

# FORTSCHREIBUNG EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE STADT KIRCHHEIM UNTER TECK 2030+

Entwicklungsperspektiven für den Kirchheimer  
Einzelhandel



## VORBEMERKUNG

Im Oktober 2020 erteilte die Stadt Kirchheim u. Teck der GMA, Gesellschaft für Markt – und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Kirchheim u. Teck. Aufbauend auf aktuellen Daten zur Einzelhandels- und Versorgungssituation der Stadt Kirchheim u. Teck sowie erfolgter Veränderungen im Einzelhandel der Stadt werden im Einzelhandelskonzept Leitlinien für eine wohnortnahe und bedarfsgerechte Versorgung der Bevölkerung sowie zu anstehenden Standortfragen im Einzelhandel erarbeitet.

Für die Bearbeitung standen der GMA Daten des Statistischen Landesamts Baden – Württemberg und des Auftraggebers zur Verfügung. Alle dem Gutachten zugrunde liegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeiter\*Innen der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neusten wissenschaftlichen Standards ausgewertet.

Die Untersuchung dient der Vorbereitung für kommunalpolitische Entscheidungen in der Stadt Kirchheim unter Teck unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

# GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg - Dresden - Hamburg - Köln - München

Büro Ludwigsburg  
Hohenzollernstraße 14 - 71638 Ludwigsburg  
Tel 07141 9360 - 0 - info@gma.biz

**Geschäftsführung: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs**



# INHALT

---

<b>A</b>	<b>ANALYTISCHE EBENE</b>	<b>07</b>
<b>I.</b>	<b>GRUNDLAGEN UND HERAUSFORDERUNGEN</b>	<b>07</b>
	Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign	08
	Neue Herausforderungen für die Einzelhandelsentwicklung in Kirchheim u. Teck	11
	Erste Schlussfolgerungen für Kirchheim u. Teck	20
<b>II.</b>	<b>STANDORTDATEN STADT KIRCHHEIM U. TECK</b>	<b>21</b>
	Lage im Raum der Stadt Kirchheim u. Teck	22
	Wesentliche Rahmendaten der Stadt Kirchheim u. Teck	24
	Rahmendaten wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Umland	32
<b>III.</b>	<b>NACHFRAGEANALYSE STADT KIRCHHEIM U. TECK</b>	<b>34</b>
	Abgrenzung des Marktgebietes für die Stadt Kirchheim u. Teck	35
	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose 2035	38
<b>IV.</b>	<b>ANGEBOTSANALYSE STADT KIRCHHEIM U. TECK</b>	<b>40</b>
	Einzelhandelsstruktur und Lageverteilung der Stadt Kirchheim u. Teck	41
	Einzelhandelsbestand der Stadt Kirchheim u. Teck	43
	Betriebstypen und Betriebstypengrößen in Kirchheim u. Teck	46
	Einzelhandelsentwicklung 2012 – 2020	47



## INHALT

---

Bewertung der Standortlagen	48
Einzelhandelsexpertengespräche in Kirchheim u. Teck	49
<b>V. STATUS-QUO-ANALYSE INNENSTADT KIRCHHEIM U. TECK</b>	<b>51</b>
Das Einzelhandelsangebot in der Kirchheimer Innenstadt	52
Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen in Kirchheim u. Teck – Nanz- und Teck-Center	56
Nutzungsstrukturen in der Innenstadt	57
Magnetbetriebe und Verkaufsflächengrößen in der Innenstadt	63
Städtebauliche Grundstrukturen und handelsorientierte – funktionale Analyse	65
Zusammenfassende Bewertung der Kirchheimer Innenstadt	67
<b>VI. ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN STADT KIRCHHEIM U. TECK</b>	<b>68</b>
Verkaufsflächenausstattung	69
Verkaufsflächenausstattung im regionalen Vergleich	70
Einzelhandelszentralität	71
Übergeordnete Faktoren der Einzelhandelsentwicklung	72
Potenziale für die Stadt Kirchheim u. Teck	74
Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	76





# INHALT

---

<b>B</b>	<b>KONZEPTIONELLE EBENE</b>	<b>80</b>
<b>VII.</b>	<b>PLANERISCHES EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE STADT KIRCHHEIM U. TECK</b>	<b>80</b>
	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung	81
	Kriterien zur Bestimmung der Sortimente des zentren-, des nahversorgungs-, und des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs	83
	Sortimentsliste für die Stadt Kirchheim u. Teck	85
	Das Standortkonzept für den Einzelhandelsstandort Kirchheim u. Teck	86
	Das Standortkonzept Kirchheim u. Teck 2030+ - Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich	90
	Das Standortkonzept Kirchheim u. Teck 2030+ - nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels	93
	Das Standortkonzept Kirchheim u. Teck 2030+ - städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen	95
	Das Standortkonzept Kirchheim u. Teck 2030+	98
	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Kirchheim u. Teck	100
	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung im zentralen Versorgungsbereich	101
	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in städtebaulich integrierten Nahversorgungslagen	102
	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in nicht-integrierten Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels	103
	Empfehlung zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Kirchheim u. Teck	104



## INHALT

---

<b>VIII. MASSNAHMENPROGRAMM FÜR KIRCHHEIM U. TECK</b>	<b>105</b>
Empfehlungen für einzelne Standorte	106
<b>IX. ZUSAMMENFASSUNG EINZELHANDELSKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+</b>	<b>108</b>
Zusammenfassende Bewertung des Einzelhandelsstandortes Kirchheim u. Teck	109
 Anhang und Verzeichnisse	 112





# ANALYTISCHE EBENE

## Grundlagen und Herausforderungen

- Untersuchungsablauf und Herausforderungen für die Stadt Kirchheim u. Teck unter den aktuellen Marktentwicklungen durch Corona und Onlinehandel -



## AUFGABENSTELLUNG UND UNTERSUCHUNGSDESIGN

Die letzte vollständige Einzelhandelsanalyse in Kirchheim u. Teck wurde 2011 erstellt.<sup>1</sup> Seither haben sich die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in Kirchheim u. Teck deutlich verändert:

- /// Insgesamt konnte sich der Einzelhandelsstandort Kirchheim u. Teck (auch im regionalen Vergleich) gut entwickeln.
- /// Die Ausrichtung der Stadtentwicklungspolitik auf die „Einkaufs-innenstadt“, die Nahversorgungsangebote im Quartier und attraktive Standorte in Gewerbegebieten mit nicht-zentrenrelevantem Handel hatte für den Handelsplatz positive Wirkungen.
- /// Der Standort Steingauquartier wurde planerisch umgesetzt und befindet sich in der baulichen Realisierung.
- /// Das Teck-Center als fester Bestandteil der Innenstadt hat sich in den zurückliegenden Jahren nicht vorteilhaft entwickelt.
- /// Weiter vor besteht eine rege Nachfrage nach dezentralen Standorten für großflächigen Lebensmitteleinzelhandel.
- /// Die Corona-Pandemie stellt den Einzelhandel vor besondere Aufgaben. Die Stadt muss mit angepassten Steuerungsinstrumenten reagieren.

Aber auch andere Rahmenbedingungen haben sich seit 2012 wesentlich verändert. Der Onlinehandel ist zum festen Bestandteil der Versorgung geworden; in einzelnen Branchen erreicht er bereits Marktanteile über 30 % (z. B. Bücher, Elektrowaren). Dies beeinträchtigt die Entwicklungschancen für den stationären, insbesondere den kleinteiligen Einzelhandel und auf die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen.

Die Fortschreibung 2030+ beinhaltet folgende Arbeitsschritte :

- /// Einen ersten Schwerpunkt der Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes ist die Innenstadtentwicklung. Neben der räumlichen Abgrenzung der Innenstadt sind die Herausforderungen der Digitalisierung für den kleinstrukturierten Innenstadthandel zu untersuchen und entsprechende Maßnahmen abzuleiten.
- /// Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf der zukünftigen Sicherung der verbrauchernahen Versorgung im Quartier. Dabei ist die Siedlungsstruktur von Kirchheim u. Teck zu beachten und ist ergänzend zur Analyse 2012 auf den Aspekt der Verkehrsvermeidung einzugehen.
- /// Ein dritter Schwerpunkt ist die Notwendigkeit der städtebaulichen Begründung von Bebauungsplanfestsetzungen. Für Vorhaben ist belastbares Tatsachenmaterial bereitzustellen, welches eine städtebaulich begründete Bauleitplanung ermöglicht.





## AUFGABENSTELLUNG UND UNTERSUCHUNGSDESIGN

Der Einzelhandelsstandort Kirchheim u. Teck soll in einem sich wandelnden Marktumfeld zukunftsfähig aufgestellt werden, bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist eine ganzheitliche Betrachtung unabdingbar. Neben dem dynamischen Handel werden städtebauliche Aspekte und die Verknüpfung von Handel mit anderen Funktionen der Innenstadt (z. B. Gastronomie / Hotellerie, Tourismus) beachtet.

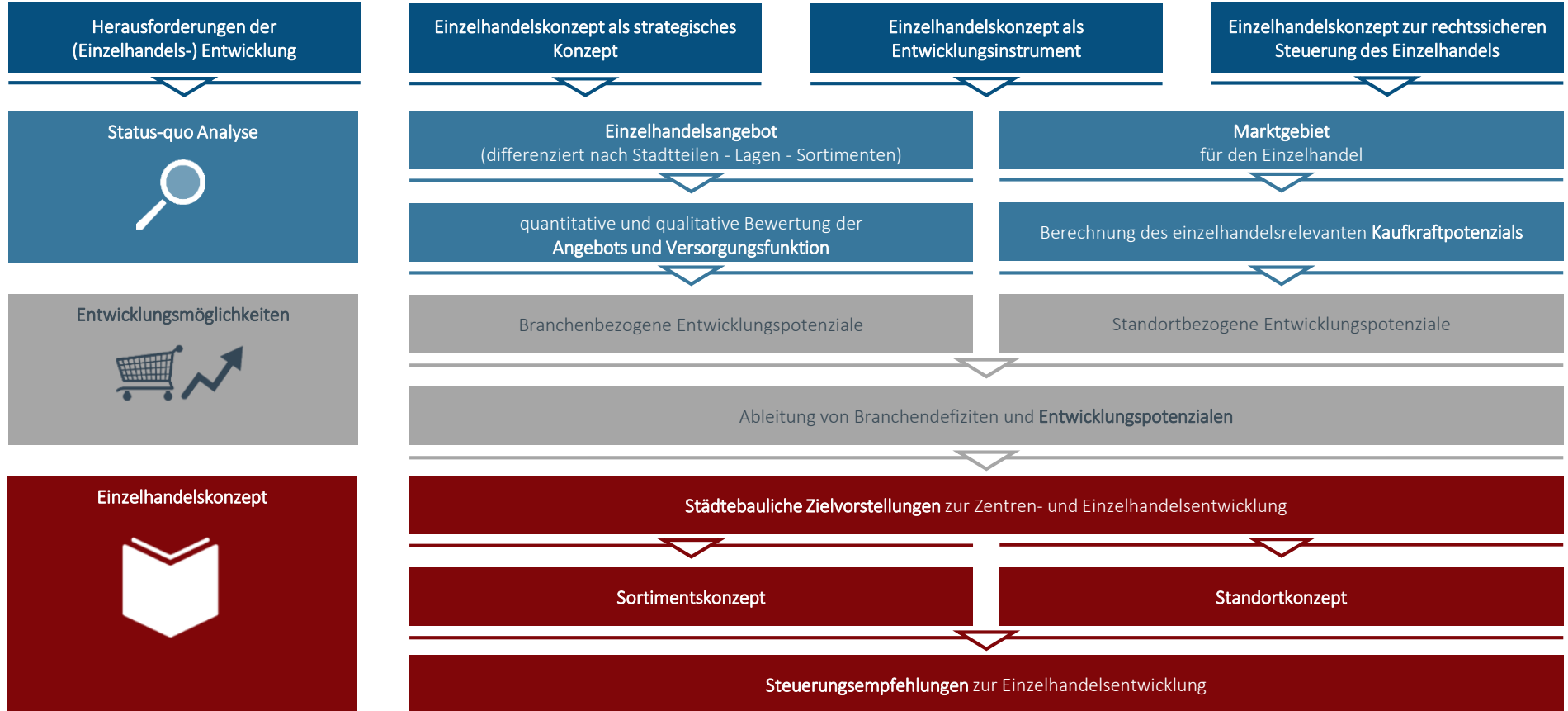
Das Einzelhandelskonzept 2030+ hat folgende **zentrale Anforderungen** zu erfüllen:

- // Die Entwicklung berücksichtigt die rechtlichen Vorgaben zur Steuerung des Einzelhandels (BauGB, BauNVO, Regionalplan Stuttgart, Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg, laufende Rechtsprechung).
- // Es berücksichtigt aktuelle und zukünftige Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite und die voraussichtlichen Konsequenzen für den Einzelhandelsstandort Kirchheim u. Teck (z. B. Veränderungen der Vertriebswege durch digitalen Wandel). Zu erwartende Veränderungen der Handelslandschaft in der Gesamtregion (z. B. Stuttgart, Esslingen, Göppingen, Nürtingen, Wendlingen, aber auch Filderraum) sind zu berücksichtigen.
- // Es schließt nahtlos an vorliegende Planwerke bzw. städtebauliche Zielvorgaben des früheren Einzelhandelskonzeptes an.



# AUFGABENSTELLUNG UND UNTERSUCHUNGSDESIGN

Abb. 1: Untersuchungsablauf Einzelhandelskonzept Kirchheim u. Teck 2030+



## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDESENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK

In den zurückliegenden Jahren haben sich der Handel selbst, seine Umfeldbedingungen in Kirchheim u. Teck wie in Europa gewandelt:

- // Die **Handelsunternehmen** setzen im Wettbewerb der Betriebsformen<sup>2</sup>, Standorte<sup>3</sup> und Vertriebskanäle auf **ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien**.<sup>4</sup>
- // Im Planungsrecht von Ländern und Regionen stehen die **strategischen Zielsetzungen für die Handelsentwicklung** auf dem Prüfstand.<sup>5</sup>
- // Der **rechtliche Rahmen** hat sich verändert: Neben der landes- und regionalplanerischen Steuerung ist auf die mittlerweile ausdifferenzierte Rechtsprechung (z. B. hinsichtlich der Begrifflichkeiten, der Festsetzungs- und Abgrenzungserfordernisse zentraler Versorgungsbereiche) zu verweisen. Zudem beobachtet die EU die räumliche Einzelhandelssteuerung kritisch.<sup>6</sup>

Für Kirchheim u. Teck ist neben dem Marktumfeld und der strategischen und planungsbezogenen Überprüfung und Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts eine ganzheitliche Betrachtung unabdingbar.<sup>7</sup> Teilaspekte sind neben der positiven Entwicklung der Kaufkraft der Wohnbevölkerung auch die Wettbewerbsverschärfung durch den Onlinehandel.



## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDESENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK

Das Einzelhandelskonzept ist strategisches Steuerungsinstrument:



Herausforderung 1: Der Einzelhandel ist **ganzheitlich und strategisch** zu entwickeln



Herausforderung 2: Das Konzept muss rechtssicher **räumlich steuern**.



Herausforderung 3: Veränderte **Konsumgewohnheiten** stellen die bisherigen Ansätze zur strategischen Entwicklung des Einzelhandelsstandortes auf den Prüfstand.



Herausforderung 4: Die Flächennachfrage wird durch **Onlinehandel und Corona** verändert.



Herausforderung 5: Das Einzelhandelskonzept für das Mittelzentrum Kirchheim muss in die Planungssysteme der **Landes- und Regionalplanung** in Baden-Württemberg eingebettet werden.

Mit dem Einzelhandelskonzept kann die Stadt Kirchheim den Wandel im Handel aktiv gestalten und begleiten, es bildet die fachliche Grundlage für die Bewertung von Einzelhandelsvorhaben und für die rechtssichere Steuerung über die Bauleitplanung.



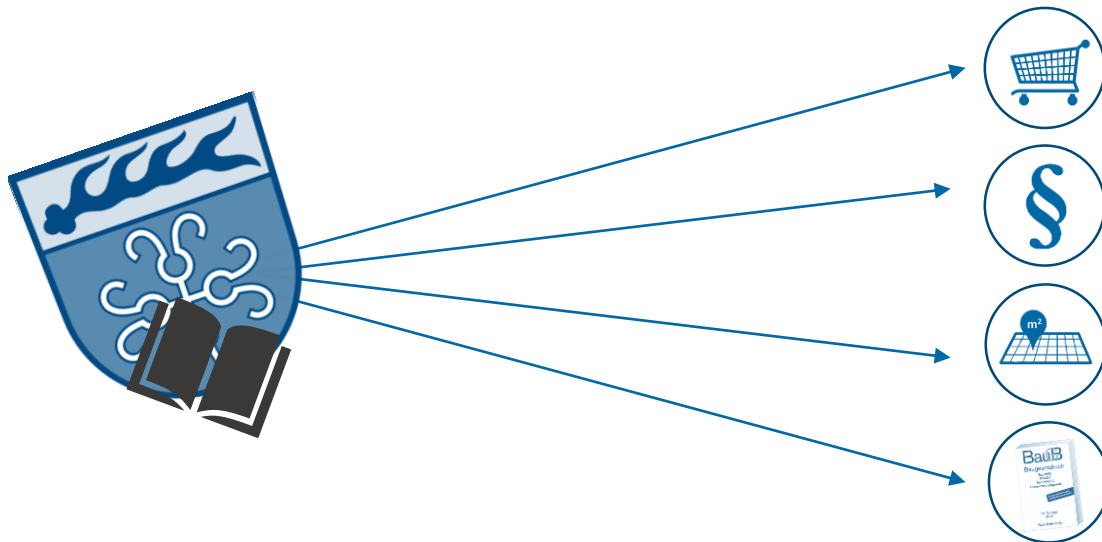


## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDESENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK

**Herausforderung 1:** Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument.

Für das Mittelzentrum Kirchheim sind der Erhalt (Mindestziel) und ggf. der Ausbau der zentralörtlichen Versorgungsfunktion (Maximalziel) mit einem leistungsfähigen, vitalen und starken Innenstadthandel und Versorgungslagen wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung. Deshalb sind im Einzelhandelskonzept die Möglichkeiten zur Erreichung dieser Ziele herauszuarbeiten, sortiments- bzw. standortbezogen abzuwägen und in ein strategisches Gesamtkonzept einzuarbeiten. Das Einzelhandelskonzept ist eine informelle Entwicklungs- und Planungsgrundlage; erst mit Beschluss des Gemeinderates wird es zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, das im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen ist.

Abb. 2: Das Einzelhandelskonzept als strategisches Entwicklungsinstrument



## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDESENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK

**Herausforderung 2:** Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels

Im Baugesetzbuch ist als Grundsatz der Einzelhandelssteuerung zunächst der Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche verankert, die Rechtsprechung hat die Anforderungen an die Begründung, Abgrenzung und die Inhalte dieser Gebietskategorie präzisiert<sup>8</sup>; durch die räumliche Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe auf zentrale Versorgungsbereiche sollen diese gestärkt werden.

Ein weiterer Aspekt der Begründung planerischer Steuerung ist die Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung. Auch in der Baunutzungsverordnung wird die verbrauchernahe Versorgung als „Schutzgut“ genannt (vgl. § 11 Abs. 3 BauNVO). Bürger denken beim Einkauf oft an den Lebensmitteleinkauf; auch in Kirchheim kommt der Nahversorgung eine wichtige Rolle zu. Ferner stellt auch die Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters<sup>9</sup> bei anhaltender Flächenknappheit eine oft verfolgte Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar.

Das aktuelle Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 unterstreicht die Anforderungen an kommunale Planungskonzepte, die städtebaulich zu begründen sind.<sup>10</sup> In einer Mitteilung der Europäischen Kommission wird verdeutlicht, wie wichtig ein zeitnahe und zügiger Marktzugang in Form von „Verkaufsstellen“ für Einzelhändler ist.<sup>11</sup> In der Folge sind insbesondere wirtschaftliche Bedarfsprüfungen untersagt.

Dagegen sind Regelungen für die weitere Einzelhandelsentwicklung, die städtebauliche und raumordnerische Ziele verfolgen, grundsätzlich möglich. Wo Kommunen die weitere Handelsentwicklung auf Grundlage städtebaulicher Ziele steuern, haben sich kommunale Einzelhandelskonzepte mit Einsatz der folgenden Instrumente als rechtssicher erwiesen:<sup>12</sup>

- // Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche aufgrund nachvollziehbarer Kriterien (z. B. Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus),
- // Ableitung einer ortsspezifischen Liste zur sortimentsgenauen Steuerung (Sortimentsliste) sowie
- // Zuweisung von Entwicklungsmöglichkeiten zu einzelnen Standortkategorien/Ausschluss von Handelstätigkeit an anderen Standorten.

Ein häufiges Abweichen vom Konzept entwertet dieses wird von den Gerichten als „vorsätzliche Missachtung“ gesehen. In diesem Fall stellt auch ein beschlossenes Einzelhandelskonzept keinen Abwägungsbelang im Sinne des Baugesetzbuches (BauGB) dar, Rechtssicherheit von Planungen ist nicht mehr gegeben.

Diskussionen zur Handelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren durch den Gegensatz von „Grüne Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit Anfang dieses Jahrzehnts bestimmt die fortgeschrittene Digitalisierung die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels und den damit verbundenen Wandel der „Funktion unserer Städte“.



## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDESENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK

### Herausforderung 3: Veränderte Konsumgewohnheiten

Das gute konjunkturelle Umfeld in Deutschland bis Anfang 2020 insgesamt war – anders als in den Jahren Anfang der letzten Dekade – zuletzt kein Garant mehr für Flächenwachstum im Einzelhandel; ein guter Teil des Umsatzwachstums entfiel auf den Onlinehandel. Viele Handelsunternehmen unterscheiden kaum noch zwischen stationär und online und ermöglichen dem „hybriden“ Kunden, für den „online“ und „offline“ zwei attraktive Absatzkanäle darstellen, den Zugang zur Ware. Diese Entwicklungen bleiben nicht ohne Auswirkungen auf die Ausbildung unterschiedlicher Betriebstypen im Einzelhandel.

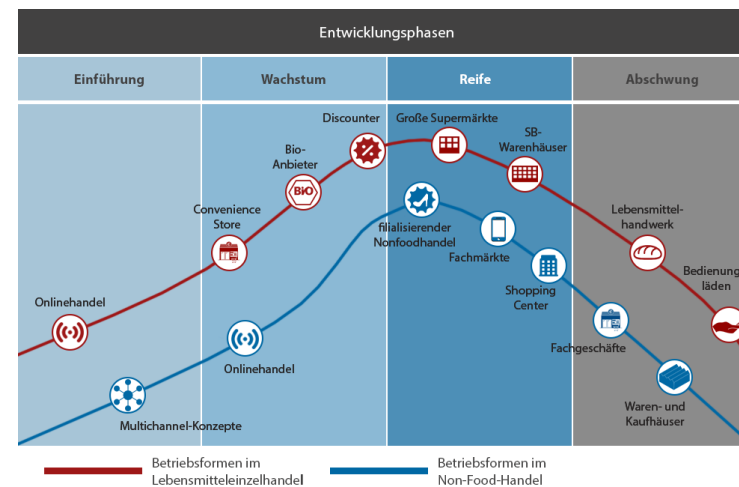
### Entwicklungen der letzten Jahre:

Über den gesamten Handel hinweg war die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland bis 2011 noch durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet, von dem auch Kirchheim profitierte. In den letzten Jahren hat sich das Flächenwachstum bundesweit jedoch deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen. Bei einzelnen Branchen (z.B. Buchhandel, Elektrohandel) geht es mittlerweile nicht mehr um Expansion, sondern um die Schließung unrentabler Standorte.

Abb. 3: Konsumententrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



Abb. 4: Entwicklung der Betriebstypen im Einzelhandel nach Lebenszyklusphase

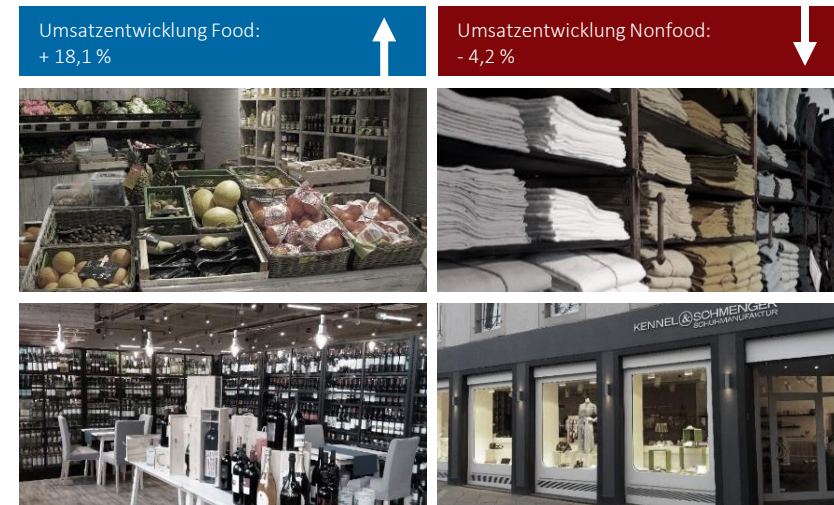


## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDELSENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK

Als zentraler Veränderungsfaktor der aktuellen Einzelhandelsentwicklung wirkt die Digitalisierung: Die Folgen sind im Nonfood-segment (v. a. in zentrenprägenden Sortimenten) offensichtlich – Textil- und Schuhanbieter, Elektronik- und Buchhändler zählen zu den innenstadtorientierten Sortimenten, welche die höchsten Umsatzanteile an den Onlinehandel abgegeben haben.

Im Lebensmittelbereich zeigt sich dagegen, dass die (kosten-) intensiven Bemühungen der (Online-) Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben; in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft i. d. R. auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern.<sup>13</sup> Für Kirchheim wird der Onlinehandel mit Lebensmitteln auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine größere Rolle spielen. Die Polarisierung zwischen dem sog. „Run-Shopping“ (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem „Fun-Shopping“ (freizeitorientierter Spaßeinkauf) wird sich nach den Corona-Einschränkungen fortsetzen. In der Folge verliert die sog. „unprofilierte Mitte“ weiter an Bedeutung. Gewinner sind dabei neben den digitalen Marktplätzen und Plattformen v. a. attraktive und multifunktionale Innenstädte, die das Grundbedürfnis nach gemeinschaftlichem „Erlebnis“ und nach Sicherheit bzw. Aufenthaltsqualität bedienen. Davon profitieren v. a. die größeren Mittelstädte und kleineren Großstädte, die weniger durch Überlastungserscheinungen (Verkehr, Wohnen) geprägt sind, Kleinstädte können den Wegfall des Handels nur schlecht kompensieren. Großstädte haben ebenfalls Schwierigkeiten, an frühere Hochfrequenzzeiten vor der Corona-Pandemie anzuschließen.

Abb. 5: Umsatzentwicklung im Lebensmittelbereich Food und Nonfood 2008-2018



Quelle: Fotos GMA, in Anlehnung an Habona Report 2018, Betrachtungszeitraum 2008 – 2018





## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDELSENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK

Zunehmend hat sich die Einschätzung durchgesetzt, dass der digitale Handel als ergänzender Vertriebskanal seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Gerade die klassischen zentrenrelevanten Sortimente werden vergleichsweise stark vom Onlinehandel bedient (z. B. Fashion und Accessoires).

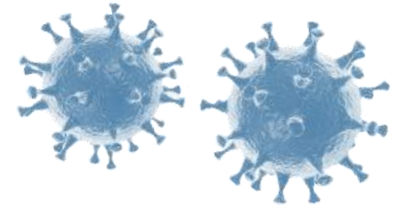
Aufgrund der höheren Anforderungen an City-Logistik oder same-hour-delivery ist ein steigender Flächenbedarf für Lager und Logistik vorhanden, während der Bedarf an Verkaufsflächen des Einzelhandels tendenziell sinkt. Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten (vgl. Abbildung 6):

- /// (1) Zentrale Innenstadtlagen und ausreichend große Einkaufszentren von Metropolen und Großstädten sind Ziel einer anhaltenden Flächennachfrage. Dort ist auch die Grundlage für einen guten Branchenmix mit attraktiven Marken und ausgeprägten Synergien vorhanden (z. B. Gastronomie, Kultur).
- /// (2) Eine differenzierte Betrachtung ist für die Mittelstädte vorzunehmen, wo die Herausforderungen durch den digitalen Wandel am größten sind. Unter Einzelhandelsgesichtspunkten werden jenen Zentren die größten Entwicklungschancen zugesprochen, die es schaffen, ausgeprägte Handelsangebote mit einem freizeit- und genussorientierten Angebot vorzuhalten.
- /// (3) Die Handelsbedeutung von Kleinstädten wird bis auf wenige Ausnahmen (z. B. Kultur-, Kur- oder Tourismusorte) deutlich zurückgehen und sich auf die Nahversorgung (Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte u. a. m.) konzentrieren.

Abb. 6: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDESENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK



### Herausforderung 4: Flächennachfrage im Zeichen von Corona

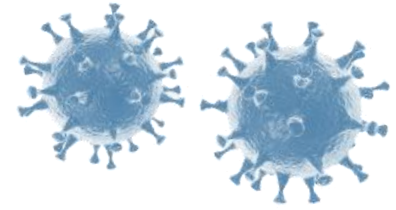
Spätestens durch Corona ist das Flächenwachstum bundesweit gänzlich zum Stillstand gekommen. Als weiterer Veränderungsfaktor der Einzelhandelsentwicklung ist hierbei die Digitalisierung herauszustellen. Die Folgen sind vor allem im Nonfood-Segment der zentrenprägenden Sortimente offensichtlich:

- /// Consumer Electronics, Fashion & Lifestyle oder Freizeit & Hobby zählen zu den Sortimentsbereichen, welche die höchsten Umsatzanteile an den Onlinehandel abgegeben haben.
- /// Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich (Fast Moving Consumer Goods; FMCG) zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Gerade in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern.<sup>14</sup>

Alle Prognosen der Nachfrage zeigen für den Onlinehandel auch in Zukunft ungebrochen hohe Zuwachsraten. Diese schlagen sich auch bei den Sortimenten Heimwerken & Garten, Wohnen & Einrichten oder Spezialartikeln aller anderen Warengruppen nieder. Befördert wird der Onlinehandel durch eine zunehmende Internetaffinität aller Altersgruppen, eine bessere Versorgung mit schnellem Internet sowie die flächendeckende und intensive Nutzung von Smartphones und die damit verbundenen Zugangsmöglichkeiten zu Mobile-Commerce-Angeboten. In welchem Umfang sich der Flächenbedarf im stationären Einzelhandel vor allem aufgrund logistischer Entwicklungen verändern wird, ist noch nicht abschließend geklärt (Verlagerung, Nachfrage nach stationärer Handelsfläche zur Nachfrage nach Verkehrs- und Logistikflächen).

