren	200	0,7	32%
Sport/ Freizeit	375	1,2	71%
Spielwaren	25	0,1	4%
Bücher	150	0,8	38%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	350	0,5	36%
Haus-/ Heimtextilien	300	0,7	47%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.325</b>	<b>8,9</b>	<b>43%</b>
Uhren/ Schmuck	100	0,7	64%
Foto/ Optik und Zubehör	250	1,6	88%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	275	2,6	43%
Elektro/ Leuchten	325	0,9	38%
Teppiche/ Bodenbeläge	75	0,1	19%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	1.350	1,9	26%
Möbel, Antiquitäten	25	0,1	1%
Sonstiges	275	1,8	44%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>2.675</b>	<b>9,7</b>	<b>33%</b>
<b>Summe</b>	<b>10.800</b>	<b>57,1</b>	<b>55%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

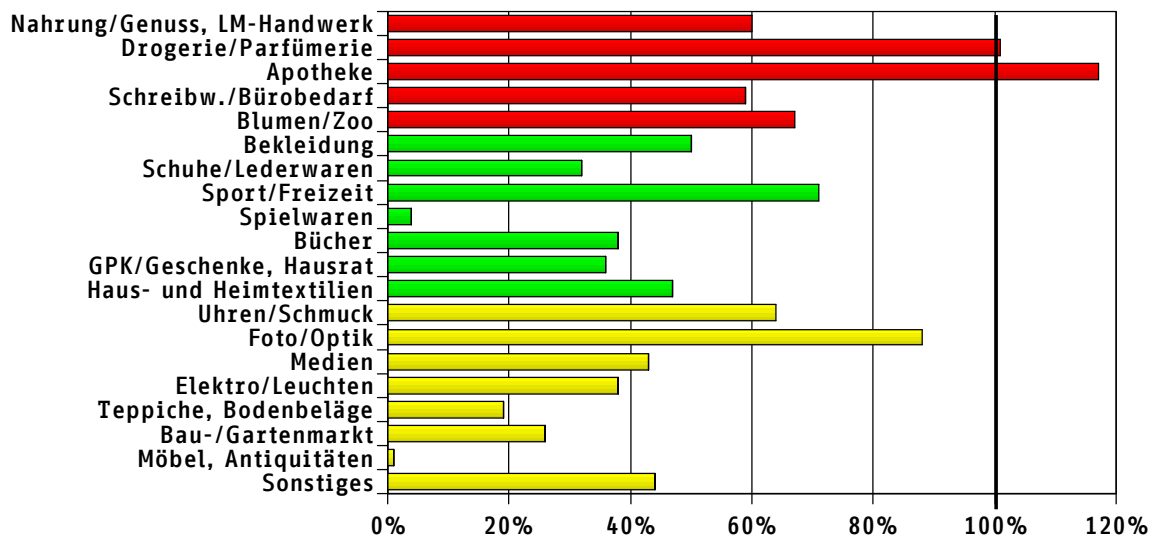
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



Die Gesamtbindungsquote im Stadtbezirk "09 Degerloch" beträgt rd. 55%. Dieser Wert weist darauf hin, dass es per Saldo zu deutlichen Kaufkraftabflüssen aus dem Stadtbezirk kommt. Sortimentsbezogene Kaufkraftzuflüsse werden in den Sortimenten Drogerie/ Parfümerie sowie insbesondere im Sortimentsbereich der Apotheken erzielt.

Im für die Nahversorgung wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird lediglich eine Bindungsquote von rd. 60% erzielt. Zudem liegt - auf Grund der räumlichen Verteilung der Lebensmittelbetriebe im Stadtbezirk "09 Degerloch" - ein unterdurchschnittlicher Nahversorgungsanteil von rd. 63% vor (vgl. Kap. 5.2.4)

Abb. 43: Bindungsquote Stadtbezirk 09 Degerloch



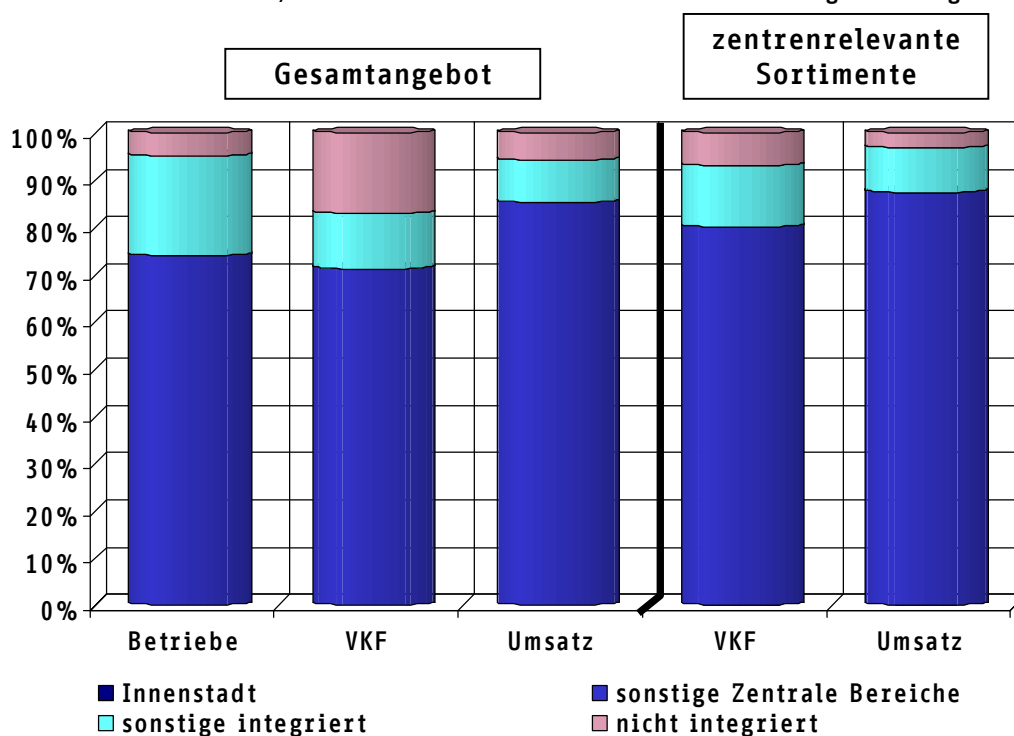
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die Verteilung der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzanteile zeigt, dass sich 74% der Betriebe und 71% der Verkaufsflächen in den Zentren von "09 Degerloch" befinden. Auch bezogen auf die zentrenrelevanten Sortimente liegen diese überwiegend funktionsadäquat in den zentralen Lagen.

Die Betriebe in nicht integrierter Lage weisen lediglich einen geringen Anteil von rd. 5% auf, jedoch ist rd. 17% der Gesamtverkaufsfläche an nicht integrierten Standorten angesiedelt. Zurückzuführen ist dies hauptsächlich auf einen großflächigen Betrieb mit überwiegend gartencentertypischen Sortimenten in dem Stadtteil Tränke. Der Verkaufsflächenanteil zentrenrelevanter Sortimente, die von Betrieben an nicht integrierten Standorten angeboten werden, beträgt rd. 7%.



Abb. 44: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 09 Degerloch

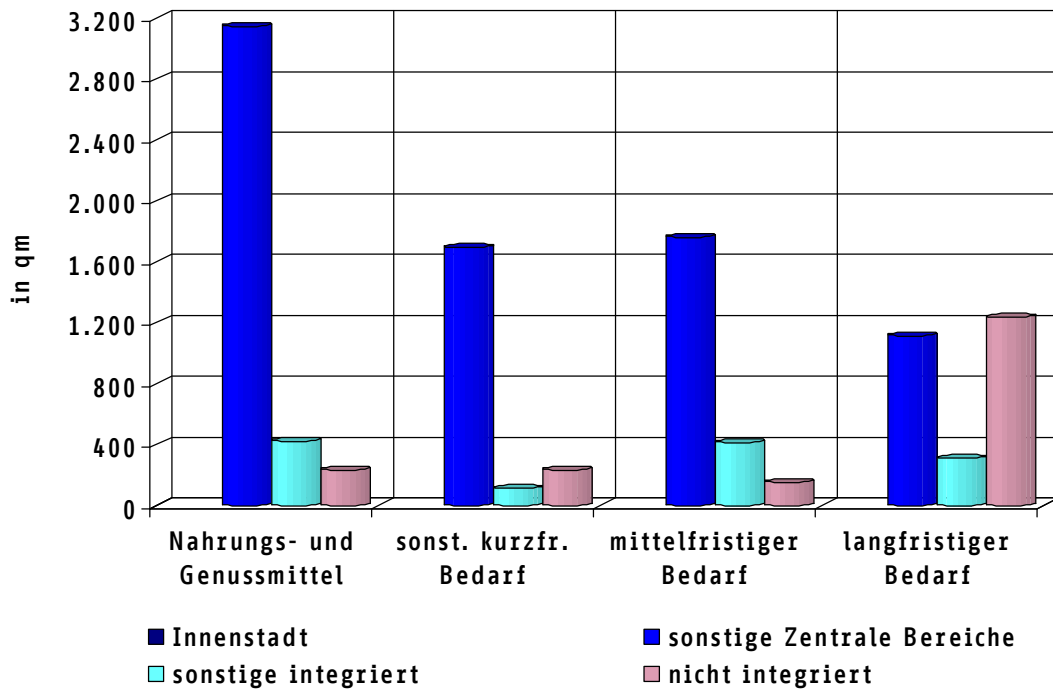


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die in der nachstehenden Abbildung dargestellte Einzelhandelsstruktur nach Lage verdeutlicht die Bedeutung der Zentren für den kurz- und mittelfristigen Bedarf. Der im Vergleich zu anderen Sortimenten hohe Verkaufsflächenwert des Sortimentes Nahrungs-/ Genussmittel ist auf sechs Lebensmittelbetriebe in den Zentren (fünf im D-Zentrum Degerloch-Ortsmitte, einer in Hoffeld-Ortsmitte) zurückzuführen. Sortimente des langfristigen Bedarfsbereich werden hingegen nach Lagen hauptsächlich an nicht integrierten Standorten angeboten.



Abb. 45: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 09 Degerloch



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

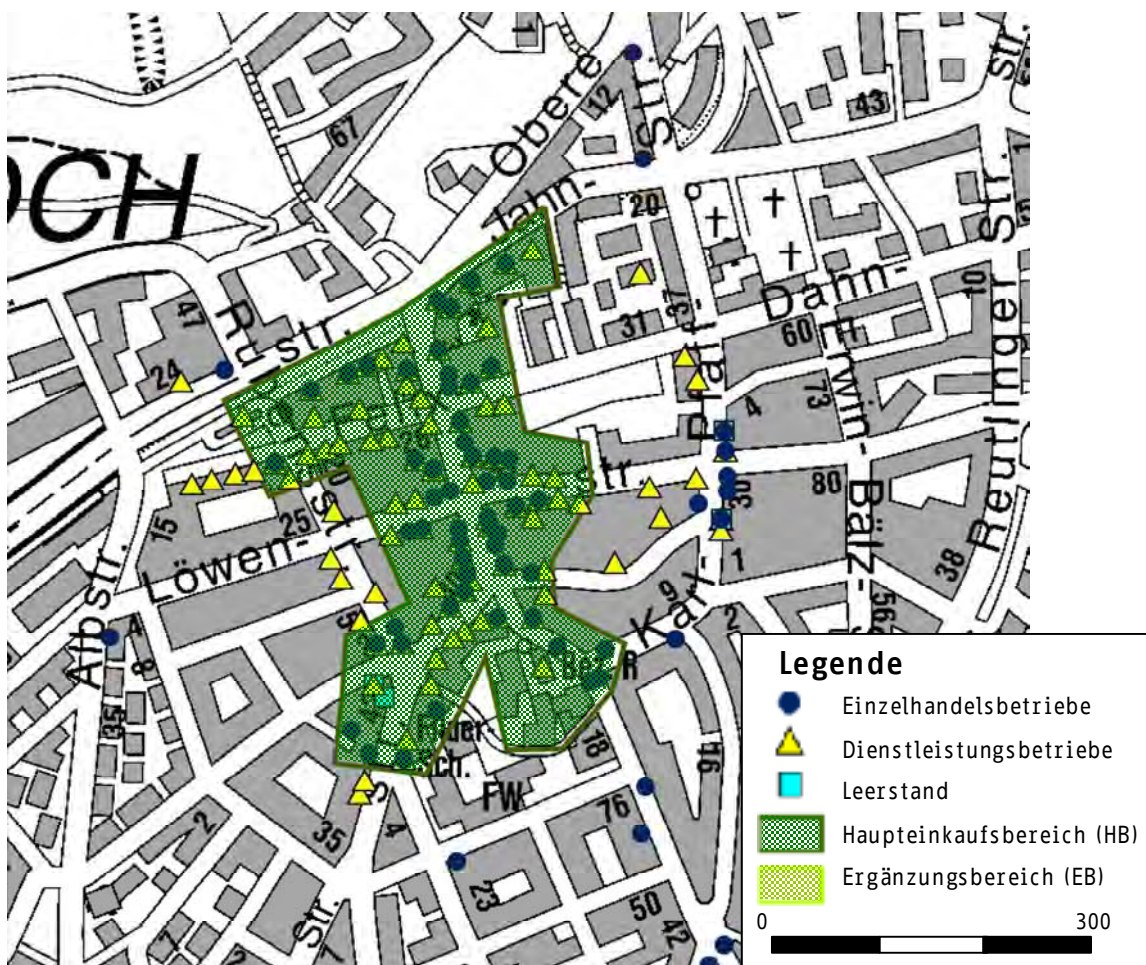
## 14.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 09 DEGERLOCH

### 14.2.1 D-Zentrum Degerloch-Ortsmitte (09-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich im Wesentlichen entlang Epplerstraße zwischen Löffel-/Jahnstraße und Agnes-Kneher-Platz sowie in die hierzu orthogonal verlaufenden Seitenstraßen

Karte 50: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Degerloch-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 14.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 50: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
73	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
4.400 qm	2.175 qm	675 qm	7.275 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
2.825 qm	1.575 qm	1.750 qm	1.100 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte entlang Epplestraße sowie südliche Straßenseite Löffel-/ Jahnstraße
- abnehmende Einzelhandelsdichte Richtung Süden sowie in östlich/ westlich angrenzenden Seitenstraßen (überwiegend Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im Erdgeschoss)
- außer im südlichen Teilbereich keine Leerstände vorhanden
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum stellenweise noch Einzelhandelsbesatz vorhanden - ohne räumlich-funktionale Anbindung (z.B. Karl-Pfaff-Straße, vgl. Karte 50)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes und vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: zwei Supermärkte, ein Lebensmitteldiscounter, zwei Biomärkte (alle unterhalb der Großflächigkeit) sowie eine hohe Anzahl an Lebensmittel-Fachgeschäften, Lebensmittelhandwerksbetrieben und ergänzenden Lebensmittelangeboten in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemärkte)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Rathausplatz (zweimal wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkte im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- ausgeglichenes Angebot im sonstigen kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (Betriebe z.T. in Konkurrenzsituation, z.B. Bekleidung und Schuhe)

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- insbesondere im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich eher kleinteilige Betriebsstrukturen
- kleine ( $\leq 100$  qm VKF) bis "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Betriebe im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- insgesamt keine großflächigen Betriebe vorhanden
- ausgewogenes Verhältnis von augenscheinlich inhabergeführten Fachgeschäften zu Filialisten



### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von mittel bis gehoben/ hochpreisig
- variierende Qualität in Bezug auf Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung  
- überwiegend ansprechend

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Lebensmittelbetriebe (s.o.)

#### **14.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum, u.a. eine Postfiliale

##### **Gastronomie**

- gastronomisches Angebot vorhanden - Qualität und Gestaltung variierend von gering bis hochwertig
- Konzentration an gastronomischen Außensitzbereichen Löffel- Ecke Rubensstraße

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- Konzentration an diversen öffentlichen Einrichtungen auf Agnes-Kneher-Platz: u.a. Bezirksrathaus, Feuerwehrhaus, diverse kirchliche und schulische Einrichtungen

#### **14.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur
- Epplerstraße: historisch wie nachkriegszeitlich und z.T. modern geprägte, überwiegend geschlossene, zwei- bis viergeschossige Bauweise, an wenigen Stellen auch offen und giebelständig
- entlang Jahn-/ Löffelstraße moderne Dienstleistungskomplexe in geschlossener Bauweise





- in abgehenden Nebenstraßen z.T. deutlich nachlassende städtebauliche Dichte bei stellenweise ein- bis zweigeschossiger, offener Bauweise mit Einfriedungen und Vorgärten
- Platzsituation Agnes-Kehner-Platz: historischer Platzbereich gefasst von drei- bis viergeschossiger, meist giebelständiger, offener Bebauung
- architektonische Akzente: historische Ensemblewirkung auf Agnes-Kehner-Platz (Bezirksrathaus, Kirche) → identitätsstiftende Wirkung
- Gebäude eines Lebensmitteldiscounters in der Epplerstraße als "Positivbeispiel" für städtebauliche Integration moderner Lebensmittelbetriebe (vgl. Foto 56)

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- moderne Gestaltung des öffentlichen Raums entlang des Einkaufsstraßenkreuzes Löffel-/ Jahnstraße - Epplerstraße sowie auf dem Agnes-Kehner-Platz (u.a. einheitliche Bodenbelagsgestaltung, öffentliche Sitzgelegenheiten, Grünbereiche und Baumpflanzung und sonstige Gestaltungselemente)  
→ (nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität
- abnehmende Gestaltungsintensität in den Seitenstraßen feststellbar

Foto 56: Neubau eines Lebensmitteldiscounters in der Epplerstraße



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 57: Identität auf dem Agnes-Kehner-Platz



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

### Verkehr und Frequenz

- vergleichsweise hohe Verkehrs- und Passantenfrequenz entlang der Löffel-/ Jahnstraße sowie Epplerstraße
- leichte Trenn-/ Barrierewirkung der Epplerstraße



- Trennwirkung der Löffel-/ Jahnstraße durch attraktiv gestaltete Fußgängerunterführung (U-Bahn-Station) "abgeschwächt"
- abnehmende Passantenfrequenz in den Seitenstraßen sowie auf dem Agnes-Kehner-Platz
- insgesamt gut ausgebaute Fußwegebeziehungen und Durchgängigkeit im gesamten D-Zentrum
- gute ÖPNV und MIV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, angrenzender Busbahnhof)
- ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie mehrere Sammelparkplätze

### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenzial in der südlichen Epplestraße Ecke Wurmlinger Straße (zur Disposition stehendes Gebäude eines ehemaligen Lebensmittelbetriebes)

#### **14.2.1.4 Entwicklungsziele**

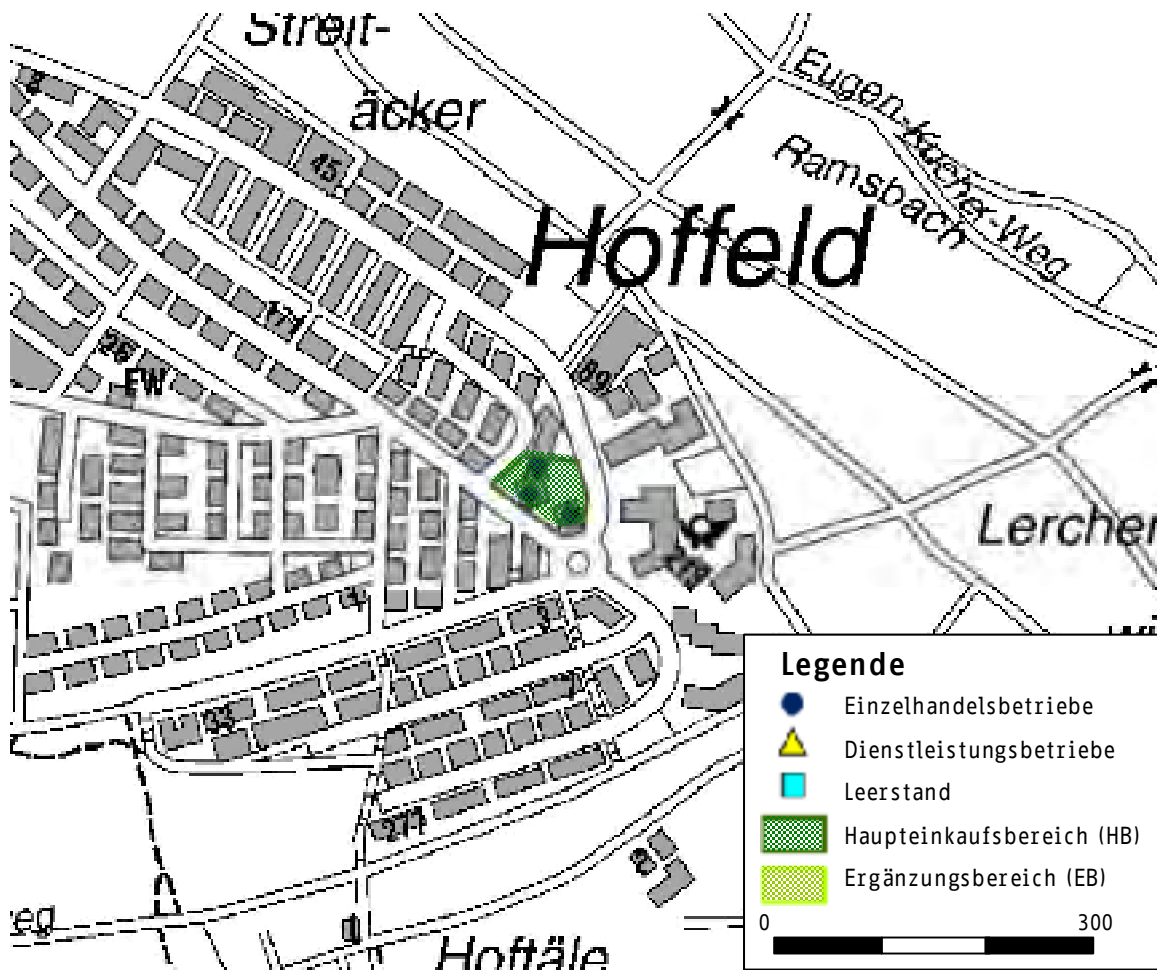
- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Nord-Süd-Ausdehnung des D-Zentrums
  - à Nutzung des vorhandenen Flächenpotenzials
  - à städtebaulich-gestalterische wie funktionale Stärkung der bestehenden Querbeziehungen
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums



## 14.2.2 E-Zentrum Hoffeld-Ortsmitte (09-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 51: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Hoffeld-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 51: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
4	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
425 qm	0 qm	0 qm	450 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
325 qm	125 qm	0 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- Lage des kompakten E-Zentrums inmitten eines Wohngebietes an der Hoffeldstraße
- geringer Einzelhandelsbesatz ausschließlich in der Erdgeschosszone
- Gewährleistung der LM-Versorgung durch einen LM-SB-Markt und eine Bäckerei
- Angebot ausschließlich im kurzfristigen Bedarfsbereich: neben den genannten Betrieben gibt es noch einen Schreibwarenladen und eine Apotheke
- kleine Betriebsgrößen
- geringes Dienstleistungsangebot (eine Bank, ein Friseur und ein Arzt)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 15. STADTBEZIRK 10 FEUERBACH

### 15.1 EINZELHANDELSITUATION STADTBEZIRK 10 FEUERBACH

Der Stadtbezirk "10 Feuerbach" (rd. 28.150 Einwohner) liegt im Nordwesten des Stadtgebietes. Die Siedlungsbereiche befinden sich vor allem im nördlichen Teil des Stadtteiles, der Süden (Stadtteil Feuerbacher Tal) ist überwiegend unbesiedelt. In dem Stadtbezirk konzentriert sich nach "01 Mitte" und "06 Bad Cannstatt" ein großer Teil des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes: Im Stadtbezirk "10 Feuerbach" sind 185 Betriebe angesiedelt, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 69.200 qm aufweisen. Dies entspricht rd. 8% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Auf dieser Fläche wird ein Umsatz von 303,5 Mio. € erwirtschaftet. Die größten Verkaufsflächenanteile entfallen dabei auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente sowie Bekleidung und Zubehör.

Tab. 52: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 10 Feuerbach: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	12.900	76,9	127%
Drogerie/ Parfümerie	2.575	12,1	167%
Apotheke	550	14,1	108%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	575	2,3	81%
Blumen/ Zoo	2.825	5,1	227%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>19.425</b>	<b>110,5</b>	<b>129%</b>
Bekleidung und Zubehör	9.250	45,2	281%
Schuhe, Lederwaren	1.650	6,0	175%
Sport/ Freizeit	3.550	11,2	423%
Spielwaren	1.800	6,5	185%
Bücher	250	1,3	38%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	1.675	3,0	124%
Haus-/ Heimtextilien	1.300	2,8	125%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>19.475</b>	<b>76,1</b>	<b>225%</b>
Uhren/ Schmuck	300	1,9	113%
Foto/ Optik und Zubehör	625	4,6	159%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	3.750	46,3	467%
Elektro/ Leuchten	4.125	16,0	398%
Teppiche/ Bodenbeläge	1.775	3,4	308%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	10.250	17,7	154%
Möbel, Antiquitäten	7.200	13,3	145%
Sonstiges	2.250	13,8	202%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>30.275</b>	<b>116,9</b>	<b>248%</b>
<b>Summe</b>	<b>69.200</b>	<b>303,5</b>	<b>182%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

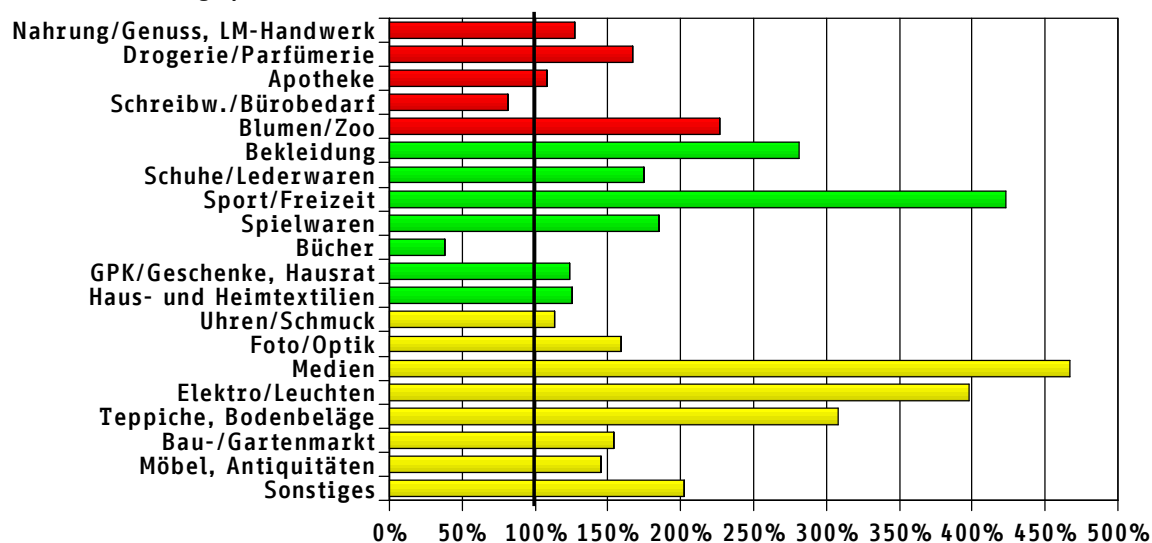
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



Der Stadtbezirk weist mit einer Gesamtbindungsquote von 182% die zweithöchste Bindungsquote in der Landeshauptstadt auf, d.h. es fließt per Saldo deutlich Kaufkraft in den Stadtbezirk zu. Mit Ausnahme der Sortimente Schreibwaren, Bürobedarf sowie Bücher werden in allen weiteren Sortimenten Bindungsquoten von jeweils über 100% verzeichnet. Besonders hohe Werte sind in den Sortimenten Sport/ Freizeit, Medien, Elektro/ Leuchten und Teppiche, Bodenbeläge festzustellen.

Die Bindungsquote im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel liegt bei rd. 127%. Die Kaufkraftzuflüsse in diesem Sortiment sind u.a. durch ein umfangreiches Angebot an Lebensmittelbetrieben insbesondere im Stadtteil Feuerbach Mitte zu erklären. Räumlich betrachtet stellt sich die Nahversorgungssituation im Stadtbezirk hingegen eher negativ dar: Lediglich 63% der Einwohner haben die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung, d.h. wohnen in einer Entfernung von bis zu 500 Metern zu einem Lebensmittelbetrieb (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 46: Bindungsquote Stadtbezirk 10 Feuerbach



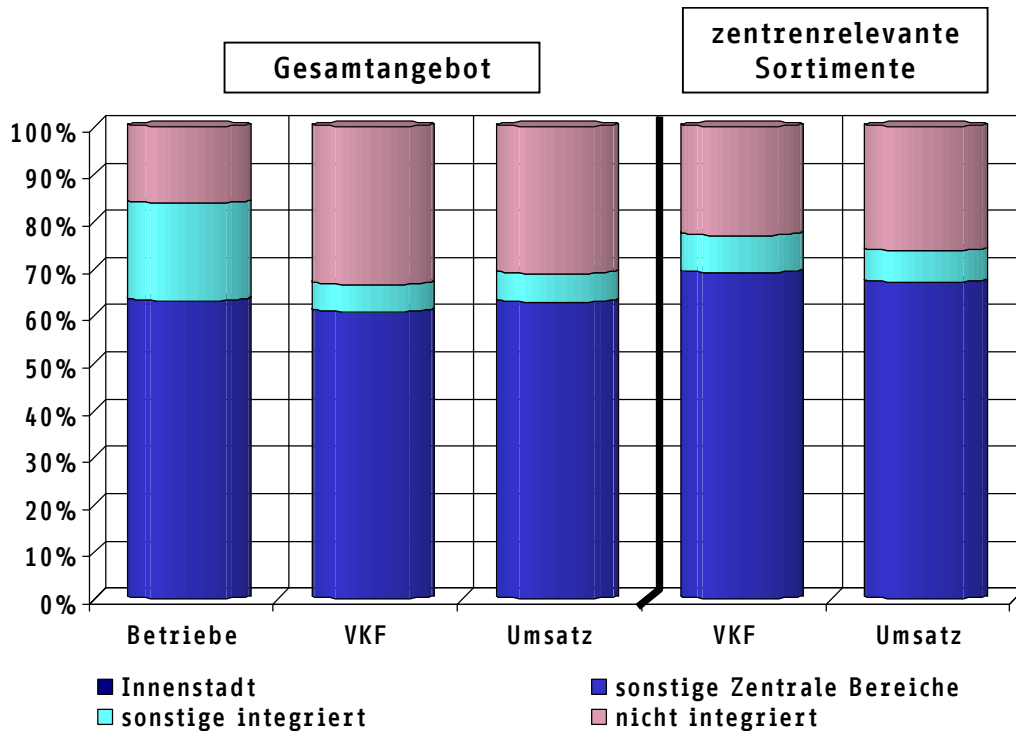
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bezogen auf die räumliche Verteilung der Angebote im Stadtbezirk "10 Feuerbach" ist festzustellen, dass der überwiegende Anteil der Betriebe an integrierten Standorten zu finden ist. Bei diesen Betrieben handelt es sich allerdings um eher kleinflächige Strukturen. Demgegenüber vereinen diejenigen 16% der Betriebe, die sich an nicht integrierten Standorten befinden, rd. ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche bzw. des Umsatzes auf sich. Der Großteil des Einzelhandelsangebotes an nicht integrierten Standorten (19.875 qm von 23.050 qm, das entspricht rd. 86%) ist davon am nicht integrierten Einzelhandelsstandort Feuerbach Ost angesiedelt. Die üblicher-



weise zentrenrelevanten Sortimente befinden sich zu 69% in den beiden Zentren des Stadtbezirks, annähernd ein Viertel (23%) befindet sich des Weiteren entgegen planerischen Zielen an nicht integrierten Standorten.

Abb. 47: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 10 Feuerbach



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bei der Unterscheidung nach der Struktur des Einzelhandelsangebotes nach Lage ist festzustellen, dass sich die Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches überwiegend in den beiden Zentren von "10 Feuerbach" befinden. Gleichwohl ist ein relativ großer Anteil der mittelfristigen - und zugleich zentrenrelevanten - Sortimente entgegen planerischen Zielen an nicht integrierten Standorten angesiedelt: Dieses betrifft annähernd ein Drittel (rd. 31%) des Angebots dieses Bedarfsbereiches, wovon ein Großteil am Einzelhandelsstandort Feuerbach Ost lokalisiert ist.

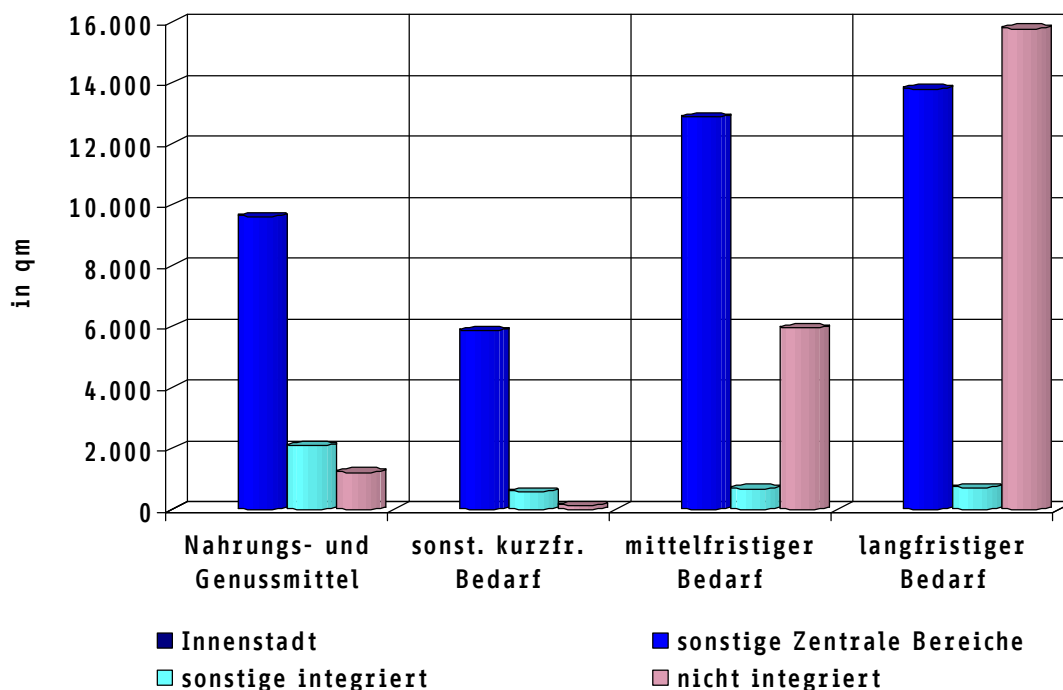
Ein großer Anteil des Angebotes des Sortimentsbereiches Nahrungs-/ Genussmittel befindet sich in den Zentren des Stadtbezirks und an sonstigen integrierten Standorten und trägt damit zur Nahversorgung der Bevölkerung bei. Das an nicht integrierten Standorten angesiedelte Einzelhandelsangebot im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel ist vorrangig auf einen großflächigen Supermarkt am Einzelhandelsstandort Feuerbach Ost zurückzuführen.





Sortimente des langfristigen Bedarfs, die teilweise zu den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten gezählt werden, sind zu einem großen Anteil hingegen an nicht integrierten Standorten zu verzeichnen. Allerdings erzielen auch die beiden Zentren des Stadtbezirks in diesem Bedarfsbereich vergleichsweise hohe Anteile.

Abb. 48: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 10 Feuerbach



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 15.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 10 FEUERBACH

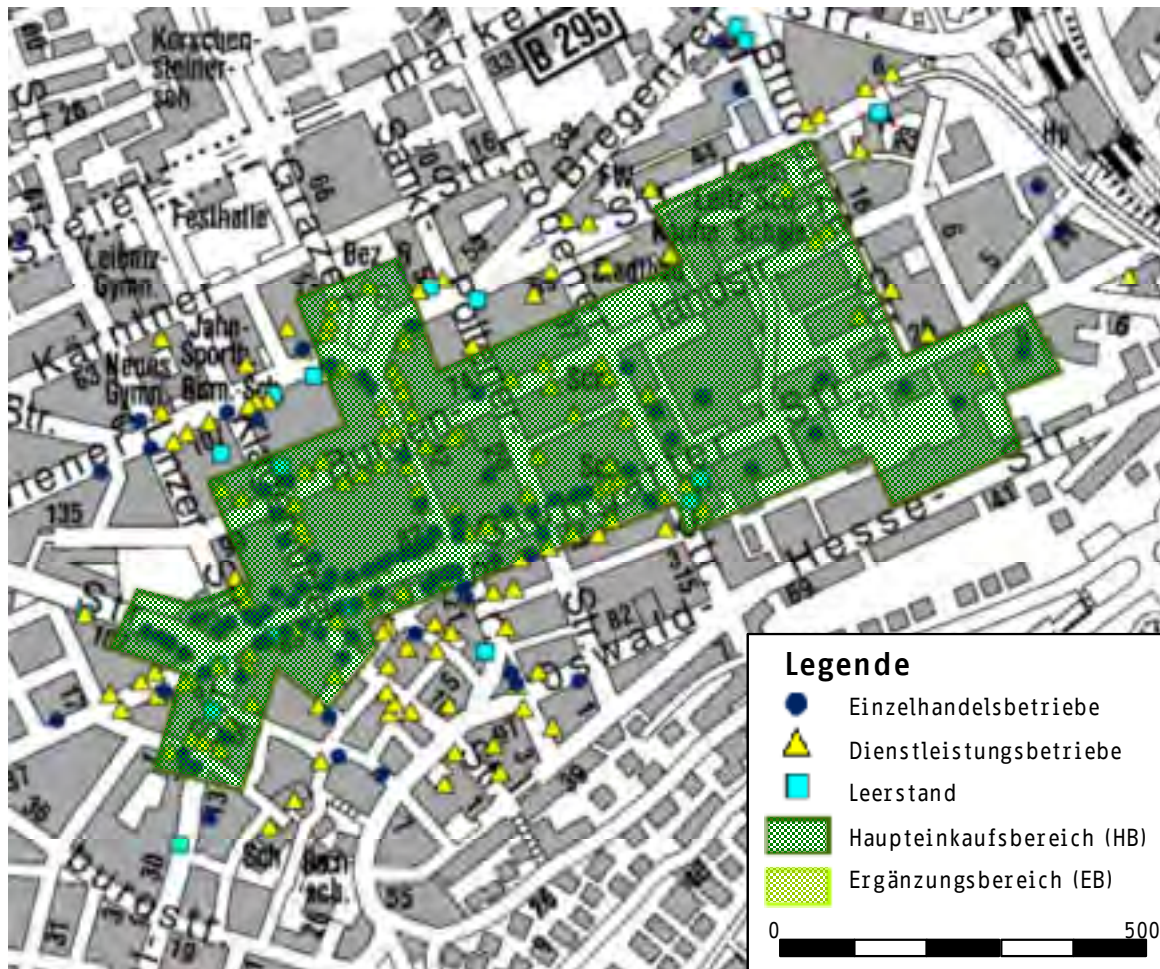
### 15.2.1 C-Zentrum Feuerbach (10-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- C-Zentrum im Wesentlichen entlang Stuttgarter Straße ab Ecke Talstraße bis Ecke Bludenzer Straße sowie entlang der parallel verlaufenden Burgenlandstraße, nördlich auch in die Seitenstraßen bis maximal Wilhelm-Geiger-Platz



Karte 52: Abgrenzungsvorschlag C-Zentrum Feuerbach



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 15.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 53: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
113	8	C	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
14.775 qm	14.700 qm	11.850 qm	41.300 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
9.125 qm	5.650 qm	12.850 qm	13.700 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- insgesamt hohe Dichte entlang Stuttgarter Straße
- stark abnehmende Dichte in den nördlich angrenzenden Seitenstraßen sowie in der parallel verlaufenden Burgenlandstraße (überwiegend Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im Erdgeschoss)
- z.T. funktionale Brüche - auch in der Stuttgarter Straße vereinzelt Leerstände und sonstige Nutzungen im Erdgeschossbereich - Einzelhandelsbesatz stellenweise nur einseitig durchgehend
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte C-Zentrum geringer bis gar kein Einzelhandelsbesatz (vgl. Karte 52)
- einige Leerstände entlang der Stuttgarter Straße - zunehmende Leerstandsdichte in den angrenzenden Straßenzügen (vgl. Karte 52)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- sehr umfassendes und vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Verbrauchermarkt, drei großflächige Lebensmitteldiscounter, ein großflächiger Supermarkt und ein Getränkemarkt, ein Biomarkt sowie zahlreiche Lebensmittel-Fachgeschäften, Lebensmittelhandwerksbetrieben und ergänzenden Lebensmittelangeboten in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemärkte)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Kelterplatz (wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkte im nahversorgungs- und zentrenrelevanten Bedarfsbereich - Betriebe in Konkurrenzsituation (insbesondere bei den Sortimenten Bekleidung und Schuhe)
- hoher Verkaufsflächenanteil im nicht zentrenrelevanten, langfristigen Bedarfsbereich (rd. 13.700 qm) auf Grund des Angebotes eines Baumarktes (rd. 12.400 qm)
- bezogen auf innenstadttypische Sortimente insgesamt hohe Angebotsvielfalt
- einige Fachgeschäfte mit speziellen Angeboten

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- insgesamt sehr kleinteilige bis großflächige Betriebsstrukturen
- kleinteilige Strukturen in der westlichen Stuttgarter Straße (zwischen Talstraße und Leobener Straße) sowie in den angrenzenden Nebenstraßen



- Konzentration "mittelgroßer" (101 bis  $\leq$  800 qm VKF) und großflächiger Einzelhandelsbetriebe in der östlichen Stuttgarter Straße (zwischen Leobener und Bludenzer Straße) sowie in den nördlich angrenzenden Straßenzügen
- entsprechend hoher Filialistenanteil in der östlichen Stuttgarter Straße
- Übergewicht an augenscheinlich inhabergeführten Betrieben in der westlichen Stuttgarter Straße

#### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von schwach/ niedrigpreisig bis stark/ hochpreisig

#### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- großflächige Filialbetriebe (u.a. Lebensmittelbetriebe, Bekleidung und Unterhaltungselektronik) und das SB-Warenhaus in der östlichen Stuttgarter Straße

#### **15.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten C-Zentrum
- Ärztehaus als besonderes Dienstleistungsangebot

##### **Gastronomie**

- vielfältiges Gastronomieangebot - Qualität und Gestaltung variierend von gering bis hochwertig
- Konzentration an gastronomischen Außensitzbereichen in der östlichen Stuttgarter Straße (auf attraktiven Fußwege- und Platzbereichen)

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- u.a. Bezirksrathaus auf Wilhelm-Geiger-Platz, Bürgerhaus, Stadtbad und Schulen

#### **15.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur
- westliche Stuttgarter Straße: vergleichsweise schmaler Straßenraum mit überwiegend historisch und nachkriegszeitlich geprägter, z.T. offener Einzelhausbauweise, zwei- bis viergeschossige Gebäude mit unterschiedlichen Höhen, Dachformen und -ausrichtungen, teilweise Vorgärten und Einfriedungen

- wenige städtebauliche Lücken in der westlichen Stuttgarter Straße - z.T. Nachverdichtungspotenziale
- östliche Stuttgarter Straße: breiter Straßenraum mit Platzsituationen, überwiegend moderne (etwa ab 1970er Jahre bis jetzt) und nur wenige historische Gebäude, meist großflächige Gebäudestrukturen in geschlossener, zwei- bis sechsgeschossiger Bauweise mit vorwiegend Flachdächern
- städtebaulich-architektonisch markante Eingangssituation aus Westen (modernes fünfgeschossiges Hotelgebäude im Kreuzungsbereich Stuttgarter Ecke Talstraße)  
à Merkmals- und Orientierungsfunktion
- Bürgerhaus als historischer Klinkerbau neben überwiegend modernen Gebäudekomplexen als identitätsstiftender architektonischer Akzent

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- attraktive Gestaltung der öffentlichen Straßen- und Platzräume entlang der östlichen Stuttgarter Straße: großzügig bemessene Fußwegebereiche mit öffentlichen Sitzbänken, Straßenbegleitgrün und Baumpflanzung sowie ein großer Platzbereich mit einheitlicher Pflasterung, Brunnen, Sitz- und sonstigem Mobiliar  
à hohe (nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität
- stellenweise breite Fußwegebereich und attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums in der westlichen Stuttgarter Straße (u.a. durch Baumpflanzung), z.T. aber auch Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf im öffentlichen wie privaten Raum (Häuserfassaden) erkennbar

**Foto 58: östliche Stuttgarter Straße - Platzbereiche/ großflächige Strukturen**



Quelle: eigenes Foto August 2007

**Foto 59: westliche Stuttgarter Straße - historisch-kleinteilige Strukturen**



Quelle: eigenes Foto Februar 2008



### **Verkehr und Frequenz**

- vergleichsweise hohe Verkehrs- und Passantenfrequenz in der Stuttgarter Straße
- abnehmende Passantenfrequenz in den Seitenstraßen der Stuttgarter Straße
- gut ausgebaute Fußwegebeziehungen im gesamten C-Zentrum
  - à Durchgängigkeit
- Trennwirkung Stuttgarter Straße vergleichsweise gering, da breite Fußwegebereiche und Grünstreifen (in der östlichen Stuttgarter Straße)
- gute ÖPNV- und MIV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie mehrere Sammelparkplätze und Parkhäuser - großflächige Betriebe in der Regel mit privaten Kundenparkplätzen im rückwärtigen Bereich

### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenzial augenscheinlich allenfalls in der Klagenfurter Straße
- städtebauliche Lücken entlang der Stuttgarter Straße

#### **15.2.1.4 Entwicklungsziele**

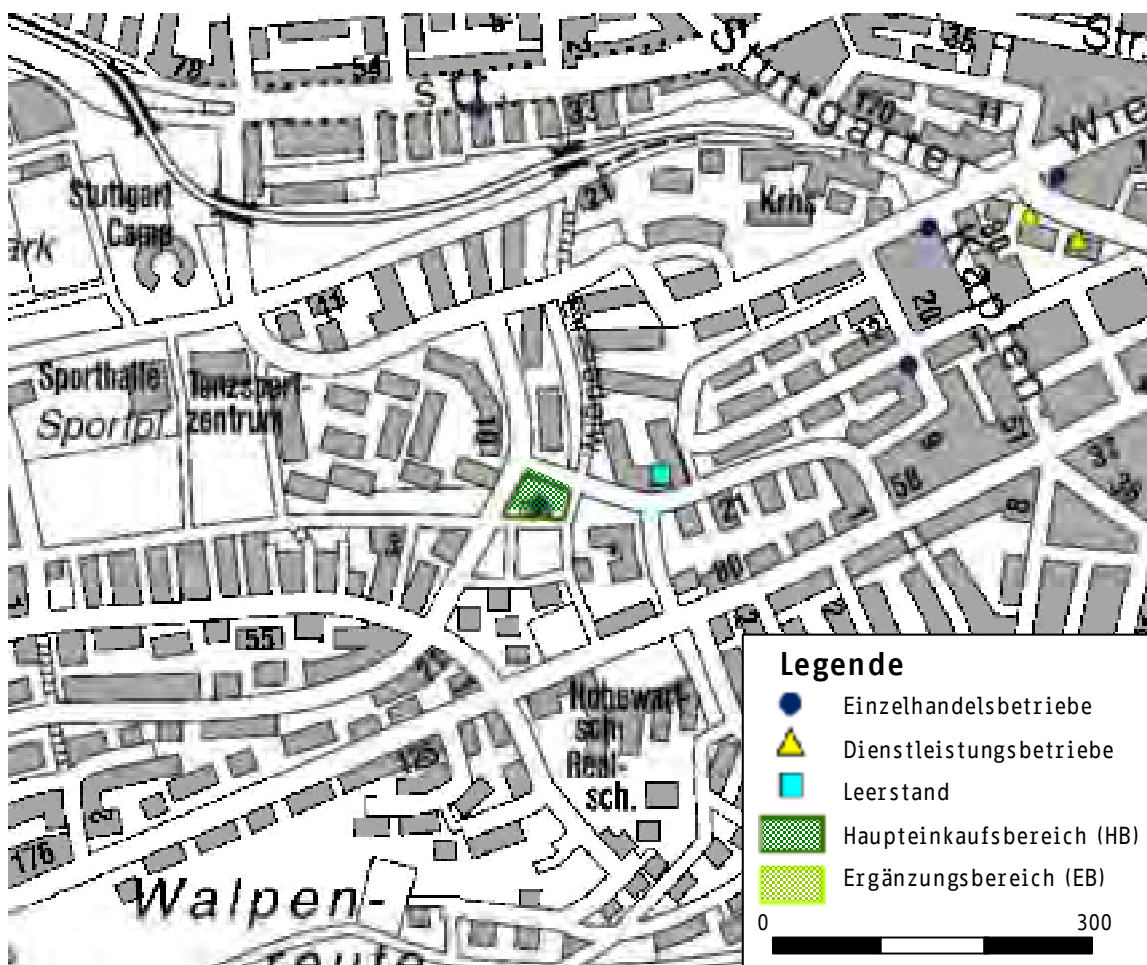
- Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der überbezirklich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- Konzentration städtebaulich-gestalterischer wie funktionaler Aufwertungsmaßnahmen auf die westliche Stuttgarter Straße und die Seitenstraßen des C-Zentrums
- keine weitere funktionale Ausdehnung der Stuttgarter Straße in Richtung Osten durch Realisierung zusätzlicher großflächiger Betriebe
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des C-Zentrums
  - à Prüfen/ Anwenden alternativer räumlicher Entwicklungsoptionen



## 15.2.2 E-Zentrum Thomas-Mann-Straße (10-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 53: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Thomas-Mann-Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 54: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
4	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
675 qm	25 qm	100 qm	800 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
475 qm	200 qm	25 qm	100 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007





- erstreckt sich über insgesamt nur ein großes viergeschossiges Gebäude aus den 70er/ 80er Jahren an der Thomas-Mann-Straße 10
- geringe Anzahl an Betrieben, die auf Grund der Konzentration in einem Gebäude eine hohe räumliche Dichte aufweisen
- ein Leerstand
- LM-Nahversorgung wird sichergestellt durch ein Discounter
- Reiner Nahversorgungsstandort - Angebote werden fast ausschließlich durch kurzfristige Bedarfsgüter bestimmt, daher geringe Angebotsvielfalt
- Magnetbetrieb ist der Discounter
- geringes Dienstleistungsangebot
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 16. STADTBEZIRK 11 HEDELFINGEN

### 16.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 11 HEDELFINGEN

Der Stadtbezirk "11 Hedelfingen" befindet sich an der östlichen Stadtgrenze der Landeshauptstadt und gehört mit rd. 9.450 Einwohnern zu einem der kleinsten Stadtbezirken. Die Gesamtverkaufsfläche der insgesamt 40 im Stadtbezirk angesiedelten Betriebe beträgt rd. 3.400 qm. Bezogen auf die Verkaufsfläche befindet sich in dem Stadtbezirk nach "07 Birkach" somit das zweitkleinste Einzelhandelsangebot. Auf dieser Fläche wird ein Umsatz von rd. 18,5 Mio. € erwirtschaftet. Der Angebotschwerpunkt ist im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel auszumachen.

Tab. 55: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 11 Hedelfingen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	1.600	9,6	47%
Drogerie/ Parfümerie	275	0,9	37%
Apotheke	75	3,1	72%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	50	0,2	18%
Blumen/ Zoo	50	0,1	16%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>2.050</b>	<b>14,0</b>	<b>48%</b>
Bekleidung und Zubehör	75	0,3	5%
Schuhe, Lederwaren	100	0,4	32%
Sport/ Freizeit	275	0,8	91%
Spielwaren	25	0,1	7%
Bücher	0	0,0	0%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	150	0,2	26%
Haus-/ Heimtextilien	75	0,1	16%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>700</b>	<b>1,9</b>	<b>16%</b>
Uhren/ Schmuck	25	0,1	17%
Foto/ Optik und Zubehör	100	0,8	79%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	25	0,2	6%
Elektro/ Leuchten	50	0,2	18%
Teppiche/ Bodenbeläge	25	0,0	12%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	275	0,5	14%
Möbel, Antiquitäten	0	0,0	0%
Sonstiges	150	0,8	36%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>650</b>	<b>2,7</b>	<b>17%</b>
<b>Summe</b>	<b>3.400</b>	<b>18,5</b>	<b>33%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

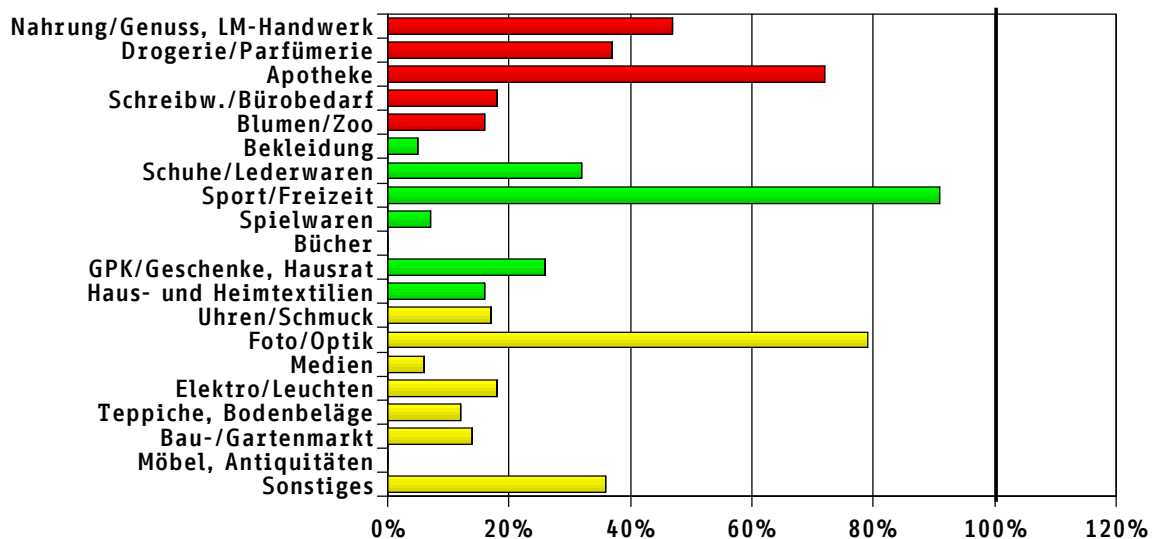
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



Der Stadtbezirk weist mit einer Gesamtbindungsquote von 33% die niedrigste Bindungsquote in der Landeshauptstadt auf, d.h. es ist ein deutlicher Kaufkraftabfluss zu konstatieren. In keinem der Bedarfsbereiche wird eine Bindungsquote von 100% erreicht. Im Sortimentsbereich Sport/ Freizeit liegt mit 91% noch die höchste Bindungsquote vor. Sortimentsweise betrachtet liegen in zahlreichen Sortimenten des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches sehr niedrige Bindungsquoten von weniger als 20% vor, die Sortimente Bücher und Möbel/ Antiquitäten kommen gar nicht vor. Zurückzuführen ist dies im Wesentlichen auf die geringe Größe des Stadtbezirks.

