

Kon-^{03/2021} zept

Einzelhandelskonzept für die Stadt Laupheim

– Endbericht –

beschlossen durch den Gemeinderat der Stadt Laupheim
am 1. März 2021



Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Führer Stadtplaner PartGmbB**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen

Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Große Kreisstadt Laupheim

Amt für Stadtplanung und

Baurecht

Am Marktplatz 1

88471 Laupheim

VERFASSER

Dipl.-Ing. Marc Führer

Jens Nußbaum, M.A.

Andreas Q. Schuder, Geogr. M.A.

Lena Dehof, M.Sc.

Karlsruhe,

02.03.2021

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Die Stadt + Handel Beckmann und Führer Stadtplaner PartGmbB bedient sich für Zuarbeiten und insbesondere empirische Dienstleistungen wie Erhebungen, Befragungen und Zählungen bei der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR (Gesellschafter: Ralf M. Beckmann und Marc Führer, Hörder Hafenstraße 11, 44263 Dortmund) als Nachunternehmer. Mitarbeiter der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR sind im Impressum durch den Zusatz „(GbR)“ kenntlich gemacht.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	Einführung	4
2	Rechtliche Rahmenbedingungen	6
2.1	Rechtliche Einordnung von einzelhandelskonzepten	6
2.2	Raumordnerische Regelungen	7
3	Methodik	10
4	Markt- und Standortanalyse	12
4.1	Trends im Einzelhandel	12
4.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	18
4.3	Gesamtstädtische Nachfrageanalyse	20
4.4	Gesamtstädtische Angebotsanalyse	25
4.5	Umsatz und Zentralität	27
4.6	Städtebauliche Analyse	30
4.7	Bewertung der Laupheimer Innenstadt aus Sicht der Kunden	33
4.8	Nahversorgungsanalyse	39
4.9	Zwischenfazit	42
5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	46
5.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	46
5.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Laupheim	56
6	Einzelhandelskonzept für Laupheim	58
6.1	Zentrenkonzept	58
6.2	Nahversorgungskonzept	68
6.3	Sonderstandortkonzept	85
7	Sortimentsliste	88
7.1	Methodische Herleitung	88
7.2	Sortimentsliste für Laupheim	89
8	Steuerungsleitsätze	93
8.1	Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze	93
8.2	Steuerungsleitsätze für Laupheim	93
9	Bau- und planungsrechtliche Empfehlungen	97
10	Schlusswort	103
	Exkurs: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Laupheimer Einzelhandel und das Einzelhandelskonzept	106
	_____ Ausgangssituation	106
	_____ Szenarien für den Einzelhandel und die Innenstädte	107
	_____ Handlungserfordernisse und Lösungswege	109

Die Einzelhandelsentwicklung unterliegt bundesweit einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Diese Wirkungen sind auch in der Stadt Laupheim zu erkennen: Veränderte Rahmenbedingungen auf der Angebotsseite (z. B. anhaltende Konzentrationsprozesse, Entwicklung neuer Betriebstypen und des Online-Handels, steigende Standortanforderungen) und der Nachfrageseite (z. B. demografischer Wandel, Individualisierungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten) äußern sich in Klein- und Mittelstädten wie Laupheim in Form von Betriebsaufgaben kleinerer, inhabergeführter Geschäfte auf der einen Seite und Einzelhandelsansiedlungen bzw. -verlagerungen von meist flächenintensiven, filialisierten Betrieben auf der anderen Seite.

Den größtenteils betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Zusätzlich sind lokale und regionale Strukturmerkmale zu berücksichtigen. Die Stadt Laupheim hat in der Funktion als Mittelzentrum in Bezug auf den Einzelhandel vornehmlich die Versorgung für den qualifizierten Grundbedarf sowie zusätzlich für den gehobenen Bedarf für ihre Bürger und den mittelzentralen Versorgungsbereich zu übernehmen. Die Sicherung und Weiterentwicklung eines leistungsfähigen und gleichzeitig städtebaulich zielführenden Nahversorgungsangebotes und entsprechender Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs zählt somit, insbesondere vor dem Hintergrund der demografischen und gesellschaftlichen Veränderungen, zu den Zukunftsaufgaben von Laupheim. Des Weiteren steht Laupheim in einem durchaus starken Wettbewerbsumfeld in der Region Oberschwaben mit leistungsstarken Mittel- und Oberzentren, so dass die Sicherung und Stärkung sowie die zielgerichtete Positionierung innerhalb dieser Strukturen ein Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Laupheim sein wird.

Gleichzeitig gilt es, das Innenstadtzentrum in seiner Funktion als städtebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte der Stadt zu sichern und weiterzuentwickeln, wie auch die Nahversorgungszentren und -standorte hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion. Inwiefern der Einzelhandel einen Beitrag zu diesem Ziel zu leisten vermag, wird im folgenden Konzept spezifiziert. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Laupheim eine bedeutende Rolle.

Die aktuellen rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen sind im Zuge der Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Laupheim grundlegend zu beachten. Hierbei sind auch die im Rahmen des Entwurfs zur Gesamtfortschreibung des Regionalplans Regionalverband Donau-Iller 2019¹ für das Fachgebiet Einzelhandel bereits vorliegende Festlegungsentwürfe zu berücksichtigen.

Angesichts der oben beschriebenen Dynamik im Einzelhandel beabsichtigt die Stadt Laupheim daher, die Entwicklung einer gesamtstädtischen Zentren- und

¹ im Folgenden als REHK Donau-Iller 2019 abgekürzt

Standortstruktur auf Basis einer entsprechend tragfähigen, städtebaulich-funktional ausgewogenen sowie schließlich rechtssicheren Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels in der Innenstadt stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch auch die Vitalität und Attraktivität gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, wohnortnahe Grundversorgung gesichert und optimiert. Dabei werden die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Markt- und Standortanalyse der aktuellen Einzelhandelssituation in Laupheim inkl. Ermittlung von warengruppenspezifischen Umsätzen sowie einer dezidierten Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Laupheim unter Berücksichtigung der Nahversorgungsstrukturen.
- Darstellung der zukünftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der Bevölkerungsentwicklung, den allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Trends im Einzelhandel sowie dem mittelzentralen Versorgungsauftrag der Stadt Laupheim.
- Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze der Landesplanung sowie der regionalplanerischen Vorgaben.
- Ableitung übergeordneter Entwicklungszielstellungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Laupheim.
- Abgrenzung, Beschreibung und Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs von Laupheim inkl. Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Laupheim.
- Zukunftsfähige Aufstellung der Nahversorgungszentren sowie Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur an den Nahversorgungsstandorten.
- Erarbeitung der Laupheimer Sortimentsliste und Anpassung an aktuelle Einzelhandelsentwicklungen sowie die Rechtsprechung.
- Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzung ermöglichen.

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Laupheim zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandelskonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft, das Stadtmarketing sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurde alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen zwischen dem Gutachterbüro Stadt + Handel und der Verwaltung abgestimmt. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die örtlichen Gegebenheiten in Laupheim Berücksichtigung finden.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Neben- oder Stadtteilzentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung². Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.³

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

² Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

³ Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

Das Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Laupheim wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesplanerische Vorgaben

Im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg in der Beschlussfassung vom 21.08.2002 finden sich folgende Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben, die im Folgenden zusammenfassend dargestellt werden und die bei der Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Laupheim Beachtung bzw. Berücksichtigung finden:

- **[3.3.7 Z]** Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn
 - dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder
 - diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.
- **[3.3.7 Z]** Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig.
- **[3.3.7.1 Z]** Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- **[3.3.7.2 Z]** Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.

- **[3.3.7.3 G]** Neue Einzelhandelsgroßprojekte sollen nur an Standorten realisiert werden, wo sie zeitnah an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen werden können.
- **[3.3.7.4 G]** Die Festlegung von Standorten für regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in den Regionalplänen soll vor allem auf Grund eines regionalen Entwicklungskonzepts vorgenommen werden. Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden.

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP Baden – Württemberg in der Beschlussfassung vom 21.08.2002 erarbeitet.

Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Laupheim relevante Regionalplan Donau-Iller als grenzüberschreitende Zusammenarbeit des Landes Baden-Württemberg sowie des Freistaat Bayerns im Entwurf der Gesamtfortschreibung von 2019 zum großflächigen Einzelhandel beinhaltet folgende regionalplanerische Ziele bezüglich einzelhandelsrelevanter Steuerungsinstrumente, die bei der weiteren Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes zugrunde zu legen sind:

- **[G 1]** In allen Städten, Märkten und Gemeinden soll eine angemessene und verbrauchernahe Einzelhandelsversorgung gewährleistet werden.
- **[Z 2]** Flächen für die Ansiedlung von Einkaufszentren, großflächiger Einzelhandelsbetriebe und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben (regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in Unter-, Mittel-, oder Oberzentren ausgewiesen werden. Abweichungen hiervon sind zur Sicherung einer flächendeckenden Grundversorgung möglich. Aus raumstrukturellen Gründen sind Ausweisungen für Nahversorgungsbetriebe mit bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche in allen Gemeinden regelmäßig zulässig.
- **[Z 3]** Die planungsrechtlichen Grundlagen für die Ansiedlung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimenten dürfen nur innerhalb der zentralörtlichen Versorgungskerne geschaffen werden. Ausnahmen hiervon sind zur eigenen Versorgung einer Gemeinde oder von Stadt- und Ortsteilen möglich, wenn keine erheblichen Beeinträchtigungen auf die zentralörtlichen Versorgungskerne oder auf andere Kommunen zu erwarten sind.
- **[Z 4]** Standorte für die Ansiedlung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten müssen städtebaulich integriert sein oder werden. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn das Einzelhandelsgroßprojekt dem Verkauf von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten dient.
- **[Z 5]** Die zentralörtlichen Versorgungskerne werden in der Raumnutzungskarte gebietsscharf als Vorranggebiete festgelegt.
- **[G 6]** Die Kommunen mit zentralörtlichen Versorgungskernen nach **Z 5** sollen diese im Rahmen der Bauleitplanung in Form von zentralörtlichen Versorgungsbereichen konkretisieren.

- **[Z 7]** Bei regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der zentralörtlichen Versorgungskerne angesiedelt werden, sind zentrenrelevante Randsortimente auf 10 % der Verkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m² zu beschränken.
- **[Z 8]** Mehrere, in einem räumlich-funktionalen Zusammenhang stehende Einzelhandelsbetriebe sind wie ein einheitliches Einzelhandelsgroßprojekt zu werten, soweit deren gemeinsame Wirkungen überörtlich raumbedeutsam sind (Agglomeration).
- **[Z 9]** Die regionale Sortimentsliste unterscheidet „nahversorgungsrelevante Sortimente“, „zentrenrelevante Sortimente“ und „nicht zentrenrelevante Sortimente“. Die „in der Regel zentrenrelevanten Sortimente“ können im Rahmen kommunaler Einzelhandelskonzepte den „nicht zentrenrelevanten Sortimenten“ zugeschrieben werden.

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische sowie empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:



Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen (siehe dazu Kapitel 1) orientierte städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands- erhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	08/2019	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergänzende Funktionen, Leerstände
Händler- befragung	Befragung durch Stadt + Handel	08/2019	Flächendeckende Verteilung von standardisierten Fragebögen im Stadtgebiet (Rücklauf: n = 28; 21 %)	Umsatzherkunft/Einzugsbereiche, Standorteinschätzung, Geschäftsentwicklung, Angebotslücken, Stärken-Schwächen-Analyse
Haushalts- befragung	Befragung durch Stadt + Handel und externen Dienstleister	09-10/2019	Standardisierte, telefonische Befragung von Haushalten in Laupheim sowie Onlinebefragung (Stichprobengröße: n = 395)	Einkaufsorientierung, Angebotslücken, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Stärken-Schwächen-Analyse
Sekundär- statistische Analysen	Kaufkraftzahlen IFH Retail Consultants GmbH	2019	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis branchen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail Real Estate Report, IfH Köln, BBE Struktur- und Marktdaten)	
Arbeitskreissit- zungen	Durchführung durch Stadt + Handel	01/2020 05/2020	Prozessbegleitender Facharbeitskreis (Teilnahme: Verwaltung, Politik, Vertretung des Laupheimer EH (inkl. „Treffpunkt Laupheim“), IHK Ulm, Regionalverband Donau-Iller)	Diskussion der Ergebnisse der Analysephase sowie der konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes

Quelle: Stadt + Handel

4

Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Laupheim. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends emergierenden Herausforderungen für die Stadt Laupheim als Mittelzentrum sowie die Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit⁴, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.⁵ Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.⁶ Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeu-

⁴ LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

⁵ 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

⁶ 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

tung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumenten-seite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv und unterscheiden sich deutlich zwischen den Warengruppen.

Für die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ist derzeit von eher geringen Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel auszugehen. Im Gegensatz dazu sind in den zentrenrelevanten Warengruppen bereits heute schon hohe Umsatzanteile in den Online-Handel abgeflossen. Prognosen sehen dabei in ausgewählten Warengruppen (insb. Bekleidung, Schuhe) in den nächsten fünf Jahren Umsatzanteile von mehr als einem Drittel bis zu der Hälfte der Umsätze in den Online-Handel abfließen. Ebenfalls ist die Sharing-Affinität in den nicht verbrauchbaren Warengruppen höher, wobei sich dies insbesondere im Bereich Neue Medien/Unterhaltungselektronik im Bereich des Musik- und Video-streamings zeigt.

Insbesondere die Innenstadtzentren von Mittelzentren befinden sich deshalb in stärkerer Konkurrenz zum Online-Handel. Im Gegensatz zu den Grundzentren weisen sie hohe Angebote in stark vom Online-Handel betroffenen Warengruppen auf (u. a. Bekleidung, Schuhe, Neue Medien/Unterhaltungselektronik). Im Vergleich zu Großstädten verfügen Mittelzentren allerdings nicht im gleichen Maße über wirksame Wettbewerbsvorteile, wie z. B. eine starke Erlebnisorientierung bzw. hohe Kopplungseffekte. Umso wichtiger ist daher vielerorts eine auf die jeweilige Innenstadt individuell abgestimmte Positionierungsstrategie.



Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse

Quelle: Fotos (von links nach rechts) © M-SUR/Fotolia, pixabay, © oneinchpunch/Fotolia, pixabay.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „dop-

pelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Erlebnisorientierung: Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck.

In Mittelstädten sind in den Innenstädten zum Teil qualitativ höherwertige Angebote vorzufinden, welche sich jedoch z. T. auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel beschränken. Neben den qualitativ höherwertigen Angebotsstrukturen fungieren discountorientierte Angebote (z. B. Lebensmitteldiscounter, Non-Food-Discounter, Sonderpostenmärkte, Bekleidungsfachmärkte mit Discount-Charakter) als Ankerbetriebe. Ein klarer Zielgruppenfokus ist oftmals nicht mehr gege-

ben. Bei eingeschränkter Warenvielfalt und fehlender, zielgruppenspezifischer Positionierung stehen zudem nachgeordnete zentrale Versorgungsbereiche nicht mehr oder nur nachrangig im Fokus von Einzelhandelsentwicklungen. Die Folge ist ein möglicher Verlust der Versorgungsfunktion und damit einhergehende Trading-Down-Prozesse.

4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig – besonders deutlich wird dies insbesondere in Klein- und Mittelstädten. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Dies betrifft im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel (siehe Abbildung 3). Eine wohnungsnah (fußläufige) adäquate Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlichen Raum und in Gebieten mit negativer Bevölkerungsentwicklung häufig nicht mehr gesichert oder nur schwer zu erreichen.

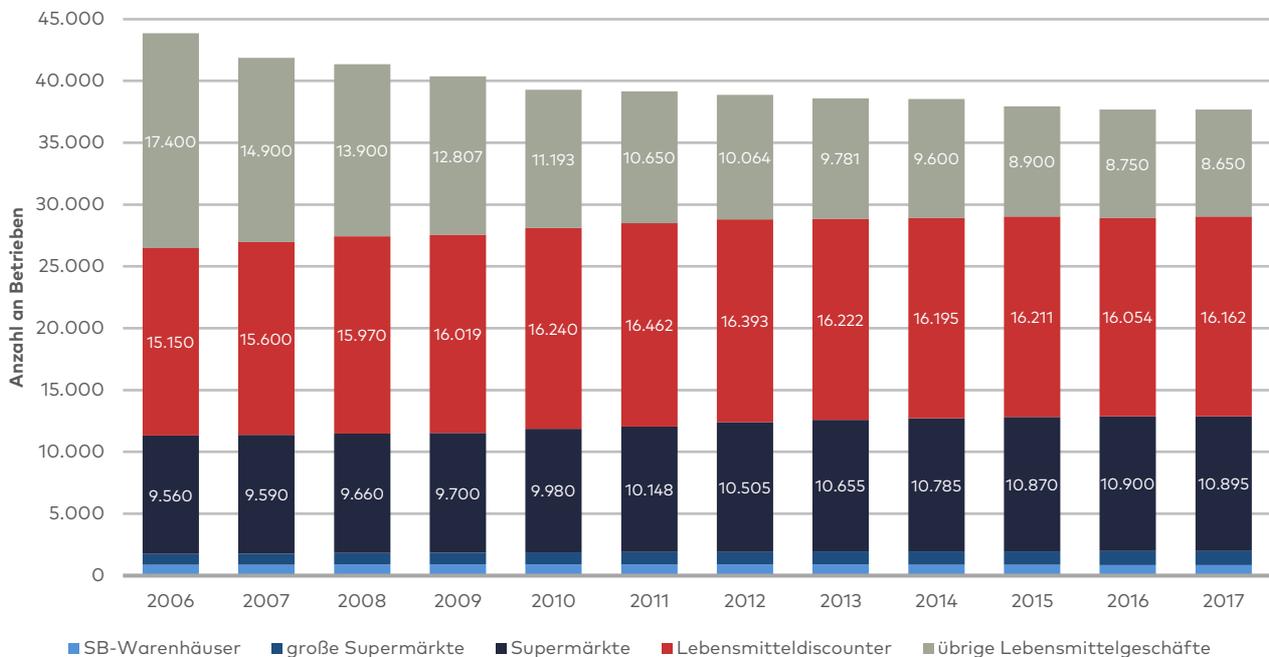


Abbildung 3: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert. Für kleinere Städte gestaltet es sich jedoch zunehmend anspruchsvoll, ein qualitativ hochwertiges Angebot in der Warengruppe Drogeriewaren vorzuhalten, da insbesondere grenzrentable Standorte im ländlichen Raum oder in Grundzentren von den Konzentrationsprozessen im Drogeriewarensegment betroffen sind.

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpas-

sungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt.⁷ Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, ist für kleinere Städte und ländliche Räume aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen⁸ (siehe Abbildung 4). Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktmodellen abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

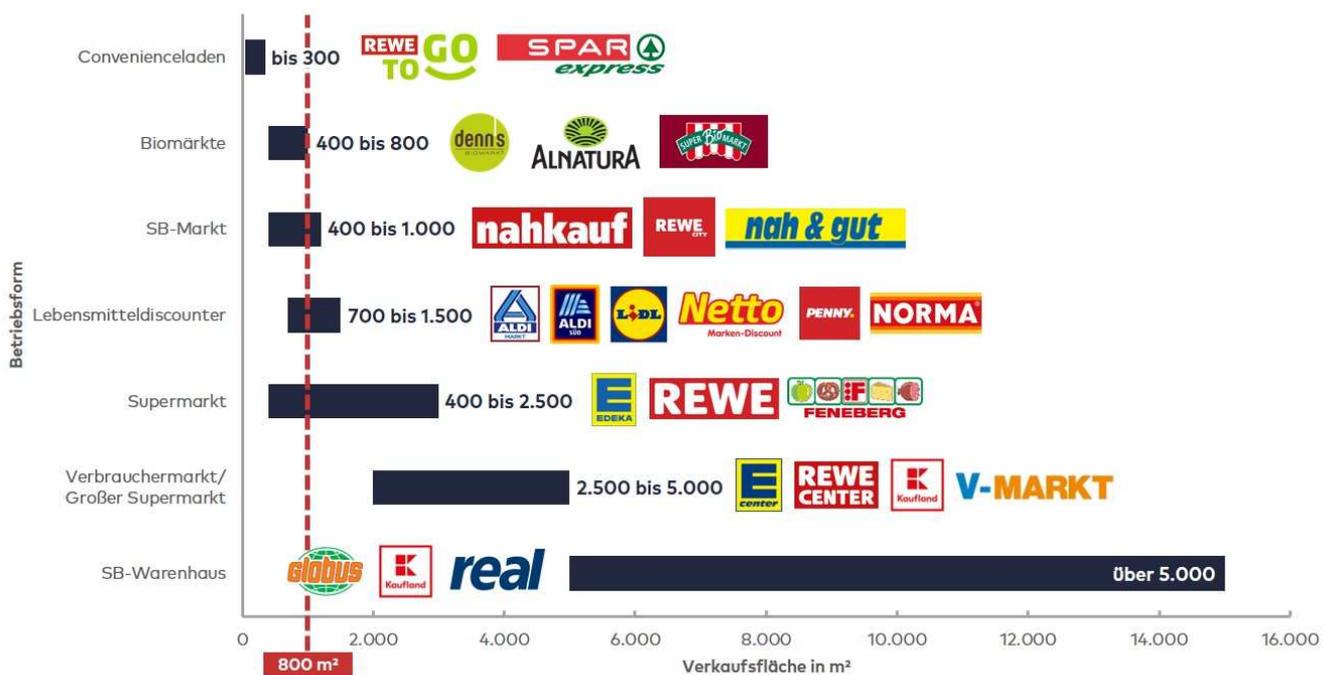


Abbildung 4: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis ILG Gruppe 2016 (leicht modifiziert und ergänzt).

Wandel der Betriebsformen: Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben

⁷ Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m², 2016 rd. 804 m² (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m², 2016 rd. 1.245 m² (+17 %).

⁸ Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmittel-discounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen. Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser“ mit einem entsprechend großen Waren-spektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig ab-zuwägen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flä-chenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen sta-tionärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben ei-nem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewaren-handel bedingt.⁹ Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten vieler Betriebe v. a. bedingt durch den On-line-Handel und mit räumlichem Fokus auf Klein- und Mittelstädte.

Nachfolgeproblematik: Insbesondere in kleineren Städten mit einem hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelas-tung, langen Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümergeitigen Erwartungen an die Miethöhe und den weite-ren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfol-gersuche jedoch zunehmend anspruchsvoller. So stehen Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer. Immobilienseitige Defi-zite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanie-rungsstau) erschweren die Situation weiter.

Neue Handelsformen und -formate: Fachgeschäfte haben ihre Funktion als Leit-betriebe der Ortskerne größtenteils verloren. In Kleinstädten stellen stattdessen filialisierte Anbieter des täglichen Bedarfs (insbesondere Supermärkte, Lebens-mitteldiscounter, Drogeriefachmärkte) sowie discountorientierte Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (u. a. Non-Food-Discounter in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK¹⁰/Hausrat/Einrichtungszubehör) die wichtigsten Mag-netbetriebe dar. Weitere Handelsformen wie z. B. Shopping-Center und Factory-Outlet-Center sind primär in größeren Städten zu finden. Lediglich kleinere, zu-meist autokundenorientierte Fachmarktzentren stellen eine gängige Handelsag-gglomeration in Kleinstädten dar, die aufgrund ihres Flächenanspruchs und oft-mals mangelnder städtebaulichen Qualität nur schwer in integrierte Siedlungs-la-gen bzw. zentrale Versorgungsbereiche einzubinden sind.

⁹ In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzel-handelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

¹⁰ GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und wird laut Prognosen im Jahr 2018 bei rd. 53,4 Mio. Euro (rd. 10,2 % des Einzelhandelsumsatzes) liegen (siehe Abbildung 5). Es sind allerdings sortimentspezifisch große Unterschiede festzustellen.

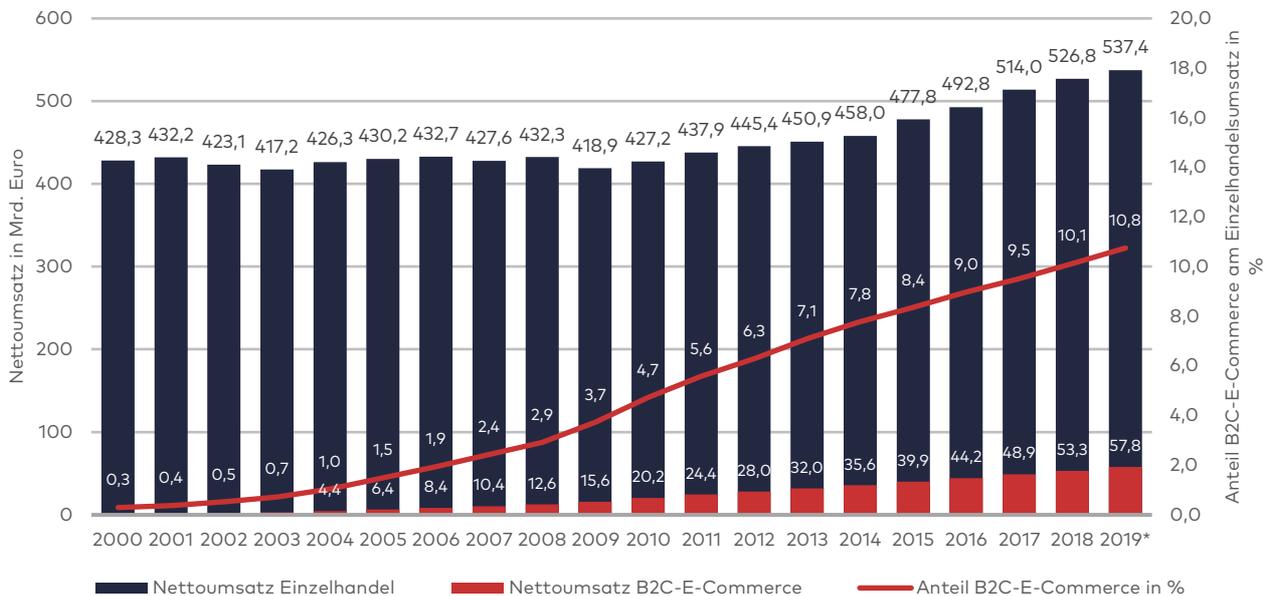


Abbildung 5: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist¹¹, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang mit rd. 1,7 % noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen¹² (siehe dazu auch Kapitel 4.1.1). Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden.

Für Städte wie Laupheim werden sich mittelfristig voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Folgenden werden die relevanten siedlungsräumlichen Faktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur vorgestellt. Eine Darstellung weiterer relevanter angebots- und nachfrageseitiger Parameter folgt in den Kapiteln 4.3 bis 4.7.

¹¹ Unterhaltungselektronik rd. 25,7 %, Fashion & Accessoires rd. 23,5 %, Freizeit & Hobby rd. 22,9 %, Büro & Schreibwaren rd. 22,8 % (vgl. HDE/IFH 2017).

¹² Vgl. HDE/IFH 2017.

SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Versorgungsfunktion

Zentralörtliche Funktion Mittelzentrum

Einwohner (Hauptwohnsitz) 22.503

Nächstgelegene Mittelzentren (Pkw-Fahrzeit)

Biberach (22 min)
Illertissen (28 min)
Ehingen (Donau) (30 min)

Nächstgelegene Oberzentren (Pkw-Fahrzeit)

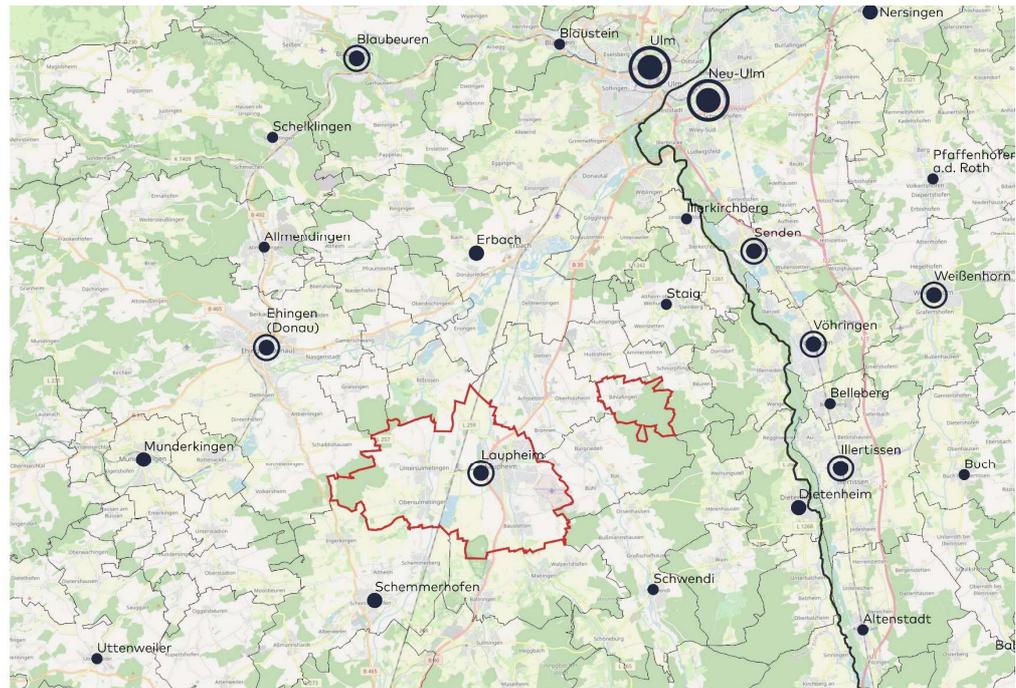
Neu-Ulm (21 min)
Ulm (25 min)
Memmingen (50 min)

Administrative Grenzen

- Untersuchungskommune
- Kommunen
- Bundesland

Zentralörtliche Funktion

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Unterzentrum
- Kleinzentrum



Siedlungsstrukturelle Kennwerte Gesamtstadt

Einwohner (Stand: 07/2019) 22.503

Relative Einwohnerentwicklung bis 2025 + 2,45 %

Einwohner nach Stadtteilen

Laupheim (Hauptort)	15.955 (71 %)
Baustetten	2.165 (10 %)
Untersulmetingen	2.083 (9 %)
Obersulmetingen	1.420 (6 %)
Bihlafingen	880 (4 %)

Verkehrliche Anbindung

Motorisierter Individualverkehr Verkehrliche Anbindung über die B30 sowie die umliegenden Landstraßen; kein direkter Autobahnanschluss oder zu weiteren Bundesstraßen

Öffentlicher Personennahverkehr Anbindung an das Regionalbahnnetz (u. a. Biberach und Ulm) sowie an das Busliniennetz für die umliegenden Gemeinden

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: Stadt Laupheim (31.07.2019); Einwohnerprognose: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg – Bevölkerungsvorausberechnung bis 2035; Zentralörtliche Funktionen: BBSR 2008 (aktualisiert durch Stadt + Handel); Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IfH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die folgenden Tabellen stellen die sozioökonomischen Rahmendaten der Stadt Laupheim im Verlauf der letzten Jahre im Vergleich zum Landkreis Biberach dar. Aus den Daten lassen sich wichtige Rückschlüsse zum Versorgungsgebiet von Laupheim und den daraus resultierenden Kaufkraftströmen ziehen.

Tabelle 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Laupheim

Laupheim	2016	2017	2018	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	12.073	12.720	13.292	10,1 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	9.294	9.525	9.738	4,8 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	8.019 (66 %)	8.642 (68 %)	9.029 (68 %)	12,6 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	5.244 (56 %)	5.451 (57 %)	5.476 (56 %)	4,4 %
Pendlersaldo	2.775	3.191	3.553	28,0 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Stichtag: 30.06.).

Tabelle 3: Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreises Biberach

Landkreis Biberach	2016	2017	2018	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	79.285	82.200	84.321	6,4 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	82.614	84.904	87.046	5,4 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	21.620 (27 %)	22.900 (28 %)	23.956 (28 %)	10,8 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	24.982 (30 %)	25.642 (30 %)	26.725 (31 %)	7,0 %
Pendlersaldo	-3.362	-2.742	-2.769	17,6 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Stichtag: 30.06.).

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist in Laupheim im Untersuchungszeitraum gestiegen – v.a. die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort ist gegenüber der Entwicklung im Landkreis deutlich angestiegen. Die wirtschaftliche Entwicklung in Laupheim ist damit als leicht überdurchschnittlich zu bezeichnen. Das zunehmend positive Pendlersaldo von Laupheim sowie die positive Entwicklung im Landkreis Biberach deuten darüber hinaus darauf hin, dass die Bedeutung von Laupheim als Arbeitsort in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat. Die Mobilität der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist – bezogen auf die Pendlerzahlen – relativ hoch. Sowohl die Ein- als auch die Auspendlerquote im Jahr 2018 ist mit rd. 68 % bzw. rd. 56 % deutlich höher als die vergleichbaren Werte im gesamten Landkreis mit rd. 28 % bzw. rd. 31 %.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Stadt Laupheim verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 157,3 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 6.989 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.644 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	59,5	2.644
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	8,9	396
Blumen, zoologischer Bedarf	2,7	120
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	4,3	189
Kurzfristiger Bedarfsbereich	75,4	3.350
Bekleidung	13,4	595
Schuhe/Lederwaren	3,8	171
Pflanzen/Gartenbedarf	2,6	116
Baumarktsortiment i. e. S.	11,2	497
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1,7	78
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	3,4	150
Sportartikel/Fahrräder/Camping	3,9	173
Mittelfristiger Bedarfsbereich	40,0	1.779
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	3,6	161
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1,7	74
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	1,5	65
Möbel	8,5	378
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	4,9	216
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	9,8	435
Uhren/Schmuck	1,9	84
Sonstiges	10,1	447
Langfristiger Bedarfsbereich	41,9	1.860
Gesamt	157,3	6.989

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 08/2019; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2017; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft¹³ beträgt in Laupheim rd. 108 und liegt damit sowohl über dem Durchschnitt von Baden-Württemberg (rd. 105) als auch über dem Bundesdurchschnitt von 100. Auch die Mehrzahl an Nachbarkommunen verfügen über ein eher überdurchschnittliches Kaufkraftniveau. Eine Ausnahme bildet z.B. die östlich an der Grenze zum Bundesland Bayern gelegene Stadt Dietenheim (siehe Abbildung 6).