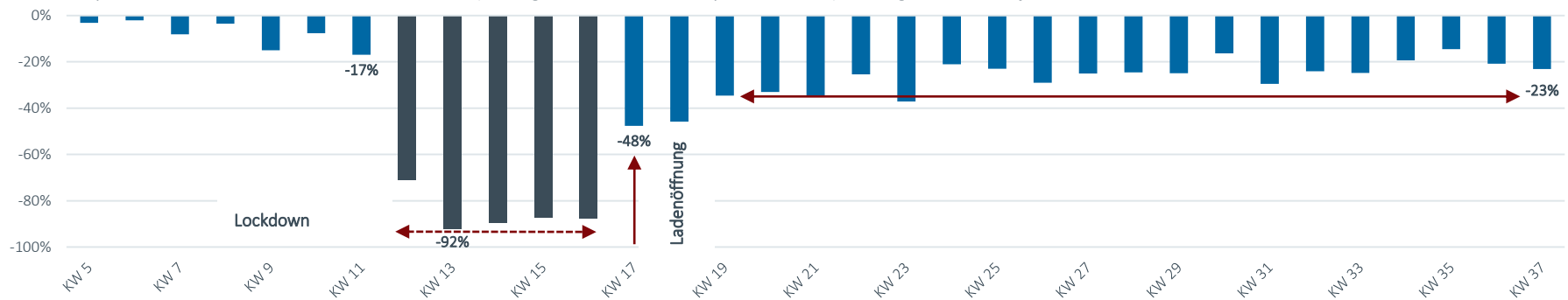


## NEUE HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE EINZELHANDESENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK



Die rückläufige Flächennachfrage wird zusätzlich durch die sich aktuell vollziehende Corona-Pandemie verstärkt. Deutlich wird das Auswirkungsmuster der Pandemie bei der Besucherfrequenz bei untersuchten Fußgängerzonen: Während der Phase des Lockdowns im Frühjahr und dem Zeitpunkt der ersten Ladenöffnungen (20.04.2020; KW 17) unter 800 m<sup>2</sup> VK ging die Frequenz zurück, später wurden die Ausgangswerte nicht wieder erreicht (vgl. Abb. 7).

Abb. 7: Frequenzverluste im Einzelhandel in Deutschland (Anfang Februar bis Mitte September 2020) im Vergleich zum Vorjahr



## ERSTE SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR KIRCHHEIM U. TECK



Quelle: abgerufen unter: [www.kirchheim-teck.de](http://www.kirchheim-teck.de)

- /// Nachfrage an Verkaufsflächen in der Innenstadt voraussichtlich rückläufig, Preise bei Neuvermietungen rückläufig
- /// Lagequalität wird noch wichtiger (=Rückzug aus Nebenlagen)
- /// Nahversorgungsangebote sind stabil
- /// Rückzug kleinerer Betriebe (keine Betriebsnachfolge)
  
- /// andere Nutzungen außerhalb des Handels können Folgenutzungen sein (Chancen für Dienstleistungen, Büros und Ärzte etc.)
- /// Gastronomie hat ähnliche Probleme wie Einzelhandel
- /// Aufwertung von Wohnen in der Stadtmitte (z.B. altersgerechte Wohnformen)

↓ Mögliche Entwicklungsansätze ↓

- /// Unterstützung bestehender Betriebe durch Citymanagement
- /// Unterstützung Vermieter durch Stadt (nur Beratung), etwa zur Umwandlung in Wohnraum und Stärkung weiterer Nutzungen
- /// Schaffung leistungsfähiger Versorgungsstandorte im Quartier (Stichwort: Verkehrsvermeidung)







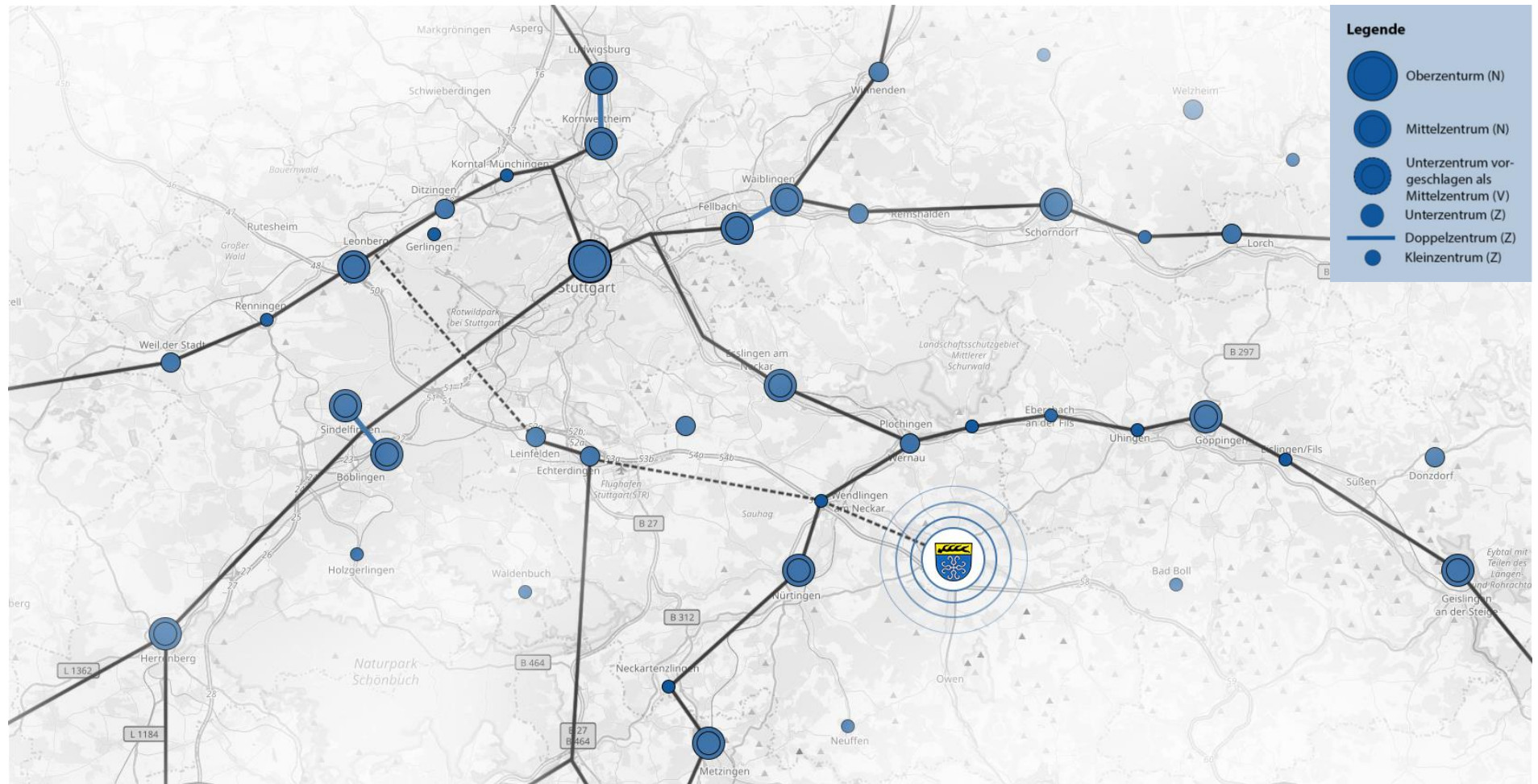
# Standortdaten Stadt Kirchheim u. Teck

- Standort und räumliche Lage, Versorgungsfunktion,  
Siedlungsstruktur, Verkehrs- und Wirtschaftssituation -



# LAGE IM RAUM DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 1: Zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung





## LAGE IM RAUM DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 2: Entfernungen in Luftlinie km



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung



## WESENTLICHE RAHMENDATEN DER STADT KIRCHHEIM U. TECK



Tabelle 1: Rahmendaten der Stadt Kirchheim u. Teck

Standortfaktoren	Daten
Räumliche Lage	Landkreis Esslingen
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einwohner (30.06.2020) <sup>15</sup>	40.801
Bevölkerungsentwicklung (2009 - 2019) <sup>16</sup>	+ 2,5 %
Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (2009 - 2019) <sup>17</sup>	+ 35,5 %
Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (2019) <sup>18</sup>	produzierendes Gewerbe: 6.224 Handel, Verkehr, Gastgewerbe: 4.259 sonstige Dienstleistungen: 8.649
Arbeitslosenquote Stadt Kirchheim u. Teck (September 2020) <sup>19</sup>	3,0 %
Siedlungsstruktur	- Kernort Kirchheim - 4 Ortsteile
Verkehrliche Erschließung	- Autobahn 8 - Bundesstraße 10 - S-Bahn (S1) zur Region Stuttgart
Ein-/ Auspendlersaldo (2019) <sup>20</sup>	Auspendler: 11.392 Einpendler: 13.392 = + 2.000



## WESENTLICHE RAHMENDATEN DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Wesentliche Einflussfaktoren auf die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Kirchheim u. Teck sind die demografischen, wirtschaftlichen, siedlungsstrukturellen und verkehrlichen Rahmenbedingungen sowie die Lage zu umliegenden Zentren und deren Wettbewerbsbedeutung für die Stadt Kirchheim u. Teck. Einzelne Aspekte werden im Folgenden dargestellt und bewertet.

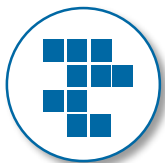


**Zentralörtliche Funktion:** Die Stadt (40.801 Einwohner<sup>21</sup>) ist nach Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg als Mittelzentrum eingestuft und hat eine gesamtstädtische sowie eine regionale Versorgungsfunktion.<sup>22</sup> Gemäß dem Regionalplan Stuttgart 2009 trägt Kirchheim u. Teck in den Bereichen Wohnen und Gewerbe einen Schwerpunkt (Gewerbe- und Industriegebiet Kruichling als Schwerpunkt für Industrie und Gewerbe).



**Standort:** Kirchheim u. Teck liegt im Landkreis Esslingen und im südöstlichen Teil des Verdichtungsraums Stuttgart gelegen. Die Stadt ist Teil der Entwicklungsachse Kirchheim u. Teck – Wendlingen am Neckar – Filderstadt – Leinfelden-Echterdingen. Im Mittelbereich befinden sich die Kleinzentren Lenningen, Weilheim a. d. Teck und Wendlingen am Neckar sowie deren Nahbereiche. Nächstgelegene Mittelzentren sind Nürtingen in südwestlicher Lage (41.223 Einwohner), Esslingen am Neckar in nordwestlicher Lage (94.145 Einwohner) und Göppingen in nordöstlicher Lage (57.813 Einwohner).<sup>23</sup> Die umliegenden Mittelzentren sind Wettbewerbsstandorte, die sich als begrenzend für das Marktgebiet von Kirchheim u. Teck auswirken.

- Als nächstgelegenes Oberzentrum ist Stuttgart in ca. 25 km nordwestlicher Entfernung von Kirchheim u. Teck zu beachten.
- Kirchheim u. Teck bildet zusammen mit den Kommunen Dettingen u. Teck und Notzingen eine Verwaltungsgemeinschaft.



**Siedlungsstruktur:** Die Stadt besteht aus der Kernstadt Kirchheim sowie vier Ortschaften Ötlingen, Lindorf, Nabern und Jesingen. Kirchheim ist der größte Ortsteil, der nach Südosten in den Ortsteil Jesingen sowie nach Nordwesten in den Ortsteil Ötlingen übergeht. Die Ortsteile Lindorf und Nabern liegen südöstlich der Autobahn A 8. Der historische Ursprung der Stadt Kirchheim u. Teck schlägt sich in der Altstadt mit schmalen Straßen und Gassen und dichter kleinteiliger Bauweise nieder. Die Altstadt liegt innerhalb der Alleenstraße und dient v.a. als Versorgungs- und Verwaltungsschwerpunkt. Die Einkaufsinnenstadt umfasst neben dem Altstadtbereich Teile der Max-Eyth-Straße und Dettinger Straße, dort befindet sich die Fußgängerzone (Marktstraße und Max-Eyth-Straße). Entlang der Stuttgarter Straße stadtauswärts sind eine Reihe großflächiger Einzelhandelsbetriebe ansässig.



## WESENTLICHE RAHMENDATEN DER STADT KIRCHHEIM U. TECK



/// **Verkehr:** Durch die Autobahn 8 ist Kirchheim sehr gut an das überregionale Verkehrsnetz angebunden, die Anbindung an das regionale Verkehrsnetz erfolgt in Richtung Göppingen über die L 297 (Anbindung Kirchheim u. Teck an die Ost-West verlaufende B 10), nach Südwesten ist über die B 297 (Nürtingen) und weitere Landstraßen. Kirchheim u. Teck ist über das Regionalbahnnetz der Deutschen Bahn an den überörtlichen Schienenverkehr angeschlossen, die S-Bahn-Linie 1 erreicht nach ca. 43 Minuten die Landeshauptstadt Stuttgart. Kirchheim u. Teck verfügt über drei eigene Bahnhaltepunkte. Innerörtlich sowie im Umland erschließen eine Vielzahl von Buslinien des Verkehrsverbundes Stuttgart (VVS) den Raum.



/// **Bevölkerungsentwicklung:** Das deutliche Bevölkerungswachstum der 1990er Jahre (+ 8 %) wurde nach 2000 abgeschwächt. In der Dekade von 2000 bis 2010 konnte Kirchheim u. Teck 3 % Bevölkerungszuwachs verzeichnen. Die Stadt zählt aktuell 40.801 Einwohner. Zwischen den Jahren 2009 und 2019 verlief das Bevölkerungswachstum in der Stadt Kirchheim u. Teck positiv (+ 2,5 %).<sup>24</sup> Das Statistische Landesamt Baden-Württemberg geht in seiner Hauptvariante bis in das Jahr 2035 weiterhin von einer konstant steigenden Bevölkerungszahl aus (+ 859 / 2,1 %).<sup>25</sup>



/// **Wirtschaftsstruktur:** Die Wirtschaftsstruktur von Kirchheim u. Teck wird durch den Dienstleistungssektor geprägt. Eine Vielzahl mittelständische Gewerbebetriebe macht Kirchheim u. Teck zum Einpendlerort; 11.392 Auspendlern stehen 13.392 Einpendler gegenüber. Die ca. 19.137 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Kirchheim u. Teck verteilen sich wie folgt auf die großen Wirtschaftszweige: ca. 6.224 Beschäftigte (32,5 %) im „Produzierenden Gewerbe“, ca. 4.259 Beschäftigte (22,3 %) im Bereich „Handel, Verkehr und Gastgewerbe“ und ca. 8.649 Beschäftigte (45,2 %) in „Sonstigen Dienstleistungen“. In der vergangenen Dekade verzeichnete die Stadt Kirchheim u. Teck ein Wachstum der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von rd. 35,5 %.<sup>26</sup>



## WESENTLICHE RAHMENDATEN DER STADT KIRCHHEIM U. TECK



**Einzelhandelsfunktion:** Die Stadt Kirchheim u. Teck verfügt über ein ausdifferenziertes Einzelhandelsangebot mit attraktiven Anbietern in unterschiedlichen Standortlagen. Zum einen die Einkaufsinnenstadt welche sich im Bereich der Altstadt erstreckt und den Bereich innerhalb des Alleenrings sowie Teile der Max-Eyth-Straße und Dettinger Straße umfasst. Weitere Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen tragen zur Grundversorgung der Wohnbevölkerung bei. Die Nebenlagen bzw. dezentrale Standortlagen ergänzen das Einzelhandelsangebot insbesondere im Fachmarktbereich sowie großflächigem Lebensmittel-einzelhandel. Abschließend befinden sich verschiedene, über das Stadtgebiet verteilte, Streulagen bzw. Solitärstandorte, die überwiegend der quartierbezogenen Versorgung im Stadtgebiet von Kirchheim u. Teck dienen.

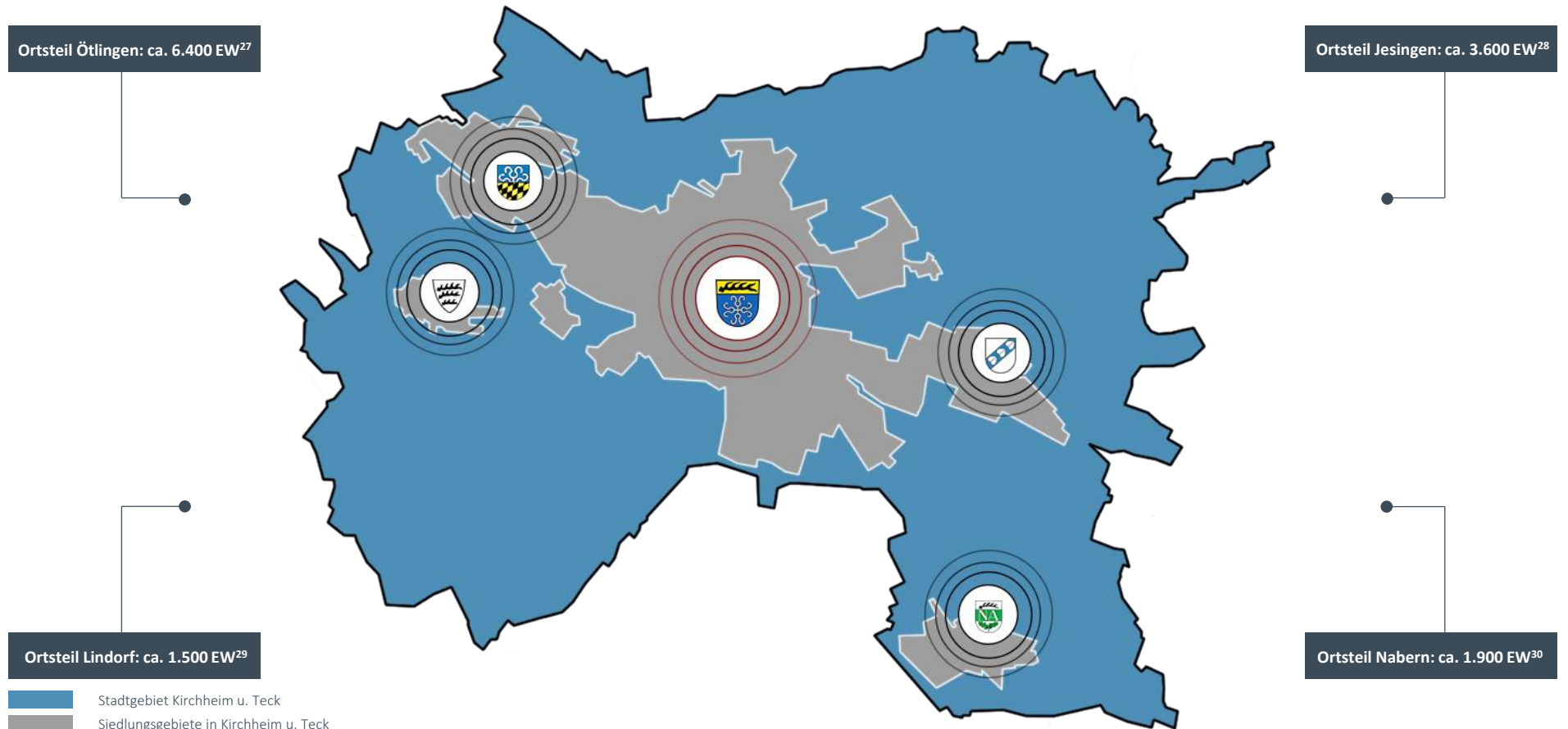
**Zusammenfassend** sind die Standortrahmenbedingungen für Kirchheim u. Teck positiv zu bewerten. Kirchheim u. Teck verfügt über eine attraktive Einkaufsinnenstadt im historischen Stadtgefüge sowie vereinzelt Einzelhandelslagen außerhalb des Kernstadtbereichs. Die sehr gute verkehrliche Anbindung trägt zur (über-) regionalen Bedeutung des Einzelhandelsstandortes bei. Kirchheim u. Teck hat sich in einem stark ausgeprägten Wettbewerbsumfeld (Großraum Stuttgart) in der Dekade gut behauptet.





## WESENTLICHE RAHMENDATEN DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 3: Siedlungsstruktur der Stadt Kirchheim u. Teck



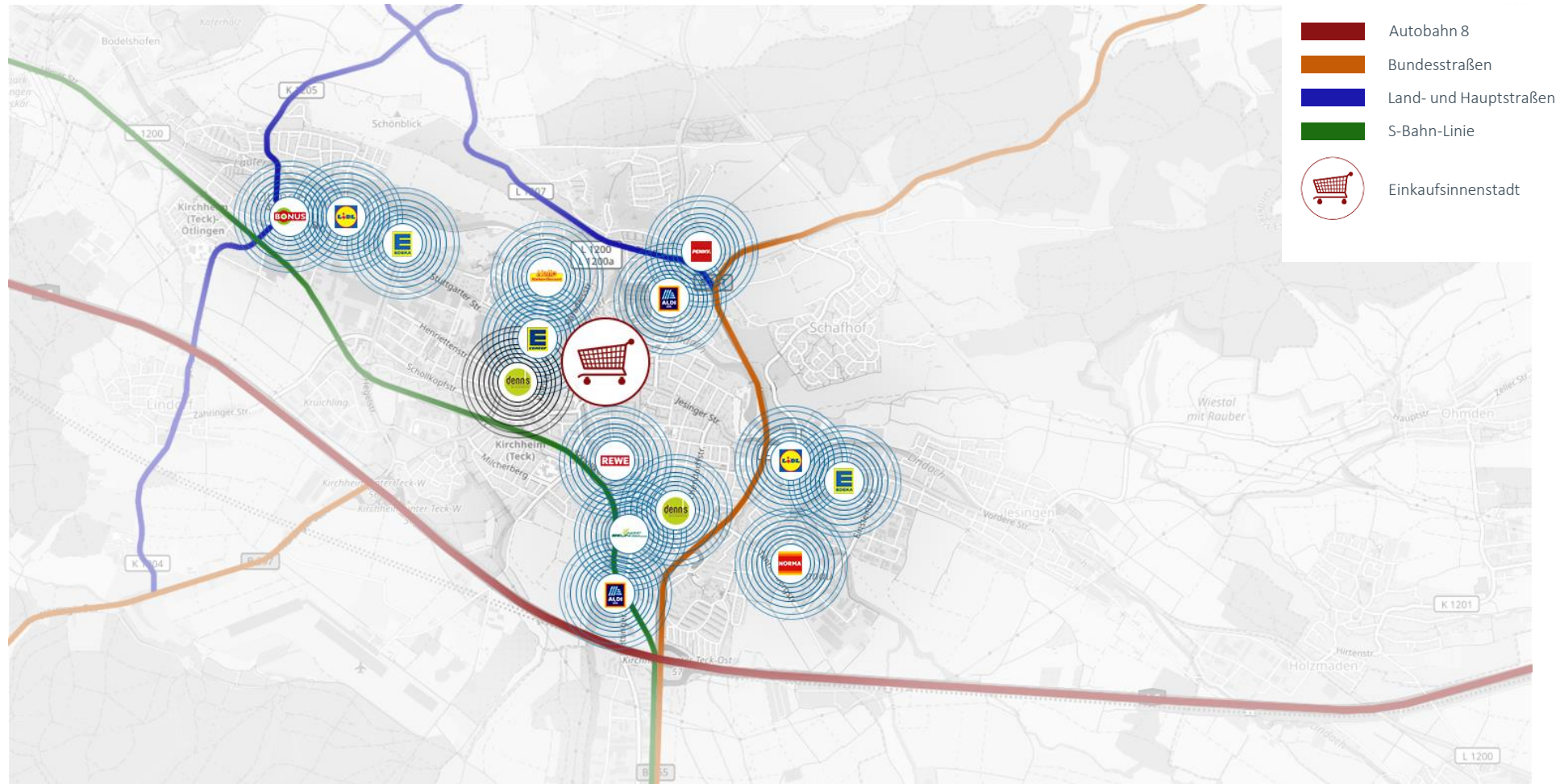
Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung

<sup>1-4</sup> Quelle: Alle Werte abgerufen unter: [www.kirchheim-teck.de](http://www.kirchheim-teck.de)



# WESENTLICHE RAHMENDATEN DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 4: Nahversorgungsstandorte in der Stadt Kirchheim u. Teck (Kernstadt und Stadtteil Ötlingen)



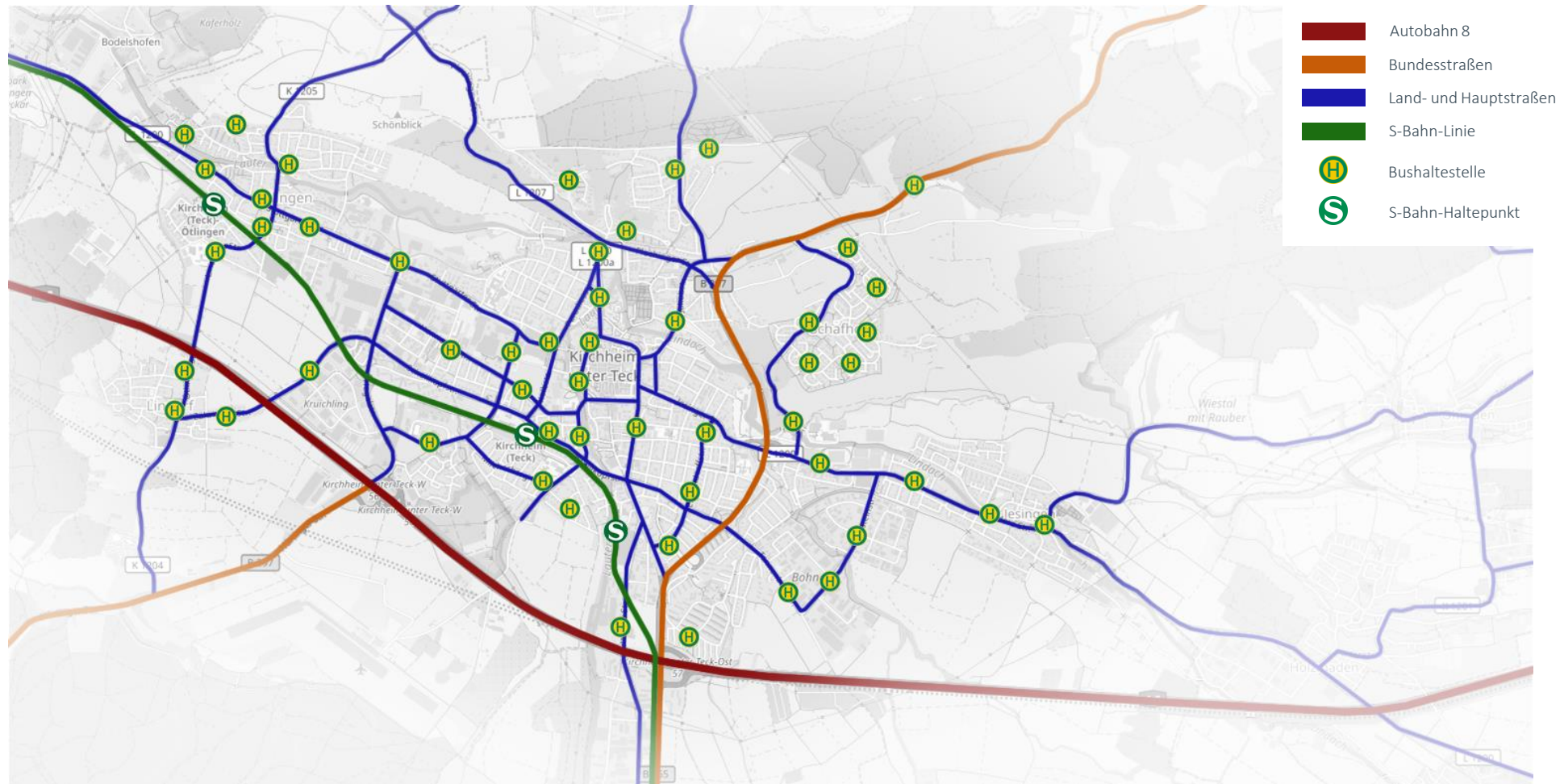
Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung

 Perspektivische Ansiedlung eines kleinflächigen Biolebensmittelmarktes geplant



## WESENTLICHE RAHMENDATEN DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 5: Verkehrssituation in der Stadt Kirchheim u. Teck



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung





# WESENTLICHE RAHMENDATEN DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 6: Parkmöglichkeiten differenziert nach Stellplatzkapazitäten am Standort Innenstadt



- Parkplatz
- Parkhaus
- Tiefgarage
- Parkplatzkapazität hoch
- Parkplatzkapazität mittel
- Parkplatzkapazität gering
- 1 Parkplatz Bahnhof / AOK
- 2 Parkplatz Dettinger Straße / Rewe
- 3 Parkplatz Rossmarkt
- 4 Parkplatz Schülestraße
- 5 Parkplatz Nanz-Center
- 6 Parkplatz Schlachthausstraße
- 7 Parkplatz Wiederholtstraße
- 8 Parkplatz Alleenstraße
- 9 Parkplatz Herdfeldstraße
- 10 Tiefgarage Schweinemarkt
- 11 Tiefgarage Krautmarkt
- 12 Tiefgarage Freihof
- 13 Tiefgarage Nanz-Center
- 14 Parkhaus Teckcenter / Stadthalle

Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung



# RAHMENDATEN WESENTLICHER WETTBEWERBSSTANDORTE IM UMLAND

Karte 7: Wettbewerbsstandorte im Umland von Kirchheim u. Teck





Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung



## RAHMENDATEN WESENTLICHER WETTBEWERBSSTANDORTE IM UMLAND

Tabelle 2 - 6: Rahmendaten wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Umland von Kirchheim u. Teck

Esslingen 	
Einwohner <sup>31</sup>	94.145
Einwohnerentwicklung (2012 – 2020)	+ 6,6 %
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einzelhandelsumsatz	589,7 Mio. €
Zentralitätskennziffer	97,4