Die Bindungsquote im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel liegt mit 47% niedriger als in den meisten anderen Stadtbezirken. In Bezug auf die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe weist der Stadtbezirk zudem vergleichsweise unterdurchschnittliche Werte auf. Lediglich 64% der Einwohner wohnen innerhalb eines 500-Meter-Umkreises zum nächsten Lebensmittelbetrieb (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 49: Bindungsquote Stadtbezirk 11 Hedelfingen



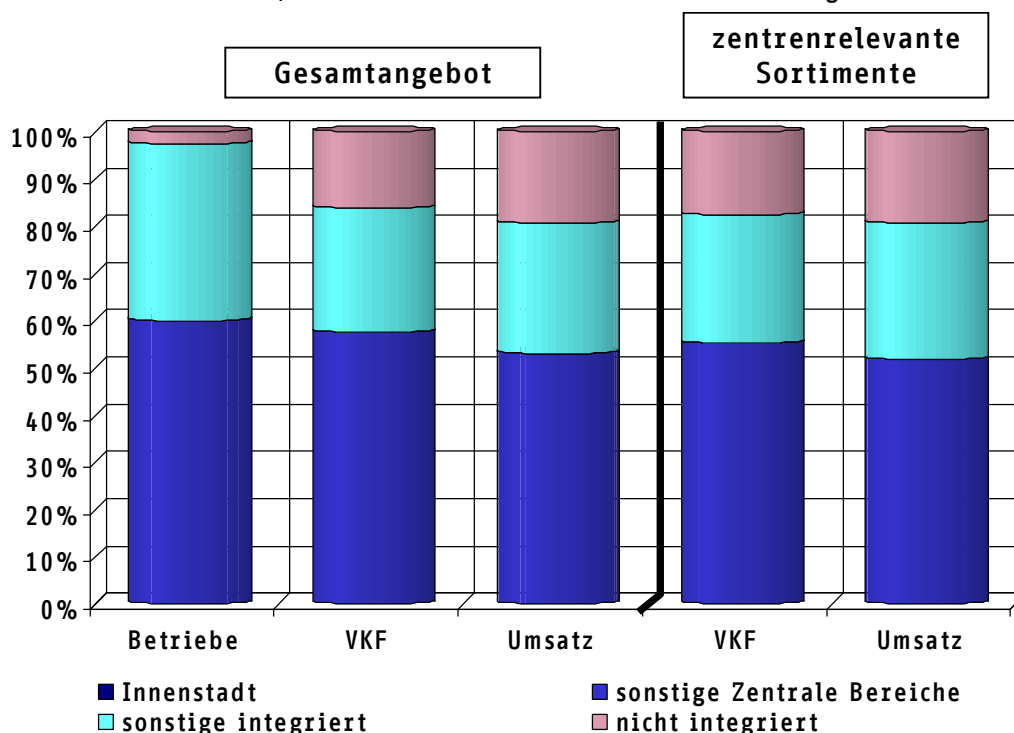
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In Bezug auf die räumliche Verteilung der Betriebe im Stadtbezirk "11 Hedelfingen" wird eine hohe Konzentration der Einzelhandelsbetriebe an integrierten Standorten deutlich. Lediglich ein Betrieb der insgesamt 40 Betrieben befindet sich an einem nicht integrierten Standort. Auf Grund der einerseits kleinteiligen Strukturen in dem einzigen Zentrum von "11 Hedelfingen" und der weiteren integrierten Standorten sowie andererseits der Größe des Betriebes an dem nicht integrierten Stand-



ort beträgt der Verkaufsflächenanteil nicht integrierter Standorte 16%. Bei dem Betrieb handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter mit einem zentrenrelevanten Angebotsschwerpunkt, der die vergleichsweise hohe Verkaufsflächen- und Umsatzanteile zentrenrelevanter Sortimente an nicht integrierten Standorten bedingt.

Abb. 50: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 11 Hedelfingen

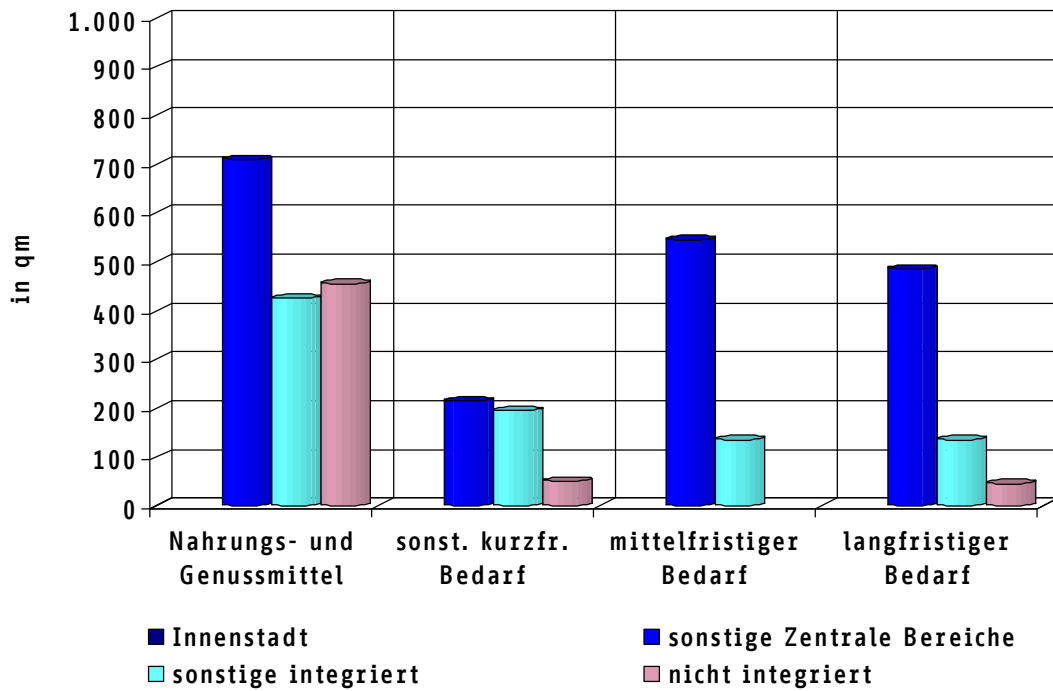


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bei der Unterscheidung nach der Struktur des Einzelhandelsangebotes nach Lage ist festzustellen, dass sich die Sortimente aller Bedarfsbereiche vorrangig in dem D-Zentrum Hedelfingen-Ortsmitte befinden. Dennoch fällt der vergleichsweise hohe Anteil des Sortimentsbereiches Nahrungs-/ Genussmittel auf, der entgegen planerischer Ziele an nicht integrierten Standorten festzumachen ist und auf einen nicht funktionsadäquat angesiedelten Lebensmitteldiscounter zurückzuführen ist.



Abb. 51: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 11 Hedelfingen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

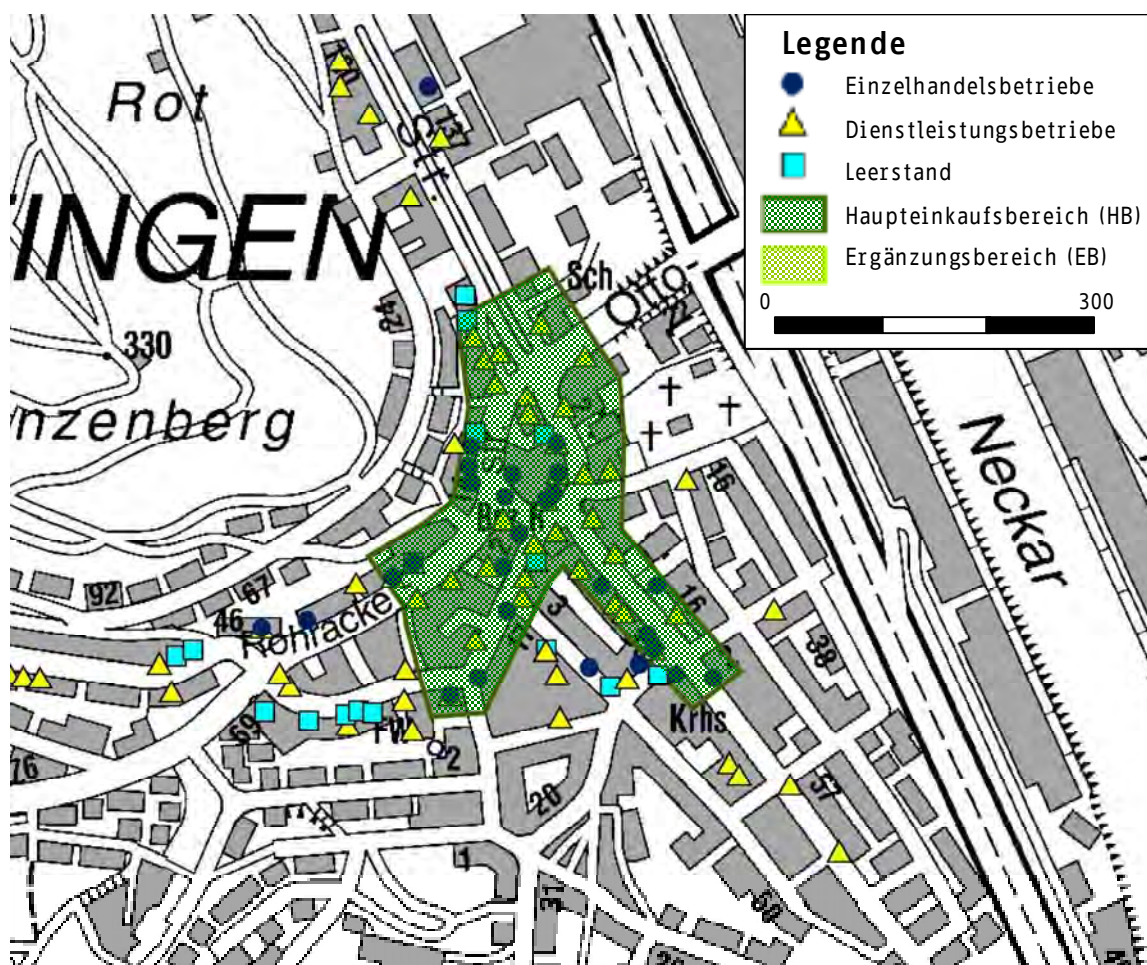
## 16.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 11 HEDELINGEN

### 16.2.1 D-Zentrum Hedelfingen-Ortsmitte (11-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum im Wesentlichen um den Platz am Alten Haus entlang Rohrackerstraße bis Ecke Brauhoferstraße, Heumadener Straße bis Ecke Fruchtstraße sowie Amstetter Straße bis Ecke Binderstraße

Karte 54: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Hedelfingen-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 16.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 56: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
24	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
925 qm	675 qm	375 qm	1.950 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
700 qm	225 qm	550 qm	475 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz<sup>107</sup>**

- mittlere Dichte entlang Rohrackerstraße
- geringe Dichte im restlichen D-Zentrum (z.T. Dienstleistung und überwiegend Wohnen im Erdgeschoss) bzw. im ursprünglichen "Dorfkern"
- fehlender funktionaler Besatz auf dem Platz am Alten Haus
- relativ viele Leerstände verteilt im gesamten D-Zentrum, starke Konzentration an Leerständen in angrenzenden Straßenzügen (z.B. westlicher Abschnitt Heumadener Straße)
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum kaum Einzelhandelsbesatz

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein (nicht großflächiger) Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittel-SB-Geschäft, ein Lebensmittel-Fachgeschäft, eine Getränkemarkt sowie diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Platz am Alten Haus (wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten bzw. kurzfristigen Bedarfsbereich
- schwächeres aber vorhandenes Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- überwiegend kleine Betriebsgrößen ( $\leq 100$  qm VKF)
- wenige "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF), keine großflächigen Betriebe vorhanden
- überwiegend augenscheinlich inhabergeführte Fachgeschäften, Filialisten vorhanden

---

<sup>107</sup> Das zwischenzeitlich eröffnete Otto-Hirsch-Center (Otto-Hirsch-Brücken östlich des Bürgerhauses) war zum Zeitpunkt der Erhebung im Juni 2007 noch im Bau und wurde dementsprechend nicht in die Berechnungen miteinbezogen. Die z.T. großflächigen Betriebe des Otto-Hirsch-Centers sind auf Grund der primär autokundenorientierten Standortlage nicht zum Einzelhandelsbesatz des D-Zentrums Hedelfingen-Ortsmitte zu zählen, da sich weder ein räumlich-funktionaler noch städtebaulich-gestalterischer Zusammenhang zu diesem erkennen lässt.





### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von schwach bis mittel
- schwache bis ansprechende Warenpräsentationen und Schaufenstergestaltungen - z.T. modernisierungs- bzw. gestaltungsbedürftig

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

Lebensmitteldiscounter

#### **16.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

mittlere Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern, gleichmäßige Verteilung im D-Zentrum

##### **Gastronomie**

- gastronomisches Angebot mit (z.T. großen) Außensitzbereichen vorhanden - Qualität und Gestaltung variierend

##### **Öffentliche Einrichtungen**

u.a. Bezirksrathaus, Bürgerhaus

#### **16.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

Städtebauliche Strukturen

- vergleichsweise homogene städtebauliche Strukturen
- historisch und kleinteilig kompakt geprägte verwinkelte Straßen und Gassen mit überwiegend zwei- bis dreigeschossiger, meist giebelständiger, wechselnd offener/ geschlossener Bauweise - dörfliche Strukturen
- historisch bedeutsame Bebauung, z.T. Fachwerk mit aufwendiger Fassadengestaltung, stellenweise unterbrochen durch gut in das städtebauliche Umfeld integrierte Nachkriegs- bzw. moderne Bebauung (z.B. Lebensmitteldiscounter auf Platz am Alten Haus)
- saniertes historisches Bezirksrathaus und Bürgerhaus als architektonische Akzente
  - à identitätsstiftende Wirkung



- in Seitenstraßen/ -gassen teilweise Vorgärten und Einfriedungen (u.a. Amstetter Straße)
- (historische) Bausubstanz stellenweise in sanierungsbedürftigem Zustand (insbesondere entlang Rohrackerstraße)

Foto 60: Rohrackerstraße



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 61: Heumadener Straße



Quelle: eigenes Foto September 2007

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- höchste Gestaltungsintensität im ursprünglichen "Ortskern" (Heumadener/ nördliche Amstetter Straße, Platz am Alten Haus): u.a. durchgehend gepflastert, öffentliche Sitzgelegenheiten, Brunnen, Grün- und sonstige Gestaltungselemente, Ausgestaltung kleiner Platzbereiche (z.B. Amstetter Ecke Friedrichshafener Straße)  
à attraktives Ortsbild, hohe Aufenthaltsqualität
- nachlassende Gestaltungsintensität in Seitenstraßen
- gestalterische Defizite entlang Rohrackerstraße (u.a. schmale Fußwegebereiche mit wechselnden Bodenbelägen, fehlende Grünelemente), Defizite auch im privaten Raum (sanierungsbedürftige Bausubstanz)  
à geringe Aufenthaltsqualität

### Verkehr und Frequenz

- sehr gut ausgestaltete Fußwegebeziehungen "Ortskern" (gepflasterte Straßen- und Platzräume), kein störender MIV (Umleitung Durchgangsverkehr über Rohrackerstraße)  
à hohe Aufenthaltsqualität
- starker Durchgangsverkehr Rohrackerstraße bei z.T. engen, sanierungs-/ gestaltungsbedürftigen Fußwegebereichen



à geringe Aufenthaltsqualität

- mittlere Passantenfrequenz entlang Rohrackerstraße, gering im restlichen D-Zentrum

à unbelebt wirkendes D-Zentrum

- gute MIV- und ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus), allerdings schwierige Querung von S-Bahn-Haltestelle am Bürgerhaus zum "Ortskern"
- ebenerdiges Parken im Straßenraum und (Kunden-)Tiefgarage

## **Flächenpotenziale**

augenscheinlich n.v.

### **16.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Ausdehnung des D-Zentrums
  - à städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen Rohrackerstraße (auch im privaten Raum)
  - à Stärkung der räumlich-funktionalen Vernetzung im gesamten D-Zentrum
  - à Nutzung räumlicher Entwicklungsoptionen im Bestand (Leerstände, Flächenzusammenlegung bei kleinteiligen Strukturen)
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums

### **16.2.2 Entwicklungsbereich Rohracker (11-11)**

- erstreckt sich im Kreuzungsbereich Sillenbucher-, Rohrackerstraße
- geringer Einzelhandelsbesatz (fünf Betriebe) bei geringer räumlicher Dichte
- verschiedene Leerstände
- Angebotsschwerpunkt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich, insbesondere Nahrung/ Genuss, wobei ein Lebensmittelbetrieb, der eine Nahversorgung sicherstellt, fehlt; der nächstliegende LM-SB-Markt in rd. 200 Meter Entfernung
- Angebot besteht aus zwei Bäckereien, einem Blumengeschäft, einem Obst- und Gemüseladen und einem Drogeriemarkt, welcher als Magnetbetrieb in dem Bereich bezeichnet werden kann
- geringe Dienstleistungsdichte (eine Bank, eine Versicherung)



## 17. STADTBEZIRK 12 MÖHRINGEN

### 17.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 12 MÖHRINGEN

Der Stadtbezirk "12 Möhringen" (rd. 30.150 Einwohner) grenzt an die südliche Stadtgrenze der Landeshauptstadt an. In dem Stadtbezirk sind insgesamt 112 Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, die auf einer Gesamtverkaufsfläche von 23.225 qm einen Umsatz von 107,1 Mio. € erzielen.

Der Angebotsschwerpunkt ist im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel (10.775 qm), gefolgt von baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten (4.225 qm) auszumachen.

Tab. 57: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 12 Möhringen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	10.775	59,0	91%
Drogerie/ Parfümerie	1.500	5,7	73%
Apotheke	325	10,9	79%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	375	1,4	47%
Blumen/ Zoo	575	1,2	49%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>13.550</b>	<b>78,3</b>	<b>85%</b>
Bekleidung und Zubehör	1.225	5,5	32%
Schuhe, Lederwaren	400	1,4	39%
Sport/ Freizeit	350	1,1	38%
Spielwaren	500	1,6	43%
Bücher	225	1,1	31%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	400	0,6	24%
Haus-/ Heimtextilien	225	0,5	21%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>3.325</b>	<b>11,9</b>	<b>33%</b>
Uhren/ Schmuck	100	0,6	33%
Foto/ Optik und Zubehör	275	1,7	55%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	375	2,5	23%
Elektro/ Leuchten	100	0,4	10%
Teppiche/ Bodenbeläge	600	1,2	100%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	4.225	6,6	54%
Möbel, Antiquitäten	250	0,5	5%
Sonstiges	425	3,4	47%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>6.350</b>	<b>16,9</b>	<b>33%</b>
<b>Summe</b>	<b>23.225</b>	<b>107,1</b>	<b>60%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

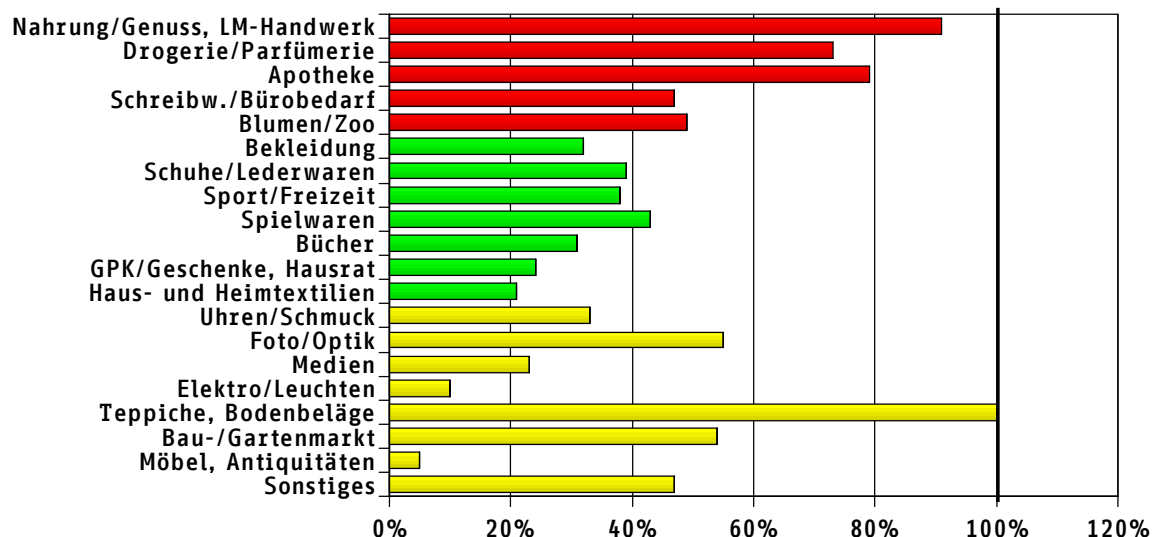
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



In dem Stadtbezirk 12 Möhringen ist ein deutlicher Kaufkraftabfluss zu konstatieren; 60% der Kaufkraft kann in dem Stadtbezirk gebunden werden. Entsprechend der in Abb. 52 illustrierten sortimentspezifischen Differenzierung wird lediglich in dem Sortimentsbereich Teppiche/ Bodenbeläge eine Bindungsquote von rd. 100% erreicht.

Die Bindungsquote im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel liegt mit 91% jedoch höher als in den meisten anderen Stadtbezirken. In Bezug auf die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe weist der Stadtbezirk gleichwohl einen vergleichsweise unterdurchschnittlichen Nahversorgungsanteil von 67% auf. Somit besteht für ein Drittel der Einwohner bzw. rd. 9.800 Einwohner keine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit. (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 52: Bindungsquote Stadtbezirk 12 Möhringen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

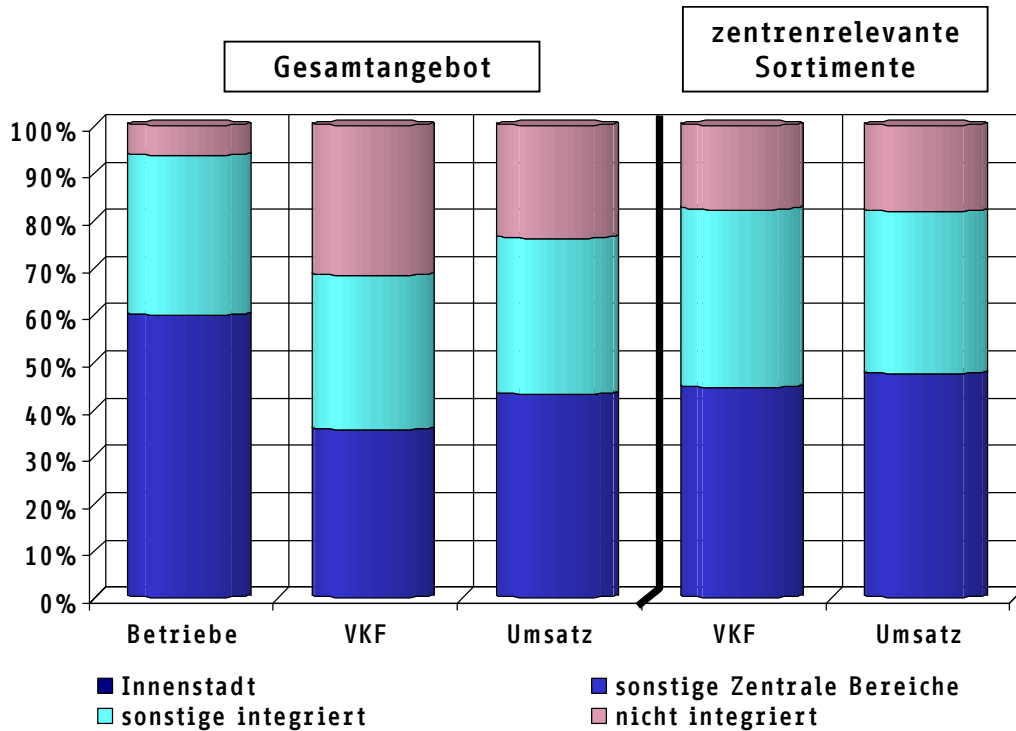
Hinsichtlich der räumlichen Verteilung des Angebotes ist festzustellen, dass rd. 60% der Betriebe in den fünf Zentren von "12 Möhringen" angesiedelt sind, auf Grund vergleichsweise kleinteiliger Strukturen jedoch nur rd. 36% der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen. Gegenüber den weiteren Lagen wird in den Zentren jedoch auf Grund überdurchschnittlicher Flächenproduktivität 43% des Gesamtumsatzes erwirtschaftet. Ein konträres Bild zeigt sich bei der Betrachtung des Angebotes an nicht integrierten Standorten. Die insgesamt sieben in dieser Standortlage befindlichen Betriebe - darunter vier großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm - repräsentieren einen Anteil von 6% aller im Stadtbezirk angesie-



delten Betriebe, ihr Verkaufsflächenanteil beträgt jedoch annähernd ein Drittel (rd. 32%) an der Gesamtfläche.

Die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente befinden sich zu 45% funktionsadäquat in den fünf Zentren des Stadtbezirks, rd. ein Fünftel ist jedoch entgegen planerischen Zielen an nicht integrierten Standorten angesiedelt.

Abb. 53: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 12 Möhringen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

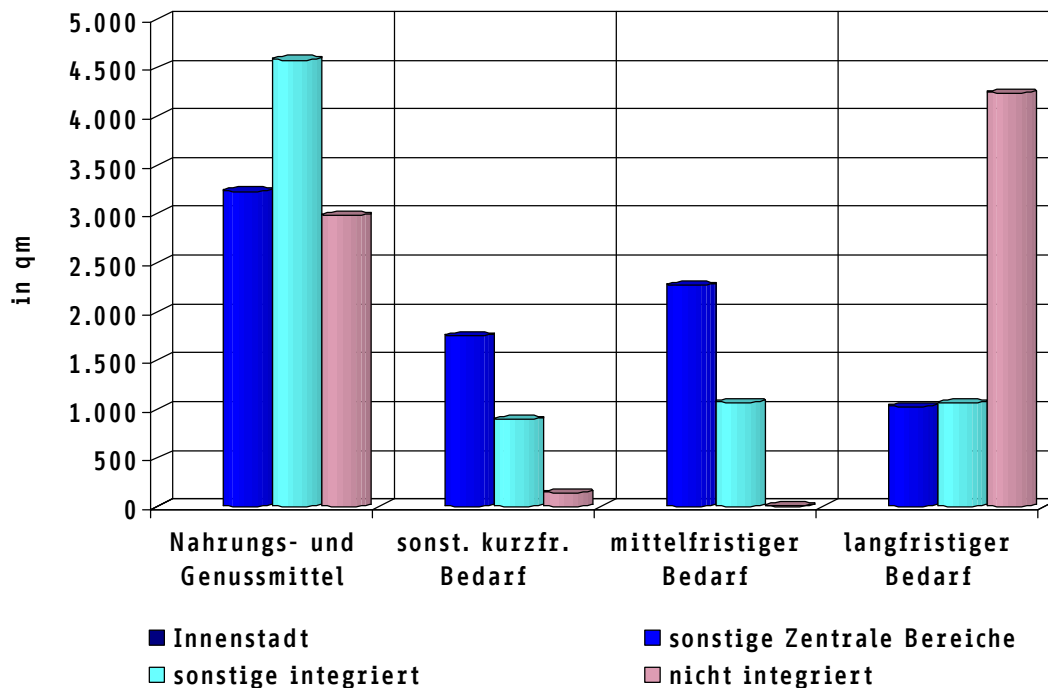
Hinsichtlich der Struktur des Einzelhandelsangebotes nach Lage ist zu konstatieren, dass sich die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches überwiegend in den Zentren von "12 Möhringen" befinden, während diejenigen des langfristigen Bedarfs, die teilweise zu den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten gezählt werden, mehrheitlich an nicht integrierten Standorten zu verzeichnen sind.

Ein großer Anteil des Angebotes des üblicherweise zentrenrelevanten Sortimentsbereiches Nahrungs-/ Genussmittel befindet sich in sonstiger integrierter Standortlage und in den Zentren. Gleichwohl ist mehr als ein Viertel des Angebotes (rd. 28%) nicht funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten angesiedelt und trägt



auf Grund der Lage damit nicht oder nur in geringem Maße zu einer fußläufigen Nahversorgung der im Stadtbezirk lebenden Bewohner bei.

Abb. 54: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 12 Möhringen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 17.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 12 MÖHRINGEN

### 17.2.1 D-Zentrum Möhringen-Ortsmitte (12-01)

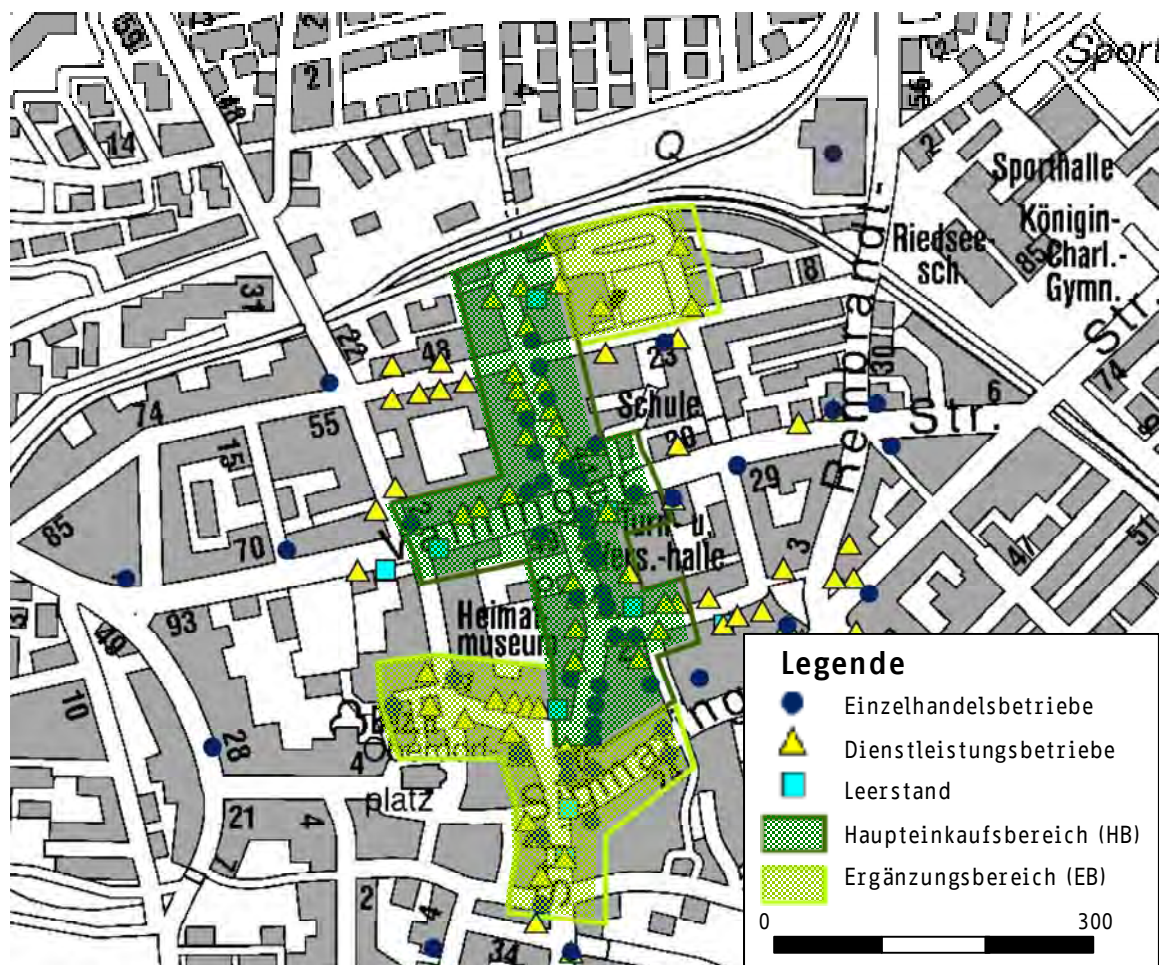
#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich: im Wesentlichen entlang Filderbahnstraße ab Bahnhof bis Übergang Hechinger Straße sowie orthogonal verlaufender Vaihinger Straße
- nördlicher Ergänzungsbereich: Filderbahnplatz
- südlicher Ergänzungsbereich: entlang Hechinger Straße ab Übergang Filderbahnstraße bis Ecke Obere Brandstraße sowie westliche Filderbahnstraße bis Bezirksrathaus





Karte 55: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Möhringen-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 17.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 58: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
47	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.650 qm	2.300 qm	375 qm	5.300 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.500 qm	1.150 qm	1.750 qm	925 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte im Haupteinkaufsbereich entlang Filderbahnstraße
- abnehmende Einzelhandelsdichte in nördlichen/ südlichen Ergänzungsbereichen sowie in Seitenstraßen (überwiegend Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im Erdgeschoss)
- vergleichsweise viele Leerstände verteilt im ganzen D-Zentrum
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum stellenweise noch Einzelhandelsbesatz, aber ohne räumlich-funktionale Anbindung (z.B. Vaihinger Straße, vgl. Karte 55)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte (alle unterhalb der Großflächigkeit), Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden (Betriebe z.T. in Konkurrenzsituation), Angebotsschwerpunkte im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich
- keine speziellen Angebote oder Angebotsvielfalt

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- eher kleinteilige Betriebsstrukturen
- insgesamt kleine ( $\leq 100$  qm VKF) bis "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF), keine großflächigen Betriebe
- ausgewogenes Verhältnis von augenscheinlich inhabergeführten Fachgeschäften zu Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig bis mittel - kaum Angebote im exklusiven, hochpreisigen Segment
- variierende Qualität in Bezug auf Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung von gering bis hochwertig (u.a. Modehaus)



## **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Supermarkt

### **17.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum, u.a. eine Postfiliale (Filderbahnplatz)
- Ärztehaus im südlichen Ergänzungsbereich Hechinger Straße

#### **Gastronomie**

- gastronomisches Angebot vorhanden - Qualität und Gestaltung stark variierend
- Konzentration an diversen gastronomischen Betrieben im Bahnhofsbereich
- gastronomische Außensitzbereiche vorhanden

#### **Öffentliche Einrichtungen**

- Konzentration an diversen öffentlichen Einrichtungen auf Oberdorfplatz: u.a. Bezirksrathaus sowie im Spitalhof: u.a. Stadtbücherei, Heimatmuseum, Musikschule, Volkshochschule und Filderbahnplatz: Bürgerhaus (im Bau)

### **17.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur
- Haupteinkaufsbereich: historisch wie nachkriegszeitlich und z.T. modern geprägte, geschlossene, drei- bis fünfgeschossige Bauweise, an wenigen Stellen auch offen und giebelständig
- Kreuzungsbereich Filderbahn- Ecke Vaihinger Straße: nachkriegszeitlich puristische Bauten mit Flachdach in geschlossener Bauweise
- nördliche Filderbahnstraße: eher giebelständig, offen und dreigeschossig
- in Ergänzungsbereichen und Seitenstraßen eher nachlassende städtebauliche Dichte bei überwiegend zwei- bis dreigeschossiger Einzelhausbauweise, z.T. mit Einfriedungen und Vorgärten
- architektonische Akzente: historische Ensemblewirkung auf Oberdorfplatz (Bezirksrathaus, Kirche) und Spitalhof (gut saniertes Fachwerk)  
à identitätsstiftende Wirkung, Orientierungs- und Merkzeichen

- dringender Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf an Privathäusern erkennbar

### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- öffentlicher Raum z.T. mit funktionalen wie gestalterischen Defiziten (u.a. schmale Fußwege, uneinheitliche Bodenbelagsgestaltung, wenige Sitzgelegenheiten und sonstige Gestaltungselemente)
  - à eingeschränkte (nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität
- Haupteinkaufsbereich als langgezogener Straßenraum ohne Aufenthaltsqualität - Platzräume (Oberdorfplatz, Spitalhof) in dezentraler Lage oder Umbau (Filderbahnplatz)
- Gestaltung des städtebaulichen Umfelds um Oberdorfplatz in Anpassung an historische Bausubstanz (u.a. Straßenpflasterung)
  - à hoher Identifikationswert

**Foto 62: Kreuzungsbereich Vaihinger Straße Ecke Filderbahnstraße**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 63: Modehaus südliche Filderbahnstraße**



Quelle: eigenes Foto September 2007

### **Verkehr und Frequenz**

- starke Verkehrsbelastung (Durchgangs- wie Ziel-/ Quellverkehr) im Kreuzungsbereich Filderbahnstraße/ Vaihinger Straße
- relativ breiter Straßenraum für den MIV bei schmalen Fußwegbereichen und ausbaufähigen Querungsmöglichkeiten
  - à starke Trenn-/ Barrierewirkung, Durchgängigkeit für Passanten erschwert
- Tempo-30-Zone in Filderbahnstraße Richtung Oberdorfplatz



- Passantenfrequenz mittel bis hoch im Hauptkreuzungsbereich und in der nördlichen Filderbahnstraße, in Ergänzungsbereichen und Seitenstraßen des Haupteinkaufsbereichs niedrig
- gute ÖPNV- und MIV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie wenige, kleinere Sammelparkplätze

### **Flächenpotenziale**

- Möhringer Markt im Übergang Filderbahnstraße/ Hechinger Straße: untypische, kleinteilige Zwischennutzung des Gebäudes aus den 1960/ 70er Jahren
- Flächenpotenzial (Brachfläche) in der westlichen Vaihinger Straße (an abgegrenztes Zentrum angrenzend)

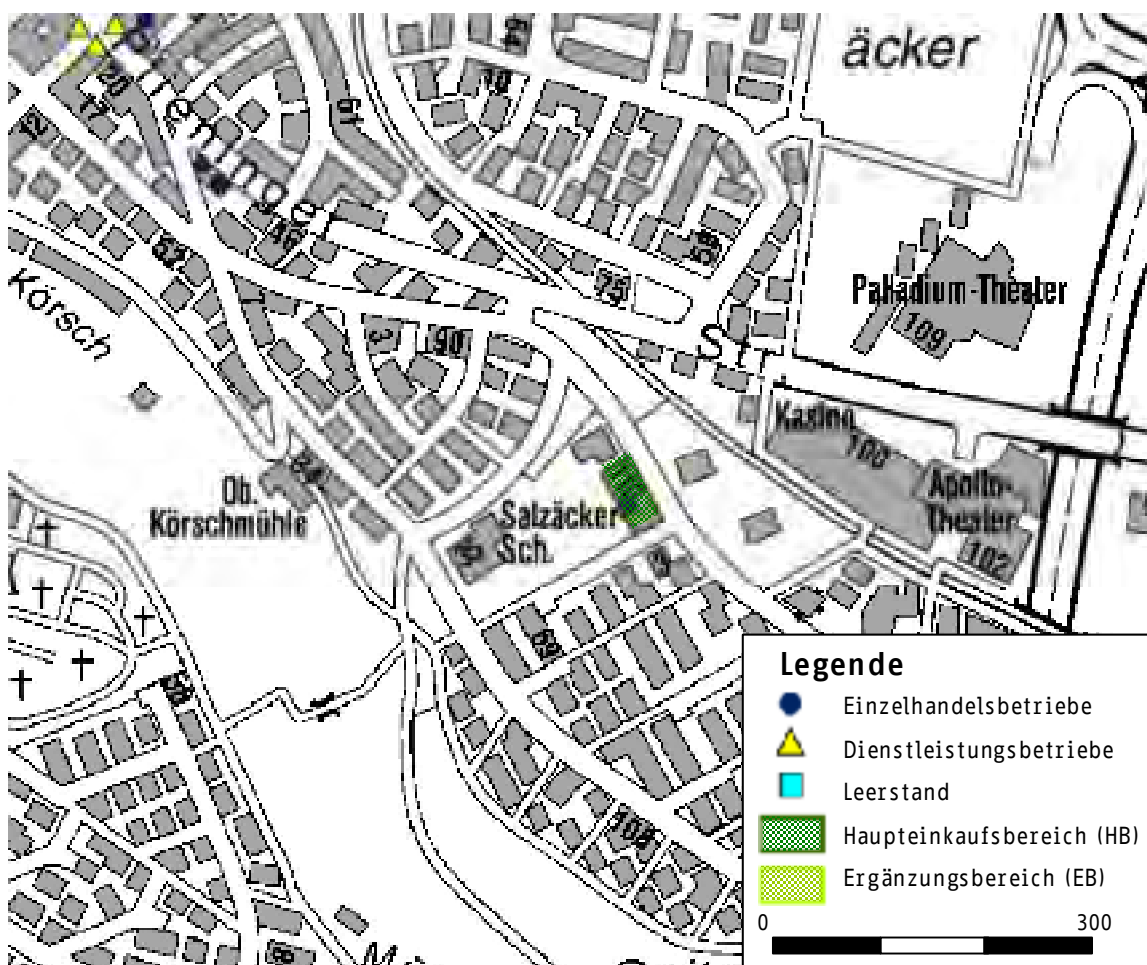
#### **17.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- städtebaulich-gestalterische Aufwertung des öffentlichen Raums
- Sanierung/ Neugestaltung diverser (leerstehender) Gebäude
- keine weitere funktionale Nord-Süd-Ausdehnung des D-Zentrums
  - à Nutzung vorhandener Leerstände
  - à städtebaulich-gestalterische wie funktionale Stärkung bestehender Querbeziehungen
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums

## 17.2.2 E-Zentrum Widmaierstraße (12-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 56: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Widmaierstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 59: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp		
3	0	E		
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt	
650 qm	0 qm	0 qm	650 qm	
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig	
450 qm	200 qm	0 qm	0 qm	

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

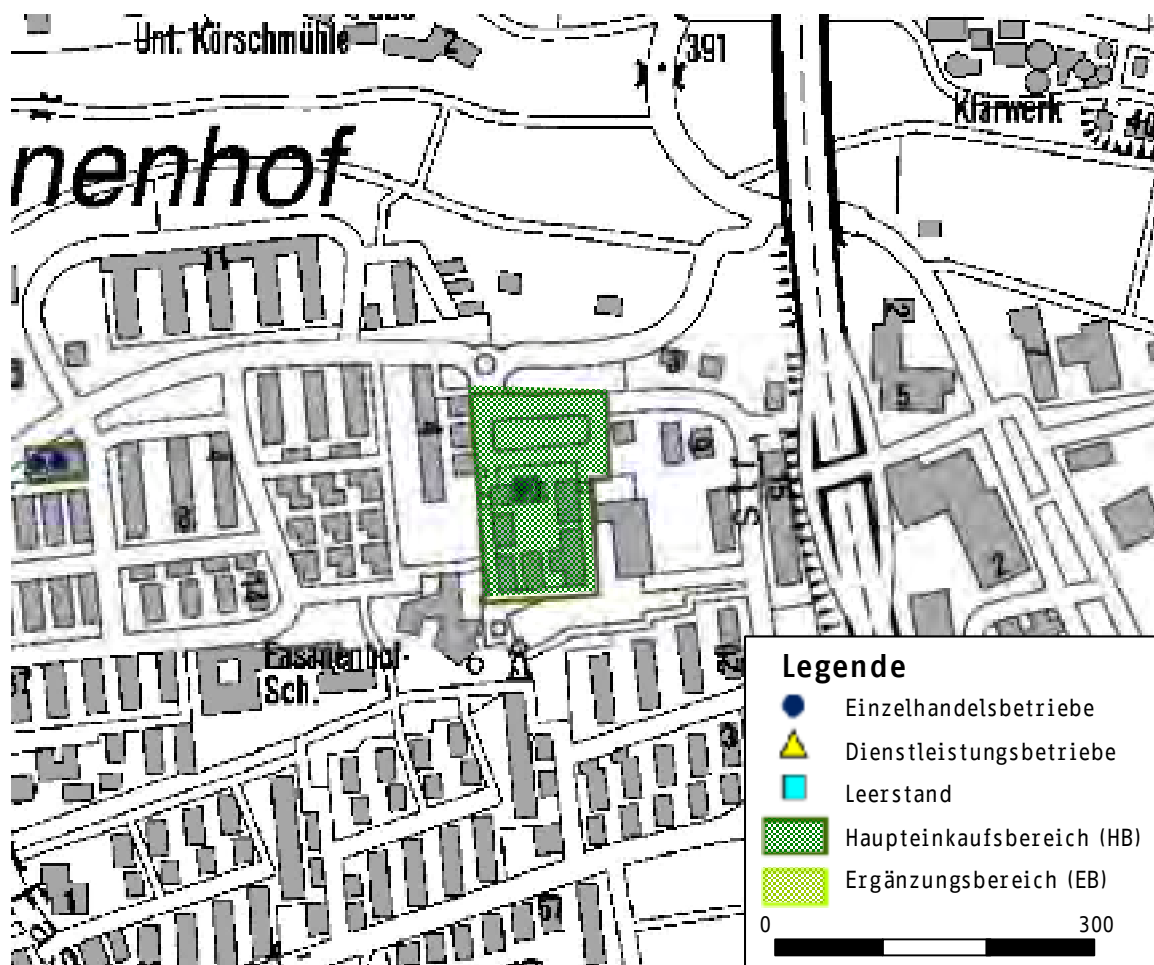


- mitten in einer (Plattenbau-)Wohnsiedlung gelegen, befindet sich der Einzelhandelsbesatz in einem eingeschossigen Teil des Gebäudes an der Widmaierstraße 110
- sehr geringer Einzelhandelsbesatz (nur drei Betriebe)
- keine Leerstände
- Angebotsschwerpunkt ausschließlich im kurzfristigen Bedarfsbereich - reiner Nahversorgungsstandort (Bäcker, Drogeriemarkt und Biomarkt)
- mehrere Dienstleistungen ergänzen Einzelhandel funktional (darunter eine Bank)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 17.2.3 E-Zentrum Ladenzentrum Europaplatz (12-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 57: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Ladenzentrum Europaplatz



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007





## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 60: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
8	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
850 qm	550 qm	25 qm	1.425 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
625 qm	225 qm	500 qm	75 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

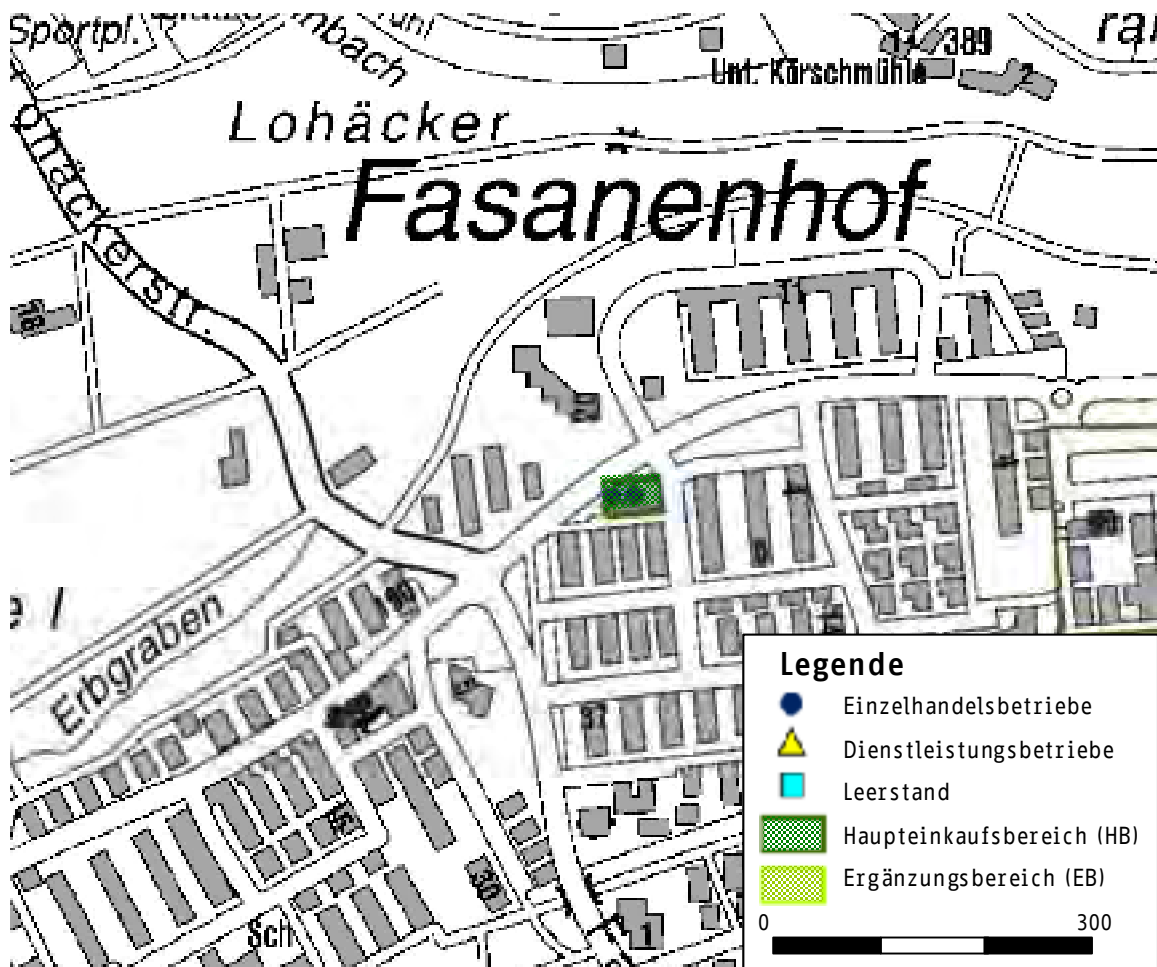
- Lage des Zentrums inmitten einer Plattenbausiedlung am Europaplatz bzw. Fasanenhof; Einzelhandelsbetriebe befinden sich im Obergeschoss eines zweigeschossigen Karrees
- mittlere Einzelhandelsdichte
- hohe Leerstandsquote
- LM-Nahversorgung gegeben durch ein LM-Discounter und einen Bäcker sowie einem Drogeriegeschäft mit ergänzendem Angebot an Nahrungs-/ Genussmitteln
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen und im mittelfristigen Bedarfsbereich (u.a. Bekleidung, Unterhaltungselektronik)
- kleinteilige Betriebsgrößen mit Ausnahme des Discounters, dabei mehrheitlich inhabergeführt
- Magnetbetrieb ist der Discounter
- den Einzelhandel funktional ergänzende Dienstleistungen (insbesondere Gastronomie mit einem niedrigpreisigen Angebot)
- E-Zentrum mit über den Nahbereich hinausgehender Versorgungsfunktion erfüllt Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nach BverwG-Urteil (vgl. Kap. 3.1)



## 17.2.4 E-Zentrum Kurt-Schuhmacher-/ Eichäcker (12-04)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 58: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Kurt-Schuhmacher-/ Eichäckerstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 61: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
3	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
550 qm	0 qm	0 qm	575 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
450 qm	100 qm	0 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

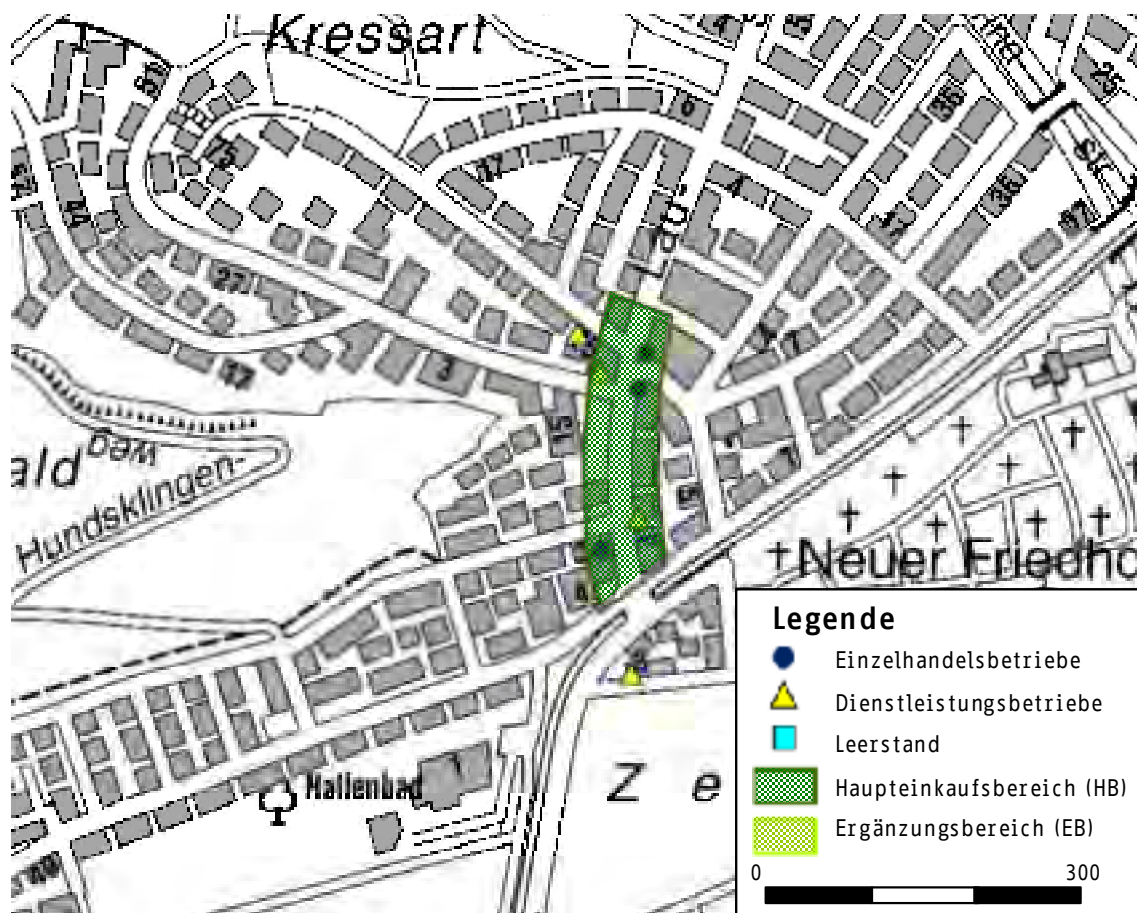
Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- Lage des Zentrums im Erdgeschoss eines puristischen, zweigeschossigen Gebäudekomplex in einer Plattenbausiedlung am Eichäcker, Ecke Kurt-Schumacher-Straße; Zentrum umfasst lediglich einen Gebäudekomplex
- sehr geringe Einzelhandelsdichte (lediglich drei Betriebe)
- keine Leerstände
- LM-Nahversorgung wird sichergestellt durch einen Supermarkt und einen Bäcker, daneben gibt es noch eine Apotheke
- reiner Nahversorgungsstandort
- Magnetfunktion übt der Supermarkt aus
- mit der Bank befindet sich ein Dienstleister im Gebäudekomplex
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 17.2.5 E-Zentrum Laustraße (12-05)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 59: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Laustraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 62: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
6	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
250 qm	25 qm	25 qm	325 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
175 qm	75 qm	25 qm	25 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- E-Zentrum erstreckt sich linear entlang der Laustraße, zwischen Ecke Kremmlerstraße (U-Bahnhaltestelle) und Turmhahnweg
- bei relativ großer räumlichen Ausdehnung sehr geringe Einzelhandelsdichte
- keine Leerstände
- Nahversorgungsfunktion übernimmt eingeschränkt auf Grund seiner Größe ein kleiner Lebensmittelladen, daneben gibt es einen Bäcker und einen Getränkemarkt
- reiner Versorgungsstandort - Angebotsschwerpunkt ist eindeutig der kurzfristige Bedarfsbereich
- Besatz der Dienstleister noch geringer als beim Einzelhandel (u.a. eine Bank)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 18. STADTBEZIRK 13 MÜHLHAUSEN

### 18.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 13 MÜHLHAUSEN

Der Stadtbezirk "13 Mühlhausen" im Nordosten des Verwaltungsgebietes der Landeshauptstadt Stuttgart weist eine Einwohnerzahl von rd. 26.200 Einwohnern auf. In dem Stadtbezirk sind - mit einem Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel - insgesamt 80 Einzelhandelsbetriebe lokalisiert, die auf einer Verkaufsfläche von rd. 17.525 qm einen Umsatz von rd. 80,4 Mio. € erzielen.