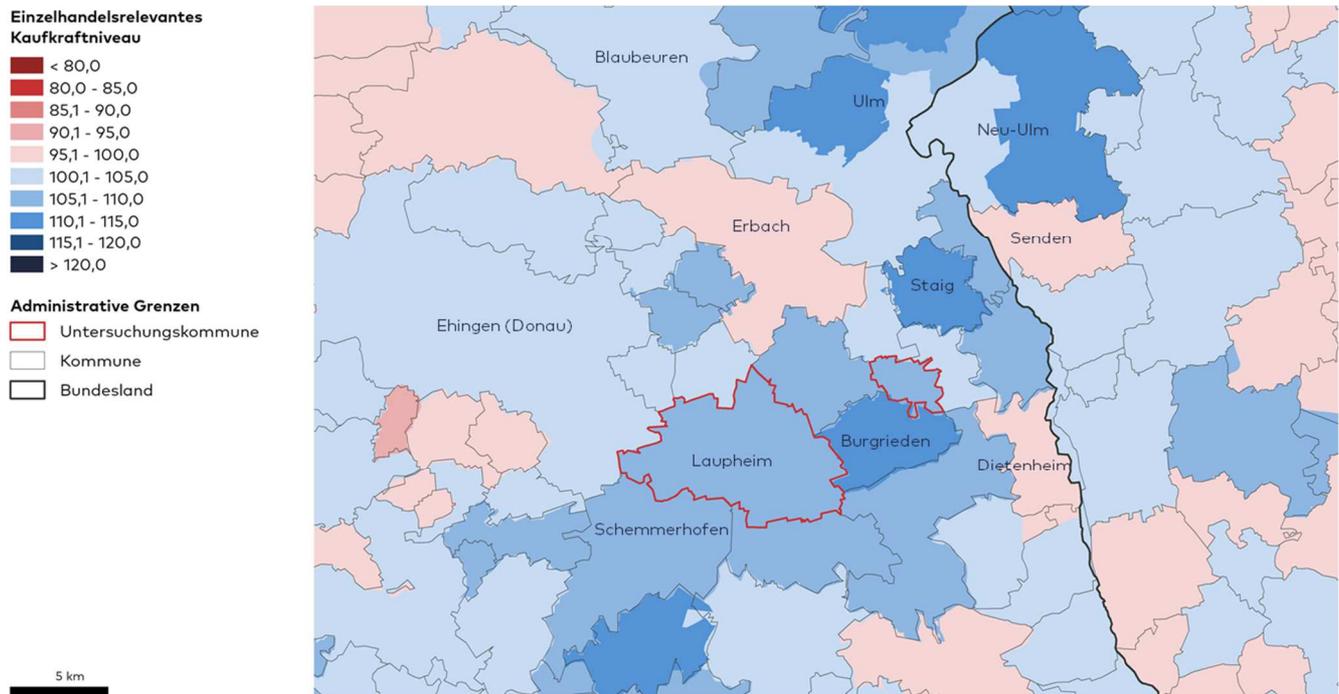


Abbildung 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Laupheim und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2017; Kartengrundlage ESRI (2005) PLZ-Gebiete.

Die genannten Größen zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau lassen wichtige Aussagen zur Attraktivität des Einzelhandelsstandortes zu. Zur Ermittlung dieser Kenngrößen dient die von Stadt + Handel durchgeführte Händler- und Haushaltsbefragung (08-10/2019); im Ergebnis liefert diese Befragung Daten zur sogenannten lokalen Einkaufsorientierung der befragten Haushalte (Abbildung 7 und Abbildung 8) - die jedoch auftragsgemäß nur im Stadtgebiet Laupheim und nicht im Mittelbereich durchgeführt wurde - sowie zur Kundenherkunft aus Sicht der Händler (Abbildung 9).

¹³ Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

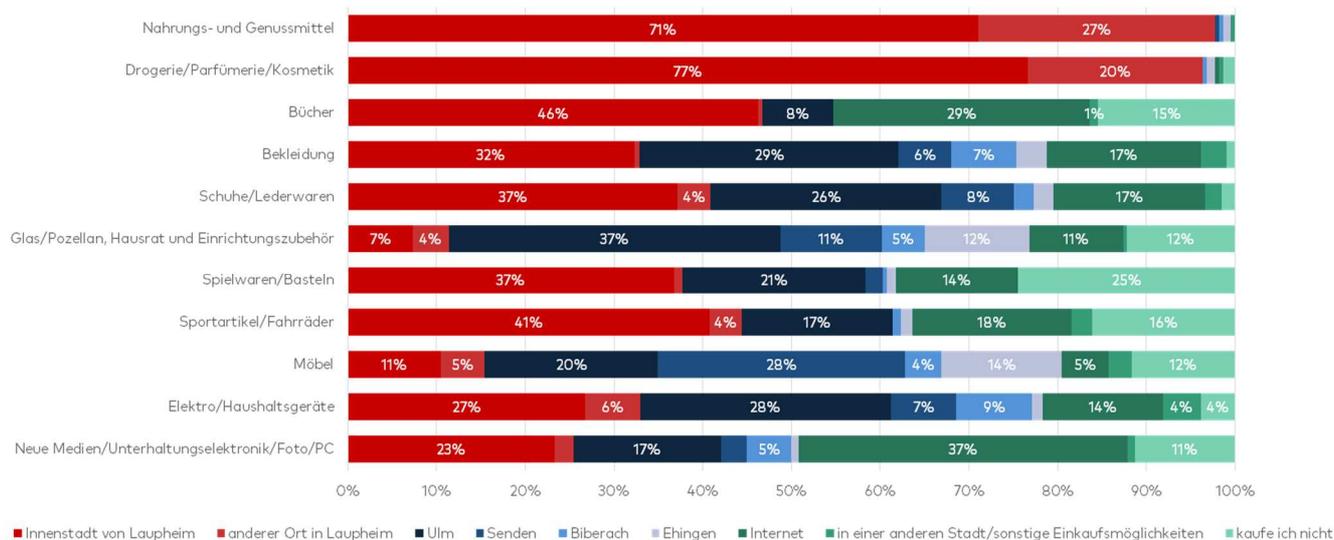


Abbildung 7: Haushaltsbefragung (telefonisch) – Einkaufsorte nach Sortiment

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 09-10/2019.

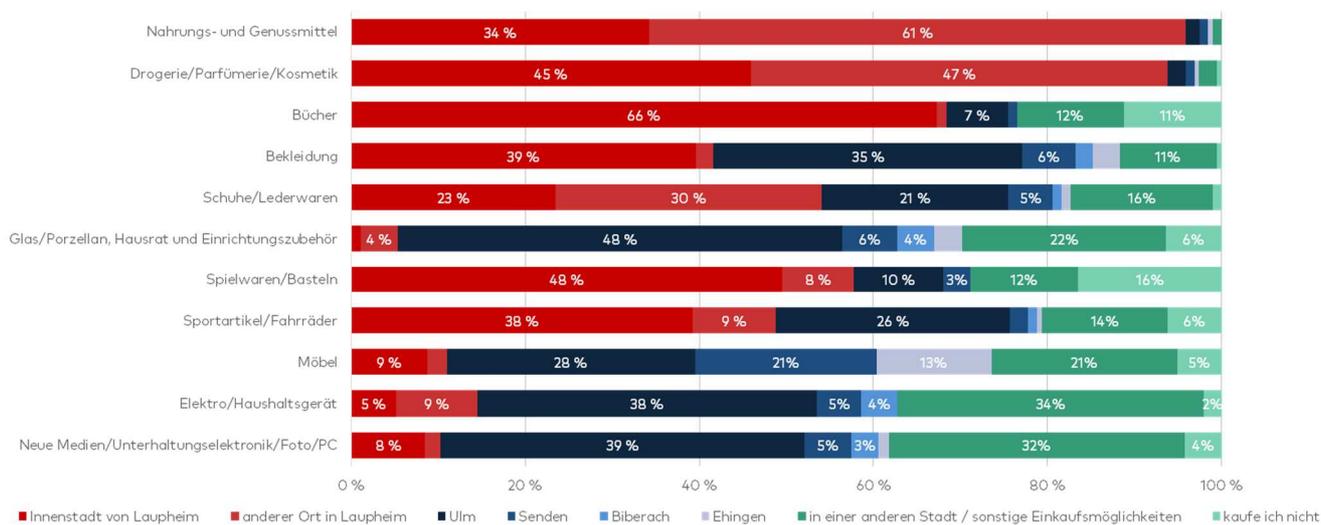


Abbildung 8: Haushaltsbefragung (online) – Einkaufsorte nach Sortiment

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 09-10/2019.

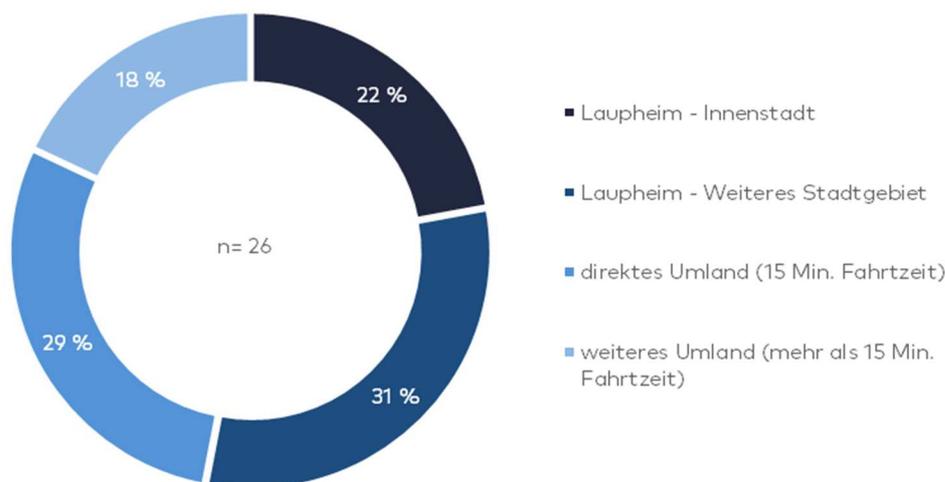


Abbildung 9: Händlerbefragung - Kundenherkunft

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 08/2019.

Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigen, dass Laupheim vorrangig eine lokale Einkaufsorientierung für die aufgelisteten Sortimente des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs aufweist, was – im Hinblick auf die zentralörtliche Funktion als Mittelzentrum – zur Versorgung der Stadt und des umliegenden Mittelbereichs als angemessen erscheint.

Darüber hinaus wird ersichtlich, dass Laupheim bei den kurzfristigen Bedarfsgütern eine sehr hohe lokale Einkaufsorientierung erzielt. Dies gilt insbesondere für die Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie, Parfümerie, Kosmetik, Apotheke bezüglich welcher stets über 90 % der in Laupheim wohnenden Kunden angaben, diese Waren in der Innenstadt oder einem anderen Ort in Laupheim einzukaufen.

Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgruppen zeigt sich, dass auch hier ein recht großer Anteil der Einkaufsorientierung auf das Stadtgebiet von Laupheim bzw. die entsprechenden Angebotsstrukturen entfällt. Es wird jedoch auch deutlich, dass v. a. die Stadt Ulm als nächstgelegenes Oberzentrum, als Einkaufsort für die mittelfristigen Bedarfsgruppen aufgesucht wird.

Eine Ausnahme im mittelfristigen Bedarfsbereich bildet hierbei das innenstadtaffine Sortiment Glas/Porzellan, Hausrat und Einrichtungszubehör, bei welchem die Einkaufsorientierung für Laupheim im Durchschnitt bei nur rd. 8 % liegt. Der Grund hierfür ist v. a. in der Absenz entsprechender Angebotsstrukturen in Laupheim zu sehen. Das fehlende Angebot bzw. die fehlende Auswahlmöglichkeit wird nochmals durch die Haushaltsbefragung zu vermissten Artikeln/Warengruppen/Angeboten untermauert (vgl. hierzu Abbildung 14 und Abbildung 15).

Im langfristigen Bedarfsbereich bewegt sich die lokale Einkaufsorientierung bei deutlich unter 30 %, bei dem Sortiment Möbel sogar bei unter 20 %. Da Laupheim allerdings als Mittelzentrum eingestuft ist, ist das geringe Angebot im langfristigen Bedarfsbereich zunächst nicht als zu negativ zu bewerten. Folglich zeigt sich, dass die Einkaufsorientierung bei diesen Sortimenten hauptsächlich auf Ulm liegt, da die Stadt als Oberzentrum ein entsprechendes vielfältigeres Angebot aufweist. Beim Sortiment Neue Medien/Unterhaltungselektronik wird zudem die

hohe Onlineaffinität der Sortimente bzw. die entsprechend anzunehmenden Kaufkraftabflüsse in den Onlinehandel ersichtlich.

Neben der durchgeführten Haushaltsbefragung zeigt sich bei der Händlerbefragung zur Herkunft der Kunden (Abbildung 9), dass über 50 % der Kunden aus dem Stadtgebiet von Laupheim sind und weitere 29 % aus dem direkten Umland stammen, was die Versorgungsfunktion von Laupheim für ihre Bürger sowie für den umliegenden Mittelebereich nochmals verstärkt. Gleichzeitig wird jedoch auch die Bedeutung Laupheims als Einkaufsstandort über das direkte Umland hinaus deutlich.

4.4 GESAMTSTÄDTISCHE ANGEBOTSANALYSE

Im Stadtgebiet von Laupheim wurden im Rahmen der Einzelhandelserhebung (08/2019) insgesamt 130 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 53.800 m² verfügen (siehe Tabelle 5). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Laupheim mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,39 m² je Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m² VKF/Einwohner¹⁴) liegt. Dies deutet auf eine wichtige Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Laupheim für sein Umland hin.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in Laupheim

Strukturdaten	Erhebung 08/2019
Einwohner	22.503
Anzahl der Betriebe	130
Gesamtverkaufsfläche in m ²	53.800
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	2,39

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 08/2019; Einwohner: Stadt Laupheim (Stand: 07/2019, nur Hauptwohnsitz); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Laupheim der überwiegende Anteil der Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich integrierten Lagen (rd. 31 % in ZVB und rd. 26 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen) angesiedelt sind. Die übrigen Betriebe sind mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 14 % in städtebaulich nicht integrierten Lagen und mit einem Anteil von rd. 29 % im städtebaulich nicht integrierten Sonderstandort „Neue Welt“ angesiedelt. Abbildung 10 stellt die in Laupheim erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

¹⁴ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

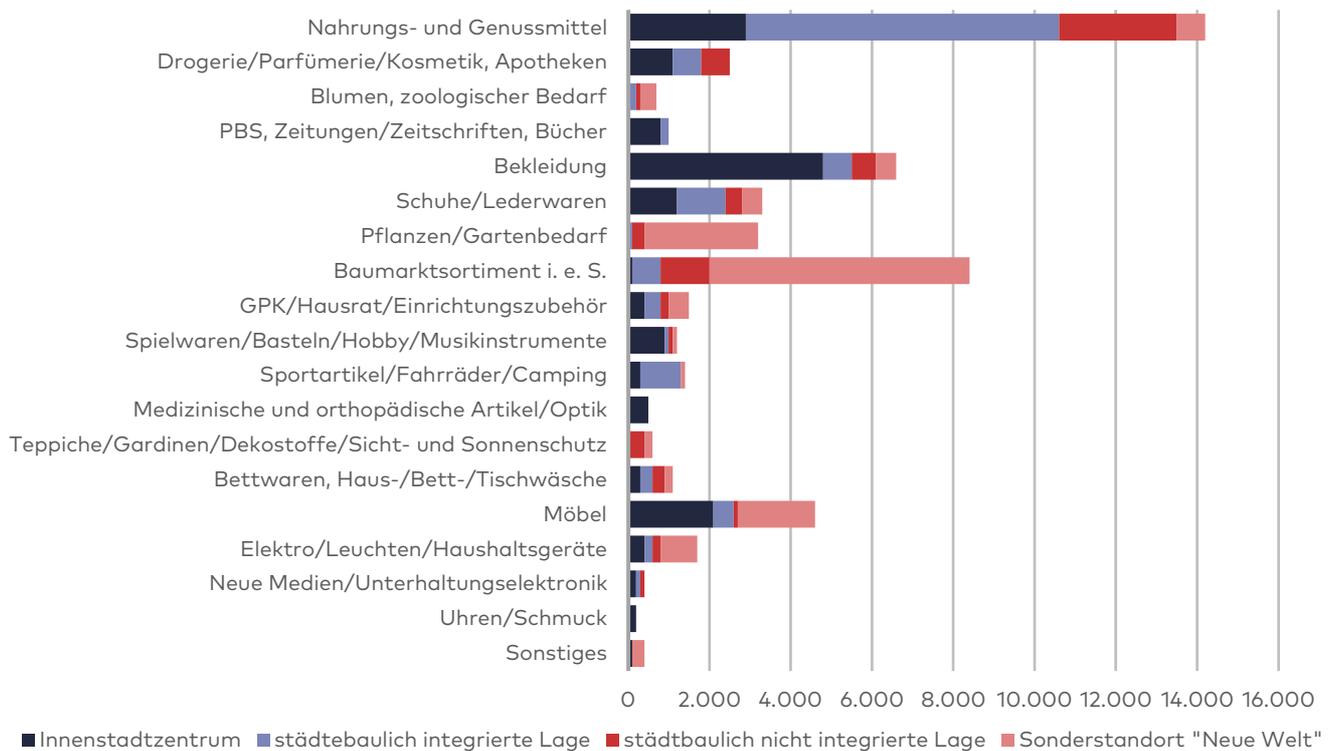


Abbildung 10: Einzelhandelsbestand in Laupheim nach Warengruppen und Lagebereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 08/2019; ZVB-Abgrenzung: REHK 2014; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör, Kinderwagen, Erotikartikel.

Hinsichtlich der sortimentspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in Laupheim ist hinsichtlich der Verkaufsfläche überwiegend geprägt durch die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Dies begründet sich v. a. durch großflächige Angebotsformen (u. a. Kaufland und EDEKA-Center), die in einer städtebaulich integrierten Lage vorzufinden sind. Zudem findet sich ein erheblicher Verkaufsflächenanteil in der Warengruppe Baumarktsortiment i. e. S. am Sonderstandort „Neue Welt“.
- In den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten (insb. Bekleidung und Schuhe/Lederwaren) ist sowohl absolut als auch relativ betrachtet ein hoher Anteil der Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum und nachgeordnet in städtebaulich integrierten Bereichen verortet. Ein deutlich geringerer Anteil der Leitsortimente befindet sich im städtebaulich nicht integrierten Bereich bzw. am Sonderstandort „Neue Welt“.
- Das Verkaufsflächenangebot in städtebaulich nicht integrierter Lage besteht überwiegend aus den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf, Baumarktsortiment i. e. S. und Möbel. Betriebe mit diesen Sortimenten sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i.d.R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Einzelhandelsangebot in Laupheim hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und dem Anteil der Verkaufsfläche als leicht un-

terdurchschnittlich für ein Mittelzentrum zu bewerten ist. Die überwiegende Verortung der Verkaufsflächen im Innenstadtzentrum bzw. in städtebaulich integrierten Lagen ist zudem positiv einzuordnen.

4.5 UMSATZ UND ZENTRALITÄT

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze¹⁵ im Einzelhandel von Laupheim basiert auf allgemeinen und für die Stadt Laupheim spezifizierten angebots- und nachfrage-seitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden grundlegende **nachfrage-seitige Rahmenbedingungen** (siehe dazu Kapitel 4.1.1) berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie sozioökonomische Strukturdaten.
- Im Rahmen eines Desk-Researchs werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in Laupheim beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortiments-spezifischen Umsätze werden abschließend mit Hilfe von Stadt + Handel vorliegenden **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter** plausibilisiert. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die, mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage, in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von 154,2 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 157,3 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität¹⁶ von rd. 98. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion Laupheims als Mittelzentrum und in Relation zu den umliegenden teilweise leistungsstärkeren Zentren als leicht unterdurchschnittlich anzusehen. Wie in Tabelle 6 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Laupheim je nach Warengruppe jedoch sehr differenziert aus.

¹⁵ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

¹⁶ Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) gibt das Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 6: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralität in Laupheim

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	14.200	70,2	59,5	118
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	2.500	12,8	8,9	143
Blumen, zoologischer Bedarf	700	2,1	2,7	79
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	1.000	4,3	4,3	101
Kurzfristiger Bedarfsbereich	18.500	89,4	75,4	119
Bekleidung	6.700	13,8	13,4	103
Schuhe/Lederwaren	3.300	6,0	3,8	155
Pflanzen/Gartenbedarf	3.200	2,0	2,6	78
Baumarktsortiment i. e. S.	8.400	14,2	11,2	127
GPK/Hausrat/Einrichtungszu- behör	1.500	1,6	1,7	93
Spielwaren/Basteln/Hobby/Mu- sikinstrumente	1.100	3,7	3,4	111
Sportartikel/Fahrräder/Cam- ping	1.300	3,2	3,9	81
Mittelfristiger Bedarfsbereich	25.600	44,5	40,0	111
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	500	3,4	3,6	93
Teppiche/Gardinen/Deko- stoffe/Sicht- und Sonnenschutz	700	0,9	1,7	57
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tisch- wäsche	1.100	1,5	1,5	101
Möbel	4.600	4,3	8,5	51
Elektro/Leuchten/Haushaltsge- räte	1.600	4,0	4,9	83
Neue Medien/Unterhaltungs- elektronik	500	2,8	9,8	29
Uhren/Schmuck	300	1,8	1,9	96
Sonstiges	500	1,5	10,1	15
Langfristiger Bedarfsbereich	9.700	20,3	41,9	49
Gesamt	53.800	154,2	157,3	98

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 08/2019; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör, Kinderwagen, Erotikartikel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

In der zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird eine Zentralität von 118 erreicht, was einen Kaufkraftzufluss von außerhalb Laupheims bedeutet. In den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken und PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher wird mit Zentralitäten von 143 und 101 ist ebenfalls ein

sehr deutlicher bzw. sehr marginaler Kaufkraftzufluss aus den umliegenden Gemeinden nach Laupheim erkennbar. Lediglich in der Warengruppe Blumen, zoologischer Bedarf ist mit einer Zentralität von 79 ein Kaufkraftabfluss aus der Stadt Laupheim im kurzfristigen Bedarfsbereich erkennbar. Insgesamt erfüllt die Stadt Laupheim demnach im kurzfristigen Bedarfsbereich ihre Versorgungsfunktion nicht nur für das eigene Stadtgebiet, sondern auch für angrenzende Kommunen.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich weist Laupheim eine durchschnittliche Zentralität von 111 auf. Die Stadt Laupheim hat neben der Versorgung mit Gütern des qualifizierten Grundbedarfs auch die Versorgung für den gehobenen Bedarf für die Bürger von Laupheim und den Mittelbereich zu übernehmen. In einigen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs, wie z.B. Baumarktsortiment i. e. S. sowie Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, weist Laupheim teilweise deutlich überdurchschnittliche Zentralitäten auf, was aufgrund der Angebotsstrukturen aus deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus den umliegenden Kommunen resultiert. Die niedrigsten Zentralitäten werden mit rd. 78 bzw. rd. 81 in den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf sowie Sportartikel/Fahrräder/Camping erreicht, wodurch keine vollständige Bindung der Kaufkraft besteht und Kaufkraftabflüsse ins Umland zu verzeichnen sind.

Die höchste Zentralität im mittelfristigen Bedarfsbereich von rd. 155 wird in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren erreicht, was auf entsprechend großflächig ausgeprägte Angebotsstrukturen zurückzuführen ist.

In den Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs zeigen sich in Laupheim in den meisten Bereichen unterdurchschnittliche Zentralitäten bzw. Kaufkraftabflüsse, was auf entsprechend fehlende Angebotsstrukturen hinweist. Die niedrigste Zentralität wird mit rd. 29 in der Warengruppe Neue Medien/Unterhaltungselektronik erreicht. Eine weitere niedrige Zentralität von rd. 51 entfällt auf die Warengruppe Möbel. Die höchste Zentralität im langfristigen Bedarfsbereich wird mit rd. 101 in der Warengruppe Bettwaren, Haus- /Bett-/Tischwäsche erreicht.

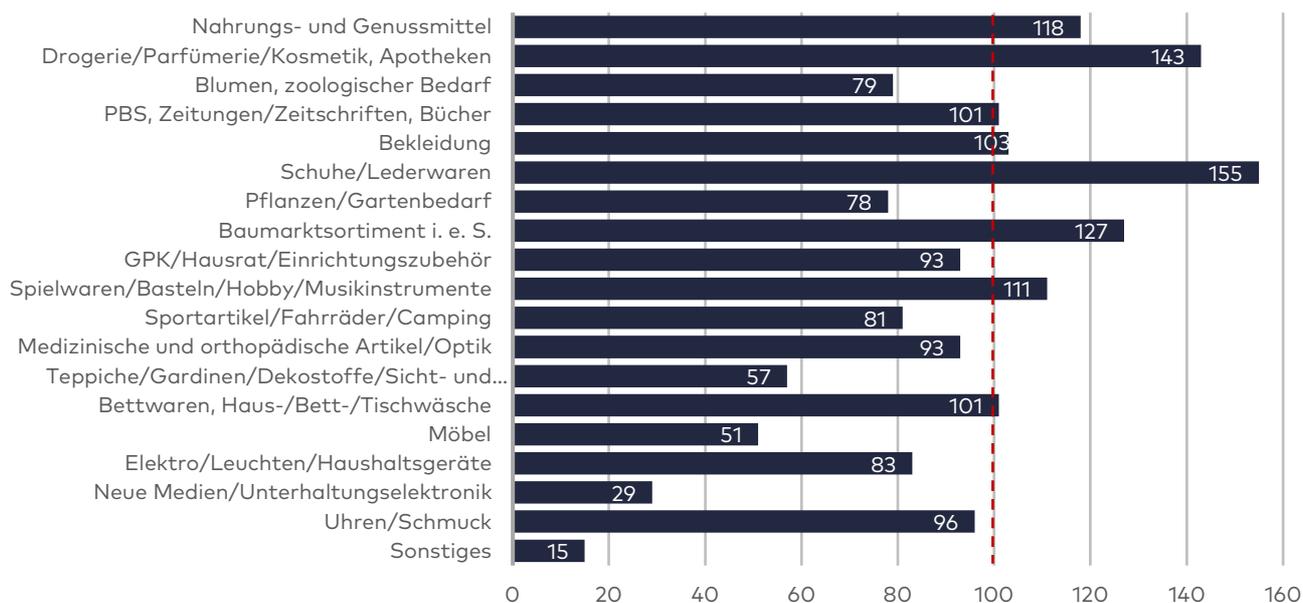


Abbildung 11: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität in Laupheim

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren, GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u.a. Kfz-Zubehör.

Anhand der dargestellten Zentralitäten insbesondere in den Warengruppen des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs zeigt sich, dass Laupheim den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag für die Stadt und die umliegenden Kommunen, v. a. in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten in großen Teilen erfüllen kann. Die Versorgungsfunktion ist jedoch in Abhängigkeit von der jeweiligen Warengruppe differenziert zu bewerten.

4.6 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse und unter Berücksichtigung des REHK Donau-Iller aus dem Jahr 2014 sowie dem Entwurf der Gesamtfortschreibung des genannten Regionalplans Donau-Iller aus dem Jahr 2019 können neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt noch zwei weitere strukturprägende Standortbereiche bzw. Einzelhandelsagglomerationen mit einem gewissen Standortgewicht in Laupheim identifiziert werden. Der zentrale Versorgungsbereich aus dem REHK Donau-Iller wird im Folgenden hinsichtlich seiner städtebaulich-funktionalen Aspekte analysiert und angepasst. Die städtebauliche Einordnung zu den weiteren Standortbereichen findet sich im weiteren Verlauf in den konzeptionellen Abschnitten des Berichts.

ZVB INNENSTADTZENTRUM LAUPHEIM

Räumliche Analyse

Versorgungsfunktion

gesamtstädtisch und z.T. überörtlich

Funktion

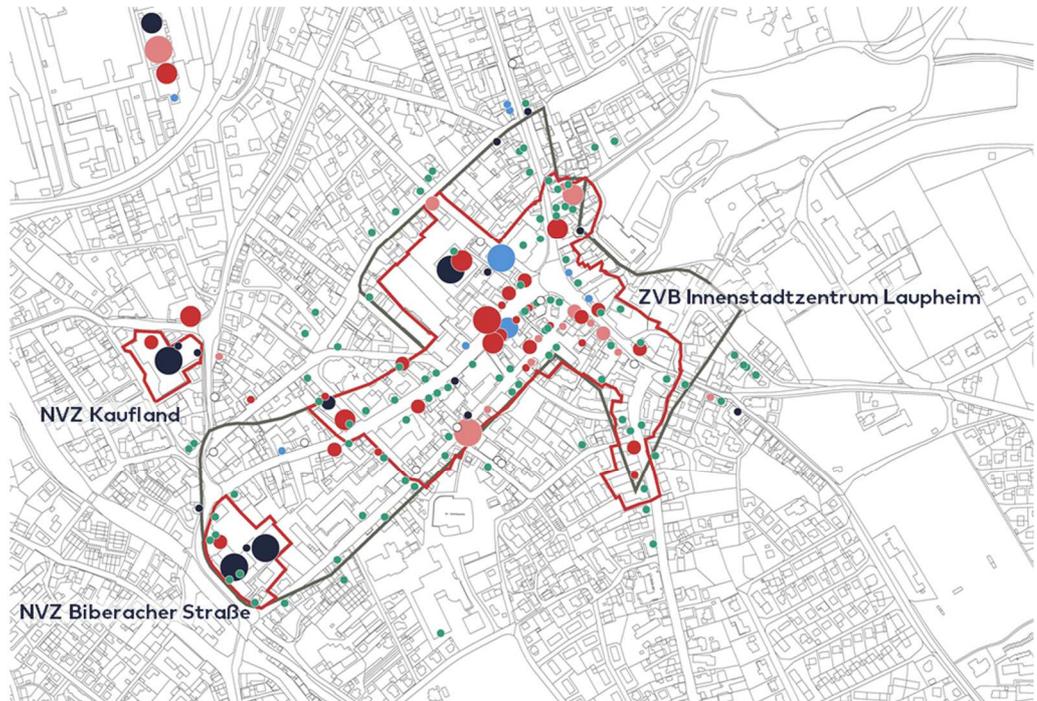
- Nahrungs- und Genussmittel
- Kurzfristiger Bedarf
- Mittelfristiger Bedarf
- Langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

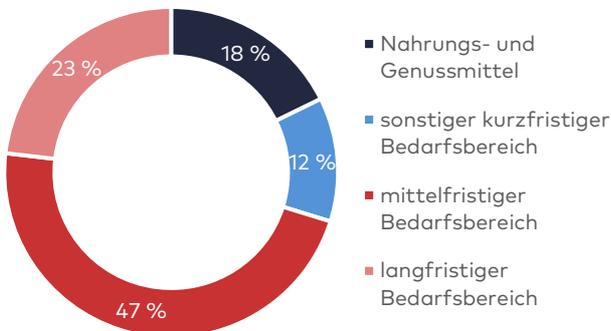
- 0 - 99 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 3.999 m²
- ab 4.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ ZVB-Abgrenzung EHK 2020
- ▭ ZVB-Abgrenzung REHK 2014



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	22.503
Rel. Einwohnerentwicklung bis 2025	+ 2,45 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	65	50 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	14.300	27 %
Anzahl der Leerstände**	6	8 %
Zentrenergänzende Funktionen	100	-

Magnetbetriebe

Müller, Feneberg, Modehaus Hofmann, Mock Einrichtungshaus, Laese Buchhandlung

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 08/2019; Einwohner: Stadt Laupheim (Stand: 31.07.2018); Kartengrundlage: Stadt Laupheim; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB INNENSTADTZENTRUM LAUPHEIM

Räumliche Integration



Erstreckt sich hauptsächlich entlang der Mittelstraße sowie rund um die Straße Marktplatz. Das Zentrum ist zum Großteil von Wohnbebauung umschlossen, zusätzlich schließen zentrenergänzende Funktionen an; makroräumlich zentral im Laupheimer Stadtgebiet gelegen; ZVB städtebaulich in umgebende Strukturen integriert.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Äußere PKW-Erreichbarkeit über Ulmer und Kapellenstraße im Norden sowie über die Biberacher und Hasen- bzw. Bühler Straße aus südlicher und östlicher Richtung; Parkflächen z.B. entlang der Mittelstraße; weitere großflächigere Parkmöglichkeiten auf dem Parkplatz des Feneberg Supermarkts und perspektivisch ab Ende 2020 im Parkhaus Rabenstraße; ÖPNV-Haltepunkte am Rathaus und in der Rabenstraße als östliche und westliche Punkte des ZVB.

Versorgungsfunktion



Übernahme der Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und z. T. überörtliche Versorgungsfunktion; geringeres städtebauliches Gewicht in Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung (rd. 27 %); Wechselwirkung mit den beiden Nahversorgungszentren in räumlicher Nähe in Bezug auf den kurzfristigen Bedarfsbereich; Problematik von teilweise kleinteiligen Ladenlokalen.

Einzelhandelsbesatz



Feneberg und Drogeriefachmarkt Müller als Nahversorger im Innenstadtzentrum mit Magnetfunktion; höchste Einzelhandelsdichte entlang der Mittelstraße sowie im Bereich des Marktplatzes mit weiteren Magnetbetrieben wie Modehaus Hofmann oder Laese Buchhandlung; vereinzelt Leerstände in Hauptfrequenzlage wie im Bereich entlang der Straße Marktplatz; zudem teilweise fehlende und spezialisierte Angebote; Wochenmarkt auf Rathausplatz (zweimal wöchentlich).

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Guter Mix an Branchen und Betriebsgrößen; Vielzahl an inhabergeführten Fachgeschäften; Magnetbetriebe verteilen sich größtenteils über den ZVB; Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Angebotsschwerpunkt sind zusammengefasst.

Zentrenergänzende Funktionen



Zentrenergänzende Funktionen in allen Lagen des ZVB verortet; sowohl Banken, verschiedene Dienstleistungen als auch gastronomische Angebote; gastronomischer Schwerpunkt rund um den Bereich Marktplatz/Mittel- und Rabenstraße.

Städtebauliche Struktur



Topographisches Gefälle in Nord-Süd-Richtung entlang der Kapellenstraße sowie der Bronner Straße aus östlicher Richtung; eingeschränkter städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zwischen den strukturprägenden Angeboten im kurzfristigen Bedarfsbereich wie Feneberg und Drogeriemarkt Müller und den anschließenden Hauptlagen der Mittelstraße und des Marktplatzes; attraktives südöstliches Eingangstor in der Lange Straße Ecke Marktplatz mit dem gleichnamigen Marktbrunnen; zugleich unattraktive nördliche Eingangssituation über Kapellenstraße durch architektonische Defizite, welche sich nicht in das Stadtbild einfügen.

Städtebauliches Erscheinungsbild



Vereinzelt sanierungsbedürftige Bausubstanz und Gebäudefassaden; rund um den Marktplatz und entlang der Hauptstraße ansprechendes Erscheinungsbild durch sanierte historische Gebäude sowie ansprechende Platzsituation; ansprechende Gestaltung der Mittelstraße durch oberirdisch verlaufendes Wasser.

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Aktuell hinsichtlich der Verkaufsfläche und Angebotsstrukturen in Teilen unterdimensioniert Innenstadtzentrum mit künftigen Entwicklungspotenzialen im Bereich der westlichen Mittelstraße als Positivbereich zur Weiterentwicklung des ZVB (perspektivische Entwicklungsachse in Richtung NVZ Biberacher Straße); zusätzliche Entwicklungschancen in der Hauptfrequenzlage durch Reduzierung der Leerstände, welche zur funktionalen Stärkung und Ergänzung des ZVB beitragen können.