Göppingen 	
Einwohner <sup>32</sup>	57.813
Einwohnerentwicklung (2012 – 2020)	+ 4,4 %
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einzelhandelsumsatz	535,1 Mio. €
Zentralitätskennziffer	154,7

Nürtingen 	
Einwohner <sup>33</sup>	41.223
Einwohnerentwicklung (2012 – 2020)	+ 4,4 %
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einzelhandelsumsatz	243,8 Mio. €
Zentralitätskennziffer	94,6

Stuttgart 	
Einwohner <sup>34</sup>	635.911
Einwohnerentwicklung (2012 – 2020)	+ 6,4 %
Zentralörtliche Funktion	Oberzentrum
Einzelhandelsumsatz	4.975,3 Mio. €
Zentralitätskennziffer	118,2

Ostfildern 	
Einwohner <sup>35</sup>	39.312
Einwohnerentwicklung (2012 – 2020)	+ 7,5 %
Zentralörtliche Funktion	Unterzentrum
Einzelhandelsumsatz	159,9 Mio. €
Zentralitätskennziffer	59,2







# Nachfrageanalyse Stadt Kirchheim u. Teck

- Marktgebiet, Abgrenzung und Kommunen im Markteinzugsgebiet –  
Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose für den Einzelhandelsstandort  
Kirchheim u. Teck -

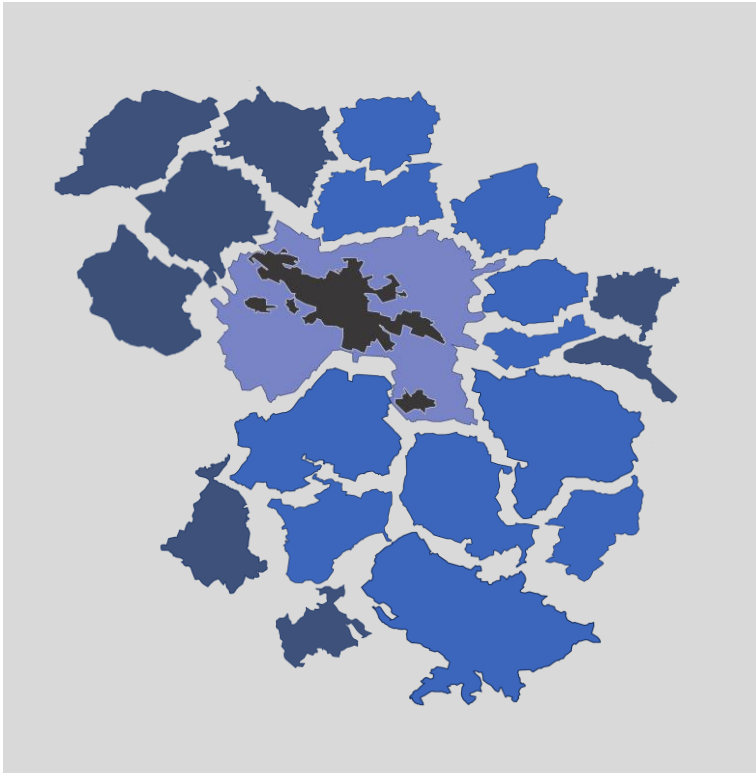




## ABGRENZUNG DES MARKTGEBIETES FÜR DIE STADT KIRCHHEIM U. TECK

Grundlagen: Einzelhandelskonzept 2012 - nochmalige Überprüfung durch die GMA 2020 - laufende Verbraucherbefragungen GMA im Raum

Karte 8: Marktgebiet der Stadt Kirchheim u. Teck



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung

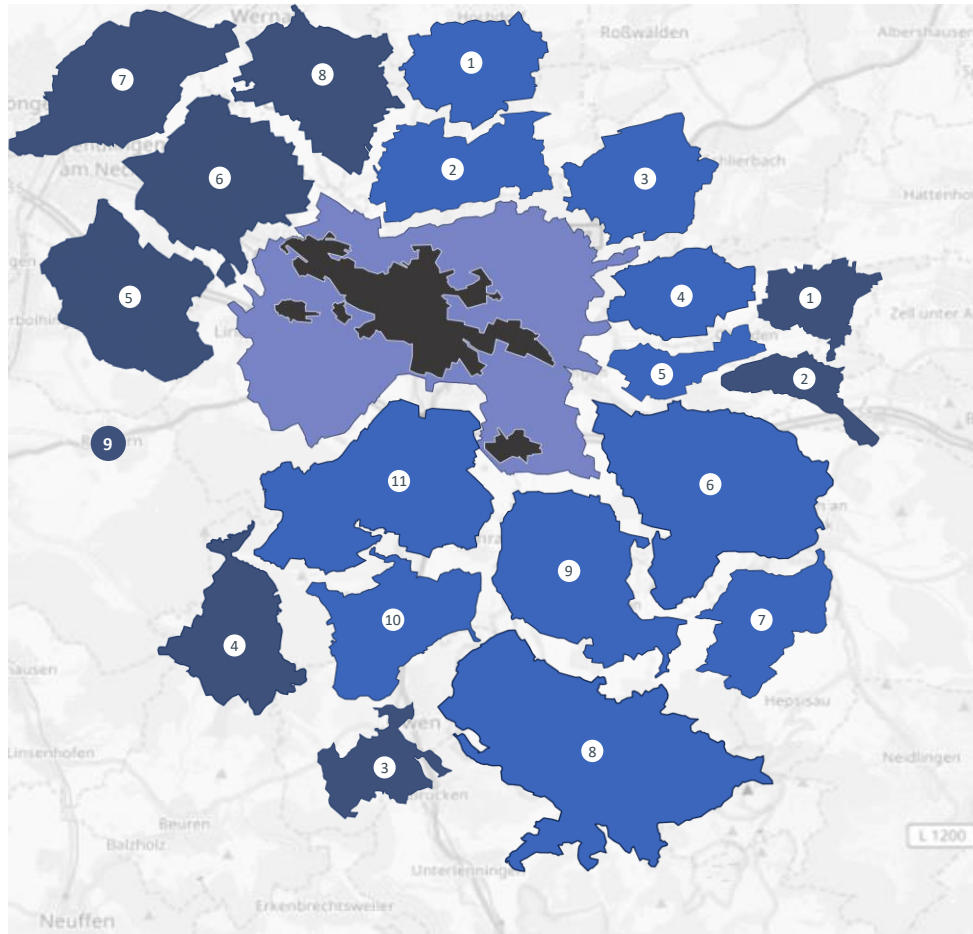
Tabelle 7: Einwohner im Marktgebiet von Kirchheim u. Teck

Zone	Einwohner	Kommunen
I	40.801 <sup>36</sup>	/// Kirchheim u. Teck
II	49.756 <sup>37</sup>	/// Bissingen a. d. Teck (3.429) /// Dettingen a. d. Teck (6.149) /// Hochdorf (4.756) /// Holzmaden (2.296) /// Lenningen (8.252) /// Neidlingen (1.803) /// Notzingen (3.637) /// Ohmden (1.746) /// Owen (3.407) /// Schlierbach (3.955) /// Weilheim a. d. Teck (10.326)
III	57.029 <sup>38</sup>	/// Aichelberg (1.355) /// Beuren (3.689) /// Erkenbrechtsweiler (2.191) /// Köngen (9.819) /// Nürtingen-Reudern (2.740) /// Oberboihingen (5.534) /// Wendlingen (16.227) /// Wernau (12.303) /// Zell u. Aichelberg (3.171)
<b>Gesamt</b>	<b>147.586</b>	<b>21 Kommunen</b>



# ABGRENZUNG DES MARKTGEBIETES FÜR DIE STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 9: Marktgebiet der Stadt Kirchheim u. Teck



- Siedlungsgebiete in Kirchheim u. Teck
- Zone I (Stadt Kirchheim u. Teck)
- Zone II
- Zone III

- |    |                      |       |                       |
|----|----------------------|-------|-----------------------|
| 1  | Hochdorf             | 1     | Zell unter Aichelberg |
| 2  | Notzingen            | 2     | Aichelberg            |
| 3  | Schlierbach          | 3     | Erkenbrechtsweiler    |
| 4  | Ohmden               | 4     | Beuren                |
| 5  | Holzmaden            | 5     | Oberboihingen         |
| 6  | Weilheim a. d. Teck  | 6     | Wendlingen am Neckar  |
| 7  | Neidlingen           | 7     | Köngen                |
| 8  | Lenningen            | 8     | Wernau (Neckar)       |
| 9  | Bissingen a. d. Teck | <hr/> |                       |
| 10 | Owen                 | 9     | Nürtingen - Reudern   |
| 11 | Dettingen a. d. Teck |       |                       |

Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung



## ABGRENZUNG DES MARKTGEBIETES FÜR DIE STADT KIRCHHEIM U. TECK

Insgesamt lässt sich das Marktgebiet in Kirchheim u. Teck in drei Zonen unterteilen:

- /// Die Stadt Kirchheim bildet den Kern des Marktgebietes (**Zone I**).
- /// Das überörtliche Marktgebiet (**Zone II + III**) reicht im Norden bis nach Hochdorf und Wernau, im Osten bis nach Zell unter Aichelberg, im Süden bis nach Lenningen und im Westen bis nach Oberboihingen.
- /// Im Wesentlichen entspricht das Marktgebiet von Kirchheim dem regionalplanerisch ausgewiesenen Mittelbereich. Einzelne Betriebe haben ein darüber hinausgehendes Einzugsgebiet. Die Ausdehnung stark durch die topografische Situation und die Verkehrswege sowie mittel- und oberzentralen Konkurrenzstandorte (v.a. Esslingen am Neckar, Nürtingen, Göppingen, und Stuttgart) beeinflusst.

Tabelle 8: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet nach Sortimenten und Warengruppen

Sortimente	Zone I	Zone II	Zone III	Marktgebiet insgesamt
Nahrungs- und Genussmittel	101,6	122,0	139,1	362,7
Gesundheit, Körperpflege	20,7	24,9	28,4	74,0
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	8,9	10,7	12,2	31,8
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>131,2</b>	<b>157,6</b>	<b>179,7</b>	<b>468,5</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	11,2	13,5	15,3	40,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	32,8	39,3	44,9	117,0
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>44,0</b>	<b>52,8</b>	<b>60,2</b>	<b>157,0</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	25,4	30,5	34,7	90,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	27,9	33,5	38,2	99,6
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	23,7	28,5	32,4	84,6
Optik / Uhren, Schmuck	7,2	8,6	9,8	25,6
Sonstige Sortimente	16,8	20,1	22,9	59,8
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>101,0</b>	<b>121,2</b>	<b>138,0</b>	<b>360,2</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>174,6</b>	<b>209,6</b>	<b>238,8</b>	<b>623,0</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>276,2</b>	<b>331,6</b>	<b>377,9</b>	<b>985,7</b>

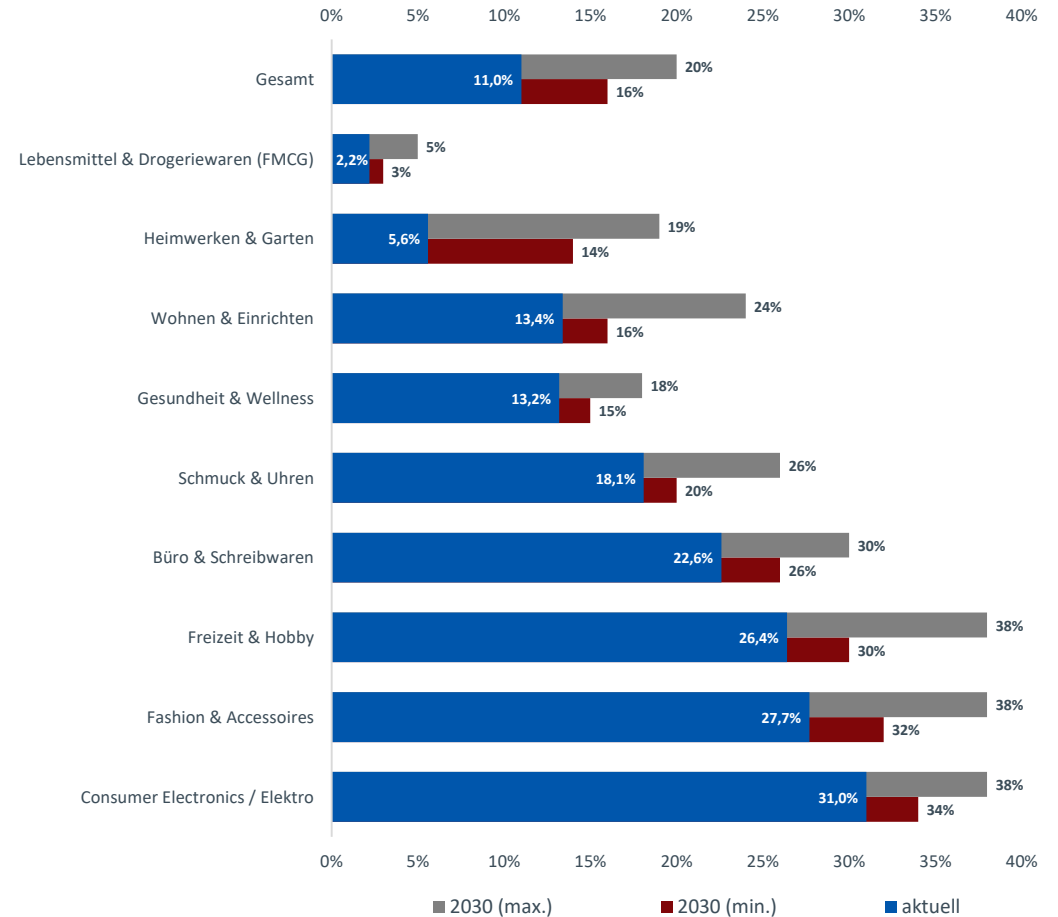
Quelle: GMA-Berechnung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)



## BEVÖLKERUNGS- UND KAUFKRAFTPROGNOSE 2035

- Das Kaufkraftvolumen wird bis zum Jahr 2035 durch die Konjunktur, das Verbraucherverhalten (z. B. Onlinehandel) und soziodemografische Entwicklung gestaltet.<sup>39</sup>
- Auch Streukunden (z. B. Arbeitspendler, Tourismus) sind zu berücksichtigen.
- Entwicklung konkurrierender weiterer Einflussfaktoren (insbesondere umliegende Mittel- und Oberzentren).
- Onlineshopping zeigt ungebrochen hohe Zuwachsraten, nicht nur in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger sondern auch bei Mode, Schuhen oder Spezialartikeln aller Branchen.

Abb. 8: Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030



## BEVÖLKERUNGS- UND KAUFKRAFTPROGNOSE 2035

Tabelle 9: Einwohnerentwicklung im Marktgebiet der Stadt Kirchheim u. Teck bis zum Jahr 2035

Zone des Marktgebietes	Einwohner <sup>40</sup>		Entwicklung 2020 - 2035	
	2020	2035	absolut	relativ
Zone I	40.801	41.642	+ 841	2,1
Zone II	49.756	51.041	+ 1.285	2,6
Zone III	57.029	59.096	+ 2.067	3,6
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>147.586</b>	<b>151.779</b>	<b>+ 4.193</b>	<b>2,8</b>

In den letzten zehn Jahren wies die Stadt Kirchheim u. Teck eine positive Bevölkerungsentwicklung auf, für die kommenden Jahre erwartet das Statistische Landesamt Baden-Württemberg eine insgesamt stabile Entwicklung der Einwohnerzahlen; auch im gesamten Marktgebiet ist von einer insgesamt stabilen Einwohnerentwicklung bis 2035 auszugehen.<sup>41</sup>

GMA rechnet für das Marktgebiet von Kirchheim bis 2035 mit einem stabilen Kaufkraftpotenzial von ca. 1.013,7 Mio. € (+ 28,0 Mio. € bzw. + 2,8 % gegenüber 2020; vgl. Tabelle 10).

Tabelle 10: Entwicklung des Kaufkraftpotenzials im Marktgebiet von Kirchheim u. Teck bis 2035

Sortimente	Zone I	Zone II	Zone III	Marktgebiet insgesamt
Nahrungs- und Genussmittel	103,7	125,2	144,1	373,0
Gesundheit, Körperpflege	21,2	25,5	29,4	76,1
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	9,1	11,0	12,7	32,8
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>134,0</b>	<b>161,7</b>	<b>186,2</b>	<b>481,9</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	11,4	13,8	15,9	41,1
Bekleidung, Schuhe, Sport	33,5	40,4	46,5	120,4
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>44,9</b>	<b>54,2</b>	<b>62,4</b>	<b>161,5</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	25,9	31,3	36,0	93,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	28,5	34,3	39,5	102,3
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	24,2	29,2	33,6	87,0
Optik / Uhren, Schmuck	7,3	8,8	10,2	26,3
Sonstige Sortimente	17,1	20,6	23,8	61,5
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>103,0</b>	<b>124,2</b>	<b>143,1</b>	<b>370,3</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>178,2</b>	<b>214,9</b>	<b>247,6</b>	<b>640,7</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>281,9</b>	<b>340,1</b>	<b>391,7</b>	<b>1.013,7</b>

Quelle: GMA-Berechnung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)



# IV

## Angebotsanalyse Stadt Kirchheim u. Teck

- Einzelhandelsstruktur, Bestand nach Warengruppen  
und Lageverteilung, wesentliche Veränderungen  
zwischen den Jahren 2012 und 2020 -





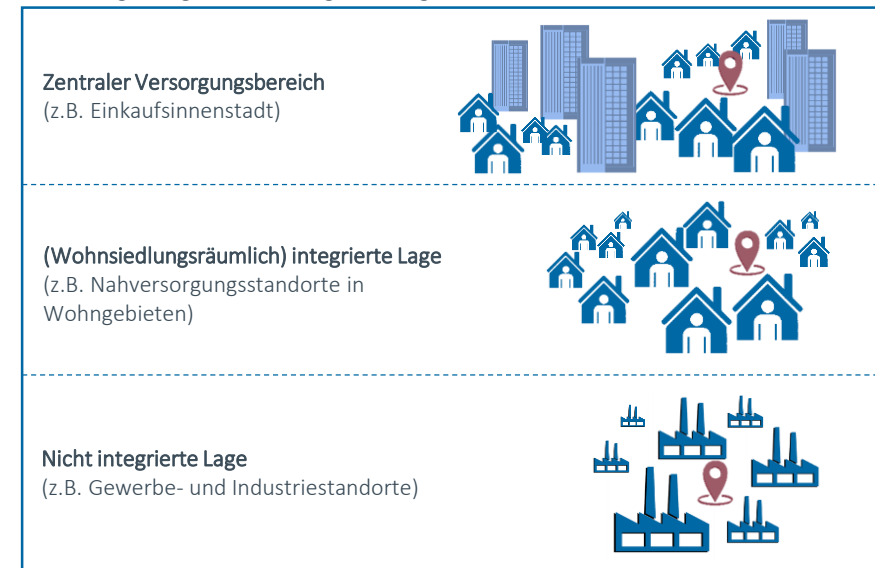
## EINZELHANDELSSTRUKTUR UND LAGEVERTEILUNG DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Die **Einkaufsinnenstadt** von Kirchheim u. Teck ist mit etwa 196 Einzelhandelsbetrieben wesentlicher Versorgungsschwerpunkt der Stadt. Die historisch gewachsenen Einkaufslagen entlang der Max-Eyth-, Markt- und Dettinger Straße, mit vorwiegend kleinflächig strukturiertem Einzelhandelsbesatz (der nur mit wenigen Ausnahmen durch großflächige Betriebe, z. B. Eck Mode am Markt, ergänzt wird), die städtebaulich attraktiv gestaltet ist. Die Kirchheimer Innenstadt weist bei der für Innenstädte attraktivbestimmenden Warengruppe Bekleidung, Schuhe und Sport eine relativ hohen Verkaufsflächenanteil von rd. 99 % auf.

Im **übrigen Stadtgebiet** sind v.a. die nicht zentrenrelevanten Sortimente sowie die Lebensmittelversorgung von hoher Bedeutung. Während die Betriebszahl im sonstigen Stadtgebiet nur etwa 35,0 % des Gesamtbestandes ausmacht, verfügen diese etwa über 54,7 % der Gesamtverkaufsfläche Kirchheims. Die für die regionale Versorgung mit mittel- und langfristigem Bedarf (u. a. Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf und Möbel) wesentlichen Warengruppen sind nicht im Zentrum ansässig. Weiter ist auf eine Vielzahl städtebaulich integrierter Nahversorgungslagen- und Standorte mit einem Zusammenhang zur Wohnbebauung im Stadtgebiet Kirchheims hinzuweisen.

Damit zeigt sich für Kirchheim u. Teck eine Arbeitsteilung zwischen den Standortlagen: Die Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich stellt im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente die Versorgung der Bevölkerung sicher, während an sonstigen Standorten großflächige nicht zentrenrelevante Angebote bestehen, für welche in der Innenstadt keine entsprechenden Rahmenbedingungen vorliegen (Flächenverfügbarkeiten, Erreichbarkeit bei autoaffinen Nutzungen etc.)

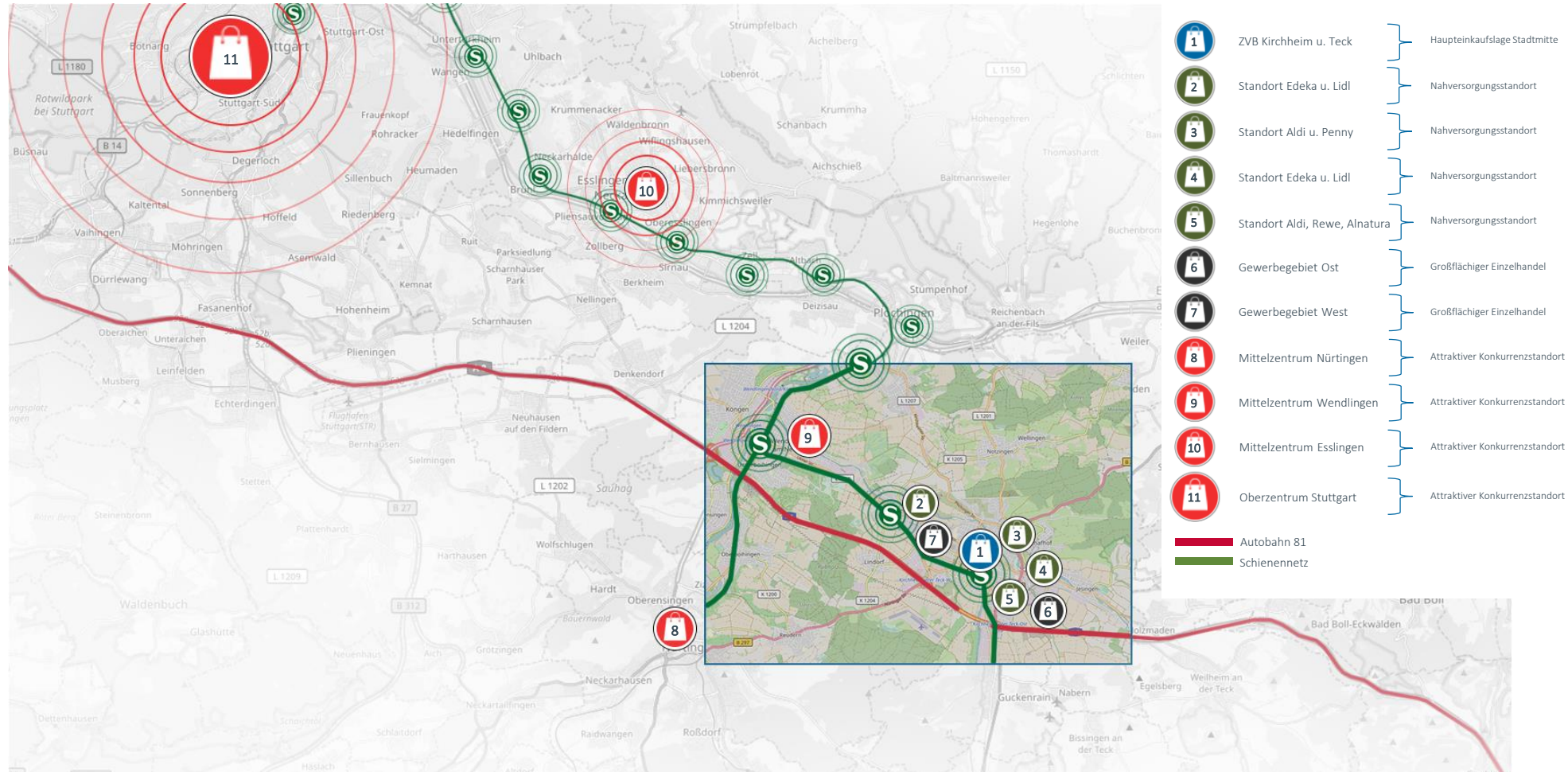
Abb. 9: Lagekategorien zur Kategorisierung von Einzelhandelsstandorten





# EINZELHANDELSSTRUKTUR UND LAGEVERTEILUNG DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 10: Einzelhandelsstruktur der Stadt Kirchheim u. Teck und Standorte im Umland

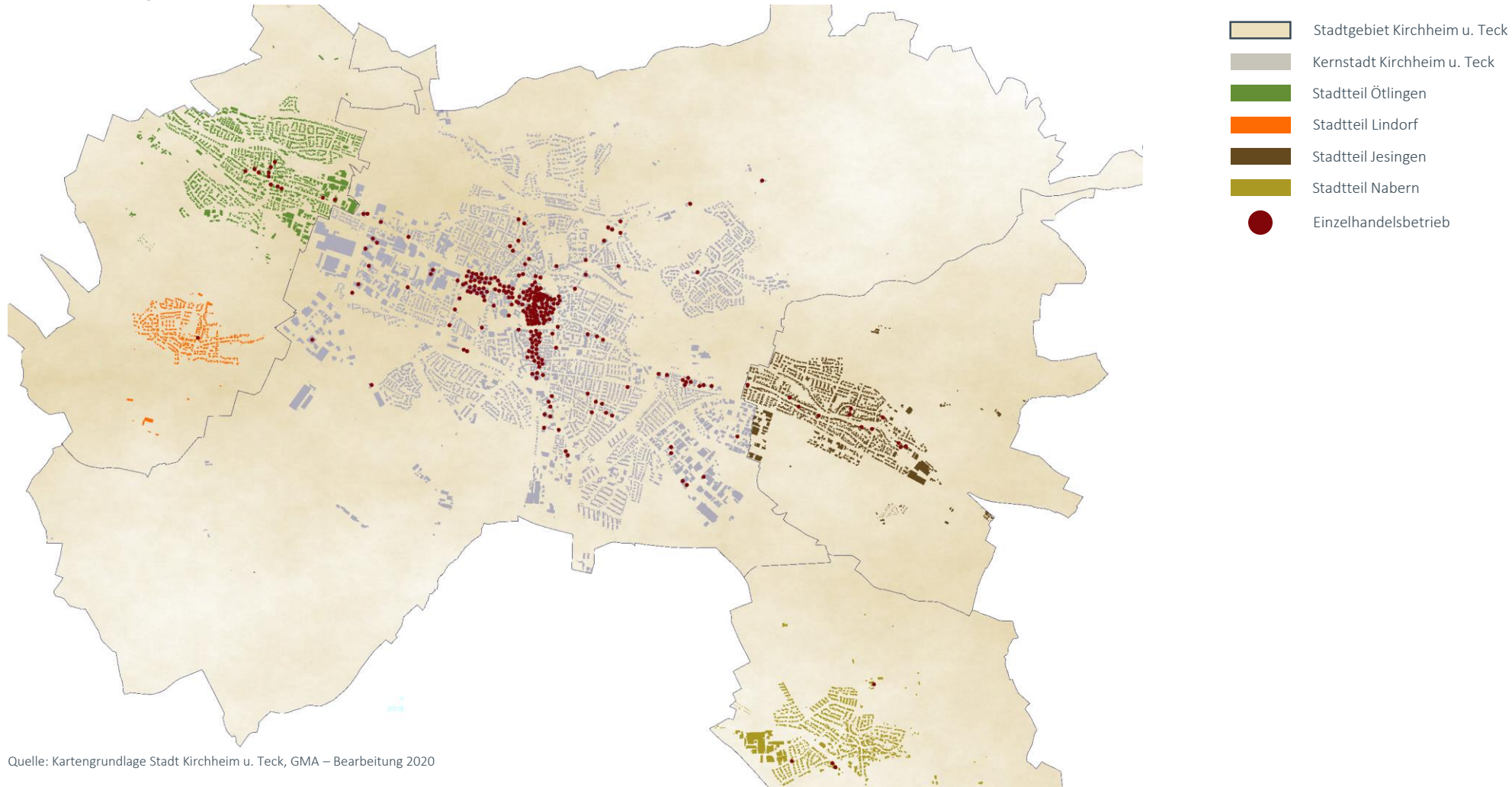


Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung



## EINZELHANDELSBESTAND DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Karte 11: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Kirchheim u. Teck



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020



## EINZELHANDELSBESTAND DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Tabelle 11: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen in Kirchheim u. Teck