Tab. 63: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 13 Mühlhausen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	7.900	43,9	78%
Drogerie/ Parfümerie	1.575	5,0	75%
Apotheke	425	9,4	78%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	625	2,3	86%
Blumen/ Zoo	900	1,7	81%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>11.425</b>	<b>62,3</b>	<b>78%</b>
Bekleidung und Zubehör	575	2,9	19%
Schuhe, Lederwaren	50	0,1	5%
Sport/ Freizeit	125	0,4	17%
Spielwaren	250	0,8	25%
Bücher	175	0,9	27%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	750	1,2	52%
Haus-/ Heimtextilien	100	0,2	11%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.025</b>	<b>6,5</b>	<b>21%</b>
Uhren/ Schmuck	50	0,3	17%
Foto/ Optik und Zubehör	150	1,1	43%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	75	0,5	5%
Elektro/ Leuchten	325	1,4	39%
Teppiche/ Bodenbeläge	100	0,2	16%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	3.075	6,3	59%
Möbel, Antiquitäten	0	0,0	0%
Sonstiges	325	1,8	29%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>4.100</b>	<b>11,6</b>	<b>26%</b>
<b>Summe</b>	<b>17.525</b>	<b>80,4</b>	<b>52%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

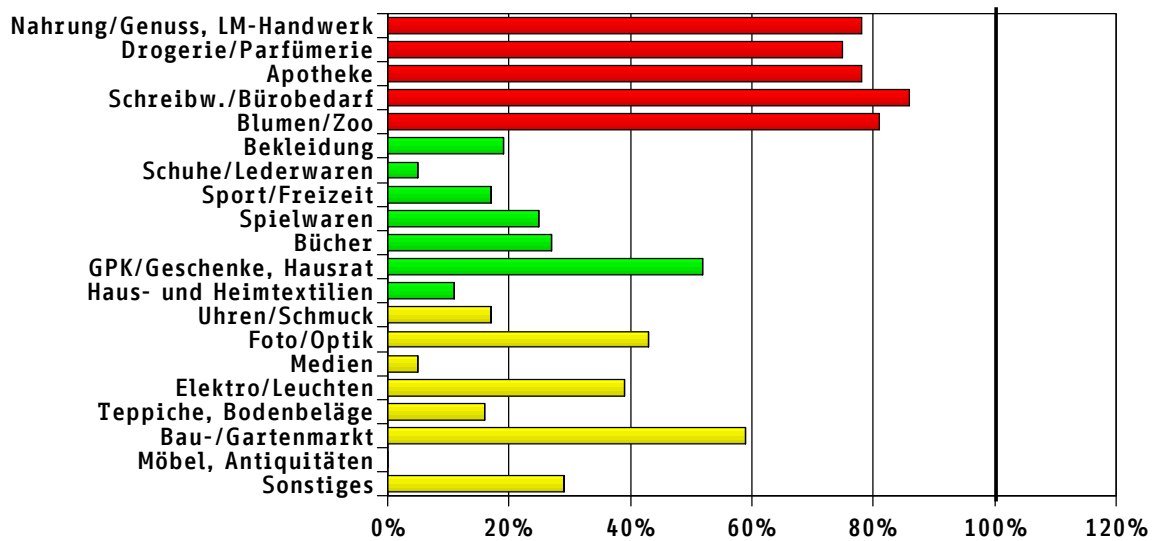
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

Der Stadtbezirk weist eine Gesamtbindungsquote von 52% auf, d.h. knapp die Hälfte der stadtbezirksbezogenen Kaufkraft fließt ab. In keinen der Sortimentsbereiche wird eine Bindungsquote von 100% erreicht. Auch in dem Sortimentsbereich Nah-



rungs-/ Genussmittel, der eine Bindungsquote von rd. 78% aufweist liegt keine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung von "13 Mühlhausen" vor. In Bezug auf die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe weist der Stadtbezirk zudem vergleichsweise leicht unterdurchschnittliche Werte auf. Lediglich 71% der Einwohner haben die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung, d.h. wohnen in einer Entfernung von bis zu 500 Metern zu einem Lebensmittelbetrieb (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 55: Bindungsquote Stadtbezirk 13 Mühlhausen

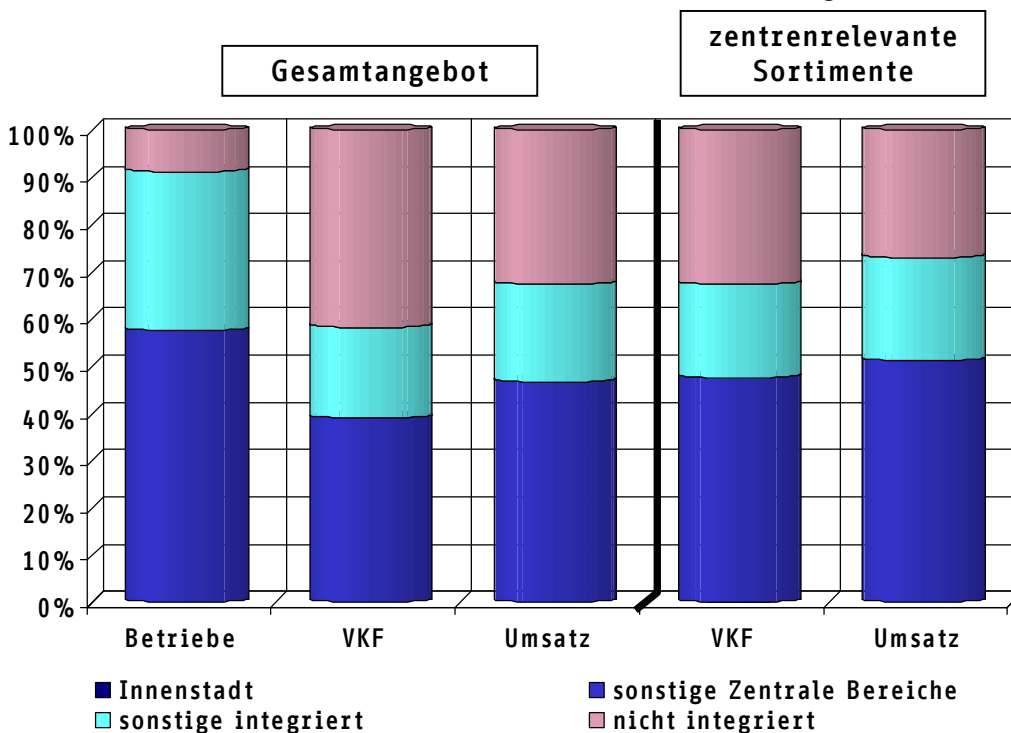


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Wird die räumliche Verteilung der Betriebe im Stadtbezirk betrachtet, wird eine Konzentration in den drei Zentren von "13 Mühlhausen" und an sonstigen Standorten deutlich. Lediglich neun Prozent der Betriebe befinden sich an nicht integrierten Standorten. Bezogen auf die räumliche Verteilung der Verkaufsflächen- und Umsatzanteile relativiert sich dieses Bild: Der Verkaufsflächenanteil der Betriebe an den nicht integrierten Standorten beträgt hier rd. 42%, der Umsatzanteil rd. 33%. Die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente befinden sich zu 48% funktionsadäquat in den drei Zentren des Stadtbezirks. Ein für Stuttgart vergleichsweise hoher Verkaufsflächenanteil zentrenrelevanter Sortimente von rd. einem Drittel befindet sich jedoch entgegen planerischen Zielen an nicht integrierten Standorten. Zurückzuführen ist dieser hohe Anteil u.a. auf einen großflächigen Verbrauchermarkt im Stadtteil Mühlhausen.



Abb. 56: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 13 Muhlhausen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

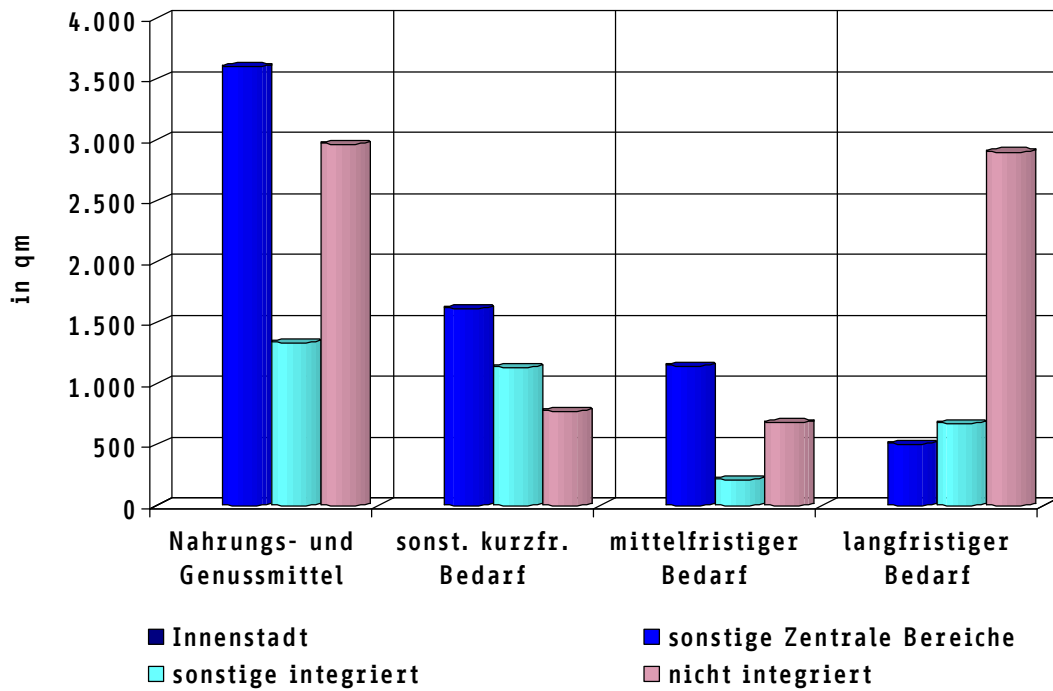
In der folgenden Abbildung wird zunächst die Bedeutung der Zentren für den Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel, dem weiteren kurzfristigen sowie mittelfristigen Bedarfsbereich deutlich. Angebote des langfristige Bedarfs, worunter auch die üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimente fallen, befinden sich wiederum hauptsächlich an nicht integrierten Standorten.

Auffällig ist dennoch der hohe Verkaufsflächenanteil im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel an nicht integrierten Standorten, welcher sich hauptsächlich auf den bereits erwähnten Verbrauchermarkt, der nicht funktionsadäquat an einem Standort ohne Bezug zur Wohnbebauung im Stadtteil Muhlhausen angesiedelt ist, zurückführen lässt.





Abb. 57: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 13 Mühlhausen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

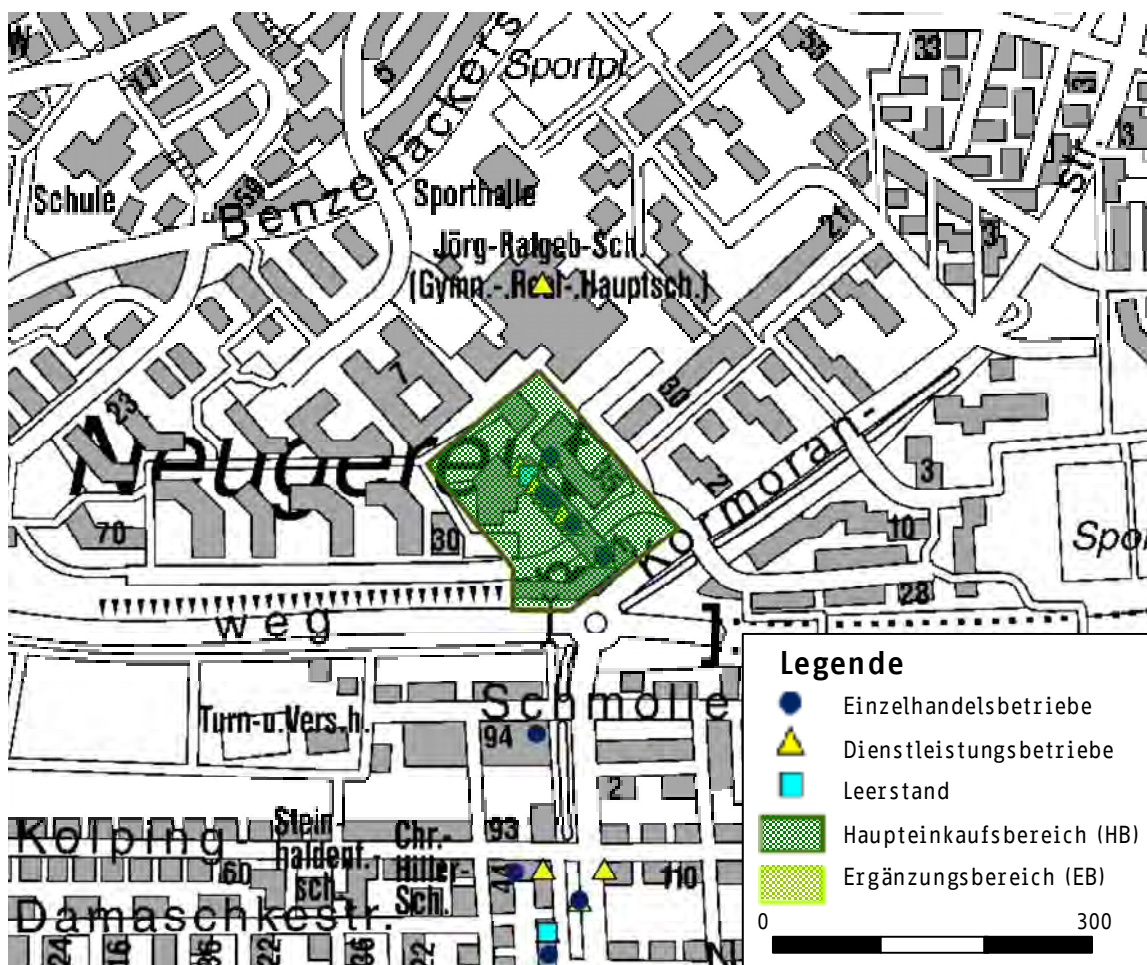
## 18.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 13 MÜHLHAUSEN

### 18.2.1 D-Zentrum Ladenzentrum Flamingoweg (13-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum im Bereich zwischen Seeblickweg/ Kormoranstraße, Flamingoweg und Marabustraße

Karte 60: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Ladenzentrum Flamingoweg



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 18.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 64: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
23	1	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.750 qm	525 qm	100 qm	3.375 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.950 qm	800 qm	425 qm	200 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte im gesamten Ladenzentrum
- keinerlei Einzelhandelsbesatz in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum
- einige Leerstände vorhanden

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes und vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein großflächiger Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter, ein Getränkemarkt sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte, -handwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt in Marabustrasse (wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten und sonstigen kurzfristigen Bedarfsbereich, im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich vergleichsweise gering
- keine speziellen Angebote oder Angebotsvielfalt

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- eher kleine ( $\leq 100$  qm VKF) bis wenige "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Betriebe
- insgesamt ein großflächiger Betrieb
- größere Betriebe filialisiert, kleine Betriebe augenscheinlich inhabergeführt

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig/ billig bis mittel und z.T. auch hochwertig/ -preisig
- variierende Qualität in Bezug auf Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung von gering bis mittel: oft nicht gestalteter, z.T. diffuser Eindruck
- viele Warenstände und Werbetafeln im Gehwegbereich

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- große Lebensmittelbetriebe



### **18.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern, u.a. Postfiliale
- diverse Vergnügungsstätten/ Spielecenter lassen in Verbindung mit gestalterischen Defiziten (s.o.) auf erste Trading-Down-Prozesse schließen

#### **Gastronomie**

- gastronomisches Angebot vorhanden: keine gehobene Gastronomie - überwiegend Schnellrestaurants/ Imbisse
- kleine gastronomische Außensitzbereiche vorhanden

#### **Öffentliche Einrichtungen**

- Konzentration an diversen öffentlichen Einrichtungen im Übergang zum nördlich anschließenden Wohngebiet: u.a. Polizei sowie diverse schulische und kirchliche Einrichtungen

### **18.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt homogene, kompakte Baustruktur
- als Ladenzentrum auf drei Etagen konzipierter Gebäudekomplex aus den 1960/ 70er-Jahren, Erweiterung durch moderne Anbauten bis heute
- keine architektonischen Akzente

#### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- öffentlicher Raum auf verschiedenen Straßen- und Platzräumen überwiegend ansprechend gestaltet durch einheitliche Bodenbelagsgestaltung, Baum-/ Grünpflanzungen, öffentliche Sitzgelegenheiten und sonstige Gestaltungselemente
- stellenweise Modernisierung der aus den 1960/ 70er Jahre stammenden Gestaltungselemente
  - à Aufenthaltsqualität gegeben
- einige Zugänge und öffentliche Räume in Seitenlage eng und dunkel ("dunkle Ecken" und "Angsträume")
  - à Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf in Teilbereichen des öffentlichen Raums



Foto 64: Innenansicht



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 65: Außenansicht



Quelle: eigenes Foto September 2007

### Verkehr und Frequenz

- D-Zentrum ausschließlich Fußgängern vorbehalten
  - à keine Verkehrsbelastung im D-Zentrum
- direkt um das Ladenzentrum mittelstarke Verkehrsfrequenz (Ziel-/ Quellverkehr)
- Passantenfrequenz im Ladenzentrum mittelstark bis zeitweise hoch, in Randbereichen und Seitenstraßen gering
- sehr gute ÖPNV- (S/ U-Bahn, Bus in unmittelbarer Nähe) und MIV-Erreichbarkeit
- großer Sammelparkplatz im Erdgeschossbereich (überdacht durch darüber liegendes Ladenzentrum)
- sehr gut ausgebaute, barrierefreie Fußwegebeziehungen innerhalb des abgegrenzten D-Zentrum sowie zu den umliegenden Wohngebäuden, Querungsmöglichkeit des stark befahrenen Seeblickwegs durch Fußgängerbrücke

### Flächenpotenziale

- augenscheinlich nicht vorhanden (außer Leerstände)

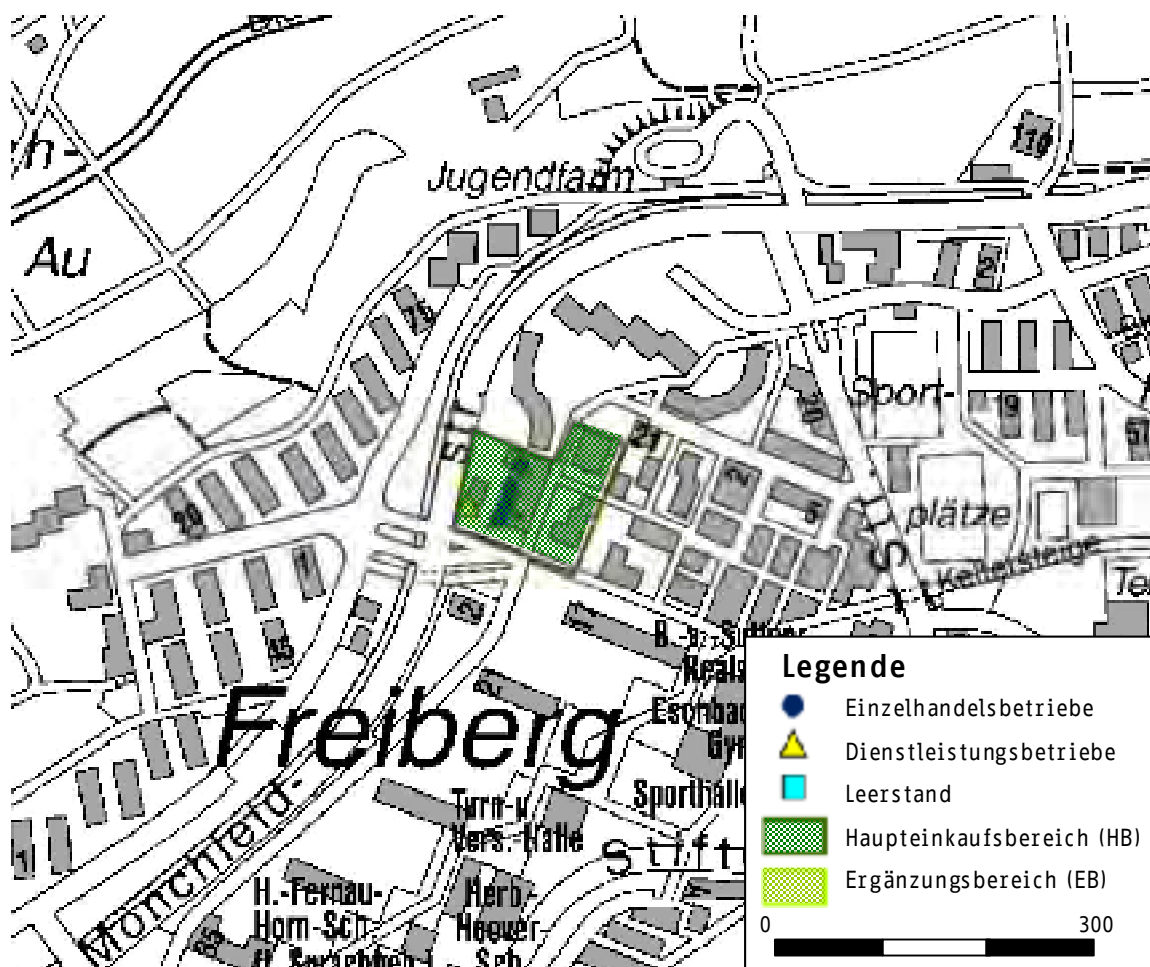
#### 18.2.1.4 Entwicklungsziele

- Erhalt der umfassenden Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen in modernisierungsbedürftigen Teilbereichen des öffentlichen Raums
  - à Beseitigen von "dunklen Ecken" und "Angsträumen"
- Sanierung/ Neugestaltung und Nutzung diverser (leer stehender) Gebäude
- Erhalt und Stärkung der Kompaktheit des D-Zentrums

## 18.2.2 E-Zentrum Wallensteinstraße (13-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 61: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Wallensteinstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 65: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp		
7	0	E		
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt	
1.150 qm	350 qm	100 qm	1.600 qm	
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig	
825 qm	325 qm	350 qm	125 qm	

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



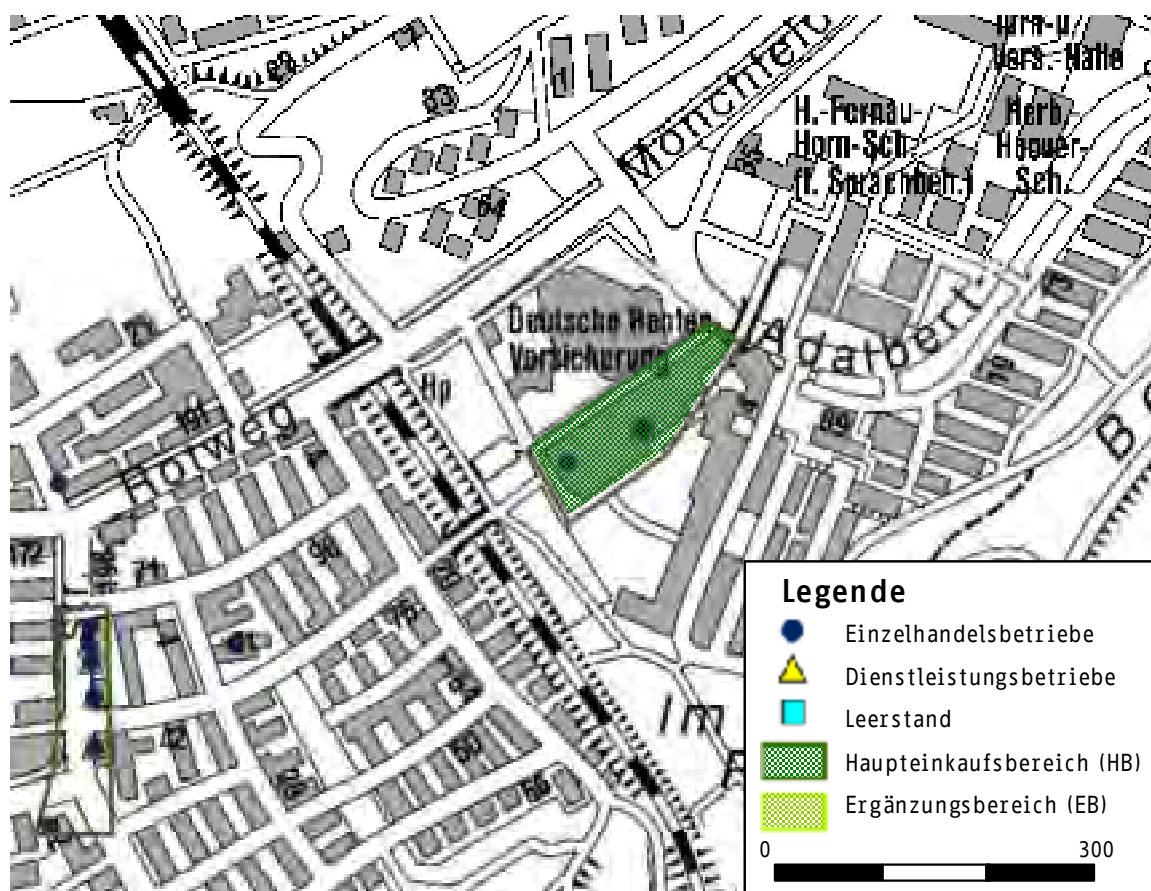
- befindet sich östlich der Mönchfeldstraße in einer Plattenbausiedlung
- mittlere räumliche Einzelhandelsdichte in dem abgegrenzten Bereich
- keine Leerstände
- relativ umfassendes LM-Nahversorgungsangebot, neben einem LM-SB-Markt und einem Discounter sind noch zwei Bäcker angesiedelt
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (neben den genannten Betrieben eine Apotheke und ein Schreibwarengeschäft), darüber hinaus umfasst das Angebot im E-Zentrum in geringem Umfang auch mittel- und langfristige Bedarfsgüter
- ungefähr ausgewogenes Verhältnis zwischen Filialisten und inhabergeführten Fachgeschäften bei insgesamt kleinen bis mittleren Betriebsgrößen
- Magnet-/ Frequenzfunktion üben der LM-SB-Markt und der Discounter aus
- Dienstleistungsdichte vergleichbar mit derjenigen des Einzelhandels (u.a. Zahnarzt, Kindergarten, kirchliche Einrichtung)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



### 18.2.3 E-Zentrum Freiberg (Kaufpark) (13-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 62: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Freiberg (Kaufpark)



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 66: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
16	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.325 qm	425 qm	150 qm	1.900 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
850 qm	475 qm	375 qm	200 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- Zentrum erstreckt sich in einer Einkaufspassage eines zweigeschossigen Gebäudes im Bereich Mönchfeld-/ Adalbert-Stifter-Straße
- hohe räumliche Dichte des Einzelhandelsbesatzes
- relativ hohe Leerstandsquote
- umfassende LM--Nahversorgung durch u.a. einen Discounter, zwei Bäckereien und einen Metzger
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (neben den genannten Betrieben u.a. eine Apotheke, ein Schreibwarengeschäft), darüber hinaus Angebote auch im mittelfristigen Bedarfsbereich (z.B. Bekleidung) und langfristigen Bedarfsbereich (z.B. Optiker)
- mit Ausnahme des Discounters sehr kleinteilige Betriebsstrukturen, es überwiegen inhabergeführte Geschäfte
- Magnetbetrieb und Frequenzbringer ist der Discounter
- hohe räumliche Dichte an Dienstleistungsbetrieben (u.a. eine Bank, Reisebüro, mehrere Gastronomiebetriebe (Imbisse und Cafés) und Einrichtungen mit überörtlicher Bedeutung wie z.B. Polizei oder eine Bücherei)
- relativ ausgewogener Branchenmix
- E-Zentrum mit über den Nahbereich hinausgehender Versorgungsfunktion erfüllt Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nach BverwG-Urteil (vgl. Kap. 3.1)

#### **18.2.4 Entwicklungsbereich Veitstraße (13-11)**

- Entwicklungsbereich erstreckt sich im Kreuzungsbereich Mönchfeld-/ Veit-/ Aldingerstraße bei einer insgesamt sehr geringen räumlichen Besatzdichte
- es fehlt ein Lebensmittelbetrieb mit einem hinreichenden Angebot an Nahrungs-/ Genussmitteln, der Nahversorgungsfunktion übernimmt
- Angebotsschwerpunkt deutlich im kurzfristigen Bedarfsbereich (zwei Bäckereien ein Metzger, eine Apotheke, ein Blumenladen und Fachmarkt mit einem Angebot an Heimtierbedarf), zudem gibt es mit einem Fahrradgeschäft ein Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich
- außer einer Fachmarktkette für Heimtierbedarf sehr kleinteilige Betriebsstrukturen
- relativ geringe Dienstleistungsdichte (u.a. Bank)



#### **18.2.5 Entwicklungsbereich Zentrum Hechtstraße (13-12)**

- unmittelbare Lage am Kreuzungsbereich Hecht-/ Steinbuttstraße inmitten eines Wohngebietes aus der Nachkriegszeit
- geringe Einzelhandelsdichte, zudem einige Leerstände
- keine LM-Nahversorgung gegeben, es gibt lediglich einen Getränkemarkt und ein ergänzendes Angebot eines Drogeriegeschäftes, welcher Magnetfunktion übernimmt
- Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich und ist kleinteilig strukturiert
- Die Dienstleistungsdichte ist ebenfalls gering (u.a. sind eine Bank und verschiedene gastronomische Angebote vorhanden)

#### **18.2.6 Entwicklungsbereich Kelterplatz (13-13)**

- Lage im Bereich des Kelterplatzes bei attraktiver Platzsituation und in Teilen historischer Bebauung
- lediglich ein Einzelhandelsbetrieb vorhanden (Lebensmittelhandwerk), so dass die Dichte nicht ausreicht für ein E-Zentrum
- im Gegensatz dazu größerer Dienstleistungsbesatz (u.a. Bank, Fahrschule, Gastronomie)



## 19. STADTBEZIRK 14 MÜNSTER

### 19.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 14 MÜNSTER

Der mit rd. 6.400 Einwohner kleinste Stadtbezirk der Landeshauptstadt Stuttgart "14 Münster" weist überdies auch ein relativ kleines Einzelhandelsangebot auf. Die 20 in dem Stadtbezirk angesiedelten Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von rd. 3.925 qm auf. Auf dieser Fläche wird ein Umsatz von rd. 20,3 Mio. € erwirtschaftet. Nahrungs-/ Genussmittel stellen die bezogen auf Verkaufsfläche und Umsatz stärkste Sortimentsgruppe im Stadtbezirk "14 Münster" dar. In den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches sind in dem Stadtbezirk nur wenige bis keine Angebote vorhanden.

Tab. 67: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 14 Münster: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	2.675	14,4	104%
Drogerie/ Parfümerie	400	1,4	84%
Apotheke	50	1,6	53%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	125	0,5	78%
Blumen/ Zoo	125	0,3	55%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.375</b>	<b>18,2</b>	<b>93%</b>
Bekleidung und Zubehör	0	0,0	0%
Schuhe, Lederwaren	0	0,0	0%
Sport/ Freizeit	125	0,4	70%
Spielwaren	50	0,2	20%
Bücher	0	0,0	0%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	50	0,1	16%
Haus-/ Heimtextilien	0	0,0	0%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>225</b>	<b>0,7</b>	<b>9%</b>
Uhren/ Schmuck	0	0,0	0%
Foto/ Optik und Zubehör	0	0,0	2%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	25	0,2	10%
Elektro/ Leuchten	25	0,1	11%
Teppiche/ Bodenbeläge	0	0,0	0%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	25	0,1	2%
Möbel, Antiquitäten	0	0,0	0%
Sonstiges	200	1,1	73%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>275</b>	<b>1,5</b>	<b>14%</b>
<b>Summe</b>	<b>3.925</b>	<b>20,3</b>	<b>53%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

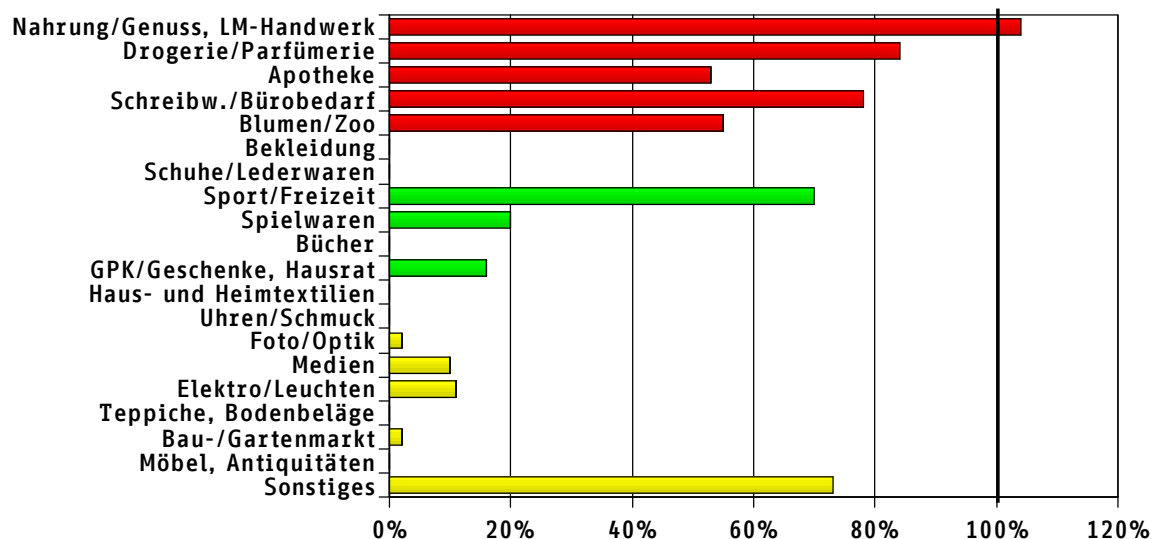
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



Der Stadtbezirk "14 Münster" weist auf Grund der geringen Einwohnergröße und des lückenhaften Angebotes bzw. seiner eingeschränkten Versorgungsfunktion eine Gesamtbindungsquote von rd. 53% auf, d.h. es werden deutliche Kaufkraftabflüsse verzeichnet

Allerdings liegt in dem für die Nahversorgung bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/Genussmittel, das eine Bindungsquote von 104% aufweist eine rechnerische Vollversorgung der eigenen Bevölkerung vor. Ebenso ist die räumliche Nahversorgungssituation auf Grund des Angebotes und des kompakten Siedlungskörpers als positiv zu bewerten: Der Anteil nahversorgter Einwohner liegt bei rd. 92%. Somit wohnen überdurchschnittlich viele Bewohner im Stadtbezirk innerhalb der Nahversorgungsradien der hier angesiedelten Lebensmittelbetriebe (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 58: Bindungsquote Stadtbezirk 14 Münster



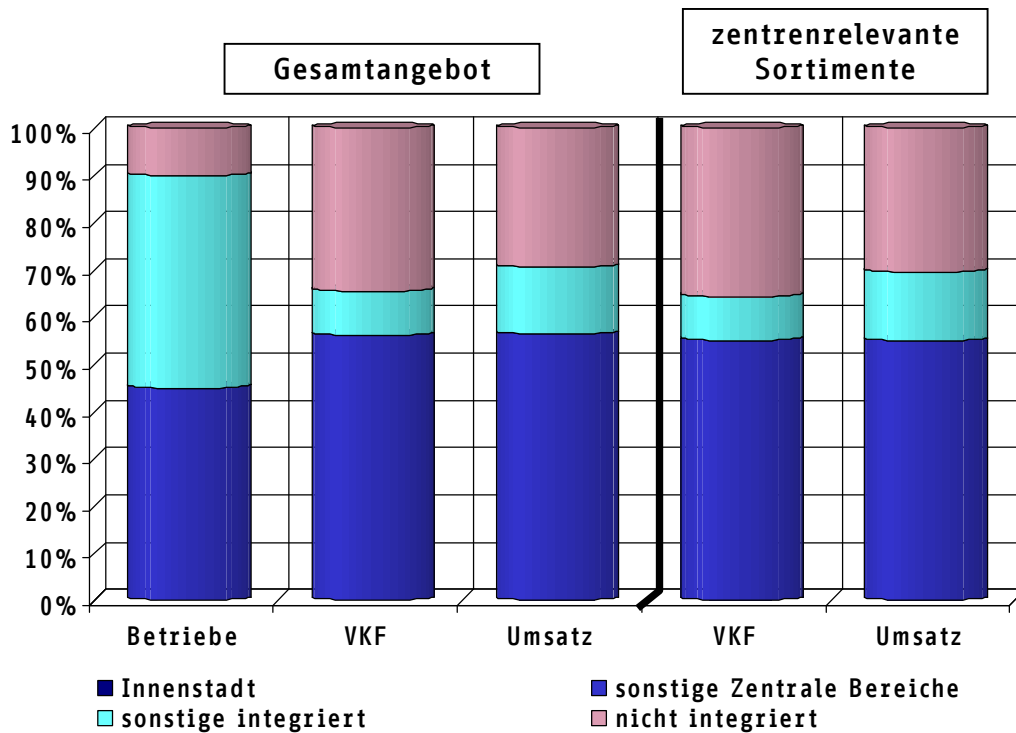
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

18 der insgesamt 20 Betriebe sind im Stadtbezirk "14 Münster" in den zwei Zentren und an sonstigen integrierten Standorten angesiedelt. Auf Grund eines großflächigen Supermarktes und vergleichsweise kleiner Betriebsgrößen an den sonstigen integrierten Standorten beträgt der Verkaufsflächenanteil in nicht integrierter Lage rd. 34%.

Das überwiegende Angebot zentrenrelevanter Sortimente ist in den Zentren lokalisiert. Der Anteil üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente, der nicht funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten angeboten wird, beträgt dennoch vergleichsweise hohe 36%.



Abb. 59: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 14 Münster

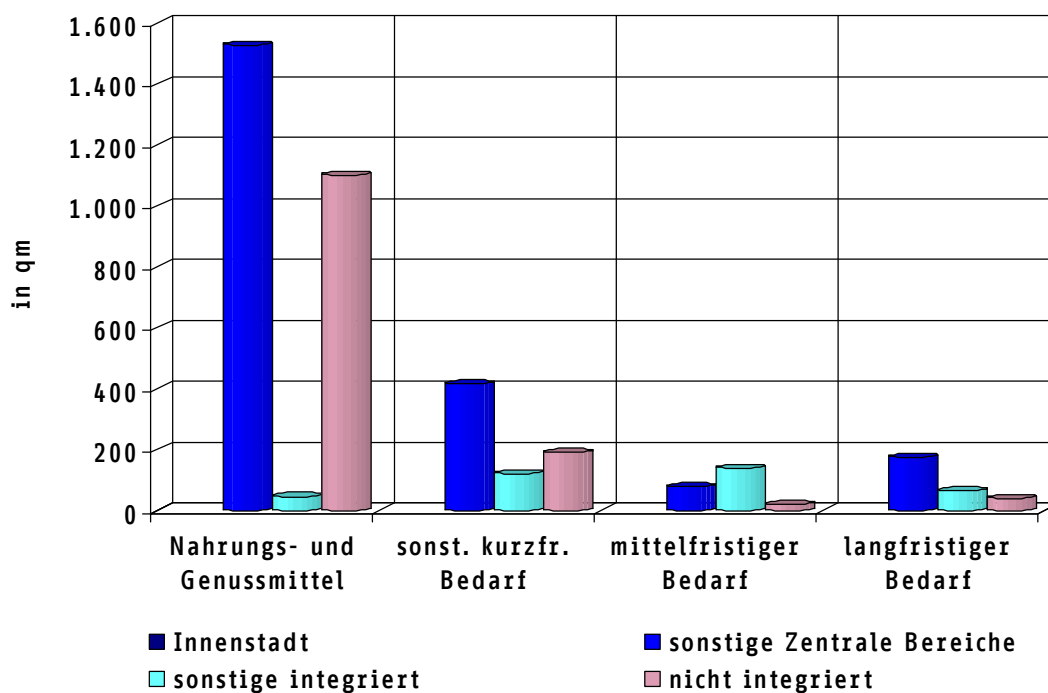


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bei der Unterscheidung nach der Struktur des Einzelhandelsangebotes nach Lage ist zunächst der oben bereits angeführte Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel auffällig, während Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich im Stadtbezirk - unabhängig von ihrer Lage - nur geringe Anteile verbuchen. Diese Sortimentsgruppe befindet sich hauptsächlich in den beiden E-Zentren des Stadtbezirks "14 Münster", die somit eine wichtige Bedeutung für die Nahversorgung der Bewohner aufweisen. Daneben werden Nahrungs-/ Genussmittel zu einem hohen Anteil ebenfalls an nicht integrierten Standorten angeboten. Dieser hohe Verkaufsflächenanteil ist vornehmlich auf einen nicht funktionsadäquat angesiedelten großflächigen Supermarkt zurückzuführen.



Abb. 60: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 14 Münster



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen



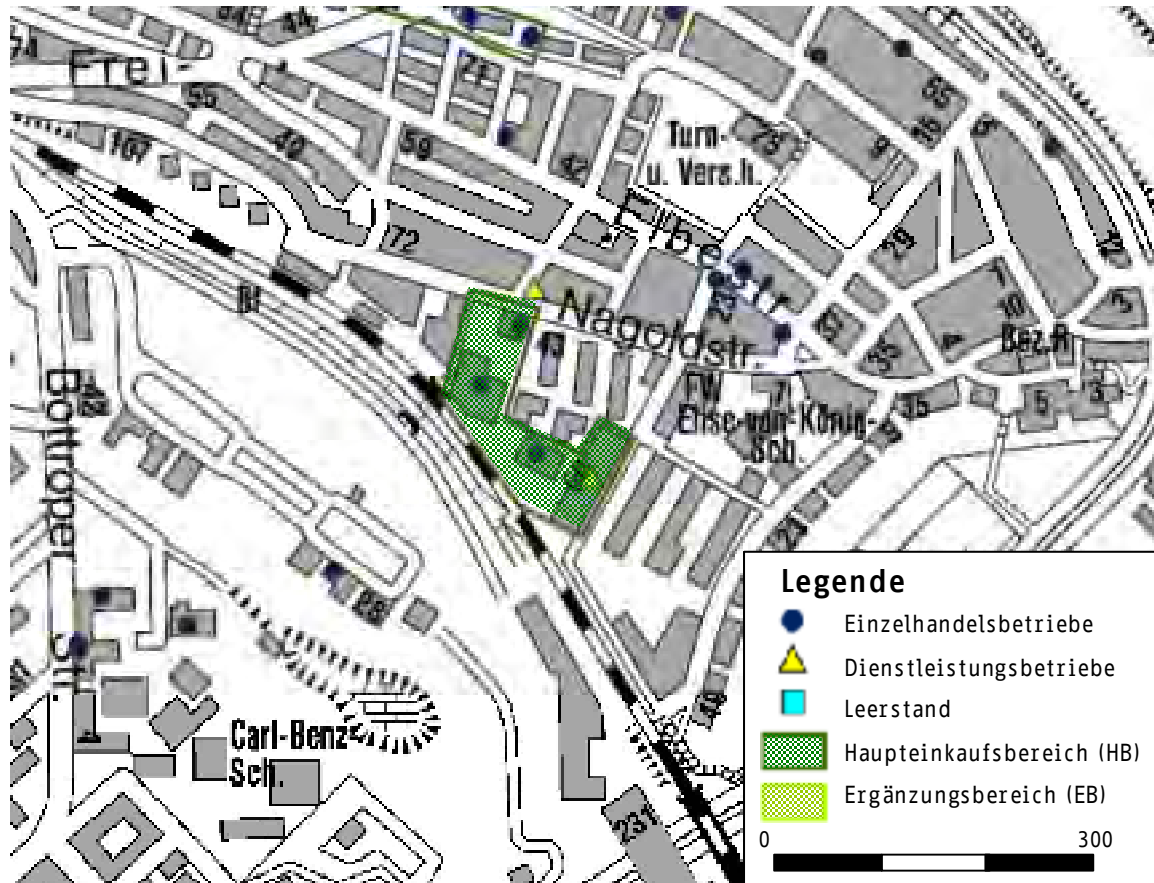


## 19.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 14 MÜNSTER

### 19.2.1 E-Zentrum Nagoldstraße (14-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 63: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Nagoldstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 68: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
5	1	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.575 qm	75 qm	150 qm	1.800 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.225 qm	350 qm	75 qm	150 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

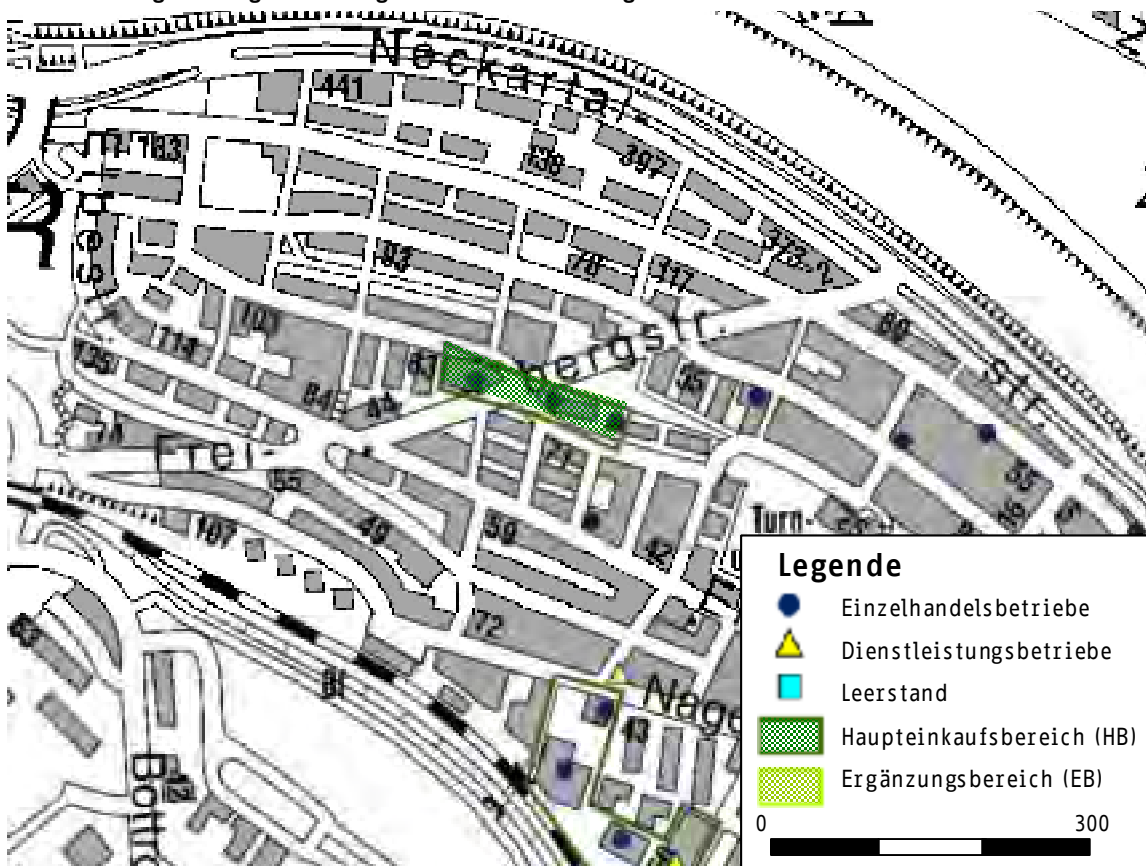
Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- E-Zentrum befindet sich auf einem ehemaligen Fabrikgelände zwischen Nagoldstraße und S-Bahnlinie bei direkt anschließender Wohnbebauung
- sehr geringe räumliche Einzelhandelsdichte
- keine Leerstände
- LM-Nahversorgung gewährleistet durch einen Supermarkt und einen großflächigen Discounter sowie eine Bäckerei
- Angebotsschwerpunkt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich (zzgl. der genannten Betriebe noch ein Drogeriemarkt)
- größere Betriebsstrukturen dominieren, ausschließlich Filialisten vorhanden
- Magnetfunktion übt hauptsächlich der großflächige Supermarkt aus
- geringe Dienstleistungsdichte (eine Bank und ein Fitnessstudio)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 19.2.2 E-Zentrum Freibergstraße (14-02)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 64: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Freibergstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 69: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
4	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
375 qm	0 qm	25 qm	375 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
300 qm	75 qm	0 qm	25 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- erstreckt sich im Kreuzungsbereich Freibergstraße/ Moselstraße
- geringer Einzelhandelsbesatz vorhanden
- LM-Nahversorgung wird gewährleistet durch einen LM-SB-Markt, der gleichzeitig Magnetfunktion übernimmt, sowie je einen Metzger und Bäcker
- reiner Nahversorgungsstandort (neben den genannten Betrieben noch ein Blumenladen)
- kleinteilige Betriebsgrößen
- einige Dienstleistungen vorhanden (Ärzte, öffentliche Einrichtungen (Kindergarten), Bank und Postagentur)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 20. STADTBEZIRK 15 OBERTÜRKHEIM

### 20.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 15 OBERTÜRKHEIM

Der Stadtbezirk "15 Obertürkheim" gehört mit seinen rd. 8.300 Einwohnern ebenfalls zu den kleineren Stadtbezirken in der Landeshauptstadt. Das hier angebotene Einzelhandelsangebot umfasst rd. 4.050 qm Verkaufsfläche. Die im Stadtbezirk angesiedelten 41 Betriebe erzielen zusammen einen Umsatz von 23,8 Mio. €. Auch hier liegt der Angebotsschwerpunkt bezogen auf die Verkaufsfläche sowie den Umsatz eindeutig im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel.

Tab. 70: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 15 Obertürkheim: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	2.225	14,8	83%
Drogerie/ Parfümerie	275	1,0	45%
Apotheke	100	3,1	82%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	100	0,4	47%
Blumen/ Zoo	50	0,1	11%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>2.750</b>	<b>19,4</b>	<b>77%</b>
Bekleidung und Zubehör	50	0,2	5%
Schuhe, Lederwaren	0	0,0	0%
Sport/ Freizeit	0	0,0	0%
Spielwaren	25	0,1	6%
Bücher	0	0,0	0%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	150	0,2	30%
Haus-/ Heimtextilien	25	0,1	8%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>250</b>	<b>0,6</b>	<b>6%</b>
Uhren/ Schmuck	75	0,6	112%
Foto/ Optik und Zubehör	75	0,6	67%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	0	0,0	0%
Elektro/ Leuchten	25	0,2	13%
Teppiche/ Bodenbeläge	0	0,0	0%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	700	1,1	32%
Möbel, Antiquitäten	0	0,0	0%
Sonstiges	175	1,5	74%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>1.050</b>	<b>3,8</b>	<b>28%</b>
<b>Summe</b>	<b>4.050</b>	<b>23,8</b>	<b>48%</b>

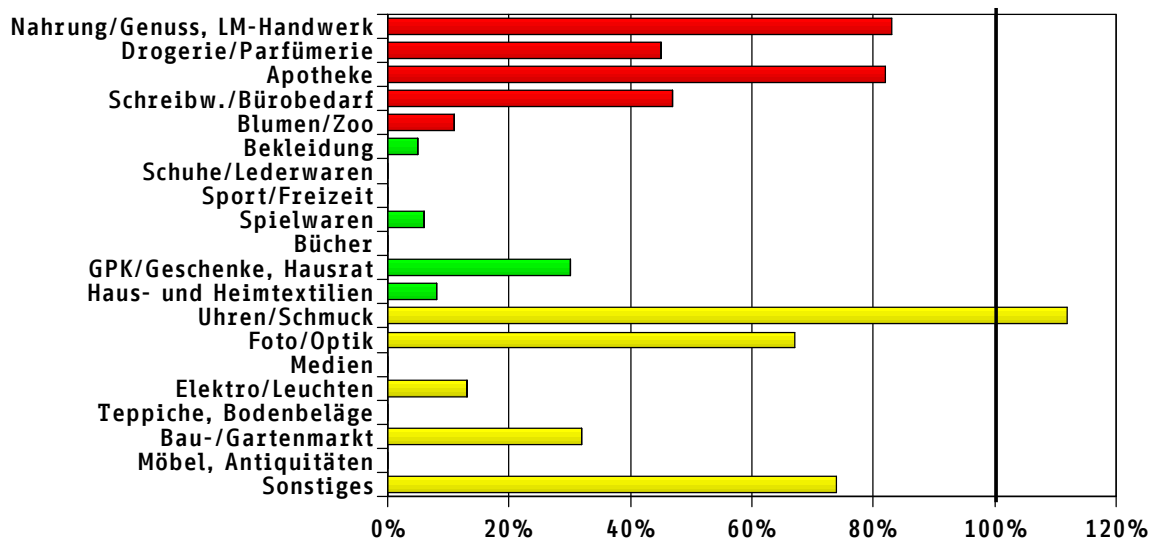
PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



Mit einer Bindungsquote von lediglich 48% können deutliche Kaufkraftabflüsse konstatiert werden, die typisch sind für Stadtbezirke ähnlicher Größenordnung in Stuttgart. In der sortimentspezifischen Betrachtung können in der Sortimentsgruppe Uhren/ Schmuck jedoch leichte Kaufkraftzuflüsse verzeichnet werden. Im für die Nahversorgung bedeutsamen Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk) kann 83% der Kaufkraft gebunden werden. Der Anteil der Einwohner, die innerhalb der Nahversorgungsradien der im Stadtbezirk angesiedelten Lebensmittelbetriebe wohnen, beträgt rd. 78% (vgl. Kap. 5.2.4). Somit kann ein leicht überdurchschnittlicher Nahversorgungsanteil für "15 Obertürkheim" verzeichnet werden.