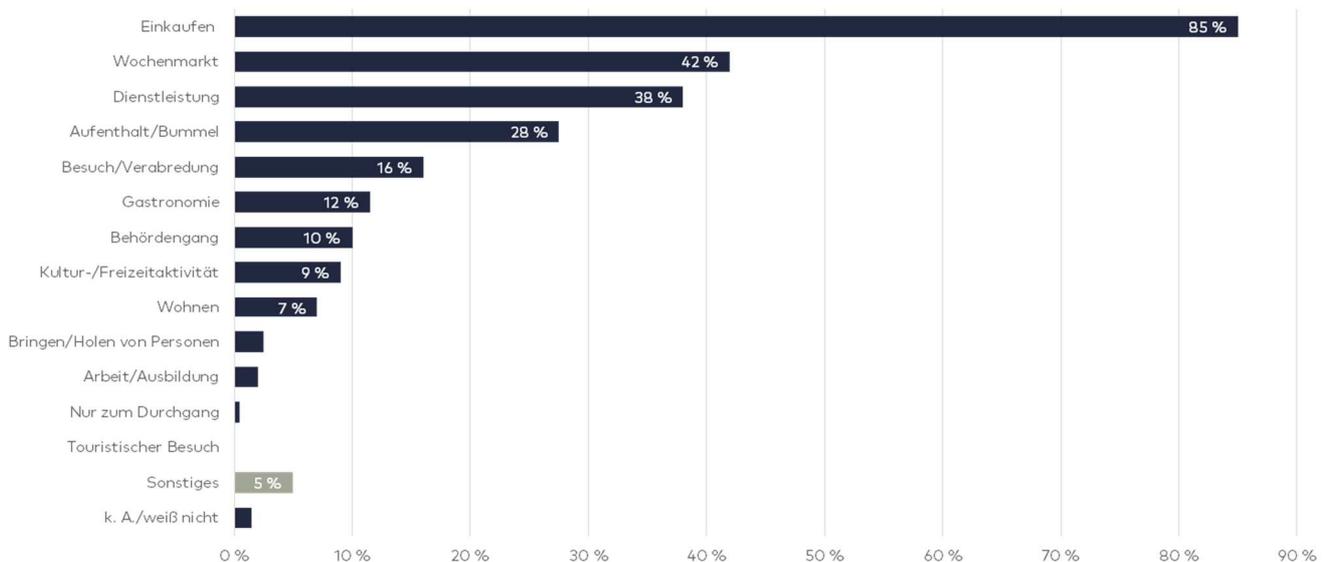
4.7 BEWERTUNG DER LAUPHEIMER INNENSTADT AUS SICHT DER KUNDEN

Im Zuge der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Laupheim, wurde im Rahmen der Bestandserhebung zusätzlich eine Händler- und Haushaltsbefragung durchgeführt. Die Haushaltsbefragung wurde in Zusammenarbeit von Stadt + Handel mit einem externen Dienstleister, sowohl telefonisch als auch online im Zeitraum von 09-10/2019 durchgeführt. Insgesamt konnten 395 Haushalte in Laupheim zu deren Einkaufsorientierung befragt werden.

In der Haushaltsbefragung wurden neben den Basisdaten wie Alter und Geschlecht ergänzend Aspekte zur qualitativen Bewertung der Laupheimer Innenstadt abgefragt. Diese qualitativen Nennungen der befragten Haushalte dienen zur Analyse der Innenstadt im Hinblick u. a. auf den Besuchsgrund, die Angabe vermisster Sortimente und die Zufriedenheit bzw. Attraktivität des Einkaufsstandortes Innenstadt Laupheim.

Besuchsgründe

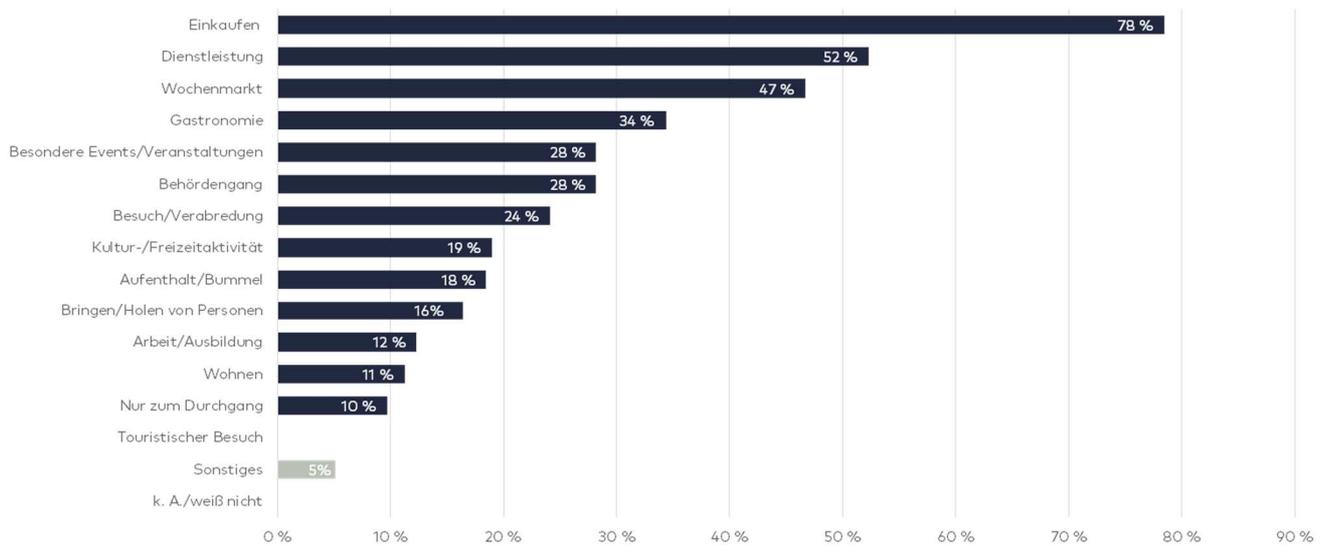
Die sowohl telefonisch als auch online befragten Kunden und Besucher suchen die Innenstadt vorrangig zum Einkaufen auf (vgl. nachstehende Abbildung). Darüber hinaus spielt der Laupheimer Wochenmarkt, die in der Innenstadt befindlichen Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie Freizeitaktivitäten i. S. von Verabredungen oder Veranstaltungen eine wichtige Rolle.



n= 200 (Mehrfachantworten möglich)

Abbildung 12: Haushaltsbefragung (telefonisch) - Besuchsgrund Innenstadt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 09-10/2019.



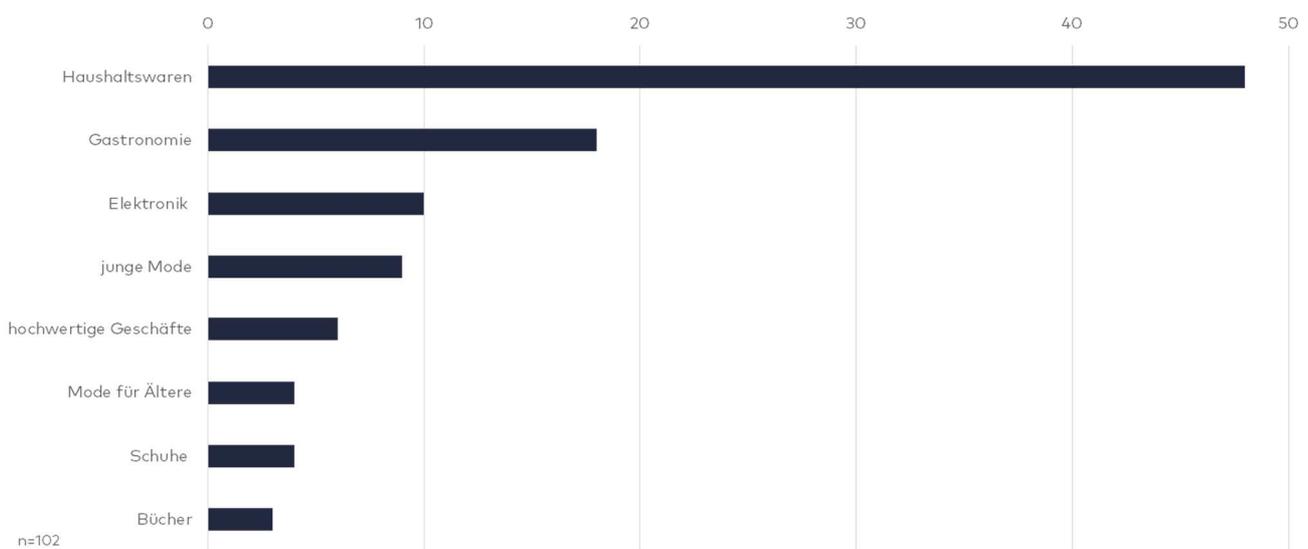
n= 195 (Mehrfachantworten möglich)

Abbildung 13: Haushaltsbefragung (online) - Besuchsgrund Innenstadt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 09-10/2019.

Vermisste Angebote

Welche Angebote im Laupheimer Innenstadtzentrum vermisst werden, veranschaulichen die nachstehenden Abbildung 14 und Abbildung 15.



n=102

Abbildung 14: Haushaltsbefragung (telefonisch) – Vermisste Artikel/Warengrupen/Angebote

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 09-10/2019.

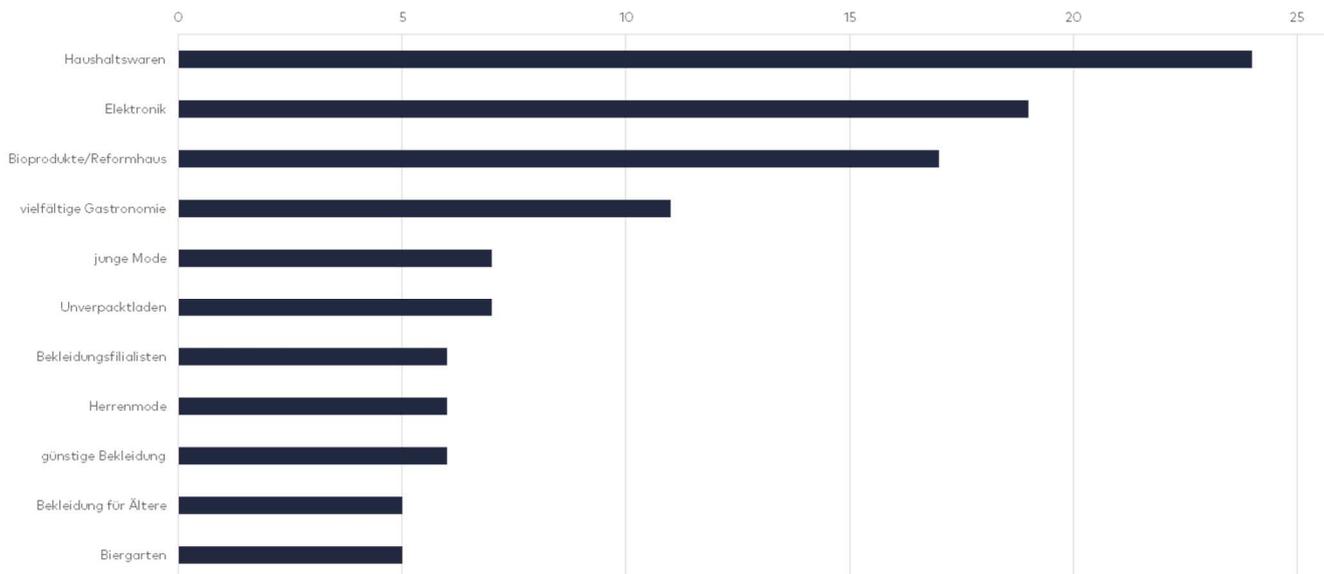


Abbildung 15: Haushaltsbefragung (online) – Vermisste Artikel/Warengruppen/Angebote

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 09-10/2019.

Zu den vermissten Artikeln der befragten Kunden und Besuchern zählt in erster Linie die Sortimentsgruppe Haushaltswaren, die im Gegensatz zu den anderen vermissten Artikeln am häufigsten genannt wurde. Darüber hinaus wurde von einem großen Anteil der Befragten die Sortimente Elektronik sowie Bekleidung genannt.

Bei dezidierter Betrachtung der genannten vermissten Sortimente Haushaltswaren und Elektronik wird in Abgleich mit den erfassten Bestandsstrukturen (s. Kapitel 4.4 bzw. Tabelle 6) und dem mittelzentralen Versorgungsauftrag von Laupheim deutlich, dass in beiden Sortimentsbereichen Handlungsbedarf besteht.

Bei einer näheren Betrachtung des vermissten Sortiments Bekleidung, geht hervor, dass diese einen gewissen Zielgruppenbezug darstellt. Aus der Befragung wird deutlich, dass eine bessere Auswahl, sowohl an junger Mode als auch an Mode für Ältere gewünscht wird. Die Bedeutung der Nennung der Warengruppe Bekleidung ist dahingehend zu relativieren, da von Kunden erfahrungsgemäß immer ein größeres Angebot in dieser Warengruppe gewünscht wird. Ersichtlich werden aufgrund der Mehrfachnennung jedoch Hinweise auf ein aus Kundensicht zu geringes Angebot im Bereich Junge Mode.

Aus den Nennungen zu den vermissten Angeboten ergeben sich nicht unmittelbar Hinweise auf marktgerechte Ansiedlungspotenziale (solche Ansiedlungspotenziale werden erst in Kapitel 5.1.3 näher untersucht). Die Aussagen zu vermissten Angeboten stellen aber - in Bezug auf die Sortimente Haushaltswaren und Elektronik deutliche - Hinweise auf eine Standort(un-)zufriedenheit sowie auf Handlungsnotwendigkeiten dar.

Neben den angegebenen Warengruppen, die von den befragten Haushalten vermisst werden, geht auch hervor, dass ein vielfältigeres Gastronomieangebot vermisst wird. Ein verbessertes Gastronomieangebot kann sich perspektivisch positiv auf den Besuchsgrund bzw. auf die -häufigkeit der Innenstadt auswirken, woraus auch Synergieeffekte für den Einzelhandel resultieren können. Demnach ist anhand der Ergebnisse der Haushaltsbefragung auch eine Handlungsnotwendigkeiten im Bereich der innerstädtischen Gastronomie erkennbar.

Bewertung der Laupheimer Innenstadt

Darüber hinaus wurden die befragten Haushalte gebeten, verschiedene Aspekte des Innenstadtzentrums von sehr gut bis mangelhaft zu bewerten.

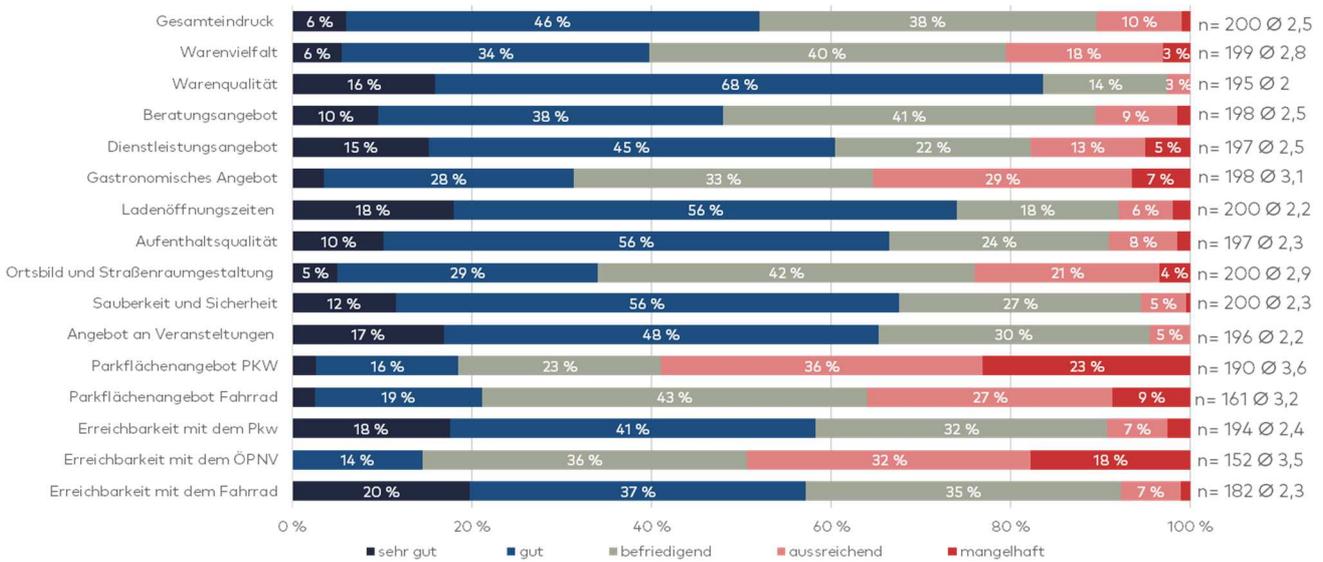


Abbildung 16: Haushaltsbefragung (telefonisch) – Aspekte der Innenstadt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 09-10/2019.

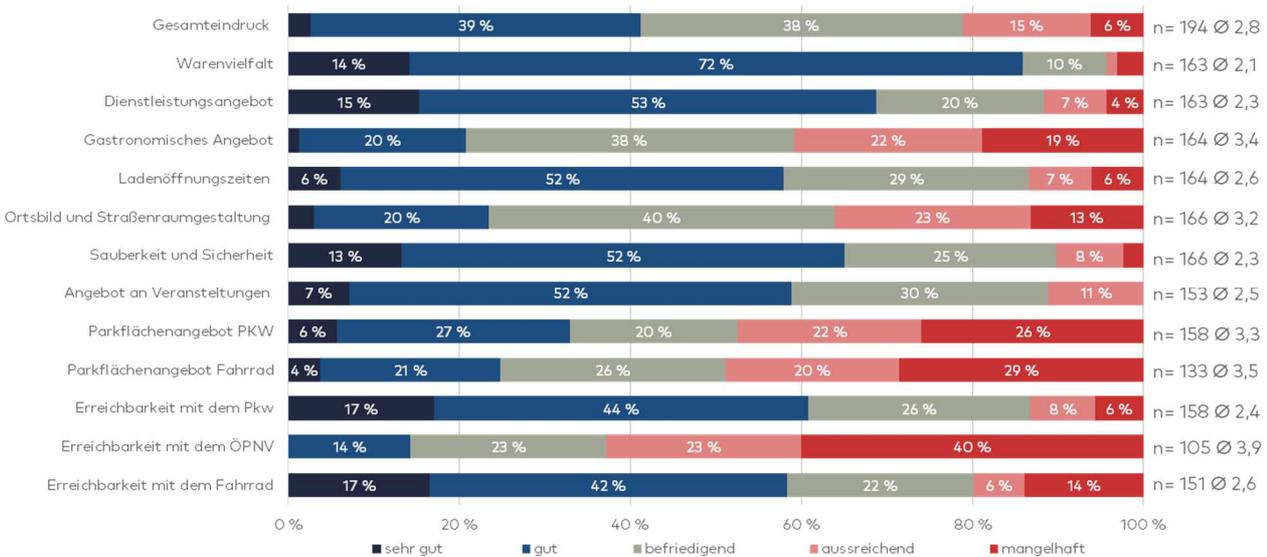


Abbildung 17: Haushaltsbefragung (online) – Aspekte der Innenstadt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 09-10/2019.

Insgesamt wird ersichtlich, dass die Kunden und Besucher die Laupheimer Innenstadt als gut bis durchschnittlich bewerten. Positiv wird v. a. das Dienstleistungsangebot, die Ladenöffnungszeiten, das Thema Sicherheit und Sauberkeit sowie das Angebot an Veranstaltungen bewertet. Die Erreichbarkeit mit dem Pkw und dem Fahrrad wird ebenfalls als positiv bewertet.

Im Anschluss an die positive Bewertung der Erreichbarkeit mit dem Pkw wird als deutliches Verbesserungspotenzial das Parkflächenangebot gesehen sowie im Allgemeinen die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV. Darüber hinaus wurde von den befragten Haushalten auch ein verbesserungsbedürftiges Ortsbild bzw. eine Verbesserung der Straßenraumgestaltung genannt. Als weiteren Aspekt, welcher

vorrangig als negativ bis hin zu ausreichend bewertet wurde und somit ein erkennbares Verbesserungspotenzial bietet, ist das gastronomische Angebot der Stadt Laupheim (s. auch voranstehende Ausführungen zu vermissten Angeboten).

Bewertung der Laupheimer Innenstadt aus Sicht der Händler

Aufbauend auf den Ergebnissen der Händlerbefragung wird der Laupheimer Einzelhandel aus Sicht der Händler bewertet.

Dazu wurden die Einzelhändler gebeten, ihre gegenwärtige wirtschaftliche Situation einschätzen. Es muss darauf hingewiesen werden, dass die Befragung und die Einschätzung vor der Corona-Pandemie stattgefunden hat. Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Verwerfungen, die mit dem coronabedingten Lock-Down insbesondere für den Einzelhandel einhergegangen sind bzw. immer noch einhergehen, dürfte sich die aktuelle Einschätzung der Einzelhändler vermutlich deutlich anders darstellen, als nachfolgend ausgeführt.

Die Händler wurden zudem um Auskunft darum gebeten, welche Faktoren für den jeweiligen Geschäftserfolg als besonders wichtig erachtet werden.

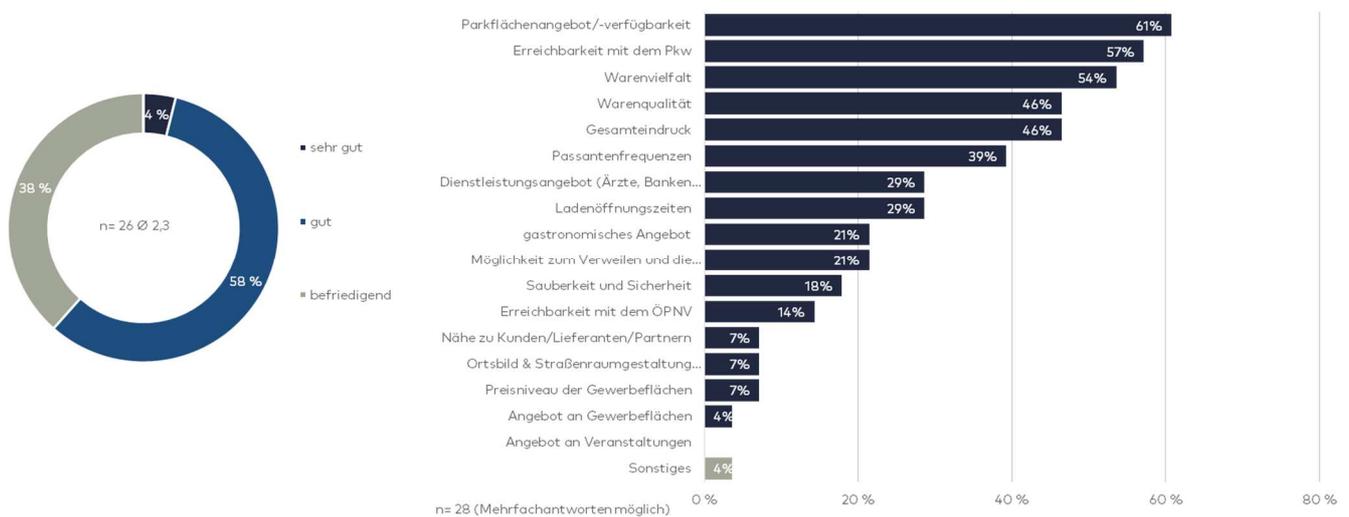


Abbildung 18: Händlerbefragung – wirtschaftliche Situation und Aspekte des Geschäftserfolgs

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 08/2019.

Vor der Corona-Pandemie bezeichneten die Einzelhändler ihre wirtschaftliche Situation überwiegend als gut bzw. der kleinere Anteil als befriedigend. Als schlecht oder sehr schlecht wurde die eigene wirtschaftliche Situation von keinem der befragten Händler dargestellt.

Häufig genannte Aspekte, die den Geschäftserfolg der in Laupheim ansässigen Händler beeinflussen und sich aus Sicht der Händler indirekt auf deren wirtschaftliche Situation auswirken, sind v. a. das Parkflächenangebot/-verfügbarkeit, die Erreichbarkeit mit dem Pkw sowie die Warenvielfalt in Laupheim. Die genannten Aspekte erreichen jeweils eine Benennung von über 50 %.

Wie bereits unter Kapitel 4.1.2 aufgezeigt wurde, steigt der Anteil der Onlinenutzung von potenziellen Kunden stetig an. Dies dürfte sich coronabedingt noch verschärft haben. Ob und wie weit die befragten Händler in Laupheim bereits digitale Instrumente nutzen, wird aus der nachfolgenden Abbildung 19 deutlich.

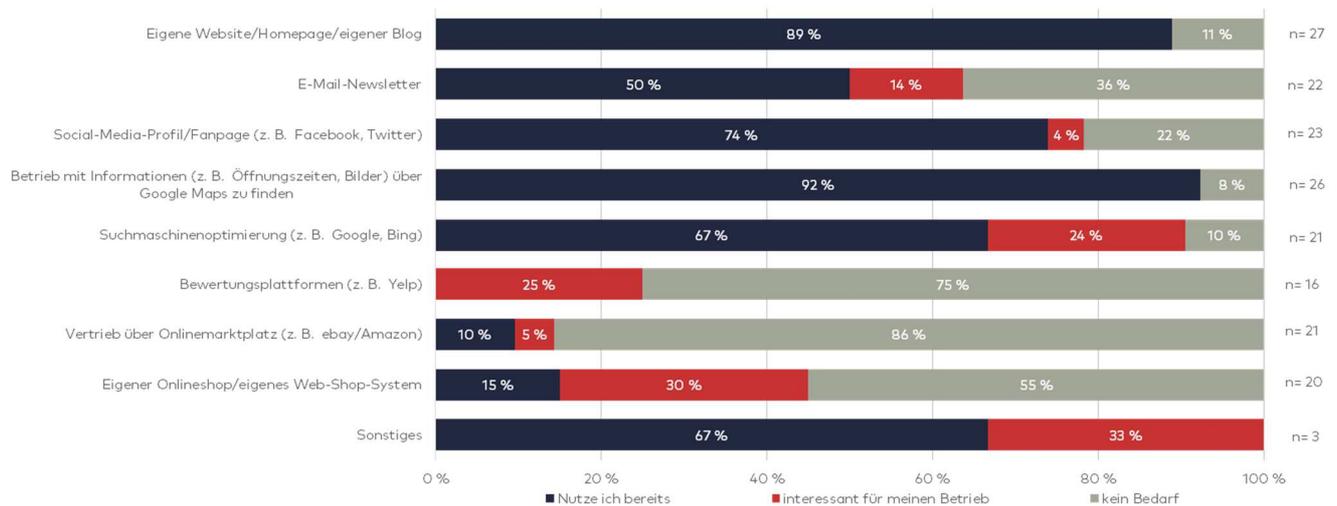


Abbildung 19: Händlerbefragung – Digitale Infrastruktur der Betriebe

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 08/2019.

Aus der Abbildung zeigt sich, dass ein Großteil der digital zur Verfügung stehenden Instrumente bereits von den Laupheimer Händlern genutzt wird. Vor allem die Informationsbereitstellung für die Kunden über Google Maps, über eine eigene Website oder einem Social-Media-Profil wurde sehr häufig genannt. In den Bereichen eigener Onlineshop oder Vertrieb über einen Onlinemarktplatz, sind die händlerseitigen Angebote nicht sehr ausgeprägt. Zudem zeigt sich, dass die befragten Händler noch nicht auf Bewertungsplattformen aktiv agieren.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

- Die verkehrliche Erreichbarkeit (vorrangig Pkw und ÖPNV) sowie das Parkflächenangebot haben sowohl für Händler als auch für Kunden eine hohe Bedeutung – eine tiefergehende Befassung mit diesen verkehrlichen Aspekten sei der Stadt Laupheim angeraten.
- Verbesserung des gastronomischen Angebots - was explizit durch die Haushaltsbefragungen deutlich wurde – durch Schaffung differenzierter Angebote im Innenstadtzentrum, um dadurch ggf. die Aufenthaltsdauer und -qualität sowie Verweilmöglichkeiten i. S. von Synergieeffekten für den innerstädtischen Einzelhandel langfristig verbessern und stärken zu können.
- Ergänzung des Laupheimer Einzelhandels um Betriebe die v. a. das Sortiment Haushaltswaren und Elektronikartikel führen. Nach Auswertung der Haushaltsbefragung zu vermissten Artikeln wurden die beiden Sortimente weitaus am häufigsten genannt.

4.8 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur von Laupheim im Folgenden vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ**, **qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

Qualitative und quantitative Nahversorgungssituation in Laupheim

Laupheim weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 14.200 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 2.500 m² in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken¹⁷ auf, was einer Verkaufsfläche von rd. 0,63 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,11 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Laupheim im Bereich Nahrungs- und Genussmittel deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 0,41 m² je Einwohner¹⁸ und im Bereich der Drogeriewaren auch leicht über dem Niveau des Bundesdurchschnitts von rd. 0,08 m² je Einwohner¹⁹.

Die Zentralitäten von rd. 118 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 143 im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in beiden Warengruppen vollständig im eigenen Stadtgebiet gebunden werden kann und v.a. in der Warengruppe Drogeriewaren deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland zu verzeichnen sind. Tabelle 7 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

Tabelle 7: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Laupheim

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
Einwohner (inkl. Entwicklung bis 2025)	22.503 (+ 2,45 %)					
Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m ²	14.200			2.500		
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	0,63			0,11		
Sortimentspezifische Zentralität	118			143		
Verkaufsfläche nach Lagebereich	20 % ZVB	55 % siL	25 % niL	44 % ZVB	28 % siL	28 % niL
Betriebstypenmix	2x	Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus		2x	Drogeriefachmarkt	
	3x	Lebensmittelsupermarkt		5x	sonstige Drogeriewarengeschäfte	
	4x	Lebensmitteldiscounter				
	3x	Getränkemarkt				
Quantitative Nahversorgungssituation	● ● ●			● ● ●		
Qualitative Nahversorgungssituation	● ● ●			● ● ●		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 08/2019; Einwohner: Stadt Laupheim (Stand: 31.07.2019), nur Hauptwohnsitz; ZVB-Abgrenzung: REHK 2014; Stadt + Handel 2020; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

¹⁷ Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

¹⁸ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

¹⁹ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

Insgesamt sind im Stadtgebiet neun strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind drei Betriebe Lebensmittelsupermärkte, vier Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei zwei weiteren Betrieben handelt es sich um Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser. Ergänzt wird das Angebot an strukturprägenden Märkten durch drei Getränkemärkte. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmittel in Laupheim als durchweg ausgewogen zu bewerten. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation (siehe dazu Abbildung 20) und die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp deutlich.

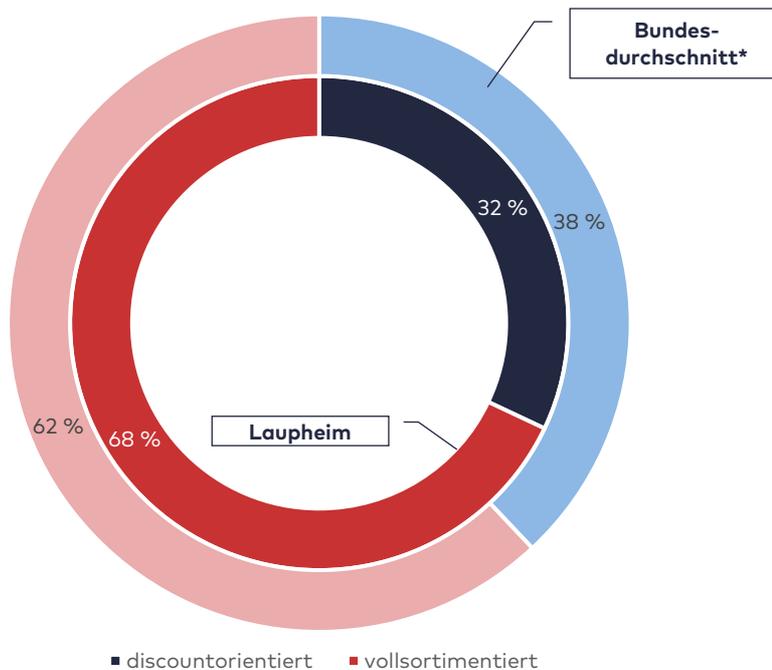


Abbildung 20: Verkaufsflächenanteile im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 08/2019; EHI Retail Institute; *Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

Die Verkaufsflächenausstattung mit rd. 0,17 m² je Einwohner für Lebensmittel-discounter liegt im bundesdeutschen Durchschnitt von 0,16 m² je Einwohner. Vergleichsweise liegt die Ausstattung für Lebensmittelvollsortimenter mit rd. 0,37 m² je Einwohner deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt (siehe nachfolgende Abbildung 21).

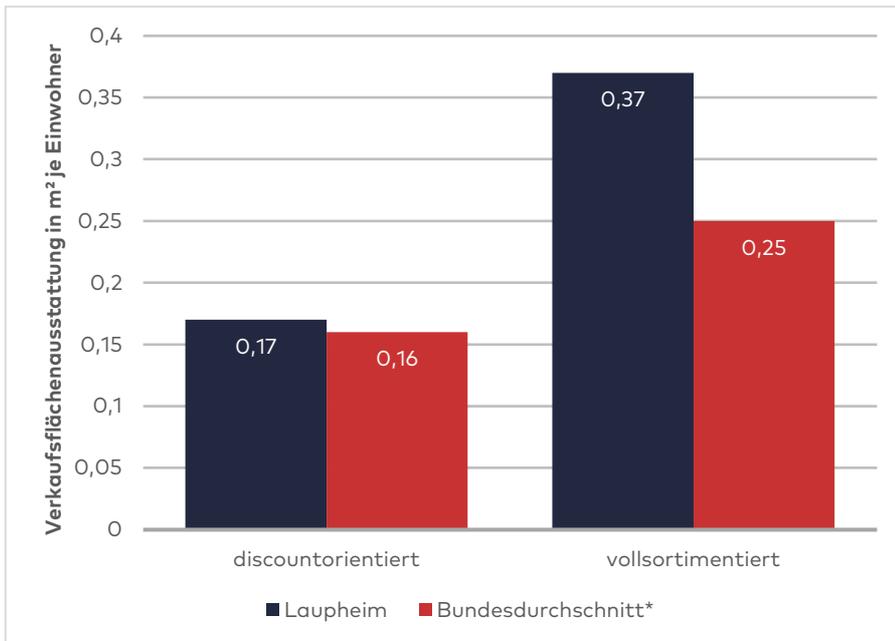


Abbildung 21: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung 08/2019; EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch einen Drogeriemarkt im ZVB Innenstadtzentrum und einem weiteren Markt an der Biberacher Straße sichergestellt. Bei fünf weiteren Betrieben mit einem entsprechenden Hauptsortiment handelt es sich um Apotheken. Die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung resultiert hier direkt aus den in Laupheim vorhandenen Anbietern im Sortimentsbereich Drogeriewaren.

Die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in der Stadt Laupheim ist demnach insgesamt als **gut** zu bezeichnen.

Räumliche Nahversorgungssituation in Laupheim

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 400 m² VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen wird eine Gehzeit von rd. 10 min als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen²⁰. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 22). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

²⁰ Auf Grundlage einer durchschnittlichen Fußgängergeschwindigkeit von 5 km/h.