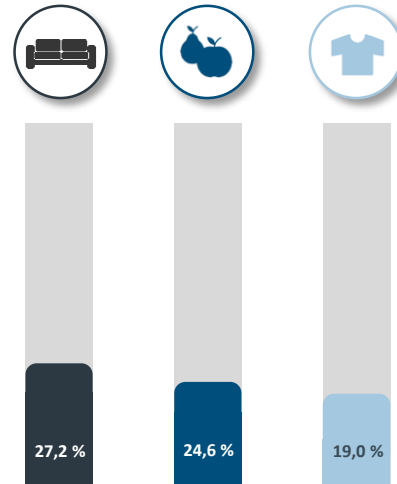
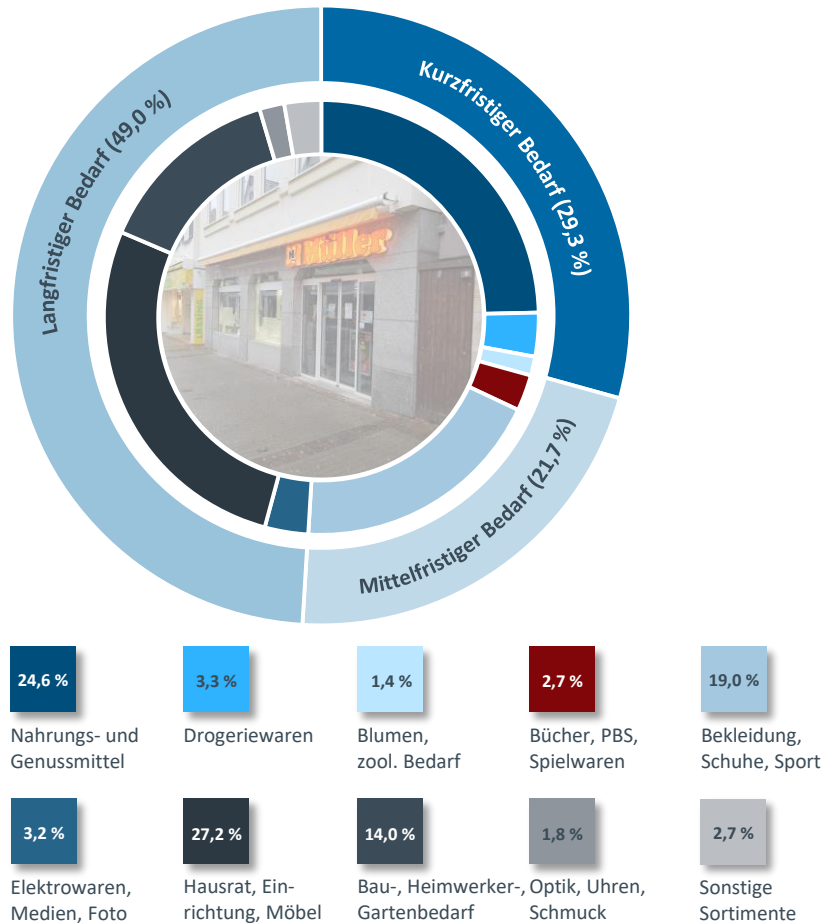
Branche	Anzahl der Betriebe <sup>42</sup>	Verkaufsfläche <sup>43</sup> in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	109 (36,3 %)	22.875 (24,6 %)	122,5 (39,2 %)
Gesundheit, Körperpflege	17	3.020	23,8
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	7	1.305	2,6
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>133</b>	<b>27.200</b>	<b>148,9</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	18	2.495	7,7
Bekleidung, Schuhe, Sport <sup>44</sup>	64	17.605	60,2
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>82</b>	<b>20.100</b>	<b>67,9</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	18	3.000	18,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	23	25.265	32,9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	12	12.990	28,4
Optik / Uhren, Schmuck	24	1.715	11,8
Sonstige Sortimente <sup>45</sup>	8	2.545	4,6
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>85</b>	<b>45.515</b>	<b>95,9</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>191 (63,7 %)</b>	<b>69.940 (75,4 %)</b>	<b>190,3 (60,8 %)</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>300 (100 %)</b>	<b>92.815 (100 %)</b>	<b>312,8 (100 %)</b>

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)



## EINZELHANDELSBESTAND DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 10: Verkaufsflächenanteile nach Sortimenten in der Stadt Kirchheim u. Teck



Quelle: GMA Aufnahme 2020 – Kirchheim u. Teck

Verteilung der Verkaufsflächen nach Bedarfsbereichen und Sortimenten in Kirchheim u. Teck:

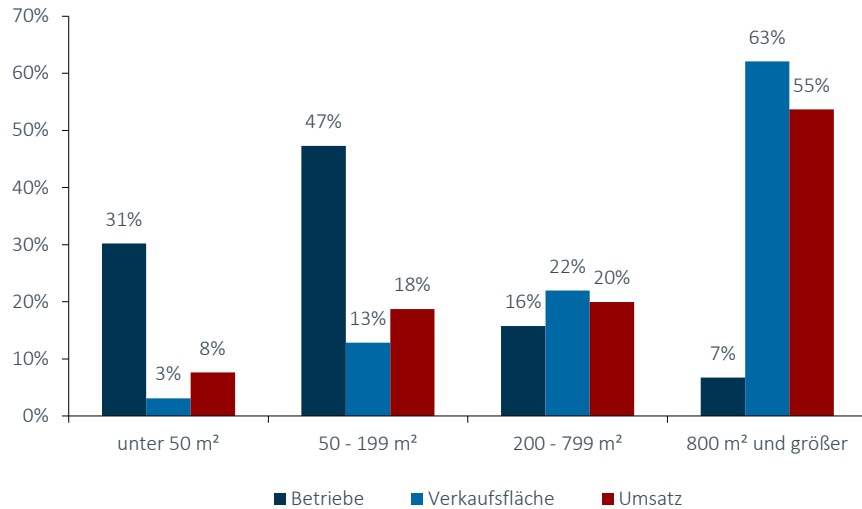
- /// Rund ein Viertel der Verkaufsflächen in Kirchheim entfällt auf Hausrat, Einrichtung und Möbel.
- /// Den zweitgrößten Verkaufsflächenanteil nehmen die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel (ca. 24,6 %).
- /// Es folgen Bekleidung, Schuhe und Sport mit einem Anteil von ca. 19,0 %.
- /// Weitere 14,0 % entfallen auf den Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf.
- /// Die anderen Sortimentsbereiche nehmen jeweils nur untergeordnete Anteile ein





## BETRIEBSTYPEN UND BETRIEBSTYPENGRÖSSEN IN KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 11: Größenstruktur der Betriebe in Kirchheim u. Teck



Quelle: GMA Aufnahme 2020 – Kirchheim u. Teck

Der Einzelhandelsbestand in Kirchheim u. Teck wird von Betrieben unter 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche dominiert; von den insgesamt ansässigen 300 Einzelhandelsbetrieben entfallen ca. 232 Geschäfte auf diese Größenordnung (78 %). Davon sind ca. 31 % der Betriebe als Kleinbetriebe unter 50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anzusprechen (Verkaufsflächenanteil ca. 3 %). Anbieter von 50 bis 199 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche machen ca. 47 % des gesamten Betriebsbestandes aus (Verkaufsflächenanteil ca. 13 %). Betriebe ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> stellen ca. 63 % des Gesamtbestandes der Verkaufsfläche (7 % der Betriebsanzahl).



## EINZELHANDELHANDELSENTWICKLUNG 2012 - 2020

Tabelle 12: Wesentliche Veränderungen des Einzelhandelsbesatzes zwischen den Jahren 2012 - 2020

Kriterium	2009	2020	Entwicklung 2009 - 2020	
Betriebsanzahl	337	300	- 37	↘ -11,0%
Verkaufsfläche	92.210 m <sup>2</sup>	92.815 m <sup>2</sup>	+ 605 m <sup>2</sup>	→ +0,7%
davon Lebensmittel	21.565 m <sup>2</sup>	22.875 m <sup>2</sup>	+ 1.310 m <sup>2</sup>	→ +6,1%
davon Nichtlebensmittel	70.645 m <sup>2</sup>	69.940 m <sup>2</sup>	- 705 m <sup>2</sup>	↘ -1,0%
Betriebsgröße (Ø)	274 m <sup>2</sup>	309 m <sup>2</sup>	+ 35 m <sup>2</sup>	→ +12,8%
Einzelhandelsumsatz	288,3 Mio. €	312,8 Mio. €	+ 24,5 Mio. €	→ +8,5%
Flächenproduktivität	3.127 €/m <sup>2</sup> VK	3.370 €/m <sup>2</sup> VK	+ 243 €/m <sup>2</sup> VK	→ +7,8%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	5.863 € p. P.	6.769 € p. P.	+ 906 € p. P.	→ +15,5%
Kaufkraftindex	109,6	108,0	- 1,6	↘ -1,5%
Zentralität	123	113	- 10	↘ -8,1%

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Der Strukturwandel im Einzelhandel schlägt sich im Wegfall mehrerer Betriebe **vornehmlich im Bereich der Kirchheimer Innenstadt** nieder. Die Verkaufsflächenentwicklung zeigt grundsätzlich eine stabile Situation. Insgesamt konnte Kirchheim u. Teck seine Stellung im Markt und seine Funktion als Mittelzentrum behaupten.





## BEWERTUNG DER STANDORTLAGEN

Abb. 12: Kurzcharakteristik wesentlicher Einzelhandelsstandorte in Kirchheim u. Teck



## EINZELHANDELSEXPERTENGEPRÄCHE IN KIRCHHEIM U. TECK

+ Positive Aspekte	- Negative Aspekte
<ul style="list-style-type: none"><li>// Gut durchmischter Branchenmix der alle wesentlichen Leitsortimente umfasst</li><li>// Überwiegend gute Warenpräsentation der Einzelhandelsbetriebe (wenige negative Ausnahmen)</li><li>// Sehr gutes Engagement der City-Ring-Gemeinschaft</li><li>// Sehr gute Unterstützung durch die Stadt, v. a. während der Corona-Phase</li><li>// Sehr gutes kulturelles Angebot in der Kirchheimer Innenstadt</li><li>// Sehr gute verkehrliche Anbindung der Kirchheimer Innenstadt</li><li>// Chance Dettinger Straße an Fußgängerzone anzubinden, städtebauliche Neuordnung im Kreuzungsbereich Dettinger Straße / Alleenstraße</li><li>// Ausgeprägter und ansprechender gastronomischer Besatz</li><li>// Schöne Struktur der Fußgängerzone aufgreifen und gezielt weiterentwickeln</li><li>// Städtebaulich attraktive Plätze vorhanden die zum Verweilen einladen</li><li>// Historischen Charme beibehalten und weiter ausbauen</li><li>// „Kompakte Innenstadt“ gute Größe um Ziele fußläufig zu erreichen (kurze Wege)</li><li>// Lebensmittelausstattung ist sehr gut</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>// Deutlicher Frequenzrückgang in der Kirchheimer Innenstadt zu verzeichnen</li><li>// Charme der Einzelhandelsbetriebe verschwindet</li><li>// Einige Branchen zu oft am Standort Kirchheim Innenstadt vertreten</li><li>// Mehr kostengünstige Parkmöglichkeiten in der Kirchheimer Innenstadt schaffen, Abbau von Parkplätzen verhindern</li><li>// Mehr Aufenthaltsqualität schaffen, v. a. für unterschiedliche Zielgruppen (mehr Sitzmöglichkeiten, Schachfelder, Boccia etc.)</li><li>// Mehr E-Ladestationen in der Innenstadt etablieren</li><li>// Hohe Müllproblematik, mehr Sauberkeit in der Innenstadt nötig</li><li>// Aktuell Vielzahl an Leerständen und schlechtes Leerstandsmanagement</li><li>// Leerstandsanmietungen müssen durch die Stadt geregelt werden</li><li>// Weniger Dienstleistungsbetriebe mehr Einzelhandelsbetriebe nötig</li><li>// Hohe und kaum bezahlbare Mieten</li><li>// Verkehr in der Dettinger Straße wirkt unattraktiv (Verkehr sperren)</li><li>// Mehr Einzelhandel für jüngere Zielgruppen etablieren (z. B. im Bekleidungssektor)</li></ul>

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde im Juni 2022 eine Befragung mit ausgewählten Händlern und Experten (Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung) des Wirtschafts- und Handelsstandortes Kirchheim u. Teck durchgeführt. Ziel war es anhand eines Leitfadeninterviews nähere Aussagen zur Qualität und zur Entwicklungsperspektive des Einzelhandelsstandortes zu erhalten und ein aktuelles Stimmungsbild der Händler einzufangen. Gefragt wurde dabei nach den Entwicklungen und Potenzialen für die kommenden Jahre sowohl für den jeweiligen Betrieb als auch für den Standort Kirchheim u. Teck im Allgemeinen. Im Hinblick der Weiterentwicklungsmöglichkeiten, speziell in der Innenstadt, standen dabei auch kreative Ideen und konkret zu ergreifende Maßnahmen sowie mögliche Defizite im Fokus, ebenso wie Erwartungen und Wünsche gegenüber der Kirchheimer Stadtverwaltung.



## EINZELHANDELSEXPERTENGESPRÄCHE IN KIRCHHEIM U. TECK

Insgesamt betrachten die befragten Händler die Entwicklung der letzten Jahre des Einzelhandelsstandortes Kirchheim u. Teck positiv. Zwar sind künftige Entwicklungen nicht immer leicht abzuschätzen (z. B. Corona-Pandemie, Ukraine-Konflikt) und die Konkurrenz unter anderem durch den Onlinehandel ist durchaus gegeben, dennoch sehen die meisten Gesprächspartner den Einzelhandelsstandort gut aufgestellt und dynamisch. Sie attestieren der Kirchheimer Innenstadt ein gutes Entwicklungspotenzial. Die städtebauliche Qualität bzw. das Engagement der Stadtverwaltung/ City-Ring wird positiv aufgenommen, jedoch wird generell auch gemahnt und betont, dass eine große Zahl an Kunden und Gästen aus nah und fern mit dem Auto anreisen. Für diese nicht unerhebliche Gruppe stellen gut erreichbare und betriebsnahe Parkplätze ein wesentliches Kriterium dar. Wichtig für einen optimistischen Blick in die Zukunft des Einzelhandelsstandortes Kirchheim u. Teck ist eine weitere kontinuierliche und innovative Aufwertung der Innenstadt in Punkto Aufenthaltsqualität, Service und Angebot.





# Status-quo-Analyse Innenstadt Kirchheim u. Teck

- Einzelhandelsangebot und Lageverteilung der  
Innenstadt, Nutzungsstrukturen und Verkaufsflächengrößen,  
städtebauliche Grundstrukturen und funktionale Analyse -



## DAS EINZELHANDELSANGEBOT IN DER KIRCHHEIMER INNENSTADT

Tabelle 13: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen in der Kirchheimer Innenstadt

Branche	Anzahl der Betriebe <sup>46</sup>	Verkaufsfläche <sup>47</sup> in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	49 (25,0 %)	10.365 (24,6 %)	50,7 (28,8 %)
Gesundheit, Körperpflege	13	2.530	19,7
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	2	195	0,8
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>64</b>	<b>13.090</b>	<b>71,2</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	14	1.960	7,0
Bekleidung, Schuhe, Sport <sup>48</sup>	63	18.670	60,1
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>77</b>	<b>20.630</b>	<b>67,1</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	13	2.595	16,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	15	3.485	7,7
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2	400	1,1
Optik / Uhren, Schmuck	23	1.645	11,3
Sonstige Sortimente <sup>49</sup>	2	215	0,7
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>55</b>	<b>8.340</b>	<b>37,6</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>147 (75,0 %)</b>	<b>31.695 (75,4 %)</b>	<b>125,2 (72,1 %)</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>196 (100,0 %)</b>	<b>42.060 (100,0 %)</b>	<b>175,9 (100,0 %)</b>

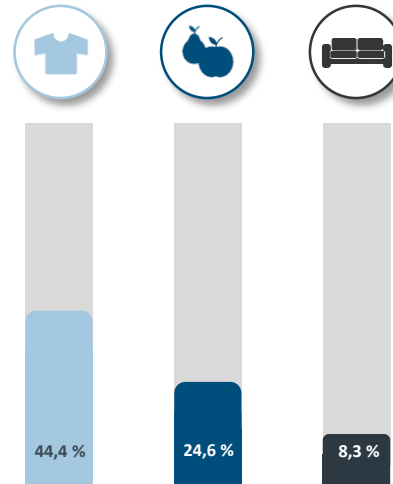
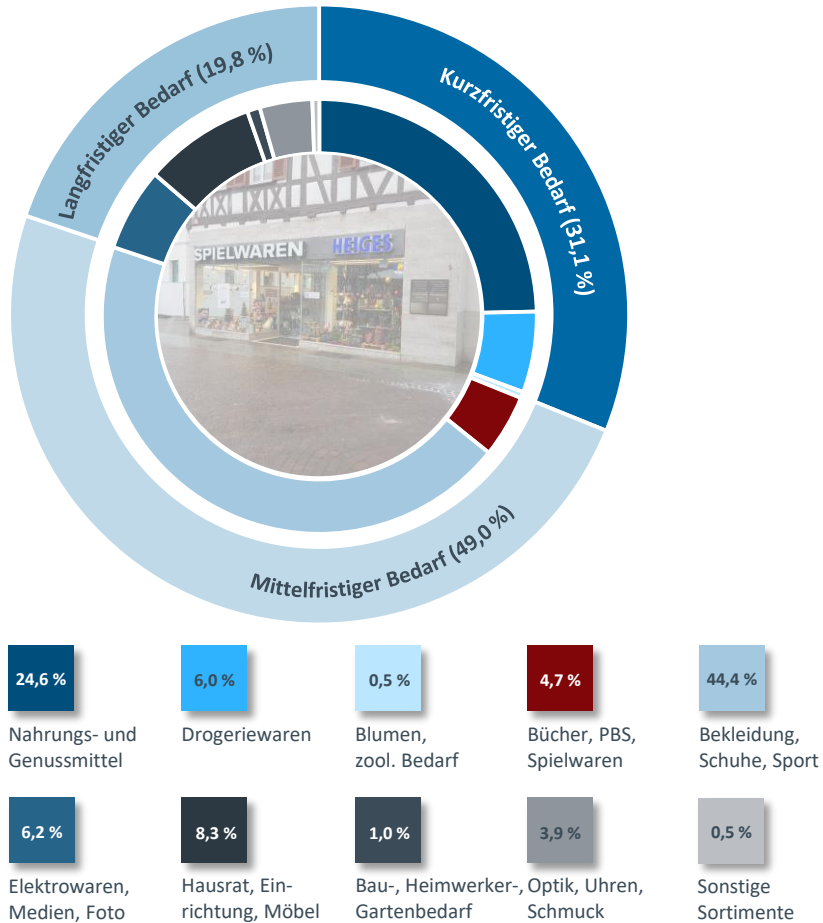
Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)





## DAS EINZELHANDELSANGEBOT IN DER KIRCHHEIMER INNENSTADT

Abb. 13: Verkaufsflächenanteile nach Sortimenten in der Kirchheimer Innenstadt



Quelle: GMA Aufnahme 2020 – Kirchheim u. Teck

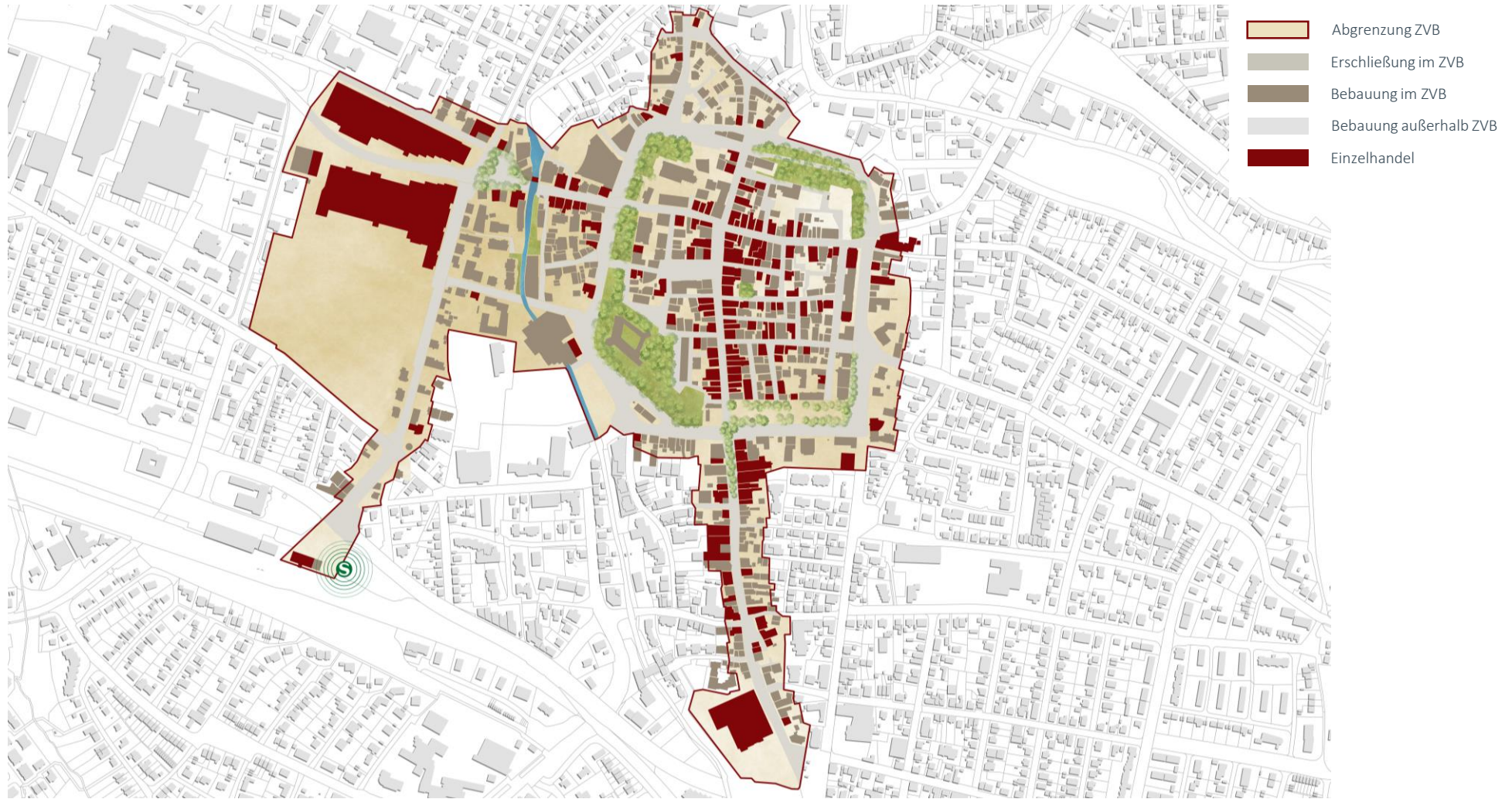
Die Verteilung der Verkaufsflächen nach Bedarfsbereichen und Sortimenten in der Kirchheimer Innenstadt ist wie folgt zu bewerten:

- /// Rund die Hälfte der Verkaufsfläche in der Kirchheimer Innenstadt entfällt auf den Bereich Bekleidung, Schuhe und Sport.
- /// Den zweitgrößten Verkaufsflächenanteil nehmen die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Hausrat, Einrichtung und Möbel mit einem Anteil von jeweils ca. 24,6 bzw. 8,3 % ein.
- /// Weitere 6,0 % entfallen auf den Bereich der Drogeriewaren. Die anderen Sortimentsbereiche nehmen jeweils nur untergeordnete Anteile ein und ergänzen somit das sonstige Angebot.



# DAS EINZELHANDELSANGEBOT IN DER KIRCHHEIMER INNENSTADT

Karte 12: Einzelhandelsbetriebe in der Kirchheimer Innenstadt



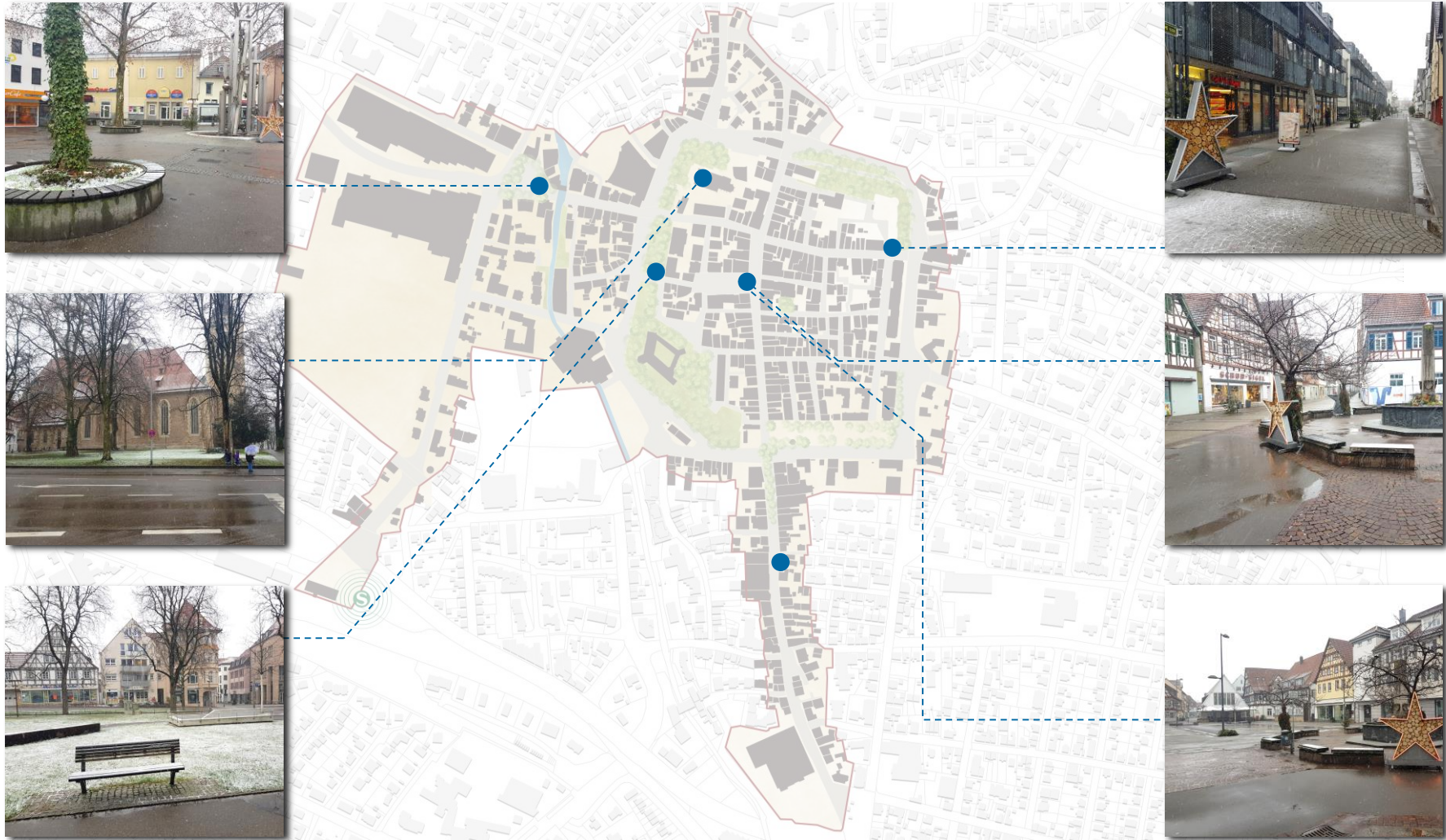
Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020





# DAS EINZELHANDELSANGEBOT IN DER KIRCHHEIMER INNENSTADT

Karte 13: Fotodokumentation der Kirchheimer Innenstadt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020



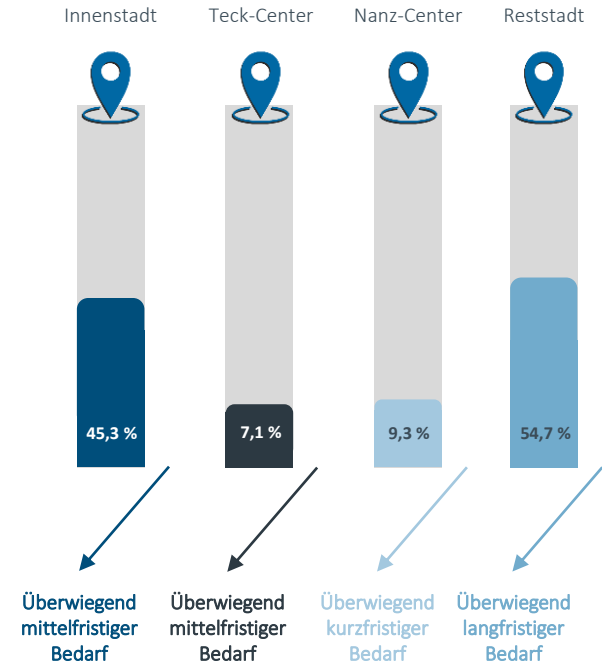
## RÄUMLICHE VERTEILUNG DER VERKAUFSFLÄCHEN IN KIRCHHEIM U. TECK – NANZ- UND TECK-CENTER

Tabelle 14: Verteilung der Verkaufsflächen nach Lagen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>		Anteil der Gesamtverkaufsfläche nach Lage	
	Nanz- und Teck-Center	übrige Innenstadt	Nanz- und Teck-Center	übrige Innenstadt
Nahrungs- und Genussmittel	6.210	4.155	59,9 %	40,1 %
Gesundheit, Körperpflege	700	1.830	27,7 %	72,3 %
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	45	150	23,1 %	76,9 %
Bücher, Schreib- / Spielwaren	--	1.960	--	100,0 %
Bekleidung, Schuhe, Sport	5.975	12.695	32,0 %	68,0 %
Elektrowaren, Medien, Foto	1.950	645	75,1 %	24,9 %
Hausrat, Einrichtung, Möbel	--	3.485	--	100,0 %
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	--	400	--	100,0 %
Optik / Uhren, Schmuck	210	1.435	12,8 %	87,2 %
Sonstige Sortimente	--	215	--	100,0 %
<b>Summe Nichtlebensmittel</b>	<b>8.880</b>	<b>22.815</b>	<b>27,8 %</b>	<b>72,2 %</b>
<b>Summe</b>	<b>15.090</b>	<b>26.970</b>	<b>35,9 %</b>	<b>64,1 %</b>

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 14: Anteil der Gesamtverkaufsfläche nach Lagen



## NUTZUNGSSTRUKTUREN IN DER INNENSTADT

Bei der Kartierung der Nutzungsstruktur im Erdgeschoss der Innenstadt und dem daran angrenzenden Bereich (insbesondere in Richtung Süden und Westen) wurden Einzelhandel, konsumnahe Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen sowie Leerstände erfasst:

- /// Der Einzelhandel ist wichtigstes Element entlang der Dettinger bzw. der Markt- und Max-Eyth-Straße sowie in den Bereichen am Postplatz (Teck-Center) und der Stuttgarter Straße (Nanz-Center).
- /// Der inhabergeführte Einzelhandel prägt stark die Altstadt und ist größtenteils kleinflächig.
- /// Verschiedene Dienstleistungsbetriebe ergänzen die Innenstadt (z. B. Frisöre, Fahrschulen und Banken). Das Angebot wird abgerundet durch Gastronomie, die neben traditionellen sowie mediterranen Restaurants und Eiscafés auch einige Anbieter aus dem Imbiss-Segment (u. a. Döner) aufweist.
- /// Zudem sind in der Innenstadt vereinzelt Leerstände vorhanden; im November 2020 wurden zweiundzwanzig leerstehende Ladenlokale ermittelt (überwiegend kleinflächig). In Relation zur Gesamtzahl der Geschäfte ist damit jedoch noch kein gravierender Leerstand vorhanden.