Abb. 61: Bindungsquote Stadtbezirk 15 Obertürkheim



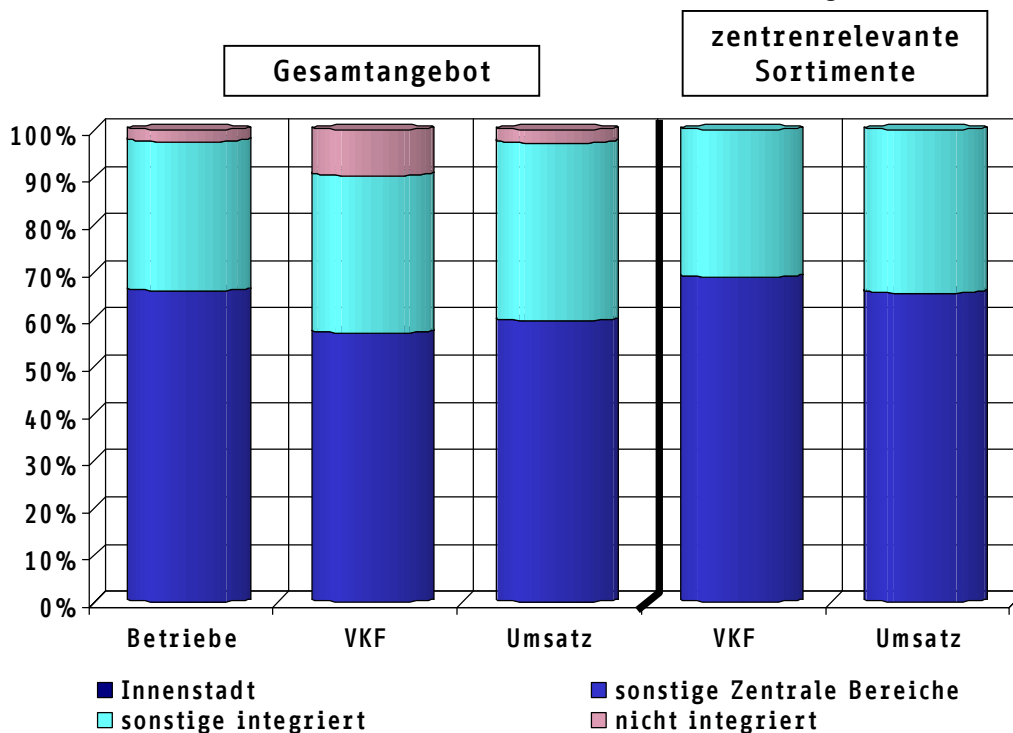
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bezogen auf die räumliche Verteilung der Betriebe im Stadtbezirk "15 Obertürkheim" wird eine deutliche Konzentration der Einzelhandelsbetriebe an integrierten Standorten deutlich. Ein Großteil des Angebotes befindet sich davon in den beiden Zentren des Stadtbezirks. Lediglich ein Betrieb der insgesamt 41 Betrieben befindet sich an einem nicht integrierten Standort.

Das Angebot zentrenrelevanter Sortimente ist ausschließlich funktionsadäquat in integrierten Lagen, insbesondere in den beiden D-Zentren, zu finden.



Abb. 62: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 15 Obertürkheim

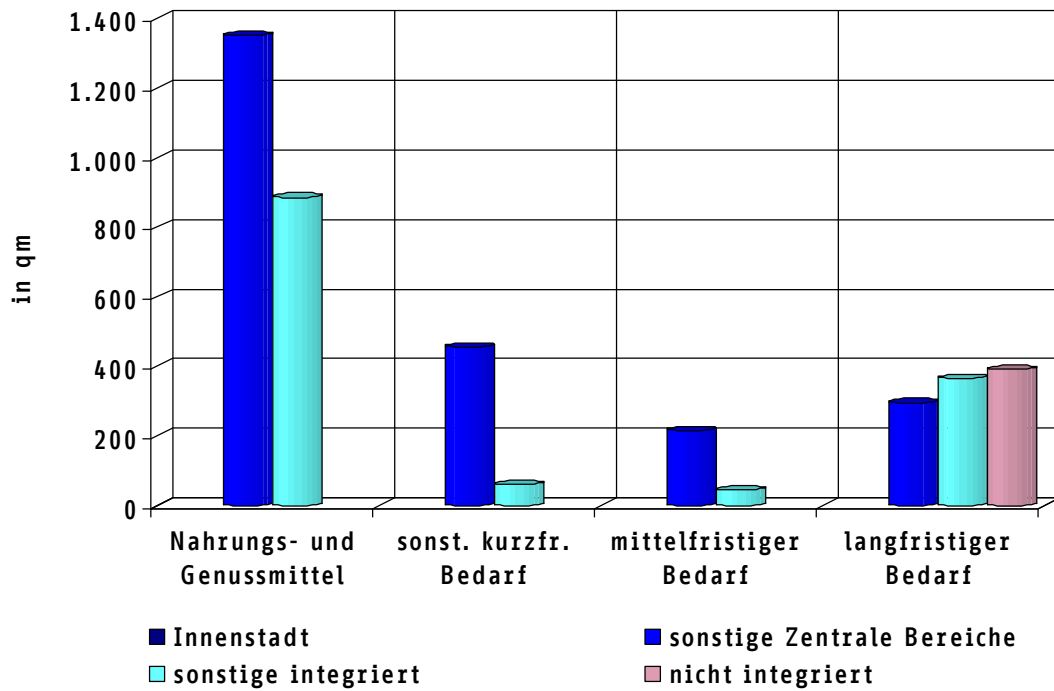


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Folgende Abb. 63 verdeutlicht die Bedeutung der beiden Zentren für die Nahversorgung: Ein Großteil des Sortimentsbereiches Nahrungs-/ Genussmittel wird von Betrieben, die in den beiden Zentren angesiedelt sind, angeboten. Darüber hinaus befindet sich das weitere nahversorgungsrelevante Angebot an sonstigen integrierten Standorten. Daneben sind auch die üblicherweise zentrenrelevanten Angebote des weiteren kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in den Zentren festzustellen, während langfristige Bedarfsgüter, zu denen auch üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente gezählt werden, nach Lage insbesondere an nicht integrierten Standorten angeboten werden. Hierbei handelt es sich um einen Betrieb, der baumarkttypische Sortimente und demnach üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente führt. Insgesamt ist im Stadtbezirk somit eine funktionsadäquate Ansiedlung bzw. eine standortgerechte Verteilung des Angebotes festzustellen.



Abb. 63: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 15 Obertürkheim



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 20.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 15 OBERTÜRKHEIM

### 20.2.1 D-Zentrum Obertürkheim-Ortsmitte (15-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum im Wesentlichen linear entlang Augsburgs Straße ab Ecke E.-Gärtner-Straße bis Asangstraße (bzw. Bahnhof)



Karte 65: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Obertürkheim-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 20.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 71: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
21	1	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.525 qm	325 qm	125 qm	2.000 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.125 qm	400 qm	175 qm	300 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte ausschließlich auf Platzbereich zwischen Augsburgener, Göppinger Straße, Asangstraße (Fußgängerzone)
- geringe bis stellenweise mittlere Dichte im restlichen D-Zentrum entlang der Augsburgener Straße (überwiegend Dienstleistungsbesatz bzw. Wohnen im Erdgeschoss)
- funktionale Brüche entlang der gesamten Augsburgener Straße
- abnehmende bis gar keine Einzelhandelsdichte in Randbereichen und Seitenstraßen (z.B. Uhlbacher Straße)
- viele Leerstände verteilt im gesamten D-Zentrum

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein großflächiger Supermarkt und ein Lebensmittel-Fachgeschäft sowie diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt in Augsburgener Straße (wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- geringes Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- außer großflächigem Supermarkt nur kleine Betriebsgrößen (alle Betriebe  $\leq 130$  qm VKF)
- augenscheinlich überwiegend inhabergeführte Fachgeschäften, aber auch Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig- bis mittelmäßig
- viele unterdurchschnittliche Warenpräsentationen und Schaufenstergestaltungen

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

großflächiger Supermarkt

### 20.2.1.2 Dienstleistungsangebot

#### Dienstleistungsbesatz

- mittlere Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern
- u.a. Ärztehaus und Postfiliale als besondere Dienstleistungen

#### Gastronomie

- Gastronomieangebot überwiegend einfacher Qualität vorhanden
- Konzentration an Außensitzbereichen auf Platzbereich Augsburgener/ Göppinger Straße

#### Öffentliche Einrichtungen

u.a. Bezirksrathaus, Kino

### 20.2.1.3 Städtebau und Verkehr

#### Städtebauliche Strukturen

- sehr lineare städtebauliche Strukturen
- nördliche, mittlere Augsburgener Straße überwiegend durch nachkriegszeitlich und wenig historisch, zwei- bis dreigeschossige, wechselnd offene bis geschlossene Bauweise geprägt
- städtebauliche Lücken und Sanierungsbedarf im Bestand feststellbar
- höhere städtebauliche Dichte im südlichen Abschnitt (u.a. auf Platzbereich): drei- bis viergeschossige und geschlossene, historisch wie modern geprägte Bebauung
- architektonische Akzente: Bezirksrathaus und Bahnhof als sanierte, historisch bedeutsame Gebäude  
à identitätsstiftende Wirkung

Foto 66: zentraler Platzbereich



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 67: Augsburgener Straße



Quelle: eigenes Foto September 2007



### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- Fußgängerzone auf Platzbereich Augsburgener/ Göppinger Straße mit attraktiver Gestaltung: u.a. durchgehend gepflastert, öffentliche Sitzgelegenheiten, Grün- und sonstige Gestaltungselemente  
à Aufenthaltsqualität vorhanden
- nachlassende Gestaltungsintensität in Augsburgener Straße sowie Seitenstraßen: gestalterische Defizite auf z.T. schmalen Fußwegbereichen

### **Verkehr und Frequenz**

- geringe Verkehrsdichte in Augsburgener Straße à kein störender MIV, keine Beeinträchtigung der Fußwegebeziehungen, dennoch geringe Passantenfrequenz
- vergleichsweise hohe Passantenfrequenz auf Platzbereich, Fußgängerzone mit hoher Aufenthaltsqualität
- Fußwegebeziehungen von Bahnhof auf Platzbereich durch Querungshilfen begünstigt
- gute MIV- und ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- ebenerdige Parken im Straßenraum sowie öffentliche Sammelparkplätze

### **Flächenpotenziale**

städtebauliche Lücken und zahlreiche Leerstände entlang Augsburgener Straße

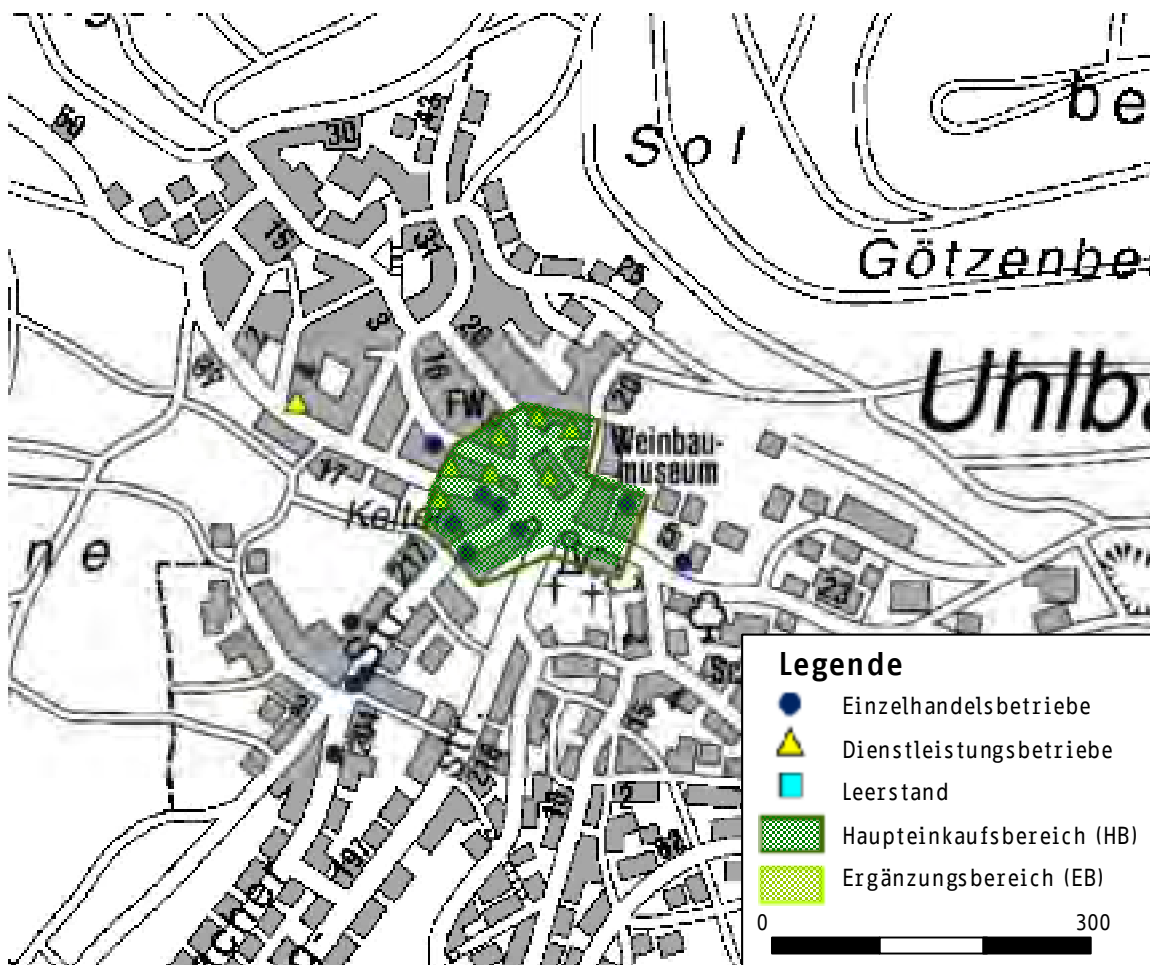
#### **20.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Ausdehnung des D-Zentrums
  - à städtebaulich-gestalterische/ -funktionale Aufwertungsmaßnahmen im gesamten abgegrenzten D-Zentrum
  - à Nutzung städtebaulicher Lücken und räumlicher Entwicklungsoptionen im Bestand (Leerstände)
  - à Stärkung der funktionalen Kompaktheit und Identität des D-Zentrums

## 20.2.2 E-Zentrum Uhlbacher Platz (15-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 66: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Uhlbacher Platz



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 72: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
6	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
275 qm	50 qm	0 qm	325 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
225 qm	50 qm	50 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- E-Zentrum erstreckt sich im Stadtteil Uhlbach im historischen Ortskern im Bereich des Uhlbacher Platzes
- geringe Einzelhandelsdichte
- keine Leerstände vorhanden
- LM-Nahversorgung definiert sich über einen LM-SB-Markt
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (neben Lebensmittelbetrieb noch zwei Weinfachgeschäfte, eine Apotheke), Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich durch ein Bekleidungsgeschäft
- kleinteilige Betriebsstrukturen, keine Filialisten
- Magnetbetrieb ist der LM-SB-Markt
- geringe räumliche Dichte an Dienstleistungsbetrieben, wenn auch größer als beim Einzelhandel (u.a. zwei Banken)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 21. STADTBEZIRK 16 PLIENINGEN

### 21.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 16 PLIENINGEN

Der rd. 12.900 Einwohner zählende Stadtbezirk "16 Plieningen" der Landeshauptstadt Stuttgart weist eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.450 qm auf. Die hier angesiedelten 47 Betriebe erzielen auf dieser Fläche einen jährlichen Umsatz 29,2 Mio. €. Nahrungs-/ Genussmittel stellen - analog zu anderen Stadtbezirken vergleichbarer Größe - die bezogen auf Verkaufsfläche und Umsatz stärkste Sortimentsgruppe dar. Bis auf Uhren/ Schmuck sind alle in der Tab. 73 aufgeführten Sortimentsgruppen im Stadtbezirk vorhanden - wenn auch in zumeist kleiner Größenordnung.

Tab. 73: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 16 Plieningen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	2.825	15,3	55%
Drogerie/ Parfümerie	375	1,1	33%
Apotheke	100	3,1	52%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	175	0,7	50%
Blumen/ Zoo	175	0,4	38%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.650</b>	<b>20,6</b>	<b>52%</b>
Bekleidung und Zubehör	425	2,2	29%
Schuhe, Lederwaren	75	0,3	20%
Sport/ Freizeit	150	0,5	38%
Spielwaren	225	0,7	45%
Bücher	125	0,6	40%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	225	0,4	34%
Haus-/ Heimtextilien	175	0,4	38%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.400</b>	<b>5,1</b>	<b>33%</b>
Uhren/ Schmuck	0	0,0	0%
Foto/ Optik und Zubehör	50	0,3	20%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	100	0,6	13%
Elektro/ Leuchten	100	0,4	20%
Teppiche/ Bodenbeläge	100	0,2	34%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	250	0,5	9%
Möbel, Antiquitäten	700	1,3	31%
Sonstiges	75	0,3	11%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>1.375</b>	<b>3,5</b>	<b>16%</b>
<b>Summe</b>	<b>6.450</b>	<b>29,2</b>	<b>38%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

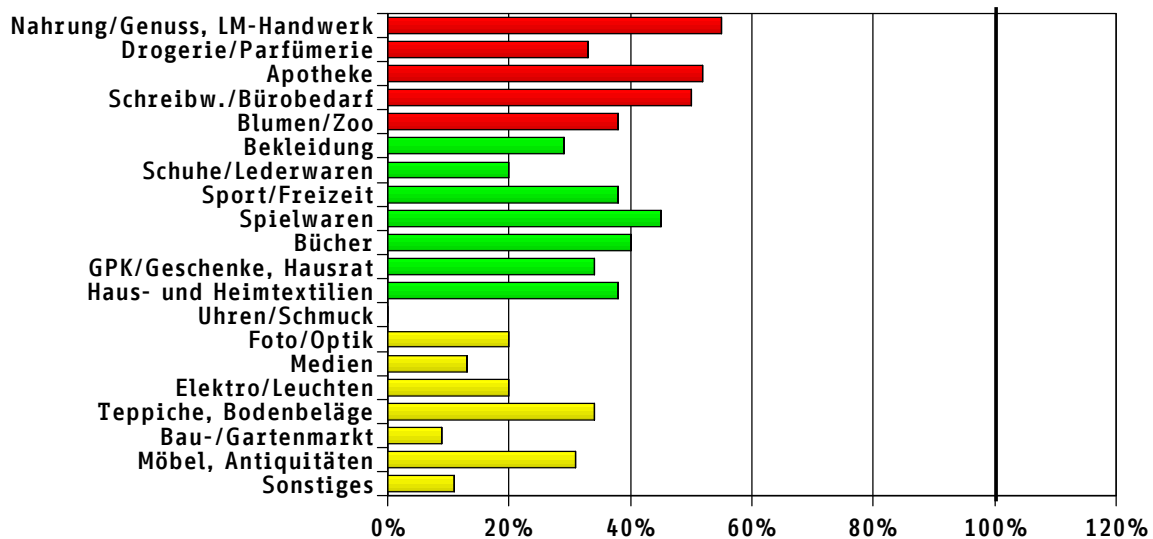




Mit einer Bindungsquote von lediglich 38% können deutliche Kaufkraftabflüsse im Stadtbezirk "16 Plieningen" konstatiert werden. In der sortimentspezifischen Betrachtung wird deutlich, dass in der Mehrzahl der Sortimentsgruppen Bindungsquoten von weniger als 40% vorliegen.

Im für die Nahversorgung bedeutsamen Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk) kann nur gut die Hälfte der Kaufkraft (rd. 55%) gebunden werden. Daneben wird ein relativ niedriger Nahversorgungsanteil von 63% verzeichnet: Für rd. 4.750 Einwohner der insgesamt rd. 12.800 Einwohnern im Stadtbezirk besteht somit keine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 64: Bindungsquote Stadtbezirk 16 Plieningen

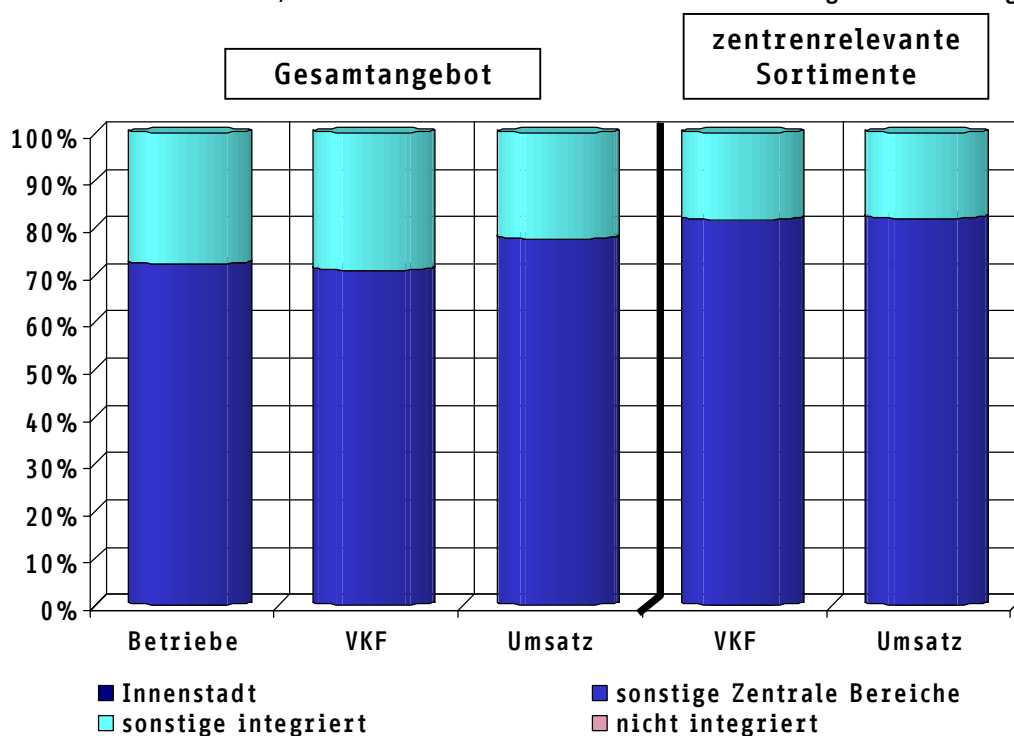


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

In Bezug auf die räumliche Verteilung der Verkaufsflächen- und Umsatzanteile ist zunächst festzustellen, dass im Stadtbezirk "16 Plieningen" keine Betriebe in nicht integrierter Lage angesiedelt sind. Der Großteil der Einzelhandelsbetriebe (rd. 72%) befindet sich in den drei Zentren des Stadtbezirks, wo knapp 71% der Gesamtverkaufsfläche angesiedelt ist. In diesen konzentriert sich auch das zentrenrelevante Einzelhandelsangebot.



Abb. 65: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 16 Plieningen

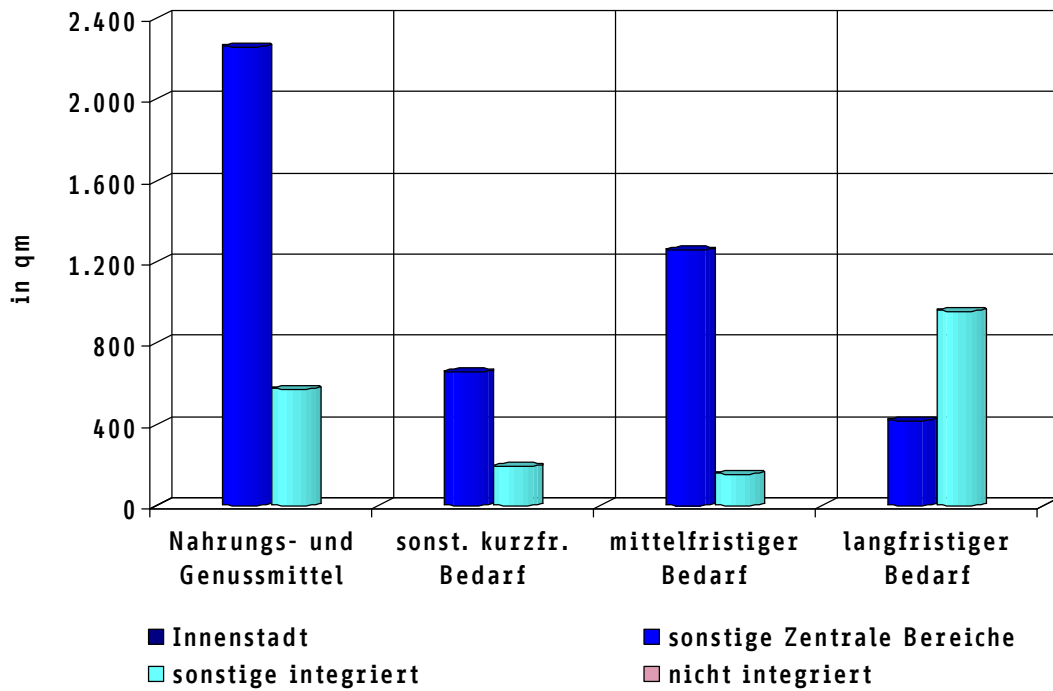


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Folgende Abb. 66 veranschaulicht die lagebezogene Angebotsverteilung nach Bedarfsbereichen. Deutlich wird die Konzentration des nahversorgungsrelevanten Angebotes (Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel) in den Zentren von "16 Plieningen". Neben der Nahversorgungsfunktion, die durch die Zentren ausgefüllt wird, werden in den Zentren auch üblicherweise zentrenrelevante Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches angeboten, während das Angebot des langfristigen Bedarfsbereiches mehrheitlich an sonstigen integrierten Standorten offeriert wird.



Abb. 66: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 16 Plieningen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

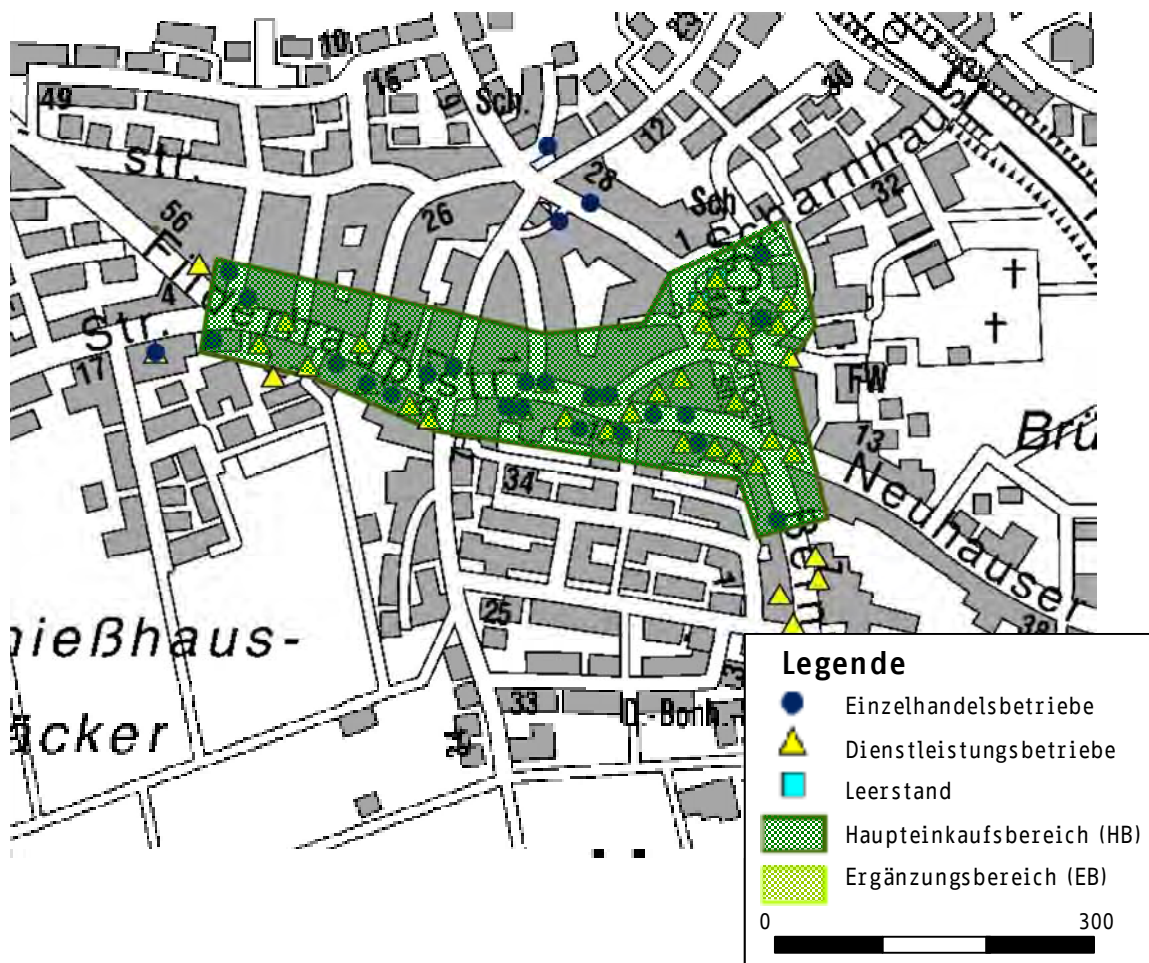
## 21.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 16 PLIENINGEN

### 21.2.1 D-Zentrum Plieningen-Ortsmitte (16-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum im Wesentlichen linear entlang Filderhauptstraße ab Ecke Echterdingener Straße bis Kreuzungsbereich Bernhauser/ Neuhauser Straße sowie in nördlicher Richtung entlang Schoell- und Ressestraße bis Ecke Scharnhäuser Straße

Karte 67: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Plieningen-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 21.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 74: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp		
24	0	D		
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt	
1.275 qm	1.300 qm	300 qm	2.875 qm	
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig	
925 qm	350 qm	1.200 qm	400 qm	

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- mittlere Dichte entlang Filderhauptstraße
- geringe Einzelhandelsdichte in angrenzenden Seitenstraßen sowie im nördlichen Teilbereich (überwiegend Dienstleistung, z.T. auch landwirtschaftliche Betriebe und Wohnen im Erdgeschoss)
- funktionaler Bruch zwischen Filderhauptstraße und Bereich Scharnhäuser-/ Ressestraße
- außer im nördlichen Teilbereich augenscheinlich keine Leerstände erkennbar
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum nur noch vereinzelt Einzelhandelsbesatz ohne räumlich-funktionale Anbindung

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- hinreichendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Lebensmitteldiscounter und ein Getränkemarkt (beide unterhalb der Großflächigkeit) sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelangebot durch Direktvermarktung vom Bauernhof
- Angebotsschwerpunkte im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich
- Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden (Betriebe nicht in Konkurrenzsituation, nicht alle Sortimente abgedeckt)

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- außer wenigen "mittelgroßen" (101 bis  $\leq$  800 qm VKF) Betrieben nur kleinteilige Betriebsstrukturen (viele Betriebe  $\leq$  100 qm VKF)
- keine großflächigen Betriebe vorhanden
- hauptsächlich inhabergeführte Fachgeschäfte bei nur wenigen Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau von niedrig bis mittel
- variierende Qualität in Bezug auf Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung - von schwach bis ansprechend



## **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Lebensmitteldiscounter

### **21.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum
- Dienstleistungsdichte im nördlichen Teil höher als Einzelhandelsdichte

#### **Gastronomie**

- gastronomisches Angebot vorhanden - Qualität und Gestaltung variierend von gering bis hochwertig
- Konzentration ansprechend gestalteter gastronomischer Außensitzbereiche in der Brabantgasse
- z.T. (Außen-)Gastronomien mit Gestaltungsdefiziten im sonstigen Bereich des D-Zentrums

#### **Öffentliche Einrichtungen**

- diverse öffentliche Einrichtungen im östlichen Bereich: u.a. neue Stadtbücherei, Gemeindezentrum, diverse kirchliche und schulische Einrichtungen

### **21.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- vergleichsweise homogene Bebauungsstruktur
- überwiegend historisch geprägte (z.T. Fachwerk) und zwei- bis dreigeschossige Einzelhausbauweise, giebel- wie traufständig
- dörflicher Charakter mit z.T. Einfriedungen, Vorgärten und un-/ untergenutzten Hofbereichen (landwirtschaftliche Betriebe)
- nur wenig moderne, gut an historischen Bestand angepasste Bebauung, z.T. bis zu viergeschossig
- Fachwerkhäuser und Martinskirche mit hohem Identifikationswert
- sehr gut sanierte wie aber auch sanierungsbedürftige, historische Bausubstanz im gesamten D-Zentrum
- Bereich Schoellstraße/ Mönchhof mit städtebaulichem Entwicklungsbedarf



- langgezogener Straßenraum ohne funktionalen wie städtebaulichen Mittelpunkt im Sinne eines Platzbereichs

Foto 68: Lebensmitteldiscounter in dörflich geprägten Strukturen



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 69: Schoellstraße: städtebaulicher Entwicklungsbedarf



Quelle: eigenes Foto September 2007

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- geringe Gestaltungsintensität des öffentlichen Raums entlang Filderhauptstraße
  - à geringe (nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität
- höhere Gestaltungsintensität im Bereich der Resse-/ Scharnhauser Straße (u.a. einheitliche Bodenpflasterung und Baumpflanzung)

### Verkehr und Frequenz

- hohe Verkehrs- (Durchgangs- wie Ziel- und Quellverkehr) bei mittlerer Passantenfrequenz entlang Filderhauptstraße
- z.T. schmale und ungestaltete Fußwegebereiche
- Trenn-/ Barrierewirkung der Filderhauptstraße, eingeschränkte Passantendurchgängigkeit
- verkehrsberuhigter Bereich Ressestraße
  - à Aufenthaltsqualität und Durchgängigkeit
- abnehmende Passantenfrequenz in den Seitenstraßen
- gute ÖPNV- und MIV-Erreichbarkeit (Bushaltestellen im D-Zentrum)
- ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie mehrere (private) Sammelparkplätze meist in rückwärtigen Bereichen





## **Flächenpotenziale**

- städtebaulicher Entwicklungsbedarf Schoellstraße/ Mönchhof (großes Areal mit abrißwürdigen Gebäuden, vgl. Foto 69) - hohe Flächenverfügbarkeit
- Brachfläche auf nördlicher Straßenseite der Filderhauptstraße zwischen Schoell- und Turnierstraße
- Brachfläche auf südlicher Straßenseite der Filderhauptstraße im westlichen Bereich des D-Zentrums (kurz vor Übergang in die Echterdinger Straße)

### **21.2.1.4 Entwicklungsziele**

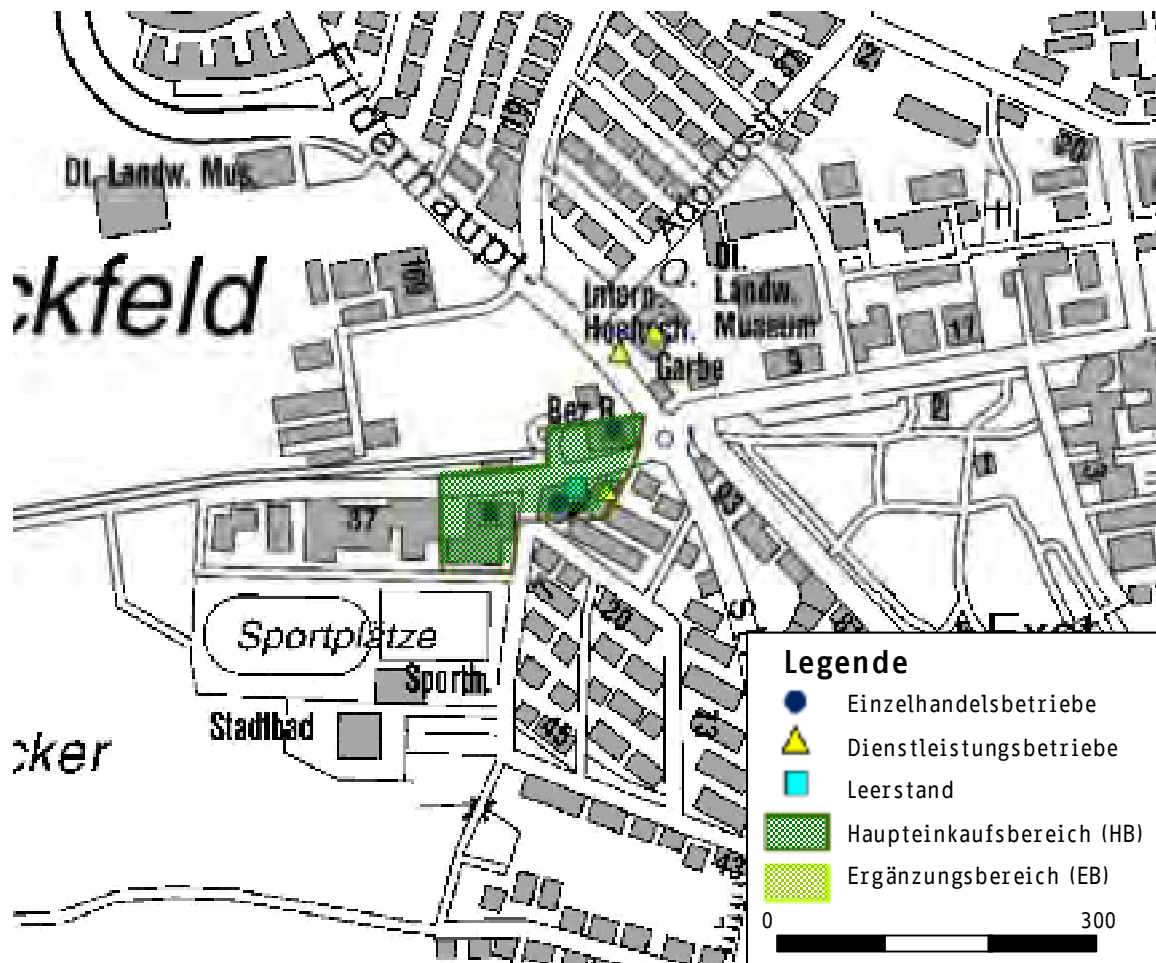
- Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Ost-West-Ausdehnung des D-Zentrums
  - à Nutzung der vorhandenen Flächenpotenziale innerhalb der vorgenommenen Abgrenzung zur städtebaulichen wie funktionalen Aufwertung
  - à Schaffen eines städtebaulich wie funktional zentralen Platzbereichs
- Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums
  - à städtebaulich-gestalterische wie funktionale Stärkung der Querbeziehungen zwischen Filderhauptstraße und Bereich Scharnhauser-/ Ressestraße
  - à städtebaulich-gestalterische Aufwertung der Filderhauptstraße



## 21.2.2 E-Zentrum Plieningen-Wollgrasweg (16-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 68: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Plieningen-Wollgrasweg



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 75: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
4	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
925 qm	0 qm	0 qm	950 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
725 qm	225 qm	0 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- erstreckt sich linear entlang des Wollgrasweges von der Stadtbahnstation bis zum Kreisverkehr

- geringe Anzahl an Betrieben, wobei auf Grund der geringen räumlichen Ausdehnung eine mittlere Besatzdichte besteht
- geringe Leerstandsquote
- LM-Nahversorgung wird durch einen Supermarkt und einen Bäcker sichergestellt
- Angebot ausschließlich im kurzfristigen Bedarfsbereich vorhanden (zzgl. der genannten Betriebe ein Schreibwarenladen und eine Apotheke)
- mit Ausnahme des Supermarktes, dem eine Magnetfunktion für den Bereich zukommt, handelt es um inhabergeführte Geschäfte mit VKF unter 100 qm
- ergänzend zum Einzelhandel einige Dienstleister vorhanden (u.a Bank, Ärzte, Postfiliale, das Bezirksrathaus als öffentliche Einrichtung)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 21.2.3 E-Zentrum Im Asemwald (16-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 69: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Im Asemwald



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 76: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
6	0	E	
<b>VKF nvr</b>	<b>VKF zr</b>	<b>VKF nvr</b>	<b>VKF gesamt</b>
700 qm	50 qm	25 qm	775 qm
<b>VKF NuG</b>	<b>VKF sonst. kurzfr.</b>	<b>VKF mittelfristig</b>	<b>VKF langfristig</b>
600 qm	100 qm	50 qm	25 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- Lage in einer Plattenbausiedlung aus den 60er/ 70er Jahren
- wenige Betriebe aber hohe Dichte bei geringer räumlicher Ausdehnung
- keine Leerstände
- vergleichsweise umfassendes Angebot in der LM-Nahversorgung: ein kleinflächiger Discounter, ein Obst- und Gemüsefachgeschäft und ein Bäcker
- ergänzende Lebensmittel-Nahversorgung durch einen Obst- und Gemüsemarkt direkt am ZVB (freitags)
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (vor allem Nahrung/ Genuss) - geringes Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- keine spezielle Angebotsvielfalt - reiner Nahversorgungsstandort
- ausschließlich kleinflächige Betriebe - kleinteilige Strukturen
- Magnetbetrieb Discounter
- geringere Dienstleistungsdichte als beim Einzelhandel
- wichtige Einrichtungen vorhanden wie: Geldinstitut, Frisör, Fitnessstudio, Krankengymnastik, medizinische Fußpflege, diverse Ärzte
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



#### **21.2.4 Entwicklungsbereich Fruwirthstraße/ Uni Hohenheim (16-11)**

- Lage an der Fruwirthstraße in einem Gebäude der Universität Hohenheim
- neben einem LM-SB-Geschäft, das eingeschränkt Nahversorgungsfunktion übernimmt, ist noch ein Buchgeschäft angesiedelt
- als Dienstleister gibt es ein Reisebüro und einen Copy-Shop
- Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot ist auf die Universität ausgerichtet, Wohnbebauung im unmittelbaren Umfeld fehlt



## 22. STADTBEZIRK 17 SILLENBUCH

### 22.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 17 SILLENBUCH

Der Stadtbezirk "17 Sillenbuch" im Südosten des Stadtgebietes weist rd. 24.400 Einwohner auf. Auf einer Verkaufsfläche von rd. 11.375 qm erwirtschaften die insgesamt 103 Betriebe einen Umsatz von rd. 61,5 Mio. €. Der Angebotsschwerpunkt bezogen auf die Verkaufsfläche sowie den Umsatz liegt im Stadtbezirk im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel.

Tab. 77: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 17 Sillenbuch: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	5.075	29,4	56%
Drogerie/ Parfümerie	1.325	6,5	103%
Apotheke	300	9,4	83%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	200	0,8	31%
Blumen/ Zoo	375	0,8	43%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>7.275</b>	<b>46,9</b>	<b>63%</b>
Bekleidung und Zubehör	1.150	5,7	40%
Schuhe, Lederwaren	375	1,2	42%
Sport/ Freizeit	150	0,4	19%
Spielwaren	150	0,4	14%
Bücher	125	0,6	21%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	300	0,5	24%
Haus-/ Heimtextilien	100	0,2	13%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.350</b>	<b>9,2</b>	<b>31%</b>
Uhren/ Schmuck	50	0,3	18%
Foto/ Optik und Zubehör	250	1,7	66%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	50	0,3	3%
Elektro/ Leuchten	100	0,3	9%
Teppiche/ Bodenbeläge	0	0,0	2%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	1.125	1,8	18%
Möbel, Antiquitäten	0	0,0	0%
Sonstiges	200	1,1	18%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>1.775</b>	<b>5,4</b>	<b>13%</b>
<b>Summe</b>	<b>11.375</b>	<b>61,5</b>	<b>43%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

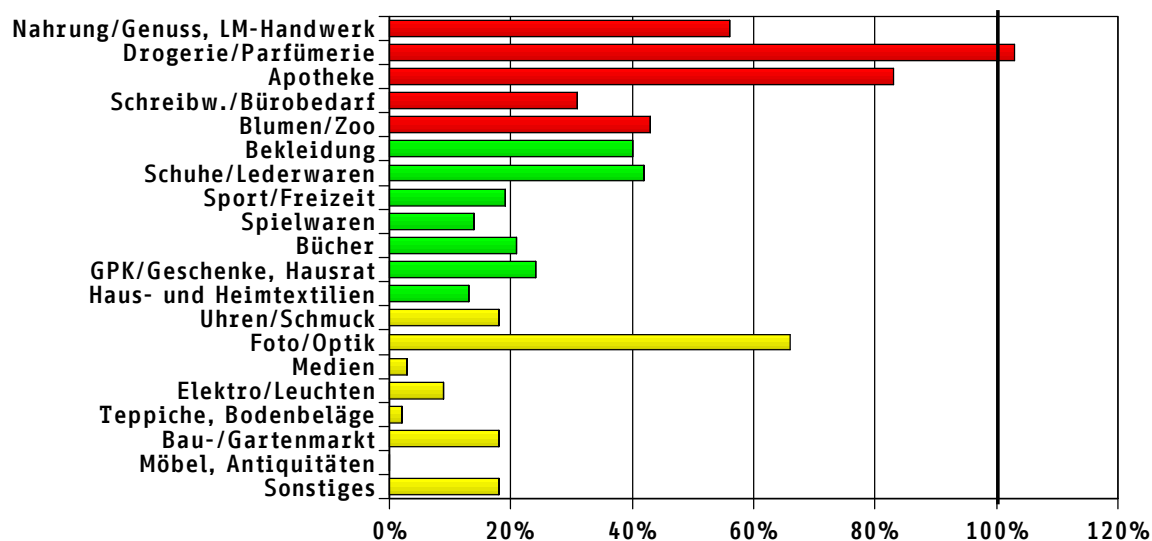
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

Die Bindungsquote beträgt auf Grund des teilweise geringen bzw. nicht vorhandenen Angebotes lediglich 43%, d.h. es kommt zu deutlichen Kaufkraftabflüssen. In der sortimentspezifischen Betrachtung können nur in der Sortimentsgruppe Drogerie/



Parfümerie leichte Kaufkraftzuflüsse verzeichnet werden. Im für die Nahversorgung bedeutsamen Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk) liegt die Bindungsquote bei 56%. Die räumliche Nahversorgungssituation im Stadtbezirk stellt sich jedoch trotz deutlicher Kaufkraftabflüsse im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel durchschnittlich dar: Für rd. 77% der Bewohner besteht eine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit, d.h. befindet sich ein Lebensmittelbetrieb in einer Entfernung von maximal 500 Meter. (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 67: Bindungsquote Stadtbezirk 17 Sillenbuch

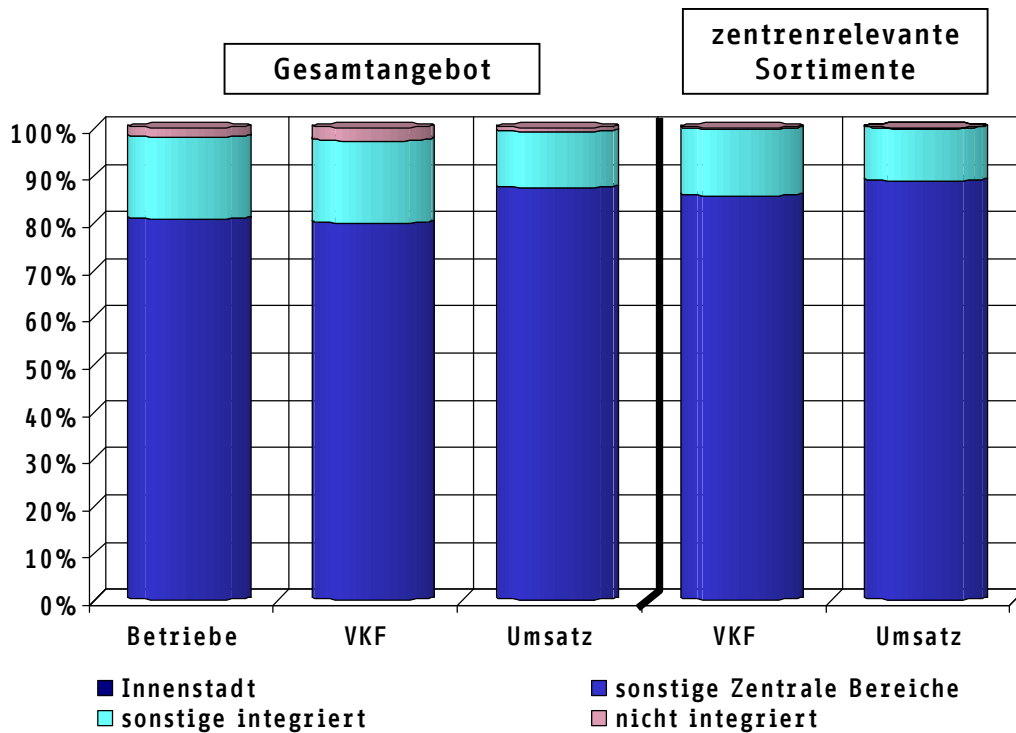


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bezogen auf die räumliche Verteilung der Angebote im Stadtbezirk "17 Sillenbuch" ist festzustellen, dass mit einem Anteil von rd. 81% bzw. 80% der Großteil der Betriebe bzw. der Verkaufsfläche in den fünf Zentren des Stadtbezirks zu verzeichnen ist. Der Anteil zentrenrelevanter Sortimente bezogen auf die Verkaufsfläche und Umsatz ist in den Zentren noch leicht höher.



Abb. 68: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 17 Sillenbuch



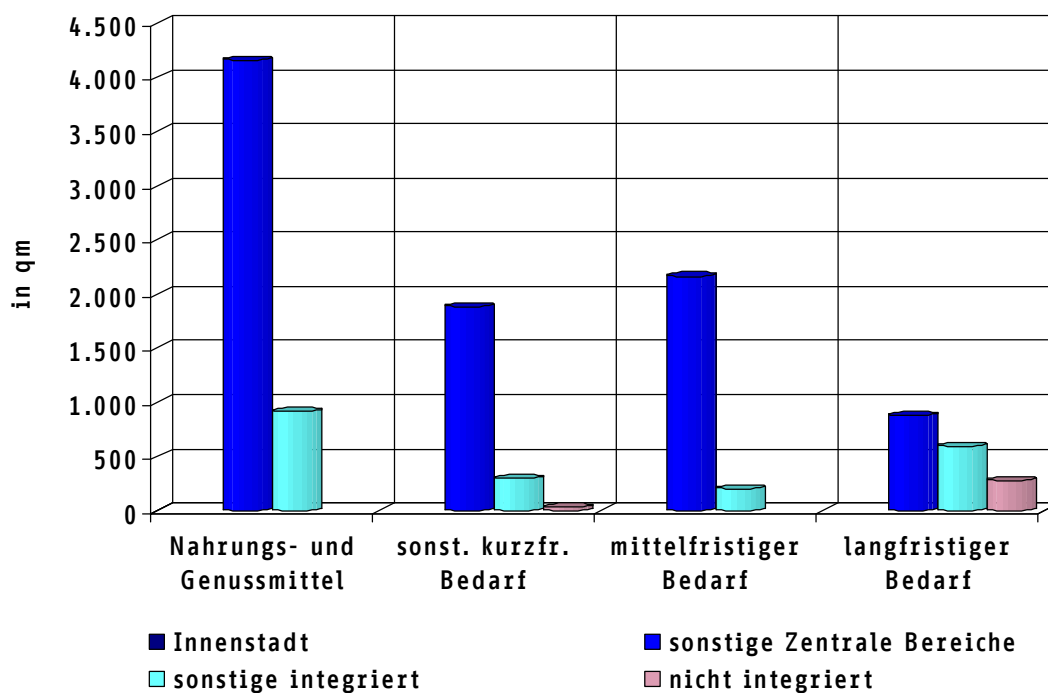
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die Zentren nehmen eine wichtige Nahversorgungsfunktion im Stadtbezirk "17 Sillenbuch" ein: Mehr als 4.000 qm Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Nahrungs-/Genussmittel sind hier zu verzeichnen. Daneben ist auch ein Großteil der sonstigen kurzfristigen sowie mittelfristigen - und zugleich zentrenrelevanten - Sortimente konform planerischer Ziele an integrierten Standorten, insbesondere in den Zentren, angesiedelt.