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen Nahversorgungsstruktur in Laupheim. Die Abbildung verdeutlicht, dass ein Angebot an strukturprägenden Lebensmittelmärkten fast vollständig über das gesamte Stadtgebiet, mit Ausnahme des nordöstlichen Bereichs besteht. Damit ist eine überwiegend fußläufige Erreichbarkeit, teilweise sogar über mehrere Versorger, gegeben. Die umliegenden räumlich abgesetzten Stadtteile Ober- und Untersulmetingen, Bihlafingen und Baustetten weisen keinen strukturprägenden Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auf.

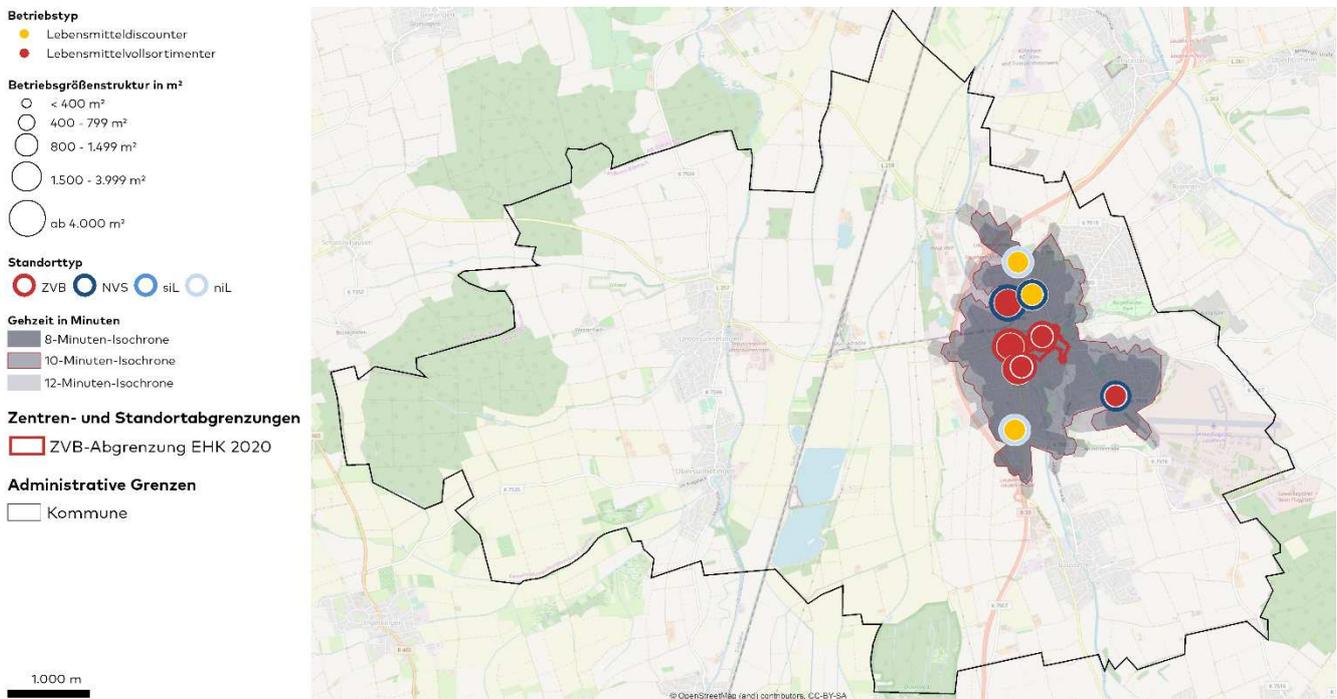


Abbildung 22: Räumliche Nahversorgungssituation in Laupheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 08/2019; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.9 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentlichen Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortentwicklung der Einzelhandelsstruktur in Laupheim dienen.

Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Stadt Laupheim zählt zum Landkreis Biberach und nimmt eine Lage im nordöstlichen Bereich der Region Oberschwaben ein.
- Die Stadt Laupheim übernimmt als **Mittelzentrum** die Versorgungsfunktion für 22.503 Einwohner im eigenen Stadtgebiet. Darüber hinaus versorgt die Stadt umliegende Siedlungsbereiche mit Waren aus den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichen.
- Die Stadt Laupheim setzt sich neben dem Bereich der Kernstadt noch aus vier weiteren Stadtteilen zusammen, welche jedoch alle räumlich von der Kernstadt abgesetzt sind. In der Laupheimer Kernstadt wohnen rd. 71 % der gesamten Einwohner.
- Die Stadt Laupheim ist in näherer Umgebung hauptsächlich von Grundzentren umgeben. Die nächstgelegenen Mittelzentren (u. a. Biberach und

Illertissen in Bayern) liegen über 20 Minuten entfernt. Die nächsten Oberzentren sind Ulm und Neu-Ulm, welche auch in rd. 20 min Pkw-Fahrzeit erreichbar sind. In Verbindung mit der verkehrlichen Erreichbarkeit über die B 30, ohne direkten Autobahnanschluss, ist von einem **durchschnittlichen regionalen Wettbewerbsumfeld** auszugehen.

Gesamtstädtische Nachfragesituation

- Die wirtschaftliche Entwicklung in Laupheim ist hinsichtlich der sozioökonomischen Rahmendaten als **leicht überdurchschnittlich** im Verhältnis zum Landkreis Biberach einzustufen.
- Dies wird durch die einzelhandelsrelevante **Kaufkraftkennziffer von rd. 108** bestätigt, die sowohl über dem Durchschnitt von Baden-Württemberg (rd. 105) als auch über dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt.
- Das **Einzugsgebiet** von Laupheim umfasst im Wesentlichen die Stadt selbst und angrenzende Kommunen (Mittelbereich).

Gesamtstädtische Angebotssituation

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 2,39 m² VKF/Einwohner **über dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,50 m² VKF/Einwohner.
- Der Großteil der Verkaufsflächen in Laupheim ist **überwiegend städtebaulich integriert**. Es befinden sich rd. 31 % der Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich und 26 % in städtebaulich integrierten Lagen. Von den restlichen 43 % in städtebaulich nicht integrierter Lage sind rd. 29 % am Sonderstandort Neue Welt verortet.
- Das Einzelhandelsangebot in Laupheim ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche als **leicht unterdurchschnittlich** für ein Mittelzentrum zu bewerten.
- Die **Einzelhandelszentralität** beträgt in Laupheim rd. 98, fällt jedoch je nach Warengruppe sehr differenziert aus.
- In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken werden Zentralitäten von rd. 118 bzw. rd. 143 erreicht, was auf **Kaufkraftzuflüsse** sowie **eine vollständige Bindung der eigenen Kaufkraft** schließen lässt.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich ist mit einer rechnerisch durchschnittlichen Einzelhandelszentralität von rd. 111 ein **deutlicher Kaufkraftzufluss** zu verzeichnen, wohingegen die Zentralität im langfristigen Bedarfsbereich mit rd. 49 für ein Mittelzentrum als deutlich **unterdurchschnittlich** beurteilt werden kann. Allerdings fallen die Zentralitäten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs je nach Warengruppe sehr unterschiedlich aus. Im mittelfristigen Bereich werden durch die Warengruppen Schuhe/Lederwaren und Baumarkt i. e. S. mit Zentralitäten von 155 und 227 deutlich überdurchschnittliche Werte erreicht, wohingegen die Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf und Sportartikel/Fahrräder/Camping mit Zentralitäten von 78 und 81 deutlich geringer ausfallen. Vergleichsweise lassen sich auch im langfristigen Bedarfsbereich signifikante Unterschiede feststellen. In der Warengruppe Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche ergibt sich mit rd. 101 eine durchschnittliche Zentralität im Vergleich zur Warengruppe Neue Medien/Unterhaltungselektronik mit einer Zentralität von 29.

ZVB Innenstadtzentrum Laupheim

- In der Laupheimer Innenstadt sind insgesamt **65 Einzelhandelsbetriebe** (rd. 50 % gesamtstädtisch) mit einer Verkaufsfläche von **rd. 14.300 m²** (rd. 27 % gesamtstädtisch) angesiedelt. Neben den Einzelhandelsbetrieben sind **100 weitere zentrenergänzende Funktionen** im ZVB verortet, so dass die Innenstadt Laupheim einen **strukturprägenden Standortbereich** für seine Umlandkommunen darstellt.
- Die Laupheimer Innenstadt ist im Wesentlichen geprägt durch die Verbindungslage zwischen **Marktplatz, Mittelstraße und Rabenstraße** als Hauptfrequenzlage mit einem städtebaulich-funktionalem Zusammenhang.
- Stadtstrukturell prägend für das Laupheimer Innenstadtzentrum sind die Gebäudestrukturen im Kernbereich des ZVB rund um den Bereich Marktplatz, Mittelstraße und Rabenstraße sowie die Verlängerung der Straße Marktplatz zur Langen Straße mit dem Oberen Marktplatz sowie dem Marktbrunnen.
- Die Leerstandquote im Innenstadtzentrum ist mit rd. 8 % als unterdurchschnittlich zu beurteilen. Die recht geringe Anzahl an Leerständen verteilt sich über das Innenstadtzentrum – zumeist befinden sich die Leerstände jedoch in den Randlagen des ZVB Innenstadtzentrum²¹.
- Durch die von Stadt + Handel durchgeführte **Haushaltsbefragung** (09-10/2019) konnten sowohl positive als auch negative Aspekte der Laupheimer Innenstadt in Bezug auf den Besuchsgrund, die lokale Einkaufsorientierung, vermisste Artikel und die Attraktivität der Innenstadt herausgearbeitet werden, aus welchen sich folglich **Handlungsempfehlungen** ableiten lassen. Durch die **Händlerbefragung** (08/2019) konnten aus Sicht der Händler weitere wichtige Aspekte der Laupheimer Innenstadt aufgezeigt werden, die Rückschlüsse auf die Kundenherkunft oder für einen Geschäftserfolg wichtige Faktoren wiedergeben.

Nahversorgungssituation

- Die quantitative Nahversorgungssituation in der Stadt Laupheim ist mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,63 m² je Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,11 m² im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als **gut bis überdurchschnittlich** zu bezeichnen.
- Die qualitative Nahversorgungssituation ist hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u. a. SB-Warenhaus, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte, Drogeriefachmärkte) als **sehr ausgewogen** zu bewerten.
- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist in Laupheim jedoch **ein gewisses Optimierungspotenzial** zu erkennen. Zwar ist in der Kernstadt Laupheim eine fast vollständige fußläufige Versorgung gegeben, jedoch befinden sich in den räumlich abgesetzten Stadtteilen keine strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbieter. Hieraus ergibt

²¹ Weitere Ladeneinheiten, die im Zuge der Bestandserhebung (08/2019) als Leerstand im ZVB Innenstadtzentrum Laupheim identifiziert wurden, konnten bereits im Laufe der Bearbeitung des vorliegenden Konzeptes wieder einer Nutzung zugeführt werden.

sich speziell für die aneinander liegenden Stadtteile Ober- und Untersulmetingen ein räumliches Optimierungspotenzial zur Herstellung einer fußläufigen Nahversorgung.

Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung einen Beitrag zur Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung der Stadt Laupheim leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel und geänderten Konsumverhaltensmustern.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht zu erarbeiten.

5

Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Laupheim zu erarbeiten.

5.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSRAHMEN

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Im Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.1.1 Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen kann und soll aufgrund seines mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich **keine „Grenze der Entwicklung“** (etwa als oberer Grenzwert) darstellen. Er ist vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen **überschreiten**, können im Einzelfall zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebotes beitragen, sofern sie mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Laupheim korrespondieren. Dies kann der Fall sein, wenn eine Ansiedlung an einem stadtentwicklungspolitisch gewünschten und konzeptionell konformen Standort (z. B. Innenstadtzentrum) erfolgen soll.
- Vorhaben, die diesen Zielen und dem vorliegenden Konzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen einfügen, können das städtebaulich präferierte Zentrum und weitere Standorte durch verhältnismäßig hohe **Umsatzumverteilungseffekte** im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Laupheim gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

5.1.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Laupheim werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

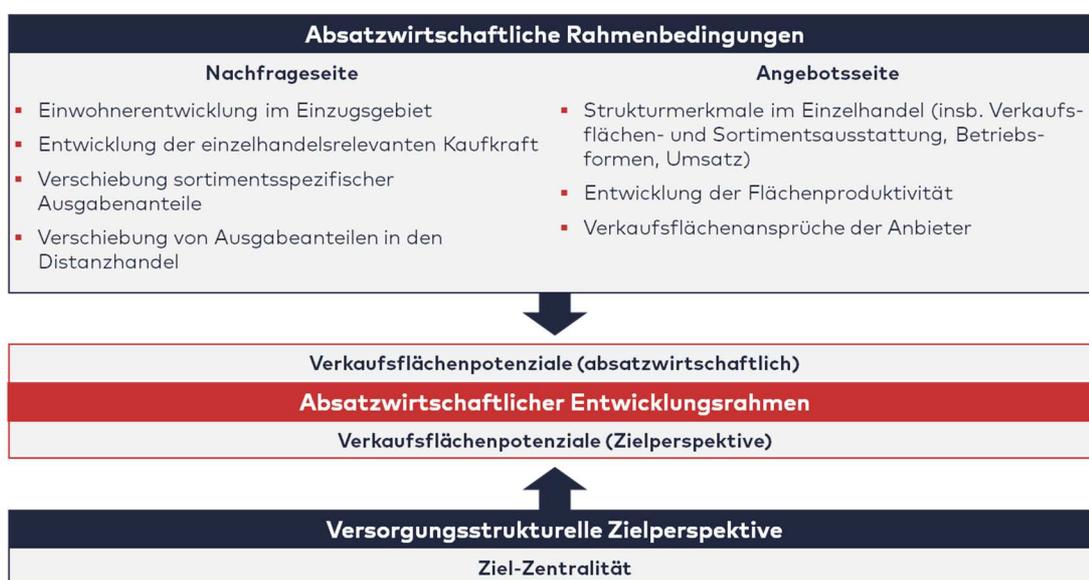


Abbildung 23: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich zugewilligte Versorgungsauftrag wird hier als so genannte Ziel-Zentralität aufgegriffen.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für das **Prognosejahr 2025** einzeln erläutert.

Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Laupheim werden Prognosedaten des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg zugrunde gelegt. Die Bevölkerungsprognose berücksichtigt einen Bevölkerungszuwachs von rd. + 2,45 %.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung ist insgesamt ein Wachstum im Hinblick auf das künftige einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial zu erwarten.

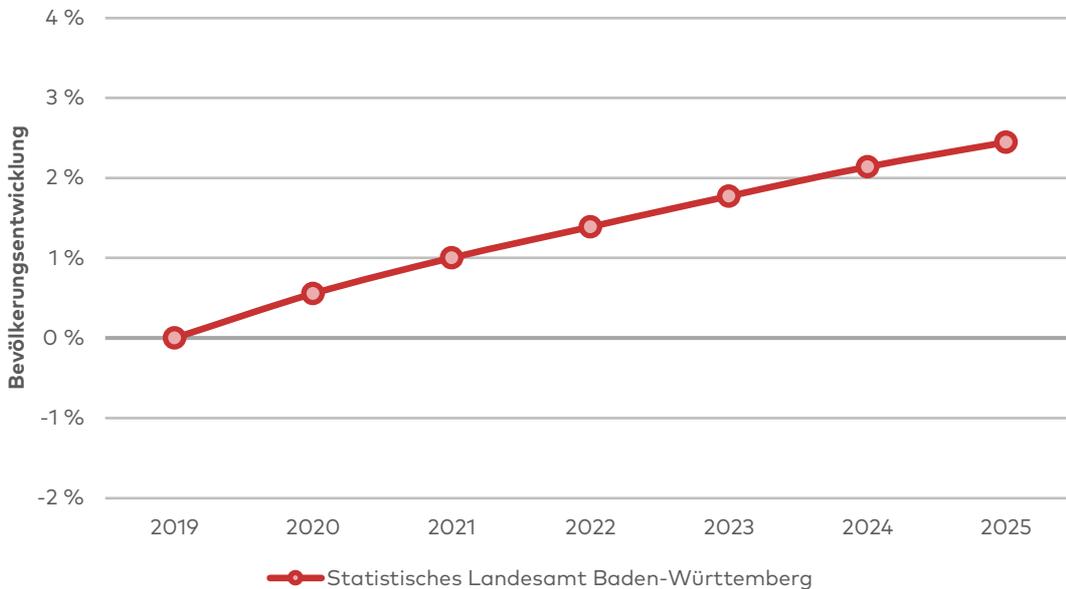


Abbildung 24: Einwohnerprognose für Laupheim

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2017 bei rd. 512,8 Mrd. Euro liegen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 15 % in den letzten fünf Jahren. Im Gegensatz dazu sind die allgemeinen Konsumausgaben in den letzten fünf Jahren lediglich um rd. 12 % gestiegen. Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 31 %. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln, hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

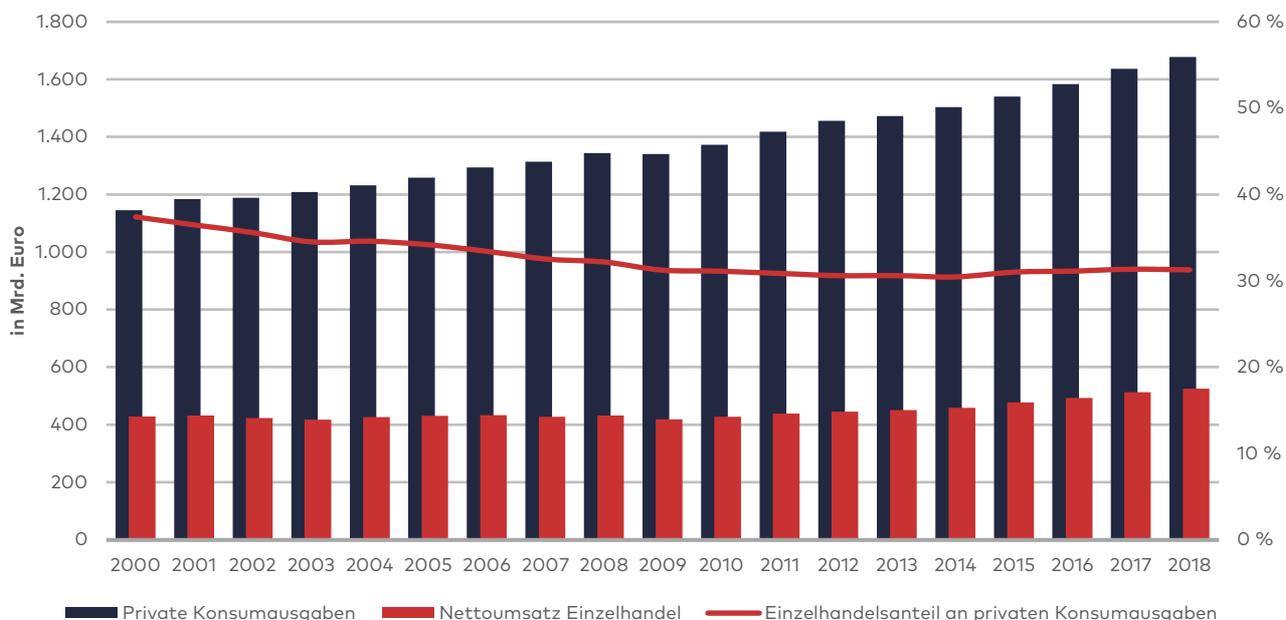


Abbildung 25: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

In der Summe ist somit eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede. Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

Entwicklung der Flächenproduktivität

In der Zeit von 2000 bis 2014 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm. Das Verkaufsflächenwachstum hat sich in den letzten Jahren allerdings abgeschwächt. Eine Fortsetzung des Trends zum Verkaufsflächenwachstum ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.) unwahrscheinlich. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt, sodass die Flächenproduktivität aktuell wieder ansteigt (vgl. Abbildung 26).

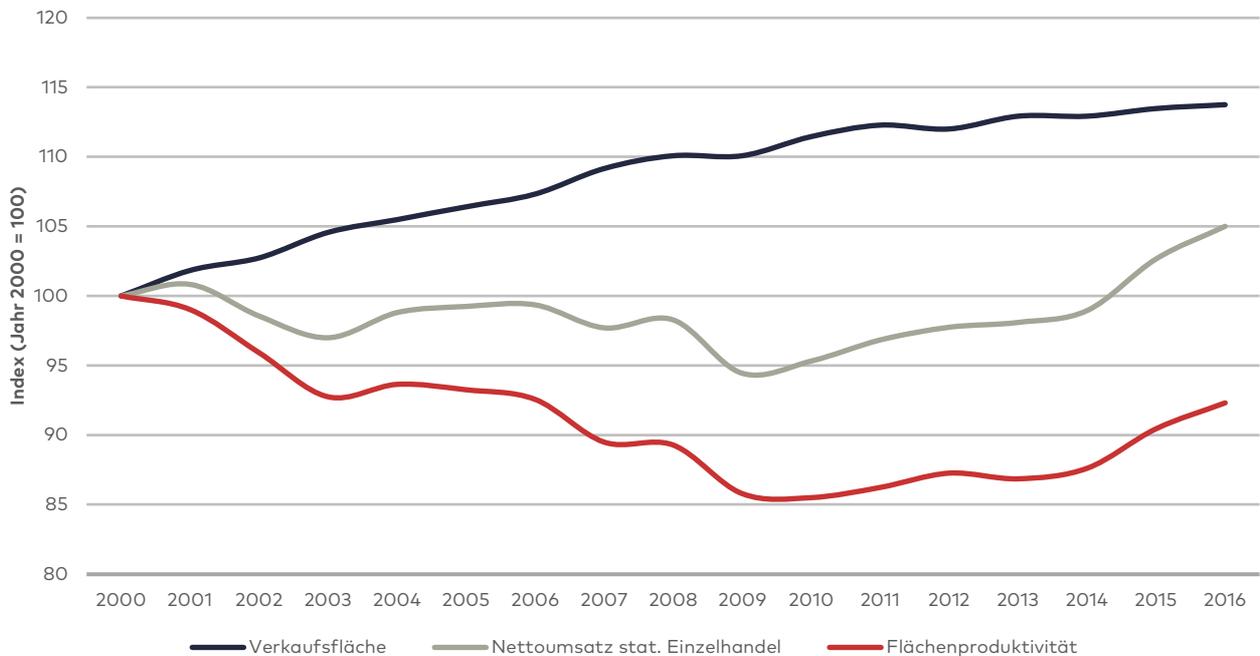


Abbildung 26: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzliche Entwicklungen zu konstatieren.

Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. So wird für das Jahr 2019 im Online-Segment ein Einzelhandelsumsatz von rd. 57,8 Mio. Euro (rd. 10,8 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) prognostiziert.

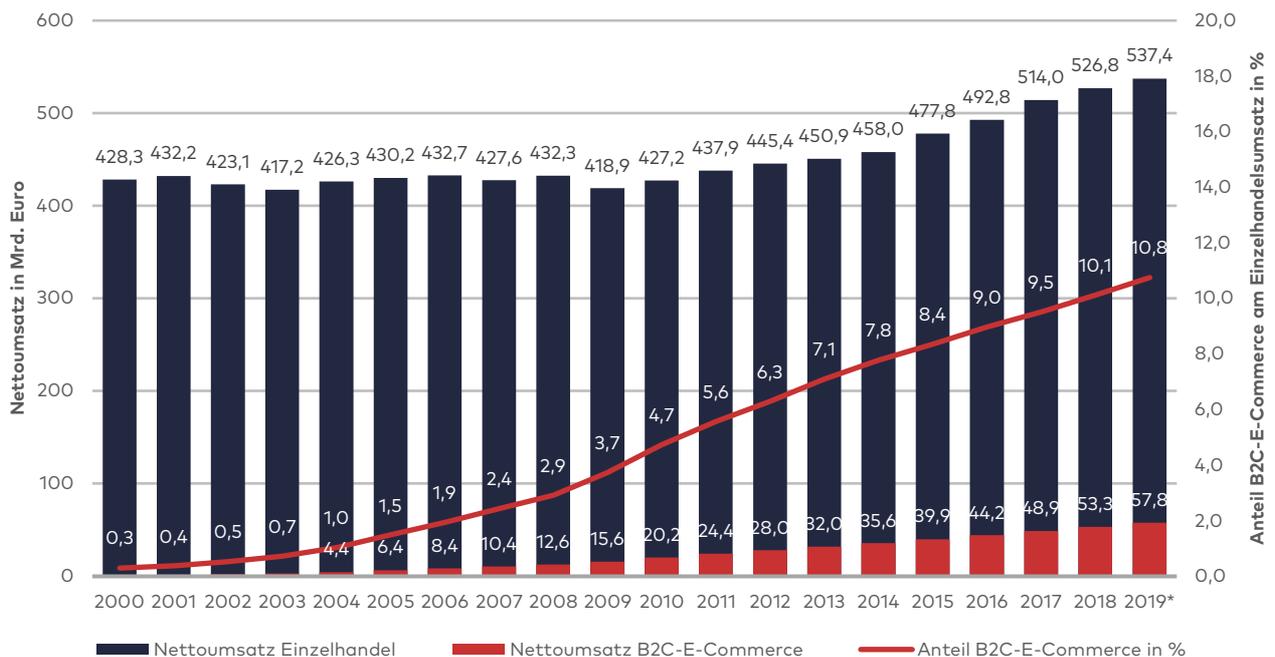


Abbildung 27: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); *Prognose.

Der Anteil ist sortimentspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Online-Anteil am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen.

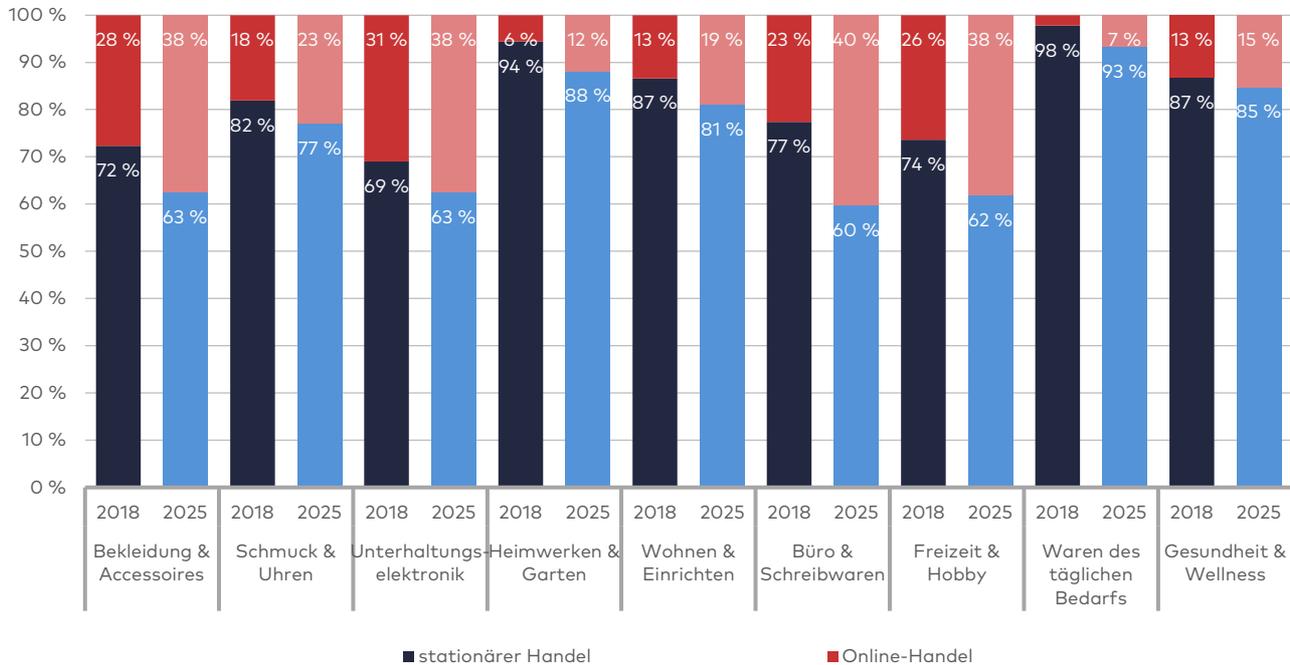


Abbildung 28: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2018 und 2025 (Prognose)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), IFH Retail Consultants GmbH 2017, BBSR 2017; Prognose: BBE/elaboratum; FCMG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

Ob oder in welchem Maße dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Online-Anteil im Jahr 2025 je nach Sortiment zwischen rd. 7 % und rd. 40 % liegen wird.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (zentren- und nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Zielperspektive

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Laupheim beträgt rd. 98 wobei sortimentspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind, wie in Kapitel 4.5

dargelegt wurde. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen Entwicklungsimpulse im Sinne von Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzialen.

Demnach ist mit Ausnahme der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken für alle weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages für ein Mittelzentrum plausibel. Diese Sortimente sollen grundsätzlich von allen Kommunen gemessen an der jeweiligen vor Ort verfügbaren Kaufkraft im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung vollständig zur Verfügung gestellt werden und umliegende Siedlungsbe- reiche mitversorgen.

Für die Mehrzahl der Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches ergeben sich Entwicklungsmöglichkeiten die über eine Bindung der lokalen Kaufkraft, wie die im kurzfristigen Bedarfsbereich auch, hinausgehen. Entsprechend können mögliche Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben die Versorgungsfunktion der Stadt Laupheim in den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereiches qualifizieren.

Abgesehen vom Sortiment medizinische und orthopädische Artikel/Optik, in welchem eine Bindung der lokalen Kaufkraft angestrebt werden könnte, kann für die weiteren Sortimente des langfristigen Bedarfsbereiches eine Bindung der lokalen Kaufkraft aufgrund des landesplanerischen Versorgungsauftrages als Mittelzentrum sowie durch die Entwicklungen im Online-Handel und dem geänderten Konsumverhalten der Verbraucher nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden.

Aus der dargestellten Entwicklungsperspektive (siehe Abbildung 29) ergeben sich gewisse Entwicklungsmöglichkeiten für die Mehrheit der Warengruppen. Darüber hinaus gehende Entwicklungen können das Einzelhandelsangebot jedoch weiter qualifizieren, insbesondere sofern dadurch das Innenstadtzentrum und nachrangig die Nahversorgungszentren gestärkt werden.

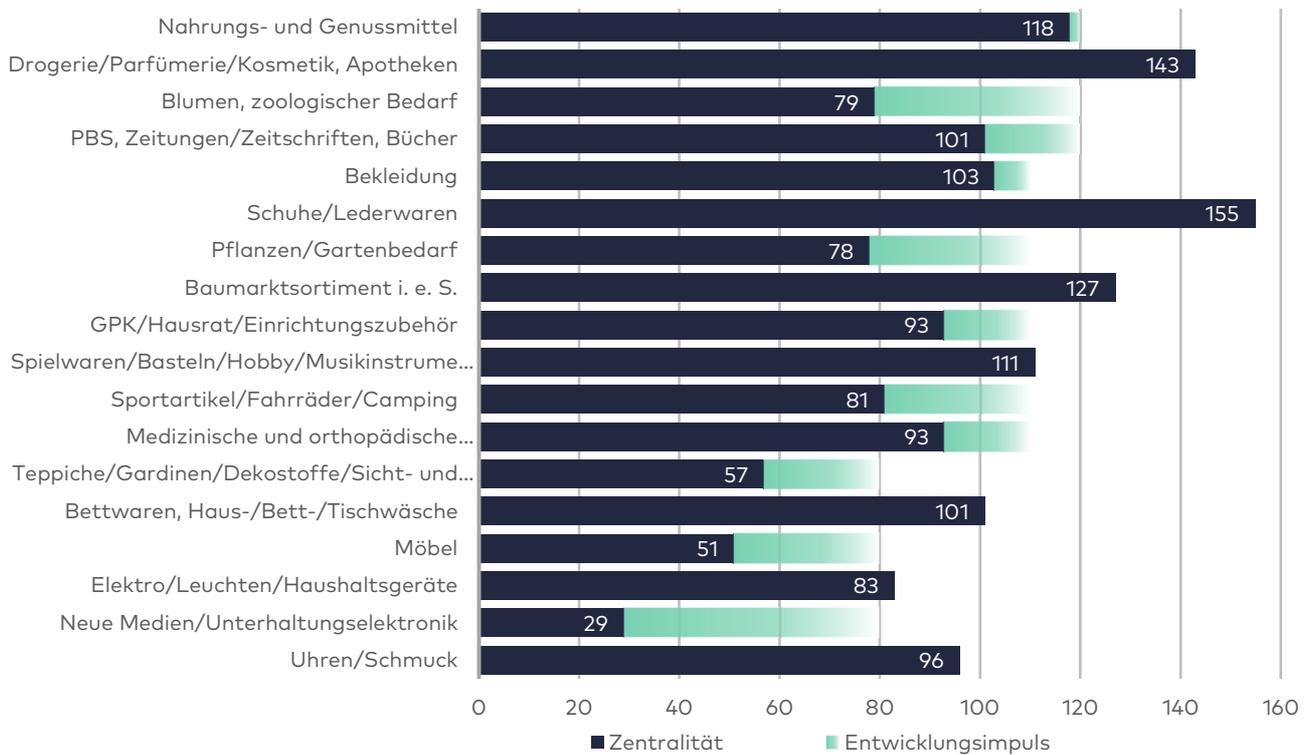


Abbildung 29: Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u.a. Kfz-Zubehör.

Für die Stadt Laupheim ergeben sich damit stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungspotenziale v. a. in den Warengruppen Neue Medien/Unterhaltungselektronik, Möbel, Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz, Pflanzen/Gartenbedarf sowie in der Warengruppe Blumen, zoologischer Bedarf im kurzfristigen Bereich.

Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 8 zu entnehmen.

Tabelle 8: Relevante Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Laupheim

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für Laupheim bis 2025
Demografische Entwicklung	↑ ↔	steigende Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	↔	moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter	↑	leichte Impulse bei Filialisten insbesondere im periodischen Bedarfsbereich
Entwicklung der Flächenproduktivität	↔	insgesamt zunehmend, jedoch mit deutlichen sortimentspezifischen Unterschieden (konjunkturbedingte Abschwächung erwartet)
Entwicklung des Online-Handels	↓	konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentspezifischen Unterschieden
Versorgungsauftrag (Ziel-Zentralität)	↔	sortimentspezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des mittelzentralen Versorgungsauftrages

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Laupheim

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der möglichen Entwicklungsimpulse ergeben sich für die Stadt Laupheim bis 2025 absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale, die in der Tabelle 9 in qualitativer Form dargestellt werden.

Tabelle 9: Entwicklungsmöglichkeiten für die Stadt Laupheim bis 2025

Warengruppe	Arrondierungs- spielraum	Fach- geschäfte	kleiner Fachmarkt	großer Fachmarkt
Nahrungs- und Genussmittel	■	■	■	□
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	□	□	□	□
Blumen, zoologischer Bedarf	■	■	■	□
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	■	■	□	□
Bekleidung	■	■	■	□
Schuhe/Lederwaren	□	□	□	□
Pflanzen/Gartenbedarf	■	■	□	□
Baumarktsortiment i. e. S.	□	□	□	□
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	■	■	□	□
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	□	□	□	□
Sportartikel/Fahrräder/Camping	■	■	■	□
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	■	■	□	□
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	■	■	□	□
Bettwaren, Haus-/ Bett-/Tischwäsche	□	□	□	□
Möbel	■	■	□	□
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	□	□	□	□
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	■	■	■	□
Uhren/Schmuck	□	□	□	□

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■ = absatzwirtschaftliches Potenzial vorhanden; □ = kein absatzwirtschaftliches Potenzial vorhanden; ■ = im Allgemeinen Ansiedlungen im ZVB Innenstadtzentrum unter Abwägung städtebaulicher und absatzwirtschaftlicher Auswirkungen zu begrüßen.