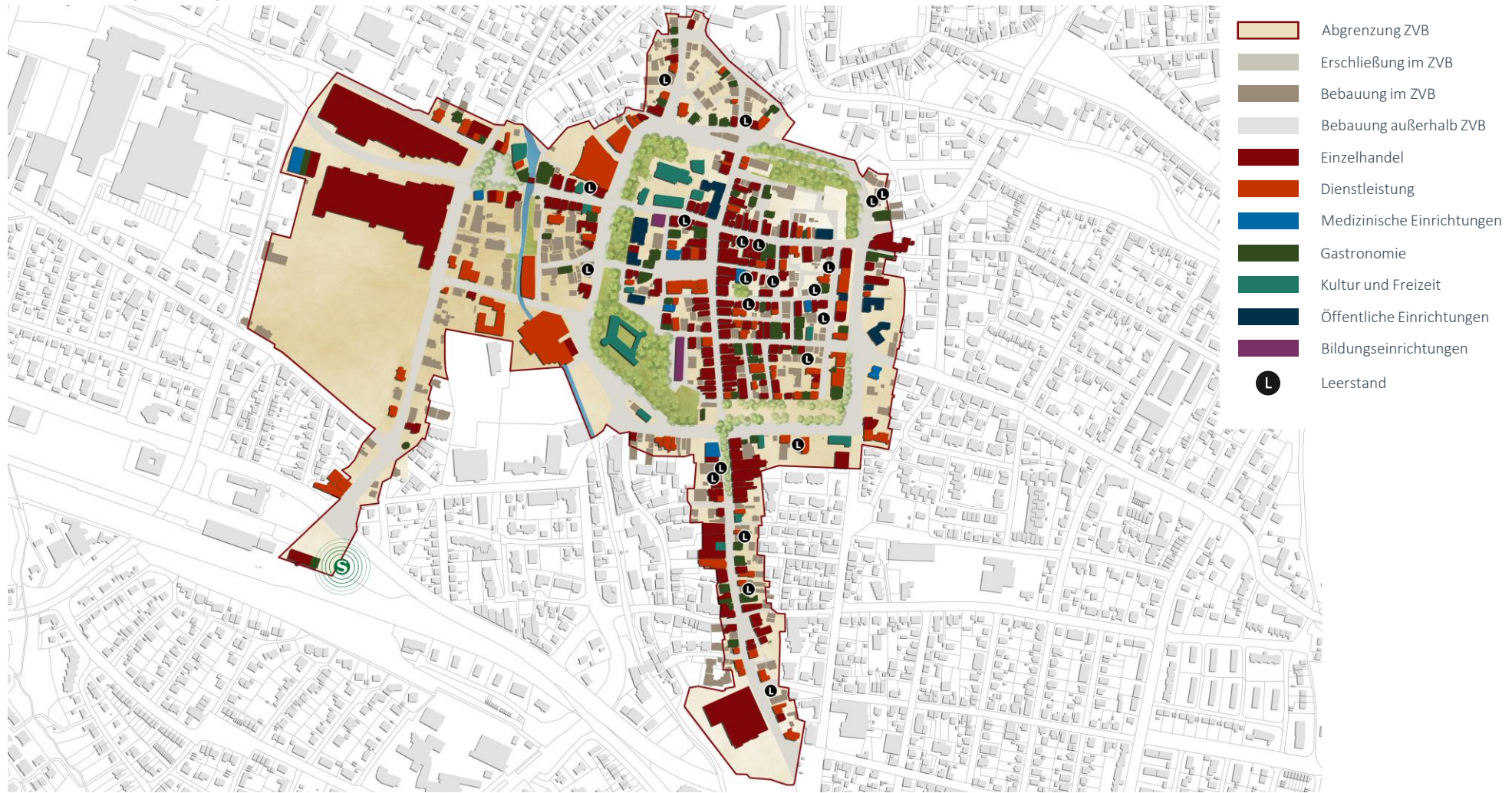
Quelle: GMA Aufnahme 2020 – Kirchheim u. Teck





# NUTZUNGSSTRUKTUREN IN DER INNENSTADT

Karte 14: Nutzungskartierung der Kirchheimer Innenstadt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020

# NUTZUNGSSTRUKTUREN IN DER INNENSTADT

Karte 15: Nutzungskartierung Lupenbetrachtung „Altstadt“



- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Kultur und Freizeit
- Gastronomie
- Kultur und Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Leerstand



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung



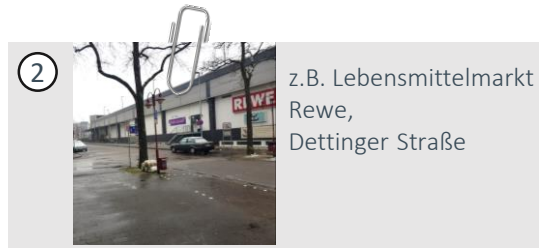
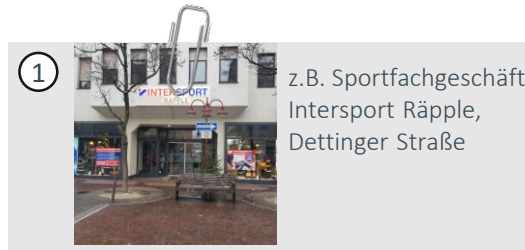


## NUTZUNGSSTRUKTUREN IN DER INNENSTADT

Karte 16: Nutzungskartierung Lupenbetrachtung „Dettinger Straße“



- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Kultur und Freizeit
- Gastronomie
- Medizinische Einrichtungen
- Leerstand



Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung



# NUTZUNGSSTRUKTUREN IN DER INNENSTADT

Karte 17: Nutzungskartierung Lupenbetrachtung „Stuttgarter Straße“



- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Kultur und Freizeit
- Gastronomie
- Medizinische Einrichtungen
- L Leerstand

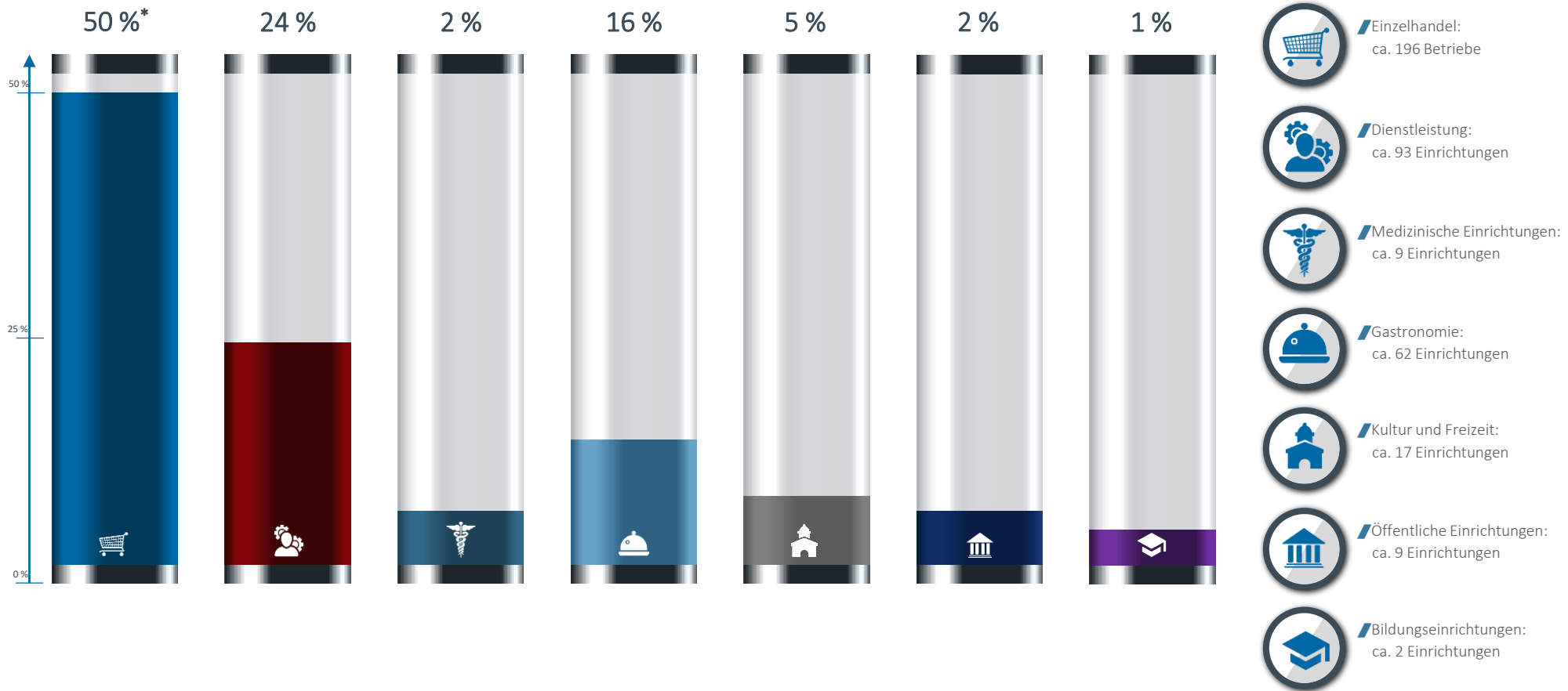


Quelle: Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA Bearbeitung 2020 – eigene Darstellung



## NUTZUNGSSTRUKTUREN IN DER INNENSTADT

Abb. 15: Innerstädtische Nutzungsstrukturen in %-Angaben



\*bezogen auf alle erhobenen Nutzungen





## MAGNETBETRIEBE UND VERKAUFSFLÄCHENGRÖSSEN IN DER INNENSTADT

Großflächige Einzelhandelsbetriebe (rot) sind überwiegend in den beiden Einkaufszentren Teck- und Nanz-Center an der Stuttgarter Straße konzentriert (z.B. Edeka Center, Media Markt, Woolworth, C&A etc.). Weiter sind vereinzelte Handelsformate in der Markt- und Dettinger Straße vorzufinden. Weitere strukturprägende Betriebe sind in den angrenzenden Lagen in Richtung Süden und Osten ansässig (z.B. Rewe und Möbel Rau). Ergänzt wird das innerstädtische Angebot durch den Wochenmarkt am Marktplatz.

Handelsseitig sind in der Innenstadt nur noch beschränkte Entwicklungspotenziale zu erkennen: zum Einen ist bereits ein ausdifferenzierter Handelsbesatz vorhanden, zum Anderen ist in Zukunft nicht mit einer steigenden Flächennachfrage in der Innenstadt zu rechnen.



Quelle: GMA Aufnahme 2020 – Kirchheim u. Teck



# MAGNETBETRIEBE UND VERKAUFSFLÄCHENGRÖSSEN IN DER INNENSTADT

Karte 18: Magnetbetriebe und Verkaufsflächengrößen der Kirchheimer Innenstadt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020





## STÄDTEBAULICHE GRUNDSTRUKTUREN UND HANDELSORIENTIERTE – FUNKTIONALE ANALYSE

Die Kirchheimer Innenstadt zeichnet sich durch eine besondere und hochwertige städtebauliche Qualität aus, so tragen:

- // die historische Bausubstanz und
- // die in den vergangenen Jahren durchgeführten Modernisierungsmaßnahmen (z.B. Bebauung Steingauquartier)

maßgeblich dazu bei, dass die Innenstadt als hochwertiger Aufenthalts- und Verweilraum wahrgenommen wird.

Die Straßenraumgestaltung sowie der Besatz des innerstädtischen Mobiliars weisen zeitgemäße und moderne bzw. einheitliche Gestaltungszüge auf. Auch die Beschilderung und der Auftritt von Werbeanlagen entspricht in den meisten Fällen den heutigen Ansprüchen an das besondere Stadtbild.

Die Attraktivität des vielfältig genutzten öffentlichen Raums als lebendiger und multifunktionaler Ort wird in Kirchheim durch kontinuierliche Sanierungsmaßnahmen gesichert.

Unter Handelsgesichtspunkten präsentiert sich die vitale Innenstadt mit einem guten Mix aus bundesweit agierenden Filialisten und inhabergeführten Fachgeschäften. Dabei wirkt sich die gemischte Geschäftsstruktur mit vorwiegend spezialisierten Betrieben und individuellem Sortiment positiv auf das Einkaufserlebnis innerhalb der Innenstadt aus.



Quelle: GMA Aufnahme 2020 – Kirchheim u. Teck



# STÄDTEBAULICHE GRUNDSTRUKTUREN UND HANDELSORIENTIERTE – FUNKTIONALE ANALYSE

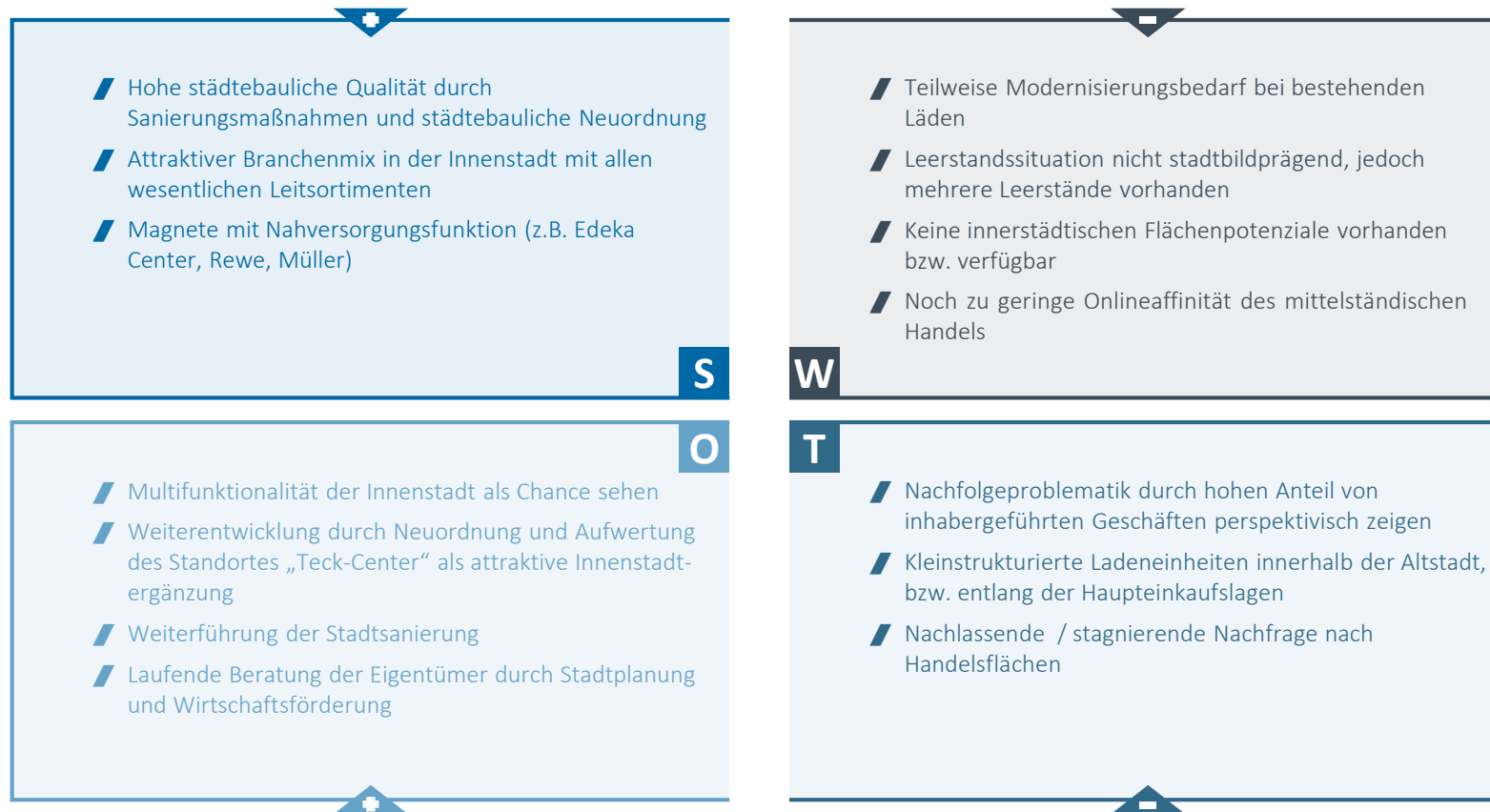
Karte 19: Städtebauliche Grundstrukturen der Kirchheimer Innenstadt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020

## ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG DER KIRCHHEIMER INNENSTADT

Abb. 16: Stärken- und Schwächenprofil der Kirchheimer Innenstadt





# VI

## Entwicklungsperspektiven Stadt Kirchheim u. Teck

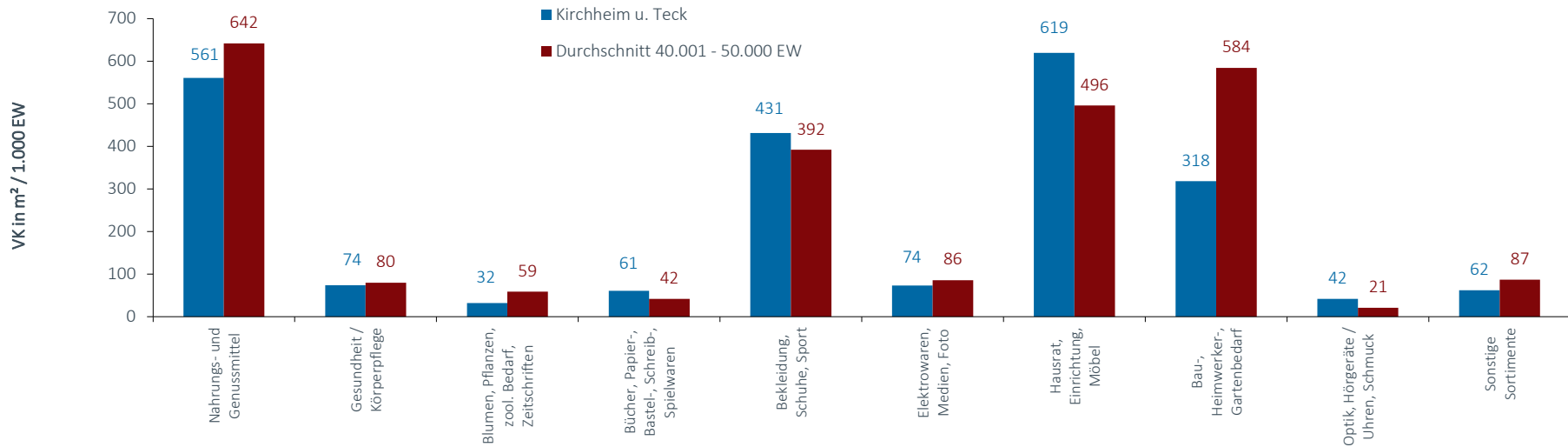
- Regionaler Entwicklungsvergleich, Faktoren der Einzelhandelsentwicklung, Filialistencheck und branchenbezogene Entwicklungsmöglichkeiten -



## VERKAUFSFLÄCHENAUSSTATTUNG

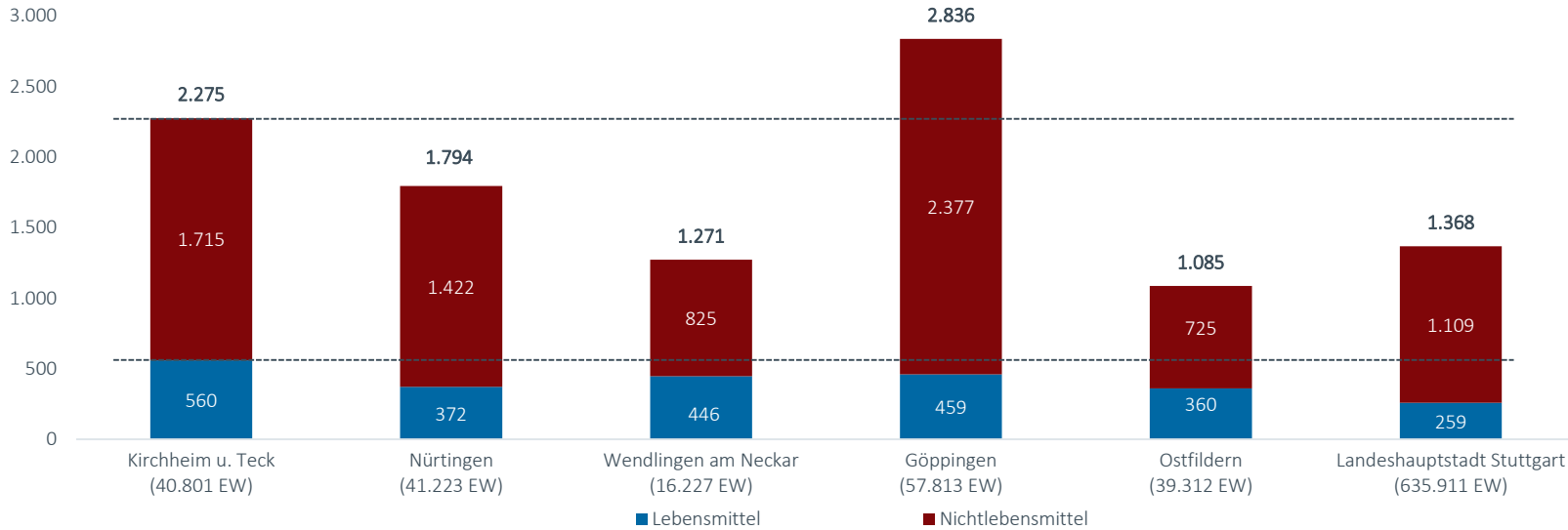
Die **Verkaufsflächenausstattung** in der Stadt Kirchheim u. Teck liegt im Vergleich zu Durchschnittswerten der GMA-Kennzifferstudie überwiegend geringfügig unter dem Durchschnitt (Vergleichsstädte zwischen 40.000 und 50.000 Einwohner). In den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Sport und Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf ist die Stadt Kirchheim u. Teck überdurchschnittlich ausgestattet.

Abb. 17: Verkaufsflächenausstattung Kirchheim u. Teck



## VERKAUFSFLÄCHENAUSSTATTUNG IM REGIONALEN VERGLEICH

Abb. 18: Verkaufsflächenausstattung im regionale Vergleich

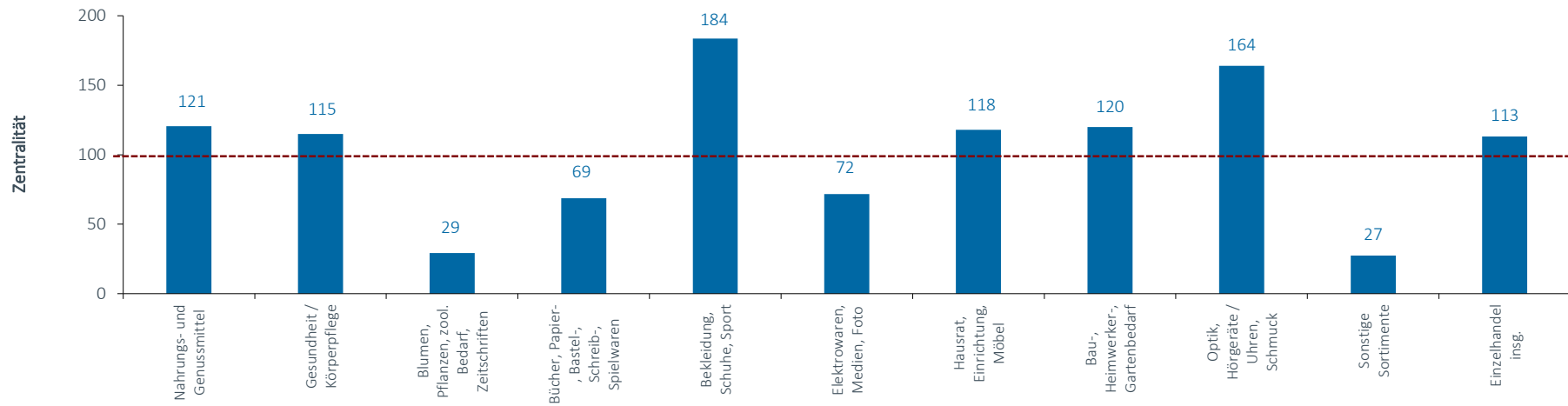


## EINZELHANDELSZENTRALITÄT

Die Einzelhandelszentralität einer Stadt stellt den Einzelhandelsumsatz der Kaufkraft der Wohnbevölkerung der Stadt gegenüber. Werte über 100 weisen dabei auf einen Kaufkraftzufluss hin, Werte unter 100 auf einen Kaufkraftabfluss.

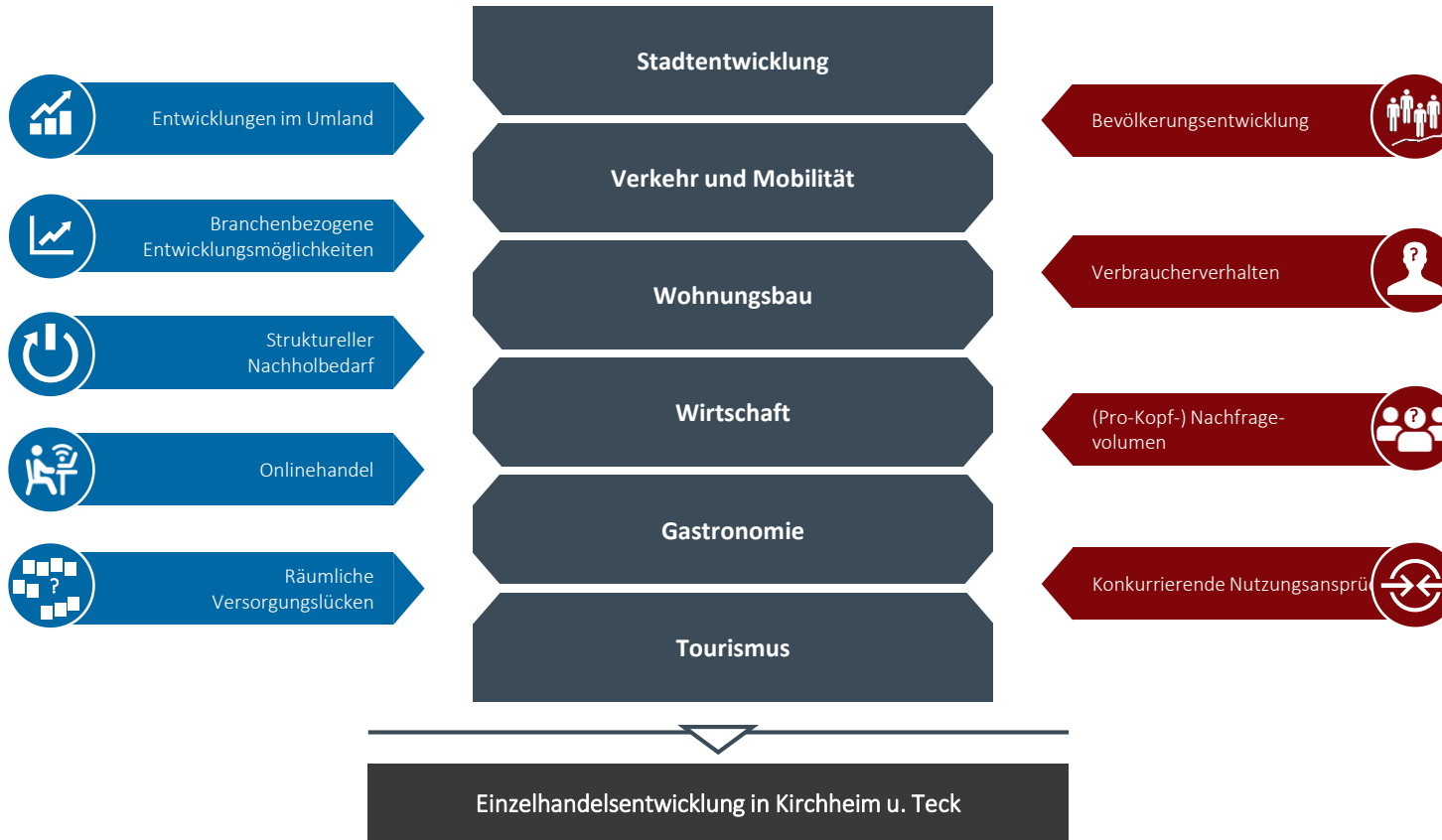
Die Umsatzleistung in Kirchheim u. Teck von ca. 312,8 Mio. € entspricht im Verhältnis zur Kaufkraft der Wohnbevölkerung (ca. 276,2 Mio.€) einer Einzelhandelszentralität von 113,0.

Abb. 19: Einzelhandelszentralität Kirchheim u. Teck



# ÜBERGEORDNETE FAKTOREN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Abb. 20: Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung





## ÜBERGEORDNETE FAKTOREN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Folgende Einflussfaktoren sind für die mittelfristigen demografischen, ökonomischen und handelsstrukturellen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen:

- /// bis 2035 stabile Bevölkerungsentwicklung in Kirchheim u. Teck und in der Region (verbunden mit einer stabilen Kaufkraftentwicklung)
- /// Verbraucherverhalten (Ausgabe- und Sparverhalten, konjunkturelle und staatliche Einflüsse auf die Einkommenssituation der Haushalte, Bereitschaft zu höheren Konsumausgaben bei gleichzeitig steigenden Qualitätsstandards, z. B. Biolebensmittel, Fair-Trade-Produkte)
- /// steigendes Anspruchsniveau der Kunden an die Einkaufsstätten (Angebotsumfang, Anfahrbarekeit, Parkierung, Niveau, Sicherheit, Witterungsunabhängigkeit, Bequemlichkeit) begünstigen Einzelhandelsstandorte mit breitem Sortiment und hohen Synergiepotenzialen in verkehrsgünstiger Lage, insbesondere aber den Onlinehandel und darauf basierende Mischkonzepte (z. B. Click-and-Collect)
- /// zunehmende Differenzierung des Angebots (einfach versus hochwertig, individuell versus massentauglich)
- /// Unternehmenskonzentration und Marktmacht von Filialisten wird zur weiteren Verringerung von leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten außerhalb der Haupteinkaufslagen / Angebotsschwerpunkte führen
- /// Konkurrenzbeziehungen zu benachbarten Zentren und zum Onlinehandel

- /// Normale Bedarfsdeckung ist überall gewährleistet, zentrale Orte aller Stufen „rüsten auf“ mit Discountern, Fachmärkten und Filialisten.
- /// Viele Städte entwickeln Einzelhandelsstrategien bzw. verfügen über entsprechende Potenziale (Entwicklung neuer Handelsstandorte, Stadtmarketingkonzepte), sodass sich die Standortkonkurrenz unter den Städten weiter verschärft. Intensive Bewerbung (z. B. soziale Medien, Radio/Print, Events, Stadtmarketingaktivitäten), gute verkehrliche Infrastruktur, hohe individuelle Mobilität, Neugier und erkannte Preisunterschiede führen zu verstärktem „Standort-Hopping“. Erlebnisorientierung muss entwickelt werden.