Abb. 69: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 17 Sillenbuch



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 22.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 17 SILLENBUCH

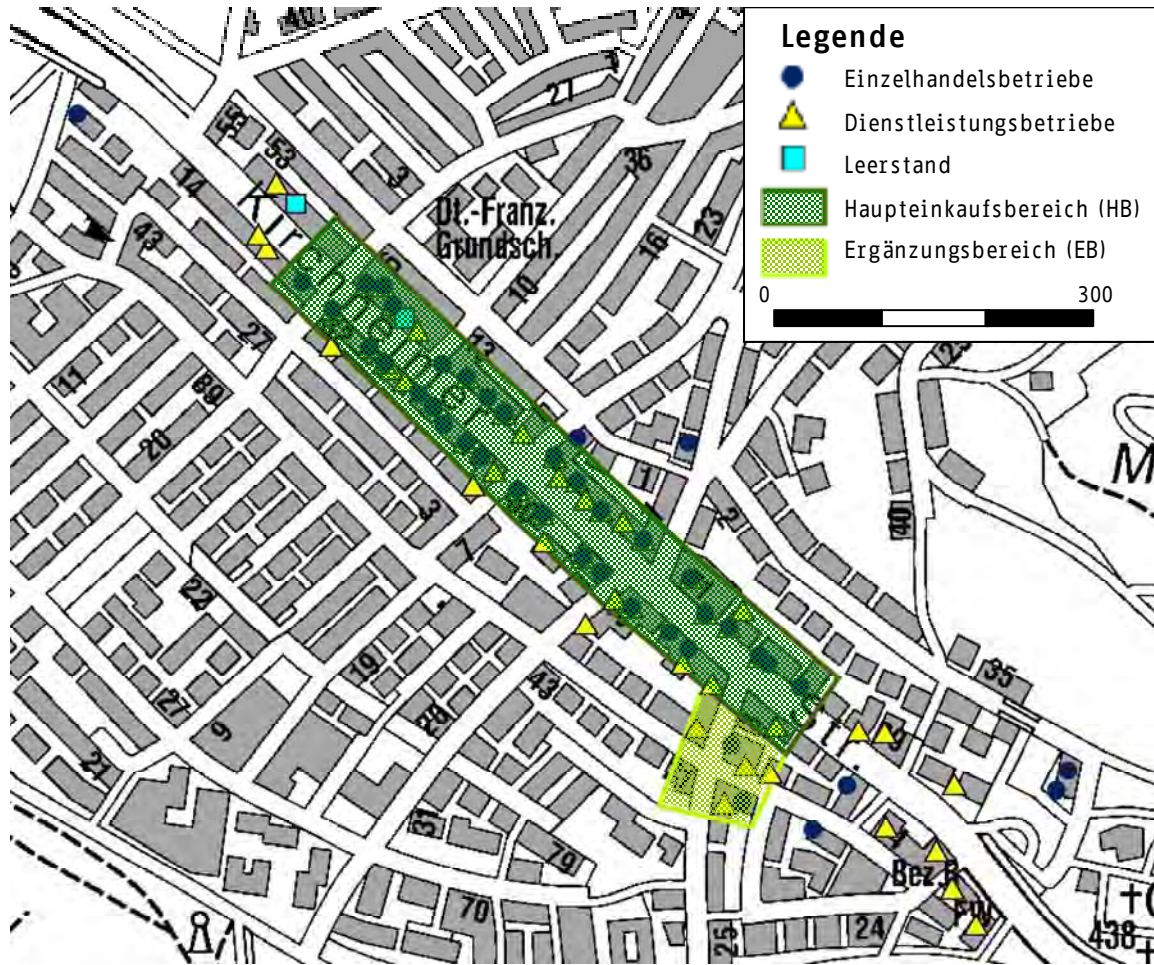
### 22.2.1 D-Zentrum Schempp-/ Kirchheimer Straße (17-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich entlang Kirchheimer Straße zwischen Ecke Corneliusstraße und Spaichinger Straße
- Ergänzungsbereich: südlich an die Kirchheimer Straße anschließend im Kreuzungsbereich Spaichinger Straße Ecke Mendelssohnstraße



Karte 70: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Schempp-/ Kirchheimer Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 22.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 78: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
45	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.825 qm	1.750 qm	200 qm	3.775 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.300 qm	525 qm	1.575 qm	375 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte im mittleren Haupteinkaufsbereich entlang Kirchheimer Straße
- abnehmende Einzelhandelsdichte im nördlichen/ südlichen Randbereich des Haupteinkaufsbereichs sowie im Ergänzungsbereich und Seitenstraßen (überwiegend Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im Erdgeschoss)
- nur wenige Leerstände im ganzen D-Zentrum
- funktionaler Bruch zwischen Haupteinkaufs- und Ergänzungsbereich

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Supermarkt, ein Bio-markt sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte (alle unterhalb der Großflächigkeit), Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden (Betriebe z.T. in Konkurrenzsituation), Angebotsschwerpunkte im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich
- keine speziellen Angebote oder Angebotsvielfalt

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- eher kleinteilige Betriebsstrukturen
- insgesamt kleine ( $\leq 100$  qm VKF) bis "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF), keine großflächigen Betriebe
- ausgewogenes Verhältnis von augenscheinlich inhabergeführten Fachgeschäften zu Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig bis exklusiv/ hochpreisig (Damen- und Herrenbekleidung)
- variierende Qualität in Bezug auf Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung von gering bis hochwertig, insgesamt ansprechend

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Supermarkt



### **22.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum

#### **Gastronomie**

- quantitativ geringes Gastronomieangebot, wenige Außensitzbereiche (fehlende Platzsituationen)
- Qualität und Gestaltung variierend

#### **Öffentliche Einrichtungen**

- augenscheinlich keine öffentlichen Einrichtungen vorhanden

### **22.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt relativ homogene Bebauungsstruktur
- Haupteinkaufsbereich: historisch wie nachkriegszeitlich und z.T. modern geprägte Bauweise
- im mittleren Abschnitt des Haupteinkaufsbereichs überwiegend moderne und geschlossene, bis zu viergeschossige Bauweise
- in Randbereichen und Ergänzungsbereich eher offene, z.T. giebelständige, zwei- bis dreigeschossige Einzelhausbebauung
- besonders in Randbereichen ursprünglich oft reine Wohnbebauung - Realisierung von Einzelhandels-/ Dienstleistungsflächen im Erdgeschoss in diesen Fällen durch eingeschossigen Anbau mit Flachdach (diese Art des Ausbaus wird auch aktuell noch realisiert)
- in Seitenstraßen eher nachlassende städtebauliche Dichte, z.T. mit Einfriedungen und Vorgärten

#### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- öffentlicher Raum modern und ansprechend gestaltet (u.a. breite, einheitlich gepflasterte Fußwege, beidseitige Baumpflanzung (alleenartiger Charakter), Sitzgelegenheiten und sonstige Gestaltungselemente), modern gestaltete U-Bahn-Haltestelle
- ⇒ (nicht-kommerzielle) Aufenthaltsqualität vorhanden



- Haupteinkaufsbereich als langgezogener Straßenraum ohne Platzraum  
à Aufenthaltsdefizit

Foto 70: alleinartig bepflanzte Kirchheimer Straße



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 71: Wohnbebauung mit eingeschossigen Einzelhandelsanbauten



Quelle: eigenes Foto September 2007

### Verkehr und Frequenz

- starke Verkehrsbelastung (Durchgangs- wie Ziel-/ Quellverkehr) entlang Kirchheimer Straße
- breiter Straßenraum für den MIV
- à starke Trenn-/ Barrierewirkung, Durchgängigkeit für Passanten erschwert - Fußwegebeziehungen nur in linearer Ausrichtung gut (sehr breite Fuß-/ Radwegbereich durch Grünstreifen vom Straßenraum getrennt)
- hohe Passantenfrequenz im mittleren Abschnitt, in Rand- und Ergänzungsbereichen/ Seitenstraßen abnehmend
- gute ÖPNV- und MIV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie wenige, kleinere (private) Sammelparkplätze im rückwärtigen Bereich

### Flächenpotenziale

- augenscheinlich keine vorhanden

#### 22.2.1.4 Entwicklungsziele

- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich





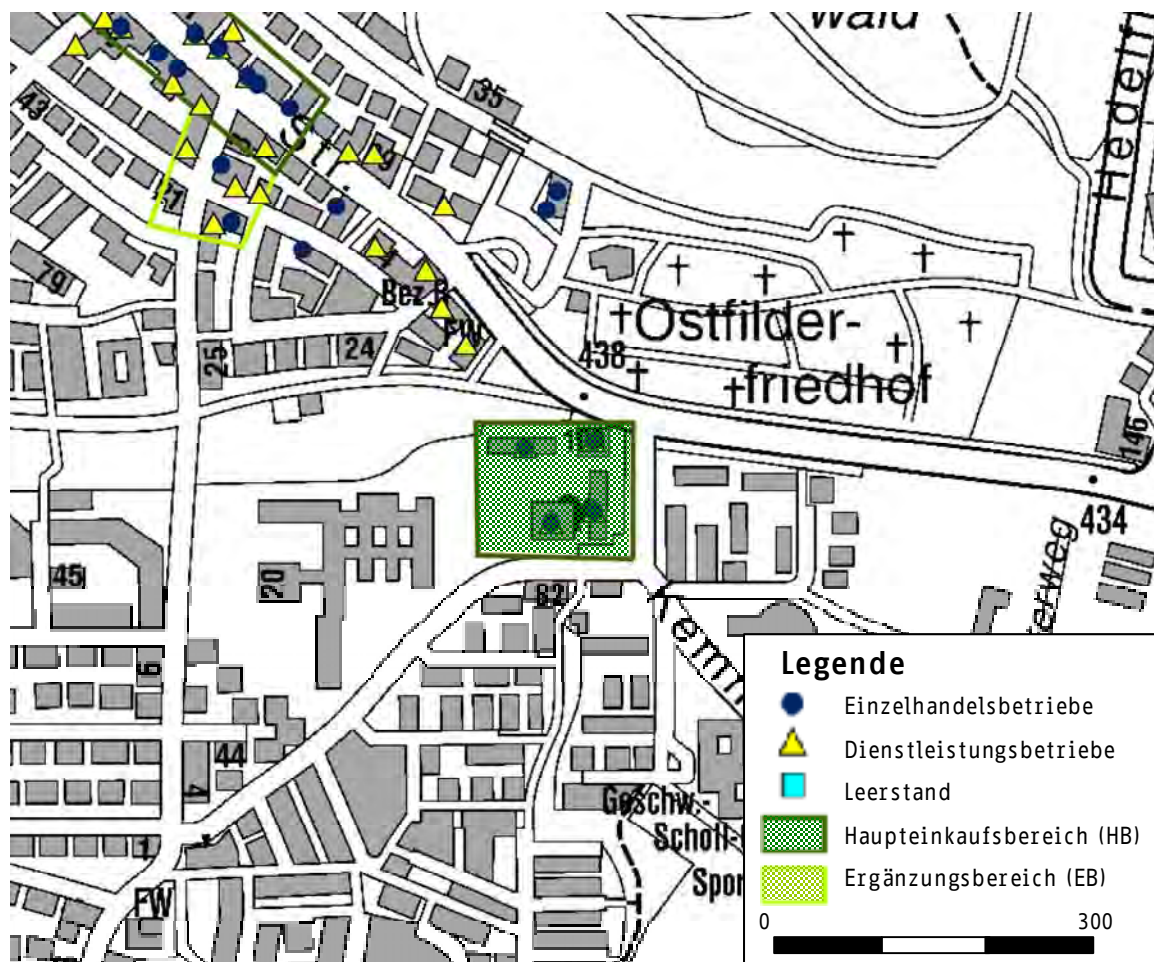
- Stärkung der funktionalen Anbindung des Ergänzungsbereichs an den Haupteinkaufsbereich
- keine weitere funktionale Längsausdehnung des D-Zentrums
  - à Nutzung vorhandener Leerstände
  - à Nachverdichtungsmöglichkeiten (wie bisher und aktuell) weiterhin nutzen
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums

### 22.2.2 D-Zentrum Sillenbacher Markt (17-02)

#### Abgrenzungsvorschlag

- D-Zentrum im Bereich Sillenbacher Markt zwischen Kirchheimer-, Kemnater- und Schemppstraße

Karte 71: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Sillenbacher Markt



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## 22.2.2.1 Einzelhandelsangebot

### Erhebungsdaten

Tab. 79: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
16	1	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.225 qm	500 qm	225 qm	2.925 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.575 qm	625 qm	400 qm	325 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandelsangebot

#### Dichte im Einzelhandelsbesatz

- hohe räumliche Dichte - kurze Wege
- augenscheinlich keine Leerstände

#### Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt

- umfassendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein großflächiger Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter sowie ein Lebensmittel-Fachgeschäft, diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden, Angebotsschwerpunkt klar im kurzfristigen Bedarfsbereich
- keine speziellen Angebote oder Angebotsvielfalt

#### Betriebsgrößen und -strukturen

- eher kleine bis großflächige Betriebsgrößen (Mehrzahl der Betriebe unter 100 qm VKF)
- insgesamt ein großflächiger Betrieb
- überwiegend Filialisten

#### Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von mittel bis hochwertig
- Insgesamt moderne Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung



### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- großflächiger Supermarkt und Lebensmitteldiscounter

#### **22.2.2.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum, u.a. eine Postfiliale

##### **Gastronomie**

- quantitativ geringes Gastronomieangebot,
- ein Außensitzbereich eines Restaurants
- keine auffallenden Qualitäts-/ Gestaltungsmerkmale

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- Seniorenresidenz in den Obergeschossen der insgesamt vier miteinander verbundenen Punkthäusern

#### **22.2.2.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt homogene Bebauungsstruktur
- platzbildende städtebauliche Struktur aus insgesamt vier Baukörpern
- nachkriegszeitlich geprägte, zwei- bis achtgeschossige und geschlossene Bauweise (verbunden durch Fußgängerbrücken)
- keine Wechselbeziehung/ Integration in das städtebauliche Umfeld - autark wirkend im Sinne eines in sich geschlossenen Einkaufszentrums

**Foto 72: Außenansicht**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 73: Innenansicht**



Quelle: eigenes Foto September 2007





### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- öffentlicher Raum modern und ansprechend gestaltet (u.a. breite, einheitlich gepflasterte und transparent überdachte Arkaden, Baumpflanzung und Sitzgelegenheiten auf dem Platzbereich)  
à Aufenthaltsqualität vorhanden

### **Verkehr und Frequenz**

- hohe Verkehrsfrequenz um den Sillenbacher Markt
- Innenbereich ausschließlich für Fußgänger (auch kein ruhender Verkehr) à sehr gut ausgebaute (barrierefreie) Fußwegebeziehungen auch zur umliegenden Wohnbebauung
- hohe Passantenfrequenz in den Arkaden
- gute ÖPNV- und MIV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- ebenerdiges Längsparken im Straßenraum sowie auf öffentlichen Sammelparkplätzen um das D-Zentrum

### **Flächenpotenziale**

- augenscheinlich keine vorhanden

#### **22.2.2.4 Entwicklungsziele**

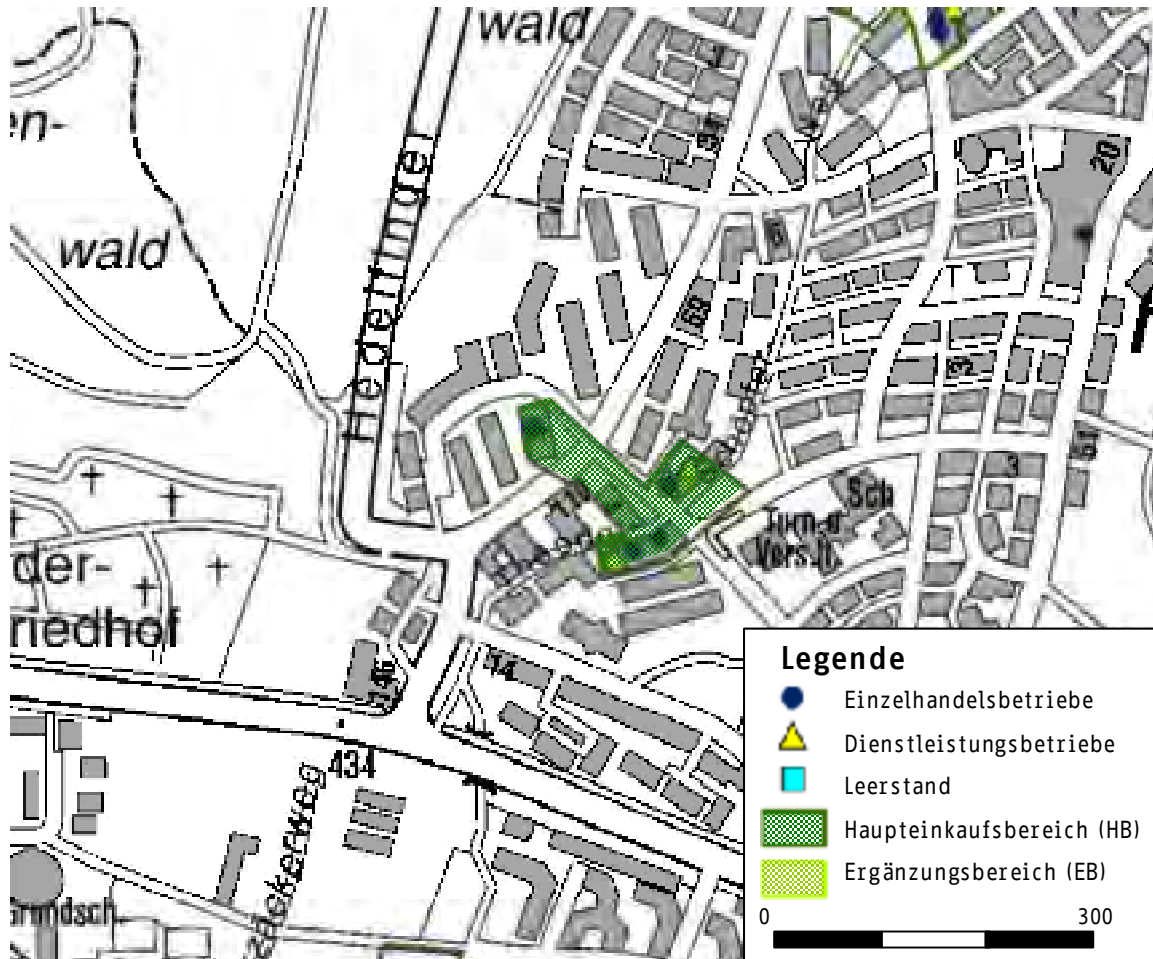
- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine funktionale Ausdehnung des D-Zentrums  
à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums



### 22.2.3 E-Zentrum Paprikastraße (17-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 72: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Paprikastraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 80: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
4	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
600 qm	0 qm	0 qm	600 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
475 qm	125 qm	0 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



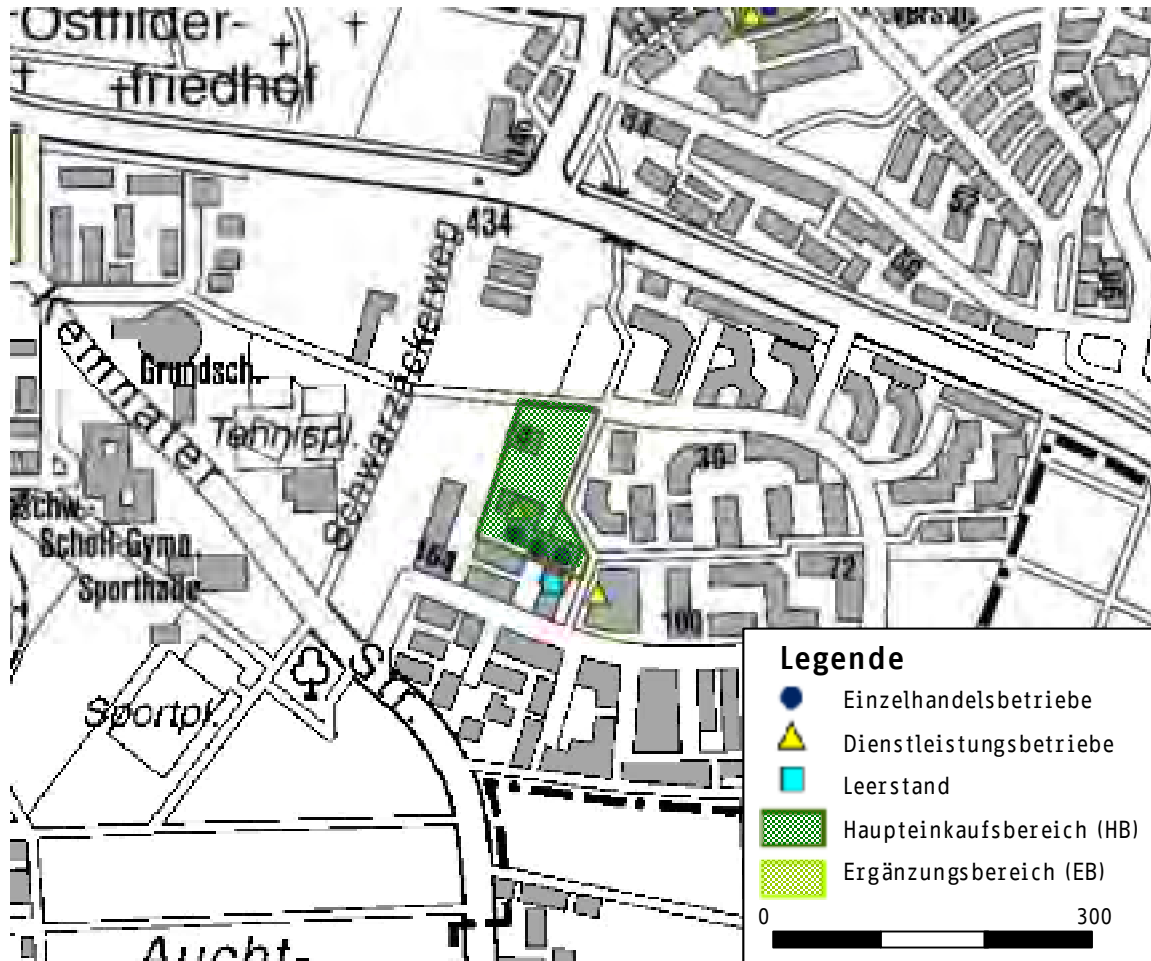
- E-Zentrum Paprikastraße im Stadtteil Heumaden erstreckt sich im Kreuzungsbereich der Bockelstraße, Hochholweg, Paprikastraße und zieht b.a. in die Paprikastraße hinein, bis zur parkähnlichen Anlag im Kreuzungsbereich Lange Morgen
- geringer Besatz an Einzelhandelsbetrieben bei geringer räumlichen Dichte
- mehrere Leerstände
- LM-Nahversorgung wird sichergestellt durch einen Supermarkt und zwei Bäckereien; daneben gibt es noch eine Apotheke
- Angebotsschwerpunkt daher ausschließlich im kurzfristigen Bedarfsbereich - Nahversorgungsstandort
- außer dem Supermarkt, der Frequenzbringer ist, kleinteilige Betriebsgrößen
- geringe räumliche Dienstleistungsdichte (u.a. Ärzte)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 22.2.4 E-Zentrum Bernsteinstraße (17-04)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 73: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Bernsteinstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

### Erhebungsdaten

Tab. 81: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
3	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
325 qm	25 qm	0 qm	350 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
125 qm	200 qm	25 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



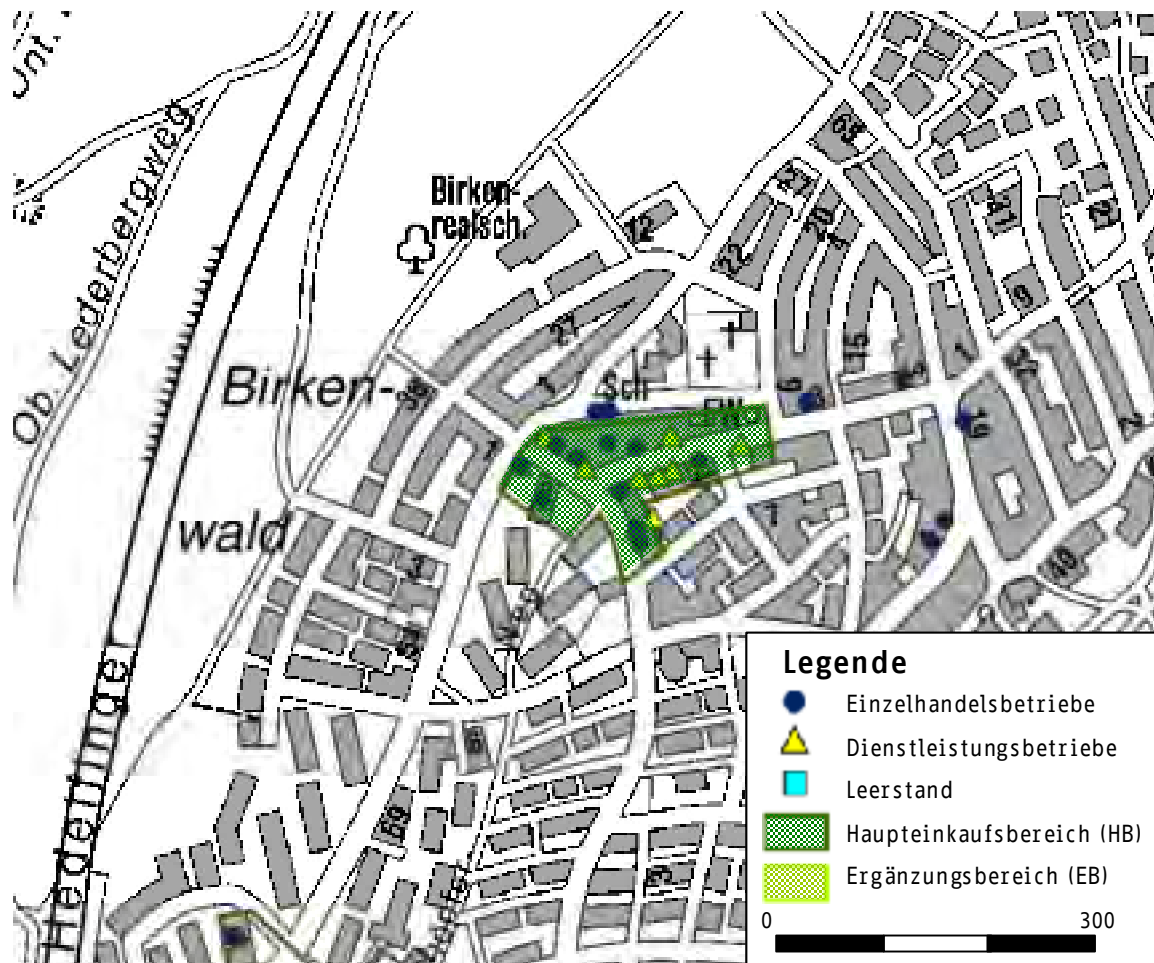
- Lage zwischen Schwarzäckerweg und Bernsteinstraße inmitten einer Wohnsiedlung der 70er/ 80er Jahre
- geringer Besatz an Einzelhandelsbetrieben (nur drei Betriebe) bei geringer Dichte
- mehrere Leerstände vorhanden
- LM-Nahversorgung in diesem Bereich nicht sichergestellt; es gibt ein kleines LM-SB-Geschäft und ein Drogeriemarkt mit ergänzendem Angebot an Nahrungs-/Genussmitteln
- Angebotsschwerpunkt somit im kurzfristigen Bedarf; Angebot im mittelfristigen Bedarf auf ein kleines Bekleidungsgeschäft zurückzuführen
- geringe räumliche Dichte der Dienstleistungsbetriebe (u.a. Arzt, Bank)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 22.2.5 E-Zentrum Fenchelstraße (17-05)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 74: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Fenchelstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 82: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
15	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.075 qm	200 qm	150 qm	1.425 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
675 qm	400 qm	150 qm	175 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- E-Zentrum erstreckt sich im Kreuzungsbereich Bildäckerstraße, Fenchelstraße
- relativ hohe räumliche Dichte des Einzelhandelsbesatzes
- sehr niedrige Leerstandsquote
- umfassende LM-Nahversorgung gegeben: neben einem Discounter vier Betriebe des LM-Handwerks (je zwei Bäcker und Metzger), ein LM-Fachgeschäft und ein Drogeriemarkt mit ergänzendem Angebot an Nahrungs-/ Genussmitteln
- Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich, wobei auch vereinzelt Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich vorhanden sind (z.B. Damenoberbekleidung, Optik)
- mit Ausnahme des Discounters kleine Betriebsgrößen vorherrschend von z.T. deutlich unter 200 qm bei einem relativ geringem Filialisierungsgrad
- Magnetbetriebe sind neben dem Discounter auch der Drogeriemarkt
- relativ hohe Dienstleistungsdichte: neben diversen einzelhandelsnahen Dienstleistungen auch Ärzte, Bank angesiedelt
- Branchenmix vorhanden
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 23. STADTBEZIRK 18 STAMMHEIM

### 23.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 18 STAMMHEIM

Der Stadtbezirk "18 Stammheim", in dem rd. 12.400 Einwohner leben, befindet sich an der nördlichen Grenze des Verwaltungsgebietes. Die 49 hier angesiedelten Betriebe erzielen auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 18.525 qm einen Umsatz von 48,1 Mio. €. Der größte Verkaufsflächenanteil in dem Stadtbezirk entfällt dabei auf die baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimente.

Tab. 83: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 18 Stammheim: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	2.225	11,9	45%
Drogerie/ Parfümerie	550	1,7	52%
Apotheke	75	3,1	55%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	125	0,4	36%
Blumen/ Zoo	2.350	3,9	393%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5.325</b>	<b>21,0</b>	<b>56%</b>
Bekleidung und Zubehör	600	2,7	39%
Schuhe, Lederwaren	50	0,2	12%
Sport/ Freizeit	150	0,5	40%
Spielwaren	100	0,3	19%
Bücher	75	0,3	22%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	625	0,9	87%
Haus-/ Heimtextilien	75	0,2	17%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.675</b>	<b>5,1</b>	<b>34%</b>
Uhren/ Schmuck	0	0,0	0%
Foto/ Optik und Zubehör	100	0,6	44%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	0	0,1	2%
Elektro/ Leuchten	350	1,1	64%
Teppiche/ Bodenbeläge	75	0,1	26%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	10.125	17,8	350%
Möbel, Antiquitäten	675	1,3	31%
Sonstiges	175	1,1	35%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>11.500</b>	<b>22,0</b>	<b>106%</b>
<b>Summe</b>	<b>18.525</b>	<b>48,1</b>	<b>65%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

In dem Stadtbezirk "18 Stammheim" kann mit 65% nur ein Teil der stadtbezirksbezogenen Kaufkraft gebunden werden. In der sortimentspezifischen Betrachtung in Abb. 70 fallen die hohen Bindungsquoten von 350% und mehr der Sortimentsberei-

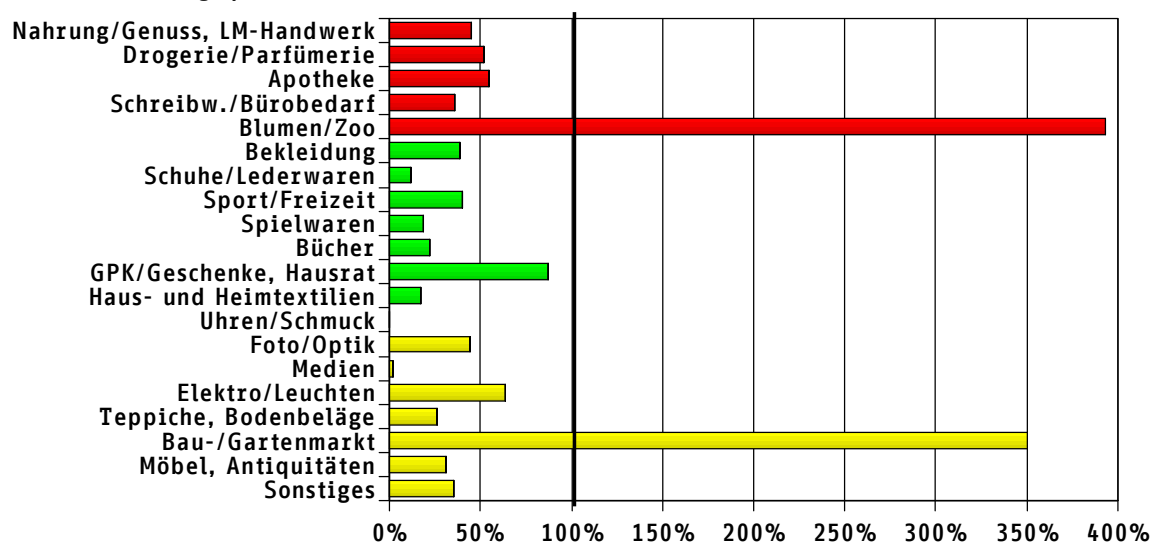




che Blumen/ Zoo und Bau-Gartenmarkt ins Auge. Diese sind auf mehrere im Gewerbegebiet Stammheim Süd angesiedelten Einzelhandelsbetriebe mit einem derartigen Angebot zurückzuführen.

In dem für die Nahversorgung bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird lediglich eine Bindungsquote von 45% erreicht. Der Anteil der Einwohner, die innerhalb der 500-Meter-Nahversorgungsradien der im Stadtbezirk angesiedelten Lebensmittelbetriebe wohnen, beträgt zudem vergleichsweise niedrige 69% (vgl. Kap. 5.2.4). Somit besteht auf Grund der geringen Einwohnergröße des Stadtbezirks für rd. 3.800 Einwohner keine fußläufige Nahversorgung.

Abb. 70: Bindungsquote Stadtbezirk 18 Stammheim



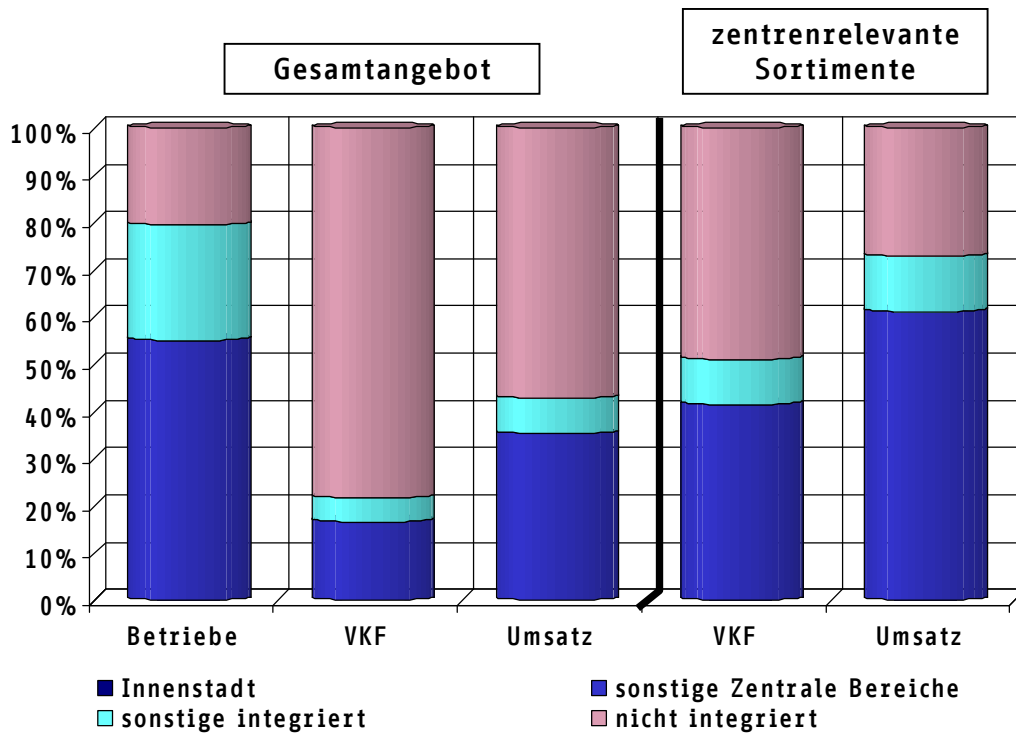
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Im Stadtbezirk "18 Stammheim" sind 55% aller Betriebe im Stadtbezirk in dem D-Zentrum Stammheim-Ortsmitte angesiedelt. Ihr Anteil an der Gesamtverkaufsfläche beträgt jedoch lediglich 17%. Hingegen vereinen 20% der in nicht integrierten Lagen angesiedelten Betriebe mit z.T. Verkaufsflächen deutlich oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit 78% der Gesamtverkaufsfläche auf sich. Ihr Umsatzanteil liegt bei rd. 57%.

Die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente werden annähernd zur Hälfte (rd. 49%) entgegen planerischer Ziele an den nicht integrierten Standorten angeboten. Der Verkaufsflächenanteil zentrenrelevanter Sortimente im D-Zentrum liegt bei lediglich rd. 42%, der Umsatzanteil bei 61%.



Abb. 71: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 18 Stammheim

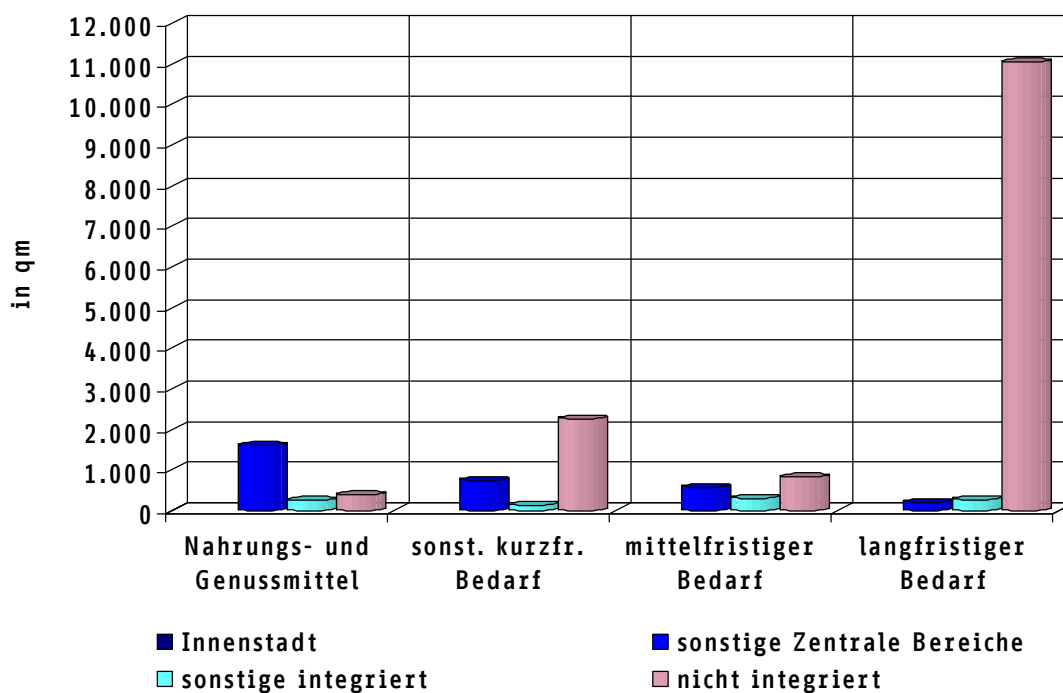


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die folgende Abbildung verdeutlicht noch einmal den Angebotsschwerpunkt des Stadtbezirks "18 Stammheim" im langfristigen Bedarfsbereich. Sortimente dieser Fristigkeit werden zu einem signifikant hohen Anteil an nicht integrierten Standorten, insbesondere im Gewerbegebiet Stammheim Süd, angeboten. Hierbei handelt es sich, wie oben bereits erwähnt, um überwiegend baumarkt-/gartencenterspezifische und zugleich üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente von mehreren großflächigen Betrieben. Daneben vereinen die Betriebe in dieser Standortlage jedoch auch größere Verkaufsflächenanteile üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente des mittelfristigen sowie kurzfristigen Bedarfsbereichs (ohne Nahrungs-/Genussmittel) auf sich als die Betriebe an sonstigen integrierten Standorten und in dem D-Zentrum. In dem Zentrum des Stadtbezirks "18 Stammheim" befindet sich hingegen der größte Anteil des Sortimentsbereichs Nahrungs-/Genussmittel, so dass diesem eine wichtige Nahversorgungsfunktion im Stadtbezirk zukommt.



Abb. 72: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 18 Stammheim



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 23.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 18 STAMMHEIM

### 23.2.1 D-Zentrum Stammheim-Ortsmitte (18-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich im Wesentlichen entlang Freihofstraße ab Freihofplatz bis Ecke Korntaler Straße
- Ergänzungsbereich entlang Freihofstraße ab Ecke Korntaler Straße bis Ecke Amundsen-/ Ursulastraße



Karte 75: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Stammheim-Ortmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

## Erhebungsdaten

Tab. 84: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
27	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.325 qm	625 qm	125 qm	3.100 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.600 qm	725 qm	575 qm	200 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **23.2.1.1 Einzelhandelsangebot**

#### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe bis mittlere Dichte im Haupteinkaufsbereich entlang Freihofstraße
- stark abnehmende Dichte in Randbereichen: nördliche Freihofstraße um Frei-  
hofplatz und Ergänzungsbereich Freihofstraße Ecke Korntaler Straße (überwiegend  
Dienstleistung und Wohnen im Erdgeschoss)
- funktionale Lücke zwischen mittlerer und nördlicher Freihofstraße (Vorgärten  
Höhe Tuchbleiche)
- Einzelhandelsbesatz bricht in den Seitenstraßen entlang Freihofstraße ab - keine  
funktionale Vernetzung
- vergleichsweise wenige Leerstände im gesamten D-Zentrum

#### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Lebensmittelnahversorgungsangebot: je ein nicht großflächiger  
Supermarkt und Discounter, ein Getränkemarkt, ein Naturkostladen sowie weitere  
Lebensmittel-Fachgeschäfte, -handwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelan-  
gebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Kirch-  
platz Stammheim (wöchentlich, nicht im D-Zentrum)
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen, nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich  
(vgl. Tab. 84)
- Angebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden: im mittel- und langfristigen Be-  
darfsbereich eher schwach (keine Konkurrenzsituation)

#### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- ausschließlich kleine ( $\leq 100$  qm VKF) bis "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Be-  
triebe - keine großflächigen Betriebe
- ausgewogenes Verhältnis aus inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten

#### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- insgesamt mittleres Angebots- und Preisniveau
- Warenpräsentationen und Schaufenstergestaltungen auf schwachem bis mittlerem  
Niveau - z.T. veraltet/ modernisierungsbedürftig



### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- Lebensmittelbetriebe

#### **23.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- mittlere Dichte an üblicherweise zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum - keine besondere Vielfalt
- ansteigende Dienstleistungsdichte in südlichen und nördlichen Randbereichen

##### **Gastronomie**

- Gastronomieangebot vorhanden - Qualität und Gestaltung auf unterschiedlichem Niveau
- wenige gastronomische Außensitzbereiche - Gestaltungsdefizite erkennbar

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- Konzentration in der Kornwestheimer Straße: u.a. Bezirksrathaus mit Bürgerbüro, Stadtbücherei

#### **23.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- historisch bedeutsame Gebäude (wenige Fachwerkgebäude) stark durchmischt mit Nachkriegs- und wenigen modernen Bauten
- überwiegend zwei- bis dreigeschossige, maximal viergeschossige Bebauung – insgesamt heterogenes Ortsbild bei wechselnder Giebel-/ Traufständigkeit und unterschiedlichen Gebäudehöhen
- im Ergänzungsbereich vergleichsweise homogene zweigeschossige, offene Bauweise
- von Norden nach Süden abnehmende städtebauliche Dichte (von überwiegend geschlossener zu offener Bebauung)
- Vorgärten und Einfriedungen im gesamten D-Zentrum - z.T. dörfliche Strukturen

##### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- langgezogener Straßenraum mit wechselnder Gestaltungsintensität/ -qualität des öffentlichen Raums

- Haupteinkaufsbereich mit stellenweise ansprechender Gestaltung (u.a. durchgehende Bodenoberflächengestaltung, Begrünung und Baumpflanzung)
- insbesondere mittlerer und südlicher Teilabschnitt mit Gestaltungsdefiziten (u.a. uneinheitliche Bodenpflasterung auf z.T. engen Fußwegebereichen, kaum öffentliche Sitzgelegenheiten)
- einziger nennenswerter Platzbereich (Freihofplatz) nur stellenweise mit ansprechender Gestaltung
  - à Gestaltungs- und Modernisierungsbedarf
  - à insgesamt eingeschränkte Aufenthaltsqualität
- gestalterische Mängel auch im privaten Raum (Häuserfassaden)

**Foto 74: Freihofstraße - Gestaltungsdefizite im öffentlichen Raum**



Quelle: eigenes Foto August 2007

**Foto 75: Freihofstraße Ecke Tuchbleiche - funktionale/ städtebauliche Lücke**



Quelle: eigenes Foto August 2007

### **Verkehr und Frequenz**

- gute ÖPNV- (Tram, Bus) sowie MIV-Erreichbarkeit
- insgesamt hohe Verkehrsbelastung durch fließenden wie ruhenden Verkehr (Durchgangs- wie Ziel- und Quellverkehr in der Freihofstraße)
- breite Freihofstraße ohne Verkehrsberuhigung, z.T. eingeschränkte Fußwegebereiche und Querungsmöglichkeiten, Stellplätze ebenerdig entlang des Straßenraums (auf der östlichen Straßenseite auch auf dem Fußwegebereich)
- mittelstarke Passantenfrequenz im Haupteinkaufsbereich, schwach im Ergänzungsbereich
  - à deutliche Trenn-/ Barrierewirkung entlang Freihofstraße
  - à eingeschränkte Durchgängigkeit/ Fußwegebeziehungen



### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenziale augenscheinlich nicht vorhanden
- Nachverdichtungs-/ Nachnutzungspotenziale (Leerstand) im Bereich Freihofstraße Ecke Tuchbleiche

#### **23.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Stärkung der örtlich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- Stärkung des funktionalen wie städtebaulich-gestalterischen Zusammenhangs
  - à Stärkung der Kompaktheit des D-Zentrums
- Städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen des öffentlichen Raums
  - à Stärkung der (nicht-kommerziellen) Aufenthaltsqualität und der Identität des D-Zentrums Stammheim
    - à Stärkung der Fußwegebeziehungen im Zuge der Neuordnung des Straßenraums
    - à gestalterische Aufwertungsmaßnahmen Freihofplatz





## 24. STADTBEZIRK 19 UNTERTÜRKHEIM

### 24.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 19 UNTERTÜRKHEIM

In dem Stadtbezirk "19 Untertürkheim" wohnen rd. 16.500 Einwohner. Das Einzelhandelsangebot umfasst eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 11.975 qm und hat seinen Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel (rd. 5.100 qm). Die hier befindlichen 99 Betriebe erwirtschaften zusammen einen jährlichen Umsatz von rd. 51,8 Mio. €

Tab. 85: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 19 Untertürkheim: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	5.100	27,2	77%
Drogerie/ Parfümerie	925	2,9	69%
Apotheke	225	6,3	82%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	250	1,0	58%
Blumen/ Zoo	200	0,4	30%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>6.700</b>	<b>37,7</b>	<b>75%</b>
Bekleidung und Zubehör	1.000	3,9	41%
Schuhe, Lederwaren	75	0,2	12%
Sport/ Freizeit	125	0,4	24%
Spielwaren	100	0,2	12%
Bücher	175	0,8	38%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	500	0,6	42%
Haus-/ Heimtextilien	350	0,5	38%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.325</b>	<b>6,6</b>	<b>33%</b>
Uhren/ Schmuck	75	0,5	46%
Foto/ Optik und Zubehör	175	1,2	70%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	100	0,6	10%
Elektro/ Leuchten	175	0,6	25%
Teppiche/ Bodenbeläge	175	0,3	51%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	1.200	1,8	26%
Möbel, Antiquitäten	750	1,1	21%
Sonstiges	325	1,5	36%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>2.975</b>	<b>7,4</b>	<b>27%</b>
<b>Summe</b>	<b>11.975</b>	<b>51,8</b>	<b>53%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

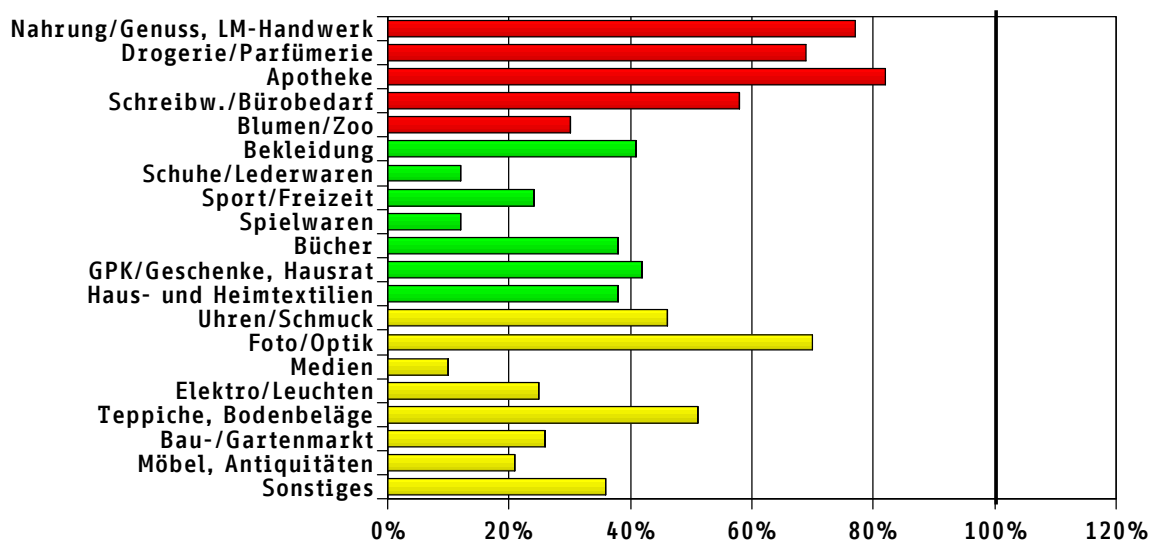
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



In dem Stadtbezirk sind in ausnahmslos bei allen Sortimenten Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Die Gesamtbindungsquote des Stadtbezirks liegt bei rd. 53%. Im Sortimentsbereichs Nahrungs-/Genussmittel können rd. 77% der örtlichen Kaufkraft im Stadtbezirk gebunden werden.

Der Nahversorgungsanteil ist im Stadtbezirk "19 Untertürkheim" vergleichsweise niedrig: Lediglich 57% der Einwohner wohnen in einer Entfernung von 500 Metern und weniger zu einem Lebensmittelbetrieb. Im Umkehrschluss besteht somit für rd. 7.000 Einwohner keine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 73: Bindungsquote Stadtbezirk 19 Untertürkheim

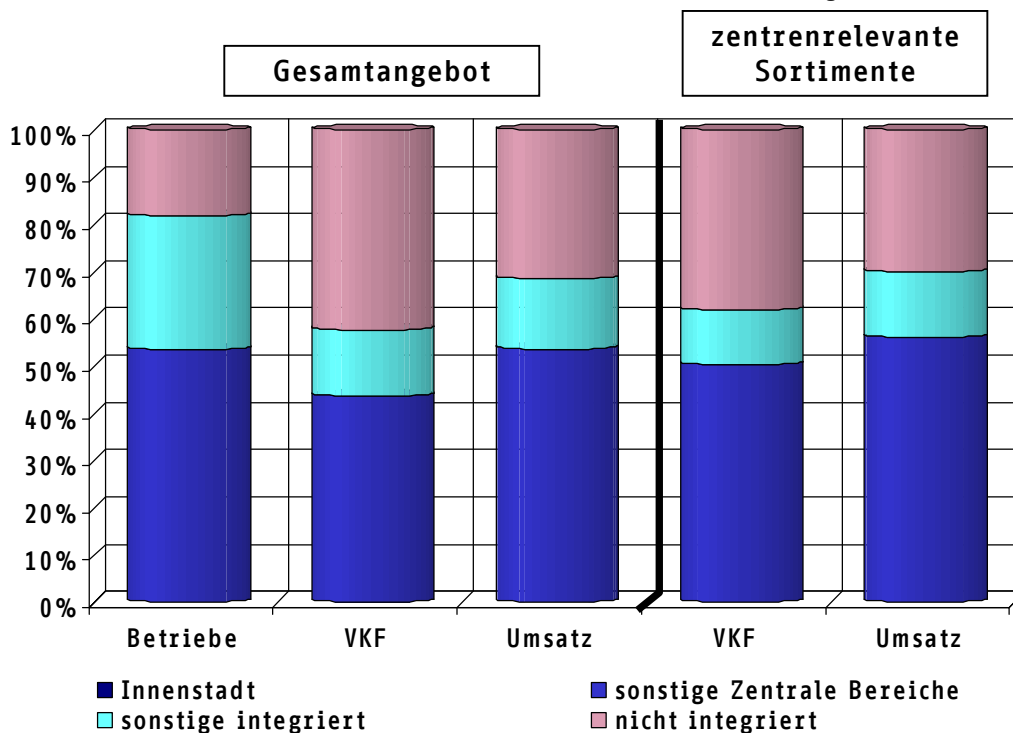


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Mehr als die Hälfte aller Betriebe (54%) sind in den beiden Zentren des Stadtbezirks angesiedelt. Einschließlich der sonstigen integrierten Standorte befinden sich vier Fünftel aller Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich integrierter Standortlage. An den nicht integrierten Standorten sind rd. 18% aller Betriebe lokalisiert, die jedoch auf Grund größerer Verkaufsflächen rd. 42% der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen. Hierbei ist eine in Teilen nicht funktionsadäquate Ansiedlung auszumachen: Die zentrenrelevanten Sortimente befinden sich zu 50% in den Zentren, weitere 38% in nicht integrierter Lage.