Unterschieden wird nach den Ansiedlungsfällen „Fachgeschäft“, „kleiner Fachmarkt“ und „großer Fachmarkt“. Während bei einem **Fachgeschäft** i. d. R. eine sortimentspezifische Verkaufsfläche von 50 bis 100 m² (in Ausnahmefällen wie z. B. Möbelfachgeschäften auch mehr) angenommen wird, so ist bei einem **kleinen Fachmarkt** i. d. R. je nach Warengruppe von einer sortimentspezifischen Verkaufsfläche von 300 m² (z. B. Bekleidungsfachmarkt) bis 800 m² (z. B. kleiner Lebensmitteldiscounter) auszugehen. Auch hier können flächenintensive Betriebstypen (z. B. kleine Garten-, Bau- und Möbelmärkte) deutlich höhere sortimentspezifische Verkaufsflächen (bis zu 5.000 m²) umfassen und sind dementsprechend in der Berechnung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens berücksichtigt worden. **Große Fachmärkte** beginnen i. d. R. je nach Warengruppe bei einer sortimentspezifischen Verkaufsfläche von 800 m² (z. B. Drogeriefachmärkte) bis 1.200 m² (z. B. große Lebensmitteldiscounter). Flächenintensivere Betriebstypen beginnen hingegen bei 5.000 m² (z. B. Garten- und Baumärkte) bzw. bei rd. 20.000 m² (z. B. Möbelhäuser) Verkaufsfläche. Entwicklungspotenziale die unterhalb des Niveaus eines Fachgeschäftes liegen sind in Tabelle 9 als **Arrondierungsspielraum** ausgewiesen.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Entwicklungsspielräume in verschiedenen Warengruppen. Die Stadt Laupheim übernimmt als Mittelzentrum eine Versorgungsfunktion im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs. Dieser Aufgabe wird Laupheim, mit Ausnahme der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, nicht vollumfänglich gerecht.

Die ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale in den Sortimentsbereichen **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Blumen, zoologischer Bedarf** reichen für eine Ansiedlung eines entsprechenden kleinen Fachmarktes aus, welcher vornehmlich an stadtentwicklungspolitisch und konzeptionell gewünschten Standorten erfolgen sollte. Die Potenziale im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** können aber auch zur (Weiter-)Entwicklung der an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten ansässigen Bestandsbetriebe (s. Kapitel 6.1 und 6.2) genutzt werden.

Die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale im Bereich **PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher** können sowohl zur Flächenarrondierung als auch zur Ansiedlung entsprechender Fachgeschäfte genutzt werden.

In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** – insbesondere **Bekleidung und Sportartikel/Fahrräder/Camping** bestehen Entwicklungspotenziale für die Ansiedlung kleinerer Fachmärkte sowie in der Warengruppe **GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör** die Ansiedlung von Fachgeschäften. Als Suchbereich für die Ansiedlung der genannten Warengruppen empfiehlt sich zur funktionalen Zentrenstärkung eine Realisierung im Bereich des ZVB Innenstadtzentrum Laupheim.

In der Warengruppe **Medizinische und orthopädische Artikel/Optik** wird auf Grundlage des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens die Ansiedlung entsprechender Fachgeschäfte besonders im Kontext einer steigenden Nachfrage in Folge des demographischen Wandels empfohlen.

Zudem reichen die ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale der Warengruppe **Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz und Möbel** für entsprechende Fachgeschäfte mit jeweiligem Hauptsortiment oder für Ergänzungen in Baumärkten oder Möbelhäusern aus. Die Ansiedlung eines kleinen Fachmarkts ist absatzwirtschaftlich in der Warengruppe **Neue Medien/Unterhaltungselektronik** möglich.

Für Laupheim bedeuten die Prognoseergebnisse zum absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen, dass

- die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion von Laupheim in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen mit höherer Wahrscheinlichkeit durch stärkere Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu),
- bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens sowie bei Realisierung von Einzelhandelsvorhaben an nicht konzeptkonformen Standorten ein stadtentwicklungspolitisch nicht zielführender Wett-

bewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche von Laupheim einerseits und die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert und

- bei Warengruppen mit begrenzten Entwicklungspotenzialen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Darüber hinaus legen Handelsunternehmen generell für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht berücksichtigte Marktfaktoren zugrunde. Diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die vom hier ermittelten Entwicklungsrahmen ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die **Prognosewerte keine „Grenze der Entwicklung“** darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die die beschriebene Entwicklungsprognose überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Laupheim korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

5.2 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNG FÜR LAUPHEIM

Als optimal und den Entwicklungszielen der Stadt Laupheim bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der Gesamtstadt:** Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie der Einzelhandelszentralität der Stadt Laupheim im regionalen Kontext durch die Erhöhung der Einkaufsqualität sowie die Ausschöpfung der ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale.
2. **Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum** Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs durch Ergänzung des Angebots und Etablierung leistungsfähiger Strukturen, welche die Frequenz erhöhen.
3. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Erhalt und Stärkung sowie ggf. Ergänzung der Nahversorgungszentren sowie die Sicherung der Nahversorgung in städtebaulich integrierten Lagen im Kontext ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt. Zusätzlich speziell in den umliegenden Stadtteilen eine angepasste Nahversorgung ermöglichen.
4. **Bereitstellung von Sonderstandorten:** Bereitstellung von Flächen für den nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel als sinnvolle Ergänzung zum städtischen Angebot bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf den ZVB und die Nahversorgung.

Die nachfolgende Abbildung 30 veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungsziele für die Stadt Laupheim.

1. Ziel Stärkung der Gesamtstadt	2. Ziel Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches	3. Ziel Sicherung und Stärkung der Nahversorgung	4. Ziel Bereitstellung von Sonderstandorten
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion ▪ Erhöhung der Einkaufsqualität ▪ Ausschöpfung der absatzwirtschaftlichen Potenziale ▪ Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs durch Ergänzung des Angebotes und Etablierung leistungsfähiger Strukturen ▪ Bündelung von Nahversorgungsangeboten und Nutzungen jenseits des Einzelhandels als Frequenzbringer und belebender Faktor für den zentralen Versorgungsbereich ▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung vermeiden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungszentren und -standorte sichern, stärken und ggf. ergänzen ▪ Nahversorgung in städtebaulich integrierten Lagen sichern ▪ kleinere Ortsteile: ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung ermöglichen bzw. sichern ▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermeiden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sinnvolle Ergänzung des städtischen Angebotes mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel ▪ Gleichzeitig Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die ZVB und die Nahversorgung ▪ Restriktive Handhabung zentrenrelevanter und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente ▪ Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Abbildung 30: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Laupheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen den jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzises abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Ziels nicht die Umsetzung eines anderen Ziels gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen in Form eines Zentren- und Standortkonzeptes, einer Liste zentrenrelevanter und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Sortimentsliste für Laupheim) sowie in Form von bei Planvorhaben anzuwendenden Steuerungsleitsätzen.

6

Einzelhandelskonzept für Laupheim

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Stadt Laupheim entwickelt.

6.1 ZENTRENKONZEPT

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung des zu empfehlenden zentralen Versorgungsbereichs. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

6.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essenzielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigendem Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 31). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

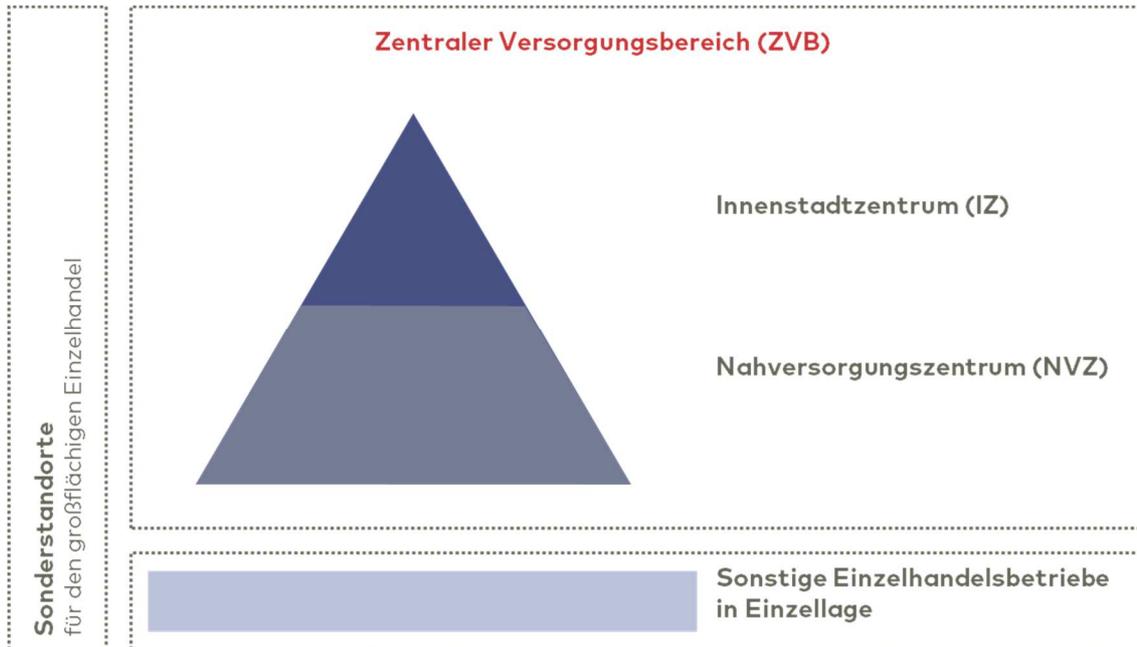


Abbildung 31: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentrentypen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:²²

1. **Innenstadtzentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
2. **Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),

²² Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.²³

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.²⁴

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.²⁵

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.²⁶

EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.²⁷

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über

²³ Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

²⁴ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

²⁵ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

²⁶ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

²⁷ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.²⁸

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 32 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

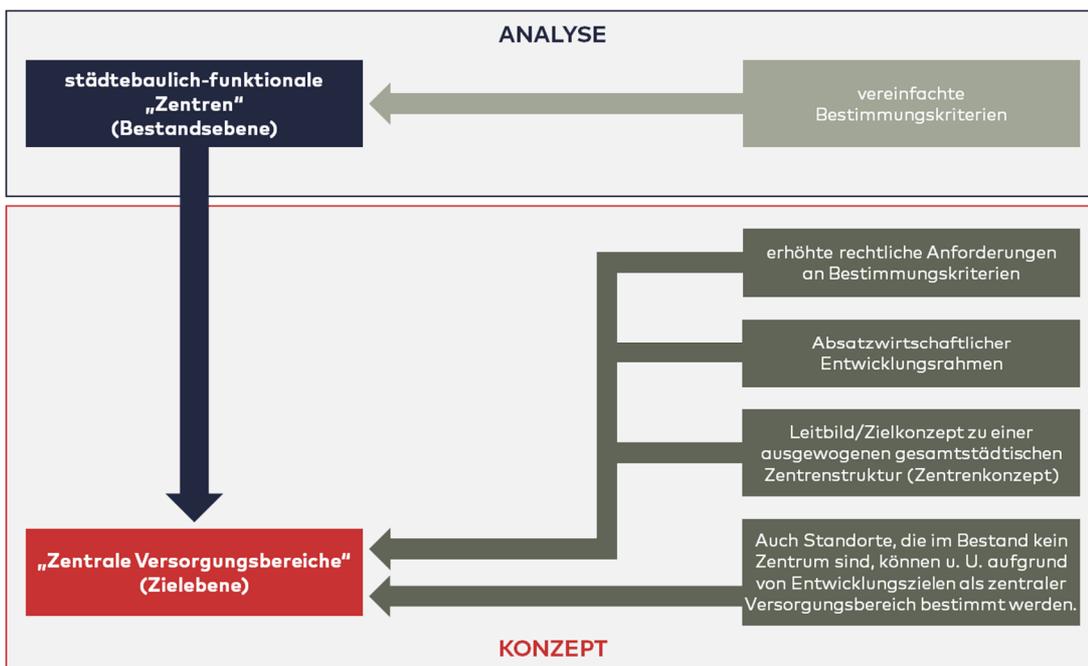


Abbildung 32: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

²⁸ Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGBEREICHE

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.²⁹

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.³⁰

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl

²⁹ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

³⁰ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder

- wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

6.1.2 Zentrenstruktur von Laupheim

Das REHK Donau-Iller aus dem Jahr 2014 definiert mit dem ZVB Innenstadt einen zentralen Versorgungsbereich innerhalb des Stadtgebiets.

Auf Grundlage der städtebaulichen Analyse (siehe Kapitel 4.6) und den Untersuchungsergebnissen hinsichtlich der dargestellten Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche werden im Rahmen des vorliegenden Konzeptes neben dem ZVB Innenstadtzentrum noch zwei weitere Bereiche als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen:

- Innenstadtzentrum Laupheim
- Nahversorgungszentrum Kaufland
- Nahversorgungszentrum Biberacher Straße

Darüber hinaus lassen zwar mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen, diese weisen jedoch nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere sind bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten – etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden weitere Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche identifiziert (siehe Kapitel 6.2).

6.1.3 Innenstadtzentrum Laupheim

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Laupheim ist hinsichtlich der Ausdehnung der größte zusammenhängende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Stadt Laupheim. Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.6.

Räumliche Ausprägung

Das Innenstadtzentrum umfasst diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an den bestehenden Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs aus dem REHK 2014 und den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen für die Stadt Laupheim.

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (siehe Kapitel 6.1.1) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum Laupheim:

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Laupheim erstreckt sich v. a. im Kreuzungsbereich zwischen Mittelstraße, Rabenstraße und Marktplatz und umfasst zusätzlich einen Teilabschnitt der Langen Straße.
- Der ZVB wird im Norden durch den Marktplatz bzw. das zwischen der König-Wilhelm- und Kapellenstraße liegende Rathaus begrenzt.
- Im weiteren Verlauf der Kapellenstraße bzw. des Marktplatzes in Richtung Osten orientiert sich der ZVB entlang der ersten Reihe der Bebauung.
- Den südlichen Abschluss bildet der Kreuzungsbereich zwischen Lange Straße und Hafnergäble.
- Westlich wird der Bereich gegenüber der ursprünglichen Abgrenzung des REHK 2014 deutlich verkleinert. Eine neue Abgrenzung ergibt sich entlang der Aststraße. Der nördliche Bereich zwischen Mittelstraße und Aststraße schließt jedoch noch den dort verorteten strukturprägenden Betrieb in die Abgrenzung mit ein.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in der folgenden Abbildung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Laupheim dargestellt.

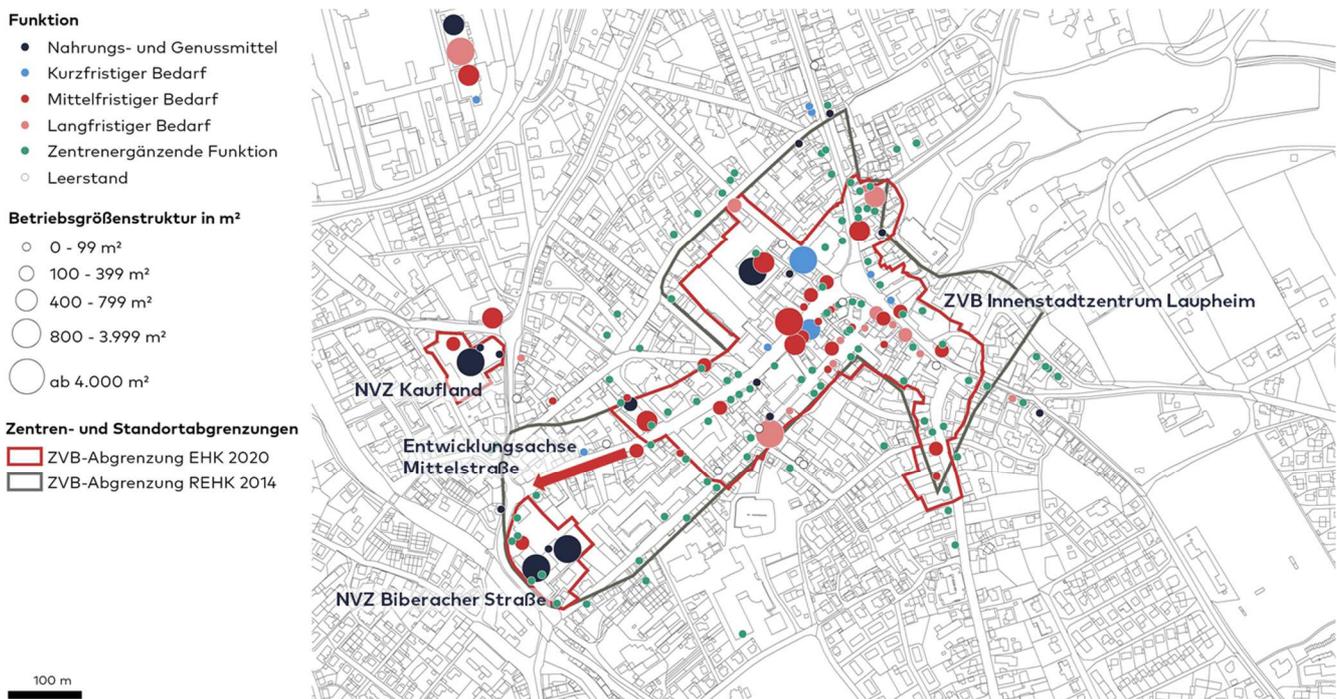


Abbildung 33: Räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadtzentrum Laupheim 2020.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2019; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Die im REHK 2014 empfohlene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum wird in einigen Teilen fortgeschrieben, im Rahmen der Erstellung des vorliegenden Einzelhandelskonzepts vor dem Hintergrund der Bestandsstrukturen und den Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche seitens der Rechtsprechung jedoch um bestimmte Lagen zurückgenommen. Gegenüber der Abgrenzung aus dem REHK 2014 wird der ZVB im Norden durch den Bereich nördlich des Rathauses sowie im Osten durch die Bebauung nach erster Reihe zum

Marktplatz, reduziert. Im südlichen Bereich hingegen dehnt sich die Abgrenzung gegenüber dem REHK 2014 bis zum Kreuzungsbereich Lange Straße/Hafnergäble aus. Eine grundlegende Veränderung der ursprünglichen Abgrenzung ergibt sich im Westen des ZVB Innenstadtzentrum Laupheim. Das im Westen liegende NVZ Biberacher Straße, welches im Zuge der Aufstellung des EHK Laupheim 2020 neu ausgewiesen wurde, bildet nun einen eigenen ZVB und zählt aufgrund der fehlenden städtebaulichen-funktionalen Zusammenhänge nicht mehr zum ZVB Innenstadtzentrum Laupheim. Die Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Laupheim gründet auf der Konzentration der Einzelhandelsfunktion entlang der Mittelstraße und rund um den Marktplatz. In den herausgenommenen Gebieten, v.a. im westlichen Bereich, in der Verlängerung der Mittelstraße und Rabenstraße, ist keine nennenswerte Einzelhandelsdichte gegeben. Lediglich vereinzelte zentrenergänzende Funktionen sind in diesem Bereich vorhanden. Seitens der Stadt Laupheim besteht der stadtentwicklungspolitische Wille, das Innenstadtzentrum im westlichen Bereich der Mittelstraße weiter zu entwickeln. Diesbezüglich wird seitens der Stadt Laupheim perspektivisch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben und weiteren Nutzungen im Bereich zwischen dem ZVB Innenstadtzentrum und dem NVZ Biberacher Straße angestrebt. Um diesen stadtentwicklungspolitischen Willen im Rahmen dieses Konzepts Ausdruck zu verleihen, wird der Bereich zwischen dem westlichen Ende des ZVB Innenstadtzentrum der Mittelstraße bis zur Kreuzung Biberacher Straße/Ulmer Straße im Westen als perspektivische Entwicklungsachse für den ZVB definiert. Ziel dieser perspektivischen Entwicklungsachse ist, den ZVB Innenstadtzentrum in seiner Funktion als Hauptgeschäftsbereich der Stadt Laupheim zu stärken und weiter zu entwickeln. Findet eine Weiterentwicklung im genannten Bereich statt bzw. ist eine potenzielle Entwicklung absehbar, kann die perspektivische Entwicklungsachse westliche Mittelstraße inkl. des angrenzenden NVZ Biberacher Straße in den ZVB Innenstadtzentrum einbezogen werden. Dies kann bei einer entsprechenden Entwicklung durch die Fortschreibung der Festlegung des ZVB Innenstadtzentrum erreicht werden. Wenn perspektivisch das NVZ Biberacher Straße in den ZVB Innenstadtzentrum integriert wird, sollte zum Schutz der Bestandsstrukturen und der Entwicklungsmöglichkeiten des östlichen Bereichs des ZVB Innenstadtzentrums für den Bereich des jetzigen NVZ Biberacher Straße die Nahversorgungsfunktion festgeschrieben werden.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Aufgrund der Versorgungsfunktion der Laupheimer Innenstadt für die Gesamtstadt ist vor allem die Sicherung und Weiterentwicklung im Sinne einer mittelzentralen Versorgungsfunktion eine künftige Herausforderung, aus welcher nachfolgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele abgeleitet werden. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Laupheim, die einen Bezug zum Innenstadtzentrum aufweisen, berücksichtigt werden.

ENTWICKLUNGSZIELE ZVB INNENSTADTZENTRUM LAUPHEIM

- Stärkung des ZVB durch Ergänzung des Angebots (insbesondere Haushaltswaren und Elektronik, s. Kapitel 4.7)
- Förderung des Betriebstypenmixes und der Vielfalt des angebotenen Warensortiments

- Allg. Weiterentwicklung des ZVB Innenstadtzentrum durch Reduzierung der Leerstände, hier speziell im Bereich der Mittelstraße/Marktplatz
- Sicherung und Stärkung der Bestandsbetriebe sowie der Funktionsvielfalt (insbesondere Ausbau des Gastronomieangebots, s. Kapitel 4.7), auch im Hinblick auf die Funktion Laupheims als Mittelzentrum
- perspektivische Entwicklungsachse entlang der Mittelstraße als Positivbereich zur Weiterentwicklung des ZVB nutzen

Wie sich aus der Analyse des Innenstadtzentrums und auch aus den dazu geführten Diskussionen in den beiden projektbegleitenden Arbeitskreisen herausgestellt hat, gilt es den ZVB Innenstadtzentrum Laupheim in seiner Funktion als zentralen Einzelhandelsstandort zu stärken.

Grundsätzlich gilt es die Stärken des ZVB Innenstadtzentrum Laupheim zu erkennen, herauszustellen, zu qualifizieren und zu kommunizieren sowie einen funktional und städtebaulich attraktiven „Rahmen“ für zukünftige Formate bereitzustellen. Hierfür empfiehlt sich ein **ganzheitlicher Planungsansatz** zur Stärkung, Positionierung und Profilierung, der neben einer angemessenen, qualitätsvollen Entwicklung des Einzelhandelsbestands auch einen ausgewogenen Mix aus Freizeit-, Kultur- und Erholungsangeboten mit hohen Aufenthaltsqualitäten sowie ein geeignetes Wohnangebot umfassen sollte.

6.1.4 Nahversorgungszentrum Biberacher Straße

Das Nahversorgungszentrum Biberacher Straße ist ein zentraler Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion für den nahversorgungsrelevanten Bedarf. Das nahversorgungsrelevante Angebot (REWE und Norma inkl. kleinteiliger Strukturen des Lebensmittelhandwerks) wird durch einen Verkaufsflächenanteil im mittelfristigen Bedarfsbereich und zentrenergänzenden Funktionen ergänzt. Das Nahversorgungszentrum Biberacher Straße mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.200 m² (rd. 4 % Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) bietet durch die zwei Lebensmittelmärkte eine Versorgungsfunktion, die über den Nahbereich hinausgeht.

Das NVZ umfasst den Standortbereich östlich der Biberacher Straße zwischen der Mittelstraße im Norden und der Rabenstraße im Süden. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellung der Stadt Laupheim sowie der zuvor genannten perspektivischen Entwicklung entlang der westlichen Mittelstraße.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 34 für das Nahversorgungszentrum Biberacher Straße dargestellt.

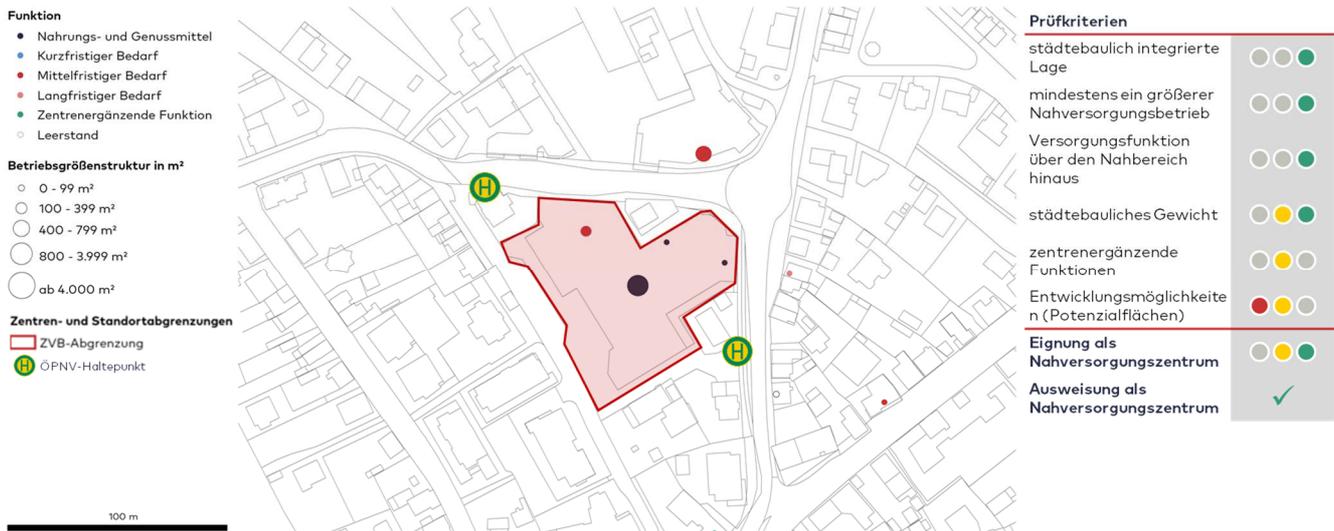


Abbildung 35: Räumliche Abgrenzung und Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Kaufland

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2019; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Standortbereich des NVZ Kaufland verfügt durch den großflächig dimensionierten Verbrauchermarkt Kaufland über einen gewichtigen Nahversorger, dessen Angebot durch eine Bäckerei sowie einen Tabakshop (inkl. Lotto) ergänzt wird. Die Versorgungsfunktion reicht bedingt durch das Angebotsformat Verbrauchermarkt und durch die gute Verkehrsanbindung deutlich über den Nahbereich hinaus.

Aufgrund der genannten Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Kaufland stehen der Erhalt und die Stärkung des Verbrauchermarktes als wichtiger Nahversorgungsbetrieb für das gesamte Stadtgebiet sowie eine bedarfsorientierte Angebotsergänzung im Fokus. Diese sollten in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Laupheim, die einen Bezug zum Nahversorgungszentrum Kaufland aufweisen, berücksichtigt werden. Aufgrund der städtebaulich integrierten Lage und der direkt angrenzenden Wohnbebauung sind Erweiterungsmöglichkeiten, i. S. einer Bereitstellung von Potenzialflächen am NVZ Kaufland, nicht gegeben.

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als **Nahversorgungszentrum**
- Erhalt und Stärkung des Kaufland Marktes als wichtiger Nahversorgungsbetrieb für das gesamte Stadtgebiet
- Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente, dabei insbesondere bedarfsorientierte Angebotsergänzung
- Keine weitere Attraktivierung des Angebots im Bereich des zentrelevanten Einzelhandels

6.2 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Aufgrund der hohen Bedeutung von Angeboten des täglichen Bedarfs werden nachfolgend die Nahversorgungsstrukturen in Laupheim analysiert und darauf aufbauend konzeptionelle Empfehlungen in Form von räumlichen Steuerungsinstrumenten (Kategorisierung von Standortbereichen) sowie allgemeinen und stadtteilspezifischen Entwicklungszielen erarbeitet. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung, insbesondere in den Wohngebieten, flächendeckend gewährleistet werden kann.

Die Analyse und Bewertung sowie die konzeptionellen Empfehlungen behandeln neben den räumlichen Rahmenbedingungen auch quantitative, qualitative und absatzwirtschaftliche Aspekte.

KRITERIEN FÜR NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

- **Städtebauliche Integration:** Der Standort steht im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung bzw. ist idealerweise von dieser umgeben.
- **ÖPNV-Erreichbarkeit:** Der Standort ist an das Netz des ÖPNV angebunden.
- **Schutz zentraler Versorgungsbereiche:** Sofern sich der Standort nicht an einen zentralen Versorgungsbereich „anschmiegt“ (siehe Steuerungsleitsätze), ist er ausreichend weit vom jeweiligen zentralen Versorgungsbereich entfernt.
- **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung:** Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der (räumlichen, quantitativen oder qualitativen) Nahversorgungssituation bei.

Städtebauliche Integration

Der Standort soll überwiegend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sein bzw. in einem engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu diesen stehen. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn der Vorhabenstandort mindestens von zwei Seiten (besser drei Seiten oder mehr) von Wohnbebauung umgeben ist.

Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren).

Ein nur teilweise städtebaulich integrierter Standort (z. B. bei umgebender Wohnbebauung an nur zwei Seiten und Lage an stark befahrener Straße ohne Querungshilfe) erfährt bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt ein Ausschlusskriterium dar.

ÖPNV-Erreichbarkeit

Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen regelmäßig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr ausreichend dar. Das Kriterium gilt in diesem Fall in der Regel als nicht erfüllt.

Schutz zentraler Versorgungsbereiche

Zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche darf sich der situative Nahbereich des Vorhabens nicht mehr als unwesentlich mit dem Nahbereich der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche überschneiden. Die Abgrenzung des situativen Nahbereiches wird dabei wie folgt durchgeführt:

Für den **situativen Nahbereich** wird kein fester Radius vorgegeben.³¹ Stattdessen ist der situative Nahbereich im Einzelfall unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen, wettbewerblichen und topografischen Gegebenheiten abzuleiten und soll sich an einer Gehzeit von rd. 10 min orientieren. Nahegelegene Wettbewerber und zentrale Versorgungsbereiche können jedoch zu einer Reduzierung des situativen Nahbereiches führen. Darüber hinaus können fehlende Nahversorgungsangebote und qualitativ hochwertige Fußwegeverbindungen auch eine Ausweitung des situativen Nahbereiches begründen. Grundsätzlich soll sich der situative Nahbereich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren orientieren. Ein deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehender Nahbereich kann in begründeten Ausnahmefällen möglich sein, um bislang und auch zukünftig Siedlungslagen mit nicht optimal fußläufig erreichbarer Nahversorgung (z. B. aufgrund eines zu geringen Bevölkerungspotenzials) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen. Solche **wohnrtnahen Bereiche** umfassen bspw. bis zu 10 min Fahrzeit mit dem Fahrrad oder annähernd 2 km Radfahrdistanz und orientieren sich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen, Radwegenetzen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren.

Von einer mehr als unwesentlichen **Überschneidung** der Nahbereiche ist i. d. R. dann auszugehen, wenn die Einwohnerzahl im Überschneidungsbereich mehr als 10 % der Einwohnerzahl im gesamten Nahbereich des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches entspricht. Als Nahbereich des zentralen Versorgungsbereiches kann vereinfachend eine Pufferzone von mindestens 500 m um die räumliche Abgrenzung des ZVB angenommen werden. Der Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche lässt sich auch unter Berücksichtigung der wettbewerblichen, siedlungsräumlichen und topografischen Gegebenheiten abgrenzen (s. o.). Gegebenenfalls ist eine gutachterliche Unterstützung bei der Bewertung angeraten.

Eine Überschneidung von bis zu 20 % wird im Rahmen der Standortbewertung zwar nicht mehr als unwesentliche, jedoch lediglich als „leichte“ Überschneidung gewertet und erfährt demnach bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Eine noch deutlichere Überschneidung ist ein deutliches Indiz dafür, dass der betrachtete Standort nicht als Nahversorgungsstandort zu empfehlen ist, sofern kein besonderer, städtebaulicher Begründungszusammenhang (z. B. „Anschmiegen“ an ZVB) vorliegt.

Sicherung/Optimierung der Nahversorgung

Der Standort soll zudem einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung oder Optimierung der räumlichen, qualitativen und/oder quantitativen Nahversorgung liefern.

Zur Sicherung oder Optimierung der **räumlichen Nahversorgungssituation** soll sich die 10-min-Gehzeit-Isochrone des Standortes nicht mehr als 50 % mit den 10-min-Gehzeit-Isochronen von Betrieben anderer Standorte überschneiden. Vereinfachend kann auch ein Radius von 500 bis 700 m Luftlinie angenommen werden. In diesem Falle sollten jedoch städtebauliche und/oder naturräumliche Barrieren berücksichtigt werden.

³¹ Als erster Anhaltswert für eine Abgrenzung des Nahbereichs kann jedoch die Gehzeit-Isochrone von 10 Gehminuten angenommen werden.

Die Sicherung oder Optimierung der **quantitativen Nahversorgung** ist gegeben, wenn der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Verkaufsflächenausstattung bzw. Zentralität im Stadtteil liefert. Dies kann der Fall sein, wenn der Stadtteil über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügt. Eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist hingegen ein Hinweis darauf, dass kein weiterer Bedarf an einer quantitativen Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht.

Sofern der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes im Stadtteil liefert bzw. zum Erhalt attraktiver und vielfältiger Nahversorgungsstrukturen beiträgt, ist eine Sicherung oder Optimierung der **qualitativen Nahversorgung** gegeben. So kann z. B. die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters bei einem fehlenden vollsortimentierten oder nicht mehr marktgängigen Angebot zur Optimierung der qualitativen Nahversorgung beitragen.

Sofern im Nahbereich eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist, kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmittel-discounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.³²

Die aufgezeigten Kriterien wurden bei der Ausweisung von Standorttypen und Entwicklungszielen der Nahversorgung berücksichtigt.

³² Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

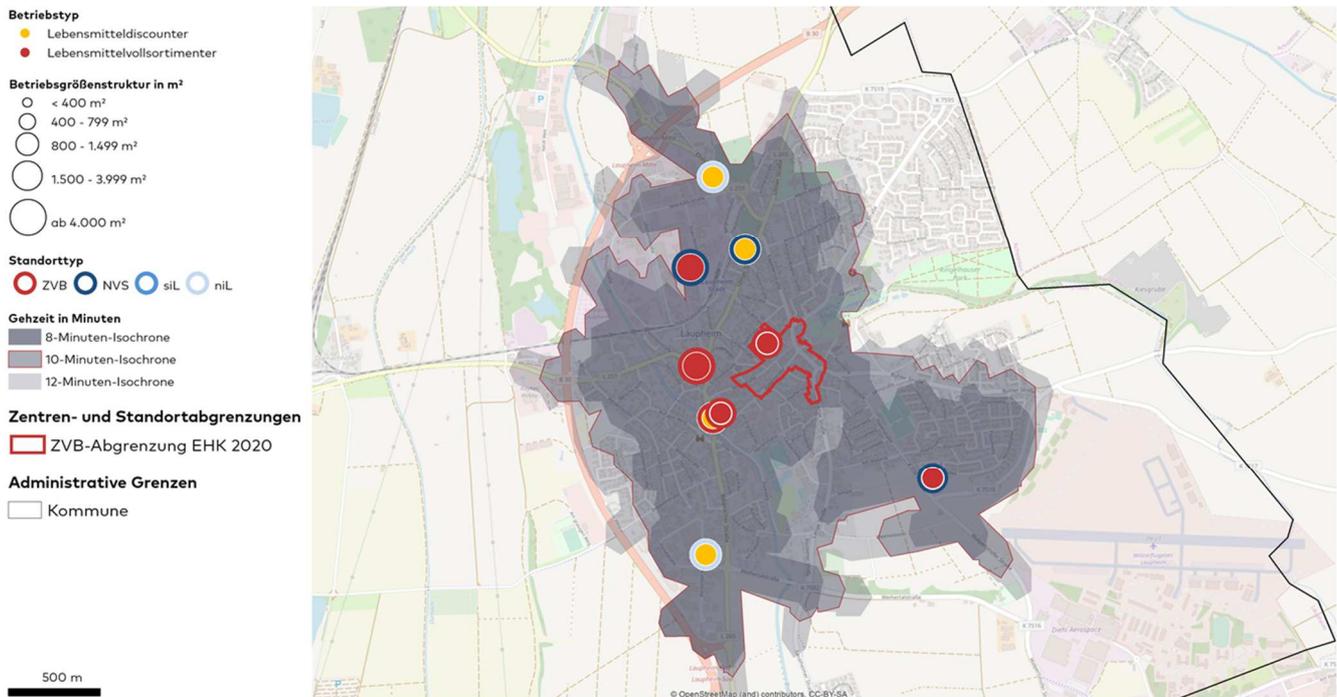


Abbildung 36: Räumliche Nahversorgungsfunktion in Laupheim mit Standorttypen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2019; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

6.2.1 Nahversorgungsstandorte in Laupheim

In Laupheim wird zur langfristigen Sicherung und der geordneten Weiterentwicklung und Ergänzung der wohnortnahen Versorgung die Ausweisung von Nahversorgungsstandorten als gebietscharfe Abgrenzung vorgesehen. An den Nahversorgungsstandorten soll zukünftig die Ansiedlung und Entwicklung von Nahversorgungsbetrieben (auch großflächigen) mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittelmärkte) – auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum und den beiden Nahversorgungszentren – zur Versorgung des umliegenden Gebiets möglich sein. Als Nahversorgungsstandorte werden die nachstehenden Standortbereiche genauer dargelegt.

Standortbereich Erwin-Rentschler-Straße

Der Standortbereich Erwin-Rentschler-Straße (E-Center) ist als städtebaulich integriert zu bewerten und liegt rd. 600 m nördlich des ZVB Nahversorgungszentrum Kaufland. Der Bereich weist zwei Magnetbetriebe des kurzfristigen Bedarfsbereichs auf (E-Center und E-Center Getränkemarkt) und übernimmt somit eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das nördliche Stadtgebiet sowie die umliegenden Stadtteile.

Die verkehrliche Anbindung erfolgt über die gleichnamige Erwin-Rentschler-Straße mit Anschluss an die Ulmer Straße als wichtige Hauptverkehrsachse in Laupheim. Haltestellen des ÖPNV befinden sich in fußläufiger Nähe inkl. des örtlichen Bahnhofs, wodurch die Anbindung als sehr gut zu bezeichnen ist.

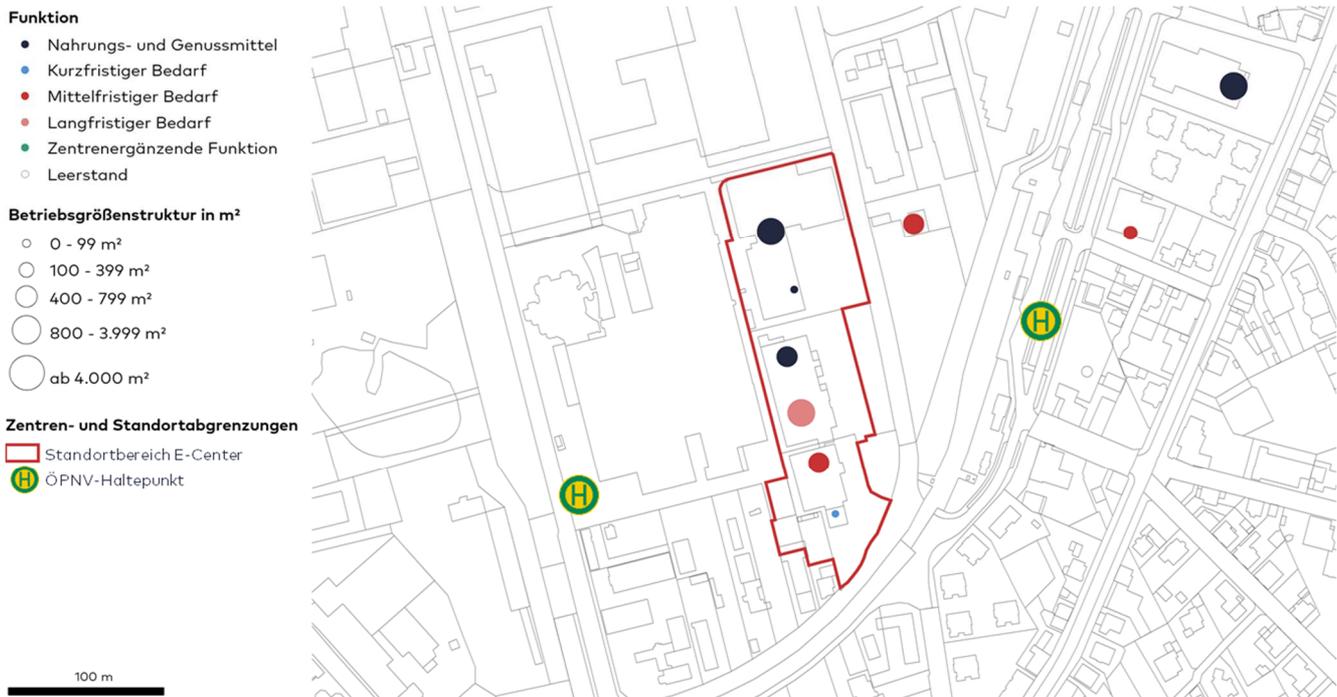


Abbildung 37: Abgrenzung des Standortbereichs Erwin-Rentschler-Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2019; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Standortbereich verfügt durch die bestehenden Märkte über eine räumlich sowie qualitativ gut zu bewertende Nahversorgungsfunktion. Arrondiert wird das Angebot durch je einen Betrieb aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, wodurch sich insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 4.800 m² ergibt.

Für den Verbrauchermarkt EDEKA-Center sowie der integrierten Bäckerei und dem EDEKA-Getränkecenter ist ein bedarfsgerechter Ausbau geplant. Stadt + Handel hat für das Planvorhaben im März 2020 eine Stellungnahme erarbeitet. Anhand der in dieser Stellungnahme untersuchten Ausprägung des Planvorhabens ist nicht von städtebaulich negativen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten zentraler Versorgungsbereiche oder auf die Strukturen der Laupheimer Nahversorgung auszugehen. Entsprechend wird der Standortbereich als Nahversorgungsstandort ausgewiesen, welchem bereits eine Entwicklungsperspektive in Form einer Umstrukturierung eingeräumt wird, wie es auch in den nachfolgenden Entwicklungszielen und -empfehlungen vorgesehen ist.

ENTWICKLUNGSZIELE- UND EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als **Nahversorgungsstandort**
- Erhalt und Stärkung des als Frequenzbringer unerlässlichen E-Centers als wichtiger Nahversorgungsbetrieb für das Stadtgebiet
- keine weitere Attraktivierung des Angebots im Bereich des zentrenrelevanten Einzelhandels

Standortbereich Ulmer Straße

Der Standortbereich Ulmer Straße liegt an der gleichnamigen Straße und weist dadurch eine gute Sichtbarkeit auf. Der Standort ist durch die umliegende Wohnbebauung siedlungsräumlich integriert und liegt weniger als 500 m nordöstlich des Nahversorgungsstandortes Erwin-Rentschler-Straße (E-Center).

Durch seine Lage an der Ulmer Straße ist der Standort sehr gut von dem südlich angrenzenden Kernsiedlungsbereich von Laupheim als auch über die Landesstraßen L 259 und L 265 zu erreichen. Die ÖPNV Anbindung wird über den südlich gelegenen Bushaltepunkt sowie den westlich liegenden Bahnhof der Stadt Laupheim sichergestellt, welche sich beide in unmittelbarer Nähe zum Standortbereich befinden.



Abbildung 38: Abgrenzung des Standortbereichs Ulmer Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2019; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Lebensmitteldiscounter ALDI Süd ist der einzige strukturprägende Nahversorgungsanbieter am Standort Ulmer Straße. Trotz der Solitärrolle des Betriebs stellt dieser eine gute Ergänzung zum Verbrauchermarkt E-Center aufgrund der räumlichen Nähe dar, wodurch im nördlichen Kernsiedlungsbereich von Laupheim eine gute qualitative und quantitative Nahversorgungsausstattung gegeben ist. Folglich wird der Standortbereich als Nahversorgungsstandort ausgewiesen.

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als **Nahversorgungsstandort**
- Erhalt und Stärkung des Lebensmitteldiscounters
- Bestandssicherung und sofern zur Bestandssicherung notwendig: bedarfsgerechter Ausbau

Standortbereich Neustadt Allee

Der Standortbereich Neustadt Allee liegt am südöstlichen Rand der Laupheimer Kernstadt und stellt, aufgrund seiner Entfernung zu den weiteren im Stadtgebiet von Laupheim verorteten Lebensmittelbetrieben, den einzigen strukturprägenden Anbieter im nahversorgungsrelevanten Sortiment im südöstlichen Kernsiedlungsbereich von Laupheim dar.

Durch die Lage im südöstlichen Bereich der Stadt Laupheim kann dem Nahversorgungsstandort eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den südöstlichen

Kernsiedlungsbereich von Laupheim attestiert werden. Verkehrlich ist der Standort über die westlich verlaufende Hasenstraße zu erreichen, welche im weiteren Verlauf einen Anschluss an den nördlichen gelegenen Kernstadtbereich bietet. Über die Neustadt Allee erfolgt zudem die Anbindung des nordöstlich gelegenen Siedlungsbereichs. Die ÖPNV Anbindung erfolgt über einen direkt im Osten angrenzenden Bushaltepunkt.



Abbildung 39: Abgrenzung des Standortbereichs Neustadt Allee

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 08/2019; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Lebensmittelsupermarkt REWE (zzgl. eines integrierten Bäckers) stellt den einzigen strukturprägenden Nahversorgungsanbieter am Standortbereich Neustadt Allee dar. Dieser dient zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion im südöstlichen Stadtgebiet und der dort befindlichen Siedlungsbereiche.

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als **Nahversorgungsstandort**
- Bestandssicherung und sofern zur Bestandssicherung notwendig: bedarfsgerechter Ausbau

6.2.2 Nahversorgungssituation in den Laupheimer Stadtteilen

Die Umsatzentwicklung, Zentralität sowie die Einwohnerentwicklung in der Stadt Laupheim bedingen die Ausstattungssituation und somit auch die Potenziale der nahversorgungsrelevanten Warengruppen. Insgesamt wird für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bis 2025 ein deutlich positives Umsatzwachstum prognostiziert, wodurch sich in Verbindung mit einer erkennbaren positiven Bevölkerungsentwicklung Potenziale für die zukünftige Entwicklung ergeben.

Die Stadt Laupheim weist gegenüber des Bundesdurchschnitts von 0,41 m² VKF pro Einwohner eine signifikant hohe Verkaufsflächenausstattung von 0,63m² VKF pro Einwohner im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel auf. Es liegt eine

breite Angebotsausstattung in Form von Verbrauchermärkten, Lebensmittel-
permärkten und -discountern sowie Getränkemärkten vor. Das genannte Ange-
bot befindet sich überwiegend in städtebaulich integrierten Lagen, jedoch sind
diese ausnahmslos im Kernbereich der Stadt Laupheim verortet. Wie bereits zu-
vor unter Kapitel 4.7 erwähnt, sind in den umliegenden Stadtteilen Bihlafingen,
Baustetten sowie Ober- und Untersulmetingen keine strukturprägenden Lebens-
mittelbetriebe vorhanden, wodurch sich eine unzureichende Nahversorgungssitu-
ation ergibt.

6.2.3 Nahversorgungsprüfschema

Aufgrund der hohen Bedeutung von größeren Einzelhandelsbetrieben mit zen-
tren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten als Kundenmagnet und für die
Besuchersfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen, sollen Einzelhandels-
vorhaben mit einem **zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment** vor-
rangig in den zentralen Versorgungsbereichen selbst gesichert und weiterentwi-
ckelt werden.

Nachgeordnet soll das integrierte Nahversorgungsangebot - v. a. von Lebensmit-
telmärkten - außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere an
Nahversorgungsstandorten) gesichert und bedarfsgerecht weiterentwickelt wer-
den. Für diese Vorhaben **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** ist im Rah-
men künftiger Konformitätsprüfungen zum Einzelhandelskonzept das folgende
Prüfschema anzuwenden (vgl. nachfolgende Abbildung).



Abbildung 40: Prüfschema zur standortgerechten Dimensionierung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Prüfroutine 1: Nahversorgungsrelevantes Vorhaben

Das Nahversorgungsprüfschema für die Stadt Laupheim dient zur Ersteinschät-
zung von Nahversorgungsvorhaben. Nahversorgungsvorhaben sind i. d. R. nur An-
siedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben, deren **Verkaufsfläche**
mindestens zu 90 % aus zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten be-

steht. Die Bewertung der einzelnen Prüfroutinen erfolgt in Anlehnung an die dargestellte Ampel-Systematik. Eine „grüne Ampel“ zeigt eine positive Bewertung an, eine „rote Ampel“ hingegen eine negative Bewertung. Eine uneindeutige Bewertung wird durch eine „gelbe Ampel“ dargestellt. Die Bewertungskriterien werden im Folgenden näher erläutert.

Prüfroutine 2: Standorteignung

Wenn sich das Planvorhaben an einem ausgewiesenen Nahversorgungsstandort befindet, ist grundsätzlich die Konformität zu Prüfroutine 2 anzunehmen.

Befindet sich das Planvorhaben außerhalb eines ausgewiesenen Nahversorgungsstandorts, erfüllt jedoch die Kriterien, die an einen Nahversorgungsstandort gestellt werden (s. Kapitel 6.2), kann der Vorhabenstandort im Rahmen des Prüfschemas weiter i. S. eines potenziellen Nahversorgungsstandorts geprüft werden.

Ein städtebaulich integrierter Standort, der die Kriterien, die an einen Nahversorgungsstandort gestellt werden (s. Kapitel 6.2), nicht erfüllt, erfährt in der Prüfroutine 2 eine entsprechende Abwertung.

Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt ein Ausschlusskriterium dar.

Prüfroutine 3: Kaufkraftabschöpfung - Funktionsgerechte Dimensionierung

Ein wesentlicher Teil des zu erwartenden Vorhabenumsatzes soll aus dem situativen Nahbereich abgeschöpft werden können. Dies ist aus fachgutachterlicher Sicht i. d. R. gegeben, wenn die Umsatzerwartung je nach Standorttyp einen gewissen Anteil der sortimentspezifischen Kaufkraft im situativen Nahbereich nicht überschreitet, da sich der Versorgungseinkauf erfahrungsgemäß auch auf andere Einzelhandelsstandorte und Betriebstypen verteilen wird.

Kaufkraftabschöpfung und Standorttyp: Nahversorgungsstandorte leisten einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung und Optimierung der Nahversorgungssituation. Daher ist für Nahversorgungsstandorte i. d. R. eine Kaufkraftabschöpfungsquote zwischen 35 und 50 % anzusetzen³³.

Bei Nahversorgungsstandorten kann die zulässige Kaufkraftabschöpfungsquote je nach Siedlungslage (z. B. Siedlungslagen mit räumlichen Nahversorgungsdefiziten, die über den wohnungsnahen Bereich hinausgehen oder siedlungsräumlich abgesetzte Stadtteile) jedoch deutlich höher oder niedriger im situativen (wohnungsnahen) Nahbereich angesetzt werden. Entsprechende Abweichungen von der Kaufkraftabschöpfungsquote zwischen 35 und 50 % sind unter anderem unter Berücksichtigung städtebaulicher und absatzwirtschaftlicher Begründungszusammenhänge zu begründen (s. nachfolgende Ausführungen).

Sonstige städtebaulich integrierte Standorte verfügen über eine gegenüber den vorgenannten Standorttypen nachrangige Bedeutung für die Nahversorgung. Daher soll bei Kongruenzprüfungen für diese Standorte i. d. R. eher der untere Bereich der oben dargestellten Spannweite (rd. 35 %) angesetzt werden.

³³ Einbezogen wird nur die Kaufkraft der Wohnbevölkerung, nicht die von Beschäftigten, Schülern und Studierenden, Besuchern, Touristen etc. Dies basiert auf einem stadtentwicklungspolitischen Auftrag und der Zielsetzung die Versorgungsqualität am Wohnort als Daseinsvorsorge herzustellen.

Spannweite der Kaufkraftabschöpfung: Die jeweilige Abschöpfung der sortimentspezifischen Kaufkraft im situativen Nahbereich soll abhängig von verschiedenen Rahmenbedingungen im Einzelfall abgeleitet werden. Relevante Rahmenbedingungen sind hierbei u. a. die Angebotsqualität in Relation zur Nachfragesituation, die Optimierung der Standortrahmenbedingungen eines Bestandsbetriebes, räumlich unterversorgte Bereiche und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten.

Eine Kaufkraftabschöpfungsquote **von annähernd 35 %** ist in der Regel (aber nicht abschließend) plausibel, wenn

- der Vorhabenstandort in höher verdichteten Siedlungslagen (z. B. Geschosswohnungsbau, dichte Reihenhausbebauung) liegt,
- ein stark ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld (d. h. mehrere Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in räumlicher Nähe) vorherrscht,
- die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation (z. B. Verkaufsflächenausstattung, Betriebstypenmix) als stark überdurchschnittlich eingeordnet werden kann und/oder
- eine deutliche Überschneidung des fußläufigen, situativen Nahbereiches mit anderen nahversorgungsrelevanten Betrieben (z. B. an einem Koppungsstandort) vorliegt.

Eine Kaufkraftabschöpfungsquote **von bis zu 50 %** ist in der Regel (aber nicht abschließend) plausibel, wenn

- der Vorhabenstandort in deutlich ländlich geprägten und/oder gering verdichteten Siedlungslagen (z. B. abgesetzte, dörflich strukturierte Stadtteile, Einfamilienhausgebiete) liegt,
- ein eher schwach ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld (d. h. keine oder sehr wenige Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in räumlicher Nähe) vorherrscht,
- die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation (z. B. Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Betriebstypenmix) als stark unterdurchschnittlich eingeordnet werden kann und/oder
- keine oder nur eine unwesentliche Überschneidung des fußläufigen, situativen Nahbereiches mit anderen nahversorgungsrelevanten Betrieben vorliegt.

Dieses Kriterium ist nicht als Kontingentierung von VKF zu verstehen sondern als Grundlage für weitergehende und sodann städtebaulich begründete Empfehlungen; insofern ist das Vorgehen kompatibel zu der aktuellen Rechtsprechung des EuGH.

Abgrenzung des situativen Nahbereichs: Für den situativen Nahbereich wird kein fester Radius vorgegeben.³⁴ Der situative Nahbereich ist im Einzelfall unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen, wettbewerblichen und topografischen Gegebenheiten abzuleiten und soll sich an einer Gehzeit von rd. 10 min orientieren. Nahegelegene Wettbewerber und zentrale Versorgungsbereiche können jedoch zu einer Reduzierung des situativen Nahbereiches führen. Darüber hinaus können

³⁴ Als erster Anhaltswert für eine Abgrenzung des Nahbereichs kann jedoch eine Luftlinienentfernung von 500 bis 700 m bzw. rd. 1.000 m Fußwegedistanz angenommen werden. Dies entspricht (je nach körperlicher Verfassung) in etwa einer Gehzeit von rd. 10 min.

fehlende Nahversorgungsangebote und qualitativ hochwertige Fußwegeverbindungen auch eine Ausweitung des situativen Nahbereiches begründen. Grundsätzlich soll sich der situative Nahbereich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren orientieren. Ein deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehender Nahbereich kann in begründeten Ausnahmefällen möglich sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft unterversorgte Siedlungslagen (z. B. aufgrund eines zu geringen Bevölkerungspotenzials) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen. Solche **wohnortnahen Bereiche** umfassen i. d. R. bis zu 10 min Fahrzeit mit dem Fahrrad und orientieren sich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen, Radwegenetzen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren. Die Versorgung solcher wohnortnahen Bereiche ist vorrangig Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen und ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten vorbehalten.

Insbesondere vor dem Hintergrund der anhaltenden Dynamik im Einzelhandel (u. a. Standortverlagerungen, Betriebserweiterungen, Veränderungen der Betriebstypen) ist die empfohlene Kaufkraftabschöpfung somit als Richtwert – und nicht als fixer Wert – zu verstehen. Eine geringfügige Überschreitung um bis zu 10 %-Punkte wird im Rahmen des Nahversorgungsprüfschemas zwar nicht mehr als angemessene, jedoch lediglich als „leicht höhere“ Abschöpfungsquote gewertet und erfährt demnach eine entsprechende Abwertung („gelbe Ampel“). Eine noch höhere Abschöpfungsquote stellt i. d. R. ein Ausschlusskriterium dar („rote Ampel“). Ausnahmen von der Regel können z. B. begründet sein in unterversorgtem Bereich mit großer Bevölkerungszahl.

Prüfroutine 3: Schutz zentraler Versorgungsbereiche

Zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche darf sich der situative Nahbereich (zur Abgrenzung des situativen Nahbereiches siehe Prüfroutine 2) des Vorhabens nicht mehr als unwesentlich mit dem Nahbereich der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche überschneiden.

Von einer mehr als unwesentlichen Überschneidung ist i. d. R. dann auszugehen, wenn es zu einer Überschneidung von mehr als 10 % des situativen Nahbereiches des Vorhabens mit dem Nahbereich des zentralen Versorgungsbereiches kommt. Als Nahbereich des zentralen Versorgungsbereiches kann vereinfachend eine Pufferzone von mindestens 500 m um die räumliche Abgrenzung des ZVB angenommen werden unter Berücksichtigung von städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren. Der für den Vorhabenbetrieb im Rahmen dieser Prüfroutine zugrunde gelegte situative Nahbereich dient auch als Bemessungsgrundlage der Kaufkraftabschöpfungsquote (siehe Prüfroutine 2). Der Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche lässt sich auch unter Berücksichtigung der wettbewerblichen, siedlungsräumlichen und topografischen Gegebenheiten abgrenzen (siehe Prüfroutine 2). Gegebenenfalls ist eine gutachterliche Unterstützung bei der Bewertung angeraten.

Eine Überschneidung von bis zu 20 % wird im Rahmen des Nahversorgungsprüfschemas zwar nicht mehr als angemessene, jedoch lediglich als „leichte“ Überschneidung gewertet und erfährt demnach eine entsprechende Abwertung

(„gelbe Ampel“). Eine noch deutlichere Überschneidung stellt i. d. R. ein Ausschlusskriterium dar („rote Ampel“).

Abschließende Gesamtbewertung

Die Gesamtbewertung ergibt sich aus der durchschnittlichen Bewertung der einzelnen Prüfroutinen. Bei einer insgesamt **positiven Einschätzung** („grüne Ampel“) ist das Vorhaben als grundsätzlich konform zum Zentren- und Nahversorgungskonzept zu bewerten. Es wird zusätzlich empfohlen, die Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer einzelfallbezogenen Auswirkungsanalyse zu ermitteln, in die das Ergebnis des Prüfschemas mit einfließt. Mehrere nicht eindeutige Bewertungen einzelner Prüfroutinen („gelbe Ampeln“) können zu dem Gesamtergebnis führen, dass das Vorhaben als **bedingt empfohlen** i. S. d. Einzelhandelskonzeptes einzustufen ist. Eine Ansiedlung/Erweiterung sollte in diesem Fall jedoch mit situationsabhängigen Empfehlungen (z. B. Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit, leichte Reduzierung der Verkaufsfläche) verknüpft werden. Die genauen Auswirkungen des Planvorhabens sind zudem im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu ermitteln, in die das Ergebnis des Prüfschemas mit einfließt. Eine **negative Bewertung** einer einzelnen Prüfroutine („rote Ampel“) führt stets auch zu einer negativen Gesamteinschätzung des Vorhabens. Eine Konformität zum Einzelhandelskonzept liegt damit nicht vor und es wird empfohlen, das Vorhaben mit Bezug auf die Ziele dieses Nahversorgungskonzeptes notfalls bauleitplanerisch zu verhindern, jedenfalls aber nicht durch die Aufstellung bzw. Änderung eines Bebauungsplans zu fördern.

Grundsätzlich sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Vorhabens auf Basis einer validen und nachvollziehbaren Methodik zu ermitteln und darzustellen. Dabei sind für die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auch realistisch zu erwartende **maximale Flächenproduktivitäten** zu verwenden.

Neben der Ermittlung potenzieller absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (Umsatzumverteilungen) ist in diesem Fall v. a. eine **städtebaulich begründete Analyse** und eine städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsziele für die (untersuchungsrelevanten) zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgungsstrukturen zu erbringen. Dabei sind auch mögliche Strukturverschiebungen in den zentralen Versorgungsbereichen von Bedeutung. Die vieldiskutierte **10 %-Schwelle** sollte bei der städtebaulichen Einordnung der Umsatzumverteilungen vor dem Hintergrund der Bestandsstrukturen kritisch gewürdigt werden.

6.2.4 Gesamtstädtische Handlungsprioritäten

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Laupheim ist begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Laupheim aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen (s. nachfolgende Empfehlungen). Grundsätzlich ist das im voranstehenden Kapitel dargestellte Nahversorgungsprüfschema zu beachten.

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN LAUPHEIM

Ziel 1: Nahversorgung im ZVB, in den Nahversorgungszentren und an den Nahversorgungsstandorten sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung, insbesondere die der fußläufigen Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 2: Integrierte Nahversorgungsangebote außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 3: Keine Ansiedlungen sowie restriktiver Umgang mit Ansiedlungen/Erweiterungen in städtebaulich nicht integrierten Lagen

- Vermeidung von Funktionsverlusten, die ggf. durch neue Ansiedlungen und Erweiterungen resultieren könnten

Sonstige Empfehlungen:

- Grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes (ohne negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Nahversorgungsstandorte)
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Ansonsten konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 8.2), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Im Zuge der Bestandserhebung im August 2019 sowie in Kapitel 6.2.2 wurden Bereiche der Stadt herausgearbeitet in denen aktuell eine unzureichende Nahversorgungssituation vorherrscht.

6.2.5 Nahversorgung in den Laupheimer Stadtteilen

Vor dem Hintergrund der Standortanforderungen des standardisierten Lebensmitteleinzelhandels bzgl. einer ausreichenden Mantelbevölkerung bzw. Einwohnerpotenzials im Standortumfeld eines Vorhabenstandorts sind die Entwicklungschancen für einen strukturprägenden Lebensmittelmarkt in den vier Stadtteilen differenziert zu bewerten. Während in den Stadtteilen Baustetten und Bihlafingen die Bevölkerung (s. Kapitel 4.2) als Mantelbevölkerung für einen standardisierten Lebensmittelmarkt als nicht ausreichend erscheint, stellt sich dies im

siedlungsräumlichen Zusammenhang der beiden Stadtteile Ober- und Untersulmetingen mit zusammen rd. 3.500 Einwohner anders dar. Somit wird für diese beiden Stadtteile anhand des Nahversorgungsprüfschemas (s. Kapitel 6.2.3) eine standortgerechte Dimensionierung eines potenziellen nahversorgungsrelevanten Betriebs geprüft und bewertet.

Prüfung Nahversorgungsvorhaben Ober- und Untersulmetingen

Im Zusammenhang mit der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation ergibt sich ein Handlungsbedarf in den Laupheimer Stadtteilen Ober- und Untersulmetingen. Als Grund für die Festlegung auf die beiden genannten Stadtteile dient das in Kapitel 6.2.3 vorliegende Nahversorgungsprüfschema.

Prüfroutine 1

Prüfroutine 1 kann als erfüllt angesehen werden, da konkret ein Lebensmittelmarkt mit einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 90 %³⁵ geprüft wird.

Prüfroutine 2

Der für die Prüfung zugrunde gelegte und von der Stadt Laupheim vorgegebene Standortbereich, welcher sich im Verbindungsbereich zwischen Ober- und Untersulmetingen befindet, wird dahingehend geprüft, ob er die Kriterien, welche für die Ausweisung eines Nahversorgungsstandortes relevant sind, erfüllt (Prüfroutine 2).



Abbildung 41: Karte potenzieller Standorte

Quelle: Stadt Laupheim.

³⁵ Annahme: Nahrungs- und Genussmittel 80 % der GVKF, Drogeriewaren 10 % der GVKF.

Durch die Lage im Verbindungsbereich der beiden Stadtteile ist eine **städtebauliche Integration gewährleistet**, da sowohl im Norden als auch im Süden Wohnbebauung anschließt. In Obersulmetingen leben 2.083 und in Untersulmetingen 1.420 Einwohner (Stand 08/2019). Eine vorhandene ÖPNV Anbindung ist durch den Bushaltepunkt „Sportplatz“ im Kreuzungsbereich Am Sportplatz/Obersulmetinger Straße gegeben. Dadurch wird auch das weitere Kriterium der **ÖPNV-Erreichbarkeit** für einen Nahversorgungsstandortes erfüllt. Im weiteren Prüfkriterium, dem **Schutz zentraler Versorgungsbereiche**, ist aufgrund der siedlungsräumlich abgesetzten Lage der beiden Stadtteile sichergestellt, dass der ausgewählte Standortbereich ausreichend weit von den beiden nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereichen (NVZ Kaufland und NVZ Biberacher Straße) entfernt ist.

Somit kann für den **Vorhabenstandort Prüfroutine 2** des Nahversorgungsprüfschemas als **erfüllt** angesehen werden. Der Standort könnte als potenzieller Nahversorgungsstandort ausgewiesen werden.

Prüfroutine 3 / Ableitung einer angemessenen Verkaufsflächendimensionierung für einen potenziellen Lebensmittelmarkt

Zur Beurteilung der Kaufkraftabschöpfung eines potenziellen Lebensmittelmarkts und einer daraus abzuleitenden Gesamtverkaufsfläche wird eine Flächenproduktivitätsspannweite von 3.700 – 5.000 Euro/m² zu Grunde gelegt. Diese Spannweite umfasst die Durchschnittswerte für Lebensmitteldiscounter und einen Supermarkt gemäß der Studie Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019 Baden-Württemberg. Aus der siedlungsräumlichen Lage (abgesetzte Stadtteile Ober-/Untersulmetingen) sowie der verkehrlichen Lage (Lage abseits von Hauptverkehrsachsen) des Vorhabenstandorts begründet sich der Bezug auf den Durchschnitt der Flächenproduktivität der Betriebstypen Lebensmitteldiscounter und Supermarkt.

Vor dem Hintergrund der Lage des Vorhabenstandorts zwischen den beiden siedlungsräumlich abgesetzten Stadtteilen Ober- und Untersulmetingen erscheint eine Kaufkraftabschöpfung von max. 35 % für einen potenziellen Lebensmittelmarkt i. S. des Nahversorgungsprüfschemas als städtebaulich angemessen.

Somit ergeben sich für die Ableitung einer angemessenen Verkaufsflächendimensionierung für einen potenziellen Lebensmittelmarkt am Vorhabenstandort folgende Bewertung:

Tabelle 10: Konzeptionell vertretbare Verkaufsflächendimensionierung für einen potenziellen Lebensmittelmarkt zur Verbesserung der Nahversorgung in Ober- und Untersulmetingen

	2019	2025
Einwohner (Stadtteile Ober- und Untersulmetingen)	3.503	3.589
Kaufkraft NuG pro Person	2.644	2.779
Kaufkraft NuG gesamt	rd. 9,3 Mio. Euro	rd. 10,0 Mio. Euro
Ableitung VKF eines Lebensmittelmarktes (Prognosejahr 2025)		
Städtebaulich angemessene Kaufkraftabschöpfung	35 % rd. 1,6 – 1,8 Mio. Euro (=35 % der Kaufkraft)	
Flächenproduktivität	3.700 – 5.000 Euro/m ²	
Ableitung VKF NuG (80% GVKF)	rd. 700 - 950 m ²	
Ableitung GVKF gesamt	rd. 850 – 1.150 m ²	

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel. Einwohner/Einwohnerprognose: Stadt Laupheim (Stand: 31.07.2019) und Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Bevölkerungsvorausberechnung bis 2035). Daten: Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019. Prognose: Handelsverband Deutschland (HDE), IFH Retail Consultants GmbH 2017, BBSR 2017, BBE/elaboratum. Flächenproduktivitäten: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019 Baden-Württemberg (Spannweite Durchschnittswerte Discounter/Supermarkt).

Aus Tabelle 10 ergibt sich zur Herstellung und Optimierung der Nahversorgung für die beiden Stadtteilen Ober- und Untersulmetingen für einen potenziellen Lebensmittelmarkt eine Spannweite der Gesamtverkaufsfläche von rd. 850 – 1.150 m. Folglich könnte ein marktadäquater und für die beiden Stadtteile standortgerechter Lebensmittelmarkt, sowohl in der Ausprägung als kleiner Supermarkt als auch Lebensmitteldiscounter, die Nahversorgung quantitativ wie auch qualitativ in den beiden Stadtteilen Ober- und Untersulmetingen sicherstellen.

Ob und wie weit die errechnete Gesamtverkaufsfläche sich als verträglich gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen und nahversorgungsrelevanten Strukturen im Stadtgebiet von Laupheim darstellt, kann nur anhand eines dezidierten Verträglichkeitsgutachtens geprüft und bewertet werden.

In Zusammenführung der aufgezeigten Kriterien wird deutlich, dass der ausgewählte Standortbereich, welcher sich im Verbindungsbereich zwischen Ober- und Untersulmetingen befindet, die Kriterien, welche für die Ausweisung eines Nahversorgungsstandortes relevant sind, erfüllt.

Im Rahmen einer Entwicklung am Standortbereich Ober- und Untersulmetingen empfiehlt sich die Ausweisung eines Sondergebiets für den großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs.3 BauNVO.