## POTENZIALE FÜR DIE STADT KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 21: Bestand in Kirchheim u. Teck

Nahrungs- und Genussmittel		
Drogeriewaren	Parfümerie	
Pflanzen & zool. Bedarf		
Bücher, PBS, Spielwaren		
Bekleidung		
Elektrowaren		
Möbel und Einrichtung		
Bau- und Heimwerkerbedarf		
Optik und Sonstiges		



Die Stadt Kirchheim u. Teck verfügt in Relation zur Stadtgröße über einen umfassenden Besatz an Filialisten. Weitere realistische Ansiedlungsmöglichkeiten bestehen in Kirchheim u. Teck nur noch in geringem Umfang.



# POTENZIALE FÜR DIE STADT KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 22: Bestand in Kirchheim u. Teck

Nahrungs- und Genussmittel		
Drogeriewaren	Parfümerie	
Pflanzen & zool. Bedarf		
Bücher, PBS, Spielwaren		
Bekleidung		
Elektrowaren		
Möbel und Einrichtung		
Bau- und Heimwerkerbedarf		
Optik und Sonstiges		

Abb. 23: Entwicklungsmöglichkeiten für Kirchheim u. Teck

Modernisierung im Bestand / Neuansiedlung Spezialanbieter z.B.		
ggf. Neuansiedlung		
ggf. Neuansiedlung		
ggf. Modernisierung im Bestand		
Modernisierung im Bestand / Neuansiedlung		
ggf. Neuansiedlung		
Modernisierung im Bestand / Neuansiedlung		
ggf. Neuansiedlung		
ggf. Neuansiedlung		

Modernisierung Neuansiedlung



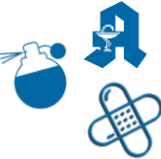



## BRANCHENBEZOGENE ENTWICKLUNGSPOTENZIALE

**Branchenbezogene Entwicklungspotenziale:** Trotz der Nähe zu leistungsstarken Einzelhandelsstandorten und der aktuellen guten Einzelhandelsausstattung sind Entwicklungspotenziale für eine Weiterentwicklung der Branchenstruktur vorhanden.

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Stadt Kirchheim u. Teck, aber auch aufgrund des unterschiedlich intensiven Einflusses des Onlinehandels die in nachfolgender Übersicht dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen (vgl. Abb. 24 bis 26).

Abb. 24: Quantitativ Branchenbezogene Entwicklungsmöglichkeiten

Sortiment	Bewertung*	Entwicklungsmöglichkeiten
		<p>/// <b>Nahrungs- und Genussmittel:</b> Die Stadt Kirchheim u. Teck weist eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich auf. Nahezu alle relevanten Filialisten (Edeka, Rewe, Penny, Lidl, Aldi, Alnatura, Denns Biomarkt) sowie einige Spezialanbieter sind in Kirchheim vertreten. Zukünftig sollte hier ein Fokus auf die Schließung räumlicher Versorgungslücken sowie die Entwicklung alternativer Anbieter in den ländlich abgesetzten Stadtteilen mit geringer Einwohnerzahl gelegt werden. Ggf. besteht eine weitere Entwicklung von Nischen-/ Spezialanbietern für junge / alternative Zielgruppen (z.B. vegane Anbieter, Feinkost etc.). Insgesamt sollte die Stadt zukünftig eine Fokussierung auf einer Bestandsicherung und Modernisierung bestehender Standorte legen.</p>
		<p>/// <b>Gesundheit und Körperpflege:</b> Warengruppe mit unterdurchschnittlicher Ausstattungskennziffer. Mit einem Müller, dm und Rossmann weist die Stadt Kirchheim einen standortadäquaten Besatz auf und präsentiert sich weitestgehend zeitgemäß. Ebenfalls führen die zahlreichen Lebensmittelmärkte in Kirchheim diese Warengruppe als Randsortiment auf. Teilweise übernehmen auch Apotheken, Parfümerien und Reformhäuser auch Versorgungsfunktion mit Gesundheits- und Körperpflegeprodukten. Ggf. besteht die Möglichkeit einen weiteren kleinen Drogeriefachmarkt zu etablieren.</p>

\*bezogen auf den Einzelhandelsbestand





## BRANCHENBEZOGENE ENTWICKLUNGSPOTENZIALE

Abb. 25: Quantitativ Branchenbezogene Entwicklungsmöglichkeiten

Sortiment	Bewertung*	Entwicklungsmöglichkeiten
		<p>/// <b>Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf:</b> Seit dem Jahr 2012 erfolgte ein Rückgang der Betriebe aus diesem Segment sowie ein parallel verlaufender Rückgang der Verkaufsfläche. Insgesamt wird mit dem in Kirchheim vorhanden Angebot nur eine geringe Verkaufsflächenausstattung und Zentralität erreicht. Dabei wird ersichtlich, dass aktuelle ein deutlicher Kaufkraftabfluss in die Region besteht. Entwicklungsbedarf besteht v.a. im Bereich des zoologischen Bedarfs um der bestehenden Nachfrage in Kirchheim u. Teck nachzukommen und Kaufkraft an den Standort zurückholen zu können.</p>
		<p>/// <b>Bücher-, Schreib- und Spielwaren:</b> Auch in diesem Bereich verzeichnet der Einzelhandelsstandort Kirchheim in der letzten Dekade eine Abnahme der Betriebszahl und Verkaufsfläche. Die Verkaufsflächenausstattung in Kirchheim u. Teck ist als überdurchschnittlich gut zu bewerten. Die eher niedrige Zentralität in diesem Bereich rührt v.a. daher, dass es sich bei den in Kirchheim vorhandenen Anbietern überwiegend um „lokale Betriebe“ handelt, die aufgrund begrenzter Verkaufsflächen nur eine geringe überkommunale Ausstrahlung entfalten. Entwicklungspotenzial ist in diesem Segment nur begrenzt vorhanden und sollte primär auf eine Modernisierung im Bestand gelegt werden.</p>
		<p>/// <b>Bekleidung, Schuhe und Sport:</b> Auch das Textilsegment verzeichnete seit dem Jahr 2012 eine Abnahme der Betriebe und Verkaufsfläche. Dies entspricht dem allgemeinen Trend in Deutschland. Die Verkaufsflächenausstattung in Kirchheim liegt jedoch auf einem überdurchschnittlich gutem Niveau, was v.a. aus dem umfassenden Bekleidungsangebot in der Innenstadt resultiert. Ebenfalls deutet die gute Zentralität in diesem Bereich auf deutliche Kaufkraftzuflüsse an den Standort Kirchheim hin. Die Geschäfte präsentieren sich mehrheitlich zeitgemäß, sodass lediglich vereinzelte Anbieter Modernisierungs- bzw. Gestaltungsbedarf aufweisen. Die Auswertung des Filialistenportfolios hat gezeigt, dass Entwicklungspotenzial in erster Linie in einer stärkeren Ausweitung des Angebotes auf Markenanbieter im höheren Profilierungssegment besteht.</p>
		<p>/// <b>Elektrowaren, Medien und Foto:</b> Geringfügige Abnahme der Betriebe und Verkaufsfläche. Insgesamt unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung und Zentralität. Prägendster Anbieter ist hier v.a. der großflächige Media Markt im Nanz-Center am westlichen Rand des zentralen Versorgungsbereichs. Handlungsbedarf besteht hier v.a. in der Modernisierung der kleinflächigen Anbieter. Mit der Ergänzung eines zusätzlichen Elektrofachmarktes kann die Kaufkraftbindung an den Einzelhandelsstandort Kirchheim u. Teck erhöht und damit die Zentralität im Bereich Elektrowaren, Medien und Foto deutlich gesteigert werden.</p>

\*bezogen auf den Einzelhandelsbestand



## BRANCHENBEZOGENE ENTWICKLUNGSPOTENZIALE

Abb. 26: Quantitativ Branchenbezogene Entwicklungsmöglichkeiten

Sortiment	Bewertung*	Entwicklungsmöglichkeiten
		<p>/// <b>Hausrat, Einrichtung und Möbel:</b> Der Bereich der Haushaltswaren wird in Kirchheim durch eine Vielzahl kleinflächiger Anbieter abgedeckt. Weiterer Ansiedlungsbedarf erscheint aufgrund des allgemein stark rückläufigen Trends der Haushaltswarengeschäfte und der Konkurrenz zu Möbelhäusern als eher unrealistisch. Entwicklungspotenziale bieten jedoch überregional agierende Wohnaccessoires-Anbieter wie z.B. Depot. Im Bereich des Möbelsegments ist in Kirchheim ein sehr guter Ausstattungsgrad mit überregionaler Ausstrahlungskraft vorhanden. Prägendste Anbieter sind die Möbelhäuser Möbel-König und Möbel-Rau. Weiterer Ansiedlungsbedarf erscheint in Relation zur Stadtgröße als eher unrealistisch.</p>
		<p>/// <b>Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf:</b> Die Verkaufsflächenausstattung ist als unterdurchschnittlich zu bewerten. Prägendster Anbieter aus diesem Bereich ist der toom-Baumarkt. Ein weiterer Schwerpunkt liegt zum anderen entlang der Hegelstraße westlich des zentralen Versorgungsbereichs mit den Anbietern Hagebau-Baustoffe und dem Baumarkt BayWa, welche ebenfalls im Gewerbegebiet ansässig sind. Weiter finden sich eine Vielzahl spezialisierter Anbieter im Stadtgebiet verstreut (z.B. Würth und SSK Schrauben Schmid im Gewerbegebiet Ost). Denkbare Ergänzung wäre ein weiterer Baumarkt.</p>
		<p>/// <b>Optik, Hörgeräte, Uhren und Schmuck:</b> Überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vorhanden. Eine Konzentration der Betriebe ist hauptsächlich im Bereich der Innenstadt festzustellen. Entwicklungspotenziale sind hierbei nicht mehr abzuleiten, da die Verkaufsflächenausstattung bereits heute als überdurchschnittlich gut zu bewerten ist.</p>
		<p>/// <b>Sonstige Sortimente:</b> In diesem Segment sind derzeit kaum Anbieter vorhanden. Grundsätzlich haben Nischenanbieter immer Möglichkeiten sich mit ihrem spezialisierten Sortiment in Kirchheim u. Teck niederzulassen. Hier kommt es für einen unternehmerischen Erfolg stark auf die jeweiligen Geschäftskonzepte an.</p>

\*bezogen auf den Einzelhandelsbestand



## BRANCHENBEZOGENE ENTWICKLUNGSPOTENZIALE

**Zusammenfassend lässt sich festhalten:** Unter Berücksichtigung der aktuellen Zentralität in den Branchen, der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes sowie der Entwicklung des Kaufkraftpotenzials in der Zukunft können für Kirchheim u. T. Entwicklungsspielräume bezogen auf zusätzliche Verkaufsflächen aufgezeigt werden. Dabei wurde unterstellt, dass die Zentralität in den einzelnen Branchen erhöht und damit weitere Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland in Kirchheim gebunden werden können. Es bleibt jedoch zu berücksichtigen, dass neben der quantitativen Entwicklung des Einzelhandelsstandort durch zusätzliche Verkaufsflächen ebenfalls die Qualität des Einzelhandels und die Attraktivität des Standortes maßgeblich dazu beiträgt, inwiefern die Entwicklungsspielräume gefüllt werden können.



# VII

## KONZEPTIONELLE EBENE Planerisches Einzelhandelskonzept Stadt Kirchheim u. Teck

- Städtebauliche Zielsetzungen, Sortimentskonzept und Standortkonzept, Handlungs- und Steuerungsempfehlungen für einzelne Standortlagen -





## STÄDTEBAULICHE ZIELVORSTELLUNGEN ZUR EINZELHANDELSENTWICKLUNG

GMA empfiehlt folgende Zielsetzungen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung im Mittelzentrum Kirchheim u. Teck:

- /// **Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Kirchheim:** Sicherung des bestehenden attraktiven Einzelhandelsangebotes und Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung.
- /// **Schutz und Stärkung der Innenstadt als dominierende, attraktive und lebendige Einkaufslage in Kirchheim u. Teck (= City-first-Ansatz):** Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes sowie Ausschluss innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente an dezentralen Standorten (Innenentwicklung vor Außenentwicklung).
- /// **Entwicklung zentraler Flächenpotenziale.**
- /// **Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Grundversorgung mit kurzfristigem Bedarf:** Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstandorte durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in fußläufiger Entfernung zu Wohngebieten (500 m). Räumliche Nachverdichtung zur Verbesserung der ausgewogenen, wohnortnahen Versorgung in den Stadtteilen (Schließung räumlicher Versorgungslücken, Verbesserung der Netzabdeckung). Anbindung an das ÖPNV-Netz und städtebauliche Integration.

- /// **Profilierung der dezentralen Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels:** Sicherung und Entwicklung von Gewerbestandorten durch strategische Gewerbeflächenentwicklung für ortsansässige und neue Gewerbe- und Handelsbetriebe. Weiterentwicklung der Sortimente des sonstigen Bedarfs, da auch die dezentralen Fachmarktstandorte einen wichtigen Beitrag zur mittelzentralen Versorgungsfunktion leisten.



# STÄDTEBAULICHE ZIELVORSTELLUNGEN ZUR EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Abb. 27: Aufbau des Einzelhandelskonzepts der Stadt Kirchheim u. Teck



## KRITERIEN ZUR BESTIMMUNG DER SORTIMENTE DES ZENTREN-, DES NAHVERSORGUNGS- UND DES NICHT-ZENTRENRELEVANTEN BEDARFS

Abb. 28: Kriterien zur Einordnung der Sortimente

zentrenrelevante Sortimente 	nicht-zentrenrelevante Sortimente 
<ul style="list-style-type: none"><li>/// Magnetfunktion, Steigerung der Attraktivität der Innenstadt</li><li>/// für einen leichten Transport geeignet (ohne Pkw)</li><li>/// geringe bis mittlere Flächenansprüche</li><li>/// Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes</li><li>/// Synergien mit anderen Sortimenten in der Innenstadt</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>/// hohe Flächenansprüche</li><li>/// Beschaffenheit des Sortimentes erfordert einen Transport mit dem Pkw</li><li>/// nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen (z. B. Möbel)</li><li>/// keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten</li><li>/// keine Bedeutung als Frequenzbringer</li></ul>
davon nahversorgungsrelevante Sortimente  <ul style="list-style-type: none"><li>/// Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung</li><li>/// häufige Nachfrage (mehrmals pro Woche)</li><li>/// räumliche Nähe spielt eine wichtige Rolle</li></ul>	



## KRITERIEN ZUR BESTIMMUNG DER SORTIMENTE DES ZENTREN-; DES NAHVERSORGUNGS- UND DES NICHT-ZENTRENRELEVANTEN BEDARFS

Aus der oben aufgeführten Darstellung lassen sich im Wesentlichen folgende Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten ableiten:

- Das erste Kriterium wurde allgemein als **„Warenbeschaffenheit / Transport“** definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln in der Regel mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- Das zweite Kriterium **„Flächenbedarf“** zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nicht-Zentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- Als drittes Kriterium gibt die **„Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt“** Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.

- Das vierte Kriterium **„Magnetfunktion“** bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden. Dies deutet auf eine Zentrenrelevanz hin. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.
- Als fünftes Bewertungskriterium gehen die **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“** in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt in der Regel die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- Als sechstes Bewertungskriterium sind die **„stadtentwicklungspolitischen und städtebaulichen Zielsetzungen“** der Stadt Kirchheim bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.





# SORTIMENTSLISTE FÜR DIE STADT KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 29: Kirchheimer Sortimentsliste

## Zentrenrelevante Sortimente



## Nicht zentrenrelevante Sortimente<sup>50</sup>



### nahversorgungsrelevant

- /// Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke)
- /// Reformwaren
- /// Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika
- /// Apothekerwaren
- /// Schnittblumen
- /// Zeitungen, Zeitschriften

### zentrenrelevant

- /// Medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren
- /// Bekleidung, Wäsche
- /// Schuhe, Lederwaren
- /// Sportartikel, Sportkleingeräte
- /// Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe)
- /// Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf
- /// Spielwaren und Bastelartikel
- /// Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Bettlaken, Haushaltswaren
- /// Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Dekoartikel
- /// Kunstgewerbe, Antiquitäten
- /// Uhren, Schmuck
- /// Optische Erzeugnisse
- /// Musikinstrumente
- /// Baby- und Kinderartikel
- /// Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD-Player), Ton- und Bildträger
- /// Computer, Büromaschinen, Büroorganisationsmittel
- /// Foto- und Videoartikel
- /// Elektrogroßgeräte (z. B. Haushaltsgeräte, Herde, Öfen)
- /// Elektrokleingeräte (Haus- und Küchengeräte, Kommunikationselektronik)

### nicht zentrenrelevant

- /// Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel
- /// Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher)
- /// Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge
- /// Sanitärartikel, Fliesen
- /// Möbel (inkl. Büromöbel)
- /// Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken)
- /// Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper
- /// Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten
- /// Campingartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)
- /// Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
- /// Kfz-Zubehör, Motorradzubehör
- /// Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds<sup>51</sup>
- /// Fahrräder, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung)
- /// Sportgroßgeräte
- /// Tiere, Tiernahrung, Zooartikel, Tierpflegemittel

GMA-Empfehlungen 2020 auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung



## DAS STANDORTKONZEPT FÜR DEN EINZELHANDELSTANDORT KIRCHHEIM U. TECK

Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der zukünftigen Bewertung von Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Aus diesem Grund erfolgt im Rahmen des Standortkonzeptes eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Kirchheim u. Teck in eine Zentren- und Standortstruktur.

Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

### Zentrale Versorgungsbereiche

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches (BauGB) im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baurecht einen wesentlichen Bedeutungszuwachs und wurde im Rahmen der weiteren Novellierung des BauGB im Jahr 2007 als zusätzlich zu berücksichtigender Belang im Rahmen der Aufstellung der Bauleitpläne eingeführt (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“). Folgende Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche:<sup>1</sup>

- /// § 11 Abs. 3 BauNVO weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- /// § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- /// § 34 Abs. 3 BauGB knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die grundsätzlich nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zulässig wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.



## DAS STANDORTKONZEPT FÜR DEN EINZELHANDELSTANDORT KIRCHHEIM U. TECK

- // § 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile im Sinne von § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.
- // Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung in § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG verankert. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen. Die Erhaltung gerade der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche ist damit für den Bundesgesetzgeber eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welchem durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB ein erheblicher Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den letzten Jahren, die zum Teil von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden die bestehenden Begrifflichkeiten durch die Rechtsprechung thematisiert und in Teilen konkretisiert. Die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

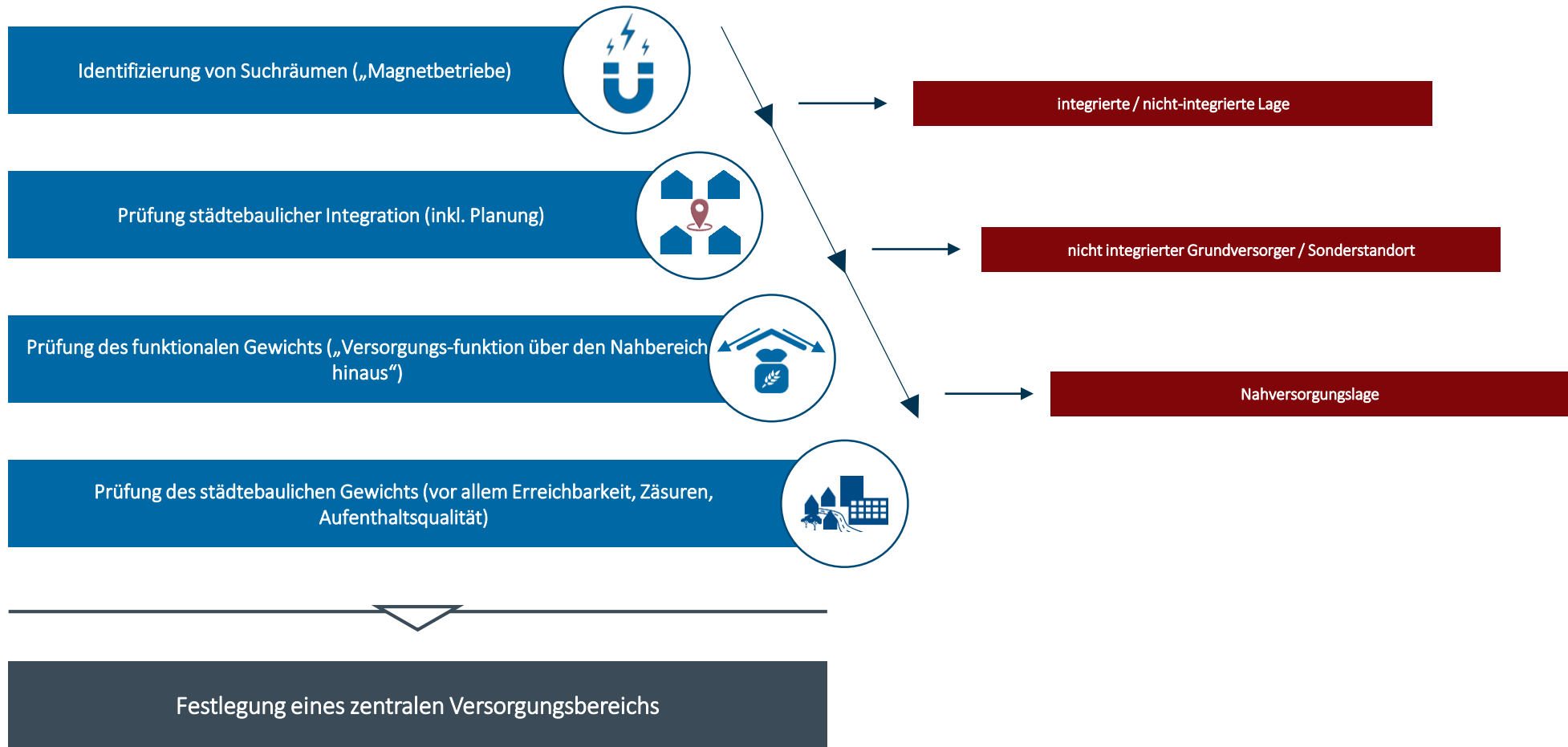
- // planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- // sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte) und aus den
- // nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.
- // Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben .

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



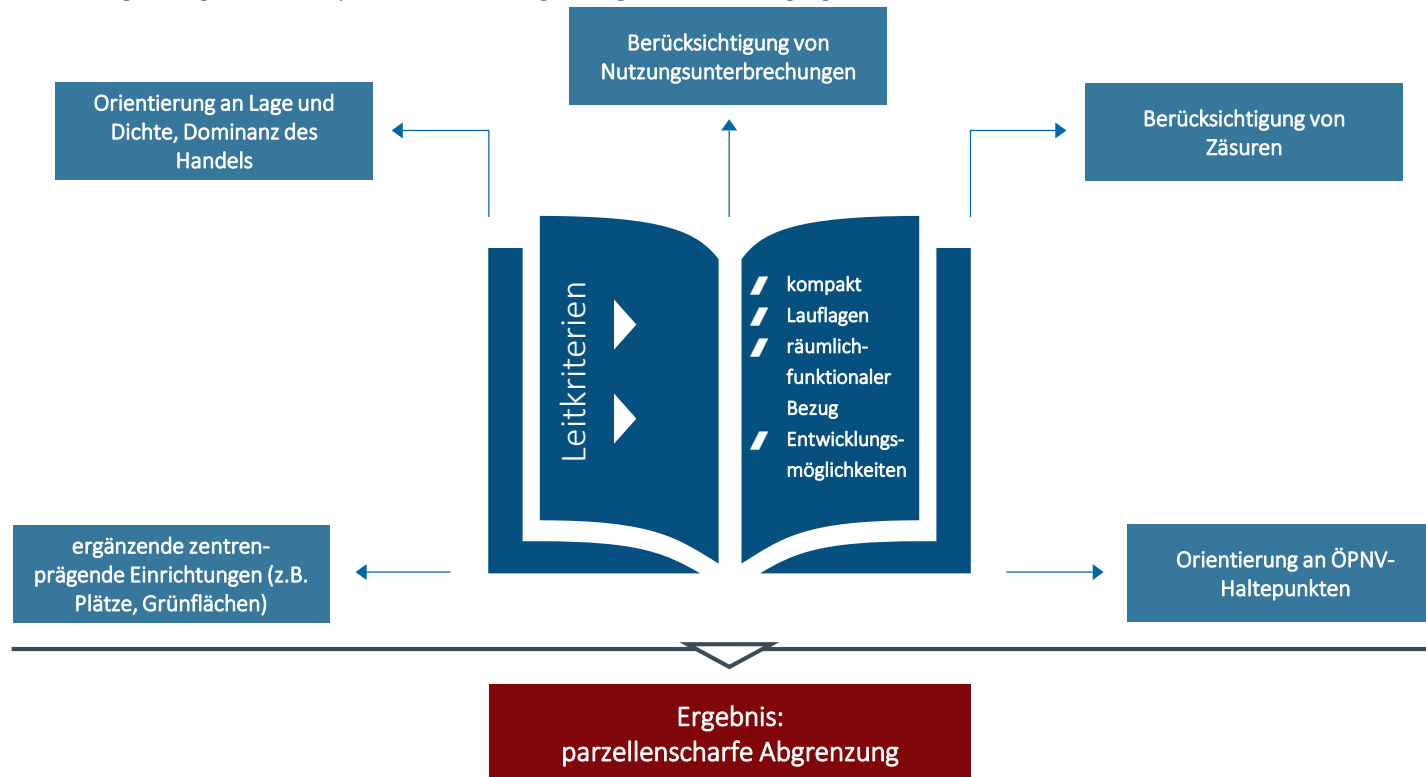
# DAS STANDORTKONZEPT FÜR DEN EINZELHANDELSTANDORT KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 30: Prüfkriterien zur Festlegung eines zentralen Versorgungsbereichs



## DAS STANDORTKONZEPT FÜR DEN EINZELHANDELSTANDORT KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 31: Abgrenzungskriterien zur parzellenscharfen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche















Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wengleich die Kriterien **städtebauliche Integration** und **zentrale Versorgungsfunktion** (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „Muss-Kriterien“ gelten, die von der Rechtsprechung eingefordert werden.





## DAS STANDORTKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+ - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH

Abb. 32: Kurzcharakteristik ZVB Kirchheim u. Teck

 Nutzungen	// Dichter Geschäftsbesatz mit attraktivem Angebotsmix (branchen- und betriebstypenbezogen). Umfassende Handlungsergänzung durch Dienstleistung, Gastronomie und Kultur. Ebenfalls im Standortumfeld Wohnnutzungen und öffentliche Einrichtungen vorhanden.	
 Magnetbetriebe	// In erster Linie sind primär folgende Betriebe anzuführen: Intersport-Räpple Sportfachgeschäft, Hugo Peter Steingass Bekleidungsfachgeschäft, Müller Drogeriefachmarkt, Eck Mode am Markt Bekleidungsfachgeschäft sowie Nanz- und Teckcenter (z.B. Media Markt).	
 Leerstände	// Innerhalb der Innenstadt von Kirchheim sind zum Begutachtungszeitpunkt rd. 22 Leerstände vorhanden. Eine gravierende Leerstandsproblematik lässt sich hieraus nicht ableiten.	
 Parken	// Insgesamt gute Parkplatzsituation durch mehrere Stellplätze, Tiefgaragen und Parkhäuser im und um den zentralen Versorgungsbereich in Kirchheim u. Teck vorhanden.	
 Verkehr	// Gute verkehrliche Erschließung im Altstadtbereich durch die Alleenstraße und im Bereich Nanz- und Teckcenter über die Stuttgarter Straße. Ebenfalls besteht ein direkter Anschluss in Richtung Bahnhof über die Kolbstraße.	
 Gesamtbewertung	// <b>Zusammenfassend</b> zeichnet sich der zentrale Versorgungsbereich „Kirchheimer Innenstadt“ durch seine hohe städtebauliche Attraktivität aus der im wesentlichen alle Leitsortimente und eine ausgewogenen Nutzungsmix umfasst.	



## DAS STANDORTKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+ - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Kirchheim u. Teck nimmt neben der lokalen Versorgungsfunktion eine für das überörtliche Marktgebiet wichtige Versorgungsfunktion ein (regionale Versorgungsfunktion). Die Marktreichweite wird durch die in der Innenstadt ansässigen Magnetbetriebe bestimmt (z. B. Eck – Mode am Markt, Hugo Peter Steingass etc.). Ergänzt wird der Besitz an Magnetbetrieben durch eine Vielzahl an inhabergeführten Fachgeschäften bzw. filialisierter Fachgeschäfte. Die Ausstrahlungskraft dieser Versorgungsstandorte definiert sich nicht nur durch den Besitz an großflächigen Handelsformaten, vielmehr durch das differenzierte Angebot aus Einzelhandel und Komplementäreinrichtungen aus allen Bereichen und Segmenten sowie der städtebaulichen Attraktivität die in einem Gesamtensemble ein multifunktionales Zentrum bildet.

Bereits in der Einzelhandelskonzeption 2012 konnten Potenziale im Zusammenhang mit dem westlich angrenzenden Steingauquartier (vgl. Karte 25 Sonderstandort) zur Entwicklung von zusätzlichem Einzelhandel identifiziert werden. Zwischenzeitlich konnte das Areal städtebaulich aufgewertet werden (überwiegend Wohnungsbau). Ebenfalls positiv zu bewerten ist die Neuansiedlung von kleinstrukturiertem Einzelhandel (z.B. kleinflächiger Bio-lebensmittelmarkt), der sich gut in das Gesamtbild des Steingauquartiers und ergänzend zum zentralen Versorgungsbereich einfügt und nicht in Konkurrenz zur Einkaufsinnenstadt steht.