Abb. 74: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 19 Untertürkheim

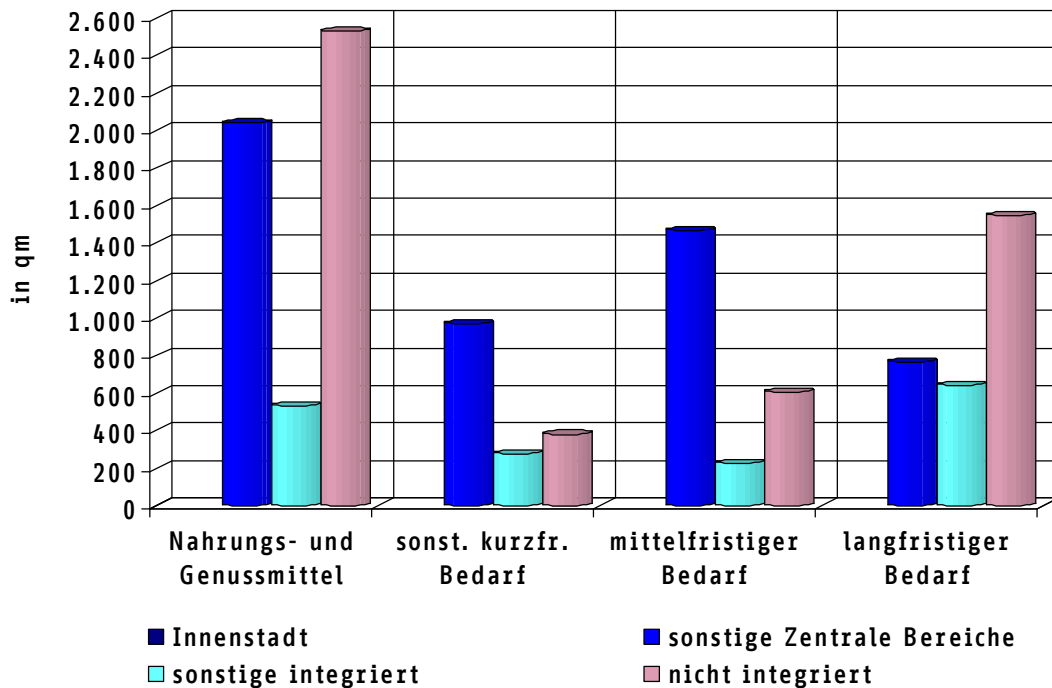


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die Einzelhandelsstruktur nach Lage ist im Stadtbezirk "19 Untertürkheim" durch einen signifikant hohen Anteil der Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel, der sich an nicht integrierten Standorten befindet und somit nur einen geringen Beitrag zur Nahversorgung der Bewohner leistet, gekennzeichnet. Dieser hohe Anteil in diesem Sortimentsbereich ist hauptsächlich auf einen im Stadtteil Lindenschulviertel nicht funktionsadäquat angesiedelten Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus zurückzuführen. In nicht integrierter Standortlage sind zudem die höchsten Anteile des langfristig Bedarfsbereiches zu verzeichnen. Die üblicherweise zentrenrelevante Angebote des sonstigen kurzfristigen sowie des mittelfristigen Bedarfsbereiches befinden sich hingegen überwiegend in den Zentren.



Abb. 75: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 19 Untertürkheim



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

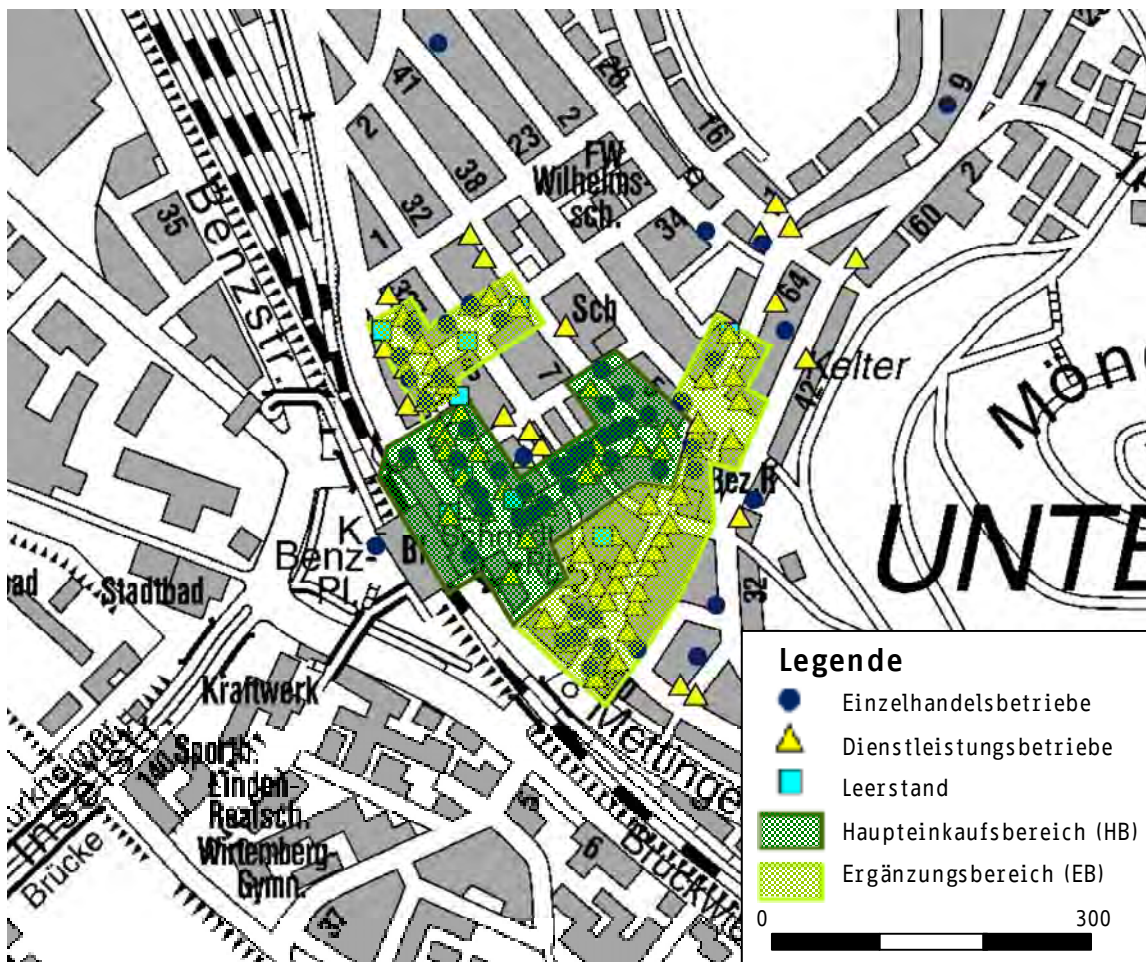
## 24.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 19 UNTERTÜRKHEIM

### 24.2.1 D-Zentrum Untertürkheim (19-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich im Wesentlichen entlang Widdersteinstraße (Fußgängerzone) und L.-Schmidt-Platz
- nördlicher Ergänzungsbereich entlang Augsburgers auf Höhe Oberstdorfer Straße
- südlicher Ergänzungsbereich entlang Großglocknerstraße ab Ecke Augsburgers Straße über Untertürkheimer Kelterplatz bis Ecke Wendelinstraße

Karte 76: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Untertürkheim



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 24.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 86: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
49	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.500 qm	1.700 qm	500 qm	4.675 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.625 qm	850 qm	1.450 qm	725 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte im Haupteinkaufsbereich (insbesondere Fußgängerzone)
- abnehmende Einzelhandelsdichte in Seitenstraßen und Randbereichen des Haupteinkaufsbereichs
- deutlich geringere Dichte in Ergänzungsbereichen: hier bereits überwiegend Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im Erdgeschoss
- funktionaler Bruch entlang Augsburger Straße zwischen L.-Schmidt-Platz und südlichem Ergänzungsbereich (Großglocknerstraße)
- einige Leerstände verteilt im gesamten D-Zentrum, Konzentration an Leerständen im nördlichen Ergänzungsbereich sowie um L.-Schmidt-Platz

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- vielfältiges Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein Supermarkt (unterhalb der Großflächigkeit), zwei Lebensmittel-SB-Märkte, sowie eine hohe Anzahl an (überwiegend ausländischen) Lebensmittel-Fachgeschäften, -handwerksbetrieben und ergänzenden Lebensmittelangeboten in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt in der Widersteinstraße (wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. im kurz- und etwas geringer auch im mittelfristigen Bedarfsbereich
- spezielle Fachgeschäfte und Angebotsvielfalt

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- außer großflächigem Supermarkt nur kleine ( $\leq 100$  qm VKF) und relativ viele "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Betriebe, kein großflächiger Betrieb vorhanden
- augenscheinlich überwiegend inhabergeführte Fachgeschäften, aber auch Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von niedrig- bis hochpreisig
- überwiegend ansprechende, hochwertige Warenpräsentationen und Schaufenstergestaltungen - allerdings auch einige negative Beispiele vorhanden



## **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

Supermarkt

### **24.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern insbesondere im Haupteinkaufsbereich sowie im südlichen Ergänzungsbereich
- abnehmende Dienstleisterdichte im nördlichen Ergänzungsbereich
- u.a. ein Ärztehaus und eine Postfiliale als besondere Dienstleistungen

#### **Gastronomie**

- vielfältiges Gastronomieangebot vorhanden
- z.T. ansprechend gestaltete Außensitzbereiche

#### **Öffentliche Einrichtungen**

u.a. Bezirksrathaus, Stadtbücherei

### **24.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- vergleichsweise homogene städtebauliche Strukturen
- historisch und kleinteilig geprägt: verwinkelte Straßen und Gassen mit überwiegend zwei- bis drei-, maximal viergeschossiger, meist giebelständiger, wechselnd offener/ geschlossener Bauweise
- historisch bedeutsame Bebauung mit z.T. aufwendiger Fassadengestaltung und in teilweise saniertem Zustand, stellenweise unterbrochen durch gut in das städtebauliche Umfeld integrierte moderne Bebauung (z.B. Storchmarkt mit Innenhof)
- historische Stadtkirche St. Germanus und altes Bahnhofsgebäude als architektonische Akzente  
à identitätsstiftende Wirkung

#### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- Fußgängerzone und L.-Schmidt-Platz mit höchster Gestaltungsintensität: u.a. durchgehend gepflastert, öffentliche Sitzgelegenheiten, Brunnen, Grün- und sonstige Gestaltungselemente



- ansprechend moderne Neugestaltung des Untertürkheimer Kelterplatzes (Stadtbücherei)
  - à hohe Aufenthaltsqualität
- nachlassende Gestaltungsintensität in den Seitenstraßen und Ergänzungsbereichen: z.T. gestalterische Defizite (u.a. schmale Fußwegebereiche mit wechselnden Bodenbelägen, fehlende Grünelemente)

### **Verkehr und Frequenz**

- sehr gute Fußwegebeziehungen im Haupteinkaufsbereich (Fußgängerzone, Einbahnstraßenregelungen mit breiten, gepflasterten Fußwegen), hohe Passantenfrequenz
  - à keine störender MIV
  - à hohe Passantendurchgängigkeit und Aufenthaltsqualität
- Durchgangsverkehr Großglocknerstraße mindert Aufenthaltsqualität, abnehmende Passantenfrequenz in Seitenstraßen/ Ergänzungsbereichen
- gute MIV- und ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- ebenerdiges Parken im Straßenraum sowie mehrere öffentliche Sammelparkplätze

### **Flächenpotenziale**

ebenerdiger Sammelparkplatz zwischen Bahnhof und Mettinger Straße

#### **24.2.1.4 Entwicklungsziele**

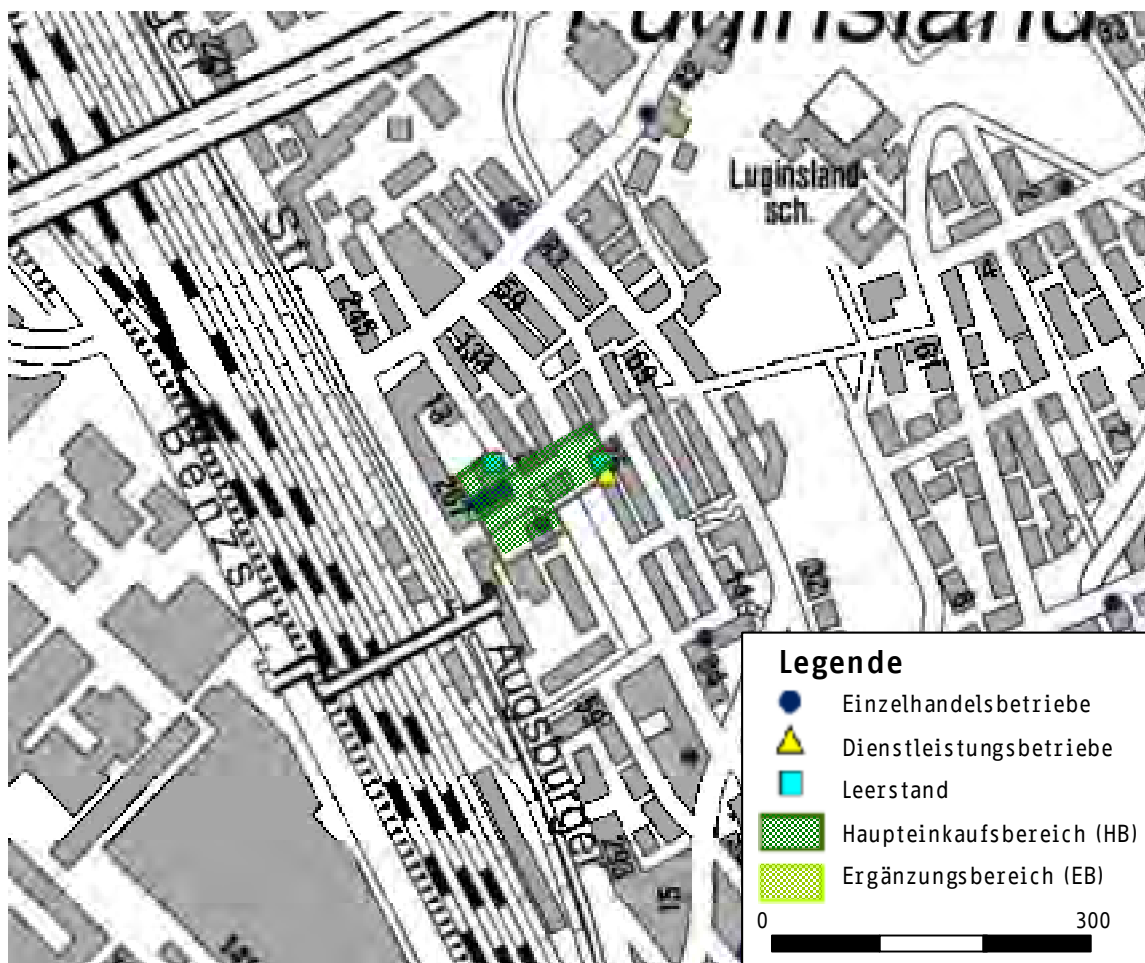
- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Ausdehnung des D-Zentrums
  - à Konzentration städtebaulich-funktionaler Aufwertungsmaßnahmen auf den Haupteinkaufs- und südlichen Ergänzungsbereich - Stärkung der räumlich-funktionalen Quervernetzung/ Beheben des funktionalen Bruchs
  - à Nutzung des Flächenpotenzials (Sammelparkplatz Bahnhof)
  - à Nutzung räumlicher Entwicklungsoptionen im Bestand (Leerstände)
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums



## 24.2.2 E-Zentrum Mäulen-/ Biklenstraße (19-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 77: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Mäulen-/ Biklenstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 87: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp		
4	0	E		
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt	
525 qm	0 qm	50 qm	575 qm	
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig	
400 qm	100 qm	0 qm	50 qm	

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- inmitten eines Wohngebietes gelegen
- geringes Einzelhandelsangebot (lediglich vier Betriebe)
- LM-Nahversorgung gewährleistet durch einen Discounter sowie zwei Bäcker und einen Drogeriemarkt mit ergänzendem Angebot
- reiner Nahversorgungsstandort - neben den genannten Betrieben, deren geführten Hauptsortimente dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen sind, keine weiteren Betriebe vorhanden
- bis auf Discounter kleine Betriebsstrukturen
- geringes Dienstleistungsangebot (Bank, Café und Gaststätte)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

#### **24.2.3 Entwicklungsbereich Fellbacher Straße (19-11)**

- Lage an der Fellbacher Straße im Bereich Dagobert Weg bzw. Tassilo Weg in einem Wohngebiet
- geringes Angebot, bestehend aus einem Bäcker, einem Drogeriemarkt, einem Fahrradgeschäft und einer Bank als einziger Dienstleister
- kleiner Nahversorgungsstandort für die Bevölkerung des Wohngebietes, allerdings ohne eine hinreichende LM-Nahversorgung für diese zu gewährleisten

#### **24.2.4 Entwicklungsbereich Goldbergstraße (19-12)**

- Lage an der Goldbergstraße im Kreuzungsbereich Fellbacher Straße in einem Wohngebiet
- wenig Nutzungen vorhanden; neben einer Bäckerei, einem Geschäft für Bastelbedarf und einem Obst- und Gemüsegeschäft sowie einer Gaststätte keine weiteren Nutzungen vorhanden
- neben zahlenmäßig geringem Angebot (drei Einzelhandelsbetriebe) auch flächenmäßig geringes Angebot auf Grund kleiner Betriebsgrößen von jeweils unter 50 qm



## 25. STADTBEZIRK 20 VAIHINGEN

### 25.1 EINZELHANDELSITUATION 20 VAIHINGEN

Der vergleichsweise einwohnerstarke (rd. 44.550 Einwohner) und flächengroße Stadtbezirk "20 Vaihingen" im Südwesten von Stuttgart weist ein relativ umfangreiches Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen auf. Die insgesamt 207 Betriebe weisen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 48.125 qm auf und erwirtschaften einen Umsatz von rd. 251,3 Mio. €. Die in Bezug auf Umsatz und Verkaufsfläche stärksten Sortimentsgruppen stellen Nahrungs-/ Genussmittel (rd. 13.925 qm), gefolgt von Bekleidung und Zubehör (rd. 8.000 qm) dar.

Tab. 88: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 20 Vaihingen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	13.925	78,1	82%
Drogerie/ Parfümerie	2.775	11,2	97%
Apotheke	650	18,8	91%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	825	3,0	68%
Blumen/ Zoo	1.525	2,9	81%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>19.700</b>	<b>114,0</b>	<b>84%</b>
Bekleidung und Zubehör	8.000	38,4	151%
Schuhe, Lederwaren	1.300	4,6	86%
Sport/ Freizeit	1.325	4,2	100%
Spielwaren	1.700	5,4	98%
Bücher	525	2,7	49%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	1.325	2,0	51%
Haus-/ Heimtextilien	1.325	2,9	81%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>15.500</b>	<b>60,1</b>	<b>113%</b>
Uhren/ Schmuck	225	1,5	54%
Foto/ Optik und Zubehör	800	6,2	136%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	3.650	43,4	277%
Elektro/ Leuchten	1.775	9,0	142%
Teppiche/ Bodenbeläge	950	1,8	107%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	3.325	5,3	29%
Möbel, Antiquitäten	1.175	2,2	15%
Sonstiges	1.025	7,8	72%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>12.925</b>	<b>77,2</b>	<b>104%</b>
<b>Summe</b>	<b>48.125</b>	<b>251,3</b>	<b>95%</b>

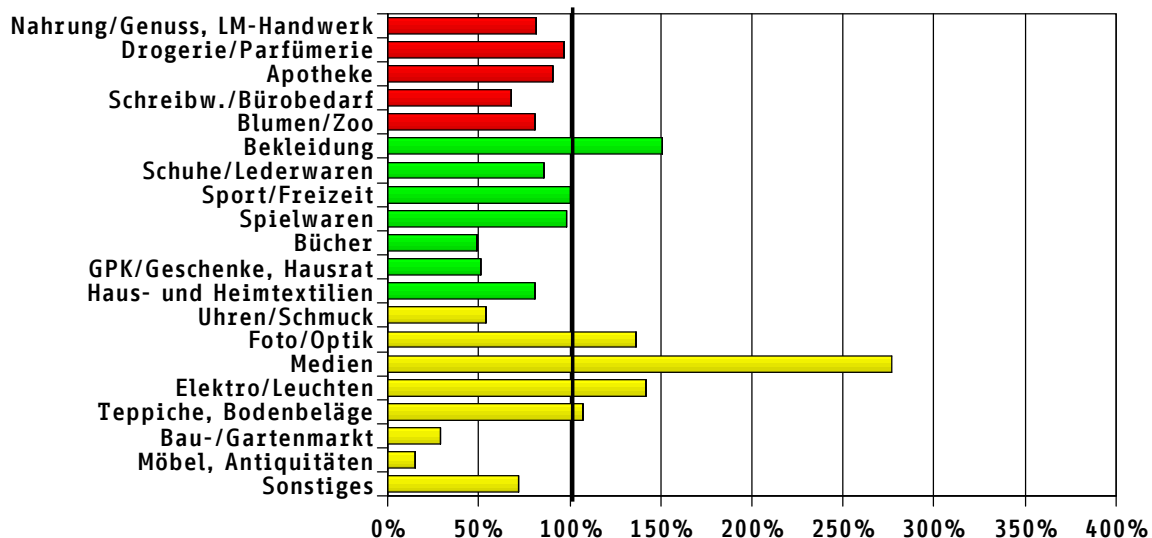
PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



In dem Stadtbezirk "20 Vaihingen" wird eine Bindungsquote von 95% erreicht. In mehreren Sortimenten des mittelfristigen und langfristigen Bedarfsbereichs werden Bindungsquoten von 100% und mehr erreicht. Die höchsten Kaufkraftzuflüsse werden im Sortiment Medien erreicht und sind u.a. auf einen großflächigen Elektronikfachmarkt im gleichnamigen Stadtteil Vaihingen des Stadtbezirks zurückzuführen. Im nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird bei einer Bindungsquote von rd. 82% keine rechnerische Vollversorgung der Einwohner im Stadtbezirk erreicht. Der Nahversorgungsanteil beträgt lediglich 52% und gehört damit zu dem niedrigsten errechneten Wert aller Stadtbezirke in Stuttgart (vgl. Kap. 5.2.4). Auf Grund der vergleichsweise großen Einwohnerzahl von "20 Vaihingen" schlägt sich dies auch absolut merklich nieder: Für rd. 21.300 Einwohner besteht keine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit im Stadtbezirk.

Abb. 76: Bindungsquote Stadtbezirk 20 Vaihingen

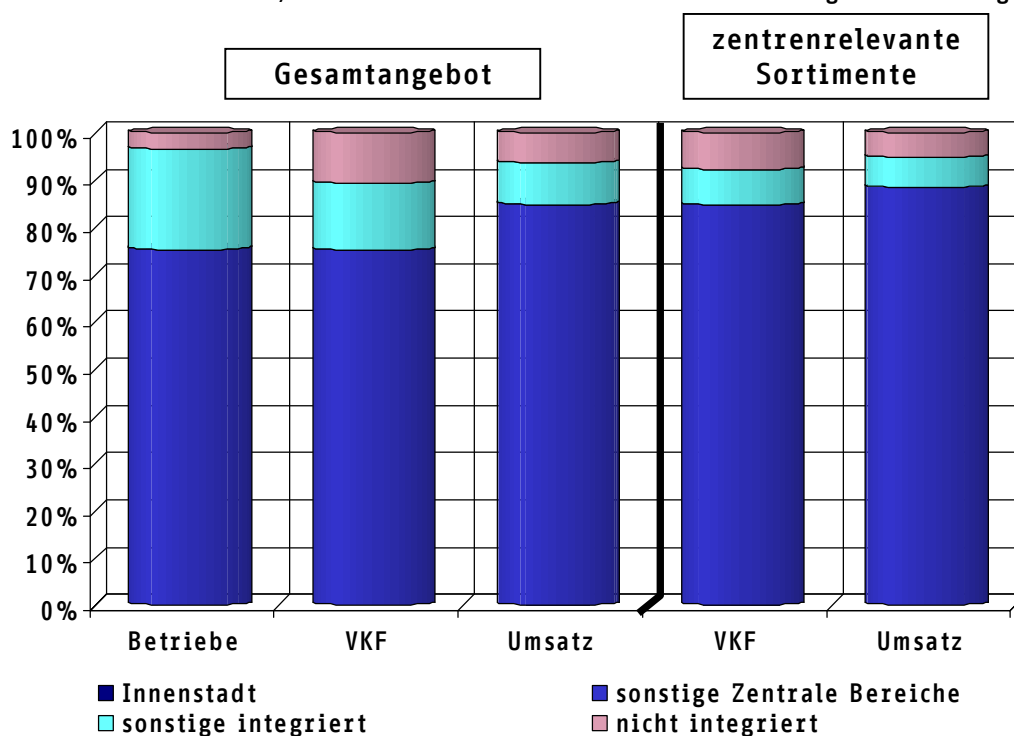


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bezogen auf die räumliche Verteilung der Angebote wird die Dominanz der Zentren im Stadtbezirk "20 Vaihingen" deutlich: Jeweils 75% der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche befinden sich in den sechs Zentren, darunter das C-Zentrum Vaihingen-Ortsmitte. In diesen ist standortgerecht ein Großteil des zentrenrelevanten Angebotes vorhanden. An nicht integrierten Standorten befinden sich 3% aller Betriebe, die auf Grund größerer Verkaufsflächen pro Betrieb 11% der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen. Der Verkaufsflächenanteil an zentrenrelevanten Sortimenten beträgt rd. 8%.



Abb. 77: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 20 Vaihingen

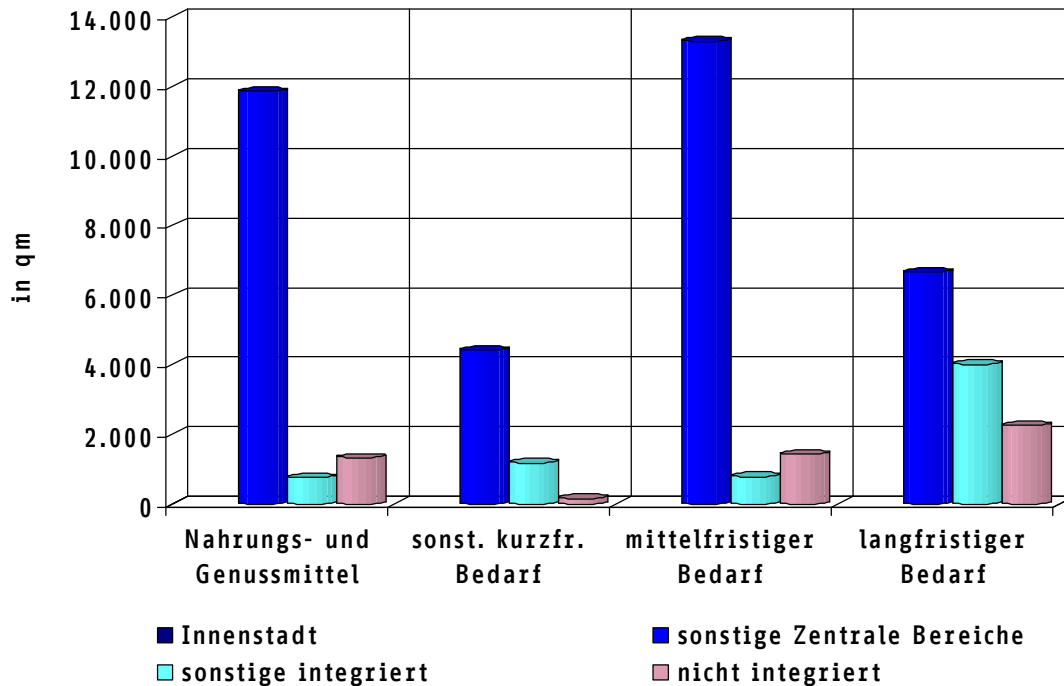


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Differenziert nach Bedarfsbereichen überwiegt insbesondere auf Grund des sich im Stadtbezirks befindlichen C-Zentrums Vaihingen-Ortsmitte mit einem hohen Verkaufsflächenanteil an zentrenrelevanten Sortimenten der kurz- und mittelfristige Bedarfsbereich in Zentrums Lage. Daneben ist die Verkaufsfläche auch im langfristigen Bedarfsbereich in den Zentren deutlich größer als in den weiteren Lagen.



Abb. 78: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 20 Vaihingen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

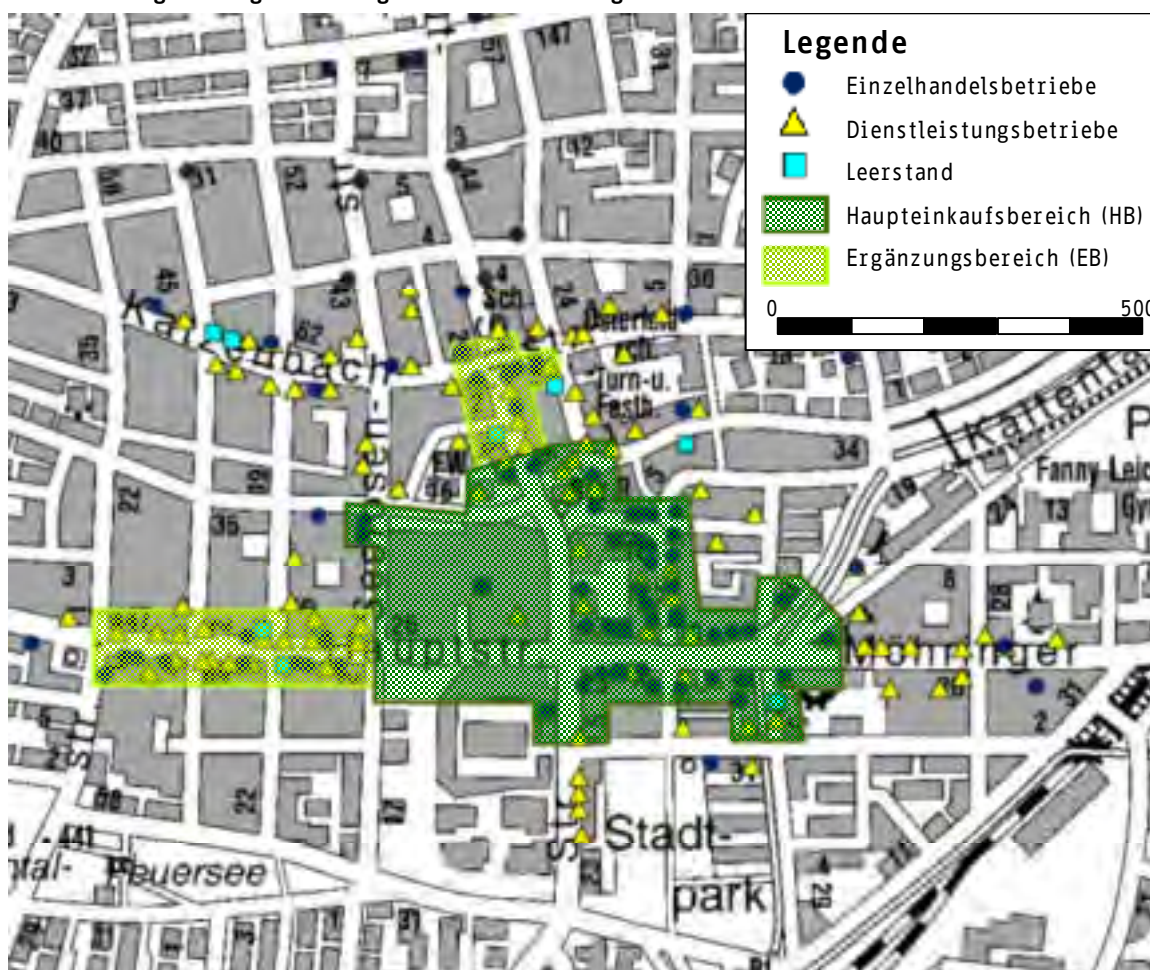
## 25.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 20 VAIHINGEN

### 25.2.1 C-Zentrum Vaihingen-Ortsmitte (20-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich entlang Hauptstraße ab Ecke Seerosenstraße bis Ecke Möhringer Landstraße (Schillerpassage) sowie Vaihinger Markt bis Rathausplatz
- Nördlicher Ergänzungsbereich entlang Robert-Leicht-Straße ab Rathausplatz bis Ecke Katzenbachstraße, westlicher Ergänzungsbereich ab Ecke Krehlstraße bis Ecke Seerosenstraße

Karte 78: Abgrenzungsvorschlag C-Zentrum Vaihingen-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 25.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 89: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
115	7	C	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
12.650 qm	16.800 qm	2.450 qm	31.875 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
9.175 qm	3.450 qm	12.625 qm	6.625 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## **Einzelhandelsbesatz**

### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte im Haupteinkaufsbereich
- Schwabengalerie mit sehr hoher Einzelhandelsdichte auf mehreren Ebenen
  - à funktionaler Mittelpunkt
- geringe Dichte in den Ergänzungsbereichen (starker Dienstleistungsbesatz und z.T. Wohnen im EG)
- funktionaler Bruch zwischen westlichem Ergänzungsbereich und Schwabengalerie (Hauptstraße)
- diffuse Fortsetzung des Einzelhandelsbesatzes in nördlicher Richtung - ansonsten bricht dieser in den Seitenstraßen des C-Zentrums schnell ab (vgl. Karte 78)
- wenige/ einige Leerstände im Haupteinkaufsbereich/ in den Ergänzungsbereichen - insgesamt aber nicht auffällig viele
- zunehmende Leerstandsichte in den angrenzenden Straßenzügen (vgl. Karte 78)

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- sehr umfassende Lebensmittelnahversorgung: ein Verbrauchermarkt, zwei großflächige Supermärkte, ein großflächiger und ein nicht großflächiger Discounter sowie ein Lebensmittel-SB-Markt (alle im Haupteinkaufsbereich), sonstige kleine Lebensmittel-Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemärkte)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Rathausplatz (zweimal wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkte im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich - Angebote stehen z.T. in Konkurrenzsituation zueinander
- zentrenprägendes Sortiment Bekleidung und Zubehör hinter nahversorgungsrelevanten Nahrungs- und Genussmitteln mit zweitgrößter Verkaufsfläche
- Medien (langfristiger Bedarf, zentrenrelevant) als drittstärkstes Sortimentsangebot
- einige Fachgeschäfte mit speziellen Angeboten (u.a. Tabakwaren)

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- im Haupteinkaufsbereich viele "mittelgroße" Betriebe (101 bis  $\leq$  800 qm VKF) und insgesamt sieben großflächige Betriebe mit unterschiedlichen Hauptsortimenten





- ausnahmslos kleine Betriebe ( $\leq 100$  qm VKF) in den Ergänzungsbereichen
- hoher Filialistenanteil in der Schwabengalerie und entlang der Hauptstraße

#### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von sehr schwach bis hochwertig/ exklusiv
- hochwertige Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung in der Schwabengalerie, überwiegend angemessen in der Fußgängerzone (Vaihinger Markt)
- abnehmende Gestaltungsintensität/ -qualität in den Ergänzungsbereichen und in der östlichen Hauptstraße (z.T. veraltet und unattraktiv)

#### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- großflächige Filialbetriebe in der Schwabengalerie (Lebensmittelbetriebe, Bekleidung und Unterhaltungselektronik) und in der östlichen Hauptstraße (Lebensmittelbetriebe)
- Schwabengalerie in ihrem Gesamtangebot i.S. eines Frequenzbringers (in Kombination mit verschiedensten Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben)

### **25.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten C-Zentrum - besonders stark in der Schwabengalerie

#### **Gastronomie**

- vielfältiges Gastronomieangebot - Qualität und Gestaltung variierend von gering bis hochwertig
- hohe Dichte an Schnellrestaurants in der Schwabengalerie - attraktiv gestaltete Innen- und Außenbereiche
- Konzentration an Außengastronomien auf dem Platzbereich Vaihinger Markt - z.T. gestalterisches Aufwertungspotenzial feststellbar
- wenige gastronomische Außenbereiche in der Hauptstraße (Aufenthaltsdefizite)
- z.T. attraktive Außengastronomien in den Seitenstraßen/ -gassen (z.B. Vaihinger Markt Ecke Pfarrhausstraße)



## **Öffentliche Einrichtungen**

- u.a. Bezirksrathaus und sonstige öffentliche Einrichtungen wie z.B. Stadtbücherei

### **25.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur: wenige historische Gebäude - überwiegend Nachkriegsbauten und moderne Gebäudekomplexe
- moderne Schwabengalerie mit (teil-)überdachten Innenhöfen und ferner die den Platzbereich Vaihinger Markt fassenden Gebäude (vorwiegend 1980er Jahre) mit zentrenprägendem Charakter
- überwiegend drei- bis viergeschossige, geschlossene Bebauung im Haupteinkaufsbereich
- überwiegend zwei- bis dreigeschossige, z.T. freistehende und historische Gebäude in den Ergänzungsbereichen
- neben kleinteiligen städtebaulichen Strukturen in den Ergänzungsbereichen und z.T. im Haupteinkaufsbereich zeigen sich mit den architektonisch markanten Gebäuden Schwabengalerie und Daimler-Chrysler sowie den Dienstleistungs-/ Bürogebäuden in der östlichen Hauptstraße (Übergang Möhringer Landstraße) große zusammenhängende Gebäudekomplexe
- städtebaulicher Bruch in der Hauptstraße zwischen westlichem Ergänzungsbereich und Schwabengalerie
- historisches Gebäude des Bezirksrathauses neben modernen Gebäudekomplexen Schwabengalerie und Daimler-Chrysler als architektonische Akzente
  - à Orientierungsfunktion und Merkzeichen

#### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- hohe gestalterische Dichte in und um die Schwabengalerie und den Vaihinger Markt (u.a. einheitlich gepflastert und bepflanzt)
  - à Aufenthaltsqualität und "Bummelstimmung"
- nicht-kommerzielle Verweilmöglichkeiten auf diversen Platzbereichen (z.B. Vaihinger Markt, Schwabenplatz)
- neu ausgestaltete Fußwegbereiche im westlichen Ergänzungsbereich (u.a. Bodenpflasterung, Baumpflanzung und Grünstreifen) - im Gegensatz hierzu z.T. sanierungs-/ gestaltungsbedürftige Häuserfassaden

- städtebaulich-gestalterische Defizite in der (südlichen) Hauptstraße: schmale, sanierungsbedürftige Fußwegebereiche ohne Gestaltungsmerkmale  
à geringe Aufenthaltsqualität

**Foto 76: Schwabenplatz - nördlicher Eingangsbereich in die Schwabengalerie**



Quelle: eigenes Foto August 2007

**Foto 77: Hauptstraße - gestalterische Defizite im öffentlichen wie privaten Raum**



Quelle: eigenes Foto August 2007

### **Verkehr und Frequenz**

- insgesamt hohe Passantenfrequenz im Haupteinkaufsbereich - sehr hoch in der Schwabengalerie, hoch in der Fußgängerzone Vaihinger Markt/ Bezirksrathaus
- geringe Passantenfrequenz in den Ergänzungsbereichen und im östlichen Haupteinkaufsbereich
- gut ausgebaute Fußwegebeziehungen
- deutliche Trennwirkung durch die Hauptstraße (geringer im Bereich Vaihinger Markt - Robert-Leicht-Straße) trotz zahlreicher Querungshilfen mit Signalanlagen und Unterführungen à Minimierung der Aufenthaltsqualität
- Hauptstraße sehr breit (fließender/ ruhender MIV, ÖPNV) ohne Verkehrsberuhigung - z.T. schmale Fußwege und eingeschränkte Fußwegebeziehungen
- kostenpflichtiges Längsparken im Straßenraum, zwei zentrale Tiefgaragen (Schwabengalerie und Vaihinger Markt)
- gute ÖPNV-Anbindung (S/U-Bahn, Bus)

### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenzial augenscheinlich allenfalls westlich des Daimler-Chrysler-Gebäudes erkennbar (städtebaulicher Bruch)



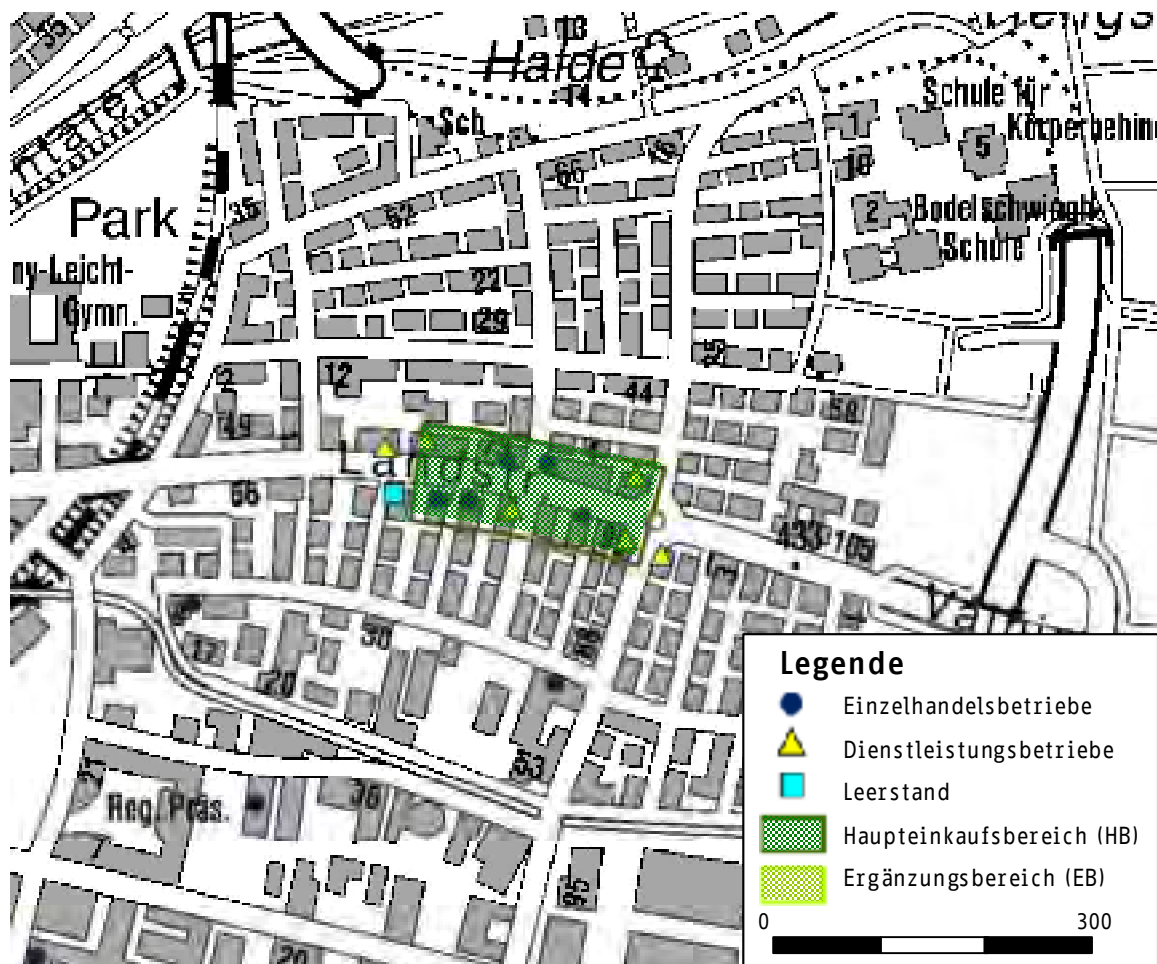
#### 25.2.1.4 Entwicklungsziele

- Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der überbezirklich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- Konzentration städtebaulich-gestalterischer Aufwertungsmaßnahmen im Bereich Hauptstraße auf Höhe des Vaihinger Markts (insbesondere südliche Straßenseite)
  - ↳ Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des C-Zentrums

#### 25.2.2 E-Zentrum Vaihingen-Möhringer Landstraße (20-02)

##### Abgrenzungsvorschlag

Karte 79: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Vaihingen-Möhringer Landstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 90: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
6	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
250 qm	25 qm	0 qm	275 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
175 qm	50 qm	25 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

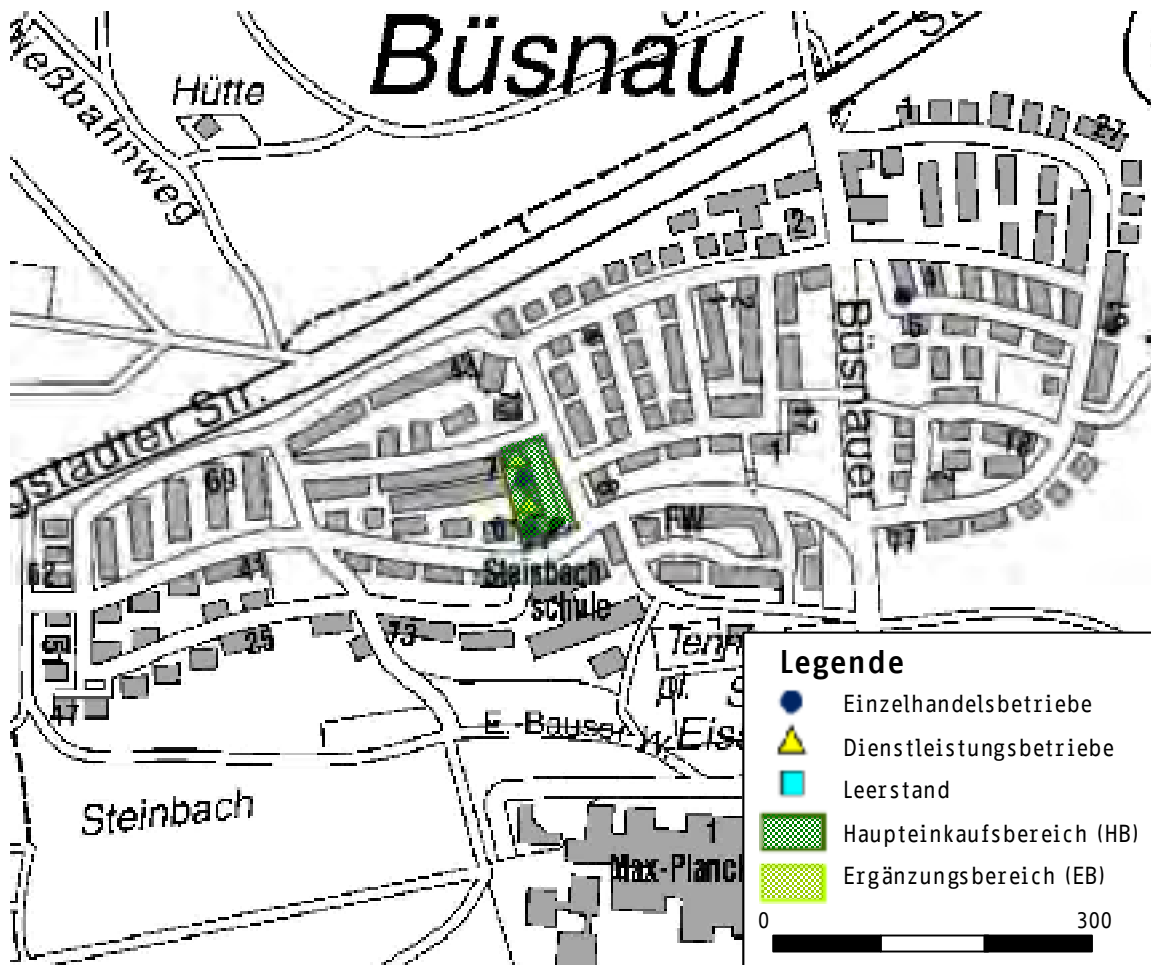
- erstreckt sich linear entlang der Möhringer Landstraße, zwischen Ecke Am Wallgraben und Ecke Wachtelweg
- geringe räumliche Dichte des Einzelhandelsbesatzes
- mit je einem Bäcker, Metzger und Weinfachgeschäft verschiedene Angebote im Sortimentsbereich Nahrung/ Genuss vorhanden, ohne jedoch eine hinreichende LM-Nahversorgung zu gewährleisten; es fehlt ein Vollsortimenter
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (neben den genannten Betrieben noch eine Apotheke und ein Blumengeschäft); überdies geringes Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich durch ein Kinderbekleidungsgeschäft
- sehr kleinteilige Betriebsgrößen und nur ein Filialist (Weinfachgeschäft)
- sehr geringes Angebot an Dienstleistungen (u.a. Ärztehaus)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



### 25.2.3 E-Zentrum Büsnauer Platz (20-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 80: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Büsnauer Platz



#### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 91: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
2	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
725 qm	0 qm	0 qm	725 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
575 qm	125 qm	0 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

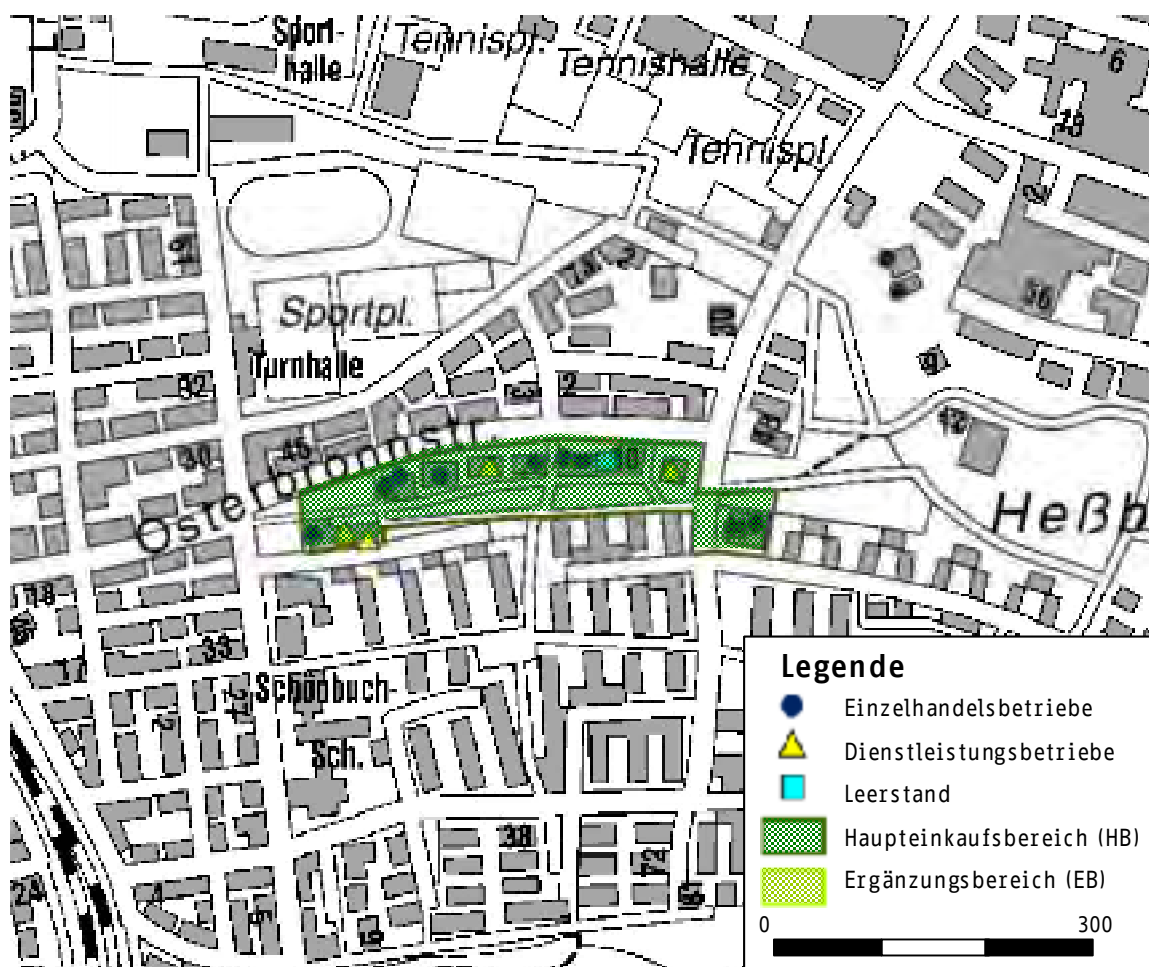
Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- unmittelbare Lage am Büsnauer Platz, nördlich der Steinbachschule bei geringer räumlicher Ausdehnung
- sehr geringes Einzelhandelsangebot (lediglich zwei Betriebe)
- keine Leerstände vorhanden
- LM-Nahversorgung sichergestellt durch ein Supermarkt
- Angebote ausschließlich im kurzfristigen Bedarfsbereich; neben dem Supermarkt als Magnetbetrieb und einem Schreibwarengeschäft keine weiteren Angebote vorhanden
- geringer Besatz an einzelhandelsnahen Dienstleistungen
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

#### 25.2.4 E-Zentrum Osterbronnstraße (20-04)

##### Abgrenzungsvorschlag

Karte 81: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Osterbronnstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 92: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
14	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.125 qm	300 qm	0 qm	1.425 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
700 qm	400 qm	300 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

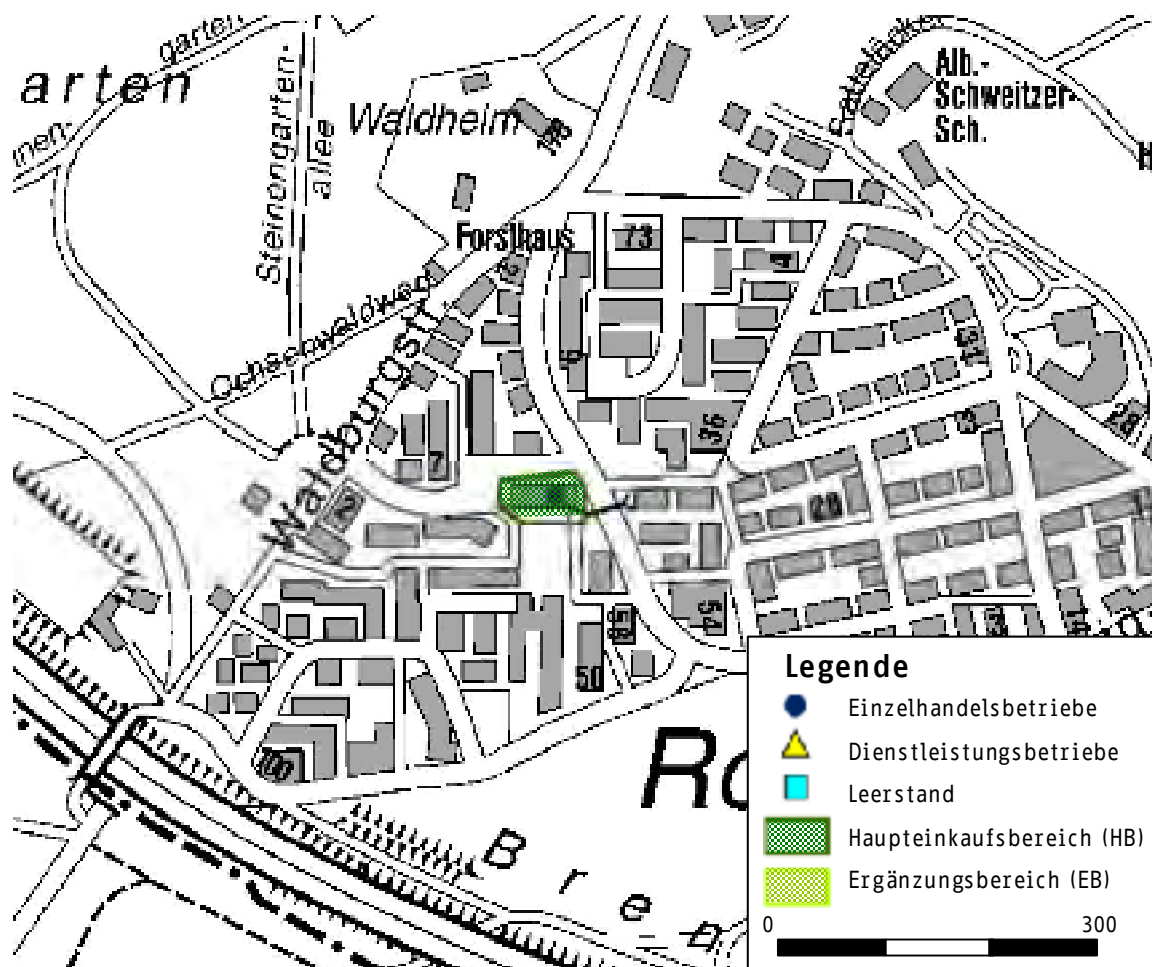
- lineare Ausdehnung entlang der Osterbronnstraße zwischen Ecke Dürllewangstraße und Galileistraße; Öffnung der Geschäfte dabei zu zwei Seiten: einerseits zur Osterbronnstraße, andererseits zum Innenbereich, welcher einen reinen Fußwegbereich in einer Parkanlage darstellt, wobei Haupteingänge bzw. Warenpräsentation insbesondere zum Fußwegbereich hin orientiert sind
- relativ hohe Dichte des Einzelhandelsbesatzes
- sehr geringe Leerstandsquote
- relativ umfassendes Angebot der LM-Nahversorgung durch einen Supermarkt, ein kleineres Lebensmittelgeschäft sowie drei Bäckereien
- Angebotsschwerpunkt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich (neben den genannten Betrieben u.a. zwei Drogeriemärkte, Apotheke), daneben auch Betriebe mit Angebot an vorrangig mittelfristigen Bedarfsgütern (z.B. Fachgeschäft für Elektrokleingeräte)
- außer Supermarkt kleinteilige Strukturen (Betriebsgrößen z.T. deutlich unter 200 qm); geringer Filialisierungsgrad
- Magnetbetrieb Supermarkt
- mittelmäßige Dichte des Dienstleistungsangebotes (u.a. eine Bank), hinzu kommen diverse nicht publikumsorientierte Dienstleistungen (Büros)
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 25.2.5 E-Zentrum Rohrer Höhe (20-05)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 82: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Rohrer Höhe