Im Rahmen der potenziellen Verbesserung der Nahversorgung im Bereich Ober- und Untersulmetingen können für den Standortbereich nachfolgend folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden.

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung eines **Nahversorgungsstandort** von einem der drei dargestellten Bereiche
- Schaffung der Entwicklungsmöglichkeiten zur Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes gegeben
- Keine Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben (groß- und kleinflächig) mit zentrenrelevantem Hauptsortiment

6.3 SONDERSTANDORTKONZEPT

Neben den zentralen Versorgungsbereichen besteht in Laupheim eine weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomeration mit einem gewissen Standortgewicht. Im folgenden Kapitel wird zunächst erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für diesen Sonderstandort grundsätzlich erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind. Darauf aufbauend wird die strukturprägende Einzelhandelsagglomeration analysiert und Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung des Standortes gegeben.

6.3.1 Konzeptionelle Einordnung von Sonderstandorten

Im Sinne einer gesamtstädtischen Standortbalance und den übergeordneten Entwicklungszielstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in Laupheim (vgl. Kapitel 5.2) ist eine Zielstellung mit der Weiterentwicklung des Sonderstandortes verbunden.

Ein Sonderstandort ist in der Zielstellung des Einzelhandelskonzeptes grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zu verstehen. Ein Sonderstandort dient der Ergänzung des Einzelhandels in der Innenstadt, indem er Einzelhandelsbetriebe aufnimmt,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die in der Innenstadt räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Sonderstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Sonder- und Fachmarktstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden. Dies wird insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, aber dafür leistungsfähige Sonderstandorte ist aus städtebaulicher Sicht sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im mittelzentralen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft. Die Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

6.3.2 Beurteilung des strukturprägenden Sonderstandortes „Neue Welt“ in Laupheim

Im Zuge des vorliegenden Konzeptes wird der Standortbereich Neue Welt geprüft und hinsichtlich der Ausweisung als Sonderstandort bewertet. Nachfolgend wird der Standortbereich mit den wesentlichen Rahmenbedingungen sowie spezifischen Entwicklungsempfehlungen dargestellt.

Der im vorliegenden Konzept als Sonderstandort ausgewiesene Standortbereich Neue Welt wird vornehmlich durch den im Süden verorteten Globus Baumarkt geprägt. Entlang der östlichen Abgrenzung des Standortbereichs befinden sich noch weitere, teilweise strukturprägende Betriebe (> 400 m²), des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs. Somit verfügt der Standortbereich auch über einen gewissen Anteil an zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten wie „großflächige Getränke“ oder Schuhe/Lederwaren.



Abbildung 42: Sonderstandort Neue Welt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 08/2019; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Sonderstandort befindet sich nördlich an der L 259 mit direktem Anschluss an die östlich verlaufende B 30, wodurch der Standort folglich gut für Autokunden zu erreichen ist. Eine direkte Anbindung an den ÖPNV innerhalb des Sonderstandortes besteht nicht, jedoch befindet sich der nächstgelegene Bushaltestelle in rd. 700 m Entfernung östlich des Standortbereichs, womit die Erreichbarkeit mittels ÖPNV noch als ausreichend zu bewerten ist.

Im Rahmen der Aufstellung des vorliegenden Konzeptes können für den Standortbereich Neue Welt folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als **Sonderstandort**
- Bestandssicherung und sofern zur Bestandssicherung notwendig: bedarfsgerechter Ausbau, jedoch
- keine weiteren Maßnahmen zur Steigerung der Standortattraktivität gegenüber des ZVB Innenstadt sowie
- keine Neuansiedlung oder Erweiterung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben bzw. Sortimenten.

7 Sortimentsliste

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Laupheim als zentrenrelevant sowie als zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht. Die Sortimentsliste für Laupheim fußt auf dem Entwurf der Gesamtfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller von September 2019. Die Übernahme der Laupheimer Sortimentsliste erfolgt dabei analog zum Warenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes (WZ-Code). In diesem Zusammenhang können Modifizierungen der Benennungen und Gruppierungen von Sortimenten vorgenommen werden.

7.1 METHODISCHE HERLEITUNG

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Zentren- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die den Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen und
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestandes auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

Neben den rechtlichen Anforderungen, den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der bewährten Sortimentsliste aus dem Entwurf der Gesamtfortschreibung des Regionalplans Donau-Iller aus dem Jahr 2019 ergibt sich die folgende Liste zentrenrelevanter bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Laupheim als sog. „Laupheimer Liste“.

7.2 SORTIMENTSLISTE FÜR LAUPHEIM

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen, der methodischen Herleitung sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und der dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Laupheim.

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt Laupheim (Kurzfassung)

zentrenrelevante Sortimente	nahversorgungsrelevante Sortimente*	nicht zentrenrelevante Sortimente**
Augenoptik	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika, Parfümeriewaren)	Baummarktsortiment i. e. S.
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren und „großteilige“ Getränke)	Camping- und Outdoorbedarf (ohne Bekleidung)
Bettwaren/Matratzen	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Elektrogroßgeräte
(Schnitt-) Blumen		Fahrräder und Zubehör
Bücher		Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände		Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Elektrokleingeräte		Lampen/Leuchten
Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz		Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Glas/Porzellan/Keramik		Pflanzen/Pflanzartikel
Haushaltswaren (Hausrat)		Reitsportartikel
Kinderwagen		Sportgroßgeräte
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		
Musikinstrumente und Musikalien		
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)		
Papier/Büroartikel/Schreibwaren		
Schuhe, Lederwaren		
Spielwaren und Bastelbedarf		
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) (ohne Reitsportartikel und Sportgroßgeräte)		
Teppiche (Einzelware)		
Uhren/Schmuck		
Waffen/Jagdbedarf/Angeln		
Zeitungen/Zeitschriften		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; die farblich markierten Sortimente sind „in der Regel“ zentrenrelevante Sortimente“ und können im Rahmen kommunaler Einzelhandelskonzepte den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeschrieben werden; *gleichzeitig auch zentrenrelevant; **gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, Sortimentsliste erläuternd aber nicht abschließend.

Nachfolgend ergeben sich gemäß dem Warengruppenverzeichnis (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes noch folgende Modifizierungen:

- **Bettwaren** wird als einzelnes Sortiment ausgewiesen
- Zusammenlegung der Sortimente Porzellan und Feinkeramik, Glaswaren zu einer Warengruppe **Glas/Porzellan/Keramik**
- Zusammenlegung der Sortimente Meterware für Bekleidung oder Bekleidungszubehör und Kurzwaren, Handarbeitswaren zu einer Warengruppe **Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)**
- Zusammenlegung der Sortimente Fotoartikel, Tonträger, Speichermedien, Digitalkameras, Video- und DVD-Geräte, Fernseh- und Phonotechnische

Geräte, Rundfunkgeräte, Telefone sowie PC und Zubehör aufgrund des geringen Differenzierungsgrades zu einer Warengruppe **Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)**

- Die Warengruppe Baby- und Kinderartikel wird aufgrund unterschiedlicher Sortimentseigenschaften auf die Warengruppen **Spielwaren, Bekleidung, Kinderwagen, Kfz-Zubehör** (Kinderautositze, Maxi Cosi) etc. aufgeteilt.
- Die Sortimente Kunstgewerbe, Geschenkartikel und Antiquitäten sind in der Warengruppe **Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderahmen/Kunstgegenstände** subsummiert.
- Die Sortimente Elektroinstallationsbedarf, Teppiche³⁶/Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf, Baustoffe, Bauelemente, Installationsbedarf, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeinrichtungen und -ausstattung (keine Textilien/Accessoires), Sanitär/Fliesen Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen, Holz, Bauelemente wie z.B. Fenster, Türen, Brennstoffe/Mineralölerzeugnisse werden zu einer Warengruppe **Baumarktsortiment i. e. S.** zusammengefasst.

Neben den aufgelisteten Modifizierungen ergeben sich gegenüber dem Entwurf zur Fortschreibung des REHK 2019 noch weitere Änderungen. Die in der Sortimentsliste farblich hinterlegten Sortimente sind gemäß der Sortimentsliste im Entwurf des REHK 2019 i. d. R. zentrenrelevant, können aber auch den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, sofern keine eindeutige städtebauliche Relevanz vorliegt, um die jeweiligen Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.

Resultierend aus der städtebaulichen Verortung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen in Laupheim sowie der Berücksichtigung der regionalplanerischen Empfehlungen des REHK 2019 erfolgt für die nachfolgenden Sortimente eine entsprechende Neuzuteilung auf Seite der nicht-zentrenrelevanten Sortimente.

Das im REHK 2019 als i. d. R. zentrenrelevantes eingestuftes Sortiment Elektrogroßgeräte wird in der „Laupheimer Liste“ abweichend gegenüber dem Vorschlag des REHK 2019 als nicht zentrenrelevant eingestuft. Im Sinne der städtebaulichen Verortung ist zwar ein gewisser Anteil (rd. 33 %) innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet, jedoch handelt es sich beim Sortiment Elektrogroßgeräte um kein klassisches innenstadtaffines Sortiment, wodurch zusätzliche Frequenzen im Innenstadtzentrum ausgelöst werden können. Ein wichtiges Merkmal was gegen eine Zentrenrelevanz spricht, ist die Transportfähigkeit bzw. die Mitnahmeoption, welche in Abhängigkeit zur Größe des Produkts nicht gegeben ist.

Das Sortiment Lampen/Leuchten wird abweichend der Vorgabe des REHK 2019 ebenfalls als nicht zentrenrelevant festgesetzt. Da aktuell im zentralen Versorgungsbereich keine signifikante Vorprägung durch das in Rede stehende Sortiment gegeben ist, wird eine Einstufung des Sortiments als nicht zentrenrelevant empfohlen. Das Sortiment Lampen/Leuchten wird im aktuellen Marktgeschehen vorrangig als Fachmarktkonzept am Sonderstandort „Neue Welt“ und als Randsortimentsangebot in Bau- und Möbelmärkten offeriert.

Die Warengruppe Sportgroßgeräte inkl. Fahrräder und Zubehör wird gegenüber der Vorgabe des REHK 2019 auch als nicht zentrenrelevant eingestuft. Ähnlich wie

³⁶ Nicht Einzelware.

beim Sortiment Elektrogroßgeräte handelt es sich bei der Warengruppe Sportgroßgeräte inkl. Fahrräder und Zubehör um kein klassisches innenstadtaffines Leitsortiment, was zu einer Erhöhung der Frequenzen im Innenstadtzentrum beitragen kann. Des Weiteren ist nur eine eingeschränkte Mitnahmeoption gegeben, speziell für den Bereich der Sportgroßgeräte. Zudem kann in dieser Warengruppe von einem geplanten Zieleinkauf ausgegangen werden.

Gegenüber der Sortimentsliste des REHK 2019 wird auch die Warengruppe Camping- und Outdoorbedarf als nicht zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Aktuell ist keine sortimentspezifische VKF bzw. kein Betrieb mit entsprechenden Sortimentsangeboten weder im ZVB Innenstadtzentrum noch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt. Im aktuellen Marktgeschehen werden Angebote der Warengruppe Camping- und Outdoorbedarf i. d. R. auf Fachmarktgröße angeboten, womit ein flächenintensives Vorhaben einhergeht, welches aufgrund der Verkaufsfläche meist außerhalb eines ZVB angesiedelt wird.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen.

8

Steuerungsleitsätze

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Laupheim und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

8.1 EINORDNUNG UND BEGRÜNDUNG DER STEUERUNGSLEITSÄTZE

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Laupheim insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

8.2 STEUERUNGSLEITSÄTZE FÜR LAUPHEIM

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Laupheim empfohlen:

Leitsatz I: Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig auf den ZVB Innenstadtzentrum Laupheim konzentriert werden

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig auf den **ZVB Innenstadtzentrum Laupheim** fokussiert werden, um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Einzelhandelslage zu begünstigen.
- In **sonstigen Lagen** sollen i. d. R. keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im ZVB Innenstadtzentrum Laupheim als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für das Innenstadtzentrum daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich beim Innenstadtzentrum um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment in den sonstigen Lagen begründet sich aus dem Schutz des Innenstadtzentrums vor einem zu deutlichen Standortgewicht weiterer Standortbereiche. Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche angemessener Entwicklungsrahmen für diese erhalten. Im Rahmen der Bauleitplanung ist im Einzelfall der Nachweis zu erbringen, dass das geplante Vorhaben vorrangig der Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs dient und daraus keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Laupheim oder den Nachbarkommunen resultieren.

Betriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen grundsätzlich auf den zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden, um diesen in seiner Versorgungsfunktion zu sichern und zu stärken. Bei der Umsetzung dieser Empfehlung sollte jedoch stets die bisherige und zukünftige bauleitplanerische und baugenehmigungsrechtliche Planungspraxis der Stadt Laupheim Berücksichtigung finden.

Leitsatz II: Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig primär im zentralen Versorgungsbereich sowie in den Nahversorgungszentren und zur Gewährleistung der Nahversorgung sekundär auch an Nahversorgungsstandorten vorgesehen werden.

Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär und ohne Verkaufsflächenbegrenzung auf den **ZVB Innenstadtzentrum Laupheim** und leicht untergeordnet als Ergänzung zum ZVB Innenstadtzentrum in den **Nahversorgungszentren** fokussiert werden (klein- und großflächig).

- Zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung können auch an **Nahversorgungsstandorten** (oder an Standorten, die den definierten Kriterien genügen) Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (v. a. Lebensmittelmärkte) vorgesehen werden, sofern negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden und sie konzeptkonform sind. Die Verkaufsflächendimensionierung ist unter Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit herzuleiten. Eine Bewertung der Konzeptkonformität von Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (v. a. Lebensmittelmärkte) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche soll gemäß des Nahversorgungsprüfschemas (vgl. Kapitel 6.2.3) geprüft und bewertet werden. Verkaufsflächengrößen und Verträglichkeit sind im Rahmen von Einzelfallprüfungen herzuleiten.
- Unabhängig davon kann **in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** und deutlich nachgeordnet kleinflächiger Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in Form so genannter Nachbarschaftsläden oder Convenience-Stores als Ergänzung zur bestehenden

Nahversorgungsstruktur und zur Versorgung des „engeren Gebietes“ vorgesehen werden.

- **In städtebaulich nicht integrierten Lagen** ist zukünftig kein Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorzusehen. Ausnahmsweise können in Gewerbe- und Industriegebieten Tankstellenshops oder Kioske mit einer Gesamtverkaufsfläche bis zu 150 m² zur Versorgung der dort arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden.

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist primär am Sonderstandort „Neue Welt“ vorzusehen. Darüber hinaus ist eine Ansiedlung/Erweiterung grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet möglich, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegen sprechen.

- Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment können grundsätzlich **im gesamten Stadtgebiet** vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegen sprechen.
- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente³⁷ auf bis **zu 10 % bzw. max. 800 m² der Gesamtverkaufsfläche** je Betrieb zu begrenzen. Eine **ausdifferenzierte Begrenzung** der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.
- Es soll stets **eine deutliche Zuordnung** des Randsortimentes zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereiche vermieden.

Leitsatz IV: Bestehenden Einzelhandelsbetrieben kann ausnahmsweise im Sinne des Bestandsschutzes eine einmalige, geringfügige Verkaufsflächenerweiterung innerhalb der Geltungsdauer des Konzeptes gewährt werden.

- Im Sinne des Bestandsschutzes wird somit auch der **wirtschaftliche Fortbestand** von Einzelhandelsbetrieben gewährleistet, die nicht den konzeptionellen Anforderungen entsprechen.
- Eine solche **geringfügige Verkaufsflächenerweiterung** bedarf einer Einzelfallprüfung anhand städtebaulicher/stadtentwicklungspolitischer (u.a. EHK), auswirkungsbezogener (absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen), landes- und regionalplanerischer, rechtlicher (Urteil OVG NRW vom 08.10.2018, AZ: 10 D 56/18.NE) und betreiberseitiger Anforderungen, um geringfügige Verkaufsflächenanpassungen zu begründen.

³⁷ Der Begriff Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil des OVG NRW – AZ: 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

- Es dürfen **keine negativen Auswirkungen** auf den ZVB, die Bestandsstandorte Nahversorgung oder die wohnortnahe Grundversorgung entstehen.

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben („Annexhandel“), wenn die Verkaufsfläche:

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und
- eine Verkaufsflächenobergrenze von **max. 800 m²** nicht überschreitet.
- Entsprechende Ausnahmeregelungen für den „Annexhandel“ auf Grundlage des §31 Abs. 1 BauGB sind sorgfältig im Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten.
- Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des **§35 BauGB bzw. 201 BauGB**.

Eine Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Laupheim künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

Bau- und planungsrechtliche Empfehlungen

Im Zusammenhang mit den Steuerungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in der Stadt Laupheim werden in diesem Kapitel Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien sowie für Musterfestsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitenden Bebauungsplänen als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

Die Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Laupheim enthält übergeordnete Ziele zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung, die nachfolgend, wenn das Einzelhandelskonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB von den politischen Gremien der Stadt Laupheim beschlossen wird, einer bauleitplanerischen Umsetzung bedarf. Nachfolgend sollen in Bezug auf die von der Stadt Laupheim angestrebte bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung mögliche Gefährdungspotenziale abgeschätzt und mögliche bauleitplanerische Handlungserfordernisse aufgezeigt werden.

Gefährdungspotenziale

Neben den in den vorhergegangenen Kapiteln formulierten Standortbereichen und zentralen Versorgungsbereichen und deren konzeptionellen Steuerung, existieren in Laupheim weitere Standorte, an welchen ausgewählte Einzelhandelsentwicklungen laut Steuerungsleitsätzen möglich sind. Dies betrifft bspw. großflächige Planvorhaben im nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich an nicht integrierten Standorten oder Planvorhaben im Bereich Lebensmittel, Reformwaren zur Versorgung der Bevölkerung in städtebaulich (teil-)integrierten Lagen. Grundsätzlich soll zusätzlich zu den in den Steuerungsleitsätzen formulierten räumlichen Entwicklungszielen an folgenden Standorten aufgrund eines hohen Gefährdungspotenzials ein Ausschluss von Einzelhandel erfolgen, um die räumliche Angebotsstruktur in Laupheim zu wahren:

- Von der Ansiedlung von Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten sowie auf entsprechenden Branchen ist grundsätzlich abzusehen, um weiterhin Flächen für Gewerbetreibende vorhalten zu können. Zudem ist eine Bündelung des Einzelhandels in zentralen Versorgungsbereichen und am Suchbereich für Sonderstandorte aus Kundensicht zu favorisieren. Von dieser Regelung ausgenommen, sind Tankstellenshops oder Kioske, welche zur Versorgung der in Gewerbegebieten arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden (vgl. Kapitel 8.2).
- An den nicht integrierten Standorten ist zudem der Ausschluss von weiteren Entwicklungen im Bereich zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptsortiment zu empfehlen. In diesem Zusammenhang sollte zur baurechtlichen Absicherung der aktuelle Verkaufsflächenbestand in Bebauungsplänen festgeschrieben werden. Neue Ansiedlungen, die über den genehmigten Verkaufsflächenbestand im zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortiments-

bereich hinausgehen, sollten damit ausgeschlossen werden. Randsortimente in besagten Sortimenten sollten gemäß Steuerungsleitsatz 3 behandelt werden. Die Bebauungspläne der nicht integrierten Einzelhandelsstandorte sind entsprechend der bauplanungsrechtlichen Steuerung zu überprüfen.

Empfohlene bauleitplanerische Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie „unerwünschte“ Standorte³⁸ bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben:

- planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben in den zentralen Versorgungsbereichen gemäß den im Einzelhandelskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen
- mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Steuerungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der Entschädigungsregelungen
- kurzfristiger Standortumbau an Standorten, die hierfür direkt in Frage kommen
- konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten in Verbindung mit den Entwicklungsleitsätzen
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar die eigenen zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen drohen und die gewünschten zusätzlichen Ansiedlungspotenziale in den zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Laupheimer Liste zentrenrelevanter Sortimente.

Bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Laupheim

Das den Kommunen zur Verfügung stehende planungsrechtliche Steuerungsinstrumentarium, insbesondere die Bauleitplanung, ist zur Umsetzung dieser Steuerungsstrategien vollumfänglich heranzuziehen. Aufgrund der Komplexität und Dauer von Bauleitplanverfahren ist grundsätzlich ein Prioritäten setzendes Vorgehen zu empfehlen. Das wesentliche Ziel des Einzelhandelskonzeptes ist die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche insb. der Innenstadt von Laupheim. Damit dieses Ziel erreicht wird, sollte daher **prioritär** der zentrenrelevante Einzel-

³⁸ „Erwünscht“ bzw. „unerwünscht“ im Sinne des Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts im Zusammenhang mit den Steuerungsleitsätzen.

handel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch konsequente Bauleitplanung ausgeschlossen werden. Vor dem Hintergrund dieser grundsätzlichen Zielstellung des Einzelhandelskonzeptes ergibt sich ein Planungserfordernis insbesondere für³⁹:

- Bebauungspläne auf Grundlage älterer BauNVO (vor 1977), die an „unerwünschten Standorten“ (bspw. Gewerbegebiete) die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben derzeit noch ermöglichen.
- mindestens Umstellung auf die aktuelle BauNVO für alle Bebauungspläne, welche Einzelhandel an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ermöglichen.
- Gebiete nach § 34 Abs. 1 BauGB, die bereits durch großflächigen Einzelhandel vorgeprägt sind, sodass weitere Einzelhandelsgroßbetriebe (mit zentrenrelevantem Hauptsortiment) in der näheren Umgebung zulässig wären.
- zielgerichtete Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung gem. der Ziele und Grundsätze in derartigen Gebieten schwerlich möglich: Überplanung ist daher angeraten.
- sonstige Bebauungspläne, die zentrenrelevanten Einzelhandel an „unerwünschten Standorten“ zulassen (bspw. Kerngebiete und Sondergebiete).
- Bebauungspläne, die eine zielgerichtete Einzelhandelssteuerung ermöglichen, bieten durch getroffene Festsetzungen (z. B. Festsetzung eines Kerngebiets) die Möglichkeit, dass sie Einzelhandel an Standorten zulassen, die im Sinne des Einzelhandelskonzeptes nicht mehr für sinnvoll erachtet werden: auch solche Bebauungspläne gilt es prioritär zu überplanen.

Nachgeordnet zu dem Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ergibt sich i. S. d. Zielstellung des vorliegenden Konzepts zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche auch ein Planungserfordernis innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, und zwar derart, dass die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes abgeleiteten Empfehlungen zu den jeweiligen Versorgungsbereichen planungsrechtlich umsetzbar sind.

Unter Berücksichtigung der dargestellten Planungserfordernisse und der vorgeschlagenen Prioritätensetzung bei der bauleitplanerischen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Laupheim, wird das wesentliche Ziel des Einzelhandelskonzeptes – die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche – durch die Bauleitplanung unterstützt.

Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen

Die vorgenannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je nach Vorhaben und Standort weiter differieren. Insofern können und dürfen keine dauerhaft gültigen generellen Musterfestsetzungen entworfen werden. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf dieses Einzelhandelskonzept in Verbindung

³⁹ Bei der konsequenten Umsetzung der Zielstellungen des Einzelhandelskonzeptes sind die Anforderungen des sog. Planungsschadensrecht (vgl. §§ 39 – 44 BauGB), hier insbesondere § 42 BauGB zu berücksichtigen, wonach ggf. ein Anspruch auf Entschädigung entsteht, wenn die zulässige Nutzung eines Grundstücks aufgehoben oder geändert wird und dadurch eine nicht nur unwesentliche Wertminderung des Grundstücks eintritt.

mit dem bestätigenden Beschluss des zuständigen politischen Gremiums bezieht. Dies sollte nicht als pauschales Zitat erfolgen, sondern als konkrete und standortbezogene Auseinandersetzung mit:

- dem jeweils individuellen Planerfordernis.
- der aktuellen Einzelhandelsbestandsbewertung der zentralen Versorgungsbereiche (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa das Warenangebot, prägenden Sortimenten und Betriebsgrößen, Stärken und Schwächen einschließlich Leerstand usw.).
- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der ergänzenden Sonderstandorte sinnvoll erscheint und in welcher Weise dies geschehen soll (hierzu hält dieses Einzelhandelskonzept vielfältige Einzelaspekte standortbezogen vor).
- der Lage des Planvorhabens innerhalb des beabsichtigten zukünftigen Zentren- und Standortkonzepts.
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zu den o. g. Entwicklungszielen.
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Sortimentsstruktur begrenzt werden soll bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen.

Die Steuerungsleitsätze sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden.

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandelskonzepts – aus § 1 Abs. 6 Nr. 4 und § 2 Abs. 2 BauGB i. V. m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben.

Die Musterfestsetzungen selbst sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind. Sie sind als rein auf den Einzelhandel bezogene Empfehlungen zu verstehen, die weitere stadtentwicklungspolitische Abwägungserfordernisse sowie zu berücksichtigende weitere Aspekte der zu überplanenden Gebiete noch nicht enthalten. Für atypische Standorte und Vorhaben sollten diese Musterfestsetzungen nicht zugrunde gelegt werden.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus (besonderen) städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen. Die Definition einer aus der sozialen und ökonomischen Realität abgeleiteten Nutzungsart in Laupheim mit der Festlegung von konkreten Verkaufsflächengrößen, im Sinne eines sog. Laupheimer Ladens, wurde nicht vorgenommen.

Die Laupheimer Liste zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sollte, damit sie deutlich erkennbarer Bestandteil der Planung wird, in den Festsetzungen des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden.

Sofern Bebauungspläne Standorte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche überplanen, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan dieser entsprechende zentrale Versorgungsbereich namentlich bezeichnet und ergänzend ggf. zeichnerisch erklärt werden. Die Planzeichnung selbst eignet sich aufgrund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

Empfohlene Musterfestsetzungen

- a) Gänzlicher Einzelhandelsausschluss in einem Gewerbegebiet:
„In dem Gewerbegebiet **xy** sind Einzelhandelsbetriebe unzulässig.“
- b) Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten:
„In dem Mischgebiet **xy** sind Einzelhandelsbetriebe mit **zentrenrelevanten Hauptsortimenten (und zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten)** unzulässig. Zentrenrelevant sind (gemäß Laupheimer Liste) folgende Sortimente (einfügen Benennung gemäß Sortimentsliste Laupheim).“
- c) Ausnahmsweise Zulässigkeit von kleinflächigen Nahversorgungsäden in einem Mischgebiet mit Einzelhandelsausschluss bzw. Ausschluss von zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten:
„In dem Mischgebiet **xy** können Läden mit ausschließlich **zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten** bis zu einer Verkaufsfläche von 100 m² ausnahmsweise zugelassen werden. Zentren- und nahversorgungsrelevant sind folgende Sortimente (einfügen Benennung gemäß Sortimentsliste Laupheim).“
- d) Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen zur Art der Nutzung:
„Das Baugebiet **Name** wird festgesetzt als **Sondergebiet Zweckbestimmung nach BauNVO⁴⁰**. In diesem Sondergebiet sind zulässig Einzelhandelsbetriebe **Betriebstyp (z. B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmittelmarkt, Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus usw.)** mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von **xy** m² und dem Hauptsortiment **xy** (einfügen Benennung gemäß Sortimentsliste Laupheim).“

Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Entwicklungsleitsatz III:
„Für diese Einzelhandelsbetriebe werden die maximal zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente (gemäß Laupheimer Liste) (**entweder**) auf insgesamt **xy** % der Gesamtverkaufsfläche (**oder**) maximal **xy** m² begrenzt, wobei einzelne Sortimentsgruppen wie folgt begrenzt werden:

⁴⁰ Dieser Gebietstyp sollte ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchstrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden (vgl. hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 – AZ 4 CN 3.07).

- Sortiment oder Sortimentsgruppe **xy** (einfügen: Benennung gemäß Laupheimer Sortimentsliste): maximal **xy** m² Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall abgeleiteter Wert einzufügen),
- weitere Sortimente analog“

Sind innerhalb eines Plangebiets mehrere Einzelhandelsbetriebe geplant, deren Verkaufsflächen jeweils vorhabenbezogen begrenzt werden sollen, muss für jeden einzelnen Betrieb ein eigenes Sondergebiet entsprechend dem vorstehenden Festsetzungsvorschlag festgesetzt werden bzw. im Rahmen eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans i. S. d. § 12 BauGB⁴¹ entsprechende Festsetzungen getroffen werden.

- e) Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten (Haupt-) Sortimenten ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen⁴²:

„Das Baugebiet **Name** wird festgesetzt als **Gebietstyp nach BauNVO**. In diesem Gebiet sind zulässig **Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe** [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe mit zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem (Haupt-) Sortiment entsprechend der nachstehenden Laupheimer Sortimentsliste nicht zulässig. Nicht zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die mehrere, der in der Laupheimer Liste angeführten zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente nebeneinander als (Haupt-)Sortimente anbieten⁴³

In der Begründung ist auf die beabsichtigte Stärkung der Zentren sowie deren Erhaltung und Weiterentwicklung i. S. d. Einzelhandelskonzeptes einzugehen.“

⁴¹ Für Angebotsbebauungspläne ist die Anwendung von baugebietsbezogenen Verkaufsflächengrenzen aufgrund des sog. „Windhundrennens“ nicht geeignet (vgl. auch hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 – AZ 4 CN 3.07).

⁴² Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen umfassen stets auch Kioske. Ihre Bedeutung ist hinsichtlich des städtebaulich-funktionalen Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche allerdings eher marginal. Daher dürfte es im Einzelfall in Betracht kommen, einen Kiosk im Wege der Befreiung nach § 31 Abs. 2 BauGB zuzulassen. Es empfiehlt sich, auf diese Möglichkeit im Rahmen der Begründung des Bebauungsplans einzugehen (vgl. Kuschnerus 2007: Rdn. 109 ff. und 460).

⁴³ In Form eines (Spezial-)Kauf- oder Warenhauses oder themenbezogene Kauf- oder Warenhäuser.

10 Schlusswort

Die Stadt Laupheim verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche, vorrangig die des ZVB Innenstadtzentrum und der städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorte mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und den parallel abgehaltenen Arbeitskreisen – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 43).

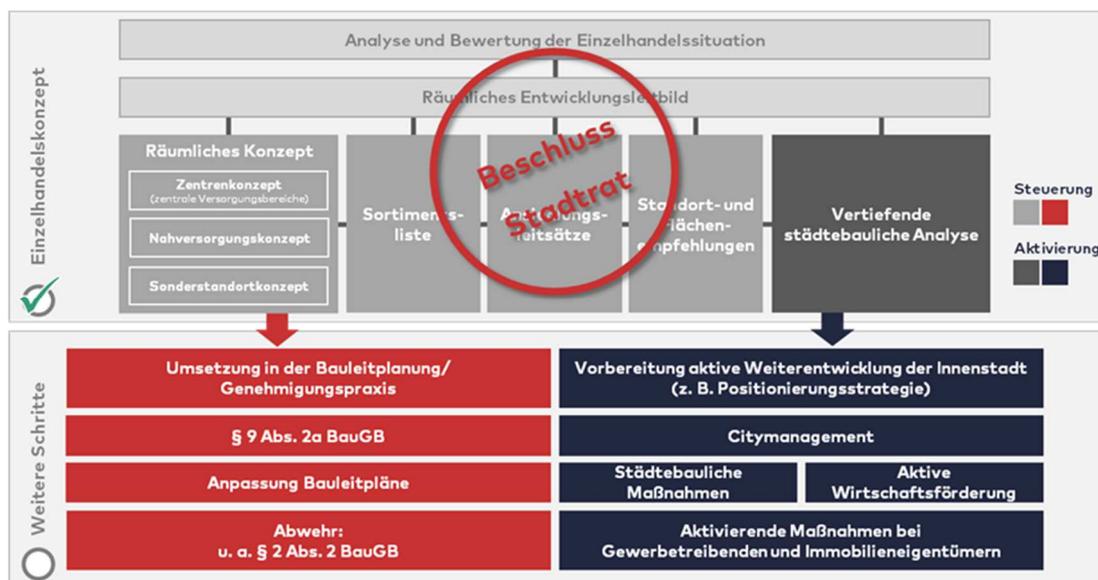


Abbildung 43: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Wie unter Kapitel 6.1.3 bereits angemerkt wurde, ist es für die Entwicklung des ZVB Innenstadtzentrum Laupheim von grundlegender Bedeutung, dessen Stärken zu erkennen, herauszustellen, zu qualifizieren und zu kommunizieren. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, einen funktional und städtebaulich attraktiven Rahmen für die zukünftige Entwicklung zu schaffen. Es empfiehlt sich hierfür einen **ganzheitlichen Planungsansatz** zur Stärkung, Positionierung und Profilierung des Innenstadtzentrums zu verfolgen.

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder des Citymanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa im den zentralen Versorgungsbereich), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das Einzelhandelskonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt bieten, die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten wie benachbarten Mittel- und Oberzentren sowie dem Online-Handel positionieren sollte. Eine entsprechende Positionierungsstrategie (vgl. dazu das Produktportfolio von Stadt + Handel) ist als umsetzungsorientierter Folgebaustein und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit diesem Konzept zu empfehlen. Die Entwicklung einer entsprechenden **Positionierungsstrategie** für die Umsetzung bestimmter Entwicklungsvorhaben, zur Stärkung und Weiterentwicklung urban Qualitäten der Innenstadt, ergibt sich aus der nachfolgenden Abbildung 44.

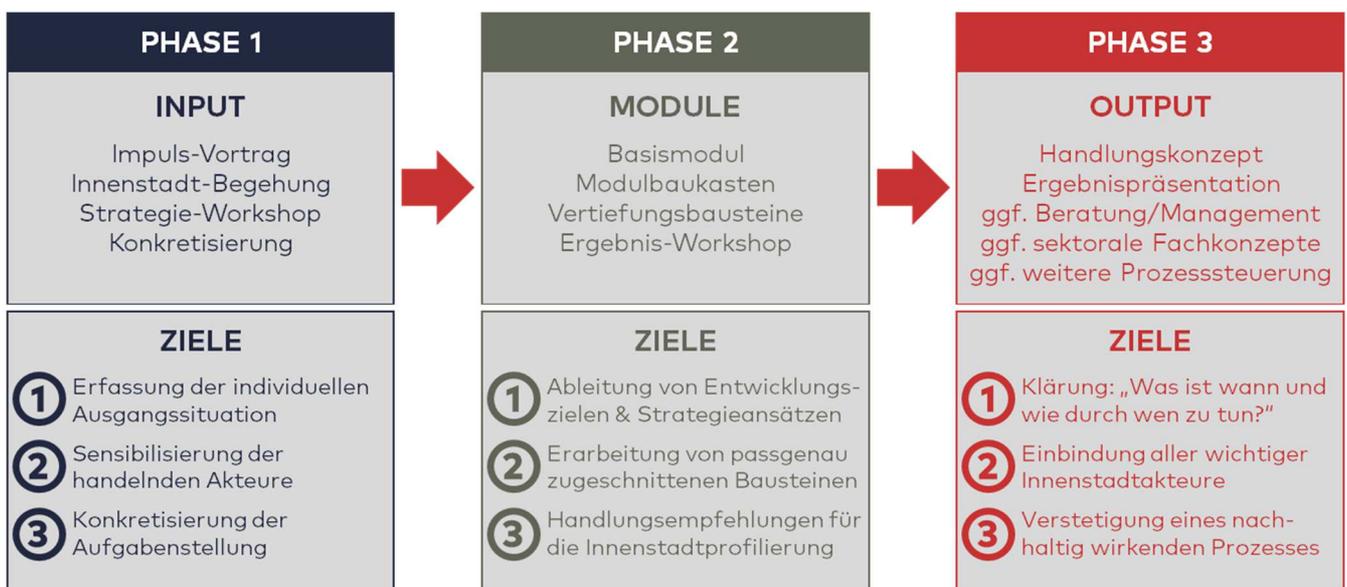


Abbildung 44: Projektphasen Offline-Strategien

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die Strategien, die zu einer aktiven Mit- und Umgestaltung des städtischen Umfelds, allen voran für zu einer Stärkung, gezielten Positionierung und Profilierung des Innenstadtzentrums beitragen, gliedern sich konkret in drei Phasen. Die Phasen bauen jeweils aufeinander auf und sollten folglich nacheinander beauftragt und bearbeitet werden. Nach Erfassung der wesentlichen Rahmenbedingungen sowie der gewünschten Ziele (bspw. durch den in Phase 1 genannten Input), können im Nachgang die wichtigsten Handlungsfelder identifiziert und in einem Maßnahmenkatalog individuell zusammengestellt und aufbereitet werden. Die Erarbeitung eines solchen Maßnahmenkatalogs sollte immer in einem gemeinschaftlichen und iterativen Prozess (vgl. Abbildung 44 - Phase 2) erfolgen.