Die Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich sollte schwerpunktmäßig durch zentrenrelevante Sortimente erfolgen. Gerade für die Ansiedlung von großflächigen Handelsformaten zeigt sich die Herausforderung geeignete Flächenpotenziale zu schaffen bzw. zu aktivieren. Zusätzlich ist eine ausgewogene Balance zwischen individuellen mittelständischen, zum Teil inhabergeführten- und Spezialgeschäften sowie bekannten Markenlabels und großflächigen Filialisten anzustreben. Positiv wirkt sich eine leistungsstarke Mischung aus unterschiedlichen Nutzungen aus, welche Synergieeffekte bilden und dem zentralen Versorgungsbereich einen eigenen Charakter verleihen bzw. diesen stärken.



## DAS STANDORTKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+ - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH

Karte 20: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Kirchheim u. Teck



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020

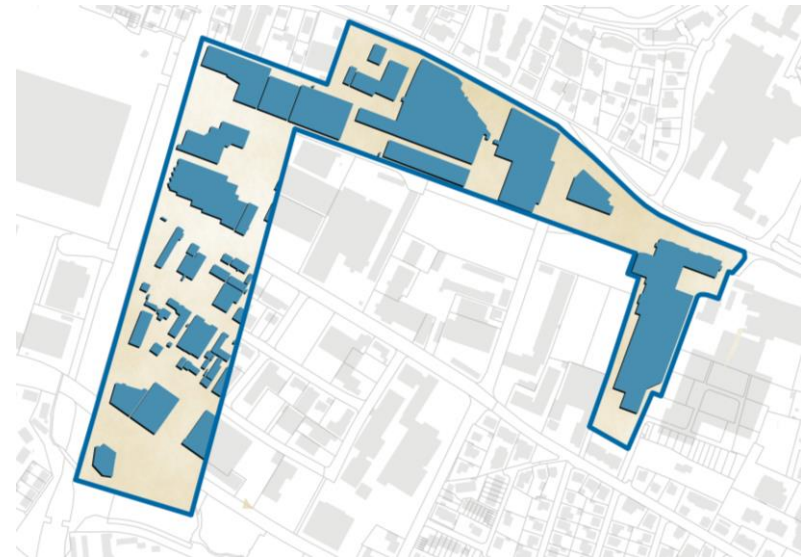
## DAS STANDORTKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+ - NICHT-INTEGRIERTE ERGÄNZUNGSSTANDORTE DES GROSSFLÄCHIGEN EINZELHANDELS

In Kirchheim u. Teck ist auf insgesamt einen Ergänzungsstandort des großflächigen Einzelhandels zu verweisen:

**Standort Hegelstraße:** Der Standort „Hegelstraße“ liegt in dezentraler Lage in westlicher Richtung der Kirchheimer Innenstadt. Eine unmittelbare Anbindung an die Innenstadt besteht jedoch nicht. Der Gebietscharakter ist durch die unmittelbaren Umfeldnutzungen als Gewerbegebiet zu charakterisieren. Der Standort ist sehr gut an den Verkehr angebunden (Anbindung in Richtung Süden Autobahnauffahrt Kirchheim-West und in Richtung Norden Stuttgarter Straße). Ebenfalls ist der Standort durch mehrere Bushaltestellen an das ÖPNV-Netz angebunden.

Bei diesem Standort handelt es sich um einen autokundenorientierten Standort mit großflächigen Angebotsformaten (z.B. Möbelhaus Möbel-König, toom Baumarkt) mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten in städtebaulich nicht-integrierten Lagen. Der Standort leistet aufgrund seiner teilweise deutlich überörtlichen Ausstrahlungskraft gleichzeitig aber auch einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung und Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Kirchheim u. Teck. Um den zentralen Versorgungsbereich funktionsgerecht zu stärken bzw. zu sichern ist eine abgestimmte Einzelhandelssteuerung v.a. in den nicht-integrierten / dezentralen Standortlagen von besonderer Bedeutung.

Karte 21: Ergänzungsstandorte großflächiger Einzelhandel in Kirchheim u. Teck



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020



## DAS STANDORKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+ - STÄDTEBAULICH INTEGRIERTE NAHVERSORGUNGSLAGEN

Bei den städtebaulich integrierten Nahversorgungslagen und -standorten in Kirchheim handelt es sich um solitär bzw. im Verbund gelegene Lebensmittel- und / oder Drogeriemärkte, die der wohnortnahen, fußläufig erreichbaren Grundversorgung der Wohnbevölkerung dienen. Diese Standortbereiche weisen vereinzelt Ansätze der Zentrumsbildung auf, sofern sie im Verbund mit anderen Einzelhandelsbetrieben oder Dienstleistern stehen. Die Gesamtausstattung reicht jedoch insbesondere hinsichtlich des funktionalen Gewichts (Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus) bzw. der Multifunktionalität nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs aus. Folgende Nahversorgungssituation besteht in Kirchheim u. Teck:

- /// **Kernstadt:** Die Kernstadt hält mit dem großflächigen Edeka-Center, einem Rewe Markt, Netto Markt ein umfassendes Nahversorgungsangebot bereit. Nördlich der Kernstadt wird die Versorgung durch die Lebensmitteldiscounter Aldi und Penny sichergestellt. Östlich der Kernstadt tragen die Lebensmittelmärkte Edeka und Lidl zur Nahversorgung bei (Jesinger Straße / Öschweg). Ebenfalls in östlicher Richtung befindet sich ein Norma-Markt (Gewerbegebietslage). Die Gebiete südlich der Kernstadt werden durch die Märkte Rewe, Aldi und Alnatura versorgt. Ebenfalls in südlicher Richtung befindet sich der Selin-Markt, wobei dieser aufgrund seines orientalischen Warenangebotes nur spezifische Zielgruppen anspricht.
- /// **Ötlingen:** In Ötlingen besteht mit mehreren Bäckereien, einem Metzger und einem Bonus-Markt ein standortadäquates Nahversorgungsangebot. Weitere Angebote befinden sich in östlicher Lage an der Stuttgarter Straße (Edeka- und Lidl-Markt). Ein Handlungsbedarf lässt sich hieraus nicht ableiten.
- /// **Jesingen:** Stark eingeschränktes Angebot und lediglich durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks gewährleistet. Aktuell keine ausreichende Versorgungssituation gegeben. Handlungsbedarf besteht in erster Linie in der Sicherung der bestehenden Versorgung durch die vorhandenen Bäckerei- und Metzgereibetriebe und ggf. durch den Ausbau der Nahversorgung durch einen neuen Lebensmittelmarkt. Aufgrund der geringen Bevölkerungszahl in Jesingen sollten sog. Kleinflächenkonzepte fokussiert werden um ein standortadäquates Nahversorgungsangebot zu gewährleisten.
- /// **Lindorf:** Geringes Nahversorgungsangebot welches durch einen kleinflächigen Betrieb gewährleistet wird der neben Backwaren ein geringfügiges Angebot an Lebensmitteln anbietet. Ein Ausbau der Nahversorgungsstrukturen ist aufgrund des sehr geringen Bevölkerungspotenzial kaum realisierbar. Ziel soll es sein das bestehende Nahversorgungsangebot in seinem Bestand zu sichern.





## DAS STANDORKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+ - STÄDTEBAULICH INTEGRIERTE NAHVERSORGUNGSLAGEN

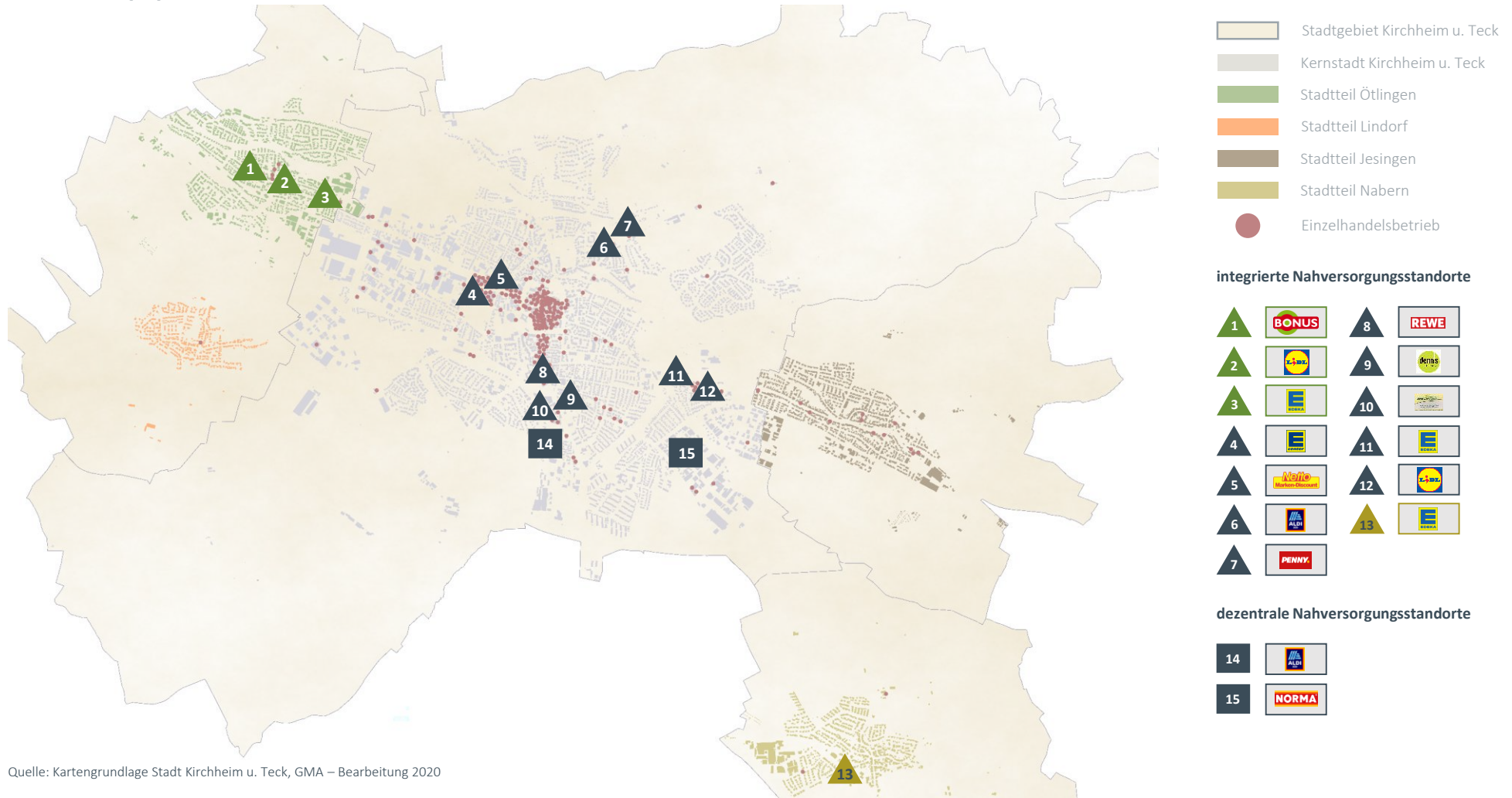
- /// **Nabern:** Die Nahversorgung im Ortsteil Nabern erfolgt durch einen Edeka-Markt mit integriertem Bäcker im Vorkassenbereich. Ergänzt wird das Angebot durch einige verstreute Hofläden. Durch den Edeka-Markt ist die Nahversorgungssituation in Nabern als gut einzustufen. Handlungsbedarf besteht lediglich in einer Bestandssicherung der bestehenden Betriebe.
- /// **Defizite:** Räumliche Versorgungslücken sind v.a. den Bereichen an der Aichelbergstraße, dem Schafhof und den Bereichen südlich der Bahnlinie zuzuschreiben.

Im Interesse flächendeckender, leistungsfähiger und zukunftssicherer Nahversorgungsstrukturen in Kirchheim sollen die bestehenden Betriebe gesichert werden. Hierzu sind im Einzelfall auch Modernisierungsleistungen nötig. Angestrebt werden ein dezentrales Standortnetz zur optimalen Versorgung der Wohnbevölkerung sowie die Bündelung der Angebote zur Nahversorgung im Verbund mit öffentlichen Einrichtungen und Dienstleistungen. So sind neben möglichen Verkaufsflächenerweiterungen zur Realisierung zeitgemäßer, betreiberspezifischer Vertriebskonzepte vor allem räumliche Lückenschlüsse in der Nahversorgung in unterversorgten Teilräumen der Stadt anzustreben.



# DAS STANDORKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+ - STÄDTEBAULICH INTEGRIERTE NAHVERSORGUNGSLAGEN

Karte 24: Versorgungsstandorte in Kirchheim u. Teck



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020



# DAS STANDORKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+

Abb. 33: Standortstruktur der Stadt Kirchheim u. Teck

Standortkategorie	Status eines ZVB	Versorgungsfunktion	Zukünftiger Sortimentschwerpunkt	Charakterisierung	Standort / Lage
<b>Hauptzentrum</b>	ja	gesamstädtisch, regional	Sortimente aller Bedarfsstufen, überwiegend Sortimente des Innenstadtbedarfs	Zentrale Versorgungsbereiche gemäß: § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG	Innenstadt (abschließend)
<b>städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte</b>	nein	nicht über den Nahbereich hinaus	vorrangig Sortimente des Nahversorgungsbedarfs	wohnortnahe, fußläufig erreichbare, städtebaulich integrierte Lagen mit mindestens einem größeren Lebensmittelmarkt und ggf. weiteren, meist kleinteiligen arrondierenden Handlungsnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>// Neue Straße</li> <li>// Stuttgarter Straße</li> <li>// Schlierbacher Straße</li> <li>// Dettinger Straße / Beim Südbahnhof</li> <li>// Jesinger Straße / Öschweg</li> </ul> (nicht abschließend)
<b>städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels</b>	nein	gesamstädtisch, regional	überwiegend Sortimente des sonstigen Bedarfs	autokundenorientierte, städtebaulich nicht-integrierte Standorte/Lagen des großflächigen Einzelhandels	<ul style="list-style-type: none"> <li>// Hegelstraße</li> </ul> (abschließend)

Quelle: GMA – Darstellung 2020

Im Sinne einer rechtssicheren Standortstruktur und empfiehlt die GMA ein Standortkonzept, das folgende Zentren- und Standorttypen umfasst (Abb. 33):

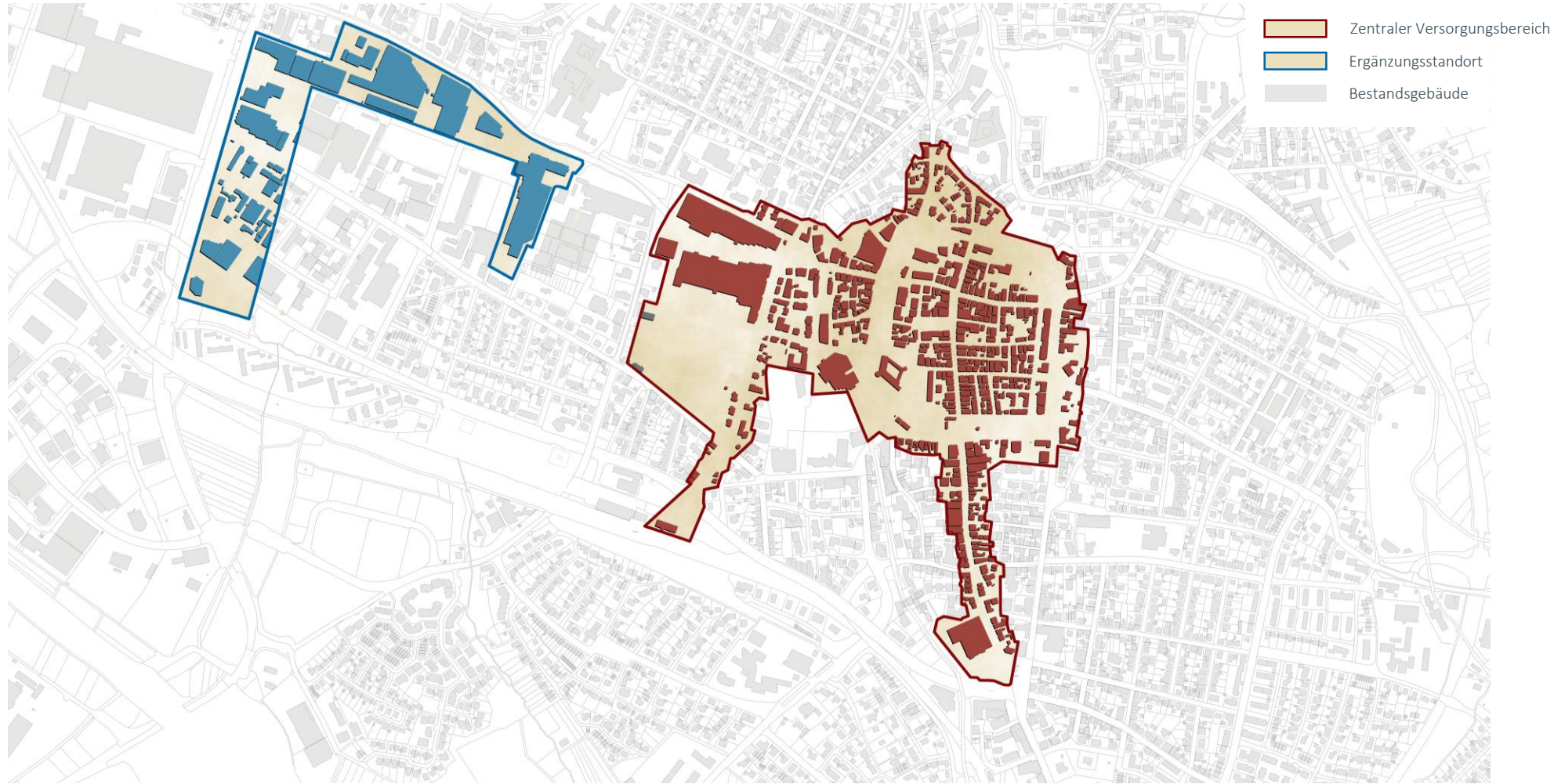
- // den zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Kirchheim u. Teck“
- // städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte
- // städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels

Unter Berücksichtigung der in Kirchheim u. Teck bestehenden Einzelhandelsausstattung und der damit ausgeübten Versorgungsfunktion und Entwicklungsfähigkeit ergibt sich die folgende Zentren- und Standortstruktur:



## DAS STANDORKONZEPT KIRCHHEIM U. TECK 2030+

Karte 25: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Kirchheim u. Teck



Quelle: Kartengrundlage Stadt Kirchheim u. Teck, GMA – Bearbeitung 2020





## STEUERUNGSEMPFEHLUNG ZUR EINZELHANDESENTWICKLUNG IN KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 34: Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Kirchheim u. Teck

Zentraler Versorgungsbereich	Zentrenrelevante Kernsortimente	Kernsortimente des Nahversorgungsbedarfs	Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente	keine zentralen Versorgungsbereiche
Innenstadt	uneingeschränkte Ansiedlung möglich	uneingeschränkte Ansiedlung möglich	uneingeschränkte Ansiedlung möglich	
	kleinflächig <sup>52</sup>	kleinflächig und ausnahmsweise großflächig <sup>53</sup>	kleinflächig <sup>1</sup>	städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte
	keine Ansiedlung (Bestandsschutz) <sup>54</sup>	keine Ansiedlung (Bestandsschutz) <sup>55</sup>	klein- und großflächig <sup>4</sup>	städtebaulich nicht-integrierte Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels

GMA-Empfehlungen 2020 auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung – eigene Darstellung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind auch weiterhin standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben auf Grundlage der festgelegten Sortiments- und Standortkonzepte erforderlich. Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsbereich orientieren muss. In Abbildung 34 werden sortiments- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.





## STEUERUNGSEMPFEHLUNG ZUR EINZELHANDESENTWICKLUNG IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH

Als zentraler Versorgungsbereich wird die Innenstadt Kirchheim im Bereich der historischen Altstadt innerhalb der Alleenstraße zzgl. dem Bereich Stuttgarter- und Dettinger Straße festgelegt (vgl. Karte 20). Der zentrale Versorgungsbereich gilt als schutzwürdige Einkaufslage gemäß Baugesetzbuch, Baunutzungsverordnung sowie Raumordnungsgesetz.

Im Sinne einer an den städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollten für das Hauptzentrum keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl klein- als auch großflächige Betriebe aller Sortimentsbereiche zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Insbesondere Neuansiedlungen großflächiger Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nach Möglichkeit auf diesen Standortbereich zu lenken. Durch Aufbereitung von Flächen kann die Stadt zu einer verbesserten Flächenverfügbarkeit beitragen. Parallel unterstreichen an den Markt gehende bzw. gegangene Flächen (z. B. Flächen im Teck-Center) die perspektivisch immer wieder gegebene Flächenverfügbarkeit im Zentrum.

Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit Sortimenten des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs ist hier zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht nur dann zu verfolgen, wenn brachgefallene Flächen entsprechend den städtebaulichen Zielsetzungen nachbelegt werden können oder sich eine frequenzerzeugende Wirkung auf die Innenstadt generieren lässt. Insbesondere in Folge der Corona-Pandemie und möglichen Marktberäunigungsprozessen sollten alle Möglichkeiten genutzt werden, die Kirchheimer Innenstadt zu beleben.



## STEUERUNGSEMPFEHLUNG ZUR EINZELHANDESENTWICKLUNG IN STÄDTEBAULICH INTEGRIERTEN NAHVERSORGUNGSLAGEN

Im Sinne einer auch zukünftig anzustrebenden flächendeckenden Nahversorgung der Wohnbevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs ist die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungsrelevantem Einzelhandel in städtebaulich integrierten Lagen mit Wohngebietsorientierung möglich, da in der Regel keine Beeinträchtigungen des zentralen Versorgungsbereichs vorliegen. Dabei ist zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. (im Sinne arrondierender Angebote) und Fachmärkten unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit (Drogeriemarkt, Schuhfachmarkt etc.) zu differenzieren. Bei der Ansiedlung bzw. Erweiterung großflächiger Betriebe sowie bei der Planung von Kopplungsstandorten aus Lebensmittelmarkt und (mehreren) Fachmärkten muss durch Verträglichkeitsgutachten der Nachweis erbracht werden, dass gravierende nachteilige Auswirkungen weder auf die bestehenden Nahversorgungsstrukturen noch auf die Innenstadt zu erwarten sind. Großflächige Ansiedlungsvorhaben mit Kernsortimenten des zentren- und nicht-zentrenrelevanten Bedarfs sind hier auszuschließen.



## STEUERUNGSEMPFEHLUNG ZUR EINZELHANDESENTWICKLUNG IN NICHT-INTEGRIERTEN ERGÄNZUNGSSTANDORTEN DES GROSSFLÄCHIGEN EINZELHANDELS

Die Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels sollen – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aufgrund der vorgesehenen Funktions- teilung zwischen der Innenstadt als Standort für zentrenrelevante Sortimente und den Ergänzungsstandorten der Stadt mit überörtlicher Versorgungsfunktion sollen diese Standortbereiche künftig der Ansied- lung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kern- sortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zum zentralen Versorgungsbereich übernehmen.

Im Interesse einer flächendeckenden Versorgung nah am Verbraucher sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sind diese Grundversorgungsstandorte künftig nicht bzw. nur im Bestand weiter zu entwickeln.

An den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels sind zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente zukünftig planungs- rechtlich auszuschließen; bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz.

Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitende Produkte (sogenannter Annexhandel) dort ansäs- siger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhan- densein eines sogenannten Annexhandels ist gegeben, wenn dieser

- /// in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist,
- /// das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten besteht, die handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berück- sichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutacht- erlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung innerhalb von Kirchheim zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzel- fall, vor allem im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.



## EMPFEHLUNG ZUR UMSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTS DER STADT KIRCHHEIM U. TECK

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Kirchheim erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit herzustellen, sind folgende Punkte unabdingbar:

- /// Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Gemeinderat von Kirchheim als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
- /// städtebauliche Zielsetzungen der Stadt Kirchheim für die Einzelhandelsentwicklung
- /// Kirchheimer Sortimentsliste
- /// Festlegung der Zentren- und Standortstruktur zzgl. Festlegung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Kirchheim“
- /// Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Kirchheim
- /// Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung: Es sollte geprüft werden, wie die standortbezogenen Entwicklungspotenziale und Steuerungsempfehlungen möglichst zeitnah und vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten vor allem im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB.

Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Nach dem Beschluss des Konzeptes durch den Gemeinderat von Kirchheim gilt das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept, das als sachliche Grundlage für die Bauleitplanung herangezogen werden sollte.

Es ist herauszustellen, dass der Grad an Planungs- und Rechtssicherheit des Konzeptes unmittelbar mit der „Konformität“ im Alltagshandeln einhergeht: durch jede Ausnahme und jedes Abweichen von den Regeln verliert das Konzept an Wirkungskraft und folglich an Rechtssicherheit.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Kirchheim zu verstehen. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das mittelfristig (in der Regel etwa 5 – 10 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.



# VIII

## Maßnahmenprogramm für Kirchheim u. Teck

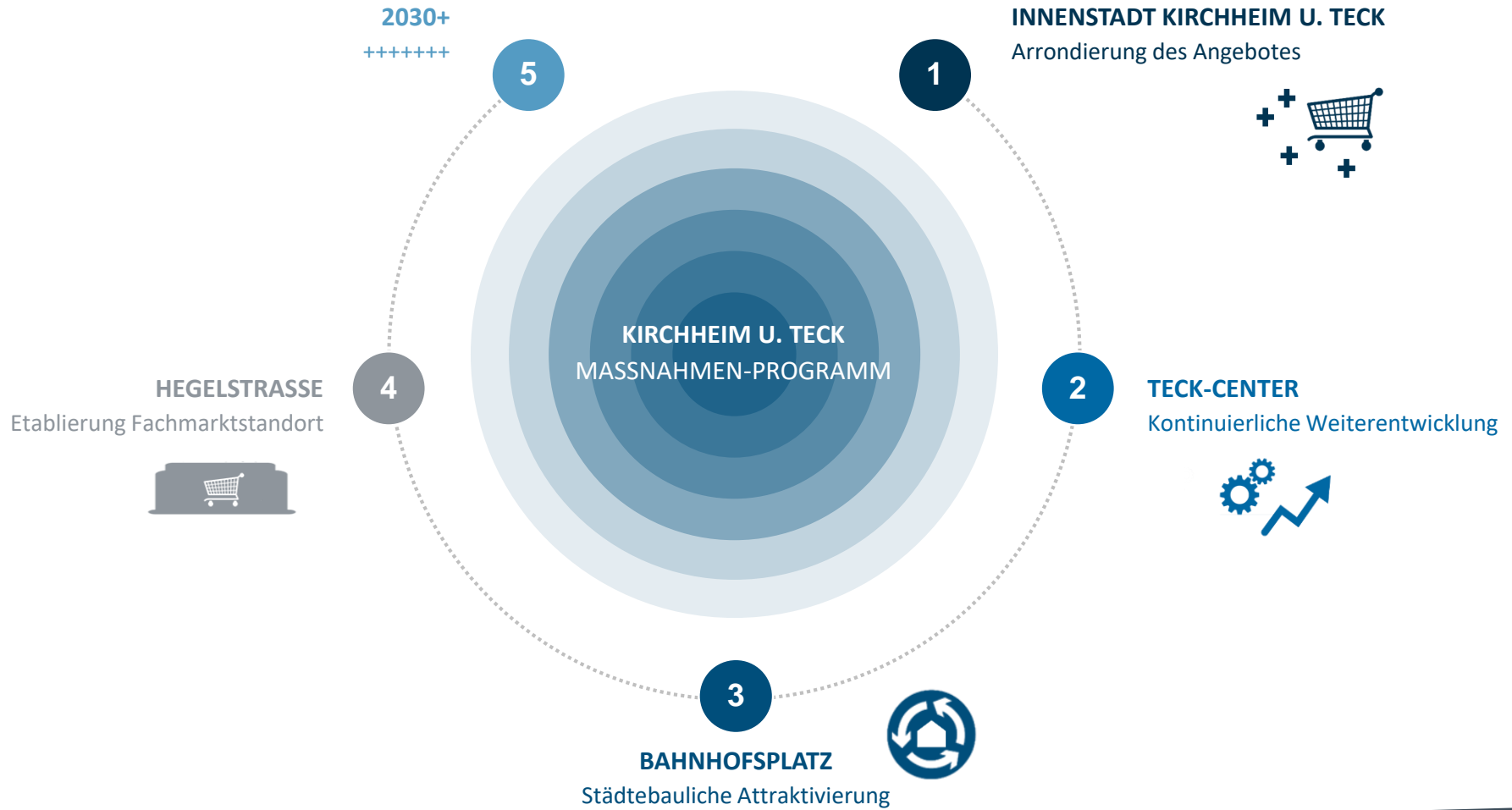
- Maßnahmen für einzelne Standortlagen im  
Stadtgebiet von Kirchheim u. Teck -






# EMPFEHLUNGEN FÜR EINZELNE STANDORTE

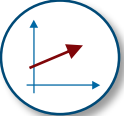
Abb. 35: Maßnahmenprogramm für die Stadt Kirchheim u. Teck





## EMPFEHLUNGEN FÜR EINZELNE STANDORTE

- 1** Arrondierung des Angebots z.B. Nischen- und Spezialanbieter (z.B. Kaffeerösterei, vegane Anbieter oder Unverpacktläden). Kombination mit erlebnisorientierten Dienstleistungen und Gastronomie (z.B. Kochschule, Cocktailkurse etc.). Etablierung qualitativ hochwertiger Angebote mit Magnetwirkung (z.B. gehobene Gastronomie, Textilsten aus dem höherwertigen Preissegment). Weiterentwicklung und attraktivierung durch städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen (z.B. Platzgestaltungen).


- 2** Entwicklung und Flächenprogramm auf stabilem Niveau halten (z.B. siehe Ansiedlung Netto-Markt). Einzelbetriebliche Veränderungen möglich (z.B. Gastronomie und Einzelhandel). Weitere Fokussierung auf Bestandssicherung und Modernisierungen legen.


- 3** Attraktive Platzgestaltung und -aufwertung durch städtebauliche Sanierungsmaßnahmen / optimierte Verknüpfung in Richtung Bahnhof.


- 4** Etablierung eines Fachmarktstandortes mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, welche eine sinnvolle Ergänzung zum Kirchheimer Einzelhandel darstellen (z.B. Tier- oder Babyfachmarkt etc.) und nicht in Konkurrenz zum zentralen Versorgungsbereich stehen.