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 93: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp		
5	0	E		
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt	
575 qm	75 qm	0 qm	650 qm	
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig	
475 qm	100 qm	75 qm	0 qm	

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

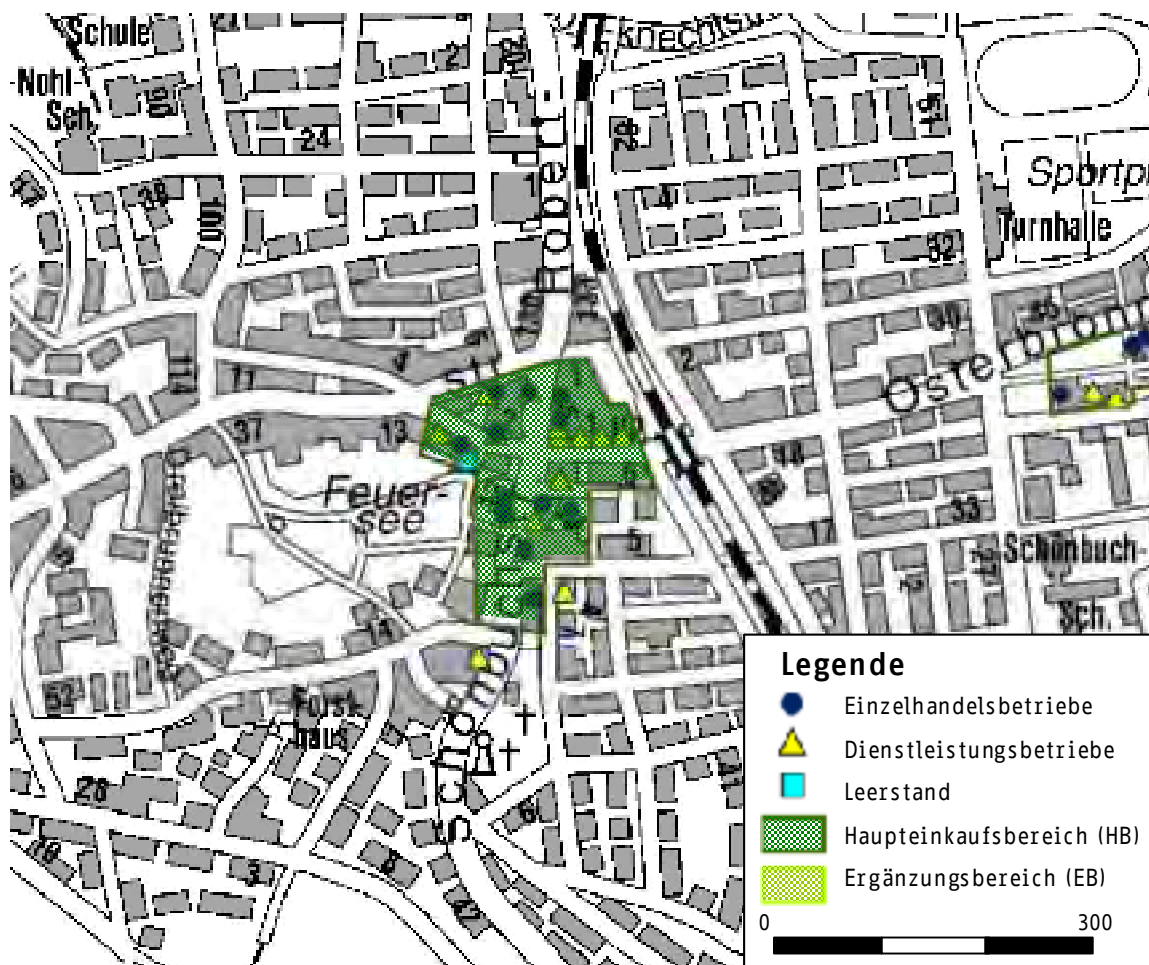


- Angebot in einem einzigen langgestreckten vier- bis siebengeschossigen Gebäudekomplex in Erdgeschosslage; Lage zwischen Rohrer Höhe und Waldburgstraße, Am Wildwechsel inmitten eines Wohngebietes der 70er/ 80er Jahre;
- relativ geringe Dichte des Einzelhandelsbesatzes
- Sicherstellung des Angebotes der LM-Nahversorgung durch einen Supermarkt und einen Bäcker
- deutlicher Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (u.a. auch eine Apotheke und Schreibwarengeschäft)
- kleinteilige Betriebsstruktur (außer Supermarkt) mit VKF von 50 qm und weniger und geringem Filialisierungsgrad
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

## 25.2.6 E-Zentrum Rohr-Ortsmitte (20-06)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 83: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Rohr-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 94: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
14	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
975 qm	275 qm	0 qm	1.225 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
725 qm	250 qm	250 qm	25 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



- erstreckt sich linear entlang der Schönbuchstraße bzw. Robert-Koch-Straße, ab der Ecke Rheinbeckstraße bis Am Bahnhof; auf Grund der z.T. sehr heterogenen Strukturen kein klares städtebauliches Zentrum auszumachen
- mehrere Betriebe bei insgesamt geringer bis mittlerer Dichte
- geringe Leerstandsquote
- relativ umfassendes LM-Nahversorgungsangebot durch einen Supermarkt, zwei Bäckereien, einen Metzger, ein Obst- und Gemüsefachgeschäft sowie ein Drogeriemarkt mit Randsortiment Nahrung/ Genuss
- Angebotsschwerpunkt liegt somit im kurzfristigen Bedarfsbereich und zu geringerem Anteil auch im mittelfristigen Bedarfsbereich (u.a. Sportfachgeschäft)
- sehr kleinteilige Betriebsstrukturen (überwiegend VKF von unter 50 qm) und mittlerer Filialisierungsgrad
- Magnetbetrieb Supermarkt trotz Randlage innerhalb des Zentrums
- ähnliche Besatzdichte bei Dienstleistungsbetrieben wie beim Einzelhandel (darunter wichtige Einrichtungen wie Postfiliale, Bank)
- Branchenmix vorhanden, der durch Einzelhandel dominiert wird
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



## 26. STADTBEZIRK 21 WANGEN

### 26.1 EINZELHANDELSITUATION – STADTBEZIRK 21 WANGEN

Der Stadtbezirk "21 Wangen" (rd. 8.900 Einwohner) grenzt im Osten an den "inneren" Stadtbezirk "03 Ost" an. In dem Stadtbezirk sind 52 Betriebe angesiedelt, die auf einer Verkaufsfläche von 16.500 qm einen Umsatz von 54,2 Mio. € erwirtschaften. Während auf baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente der größte Verkaufsflächenanteil entfällt, wird der höchste Umsatz in der Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel erzielt.

Tab. 95: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 21 Wangen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	3.400	19,0	100%
Drogerie/ Parfümerie	350	1,3	57%
Apotheke	75	3,1	76%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	75	0,2	27%
Blumen/ Zoo	725	1,2	174%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>4.625</b>	<b>24,9</b>	<b>92%</b>
Bekleidung und Zubehör	450	1,7	33%
Schuhe, Lederwaren	100	0,2	16%
Sport/ Freizeit	800	2,5	298%
Spielwaren	150	0,3	25%
Bücher	50	0,2	17%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	450	0,6	76%
Haus-/ Heimtextilien	425	0,8	119%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.425</b>	<b>6,2</b>	<b>58%</b>
Uhren/ Schmuck	0	0,1	12%
Foto/ Optik und Zubehör	200	0,7	81%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	75	0,6	21%
Elektro/ Leuchten	1.025	2,8	223%
Teppiche/ Bodenbeläge	725	1,3	382%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	5.425	8,6	237%
Möbel, Antiquitäten	1.200	1,8	63%
Sonstiges	850	7,0	324%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>9.500</b>	<b>23,0</b>	<b>155%</b>
<b>Summe</b>	<b>16.500</b>	<b>54,2</b>	<b>103%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

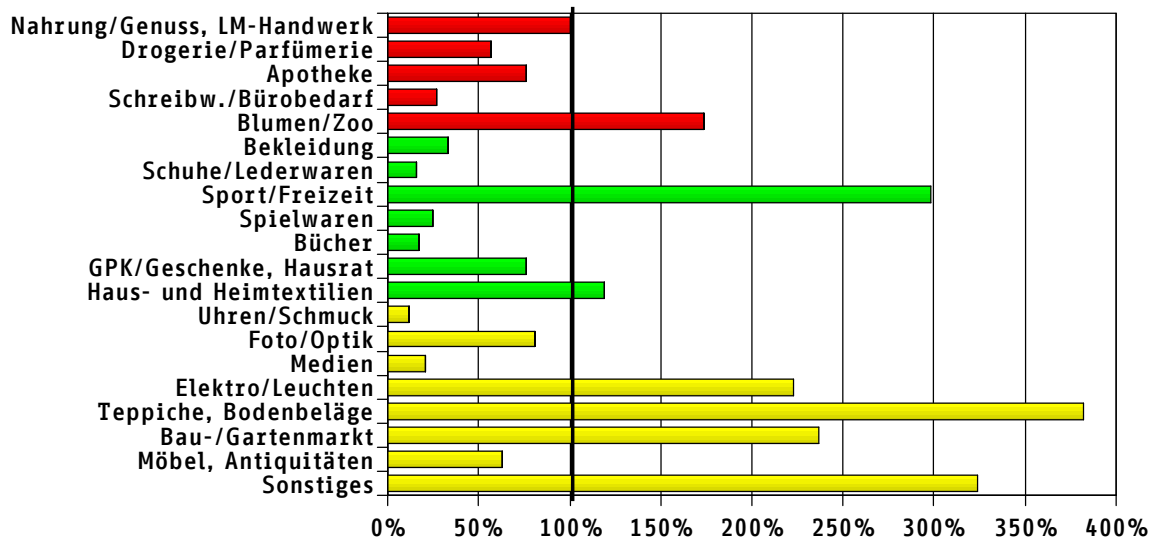
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



In dem Stadtbezirk, der eine Gesamtbindungsquote von rd. 103% erreicht, werden mithin leichte Kaufkraftzuflüsse verzeichnet. Besonders hohe Werte sind in den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten des langfristigen Bedarfsbereichs Elektro/ Leuchten, Teppiche, Bodenbeläge, Bau-/ Gartenmarkt und sonstigen langfristigen Bedarfsgütern festzustellen. Daneben weist auch die üblicherweise zentrenrelevante Sortimentsgruppe Sport/ Freizeit ein hohe Bindungsquote von annähernd 300% auf, Blumen/ Zoo erreichen 174%.

Im Sortimentsbereich Bereich Nahrungs-/ Genussmittel wird bei einer Bindungsquote von rd. 100% eine rechnerische Vollversorgung erreicht. Räumlich betrachtet stellt sich die Nahversorgungssituation - auch auf Grund des kompakten Siedlungskörpers - im Stadtbezirk ebenso überaus positiv dar: Annähernd für jeden Bewohner (rd. 99% der Einwohner) besteht die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung. (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 79: Bindungsquote Stadtbezirk 21 Wangen



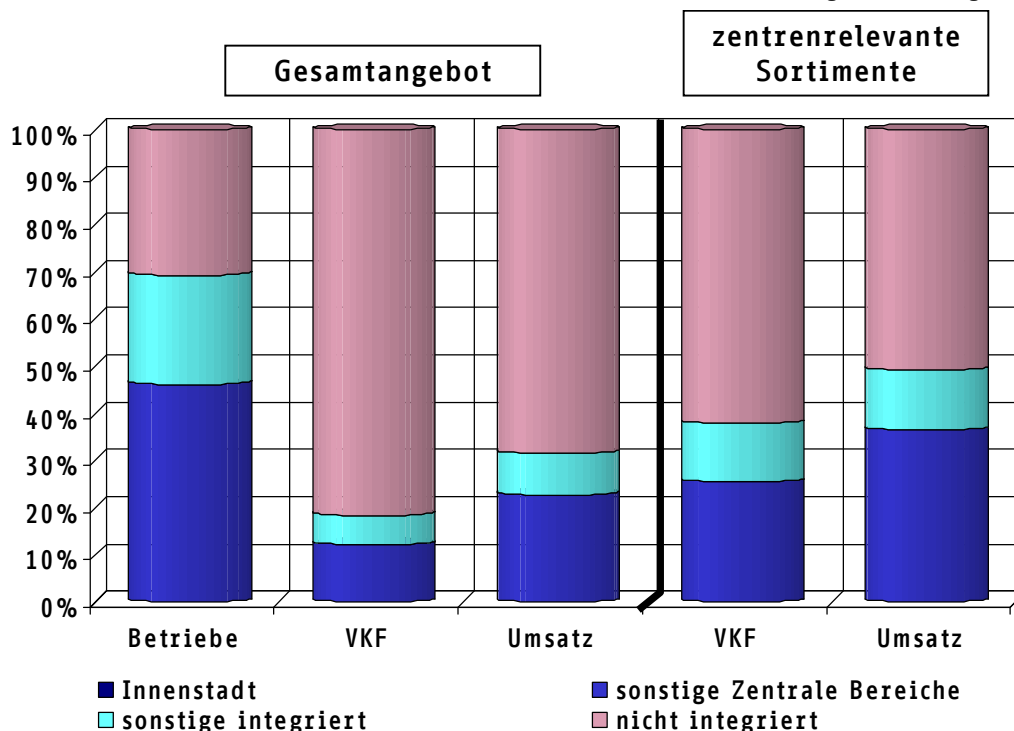
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Rd. 46% aller Betriebe sind in dem Zentrum des Stadtbezirks angesiedelt. Einschließlich der sonstigen integrierten Standorten befinden sich rd. 69% aller Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich integrierter Standortlage. An den nicht integrierten Standorten sind rd. 31% aller Betriebe lokalisiert, die jedoch rd. 82% der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen.



Zurückzuführen ist dies hauptsächlich auf einen Baumarkt mit einer Verkaufsfläche weit oberhalb der Großflächigkeit. Hierbei ist eine in Teilen nicht funktionsadäquate Ansiedlung auszumachen: Die zentrenrelevanten Sortimente befinden sich lediglich zu 25% in den Zentren, 62% sind hingegen in nicht integrierter Lage angesiedelt.

Abb. 80: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 21 Wangen



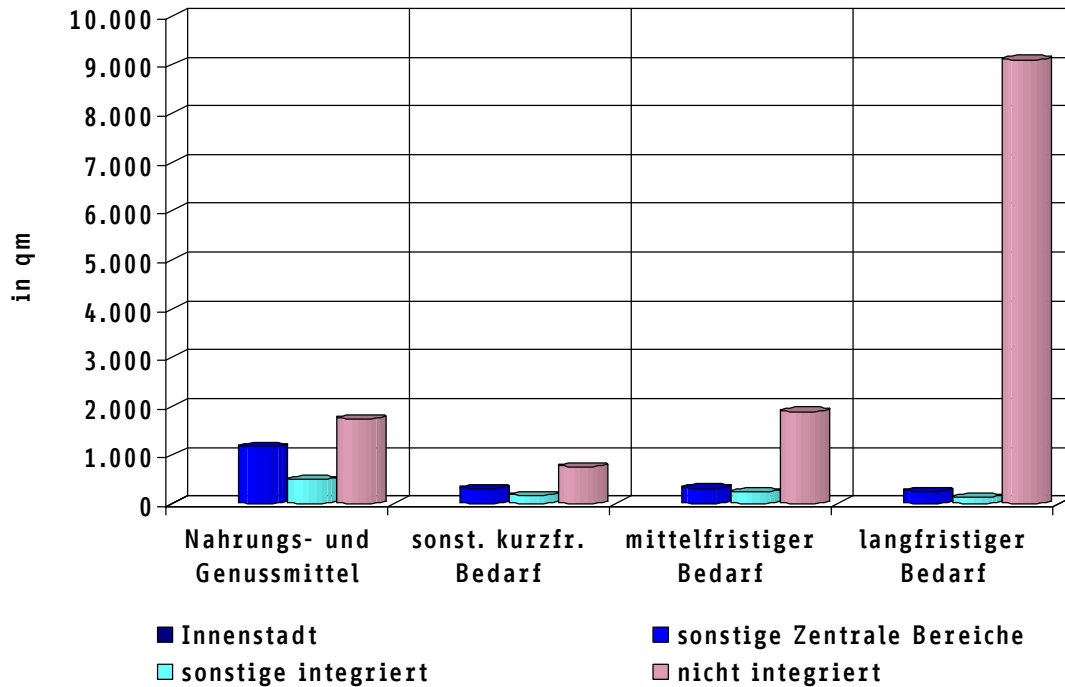
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die Einzelhandelsstruktur nach Lage ist im Stadtbezirk "21 Wangen" durch einen signifikant hohen Anteil der Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs, der sich an nicht integrierten Standorten befindet, charakterisiert. Wie oben bereits angeführt, ist der Großteil dieser Verkaufsfläche auf einen Baumarkt an einem nicht integrierten Standort im Stadtbezirk zurückzuführen. In der nicht integrierten Standortlage werden zudem die höchsten Verkaufsflächenanteile in den weiteren Bedarfsbereichen verzeichnet, darunter auch die üblicherweise zentrenrelevante Angebote des sonstigen kurzfristigen sowie des mittelfristigen Bedarfsbereiches. Ebenso wird ein hoher Verkaufsflächenanteil im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel an nicht integrierten Standorten verzeich-



net, welcher hauptsächlich auf einen Lebensmittel-Discounter sowie einen Supermarkt zurückzuführen ist.

Abb. 81: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 21 Wangen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 26.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 21 WANGEN

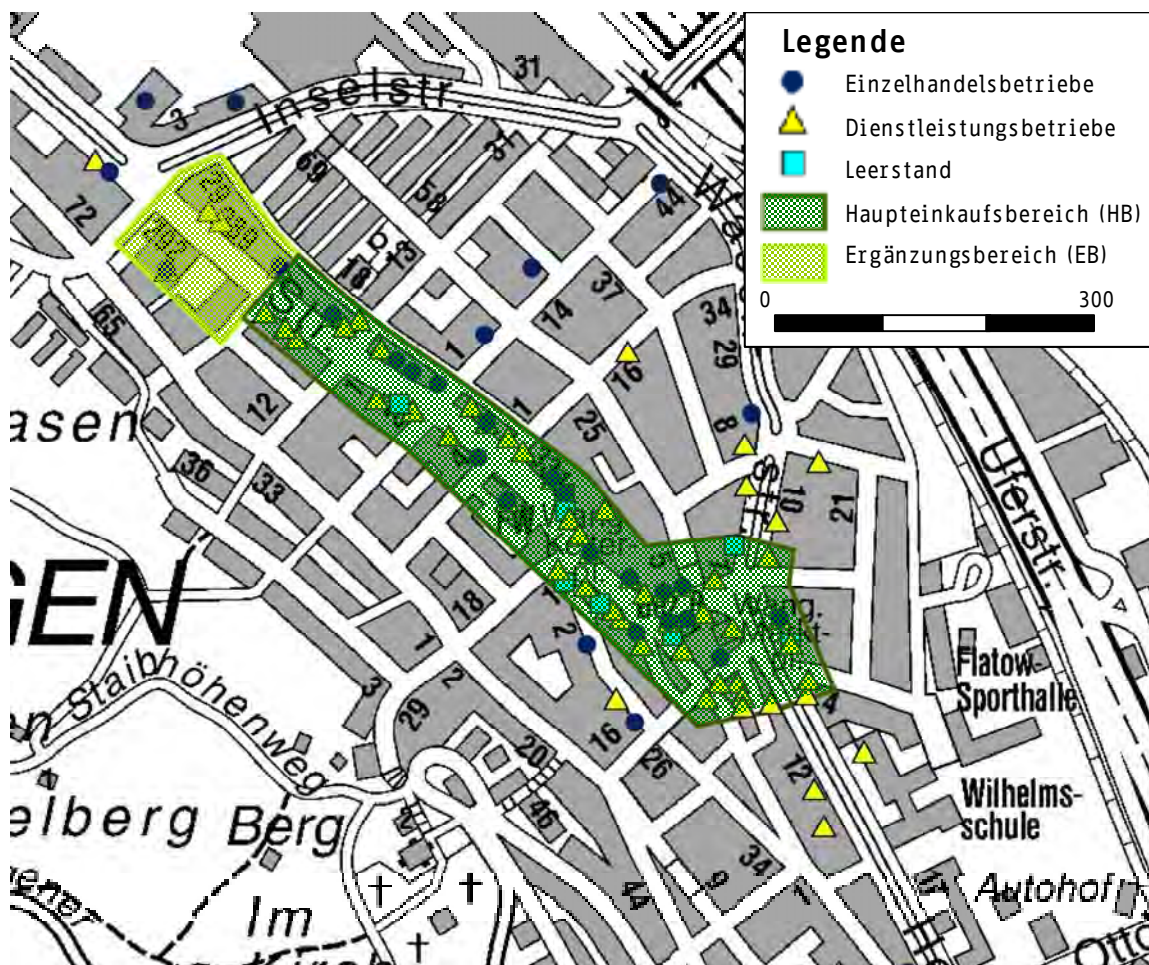
### 26.2.1 D-Zentrum Wangen-Ortsmitte (21-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich im Wesentlichen entlang Ulmer Straße vom Wangener Marktplatz bis Ecke Inselstraße
- nördlicher Abschnitt ab Ecke Renzwiesen als Ergänzungsbereich



Karte 84: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Wangen-Ortsmitte



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 26.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 96: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
24	0	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.475 qm	400 qm	150 qm	2.025 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.175 qm	300 qm	300 qm	250 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- mittlere bis abschnittsweise hohe Dichte im südlichen und mittleren Abschnitt der Ulmer Straße
- geringer (z.T. einseitiger) Einzelhandelsbesatz im nördlichen Abschnitt (u.a. Ergänzungsbereich) sowie in angrenzenden Seitenstraßen (überwiegend Wohnen im Erdgeschoss)
- relativ viele Leerstände, Konzentration im südlichen Abschnitt
- in den Straßenzügen um das abgegrenzte D-Zentrum kaum Einzelhandelsbesatz

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Angebot in der Lebensmittelnahversorgung: ein (nicht großflächiger) ausländischer Supermarkt, ein Lebensmittel-SB-Markt, zwei Lebensmittel-Fachgeschäfte sowie diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemärkte)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Kelterplatz/ Ulmer Straße (wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten bzw. kurzfristigen Bedarfsbereich
- relativ geringes Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- insgesamt eher kleinteilige Betriebsstrukturen (nahezu alle Betriebe ( $\leq 100$  qm VKF))
- wenige "mittelgroße" Betriebe (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich
- insgesamt keine großflächigen Betriebe vorhanden
- überwiegend augenscheinlich inhabergeführte Fachgeschäften, Filialisten vorhanden

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt variierend von schwach bis mittel
- variierende Qualität in Bezug auf Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung - z.T. modernisierungs- bzw. gestaltungsbedürftig



## **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

Lebensmittel-SB-Markt

### **26.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

#### **Dienstleistungsbesatz**

- abschnittsweise mittlere bis hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern
- geringe Dichte im nördlichen Abschnitt

#### **Gastronomie**

- gastronomisches Angebot mit Außensitzbereichen vorhanden - Qualität und Gestaltung variierend von gering bis hochwertig
- einige Hotelbetriebe

#### **Öffentliche Einrichtungen**

u.a. Bezirksrathaus

### **26.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

#### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt sehr heterogene städtebauliche Strukturen
- gesamte lineare Ausdehnung entlang Ulmer Straße geprägt durch historische (z.T. Fachwerk, Gründerzeit) wie nachkriegszeitliche und moderne, giebel- wie traufständige Gebäude in geschlossener wie offener, zwei- bis fünfgeschossiger Bauweise
- wechselnd dörflich wie städtisch anmutende Abschnitte bei unterschiedlichen Gebäudehöhen und Straßenbreiten
  - à identitätsstiftender Charakter nur abschnittsweise, städtebaulich wie funktional keine eindeutig gekennzeichnete "Mitte" erkennbar
- in abgehenden Nebenstraßen nachlassende städtebauliche Dichte bei stellenweise ein- bis zweigeschossiger, offener Bauweise mit Einfriedungen und Vorgärten
- städtebaulich eindeutig erkennbare Eingangssituationen aus Norden wie Süden
- städtebauliche Lücken und Brachflächen insbesondere im nördlichen Abschnitt (Übergang Ergänzungsbereich)



Foto 78: Wangener Kelterplatz



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 79: Brachfläche nördliche Ulmer Str.



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

### Gestaltung des öffentlichen Raums

- ansprechende Gestaltung kleiner Platzbereich am Bezirksrathaus (u.a. Pflasterung, Sitzbänke, Brunnen)
- Wangener Marktplatz insgesamt mit Gestaltungsdefiziten - autogerechte Planung
- abschnittsweise ansprechende Gestaltung entlang Ulmer Straße (u.a. öffentliche Sitzgelegenheiten, Straßenbegleitgrün und Baumpflanzung), allerdings keine durchgehend hohe Gestaltungsintensität - Ulmer Straße infolge funktionaler (s.o.) wie gestalterischer Defizite nicht als zusammenhängender Einkaufsbereich wahrnehmbar
- Wangener Kelterplatz als aufgeweiteter Straßenraum ohne platzartige Gestaltung  
à keine städtebaulich-funktionale "Mitte" auf Grund gestalterischer Defizite
- abnehmende Gestaltungsintensität in den Seitenstraßen

### Verkehr und Frequenz

- mittlere Verkehrsfrequenz entlang Ulmer Straße (Durchgangsverkehr über Inselstraße)  
à geringe Trenn-/ Barrierewirkung, gute Querbarkeit bei überwiegend breiten Fußwegbereichen
- starke Trennwirkung Wangener Marktplatz (Durchgangsverkehr, erhöhte S-Bahn-Haltestation)  
à stark eingeschränkte Aufenthaltsqualität
- insgesamt mittelstarke Passantenfrequenz, gering in Seitenstraßen
- gute MIV- und ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn, Bus)
- ebenerdiges Parken im Straßenraum



## Flächenpotenziale

Brachflächen in nördlicher Ulmer Straße (Übergang in Ergänzungsbereich, vgl. Foto 79)

### 26.2.1.4 Entwicklungsziele

- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der auf Bezirksebene bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im mittel- und langfristigen (zentrenrelevanten) Sortimentsbereich
- keine weitere funktionale Nord-Süd-Ausdehnung des D-Zentrums
  - à Nutzung vorhandener Flächenpotenziale innerhalb des abgegrenzten D-Zentrums
  - à städtebaulich-gestalterische Aufwertung des gesamten öffentlichen Raums - platzartige Umgestaltung des Wangener Kelterplatzes als "Mitte" mit Aufenthaltsqualität
  - à Erhalt und Stärkung der Kompaktheit und Identität des D-Zentrums



## 27. STADTBEZIRK 22 WEILIMDORF

### 27.1 EINZELHANDELSITUATION STADTBEZIRK 22 WEILIMDORF

In dem Stadtbezirk "22 Weilimdorf" (rd. 30.900 Einwohner) im Nordwesten des Stadtgebietes ist ein vergleichsweise umfassendes Einzelhandelsangebot vorhanden. Insgesamt 133 Betriebe erwirtschaften in dem Stadtbezirk auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 27.050 qm einen jährlichen Umsatz von rd. 111,5 Mio. €. Dabei entfallen auf das Sortiment Möbel, Antiquitäten die größten Verkaufsflächenanteile, der höchste Umsatz wird auf Grund höherer Flächenproduktivitäten mit deutlichem Abstand in der Sortimentsgruppe Nahrungs-/ Genussmittel erzielt.

Tab. 97: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 22 Weilimdorf: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	7.100	40,5	61%
Drogerie/ Parfümerie	1.275	6,4	80%
Apotheke	325	10,9	77%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	550	2,0	65%
Blumen/ Zoo	425	1,0	39%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>9.675</b>	<b>60,8</b>	<b>65%</b>
Bekleidung und Zubehör	1.975	9,3	53%
Schuhe, Lederwaren	475	1,7	46%
Sport/ Freizeit	575	1,8	62%
Spielwaren	625	2,0	51%
Bücher	100	0,6	15%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	1.375	2,4	88%
Haus-/ Heimtextilien	1.475	3,3	132%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>6.600</b>	<b>21,0</b>	<b>57%</b>
Uhren/ Schmuck	125	0,8	45%
Foto/ Optik und Zubehör	600	4,2	133%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	375	4,0	37%
Elektro/ Leuchten	375	1,2	26%
Teppiche/ Bodenbeläge	400	0,8	67%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	775	1,5	12%
Möbel, Antiquitäten	7.750	14,6	145%
Sonstiges	375	2,5	33%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>10.775</b>	<b>29,7</b>	<b>57%</b>
<b>Summe</b>	<b>27.050</b>	<b>111,5</b>	<b>61%</b>

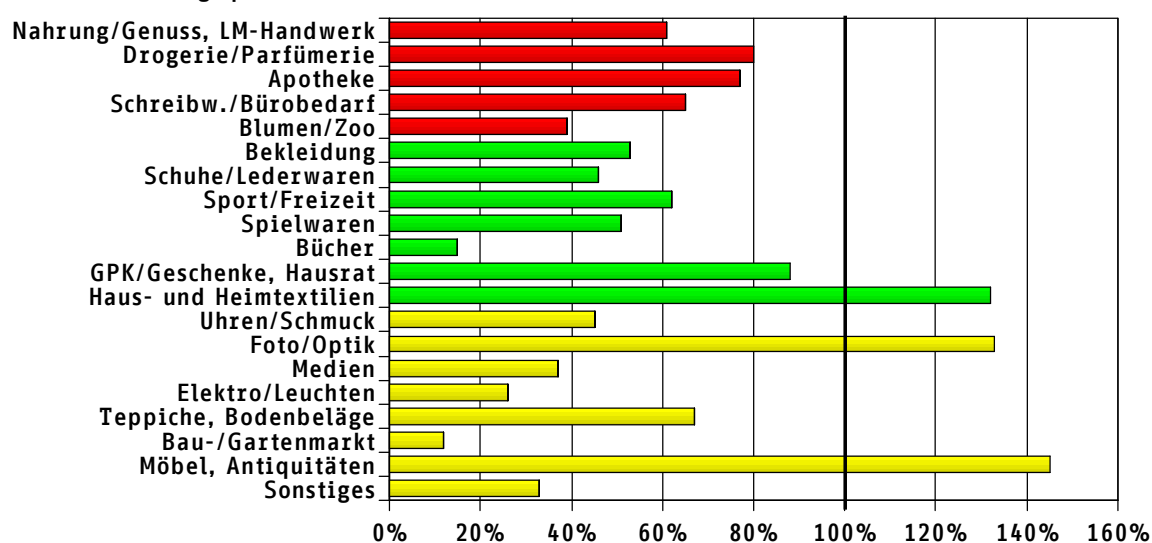
PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen

Die Gesamtbindungsquote im Stadtbezirk "22 Weilimdorf" beträgt rd. 61%. Dieser Wert weist darauf hin, dass es per Saldo zu deutlichen Kaufkraftabflüssen aus dem Stadtbezirk kommt. Sortimentsbezogene Kaufkraftzuflüsse werden in den Sortimenten Haus- und Heimtextilien, Foto/ Optik und Möbel/ Antiquitäten erreicht.

Im für die Nahversorgung wesentlichen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wird lediglich eine Bindungsquote von rd. 61% erzielt. In der räumlichen Betrachtung liegt im Stadtbezirk "22 Weilimdorf" hingegen ein überdurchschnittlicher Nahversorgungsanteil von rd. 82% vor (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 82: Bindungsquote Stadtbezirk 22 Weilimdorf



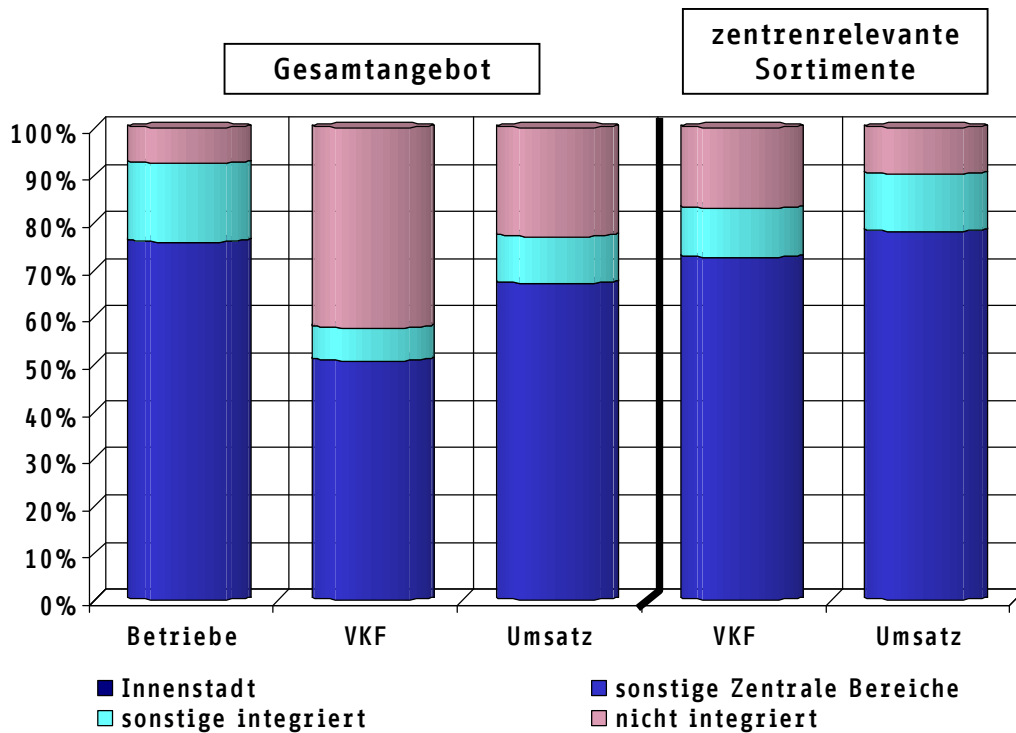
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung des Angebotes ist festzustellen, dass rd. 76% der Betriebe in den drei Zentren von "22 Möhringen" angesiedelt sind. Die rd. 8% der Betriebe, die sich an nicht integrierten Standorten befinden, vereinen jedoch rd. 42% der Gesamtverkaufsfläche auf sich. Gegenüber den weiteren Lagen verzeichnen die Betriebe an den nicht integrierten Standorten jedoch auf Grund unterdurchschnittlicher Flächenproduktivitäten einen Umsatzanteil von 23%. Die hohen Flächenanteile sind hauptsächlich auf einen großflächigen Möbelmarkt in nicht integrierter Lage zurückzuführen.

Die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente befinden sich zu 73% funktionsadäquat in den Zentren des Stadtbezirks, 17% sind entgegen planerischen Zielen an nicht integrierten Standorten angesiedelt.



Abb. 83: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 22 Weilimdorf



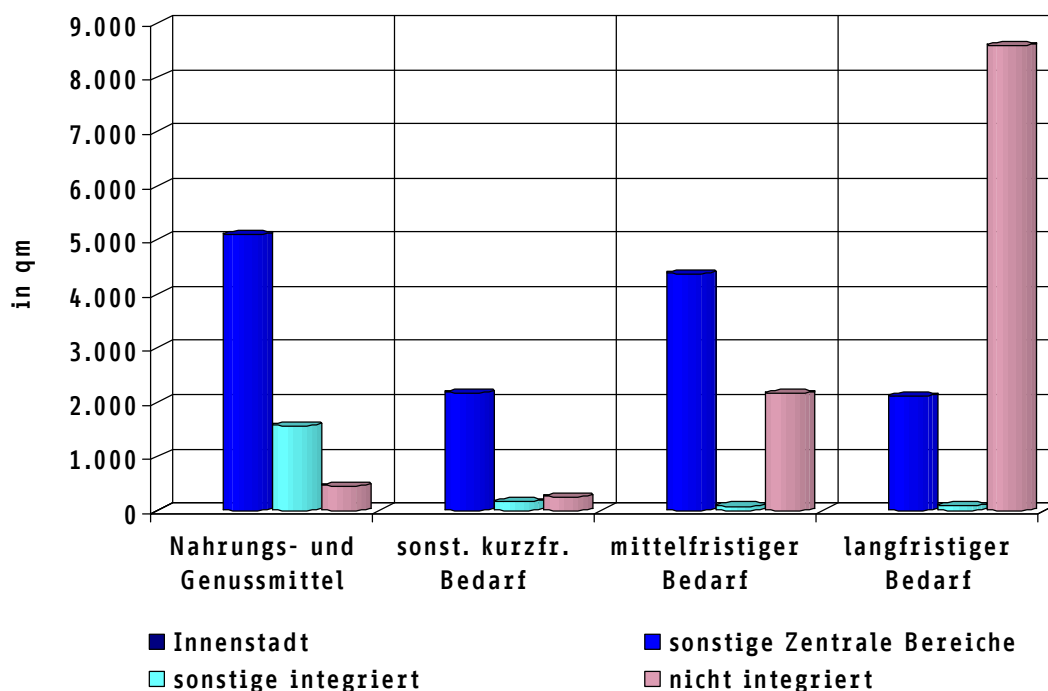
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Die Zentren nehmen eine wichtige Nahversorgungsfunktion im Stadtbezirk "22 Weilimdorf" ein: Rd. 5.000 qm Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel sind hier zu verzeichnen. Daneben ist auch ein Großteil der sonstigen kurzfristigen sowie mittelfristigen - und zugleich zentrenrelevanten - Sortimente funktionsadäquat in den Zentren angesiedelt. Die höchsten Verkaufsflächenanteile der langfristigen Sortimente entfallen hingegen auf Betriebe, insbesondere auf einen großflächigen Möbelmarkt mit einem üblicherweise nicht zentrenrelevanten Kernsortiment, an nicht integrierten Standorten.





Abb. 84: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 22 Weilimdorf



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 27.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 22 WEILIMDORF

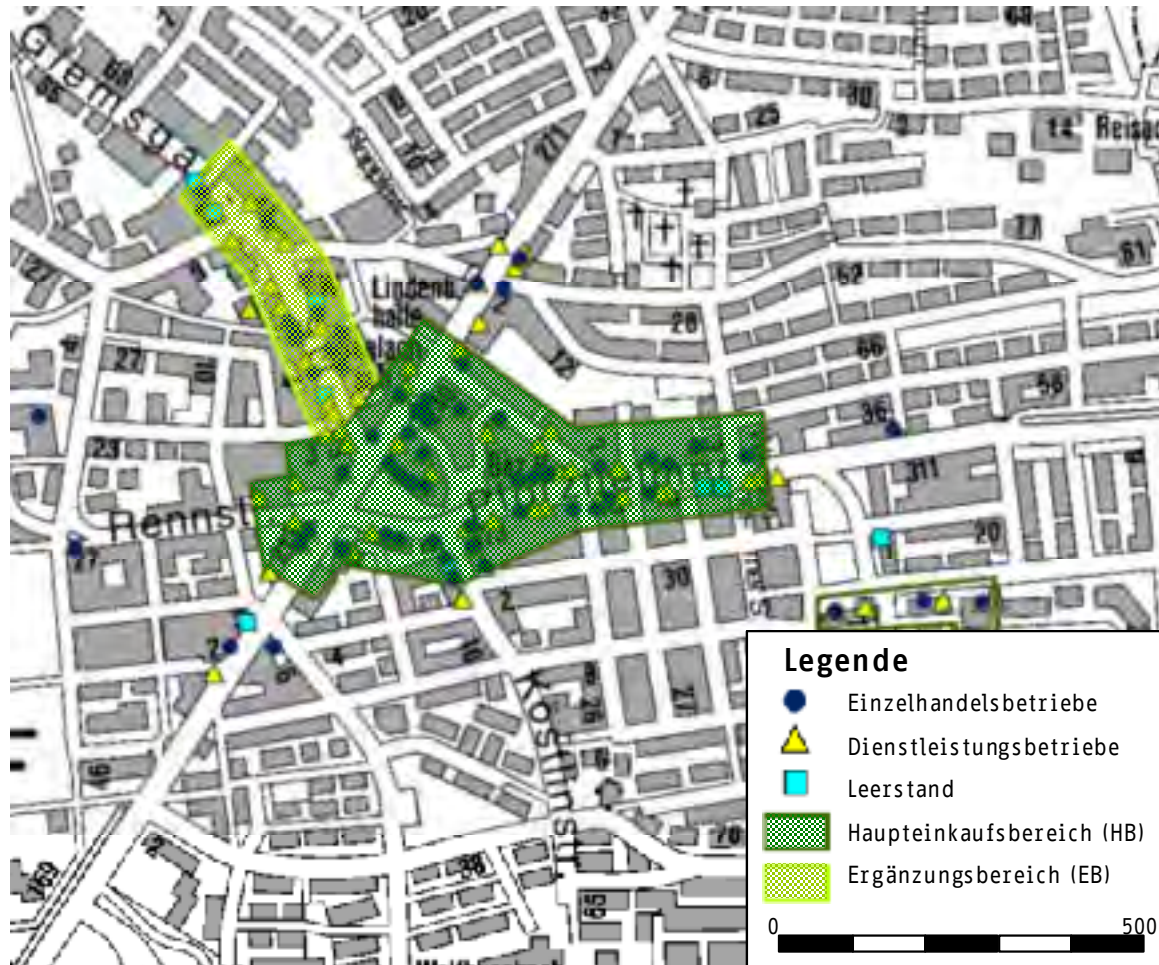
### 27.2.1 C-Zentrum Weilimdorf-Ortsmitte (22-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich entlang Pforzheimer Straße ab Ecke Wachenheimer Straße/ Wormser Platz sowie entlang Solitudestraße ab Ecke Staigerstraße jeweils bis Löwen-Markt als verbindender Straßen- und Platzraum
- Ergänzungsbereich westlich des Haupteinkaufsbereichs in Glemsgaustraße ab Ecke Dachtlerstraße bis Löwen-Markt



Karte 85: Abgrenzungsvorschlag C-Zentrum Weilimdorf



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 27.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 98: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
78	2	C	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
4.950 qm	5.025 qm	1.050 qm	11.050 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
3.400 qm	1.575 qm	4.250 qm	1.850 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte im Haupteinkaufsbereich - insbesondere in der und um die Einkaufspassage Löwen-Markt
- abnehmende Dichte in den Randbereichen östliche Pforzheimer Straße und Ergänzungsbereich Glemsgaustraße (Dienstleistung und z.T. Wohnen im EG)
- wenige Leerstände im funktional dichten Haupteinkaufsbereich
- zunehmende Leerstandsdichte in den Randbereichen östliche Pforzheimer Straße und Ergänzungsbereich Glemsgaustraße
- nahezu kein Einzelhandelsbesatz in den Seitenstraßen/ -gassen um das abgegrenzte C-Zentrum

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Lebensmittelnahversorgungsangebot: ein großflächiger Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter (je in der Einkaufspassage Löwen-Markt) sowie zwei nicht großflächige Lebensmitteldiscounter (alle im Haupteinkaufsbereich), darüber hinaus diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und Lebensmittel-Fachgeschäfte sowie sonstige Einzelhandelsbetriebe mit ergänzendem Lebensmittelangebot (z.B. Reformwarenladen)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Löwen-Markt (zweimal wöchentlich)
- Angebotsschwerpunkte im kurz- und mittelfristigen (bzw. nahversorgungs- und zentrenrelevanten) Bedarfsbereich
- relativ starke Angebotsvielfalt - nahezu alle Sortimente vertreten, nicht alle Sortimentsbereiche in Konkurrenzsituation

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- mehrheitlich kleinteilige Betriebsgrößen/ -strukturen bei insgesamt nur zwei großflächigen Betrieben
- ausgewogenes Verhältnis aus augenscheinlich inhabergeführten Fachgeschäften und Filialbetrieben

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- insgesamt mittlere Angebotsqualität und mittelpreisiges Niveau



- attraktive wie unangepasste Warenpräsentationen und Schaufenstergestaltungen  
- keine Besonderheiten

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- zwei großflächige Lebensmittelbetriebe in der Einkaufspassage Löwen-Markt
- keine Magnetbetriebe im Ergänzungsbereich

#### **27.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistungsbetrieben im gesamten C-Zentrum - Dichte in der und um die Einkaufspassage Löwen-Markt am höchsten

##### **Gastronomie**

- differenziertes Gastronomieangebot vorhanden - Qualität und Gestaltung variiert von gering bis hochwertig
- gastronomische Außensitzbereiche vorwiegend auf Platzbereichen (insbesondere Löwen-Markt)

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- u.a. Bezirksrathaus am Löwen-Markt und eine Schule

#### **27.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur
- im Haupteinkaufsbereich vorwiegend moderne (1980 bis 90er Jahre), z.T. auch große zusammenhängende Gebäudekomplexe um den Löwen-Markt - vergleichsweise dichte, kompakte städtebauliche Strukturen in zwei- bis viergeschossiger Bauweise
  - à Löwen-Markt als städtebauliches wie funktionales Zentrum
- weniger dichte, z.T. offene und dörflich geprägte Bebauungsstruktur im Ergänzungsbereich Glemsgaustraße - überwiegend zwei- bis dreigeschossige, historische Gebäude
  - Kirche in historisch geprägtem Umfeld im Ergänzungsbereich Glemsgaustraße
    - à identitätsstiftender Charakter
- insgesamt wenige sanierungsbedürftige Gebäude

## Gestaltung des öffentlichen Raums

- Platzbereich und Einkaufspassage Löwen-Markt attraktiv gestaltet – Gestaltungselemente wie u.a. öffentliche Sitzbänke und Wasser-/ Kinderspiele
  - à Aufenthaltsqualität im kommerziellen wie nicht-kommerziellen Bereich
  - à zentraler Platzbereich mit lebendiger Atmosphäre und Orientierungsfunktion
- attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums Pforzheimer Straße - breite, gepflasterte Fußwegbereiche mit Baumpflanzung
- dem historischen Umfeld angepasste Gestaltung des öffentlichen Raums im Ergänzungsbereich Glemsgaustraße durch u.a. Pflasterung, Brunnen und Grünpflanzungen
- schmale Fußwegbereiche entlang der Solitudestraße
  - à eingeschränkte Aufenthaltsqualität

Foto 80: Haupteinkaufsbereich Löwen-Markt - attraktiv gestalteter Platzraum



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 81: Ergänzungsbereich Glemsgaustraße - identitätsstiftende Kirche



Quelle: eigenes Foto Februar 2008

## Verkehr und Frequenz

- insgesamt hohe Passantenfrequenz im Haupteinkaufsbereich - insbesondere in der Fußgängerzone der Einkaufspassage Löwen-Markt
- abnehmende Passantenfrequenz im Ergänzungsbereich Glemsgaustraße
- sehr gute MIV-/ ÖPNV-Erreichbarkeit (S/U-Bahn-Station am Löwen-Markt)
- zentrale Sammelparkplätze und ebenerdiges Parken im Straßenraum
- mittelstarke Verkehrsbelastung der Pforzheimer Straße bei vielen Querungsmöglichkeiten für den Passanten - Durchgängigkeit zum Löwen-Markt sehr gut



- Solitudestraße mit starkem Durchgangsverkehr bei z.T. schmalen und unattraktiven Fußwegebereichen - Trennwirkung vorhanden, insgesamt eingeschränkte Durchgängigkeit

### **Flächenpotenziale**

- städtebauliche Lücke in der südlichen Glemsgaustraße

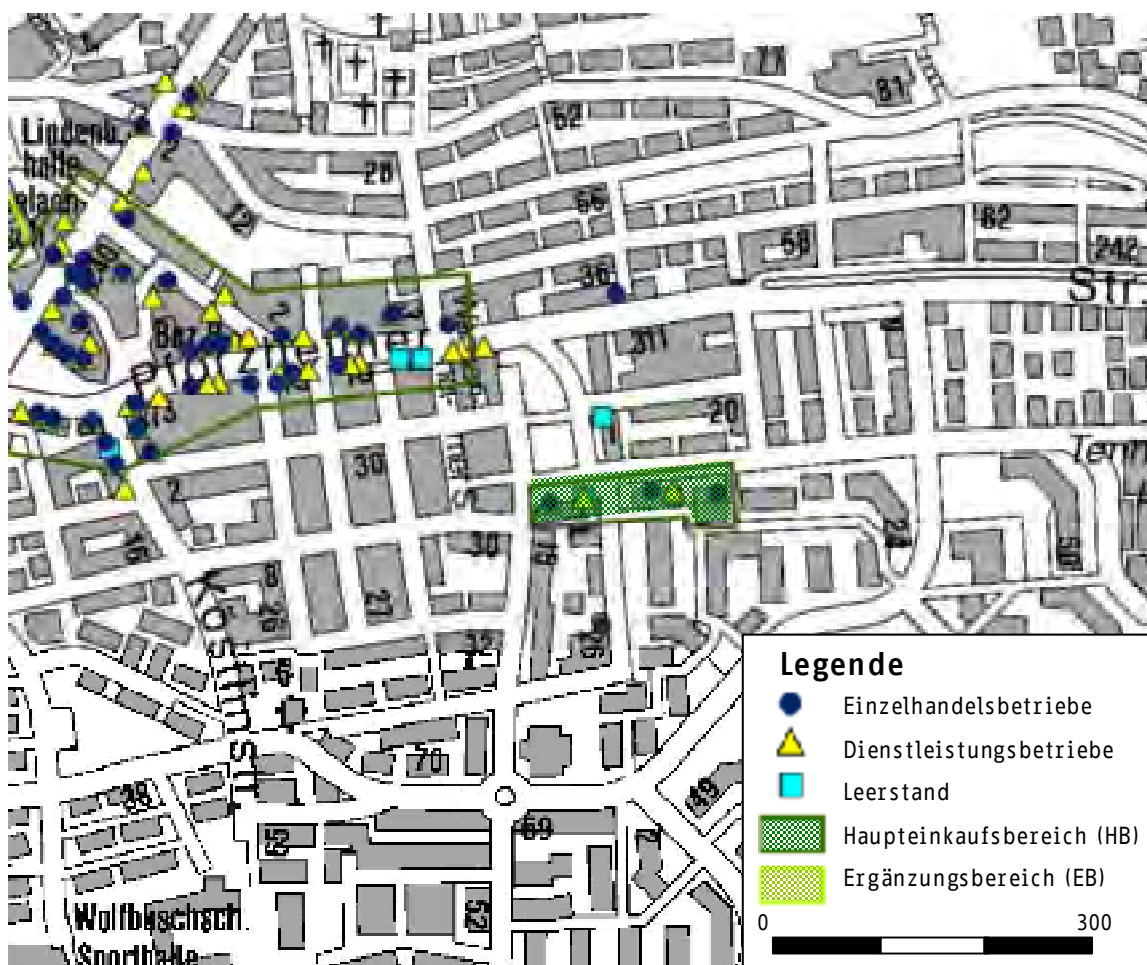
#### **27.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Stärkung der überbezirklich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- Stärkung der funktionalen wie städtebaulich-gestalterischen Anbindung zum Ergänzungsbereich Glemsgaustraße
  - à Erhaltung/ Stärkung der Kompaktheit des C-Zentrums Weilimdorf
  - à Stärkung der Identität des C-Zentrums durch Einbindung des historisch bedeutsamen Ergänzungsbereichs Glemsgaustraße
  - à räumliche Erweiterungsmöglichkeiten im Ergänzungsbereich Glemsgaustraße

## 27.2.2 E-Zentrum Weilimdorf – Kaiserslauterer Straße (22-02)

### Abgrenzungsvorschlag

Karte 86: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Weilimdorf – Kaiserslauterer Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 99: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
4	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
575 qm	0 qm	0 qm	575 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
450 qm	125 qm	0 qm	0 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



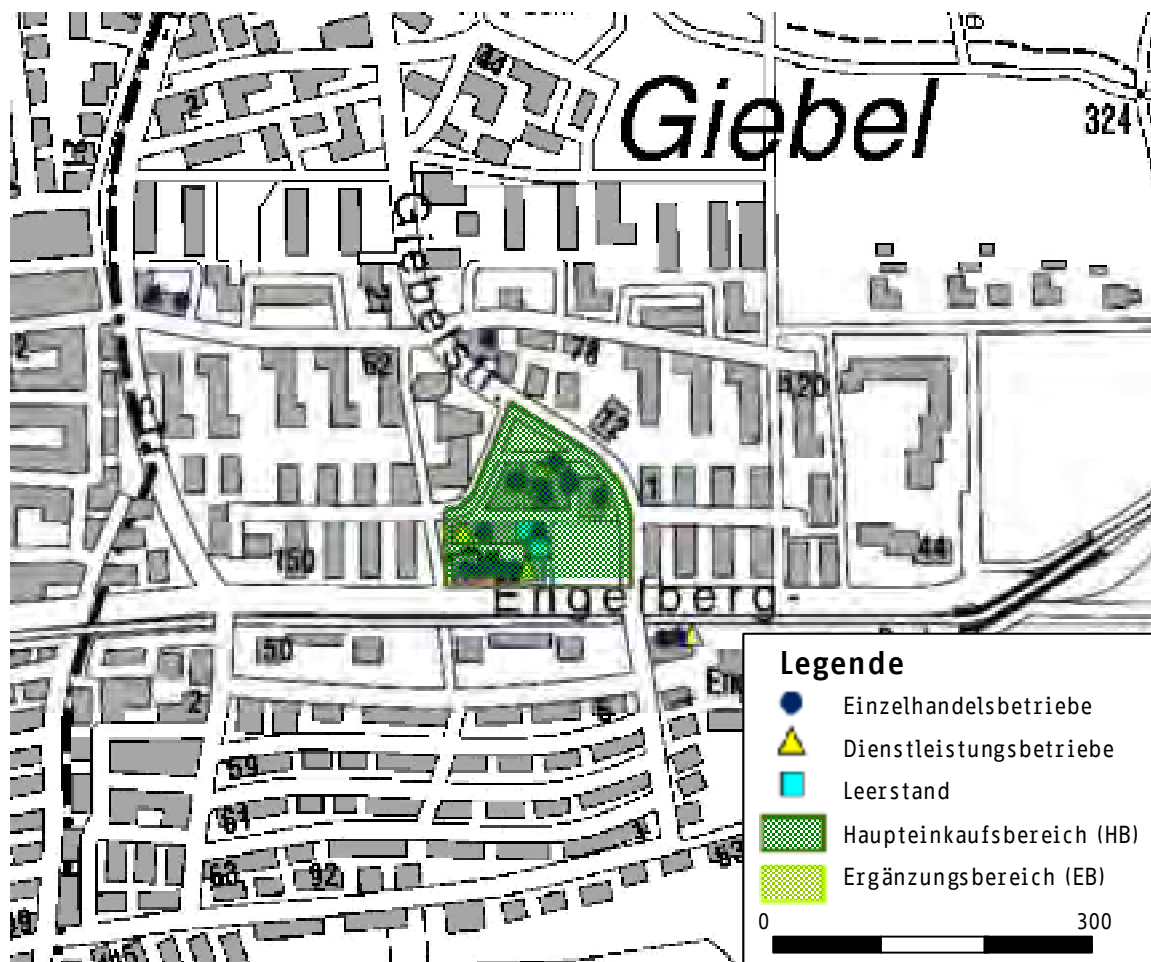


- erstreckt sich linear entlang der Kaiserslauterer Straße inmitten eines Wohngebietes
- relativ geringe Dichte des Einzelhandelsangebotes
- LM-Nahversorgung gewährleistet durch einen Supermarkt und einer Bäckerei
- daneben eine Apotheke und ein Kiosk; somit ausschließlich Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereiches: reiner Nahversorgungsstandort
- kleine Betriebsgrößen außer Supermarkt
- geringes funktional ergänzendes Angebot an Dienstleistungen (Bank, Café)
- auf Grund bestehender Nutzungen keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter

### 27.2.3 E-Zentrum Ernst-Reuter-Platz (22-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 87: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Ernst-Reuter-Platz



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007





## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 100: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
19	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
1.750 qm	300 qm	75 qm	2.125 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.250 qm	500 qm	100 qm	250 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- erstreckt sich zwischen der Engelberg- und Giebelstraße bzw. dem Kröten- und Lurchweg und umgibt somit den dort integrierten Ernst-Reuter-Platz
- relativ hohe Angebotsvielfalt bei ebenfalls hoher räumlichen Besatzdichte
- einige Leerstände vorhanden
- umfassendes Angebot in der LM-Nahversorgung mit einem Supermarkt, zwei Discountern, zwei Bäckereien und einem Metzger
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich; zu geringerem Anteil auch Angebote im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich (z.B. Uhren und Schmuck, Optik)
- neben den drei Lebensmittelbetrieben mit VKF unterhalb der Großflächigkeit kleinere Betriebsgrößen mit VKF von zumeist unter 100 qm; ausgewogenes Verhältnis von Filialisten und inhabergeführten Fachgeschäften
- hohe Dichte des Dienstleistungsangebotes, obgleich niedriger als beim Einzelhandel; wichtige Einrichtungen wie Ärzte, Bank vorhanden
- E-Zentrum mit über den Nahbereich hinausgehender Versorgungsfunktion erfüllt Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche nach BverwG-Urteil (vgl. Kap. 3.1)

### 27.2.4 Entwicklungsbereich Hubertusplatz (22-11)

- unmittelbar am Hubertusplatz gelegen
- sehr geringes Einzelhandelsangebot (lediglich zwei Einzelhandelsbetriebe)
- Angebot ausschließlich im kurzfristigen Bedarfsbereich, wobei die LM-Nahversorgung durch ein LM-SB-Geschäft und eine Bäckerei gewährleistet wird
- ergänzende Dienstleistungen mit einer Bank, Café und dem Jugendamt als öffentliche Einrichtung



## 28. STADTBEZIRK 23 ZUFFENHAUSEN

### 28.1 EINZELHANDELSITUATION STADTBEZIRK 23 ZUFFENHAUSEN

Der rd. 36.000 Einwohner zählende Stadtbezirk "23 Zuffenhausen" im Norden des Stadtgebietes weist eine Verkaufsfläche von rd. 35.625 qm auf. Die insgesamt 180 Einzelhandelsbetriebe erwirtschaften auf dieser zusammen einen Umsatz von rd. 149,5 Mio. €. Die größten Verkaufsflächen- und Umsatzanteile entfallen auf den kurzfristigen Bedarfsbereich und hierbei insbesondere auf den Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel.

Tab. 101: Einzelhandelsangebot im Stadtbezirk 23 Zuffenhausen: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	10.250	57,9	75%
Drogerie/ Parfümerie	1.775	8,8	95%
Apotheke	375	10,9	66%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	850	3,2	87%
Blumen/ Zoo	1.525	2,7	94%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>14.775</b>	<b>83,5</b>	<b>76%</b>
Bekleidung und Zubehör	3.050	15,4	75%
Schuhe, Lederwaren	900	3,2	73%
Sport/ Freizeit	750	2,4	70%
Spielwaren	400	1,2	27%
Bücher	125	0,6	14%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	600	1,0	31%
Haus-/ Heimtextilien	1.150	2,5	88%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>6.975</b>	<b>26,3</b>	<b>61%</b>
Uhren/ Schmuck	175	1,2	57%
Foto/ Optik und Zubehör	575	4,0	110%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	500	4,5	36%
Elektro/ Leuchten	300	1,0	19%
Teppiche/ Bodenbeläge	1.075	2,1	151%
Baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	4.600	7,6	52%
Möbel, Antiquitäten	5.550	10,4	89%
Sonstiges	1.075	8,7	100%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>13.850</b>	<b>39,6</b>	<b>66%</b>
<b>Summe</b>	<b>35.625</b>	<b>149,5</b>	<b>70%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

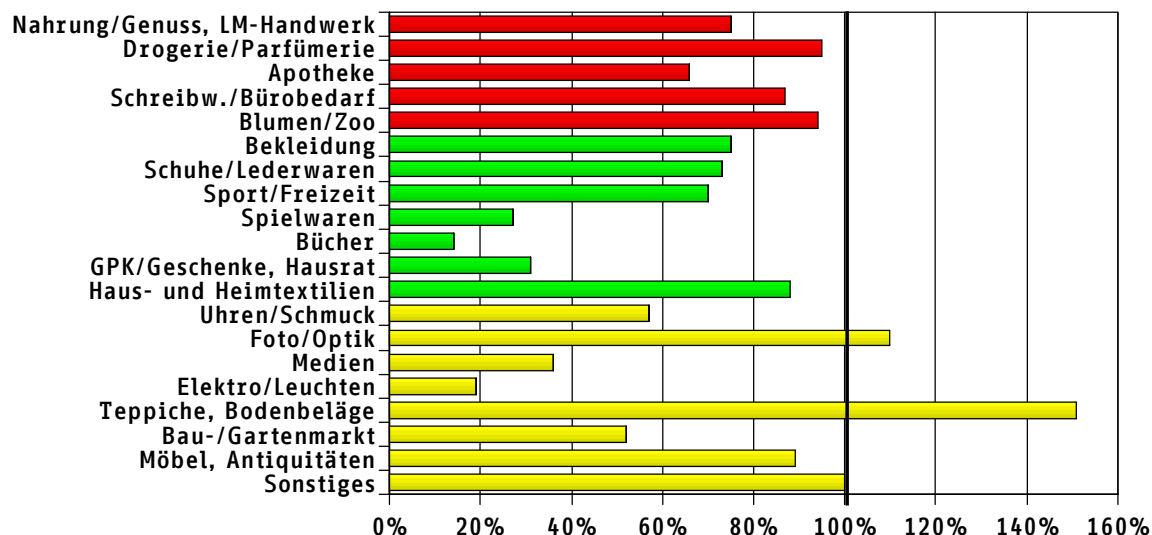
Quelle: Daten eigene Erhebung 2007; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; eigene Berechnungen



In dem Stadtbezirk sind bei einer Gesamtbindungsquote von rd. 70% Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Bis auf die Sortimente Foto/ Optik, Teppiche, Bodenbeläge sowie sonstige langfristige Güter, die keiner Sortimentsgruppe zugeordnet werden konnten, werden Bindungsquoten von unter 100% erreicht.

Dies betrifft auch den für die Nahversorgung bedeutsamen Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel, der eine Bindungsquote von rd. 75% verzeichnet. Somit besteht keine rechnerische Vollversorgung im Stadtbezirk. Räumlich betrachtet stellt sich die Nahversorgungssituation im Stadtbezirk jedoch positiv dar: Rd. 79% der Einwohner haben die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung, d.h. wohnen in einer Entfernung von bis zu 500 Metern zu einem Lebensmittelbetrieb (vgl. Kap. 5.2.4).

Abb. 85: Bindungsquote Stadtbezirk 23 Zuffenhausen

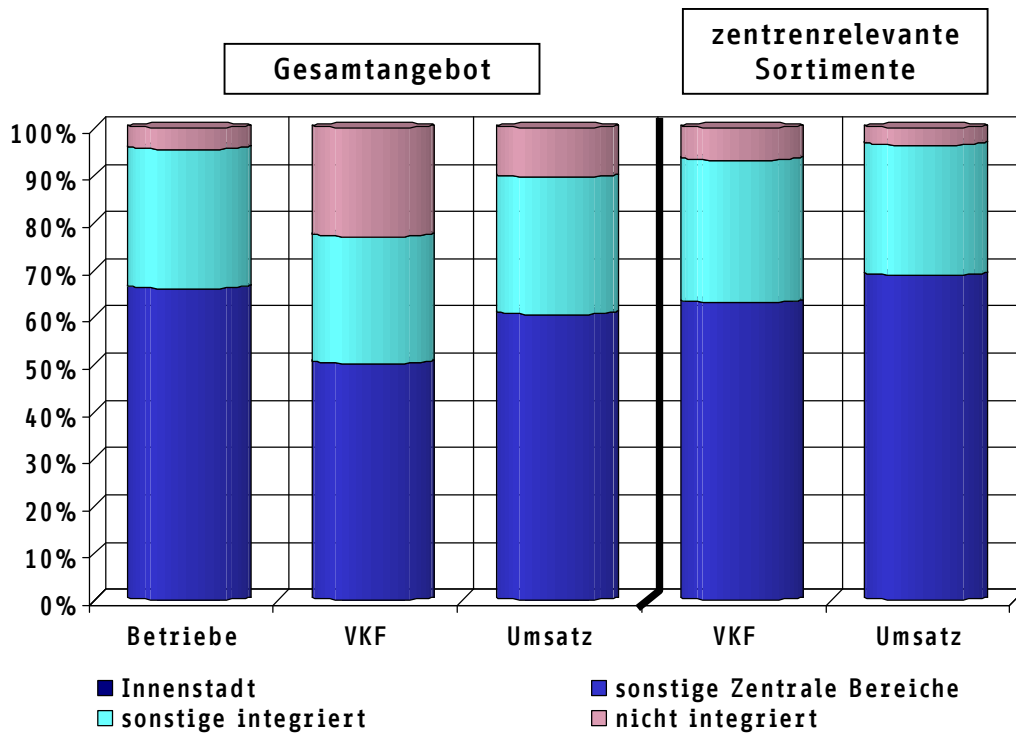


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Bezogen auf die räumliche Verteilung der Angebote im Stadtbezirk "23 Zuffenhausen" ist festzustellen, dass der überwiegende Anteil der Betriebe (96%) an sonstigen integrierten Standorten bzw. in den Zentren des Stadtbezirks angesiedelt ist. Bei den Betrieben in sonstiger integrierter Standortlage handelt es sich eher um kleinflächige Strukturen. Demgegenüber vereinen diejenigen 4% der Betriebe, die sich an nicht integrierten Standorten befinden, 23% der Gesamtverkaufsfläche auf sich. Dies ist in erster Linie zurückzuführen auf ein großflächiges Gartencenter im Stadtteil Zuff - Am Stadtpark an der Schwieberdinger Straße. Die zentrenrelevanten Sortimente befinden sich funktionsadäquat zu 63% in den Zentren.



Abb. 86: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Lage - 23 Zuffenhausen

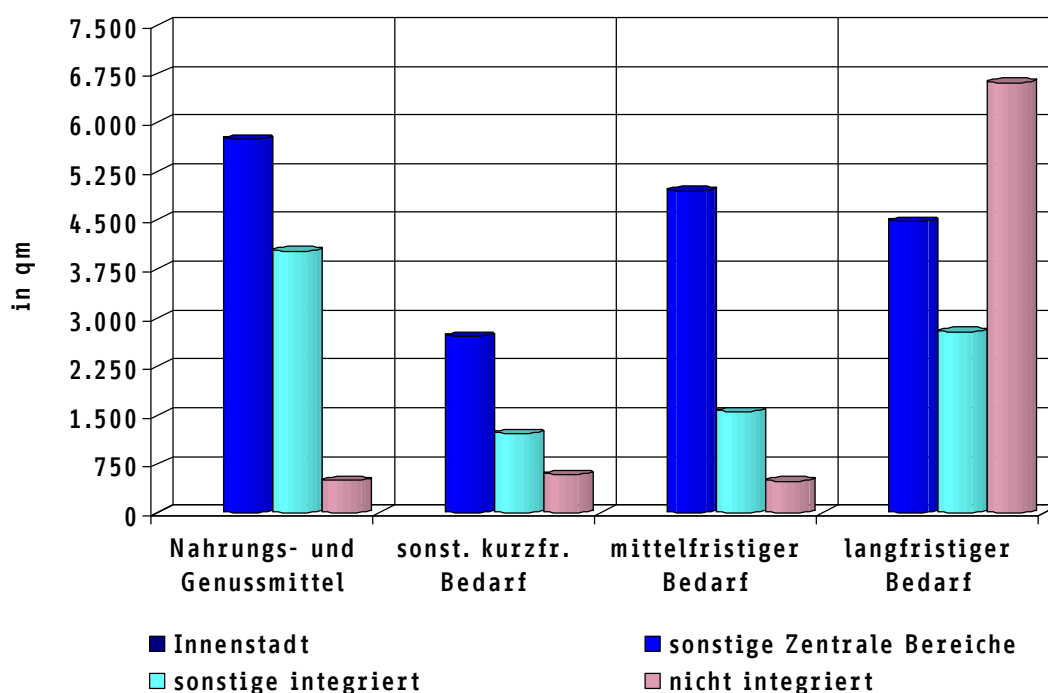


Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

Folgende Grafik verdeutlicht eine größtenteils funktionsadäquate Ansiedlung der üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs in den Zentren des Stadtbezirks. Sonstige städtebaulich integrierte Lagen nehmen infolge hoher Verkaufsflächenanteile im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel neben den Zentren ebenso eine wichtige Bedeutung für die Nahversorgung ein. Langfristige Bedarfsgüter, zu denen auch üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente gezählt werden, werden nach Lage insbesondere an nicht integrierten Standorten angeboten werden. Hierbei handelt es sich neben dem bereits angeführten Gartencenter zudem um einen großflächigen Möbelmarkt.



Abb. 87: Einzelhandelsstruktur nach Lage - 23 Zuffenhausen



Quelle: Daten eigene Erhebung 2007, eigene Berechnungen

## 28.2 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IM STADTBEZIRK 23 ZUFFENHAUSEN

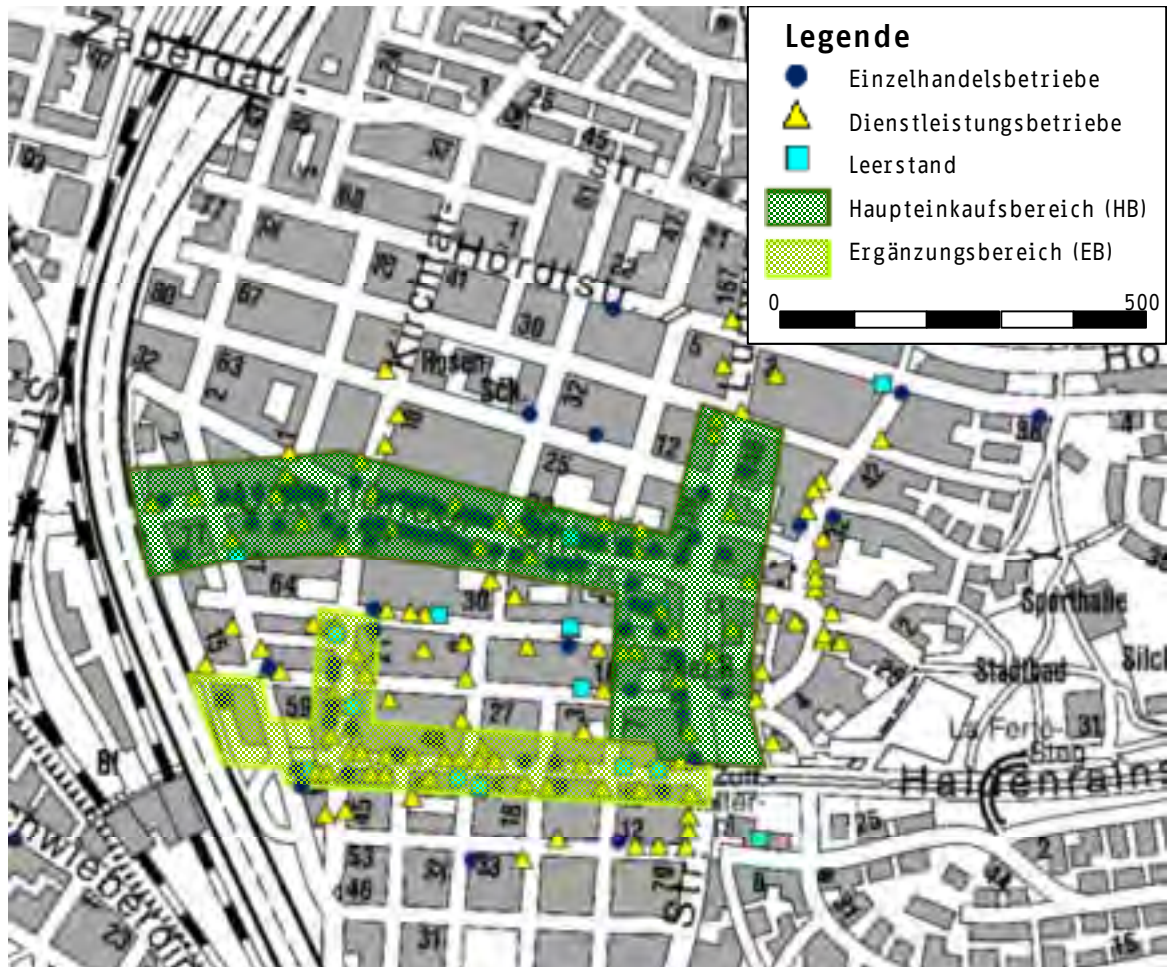
### 28.2.1 C-Zentrum Zuffenhausen-Ortsmitte (23-01)

#### Abgrenzungsvorschlag

- Haupteinkaufsbereich ab Unterländer Ecke Burgunderstraße bis Emil-Schuler-Platz sowie ab Ludwigsburger Ecke Bönningheimer Straße bis Zuffenhausener Kelterplatz (T-förmig)
- Ergänzungsbereich in Straßburger Straße ab Ecke Zuffenhausener Kelterplatz bis Kulturzentrum



Karte 88: Abgrenzungsvorschlag C-Zentrum Zuffenhausen



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 28.2.1.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 102: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
87	4	C	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
6.100 qm	5.700 qm	2.900 qm	14.675 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
3.925 qm	2.150 qm	4.775 qm	3.800 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- hohe Dichte im Haupteinkaufsbereich insbesondere entlang Unterländer Straße
- geringe Dichte im Ergänzungsbereich (überwiegend Dienstleistung und z.T. Wohnen im EG)
- kaum Leerstände im Haupteinkaufsbereich - relativ viele Leerstände im Ergänzungsbereich
- Trading-Down-Prozesse im Bereich Kulturzentrum erkennbar (Leerstände, kein Einzelhandel, diverse Zwischennutzungen wie u.a. Call-Shops und Internetcafés)
- funktionaler Bruch zwischen S-Bahn-Station und Unterländer Straße durch Wohnen im EG - fehlende funktionale Vernetzung
- Einzelhandelsbesatz bricht in den Seitenstraßen zwischen Unterländer Straße (Haupteinkaufsbereich) und Ergänzungsbereich (z.B. Lothringer Straße) ab - fehlende funktionale Vernetzung

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Lebensmittelnahversorgungsangebot im Haupteinkaufsbereich: ein großflächiger und nicht großflächiger Supermarkt, ein nicht großflächiger Lebensmitteldiscounter sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte, -Handwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- ergänzendes Lebensmittelnahversorgungsangebot durch Wochenmarkt auf Festplatz (wöchentlich, nicht direkt im C-Zentrum)
- Angebotsschwerpunkte im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich - nahezu alle Sortimente vertreten
- Angebot im langfristigen Bedarfsbereich ergibt sich im Wesentlichen durch das Angebot eines großflächigen Möbelmarktes

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- mehrheitlich kleine ( $\leq 100$  qm VKF) bis "mittelgroße" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) bei wenigen großflächigen Betrieben - insgesamt eher kleinteilige Strukturen
- ausgewogenes Verhältnis aus inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- insgesamt mittlere Angebotsqualität und mittelpreisiges Niveau



- nur wenige hochwertige Warenpräsentationen oder Schaufenstergestaltungen - abnehmende Gestaltungsqualität im Ergänzungsbereich (negativ insbesondere Kulturzentrum)

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- die drei genannten Lebensmittelbetriebe
- keine Magnetbetriebe im Ergänzungsbereich

#### **28.2.1.2 Dienstleistungsangebot**

##### **Dienstleistungsbesatz**

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten C-Zentrum
- Ärztehaus Zuffenhausen<sup>108</sup>

##### **Gastronomie**

- differenziertes Gastronomieangebot - Qualität und Gestaltung variiert von gering (z.B. Kulturzentrum) bis hochwertig
- wenige gastronomische Außenbereiche entlang der Straßenräume
- Außengastronomien eher klein und vorwiegend auf Platzräumen (z.B. Emil-Schuler-Platz)
- Ergänzungsbereich mit hoher Gastronomie-/ Hoteldichte

##### **Öffentliche Einrichtungen**

- u.a. Bezirksrathaus, Kulturzentrum mit verschiedenen öffentlichen Einrichtungen (u.a. Stadtbücherei)

#### **28.2.1.3 Städtebau und Verkehr**

##### **Städtebauliche Strukturen**

- insgesamt heterogene Bebauungsstruktur: historisch bedeutsame Gebäude stark durchmischt mit Nachkriegs- und wenigen modernen Bauten
- drei- bis maximal viergeschossige, geschlossene Bebauung im Haupteinkaufsbereich

---

<sup>108</sup> Neubau in der Ludwigsburger Straße Ecke Haldenrainstraße: Dieser Neubau mit seinem funktionalen Angebot bestand bei der Erhebung noch nicht, ist zwischenzeitlich aber fertig gestellt. In diesem Neubau sind u.a. vorhanden: Hörgeräte, Apotheke, Bäcker, Optiker, Gastronomie, Bank, Friseur und als ein spezielles Angebot ein Ärztehaus.





- zwei- bis dreigeschossige, z.T. frei stehende Gebäude im Ergänzungsbereich
- markantes Gebäude der Johanneskirche (Emil-Schuler-Platz) als Wahrzeichen und architektonischer Akzent
  - à Orientierungsfunktion und identitätsstiftend

### **Gestaltung des öffentlichen Raums**

- z.T. neu gepflasterte Kreuzungsbereiche mit großzügigen Fußwegebereichen im westlichen Teil der Unterländer Straße, durchgängige Baumpflanzung
- in der östlichen Unterländer Straße und südlichen Ludwigsburger Straße z.T. Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf - wenig Begrünung bei z.T. beengten Platzverhältnissen
- Aufenthaltsqualität auf engen Fußwegebereichen eingeschränkt, auf Platzräumen z.T. Gestaltungs- und Modernisierungsbedarf (z.B. Emil-Schuler-Platz)
- hohe Gestaltungsintensität auch im Ergänzungsbereich (u.a. Baumbepflanzung und Grünstreifen in der Straßburger Straße)
- starke gestalterische Mängel im privaten wie öffentlichen Raum auf dem Platzbereich am Kulturzentrum
- mangelnde räumlich-gestalterische Vernetzung zwischen Kulturzentrum und Unterländer Straße

### **Verkehr und Frequenz**

- insgesamt hohe Verkehrs- und Passantenfrequenz im Haupteinkaufsbereich
- gute ÖPNV-Anbindung (S/U-Bahn, Tram, Bus)
- Unterländer Straße sehr breit (fließender/ ruhender MIV, ÖPNV) ohne Verkehrsberuhigung - z.T. schmale Fußwege und eingeschränkte Fußwegebeziehungen
  - à deutliche Trennwirkung im Haupteinkaufsbereich
  - à eingeschränkte Durchgängigkeit
- kostenpflichtiges Längsparken im Straßenraum (ab 1/2 h), Tiefgaragen/ Parkhäuser in rückwärtigen Bereichen (meist als private Kundenparkplätze)
- Verkehrs- und Passantenfrequenz im Ergänzungsbereich gering - gute Fußwegebeziehungen



**Foto 82: Unterländer Straße - hohe Einzelhandels-/ Dienstleistungsdichte**



Quelle: eigenes Foto August 2007

**Foto 83: Emil-Schuler-Platz - Modernisierungsbedarf**



Quelle: eigenes Foto August 2007

### **Flächenpotenziale**

- Flächenpotenziale augenscheinlich allenfalls in der Elsässer Straße (zwischen Unterländer Straße und Colmarer Straße)
- Nachnutzungspotenziale im/ um das Kulturzentrum vorhanden

#### **28.2.1.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt und Stärkung der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der überörtlich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandelsvielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- Stärkung der funktionalen wie städtebaulich-gestalterischen Anbindung zum Ergänzungsbereich Straßburger Straße und Kulturzentrum/ S-Bahn
  - à Stärkung der Kompaktheit des C-Zentrums
- Städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen Emil-Schuler-Platz
  - à Stärkung der (nicht-kommerziellen) Aufenthaltsqualität und der Identität des C-Zentrums Zuffenhausen

#### **28.2.2 D-Zentrum Schozacher Straße (23-02)**

##### **Abgrenzungsvorschlag**

- Ausdehnung des D-Zentrums im Wesentlichen entlang Schozacher Straße ab Ecke Fleiner Straße bis Ecke Haldenrainstraße sowie entlang dieser bis Ecke Fürfelder Straße, darüber in Erligheimer Straße ab Ecke Haldenrainstraße

Karte 89: Abgrenzungsvorschlag D-Zentrum Schozacher Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

### 28.2.2.1 Einzelhandelsangebot

#### Erhebungsdaten

Tab. 103: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
23	1	D	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
2.100 qm	250 qm	450 qm	2.800 qm
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
1.675 qm	425 qm	125 qm	575 qm

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)  
 nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



### **Dichte im Einzelhandelsbesatz**

- stellenweise hohe Dichte entlang Schozacher Straße
- abnehmende Dichte entlang Haldenrainstraße und Erligheimer Straße (überwiegend Dienstleistung und z.T. Wohnen, Garagen im EG)
- zunehmende Leerstandsichte Haldenrainstraße
- funktionaler Bruch zwischen Schozacher- und Haldenrainstraße (langgezogener Wohnkomplex) sowie Erligheimer Straße - fehlende funktionale Vernetzung
- keinerlei Einzelhandelsbesatz in den Seitenstraßen

### **Lebensmittelnahversorgung, Angebotsschwerpunkte und -vielfalt**

- umfassendes Lebensmittelnahversorgungsangebot: ein großflächiger Supermarkt, ein Lebensmitteldiscounter und eine LM-SB-Markt sowie diverse Lebensmittel-Fachgeschäfte, -handwerksbetriebe und ergänzende Lebensmittelangebote in sonstigen Einzelhandelsbetrieben (z.B. Drogeriemarkt)
- Angebotsschwerpunkt nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich, die sonstigen Bedarfsbereiche sind vergleichsweise gering vertreten
- Angebot im langfristigen Bedarfsbereich im Wesentlichen durch das Angebot zwei "mittelgroßer" Betriebe mit den Hauptsortimenten Küchen, Farben und Lacke

### **Betriebsgrößen und -strukturen**

- mehrheitlich kleine ( $\leq 100$  qm VKF) bei wenigen "mittelgroßen" (101 bis  $\leq 800$  qm VKF) Einzelhandelsbetriebe
- insgesamt nur ein großflächiger Betrieb
- ausgewogenes Verhältnis aus inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten

### **Angebotsqualität, Preisniveau und Waren-/ Schaufensterpräsentation**

- Angebotsqualität und Preisniveau insgesamt von überwiegend schwach bis mittelmäßig
- nur wenige hochwertige, moderne Warenpräsentationen bzw. Schaufenstergestaltungen

### **Magnetbetriebe/ Frequenzbringer**

- großflächiger Supermarkt



### 28.2.2.2 Dienstleistungsangebot

#### Dienstleistungsbesatz

- hohe Dichte an zentrenprägenden Dienstleistern im gesamten D-Zentrum
- funktionale Lücken analog zu denen des Einzelhandelsbesatzes

#### Gastronomie

- Gastronomieangebot vorhanden: überwiegend Imbisse und kleine Stehcafés
- wenige kleine gastronomische Außenbereiche
- Qualität und Gestaltung insgesamt variierend von gering bis mittelmäßig

#### Öffentliche Einrichtungen

- n.v.

### 28.2.2.3 Städtebau und Verkehr

#### Städtebauliche Strukturen

- Vergleichsweise homogene Baustrukturen : nachkriegszeitlich puristisch
- Schozacher Straße: vier- bis fünfgeschossige, geschlossene Nachkriegsbebauung mit vorgelagerter Ladenzeile (eingeschossig, Flachdach), zwei markante über zehngeschossige Punkthäuser Ecke Haldenrainstraße
  - à Merkmals-/ Orientierungsfunktion
- Haldenrainstraße: entlang der südlichen Straßenseite verlaufende zweigeschossige, überwiegend geschlossene Nachkriegsbebauung
  - à städtebaulicher Bruch zwischen Schozacher- und Haldenrainstraße

#### Gestaltung des öffentlichen Raums

- Schozacher Straße: breite, durch Grünstreifen und Baumpflanzung klar vom befahrbaren Straßenraum getrennte Fußwegebereiche
- Haldenrainstraße: relativ breite, durch Erhöhung klar vom befahrbaren Straßenraum abgesetzte Fußwegebereiche
- insgesamt starker Sanierungs-/ Modernisierungsbedarf im öffentlichen Raum feststellbar: wenige bzw. veraltete Gestaltungselemente (z.B. alte, leere Schaukästen, uneinheitliche Bodenbeläge), viele Provisorien vorhanden
- keine gestalteten Platzbereiche: ausschließlich lange und breite Straßenräume
- gestalterische Defizite auch im privaten Raum, insbesondere Erligheimer Straße: u.a. ungestaltete Vorgärten, gestaltungsbedürftige Hausfassaden



- mangelnde städtebaulich-gestalterische Vernetzung zwischen Haldenrain- und Schozacher Straße

Foto 84: Haldenrainstraße



Quelle: eigenes Foto August 2007

Foto 85: Gestaltung des öffentlichen Raums



Quelle: eigenes Foto August 2007

### **Verkehr und Frequenz**

- Passantenfrequenz gering bis mittel
- hohe Verkehrsfrequenz (MIV, S/U-Bahn) entlang Haldenrain-/ Schozacher Straße
- sehr breite Straßenräume ohne Verkehrsberuhigung
  - à deutliche Trennwirkung zwischen Schozacher Straße/ Erligheimer Straße und Haldenrainstraße
  - à eingeschränkte Durchgängigkeit für Passanten - lange Wege
- Fußwegebeziehungen in Haldenrainstraße nicht durchgängig barrierefrei (Trep-penaufgänge zu erhöhtem Fußwegbereich)
- gute ÖPNV-Anbindung (S/U-Bahn)
- Längsparken im Straßenraum, private Kundenparkplätze in rückwärtigen Berei-chen sowie eine Tiefgarage vorhanden

### **Flächenpotenziale**

- augenscheinlich keine vorhanden

#### **28.2.2.4 Entwicklungsziele**

- Erhalt der Nahversorgungsfunktion für den Nahbereich
- Erhalt und Stärkung der überörtlich bedeutsamen Funktions- und Einzelhandels-vielfalt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich

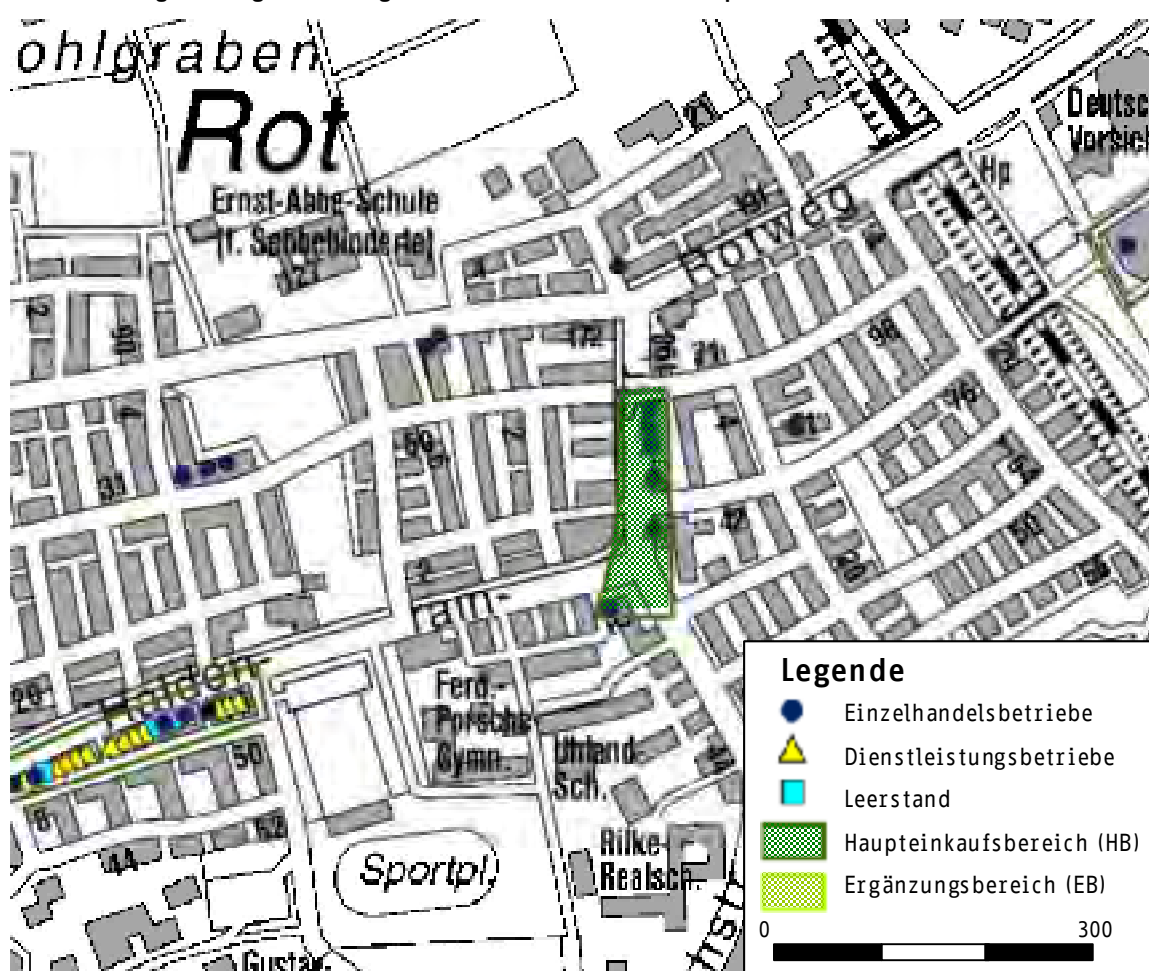


- Stärkung der funktionalen wie städtebaulich-gestalterischen Anbindung der Haldenrainstraße zur Schozacher Straße - keine funktionale Ausdehnung des D-Zentrums
  - à Stärkung der Kompaktheit des D-Zentrums
  - à Abschwächen der bestehenden Trennwirkung
  - à Nutzen von Leerständen (Verkaufsflächezusammenlegung)
- Städtebaulich-gestalterische Aufwertungsmaßnahmen im gesamten D-Zentrum
  - à Stärkung der (nicht-kommerziellen) Aufenthaltsqualität und der Identität des D-Zentrums

### 28.2.3 E-Zentrum Haldenrain - Tapachstraße (23-03)

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 90: Abgrenzungsvorschlag E-Zentrum Haldenrain - Tapachstraße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Tab. 104: Erhebungsdaten

Anzahl EH-Betriebe	Anzahl großfl. EH-Betriebe	Zentrentyp	
9	0	E	
VKF <sup>1)</sup> nvr	VKF zr	VKF nvr	VKF gesamt
275	100	25	375
VKF NuG	VKF sonst. kurzfr.	VKF mittelfristig	VKF langfristig
150	125	25	75

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

nvr = nahversorgungsrelevant zr = zentrenrelevant nvr = nicht zentrenrelevant

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007

- erstreckt sich linear entlang der Haldenrainstraße von der Ecke Fleinerstraße bis zum Kreuzungsbereich Tapachstraße
- relativ geringe Besatzdichte
- keine Leerstände
- Angebot der LM-Nahversorgung durch ein LM-SB-Geschäft und eine Bäckerei, in rd. 150 Meter Entfernung zum E-Zentrum befindet sich ein Discounter, der jedoch nicht räumlich vernetzt ist
- Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (u.a. auch Apotheke, Blumengeschäft), daneben auch ein schwach ausgeprägtes Angebot im mittelfristigen und langfristigen Bedarfsbereich (u.a. Fahrräder, Uhren und Schmuck)
- sehr kleinteilige Betriebsstrukturen (Betriebsgrößen ausschließlich 100 qm und kleiner), geringer Filialisierungsgrad
- kein Magnetbetrieb auszumachen
- sehr geringe Besatzdichte an Dienstleistungsbetrieben
- auf Grund bestehender Angebote keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion (vgl. Kap. 3.1): Abgrenzung hat informellen Charakter



### 28.2.4 Entwicklungsbereich (Planung) Stammheimer Straße (23-11)

- Planungsareal, für welches seit 2006 ein rechtskräftiger B-Plan vorliegt, wird im Osten durch die Bahnlinie und die B10/ 27, im Westen durch die Stammheimer Straße und im Norden durch die Einfamilienhausbebauung an der Hördtstraße begrenzt; im Süden erstreckt sich der Bereich bis zur Schützenbühlstraße
- Gliederung des Planungsgebietes in unterschiedlicher Nutzungsarten; neben einem Wohnquartier, Dienstleistungen, Gastronomie und kleinteiligen Läden im Norden des Planungsareal ist im Süden ein großflächiges SB-Warenhaus vorgesehen
- auf Grund der Integration von Wohnnutzung und der unmittelbaren angrenzenden Wohnbebauung im Norden und Süden des Plangebietes ist der Standort als städtebaulich integriert zu bezeichnen

#### Abgrenzungsvorschlag

Karte 91: Abgrenzungsvorschlag Entwicklungsbereich (Planung) Stammheimer Straße



Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



## GLOSSAR

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

Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (z.B. in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (z.B. in der Gesamtstadt) bezeichnet.

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

Neben dem Einzelhandel in diesem Sinne wurden allerdings auch das Lebensmittelhandwerk und die Apotheken einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

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

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

**Fachmärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbst-



bedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortiments-spezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Als **Innenstadt** ist das Gebiet einer Stadt zu verstehen, in dem sich die gesamt-städtisch und überörtlich bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich im Sinne des BauGB entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (bzw. des A-Zentrums City) heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Stadt.

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

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

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

Ein **Kaufhaus** ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens aus einer Bran-



che in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfsrichtungen.

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

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

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einer Region, der in dieser ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einer Region, der außerhalb dieser Region ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus Fremddregionen einem Marktgebiet zufließen.

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

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

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

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

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



Als **sonstiger zentraler (Versorgungs-)Bereich** werden Gebiete bezeichnet, in denen eine Konzentration von zentrenbedeutsamen Funktionen in einer städtebaulich verdichteten Situation festzustellen ist. Da wiederum dem Einzelhandel juristisch besondere Bedeutung zukommt, sind Einzelhandelsangebote besonders wichtig. Aber auch Angebote im Dienstleistungsbereich können für die Frage der Existenz eines zentralen Bereiches bedeutsam sein. Daneben können auch bei dieser Abgrenzung die bei der Innenstadt genannten infrastrukturellen und funktionalen Zäsuren (vgl. oben) sowie städtebauliche Merkmale herangezogen werden. Das so bezeichnete funktionale Zentrum muss nicht mit dem städtebaulichen Zentrum übereinstimmen.

Das Zentrum kann aus sich heraus oder im Verbund mit anderen Betrieben über das nähere Umfeld und zum Teil über den eigenen Stadtteil hinaus eine Anziehungskraft zum Einkauf erzeugen.

Dabei muss nicht jeder Stadtteil ein Zentrum haben; umgekehrt können einzelne Stadtteile mehrere zentrale (Versorgungs-)Bereiche haben.

**Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Lebensmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, nach internationalen Panelinstituten von 800 qm und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts von 1.500 qm.

**Verbleibquote** (s. Kaufkraftverbleib).

**Verbrauchermärkte** sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und tiefes Sortiment an Lebensmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbieten. Häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 qm, nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts bei 1.500 qm, nach internationalen Erhebungsverfahren von Panelinstituten bei 800 qm. Der Standort ist



in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.



## ANHANG

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Landeshauptstadt Stuttgart insgesamt: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm <sup>1)</sup>	Anteil
Bis 50 qm	1747	46%	57.200	7%
51 bis 100 qm	869	23%	63.300	7%
101 bis 200 qm	466	12%	68.625	8%
201 bis 400 qm	300	8%	86.875	10%
401 bis 800 qm	208	6%	119.500	14%
801 bis 2000 qm	119	3%	142.275	16%
2001 und mehr	55	1%	332.325	38%
<b>Summe</b>	<b>3764</b>	<b>100%</b>	<b>870.100</b>	<b>100%</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



Tab. A - 2: Einzelhandelssituation: Umsatz, Kaufkraft (je in Mio. €) und Bindungsquoten

Sortimente	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk)	1.070,7	1.275,3	84%
Drogerie/ Parfümerie	175,4	153,2	115%
Apotheke	256,5	274,2	94%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	50,0	59,9	83%
Blumen/ Zoo	39,4	47,6	83%
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>1.592,1</b>	<b>1.810,2</b>	<b>88%</b>
Bekleidung und Zubehör	1.099,5	340,0	323%
Schuhe, Lederwaren	121,9	71,8	170%
Sport/ Freizeit	146,3	56,0	261%
Spielwaren	79,9	74,1	108%
Bücher	72,5	71,7	101%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	63,1	51,7	122%
Haus-/ Heimtextilien	56,9	47,5	120%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.640,0</b>	<b>712,9</b>	<b>230%</b>
Uhren/ Schmuck	66,2	35,8	185%
Foto/ Optik und Zubehör	87,9	60,4	145%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	327,9	209,1	157%
Elektro/ Leuchten	99,0	84,8	117%
Teppiche/ Bodenbeläge	21,4	23,0	93%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	106,8	242,7	44%
Möbel, Antiquitäten	173,7	193,5	90%
Sonstiges	122,3	144,1	85%
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>1.005,1</b>	<b>993,5</b>	<b>101%</b>
<b>Summe</b>	<b>4.237,2</b>	<b>3.516,5</b>	<b>120%</b>

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

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007; IfH; EHI; BBE Köln; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen





Tab. A - 3: Einzelhandelsangebot in Stuttgart nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet

Sortimente	Innenstadt	sonstige Zentren	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	14.550	89.475	38.400	22.450	164.900
Lebensmittelhandwerk	1.850	11.425	4.400	775	18.475
Drogerie/ Parfümerie	7.875	23.775	4.900	1.675	38.225
Apotheke	925	6.025	1.225		8.200
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	3.475	6.775	2.050	650	12.950
Blumen/ Zoo	1.925	7.575	5.625	5.050	20.175
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>30.650</b>	<b>145.075</b>	<b>56.600</b>	<b>30.600</b>	<b>262.925</b>
Bekleidung und Zubehör	138.650	43.625	4.350	2.325	188.950
Schuhe, Lederwaren	20.275	9.450	625	200	30.575
Sport/ Freizeit	27.075	5.275	3.725	4.875	40.950
Spielwaren	11.725	8.150	1.875	1.650	23.400
Bücher	7.800	3.975	1.175	275	13.225
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	15.500	9.525	3.200	3.800	32.025
Haus-/ Heimtextilien	10.850	5.475	3.800	3.800	23.950
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>231.875</b>	<b>85.500</b>	<b>18.750</b>	<b>16.925</b>	<b>353.050</b>
Uhren/ Schmuck	5.775	2.625	375	75	8.850
Foto/ Optik und Zubehör	4.925	5.600	650	400	11.600
Medien	14.800	8.900	1.650	3.050	28.400
Elektro/ Leuchten	7.850	5.325	2.300	5.850	21.325
Teppiche/ Bodenbeläge	1.400	1.675	2.850	4.800	10.750
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1.325	10.775	10.850	39.200	62.150
Möbel, Antiquitäten	24.425	17.425	19.025	29.525	90.400
Sonstiges	4.375	7.875	5.425	3.025	20.700
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>64.900</b>	<b>60.200</b>	<b>43.125</b>	<b>85.950</b>	<b>254.150</b>
<b>Summe</b>	<b>327.425</b>	<b>290.775</b>	<b>118.475</b>	<b>133.450</b>	<b>870.100</b>

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

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung Februar bis Juni 2007



Tab. A - 4: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2020 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk)		1260,1	1346,5	1.260,4	1.415,2
Drogerie/ Parfümerie		154,2	164,8	154,2	173,2
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		59,7	63,8	59,7	67,1
Blumen/ Zoo		47,0	50,2	47,0	52,8
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>1.521,0</b>	<b>1.625,4</b>	<b>1.521,4</b>	<b>1.708,3</b>
Bekleidung und Zubehör		342,2	365,7	342,3	384,4
Schuhe, Lederwaren		70,9	75,8	70,9	79,6
Sport/ Freizeit		56,9	60,9	57,0	64,0
Spielwaren		75,4	80,5	75,4	84,6
Bücher		71,4	76,3	71,4	80,2
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		50,5	54,0	50,5	56,7
Haus-/ Heimtextilien		46,9	50,1	46,9	52,7
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>714,3</b>	<b>763,3</b>	<b>714,4</b>	<b>802,2</b>
Uhren/ Schmuck		36,1	38,6	36,1	40,5
Foto/ Optik und Zubehör		60,8	65,0	60,8	68,3
Medien		206,4	220,5	206,4	231,8
Elektro/ Leuchten		84,5	90,3	84,5	94,9
Teppiche/ Bodenbeläge		22,4	24,0	22,4	25,2
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		241,9	258,5	242,0	271,7
Möbel, Antiquitäten		200,6	214,4	200,7	225,3
Sonstiges		143,6	153,4	143,6	161,3
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>996,4</b>	<b>1.064,7</b>	<b>996,6</b>	<b>1.119,0</b>
<b>Summe</b>		<b>3.231,7</b>	<b>3.453,3</b>	<b>3.232,4</b>	<b>3.629,5</b>

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

Quelle: Stadt Stuttgart; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; BBE Köln; eigene Berechnungen



Tab. A - 5: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Status-quo-Prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk)		---	8.325	---	15.175
Drogerie/ Parfümerie		250	2.500	275	3.950
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		---	700	---	1.200
Blumen/ Zoo		---	875	---	1.625
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>250</b>	<b>12.400</b>	<b>275</b>	<b>21.950</b>
Bekleidung und Zubehör		1.275	12.300	1.300	19.475
Schuhe, Lederwaren		---	1.350	---	2.475
Sport/ Freizeit		675	3.100	700	4.675
Spielwaren		400	1.775	400	2.675
Bücher		---	725	---	1.225
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	1.075	---	2.250
Haus-/ Heimtextilien		---	1.050	---	1.950
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>2.350</b>	<b>21.375</b>	<b>2.400</b>	<b>34.725</b>
Uhren/ Schmuck		50	575	50	900
Foto/ Optik und Zubehör		75	750	75	1.200
Medien		---	1.250	---	2.300
Elektro/ Leuchten		---	1.175	---	1.975
Teppiche/ Bodenbeläge		---	350	---	750
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		---	3.400	---	5.725
Möbel, Antiquitäten		3.300	8.750	3.325	12.275
Sonstiges		---	1.125	---	1.900
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>3.425</b>	<b>17.375</b>	<b>3.450</b>	<b>27.025</b>
<b>Summe</b>		<b>6.025</b>	<b>51.150</b>	<b>6.125</b>	<b>83.700</b>

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

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 6: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		19.125	30.875	32.500	53.100
Drogerie/ Parfümerie		250	2.500	275	3.950
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		1.525	2.375	2.525	4.000
Blumen/ Zoo		2.275	3.575	3.875	6.175
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>23.175</b>	<b>39.325</b>	<b>39.175</b>	<b>67.225</b>
Bekleidung und Zubehör		1.275	12.300	1.300	19.475
Schuhe, Lederwaren		---	1.350	---	2.475
Sport/ Freizeit		675	3.100	700	4.675
Spielwaren		2.725	4.250	4.200	6.825
Bücher		1.875	2.750	3.075	4.625
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	1.575	25	3.100
Haus-/ Heimtextilien		325	1.725	725	3.075
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>6.875</b>	<b>27.050</b>	<b>10.025</b>	<b>44.250</b>
Uhren/ Schmuck		50	575	50	900
Foto/ Optik und Zubehör		75	750	75	1.200
Medien		---	1.250	---	2.300
Elektro/ Leuchten		850	2.150	1.450	3.625
Teppiche/ Bodenbeläge		1.975	2.700	3.350	4.700
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		69.975	77.650	113.900	130.700
Möbel, Antiquitäten		25.950	32.700	40.150	52.600
Sonstiges		5.925	7.475	9.700	12.600
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>104.800</b>	<b>125.250</b>	<b>168.675</b>	<b>208.625</b>
<b>Summe</b>		<b>134.850</b>	<b>191.625</b>	<b>217.875</b>	<b>320.100</b>

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

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 7: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk)		5.850	16.825	10.900	29.450
Drogerie/ Parfümerie		---	---	---	---
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		575	1.375	975	2.300
Blumen/ Zoo		800	2.025	1.475	3.525
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>7.225</b>	<b>20.225</b>	<b>13.350</b>	<b>35.275</b>
Bekleidung und Zubehör		---	---	---	---
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		---	375	---	100
Spielwaren		1.025	2.450	1.450	3.825
Bücher		875	1.675	1.450	2.850
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	---	---	---
Haus-/ Heimtextilien		---	125	---	375
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>1.900</b>	<b>4.625</b>	<b>2.900</b>	<b>7.150</b>
Uhren/ Schmuck		---	0	---	---
Foto/ Optik und Zubehör		---	0	---	---
Medien		---	---	---	---
Elektro/ Leuchten		---	675	---	1.125
Teppiche/ Bodenbeläge		1.100	1.775	1.950	3.150
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		59.150	66.200	96.300	111.400
Möbel, Antiquitäten		17.925	24.200	27.075	38.300
Sonstiges		4.075	5.500	6.650	9.250
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>82.250</b>	<b>98.350</b>	<b>131.975</b>	<b>163.225</b>
<b>Summe</b>		<b>91.375</b>	<b>123.200</b>	<b>148.225</b>	<b>205.650</b>

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

Quelle: eigene Berechnungen

# Impressum

Beiträge zur Stadtentwicklung 39

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stuttgart  
Grundlage für zukunftsfähige Stadtteilzentren  
Band 2 – Stadtbezirke und zentrale Versorgungsbereiche**

**Herausgeber**

Landeshauptstadt Stuttgart, Referat Städtebau und Umwelt  
Amt für Stadtplanung und Stadterneuerung

**Verfasser**

Dr. Donato Acocella, Stadt- und Regionalentwicklung, Lörrach/ Dortmund

**Redaktionelle Begleitung und inhaltliche Betreuung**

Achim Weiler

**Redaktionelle Bearbeitung**

Frank Gwildis, Karin Lauser

**Titelgestaltung**

Karl-Heinz Staudinger

**Grafiken**

Dr. Donato Acocella, Stadt- und Regionalentwicklung, Lörrach/ Dortmund

**Bildnachweis**

Dr. Donato Acocella, Stadt- und Regionalentwicklung, Lörrach/ Dortmund  
Landeshauptstadt Stuttgart, Amt für Stadtplanung und Stadterneuerung

**Information / Kontakt**

frank.gwildis@stuttgart.de

März 2009