Die Maßnahmen und deren Beschreibung leiten sich aus den in Phase 2 erarbeiteten Bausteinen ab und werden zusammenfassend in der nachfolgenden Tabelle

12 dargestellt. Beispielhaft können sich für die Stadt Laupheim, auf Grundlage der Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts, folgende Maßnahmen ergeben, die für eine Stärkung, Weiterentwicklung und bessere Positionierung der Stadt Laupheim zielführend sind:

Tabelle 12: Konkrete Maßnahmen und -beschreibung – abgeleitet aus der Analyse des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Laupheim

Maßnahmen	Maßnahmenbeschreibung
Potenzialfinder	Leerstände, Mindernutzungen identifizieren > Ableitung und Empfehlung von Flächenpotenzialen
Markenportfolioanalyse	Branchen- und Nutzungsmix herausstellen > Ableitung und Empfehlung von Ansiedlungspotenzialen
Nutzungsqualitätscheck	Nutzungsqualitäten herausarbeiten > Außendarstellung und Marktauftritt anpassen und verbessern
Innenstadtqualitätscheck	Städtebau und Stadtgestaltung untersuchen und bewerten > Defizite ausfindig machen und Empfehlungen zur Verbesserung geben
City-Kompass	Verkehrsführung (zzgl. Parkleitsystem) > Untersuchung und ggf. Verbesserung der Erreichbarkeit und Besucherinformation
Online Check	Digitale Sichtbarkeit untersuchen > Bereitstellung von digitalen Services (z.B. frei zugängliches WLAN)
Marketing Check	Image, Vermarktung, Events

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Stadt + Handel begleitet bundesweit zahlreiche Kommunen im Prozess der genannten sowie weiterer innenstadtbezogener Maßnahmen.

Neben den einerseits, speziell zur Stärkung und Profilierung der Innenstadt, aufgezeigten Maßnahmen, bedürfen andererseits insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Exkurs: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Laupheimer Einzelhandel und das Einzelhandelskonzept

AUSGANGSSITUATION (STAND AUGUST 2020)

Die Corona-Pandemie nimmt seit März des Jahres 2020 in vielerlei Hinsicht Einfluss auf unser alltägliches Leben. Auch der stationäre Einzelhandel war und ist durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie deutlich betroffen. Der deutschlandweite Lockdown Mitte März inkl. Ladenschließungen, die anschließend verhängten Zugangsbeschränkungen und z. T. veränderte Öffnungszeiten, die Maskenpflicht und auch das Abwandern großer Teile der Kunden in den Online-Handel wirkten und wirken sich seit März 2020 in unterschiedlicher Weise auf den stationären Einzelhandel aus.

Dabei waren und sind nicht alle Segmente des stationären Einzelhandels von den Auswirkungen in gleichem Ausmaß betroffen: während insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel und u. a. auch Baumärkte sowie der Fahrradeinzelhandel Umsatzzuwächse durch eine erhöhte Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen konnten, mussten insbesondere die klassischen innerstädtischen Branchen wie Bekleidung und Schuhe massive Umsatzverluste hinnehmen⁴⁴. Diese besonders stark betroffenen Branchen konnten sich bis dato auch nicht von diesen Umsatzverlusten erholen, denn nach wie vor bleiben viele in den Online-Handel abgewanderte Kunden den Betrieben und den Innenstädten fern. Grundsätzlich ist die Corona-Pandemie nicht als originärer Auslöser des forcierten Wachstums des Online-Handels und des entsprechenden Bedeutungsverlustes des stationären Einzelhandels zu sehen. Vielmehr hat die Pandemie entsprechende, bereits vor Corona zu beobachtende strukturelle Entwicklungen (s. auch Kapitel 4.1) forciert und weiter beschleunigt: die seit Jahren fortschreitende Transformation unserer Innenstädte und Einzelhandelsstrukturen, die Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel sowie die in Konsequenz daraus resultierenden Leerstands- und Trading-Down-Entwicklungen sowie nicht zu Letzt die stetig zunehmende Bedeutung und die steigenden Marktanteile des Online-Handels treten durch die Corona-Pandemie noch deutlicher hervor. Bis zum Ende der Pandemie wird die Magnet- und Leitfunktion des stationären Einzelhandels, welche dieser bisher (noch) für unsere Innenstädte – auch in Laupheim – wahrgenommen hat, weiter an Bedeutung verlieren. Auch die mit massiven Unsicherheiten behaftete gesamtwirtschaftliche Lage wirkt sich negativ auf das Konsumverhalten aus und trägt damit nochmals zu einer Verschärfung der Problemlage des stationären Einzelhandels bei.

Die beiden klassischen innerstädtischen Branchen Bekleidung und Schuhe stellen auch die prägenden Leitsortimente der Laupheimer Innenstadt dar: insbesondere die nordöstliche Mittelstraße als eine der zentralen Lagen der Innenstadt weist

⁴⁴ vgl. Statistisches Bundesamt 2020: Pressemitteilung Nr.317 vom 20. August 2020.

einen entsprechenden Angebotsschwerpunkt auf. Somit ist insbesondere der Bereich der Laupheimer Innenstadt mit dem ausgeprägtesten Einzelhandelsbesatz (nordöstliche Mittelstraße und anschließende Marktplatz) besonders vulnerabel gegenüber den pandemiebedingten Auswirkungen im Einzelhandel. Gleichwohl sind auch andere Bereiche des Innenstadtzentrums von Laupheim aufgrund ihres Einzelhandelsbesatz (z. B. nördliche Lange Straße), aber auch aufgrund der Auswirkungen der Pandemie im Dienstleistungssektor (z. B. Frisöre) und in der Gastronomie, massiv betroffen. Hieraus dürften für die Laupheimer Innenstadt gravierende pandemiebedingte Auswirkungen für den stationären Einzelhandel – jedoch nicht ausschließlich – erwachsen. Das Ausmaß der Auswirkungen ist aktuell aufgrund der Fortdauer der Coronapandemie noch nicht abzusehen. Grundsätzlich ist jedoch von einem Bedeutungsverlust der Laupheimer Innenstadt als Einzelhandelsstandort auszugehen.

Angesichts dieser mit Unsicherheiten behafteten Situation wächst der Handlungsdruck für Innenstädte und Zentren als Standorte des Einzelhandels gegenüber Vor-Pandemie-Zeiten weiter an: damit die Innenstädte auch noch zukünftig ihre Funktion als attraktive und lebendige Stadtzentren sowie Mittelpunkt des öffentlichen Lebens - auch mit einem ansprechenden Einzelhandelsangebot - erfüllen können, erscheinen deutliche, zusätzliche Anstrengungen seitens der Kommunen – eben auch in Laupheim – notwendig.

Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend drei mögliche Entwicklungsszenarien für den Einzelhandel und dessen Bedeutung für Innenstädten und Zentren abgeleitet. Auf dieser Grundlage werden sodann für die Stadt Laupheim Lösungs- und Handlungsansätze aufgezeigt, so dass die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie abgefedert und zugleich auch als Chance für die zukunftsfähige Fortentwicklung des Einzelhandels in Laupheim genutzt werden können.

SZENARIEN FÜR DEN EINZELHANDEL UND DIE INNENSTÄDTE

Da eine fundierte und abschließende Abschätzung der Auswirkungen der Corona-Pandemie für den stationären Einzelhandel zum aktuellen Zeitpunkt nicht möglich ist, werden im Folgenden drei grundsätzlich denkbare Entwicklungsszenarien betrachtet.

Entwicklungsszenario 1: Die neue Lust am Innenstadterlebnis

Das erste Entwicklungsszenario geht von einer neuen, nach Corona wiederentdeckten Lust am stationären Einzelhandel und am Innenstadtbuch aus. Die Konsumenten leben den Trend „buy local“ wieder verstärkt aus, die Defizite des Online-Handels (z. B. individuelle Beratung, persönlicher Kontakt, verständliche Informationen, Haptik etc.) lenken die Konsumenten in Verbindung mit dem Wunsch nach einem umfassenden Einkaufs- und Innenstadterlebnis wieder zurück in die klassischen Einkaufslagen der Innenstädte. Die während der Corona-Pandemie erlittenen z. T. erheblichen Umsatzeinbußen können durch Mehrausgaben nach der Pandemie relativiert werden. Eine weiter verstärkte Nachfrageverschiebung zugunsten des Online-Handels findet in diesem Szenario nicht statt. Somit geht dieses Szenario von einem Boom der Innenstädte nach dem Ende der Corona-Pandemie aus.

Entwicklungsszenario 2: Boost des Online-Handels

Das Entwicklungsszenario geht von einer Verschiebung der Nachfrage vom stationären Einzelhandel zum Online-Handel aus. Die Einkäufe, die bislang im lokalen und stationären Einzelhandel getätigt wurden, werden nun - verstärkt durch die Corona-Pandemie - online nachgefragt. Die Konsumenten behalten das während der Corona-Pandemie angeeignete online-Einkaufsverhalten bei und bauen dieses weiter aus. Durch die Neuorientierung der Konsumenten auf den Online-Handel bricht die Nachfrage im stationären Einzelhandel weiter ein und stellt die stationären Einzelhändler und traditionellen Einkaufslagen vor große Herausforderungen. Es ist mit vermehrten Betriebsaufgaben nicht mehr wettbewerbsfähiger Betriebe sowie vermehrten Insolvenzen in den durch den Online-Handel besonders betroffenen Sortimentsbereichen (v. a. Mode, Elektronik) sowie Sortimentssegmenten (v. a. indifferentes mittleres Preissegment) zu rechnen. Das Bild der Innenstädte wird sich in Folge dieser Entwicklungen stark verändern: insbesondere nicht mehr wettbewerbsfähige inhabergeführte Betriebe, Kauf- und Warenhäuser sowie Filialisten des indifferenten mittleren Preissegments werden dem Wettbewerbsdruck nicht mehr standhalten können und vom Markt abgehen. Hierdurch werden sich die Stadtstrukturen massiv verändern. Es ist mit einer Konzentration der am Markt verbleibenden Einzelhandelsbetriebe auf die starken Lagen von starken Zentren zu rechnen, schwache Neben- und Randlagen sowie schwächere Zentren werden ihre Bedeutung als Einzelhandelsstandort z. T. in Gänze verlieren.

Entwicklungsszenario 3: Zunahme des Online-Handels und Verschiebung der Nachfrage im stationären Einzelhandel

Das dritte Entwicklungsszenario geht von einem Mittelweg zwischen einem weiteren Bedeutungszuwachs des Online-Handels (allerdings in einem moderateren Verhältnis als das zweite Entwicklungsszenario) sowie einer parallelen Reorientierung auf die Angebote des stationären Einzelhandels aus. Aus fachgutachterlicher Perspektive ist dieses Entwicklungsszenario als realistisch einzuschätzen. Von der Reorientierung auf den stationären Einzelhandel profitieren insbesondere Metropolen und starke Oberzentren, welche durch ihre Qualitäten im Bereich des Erlebniseinkaufes wie auch des umfassenden Innenstadterlebnisses profitieren können, wenngleich auch diese aktuell mit einem nahezu zum Erliegen gekommenen Städtetourismus, sinkenden Frequenzen in den Einkaufslagen und ebenfalls wegbrechenden Handelsstrukturen zu kämpfen haben. Aber auch der stationäre Einzelhandel in Kleinstädten und Stadtteilzentren erfährt in diesem Szenario eine Stabilisierung, da hier vorwiegend Versorgungseinkäufe in vertrautem Umfeld getätigt werden sowie die wohnortnahe Versorgung sichergestellt wird. Der stationäre Einzelhandel in Mittelstädten wird in diesem Entwicklungsszenario hingegen überproportional von Umsatzeinbußen betroffen sein, da sich die Nachfrage sowohl in den Online-Handel als auch in kleinere Städte bzw. Stadtteilzentren und zukünftig auch wieder in die Metropolen bzw. in die starken Oberzentren verlagert. Somit werden die Mittelstädte und ihre Innenstädte an Bedeutung als Einzelhandelsstandort verlieren, wenn sie nicht dem Bedeutungsverlust mit geeigneten Mitteln entgegensteuern.

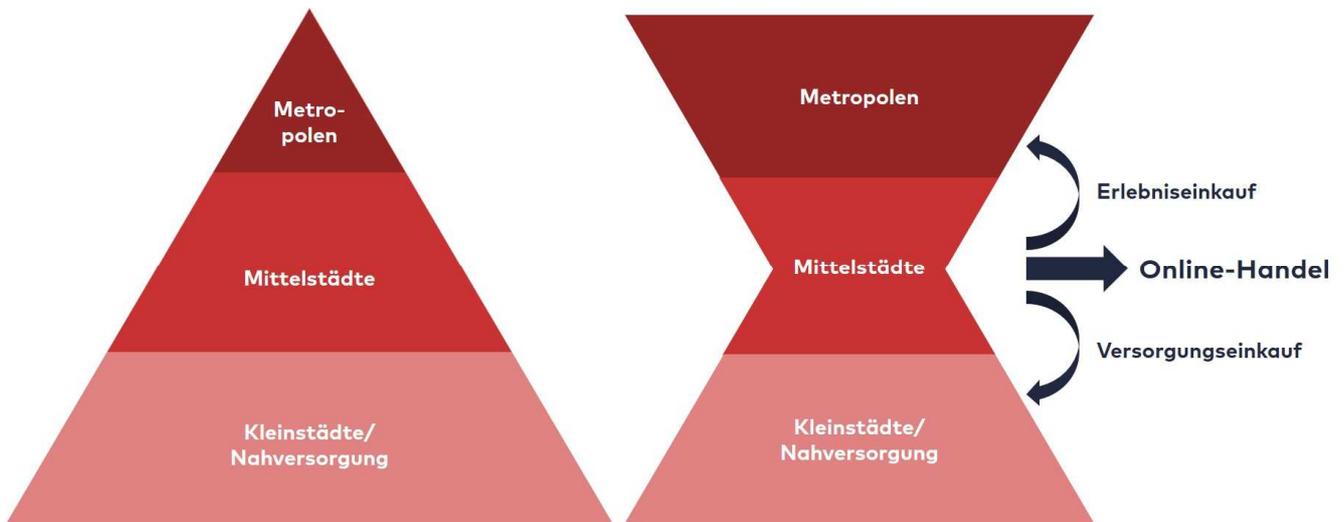


Abbildung 45: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

HANDLUNGSERFORDERNISSE UND LÖSUNGSWEGE

In der Konsequenz aller drei voranstehenden denkbaren Entwicklungsszenarien erwachsen den Städten und Kommunen nach der Corona-Pandemie Handlungserfordernisse, sofern sie dem Bedeutungsverlust als Einzelhandelsstandort und auch dem Verlust der Einzelhandelsfunktion ihrer Innenstädte entgegenwirken wollen. Das aus fachgutachterlicher Perspektive als realistisch zu erwartende Entwicklungsszenario 3 bietet den Städten und Kommunen neben all den negativen Auswirkungen, die durch die Corona-Pandemie ausgelöst werden, jedoch auch Chancen und Ansätze, sich zukunftsfähig als Einzelhandelsstandort nach der Corona-Pandemie aufzustellen bzw. zu repositionieren.

Neben den nachfolgend dargestellten Ansätzen für eine (Re-)Positionierungsstrategie für die Laupheimer Innenstadt, sind aktuell ohne Frage Sofortmaßnahmen zur Unterstützung der innerstädtischen Gewerbetreibenden notwendig. Dies insbesondere auch, weil sich der Bereich mit dem ausgeprägtesten Einzelhandelsbesatz in der Laupheimer Innenstadt (nordöstliche Mittelstraße und anschließender Marktplatz) aufgrund der dort angesiedelten Angebotsstrukturen als besonders vulnerabel gegenüber den pandemiebedingten Auswirkungen darstellt. Entsprechende Sofortmaßnahmen werden bereits in verschiedenen Ausprägungen durch die Politik, Verwaltung, Wirtschaftsförderung, die lokale Einzelhändlervereinigung sowie Institutionen etc. erbracht und stellen einen wertvollen Beitrag zur Akuthilfe für die innerstädtischen Gewerbetreibenden dar.

Funktion des Einzelhandelskonzepts im Kontext der Corona-Pandemie

Die in diesem Einzelhandelskonzept für die Stadt Laupheim formulierten Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien münden in stringenten Instrumenten zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels. Die in diesem Konzept enthaltenen zentralen Steuerungselemente wie

- das Zentrenkonzept (s. Kapitel 6.1),
- das Nahversorgungskonzept (s. Kapitel 6.2),
- das Sonderstandortkonzept (s. Kapitel 6.3),
- die Sortimentsliste (s. Kapitel 7) sowie

- die Steuerungsleitsätze (s. Kapitel 8)

ermöglichen eine stadtentwicklungspolitisch sinnvolle Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels. Dieses Steuerungsregime ist gerade vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie weiterhin als grundlegend und zielführend für die Steuerung des Einzelhandels in Laupheim einzuordnen. Insbesondere da das Innenstadtzentrum und dessen Einzelhandelsbestand durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie besonders vulnerabel sind, erscheint die stringente Steuerung des Einzelhandels in Laupheim zwingend geboten. Das Einzelhandelskonzept sollte daher durch das zuständige kommunalpolitische Gremium beschlossen werden. Gleichwohl sind im Einzelhandelskonzept auch Elemente enthalten, die durch die Corona-Pandemie und ihre Auswirkungen differenzierter einzuordnen sind. Hierbei handelt es sich vorrangig um den in Kapitel 5.1 ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen. Wenngleich dieser keinen unmittelbaren Einfluss auf das Steuerungsregime des Einzelhandelskonzepts entfaltet, sind die in diesem ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale durch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen gesamtwirtschaftlichen Verwerfungen mit großen Unsicherheiten belastet. So dürften die ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale insbesondere in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Baumarktsortiment sowie Fahrräder und Zubehör ggf. positiver ausfallen als in Kapitel 5.1 dargestellt. Im Gegenzug dürften insbesondere für die Sortimente Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren geringere Entwicklungsimpulse zu erwarten sein.

Um individuell auf die Erfordernisse vor Ort reagieren zu können, ist es von oberster Priorität, die Entwicklung des Einzelhandels in Laupheim fortlaufend zu analysieren, um die durch die Corona-Pandemie ausgelösten Entwicklungen und Verwerfungen im Einzelhandelsbesatz der Stadt Laupheim beobachten und beurteilen zu können. Damit das Einzelhandelskonzept langfristig zur Steuerung des stationären Einzelhandels angewendet werden kann bzw. vor dem Hintergrund von coronabedingten Entwicklungen ggf. angepasst werden kann, erscheint eine **Evaluation des Einzelhandelskonzeptes nach rund einem Jahr nach der Erstellung oder nach Ende der Corona-Pandemie** empfehlenswert.

(Re-)Positionierungsstrategie für die Laupheimer Innenstadt

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Laupheim stellt ein primär stadtplanerisches Instrumentarium zur Steuerung und Weiterentwicklung des Einzelhandels und der Innenstadt von Laupheim als Einzelhandelsstandort dar. Im Kontext der Corona-Pandemie erscheint insbesondere vor dem Hintergrund der Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum von Laupheim eine umfassende (Re-)Positionierungsstrategie für die Innenstadt geboten. Insbesondere im Kontext der Corona-Pandemie erscheint eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt notwendig, um sich einerseits gegenüber Konkurrenzstandorten wie benachbarten Mittel- und Oberzentren sowie insbesondere auch dem Online-Handel zukunftsfähig zu (re-)positionieren. Hierbei sollte nicht nur der Einzelhandel im Fokus entsprechender Betrachtungen stehen, sondern die Innenstadt in ihrer Komplexität und Multifunktionalität gesamtheitlich betrachtet werden:

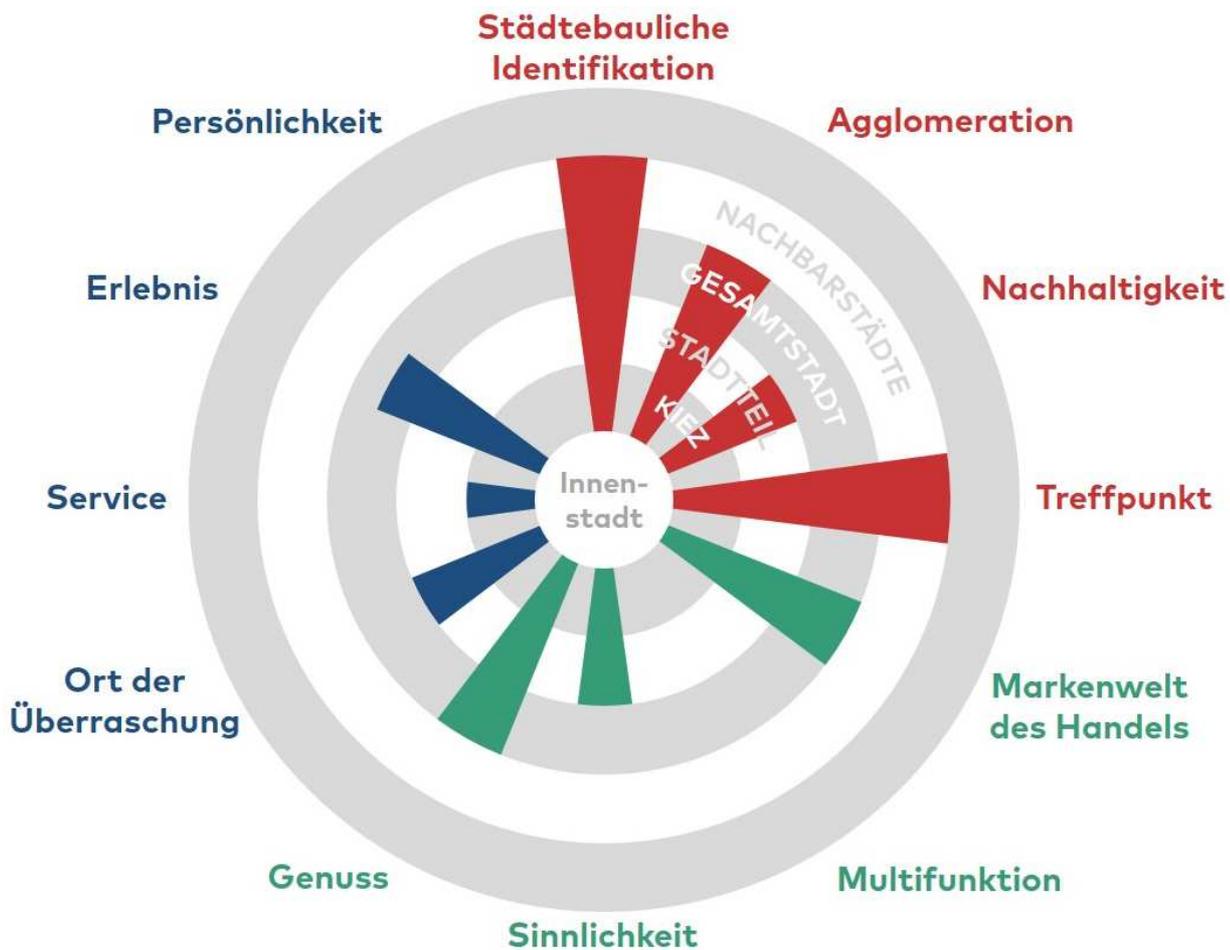


Abbildung 46: Komplexität und Multifunktionalität einer Innenstadt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Entsprechende Profilierungsmodule einer (Re-)Positionierungsstrategie können folgende darstellen:

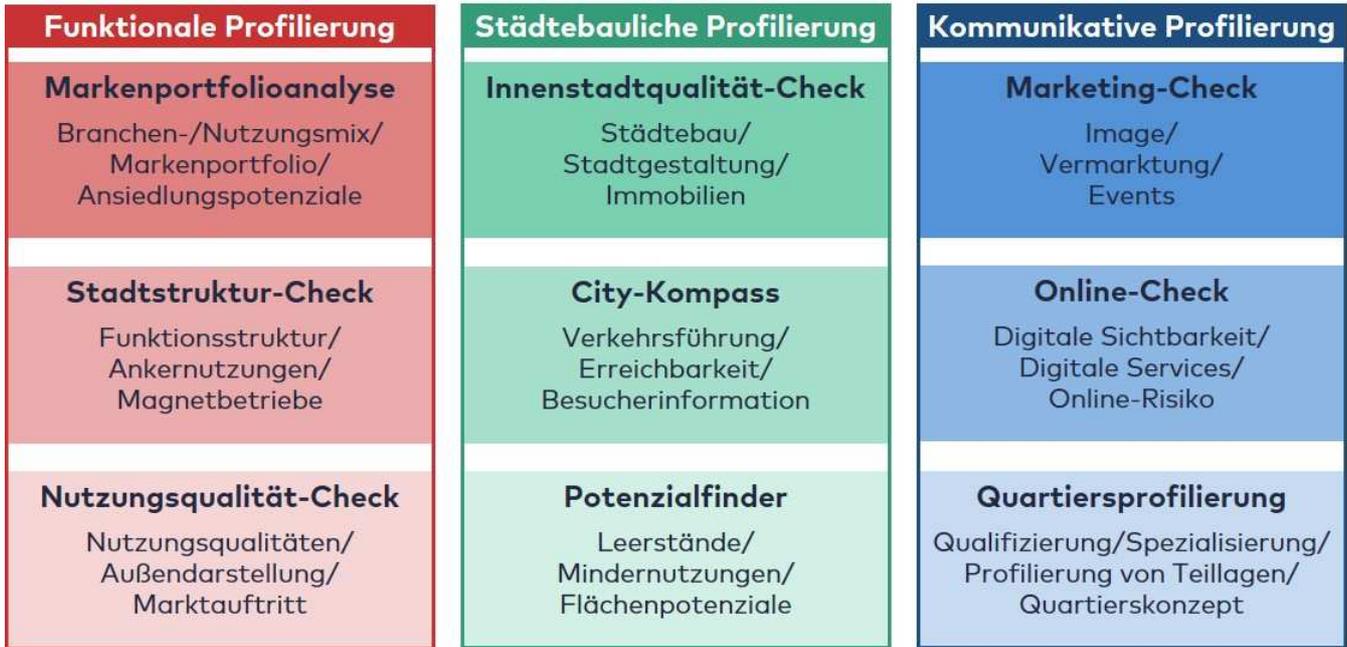


Abbildung 47: Profilierungsmodule
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die dargestellten Positionierungsstrategie (vgl. dazu das Produktportfolio von Stadt + Handel) sind im Kontext der Corona-Pandemie als umsetzungsorientierte Folgebausteine und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Laupheim zu empfehlen. Im Kontext der pandemiebedingten Vulnerabilität des innerstädtischen Einzelhandels erscheint ein zeitnahes Handeln angebracht, damit die Bestandsstrukturen der Laupheimer Innenstadt zunächst gesichert und ggf. gestärkt aus der Corona-Pandemie hervorgehen können. Im Fokus der Bemühungen sollte dabei der „Kernbereich“ des innerstädtischen Einzelhandels im Bereich der nordöstlichen Mittelstraße und dem anschließenden Marktplatz stehen: dieser Bereich sollte als Nukleus der Laupheimer Innenstadt zuallererst sowohl funktional als auch städtebaulich gesichert, ge- und unterstützt sowie weiterentwickelt werden.

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2017): Retail Real Estate Report Germany 2017/2018. Bergisch Gladbach.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2018): Retail Real Estate Report Germany 2018/2019. Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017): Online-Monitor 2017. Berlin.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2016): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2016/2017. München.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2017): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2017/2018. München.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2019): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019. Köln.

Kuschnerus, Ulrich / Bishopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2015): Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – 13. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2020): Pressemitteilung Nr. 317 vom 20. August 2020. Wiesbaden.

DATENBANKEN

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg.): statistik-bw.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG	SEITE
Abbildung 1:	Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes..... 10
Abbildung 2:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse13
Abbildung 3:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel15
Abbildung 4:	Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten.....16
Abbildung 5:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz18
Abbildung 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Laupheim und Umgebung 22
Abbildung 7:	Haushaltsbefragung (telefonisch) – Einkaufsorte nach Sortiment..... 23
Abbildung 8:	Haushaltsbefragung (online) – Einkaufsorte nach Sortiment..... 23
Abbildung 9:	Händlerbefragung - Kundenherkunft..... 24
Abbildung 10:	Einzelhandelsbestand in Laupheim nach Warengruppen und Lagebereichen..... 26
Abbildung 11:	Sortimentspezifische Einzelhandelszentralität in Laupheim 29
Abbildung 12:	Haushaltsbefragung (telefonisch) - Besuchsgrund Innenstadt 33
Abbildung 13:	Haushaltsbefragung (online) - Besuchsgrund Innenstadt..... 34
Abbildung 14:	Haushaltsbefragung (telefonisch) – Vermisste Artikel/Warengruppen/Angebote..... 34
Abbildung 15:	Haushaltsbefragung (online) – Vermisste Artikel/Warengruppen/Angebote..... 35
Abbildung 16:	Haushaltsbefragung (telefonisch) – Aspekte der Innenstadt... 36
Abbildung 17:	Haushaltsbefragung (online) – Aspekte der Innenstadt..... 36
Abbildung 18:	Händlerbefragung – wirtschaftliche Situation und Aspekte des Geschäftserfolgs 37
Abbildung 19:	Händlerbefragung – Digitale Infrastruktur der Betriebe..... 38
Abbildung 20:	Verkaufsflächenanteile im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.....40
Abbildung 21:	Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.....41
Abbildung 22:	Räumliche Nahversorgungssituation in Laupheim 42
Abbildung 23:	Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens..... 47

Abbildung 24:	Einwohnerprognose für Laupheim.....	48
Abbildung 25:	Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland....	49
Abbildung 26:	Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel	50
Abbildung 27:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz	50
Abbildung 28:	Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2018 und 2025 (Prognose).....	51
Abbildung 29:	Sortimentspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität.....	53
Abbildung 30:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Laupheim	57
Abbildung 31:	Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft).....	59
Abbildung 32:	Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen	61
Abbildung 33:	Räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadtzentrum Laupheim 2020.....	64
Abbildung 34:	Räumliche Abgrenzung und Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Biberacher Straße.....	67
Abbildung 35:	Räumliche Abgrenzung und Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Kaufland	68
Abbildung 36:	Räumliche Nahversorgungsfunktion in Laupheim mit Standorttypen.....	72
Abbildung 37:	Abgrenzung des Standortbereichs Erwin-Rentschler-Straße...	73
Abbildung 38:	Abgrenzung des Standortbereichs Ulmer Straße.....	74
Abbildung 39:	Abgrenzung des Standortbereichs Neustadt Allee	75
Abbildung 40:	Prüfschema zur standortgerechten Dimensionierung	76
Abbildung 41:	Karte potenzieller Standorte	82
Abbildung 42:	Sonderstandort Neue Welt	86
Abbildung 43:	Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik	103
Abbildung 44:	Projektphasen Offline-Strategien.....	104
Abbildung 45:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	109
Abbildung 46:	Komplexität und Multifunktionalität einer Innenstadt.....	111
Abbildung 47:	Profilierungsmodule	112

Tabellenverzeichnis

TABELLE		SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen	11
Tabelle 2:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Laupheim	20
Tabelle 3:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreises Biberach	20
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen	21
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand in Laupheim.....	25
Tabelle 6:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralität in Laupheim	28
Tabelle 7:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Laupheim	39
Tabelle 8:	Relevante Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Laupheim ...	53
Tabelle 9:	Entwicklungsmöglichkeiten für die Stadt Laupheim bis 2025	54
Tabelle 10:	Konzeptionell vertretbare Verkaufsflächendimensionierung für einen potenziellen Lebensmittelmarkt zur Verbesserung der Nahversorgung in Ober- und Untersulmetingen.....	84
Tabelle 11:	Sortimentsliste für die Stadt Laupheim (Kurzfassung).....	90
Tabelle 12:	Konkrete Maßnahmen und -beschreibung – abgeleitet aus der Analyse des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Laupheim	105
Tabelle 13:	Sortimentsliste für die Stadt Laupheim (Langfassung).....	118

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch	niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
BauNVO	Baunutzungsverordnung	NuG	Nahrungs- und Genussmittel
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung	NvZ	Nahversorgungszentrum
BGF	Bruttogeschossfläche	ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
BVerfGH	Bundesverfassungsgerichtshof	OVG	Oberverwaltungsgericht
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht	REHK	Regionales Einzelhandelskonzept
EH	Einzelhandel	siL	städtebaulich integrierte Lage
EHK	Einzelhandelskonzept	VG	Verwaltungsgericht
EuGH	Europäischer Gerichtshof	VKF	Verkaufsfläche
EW	Einwohner	ZVB	zentraler Versorgungsbereich
GVKF	Gesamtverkaufsfläche		
IZ	Innenstadtzentrum		
MIV	motorisierter Individualverkehr		

Tabelle 13: Sortimentsliste für die Stadt Laupheim (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NICHT: Arbeitsbekleidung)
Bettwaren/Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3 aus 47.59.9 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren) Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Künstler- und Bastelbedarf	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Künstler- und Bastelbedarf)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Postern sowie Künstler- und Bastelbedarf)
Schuhe/Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln, Anglerbedarf, Reitsportartikeln und Booten)
Teppiche (Einzelware)	47.53	Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9 aus 47.64.2	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen

Fortsetzung Tabelle 13

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel, Parfümerieartikel und Kosmetika I)	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wach- und Putzmittel)
	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren und „großteilige Getränke“)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**		
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
	47.52.3	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Camping- und Outdoorbedarf ohne Bekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Camping- und Outdoorartikeln (ohne Bekleidung und Möbel)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	aus 45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Pflanzartikel	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Reitsportartikel	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Reitsportartikel)
Sportgroßgeräte	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräten)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Laupheim als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; *** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parkett/Fliesen.

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbH

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen

Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43