Durch eine zusätzliche Ergänzung des Angebotes in Kirchheim u. Teck kann grundsätzlich der Einzelhandelstandort Kirchheim gestärkt werden. Die aufgeführten Sortimente stellen Bereiche dar, die bisher in Kirchheim u. Teck nur in unterdurchschnittlichen Maße bestehen. Die aufgeführten Sortimente eignen sich ausschließlich zur Entwicklung von Fachmarktstandorten. Da die Stadt Kirchheim aktuell nur ein sehr geringes Angebot an Fachmärkten aufweist, ist die Entwicklung auch vor dem Hintergrund der Wettbewerbsfähigkeit, insbesondere zu den umliegenden zentralen Orten, ein wichtiges Ziel in der Einzelhandelsentwicklung Kirchheims.



# IX

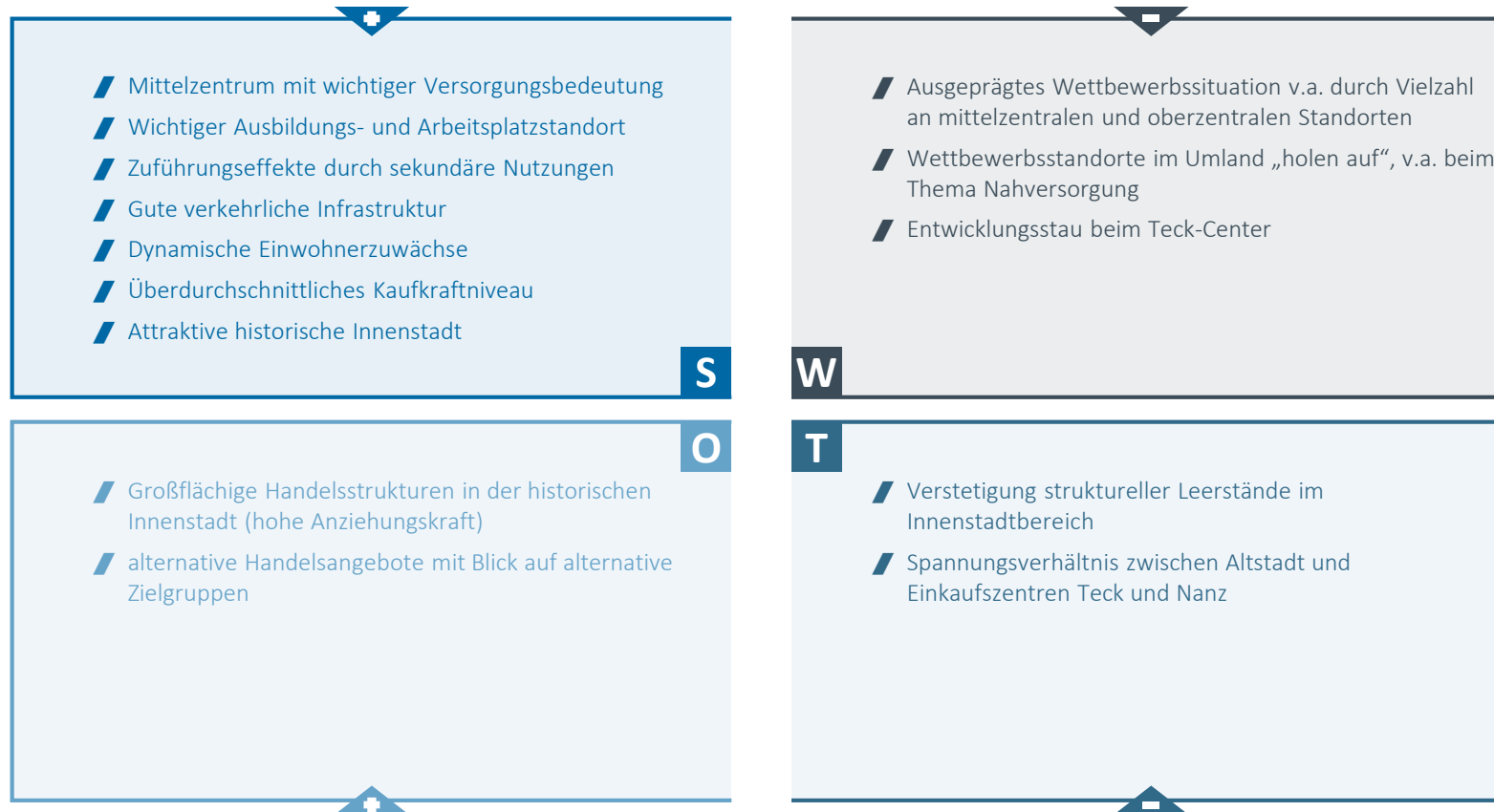
## Zusammenfassung Einzelhandelskonzept Kirchheim u. Teck 2030+

- Zusammenfassung aller wesentlichen  
Daten des Einzelhandelsstandortes Kirchheim u. Teck -



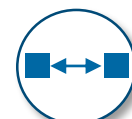
## ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG DES EINZELHANDELSTANDORTES KIRCHHEIM U. TECK

Abb. 36: Stärken- und Schwächenprofil des Einzelhandelsstandortes Kirchheim u. Teck



## ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG DES EINZELHANDELSTANDORTES KIRCHHEIM U. TECK

- Das Mittelzentrum Kirchheim u. Teck umfasst ca. 40.801 Einwohner (Stand: 2020). Bis ins Jahr 2019 zeigte sich in Kirchheim u. T. eine positive Tendenz der Bevölkerungsentwicklung (+ 2,5 %). Bis 2035 wird die Entwicklung weiterhin positiv verlaufen (+ 2,1 %). Die Einwohner Kirchheims verteilen sich auf die Kernstadt Kirchheims sowie die Stadtteile Ötlingen, Jesingen, Nabern und Lindorf.
- Die Kaufkraft der Stadt Kirchheim u. Teck ist gegenüber dem Bundesdurchschnitt leicht überdurchschnittlich (108,0). Im Einzugsgebiet der Stadt Kirchheim u. Teck ist eine Kaufkraft von ca. 985,7 Mio. €. Bis in das Jahr 2035 errechnet sich für das Kirchheimer Marktgebiet bei leicht steigender Einwohnerzahl ein Kaufkraftpotenzial von rd. 1013,7 Mio. € (+ 2,8 %).
- Der Einzelhandelsbestand der Stadt Kirchheim u. Teck umfasst ca. 300 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 92.815 m<sup>2</sup>. Hiervon entfallen ca. 109 Betriebe auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie 191 Betriebe auf den Nichtlebensmittelbereich. Der Umsatz aller in Kirchheim bestehenden Betriebe beläuft sich auf ca. 312,8 Mio. €.
- Der Einzelhandelsbestand wird v.a. durch kleinteilige Handelsstrukturen in der Einkaufsinnenstadt dominiert (zentraler Versorgungsbereich). Der zentrale Versorgungsbereich umfasst ca. 196 Betriebe des Ladeneinzelhandels (ca. 65,3 % aller Kirchheimer Einzelhandelsbetriebe) welche rd. 45,3 % der Kirchheimer Verkaufsflächen ausmachen. Diese Werte verdeutlichen, dass in der Einkaufsinnenstadt überwiegend Betriebe mit kleineren Verkaufsflächen ansässig sind, gesamtheitlich betrachtet jedoch einen Schwerpunkt im Kirchheimer Einzelhandel bilden.
- Die Auswertung von Kennziffern veranschaulicht den Vergleich mit anderen Städten derselben Größenordnung. Dabei zeigt sich, dass Kirchheim im Vergleich der Verkaufsflächenausstattung ähnlich wie die im Umland ansässigen mittelzentralen Orte aufgestellt ist.
- Die Nahversorgungssituation in Kirchheim u. Teck zeigt sich weitestgehend als gut. Insbesondere die Kernstadt und die Ortsteile Ötlingen und Nabern weisen eine gute Versorgungssituation auf. Defizite sind insbesondere in den Ortsteilen Jesingen und Lindorf sowie dem Stadtquartier Schafhof festzuhalten. Auch die Bereiche an der Aichelbergstraße und südlich der Bahnlinie weisen eine Lücke im Lebensmittelangebot auf. Neben umfassenden Lebensmittelangeboten können hier Kleinflächenkonzepte eine Alternative darstellen um auch in den einwohnerschwächeren Ortsteilen und Quartieren Nahversorgungsangebote zu schaffen. Im Ortsteil Lindorf wird die Versorgung durch einen einzigen kleinen Lebensmittelladen gewährleistet. Ein Ausbau ist hierbei aufgrund der geringen Einwohnerzahl jedoch begrenzt.





## ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG DES EINZELHANDELSTANDORTES KIRCHHEIM U. TECK

- /// Entwicklungspotenziale für die Stadt Kirchheim u. Teck ergeben sich v.a. im Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf. Ebenso zeigen die Branchensortimente zoologischer Bedarf und der Bereich der Drogeriewaren Potenziale für einen Ausbau. Ergänzende Fachmarktangebote aus den Bereichen Babybedarf und Elektrowaren können das Angebot in Kirchheim weiter aufwerten.
- /// Das Standortkonzept für die Stadt Kirchheim u. Teck sieht einen zentralen Versorgungsbereich vor der neben dem Altstadtbereich (Schwerpunkt Max-Eyth- und Marktstraße) die Stuttgarter Straße, die Dettinger Straße bis Höhe Rewe-Markt und die Kolbstraße bis Höhe Bahnhof umfasst. Neben dem zentralen Versorgungsbereich sieht das Standortkonzept zwei Ergänzungsstandorte an der Schöllkopfstraße und den Bereich an der Hegelstraße vor. Ergänzend ist die Entwicklungsfläche des „Steingauquartiers“ als „Sonderstandort“ ausgewiesen, für den Handel unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit möglich sein soll (derzeit im Bau; vorgesehen ist u.a. ein kleinflächiger Biolebensmittelmarkt).
- /// Das Sortimentskonzept stellt in Zusammenhang mit BauBG und BauNVO das planungsrechtliche Instrumentarium zur Steuerung der Standortentwicklung dar. In Anlehnung an das Einzelhandelskonzept 2012 wird die Fortführung der bestehenden Sortimentsliste mit geringfügigen Änderungen empfohlen.



# Anhang und Verzeichnisse



# ANLAGE 1: RECHTLICHE UND PLANERISCHE RAHMENBEDINGUNGEN UND INSTRUMENTARIEN ZUR RECHTSSICHEREN STANDORT-STEUERUNG IM EINZELHANDEL

Im **Regionalplan Stuttgart Region Stuttgart 2009** werden im Plankapitel 2.4.3.2 folgende Vorgaben für den Einzelhandel festgeschrieben:

## /// 2.4.3.2.1 (G) Gewährleistung der verbrauchernahen Versorgung

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

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

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

## /// „2.4.3.2.2 (Z) Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren

(1) Einzelhandelsbetriebe, Einkaufszentren und sonstige Handelsbetriebe für Endverbraucher mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m<sup>2</sup> (Einzelhandelsgroßprojekte), sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig.

(2) Verkaufsflächenumfang und Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen sind insbesondere auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereichs abzustimmen. Hersteller-Direktverkaufszentren / Fabrikverkaufszentren sind als Einkaufszentren zu behandeln und nur im Oberzentrum vorzusehen. Bei Einzugsbereichen, die nicht wesentlich über einen Mittelbereich hinausgehen kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht.

(3) Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerns der Standortgemeinde und anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung dürfen dabei nicht beeinträchtigt werden.

(4) Einzelhandelsgroßprojekte, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädliche Wirkungen erwarten lassen, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne, sind auch in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig. Für die vorgenannten Einzelhandelsgroßprojekte gelten die Plansätze 2.4.3.2.3 bis 2.4.3.2.5 nicht. Ausschließlich der Grundversorgung dienen Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel umfasst; sonstige Waren dürfen nur als Nebensortiment auf nicht mehr als 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden.**2.4.3.2.1 (G) Gewährleistung der verbrauchernahen Versorgung**

(5) Überörtlich wirksame Veranstaltungszentren sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind ebenfalls nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig. Der Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen ist auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und seines Verflechtungsbereiches abzustimmen.



# ANLAGE 1: RECHTLICHE UND PLANERISCHE RAHMENBEDINGUNGEN UND INSTRUMENTARIEN ZUR RECHTSSICHEREN STANDORT-STEUERUNG IM EINZELHANDEL

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

(1) Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen und nur in den in der Raumnutzungskarte dargestellten und als Vorranggebiete gebietsscharf festgelegten Standorten für zentren-relevante Einzelhandelsgroßprojekte vorzusehen.

(2) Außerhalb dieser Vorranggebiete sind Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ausgeschlossen (Ausschlussgebiet).

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

(1) Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind ebenfalls nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen zulässig und in der Regel den in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebieten gemäß PS. 2.4.3.2.3 oder deren unmittelbaren Umfeld zuzuordnen.

(2) Von der Zuordnung zu diesen Vorranggebieten kann für Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte dann abgewichen werden, wenn innerhalb der in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebiete für Einzelhandelsgroßprojekte, wegen nicht ausreichender Flächengröße, nicht herstellbarer ausreichender Verkehrserschließung oder zwingender Inanspruchnahme potenzieller Flächen für andere Nutzungen, keine Standort-möglichkeiten gegeben sind.

(3) Soweit für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte von einer Zuordnung zu den Standorten für zentrenrelevante Einzelhandels-großprojekte abgesehen werden soll, sind zentrenrelevante Randsortimente auf höchstens 3 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu beschränken.(5) Überörtlich wirksame Veranstaltungszentren sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind ebenfalls nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig. Der Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen ist auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und seines Verflechtungsbereiches ab-zustimmen.

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

(1) Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen und nur in den in der Raumnutzungskarte dargestellten und als Vorranggebiete gebietsscharf festgelegten Standorten für zentren-relevante Einzelhandelsgroßprojekte vorzusehen.

(2) Außerhalb dieser Vorranggebiete sind Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte ausgeschlossen (Ausschlussgebiet).



# ANLAGE 1: RECHTLICHE UND PLANERISCHE RAHMENBEDINGUNGEN UND INSTRUMENTARIEN ZUR RECHTSSICHEREN STANDORT-STEUERUNG IM EINZELHANDEL

## 2.4.3.2.5 (G) Ergänzungsstandorte

(1) Aus raumordnerischer Sicht als Standort für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb der Vorranggebiete nach PS 2.4.3.2.3 grundsätzlich geeignete Standortbereiche sind in der Raumnutzungskarte als Ergänzungsstandorte festgelegt. Diese Standortbereiche gelten als raum-ordnerisch abgestimmt, sofern die Vorgaben von PS 2.4.3.2.2 eingehalten sind.

(2) Als Ergänzungsstandort kann alternativ jeweils auch ein anderer Standort dann in Frage kommen, wenn die Vorgaben der Plansätze 2.4.3.2.2, 2.4.3.2.3 und 2.4.3.2.4 im Übrigen eingehalten werden. Dies ist im Einzelfall konkret zu prüfen und entsprechend nachzuweisen.

## 2.4.3.2.6 (G) Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr

(1) Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren gemäß PS. 2.4.3.2.2 sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Personennahverkehr direkt angebunden sind.

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

## 2.4.3.2.7 (V) Erarbeitung von Entwicklungskonzepten

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

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

(1) Aus raumordnerischer Sicht als Standort für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb der Vorranggebiete nach PS 2.4.3.2.3 grundsätzlich geeignete Standortbereiche sind in der Raumnutzungskarte als Ergänzungsstandorte festgelegt. Diese Standortbereiche gelten als raum-ordnerisch abgestimmt, sofern die Vorgaben von PS 2.4.3.2.2 eingehalten sind.

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





# VERZEICHNISSE

## Kartenverzeichnis

- // **Karte 1:** Zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum
- // **Karte 2:** Entfernungen in Luftlinie km
- // **Karte 3:** Siedlungsstruktur der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Karte 4:** Nahversorgungsstandorte in der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Karte 5:** Verkehrssituation in der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Karte 6:** Parkmöglichkeiten differenziert nach Stellplatzkapazitäten am Standort Innenstadt
- // **Karte 7:** Wettbewerbsstandorte im Umland von Kirchheim u. Teck
- // **Karte 8:** Marktgebiet der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Karte 9:** Marktgebiet der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Karte 10:** Einzelhandelsstruktur der Stadt Kirchheim u. Teck und Standorte im Umland
- // **Karte 11:** Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Karte 12:** Einzelhandelsbetriebe in der Kirchheimer Innenstadt
- // **Karte 13:** Fotodokumentation der Kirchheimer Innenstadt
- // **Karte 14:** Nutzungskartierung der Kirchheimer Innenstadt
- // **Karte 15:** Nutzungskartierung Lupenbetrachtung „Altstadt“
- // **Karte 16:** Nutzungskartierung Lupenbetrachtung „Dettinger Straße“
- // **Karte 17:** Nutzungskartierung Lupenbetrachtung „Stuttgarter Straße“
- // **Karte 18:** Magnetbetriebe und Verkaufsflächengrößen der Kirchheimer Innenstadt
- // **Karte 19:** Städtebauliche Grundstrukturen der Kirchheimer Innenstadt
- // **Karte 20:** Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Kirchheim u. Teck
- // **Karte 21:** Ergänzungsstandorte großflächiger Einzelhandel in Kirchheim u. Teck
- // **Karte 22:** Standort „Schöllkopfstraße“
- // **Karte 23:** Standort „Hegelstraße“
- // **Karte 24:** Versorgungsstandorte in Kirchheim u. Teck
- // **Karte 25:** Zentren- und Standortstruktur der Stadt Kirchheim u. Teck

## Tabellenverzeichnis

- // **Tabelle 1:** Rahmendaten der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Tabelle 2:** Rahmendaten wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Umland von Kirchheim u. Teck
- // **Tabelle 3:** Rahmendaten wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Umland von Kirchheim u. Teck
- // **Tabelle 4:** Rahmendaten wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Umland von Kirchheim u. Teck
- // **Tabelle 5:** Rahmendaten wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Umland von Kirchheim u. Teck
- // **Tabelle 6:** Rahmendaten wesentlicher Wettbewerbsstandorte im Umland von Kirchheim u. Teck
- // **Tabelle 7:** Einwohner im Marktgebiet von Kirchheim u. Teck
- // **Tabelle 8:** Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet nach Sortimenten und Warengruppen
- // **Tabelle 9:** Einwohnerentwicklung im Marktgebiet der Stadt Kirchheim u. Teck bis zum Jahr 2035
- // **Tabelle 10:** Entwicklung des Kaufkraftpotenzials im Marktgebiet von Kirchheim u. Teck bis 2035
- // **Tabelle 11:** Einzelhandelsbestand nach Warengruppen in Kirchheim u. Teck
- // **Tabelle 12:** Wesentliche Veränderungen des Einzelhandelsbesatzes zwischen den Jahren 2012 - 2020
- // **Tabelle 13:** Einzelhandelsbestand nach Warengruppen in der Kirchheimer Innenstadt
- // **Tabelle 14:** Verteilung der Verkaufsflächen nach Lagen



# VERZEICHNISSE

## Abbildungsverzeichnis

- // **Abbildung 1:** Untersuchungsablauf Einzelhandelskonzept Kirchheim u. Teck 2030+
- // **Abbildung 2:** Das Einzelhandelskonzept als strategisches Entwicklungsinstrument
- // **Abbildung 3:** Konsumententrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers
- // **Abbildung 4:** Entwicklung der Betriebstypen im Einzelhandel nach Lebenszyklusphase
- // **Abbildung 5:** Umsatzentwicklung im Lebensmittelbereich Food und Nonfood 2008-2018
- // **Abbildung 6:** Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels
- // **Abbildung 7:** Frequenzverluste im Einzelhandel in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr
- // **Abbildung 8:** Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030
- // **Abbildung 9:** Lagekategorien zur Kategorisierung von Einzelhandelsstandorten
- // **Abbildung 10:** Verkaufsflächenanteile nach Sortimenten in der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 11:** Größenstruktur der Betriebe in Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 12:** Kurzcharakteristik wesentlicher Einzelhandelsstandorte in Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 13:** Verkaufsflächenanteile nach Sortimenten in der Kirchheimer Innenstadt
- // **Abbildung 14:** Anteil der Gesamtverkaufsfläche nach Lagen
- // **Abbildung 15:** Innerstädtische Nutzungsstrukturen in % -Angaben
- // **Abbildung 16:** Stärken- und Schwächenprofil der Kirchheimer Innenstadt
- // **Abbildung 17:** Verkaufsflächenausstattung Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 18:** Verkaufsflächenausstattung im regionalen Vergleich
- // **Abbildung 19:** Einzelhandelszentralität Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 20:** Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung
- // **Abbildung 21:** Bestand in Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 22:** Bestand in Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 23:** Entwicklungsmöglichkeiten für Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 24:** Quantitativ Branchenbezogene Entwicklungsmöglichkeiten
- // **Abbildung 25:** Quantitativ Branchenbezogene Entwicklungsmöglichkeiten
- // **Abbildung 26:** Quantitativ Branchenbezogene Entwicklungsmöglichkeiten
- // **Abbildung 27:** Aufbau des Einzelhandelskonzepts der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 28:** Kriterien zur Einordnung der Sortimente
- // **Abbildung 29:** Kirchheimer Sortimentsliste
- // **Abbildung 30:** Prüfkriterien zur Festlegung eines zentralen Versorgungsbereichs
- // **Abbildung 31:** Abgrenzungskriterien zur parzellenscharfen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche
- // **Abbildung 32:** Kurzcharakteristik ZVB Kirchheim
- // **Abbildung 33:** Standortstruktur der Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 34:** Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 35:** Maßnahmenprogramm für die Stadt Kirchheim u. Teck
- // **Abbildung 36:** Stärken- und Schwächenprofil des Einzelhandelsstandortes Kirchheim u. Teck



## Fußnotenverzeichnis

- /// **Fußnote 1:** Der Beschluss der Einzelhandelsentwicklungskonzeption erfolgte Mitte 2012
- /// **Fußnote 2:** Nach Standorten werden etwa im Lebensmitteleinzelhandel vom gleichen Betreiber unterschiedliche Betriebsformen eingesetzt, so z. B. kleinere Lebensmittelvollsortimenter wie auch größere Supermärkte oder SB-Warenhäuser.
- /// **Fußnote 3:** Tietz und Rothhar (1991) haben hierfür den Begriff des primären und sekundären Einzelhandelsnetzes eingeführt, um die Orientierung auf innerörtliche Zentren und autokundenorientierte Lagen zu verdeutlichen.
- /// **Fußnote 4:** Bis hin zu vertikalen Marktbearbeitungsstrategien im Textilhandel oder im Möbeleinzelhandel. Dort nutzen einzelne Anbieter die ganze Wertschöpfungskette vom Entwurf der Produkte über die Fertigung, eigene Logistik bis hin zur Beschickung in die Vertriebskanäle stationärer Handel und Onlinehandel, um Wettbewerbsvorteile auf unterschiedlichen Ebenen zu generieren.
- /// **Fußnote 5:** vgl. hierzu exemplarisch Handelsmonitor Oberrhein 2008 – 2017: Untersuchung zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Steuerungswirkung zum großflächigen Einzelhandel 2008 – 2017; ISBN: 978-3-9819387-0-8.
- /// **Fußnote 6:** Dabei ist auf das aktuelle Urteil vom 30. Januar 2018 hinzuweisen, wonach der Europäische Gerichtshof (C-31/16) entschieden hat, dass Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind sie auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus GMA-Sicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt.
- /// **Fußnote 7:** Neben dem sehr dynamischen Handel werden vermehrt städtebauliche Aspekte (Verknüpfung von Handel mit anderen Funktionen der (Innen-)Städte im Wettbewerb der Standorte) zu berücksichtigen sein.
- /// **Fußnote 8:** vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.
- /// **Fußnote 9:** Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten sind diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe zu sichern.
- /// **Fußnote 10:** vgl. Urteil des EuGH vom 30.01.2018 (C-31/16).
- /// **Fußnote 11:** vgl. Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen (2018): Ein den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gewachsener europäischer Einzelhandel. Drucksache 127/18, Dokument COM(2018) 219 final vom 19.08.2018, Brüssel. Hierin setzt sich die Kommission mit der vielerorts beklagten Dauer und Komplexität der Niederlassungsverfahren in den Ländern der Union auseinander. Die Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen haben sich am Maßstab der europäischen Dienstleistungsrichtlinie zu messen.
- /// **Fußnote 12:** vgl. hierzu: Holl, Stefan (2012): Einzelhandel planen und genehmigen: Ein Sachstand zur aktuellen kommunalen Planungspraxis. In: Spannowsky, Willy & Holl, Stefan (2012): Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit (= Schriftenreihe zum Raumplanungs-, Bau- und Umweltrecht, Band 12), Kaiserslautern.
- /// **Fußnote 13:** Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Online – Lebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert i. S. von Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt; Kostendruck und Umweltschutz lassen eine ökonomisch nachhaltige Lösung der „Logistik der letzten Meile“ kaum möglich erscheinen.
- /// **Fußnote 14:** Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Kostendruck und Umweltschutz lassen eine ökonomisch nachhaltige Lösung der „Logistik der letzten Meile“ kaum möglich erscheinen. Aktuell erreicht der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel einen Umsatzanteil von ca. 2 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen.
- /// **Fußnote 15:** Quelle: Wert abgerufen unter: [www.kirchheim-teck.de](http://www.kirchheim-teck.de)
- /// **Fußnote 16:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
- /// **Fußnote 17:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
- /// **Fußnote 18:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg



# VERZEICHNISSE

## Fußnotenverzeichnis

- /// **Fußnote 19:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
- /// **Fußnote 20:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
- /// **Fußnote 21:** Quelle: Wert abgerufen unter: [www.kirchheim-teck.de](http://www.kirchheim-teck.de)
- /// **Fußnote 22:** vgl. Landesentwicklungsprogramm Baden-Württemberg
- /// **Fußnote 23:** Quelle: Alle Daten Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand jeweils: 31.12.2019
- /// **Fußnote 24:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand : 31.12.2019
- /// **Fußnote 25:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: Basis 31.12.2017
- /// **Fußnote 26:** Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.16.2019
- /// **Fußnote 26:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg jeweils zum 31.12.2012 und 31.12.2019
- /// **Fußnote 27:** Quelle: Wert abgerufen unter: [www.kirchheim-teck.de](http://www.kirchheim-teck.de)
- /// **Fußnote 28:** Quelle: Wert abgerufen unter: [www.kirchheim-teck.de](http://www.kirchheim-teck.de)
- /// **Fußnote 29:** Quelle: Wert abgerufen unter: [www.kirchheim-teck.de](http://www.kirchheim-teck.de)
- /// **Fußnote 30:** Quelle: Wert abgerufen unter: [www.kirchheim-teck.de](http://www.kirchheim-teck.de)
- /// **Fußnote 31:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg jeweils zum 31.12.2012 und 31.12.2019
- /// **Fußnote 32:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg jeweils zum 31.12.2012 und 31.12.2019
- /// **Fußnote 33:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg jeweils zum 31.12.2012 und 31.12.2019
- /// **Fußnote 34:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg jeweils zum 31.12.2012 und 31.12.2019
- /// **Fußnote 35:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg jeweils zum 31.12.2012 und 31.12.2019
- /// **Fußnote 36:** Quelle: Quelle: Stadt Kirchheim u. Teck, abgerufen am 17.11.2020
- /// **Fußnote 37:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2019
- /// **Fußnote 38:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2019
- /// **Fußnote 39:** Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf einen langfristigen Prognosehorizont, d. h. einen Zeitraum von rd. zehn Jahren. Weiterreichende Prognosen wären aufgrund der damit verbundenen Unsicherheiten (z. B. skizzierte Marktentwicklung im Einzelhandel, künftiges Verbraucherverhalten, konjunkturelle und inflatorische Einflüsse sowie Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet) nicht seriös.
- /// **Fußnote 40:** Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, regionalisierte Bevölkerungsvorausrechnung Basis 2017
- /// **Fußnote 41:** Dabei werden lokal getroffene Entscheidungen (z. B. Ausweisung neuer Wohnbauflächen) nicht berücksichtigt. Obwohl hinsichtlich der laden-einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Deutschland bislang eine Steigerung zu verzeichnen war, werden für den Prognosehorizont die aktuellen Pro-Kopf-Ausgaben im Sinne einer konservativen Prognose zugrunde gelegt. Auf diese Weise wird unvorhersehbaren, global wirksamen Phänomenen mit Auswirkungen auf das Ausgabe- und Konsumverhalten (z. B. Corona-Pandemie) Rechnung getragen. Gleiches gilt für die lokalen Kaufkraft-koeffizienten innerhalb des Marktgebietes.
- /// **Fußnote 42:** Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt
- /// **Fußnote 43:** Bereinigte Werte, d.h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgestellt und der jeweiligen Branchen zugeordnet
- /// **Fußnote 44:** Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte



# VERZEICHNISSE

## Fußnotenverzeichnis

- /// **Fußnote 45:** Sportgroßgeräte (z.B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z.B. Musikalien, großteilige Babyartikel; weiter auch Waffen, Erotik)
- /// **Fußnote 46:** Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt
- /// **Fußnote 47:** Bereinigte Werte, d.h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgestellt und der jeweiligen Branchen zugeordnet
- /// **Fußnote 48:** Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte
- /// **Fußnote 49:** Sportgroßgeräte (z.B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z.B. Musikalien, großteilige Babyartikel; weiter auch Waffen, Erotik)
- /// **Fußnote 50:** Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente nicht abschließend definiert
- /// **Fußnote 51:** kein Einzelhandel im engeren Sinne
- /// **Fußnote 52:** Einzelfallprüfung erforderlich: Abgleich mit städtebaulichen Zielsetzungen und Erhaltung des Nahversorgungsschwerpunktes, keine negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche
- /// **Fußnote 53:** Einzelfallprüfung ab 800 m<sup>2</sup> VK erforderlich: keine negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen und -standorte, Begrenzung der Randsortimente des Innenstadtbedarfs auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche
- /// **Fußnote 54:** Weiterentwicklung allenfalls im Bestand möglich; Betriebe bis maximal 1.200 m<sup>2</sup> VK, sofern diese ganz überwiegend dem Verkauf von Sortimenten des Nahversorgungsbedarfs dienen
- /// **Fußnote 55:** Begrenzung der Randsortimente des Innenstadtbedarfs auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch auf 800 m<sup>2</sup> VK







**Im Auftrag :**

Stadt Kirchheim u. Teck  
Marktstraße 14  
73230 Kirchheim u. Teck



**Erstellt durch:**

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Hohenzollernstraße 14  
71638 Ludwigsburg



Telefon 07141 9360 – 0  
per Mail [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz)